



Strategieplan Zillertal

Ziele, Strategien und Leitmaßnahmen
für die Zukunft unseres Tales

Erste Gesamtausgabe vom Juli 2012



Planungsverband Zillertal

INHALTSVERZEICHNIS

1	AUFGABENSTELLUNG UND ZIELE	6
1.1	AUFTRAG	6
1.2	ZIELSETZUNGEN	6
1.3	VERBINDLICHKEIT DES STRATEGIEPLANS	6
1.3.1	<i>Beteiligung der Bevölkerung</i>	<i>6</i>
1.3.2	<i>Eingang in die örtlichen Raumordnungskonzepte</i>	<i>7</i>
1.3.3	<i>Umsetzung als Aufgabe des Planungsverbands</i>	<i>7</i>
1.3.4	<i>Politisches Bekenntnis zum Strategieplan Zillertal</i>	<i>7</i>
2	PROJEKTSTRUKTUR	7
2.1	GRUNDLAGEN	7
2.1.1	<i>Vorliegende Konzepte und Studien</i>	<i>7</i>
2.1.2	<i>Strukturdaten des Tales</i>	<i>8</i>
2.2	VORGEHEN	8
2.2.1	<i>Aufbauorganisation</i>	<i>8</i>
2.2.2	<i>Ablauforganisation</i>	<i>9</i>
2.2.3	<i>Veranstaltungen</i>	<i>10</i>
3	PRÄAMBEL ZUM STRATEGIEPLAN ZILLERTAL	10
4	ERGEBNISSE ZUM ARBEITSFELD „RAUMORDNUNG UND SIEDLUNGSENTWICKLUNG“	11
4.1	WICHTIGE FRAGESTELLUNGEN ZUM ARBEITSFELD	11
4.2	AUSGANGSSITUATION	11
4.2.1	<i>Baulandstatistik</i>	<i>11</i>
4.2.2	<i>Stärken und Schwächen</i>	<i>12</i>
4.2.3	<i>Wichtige Engpassfaktoren</i>	<i>12</i>
4.3	ZIELE UND GRUNDSÄTZE	12
4.4	STRATEGISCHER HANDLUNGSBEDARF, KONZEPTE UND LEITMAßNAHMEN	13
4.4.1	<i>Regional wirkende Raumordnung</i>	<i>13</i>
4.4.2	<i>Örtliche Raumordnung</i>	<i>17</i>
5	ERGEBNISSE ZUM ARBEITSFELD „TOURISMUSWIRTSCHAFT“	19
5.1	WICHTIGE FRAGESTELLUNGEN ZUM ARBEITSFELD	19
5.2	AUSGANGSSITUATION	19
5.2.1	<i>Allgemeines</i>	<i>19</i>
5.2.2	<i>Stärken und Schwächen</i>	<i>20</i>
5.2.3	<i>Wichtige Engpassfaktoren</i>	<i>20</i>
5.3	ZIELE UND GRUNDSÄTZE	20
5.4	STRATEGISCHER HANDLUNGSBEDARF, KONZEPTE UND LEITMAßNAHMEN FÜR DEN TOURISMUS	21
5.4.1	<i>Generelle Angebotsentwicklung</i>	<i>21</i>
5.4.2	<i>Angebotsentwicklung Winter</i>	<i>23</i>
5.4.3	<i>Angebotsentwicklung Sommer</i>	<i>24</i>
5.4.4	<i>Marketing und Organisationsstruktur</i>	<i>27</i>
5.4.5	<i>Umgang mit Rahmenbedingungen</i>	<i>30</i>
6	ERGEBNISSE ZUM ARBEITSFELD „INDUSTRIE, GEWERBE, HANDEL UND DIENSTLEISTUNG“	32
6.1	WICHTIGE FRAGESTELLUNGEN ZUM ARBEITSFELD	32
6.2	AUSGANGSSITUATION	32

6.2.1	<i>Allgemeines</i>	32
6.2.2	<i>Stärken und Schwächen</i>	32
6.2.3	<i>Wichtige Engpassfaktoren</i>	32
6.3	ZIELE UND GRUNDSÄTZE	33
6.4	STRATEGISCHER HANDLUNGSBEDARF, KONZEPTE UND LEITMAßNAHMEN	33
6.4.1	<i>Standorte</i>	33
6.4.2	<i>Arbeitsmarkt</i>	35
6.4.3	<i>Verkehr</i>	36
6.4.4	<i>Erhaltung der Kaufkraft im Tal</i>	37
6.4.5	<i>Zukunftsbranchen</i>	37
7	ERGEBNISSE ZUM ARBEITSFELD LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT	38
7.1	WICHTIGE FRAGESTELLUNGEN ZUM ARBEITSFELD	38
7.2	AUSGANGSSITUATION.....	38
7.2.1	<i>Allgemeines</i>	38
7.2.2	<i>Stärken und Schwächen</i>	39
7.2.3	<i>Wichtige Engpassfaktoren</i>	39
7.3	ZIELE UND GRUNDSÄTZE	39
7.4	STRATEGISCHER HANDLUNGSBEDARF, KONZEPTE UND LEITMAßNAHMEN	40
7.4.1	<i>Sicherstellung einer gepflegten Kulturlandschaft</i>	40
7.4.2	<i>Regionale Produkte als wichtiger Erfolgsfaktor der Marke Zillertal</i>	41
7.4.3	<i>Regionaler Wirtschaftskreislauf</i>	42
7.4.4	<i>Raumordnung</i>	44
7.4.5	<i>Waldbewirtschaftung</i>	45
8	ARBEITSFELD „NATUR UND UMWELT“	46
8.1	WICHTIGE FRAGESTELLUNGEN ZUM ARBEITSFELD	46
8.2	AUSGANGSSITUATION.....	47
8.2.1	<i>Allgemeines</i>	47
8.2.2	<i>Aktuelle Stärken und Schwächen</i>	47
8.2.3	<i>Wichtige Engpassfaktoren</i>	47
8.3	ZIELE UND GRUNDSÄTZE	47
8.4	STRATEGISCHER HANDLUNGSBEDARF, KONZEPTE UND LEITMAßNAHMEN	48
8.4.1	<i>Wertbewusstsein für die Natur</i>	48
8.4.2	<i>Natur und Tourismus bzw. Freizeitgestaltung</i>	49
8.4.3	<i>Der Naturpark als Bindeglied zwischen Schützen und Nützen</i>	49
8.4.4	<i>Maßnahmenbeispiele für den Schutz der Natur</i>	51
8.4.5	<i>Umweltschutz</i>	52
8.4.6	<i>Energie</i>	53
8.4.7	<i>Ressourcen</i>	54
9	ARBEITSFELD „MOBILITÄT UND VERKEHRSINFRASTRUKTUR“	56
9.1	WICHTIGE FRAGESTELLUNGEN ZUM ARBEITSFELD	56
9.2	AUSGANGSSITUATION.....	56
9.2.1	<i>Allgemeines</i>	56
9.2.2	<i>Aktuelle Stärken und Schwächen</i>	56
9.2.3	<i>Aktuelle Entwicklung im Strassenverkehr</i>	56
9.2.4	<i>Aktuelle Entwicklung im Öffentlichen Verkehr</i>	57
9.2.5	<i>Aktuelle Entwicklung im Schienen-Güterverkehr</i>	59
9.2.6	<i>Wichtige Engpassfaktoren</i>	59
9.3	ZIELE UND GRUNDSÄTZE	59

9.4	STRATEGISCHER HANDLUNGSBEDARF, KONZEPTE UND LEITMAßNAHMEN	60
9.4.1	<i>Studie „Verkehrssystem Zillertal“</i>	60
9.4.2	<i>Zusätzliche Verkehrs-Trassen</i>	61
9.4.3	<i>Optimierung des bestehenden Straßennetzes</i>	62
9.4.4	<i>Stärkung des Öffentlichen Verkehrsangebots</i>	64
9.4.5	<i>Eckpunkte des Entwicklungskonzepts für die Zillertalbahn</i>	65
9.4.6	<i>Öffentliche Verkehrsangebote für Tourismus und Freizeit</i>	67
9.4.7	<i>Generelles Vorgehen zur Optimierung des ÖV-Angebotes</i>	68
9.4.8	<i>Weitere Maßnahmen zur Verringerung des motorisierten Individualverkehrs</i>	69
9.5	AUSBAU DES BREITBANDANGEBOTS.....	71
9.5.1	<i>Istsituation</i>	71
9.5.2	<i>Zielsetzung</i>	71
9.5.3	<i>Vorgehen</i>	71
10	INTEGRATION DER TEILERGEBNISSE.....	72
11	ANHANG	73
11.1	AUSGANGSSITUATION (STÄRKEN UND SCHWÄCHEN)	73
11.1.1	<i>Raumordnung und Siedlungsentwicklung</i>	73
11.1.2	<i>Tourismuskirtschaft</i>	74
11.1.3	<i>Industrie, Gewerbe, Handel und Dienstleistung</i>	75
11.1.4	<i>Land- und Forstwirtschaft</i>	77
11.1.5	<i>Natur und Umwelt</i>	79
11.1.6	<i>Mobilität und Verkehrsinfrastruktur</i>	80
11.2	AKTUELLE UMSETZUNGSPROJEKTE	83
11.3	BEREICHSÜBERGREIFENDE LEITLINIEN	85

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Aufbauorganisation für die Entwicklung des Strategieplans Zillertal	8
Abbildung 2: Ablaufplan zur Entwicklung des Strategieplans Zillertal	9
Abbildung 3: Aufstellung der formellen Veranstaltungen zur Entwicklung des Strategieplans Zillertal	10
Abbildung 4: Baulandstatistik aus 2009	11
Abbildung 5: Nächtigungsentwicklung im Zillertal	19
Abbildung 6: Entwicklung des Restmüllaufkommens im Zillertal im Vergleich zu Tirol	55
Abbildung 7: Entwicklung des Gesamtmüllaufkommens im Vergleich zu Tirol	55
Abbildung 8: Verkehrsentwicklungen im Vergleich von 1980 bis 2010	57
Abbildung 9: Streckenbelastung im Winter-Spitzenverkehr	57
Abbildung 10: Entwicklung der Fahrgastzahlen im Öffentlichen Schienennahverkehr der ZVBAG	58
Abbildung 11: Entwicklung der Fahrgastzahlen im öffentlichen Buslinienverkehr der ZVBAG	58
Abbildung 12: Entwicklung der Gütertransporte durch die ZVBAG in Tsd. Tonnen	59
Abbildung 13: Grundsätzlich denkbare Lösungsansätze zur Entlastung der B169 im vorderen Zillertal	61
Abbildung 14: Generelle Leitlinien, tal- und sachbereichsübergreifend	72
Abbildung 15: Leitlinien und relevante Handlungsfelder	72
Abbildung 16: Leitlinien und relevante Handlungsfelder (vergrößerte Darstellung)	85

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

ATLR	Amt der Tiroler Landesregierung
DTV	Durchschnittlicher Tagesverkehr
MIV	Motorisierter Individualverkehr
MTV	Maximaler Tagesverkehr
ÖRK	Örtliches Raumordnungskonzept
ÖV	Öffentlicher Verkehr
PVZ	Planungsverband Zillertal
TROG	Tiroler Raumordnungskonzept
ZTG	Zillertal Tourismus GmbH
ZVBAG	Zillertaler Verkehrsbetriebe AG

1 AUFGABENSTELLUNG UND ZIELE

1.1 Auftrag

Die Mitgliederversammlung des Planungsverbands Zillertal hat unter dem Vorsitz ihres Obmannes LA Josef Geisler am 11. Februar 2011 beschlossen, einen Strategieplan für die gesamte Region zu entwickeln. Dieser Strategieplan soll auf breiter Basis entwickelt werden und gemeinsam getragene Antworten auf die wichtigsten Zukunftsfragen der Region geben.

Der Obmann des Planungsverbandes wird beauftragt, den auf ca. eineinhalb Jahre angelegten Entwicklungsprozess unter Einbindung eines externen Moderators und Projektbegleiters zu steuern. Zwischenergebnisse sind dem Vorstand des Planungsverbandes bzw. der Mitgliederversammlung zur Freigabe vorzulegen.

1.2 Zielsetzungen

a) Antworten auf die folgenden Fragestellungen:

- Welche Entwicklungspotenziale hat das Zillertal, und welche Zielsetzungen ergeben sich daraus?
- In welchen Bereichen stößt das Zillertal an Entwicklungsgrenzen, und wie lassen sich diese Grenzen definieren?
- Welche Strategien bzw. Maßnahmen müssen verwirklicht werden, um einerseits die Ziele zu erreichen und andererseits die Entwicklungsgrenzen des Tales auf Dauer ohne große Konflikte respektieren zu können?
- Welche infrastrukturellen Maßnahmen müssen gesetzt werden, um die Entwicklungsziele des Tales auf Dauer erreichen zu können?
- In welchen Bereichen können überörtliche Kooperationen die Erreichung der Entwicklungsziele nachhaltig unterstützen?
- Welche organisatorischen Vorkehrungen müssen getroffen werden, damit die Verwirklichung der Ziele nach dem formellen Abschluss des Entwicklungsprozesses intern auf Dauer sichergestellt werden kann?
- Gibt es generelle Leitlinien, die talweit und sachbereichsübergreifend Gültigkeit haben?

b) Einleitung eines talweiten permanenten Diskussionsprozesses

1.3 Verbindlichkeit des Strategieplans

1.3.1 BETEILIGUNG DER BEVÖLKERUNG

Um einen breiten und langfristig tragfähigen Konsens zu finden, wurde intensiv versucht, die Bevölkerung des Zillertals eng in den Entwicklungsprozess einzubinden. Durch eine starke Beteiligung der ZillertalerInnen ist sichergestellt, dass von der Basis ausreichender Druck zur Erreichung der gemeinsam entwickelten Ziele und zur Umsetzung der paktierten Maßnahmen erzeugt wird.

1.3.2 EINGANG IN DIE ÖRTLICHEN RAUMORDNUNGSKONZEPTE

In die nach dem Tiroler Raumordnungsgesetz 2006 vorzunehmende Fortschreibung der Örtlichen Raumordnungskonzepte werden die relevanten Ergebnisse des Strategieplans Zillertal einfließen. Damit wird auch eine formelle Verpflichtung zur Umsetzung von Kerninhalten des Strategieplans sichergestellt.

1.3.3 UMSETZUNG ALS AUFGABE DES PLANUNGSVERBANDS

Teil des Strategieplans ist die Einrichtung einer „Umsetzungsplattform“ auf der Ebene des Planungsverbandes Zillertal. Dieser Plattform obliegt die Aufgabe, die Umsetzungsaktivitäten zum Strategieplan laufend zu beobachten und in regelmäßigen Abständen öffentlich Bericht zu erstatten.

Nachdem im Bezirk Schwaz kein formelles Regionalmanagement eingerichtet ist, kommt dem Planungsverband Zillertal als Umsetzungsplattform des Strategieplans eine besondere Bedeutung zu.

Mehrere Umsetzungsprojekte wurden bereits in Gang gesetzt oder abgeschlossen (siehe Anhang, Punkt 11.2).

1.3.4 POLITISCHES BEKENNTNIS ZUM STRATEGIEPLAN ZILLERTAL

Mit der Unterschrift aller 25 Bürgermeister des Tales bekennen sich die Gemeinden als Mitglieder des Planungsverbandes Zillertal zu den gemeinsam erarbeiteten Inhalten des Strategieplans.

2 PROJEKTSTRUKTUR

2.1 Grundlagen

2.1.1 VORLIEGENDE KONZEPTE UND STUDIEN

Aus landesweiter Sicht setzt der gegenständliche Strategieplan insbesondere auf die Raumordnungspläne „ZukunftsRaum Tirol“¹ und „Raumverträgliche Tourismusentwicklung“² auf.

