



innovate

strategien die wirken



Niederndorf 2025

Umfrage/Analysen/Erkenntnisse/Umsetzungsprogramm

Niederndorf 2025

- » Über Zukunftsforen die Bürger beteiligen
- » Über Bevölkerungsumfrage Bedürfnisse vertiefen und messen.
- » Zukunfts(gestaltungs)plan.
- » Wettbewerb Ortsbild



„sportlich“



„natürlich“

„historisch“

„gemeinschaftlich“

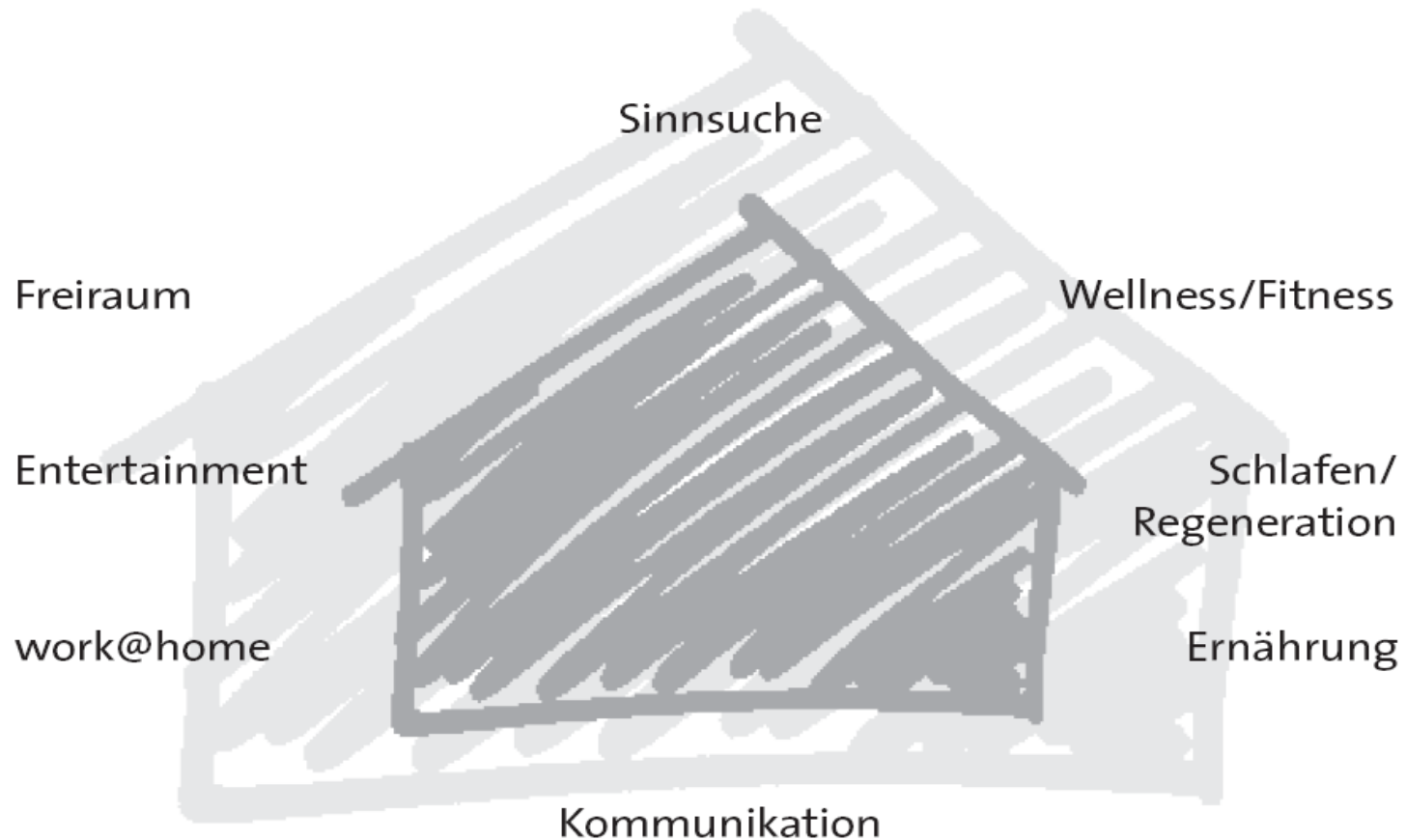




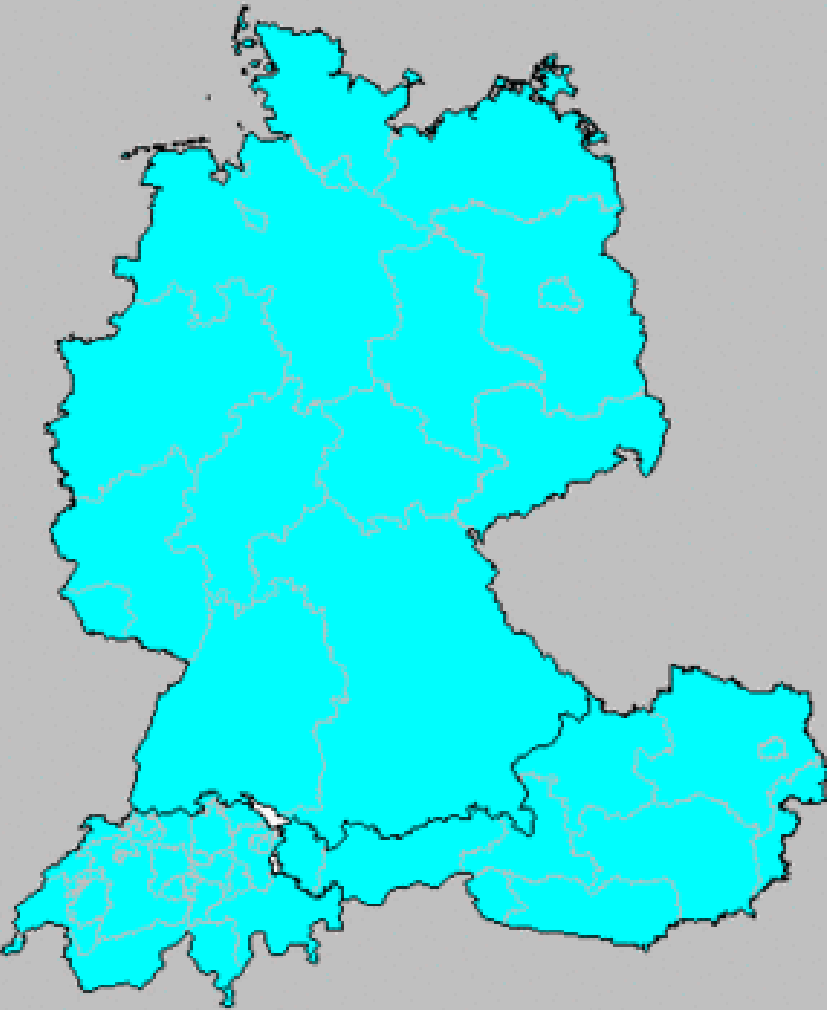
„beschaulich“



Trends in der Sinn suchenden Gesellschaft



Trends in der kommunalen und regionalen Entwicklung



Viele Gemeinden fragen sich:

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

Trends in der kommunalen und regionalen Entwicklung



„Es gibt gute Beispiele für erfolgreiche kommunale Anstrengungen“

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

Zahlen, Daten, Fakten zu Niederndorf



» Bevölkerung	2002 2475	2012 2660	Notizen Diff.50% Ausl.
» Wohnungen		2011 1177	Notizen 260 Miete die letzten 10 Jahre, jährlich im Schnitt 12 Neue
» Arbeitgeber	2001 82	2011 196	Notizen Einzeluntern.
» Beschäftigte	2001 673	2011 836	Notizen Mehr DL
» Einpendler	2001 402	2011 424	Notizen Kufstein,Ebbs
» Auspendler	2001 876	2011 966	Notizen Kufstein, Ebbs
» Nächtigungen	1995 40.075	2013 21.684	Notizen kontinuierlich

Was hemmt die Menschen in Niederndorf?



