



MINISTERIUM  
FÜR EIN  
LEBENSWERTES  
ÖSTERREICH



# Lokale Entwicklungsstrategie 2014-2020

**LAG Kufstein-Umgebung / Untere Schranne-Kaiserwinkl**

## 3.1 Aktionsfeld 1: Wertschöpfung<sup>48</sup>

### 3.1.1 Auswahl der Aktionsfeldthemen und Beschreibung der Ausgangslage (Status quo)

#### Aufbau der Bildungs- und Wissensregion (*Innovation*)

Das regionale Angebot an Bildungseinrichtungen ist umfangreich, weist aber hinsichtlich beruflicher Aus- und Weiterbildung noch Lücken auf und ist vor allem noch nicht ausreichend vernetzt.

Die schulische Grundbildung wird über 16 Volksschulen (drei davon in Kufstein), 2 Hauptschulen, 4 Neue Mittelschulen und 2 Polytechnische Schulen und eine Waldorfschule (in Kufstein) abgedeckt. Darüber hinaus kann in einem BG/BRG und einer HBLA in Kufstein die Maturareife erlangt werden. Im Bezirkskrankenhaus Kufstein ist eine Krankenpflege- und Pflegehilfeschule angesiedelt. Für Kinder mit besonderen Bedürfnissen gibt es in Kufstein die Hans Henzinger-Schule, ein Sonderpädagogisches Zentrum. Zwei Landesmusikschulen für die Untere Schranne und Kufstein und Umgebung können für musikalische Aus- und Weiterbildung in Anspruch genommen werden.

Ab Herbst 2015 wird die Internationale Schule (ISK), mit der Erzdiözese Salzburg als Schulträger, zum festen Bestandteil des Bildungsangebotes in Kufstein. Betreiber der englischsprachigen Schule, mit der ein international anerkanntes Baccalaureat und eine österreichische Matura erlangt werden können, wird die FH-Privatstiftung Kufstein sein.

Jedoch fehlt eine Maturaschule mit kaufmännischer und/oder technischer Ausrichtung. Diese Lücke ist deshalb schmerzlich, da aufgrund der großen Anzahl einschlägiger und international ausgerichteter Industrie- und großgewerblicher Betriebe in der Region auch entsprechender Bedarf an gut ausgebildeten Fachkräften herrscht. Die diesbezügliche Nachfrage wird nur in den größeren Städten der Umgebung, St. Johann, Wörgl, Hall, Kitzbühel oder auch Innsbruck abgedeckt.

Für die Weiterbildung sorgen LFI, WIFI, BFI, die VHS und die katholische Erwachsenenbildung der Erzdiözese Salzburg.

Kufstein hat in den letzten Jahren, nicht zuletzt über die 1997 gegründete Fachhochschule, ihr Image als Technologie- und Innovationsstadt gestärkt. Mit der von deren Gründer Prof. Walter J. Mayr geprägten Bezeichnung „Wissens-, Innovation- und Technologieregion“ soll die Stadt Kufstein neu im Spannungsfeld der Großstädte Innsbruck-München-Salzburg positioniert werden. Die FH Kufstein verfügt mit ihren internationalen Studiengängen, Forschungsprojekten und Weiterbildungsangeboten durch die FH-Business School über ein besonders breites und attraktives Angebot, das für die regionalen Wirtschaftsbetriebe anschlussfähig ist. Derzeit sind ca. 1500 Frauen und Männer vollzeitlich oder berufsbegleitend in einem der 15 angebotenen Studiengänge inskribiert<sup>49</sup>. Eine Internationale StudentInnen-Residenz (ISR) bietet Wohnmöglichkeiten für die Studierenden. Der FH-Verein Kufstein zählt 76 Mitglieder, worunter sich alle Gemeinden des Bezirkes

---

<sup>48</sup> Der allgemeingültige Name des jeweiligen Aktionsfeldthemas ist um der Klarheit willen *kursiv* in Klammer beigefügt.

<sup>49</sup> Wirtschafts-Ingenieurwesen, Europäische Energiewirtschaft, Internationale Wirtschaft und Management, International Business Studies (Master nur englischsprachig), Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement, Facility Management und Immobilienwirtschaft, Web-Business & Technology, ERP-Systeme & Geschäftsprozessmanagement, Web-Communication & Information. FH KU: fh-kufstein.ac.at, gilt auch für die Info für die diversen Forschungsprojekte in Umwelt, Klima, Kultur, Sport, Gesundheit, Immobilien usw. In allen von der FH Kufstein angebotenen Studiengängen werden die Vorlesungen mit einem Anteil von 25 -40 % in Englisch abgehalten. Ein Auslandsstudium zwischen 1-2 Semestern an einer Partnerhochschule ist für Vollzeit-Studierende Pflicht.

Kufstein, die WK, AK, Banken, Industrie, Gewerbe- und Handelsbetriebe befinden. Wirtschaft, Forschung und Hochschule fördern sich gegenseitig.

Die FH Kufstein mit ihren 130 Arbeitsplätzen hat bisher ein Investitionsvolumen von ca. € 40 Millionen ausgelöst. Studierende und Lehrende geben jährlich mehr als € 8 Millionen in Kufstein und Umgebung aus. Die Wirtschaftsbelebung wird auch durch diverse FH-Kongresse und der FH-Winter-School gefördert. Die wachsende Internationalität der Region spiegelt sich im Lehrkörper, den pro Semester 100 Incoming- und 250 Outgoing-StudentInnen, dem Sprachangebot von acht Fremdsprachen (UNICERT-zertifiziert), den über 160 Partnerhochschulen und über 300 Wirtschaftspartnern wieder.

#### Unternehmerische Innovation (*Innovation*)

Sowohl die Berufsschule als auch die FH bilden Kristallisationskerne, mittels derer unter Beteiligung engagierter technologiestarker regionaler Unternehmen die Bildungsprofile in Richtung zukunftsorientierter, nachhaltiger Wirtschaft weiter entwickelt werden können. Die Fachbereiche Maschinenbau, Elektrotechnik, Pneumatik, Bionik und die Themen Mobilität, Energie bieten sich hier vorrangig an. Die bisherigen Erfolge zeigen, dass Bildung und Wissen durch weiteren Ausbau entsprechend der regionalen Nachfrage und Vernetzungen zu einem regionalen Stärkefeld ausgebaut werden können, das unter dem Motto „Bildungs- und Wissensregion“ international vermarktbar ist.

Daher sollte an diese Bemühungen nahtlos eine Gründungsberatung für innovative UnternehmerInnen oder solche, die es werden wollen, anschließen. Das erfordert ein Zusammenwirken der Bildungsinstitutionen, der Sozialpartner und ihrer Beratungsstellen und der Gemeinden.

Je geschlossener die Gemeinden zum Wohle der Region auftreten, desto glaubwürdiger werden sie auch dort wirken, wo sie selbst keine direkte Verantwortung, aber großes Gestaltungsinteresse haben. Das trifft zum Beispiel für die regionale Mobilität zu (siehe 3.4), ganz besonders aber auch für die beschleunigte Internet-Breitbandversorgung der gesamten Region mit einer Leistung von mindestens 30MBit/s in ländlichen Gemeinden und von mindestens 100Mbit/s im Verdichtungsraum Inntal. Dieses Anliegen soll von den Gemeindevertretungen der beiden Planungsverbände mit hoher Priorität bei den zuständigen Behörden und mit der Umsetzung betrauten Akteuren vertreten werden.

#### Gewinnung von Fachkräften (*Wirtschaft*)

Die Region zeichnet sich durch eine gut durchmischte Wirtschaftsstruktur aus. Bekannte international agierende Industrie-Betriebe sind zum Beispiel Sandoz, Viking, Riedel-Glas, Pirlo, Unterberger, Bodner-Bau, Zimmer-Maschinenbau, Grissemann-Businesspark, Contec-Steuerungsautomatik, Kathrein-Austria. Die Region beheimatet viele innovative Dienstleistungsbetriebe, z.B. in Architektur, IT, Versorgungseinrichtungen (Stadtwerke, Krankenhaus, Altenheime ...), Bildungs- und Kultureinrichtungen, Tourismusausstatter (Gastro- und Hoteleinrichtungen, Sport- und Freizeitunternehmen) und Lebensmittelerzeuger (Sennereien, Imkereien). Das innovative Image gründet sich auf Familien, die wirtschaftliche und technische Pionierarbeit geleistet haben. Die Kufsteiner Familie Reisch hat etwa den Gründer der österreichischen SPAR-Genossenschaften, einen Rennfahrer, einen Asienforscher und den Pionier der Trägheitsnavigation, Siegfried Reisch, hervorgebracht.

Diese Stärken weiterhin und nachhaltig abzusichern, ist eine große Herausforderung. Die vielfältige wirtschaftliche Struktur kann nur gehalten und ausgebaut werden, wenn sich die Menschen mit aller Kraft engagieren, sowie Bildung und Einkommen den Anforderungen gerecht werden. Den allgemeinen demographischen und ökologischen Entwicklungen werden Projekte entgegengesetzt werden müssen, sei es durch Maßnahmen, die krisenhaften Entwicklungen durch noch mehr Effizienz und Leistung entgegenwirken, sei es durch die Einführung ganz neuartiger Technologien und

Wirtschaftskonzepte. Beide Strategien erfordern gut ausgebildete Menschen, die in der Region heranwachsen oder zuwandern.

Hinsichtlich der Bildungsstruktur der Bevölkerung weist die Region Besonderheiten auf: Ein besonders hoher Anteil, nämlich 41 % der Bevölkerung, hat einen Lehrabschluss, 7,4 % verfügen über einen Universitäts- oder Fachhochschulabschluss<sup>50</sup>. Den höchsten Anteil nehmen die AbsolventInnen der Fachrichtungen Ingenieurwesen<sup>51</sup>, gefolgt von allgemeinen Bildungsgängen und den Sozialwissenschaften, Wirtschaft und Recht ein.

Aus Umfragen der regionalen Wirtschaftskammern geht hervor, dass die Einrichtungen und Betriebe der Region Sorge äußern, den personellen Bedarf an qualifizierten MitarbeiterInnen in Zukunft nicht mehr decken zu können. Schon jetzt werden Engpässe vor allem im Bereich der Lehre gemeldet. Einerseits geht das Interesse der Jugendlichen zurück, andererseits kommen Jugendliche aus den Pflichtschulen, die das geforderte Niveau der Ausbildungen nicht mehr erreichen können.

Nachschulungen und diverse Lernunterstützungsmaßnahmen zeigen noch nicht den gewünschten Effekt; teilweise fehlt den Jugendlichen auch das Wissen über moderne Lehrberufe. Es fehlt an image- und attraktivitätssteigernden Maßnahmen. Dem gegenüber werden von ArbeitnehmerInnen wie ArbeitgeberInnen die Möglichkeiten für relativ frühzeitiges Ausscheiden (Pensionierungen) aus den Betrieben genutzt. So verlassen Fachkräfte mit hohem Erfahrungswissen ziemlich abrupt die Betriebe. Vielfach geht damit Fachwissen vor der Arbeitsübergabe verloren, weil Wissensmanagement nicht eingeführt, gewartet und verpflichtend praktiziert worden ist. Die Region steht damit vor zwei Fragen: Wie gewinne ich guten Nachwuchs und wie halte ich meine guten MitarbeiterInnen länger im Betrieb? Zwei Antworten wurden dazu erarbeitet: Einerseits soll Wissen über die regionalen Betriebe, deren Beschäftigungsangebote und Kompetenzanforderungen besser und gezielter an die Jugend kommuniziert werden, andererseits können mit attraktiven Aus- und Weiterbildungsangeboten ältere Menschen, WiedereinsteigerInnen und weiterbildungswillige Zuwanderer für einen qualifizierten Einstieg ins Berufsleben gewonnen werden. Im Rahmen der LES soll der Fokus zunächst auf ältere ArbeitnehmerInnen gelegt werden.

#### Marketing landwirtschaftlicher Qualitätsprodukte (*Land- und Forstwirtschaft*)

Die landwirtschaftliche Produktion teilt sich in einen intensiven Zweig, der auf den knappen, aber ergiebigen Flächen entlang des Inntals praktiziert wird, und die sowohl flächenmäßig als auch für die regionale Entwicklung bedeutsamere und in weiten Teilen nach biologischen Grundsätzen betriebene alpine Landwirtschaft. Grundsätzlich ist aus drei Gründen die Aufrechterhaltung einer flächendeckenden Bewirtschaftung erstrebenswert: erstens für die Erhaltung des kulturlandschaftlichen Erbes, zweitens wegen der Schutzfunktion der alpinen Land- und Forstwirtschaft in Bezug auf Naturgefahren (Erdbeben, Hochwasser) und drittens zwecks Schließung der lokalen Wertschöpfungskreisläufe in Verbindung mit dem naturnahen Tourismus.

Diese Wertschöpfungskreisläufe sind nicht zuletzt wegen der derzeit unzureichenden Kooperation zwischen Landwirtschaft und Tourismus durchaus noch ausbaufähig, zumal der erwartbare Gewinn auf beiden Seiten auf der Hand liegt: Mehr Wertschöpfung auf Seiten der Bäuerinnen und Bauern und ein hochwertiges regionales kulinarisches Angebot auf Seiten der Gastronomie. Als erfreuliche „Nebenwirkung“ würde sich dann auch die regionale Nahversorgung mit bäuerlichen Produkten über Bauernmärkte und Feinkostläden verbessern. Die „Genusskiste“ der Unteren Schranne<sup>52</sup> ist eine bereits bestehende Initiative, die Mut macht und regional noch ausgebaut werden kann. Auch sei die

<sup>50</sup> ÖSTAT, Höchste abgeschlossene Ausbildung (Zahlen beziehen sich 2011).

<sup>51</sup> Ingenieurwesen wird auch tirolweit als die erste aller Fachrichtungen als abgeschlossene Ausbildung eingenommen.

<sup>52</sup> <http://www.genusskiste.at>

unabhängige Produzentenmarke „Bio vom Berg“<sup>53</sup> erwähnt, die einen weiteren Umkreis von bäuerlich-gewerblichen ErzeugerInnen, bis nach Südtirol, einbezieht (mit 80 Produkten von 600 bäuerlichen und 30 gewerblichen ErzeugerInnen) und die auch in unserer Region stark vertreten ist.

Milchprodukte (Heumilch), vor allem Käse, sind die Leitprodukte der Region, es etablieren sich aber zunehmend auch andere Produkte (Honig, Kräuter, Beeren, Wild) auf den regionalen Märkten, vielfach kombiniert mit touristischen Angeboten (Beispiel „Wandershopping“). Das Konzept kann, mit entsprechenden Anpassungen, auf die gesamte Region erweitert werden.

### Naturnaher und vielseitiger Tourismus (*Tourismus*)

Über 7% der Erwerbstätigen arbeiten im Tourismus. Große Teile der Region leben vorrangig vom Tourismus, dessen Bedeutung als komplementäre Beschäftigung zur Landwirtschaft und für die Aufrechterhaltung der öffentlichen Infrastrukturen und der Nahversorgung weit über das hinausgeht, was die einstellige Prozentzahl auszudrücken vermag. Der regionale Tourismus ist grundsätzlich zweisaisonal ausgerichtet. Er hat sich nicht zuletzt durch seine unmittelbare Nachbarschaft zum deutschen Markt bereits sehr früh entwickelt. Das heißt aber auch, dass die touristische Ausstattung der Region in großen Teilen aus Zeiten herrührt, bevor der Tourismus hier seinen Höhepunkt erlebte, und das war in den frühen neunziger Jahren. Heute scheint er seinen Zenith überschritten zu haben. Die Verweilzeiten der Gäste werden, einem allgemeinen Trend folgend, kürzer. Sie sind mit 4,1 Tagen (2013) noch kürzer als im Tiroler Landesschnitt (4,4 Tage). Saisonale Kulturhighlights in den leichter erreichbaren Orten (Festspiele Erl, Tiroler Beethoven-Tage im Ferienland Kufstein), aber auch neue Sporttrends (Stichwort Mountain Biking) und gesundheitsbezogene Angebote (z.B. Therapiezentrum Walchsee) wirken punktuell zwar konsolidierend auf die Nächtigungsziffern, im Prinzip aber befindet sich die Tourismusregion in einer kritischen Phase. Entweder sie investiert in hochsaisonalen Massentourismus unter Schaffung eines entsprechend runderneuertem, auf wenige Orte konzentrierten Beherbergungsangebots oder sie setzt auf Angebotsdiversifikation in Richtung Ganzjahrestourismus, Nutzung und Auslastung bestehender Strukturen und einer Vielzahl kleinerer Investitionen von TourismusanbieterInnen in allen Größenstufen, gut verteilt auf alle Lagen und Betriebstypen (privat, bäuerlich, gewerblich, bis hin zu Resorts). Angesichts knapper Verfügbarkeit von Finanz-, Human- und Landressourcen und unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten bietet sich die zweite Lösung als die gangbare an.

Die Potenziale in der Erweiterung des Tourismusangebots weisen einerseits in Richtung Diversifizierung des Winterangebots (auch angesichts des Klimawandels und schneearmer Winter), weiters in Richtung ökologisch verträglichen Seminar- und Kongresstourismus, der Weiterentwicklung von Wander- und Erlebnisangeboten, die die Naturschönheiten der Region hervorheben, der Aufwertung des gastronomischen Angebots von der Almhütte über das Dorfwirtshaus bis hin zum Café-Restaurant und der gezielten Ansprache spezieller Gästeschichten. Als Beispiel möge barrierefreies Reisen dienen, das derzeit kaum gewährleistet ist, wenn man von einem laufenden Vorhaben rund um den Walchsee absieht. Letztlich geht es um eine nachhaltige Streckung der bisherigen „Hochsaisonen“ hin zu einer befriedigenden ganzjährigen Auslastung.

Wichtige Voraussetzung ist die Abstimmung all dieser Strategien zwischen den beiden in der Region agierenden Tourismusverbänden. Die Notwendigkeit einer verstärkten Zusammenarbeit derselben mit Bildungsträgern und Kulturanbietern versteht sich angesichts des hervorragenden Bildungs- und Kulturangebots von selbst. Imagebildende Angebote wie das „Naturerlebnis Kaisergebirge“, dessen Eröffnung im Mai 2015 geplant ist, sollen die gesamte Region ins Blickfeld rücken, über den geographischen Horizont des jeweils zuständigen Tourismusverbands hinaus. Auch soll ökologischen Erfordernissen mehr als bisher Rechnung getragen werden.

---

<sup>53</sup> <http://www.biovomberg.at/>

### 3.1.2 Grundstrategie bzw. strategische Stoßrichtung in den Aktionsfeldthemen

#### Aufbau der Bildungs- und Wissensregion (*Innovation*)

- Die Region ist mit einer Vielzahl an Bildungsanbietern und auch international nachgefragten Bildungseinrichtungen (insbesondere FH Kufstein) ausgestattet. Um diesen Vorteil zu einem Alleinstellungsmerkmal (USP) auszubauen, werden sich die **Bildungsanbieter systematisch vernetzen**. Gemeinsam erkunden sie die bestehende und zukünftige Nachfrage nach Aus- und Weiterbildung, vor allem um das Angebot vor allem auf die geforderte kaufmännische und technische Kompetenz der regionalen Unternehmen ausrichten zu können.
- Dies ist jedoch nur der erste Schritt. Die Bildungsanbieter bilden gemeinsam mit anderen Wissensträgern und regionalen Wirtschaftstreibenden eine Plattform, die sich dem Aufbau der **Bildungs- und Wissensregion** Kufstein-Umgebung/Untere Schranne-Kaiserwinkl widmet. In Dialogforen, Innovationswerkstätten und der gemeinsamen Arbeit an Zukunftskonzepten sollen Ideen für neue Produkte generiert werden, sodass in weiterer Folge die Wertschöpfung in technologiestarken Branchen gesteigert wird und entsprechend qualifizierte Arbeitsplätze entstehen. Die gemeinsame Gestaltung und überregionale Vermarktung des gesamten Bildungsangebots der Region fördert das Image als „Bildungs- und Wissensregion“. Dieses Image wird zur Grundlage des Standortmarketings für Fachkräfte (siehe unten).
- In den „Wirtschaftsinitiativen 2010+“ der Wirtschaftskammer wird dem Bezirk Kufstein Entwicklungspotenzial bei technologieorientierten Neugründungen attestiert. Dabei kommt auch der Fachhochschule Kufstein eine besondere Impulsfunktion zu. Durch deren weiteren Ausbau in zukunfts technologischen Bereichen, aber auch durch den modellhaften **Ausbau der Curricula** der Berufsschulen sollen die Weichen für eine Wirtschaftsentwicklung gestellt werden, die zur Lösung der Probleme von morgen beiträgt.