Weitere grundlegende Konzepte:

- Entwicklungskonzept der Zillertalbahn AG (Juni 2012): Siehe Anlagen in www.planungsverband-zillertal.at
- Verkehrssystem Zillertal (Büro für Verkehrs- und Raumplanung, DI Schlosser; Mai 2012): Siehe Anlagen in www.planungsverband-zillertal.at
- Mobilitätsstudie des Landes Tirol, Abt. Verkehrsplanung (Mai 2012): Siehe Anlagen in www.planungsverband-zillertal.at

¹ Lt. Beschluss der Tiroler Landesregierung vom 27. 9. 2011

² Lt. Beschluss der Tiroler Landesregierung vom 9. 11. 2010

- Integriertes Verkehrskonzept Zillertal (Dorsch Consult Ingenieurgesellschaft m.b.H.; Juli 1996)
- Regionales Entwicklungsprogramm für die Planungsräume 54 und 55 (Amt der Tiroler Landesregierung; Dezember 1981 und Evaluierungen Dezember 1986 + September 1991)

2.1.2 STRUKTURDATEN DES TALES

Eckdaten:

- 1.097,18 km² Gesamtfläche, davon 111,78 km² Dauersiedlungsraum (10,2%)³
- 35.000 Einwohner⁴
- 50.187 Betten (Winter 2011)⁵
- 4.435.989 Nächtigungen Winter (2011/12)⁶
- 2.578.803 (Sommer 2012)⁷

Weitere Daten (Demografie, Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft, Verkehr) siehe Anlage „Regionalprofil Zillertal 2010“ in www.planungsverband-zillertal.at

2.2 Vorgehen

2.2.1 AUFBAUORGANISATION

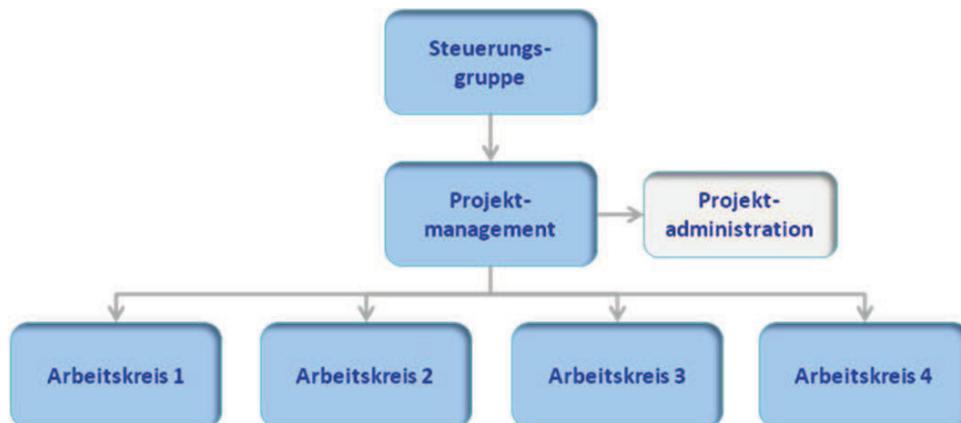


Abbildung 1: Aufbauorganisation für die Entwicklung des Strategieplans Zillertal

- Steuerungsgruppe: 8 Vorstandsmitglieder des Planungsverbands und die Obleute der 4 TVB
- Projektmanagement
 - Projektleitung: Obm. LA Josef Geisler
 - Projektbegleitung und Moderation: Mag. (FH) Jochl Grießer, Kufgem Kommunal Consulting

³ Quelle: Regionsprofil Zillertal 2010 (Landesstatistik Tirol)

⁴ Quelle: Regionsprofil Zillertal 2010 (Landesstatistik Tirol)

⁵ Quelle: Regionsprofil Zillertal 2010 (Landesstatistik Tirol)

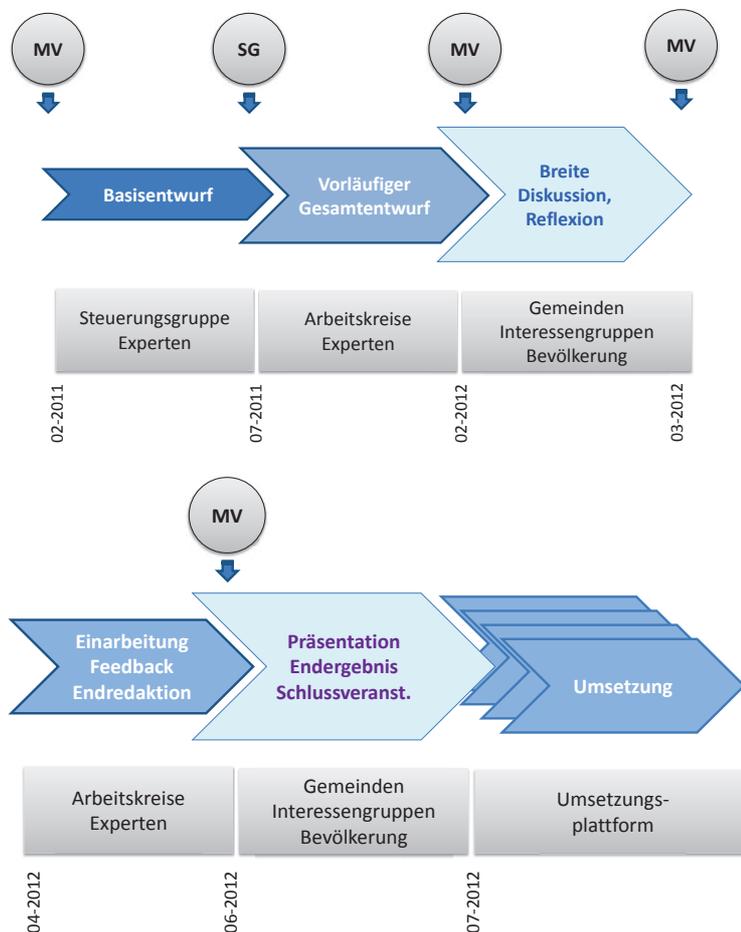
⁶ Quelle: Zillertal Tourismus GmbH

⁷ Quelle: Zillertal Tourismus GmbH

- Projektadministration: Thekla Hauser, Planungsverband Zillertal
- Arbeitskreise (AK): Bürgermeister, VerantwortungsträgerInnen, BürgerInnen, ExpertenInnen (insgesamt ca. 130 Personen)
 - AK1: Raumordnung, Raumentwicklung, Siedlungsentwicklung
 - AK2: Wirtschaft (Tourismus, Gewerbe, Industrie, Handel, Dienstleistung) und Arbeit
 - AK3: Land- und Forstwirtschaft, Umwelt, Natur, Ressourcen
 - AK4: Mobilität und Verkehrsinfrastruktur

Die Mitglieder der Steuerungsgruppe, der Arbeitskreise und sie involvierten ExpertInnen sind auf der Website des Planungsverbandes (www.planungsverband-zillertal.at) aufgelistet

2.2.2 ABLAUFORGANISATION



SG= Steuerungsgruppe / MV = Mitgliederversammlung

Abbildung 2: Ablaufplan zur Entwicklung des Strategieplans Zillertal

2.2.3 VERANSTALTUNGEN

Zur Entwicklung des Strategieplans Zillertal haben neben einer Vielzahl von Recherchen und Abstimmungsgesprächen folgende Veranstaltungen stattgefunden:

Entwicklung des Strategieplans Zillertal
1 Auftaktveranstaltung
10 Sitzungen der Steuerungsgruppe
22 Workshops der Arbeitskreise
9 Expertenhearings
5 Mitgliederversammlungen
1 Info für GemeindemitarbeiterInnen
1 Info für Gemeinde- und TVB-FunktionärInnen
3 Regionalkonferenzen
1 Expertenreflexion
3 Pressekonferenzen
1 Schlussveranstaltung

Abbildung 3: Aufstellung der formellen Veranstaltungen zur Entwicklung des Strategieplans Zillertal

3 PRÄAMBEL ZUM STRATEGIEPLAN ZILLERTAL

Der Strategieplan Zillertal führt die Region in eine selbstbestimmte und von einer breiten Basis der Bevölkerung aktiv mitgestaltete Zukunft.

Das Zillertal setzt auf eine dynamische und qualitätsbetonte Weiterentwicklung, die aber auch den nachfolgenden Generationen ausreichenden Gestaltungsspielraum lässt.

Jegliche weitere Entwicklung basiert auf dem Prinzip der Nachhaltigkeit. Das heißt, dass bei allen wichtigen Richtungsentscheidungen soziale, ökonomische und ökologische Aspekte zueinander in Balance stehen müssen.

4 ERGEBNISSE ZUM ARBEITSFELD „RAUMORDNUNG UND SIEDLUNGSENTWICKLUNG“

4.1 Wichtige Fragestellungen zum Arbeitsfeld

- Wie stellen wir sicher, dass auch künftige Generationen noch gestaltbare Entwicklungsmöglichkeiten vorfinden?
- Wie stellen wir sicher, dass die Bevölkerung ausreichende Wohnmöglichkeiten zu leistbaren Bedingungen vorfindet?
- Was braucht es für regionsweite Regeln, damit die derzeit noch weitgehend ausbalancierte Struktur mit gewachsenen Dörfern, gepflegter Kulturlandschaft und dominierenden Naturbereichen nicht verwässert wird?
- Welche raumordnerischen Voraussetzungen brauchen Tourismus, Industrie, Gewerbe, Handel und Dienstleistung für ein qualitätsorientiertes Wachstum und damit für die Sicherung von wohnortnahen Arbeitsplätzen?
- Welche raumordnerischen Voraussetzungen müssen vorliegen, um die Existenzmöglichkeit einer kleingliedrigen Landwirtschaft zu sichern?

4.2 Ausgangssituation

4.2.1 BAULANDSTATISTIK

Die nachfolgende Baulandstatistik zeigt unter anderem, dass im Zillertal eine Baulandreserve von 258 Hektar (ca. 29% des gesamten gewidmeten Baulands) zur Verfügung steht. Allerdings ist ein erheblicher Teil dieser Reserve nur schwer oder überhaupt nicht mobilisierbar.

Widmung	Bauland gesamt	Bebaubare Fläche		Verdichtungs- reserve		Verfügbares Bauland	
	[ha]	[ha]	%	[ha]	[%]	[ha]	[%]
Wohngebiete	436,46	98,63	22,6%	20,04	4,6%	118,67	27,2%
Mischgebiete	389,57	63,82	16,4%	46,31	11,9%	110,13	28,3%
Gewerbe- u. Industriegeb.	61,48	14,85	24,2%	14,75	24,0%	29,60	48,1%
SUMME BAULAND	887,51	177,30	20,0%	81,10	9,1%	258,40	29,1%

Abbildung 4: Baulandstatistik aus 2009⁸

⁸ Quelle: Landesstatistik Tirol

4.2.2 STÄRKEN UND SCHWÄCHEN

Siehe Anhang, Punkt 11.1.1

4.2.3 WICHTIGE ENGPASSFAKTOREN

Die Engpassfaktoren der Raumordnungs- und Siedlungspolitik sind

- die Verfügbarkeit von Grund und Boden
- die Sensibilität des Orts- und Landschaftsbildes
- die Verfügbarkeit des Arbeitsplätzeangebots in zumutbarer Entfernung
- die begrenzte Leistungsfähigkeit der Verkehrssysteme
- die Akzeptanz der Entwicklungsdynamik durch die Bevölkerung

4.3 Ziele und Grundsätze

- Die Ressource Grund und Boden ist ein nicht vermehrbares Gut und wird daher im Rahmen einer konsequenten Raumordnung mit größtmöglicher Sparsamkeit genutzt. Die vorhandenen Reserven an bebaubaren Grundstücken dienen mit Rücksicht auf kommende Generationen vorwiegend den Grundbedürfnissen der Bevölkerung.
- Die künftige Siedlungspolitik dient in erster Linie dem Bedarf der Bevölkerung zur Sicherung eines leistbaren und qualitativ angemessenen Hauptsitz-Wohnangebots. Mit Ausnahme der notwendigen Personalwohnungen sind andere Arten von temporärer Wohnraumnutzung, insbesondere für Freizeitwohnsitze, hintanzuhalten. > [ÖRK]⁹
- Die Raumordnungspolitik nimmt weiters im Sinne des Tiroler Raumordnungsgesetzes und der Festlegungen des Zukunftsraums Tirol insbesondere auf folgende Ziele Bedacht:
 - Sicherung ausreichender Flächen zur Befriedigung des Wohnbedarfes der Bevölkerung und für die Erhaltung und Weiterentwicklung der Wirtschaft
 - Erhaltung landwirtschaftlich gut nutzbarer Gebiete
 - Erhaltung und Verbesserung des Orts- und Landschaftsbildes als Identitätsmerkmal des Tales
 - Aufrechterhaltung der Besiedelung in den Berggebieten
 - Erhaltung ökologisch wertvoller Flächen und Landschaftsteile
 - Erhaltung von Erholungsräumen
 - Aufrechterhaltung der Zentralfunktionen in den Orten
 - Vermeidung von Nutzungskonflikten
 - Sicherung der verkehrsmäßigen Erschließung
 - Raumordnung der kurzen Wege

⁹ Dieser und die folgenden Hinweise „> [ÖRK]“ bedeuten, dass die jeweilige Textstelle für die Fortschreibung der örtlichen Raumordnungskonzepte relevant ist

4.4 Strategischer Handlungsbedarf, Konzepte und Leitmaßnahmen

4.4.1 REGIONAL WIRKENDE RAUMORDNUNG

4.4.1.1 Regional vernetzte Raumordnungspolitik der Gemeinden

Die Gemeinden erklären sich bereit, die jeweilige Raumordnungspolitik künftig gegenseitig wesentlich stärker aufeinander abzustimmen. Dies gilt sowohl für benachbarte Gemeinden als auch in den Teilregionen sowie im gesamten Talbereich. Die rechtzeitige gegenseitige Information über die Planung raumordnerischer Maßnahmen, deren Wirkungen über die örtliche Ebene hinausgehen, ist dazu eine wichtige Voraussetzung. Großräumig wirkende Raumordnungsmaßnahmen werden unter Zugrundelegung einer Geschäftsordnung für vernetzte Raumordnung“ (siehe Anlage auf www.planungsverband-zillertal) auf der Ebene des Planungsverbands abgestimmt. > [ÖRK]

Vor der allfälligen Freigabe neuer Siedlungs- oder Gewerbegebiete wird sondiert, inwieweit eine gemeindeübergreifende Lösung Vorteile bringen würde. > [ÖRK]

Unterschiedliche Vorgehensweisen in der Handhabung der örtlichen Raumordnung werden künftig zwischen den Gemeinden auf Basis der vom Planungsverband beschlossenen „Geschäftsordnung für vernetzte Raumordnung“ stärker aufeinander abgestimmt. Diese Geschäftsordnung dient den Gemeinden als selbstverpflichtende Richtlinie. > [ÖRK]

Die regional relevanten Raumordnungsdaten werden im Planungsverband zur allgemeinen Nutzung als Entscheidungsgrundlage talweit zusammengeführt und laufend aktualisiert.

4.4.1.2 Primäre Abstimmung der Siedlungsentwicklung auf den einheimischen Bedarf

Das Zillertal ist weiterhin für einen Zuzug von Menschen offen, die im Tal den Mittelpunkt ihrer Lebensinteressen suchen. Der Schwerpunkt der Siedlungspolitik wird auf die TalbewohnerInnen abgestimmt, sodass deren Bedarf zu leistbaren Kosten gedeckt werden kann. In den örtlichen Raumordnungskonzepten und Flächenwidmungsplänen wird auf diese Strategie Bedacht genommen. > [ÖRK]

Um für einheimischen Wohnbedarf ein qualitativ und quantitativ ausreichendes sowie leistbares Wohnangebot zu schaffen, werden Umwidmungen von Freiland im Rahmen der Vertragsraumordnung¹⁰ ermöglicht. Dabei sind prioritär Flächen heranzuziehen, deren landwirtschaftliche Nutzbarkeit beschränkt ist und allfällige ökologische Eingriffe vertretbar sind. > [ÖRK]

Bei der Neuwidmung von Siedlungsgebieten werden auch gemeindeübergreifende Lösungen in Betracht gezogen und dann umgesetzt, wenn die Ziele des gegenständlichen Strategiekonzepts dadurch besser erreicht werden können. > [ÖRK]

Bei beantragten Neuwidmungen von Siedlungsflächen wird seitens der Gemeinden eine konsequente Bedarfsprüfung angewandt. Umwidmungen als private Finanzierungsinstru-

¹⁰ §33 des Tiroler Raumordnungsgesetzes 2011 ermöglicht es den Gemeinden, mit Grundbesitzern privatrechtliche Verträge abzuschließen, um die notwendigen Flächen im Sinne der im örtlichen Raumordnungskonzept festgelegten Ziele zu erreichen. Dies gilt insbesondere für den geförderten Wohnbau, für die verkehrsmäßige Erschließung des Baulandes und für die Errichtung öffentlicher Infrastruktureinrichtungen.

mente sind mit einer verantwortungsvollen Raumordnungspolitik nur insofern vereinbar, als damit auch öffentliche Interessen in erheblichem Ausmaß befriedigt werden (z.B. Bereitstellung von Flächen für den geförderten Wohnbau). > [ÖRK] Auf diese Regelung werden auch die im Tal tätigen Finanzierungsinstitute hingewiesen.

Zur Beschaffung von leistbarem Siedlungsgrund kommt das Instrument der Vertragsraumordnung stärker zum Einsatz. Dabei finden Neuwidmungen größeren Umfangs (ab 2.000 m²) bei Vorliegen der raumordnungsrechtlichen Rahmenbedingungen nur unter der Voraussetzung statt, dass zumindest ein Drittel der Fläche zum reduzierten Preis (lt. örtlichen Wonbauförderungsrichtlinien) für die Errichtung leistbarer Hauptsitzwohnungen zur Verfügung gestellt wird. Die aktive Bodenpolitik der Gemeinden wird allenfalls auch mit Hilfe des Tiroler Bodenfonds, intensiviert. > [ÖRK]

4.4.1.3 Entwicklungsmöglichkeiten für weitere Gewerbegebiete

Aktuell werden keine Möglichkeiten gesehen, interkommunale Gewerbebestände zu begründen. Sollten jedoch später geeignete Grundflächen mobil werden, ist dieser Ansatz weiterzuerfolgen. Die Erweiterung bestehender Standorte ist allfälligen Neuerschließungen vorzuziehen.

Grundsätzlich hat der Flächenbedarf ansässiger Firmen und Firmenneugründer Vorrang vor der Ansiedelung externer Unternehmen. Aktives Flächenmanagement der Gemeinden (Widmung, Kauf, Tausch, Tiroler Bodenfonds) unterstützt die Schaffung von geeigneten Betriebsstandorten. Durch die überörtliche Vernetzung der einzelnen Gewerbebestände im Planungsverband werden Betriebsansiedelungen in Bezug auf die Standortwahl optimiert.