- » Durchzugsverkehr
- » Fehlendes leistbares Wohnen (wie überall!).
- » Fehlendes betreubares Wohnen.
- » Kein Platz für die Jugend.
- » Zu wenig behutsame Lösungen für Märkte und Feste.
- » Unterbringung Vereine (z.B. Trachtenverein).
- » Unterbringung Bibliothek.
- » Fehlender Treffpunkt für Alt und Jung.

Was freut die Menschen in Niederndorf?



- » Intakte Dorfgemeinschaft.
- » Funktionierendes Vereinsleben.
- » Geringe Verschuldung der Gemeinde.
- » Gesunde Infrastruktur.
- » Viele Freizeitmöglichkeiten.
- » Traditionsbewusstsein und Werte.
- » Ländliche Idylle.
- » Funktionierende kommunale Versorgung.
- » Bereitschaft für ehrenamtliche Tätigkeiten.

Erfolgsfaktoren Niederndorf 2025



„Wie müssen wir uns verhalten, damit unsere Vision wahr wird?“

- » Ideen austauschen.
- » Agieren anstatt reagieren.
- » Gute Koordination.
- » Mehr Eigeninitiative der Bürger und Unternehmer.
- » Mut zu Visionen!
- » Mehr Mut zu Verwirklichung.

Themen für Umfrage UND Umsetzungsprogramm



1. Wohnen & Freizeit
2. Nahversorgung
3. Ortsbild & Gestaltung Ortskern
4. Verkehr & Infrastruktur
5. Kultur & Gesellschaft
6. Jugend & Senioren
7. Gastronomie, Tourismus und Landwirtschaft
8. Wirtschaft & Arbeit
9. Vernetzende Idee
"Lebensqualität"

Umfragedaten, generell



- » 325 Teilnehmer (=12% der Bevölkerung).
- » Ähnliche Anteile Frauen und Männer.
- » 9% bis 20 Jahre alt.
- » 34% zw. 20 und 30 Jahre alt.
- » 22% zw. 30 und 40 Jahre alt.
- » 15% zw. 40 und 50 Jahre alt.
- » 12% zw. 50 und 60 Jahre alt.
- » 8% über 60 Jahre alt.
- » 25 Unternehmer
- » 196 Angestellte/Arbeiter
- » 27 im Haushalt
- » 30 Nicht berufstätig
- » Rest, ohne Zuordnung

Erkenntnisse aus der Umfrage zu Wohnen&Freizeit



» Erkenntnisse:

- » ca 80 Familien haben in den nächsten Jahren Bedarf an Wohnraum
- » Durchschnitt 3-4 Personen.
- » Fokus auf Eigentum - 80%
- » Leistbarkeit, Garten, Ruhe
- » 60% Neubau / 40% Altbau
- » 61% von 90-130m²
- » Gute Qualität gewünscht.
- » Bisher zu teuer, bisher nicht gesucht, kein Angebot.
- » 15% würden einen Schrebergarten gut finden.

Umsetzungsprogramm Wohnen&Freizeit



- » Ziel: Wohnen in guter Qualität bezahlbar machen!
- » Priorität 1
 1. Bezahlbares Wohnen im Neubau.
 1. Belegungsstrategie für gewidmete Flächen entwickeln.
 2. Leistbare Preisansätze, inkl. Lösungen entwickeln.
 3. Neue Wohnprodukte erarbeiten.
- » Priorität 2
 1. Leerstand erheben, inkl. Verwertungsideen.

Erkenntnisse aus der Umfrage zur Nahversorgung



» Erkenntnisse:

- » 32% fehlt Kosmetik&Co.
- » 29% fehlen Sitzgelegenheiten im Dorf.
- » 25% fehlt Bekleidung.
- » 16% fehlen Haushaltswaren.
- » 16% fehlt ein Frischemarkt.
- » 21% hätten gerne noch mehr heimische, hochwertige Lebensmittel .
- » 43% könnten sich einen Einkaufsführer gut vorstellen.
- » 28% würden sich durchgehende Öffnungszeiten von 9:00 – 18:00 wünschen; 20% bis 19:00.
- » Erwartungen Martinimarkt:
 - » 44% wünschen sich höhere Qualität .
 - » 26% wünschen sich eine ruhigere Inszenierung mit weniger Lärm.
 - » 16% wünschen sich dabei mehr Kultur und Geschichte.