#### Unternehmerische Innovation (*Innovation*)

- Angehende Unternehmer werden mit niedrighschwelligem Beratungsangeboten (**One-stop-shop**) und der Überlassung von leistbaren Büro- und Betriebsstandorten für die ersten Jahre des Betriebsaufbaus unterstützt. Denkbar ist auch ein fachliches Coaching von Seiten bestehender Betriebe oder der FH.
- Die Ansiedlung von EPU's und kleiner Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe bedarf günstiger Flächen und eines guten Anschlusses an Kommunikationswege. Denn solche Betriebe werden bevorzugt am Wohnort oder in dessen Nähe gegründet. Besonders schön lässt sich's in den ländlichen Gemeinden leben und es wäre schön, wenn die dort Wohnenden sich auch ihren Arbeitsplatz schaffen können. Daher treten die Gemeinden als Lobbyisten für einen beschleunigten Ausbau von **Breitband-Internet** im gesamten Siedlungsraum ein, der ja im Breitband-Masterplan Tirol vorgesehen ist. Denn das ist ein elementarer Beitrag zur Erhaltung von Arbeitsplätzen und der demographischen Balance in peripheren ländlichen Gemeinden wie Rettenschöss und Schwendt, Erl oder Thiersee.

#### Gewinnung von Fachkräften (*Wirtschaft*)

- Die Region hat sehr attraktive Arbeitgeber, die bereits jetzt, und in Zukunft wohl verstärkt, gutes Fachpersonal suchen, das sie möglichst lange im Betrieb halten können. Für die Gewinnung von Fachkräften ist es erforderlich, das regionale Arbeitsangebot bekannter und attraktiver zu machen. Hierfür soll eine gut organisierte und mit allen relevanten Akteuren (Betriebe, Gemeinden, Sozialpartner, AMS, Schulen, Aus- und Weiterbildungseinrichtungen) abgestimmte **Lehr- und Berufsinformationsmesse** in der Region (wiederholend) durchgeführt werden.

- Um den PflichtschülerInnen eine fundierte Entscheidung für ihre Berufswahl zu ermöglichen, soll der **Berufsorientungskompass** verpflichtend eingeführt werden. Bisherige Pilotversuche, den Orientierungskompass freiwillig und kostenpflichtig anzubieten, waren von Sozialpartnern und AMS als unzureichend eingestuft worden.
- Das AMS fördert die **Einstellung älterer ArbeitnehmerInnen (50+)** durch zeitbegrenzte finanzielle Zuschüsse für Arbeitgeber. Doch gilt es zunächst diese Arbeitgeber zu gewinnen und die Arbeitsuchenden auf das Erwerbsleben vorzubereiten, für das mit hoher Wahrscheinlichkeit neue Erfordernisse gelten, etwa in Bezug auf die Qualifizierung.
- Nicht nur, aber vor allem für ältere ArbeitnehmerInnen in Betrieben besteht die Herausforderung, sich im Betrieb weiter zuentwickeln, um nicht im Wettbewerb mit „nachdrängenden“ und aufstiegswilligen jüngeren Fachkräften zu stehen. Entscheidend dafür ist aber nicht nur die Anpassungs- und Lernfähigkeit der MitarbeiterInnen selbst, sondern auch die Bereitschaft der Betriebe, diesen Menschen eine entsprechende Entwicklung zu ermöglichen. Das regionale Bildungsnetzwerk (siehe oben, „Aufbau der Bildungsregion“) erarbeitet gemeinsam mit interessierten Betrieben ein **Konzept für spezifische Maßnahmen für lebenslanges Lernen**.
- All diese Initiativen werden von der „Bildungs- und Wissensregion Kufstein-Umgebung/Untere Schranne-Kaiserwinkl (siehe oben) in ein umfassendes Konzept zum **Standortmarketing für Fachkräfte** integriert. Die Region bietet eine so hohe Lebensqualität, dass es sich für hochqualifizierte Menschen lohnt, hierher zu ziehen, wenn sich Karrierechancen ergeben.

#### Marketing landwirtschaftlicher Qualitätsprodukte (*Land- und Forstwirtschaft*)

- Auf der Basis einer gründlichen Erhebung der Angebote und AnbieterInnen hochwertiger Qualitätsprodukte aus der heimischen Landwirtschaft wird ein Konzept für eine **Kooperations- und Vermarktungsplattform** erstellt. Damit einher gehen Bewusstseinsbildung bei den LandwirtInnen und eine gute Kenntnis der Bedürfnisse und Vorlieben der potenziellen KäuferInnen, und das sind gleichermaßen Einheimische wie Gäste, beziehungsweise die Tourismusbetriebe als Mittler.
- Das Konzept beinhaltet nicht nur die Bedingungen (Abgrenzungskriterien) für die Teilnahme, sondern auch die **regionale Vermarktungslogistik und Informationstätigkeit**, die sich nicht nur an die regionale Tourismuswirtschaft und Gastronomie richtet, sondern auch die regionale Nahversorgung für die Bevölkerung sichern hilft. Das Konzept baut auf den bereits existierenden Verkaufsstellen und bestehenden Kooperationsprojekten („Genusskiste“, „Genussmarkt“) auf. Es wird besser sein, sie graduell auszuweiten, als einen „großen Wurf“ zu initiieren, dem sich nur wenige Betriebe anschließen und dessen Umsetzung letztendlich keine Breitenwirkung erzeugt. Ist die Wertschöpfungskette einmal etabliert, kann über kulinarische Veranstaltungen, z.B. begleitend zu Kulturevents, ein markenähnliches Image der regionalen Produkte aufgebaut werden, ohne dass eine explizite Markenstrategie gefahren werden muss. So werden über das Geschmackserlebnis neue touristische Werte geschaffen, und das Regionsbewusstsein der Bevölkerung bekommt eine gustatorische Note, die mit Gesundheit und Wohlbefinden verbunden wird. So wird mit der Zeit der Weg für eine „Bioregion“ geebnet. Die beste Qualitätssicherung auf dem Weg dahin ist eine aufgeklärte, gesundheitsbewusste und geschmackssichere Kundschaft.

#### Naturnaher und vielseitiger Tourismus (*Tourismus*)

- Die lokale Gastronomie und Hotellerie wird vermehrt auf qualitative, hochwertige (möglichst biologisch erzeugte) und **aus der Region kommende Köstlichkeiten** setzen, aus landwirtschaftlich-gewerblicher Produktion. Diese Zusammenarbeit erstreckt sich auch auf

überregional agierende Unternehmen der Gesundheitsbranche, die ihren Sitz in der Region haben (z.B. Verival Bio in Langkampfen).

- Damit verbunden ist die Umsetzung der Kriterien, die für „**Green Meetings**“ und „**Green Events**“ gelten, nicht nur im Kongress- und Seminartourismus (siehe unten), sondern auch in der regionalen Festkultur, bei Konzertveranstaltungen und ähnlichen Großereignissen.
- Die **Angebotsdiversifizierung in Richtung Ganzjahrestourismus** soll alle Tourismus- und Freizeitsparten berücksichtigen:
  - Die Verbreiterung des Winterangebots dient einerseits der Neubelebung der Tourismodynamik in der Wintersaison, andererseits ist sie eine Antwort auf den Klimawandel, der immer häufiger schneearme Winter mit schneefreien Perioden in Tallagen mit sich bringt. Als Nebeneffekt lässt sich mit alternativen Angeboten auch die Saison verlängern, da sie nicht mehr von einer ausgeprägt „winterlichen“ Umgebung abhängt. Dazu zählen neben „klassischen“, aber bisher etwas vernachlässigten Angeboten wie Loipen (auch Biathlonparcours) und Naturrodelbahnen auch vielseitig nutzbare Winterwanderwege. Und selbst wenn der Schnee nicht ausbliebe: Die Zahl der eingefleischten SchifahrerInnen geht zurück, aber viele Nicht-SchifahrerInnen ließen sich durchaus vom „Winterzauber“ (Tirol Werbung) in Gestalt eines attraktiven In- und Outdoorangebots anlocken.
  - Die grandiose Kulisse des naturgeschützten Kaisergebirges, das größte Moor Tirols (die Schwemm) und kulturhistorische und landschaftliche Kleinode wie Maria Klobenstein eignen sich nicht nur zur Erholung, sondern auch zu einem lern- und erlebnisorientierten Tourismus (wie das in Planung befindliche „Naturerlebnis Kaisergebirge“ zeigt).
  - Der Wanderurlaub ist und bleibt die Hauptstütze des Tourismus, weil er die wunderschöne alpine Landschaft in schonender Form in Wert setzt. Ein Weitwanderweg, der „Adlerweg“ von St. Johann nach St. Anton, berührt die Region. Weitere Angebote in Form von Wanderpackages sollen entwickelt werden.
  - Eines der wichtigsten Vorhaben zur Saisonenerweiterung in Richtung Ganzjahrestourismus ist die Stärkung eines Seminar- und Kongresstourismus, der an das dynamische Wirtschaftsleben reiche Kulturleben der Region anknüpft. Im Einzugsbereich von Innsbruck, München, Rosenheim und Salzburg kann mit einer guten Auslastung derartiger Infrastrukturen gerechnet werden, sofern sich die Region mit einem entsprechenden Qualitätsangebot einen Namen macht und sich als Vorreiter einer ökologisch verträglichen Ausgestaltung (siehe oben: „Green Meetings“ und „Green Events“) etabliert.
- Die Diversifizierung verweist auch auf die Ansprache bestimmter Gästeschichten. Durch die Umsetzung der Barrierefreiheit in öffentlichen und touristischen Infrastrukturen wird die Voraussetzung für eine Bewerbung der Region für **barrierefreies Reisen** geschaffen.
- Es steht außer Zweifel, dass eine ausgewogene Entwicklung der Gesamtregion nur über eine erheblich verbesserte **Zusammenarbeit der beiden Tourismusverbände „Ferienland Kufstein“ und „Kaiserwinkl“** erreicht werden kann. Letztlich geht es um die Schaffung einer nach innen differenzierten, nach außen hin aber kompakt kommunizierten Tourismusdestination Kufstein-Umgebung/Untere Schranne-Kaiserwinkl. Als ersten Schritt sollen die beiden Verbände die Kommunikation mit und Vergünstigungen für Gäste (Feriencard, Gästeshuttles) vereinheitlichen.
- **Gemeinsame imagewirksame Angebote** tragen dazu bei, das Bild der gesamten Region Kufstein-Umgebung/Untere Schranne-Kaiserwinkl in den Angebotsbroschüren und in den Vorstellungen der Einheimischen und Gäste zu verankern. Sie sollten pädagogische Elemente (Darstellung von Natur, Kultur und Geschichte) mit Erlebnis (Sport, Freizeit, Kulinarik) und symbolischer Kommunikation (Kunst, Kultur) verbinden.

### 3.1.3 Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023)

#### Aufbau der Bildungs- und Wissensregion (*Innovation*)

- ❖ Die Bildungsanbieter in der Region sind gut vernetzt, arbeiten auf strategischer Ebene zusammen, analysieren die bestehende und erwartbare künftige Nachfrage, stimmen als Bildungsregion ihre Angebote miteinander ab und treten imagewirksam und professionell in der Vermarktung des Bildungsangebots auf.
- ❖ Die regionale Wirtschaft und Wissenschaft haben eine Plattform der Zusammenarbeit gebildet, von der innovative Impulse für die regionale Wirtschaftsentwicklung ausgehen.
- ❖ Es liegen Konzepte für neue Lehr- und Studiengänge vor, die die Potenziale der regionalen Wirtschaft mit Zukunftstechnologien verbinden.
- ❖ Die Region wird überregional als „Bildungs- und Wissensregion“ wahrgenommen.

#### Unternehmerische Innovation (*Innovation*)

- ❖ Angehende UnternehmerInnen werden über ein One-stop-shop-System beraten, bedarfsgemäß gecoacht und durch Bereitstellung von Büroinfrastruktur beim Aufbau ihres EPU oder KMU unterstützt.
- ❖ Die Gemeinden treten gemeinsam als starke Lobby für den Ausbau des Breitband-Internet in der gesamten Region auf.

#### Gewinnung von Fachkräften (*Wirtschaft*)

- ❖ Es liegt ein umsetzungsreifes und abgestimmtes Konzept für eine regionale Lehr- und Berufsinformationsmesse vor; drei regionale Lehr- und Berufsinformationsmessen haben stattgefunden.
- ❖ Der Berufsorientierungskompass wurde verpflichtend für alle Schüler in die Curricula der HS, NMS und PTS der Region integriert.
- ❖ Es wurden 50 neue Arbeitsplätze für ältere ArbeitnehmerInnen (50+) geschaffen.
- ❖ Das regionale Bildungsnetzwerk hat ein Rahmenkonzept für lebenslanges Lernen für ihre MitarbeiterInnen erarbeitet, das gemeinsam mit interessierten Betrieben umgesetzt wird.
- ❖ Aufgrund des gezielten Standortmarketings für Fachkräfte wird die Region als Lebensmittelpunkt für qualifizierte Zu- und Rückwanderer gewählt.

#### Gemeinsames Marketing landwirtschaftlicher Qualitätsprodukte (*Land- und Forstwirtschaft*)

- ❖ Die interessierten ProduzentInnen arbeiten über eine regionale Kooperationsplattform zum Zwecke der regionalen Vermarktung zusammen; die Kooperationsplattform verfügt über klare Partnerschaftsregeln. Eine Erhebung landwirtschaftlich-gewerblicher ProduzentInnen von regionalen Qualitätsprodukten liegt vor und deren Kooperations- und Vermarktungspotenzial ist bewertet.
- ❖ Eine auf mehreren Beinen stehende regionale Vermarktungsstruktur liegt als Konzept vor und wird als Pilotvorhaben umgesetzt.
- ❖ Landwirtschaftliche Qualitätsprodukte werden vermehrt über die Kooperationsplattform an die Gastronomie und Hotellerie vermarktet (auch überregional).

### Angebotsdiversifizierung für einen nachhaltigen Tourismus (*Tourismus*)

- ❖ Der Einsatz an biologisch regional erzeugten Lebensmitteln in Gastronomie und Hotellerie ist gestiegen.
- ❖ Das Konzept für „Green Meetings“ und „Green Events“ wird von einem Großteil der Veranstalter bei Seminaren, Tagungen, Kongressen, Sport- und Kulturveranstaltungen praktiziert.
- ❖ Neue Angebote im naturnahen und umweltfreundlichen Winter- und Sommertourismus sind entwickelt und werden von den Gästen gut angenommen.
- ❖ Die Zahl der in der Region abgehaltenen Seminare, Tagungen und Kongresse und damit die Zahl der dadurch angezogenen Gäste ist gestiegen.
- ❖ Die Region erfüllt die offiziell geltenden Voraussetzungen für barrierefreies Reisen.
- ❖ Die Zusammenarbeit der beiden Tourismusverbände „Ferienland Kufstein“ und „Kaiserwinkl“ hat sich erheblich intensiviert.
- ❖ Es gibt Erlebnisorte und -pfade, über die die Natur, Kultur und Geschichte der Region imagewirksam kommuniziert wird, und die sich regen BesucherInnenzuspruchs erfreuen.

### 3.1.4 Erfolgsindikatoren

#### Aufbau der Bildungs- und Wissensregion (*Innovation*)

Indikator	Basiswert	Sollwert	Evidenzverfahren
Gemeinsame Struktur und Strategie, Steuerungsprozesse und unterstützende Maßnahmen für die Bildungsregion liegen vor	nein	ja	Vereinbarungen, Beschlüsse, Protokolle
Teilnehmende Betriebe an der Plattform Bildungs-, Wissens- und Innovationsplattform; Aufträge der Wirtschaft an die Wissenschaft; Wiederhall in Medien	0; 0; nein	Mindestens 20 teilnehmende Org./ Untern.; Mindestens 5 Aufträge durch Unternehmen für F&E, Innovationen; Mindestens 5 Medienberichte	Berichte der Projektträger; UnternehmerInnenbefragungen; Medienberichte
Vorliegen umsetzungsreifer Konzepte für technologieorientierte Lehrgänge / Bildungscurricula	nein	mindestens 3	Anerkennung der Konzepte durch Stakeholder (Bildungsanbieter, Landesregierung) als umsetzungswürdig und umsetzbar

#### Unternehmerische Innovation (*Innovation*)

Indikator	Basiswert	Sollwert	Evidenzverfahren
One-stop-shop-System und Start-up-Infrastruktur (Büro-/Gewerbeflächen) funktionieren	nein; nein	ja; mindestens ein Standort mit Start-up-Infrastruktur und mindestens 3 betriebliche Nutzer	Ergebnisstatistik der Projektträger
Mindestens zwei medienwirksame Aktionen zur Beschleunigung des Breitband-Internetausbaus	0	2	Berichte der Sprechergemeinde

### Gewinnung von Fachkräften (*Wirtschaft*)

Indikator	Basiswert	Sollwert	Evidenzverfahren
Vorliegen des Konzepts für eine BIM und Abhaltung von mindestens drei Messen bis 2023	nein	ja; 3 BIM	Ergebnisstatistik der Aktion
Der Orientierungskompass ist in die Curricula der HS, NMS und PTS integriert	nein	75% der Schulen haben den Kompass integriert; 60% der teiln. SchülerInnen fühlen sich gut oder sehr gut informiert	Berichte der Schulen; TeilnehmerInnenbefragung / Feedbackbögen
Neue Arbeitsplätze für ältere ArbeitnehmerInnen (50+)	0	50	Ergebnisstatistik (AMS)
Zahl der Betriebe, die Konzept für lebenslange Lernen für ihre MitarbeiterInnen umsetzen	0	30 Betriebe mit insgesamt 300 MitarbeiterInnen	Ergebnisstatistik der Aktion (Projekträger)

### Marketing landwirtschaftlicher Qualitätsprodukte (*Land- und Forstwirtschaft*)

Indikator	Basiswert	Sollwert	Evidenzverfahren
Studie und kontinuierlich gewartete Datenbank über Produkte und ErzeugerInnen liegt vor	nein	ja	Datenbank online und gewartet
Eine Kooperationsvereinbarung und ein Zusammenschluss der landwirtschaftlich-gewerblichen ErzeugerInnen mit geeigneter Rechtsform liegen vor; ein Konzept für die Vermarktungslogistik liegt vor; das Pilotvorhaben ist umgesetzt	10	>30 Anbieter beteiligen sich an Kooperationsvereinbarungen	Ergebnisstatistik des Projekträgers (Pilotvorhaben)
Tourismusbetriebe weisen systematisch auf lokale Produkte und Bezugsquellen hin	Nur sporadische Sichtbarkeit hochwertiger lokaler Produkte	>50 Tourismusbetriebe weisen hochwertige lokale Produkte auf ihren Speisekarten aus	Berichte der TVB

### Angebotsdiversifizierung für einen nachhaltigen Tourismus (*Tourismus*)

Indikator	Basiswert	Sollwert	Evidenzverfahren
GastronomInnen weisen systematisch auf biologische / faire Produkte und Bezugsquellen hin	Kaum Sichtbarkeit biologischer / fairer Produkte in der Gastronomie	>30 Tourismusbetriebe weisen hochwertige lokale Produkte auf ihren Speisekarten aus	Berichte der TVB
Anzahl der Informationsveranstaltungen zu "Green Meetings" und "Green Events"; Anzahl zertifizierter Betriebe und Veranstalter	0 Veranstaltungen; 0 zertifizierte Betriebe/Veranstalter	100% der Betriebe/ Veranstalter sind informiert; 20% sind zertifiziert	Berichte der TVB
Konzepte für neue Tourismusangebote	0	Fünf neue Angebote	Projektberichte