Bei Betriebsansiedelungen wird auch geprüft, ob wirtschaftliche Wechselwirkungen mit Standorten im regionalen Umfeld in erheblichem Ausmaß zu erwarten sind. Auf der Ebene des Planungsverbandes werden solche Wirkungen abgewogen und allenfalls Alternativen gesucht. > [ÖRK]

4.4.1.4 Beibehaltung des Erscheinungsbildes eines Tiroler Bergtales

Das Erscheinungsbild des Siedlungsraums soll weiterhin von kompakten Dörfern und Weilern geprägt sein. Ein „Aufweichen“ der Ortsränder und die weitere Entwicklung von Streusiedlungen wird durch entsprechende Festlegungen in den örtlichen Raumordnungskonzepten hintangehalten werden. > [ÖRK]

Der künftige Siedlungsbedarf wird vorwiegend durch Verdichtung innerhalb der Siedlungsgrenzen gedeckt werden. Vorhandene Bausubstanz wird im Rahmen der baurechtlichen Möglichkeiten stärker genutzt. > [ÖRK]

Die „kanalisierende“ Wirkung von Industrie- Gewerbe- und Handelsbetrieben entlang der Hauptverkehrsachse wird durch gestalterische Maßnahmen beim Bestand und durch restriktive Handhabung von Neuwidmungen reduziert. > [ÖRK]

Containersiedlungen, die beispielsweise als Personalunterkünfte dienen, sind mit dem Erscheinungsbild eines Tiroler Bergtales nicht zu vereinbaren und werden daher durch bau- und raumordnungsrechtliche Maßnahmen unterbunden. > [ÖRK]

Die Beeinträchtigung des Orts- und Landschaftsbildes durch großflächige Voltaik- und Solaranlagen auf landwirtschaftlich nutzbaren Flächen ist nicht erwünscht. > [ÖRK]

4.4.1.5 Architektur als Orts- und Landschaftsbild prägendes Element

Der Verträglichkeit der Architektur mit dem Orts- und Landschaftsbild wird künftig zunehmend Aufmerksamkeit gewidmet. Sie ist ein wichtiger Aspekt bei der künftigen Erlassung bzw. Änderung von Bebauungsplänen. > [ÖRK] Die detaillierte Vorgabe von Stilen und Stilelementen wird nicht als zielführend erachtet, zumal sich qualitätvolle Architektur nicht in allgemeingültige Bebauungsregeln umsetzen lässt. Das Zillertal lebt von seiner Vielfalt, die sich auch im Erscheinungsbild der Dörfer ausdrücken soll, weshalb jegliche Uniformierung zu vermeiden ist. Moderne, qualitätvolle Architektur ist auch in Verbindung mit traditionellem Bestand verträglich und erwünscht. Auswüchse, die beispielsweise aufgrund falscher Größenordnungen oder Proportionen sowie nicht authentischer Imitate von qualifizierten Fachleuten der Baubehörden identifiziert werden, sind nach Möglichkeit zu unterbinden.

Die Qualität der Architektur wird durch qualifizierte Planungs- und Bewilligungsverfahren sichergestellt. Architektenwettbewerbe und/oder die Beiziehung des Gestaltungsbeirats (siehe Geschäftsordnung für vernetzte Raumordnung) bei orts- und landschaftsbildprägenden Projekten sind geeignete Instrumente zur Erreichung dieses Ziels. Der Gestaltungsbeirat steht weiters bei substantiellen Eingriffen in schützenswerte Ensembles zur Verfügung werden und wird Architektenwettbewerbe begleiten.

Durch gemeindeübergreifende Kooperationen bei der Bestellung von Sachverständigen kann die notwendige Expertise zur Sicherstellung qualitätvoller Architektur auch in kleinen Gemeinden sichergestellt werden.

Die oben genannten Maßnahmen sind auch für Industrie- Gewerbe- und Handelsbetriebe gedacht. Durch qualitätvolle Planung und gute Standortwahl können auch solche Objekte wichtige Beiträge zu einem attraktiven Orts- und Landschaftsbild beitragen.

4.4.1.6 Deckelung der Zahl der Gästebetten

Um die Zielsetzungen (siehe Punkt 5.4.1.1) zur Stabilisierung der talweiten Bettenkapazität auf dem aktuellen Niveau zu erreichen, sind vor allem raumordnungsrechtliche Maßnahmen anzuwenden (z.B. keine Neuwidmungen für Beherbergungs-Großbetriebe, Steuerung über die Parzellenstruktur, strenge Handhabung der Stellplatzverordnungen, projektbezogene Widmungen, Vertragsraumordnung, weitgehende Beschränkung auf ortsintegrierte Standorte). > [ÖRK]

4.4.1.7 Einschränkung der Neuerrichtung und der Erweiterung von „Hüttendörfern“

Hütten- bzw. Chaletdörfer widersprechen häufig den Zielsetzungen des Punktes 4.4.1.4 (Beibehaltung des Erscheinungsbildes eines Tiroler Bergtales sowie dem Prinzip einer bodensparenden Bauweise). Daher wird bei Genehmigungsverfahren zur Neuerrichtung und wesentlichen Erweiterung derartiger Anlagen größtes Augenmerk auf allfällige Widersprüche zu den genannten Prinzipien gelegt und der Gestaltungsbeirat sowie die Umsetzungsplattform des Planungsverbandes konsultiert. > [ÖRK]

4.4.1.8 Unterbindung weiterer Freizeit- und Nebenwohnsitze

Die weitere Begründung von Freizeit- und Nebenwohnsitzen sowie von Wohnungen, die nicht der Deckung des ganzjährigen Wohnbedarfs dienen, wird durch konsequente Anwen-

derung der gesetzlichen Regelungen präventiv erschwert, wobei die Gemeinden im Rahmen ihrer Befugnisse nur geringe Möglichkeiten effizienter Kontrollen haben. > [ÖRK]¹¹

Einschlägige Projekte von Bauträgern, die eine nachhaltige Nutzung als Dauerwohnraum nicht erwarten lassen, werden nicht unterstützt. Die informelle und widerrechtliche Umwidmung von Ferienwohnungen in Freizeit- oder Nebenwohnsitze wird strenger überwacht. Bei größeren Siedlungsbauprojekten werden in Kooperation mit den Bauträgern Modelle bevorzugt, bei denen den Gemeinden größtmögliches Mitspracherecht zur Wohnungsvergabe eingeräumt wird. Bei privaten Projekten werden Missbräuche durch zivilrechtliche Vereinbarungen unterbunden.

Weitere Maßnahmen zur missbräuchlichen Schaffung von Freizeit- und Nebenwohnsitzen sind projektbezogene Widmungspolitik (siehe Punkt 4.4.2.5) sowie aktive Bodenpolitik der Gemeinden (Widmung, Kauf, Tausch, Tiroler Bodenfonds) mit klaren und sanktionierbaren Bedingungen für die Schaffung von Hauptwohnsitzen. > [ÖRK]

4.4.1.9 Hintanhaltung der Neuansiedlung von Handelsbetrieben in peripheren Lagen

Die Versorgung des Tales mit Handelswaren kann aus regionaler Sicht als ausreichend betrachtet werden. Weitere Neuansiedlungen sollen in der Regel daher in den Ortskernen stattfinden. Dadurch wird die „kanalisierende“ Wirkung durch Handelsbetriebe an den Ortsperipherien verhindert und die Nahversorgung sowie die erwünschte Zentrumsbelegung gestärkt.

Der Schwerpunkt der künftigen Raumordnungspolitik für Handelsbetriebe liegt auf lebensfähigen Nahversorgungsbetrieben in den Ortskernen und auf bestmöglicher Anbindung an das ÖV-Angebot. > [ÖRK]

4.4.1.10 Verteilung der regionalen Freizeitinfrastruktur im Tal

Die Weiterentwicklung der regional relevanten Freizeitinfrastruktur wird künftig besser abgestimmt. Dazu wird ein Masterplan erstellt (Skigebiete werden davon nicht erfasst, da sie im Tiroler Seilbahn- und Skigebietsprogramm geregelt sind).

Künftige Entwicklungen werden auf Basis der vorliegenden Bestandsaufnahme talweit abgestimmt. Dabei sind die Gemeinden und Tourismusverbände einzubeziehen.

Bei der Planung von Freizeiteinrichtungen mit hoher Besucherfrequenz werden die großräumigen Wirkungen in die Standortüberlegungen einbezogen. Die Anbindung an das öffentliche Verkehrssystem hat dabei Priorität. > [ÖRK]

4.4.1.11 Sicherung der Trassen für den notwendigen Ausbau der Verkehrsinfrastruktur

Für die notwendigen Maßnahmen zur langfristigen Sicherung einer leistungsfähigen Verkehrsinfrastruktur werden die dazu notwendigen Flächen reserviert. Für den Flächenbedarf und die technischen Mindeststandards zur Errichtung bzw. zur Erweiterung von überörtlichen Verkehrswegen (u.a. auch Geh- und Radwege) wird ein Bedarfsplan erstellt, der auch Richtlinien für die Einlösung der notwendigen Grundflächen enthält. > [ÖRK]

¹¹ Dieser und die folgenden Hinweise „> [ÖRK]“ bedeuten, dass die jeweilige Textstelle für die Fortschreibung der örtlichen Raumordnungskonzepte relevant ist

Die strategischen Überlegungen zur Mobilität und Verkehrsinfrastruktur des Tales finden sich im Punkt 9.4 dieses Dokuments.

4.4.1.12 Raumordnung in der Landwirtschaft

Die Festlegung landwirtschaftlicher Vorrangflächen wird im Sinne der langfristigen Absicherung gut bearbeitbarer und großräumiger Flächen auch weiterhin beibehalten. Es wurde jedoch im Einvernehmen mit der zuständigen Landesbehörde eine Lösung geschaffen, diese Zweckwidmung auf großflächige Bereiche am Talboden zu beschränken und kleingliedrige Abgrenzungen innerhalb oder in der unmittelbaren Nähe von Baugebieten zurückzunehmen. Für trennscharfe Abgrenzungen im unmittelbaren Bereich von Gebäuden wurde eine praktikable Lösung gefunden, die bauliche Erweiterungen kleineren Umfangs nicht ausschließt. > [ÖRK]

Die Aussiedelung von Hofstellen oder Wirtschaftsgebäuden in das Freiland wird weiterhin unterstützt, sofern ihre betriebswirtschaftliche Notwendigkeit zweifelsfrei nachgewiesen wird. Spekulationsmöglichkeiten mit den dadurch frei werdenden ehemaligen Hofflächen in den Orten werden jedoch durch raumordnerische Maßnahmen vermieden (siehe auch Punkt 7.4.4.2). > [ÖRK]

4.4.1.13 Schutz vor Naturgefahren

Die Gefahrenzonenpläne der Wildbach- und Lawinverbauung sowie die Gefahrenpläne der Gemeinden werden laufend aktualisiert. Daraus folgende Maßnahmen werden nach Maßgabe der Dringlichkeit und der Finanzierbarkeit gesetzt. > [ÖRK]

4.4.2 ÖRTLICHE RAUMORDNUNG

4.4.2.1 Festlegung der Entwicklungsziele und Siedlungsgrenzen

In Abstimmung mit den Inhalten des gegenständlichen Strategieplans definieren die einzelnen Gemeinden ihre Entwicklungsziele und leiten daraus Siedlungsgrenzen ab. Die Ergebnisse dieser Prozesse werden in der Fortschreibung der örtlichen Raumordnungskonzepte fixiert. > [ÖRK]

Zur Mobilisierung von gewidmetem Bauland für den einheimischen Siedlungsbedarf gibt es laut Tiroler Raumordnungsgesetz die Möglichkeit, einen vorgezogenen Erschließungskostenbeitrag einzuheben. Eine talweit vereinheitlichte Vorgehensweise wird vorerst nicht angestrebt.

4.4.2.2 Bodensparende Bauweise

Raumordnungsrechtliche Instrumente zur inneren Verdichtung der Ortsteile, die intensivere Nutzung bestehender oder leerer Bausubstanz, die Schließung von Baulücken, die Herstellung einer günstigen Parzellenstruktur, das „Einfrieren“ bestehender Zersiedlungsansätze und eine aktive Bodenpolitik der Gemeinde sind die Kernmaßnahmen zur Sicherstellung einer bodensparenden Bauweise. > [ÖRK]

4.4.2.3 Belebung der Ortskerne

Belebte Ortskerne sind eine der Grundvoraussetzungen für eine wünschenswerte soziale Entwicklung in den Ortskernen und verstärken die „Gravitationswirkung“ zu den Zentren. Daher ist die Sicherung bzw. Neuansiedlung öffentlicher Infrastruktur (Nahversorgung, Freizeit- und Veranstaltungsreinrichtungen, Behörden, Postpartner, öffentliche Plätze) ein wichtiger Beitrag zur Erhaltung der dörflichen Strukturen im Tal. > [ÖRK]

Gute Anbindungen an das öffentliche Verkehrsnetz und eine komfortable innerörtliche Radinfrastruktur sind weitere Voraussetzungen für belebte Zentren auch in kleineren Orten. > [ÖRK]

4.4.2.4 Infrastrukturelle Voraussetzungen für Neuwidmungen

Neuwidmungen von Siedlungsgebieten erfolgen vorrangig dort, wo die Ver- und Entsorgungsinfrastruktur vorhanden oder nach wirtschaftlichen Gesichtspunkten herstellbar ist. Dies gilt unter anderem auch für die Anbindung an den öffentlichen Verkehr. > [ÖRK]

Bei Neuwidmungen und der Erlassung bzw. Änderung von Bebauungsplänen sowie Stellplatzverordnungen wird unter anderem auf den tatsächlich notwendigen Stellplätzebedarf Rücksicht genommen. > [ÖRK]

4.4.2.5 Projektbezogene Widmungspolitik

Die Freigabe von Flächen zur Bebauung wird enger als bisher an den Nutzungszweck gebunden. Damit kann auf die aus örtlicher und regionaler Sicht erwünschte Entwicklung wesentlich stärker Einfluss genommen werden. Instrumente dazu sind im Sinne des Tiroler Raumordnungsgesetzes (TROG 2011) die Vertragsraumordnung, das Vorliegen eines Bebauungsplans als Bedingung zur Baugenehmigung sowie die baubehördliche Einforderung aussagekräftiger und bindender Projektkonzepte (nähere Vorgehensweise siehe „Geschäftsordnung für vernetzte Raumordnung“, Pkt. 4.4.1.1). > [ÖRK]

Auch bestehende Widmungen werden im Zuge der Fortschreibung der Raumordnungskonzepte im Sinne des vorstehenden Absatzes gegebenenfalls mit einem Freigabevorbehalt versehen. > [ÖRK]

4.4.2.6 Weitere Siedlungsentwicklung in den Weilern und Berggebieten

In eher abgelegenen Weilern ist eine weitere Siedlungsentwicklung im Wege einer Verdichtung innerhalb des Weilers sinnvoll, sofern die infrastrukturellen Voraussetzungen der Ver- und Entsorgung sowie des öffentlichen Verkehrsangebots vorhanden oder ohne hohen Aufwand herstellbar sind. > [ÖRK]

In Berggebieten wird ein Zuzug aus dem Tal nicht als sinnvoll erachtet, weil Talbewohner mit den besonderen Bedingungen am Berg (erschwerter Zufahrt, fehlende Infrastruktur, kaum öffentliches Verkehrsangebot) vielfach überfordert sind. Für die in den Berggebieten wohnenden Familien sollen jedoch sehr wohl die notwendigen Siedlungsvoraussetzungen zur weiteren Entwicklung und Besitzstandsicherung geschaffen werden. > [ÖRK]

Ein aus mehreren Gesichtspunkten wichtiges strategisches Ziel ist die Beibehaltung des typischen Charakters von Bergdörfern, deren Erscheinungsbild für das gesamte Tal prägend ist. > [ÖRK]

5 ERGEBNISSE ZUM ARBEITSFELD „TOURISMUSWIRTSCHAFT“

5.1 Wichtige Fragestellungen zum Arbeitsfeld

- Wie kann der Tourismus marktgerecht weiterentwickelt werden und dabei die Akzeptanz in der Bevölkerung bewahren?
- Auf welche Stärken wollen wir setzen, welche Schwächen müssen wir beseitigen?
- Wie stellen wir sicher, dass eine ausreichende Wertschöpfung im Tourismus zu einer breiten Wohlstandsverteilung führt?
- Wo stoßen wir an Belastbarkeitsgrenzen, und wie sollen wir darauf reagieren?
- Wie stellen wir auf regionaler Ebene einen laufenden Innovationsprozess sicher, der unsere Wettbewerbsfähigkeit langfristig absichert?

5.2 Ausgangssituation

5.2.1 ALLGEMEINES

Das Zillertal ist mit rund 50.000 Betten¹² und 6,85 Mio. Nächtigungen¹³ die mit Abstand größte Tourismusregion Tirols.

Während sich die Nächtigen in der Wintersaison im Vergleich zum Bundesland Tirol langfristig sehr dynamisch nach oben entwickelt haben, gab es im Sommer seit 1991 vorerst eine deutlich negative Entwicklung. Erst seit 2004 zeigt auch die Sommersaison wieder einen spürbar positiven Trend, der sich mit der landesweiten Entwicklung ungefähr deckt.