Umsetzungsprogramm „Nahversorgung“



- » Ziel: Gute Nahversorgung in der richtigen Qualität! (Agru)
- » Priorität 1
 1. Bei bestehenden Händlern Leistungen ergänzen, z.B. heim.Lebensmittel, Kosmetik, Haushaltswaren,...
 2. Loyalität steigern/Einkaufsführer.
- » Priorität 2
 1. Charme-Einlaufslounge etablieren (www.ediths.at, Götsch Martell).
 2. Lieferservice ausbauen, spez. Senioren.

Erkenntnisse aus der Umfrage zu Kultur&Gesellschaft



» Erkenntnisse:

- » 46% wollen die Dorfgemeinschaft fördern.
- » 39% wünschen sich einen Advent(markt) mit Stil.
- » 35% wünschen sich ein qualitativ hochwertiges Dorffest (z.B. Genuss-Region).
- » 33% ... ein Kultur-Cafe.
- » 31% wollen Energieautark werden.
- » 30% wollen mehr jung&alt vernetzen.
- » 26% eine zeitgemäße Bücherei.
- » 26% mehr Bildungsangebote rund um Sprachen.
- » 23% mehr moderne Musik.
- » 16% Betätigungsfelder für Senioren.

Umsetzungsprogramm Kultur & Gesellschaft



- » Ziel: Stimmige Kultur- und gesellschaftsrelevante Angebote! (Agru)
- » Priorität 1
 1. Advents(veranstaltungen) mit Stil „entwickeln“.
 2. Zeitgemäße Bücherei aufbauen.
- » Priorität 2
 1. (Wanderndes)Kultur-Cafe entwickeln, inkl. Integration von Sprachen und Musik.
 2. Vernetzung der Veranstaltungen für höhere Qualität: z.B.Konzerte mit Bewirtung
- » Priorität 3
 1. Integration von neuen Bürgern.
 2. Möglichkeiten Energie-Autarkie bewerten.

Erkenntnisse aus der Umfrage zu Senioren & Jugend



» Erkenntnisse:

- » 54% der Senioren wünschen sich altersgerechte Wohnungen.
 - » 38% einen Einkaufsservice.
 - » 38% mehr Bänke im Ortsgebiet.
 - » 31% einen Lieferservice.
 - » 28% Ehrenamtliche Betätigung.
 - » 23% Aktivitäten mit Gleichaltrigen.
 - » 12% mehr Aktivitäten mit Jugendlichen.
-
- » 73% der Jugendlichen wünschen sich einen Treffpunkt.
 - » 54% ein Pub/Bar.
 - » 29% Disko
 - » 28% Ideenbörse für neue Jugend-Angebote.
 - » 24% Nachhilfe-Börse

Umsetzungsprogramm Senioren & Jugend



» Ziel: Begeisterte Jugend und zufriedene Senioren! (Agru's)

» Prioritäten Senioren

1. Altersgerechte Wohnangebote (über Wohnthema abdecken)
2. Ehrenamtliche Betätigung organisieren.
3. Einkaufs- und Lieferservice (über Nachversorgungsthema ausbauen)



» Prioritäten Jugend

1. Treffpunkt für die Jugend entwickeln.
2. Ideenbörse für Jugendangebote etablieren.
3. Nachhilfebörse entwickeln.

Erkenntnisse aus der Umfrage zu Gastro&Tourismus



» Erkenntnisse:

- » **81%** meinen Gastronomisch fehlt Gewisses.
 - » **54%** fehlt ein besonderes Cafe.
 - » **35%** fehlt ein Pub (auch der Jugend)
 - » **31%** fehlt junge Gastronomie.
 - » **29%** Spezialitätenlokal
 - » **28%** alte Tiroler Kost
 - » **25%** wünschen sich mehr Produkt der heimischen Landwirtschaft.
- » **32%** sind für Erlebnis-Wanderrouuten.
- » **31%** für Erlebnisplätze.
- » **25%** Mehr Familienangebote
- » **25%** für Urlaub am Bauernhof.
- » **24%** Kneippanlage
- » **22%** Mehr Sportangebote

Umsetzungsprogramm Gastro & Tourismus



- » Ziel: Gestärkte(r) Gastronomie und Tourismus, inkl. Freizeitangebot! (Agru)
- » Priorität 1
 1. Mehr alternative Gastro-Angebote (z.B. Genuss-Rallye, Lange nach der Musik,...)
 2. Besonderes Cafe/Pub.
 3. Spezialitätenlokal mit Tiroler Kost aus Produkten der heimischen Landwirtschaft.
- » Priorität 2
 1. Erlebnis-Wege und –Plätze für Einheimische und Feriengäste.
 2. Mehr Familienangebote im Tourismus.
- » Priorität 3
 - » Kneippanlage

Erkenntnisse aus der Umfrage zur Wirtschaft



Erkenntnisse:

- » **73%** meinen Handwerksbetriebe passen perfekt.
- » **52%** für landwirtschaftliche Betriebe.
- » **49%** Dienstleister
- » **47%** kleine gastronomische und touristische Betriebe.
- » **37%** kreative Berufe.
- » **28%** Freie Berufe.
- » **50%** wollen eine bessere Vermarktung von Niederndorf.
- » **33%** für eine bessere Kommunikation nach außen.
- » **33%** für attraktives Ortsbild.
- » **30%** für ein schlagkräftiges Ortsmarketing.
- » **24%** für Förderung der Eigeninitiative.
- » **20%** für neue Präsentationsideen.
- » Teilzeit- und Vollzeitarbeitskräfte werden gesucht in Handel, Gastronomie, Dienstleistung und Handwerk.

Umsetzungsprogramm Wirtschaft



Marketing

- » Ziel: Nachhaltige Entwicklung der Betriebe und Arbeitsplätze!
- »
- » Priorität 1
 1. Ortsmarketing einrichten zur Koordination aller Aktivitäten und der Vermarktung nach außen und Ansiedelung von neuen Betrieben.
 2. Kommunikationsstrategie nach außen entwickeln.
- » Priorität 2
 1. Förderungs- und Finanzierungsmodelle des Landes Tirol erschließen.
 2. Stärkung der Gastronomie- und Tourismusbetriebe und der Landwirtschaft durch hochwertige Erlebniswege- und Plätze.
 3. Niederndorf Marketing als Vermittlungsbörse für Arbeitskraft.

Vernetzende Idee – „Lebensqualität“ (Ansätze)



Ansätze:

- » „Wir müssen mit dem Arbeiten, was in Niederndorf in Überfluss da ist: Engagierte Menschen, eine wundervolle Natur, sowie ein funktionierendes Dorf- und Vereinsleben!“
- » Nicht schrill, nicht bunt, nicht laut, sondern echt, klar, einfach, traditionell und gleichzeitig zukunftsorientiert!
- » Dies wird sowohl von den Einheimischen, wie auch den Gästen, als authentisch und sympathisch empfunden (*Stichwort: Sinn suchende Gesellschaft*).

Vernetzende Idee – „Lebensqualität“ (Ziele)

