

**ORTSKERNBELEBUNG UND BETEILIGUNGSVERFAHREN  
BAD EISENKAPPEL / ŽELEZNA KAPLA**

## Workshop 2 Ortskernbelebungskonzept

11.04.18 18:00 bis 20:30 h, Pfarrsaal

---

### Teilnehmende:

Rund 25 TeilnehmerInnen inklusive Gemeindevertretung (laut Anwesenheitsliste)  
Wolfgang Giegler, The Spell  
Externe Beobachterin: Gabriele Greussing Gemeinденetzwerk "Allianz in den Alpen"  
SHARE Architects: S. Forlati, N. Mayerhofer

### Ziel:

- Im Rahmen des Workshops sollten in zwei Gruppen gezielt Antworten/Lösungsansätze zu Fragen, die anhand des Feedbacks in der Informationsveranstaltung, dem ersten Workshop und den Einzelgesprächen vorab erstellt wurden, gefunden werden. Die Teilnehmenden haben sich in zwei Gruppen aufgeteilt um an den Tischen zu arbeiten.

### Rahmen

Das Format der beiden Thementische wurde erläutert und danach direkt der Workshopbetrieb aufgenommen. Nach der Session wurden die Ergebnisse kurz zusammengefasst und die Möglichkeit für allgemeines Feedback eröffnet. Im Anschluss wurde – von der Gemeinde organisiert – der aktuelle Stand des Leitbildes von Herrn Giegler präsentiert.

### Feedback Thementische:

1. Welche drei wesentlichen Stärken und Qualitäten hat der Ort Bad Eisenkappel? Welche hat die Gemeinde und die Gräben?

Ein wesentlicher Aspekt ist jedenfalls, dass die Gemeinde viele Stärken hat und diese besser sichtbar gemacht und hervorgehoben werden müssen. Folgende Stärken wurden genannt und werden hier geclustert notiert.

#### ALLGEMEIN

- Öffnungszeiten/belebter Ort
- Schönes Ortsbild
- Dichte/Oberort/Unterort
- Vielfalt im Ort

**KULTUR:** Galerien, Innenhöfe, Handwerk, Buch Maja Haderlap, Zweisprachigkeit, Appetit auf Veränderung Ursprünglichkeit/Bescheidenheit, Bauern

**NATUR:** Wasser, Klettern/Radfahren/Wandern, Trögerner Klamm (Anmerkung Teilnehmer: WC fehlt), Geopark + Obirhöhle als wichtige Einheiten/Säulen

#### > partner

**Silvia Forlati**  
Arch. Dott.Arch. M.A. Dr.techn.

**Hannes Bürger**  
Arch. Dipl.-Ing.

**Thomas Lettner**  
Arch. Dipl.-Ing. M.A.

**SHARE architects ZT-KG**  
Schottenfeldgasse 72/2/7  
1070 Vienna, Austria

Ph.,Fax: +43.(0)1.944.12.73  
E-Mail: office@share-arch.com  
Url: www.share-arch.com

In der Gemeinde gibt es keinen Massentourismus, was als Stärke interpretiert werden kann.

2. Welche wesentlichen Chancen sind vorhanden? Wie können diese Chancen wahrgenommen werden?

- Vorhandene Chancen nutzen („Stärke stärken“)
- Vorhandene Angebote sichtbar machen
- Sanfter Tourismus

Handlungsoptionen:

- Zusätzliche Anreize für TouristInnen könnten durch die Vernetzung der Bauern gestärkt werden.
- Erhebung der bestehenden Coppla Kaša zum Beispiel mit einer Coppla Kaša Wanderung – Bauern Besuchstage starten

Organisatorische Maßnahmen, die genannt wurden:

- Schaufenster sauber halten
- Lobnikufer sauber halten
- Um die Familienfreundlichkeit der Gemeinde zu stärken einen Platz am Wasser, der für Kinder zugänglich ist, anbieten.

Als große Chancen wurde zusätzlich der Geopark genannt, der bereits in ein Netzwerk eingebunden ist, das im Ort noch nicht spürbar ist. Die Öffnung der Naturräume für Familien ist in diesem Zusammenhang auch eine Chance. Für Familien oder auch zu bestimmten Themen können spezialisierte Führungen/Wanderungen angeboten werden.

Weitere Chancen:

- Der Ort als Zentrum im Alpe-Adria Raum mit Kunst- und Kulturangebot und Nähe zu Berg und Meer: „Tor in den Norden“ und „Tor in den Süden“
- In Zeiten des Klimawandels und großer Hitze im Sommer an vielen Orten, kann man sich als Ort für „HitzetouristInnen“ positionieren, die Frische, Erholung, eine grüne Umgebung und gemäßigtes Klima auch im Sommer suchen.
- Obir-Höhle
- Gesundheitsschwerpunkt/Prävention
- Vernetzung über die Grenze hinaus

3. An wen sollten die Stärken des Ortes kommuniziert werden? Welche Koordination und Zusammenarbeit ist notwendig? Wie kann die Koordination aussehen?