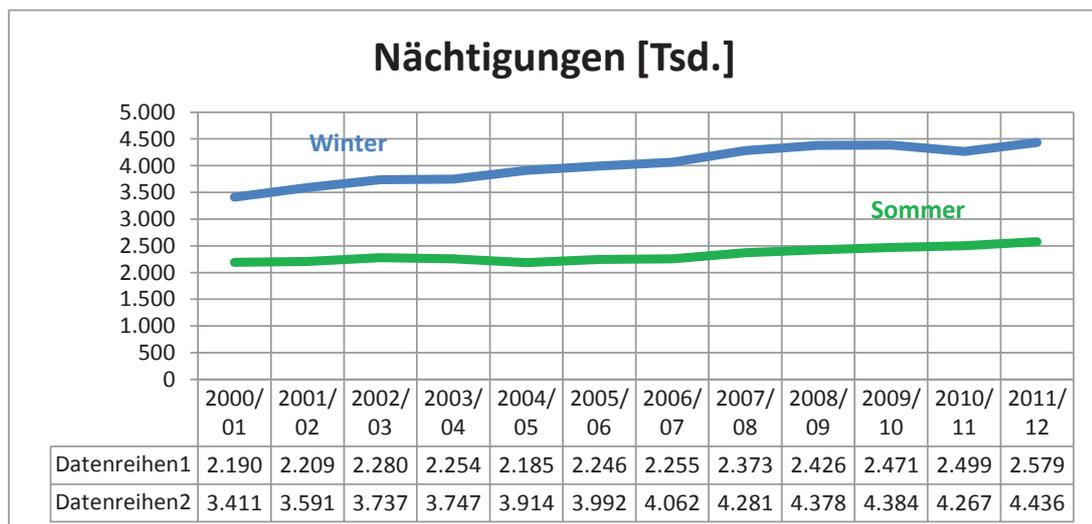


Abbildung 5: Nächtigungsentwicklung im Zillertal

¹² Winter 2009; Quelle: Landesstatistik Tirol (Regionsprofil Zillertal)

¹³ Tourismusjahr 2009/10; Quelle: Zillertal Tourismus GmbH

5.2.2 STÄRKEN UND SCHWÄCHEN

Siehe Anhang, Punkt 11.1.2

5.2.3 WICHTIGE ENGPASSFAKTOREN

Die wichtigsten Engpassfaktoren zum Thema Tourismus sind:

- Akzeptanz der Tourismusintensität durch die Bevölkerung und durch die Gäste
- Belastbarkeit von Natur und Umwelt
- Potenzial an qualifizierten einheimischen MitarbeiterInnen
- Flächenressourcen zur Neuerrichtung und Erweiterung von Betrieben sowie Freizeit- und Sportanlagen
- Kapazität der Verkehrsinfrastruktur
- Nutzungskonflikte
- Eigenkapital zur Finanzierung von Investitionen

5.3 Ziele und Grundsätze

- Eine grundsätzlich positive Gesinnung der Bevölkerung zum Tourismus wird bewahrt, indem die Menschen des Tales in angemessener Form an der Wertschöpfung teilhaben, ausreichend qualifizierte Arbeitsplätze vorfinden sowie ein attraktives Freizeitangebot und eine breit aufgestellte Versorgungsinfrastruktur nutzen können.
- Eine gute allgemeine Lebensqualität ist die Voraussetzung für eine gesunde Tourismusentwicklung. Dazu zählt, dass die Maßstäblichkeit der Tourismusinfrastruktur im Verhältnis zum Umfeld gewahrt bleibt.
- Das touristische Angebot basiert auf authentischen Stärkefeldern. Die daraus folgenden Eckpunkte der Positionierung sind selbstbewusste und gastfreundliche Menschen sowie die attraktive Natur, der Berg, der Outdoorsport, die Kulturlandschaft und unverfälschte regionale Produkte. Gastfreundschaft auf Kosten der Authentizität ist jedoch nicht im Sinne der gegenständlichen Zielsetzungen.
- Die touristische Weiterentwicklung des Tales wird über Qualität, Innovation, höhere Auslastung und bessere Wertschöpfung angestrebt. Damit wird auch das Ziel verfolgt, die Qualität der Arbeitswelt sowie das durchschnittliche Preisniveau der Beherbergungsbetriebe deutlich anzuheben.
- Das im Tourismus besonders ausgeprägte Mobilitätsbedürfnis wird tendenziell wesentlich stärker durch öffentliche Verkehrsangebote bedient.
- Die wichtigsten Steuerungsmöglichkeiten für eine verträgliche Tourismusentwicklung sind die Gesamtkapazitäten der Beherbergungs- bzw. der Seilbahnwirtschaft. In der Gesamtsumme wird keine weitere Steigerung dieser Kapazitäten angestrebt. Davon ausgenommen sind moderate Erhöhungen von Beförderungskapazitäten der Skigebiete, die der Qualitätsverbesserung (z. B. Abbau von Wartezeiten) dienen.
- Der Marktauftritt und die Destinationsentwicklung des Zillertals erfolgen im Wesentlichen auf der regionalen Ebene.

5.4 Strategischer Handlungsbedarf, Konzepte und Leitmaßnahmen für den Tourismus

5.4.1 GENERELLE ANGEBOTSENTWICKLUNG

5.4.1.1 Entwicklung des Beherbergungsangebots

Die aktuelle Kapazität der gesamten Region umfasst ca. 50.000 Betten¹⁴. Aufgrund der gegebenen Engpassfaktoren (Flächenverbrauch, Verkehrskapazitäten, Akzeptanz durch die Bevölkerung) wird in Summe keine weitere Erhöhung des Bettenangebots angestrebt. Der laufende Abgang von Beherbergungsbetrieben durch Marktvereinigungen vor allem im Bereich der Privatvermietung macht jedoch eine gezielte Weiterentwicklung ohne Erhöhung des Gesamtkontingents möglich. Die Neuerrichtung von Beherbergungsbetrieben kann sich in Teilregionen mit unterdurchschnittlicher Tourismusdichte als sinnvoll erweisen. Dies insbesondere dann, wenn es sich um Leitbetriebe mit „Leuchtturmwirkung“ handelt. Erweiterungen bestehender Betriebe im Sinne wettbewerbsfähiger Strukturvoraussetzungen entsprechen auch in tourismusintensiven Bereichen den strategischen Zielsetzungen. > [ÖRK]

Die Neuerrichtung von Großbeherbergungsbetrieben sowie von Kettenhotels entspricht im Grundsatz nicht den regionalen strategischen Zielsetzungen, da Tourismusinvestitionen weitgehend aus regionaler Wirtschaftskraft entstehen sollen (bereits in konkreter Planung oder im Bau befindliche Objekte sind nach jenen Regularien zu behandeln, die vor der Fixierung des gegenständlichen Strategieplans Gültigkeit hatten). Insofern die Errichtung von Großbeherbergungsbetrieben trotz der oben genannten Grundsätze aus regionalwirtschaftlicher Sicht sinnvoll erscheint, ist vor der Herstellung der widmungs- und baurechtlichen Voraussetzungen eine Stellungnahme des Planungsverbands einzuholen. > [ÖRK] Dabei ist von den Bauwerbern ein schlüssiges Betriebskonzept vorzulegen, welches mit dem gegenständlichen Strategieplan im Einklang steht.

Der vorherrschende Mix unterschiedlicher Beherbergungskategorien steht mit der Vielfalt des touristischen Gesamtangebotes und den damit angesprochenen unterschiedlichen Zielgruppen im Einklang. Auch für junge „Einsteiger“ gibt es ausreichend günstige Angebote. Die Aufrechterhaltung eines kleinstrukturierten privaten Beherbergungsangebots ist weiterhin ein wichtiger strategischer Faktor. Dieses Segment wird von breiten Zielgruppen sehr geschätzt und trägt im Innenverhältnis zu einer guten Verteilung des tourismuswirtschaftlich bedingten Wohlstands und somit zu einem wichtigen Faktor für eine positive Tourismusgesinnung im Tal bei.

Die Neuerrichtung von Beherbergungsbetrieben im mittleren und oberen Bereich der Skiräume entspricht im Wesentlichen nicht den gegenständlichen strategischen Zielsetzungen. In regionalwirtschaftlich begründeten Ausnahmefällen sind im Falle von gemeindeübergreifenden Skigebieten jedenfalls alle betroffenen Gemeinden in die Planungen und Genehmigungsverfahren einzubeziehen, da sich Erschließungs- und Sicherheitsfragen nur interkommunal zufriedenstellend lösen lassen. > [ÖRK]

Die ortsintegrierte Lage von Beherbergungsbetrieben ist Einzelstandorten vorzuziehen.

¹⁴ Regionsprofil Zillertal Erhebung 2011 (Quelle: Landesstatistik Tirol)

Die weitere Entwicklung sogenannter „kalter Betten“, die vorwiegend als getarnte Freizeitwohnsitze dienen, werden durch die Ausschöpfung aller rechtlichen Möglichkeiten so weit als möglich vermieden. > [ÖRK]

Die Schließung von Beherbergungsbetrieben, deren Weiterführung aus wirtschaftlichen oder familiären Gründen nicht mehr sinnvoll ist, wird aus steuerrechtlichen Gründen sehr erschwert. Daher wird ein Vorstoß unternommen, um diesbezüglich gesetzliche Erleichterungen zu erreichen.

Die Umsetzung der oben genannten Grundsätze wird durch deren Berücksichtigung in der Fortschreibung der örtlichen Raumordnungskonzepte bestmöglich abgesichert. Alle einschlägigen raumordnerischen Entscheidungen der Gemeinden werden mit dem gegenständlichen Strategieplan abgeglichen. > [ÖRK]

5.4.1.2 Gastronomieangebot

Die Nachfrage nach Gastronomieangeboten unterliegt einem leicht sinkenden Trend, da die Beherbergungsbetriebe den Bedarf zunehmend im eigenen Haus decken. Trotzdem ist ein attraktives und breites Gastronomieangebot für die Tourismusregion Zillertal unverzichtbar.

Grundsätzlich ist es wünschenswert, wenn das Gastronomieangebot hinsichtlich Herkunft und Ausprägung mit einem breiten Mix aufwarten kann. Wichtig ist, dass das Traditionelle und Authentische, insbesondere auf der Basis heimischer Produkte, im Vordergrund steht. Daneben haben aber auch Angebote internationaler Herkunft, Themengastronomie oder Fast Food ihren Platz.

Die Möglichkeiten der der öffentlichen Hand, in die Entwicklung des Gastronomieangebots einzugreifen, sind auf Maßnahmen der Bewusstseinsbildung beschränkt.

5.4.1.3 Öffentliche Freizeitinfrastruktur (ausgenommen Skigebiete - siehe 5.4.2.1)

Das Freizeitangebot des Tales soll gleichermaßen den Gästen als auch den Einheimischen dienen. Im Sinne der touristischen Positionierung (siehe Punkt 5.4.4.3) des Tales, die auf Authentizität und Nachhaltigkeit setzt, sind virtuelle Welten im öffentlichen Freizeitangebot nicht das Ziel.

Die Weiterentwicklung der öffentlichen Freizeiteinrichtungen wird sich auf natur- und landschaftsnahe Angebote konzentrieren, die für Besucher aus den Ballungszentren eine hohe Wertigkeit haben. Das gemeinsame Familienerlebnis soll zu einer Klammer in der Positionierung der Zillertaler Freizeiteinrichtungen werden. Beispielsweise wird die Möglichkeit untersucht, an einer geeigneten Stelle des Zillers durch Renaturierungsmaßnahmen eine Aulandschaft zu schaffen, die für einen familiengerechten Erlebnisspielplatz genutzt wird.

Grundsätzlich werden weitere Freizeiteinrichtungen eher für Logisgäste und Einheimische als für Tagesbesucher aus dem weiteren Einzugsgebiet geschaffen. Es läge im Sinne dieses Strategieplans, wenn sich alle Sommerbahnen in abgestimmter Weise auf ein eigenes Erlebnisthema konzentrieren würden.

Bei Schlechtwetterangeboten besteht noch Aufholbedarf. Neuentwicklungen von regionaler Bedeutung müssen jedenfalls hinsichtlich des Standorts und des Angebotsprofils im Planungsverband abgestimmt werden.

Als für das Zillertal besonders authentisches Thema bietet sich die Wasserkraft an. Die Errichtung einer Erlebniswelt, die sich diesem Thema widmet, wird in Kooperation mit der Verbund Hydro Power AG geprüft.

Freizeiteinrichtungen von regionaler Bedeutung müssen künftig intensiver in das talweite Marketing eingebunden werden und sollen gegenüber den Kunden stark vernetzt als gebündeltes Angebot auftreten.

5.4.2 ANGEBOTSENTWICKLUNG WINTER

5.4.2.1 Entwicklung der Skigebiete

Die Aufrechterhaltung der Wettbewerbsfähigkeit der Zillertaler Skigebiete im Rahmen des Tiroler Seilbahn- und Skigebietsprogramms (TSSP) bedarf einer steten und umfassenden Weiterentwicklung von Komfort und Sicherheit. Dies gilt sowohl für die Seilbahnen als auch für die Pisten, die Berggastronomie und die Verkehrsinfrastruktur. Eine wesentliche Erhöhung der Gesamtkapazität ist nicht Ziel des Strategieplans, ebenso nicht die Erschließung neuer Skigebiete. Sehr wohl aber wird es als notwendig erachtet, Schwachstellen und Engpässe zu beseitigen, ökologisch vertretbare Arrondierungen vorzunehmen und Talabfahrten so zu verbessern, dass sie von einem breiten Publikum problemlos benutzt werden können. Die Kapazität und der technische Standard der Beschneiungsanlagen sollen weiterentwickelt werden, sodass auch zu schneearmen Zeiten eine gute Pistenqualität als wichtigster Wettbewerbsfaktor von Skigebieten geboten werden kann. Zusammenschlüsse bestehender Skigebiete sind insbesondere dann in Betracht zu ziehen, wenn wesentliche Qualitätsverbesserungen erzielt werden können und eine Verkehrsreduktion am Talboden zu erwarten ist. > [ÖRK]

Tages-Skigäste verursachen vor allem im vorderen Zillertal an den vom Urlauberverkehr stark belasteten Wochenenden ein erhöhtes Verkehrsaufkommen. Allerdings sind die Verkehrsspitzen der Tagesbesucher und des „Urlauberschichtwechsels“ je Richtung zeitverschoben, sodass deren Wirkung gedämpft ist. Inwieweit eine direkte Anbindung des Zillertaler Skiraums an das Inntal eine spürbare Verringerung des durch die Tagesbesucher verursachten Verkehrsaufkommens bringen würde, wird vorderhand nicht untersucht. Dieser Frage wird allenfalls nähergetreten, wenn seitens der betroffenen Inntaler Nachbargemeinden diesbezügliches Interesse signalisiert wird. Vorerst wird jedoch der Fokus auf die Prüfung der Möglichkeiten talinterner Skigebietsverbindungen gelegt.

Soweit Skigebietsverbindungen mit anderen Talschaften einen nachhaltigen Qualitätsgewinn für die Kunden erwarten lassen, ist die Umsetzbarkeit solcher Optionen unter Berücksichtigung der großräumigen Wirkungen zu prüfen. > [ÖRK]

Bei allfälligen substanziellen Weiterentwicklungen gemeindeübergreifender Skigebiete sind nicht nur jene Gemeinden einzubinden, auf deren Gebiet die betreffenden Baumaßnahmen stattfinden, sondern auch alle anderen Kommunen, in denen sich das gegenständliche Skigebiet ausbreitet. > [ÖRK]

5.4.2.2 Optimierung der Dienstleistungskette im Skitourismus

Modernes Destinationsmanagement sieht Skitourismus nicht als Summe von einzelnen Leistungsangeboten, sondern als Gesamterlebnis. Dazu zählen auch alle Dienstleistungen,

die den Kunden die Organisation ihres Skitages so einfach und komfortabel wie möglich machen (Customer Convenience). Das sind beispielsweise moderne Informations- und Orientierungsmedien, die An- und Abreise mit ÖV- und Parkplatzangeboten, webbasierte Buchungsmöglichkeiten für Skipässe, Skikurse, Skigerät und Sportgerätedepots an den Zubringerbahnen sowie Skiserviceeinrichtungen in den Skigebieten. Ein möglichst vernetzter und einheitlicher Zugang (Singlepass) zu all diesen Leistungen ist ein starkes Qualitätsmerkmal für die Region und ermöglicht den Beherbergungsbetrieben die relativ unkomplizierte Möglichkeit zum Anbieten attraktiver Packages.

Beim „Gesamterlebnis Berg“ kommt den Skischulen eine wichtige Inszenierungsfunktion zu. Die Vielfalt der im Zillertal tätigen Skischulen ist zwar prinzipiell aus Wettbewerbsgründen wünschenswert, jedoch sind Auftritt, Angebot und Qualität der einzelnen Unternehmen zu heterogen. Um das Produkt „Ski“ wirksam und nachhaltig unterstützen zu können, ist eine bessere Vernetzung der Skischulen untereinander sowie mit den Bergbahnen und Verleihbetrieben notwendig.