Auslastung der Betriebe, die für Kongress-, Seminar- und Tagungstourismus Kapazitäten haben	Derzeitiges Potenzial: zusätzlich 100.000 Nächtigungen	Zusätzlich 30.000 Nächtigungen durch Kongress-, Seminar- und Tagungstourismus	Berichte der TVB
Erwähnung bzw. Bewerbung für barrierefreies Reisen auf einschlägigen Websites (ÖAR, ÖW, iBFT etc.)	nein	ja	Erwähnung auf Website (z.B. <a href="http://www.austria.info">www.austria.info</a> ; <a href="http://www.urlaubfueralle.at/de/searchlist/destinations_at">http://www.urlaubfueralle.at/de/searchlist/destinations_at</a> etc.)
Regelmäßige Treffen und harmonisierte Angebote zwischen Tourismusverbänden Ferienland Kufstein und Kaiserwinkl	Punktuelle Absprachen; keine Angebotskooperation	Systematische und regelmäßige Treffen; mindestens 3 konkrete Kooperationen	Interne Berichte der TVB
Mindestens zwei Leitprojekte; Anzahl BesucherInnen/NutzerInnen pro Jahr	0; 0	zumindest 2 Leitprojekte; 10.000 BesucherInnen jährlich ab 1. Betriebsjahr	Gäitezählung

### 3.1.5 Aktionsplan (Maßnahmen) zur Erreichung der Resultate

#### Aufbau der Bildungs- und Wissensregion (*Innovation*)

Die Vernetzung, Sichtbarmachung und Vermarktung des gesamten regionalen Bildungsangebotes umfasst mehrere Interventionslinien:

- Die Bildungsanbieter (Aus- und Weiterbildung: FH, Mittelschulen, Poly, weiterführende Schulen, Lehrausbildung, BFI, WIFI) bündeln ihre jeweiligen Angebote über ein regionales Bildungsnetzwerk und unterstützen die NachfragerInnen ihrer Ausbildungsangebote mit begleitender Beratung.
- Dadurch werden Angebot und Nachfrage inhaltlich wie zeitlich genauer abgestimmt; die Anbieter können spezifischer die gewünschten Bildungsdienstleistungen für den Markt aufbereiten.
- Alle interessierten Betriebe der Region (private und öffentliche Betriebe, Handel, Dienstleister) werden in eine längerfristige und systematisch wiederholende Nachfrageanalyse eingebunden, sodass es möglich wird, ein breites Spektrum an Bildungsbedarfen regionaler Kunden mit diversifizierten Angeboten anzusprechen.
- Ausgehend von privaten wie öffentlichen Leitbetrieben, die in der Region vertreten sind, wird ein Vernetzungs- und Kooperationskonzept für die gesamte Region erstellt.
- Darauf aufbauend kristallisieren sich die regionalen Besonderheiten im Bildungssektor samt den dazugehörigen Infrastrukturen heraus. Diese bilden dann die Speerspitze für eine gemeinsame (auch überregionale) Vermarktungsstrategie als Bildungs- und Wissensregion (siehe unten).

Es wird eine regionale Bildungs- und Wissens-Plattform aufgebaut, die alle einschlägigen Organisationen und eine Vielzahl von technologieaffinen Unternehmen einbezieht.

- Diese Plattform organisiert Dialogforen, Innovationswerkstätten und Zukunftslabors, die Innovationsimpulse für die regionale Wirtschaft generieren. Die Wirtschaft tritt als Auftraggeber an die Wissenschaft hervor, die Wissenschaft wiederum lernt von der Praxis. Dadurch können besonders die technologiestarken Unternehmen ihre Stärken weiter ausbauen und die Wettbewerbsposition der Technologieregion vor allem im Raum Kufstein weiter ausbauen.
- Aus diversen Veranstaltungen, Kolloquien, Seminaren u.ä. gehen Ideen für neue Berufsbildungscurricula und FH-Lehrgänge hervor, die im ExpertInnenkreis in umsetzbare

Konzepte gegossen werden. Diese Aus- und Weiterbildungskonzepte sind den Entscheidungsträgern und potenziellen Sponsoren zu unterbreiten.

### Unternehmerische Innovation (*Innovation*)

Gründungswillige Unternehmen können sich als Spin-offs der Fachhochschule, als Ausgründungen von bestehenden Betrieben, oder einfach aus Ideen innovativer Menschen ergeben, die in der Region leben oder zu Erwerbszwecken hierher kommen. All diese Menschen sollten über die Möglichkeit einer niedrigschwelligen Beratung und Aufbauunterstützung früh ins Bild gesetzt werden. Gemeinden, Kammern, AMS und Bildungsinstitutionen finden sich zu einer Projektgruppe zusammen. Daraus entsteht ein Gesamtkonzept, das eine konzertierte Start-up-Beratung (one-stop-shop), bedarfsgemäßes Coaching und an zumindest einem Standort die Bereitstellung von betrieblichen Infrastrukturen (Büro) an zentralen Orten vorsieht. Neben Kufstein sollte idealerweise auch in der Unteren Schranne und im Kaiserwinkl eine solche Start-up-Betriebsstätte (Inkubator) geschaffen werden.

Um Neugründungen auch in ländlichen Ortschaften zu erleichtern, sollten die Gemeinden solidarisch auftreten und den beschleunigten Ausbau des Breitband-Internet bei den verantwortlichen Stellen einmahnen sowie alle Wege für diesen Ausbau ebnen, sofern das in ihrem Verfügungsbereich steht.

### Gewinnung von Fachkräften (*Wirtschaft*)

Im Zusammenwirken einer Vielzahl von Akteuren (Sozialpartner, AMS, Gemeinden, Schulen, Aus- und Weiterbildungseinrichtungen, Wirtschaftsbetriebe) soll eine gut organisierte und abgestimmte Lehr- und Berufsinformationsmesse in der Region, etwa im wiederkehrenden Rhythmus von zwei Jahren, abgehalten werden. Ihr Zweck ist es, den jungen und auch sich neu orientierenden Arbeitsuchenden das aktuelle Angebot bekannt zu machen.

Gemeindeeinrichtungen und Betrieben sollen für die Anstellung von älteren Arbeitsuchenden (50+) durch das AMS sensibilisiert werden. Das AMS bietet eine zeitbegrenzte Förderung der Anstellung älterer ArbeitnehmerInnen an. Gleichzeitig unterstützt das AMS über seine ProjektleiterInnen die Arbeitsuchenden hinsichtlich ihrer persönlicher Motivation und Qualifikation, sowie bei der Stellensuche. Die Maßnahmen werden durch entsprechende Öffentlichkeitsarbeit begleitet.

Für Betriebe, die ihre MitarbeiterInnen länger im Betrieb halten wollen, erarbeitet das regionale Bildungsnetzwerk (siehe oben: „Aufbau der Bildungs- und Wissensregion“) gemeinsam mit interessierten Betrieben ein Konzept für die spezifischen Maßnahmen für lebenslanges Lernen. Als gemeinsames Produkt der Anstrengungen der Bildungs- und Wissensanbieter im Verein mit regionalen Unternehmen wird ein Konzept für Standortmarketing ausgearbeitet, das sich einerseits an österreichische und internationale Fachkräfte richtet, die von regionalen Unternehmen gebraucht werden und sich interessiert zeigen, sich dauerhaft in der Region anzusiedeln. Das gilt auch für Menschen, die aus der Region stammen, aber ihren Lebensmittelpunkt mittlerweile an einen anderen Ort verlegt haben. Ihnen sollte man die Rückwanderung schmackhaft machen. Neben Instrumenten des Marketing (Recruiting Events) geht es vor allem um die Pflege einer Willkommenskultur sowie um die Bereitstellung von Information und Unterstützung in allen Fragen, die mit der Zuwanderung bzw. Rückkehr und Integration zu tun haben. Gemeinden und Unternehmen verpflichten sich, Ansprechpersonen zu bestimmen, die diese Serviceleistungen in einem zu definierenden Umfang bieten.

Der Wiedereinstieg insbesondere von Frauen mit Kindern wird indirekt durch die Förderung einer ganztägigen Kinderbetreuung unterstützt. Diese Maßnahme ist unter 3.3.5 (Soziale Dienste) beschrieben.

Eine zentrale Voraussetzung für eine Integration der nichtdeutschsprachigen Zuwanderer ins Berufsleben, aber auch ganz allgemein in die Gesellschaft ist die Beherrschung der deutschen Sprache. Diese Maßnahme ist auch unter 3.3.5 (Inklusion) beschrieben.

#### Gemeinsames Marketing landwirtschaftlicher Qualitätsprodukte (*Land- und Forstwirtschaft*)

Zunächst werden die landwirtschaftlichen ProduzentInnen und gewerblichen VerarbeiterInnen mit ihren Qualitätsangeboten im Rahmen einer Potenzialanalyse für eine regionale Vermarktungsinitiative erhoben. Ausgehend von Leitbetrieben bestehender Initiativen („Genusskiste“) und Marken („Heumilchregion“, „Bio vom Berg“), die in der Region vertreten sind, sowie Ideen, die ihrer Umsetzung harren (Kaiserwinkl-Käsekörbchen, Walchseer Seebauernmarkt etc.) wird ein Vernetzungs- und Kooperationskonzept erarbeitet, das die gesamte Region erfasst, aber nicht an deren Grenzen enden soll.

Das Konzept beinhaltet zweierlei: Die Bedingungen, unter denen ProduzentInnen an der Kooperation beteiligt sein und davon profitieren können. Von zentraler Bedeutung dafür sind Qualitätskriterien für Produktion, Lagerung, Verarbeitung und Lieferung, aber auch geschäftsmäßige Vereinbarungen wie zum Beispiel die Funktionskosten, die die Kooperationspartner beisteuern müssen. Zum Zweiten geht es darum, wie die regionalen Lieferketten organisiert werden:

- Eine Lieferkette betrifft die regionale Tourismuswirtschaft in Gestalt der Gastronomie und Hotellerie, aber auch Caterings für Veranstaltungen. Diese Kooperation bedarf einer Partnerschaftsstruktur, überprüfbarer Qualitätskriterien und spezieller Vereinbarungen, wie zum Beispiel die Nennung der LieferantInnen auf den Speisekarten oder gemeinsamer Werbestrategien.
- Eine andere Lieferkette betrifft die regionale Nahversorgung. Das Konzept geht von den bereits existierenden Verkaufsstellen aus, die großteils auch die Orte der Produktion sind (Ab-Hof-Verkauf, Sennereien), berücksichtigt bestehende (wie der freitägliche „Genussmarkt“ am Kufsteiner Fischergries) und neu zu initiiierende Bauernmärkte, eine effiziente Lieferlogistik in Kooperation mit lokalen Nahversorgern, über mobile Zustellung, über Bauernläden etc..

Kulinarische Veranstaltungen, z.B. begleitend zu Kulturevents, und eine kulinarische Genusswanderkarte sollen zu einem markenähnlichen Image der regionalen Produkte beitragen.

#### Angebotsdiversifizierung für einen nachhaltigen Tourismus (*Tourismus*)

Die lokale Gastronomie und Hotellerie soll vermehrt auf qualitativ hochwertige (möglichst biologisch erzeugte) und aus der Region kommende Köstlichkeiten setzen (Tiroler Gröstl, Moosbeernocken, Ausgezogene Nudeln, Krapfen, Kasspatzln, Pressknödeln, Fastenknödeln usw.), aus landwirtschaftlich-gewerblicher Produktion, aber auch in Zusammenarbeit mit überregional agierenden Unternehmen der Gesundheitsbranche, die ihren Sitz in der Region haben (z.B. Verival Bio in Langkampfen). Diese Aktionen werden zu einem guten Teil bereits mit der oben beschriebenen Marketingstrategie für landwirtschaftlich-gewerbliche regionale ErzeugerInnen einher. So können die Betriebe in eine „kulinarische Genusswanderkarte“ integriert werden. Die Angebotspalette eines Touristikbetriebes ist jedoch weitaus breiter, als die Region bereitstellen kann. Daher soll über Sensibilisierungs- und Informationsveranstaltungen der Bezug biologischer und fairer Produkte angeregt werden, auch wenn diese nicht aus der Region stammen können. Diese Aktion ist im Rahmen einer allgemeinen Ökologisierung zu sehen, die dem Gesamtbild eines naturnahen und nachhaltigen Tourismus angemessen ist.

Darunter fällt auch die Ökologisierung der lokalen Festkultur und des Veranstaltungswesens, sowie vor allem auch des Kongress- und Seminartourismus, der verstärkt beworben werden soll (siehe unten). Die einschlägigen Betriebe und Veranstalter werden für das Konzept der „Green Meetings“ und „Green Events“ sensibilisiert und mit entsprechenden Informationen ausgestattet. Gute Praxis wird medial hervorgehoben und dadurch Vorbildwirkung erzeugt. Neben der bewussten Auswahl der gastrokulinarischen Produkte wird die ressourcenschonende Gestaltung des Mobilitätsangebots (in Kapitel 3.3 dargestellt) für Gäste und Einheimische eine der wichtigsten Interventionslinien im Rahmen der Nachhaltigkeitsorientierung sein.

Der allgemeinen touristischen Angebotsdiversifizierung dienen weiters

- die Verbreiterung des Winterangebots: Alternativen zum Schifahren und Alternativen für schneearme Winter;
- naturnahe und umweltfreundliche Angebote, die Bewegung in freier Natur ermöglichen:
  - Ergänzung des regionalen Wandernetzes mit besonderem Augenmerk auf Naturerlebnis und Naturerfahrung;
  - Entwicklung mehrtägiger Wanderpackages und der dafür notwendigen Strukturen und Logistik durch Kopplung der bestehenden Wanderwege und Almhütten (Ausschilderung, Wegbeschreibung, Bewerbung, Gepäcktransport, Rücktransport etc.); vorzugsweise könnte eine fünftägige Tour vom Kaisergebirge zum Chiemsee entwickelt werden; die Wegroute sollte mit einem regional-kulinarischen Konzept der Almhüttenverpflegung und Erlebnisangeboten für mitwandernde Kinder verbunden werden sowie auch kurzzeitige Varianten (mit Regionsbus) vorsehen;
  - Anpassung und Neuentwicklung von Mountainbike Trails im Sinne des Landes-Gütesiegels „Bergwelt Tirol - Miteinander Erleben“;
  - Schließung des regionalen Radwegenetzes, auf dem sicheres, entspanntes und interessantes Radfahren für Jung und Alt möglich ist. Dieses Radwegenetz kann auch von den E-Bikern genutzt werden, die bereits ein ansehnliches Netz an Lade- und Rückgabestationen vorfinden;
  - Ausweisung geeigneter Parcours und Rundwege für ReiterInnen;
  - Forcierung des Kongress- und Seminartourismus, der von Haus aus mit den Kriterien der „Green Meetings“ und „Green Events“ (siehe oben) zu verbinden ist. Dies ist wohl eines der wichtigsten Vorhaben zur Saisonenerweiterung in Richtung Ganzjahrestourismus. Ein Mix an großen Beherbergungsbetrieben und gut koordinierten, gemeinsam auftretenden und gut vorbereiteten kleineren Anbietern („Albergo Diffuso“) kann auch die bei Kongressen typische punktuell hochschnellende Nachfrage nach Übernachtung und Verpflegung absorbieren. Und schließlich muss die Qualität und zeitliche Verfügbarkeit des gastronomischen Angebots verbessert werden, um sicherzustellen, dass die Gäste auch nach 20h in Tourismusorten noch ein warmes Essen bekommen.
- die Ansprache neuer Gästegruppen, wie zum Beispiel Menschen mit Behinderung. Investitionen in barrierefreie öffentliche und touristische Infrastrukturen fördern nicht nur die Chancengleichheit, sondern können auch einen erheblichen Wertschöpfungsbeitrag bewirken. Die Maßnahme ist unter Kapitel 3.3 dargestellt.

In allen diesen Bereichen können die Konzeptentwicklung, die Bildung von Anbieterkooperationen und gegebenenfalls innovative Umsetzungen unterstützt werden.

Die Zusammenarbeit der beiden Tourismusverbände „Ferienland Kufstein“ und „Kaiserwinkl“ soll durch laufende Abstimmungsgespräche, Harmonisierung der Angebote (z.B. teilweise oder gänzliche Anerkennung der Feriencard, gemeinsame Packages und Veranstaltungsserien) und zunehmende Kooperation im Außenauftritt (digitales und gedrucktes Informationsmaterial, Messeauftritte und

Pressefahrten) schrittweise intensiviert werden. Diese Zusammenarbeit soll der Annahme Rechnung tragen, dass die gesamte Region, richtig kommuniziert, eine stimmige Destination darstellt. Eine verbesserte Koordination und Darstellung der Veranstaltungen in der Region sollte durch die geplante Kulturvernetzung und Kulturagentur (siehe 3.2) bewirkt werden.

Die Destination Region Kufstein-Umgebung/Untere Schranne-Kaiserwinkl kann durch imagewirksame Leitprojekte erfolgreich in der Vorstellung der Einheimischen und Gäste verankert werden. Ideen für Projekte dieser Art gibt es bereits, so das in Planung befindliche „Naturerlebnis Kaisergebirge“ mit einem „Alpinarium“. Andere Projektideen sind im Zuge der Beratungsprozesse zur Erstellung der Strategie genannt worden: Das als „Alpendom“ bezeichnete Projekt eines Regions-Wahrzeichens mit dem Titel „Sehnsucht nach den Gipfeln“ an der Innbrücke, die Ebbs mit Oberaudorf verbindet, sowie in kleinerem Maßstab, die Erschließung des Pilgerorts Maria Klobenstein und der Entenlochklamm durch einen Rundwanderweg, die Erschließung der Kaiserbachklamm für Wanderer oder ein Wanderparcours rund um das Naturschutzgebiet Schwemm. Die LAG wird in jedem Fall die vorgelegte Idee bewerten und die Machbarkeit seiner Umsetzung im gegebenen strategischen und finanziellen Rahmen überprüfen. Mindestens zwei regional imagewirksame Leitprojekte sollen auf diese Weise unterstützt werden.

Andere Vorhaben im Rahmen der lokalen Entwicklungsstrategie werden weiter unten ausgeführt, wie zum Beispiel die Vernetzung des Kulturbetriebs und der regionale Veranstaltungskalender (siehe Kapitel 3.2) und ein durchgängig konzipiertes Mobilitätsnetz („Regionsbus“, e-biking...), das in Kapitel 3.4 dargestellt wird. Sie stehen in engem Zusammenhang mit der Konsolidierung und Ökologisierung des Tourismus in der Region.

### 3.1.6 Beschreibung von Kooperationsaktivitäten

#### Aufbau der Bildungsregion & Unternehmerische Innovation (*Innovation*) & Gewinnung von Fachkräften (*Wirtschaft*)

Da die EUREGIO einen Schwerpunkt in der Bildungs- und Schulkooperation gesetzt und einige erfolgreiche Aktionen umgesetzt hat, besteht großes Potenzial zur Kooperation mit bayerischen Partnern.

Des Weiteren kann in Fragen des Standortmarketing und der Gründungsberatung mit anderen technologiestarken Regionen kooperiert werden.

#### Marketing landwirtschaftlicher Qualitätsprodukte (*Land- und Forstwirtschaft*) & Naturnaher und vielseitiger Tourismus (*Tourismus*)

Die Schaffung regionaler Wertschöpfungskreisläufe und die Vermarktung von bäuerlich-gewerblichen Qualitätsprodukten über die Tourismuswirtschaft ist ein „Klassiker“, der in einigen LEADER-Regionen sehr brauchbare Lösungen hervorgebracht hat. Hier gilt es, von den „Besten“ zu lernen, um unnötige Fehlinvestitionen zu vermeiden. Daher bietet sich dieses Feld für entsprechende Kooperationen an.

Für Leitprojekte mit regionaler Bedeutung wird es Sinn machen, mit der benachbarten LAG Kitzbüheler Alpen zu kooperieren.