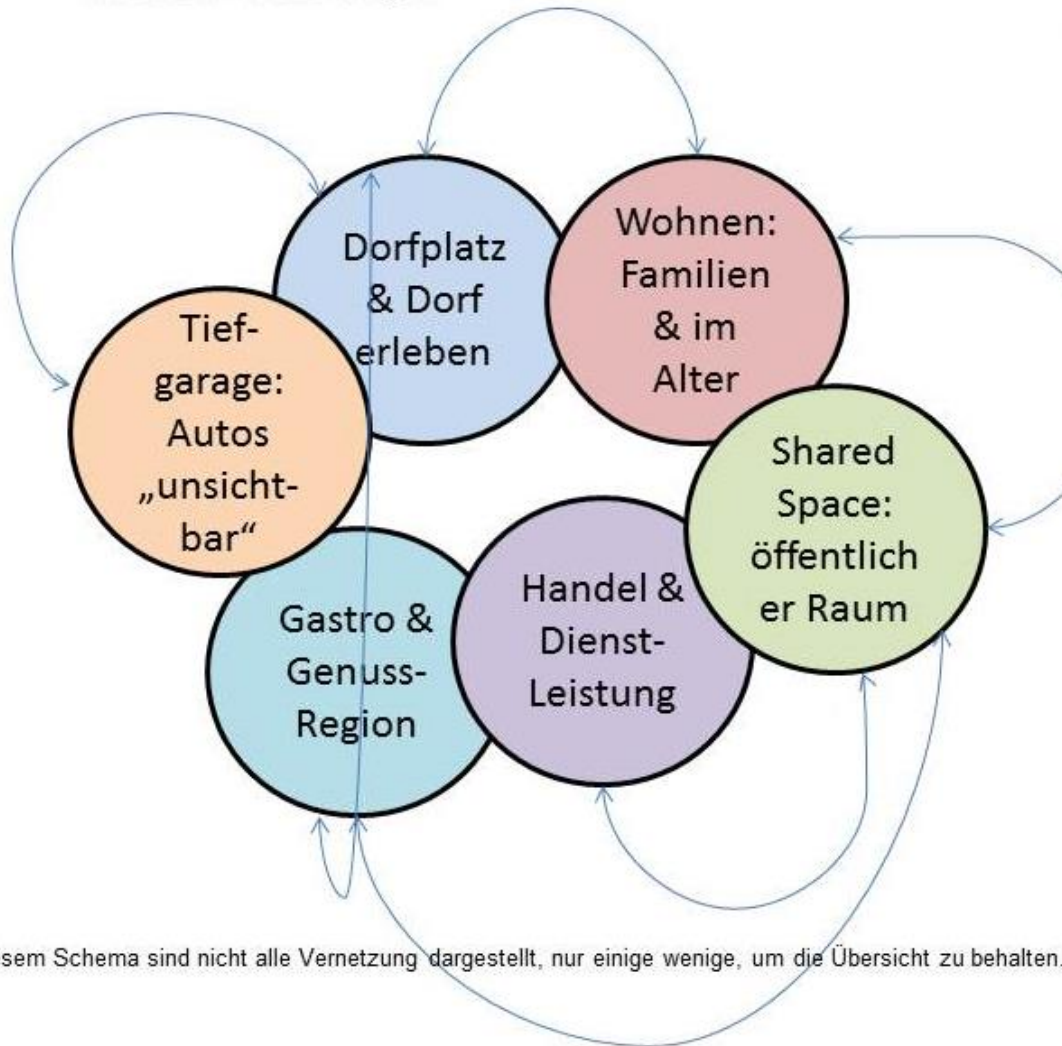


Ziele: Neue Angebote für Einheimische (inkl. Wohnen) und Gäste schaffen! Begegnung, Handel, Gastronomie, Landwirtschaft, Handwerk und Tourismus stärken; neue Arbeitsplätze schaffen im Kreativ-Bereich.

(gleichzeitige) Vernetzung von:

- » Ortsmarketing, zur Koordination, aller Maßnahmen, aller Branchen.
- » Gezielter Kommunikation nach außen.
- » Qualitäts/Flair-Schritte für Mensch im Mittelpunkt
 - » Lebensraum(strassen)konzept.
 - » Erlebnis/Kultur-Wege und –Plätze.
 - » Produkte der heimischen Landwirtschaft in den Mittelpunkt.
- » Landesförderungen zur Realisierung.