Während die einzelnen Skigebiete im jeweiligen näheren Einzugsbereich über ein gutes Skibusangebot verfügen, ist die talweite Verbindung der Skigebiete mittels öffentlicher Verkehrsangebote schlecht ausgebildet. Der „Superskipass Zillertal“ ist aus diesem Grund für die Kunden nur sehr eingeschränkt nutzbar. Der Ausbau eines talweit vernetzten Skibusangebots hat daher hohe Priorität (siehe auch Punkt 9.4.4.3). Durch ein integriertes System verschiedener Verkehrsangebote und der Zillertalbahn als Rückgrat können erhebliche Synergieeffekte lukriert werden.

5.4.2.3 Alternativen zum alpinen Skiangebot

Wenngleich dem alpinen Ski- und Snowboardangebot Priorität eingeräumt wird, haben auch die alternativen Möglichkeiten im Angebotsspektrum der Wintersaison eine wesentliche Bedeutung. Damit kann unterschiedlichen Neigungen innerhalb einzelner Familien entsprochen und die steigende Nachfrage nach nicht technisierten Bewegungsmöglichkeiten werden bedient werden. Auch in diesem Segment gilt es jedoch, hohe Qualität zu bieten.

Das Streckennetz für den Langlauf ist weitläufig und gut ausgebaut. Die Klimaerwärmung führt jedoch auf den niederen Talböden im vorderen Zillertal zu Schneemangel, der im Wege technischer Beschneiung nur punktuell ausgeglichen werden kann.

Die zunehmende Nachfrage nach gemischtem Urlaubsprogramm (alpin und nordisch) wird durch ein entsprechendes Tarifangebot der Bergbahnen unterstützt. Auch den Nichtskiläufern werden Möglichkeiten zu Aktivitäten am Berg (Höhenloipen, Wanderwege) geboten werden, wobei auf Nutzungskonflikte und Sicherheitsrisiken zu achten ist.

5.4.3 ANGEBOTSENTWICKLUNG SOMMER

5.4.3.1 Wandern als Kernangebot der Sommersaison

Aufgrund der idealen topografischen und klimatischen Voraussetzungen sowie des weitläufig ausgebauten und attraktiven Wegenetzes wird das Wandern weiterhin als das Kernangebot der Sommersaison forciert. Ein quantitativer Ausbau des Wanderangebots erscheint nicht mehr notwendig zu sein, allerdings muss das Wandern in Richtung eines Gesamterlebnisses (Natur, Bewegung, Landwirtschaft, Kultur, Beziehung) weiterentwickelt werden,

um auch für neue Zielgruppen interessant zu werden. Künstliche und virtuelle Angebote von Aktivitäten widersprechen jedoch den Grundzügen der Zillertaler Tourismuspositionierung.

5.4.3.2 Naturpark als touristisches Angebot

Der Hochgebirgsnaturpark Zillertaler Alpen ist u. a. auch als Teil des touristischen Angebots zu sehen und hat Signalwirkung für das gesamte Tal. Der Reichtum an Naturattraktionen steht im Sommer an der Spitze der Motive, die zur Entscheidung für einen Urlaub im Zillertal führen. Daher wird eine weitere Vertiefung der Kooperation zwischen Tourismuswirtschaft und Naturparkmanagement gesucht, um den Gästen aktive und authentische Naturerlebnisse zu ermöglichen.

Es ist zu betonen, dass das gesamte Tal über reichhaltige und wertvolle Naturattraktionen verfügt, weshalb sich die Aktivitäten des Naturparkmanagements nicht nur auf den Schutzbereich beschränken. Im Rahmen der verfügbaren Ressourcen werden daher talweite Programme angeboten.

5.4.3.3 Sommerseilbahnen als wichtige Infrastruktur für das Bergerlebnis

Das Angebot der Sommerseilbahnen wird zunehmend in den Vordergrund gerückt, weil die Gäste damit auf bequeme Art eine Höhenlage erreichen, auf der das Wandern aufgrund der hochalpinen Umgebung und der großteils sehr angenehmen klimatischen Verhältnisse besonders attraktiv ist. Es ist im Sinne einer lebendigen Urlaubsgestaltung auch zu begrüßen, wenn die Bergbahngesellschaften in der weiteren Umgebung der Bergstationen naturnahe und authentische Aktivitäten anbieten, um die Urlauber sinnvoll zu beschäftigen.

Die Bergbahnen erfüllen auch eine wichtige Funktion für Flugsportarten und bei der Erweiterung des Radsportangebots im alpinen Bereich.

5.4.3.4 Trendsportart Radfahren

Aufgrund der dynamischen technischen Entwicklung im Radsport (z.B. E-Bike) und der sehr breiten Zielgruppe zählt dieses Angebotssegment zu jenen mit den größten Marktpotenzialen. Radfahren ist auch eine besonders familientaugliche Sportart mit hohem Erlebnisgehalt.

Ähnlich wie beim Wanderangebot gilt, dass das Zillertal sowohl für Mountainbiking als auch für Straßenradfahren über ein sehr umfangreiches und vielfältiges Angebot verfügt, dessen Optimierungsbedarf nicht im weiteren Ausbau, sondern in Lückenschlüssen und technischen Trassenverbesserungen liegt. Auch gilt es, Erlebnisinhalte zu forcieren und die entlang der Strecken gelegenen Attraktionspunkte durch geschickte Inszenierung in den Vordergrund zu rücken. Eine weitere Option ist die schrittweise Verwirklichung einer großräumigen Mountainbikeroute in mittleren bzw. größeren Höhenlagen.

Wichtig ist auch die Verbesserung des Servicenetzes, besonders im Hinblick auf den bevorstehenden Boom der E-Bikes. Weiters muss auch in den Ausbau der Informations- Navigations- und Buchungssysteme auf Basis modernster IT-Möglichkeiten und GPS investiert im Sinne einer exzellenten Customer Convenience werden. Ein ganzheitlich geplantes Entwicklungskonzept für das talweite Radangebot wird in Form eines Masterplans erstellt, wobei eine einheitliche Beschilderung Priorität hat. Dabei wird als weitere Möglichkeit das marke-

tingtechnische Andocken an den Inntal-Radweg untersucht, um zusätzliche Zielgruppen zu gewinnen. Weiters wird auch untersucht, inwieweit die Kombination Bahn/Rad nach den Beispielen Mals-Meran oder Innichen-Lienz als eigenständiges Produkt entwickelt werden kann. Eine besondere Alleinstellung könnte dabei durch eine Verbindung mit der Achen-seebahn erreicht werden.

Einer Lösung bedarf die Frage der privatrechtlichen Verfügbarkeit bestehender Forst-, Feld- und Almwege für das Radwegenetz. Öffentliche Fahrgenehmigungen sind teilweise sehr schwer zu erreichen und oft mit unfinanzierbaren Benutzungsgebühren verbunden. Auch die Haftungsfrage ist weithin nur unbefriedigend geregelt. Diese Fragen werden im Zuge der Entwicklung des Masterplans > [ÖRK] in Anlehnung an das Tiroler Mountainbikemodell einer Lösung zugeführt, wobei auch die Österreichische Bundesforste AG als wichtige Grundeigentümerin einzubeziehen ist.

5.4.3.5 Kompetenzzentrum für sportive Outdoorangebote

Ein sportives Outdoorangebot ist mit dem Marketingslogan „Das aktivste Tal der Welt“ bestens in Einklang zu bringen. Allerdings ist auch in diesem Segment darauf zu achten, dass die Authentizität nicht in Frage gestellt wird. Aktivitäten wie Klettern, Gletschertouren, Wildwassersport, Canyoning oder Hochseilgärten passen sehr gut in das Zillertal mit seiner hochalpinen Umgebung. Outdoorangebote verlangen jedoch hohe Kompetenz bei der Betreuung, Einschulung und Führung der Gäste, insbesondere im Hinblick auf die Sicherheit und den behutsamen Umgang mit der Natur. Das Zillertal wird sich daher zu einem führenden Kompetenzzentrum für den Outdoorsport entwickeln.

5.4.3.6 Golf als Farbtupfen im Zillertaler Angebot

In der größten Tourismusregion Tirols soll zumindest ein Golfangebot als „Anker“ vorhanden sein. In Verbindung mit den relativ nahe gelegenen Plätzen am Achensee bzw. im Tiroler Unterland lassen sich auch anspruchsvolle Gäste gewinnen. Die zur Bewilligung eingereichte Anlage in Uderns steht daher mit dem gegenständlichen Strategieplan im Einklang. > [ÖRK]

5.4.3.7 Die Zillertal ActivCard als Klammer des Zillertaler Sommerangebots

Die Zillertal ActivCard bündelt die touristische Infrastruktur des Tales und ist ein sehr attraktives Angebot für den Sommergast. Um dieses oder ein ähnliches Angebot langfristig sicherstellen zu können, sind unter Berücksichtigung des Wettbewerbsumfeldes Optimierungen notwendig und sinnvoll. Die vorgesehene Weiterentwicklung erfolgt in Zusammenarbeit mit dem VVT.¹⁵

5.4.3.8 Ausflugziele, Ausflugsstraßen

Mittel- und langfristig wird der motorisierte Individualverkehr in den sensiblen Bereichen der hinteren Seitentäler zugunsten des Öffentlichen Verkehrs stark reduziert. In einem noch auszuwählenden Tal werden in Kooperation mit dem Naturparkmanagement im Rahmen eines Pilotprojekts diesbezügliche Möglichkeiten geprüft.

¹⁵ TVB-interne Arbeitsgruppe unter Einbindung der IG Seilbahnen, des Verkehrsverbundes Tirol und des Bäderpools

5.4.4 MARKETING UND ORGANISATIONSSTRUKTUR

5.4.4.1 Marke „Zillertal“

Die Marke „Zillertal“ findet ihren Ausdruck in Leidenschaft und Lebensfreude. Die Natur bildet den besonders werthaltigen Rahmen für alle wichtigen Urlaubsaktivitäten. Die Wurzeln des Tales finden sich in einer lebendigen Tradition und sind somit auch die Basis für die Weiterentwicklung des Tourismus.

5.4.4.2 Werthaltigkeit der Marke „Zillertal“

Die Marke ist Garant für einen verantwortungsvollen Umgang mit den Bedürfnissen der Bevölkerung und mit den wichtigen Ressourcen des Tales. Diese Einstellung spiegelt sich im Begriff der Nachhaltigkeit, bei der zwischen sozialen, ökonomischen und ökologischen Aspekten Ausgewogenheit herrscht. Die Marke Zillertal verpflichtet zu nachhaltigem Denken und Handeln, das oberster Maßstab aller Entscheidungen ist. Dies führt letztendlich zu einer breiten Verteilung und Verankerung des durch die Tourismuswirtschaft geschaffenen Wohlstands, zu einem starken gesellschaftlichen Zusammenhalt sowie zu einem verantwortungsvollen Umgang mit den Naturressourcen und der Kulturlandschaft.

Es liegt nahe, die Marke „Zillertal“ weiter zu stärken, indem sie auch in anderen Branchen forciert wird. Dabei muss jedoch die ZTG als zentrale Institution der Markenführung anerkannt werden.

5.4.4.3 Positionierung

Das Tal positioniert sich im touristischen Wettbewerb durch seine intakte Kultur- und Naturlandschaft (der Naturpark umfasst 30% der Gesamtfläche des Tales) vom Gletscher bis zum Inn, durch seine über Generationen gewachsene Gastfreundschaft, durch Kultur, Musikalität und traditionelles Brauchtum sowie durch hochentwickelte Dienstleistungen und wertvolle Produkte. Weiters präsentiert sich die Region unter anderem durch ihre breite Wirtschaftsstruktur als echter Lebensraum und nicht als künstliche Tourismuskulisse. In allen Segmenten sind die Angebotsvielfalt und -qualität wesentliche Querschnittsmerkmale der Positionierung.

In logischer Konsequenz der aktuellen Positionierung wird der Fokus auf folgende Themen gelegt: Wandern, Bergsteigen, Radfahren, Klettern und Musikevents im Sommer; Ski alpin, Snowboard und Freeski im Winter sowie Wellness, Kongress und Incentive über das ganze Jahr.

Bei der Kommunikation steht sowohl im Sommer als auch im Winter das „regenerative Bergerlebnis“ im Vordergrund.¹⁶

Der Bogen der Zielgruppen spannt sich von den Postmateriellen über die Bürgerliche Mitte zu den Traditionsverwurzelten¹⁷. Nach demografischer Gliederung werden „Best Ager“ besonders angesprochen.

¹⁶ Gernot Paesold, ZTG (2008)

¹⁷ Gernot Paesold, ZTG (2008), in Anlehnung an die Sinus Milieus (SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH, Heidelberg)

5.4.4.4 Umsetzung der Markeninhalte in der täglichen Anwendung

Die Marke Zillertal kann sich nur weiterentwickeln und stärken, wenn ihre Grundsätze in der täglichen Arbeit bei der Angebotsentwicklung, in den Produkten und Dienstleistungen sowie in der Werbung und im Vertrieb umgesetzt werden. Die konsequente Markenpflege ist einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren im Marketing, weshalb diese Aufgabe vom Team der ZTG direkt wahrgenommen wird.

5.4.4.5 Stärkung des Preisniveaus und der Wertschöpfung

Besonders im Beherbergungssegment herrscht enormer Preisdruck, weshalb die Anhebung des Preisniveaus und damit der Wertschöpfung von großer strategischer Bedeutung ist. Dies insbesondere auch im Sinne des privaten Beherbergungsangebots, da dieses dem Druck von billigen Angeboten höherer Kategorien nicht mehr kostendeckend Rechnung tragen kann.

Die Möglichkeiten zur Entspannung dieser Situation liegen zunächst auf der betrieblichen Ebene, indem dort auf der Basis einer guten Angebotsqualität kostendeckende Preise zu kalkulieren und Packages mit interessanten Mehrwerten für die Kunden zu schnüren sind. Insbesondere im Bereich der Privatvermietung sind überbetriebliche Kooperationen geeignet, das Kernangebot mit attraktiven Zusatzleistungen (z.B. gemeinsames Aktivitätenprogramm mehrerer Häuser oder Wellnesseinrichtungen in einem nahegelegenen Hotel) zu verknüpfen. Die Einführung von Mindestpreisen in Beherbergungsbetrieben ist in einem freien Wirtschaftssystem weder durchsetzbar noch kontrollierbar.

Auf der Ebene der allgemeinen touristischen Infrastruktur (Skigebiete, Freizeiteinrichtungen, Öffentlicher Verkehr) ist es ebenfalls geboten, eine durchgängige Qualitätsstrategie zu verfolgen, um das Prinzip der „Total Quality“ regionsweit spürbar zu machen. Die Bündelung, Koordination und gemeinsame Tarifierung solcher Leistungsmodule (z.B. „Zillertal ActivCard“) versetzt auch kleine Beherbergungsbetriebe in die Lage, attraktive Pakete anzubieten und damit die Preise zu stabilisieren.

Eine undifferenzierte Erhöhung der Gesamtbettenzahl würde den Preisdruck noch weiter erhöhen, weshalb diesbezüglich den Aussagen in Punkt 5.4.1.1 besondere Bedeutung zukommt. Weiters bedarf es einer laufenden Stärkung der Vertriebskompetenz im Sinne von Punkt 5.4.4.6.

5.4.4.6 Vertrieb

Um der Marktmacht großer Vertriebspartner nicht ausgeliefert zu sein, wird den Leistungsträgern empfohlen, die verfügbaren Kontingente gut zu streuen und insbesondere auch mit eigenen Aktivitäten (insbesondere in der Stammkundenbetreuung und im Onlinebereich) am Markt präsent zu sein. Insoweit Betriebe aufgrund ihrer Größe oder Struktur nicht in der Lage sind, wirksame Vertriebsaktivitäten zu setzen, sind überbetriebliche Kooperationen (z.B. „Urlaub am Bauernhof“, „Bergsteigerdörfer“, „Familiennester“) oder die aktive Zusammenarbeit mit den Reservierungssystemen der Tourismusverbände gangbare Alternativen.

Auf der regionalen Ebene ist die Frage nach der Handhabung der Vertriebskompetenz ebenfalls von hoher strategischer Bedeutung. Die weitere Kooperation mit Reiseveranstal-

tern und anderen Vertriebspartnern ist angesichts des umfangreichen Angebots des Zillertals sinnvoll und wichtig, sollte jedoch nicht über einen untergeordneten Anteil hinausgehen.

Um den vermutlich erheblichen Anteil an potenziellen Individualkunden, die sich nicht direkt an einen Beherbergungsbetrieb oder an einen Reiseveranstalter bzw. ein Reisebüro wenden, besser betreuen zu können, wird die Einrichtung eines talweiten Online-Reservierungssystems in Verbindung mit Loyalitätsprogrammen und effizientem Customer Relationship Management (CRM) in Erwägung gezogen. Ein modulares System, das nicht nur die Grundleistung, sondern auf flexible Weise auch wichtige Nebenleistungen buchbar macht („Dynamic Packaging“) wäre in der Lage, Wettbewerbsvorteile aufzubauen. Dazu wird auf Initiative der ZTG eine Arbeitsgruppe zur Erstellung eines Grobkonzepts eingerichtet, welches bis Herbst 2012 vorliegen wird.

Mit der Umsetzung dieses Konzepts wäre es möglich, die regionale Werbung enger mit Verkaufsaktivitäten zu verknüpfen. Auch auf die relativ geringe Durchschnittskapazität der Beherbergungsbetriebe könnte auf diese Weise flexibler reagiert werden.