### 3.1.7 Zusammenfassende Darstellung in der Wirkungsmatrix

Thema	Entwicklungsbedarf	Strategischer Ansatz	Erwartete Resultate (Output)	Maßnahmen	Indikatoren	Basiswert	Sollwert	Quelle
<b>Bildungs- und Wissensregion (Innovation)</b>	Vernetzung, Integration und Profilierung des Bildungsangebots	Kooperation und Vernetzung der Bildungsanbieter zur optimalen Erfassung der Nachfrage und Abstimmung der Angebote	Bildungsanbieter arbeiten strategisch zusammen	Bildungsanbieter bilden einen Verbund, erheben den Bedarf, stimmen das Angebot aufeinander ab, erarbeiten gemeinsame Szenarien zur künftigen Entwicklung der Nachfrage	Gemeinsame Struktur und Strategie, Steuerungsprozesse und unterstützende Maßnahmen liegen vor	nein	ja	Vereinbarungen, Beschlüsse, Protokolle
	Potenzial der technologie-starken Wirtschaft im Raum Kufstein ausbauen	Innovationsimpulse durch die Verschränkung von Wirtschaft, Bildung und Wissenschaft	Es hat sich eine Bildungs- und Wissensregion formiert, die Innovationsimpulse auf die regionale Wirtschaft ausübt und konsistent vermarktet wird	Aufbau einer Wissens- und Innovations-Plattform für Vernetzung, die Veranstaltung von Dialogforen, Innovationswerkstätten und der gemeinsamen Arbeit an Zukunftskonzepten	Einrichtung und Moderation einer Plattform Bildungs-Wissens- und Innovationsplattform; Aufträge der Wirtschaft an die Wissenschaft; Wiederhall in Medien	0; 0; nein	Mindestens 20 teilnehmende Organisationen/ Unternehmen; Mindestens 5 Aufträge durch Unternehmen für F&E, Innovationen; Mindestens 5 Medienberichte	Berichte der Projektträger; UnternehmerInnenbefragungen ; Medienberichte
		Entwicklung von Berufsschul- und Fachhochschul-Curricula in Zukunftstechnologien mit Modellcharakter	Es liegen Konzepte für Lehr- und Studiengänge in Zukunftstechnologien vor	Erarbeitung von umsetzungsreifen Konzepten für Lehrgänge (Berufsschule) und FH-Studiengänge	Vorliegen umsetzungsreifer Konzepte	0	mindestens 3	Anerkennung der Konzepte durch Stakeholder (Bildungsanbieter, Landesregierung) als umsetzungswürdig und umsetzbar

Thema	Entwicklungsbedarf	Strategischer Ansatz	Erwartete Resultate (Output)	Maßnahmen	Indikatoren	Basiswert	Sollwert	Quelle
<b>Unternehmerische Innovation (Innovation)</b>	Die Voraussetzungen für die Ansiedlung von EPU und KMU verbessern	Unterstützung angehender UnternehmerInnen in der Gründung ihres Betriebs	Neue innovative Unternehmen wurden gegründet und qualifizierte Arbeitsplätze geschaffen	Bildung einer Projektgruppe; Konzertierte Start-up-Beratung (one-stop-shop); Coaching; Bereitstellung von betrieblichen Infrastrukturen (Büro) an zentralen Orten	One-stop-shop-System funktioniert in der Region; Start-up-Infrastruktur (Büro-/Gewerbeflächen) ist bereitgestellt	nein; 0	ja ; mindestens ein Standort mit Start-up-Infrastruktur und mindestens 3 betriebliche Nutzer	Ergebnisstatistik der Projektträger
		Gemeinsame Vorkehrungen für beschleunigten Breitband-Internet-Ausbau treffen	Die verantwortlichen Stellen haben sich für einen ehestmöglichen Ausbau des Breitband-Internet in der gesamten Region eingesetzt	Gemeinsamer Auftritt bei verantwortlichen Stellen; wiederholtes Nachfassen	Mindestens zwei medienwirksame Aktionen	0	2	Medienberichte

Thema	Entwicklungsbedarf	Strategischer Ansatz	Erwartete Resultate (Output)	Maßnahmen	Indikatoren	Basiswert	Sollwert	Quelle
<b>Gewinnung von Fachkräften (Wirtschaft)</b>	Informationsstand über Ausbildungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten verbessern	Sensibilisierung und Information vor allem jugendlicher InteressentInnen über Ausbildungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten in der Region	Regionale Lehr- und Berufsinformationsmessen werden konzipiert und veranstaltet	Das Konzept wird ausgearbeitet und ausverhandelt; BIM werden in regelmäßigen Abständen veranstaltet	Vorliegen des Konzepts für eine BIM und Abhaltung von mindestens drei Messen bis 2023	nein	ja; 3 BIM	Ergebnisstatistik der Aktion
			Der verpflichtende Berufsorientierungskompass für PflichtschülerInnen ist eingeführt	Die Erfahrungen der freiwilligen Pilotanwendungen werden ausgewertet und auf deren Basis verpflichtend eingeführt; Zusammenarbeit von Schulen, Wirtschaft und Sozialpartnern	Der Orientierungskompass ist in die Curricula der HS, NMS und PTS integriert	nein	75% der Schulen haben Kompass integriert; 60% der teilnehmenden SchülerInnen fühlen sich (sehr) gut informiert	Berichte der Schulen; TeilnehmerInnenbefragung / Feedbackbögen
	Qualifizierung für Zielgruppen ermöglichen, die vom Ausschluss vom Erwerbsleben bedroht sind	Maßgeschneiderte Unterstützung für Ältere, 50+, WiedereinsteigerInnen und Zuwanderer entwickeln und umsetzen	Arbeitsuchende ältere ArbeitnehmerInnen (50+) haben einen qualifizierten Arbeitsplatz gefunden	Sensibilisierung potenzieller Arbeitgeber; begleitende Anstellungsförderung; Motivierung und Qualifizierung der Arbeitsuchenden 50+	Neue Arbeitsplätze für ältere ArbeitnehmerInnen (50+)	0	50	Ergebnisstatistik (AMS)
		Ein Konzept für lebenslanges Lernen mit und für Betriebe entwickeln	Es liegt ein Konzept für lebenslanges Lernen für Betriebe, die ihre MitarbeiterInnen halten wollen, vor und wird in Betrieben der Region umgesetzt	Beauftragung von ExpertInnen und Einbindung von Sozialpartnern und Betrieben zur Erstellung des Konzepts; Piloteranwendung und danach Umsetzung des Konzepts in regionalen Betrieben	Zahl der Betriebe, die Konzept für lebenslanges Lernen für ihre MitarbeiterInnen umsetzen	0	30 Betriebe mit insgesamt 300 MitarbeiterInnen	Ergebnisstatistik der Aktion (Projektträger)
Fachkräfte gezielt anwerben	Standortmarketing für Fachkräfte	Die Region wird von qualifizierten Zu- und Rückwanderern als Lebensmittelpunkt gewählt	Die Wissens- und Innovationsplattform erarbeitet ein Marketingkonzept, das von allen beteiligten Stakeholdern umgesetzt wird, um Fachkräfte willkommen zu heißen	Vorliegen eines Welcome Package mit Info-Events und -material	nein	ja	Projektbericht	

Thema	Entwicklungsbedarf	Strategischer Ansatz	Erwartete Resultate (Output)	Maßnahmen	Indikatoren	Basiswert	Sollwert	Quelle
<b>Marketing landwirtschaftlicher Qualitätsprodukte (Wirtschaft)</b>	Geeignete Strukturen und Prozesse der Zusammenarbeit der ErzeugerInnen von Qualitätsprodukten aus Landwirtschaft aufbauen	Eine Kooperationsplattform und Vermarktungslogistik für landwirtschaftlich-gewerbliche Anbieter zur Versorgung der Bevölkerung und der Tourismusbetriebe schaffen	Es ist eine Kooperationsplattform der interessierten ErzeugerInnen geschaffen, die eine Vermarktungslogistik miteinschließt	Erhebung des Produkt- und Anbieterpotenzials; Sensibilisierung und Aufbau einer Kooperationsplattform; Erarbeitung eines Konzepts für die Vermarktungslogistik	Studie und kontinuierlich gewartete Datenbank über Produkte und ErzeugerInnen liegen vor	nein	ja	Datenbank online und gewartet
			Ein Pilotvorhaben zur Umsetzung des Marketingkonzepts wurde umgesetzt	Die Voraussetzungen für eine wirtschaftlich geführte gemeinsame Vermarktungsstruktur werden geschaffen; mit interessierten Betrieben wird ein Pilotvorhaben umgesetzt	Eine Kooperationsvereinbarung und ein Zusammenschluss der landwirtschaftlich-gewerblichen ErzeugerInnen mit geeigneter Rechtsform liegen vor; ein Konzept für die Vermarktungslogistik liegt vor; das Pilotvorhaben ist umgesetzt	10	>30 Anbieter beteiligen sich an Kooperationsvereinbarungen	Ergebnisstatistik des Projektträgers (Pilotvorhaben)
			In regionalen Tourismusbetrieben werden vermehrt hochwertige Produkte aus der Region angeboten	Es finden Sensibilisierungen und Veranstaltungen statt, um die Tourismusbetriebe stärker für die Verwendung lokaler Produkte zu gewinnen; im Pilotvorhaben werden gemeinsame Aktionen mit LandwirtInnen, gewerblichen ErzeugerInnen und Betrieben der Gastronomie/Hotellerie durchgeführt	Tourismusbetriebe weisen systematisch auf lokale Produkte und Bezugsquellen hin	Nur sporadische Sichtbarkeit hochwertiger lokaler Produkte	>50 Tourismusbetriebe weisen hochwertige lokale Produkte auf ihren Speisekarten aus	Berichte der TVB

Thema	Entwicklungsbedarf	Strategischer Ansatz	Erwartete Resultate (Output)	Maßnahmen	Indikatoren	Basiswert	Sollwert	Quelle
<b>Naturnaher und vielseitiger Tourismus (Tourismus)</b>  Bessere Auslastung und Wertschöpfung durch Angebotsdiversifizierung in Richtung Ganzjahrestourismus erzielen		Faire und biologische Produkte in Gastronomie und Hotellerie forcieren	Der Anteil der biologischen Produkte in der heimischen Gastronomie und Hotellerie hat sich erhöht	Die WirtInnen und Hoteliers werden sensibilisiert und entsprechend beraten; die Kooperation mit regionalen ErzeugerInnen biologischer Produkte wird intensiviert	GastronomInnen weisen systematisch auf biologische / faire Produkte und Bezugsquellen hin	Kaum Sichtbarkeit biologischer / fairer Produkte in der Gastronomie	>30 Tourismusbetriebe weisen hochwertige lokale Produkte auf ihren Speisekarten aus	Berichte der TVB
		"Green Meetings" und "Green Events" zum regionalen Standard machen	Ein großer Teil der einschlägigen Betriebe und Veranstalter ist für „Green Meetings“ bzw. „Events“ zertifiziert	Betriebe und Veranstalter sensibilisieren; Informationskampagne und Schulungen unterstützen; gute Praxis medienwirksam hervorheben	Anzahl der Informationsveranstaltungen zu "Green Meetings" und "Green Events"; Anzahl zertifizierter Betriebe und Veranstalter	Keine Veranstaltungen; keine zertifizierten Betriebe/Veranstalter	100% der Betriebe/Veranstalter sind informiert; 20% der Betriebe/Veranstalter sind zertifiziert	Berichte der TVB
		Angebotsdiversifizierung (Sport, Kultur, Freizeit, Erholung, Gesundheit)	Es gibt neue naturnahe Angebote für den Winter- und Sommertourismus	Unterstützung für Konzeptentwicklung (Betriebskooperationen und innovative GründerInnen)	Konzepte für neue Tourismusangebote	0	Fünf neue Angebote	Projektberichte
		Kongress- und Seminartourismus forcieren	Es finden mehr Kongresse und Seminare in der Region statt	Unterstützung für Konzeptentwicklung (Betriebskooperationen, innovative GründerInnen, Erweiterungsvorhaben)	Auslastung der Betriebe, die für Kongress-, Seminar- und Tagungstourismus Kapazitäten haben	Derzeitiges Potenzial: zusätzlich 100.000 Nächtigungen	Zusätzlich 30.000 Nächtigungen durch Kongress-, Seminar- und Tagungstourismus	Berichte der TVB
		Barrierefreies Reisen allgemein umsetzen	Die Region ist für barrierefreies Reisen approbiert	Erstellung eines Bedarfsplans; Unterstützung für Umsetzung und Bewerbung	Erwähnung bzw. Bewerbung für barrierefreies Reisen auf einschlägigen Websites (ÖAR, ÖW, Tirol-Werbung, iBFT etc.)	nein	ja	Erwähnung auf Website (z.B. <a href="http://www.austria.info">www.austria.info</a> ; <a href="http://www.urlaubfueralle.at/de/searchlist/destinations_at">http://www.urlaubfueralle.at/de/searchlist/destinations_at</a> etc.)

Die gesamte Region als Tourismusdestination begreifen, kommunizieren und vermarkten	Kooperation der beiden Tourismusverbände stärken	Die Gästekommunikation und Angebotsgestaltung ist zwischen beiden TVB abgestimmt	Regelmäßige Gespräche; Harmonisierung und komplementäre Gestaltung der Angebote (z.B. Feriencard...)	Regelmäßige Treffen und harmonisierte Angebote zwischen Tourismusverbänden Ferienland Kufstein und Kaiserwinkl	Punktuelle Absprachen; Keine Angebotskooperation	Systematische und regelmäßige Treffen; Mindestens drei konkrete Kooperationen	Interne Berichte der TVB
	Imagewirksame Angebote für die Gesamtregion	Es werden Leitprojekte im Natur- und Erlebnistourismus umgesetzt, die Imagewirkung für die gesamte Region haben	Prüfung der bestehenden Ideen und Suche nach weiteren; Planung und Sicherung von Projektträgerschaft und Finanzierung; Umsetzung und Bewerbung; Start	Mindestens zwei Leitprojekte; Anzahl BesucherInnen/NutzerInnen pro Jahr	0; 0	zumindest 2 Leitprojekte; 10.000 BesucherInnen jährlich ab 1. Betriebsjahr	Gätezählung



## 3.2 Aktionsfeld 2: Natürliche Ressourcen und kulturelles Erbe<sup>54</sup>

### 3.2.1 Auswahl der Aktionsfeldthemen und Beschreibung der Ausgangslage (Status quo)

#### Kulturvernetzung (*Kultur*)

Die Region liegt am nördlichen Abhang des Alpenhauptkamms und blickt nach Bayern. Durch die Lage als Grenz- und Durchgangsraum entlang der Verkehrsachse, die der Inn gebahnt hat, war sie in alten Zeiten umfедet – davon zeugt die Festung Kufstein –, erfreut sich aber seit über fünf hundert Jahren – mit kurzen, aber durchaus einschneidenden Unterbrechungen – einer friedlichen Atmosphäre und wirtschaftlicher Prosperität. In letzter Zeit hat sich Kufstein als Bildungsstandort einen Namen gemacht. Der Austausch mit dem bayerisch-deutschen Raum in Ausbildung, Studium, Berufsleben, Freizeit und Tourismus ist intensiv. Zuwanderer aus der Türkei, den Balkanstaaten und anderen Ländern haben in den dynamischen Wirtschaftsbetrieben im Unterinntal Arbeit gefunden. Viele sind geblieben und ihre Nachfahren gründen ihrerseits wieder Unternehmen in der Region.

Viele Menschen der Region sind immer noch stark mit Brauchtum, traditionellen Veranstaltungen und der alten Handwerkstradition verbunden. Der Ruf der Passionsspiele in Thiersee und Erl ist legendär. Letztere haben sich in jüngster Zeit zu einem Ort der musikalischen Hochkultur entwickelt. Erl ist Standort zwei Festspielhäuser geworden, die international wahrgenommen werden, und die Aufführungen sind ausgebucht. Auch in Kufstein hat sich ein breites Kulturangebot rund ums Jahr etabliert. In Kufstein wird derzeit ein Stadttheater mit 200 Sitzplätzen neu errichtet.

All diese Akzente fügen sich in ein vielschichtiges Gesamtbild, das leicht darüber hinwegtäuscht, dass es auch Entwicklungsbedarf gibt:

Einerseits gilt es für Einheimische wie Zugewanderte, die kulturelle Eigenart der jeweils „Anderen“ besser zu verstehen und in Beziehung zu bringen. Wer weiß schon, dass viele türkischstämmige KufsteinerInnen aus der Gegend um das westanatolische Uşak stammen und wie die Menschen dort leben? Wie auch immer, die Zukunft ist interkulturell, und das nicht nur in den Metropolregionen.

Andererseits wird das reiche Kulturangebot nicht übersichtlich dargestellt und so auch nicht wahrgenommen. Die Koordination in puncto Termingestaltung ist zuweilen mangelhaft. Kurzum, das Potenzial als Kulturregion wird nur teilweise ausgeschöpft. Nur gute Koordination und Vernetzung mit dem Tourismus und den Unternehmen der Region kann in weiterer Folge bewirken, dass die Veranstaltungsorte und Spielstätten adäquat das ganze Jahr über gut ausgelastet sind.

#### Jugendkultur (*Kultur*)

Die Jugend repräsentiert unsere Zukunft. Sie wächst mit den digitalen Kommunikations- und Ausdrucksformen auf und verfügt bereits in jungen Jahren über Kompetenzen, von denen die daseinsbestimmende Generation oft nur träumen kann. Etwas voreilig neigt man dazu, nur das wahrzunehmen, was die Jugend vom Bildungskanon der Altvordern nicht mitbekommen.

Für viele Jugendliche ist Interkulturalität selbstverständlicher Teil ihrer Lebensgestaltung. Die Jugend setzt eigene Impulse, aber sie braucht auch Ermunterung und Raum zur Entfaltung. Daher soll der Jugendarbeit und -kultur erhöhtes Augenmerk gewidmet werden. Und schließlich bedürfen die vielfältigen Kulturimpulse einer besseren gesamtregionalen Koordination und Sichtbarkeit.

<sup>54</sup> Der allgemeingültige Name des jeweiligen Aktionsfeldthemas ist um der Klarheit willen *kursiv* in Klammer beigefügt.

## Handwerk (Kultur)

Die Region kann auf eine alte Handwerkstradition zurückblicken. An dieser Stelle seien Pioniere wie der Nähmaschinenfinder Madersperger und die Familie Riedel genannt, die der Kultur des Weingenußes mit ihren Trinkgläsern einen epochalen Aufschwung verliehen hat. In der Riedel-Glasfabrik in Kufstein können wissbegierige BesucherInnen der Kunst der Glasbläserei beiwohnen und wertvolle Produkte erstehen. Doch auch in den Handwerkstraditionen für Gebrauchsartikel, von Schuhen bis Textilien, kann die Region auf eine solide Tradition verweisen. Nicht immer wird diese Tradition mit den Anforderungen des digitalen Zeitalters schritthalten können. So wie die Buchdruckerei werden noch weitere Metiers verschwinden, aber in vielen Fällen gelingt es, das alte Wissen mit neuen Technologien, wie Mechatronik und Informatik, auf überraschende Weise zu vereinigen. In der Kulinarik besinnt man sich allein schon aus Gründen eines neu erwachten Gesundheitsbewusstseins auf schon vergessen geglaubte Traditionen; und schließlich ist die biologische Landwirtschaft ein blendendes Beispiel für die Verbindung alter Fertigkeiten mit neuem Wissen. Die Diversifizierung und Stärkung lokaler Wirtschaftskreisläufe, die die Pflege und Neuerfindung des Handwerks mit sich bringt, kann mit der Wiederbelebung und Attraktivierung der Orts- und Stadtkerne höchst wirkungsvoll kombiniert werden.