„Man kann stolz darauf sein, aus Bad Eisenkappel zu kommen“

Mögliche Maßnahme zur Verstärkung des positiven Bewusstseins:

- Aktive Stellungnahmen zur Veränderung auch im Kleinen unterstützen:

„das jammern ist viel leichter als das tun“

„was tust du damit sich was ändert?“

- ein Malwettbewerb mit den Kindern veranstalten, was sie besonders an Bad Eisenkappel mögen und die Bilder dann ausstellen. (Anmerkung: die Ergebnisse können in den Schaufenstern präsentiert werden)

Ansatz für eine verbesserte Koordination: Ein Runder Tisch für das touristische Angebot in Bad Eisenkappel

Koordination zwischen dem Geopark, Tourismusverband, der Obirhöhle, der Gemeinde und der Tourismusregion ist wesentlich, um gemeinsame Strategien zu definieren und implementieren. Als Folgeschritt wird im Rahmen des Workshops die Koordination eines ‚Runden Tisches‘ seitens der Gemeinde für den Austausch aller relevanten TourismusakteurInnen initiiert: Geopark, Obirhöhle, Tourismusverband, Tourismusregion, Kurhotel, Vertretung Gewerbetreibende

4. Wie können die bis jetzt angedachten Maßnahmen (Schaufenstergestaltung, Schaffung von einem Standort für die Kommunikation am Hauptplatz) diese Kommunikation unterstützen? Wer kann/ möchte diese Entwicklungen in den kommenden zwei Jahren mittragen?

Auf Grund der inhaltlichen Gemeinsamkeiten bezüglich der Ziele und der Struktur, können bzw. sollten Ortsraum und Schaufensterbespielung als ein Vorhaben betrachtet werden. Der Ortsraum kann als ‚Schaufensterzentrale‘ dienen, die Schaufenster als Erweiterung des Ortsraums.

**Ortsraum:**

Im Ortsraum sollten alle Prozesse, die gelaufen sind oder noch laufen präsentiert werden um einen Überblick zu bekommen und Transparenz zu schaffen.

Auch Erfolge/Pluspunkte, die aktuell erreicht/geschaffen wurden, können dort präsentiert werden.

Der Ortsraum kann auch als Kommunikationsraum zwischen Gemeinde und BewohnerInnen dienen. Auch sonst soll der Raum Gesprächsatmosphäre schaffen und dahingehend Möglichkeiten bieten. Auch Kunst soll im Raum Platz finden, auch in Zusammenhang mit der Schaufensterbespielung.

Ein „Atlas der Möglichkeiten“ an der Wand kann die zahlreichen, vielfältigen Potenziale der Gemeinde zeigen.

Es sollte auch ein Raum sein, wo relevante Themen die die Ortsentwicklung und die öffentliche Verwaltung betreffen und auch persönliche Probleme angesprochen werden können. Ein Raum für das Tauschen (Schwarzbrett, ‚Tauschbörse‘), Austauschen, Kooperieren. Mehrere Generationen und deren Fähigkeiten sollten den Ort bespielen. Der Ortsraum wird auch für Kinder offen sein.

**Schaufenster:**

Die lokale Produktion (Kunst, Literatur, Keramik,... ‚MADE IN EISENKAPPEL‘) ist in den Schaufenstern auszustellen. Aus der koordinierten Bespielung der Schaufenster sollte eine Art Outdoor Galerie konzipiert werden, mit wechselnden Exponaten. KünstlerInnen, die nicht im Ortskern tätig sind, bekommen die Möglichkeit Ihre Stücke auszustellen.

Bei der Entwicklung eines Konzepts müssen die folgenden Punkte in Betracht gezogen werden:

- Welche Schaufenster werden bespielt?
- Welche Adaptierungen sind in welchem Zeitraum geplant?
- Welche Bespielungen finden statt – was ist das Thema?
- Wie können Vereine miteinbezogen werden?

Referenz für den Ortsraum ist das Visionscafé in Hohenems (<https://www.hohenems.at/de/news/visionscafe>). Auch hier wird einen Raum durch eine ehrenamtliche Initiative bespielt, mit dem Ziel Austausch und Informationsfluss zwischen den BewohnerInnen zu fördern.

**5. Welche Maßnahmen braucht Bad Eisenkappel als Gemeinde und als Ortskern (inkl. Hauptplatz) um nachhaltigen Tourismus im Ort zu fördern? Was fehlt dafür und muss ergänzt werden?**

„Kultur ist die Grundlage jeder nachhaltigen Entwicklung“

Eine Herausforderung für (nachhaltigen) Tourismus in Bad Eisenkappel ist fehlendes Bewusstsein, welchen Mehrwert diese BesucherInnen in den Ort bringen. Es sollten Bewusstseinsbildungsmaßnahmen angedacht werden, damit die Potenziale des Tourismus besser genützt werden können.