5.4.4.7 Touristische Organisation

Die öffentlich-rechtliche touristische Organisation besteht aus vier Tourismusverbänden, die Gesellschafter der Zillertal Tourismus GmbH (ZTG) sind. Die einzelnen Verbände sind im Wesentlichen für die Mitgliederbetreuung, die touristische Infrastruktur und das Destinationsmanagement zuständig, betreiben aber im jeweiligen Bereich auch regionales Marketing. Die ZTG betreibt eine Infostelle in Schlitters und zeichnet für das talweite Marketing verantwortlich.

In der ZTG wird künftig eine klare Trennung zwischen strategischer bzw. operativer Entscheidungsbefugnis einerseits und den Kontrollmechanismen andererseits erfolgen.

Kurz- bis mittelfristig wird die Vermarktung der Region deutlich mehr auf die Ebene der Dachorganisation ZTG verlagert, da das „Zillertal“ die mit Abstand stärkste Marke der Region ist. Auch können auf diese Weise die vorhandenen Marketingmittel besser gebündelt und damit effizienter eingesetzt werden.

Eine Fusion der vier Zillertaler Tourismusverbände ist derzeit nicht Gegenstand des Strategieplans, da die derzeitigen Vorteile einer subsidiär gesteuerten Entwicklung der einzelnen Teilregionen verloren ginge und die Identifikation der Mitglieder mit ihrem Verband sowie die Motivation zu ehrenamtlichem Engagement leiden würden. Der gemeinsame Auftritt des Tales nach außen und die dazu notwendige engere Bündelung der Marketingmittel können durch eine Stärkung der Zillertal Tourismus GmbH gesichert werden.

5.4.4.8 Destinationsmanagement

Das talweite Destinationsmanagement der Tourismusregion Zillertal bedarf einer nachhaltigen Intensivierung und kann nicht alleine Aufgabe der Tourismusverbände oder der ZTG sein. Der Umstand, dass die Gäste ihren „Erlebnisraum“ im Urlaub zunehmend regionsweit definieren, ist ein wichtiges Argument für eine talweite Ausrichtung des Angebots.

Mit den Planungsverbänden als regionale Dachorganisationen der Gemeinden wurde im Tiroler Raumordnungsgesetz ein Instrument geschaffen, welches sich sehr gut eignet, auch

bei der touristischen Entwicklung der Region eine wichtige Rolle zu übernehmen. Der gegenständliche Strategieplan, dessen Federführung beim Planungsverband Zillertal liegt, ist durch die intensive Einbringung der Interessen der Tourismuswirtschaft auch ein wichtiges Steuerungsinstrument für die Weiterentwicklung der Tourismusdestination Zillertal.

Der Planungsverband Zillertal ist mit seinen 25 Mitgliedsgemeinden eine sehr gut geeignete Plattform, die als Partnerin der Tourismusverbände einen wesentlichen Beitrag zum kontinuierlichen Prozess des touristischen Destinationsmanagements leisten kann.

5.4.4.9 Ausbildung

Die Zillertaler Tourismusfachschulen bieten mit vier Schultypen und dem Lehrhotel Zellerhof ein sehr breites und fundiertes Angebot für die Ausbildung qualifizierter Fachkräfte. Es ist jedoch evident, dass ein erheblicher Anteil der AbsolventInnen in andere Berufssparten abwandert. Daher ist es notwendig, dass die Tourismuswirtschaft mit dieser Bildungseinrichtung noch enger kooperiert, um die Schülerinnen für eine Tourismuskarriere im Zillertal zu gewinnen.

Die duale Ausbildung in Form einer Lehre bildet die bewährte Basis für eine solide Qualifizierung in den Tourismusberufen. Die Zahl der Lehrlinge soll noch erheblich gesteigert werden, damit genügend einheimische Fachkräfte zur Verfügung stehen. Eine wirksame Unterstützung können dabei die Polytechnischen Schulen leisten, indem sie entsprechende Fachbereiche anbieten.

5.4.4.10 Qualitätsorientierung

Der Begriff des Total Quality Managements bedeutet unter anderem, dass hohe Qualität nur dann als solche wahrgenommen wird, wenn sie umfassend ist, also in allen Berührungspunkten mit einem Produkt spürbar ist. Für die Tourismusregion Zillertal heißt dies, dass die gesamte Dienstleistungskette eines Ferienaufenthalts, von der Vorinformation über die Buchung sowie von der Erbringung der Kernleistungen bis hin zur Nachbetreuung dem Qualitätsprinzip unterworfen sein muss. Neben der betrieblichen Ebene ist die Region im Wege des Destinationsmanagements, der diversen Services und der Sicherstellung der Customer Convenience stark gefordert, in diesen Bereichen ein durchgängiges Qualitätsniveau zu bieten.

5.4.5 UMGANG MIT RAHMENBEDINGUNGEN

5.4.5.1 Naturressourcen

Die Naturressourcen des Tales werden als die wichtigste Geschäftsgrundlage für den Tourismus anerkannt, weshalb auch im eigenen Interesse nachhaltig wirkende Schutzmechanismen eingerichtet bzw. weiterentwickelt werden müssen (siehe dazu auch Kapitel 8). Die Werthaltigkeit der Natur ist auch ein wichtiges Merkmal in der Marktpositionierung des Tales (siehe dazu auch Punkt 5.4.4.3)

5.4.5.2 Orts- und Landschaftsbild

Das Tal ist noch weitgehend von einem attraktiven Orts- und Landschaftsbild gekennzeichnet, das einen sehr wichtigen Erfolgsfaktor im Wettbewerb mit anderen alpinen Tourismus-

regionen darstellt. Die Tourismuswirtschaft bekennt sich dazu, dieses Merkmal langfristig zu erhalten, indem sie in der weiteren baulichen Entwicklung dem Schutz des Orts- und Landschaftsbildes hohe Priorität einräumt und die Pflege der Kulturlandschaft durch den intensiven Einsatz regionaler landwirtschaftlicher Produkte unterstützt.

5.4.5.3 Kulturleben

Das Kulturleben des Tales und dabei insbesondere das reichhaltige und qualitativ hochstehende Musikgeschehen ist ein echtes Alleinstellungsmerkmal in der Abgrenzung zu Mitbewerberregionen. Kultur kann sich allerdings in vielen Fällen finanziell nicht selbst tragen, weshalb sich auch die Tourismuswirtschaft dazu bekennt, für Rahmenbedingungen zu sorgen, die dem Kulturschaffen einen guten Nährboden bereitet.

5.4.5.4 Raumordnung

Die Bettenzahlen und die damit verbundenen Verkehrsfrequenzen haben einen Stand erreicht, der nicht mehr wesentlich erhöht werden kann. Die Einführung von Bettenobergrenzen wird allerdings nicht als probates Mittel erachtet, um die quantitative Entwicklung unter Kontrolle zu halten. Der Ansatz dazu liegt in einer talweit gut vernetzten örtlichen Raumordnung, die auf die komplexen und großräumigen Wirkungen von touristischen Einrichtungen reagiert und die Nachhaltigkeitskriterien sicherstellt (siehe auch Kapitel 4.4).

Touristische Gunstlagen werden im Wege der Fortschreibung der örtlichen Raumordnungskonzepte für die langfristige Tourismusedwicklung gesichert. > [ÖRK]¹⁸

5.4.5.5 Verkehrsinfrastruktur

Die Verkehrsinfrastruktur des Tales bedarf in allen Segmenten (Öffentlicher Verkehr, Schiene, Straße) einer nachhaltigen Stärkung ihrer Leistungsfähigkeit. Aus Sicht der Tourismuswirtschaft sind daher die in Kapitel 8.4.7.2 definierten Maßnahmen inklusive der Freihaltung und Planung einer allfälligen Entlastungstrasse entlang des Zillers zügig umzusetzen. > [ÖRK]

5.4.5.6 Arbeitsmarkt

Die Tourismuswirtschaft leidet an einem Mangel an einheimischen Arbeitskräften. Dies liegt unter anderem an den atypischen Arbeitszeiten, teils fehlenden Karrieremöglichkeiten und an den Imageproblemen der Branche. Mit innovativen Arbeitszeitmodellen, günstigen Arbeitsmöglichkeiten für Frauen, flexiblen Kinderbetreuungseinrichtungen und attraktiven öffentlichen Verkehrsverbindungen soll ein „Zillertal-Modell“ entwickelt werden, das die Attraktivität von Arbeitsmöglichkeiten in der heimischen Tourismuswirtschaft deutlich erhöht.

Ganzjähriger Betrieb erhöht die Attraktivität der Arbeitsplätze und kann zudem bei günstigen Rahmenbedingungen auch die Rentabilität verbessern.

Beim Ausbildungsstand der MitarbeiterInnen fehlt es insbesondere an fremdsprachlichen Kompetenzen. Diese Lücke wird durch Intensivierung der Kooperation zwischen den Betrieben und den Interessenvertretungen geschlossen.

¹⁸ Dieser und die folgenden Hinweise „> [ÖRK]“ bedeuten, dass die jeweilige Textstelle für die Fortschreibung der örtlichen Raumordnungskonzepte relevant ist

6 ERGEBNISSE ZUM ARBEITSFELD „INDUSTRIE, GEWERBE, HANDEL UND DIENSTLEISTUNG“

6.1 Wichtige Fragestellungen zum Arbeitsfeld

- Welche von der Region steuerbaren Rahmenbedingungen müssen erfüllt sein, damit die Zillertaler Betriebe ihre Wettbewerbsfähigkeit langfristig aus eigener Kraft aufrechterhalten können?
- Wie können wir sicherstellen, dass die MitarbeiterInnen der Betriebe Lebensumstände vorfinden, die das Arbeiten am Standort Zillertal attraktiv machen?
- Wie können wir sicherstellen, dass die regionale Verteilung von Nutzen und Lasten des wirtschaftlichen Handelns keine unzumutbaren Disparitäten schafft?
- Welche öffentlichen Anreize können geschaffen werden, um in den Unternehmen die Entwicklung nachhaltig wirkender Strategien zu voranzutreiben?

6.2 Ausgangssituation

6.2.1 ALLGEMEINES

Das Zillertal ist die nächstgrößte Tourismusregion Tirols und liegt topografisch sehr günstig zu den pulsierenden Wirtschaftsräumen des Unterinntales und Südbayerns. Insofern hat vor allem der nördliche Teil des Tales auch in den Bereichen der Industrie, des Gewerbes, des Handels und der Dienstleistung hervorragende Rahmenbedingungen. Der Fleiß und die Tüchtigkeit der ZillertalerInnen sowie ihr Unternehmergeist spiegeln sich in einer sehr positiven Wirtschaftsentwicklung wider.

Die den Anforderungen nicht gerecht werdende Verkehrsinfrastruktur, der Mangel an Fachkräften und hohe Grundstückspreise sind jedoch Engpassfaktoren, die nach Maßnahmen verlangen, wenn die vorhandenen Wachstumspotenziale genutzt werden sollen.

6.2.2 STÄRKEN UND SCHWÄCHEN

Siehe Anhang, Punkt 11.1.3

6.2.3 WICHTIGE ENGPASSFAKTOREN

Die wichtigsten Engpassfaktoren zum Thema Industrie, Gewerbe, Handel und Dienstleistung sind:

- Belastbarkeit von Mensch, Natur und Umwelt durch Immissionen
- Belastbarkeit des Orts- und Landschaftsbilds
- Potenzial an qualifizierten MitarbeiterInnen, vor allem in den Bereichen Industrie und Gewerbe
- Kinderbetreuungsangebot zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie
- Flächenangebot für den Ausbau und die Neuansiedlung von Betrieben

- Kapazitäten der Verkehrssysteme

6.3 Ziele und Grundsätze

- Industrie, Gewerbe, Handel und Dienstleistung werden neben dem Tourismus als wichtige und gleichberechtigte Säulen des Zillertaler Wirtschaftslebens erachtet. Eine breite Branchenverteilung sorgt für ein vielfältiges und Arbeitsplätzeangebot und verhindert eine ungesunde touristische Monokultur. Daher müssen für alle Wirtschaftszweige die notwendigen öffentlichen Rahmenbedingungen zur Aufrechterhaltung der Wettbewerbsfähigkeit geschaffen werden, die den Unternehmen helfen, die Wettbewerbsfähigkeit am Markt zu sichern.
- Nutzen und Lasten einer prosperierenden Wirtschaftsentwicklung sollen in ihrer regionalen Verteilung ausgewogen sein.
- Wirtschaften ist ein sehr dynamischer Prozess, in dem es immer die Möglichkeit der Weiterentwicklung und der Anpassung an geänderte Rahmenbedingungen geben muss. Auf diesen Umstand muss in der Raumordnung besonders Rücksicht genommen werden, um auch kommenden Generationen Handlungsspielraum zu belassen.
- Es werden Rahmenbedingungen geschaffen, die es möglichst vielen ZillertalerInnen ermöglichen, in der eigenen Region qualitativ gute Arbeitsplätze zu finden und annehmen zu können. Dazu zählen insbesondere die Vereinbarkeit von Beruf und Familie, leistbares Wohnen und ein gutes öffentliches Verkehrsangebot.
- Um ein ausreichendes Kontingent an qualifizierten und möglichst ganzjährigen Arbeitsplätzen anbieten zu können, muss die regionale Infrastruktur für die Aus- und Weiterbildung auf einem hohen Niveau sein. Zwischen den Unternehmen und den Bildungseinrichtungen ist eine enge Kooperation notwendig.
- Auch für die Industrie- Gewerbe- und Handelsbetriebe der Region ist ein übergeordnetes Standortmarketing unerlässlich.
- Als wichtige Zukunftsbranchen werden soziale Dienste, Gesundheitstourismus, therapeutische Angebote und „Green Jobs“ im Umweltbereich erachtet

6.4 Strategischer Handlungsbedarf, Konzepte und Leitmaßnahmen

6.4.1 STANDORTE

6.4.1.1 Raumordnung

Bei der Ausweisung von Industrie- Gewerbe- und Handelsstandorten ist auch die regionale Sicht zu berücksichtigen. Gemeindeübergreifende Standorte, die sich hinsichtlich Erschließung, Ortsbild, öffentlicher Verkehrsanbindung und Güterverkehr besonders optimieren lassen, werden vorgezogen. > [ÖRK]

Kleinstrukturierte Gewerbe- und Handwerksbetriebe bilden eine wesentliche Säule der Zillertaler Wirtschaft und müssen gute Entwicklungsmöglichkeiten – auch in den Ortskernen – vorfinden. > [ÖRK]

Aufgrund der beschränkten Mobilisierbarkeit gewidmeter Gewerbegrundstücke sind raumordnerische Maßnahmen zur höheren Verfügbarkeit von Grund und Boden für die Neuansiedlung und Erweiterung von Betrieben notwendig. Die Entwicklung von Gewerbeparks senkt Fixkosten der Betriebe und erlaubt den Gemeinden eine konzentrierte und damit kostengünstige Erschließung. > [ÖRK]

Bei Neuwidmungen von Gewerbe- oder Industriegebieten müssen Nutzungskonflikte tunlichst vermieden werden. In den Randgebieten zu den Schutzzonen wird darauf geachtet, dass die Schutzziele nicht verletzt werden. > [ÖRK]

6.4.1.2 Verkehrerschließung

Die größte Herausforderung ist die verkehrsmäßige Erschließung der Standorte. Sie soll gleichermaßen auf die Mobilitätsbedürfnisse der Kunden und MitarbeiterInnen sowie des Waren- und Güterverkehrs abgestimmt werden. Besonders bei arbeitsplatzintensiven Standorten ist eine gute Anbindung an das öffentliche Verkehrsnetz sicherzustellen.

6.4.1.3 Ortsbild und Architektur

Das Orts- und Landschaftsbild des Zillertals ist ein besonders schützenswertes Gut, welches hinsichtlich der Architektur von Gewerbe- und Industriebetrieben besondere Rücksichtnahme erfordert. Dies gilt auch für Ensembles von Betrieben. Die Marke „Zillertal“ kann nur dann tragfähig sein, wenn sie auch weiterhin im Ortsbild erkennbar ist. Der vermehrte Einsatz von Architektenwettbewerben bzw. der Einsatz eines Gestaltungsbeirates (siehe auch Punkt 4.4.1.5) sind anerkannte Instrumente zur spürbaren Anhebung der architektonischen Qualität. Von einem gut gestalteten Betriebsgebäude einschließlich der Außenanlagen profitiert nicht nur das Ortsbild, sondern auch das Unternehmen selbst, indem es sich im Qualitätssegment positioniert.

Attraktive und nach Möglichkeit verkehrsberuhigte Ortskerne sind eine wichtige Rahmenbedingung zur Bindung der Kaufkraft. Eine weitere Entwicklung von Handelsstrukturen an die Peripherie der Orte schadet den Zentren in ihren Kernfunktionen und bei der Erhaltung der Nahversorgung. > [ÖRK]

6.4.1.4 Standortmarketing und Betriebsansiedlungen

Gutes Standortmarketing muss die Region für die Kunden der Unternehmen, für standortsuchende Betriebe und für potenzielle MitarbeiterInnen interessant und attraktiv machen. Das Zillertal hat dazu insbesondere wegen seines Bekanntheitsgrads und seines hohen Freizeitwerts („Arbeiten, wo andere Urlaub machen“) hervorragende Voraussetzungen.