### 3.2.2 Grundstrategie bzw. strategische Stoßrichtung in den Aktionsfeldthemen

#### Kulturvernetzung (Kultur)

- Eine verbesserte **Koordination des regionalen Kulturangebots** sorgt nicht nur für bessere Information der potenziellen BesucherInnen, sondern auch in weiterer Folge für eine rationellere Veranstaltungsorganisation und höhere Auslastung der bestehenden Spielorte und Veranstaltungsstätten. Hier braucht es eine überregionale, also grenzüberschreitende Perspektive. Vor allem die Jugend kennt hinsichtlich ihrer Konzert- und Festbesuche schon lange keine Staatsgrenze mehr.
- KulturanbieterInnen sind teils mit der Tourismuswirtschaft, teils mit den Gemeinden verbunden; daher sind alle drei Partner zur Kooperation aufgerufen, die zunächst über die LAG initiiert wird. Ziel ist es, eine **regionale Kulturagentur** aufzubauen, die als zentrale Koordinationsstelle für die Kulturveranstalter und –schaffenden sowie als Schaufenster für die überregionale und internationale Vermarktung des Kulturangebots fungiert.
- Überregionale Koordination bewährt sich auch in der Veranstaltung von **Biennalen**, die der gemeinsamen Arbeit an einer gemeinsam bestimmten Thematik und der Gestaltung eines entsprechend reichhaltigen Kulturangebots in allen Gemeinden gewidmet sind. Hier sollen möglichst viele BewohnerInnen einbezogen werden, über alle Altersgruppen, Bildungsschichten und Herkünfte hinweg. Der Kulturbegriff soll hier sehr weit gefasst werden und auch das Handwerk miteinbeziehen.
- In der **interkulturellen Arbeit** geht es darum, die Vielfalt aufgrund Herkunft und Lebensweisen sichtbar zu machen und zu würdigen. Diese Arbeit geschieht auf gleicher Augenhöhe aller Beteiligten, dann wird sie auch eine durchaus erwünschte Nebenwirkung zeitigen, nämlich soziale Inklusion und die Vermeidung von Ghettobildungen. In der interkulturellen Arbeit geht es nicht um Verschmelzung und Integration um jeden Preis, auch wenn hier und da im scheinbar so Unterschiedlichen überraschende Ähnlichkeiten hervortreten. Wenn sich über diverse Bildungs- und Publikumsveranstaltungen, gemeinsame Unternehmungen in Sport und Kultur, im Wohn-, Freizeit- und Arbeitsbereich neue Wege und Formen gedeihlichen Miteinanders ergeben, aber sich auch die Einsicht einbürgert, dass durchaus Widersprüchliches nebeneinander existieren

darf, ohne einander zu beeinträchtigen, haben diese Initiativen bereits eine gute Basis für gestärktes Regionsbewusstsein in Zeiten des Wandels gelegt. Der Regionalökonom Richard Florida spricht von „3T“, die besonders erfolgreiche Regionen auszeichnen: Talente, Technologie und Toleranz. Die beiden ersten T's sind im Fokus des unter 3.1 beschriebenen strategischen Schwerpunkts (Bildungsregion). Hier geht es um Toleranz, die sich erst erweist, wenn wir etwas akzeptieren, was uns zunächst einmal *nicht* gefällt. Sie setzt den Gebrauch der Vernunft voraus.

#### Jugendkultur (Kultur)

- Den **Ausdrucksformen der Jugendkultur** und den Interessen der Jugendlichen soll besonderes Augenmerk gewidmet werden. Zunächst gilt es, diese besser zu verstehen.
- Darauf aufbauend soll dem **Gestaltungswillen der Jugend mehr Raum** gegeben werden, indem sie bedarfsgerecht unterstützt werden. Hier und da sollten Impulse gesetzt werden, und vor allem geht es darum, die Früchte ihrer Initiativen sichtbar zu machen. Jugendgruppen sollen sich in der Lage sehen, bei Bedarf auf professionelles Coaching zurückgreifen zu können und in Organisation und Logistik für die Veranstaltung ihrer eigenen Events unterstützt zu werden.

#### Handwerk (Kultur)

- In der Orts- und Stadtkernrevitalisierung, aber auch in der Entwicklung touristischer Angebote (geschichtlicher und interpretativer Tourismus) soll ein besonderes Augenmerk auf den kulturellen und geschichtlichen **Wert der regionalen Handwerkskunst** gelegt werden.

### 3.2.3 Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023)

#### Kulturvernetzung (Kultur)

- ❖ Ein digitalisierter und interaktiver Veranstaltungskalender über die gesamte Region, mit weiteren Informationen über die angrenzenden Regionen (Unterland, Oberbayern), ist online und wird von einer Geschäftsstelle kontinuierlich gewartet.
- ❖ Die regionalen KulturbetreiberInnen, EventmanagerInnen, die Tourismuswirtschaft und Gemeinden schließen sich zu einer Kulturregion zusammen und kooperieren für eine weitere Ausgestaltung und Präsentation des regionalen Kulturangebots sowie für seine überregionale Vermarktung.
- ❖ Die Gemeinden verständigen sich über bestimmte Themen, die zumindest alle zwei Jahre in Form unterschiedlichster kultureller und pädagogischer Angebote in allen Gemeinden aufgearbeitet und präsentiert werden.
- ❖ Interkulturelle Veranstaltungen und Plattformen für gesellschaftliches Lernen und kulturellen Austausch werden organisiert.

#### Jugendkultur (Kultur)

- ❖ Die Bedürfnisse der Jugendlichen hinsichtlich Freizeit- und Kulturangebot sowie deren Möglichkeiten für eigenständige Kulturproduktion wurden in einem dialogorientierten Verfahren erhoben und sind bekannt.

- ❖ Die relevanten Akteure (Jugendliche, private und öffentliche Kulturinitiativen, VeranstalterInnen, Gemeinden) haben Impulse für Jugendkultur gesetzt und Jugendlichen die Möglichkeit für kulturelle Eigenproduktionen gegeben.

#### Handwerk (Kultur)

- ❖ Das regionale Handwerk erfährt in der Orts- und Stadtkernrevitalisierung und im Zusammenhang mit kulturellen und touristischen Aktivitäten besondere Wertschätzung und Aufwertung.

### 3.2.4 Erfolgsindikatoren

#### Kulturvernetzung (Kultur)

Indikator	Basiswert	Sollwert	Evidenzverfahren
Online-Veranstaltungskalender existiert und wird regelmäßig gewartet; Anzahl der Zugriffe	Nein ; 0 Zugriffe	ja; 1500 Zugriffe pro Monat nach dem 1. Jahr	Website; Google-Statistik
Eine Kulturagentur ist gegründet und funktioniert; Anzahl der regelmäßig kooperierenden Institutionen/Unternehmen/ Vereine	nein	ja; mindestens 40 Organisationen aus mindestens 10 Gemeinden	Vorhandensein und Funktionieren der Kulturagentur
Umsetzung von zwei Biennalen über Regionsthemen bis 2023	0	2	Medienberichte
Art und Anzahl der interkulturellen Aktionen; Art und Anzahl der Beteiligten; Öffentlichkeitswirksamkeit	Nein ; 0 ; 0 Medien- berichte	ja; >10 beteiligte Organisationen oder Institutionen; 20 Berichte	Projektberichte; Medienauswertung

#### Jugendkultur (Kultur)

Indikator	Basiswert	Sollwert	Evidenzverfahren
Vorliegen der Jugendkultur-Erhebung; Jugendliche wurden für das Vorhaben gewonnen	nein ; 0	Ja ; > 20 Jugendliche gewonnen	Studie; Anzahl der aktivierten Jugendlichen
Vorhandensein von Unterstützung; Anzahl Jugendkulturprojekte u. Medienberichte	nein ; 0 ; 0	ja; 3 Projekte; 10 Medienberichte	Projektberichte; Medienauswertung

#### Handwerk (Kultur)

Indikator	Basiswert	Sollwert	Evidenzverfahren
Zahl der Aktionen zur Aufwertung der regionalen Handwerkskultur; zusätzlich geschaffene Lehrstellen in Unternehmen, die an Handwerkstraditionen anknüpfen	0 ; 0	5 ; 5	Projektberichte, AMS-Statistik

### 3.2.5 Aktionsplan (Maßnahmen) zur Erreichung der Resultate

#### Kulturvernetzung (Kultur)

Die Kulturanbieter, Gemeinden und Touristiker richten eine Dialog- und Kommunikationsplattform ein, die guten Informationsfluss ermöglicht. Sie treffen sich regelmäßig zur Abstimmung des kulturellen Angebots und für die Generierung neuer Ideen für Kulturangebote, die auch in Kooperation organisiert werden können. Aus dieser Kooperation geht zunächst ein digitalisierter, interaktiver Veranstaltungskalender hervor, der von einer Geschäftsstelle zeitnah gewartet wird und der einen klaren und raschen Überblick über die Kulturangebote der nächsten Wochen und Monate in der Region erlaubt. Der Veranstaltungskalender soll nicht auf die engen Grenzen der Region beschränkt bleiben, sondern auch einen Überblick über die Angebote im weiteren Umkreis liefern, vor allem auch im bayerischen Raum.

In weiterer Folge schließen sich die involvierten Organisationen noch enger zusammen, um eine Kulturagentur zu gründen, deren Aufgabe es ist, das Kulturangebot zu koordinieren und zu bündeln, Impulse für weitere innovative Kulturangebote zu setzen – vor allem auch im „kulturellen Grenzverkehr“ mit Bayern –, das gesamte Angebot zu präsentieren (Website, Flyer, Aufsteller, Werbeflächen) und überregional und international zu vermarkten.

Aus der Dialog- und Kommunikationsplattform geht ein weiteres Projekt hervor, das zum Ziel hat, im Abstand von etwa zwei Jahren ein themenorientiertes, auf mehrere Wochen im Jahr beschränktes Kunst-, Kultur- und pädagogisches Angebot zu bieten, das sich in allen Gemeinden manifestiert. Hierzu ist Mobilisierungsarbeit in allen gesellschaftlichen Bereichen zu leisten. Die Mitwirkung von Schulen, lokalen Vereinen und Handwerksbetrieben ist dabei besonders gefragt.

Auch die interkulturellen Aktionen beginnen damit, dass Vereine, Initiativen und kreative Einzelpersonlichkeiten aus dem Kreis der Zuwanderer mit Vereinen und Initiativen der Einheimischen in regelmäßigen Kontakt treten. Hier bringen sich auch die Kulturbeauftragten der Gemeinden ein. Dieser Kreis generiert Ideen für Veranstaltungen und Plattformen für gesellschaftliches Lernen und kulturellen Austausch. Es geht darum, Begegnungsorte und –gelegenheiten zu inszenieren. Das kann über Sport, Kulinarik, Handwerk, darstellende und bildende Kunst und viele andere Medien geschehen. Wichtig ist hier auch die gemeinsame Reflexion der Prozesse, die sich vor, während und im Umfeld solcher Veranstaltungen abspielen. Die Medien werden darin sinnvoll eingebunden.

#### Jugendkultur (Kultur)

Um die kulturellen Ausdrucksformen der Jugendlichen besser zu verstehen, sollen sie zunächst im Rahmen einer aktivierenden Studie erhoben werden. JugendvertreterInnen und –organisationen stimmen sich mit Kulturanbietern, GemeindevertreterInnen und anderen Interessierten ab. In diesem Kreis wird die Erhebung konzipiert und beauftragt. Sie soll nicht nur Wissen über die regionale Jugendkultur generieren, sondern auch die Eigenaktivität der Jugendlichen stärken.

Kulturelle Aktivitäten der Jugendlichen werden begleitet, gestärkt (mittels bedarfsgerechtem Coaching oder Training) und sichtbar gemacht. Inbegriffen sind organisatorische und logistische Unterstützung für Proben, Aufführungen und Begegnungen, etwa im Rahmen von regionalen Festivals. Wesentlich wird hier die Vernetzung mit anderen Tiroler Regionen über die Tiroler

Kulturinitiativen/IG Kultur Tirol und über den Verein Jugendland sein. Flankierende Maßnahmen, wie ein „Kulturbus“ im Rahmen des regionalen Mobilitätskonzepts (siehe 3.4) unterstützen die gesetzten Initiativen. Auch geht es darum, Impulse zu setzen, die „noch nicht“ aktive Jugendliche ermuntern, sich aktiv zu beteiligen. Das Projekt soll hauptsächlich von VertreterInnen des FH-Lehrgangs Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement initiiert und mitgetragen werden.

#### Handwerk (Kultur)

In den Orts- und Stadtkernrevitalisierungsmaßnahmen (siehe 3.4.5) wird besonderes Augenmerk auf die Ansiedelung oder Weiterführung von Handwerksbetrieben gelegt. Dies erfordert ein enges Zusammenwirken der Gemeinden (Leerflächenmanagement) mit Wirtschaftskammern (Betriebsnachfolge, Weiterbildungen), AMS (Ausbildung, Lehre) und UnternehmerInnen der einschlägigen Branchen (Textil, Schuhe, Holz- und Metallbearbeitung, Bau, Lebensmittel und Kulinarik...). Neben Informationsbroschüren und Veranstaltungen und Dialogtreffen sind gemeinsame Exkursionen zur Bewusstseins- und Weiterbildung geplant. Es wird angestrebt, durch das Zusammenwirken der genannten Akteure Pilotaktionen umzusetzen, die Lern- und Erlebnischarakter haben. Das kann ein „Haus des Handwerks“ sein oder freizeitpädagogische Lern- und Erlebnisorte für Einheimische und Gäste. Besonders die Jugend soll angesprochen werden, denn nur wenn sich Jugendliche dafür entscheiden, einen Handwerksberuf erlernen zu wollen, wird Handwerk eine Zukunft haben.

### 3.2.6 Beschreibung von Kooperationsaktivitäten

#### Kulturvernetzung & Jugendkultur & Handwerk (Kultur)

Gerade für die Aktivitäten zugunsten der Jugendlichen wird es Sinn machen, sich zum Zwecke des Erfahrungsaustauschs und der Begegnung zwischen jungen Menschen aus unterschiedlichen Ländern, um transnationale Kooperationspartner umzusehen.



### 3.2.7 Zusammenfassende Darstellung in der Wirkungsmatrix

Thema	Entwicklungsbedarf	Strategischer Ansatz	Erwartete Resultate (Output)	Maßnahmen	Indikatoren	Basiswert	Sollwert	Quelle
<b>Kultur- vernetzung (Kultur)</b>	Verbesserte Koordination und Zugänglichkeit des gesamten Kulturangebots	Kooperation zwischen Kultur-anbietern, Gemeinden, Tourismus-wirtschaft stärken	Ein digitalisierter, interaktiver, grenzüberschreitender Veranstaltungskalender liegt vor und wird gewartet	Entwicklung eines Erfassungssystems; Beauftragung einer Geschäftsstelle für Pflege und Wartung	Online-Veranstaltungskalender existiert und wird regelmäßig gewartet; Anzahl der Zugriffe	Nein ; 0	ja; 1500 Zugriffe pro Monat ab dem ersten Jahr	Website; Google-Statistik
			Kulturanbieter, Gemeinden und Tourismuswirtschaft koordinieren sich zum Zwecke einer optimalen Angebotsgestaltung, Präsentation und überregionalen Vermarktung	Einrichten einer Dialog- und Kommunikationsplattform; Abstimmung mittels regelmäßiger Treffen; Generierung von Ideen über neue Angebote, Kooperationen; Gründung und Betrieb einer regionalen Kulturagentur	Eine Kulturagentur ist gegründet und funktioniert; Anzahl der regelmäßig kooperierenden Institutionen/Unternehmen/ Vereine	nein	ja; Mindestens 40 Organisationen aus mindestens 10 Gemeinden	Vorhandensein und Funktionieren der Kulturagentur
			Die Region veranstaltet alle zwei Jahre eine Biennale über ein gemeinsames Thema mit Kultur- und pädagogischen Angeboten in allen Gemeinden	Verständigung über das Projekt im Rahmen der Kommunikationsplattform; Auswahl der Themen für die ersten drei Events; Ideenphase; Beauftragung von KünstlerInnen, Kulturschaffenden; Umsetzung (mehrwöchige Events)	Umsetzung von zwei Biennalen über Regionsthemen bis 2023	0	2	Medienberichte
	Bewusstseinsbildung für interkulturelles Verstehen	Förderung interkultureller Aktivitäten und Dialoge	Aktionen für interkulturellen Austausch und Verständnis sind gesetzt worden	Interkulturelle Veranstaltungen und Plattformen für gesellschaftliches Lernen und kulturellen Austausch werden organisiert	Art und Anzahl der interkulturellen Aktionen; Art und Anzahl der Beteiligten; Öffentlichkeitswirksamkeit	Nein; 0; 0 Medien-berichte	ja; >10 beteiligte Organisationen oder Institutionen; 20 Berichte	Projektberichte ; Medien-auswertung

Thema	Entwicklungsbedarf	Strategischer Ansatz	Erwartete Resultate (Output)	Maßnahmen	Indikatoren	Basiswert	Sollwert	Quelle
<b>Jugendkultur (Kultur)</b>	Förderung kultureller Aktivitäten der Jugend	Zusammenarbeit zur Setzung von Impulsen und Unterstützung der kulturelle Aktivitäten der Jugend	Die kulturellen Interessen und Aktivitäten der Jugendlichen sind in beteiligungsorientierter und aktivierender Weise erhoben worden	Abstimmung zwischen VertreterInnen der Jugend und Jugendorganisationen, Gemeinden, KulturakteurInnen etc.; Konzeption und Durchführung einer Erhebung	Vorliegen der Jugendkultur-Erhebung; Jugendliche wurden für das Vorhaben gewonnen	Nein; 0	Ja; 10 Jugendliche gewonnen	Studie ; Anzahl der aktivierten Jugendlichen
		Impulse (Aktionen) und Unterstützung der Jugendlichen für Eigenproduktionen	Jugendgruppen sind darin unterstützt worden, kulturelle Eigenproduktionen zu erarbeiten und aufzuführen	Unterstützung von Jugendlichen zur Umsetzung eigener Ideen; begleitendes Coaching und bedarfsorientierte Trainings; Hilfe in organisatorischen, administrativen und logistischen Fragen; zusätzliche Impulse zur Ermunterung aktivierbarer Jugendlicher	Vorhandensein von Unterstützung; Anzahl der Projekte; Anzahl Medienberichte	nein ; 0 ; 0	ja; Anzahl Projekte, Anzahl Aktiver und Anzahl BesucherInnen; 10 Medienberichte	Projektberichte; Medieneauswertung
<b>Handwerk (Kultur)</b>	Pflege und Weiterentwicklung der regionalen Handwerkskultur	Aufwertung des regionalen Handwerks und Verbindung mit neuen Produktionsformen und Märkten	Durch erhöhte Wertschätzung erfährt die regionale Handwerkstradition eine Stärkung	Bewusstseinsbildung und Vernetzung der AkteurInnen; Förderung von Pilotaktionen (Orts-/Stadtkernbelebung, Lern-/Erlebnisorte)	Pilotaktionen zur Sichtbarmachung des regionalen Handwerks; Anzahl neu geschaffener Lehrstellen im traditionellen Handwerk	nein; 0	5 Pilotaktionen; 5 neu geschaffene Lehrstellen	Projektberichte; AMS-Statistik



### 3.3 Aktionsfeld 3: Gemeinwohl<sup>55</sup>

#### 3.3.1 Auswahl der Aktionsfeldthemen und Beschreibung der Ausgangslage (Status quo)

##### Soziale Dienste (*Dienstleistungen*)

Während die Urbanisierung im Inntal die Gesellschaft vor neue Herausforderungen stellt (lokale Verdichtung bestimmter Problemlagen, wie Verhaltensauffälligkeiten, Ghattobildung, Probleme der öffentlichen Sicherheit), ist es die Erosion von Strukturen und Leistungen der Daseinsvorsorge in peripheren Orten, die erhöhtes Augenmerk erfordern. Zur Lebensqualität im ländlichen Raum zählt auch die flächendeckende Versorgung der Region mit Fachärzten und Ärzten der Allgemeinmedizin.