Vernetzende Idee – „Lebensqualität“ (Dorfzentrum)



Erkenntnisse aus der Umfrage Verkehr/Infrastruktur



» Erkenntnisse:

- » 68% wollen den Durchzugsverkehr reduzieren.
- » 53% fehlen öffentliche WC's.
- » 42% meinen eine (Teil)Umfahrung wäre dazu gut.
- » 39% könnten sich ev. Carsharing/eCar vorstellen.
- » 36% plädieren für eine LebensraumStraße.
- » 32% nützen öffentliche Verkehrsmittel.
 - » 23% wünschen sich eine Verbesserung nach Kufstein.
 - » 25% ... Richtung Deutschland.
 - » 4% nach Kössen.
 - » 17% würden sie mehr nutzen, wenn.... (36% eventuell).
 - » 25% würden ev. auf das Auto verzichten können, wenn....
- » 28% wollen mehr den Menschen im Mittelpunkt.
- » 28% plädieren für eine autofreie Zone

Umsetzungsprogramm Verkehr/Infrastruktur



- » Ziel: Nachhaltige Verkehrs- und Lebensraumlösungen!
- » Priorität 1
 1. Linien Richtung Kufstein und Deutschland verbessern (läuft bereits mit Euregio Inntal).
 2. Lebensraum(straßen)Konzept entwickeln.
- » Priorität 2
 1. Öffentliche WC's einfügen.
- » Priorität 3
 1. Konzept Car-Sharing/eCar entwickeln.
 2. (Teil)Umfahrung mit Land Tirol.

Erkenntnisse aus der Umfrage Ortsbild&Ortskern



» Erkenntnisse:

- » 43% wünschen sich einen grünen Dorfplatz.
- » 47% hochwertige Gastronomie im Zentrum.
- » 41% wollen Verkehrsberuhigungen.
- » 38% wollen mehr Ambiente im Ortsbild.
- » 37% wollen sich im Dorfzentrum treffen und flanieren.
- » 35% für mehr Sitzgelegenheiten im Dorf.
- » 33% für Spielplatz im Zentrum

Umsetzungsprogramm Ortsbild/Lebensraum



» Ziel: Ortsdurch(Ein)fahrten und Ortsbild mit Ambiente und Stil! (Agru)

» Priorität 1

1. Gewünschtes Ortsbild-Profil entwickeln, mit versierten Teilnehmern aus der Bevölkerung (Architektur, Bau, Kunst, Kultur, Geschichte,...)
2. Ortsbildwettbewerb durchführen für langfristige Lösungen.

» Priorität 2

1. Lebensraum(straßen)Konzept entwickeln (siehe Verkehr), in Kombination zum Ortsbild.

Mitarbeit in der Umsetzung



- » **Gemeinde Niederndorf**
 - » Ausschüsse und Referate
- » **Innovate Gruppe**
 - » Projekt-Umsetzungs-Coaching
 - » Gestalten, koordinieren, tun.
- » **Bevölkerung und Unternehmer**
 - » 169 Befragte können sich vorstellen mitzuarbeiten (29 davon haben uns bereits ihre Kontaktdaten genannt).
 - » 34% bei Freizeitthemen, 29% bei Jugend, 23% bei Kultur, 19% bei Ortsbild, 26% bei Senioren, 13% bei Ortsmarketing, 9% bei Gastronomie,...
- » **Landesregierung/Landesorganisationen**
 - » Förderungen
 - » Arbeitsunterstützung

Umsetzungsprogramm Ortsbild – Arbeitsgruppe „Bürger“



- » Eigenschaften
 - » Wohnen
 - » Einkaufen
 - » Lernen
 - » Sport machen
 - » Begegnen
 - » Verwalten
 - » Arbeiten
 - » Sich treffen

Umsetzungsprogramm Ortsbild – Wettbewerb



- » Gemeinsam mit den zuständigen Abteilungen der Landesregierung(en)
- » Auslobung (Teambewerbungen werden begrüßt)
 - » Architekten
 - » Landschaftsarchitekten
 - » Verkehrsplaner
 - » Künstler, Designer
- » Jury
 - » Teilnehmer aus der Arbeitsgruppe Ortsbild als beratende Mitglieder.

Und nun?