Es wird angeregt, in enger Kooperation mit der Bezirksorganisation der Wirtschaftskammer eine Plattform zu gründen, auf der ein effizientes Standortmarketing entwickelt wird. Diese Plattform hat die Aufgabe, die positiven Standortfaktoren des Zillertals zu vermarkten und an der Behebung allfälliger Schwächen zu arbeiten. Eine weitere Funktion dieser Plattform ist vorgesehen, indem sie als Serviceeinrichtung für standortsuchende Unternehmen auftritt. Partner dieser Plattform werden u.a. Vertreter der Wirtschaft, des Arbeitsmarkts, der Planungsverband, die Tourismusverbände und die Standortagentur Tirol sein.

Die Neuansiedlung von Industrie-, Gewerbe-, und Handelsbetrieben wird künftig stärker auf die orts- und regionalstrategischen Zielsetzungen ausgerichtet. Im Zuge der Ausarbei-

tung einer Geschäftsordnung (siehe Punkt 4.4.1) für die Handhabung raumordnerischer Belange wird auch ein Kriterienkatalog für Betriebsansiedlungen entwickelt.

6.4.2 ARBEITSMARKT

6.4.2.1 Personalangebot

MitarbeiterInnen aus dem Zillertal gelten bei Unternehmen allgemein als sehr kompetent und engagiert, weshalb es im Interesse der Betriebe gelegen ist, Personal aus der Region einzusetzen. Nicht in allen Bereichen gelingt es, ausreichend MitarbeiterInnen aus der Region mit speziellen Qualifikationen zu finden, weshalb Maßnahmen in der Ausbildung und bei der Bewusstseinsbildung für den Wert eines Arbeitsplatzes in der Nähe des Wohnorts notwendig sind.

Beim Lehrstellenangebot herrscht zumindest branchenweise ein Überhang gegenüber der Nachfrage. Durch die Intensivierung der Kooperationen zwischen der Wirtschaft und den Schulen, insbesondere durch stärkere Inanspruchnahme der Schnupperlehre, soll diese Lücke wieder geschlossen werden. Die „Selbstversorgung“ mit kompetenten MitarbeiterInnen im Wege der Lehrlingsausbildung sichert den Betrieben optimale Personalressourcen. Auch die bereits bestehende Möglichkeit von Lehre mit Matura soll stärker genutzt werden.

Im Imagevergleich zwischen Lehrberufen und einem Abschluss an weiterbildenden Schulen bzw. Universitäten sind erstere im Nachteil. In der öffentlichen Meinung muss daher der Wert einer abgeschlossenen Berufsausbildung im dualen System wesentlich stärker bewusst gemacht werden. Diesbezügliche Schritte werden auf der in Punkt 6.4.2.3 angeregten Plattform „Schulen/Wirtschaft“ entwickelt.

6.4.2.2 Mitarbeiterwohnungen

Die Wohnverhältnisse der MitarbeiterInnen sind ein wichtiges Kriterium für deren Zufriedenheit. Gut qualifizierte MitarbeiterInnen sind daher nur zu gewinnen, wenn sie angemessene und leistbare Wohnmöglichkeiten vorfinden.

In der Siedlungs- und Raumordnungspolitik sind daher Schritte zu setzen, die ein leistbares Wohnen in angemessener Qualität ermöglichen (siehe auch Punkt 4.4.1.2).

6.4.2.3 Aus- und Weiterbildung

Gut ausgebildete MitarbeiterInnen sind ein besonderes wichtiger Erfolgsfaktor der Unternehmen. Insbesondere in den kaufmännischen und metallverarbeitenden Bereichen gibt es seitens der Betriebe starkes Interesse nach regionalen Ausbildungsangeboten.

Die Unternehmen stellen immer wieder Defizite in den „Kulturtechniken“ Lesen, Schreiben und Rechnen fest, weshalb diesem Anliegen in Absprache mit den Pflichtschulen besonders Rechnung getragen werden soll. Dazu wird die Einrichtung einer permanenten Plattform ins Auge gefasst, auf der sich die Vertreter der Schulen und der Wirtschaft regelmäßig abgleichen.

Die Tourismusfachschulen in Zell a. Z. bieten auch fundierte Ausbildungen in betriebswirtschaftlichen Fächern und im Management. Absolventen/innen dieser Schulen sind daher

auch in tourismusfremden Branchen sehr gut einsetzbar, weshalb dieses Potenzial stärker genutzt werden könnte.

Die Möglichkeiten der gezielten Weiterbildung (z.B. Wirtschaftsförderungsinstitut, Berufsförderungsinstitut, Arbeiterkammer und diverse private Fortbildungsinstitutionen) werden näher zu den Menschen im Tal gebracht. Dazu können bestehende Ressourcen (Schulräumlichkeiten, Tagungszentren etc.) genutzt werden.

Die Einrichtung einer Handwerksmittelschule an einem Standort im Zillertal würde den forcierten Einstieg in einschlägige Berufe stark unterstützen. Die Umsetzungsmöglichkeiten dieses Vorschlags werden daher konsequent evaluiert.

6.4.2.4 Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Die Verfügbarkeit von genügend qualifizierten MitarbeiterInnen ist auch aus der Sicht der Wirtschaft sehr stark von den Rahmenbedingungen zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie abhängig. Die Verbesserung und zeitliche Flexibilisierung der Kinderbetreuungseinrichtungen sind notwendige Schritte, um diese Rahmenbedingungen zu erfüllen.

Auch die Flexibilisierung der Arbeitszeiten im Hinblick auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie sowie auf das Kinderbetreuungsangebot und die öffentlichen Verkehrseinrichtungen sind ein wichtiger Beitrag zur Verbesserung der Rahmenbedingungen. Vertreter aus Industrie und Gewerbe haben diesbezüglich große Bereitschaft zur Kooperation erklärt.

Um die Finanzierbarkeit substanzieller Kinderbetreuungsanforderungen nicht durch die Bereithaltung von beschränkt nützlichen Angeboten zu gefährden, werden die vorliegenden Bedarfserhebungen genau analysiert.

Für die Einrichtung weiterer und die Verbesserung bestehender Kinderbetreuungseinrichtungen sind auch neue Modelle in Betracht zu ziehen. Dazu zählen Kooperationen von Gemeinden mit Betrieben oder auch zwischen mehreren Gemeinden.

6.4.2.5 Pendeln

Siehe Punkt 6.4.3.1

6.4.3 VERKEHR

6.4.3.1 Berufspendeln

Die Voraussetzungen für die Pendler können am besten über die weitere Verbesserung des öffentlichen Verkehrsangebots optimiert werden. Neben einer günstigen Taktung der Verkehrslinien, einer guten Park&Ride-Infrastruktur und der weiteren Flexibilisierung der Arbeitszeiten wird der Vorschlag eines Monatstickets für alle Linien im Zillertal (ev. in Kooperation mit der Wirtschaft) weiterentwickelt (vertiefende Erörterungen siehe Kapitel 8.4.7.2).

6.4.3.2 Güterverkehr

Insbesondere die Industriebetriebe sind stark interessiert, einen höheren Anteil ihres Güterverkehrs über die Schiene abzuwickeln. Diesbezügliche Voraussetzungen sind in Punkt 9.4.8.3 dargelegt (vertiefende Erörterungen siehe Kapitel 8.4.7.2).

6.4.4 ERHALTUNG DER KAUFKRAFT IM TAL

6.4.4.1 Regionaler Wirtschaftskreislauf

Zur Vermeidung von Kaufkraftabflüssen aus dem Tal konzentriert sich die Strategie auf die Stärkung des Bewusstseins für die Bedeutung des regionalen Wirtschaftskreislaufs. Eine diesbezügliche Einstellung kann nur schrittweise über einen breit angelegten Prozess unter dem Leitmotto „Made im Zillertal“ (Arbeitstitel), der ähnlich wie beim Umweltthema in den Kindergärten und Schulen beginnt, erreicht werden.

6.4.4.2 Nutzung der Marke „Zillertal“

Die Marke „Zillertal“ hat vor allem für Produkte, die im Zusammenhang mit dem Tourismus und/oder der Landwirtschaft stehen, noch erhebliches Potenzial. Eine wirksame Bündelung solcher Angebote könnte beispielsweise über die Einrichtung eines Webportals erfolgen.

Leitmarken wie Zillertal Bier, Zillertaler Käse, Zillertal Bahn oder Zillertaler Tracht sind besonders geeignet, die Marke „Zillertal“ am Markt noch stärker zu etablieren.

6.4.4.3 Qualitätsorientierung

Voraussetzung zur Stärkung des Bewusstseins für den regionalen Wirtschaftskreislauf ist ein starkes Preis-Leistungs-Verhältnis des Zillertaler Produkte- und Dienstleistungsangebots.

Nur das absolute Bekenntnis zur Qualität kann dazu führen, dass die Kaufkraft der ZillertalerInnen und ihrer Gäste vermehrt in der Region bleibt. Die Marke „Zillertal“ soll dabei als Qualitätslabel eine zentrale Rolle spielen.

6.4.4.4 Synergien mit der Tourismuswirtschaft

Die Tourismuswirtschaft nimmt bei der Beschaffung ihrer Investitions- und Konsumgüter in hohem Ausmaß regionale Angebote wahr. Eine bessere Präsentation des Zillertaler Produktions- und Dienstleistungsangebots wird den regionalen Wirtschaftskreislauf noch stärker beleben.

Größere Zillertaler Unternehmen mit internationalen Beziehungen bieten die Möglichkeit, ihre Auftritte und Kontakte im Sinne von touristischen Geschäftsanbahnungen zu nutzen.

6.4.5 ZUKUNFTSBRANCHEN

6.4.5.1 Leitbetriebe

Generell sind Leitbetriebe geeignet, den Wirtschaftsstandort Zillertal zu stärken. Daher werden Erweiterungen bzw. Neuansiedlungen solcher Unternehmen mit Leuchtturmfunktion in der Raumordnung und Wirtschaftspolitik besonders forciert.

6.4.5.2 Dienstleistung

In der künftigen Entwicklung des Dienstleistungsangebots werden neue Schwerpunkte auf Gesundheitstourismus, diverse Therapieeinrichtungen (Physio-, Psycho-, Ergo- und Stress-therapie etc.), soziale Berufe, Housekeeping und Persönlichkeitstraining gelegt. Damit wird

das Angebot qualifizierter Arbeitsplätze verbreitert und die Abwanderung wertvoller MitarbeiterInnen reduziert.

6.4.5.3 „Green Jobs“

Umwelt- und Klimaschutz haben insbesondere im Bereich der Energieeffizienz noch großes Beschäftigungspotenzial. Nachdem Natur ein Kernthema des Tourismusangebots ist, sind auch in diesem Segment noch gute Beschäftigungsmöglichkeiten im Bereich kompetenter Führungen und einschlägiger Wissensvermittlung vorhanden (siehe auch Punkt 8.4.5.2).

7 **ERGEBNISSE ZUM ARBEITSFELD LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT**

7.1 Wichtige Fragestellungen zum Arbeitsfeld

- Wie können wir sicherstellen, dass die landwirtschaftliche Bearbeitung durch kleinstrukturierte Betriebe flächendeckend aufrecht bleibt?
- Wie können die Wettbewerbsnachteile der bergbäuerlichen Betriebe zumindest teilweise ausgeglichen werden?
- Was muss unternommen werden, damit die landwirtschaftlichen Produkte im Wirtschaftskreislauf des Tales zu fairen Preisen abgesetzt werden können?
- Welche Marktnischen für landwirtschaftliche Produkte sind besonders geeignet, den unmittelbaren Wettbewerb mit der industriellen Nahrungsmittelproduktion zu umgehen?
- Was kann unternommen werden, um „Urlaub am Bauernhof“ noch besser am Markt zu platzieren?
- Wie müssen wir tun, um Nutzungskonflikte mit Freizeitsport und Tourismus möglichst hintanzuhalten?

7.2 Ausgangssituation

7.2.1 **ALLGEMEINES**

Die Land- und Forstwirtschaft war in der Geschichte des Tales immer schon die Lebensgrundlage der Menschen. Durch die Lebensmittelindustrie wurde die Landwirtschaft in ihrer Bedeutung als Grundversorgerin der Region zwar etwas zurückgedrängt, jedoch hat sie sich dafür im Tourismus und im Freizeitgeschehen der Bevölkerung zu einem enorm wichtigen Erfolgsfaktor etabliert.

Nach wie vor hat die Land- und Forstwirtschaft im Tal einen sehr hohen Stellenwert, jedoch gibt es unübersehbare Zeichen, dass die vollflächige Bewirtschaftung bis in die höchsten Berggebiete auf Dauer nicht automatisch gesichert ist.

Laut Agrarstrukturerhebung 2010 werden im gesamten Zillertal von 1161 Betrieben 26.793 Hektar landwirtschaftliche Nutzfläche bearbeitet. Davon sind 366 ha Ackerland und 26.416 ha Dauergrünland. Die forstwirtschaftlich genutzte Fläche umfasst 18.310 ha. Der

Viehbestand beträgt u. a. 20.439 Rinder und 3.908 Schafe. Seit der letzten Erhebung im Jahr 1999 ist die Zahl der landwirtschaftlichen Betriebe um 18,5% zurückgegangen.¹⁹

7.2.2 STÄRKEN UND SCHWÄCHEN

Siehe Anhang, Punkt 11.1.4

7.2.3 WICHTIGE ENGPASSFAKTOREN

Die wichtigsten Engpassfaktoren zum Thema Land- und Forstwirtschaft sind:

- Belastbarkeit der Nebenerwerbsbauern und ihrer Familien
- Interesse an der Betriebsnachfolge
- Bestand an landwirtschaftlich gut nutzbaren Flächen
- Ertragsfähigkeit kleinstrukturierter landwirtschaftlicher Betriebe
- Effiziente Vertriebsstrukturen
- Umweltverträglichkeit künstlicher Produktionsmittel
- Nutzungskonflikte
- Ertragsfähigkeit von Schutzwäldern

7.3 Ziele und Grundsätze

- Oberstes Ziel ist die Erhaltung einer flächendeckenden, von einheimischen Bauern betriebenen Landwirtschaft.
- Die Kulturlandschaft prägt das Tal sozioökonomisch und ökologisch in besonders positiver Weise. Es werden daher weiterhin Rahmenbedingungen gesetzt, die den landwirtschaftlichen Betrieben zumutbare Möglichkeiten geben, im Rahmen ihrer bäuerlichen Tätigkeit die Pflege der Landschaft zu sichern. Die Viehwirtschaft ist die wichtigste Basis für eine flächendeckende Pflege der Kulturlandschaft vom Tal bis zu den Almen.
- Das Nebeneinander von Landwirtschaft, Wohnen, Wirtschaft und Freizeit benötigt ein hohes Maß an gegenseitigem Verständnis und wird durch intensive Kommunikation und Kooperation gefördert.
- Die wirtschaftliche Basis der landwirtschaftlichen Betriebe soll im Wesentlichen aus dem Verkauf ihrer Produkte gesichert werden. Besondere Erschwernisse, die eine Verzerrung der Wettbewerbsbedingungen bedeuten, werden weiterhin zumindest teilweise über öffentliche Förderungen abgegolten.
- Der regionale Wirtschaftskreislauf hat besonders gute Voraussetzungen, um regionale Produkte unter dem Dach der Qualitätsmarke Zillertal aufzunehmen. Daher werden diese Möglichkeiten mit öffentlicher Unterstützung optimal genutzt. Dabei ist es notwendig, dass seitens der Landwirtschaft das klare Bekenntnis zur Produktqualität nachvollziehbar gelebt wird. Auch die optimale Integration der Nebenerwerbsbauern in den Zillertaler Arbeitsmarkt ist ein sehr wichtiges Element des regionalen Wirtschaftskreislaufs.

¹⁹ Quelle: Statistik Austria

- Die im Hinblick auf künftige Anforderungen notwendigen betrieblichen Umstellungen werden durch öffentliche Institutionen mit Beratung, Schulung und Know-How-Transfer unterstützt.
- Bei der Bewirtschaftung des Waldes bleiben dessen drei Hauptfunktionen Schutz, Erholung und Wirtschaft im Vordergrund. Auch hier gilt, dass die langfristige Bewirtschaftung mit ausreichender Wertschöpfung verbunden sein soll und besondere Erschwernisse abzugelten sind.

7.4 Strategischer Handlungsbedarf, Konzepte und Leitmaßnahmen

7.4.1 SICHERSTELLUNG EINER GEPFLEGTEN KULTURLANDSCHAFT

7.4.1.1 Kulturlandschaft als einzigartiges Merkmal des Tales

Die bäuerliche Kulturlandschaft ist ein besonders wichtiges Element im Gesamtbild des Tales. Die gepflegte Landschaft ist ein wichtiger Standortfaktor für alle Wirtschaftszweige, bringt hohe Lebensqualität für die Bevölkerung, unterstützt in vielen Bereichen das komplexe Ökosystem des Tales und bietet effizienten Schutz vor Naturgefahren. Um diese elementaren Kernfunktionen langfristig aufrecht zu erhalten, ist es notwendig, die Rahmenbedingungen durch ein Bündel strategischer Maßnahmen aufrechtzuerhalten und weiterzuentwickeln.