Ähnlich sind beiden Teilräumen die zunehmende Alterung der Gesellschaft und die immer noch ungleich verteilten familiären Belastungen und damit auch Berufschancen von Frauen und Männern. Die vier Sozial- und Gesundheitssprengel, die in der Region für Pflegedienste zuständig sind, können zurzeit aus rechtlichen Gründen die Pflegebedürftigen nur bis zu drei Stunden täglich betreuen. Wenn diese außerhalb dieser Zeiten Hilfe benötigen, bleibt nur der Weg ins Spital, und das ist sowohl aus der Perspektive des Wohlbefindens als auch vom Effizienzstandpunkt her keine gute Lösung. Die Pflegedienste sollten daher permanent in Rufbereitschaft sein und auch nächtens Hilfestellung bieten können. Schließlich besteht auch für hilfsbedürftige Personen, die zu Hause von Angehörigen betreut werden können, zeitweise Unterstützungsbedarf, damit die pflegenden Angehörigen auch einmal ein paar Tage fortfahren können. Hierfür bräuchte es Entlastungsangebote, also PflegerInnen, die zu Hause „einspringen“. Eine andere Möglichkeit bestünde in der mehrtägigen Unterbringung in Altenwohnheimen; für die Schaffung von Pflegeplätzen sind jedoch die Gemeinden selbst zuständig.

All diese Anliegen liefern gute Gründe dafür, warum die Gemeinden immer stärker auf interkommunale Kooperation und die Kooperation mit sozialen Initiativen und spezialisierten Einrichtungen für den Ausbau und die Neugestaltung sozialer Dienstleistungen setzen. Die Betreuung von Kleinkindern, Kindern und Jugendlichen, die Betreuung und Versorgung alter und pflegebedürftiger Personen sind wichtige Aufgaben, die gemeinsam mit VertreterInnen der betreffenden Gruppen beziehungsweise der für ihr Wohl verantwortlichen Menschen gelöst werden müssen; diese Lösungen sind immer öfter überörtlich, sektorübergreifend und/oder mobil organisiert. Mit dem Konzept der „Green Care“ ergeben sich auch neue Perspektiven für landwirtschaftliche Betriebe.

##### Inklusion (*Chancengleichheit*)

Österreich wird älter, und zwar überall mit Ausnahme der Metropole Wien mit ihrer hohen Zuwanderungsrate. Trotz des Alterungsprozesses der Gesellschaft haben gerade ältere ArbeitnehmerInnen immer schlechtere Chancen, eine einmal unterbrochene berufliche Karriere wieder aufnehmen zu können. Zu jung für eine reguläre Pensionierung, aber zu alt, um eine neue Existenz zu gründen, finden sich viele Menschen in einer prekären sozialen Lage wieder.

Gleichzeitig fehlt es an gemeinwohlorientierten Dienstleistungen, ob bezahlt oder ehrenamtlich. Unter Nutzung geeigneter Fördermöglichkeiten sollen daher ältere Erwerbsfähige oder junggebliebene PensionistInnen entweder für bezahlte Sozialarbeit oder für freiwillige Arbeit in gemeinnützigen Vereinen gewonnen und entsprechend ausgebildet werden. Diese Ausbildung ist im

<sup>55</sup> Der allgemeingültige Name des jeweiligen Aktionsfeldthemas ist um der Klarheit willen *kursiv* in Klammer beigefügt.

Zusammenhang mit Aus- und Weiterbildungen für WiedereinsteigerInnen, bildungsferne Gruppen und ältere ArbeitnehmerInnen zur Befähigung für den ersten Arbeitsmarkt zu sehen (siehe 3.1).

Ganz generell soll der Freiwilligenarbeit stärkeres Augenmerk geschenkt werden, denn soziale, lokale, regionale Entwicklung ohne den unentgeltlichen Einsatz der Menschen mit all ihrer Fähigkeit und Hingabe ist undenkbar. Das Projekt „Freiwilligenpartnerschaft Tirol“ bietet hier willkommene Unterstützung<sup>56</sup>.

Im Zusammenhang mit der interkulturellen Arbeit (siehe 3.2) steht auch die soziale Arbeit, die die Inklusion von ArbeitsmigrantInnen oder Asylsuchenden zum Ziel hat. Besonders hier bedarf es interkommunaler Abstimmung, denn es geht vor allem darum, räumliche Konzentration marginalisierter Gruppen ohne Anschluss an die lokale Bevölkerung und das soziale Leben in der Region zu vermeiden. Minder qualifizierte Zuwanderer sollen durch spezifische Angebote ihre Chancen erhöhen, sich in das Wirtschaftsleben einzugliedern. Dafür sind Deutschkenntnisse sehr wichtig – mit oder ohne Tiroler Dialektfärbung. Wir vergessen dabei nicht, dass die verschiedenen Sprachen der Zugewanderten auch eine besondere Wissensressource für die Region darstellen, die ja wirtschaftlich mit vielen, auch fernen Ländern vernetzt ist.

Die barrierefreie Gestaltung der öffentlichen Gebäude und Verkehrswege, aber auch der Einrichtungen für den Personennahverkehr (siehe Kap. 3.4 zum Thema „Mobilität“) und der Kommunikation mit den BürgerInnen (Websites, Beschriftungen in Museen etc.), ist ein wichtiges Anliegen der Gemeinden. Diese werden in kooperativer Weise kostengünstige Lösungen für Barrierefreiheit finden und in der ganzen Region umsetzen.

### 3.3.2 Grundstrategie bzw. strategische Stoßrichtung in den Aktionsfeldthemen

#### Soziale Dienste (*Dienstleistungen*)

- Für den starkem Urbanisierungsdruck unterliegenden Inntal von Schwoich über Kufstein nach Ebbs soll eine umfassende **Studie über Lebensqualität und Sozialstruktur** in Auftrag gegeben werden. In dieser Studie sollen die Folgen des erhöhten Verkehrsaufkommens, der zunehmenden Siedlungsdichte und der damit einher gehenden Konzentration sozialer Problemlagen, lokale Armutsinseln, Arbeitslosigkeit und soziale Bedürftigkeit, Verhaltensauffälligkeiten von Kindern und Jugendlichen in den Pflichtschulen und die wachsende Kriminalität erhoben werden. Aus dieser umfassenden Erhebung werden Empfehlungen für soziale Interventionen abgeleitet, die von den regional verantwortlichen Stellen in Zusammenarbeit mit der Zivilgesellschaft umgesetzt werden.
- Für die Sicherstellung einer optimalen **ärztlichen und fachärztlichen Versorgung** in allen Gemeinden wird eine Bedarfserhebung in Auftrag gegeben, deren Ergebnisse zu gezielten und gemeindeübergreifend abgestimmten Ansiedelungen führen werden.
- Die zwölf Gemeinden werden eine umfassende **Bedarfserhebung für den Ganztages-Betreuungsbedarf an Kleinkindern, Kindern und Jugendlichen** in Auftrag geben. Aus den Ergebnissen der Studie über den Betreuungsbedarf lassen sich Orte und Umfang der notwendigen **Vorkehrungen für die Betreuung von Kindern und Jugendlichen** ableiten. Diese Einrichtungen sollen gemeinsam mit lokalen Initiativen jeweils über mehrere Gemeinden entwickelt werden. Innovative Lösungen, wie die Verbindung mit einer Tagesheimstätte für ältere MitbürgerInnen, werden vorzugsweise geprüft. Bei den Jugendlichen geht es nicht nur um

---

<sup>56</sup> Die Freiwilligenpartnerschaft Tirol wird für die LAG Kufstein@Kaiser vom Regionalmanagementverein Kitzbüheler Alpen betreut.

die Betreuung an sich, sondern auch um außerschulische Aktivitäten, die sportlicher, kreativer, künstlerischer Natur sein können, aber auch dem lustvollen Lernen Raum geben sollen. So wird ein direkter Zusammenhang zu den Aktivitäten der „Kulturregion“ (siehe Kapt. 3.2) hergestellt.

- Für die **Betreuung älterer und pflegebedürftiger MitbürgerInnen** sollen möglichst gute Lösungen gefunden werden, die ein Wohnen zu Hause, im Kreise oder nahe ihrer Familie, ermöglichen, ohne die Familienangehörigen, zumeist Frauen, über Gebühr in Anspruch zu nehmen. Um gesamtregionale Lösungen entwickeln zu können, die die derzeitigen Lücken in der Betreuung Pflegebedürftiger, vor allem auch der Intensivpflegefälle, beheben, sollen die so genannten Nahtstellentreffen erweitert werden, sodass Krankenhäuser, Dienststellen, Gemeinden und Umsetzungspartner einander noch besser abstimmen können. Wenn sie mit einer Stimme sprechen, sind sie auch besser in der Lage, die Pflegedienste an den Bedarf anzupassen.
- Mit dem Ansatz der **Green Care** ist es möglich, Menschen unterschiedlichen Alters und mit unterschiedlichen Bedürfnissen ein Miteinander in einem landwirtschaftlichen Umfeld zu ermöglichen, in dem Pädagogik, Therapie, Pflege und Sozialarbeit integriert werden.

### Inklusion (*Chancengleichheit*)

- **Älteren Erwerbsfähigen und jüngeren PensionistInnen** wird in Zusammenarbeit mit Vereinen und Verbänden, dem Arbeitsmarktservice und Bildungsinstitutionen die Möglichkeit geboten, sich für eine gemeinwohlorientierte Arbeit aus- oder weiterbilden zu lassen und eine entsprechende Beschäftigung anzunehmen.
- Die Unterstützung für **Freiwilligenarbeit** soll durch die Zusammenarbeit von Institutionen und Initiativen gebündelt, besser koordiniert und dadurch auch verbessert werden.
- Um die Bedingungen für die **Inklusion minder qualifizierter Zuwanderer oder Asylsuchender** zu verbessern, werden in Zusammenarbeit mit den VertreterInnen der betreffenden Communities soziale Betreuung und Befähigungskurse (Intensivierung der bereits jetzt angebotenen Deutschkurse, aber auch wirtschafts- und technologieorientierte Ausbildungen) angeboten. Eine besondere Zielgruppe stellen die (vor)schulpflichtigen Kinder dar, da über sie auch deren Mütter leichter angesprochen werden können.
- **Barrierefreiheit** soll in öffentlichen Gebäuden, Verkehrswegen, Kommunikationsmitteln etc. allgemein umgesetzt werden. Das stimmt mit den Bestrebungen der Tourismusverbände überein, sich als Destination für barrierefreies Reisen zu etablieren (siehe 3.1<sup>57</sup>).

### 3.3.3 Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023)

#### Soziale Dienste (*Dienstleistungen*)

- ❖ **Es liegt eine Studie über Urbanisierungsfolgen im Verdichtungsraum Inntal vor, aus der sich geeignete Interventionen zur Qualifizierung, Integration, sozialer Betreuung und Prävention, Infrastrukturausbau u.v.a.m. ableiten lassen.**

---

<sup>57</sup> Siehe dazu auch die Website der Tirol Werbung: <http://www.tirol.at/barrierefrei>

- ❖ Eine Studie über den langfristigen Bedarf an ärztlicher Versorgung in der Region liegt vor und die Gemeinden haben sich über die Ansiedelung von Fachärzten und Ärzten der Allgemeinmedizin gemäß den Empfehlungen der Studie verständigt.
- ❖ Auf Basis einer umfassenden Bedarfserhebung wird eine überörtlich akkordierte, bedarfsgerechte und leistbare Ganztages- und Ganzjahresbetreuung für Kinder und Jugendliche in der gesamten Region verwirklicht.
- ❖ Es wurden attraktive Ganztages- und Freizeitangebote für die Jugendlichen entwickelt, die teilweise auch zum kulturellen Leben der Region beitragen (siehe 3.2).
- ❖ Es gibt überörtlich akkordierte mobile und flexible Dienste zur Betreuung älterer und pflegebedürftiger MitbürgerInnen, die es vorziehen, daheim zu wohnen, sodass der Bedarf der regionalen Bevölkerung gedeckt ist und die pflegenden Angehörigen bei Bedarf entlastet werden können.
- ❖ Es werden Betreuungsplätze in Green Care angeboten.

#### Inklusion (*Chancengleichheit*)

- ❖ Entsprechend interessierte und befähigte ältere Erwerbsfähige werden in gemeinwohlorientierten Initiativen beschäftigt und stellen eine echte Unterstützung für die Initiativen und deren Zielgruppen dar.
- ❖ Freiwilligenarbeit wird über eine Freiwilligenbörse gebündelt und professionalisiert und ist dementsprechend aufgewertet.
- ❖ Es gibt Betreuungs- und Ausbildungsangebote (insbesondere Deutschkurse), die alle in Frage kommenden Gruppen erreichen und auch von diesen in Anspruch genommen werden.
- ❖ Barrierefreiheit ist in der ganzen Region umgesetzt.

### 3.3.4 Erfolgsindikatoren

#### Soziale Dienste (*Dienstleistungen*)

Indikator	Basiswert	Sollwert	Evidenzverfahren
Vorliegen der Studie über Urbanisierungsfolgen im Inntal; Annahme durch relevante Stakeholder	nein	ja	Vorliegen der Studie; Zustimmung der relevanten Stakeholder
Vorliegen der Bedarfserhebung für Kinder- und Jugendbetreuung; breitenwirksame Kommunikation der Ergebnisse	nein	ja	Vorliegen der Bedarfserhebung; Zustimmung der relevanten Stakeholder
Vorliegen der Ärzte-Bedarfserhebung; die Gemeinden treffen Vorkehrungen, um den Bedarf zu decken	nein	ja	Vorliegen der Bedarfserhebung; Kooperation der Gemeinden
Bedarfsdeckung mit Kinder- und Jugendbetreuungsangeboten	Punktueller Bedarfsdeckung	Flächendeckendes Angebot	Statistik der Gemeindeämter

<b>Optimale Vernetzung und Abstimmung der bestehenden Strukturen unter Einbezug der vier Sprengel und der Altenwohnheime</b>	<b>Zwei bezirksweise Nahtstellen-treffen pro Jahr</b>	<b>Alle relevanten Akteure stimmen sich gesamtregional ab</b>	<b>Berichte der Gesundheits- und Sozialsprengel</b>
<b>Anzahl der geschaffenen Betreuungsplätze in Green Care</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>Projektberichte</b>

### Inklusion (*Chancengleichheit*)

<b>Indikator</b>	<b>Basiswert</b>	<b>Sollwert</b>	<b>Evidenzverfahren</b>
<b>Anzahl der für gemeinwohlorientierte Tätigkeit befähigten und in entsprechenden Initiativen platzierten Personen</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>Projektbericht</b>
<b>Abgestimmte Vorgangsweise der Initiativen, die Ehrenamtlichkeit vermitteln</b>	<b>nein</b>	<b>ja</b>	<b>Abstimmungsmechanismen, Protokolle</b>
<b>Abgehaltene Deutschkurse für Zuwanderer (Kinder und Mütter)</b>	<b>20% Bedarfsdeckung</b>	<b>80% Bedarfsdeckung</b>	<b>Berichte der Projektträger</b>
<b>Barrierefreiheit im öffentlichen Raum ist in der Region weitgehend gegeben</b>	<b>Punktuell erfüllt</b>	<b>Bedarf ist bekannt; weitgehende Barrierefreiheit im öffentlichen Raum</b>	<b>Evaluierung durch ExpertIn (Verbände)</b>

### 3.3.5 Aktionsplan (Maßnahmen) zur Erreichung der Resultate

#### Soziale Dienste (*Dienstleistungen*)

Um die Lebensqualität und Sozialstrukturen im Verdichtungsraum des Inntals zu analysieren, wird ein Forschungsdesign gewählt, das in Form einer Querschnittsstudie eine Momentaufnahme erzeugt, deren Interpretation vor dem Hintergrund eines regionalen Vergleiches Schlussfolgerungen auf mögliche Szenarien und Handlungsempfehlungen zulässt. Besonderes Augenmerk wird auf Schulen gelegt, aber auch auf die Wohnsituation, den Alltag von Kindern und Jugendlichen, der öffentlichen Sicherheit bzw. Kriminalität, der Mobilität (ÖPNV), der sozialen und kulturellen Infrastrukturen.

- In einer ersten Phase werden die Daten zusammengestellt und im Vergleich mit ausgewählten Tiroler Bezirken analysiert.
- In der zweiten Phase werden Szenarien möglicher zukünftiger Entwicklungen entworfen.
- In der dritten Phase werden Maßnahmen für soziale Interventionen abgeleitet und mit den verantwortlichen Stellen und der lokalen Bevölkerung diskutiert.

Die Gemeinden geben auch gemeinsam mit den Sozialversicherungsträgern die Bedarfserhebung für die ärztliche Versorgung in Auftrag. Das Ergebnis führt zur interkommunalen Abstimmung und entsprechenden Ansiedlungen an den vereinbarten Orten.

Die zwölf Gemeinden geben eine umfassende Bedarfserhebung für den Ganztages-Betreuungsbedarf an Kleinkindern, Kindern und Jugendlichen in Auftrag. Aus den Ergebnissen werden sich Orte und Umfang der notwendigen Vorkehrungen ableiten lassen, die in der Errichtung von Kinderkrippen, Kindergärten, Horten, Jugendzentren, aber auch in anderen Lösungen wie einer Ausweitung der Tagesmütter-Angebots bestehen können. In diesen Bedarfserhebungen werden Empfehlungen für Raumadaptierungen, Mittagstische, Mobilitätsbedarf (Schulbus) und Personalmaßnahmen

(FreizeitpädagogInnen, RaumpflegerInnen) ausgesprochen. Die empfohlenen Maßnahmen werden unter Beteiligung von PädagogInnen, Anbietern von Mittagsmenüs, Busunternehmen und Firmen zur Raumadaptierung ausgearbeitet. Beispiele guter Praxis werden in die Lösungsvorschläge integriert. Es gebietet sich schon aus Kostengründen, dass diese Einrichtungen jeweils über mehrere Gemeinden beziehungsweise in Kombination mit privaten Initiativen entwickelt werden. Dabei macht es Sinn, an bestehende Einrichtungen, wie zum Beispiel Volksschulen, durch entsprechende Zu- und Umbauten anzuknüpfen (wie zum Beispiel das Projekt *Lebens-Schule* der Volksschule Kufstein-Zell). Innovative Lösungen, wie die Verbindung mit einer Tagesheimstätte für ältere MitbürgerInnen, werden vorzugsweise geprüft.

Die Gemeinden sowie die Gesundheits- und Sozialsprengel tragen mittels systematischer und alle relevanten Akteure miteinbeziehenden Nahtstellentreffen dafür Sorge, dass die mobile Versorgung von pflege- und betreuungsbedürftigen Menschen vorzugsweise überörtlich und in Abstimmung mit entsprechenden Dienstleistern schrittweise weiterentwickelt wird. Die Betreuung soll von den derzeit drei Stunden täglich auf den ganzen Tag und, bei bestehendem Bedarf, auf die Nächte ausgedehnt werden. Jedenfalls soll Rufbereitschaft rund um die Uhr bestehen. Die Betreuungsdienste sind ausreichend redundant zu gestalten, damit pflegende Angehörige im Falle mehrtägiger Abwesenheit (sei es aus beruflichen, Krankheits- oder Urlaubsgründen) entlastet werden können. Da die derzeitigen rechtlichen Rahmenbedingungen einschränkend wirken, werden sich die Partner auch für eine bedarfsgerechte Anpassung der Rahmenbedingungen einsetzen.

Der gemeinnützige Verein „Leben und Schaffen am Lilienhof“ wird 2015 auf einem gepachteten Bauernhof am Birnberg in Schwoich seinen Betrieb aufnehmen. Es handelt sich um ein „Green Care“-Pilotprojekt für Tirol, an dem auch bayerische Partner beteiligt sind. Die Zielgruppe umfasst Klienten jeden Alters und jeder Herkunft. Von Kindern mit ADHS-Syndrom über den ausgebrannten Manager bis hin zu älteren Personen und Menschen mit besonderen Bedürfnissen bietet das Projekt ein entsprechendes Angebot in einem familiär gestalteten Zusammenleben. Der Betrieb selbst wird dabei zum Arbeits-, Lebens- und Erlebnisraum und bietet Perspektiven für ein gesundes, ausgewogenes Leben in und mit der Natur. Dabei stehen die Gestaltung eines an der Normalität orientierten Alltages sowie die Integration in die Bezugsgruppen im Vordergrund. Da der dringendste Bedarf in der ganzheitlichen Bildung und Förderung von Kindern und Jugendlichen mit und ohne Behinderung besteht, wird die Pädagogik die erste Green Care-Säule sein, die auf dem „Lilienhof“ errichtet wird. Das Pilotprojekt wird gegebenenfalls erweitert oder in anderen Teilen der Region Nachahmer finden.