- Ferienresidenzen bei Bauern sind eine Möglichkeit für sanften Tourismus – Bewusstseinsbildung ist hier ein wichtiger Schritt und ebenso die Versorgung der UnterkunftgeberInnen mit Information über die Angebote im Ort.
- Beim Wanderangebot in den Bergen fehlen Hütten zur Einkehr (und eventuell zur Übernachtung). Diesem Mangel sollte nachgegangen werden.
- Der Fokus auf spezifische Zielgruppen stellt eine Chance dar (als Beispiel werden Schriftsteller genannt, die ein Werk fertig schreiben wollen)
- Die Vernetzung mit den umliegenden Gemeinden soll intensiviert werden – hier kann mit der Tourismusregion (Herrn Orasche) Kontakt aufgenommen werden.

**6. Welche Unternehmen könnten an Bad Eisenkappel als Firmenstandort interessiert sein? Warum? Wie kann man diese ansprechen?**

Um für ortsunabhängige Firmen die besten Voraussetzungen zu schaffen, ist ein Breitbandanschluss notwendig. Die Herstellung dessen ist auch für die BewohnerInnen von großer Priorität.

Es fehlen im Ort gewerbliche Dienstleister wie Elektriker, Maler, Tischler.

Die umliegenden Ressourcen könnten auch TischlerInnen/DesignerInnen im Holzverarbeitungssektor anlocken.

Weiterer Standortvorteil: Es wird viel Energie am Standort erzeugt - weniger als verbraucht wird.

Folgemaßnahmen:

- In Kooperation mit der Wirtschaftskammer: Weitergabe der Informationen über Betriebe mit NachfolgerInnensuche an Meisterprüflinge/Wifi/Innungen um diese Optionen aufzuzeigen.

**7. Wie kann man aktuelle BewohnerInnen behalten und neue BewohnerInnen in den Ort bringen?**

Frage wurde auf Zeitmangel nicht behandelt

**8. Wie kann man den Geopark im Ort präserter machen?**

Natur in der Umgebung ist ein großes Potenzial des Ortes. Dieses Potential wird in der Schule und auch durch Programme kommuniziert.

Um die Präsenz und das Interaktionspotential des Geoparks im Ort zu erhöhen sollte man einen „entry point“ schaffen, den Eingangsbereich umgestalten.

#### 9. Wie kann man die Gäste des Kurhotels stärker in den Ort einladen?

Die Instandhaltung des Hauptplatzes sei zu forcieren.

Im Kurhotel werden verschiedene Abendveranstaltungen (Tanz, Gesang etc.) für die Gäste abgehalten. Laut Aussage des Hoteldirektors wäre es denkbar, dass diese im Ort veranstaltet werden bzw. auch andere Veranstaltungen im Ort dort beworben werden.

Auch das Sichtbarmachen des Angebotes ist wichtig.

#### 10. Was bedeuten die Überlegungen zu Chancen und Stärken für eine mögliche Revitalisierung des Hotel Obirs? und für das angedachte Bauernmuseum?

Das Hotel Obir könnte als „Incoming Center/BesucherInnenzentrum“ für TouristInnen umgebaut werden, auch ein Veranstaltungssaal wäre ideal. Auch eine Lernwerkstatt/Gastronomie+Lehrbetrieb wäre denkbar oder ein Seminarhotel.

Die Lage des angedachten Bauernmuseums wird wesentlich zum Erfolg beitragen – sollte im Ortskern etabliert und möglicherweise mit anderen Funktionen (wie der Obirhöhle) kombiniert werden. In der Institution wären wechselnde, dynamische Ausstellungen einer statischen Ausstellung vorzuziehen.

Workshops sind eine gute Idee um das Programm des Bauernmuseums zu ergänzen, diese könnten beispielsweise vom Imkerverein, dem Schmied etc. angeboten werden und die Weitergabe von alten im Ort verwendeten Techniken und kulinarischen Besonderheiten inkludieren.

Im Moment fährt beispielsweise der Schmied regelmäßig zum Kurhotel um seine Workshops für die BesucherInnen des Hotels vor Ort abzuhalten. Wenn man dies nach Bad Eisenkappel bringen könnte, würden andere Angebote im Ort möglicherweise mitgenutzt werden bzw. stärker ins Bewusstsein gerufen.

Kinder seien eine wesentliche Zielgruppe von Workshop-Angeboten im Museum (sowohl Kinder von BesucherInnen als auch von BewohnerInnen). Die Familien/Kinderangebote indoor sei auszubauen, daher wäre dies ideal.