### Inklusion (*Chancengleichheit*)

Um älteren Erwerbsfähigen und jüngeren PensionistInnen die Möglichkeit zu bieten, sich für eine gemeinwohlorientierte Arbeit aus- oder weiterbilden zu lassen und eine entsprechende Beschäftigung anzunehmen, wird in Abstimmung mit AMS, Sozialinitiativen und Gemeinden nach Interessierten gesucht, die dann entsprechend ermutigt und bei Bedarf weitergebildet werden. Nachdem die Finanzierung gesichert ist, werden die Begünstigten entweder in bestehende Initiativen oder in neu zu entwickelnden Initiativen platziert. Die Arbeit wird bedarfsgemäß mittels Coaching begleitet.

Das Ehrenamt soll forciert und ausgebaut werden. Die Freiwilligenbörse, die in Kufstein bereits erfolgreich tätig ist, soll zu einer regionalen Freiwilligenbörse erweitert und ausgebaut werden. Nun geht es einerseits um eine Professionalisierung, andererseits um eine bessere Koordinierung, damit die richtigen Leute an der richtigen Stelle arbeiten können. Dazu gibt es eine Web-App, die für jede Gemeinde hinterlegbar ist. In jeder Gemeinde wird es eine/n AnsprechpartnerIn geben.

Um die Sprachkompetenz der Zuwanderer zu verbessern, soll man früh ansetzen. Daher werden Kindergarten- und Schulkinder, die diesen Bedarf haben, erhoben. Die Deutschkurse werden auch für deren Mütter angeboten, die deren in der Regel auch bedürfen, aber oft schwer erreichbar sind. Zunächst aber müssen die Menschen dafür gewonnen werden. Daher beginnt die Aktion mit Information und Aufklärung mithilfe von DolmetscherInnen und der PädagogInnen und in Absprache mit den Zuwanderervereinen. Die zweimal pro Woche stattfindenden Kurse werden in den Kindergärten und Volksschulen abgehalten. Entsprechende Lernbehelfe werden bereitgestellt.

Barrierefreiheit soll in öffentlichen Gebäuden, Verkehrswegen, Kommunikationsmitteln etc. allgemein umgesetzt werden. Im öffentlichen Raum (Straßen, Gehsteige, Haltestellen...) und in öffentlichen Gebäuden (Ämter, Beratungsstellen, Toiletten...) geht es vor allem darum, die Landesvorgaben zu erfüllen, deren Erfüllungsfrist bis 2017 reicht. Allerdings sollte die konzertierte Vorgangsweise auch dazu führen, dass mehr als nur die Vorschrift zu erfüllen, um den Namen einer barrierefreien Region auch als Unterscheidungsmerkmal nutzen zu können. Dafür soll mit den Verbänden, die die Menschen mit Behinderung vertreten, eng zusammengearbeitet werden.

### 3.3.6 Beschreibung von Kooperationsaktivitäten

#### Soziale Dienste (*Dienstleistungen*) und Inklusion (*Chancengleichheit*)

Das weite Feld der Daseinsvorsorge im ländlichen Raum kommt stärker als bisher in den Fokus der lokalen Entwicklungsstrategien. Durch interregionalen Austausch lässt sich aber bereits auf Vorerfahrungen in österreichischen LEADER-Regionen zugreifen; besonders stark wird dieser Thematik aber in vielen deutschen Regionen Aufmerksamkeit gezollt, die hier unter teilweise erheblich schwierigeren Bedingungen beachtliche Innovationen vorzuweisen haben<sup>58</sup>. Daher empfiehlt es sich, gerade auf diesem Gebiet mit deutschen Regionen zu kooperieren.

---

<sup>58</sup> Siehe die Zeitschrift der deutschen Vernetzungsstelle für ländliche Entwicklung: landinform 3/2014 mit dem Schwerpunktthema: "Gesund schrumpfen - Rückbau konstruktiv gestalten".



### 3.3.7 Zusammenfassende Darstellung in der Wirkungsmatrix

Thema	Entwicklungsbedarf	Strategischer Ansatz	Erwartete Resultate (Output)	Maßnahmen	Indikatoren	Basiswert	Sollwert	Quelle
<b>Soziale Dienste (Dienstleistungen)</b>	Erhebung des Bedarfs an sozialen Interventionen	Umfassende Studie zur Erhebung des Bedarfs an sozialen Aktionen im Inntal	Die Studie zur Erhebung des Bedarfs an sozialen Aktionen im Inntal liegt vor und die Empfehlungen wurden von den Zuständigen aufgenommen	Konzeption der Studie; Durchführung; Dialog über Ergebnisse; Runder Tisch zur Konzeption geeigneter Maßnahmen	Vorliegen der Studie über Urbanisierungsfolgen im Inntal; Annahme durch relevante Stakeholder	nein	ja	Vorliegen der Studie; Aussagen der Stakeholder
		Bedarfserhebung für ärztliche Versorgung	Die Bedarfserhebung für ärztliche Versorgung liegt vor	Erhebung des Bedarfs durch die zuständigen Stellen; Gespräche mit den Gemeinden; Gemeinden agieren in konzertierter Weise	Vorliegen der Ärzte-Bedarfserhebung; die Gemeinden treffen Vorkehrungen, um den Bedarf zu decken	nein	ja	Vorliegen der Bedarfserhebung; Kooperation der Gemeinden
	Ganztägliches und ganzjähriges Angebot an Kinder- und Jugendbetreuung	Bedarfsgerechte Schaffung von Einrichtungen der Kinder- und Jugendbetreuung	Die Region ist flächendeckend mit bedarfsgerechter Kinder- und Jugendbetreuung versorgt	Bedarfserhebung wird beauftragt und durchgeführt; die Ergebnisse werden öffentlich diskutiert; überörtliche Abstimmung und Gespräche mit Umsetzungspartnern; Unterbreitung von diesbezüglichen Projekten; Förderung der Projekte	Bedarfsdeckung mit Kinder- und Jugendbetreuungsangeboten	Punktueller Bedarfsdeckung	Flächendeckendes Angebot	Statistik der Gemeindeämter
	Verbesserung des Netzes zur Betreuung älterer und pflegebedürftiger Menschen	Schaffung von überörtlichen mobilen Pflege- und Betreuungsdiensten	Durch Vernetzung der Anbieter mobiler Pflege- und Betreuungsleistungen kann die Region optimal versorgt werden	Überörtliche Abstimmung und Vernetzung der Umsetzungspartner; Stakeholder setzen sich für geeignete rechtliche Rahmenbedingungen ein	Optimale Vernetzung und Abstimmung der bestehenden Strukturen unter Einbezug der vier Sprengel und der Altenwohnheime	Zwei bezirksweise Nahtstellen-treffen pro Jahr	Alle relevanten Akteure stimmen sich gesamtregional ab	Berichte der Gesundheits- und Sozialsprengel
	Green Care	Schaffung von integrierten Green Care Betreuungsangeboten	Es sind ausreichend viele Green Care Plätze geschaffen worden	Ausweitung des Pilotbetriebs in Schwoich beziehungsweise Schaffung weiterer Plätze an anderen Betrieben	Anzahl der geschaffenen Green Care Betreuungsplätze	0	20	Projektbericht

Thema	Entwicklungsbedarf	Strategischer Ansatz	Erwartete Resultate (Output)	Maßnahmen	Indikatoren	Basiswert	Sollwert	Quelle
<b>Inklusion (Chancengleichheit)</b>	Stärkung der Ehrenamtlichkeit in der sozialen und lokalen Entwicklung	Unterstützung und Weiterbildung älterer Erwerbsfähiger und deren Beschäftigung in sozialen Projekten	Ältere Erwerbstätige und jüngere PensionistInnen arbeiten ehrenamtlich oder unentgeltlich in gemeinwohlorientierten Projekten	Abstimmung mit Sozialinitiativen und Gemeinden; Suche nach Interessierten "jüngeren Älteren"; Befähigung der Interessierten; Entwicklung von neuen Sozialprojekten beziehungsweise Definition von Jobprofilen in bestehenden Projekten; Placement in gemeinwohlorientierten Projekten; finanzielle Unterstützung und Coaching im Bedarfsfall	Anzahl der für gemeinwohlorientierte Tätigkeit befähigten und entsprechend platzierten Personen	0	20	Projektbericht
		Bündelung der Unterstützung und bessere Koordination der Freiwilligenarbeit	Der Bedarf an ehrenamtlichen Tätigkeiten und die Ansprache Ehrenamtlicher sind zwischen den Initiativen abgestimmt	Die Initiativen, die ehrenamtliche Arbeit vermitteln, koordinieren sich; die Freiwilligen werden in abgestimmter Weise angesprochen und deren Arbeit wird professioneller organisiert	Abgestimmte Vorgangsweise der Initiativen, die Ehrenamtlichkeit vermitteln	nein	ja	Abstimmungsmechanismen, Protokolle
	Erwerb der deutschen Sprache durch MigrantInnen	Organisation von Deutschkursen für MigrantInnen (Mütter und Schulkinder)	Deutschkurse für Kindergarten- und Schulkinder mit ihren Müttern werden angeboten und gut angenommen	Identifikation der Kinder; Information und Aufklärung; Organisation der Kurse in Kindergärten und Schulen; Beistellung der Lernbehelfe	Abgehaltene Deutschkurse für Zuwanderer (Kinder und Mütter)	20% Bedarfsdeckung	80% Bedarfsdeckung	Berichte der Projektträger
	Barrierefreiheit	Umsetzung der Barrierefreiheit in der ganzen Region (öffentliche Einrichtungen, Infrastrukturen)	Die barrierefreie Region ist umgesetzt	Erhebung des Bedarfs; Umsetzung der Maßnahmen durch die jeweiligen Eigentümer (Gemeinden, Hoteliers...)	Barrierefreiheit im öffentlichen Raum ist in der Region weitgehend gegeben	Punktuell erfüllt	Bedarf ist bekannt; weitgehende Barrierefreiheit im öffentlichen Raum	Evaluierung durch ExpertIn (Verbände)



## 3.4 Aktionsfeld IWB

### 3.4.1 Auswahl der Aktionsfeldthemen und Beschreibung der Ausgangslage (Status quo)

#### Energierregion (*Klimawandel*)

Die geographische Lage der Region begünstigt eine florierende Wirtschaft und generellen Wohlstand. Andererseits ergeben sich daraus Umweltbelastungen, vor allem durch den Durchreise- und Individualverkehr, aber auch hinsichtlich der Verbauung und Zersiedelung knappen Bodens. Die negativen Folgen werden durch mangelnde regionale Koordination in Raumordnung, ÖPNV, öffentlichem Wohnbau etc. noch verstärkt. Ortskerne drohen zu veröden, die Nahversorgung in ländlichen Gemeinden erodiert, wertvolles Freiland wird zersiedelt.

Daher sollen bisherige kommunale Initiativen zu einer regionalen Bewusstseins- und Sensibilisierungsinitiative erweitert und gebündelt werden. Die Gemeinden werden mit gutem Beispiel vorangehen, indem sie ihre eigenen Investitionen klimafreundlich gestalten, von den Heizsystemen bis zur Straßenbeleuchtung. Manches lässt sich durch klare Regeln verbessern, aber in letzter Konsequenz kann nur die Bevölkerung selbst entscheidende Impulse setzen, wenn sie nämlich davon überzeugt ist, Zugang zu Wissen über nachhaltigere Lebensstile, klimagerechtes Bauen u.ä. bekommt und es entsprechend nutzt. Dasselbe gilt für Unternehmen, die ihre Produktion umstellen, ihren Betrieb erweitern oder sich neu ansiedeln wollen.

#### Sorgsamer Umgang mit Raum und Ressourcen (*Stadt-Umland*)

Die Knappheit der Ressource Boden im Inntal und die fehlende Koordination der Betriebsansiedlungen zwischen den Gemeinden bedingen Fehlallokationen, die zu hohen Bodenpreisen und hohem Verkehrsaufkommen führen.

Der Befund mangelnder Koordination betrifft aber nicht nur gewerbliche Neubauten, sondern auch die Schaffung von Wohnraum. Die Konzentration von Zuwanderern in bestimmten Ortsteilen von Kufstein kann zu Segregation, Exklusion und den daraus folgenden Sicherheitsproblemen führen. Die damit zusammenhängenden Probleme sollen in einer Studie (siehe Kap. 3.3) ermittelt werden, um soziale und investive Maßnahmen zielsicher gestalten zu können.

Die Herausforderung einer regional optimierten Allokation von Betriebsflächen und Wohnraum kann letztlich nur durch interkommunale Zusammenarbeit hinlänglich gelöst werden. Die wettbewerbsfördernden Rahmenbedingungen fördern die Skepsis der GemeindevertreterInnen in Bezug auf ein rasches Gelingen einer interkommunalen Standortkooperation. Sie sehen es aber zugleich als wichtig und machbar an, erste Schritte in diese Richtung zu unternehmen, und zwar in Form eines regionalen Informationsdienstes über die Verfügbarkeit von Bauflächen. Dadurch kann zumindest jener Teil an Fehlallokationen vermieden werden, der schlicht und einfach aus Mangel an Information über bestehende Alternativen resultiert.

Nicht nur Freiflächen werden in diesem Infodienst ausgewiesen, sondern auch Leerstände. Wenn der Informationsservice also die beabsichtigte Wirkung erzielt, ist auch dem Anliegen gedient, die Stadt- und Ortskerne lebendig zu halten und dort zu revitalisieren, wo bereits eine Erosion an Handwerks- und Handelsbetrieben, Arbeits- und Freizeitstätten eingesetzt hat. Allerdings sind hier auch die einzelnen Gemeinden gefordert, durch lokale Anreize und bilaterale Absprachen mit Nachbargemeinden (zur Vermeidung von neuen Shoppingpalästen) Impulse zu setzen.

Da die Standortagentur Tirol im Begriff ist, ein Informationstool über Flächen und Leerstände aufzubauen<sup>59</sup>, kann sich die LAG Kufstein und Umgebung / Untere Schranne-Kaiserwinkl als Pilotregion für ein interaktives Flächeninformationssystem etablieren.

#### Bedarfs- und umweltgerechte Mobilität (Stadt-Umland)

Das Inntal bei Kufstein ist Verkehrsknotenpunkt und das Nordportal Tirols. Während der Transit über A12 und Bahn reibungslos vonstatten geht – nicht ohne die entsprechende Lärm- und Abgasbelastung zu hinterlassen –, stößt der örtliche Individualverkehr im Inntal an seine Grenzen. Deutsche Vignettenflüchtlinge tragen dazu das Ihre bei. Gleichzeitig wird der öffentliche Personennahverkehr innerhalb der Region als lückenhaft und nicht bedarfsgerecht empfunden. Es gibt keinen Liniendienst, der Schwendt oder Sankt Johann mit Kufstein ohne Umsteigen verbindet. Nahezu fahrgastfreie Großraumbusse quälen sich durch die Kufsteiner Innenstadt, während potenzielle KundInnen zu bestimmten Zeiten und an bestimmten Orten keine andere Alternative haben, als mit dem Auto zu fahren.

Und doch hat sich in letzter Zeit einiges verbessert: Der „Nachtbusliner“, der zwischen Unterer Schranne und Kufstein verkehrt, ist an Freitagen und Samstagen eine brauchbare Alternative für Jugendliche und Junggebliebene bis 22:00. Die Tourismusverbände bieten den Gästen kostenlose Veranstaltungs- und Skibusse an und bieten E-Biken als Alternative zum Autofahren an – was besonders gut bei den junggebliebenen Gästen ankommt.

Jedoch fehlt eine umfassende Lösung, die

- den ÖPNV mit Schulbussen und Betriebsshuttles in ein einheitliches System zusammenführt;
- den Mobilitätsbedarf der Wohnbevölkerung und den der Gäste integriert;
- die Haltestellen- und Fahrplangestaltung (z.B. Fahrkartenautomaten) besonderen Bedürfnissen, die aus physischer Beeinträchtigung, Sehschwäche oder Verständnisproblemen (mangelnde Deutschkenntnisse) resultieren, anpasst;
- auf einfache Weise und multimedial zugänglich ist (analog und digital, Smartphone Apps...);
- Nachbarräume, mit denen reger Austausch herrscht (Bayern), mit einbezieht;
- von Grundsätzen des Umweltschutzes und der Energieeffizienz geleitet ist.

Es versteht sich von selbst, dass ein solches Konzept keine triviale Aufgabe darstellt und die Abstimmung vieler Partner (VVT, ÖBB, Inntaler Omnibus Betriebs GmbH, private Anbieter, Gemeinden, Schulen, große Unternehmen) erfordert. Doch sollen innovative Lösungsansätze durchaus gefördert werden, wenn sie der Gesamtausrichtung entsprechen, auch wenn das große Konzept noch nicht auf dem Tisch liegt.

### 3.4.2 Grundstrategie bzw. strategische Stoßrichtung in den Aktionsfeldthemen

#### Energierregion (Klimawandel)

- BürgerInnen, Unternehmen und institutionelle Akteure werden mit regional abgestimmter, aber in jeder Gemeinde zugänglicher **Beratung über Möglichkeiten und Anreize für Energieeinsparung**, umweltfreundliche Mobilität, energetisch und ökologisch optimiertes Bauen und Sanieren, sowie die Gestaltung des Naturraums informiert. Dieses Angebot wird durch eine eigenständige Klimastrategie aller 12 Gemeinden untermauert und modellhaft vorgelebt. Es wird

<sup>59</sup> <http://standortdatenbank.tirol.info/>

die Zertifizierung der gesamten Region als e5-Gemeinden (**e5-Region**) und gegebenenfalls als Energieregion („Klima- und Energie-Modellregion“) angestrebt.

- Sofern sie diesen Zielen dienen, sollen **interkommunale Aktionen zur Energieeinsparung**, wie die regional abgestimmte Errichtung der LED-Straßenbeleuchtungen (gemeinsame Planung und Konzeption, Beschaffung, Installation) gefördert werden.

#### Sorgsamer Umgang mit Raum und Ressourcen (*Stadt-Umland*)

Unter dem Management einer neutralen Geschäftsstelle werden die für Gewerbe Begründung und Wohnraumschaffung geeigneten Freiflächen aller zwölf Gemeinden in einer zentralen Datenbank zusammengefasst. Dazu soll eng mit der Standortagentur Tirol kooperiert werden, die dabei auf die aktive Beteiligung der Regionen und Gemeinden angewiesen ist.

- Während die **Pflege des (Leer)Flächeninformationsdienstes** einerseits eine technische, andererseits eine Kommunikationsaufgabe ist, gibt es doch eine politische Komponente: die des kommunalen Wettbewerbs um Betriebsansiedelungen. Dieser Wettbewerb wird mit dem Informationsservice nicht in Frage gestellt oder gar außer Kraft gesetzt. In jedem Fall ist es unumgänglich, dass ein interkommunaler Ausschuss die Funktionsweise und Nutzung des Informationsservice laufend beobachtet und allfällige Fragen erörtert, die daraus für die interkommunale Abstimmung erwachsen. Diese kontinuierliche Abstimmung wird sowohl gewerbliche Ansiedlungen als auch die Schaffung von neuem Wohnraum betreffen. Das Ziel ist, durch konsensgeleitete Absprachen zu Lösungen zu gelangen, gegen die zumindest keine erheblichen Einwände einzelner Gemeinden bestehen.
- Zusätzlich dazu werden die Gemeinden Impulse setzen, die zur **Belebung der Ortskerne** führen und eine vitale Durchmischung an Handel, Handwerk, Dienstleistungen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen und Wohnen fördern. Besonders in den peripheren Landgemeinden ist Projekten der Vorzug zu geben, die die Nahversorgung gewährleisten. Diese kann mit innovativen Kooperationen (zwischen unterschiedlichen Betrieben, aber auch zwischen kommunalen und privaten Initiativen) in Kombination mit geeigneten technischen Lösungen (Mobile Dienste, Web App etc.) gesichert werden.

#### Bedarfs- und umweltgerechte Mobilität (*Stadt-Umland*)

- Die Gemeinden und Tourismusverbände geben ein **umfassendes Mobilitätskonzept** für die Region in Auftrag, das Module für den ÖPNV, Schul- und Arbeitsverkehr, aber auch für die Regionsgäste („Regionsbus“) einbaut. Das Konzept wird mit wesentlicher Beteiligung der NutzerInnengruppen – von der Bedarfserhebung bis zur Ausgestaltung – erstellt. Die einzelnen Module sollten nicht in einem festen Guss vorliegen, sondern in mehrfacher Weise kombinierbar sein, um auch nach der Umsetzung wesentlicher Teile des Konzepts über Gestaltungsmöglichkeiten zu verfügen. Es ist wünschenswert, dass das Konzept, vor allem in Hinblick auf den öffentlichen Personennahverkehr (unter Integration von Schul- und Betriebsverkehr) und den Regiobus für die Gäste, bereits während der Förderperiode umgesetzt wird. Gleichzeitig sollen Anreize zur Eindämmung des Individualverkehrs (vor allem in den Ortskernen) sowohl für Einheimische und Beschäftigte als auch für Gäste gesetzt werden. Im Endeffekt sollen die Umweltqualität und der Mobilitätskomfort für die gesamte Bevölkerung gesteigert werden. So wird es auf Sicht möglich, die Tourismusregion auch unter dem Aspekt einer umweltfreundlichen Mobilität zu bewerben (siehe 3.1).
- **Bedarfs- und umweltgerechte Mobilitätslösungen** sollen unabhängig davon, ob das Konzept schon auf dem Tisch liegt, als **Pilotvorhaben** gefördert werden.

### 3.4.3 Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023)

#### Energierregion (Klimawandel)

- ❖ Alle Gemeinden der Region haben sich einem klimagerechten Zertifizierungsschema (e4 bis e5) verpflichtet und optimieren in wechselseitiger Abstimmung ihren Energiehaushalt und die ökologische Verträglichkeit ihrer investiven Maßnahmen. Dem Informationsbedarf der Bevölkerung hinsichtlich Energie-, Sanierungs- und Bauberatung zur Erreichung der Klimaziele ist Genüge getan und die Menschen sind motiviert, in diese Richtung Initiativen zu setzen.
- ❖ Die Gemeinden haben gemeinsame Maßnahmen zur Senkung des öffentlichen Energieverbrauchs gesetzt.

#### Sorgsamer Umgang mit Raum und Ressourcen (Stadt-Umland)

- ❖ Ein regionales, von einer neutralen Geschäftsstelle geführtes und von einem interkommunalen Ausschuss begleitetes Informationsservice für freie Bebauungsflächen in allen Gemeinden der beiden Planungsverbände ist eingerichtet; dieses Informationsservice basiert auf einer mit der Tiroler Standortagentur abgestimmten Datenbank für verfügbare Flächen einschließlich eines Bewertungssystems für deren jeweilige Eignung (Gewerbe, Freizeit, Wohnraum...). Es werden auch Leerstände erfasst, deren Neunutzung der Orts- und Stadtkernbelebung dient und der Verschwendung von Baulandressourcen entgegenwirkt. Dieser Infodienst wird von investitionswilligen Unternehmen und privaten InteressentInnen genutzt, denen er zur wirtschaftlichen und umweltgerechten Optimierung der Investitionsentscheidung dient.
- ❖ Die Gemeinden haben eigene oder in nachbarschaftlicher Kooperation vereinbarte Akzente zur Dynamisierung und Revitalisierung ihrer Ortskerne und zur Schaffung von Wohnraum gesetzt.

#### Bedarfs- und umweltgerechte Mobilität (Stadt-Umland)

- ❖ Ein umfassendes regionales Mobilitätskonzept ist erstellt und von den Gemeinden und den wichtigsten Umsetzungspartnern akzeptiert. Es soll unterschiedlichen Bedürfnissen entsprechen, ökologisch klare Verbesserungen bringen, überregional anschlussfähig und so transparent und attraktiv sein, dass der Individualverkehr eingedämmt werden kann.
- ❖ Es wurden Pilotvorhaben für eine bedarfs- und umweltgerechte Mobilität umgesetzt.

### 3.4.4 Erfolgsindikatoren

#### Energierregion (Klimawandel)

Indikator	Basiswert	Sollwert	Evidenzverfahren
Das Energieberatungsangebot wird gut angenommen; die Gemeinden erfüllen e4- oder e5-Kriterien	5 Gemeinden setzen Anreize zum Energiesparen nein	Alle 12 Gemeinden setzen Anreize zum Energiesparen	Ergebnisstatistik; Zertifizierung durch e5-Auditor

Ausmaß der Energieeinsparung in öffentlichen Einrichtungen (kWh)	0	10% weniger öffentlicher Stromverbrauch	Stromzähler
--	---	---	-------------

#### Sorgamer Umgang mit Raum und Ressourcen (*Stadt-Umland*)

Indikator	Basiswert	Sollwert	Evidenzverfahren
Informationsdienst über Freiflächen und Leerstände ist auf regionaler Ebene eingerichtet	nein	ja; Informationsmanagement ist operativ	Funktionsfähiges Online-Tool; Ergebnisstatistik des Projekts
Der interkommunale Ausschuss für Raumkoordination existiert und arbeitet gut	Nein; 0 Treffen; 0 Beteiligung	ja; 4 Treffen pro Jahr; mehr als 80% Beteiligung im Schnitt	Ausschussprotokolle
Anzahl und Erfolgsquote der gesetzten Maßnahmen zur Ortskernbelebung	0	5 einschlägige Aktionen	Projektberichte

#### Bedarfs- und umweltgerechte Mobilität (*Stadt-Umland*)

Indikator	Basiswert	Sollwert	Evidenzverfahren
Vorliegen des Mobilitätskonzepts. Zustimmungserklärungen der Gemeinden und anderer Stakeholder	Nein; nein	ja; Zustimmung der Gemeinden und wichtiger Stakeholder	Vorliegen des Konzepts; Bewertung durch Stakeholder
Umgesetzte Pilotvorhaben mit Modellwirkung	0	3	Projektberichte

### 3.4.5 Aktionsplan (Maßnahmen) zur Erreichung der Resultate

#### Energierregion (*Klimawandel*)

Die BürgerInnen und Unternehmen werden von den Gemeinden in Absprache mit Stakeholdern (Sozialpartner) und mithilfe von ExpertInnen sensibilisiert und beraten. Die Beratung der InteressentInnen wird ergänzt durch Impulsveranstaltungen, Dialog- und Beratungstage, Präsentationen, Lernexkursionen etc., die regional koordiniert werden.

Um den Status einer e5-Region zu erlangen, sollen zunächst die Energiebilanzen der öffentlichen Hand kritisch unter die Lupe genommen werden. Die aus diesem Statusbericht hervorgehenden Vorschläge werden in konzertierter Weise umgesetzt. Ein wichtiges Medium dafür ist eine eigene Koordinationsstelle und ein eigenes Web-Portal zur direkten Vernetzung mit den privaten und öffentlichen Akteuren und zur Sichtbarmachung vorbildlicher Initiativen. Diese Initiative ist eng verknüpft mit dem überörtlichen Mobilitätskonzept und dem geplanten Informationsdienst für regionales Flächenmanagement (siehe unten, „Bedarfs- und umweltgerechte Mobilität“). Die e5-Zertifizierung erfolgt durch ein Institut, das für den Audit berechtigt ist. Sie muss in der Regel alle drei Jahre erneuert werden.

Die Gemeinden können in vielfältiger Weise aus der verstärkten Zusammenarbeit Nutzen ziehen, die sich etwa im Bereich des regionalen Flächenmanagements (siehe unten) herausbildet. Auf dieser Basis können weitere Abstimmungen auch für regionale Mobilitätslösungen und Energie einsparende Maßnahmen vorgenommen werden. In jedem Falle sollten diese Maßnahmen gesetzt werden, so

immer sie sich anbieten. Zunächst wird dabei an die koordinierte Neuerrichtung der Straßenbeleuchtungen mit LED-Technologie gedacht. Unter der Federführung der Stadtwerke Kufstein können alle Gemeinden der Region von einer kohärenten Planung und Konzeption, gemeinsamer Beschaffung und einer gut abgestimmten baulichen Umsetzung profitieren.

#### Sorgsamer Umgang mit Raum und Ressourcen (*Stadt-Umland*)

Für den Aufbau eines regionalen Informationsdienstes für Bebauungsflächen (für Gewerbe- und Wohnbautätigkeit) und der Leerstände vor allem in den Ortskernen, wird zunächst eine Geschäftsstelle im Auftrag aller 12 Gemeinden eingerichtet. Sie kann auch direkt in der LAG angesiedelt sein. Sie agiert aber in allen operationalen Belangen völlig unabhängig und neutral, immer aber im Einklang mit der Standortagentur Tirol, die das Online-Tool betreibt. Es geht darum, eine Pilotregion für das von der Standortagentur initiierte Instrument der Flächen- und Leerstandserfassung zu werden und dadurch auch Maßstäbe des interaktiven und interkommunalen Flächenmanagements zu setzen.

Die Einbindung weiterer Stakeholder ist wünschenswert (z.B. Wirtschaftskammer). Wenn die notwendigen Schritte in der Softwareverlinkung mit der Standortagentur getan sind, melden die Gemeinden und andere Informanten die verfügbaren Grundstücke und Geschäftsstandorte. Diese werden mit einem einfachen Kriterienraster hinsichtlich ihrer Lage, Charakteristika und Eignungen bewertet. Das Informationstool wird online frei zugänglich sein in Bezug auf alle Informationen, die keinen Datenschutz einschränkungen unterliegen. Dazu wird auch ein Betreuungsdienst für persönliche AnfragerInnen eingerichtet.

Begleitend dazu wird gleich zu Projektbeginn ein interkommunaler Ausschuss (mit zumindest je einer/einem VertreterIn pro Gemeinde) ins Leben gerufen und mit einem entsprechenden Auftrag ausgestattet. Dieser Ausschuss trifft sich regelmäßig, um die Nutzung des Informationsservice laufend zu beobachten, seine Wirksamkeit zu prüfen und aufbauend auf diesen Lernerfahrungen weitere Ideen zur Verbesserung des regionalen Raummanagements zu generieren. Dieser Ausschuss ist insofern von großem Nutzen, da er auch der Gestaltung gemeinsamer Vorhaben zur Energieeinsparung (siehe oben) und des regionalen ÖPNV (siehe unten) dient.

In dem interkommunalen Ausschuss sollen auch die Impulse zur Sprache kommen, die einzelne Gemeinden in Zusammenarbeit mit anderen Gemeinden, Grund- und HauseigentümerInnen und lokalen Initiativen setzen, um die Ortskerne neu zu beleben. Im Rahmen der Kulturvernetzung (siehe 3.2) wird mit Kulturinitiativen zusammengearbeitet werden, damit die Neubelebung nicht allein über Handel und Dienstleister gedacht wird. Mancherorts ist in diesem Zusammenhang die Idee von „Handwerkshäusern“ aufgetaucht, die es wert ist, weiterverfolgt zu werden.

#### Bedarfs- und umweltgerechte Mobilität (*Stadt-Umland*)

Gemeinden und Tourismusverbände lassen, in Abstimmung mit großen Unternehmen, die Betriebsshuttles unterhalten, mit Busunternehmen im Rahmen des VVT sowie mit privaten Mobilitätsanbietern (Taxiservices), ein regionales Mobilitätskonzept ausarbeiten, das Module für den ÖPNV, Schul- und Arbeitsverkehr, aber auch für die Regionsgäste („Regionsbus“) vorsieht.

- Diese Module sollen miteinander in Einklang stehen, besondere Gruppen (Menschen mit Behinderung, Fremdsprachige) berücksichtigen und auf spezifische örtliche (Randgemeinden, grenzüberschreitender Verkehr) und zeitliche (NachtschwärmerInnen) Bedürfnisse eingehen. Die Nahtstellen zwischen dem fixen öffentlichen Verkehr und flexiblen privaten Angeboten

(Sammeltaxi, Mitfahrbörsen, anlassbezogene Shuttles, mobile Dienste...) verdienen besonderes Augenmerk.

- Zunächst wird in Workshops mit Gemeinden, Stakeholdern und Nutzergruppen das Pflichtenheft für das Konzept erstellt. Im nächsten Schritt wird die Studie in Auftrag gegeben. Nachdem der Mobilitätsbedarf erfasst ist, werden Szenarios entwickelt und Empfehlungen ausgearbeitet. In interaktiven Workshops kristallisieren sich schrittweise die akzeptablen und als umsetzbar angesehenen Varianten heraus. Dazu werden Beschlüsse in den Gemeinden gefasst, die eine umgehende Umsetzung ermöglichen.

Begleitend zur Erstellung des Konzepts sollen Initiativen unterstützt werden, die kleinräumige oder zielgruppenspezifische Mobilitätslösungen umsetzen wollen. Mit der Förderung dieser Pilotvorhaben können in das Konzept bereits Umsetzungserfahrungen mit bestimmten Modellen einfließen. So kann die Verkehrsgestaltung (ÖPNV, Gästebusse etc.) schrittweise verbessert werden.

### 3.4.6 Beschreibung von Kooperationsaktivitäten

Energierregion (*Klimawandel*) & Sorgsamer Umgang mit Raum und Ressourcen & Bedarfs- und umweltgerechte Mobilität (*Stadt-Umland*)

Da die Klimawandelproblematik eine globale Perspektive erfordert und grenzüberschreitende Lösungen für die regionale Mobilität wichtig sind, besteht hier großes Kooperationspotenzial mit benachbarten Regionen. Die bayerische LAG Miesbach hat bereits Kooperationsanfragen an die Region Kufstein-Umgebung/Untere Schranne-Kaiserwinkl gestellt. Projektziel dieses Vorhabens ist die Schaffung eines umweltfreundlichen und nachhaltigen Mobilitätsmodells für Einheimische und Gäste mit Vorbildcharakter, inklusive einem regionalen Radverkehrskonzept. Dieses Projekt hat den Anspruch, eine Pilotfunktion für lokale und regionale Mobilitätsmodelle der Zukunft zu sein und sieht entsprechende Kommunikationsarbeit vor.



### 3.4.7 Zusammenfassende Darstellung in der Wirkungsmatrix

Thema	Entwicklungsbedarf	Strategischer Ansatz	Erwartete Resultate (Output)	Maßnahmen	Indikatoren	Basiswert	Sollwert	Quelle
<b>Energierregion (Klimawandel)</b>	Gemeindeübergreifende Akzente zur Umstellung auf erneuerbare Energieträger und zur Energieeinsparung	Aufbau einer Energieregion	Alle Gemeinden motivieren und beraten die Bevölkerung und Unternehmen zu Energieeinsparungen und streben nach e5-Zertifizierung	Aufbau eines überörtlich abgestimmten Sensibilisierungs- und Beratungsservice in allen Gemeinden; gezielte Anreize durch Gemeinden; entsprechende Investitionen und Maßnahmen durch Gemeinden und andere Projektträger; Begleitforschung durch FH	Das Energieberatungsangebot wird gut angenommen; die Gemeinden erfüllen e4- oder e5-Kriterien	5 Gemeinden setzen Anreize zum Energiesparen nein	Alle 12 Gemeinden setzen Anreize zum Energiesparen	Ergebnisstatistik; Zertifizierung durch e5-Auditor
		Interkommunale Maßnahmen zur Energieeinsparung	Es wurden Maßnahmen zur Senkung des öffentlichen Energieverbrauchs gesetzt	Interkommunale Abstimmung über die Art und den Umfang der Maßnahmen; Investitionen	Ausmaß der Energieeinsparung in öffentlichen Einrichtungen (kWh)	0	10% weniger öffentlicher Stromverbrauch	Stromzähler

Thema	Entwicklungsbedarf	Strategischer Ansatz	Erwartete Resultate (Output)	Maßnahmen	Indikatoren	Basiswert	Sollwert	Quelle
<b>Sparsamer Umgang mit Raum und Ressourcen (Stadt-Umland)</b>	Überörtlich koordinierte Maßnahmen für eine wirtschaftliche und ökologisch sinnvolle Nutzung freier Flächen und umbauten Raums	Aufbau eines regionalen Flächeninformationssystems	Ein regional geführtes Informationsservice für freie Bebauungsflächen und Leerstände in allen Gemeinden ist als Pilotprojekt in Kooperation mit der Tiroler Standortagentur eingerichtet	Aufbau einer Geschäftsstelle; Einpflegen der Information aus allen Gemeinden in Online-Tool (Tiroler Standortagentur); Betreuung der NutzerInnen und Beobachten der Effekte des Informationsdienstes	Informationsdienst über Freiflächen und Leerstände ist auf regionaler Ebene eingerichtet	nein	ja; Informationsmanagement ist operativ	Funktionsfähiges Online-Tool; Ergebnisstatistik des Projekts
			Ein interkommunaler Ausschuss der Gemeinden zur Abstimmung in Fragen der Flächennutzung ist eingerichtet	Einrichtung des Ausschusses mit einem entsprechenden Beobachtungs- und Beratungsmandat; Abstimmung über offene Fragen und Entwicklung weiterer Koordinationsinstrumente	Der interkommunale Ausschuss für Raumkoordination existiert und arbeitet gut	Nein; 0 Treffen; 0 Beteiligungen	ja; 4 Treffen pro Jahr; Mehr als 80% Beteiligung im Schnitt	Ausschussprotokolle
		Wiederbelebung der Ortskerne	Die Gemeinden haben innovative Akzente zur Vermeidung oder Verringerung des Leerstands in ihren Ortszentren gesetzt	Erfassung des Leerstands oder drohender Schließungen; Gespräche mit potenziellen Nachnutzern (Handel, Handwerk, KMU, soziale/kulturelle Initiativen)	Anzahl und Erfolgsquote der gesetzten Maßnahmen zur Ortskernbelebung	0	5 einschlägige Aktionen	Projektberichte

Thema	Entwicklungsbedarf	Strategischer Ansatz	Erwartete Resultate (Output)	Maßnahmen	Indikatoren	Basiswert	Sollwert	Quelle
<b>Bedarfs- und umweltgerechte Mobilität (Stadt-Umland)</b>	Die mangelhafte Situation des ÖNPV und die Probleme mit dem Individualverkehr erfordern zukunftsweisende Mobilitätslösungen	Erstellung eines umfassenden Mobilitätskonzepts unter Einbeziehung des Mobilitätsbedarfs der Bevölkerung, der Schuljugend, der größeren Betriebe, der Gäste	Ein regionales Mobilitätskonzept liegt vor und wird von allen Gemeinden und relevanten Stakeholdern angenommen	Workshops mit Gemeinden, Stakeholdern und Nutzergruppen; Beauftragung einer Studie; Erfassung des Bedarfs in einer Studie; Szenarios und Empfehlungen; interaktive Dialoggestaltung und Beschlussfassung der umzusetzenden Varianten	Vorliegen des Mobilitätskonzepts; Zustimmungserklärungen der Gemeinden und anderer Stakeholder	Nein; nein	ja; Zustimmung der Gemeinden und wichtiger Stakeholder	Vorliegen des Konzepts; Bewertung durch Stakeholder
		Förderung von kleinräumigen oder regionalen Pilotvorhaben zur Erprobung und Modellbildung	Es wurden drei Pilotvorhaben für bedarfs- und umweltgerechte Mobilität in der Region umgesetzt	Ideenphase; Bildung einer Promotorengruppe; Planung (Raum, Zielgruppen); Finanzierung; Umsetzung (Logistik, Tarifgestaltung)	Umgesetzte Pilotvorhaben mit Modellwirkung	0	3	Projektberichte