7.4.1.2 Produkt Erlöse als primärer Anreiz zur landwirtschaftlichen Betätigung

Die Motivation zur landwirtschaftlichen Tätigkeit muss neben der emotionalen Bindung zum eigenen Hof über den Absatz von Produkten erfolgen. Landschaftspflege als direkt vergütete Dienstleistung wird nicht als taugliches Mittel gesehen, eine produktorientierte Landwirtschaft auch nur teilweise zu ersetzen. Es sind daher markttaugliche Strukturen zu schaffen, welche den Absatz der landwirtschaftlichen Produkte zu fairen Preisen ermöglichen. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass die Produktpreise nur über ihre Qualität, kostenbewusste Veredelung und kundengerechte Vertriebsstrukturen gesteuert werden können.

7.4.1.3 Teilweise Egalisierung der Wettbewerbsnachteile

Aufgrund der erschwerten Arbeitsvoraussetzungen hat die bergbäuerliche Landwirtschaft bei der Produktion einen gravierenden Wettbewerbsnachteil, der insbesondere hochgelegene Berggebiete betrifft. Daher ist ein zumindest teilweiser Ausgleich dieser Nachteile durch Förderungen des Landes, des Bundes und der EU weiterhin eine existenzielle Voraussetzung.

Aus der Region werden derzeit zusätzliche Flächen- bzw. Viehhalteprämien in unterschiedlicher Höhe und Ausprägung bereitgestellt. Diese dienen der teilweisen Abgeltung des Mehrwertes, den die Bauern durch die Erhaltung der Kulturlandschaft für die Allgemeinheit erbringen.

Durch die kleingliedrige Betriebsstruktur ist es nicht allen Hofbetreibern möglich, sich mit dem notwendigen Fuhr- und Gerätepark auszustatten. Als Lösungsmöglichkeiten bieten sich Betriebskooperationen und das Dienstleistungsangebot des Maschinenrings an.

7.4.2 REGIONALE PRODUKTE ALS WICHTIGER ERFOLGSFAKTOR DER MARKE ZILLERTAL

7.4.2.1 Marktpositionierung für regionale Produkte

Um den gesundheitlichen und kulinarischen Wert bäuerlicher Produkte aus der Region bei den Konsumenten bewusst zu machen, ist eine starke Nischenpositionierung unter der Dachmarke Zillertal als Antwort auf billige internationale Massenprodukte erforderlich. Erste Schritte (z.B. „Zillertaler Heumilch“) stellen bereits unter Beweis, dass diese Strategie zum Erfolg führt.

Der Markt würde auch eine größere Produktvielfalt gut aufnehmen. Beispielsweise gibt es für Gemüse, Schaffleisch und Rindfleisch in sehr guter Qualität noch erhebliche Entwicklungspotenziale. Auch durch die kreative Veredelung dieser Produkte sowie durch die Besetzung von Marktnischen kann zusätzliche Nachfrage geschaffen werden. Die notwendige Produktvielfalt kann auf Dauer nur dann erreicht werden, wenn sich die Einzelbetriebe stärker spezialisieren und im Produktangebot vernetzen.

Neben den klassischen Kernprodukten wie Milch, Käse und Fleisch sollen vermehrt auch Nischenprodukte wie Kräuter, Ziegenmilch, Bienenhonig, Wildbret und hochwertige Gemüsesorten angeboten werden. Bauernfrühstück, Bergfrühstück, „Ziller-Brunch“ Gemüsebox, Bauernbox, Werbegeschenke und Reisemitbringsel sind Möglichkeiten, die Wertigkeit der Produkte in Verbindung mit einer attraktiven Dienstleistung hervorzuheben.

Unabhängig von der Notwendigkeit einer ausreichenden Angebotsvielfalt ist es zielführend, ein bis zwei starke Leitprodukte zu kreieren, die auf breiter Basis produziert und am Markt etabliert werden können. Die Entwicklung solcher Leitprodukte wird in der Umsetzungsphase des Strategieplans angestrebt.

Eine wichtige Erfolgsvoraussetzung ist, dass die Lücken in der Verfügbarkeit der Produkte so weit als möglich geschlossen werden.

Regionale und auf biologischer Basis erzeugte Produkte haben bei den Konsumenten einen hohen gesundheitlichen Stellenwert. Die Veredelung und Vermarktung solcher Produkte mit dem Fokus auf ihren gesundheitlichen Wert bietet langfristig ein sehr großes Marktpotenzial.

Die Regionalität der Angebote muss so verstanden werden, dass nur bestimmte Nischenprodukte direkt aus dem Tal kommen. Standardprodukte sind auch aus dem weiteren Umkreis des Tales als „regional“ anzusehen, sofern sie strengen Qualitätskriterien entsprechen.

Für Innovationen zur Verbesserung der Produktpalette und der Vermarktung stehen Förderungsinstrumente zur Verfügung (z.B. Landeskulturfonds und diverse EU-Programme).

7.4.2.2 Marketing- und Vertriebsstrukturen

Die landwirtschaftlichen Produktionsbetriebe müssen näher an die Kunden herangehen, möglichst bedarfsgerecht produzieren und auch zu Zeiten hoher Nachfrage lieferfähig sein.

Besonders in der kleingliedrigen Betriebsstruktur sind diese Anforderungen nur über Kooperationsplattformen erfüllbar.

Private Direktvermarktungs- und Vertriebsstrukturen der einzelnen Betriebe werden weiterhin das Rückgrat der Schnittstelle zwischen den Produzenten und den Verbrauchern bilden.

Um die Produktvielfalt und die Lieferfähigkeit zu erhöhen, sind jedoch auch zunehmend Betriebskooperationen notwendig. Als diesbezügliche Organisationsformen sind sowohl informelle Kooperationen mehrerer Produktionsbetriebe als auch genossenschaftliche Vereinsstrukturen möglich. Von der öffentlichen Hand betriebene Plattformen sind aufgrund bisheriger Erfahrungen allerdings nicht erfolversprechend, weshalb erfolgreiche Modelle auf privatwirtschaftlicher Basis begründet werden müssen. Der diesbezügliche Einstieg soll mittels einer internetbasierten Infoplattform erfolgen, wo man sich über die einzelnen Betriebe und deren Produktpaletten informieren kann.

Für den Vertrieb aller landwirtschaftlichen Produkte, die im Zillertal nach bestimmten Qualitätskriterien hergestellt und veredelt werden, wird das Produktlabel „Zillertaler Naturprodukte“ kreiert und als Wortbildmarke geschützt.

Der Vorschlag, ein Wertmünzensystem („Ziller-Taler“) für landwirtschaftliche Produkte einzuführen, wird bei der allfälligen Umsetzung einer Vertriebsplattform im Detail geprüft.

Der Verkauf landwirtschaftlicher Produkte soll auch im Wege von Bauernhofführungen und durch gemeinsame Events wie Hoffeste oder sporadische Bauernmärkte stimuliert werden.

In Ergänzung zu den bestehenden Flächen- und Viehhalteprämien sind zusätzliche Förderungen in Form von Unterstützungen für die allgemeine Produktwerbung zielführend.

7.4.2.3 Qualitätsstrategie

Diese Positionierung erfordert ein konsequentes Qualitätsbewusstsein zur klaren Abgrenzung gegenüber Massenartikeln der Lebensmittelindustrie. Eine nachhaltige Stärkung der Marke „Zillertaler Naturprodukte“ im Bereich der regional hergestellten Lebensmittel wird auch dazu führen, dass der Handel diese Produkte vermehrt in das Sortiment aufnehmen wird.

Eine konsequente und unabhängige Qualitätskontrolle ist dabei unbedingte Voraussetzung. Diesbezüglich ist die Teilnahme am ÖPUL-Programm eine wichtige Säule der Qualitätsstrategie, der sich der Großteil der landwirtschaftlichen Betriebe angeschlossen hat. Damit sind auch die Nachhaltigkeit der Bewirtschaftung (z.B. Düngerberechnung) und die Regionalität der Produkte auf breiter Basis gesichert. Weitere Kontrollmechanismen sind durch die EU, die Agrarmarketing Austria (AMA) sowie durch Qualitätslabel wie Heumilch, Bio oder Gentechnikfreiheit gegeben.

7.4.3 REGIONALER WIRTSCHAFTSKREISLAUF

7.4.3.1 Bewusstseinsbildung

Das Bewusstsein für den Wert regionaler landwirtschaftlicher Produkte in der Bevölkerung und in der Gastronomie soll intensiviert werden. Dabei geht es nicht nur um die unmittelbaren Vorteile hochwertiger Lebensmittel für die Konsumenten, sondern auch um die sehr

positiven Wirkungen im gesamten regionalen Wirtschaftskreislauf. Dazu zählen beispielsweise Arbeitsplatzeffekte, Landschaftspflege oder Verkehrsreduktion durch kurze Wege. Die Bewusstseinsbildung ist durch die konsequente Weiterentwicklung bestehender Aktivitäten und Kooperationen sowie durch Projekte in Schulen und Kinderbetreuungseinrichtungen voranzutreiben. Ziel muss es sein, die Zillertaler Bevölkerung auf die landwirtschaftlichen Produkte ihrer Region stolz zu machen.

7.4.3.2 Lebensmittel verarbeitende Betriebe

In vielen Bereichen ist die regionale Landwirtschaft auf die Lebensmittel verarbeitenden Betriebe (z.B. Schlachteinrichtungen, Metzgereien, Sennereien) angewiesen. Es müssen daher Rahmenbedingungen geschaffen werden, sodass solche Betriebe eine sichere Existenzgrundlage vorfinden. Damit kann die Wertschöpfung der Produktionskette größtenteils im regionalen Wirtschaftskreislauf gehalten werden.

Insoweit die regelkonforme Lohnschlachtung nicht durch Betriebe im Tal abgedeckt werden kann, ist es sinnvoll, auf bestehende Strukturen außerhalb des Zillertals (z.B. Mutters oder Thiersee) zurückzugreifen. Dabei muss sichergestellt werden, dass das Fleisch mit nachvollziehbarer Herkunftsbezeichnung wieder an den Viehhalter oder direkt an den Verbraucher geliefert wird.

7.4.3.3 Urlaub am Bauernhof

„Urlaub am Bauernhof“ ist eine wichtige Quelle für Nebeneinkünfte und für das Tal sehr identitätsstiftend. Die Zimmervermietung in bäuerlichen Betrieben wird daher gefördert, indem den Anbietern seitens der Tourismusverbände beim Vertrieb die notwendige Unterstützung geleistet wird.

Wichtig ist eine klare Zielgruppenpolitik, die eine Verwässerung des Angebots hintanhält. Authentizität, persönlicher Kontakt und Professionalität sind die Erfolgsfaktoren dieses wichtigen Angebotssegments. Nicht authentische Einzelangebote schwächen den gesamten Auftritt von Urlaub am Bauernhof.

Die Bezirksorganisation „Urlaub am Bauernhof“ bietet bei Investitionsplanung, Marketing und Vertrieb wertvolle Unterstützung.

7.4.3.4 Kaufentscheidung in der Hotellerie und Gastronomie

Hotellerie und Gastronomie haben bei der Beschaffung der Lebensmittel eine hohe Einkaufsmacht und können sehr viel zur Stärkung des regionalen Wirtschaftskreislaufs beitragen. Um die entscheidenden Führungskräfte stärker für die Verwendung heimisch produzierter Lebensmittel zu gewinnen, sind zielgruppengerechte Aktivitäten (z.B. Publikationen und Veranstaltungen über spezielle Rezepte und Einsatzmöglichkeiten regionaler Produkte, Kooperation mit den Tourismusfachschulen) sinnvoll.

7.4.3.5 Nebenerwerbsmöglichkeiten und Erwerbskombinationen

Gute Nebenerwerbsmöglichkeiten sind eine wichtige Basis für die kleinstrukturierte Landwirtschaft des Tales. Insbesondere im Tourismus gibt es ein umfangreiches Jobangebot, das sich mit dem Betrieb einer Landwirtschaft gut verbinden lässt. Ähnlich wie bei der Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist es daher wichtig, Jobangebote der Tourismuswirtschaft im

Rahmen der Möglichkeiten auch auf die besondere Situation von Nebenerwerbsbauern abzustimmen. Der Maschinenring ist mit ca. 150 MitarbeiterInnen im Zillertal ein gutes Beispiel für die effiziente Realisierung von Synergieeffekten.

Erwerbskombinationen (Zimmervermietung, Gastwirtschaft auf der Alm, Reitangebote, Lohnarbeit mit landwirtschaftlichen Geräten, Gästeführungen etc.) sind effiziente Möglichkeiten, die wirtschaftliche Basis kleinerer Landwirtschaftsbetriebe zu stärken.

7.4.4 RAUMORDNUNG

7.4.4.1 Entwicklung der Größenstruktur landwirtschaftlicher Betriebe

Die tendenziell zunehmenden Probleme bei der Sicherung der Betriebsnachfolge können nicht generell dadurch gelöst werden, dass sich bestehende Höfe durch Zukauf oder Zupachtung immer weiter in Richtung großer Produktionsbetriebe mit erheblichen negativen Begleiterscheinungen entwickeln. Insoweit seitens der Raumordnung und der örtlichen Bodenpolitik dazu Eingriffsmöglichkeiten bestehen, muss eine derartige Entwicklung vermieden werden, zumal auch die dörfliche Struktur Schaden leiden kann, wenn die Kleinbetriebe zunehmend verloren gehen. > [ÖRK]

7.4.4.2 Neuordnung der landwirtschaftlichen Vorrangflächen

Die Ausweisung landwirtschaftlicher Vorrangflächen wird grundsätzlich als sinnvolles Instrument erachtet, um die Bewirtschaftungsmöglichkeit von großen zusammenhängenden Flächen langfristig sicherzustellen. Allerdings sind die aktuellen Regelungen teilweise zu kleingliedrig, sodass sie sich oft zu einer zeitraubenden bürokratischen Barriere entwickeln. Im engen Einvernehmen zwischen den Gemeinden und der Abteilung Raumordnung im Amt der Tiroler Landesregierung wurden daher Vereinfachungen vorgenommen, sodass sich die Regelung der landwirtschaftlichen Vorrangflächen nur mehr auf die relevanten Kernbereiche am Talboden konzentriert. Landwirtschaftliche Gunstlagen bleiben im Wesentlichen jedenfalls weiterhin der bäuerlichen Bewirtschaftung vorbehalten.

Bereits in der aktuellen Regelung des Tiroler Raumordnungsgesetzes (TROG 2011) gibt es die Möglichkeit, zwei bis drei Bauplätze ohne gesondertes Ausnahmeverfahren zu widmen.

Die Aussiedelung von Hofstellen oder Wirtschaftsgebäuden in das Freiland wird weiterhin unterstützt, sofern ihre betriebswirtschaftliche Notwendigkeit zweifelsfrei nachgewiesen wird. Spekulationsmöglichkeiten mit den dadurch frei werdenden ehemaligen Hofflächen in den Orten müssen jedoch durch raumordnerische Maßnahmen vermieden werden. > [ÖRK]

7.4.4.3 Abmilderung von Widmungskonflikten

Sofern Hofstellen sehr eng an Widmungen anschließen, bei denen typischerweise ein eher geringes Immissionspotenzial vorausgesetzt wird (z.B. Siedlungs- oder Beherbergungsbereiche), gibt es Konfliktpotenziale. Indem vorausgesetzt wird, dass die meisten Dörfer des Tales ihren ländlichen Charakter bewahren sollen, ist die Zumutbarkeitsgrenze für landwirtschaftliche Immissionen allerdings etwas höher anzusetzen als in rein urbanen Bereichen. In der bevorstehenden Fortschreibung der örtlichen Raumordnungskonzepte werden mögliche Nutzungskonflikte unter Beachtung einer Zumutbarkeitstoleranz berücksichtigt. > [ÖRK]

Hofstellen, die durch ihre innerörtliche Lage in ihrer weiteren Entwicklung behindert sind, sollen in begründeten Fällen die Möglichkeit erhalten, durch Aussiedlung in das Freiland moderne Produktionsvoraussetzungen schaffen zu können. > [ÖRK]

7.4.5 WALDBEWIRTSCHAFTUNG

7.4.5.1 Bewusstseinsbildung

Der Wert des Waldes für die Erholung, die Wirtschaft und den Schutz vor Naturkatastrophen bedarf noch einer nachhaltigen Bewusstseinsbildung. Die diesbezüglichen Kooperationen mit den Schulen sollen fortgeführt werden. Auch bei der Freizeitnutzung durch Einheimische und Gäste wird durch Veranstaltungen und multimediale Information weiterhin vermittelt, dass das komplexe Ökosystem des Waldes einen sensiblen Umgang erfordert.

7.4.5.2 Nachhaltige Bewirtschaftung

Die Notwendigkeit einer nachhaltigen Forstbewirtschaftung ist eher nur in Expertenkreisen verankert. Die Forstverwaltung wird den Waldbauern helfen, eine nachhaltige Bewirtschaftung zu praktizieren.

7.4.5.3 Technische Voraussetzungen

Die Erschließung der Zillertaler Wälder mit Forstwegen ist so weit gegeben, dass unter Zuhilfenahme moderner Bringungstechniken sowie der Dienstleistungsangebote des Maschinenrings in weiten Bereichen eine praktikable Bewirtschaftung erfolgen kann. Einzelne lokale Verbesserungen sind unter Berücksichtigung der naturschutzrechtlichen Rahmenbedingungen noch umzusetzen.

7.4.5.4 Produktvermarktung

Durch die großen holzverarbeitenden Betriebe des Zillertals herrschen für die Waldbauern, Agrargemeinschaften und Gemeinden gute Voraussetzungen zur Vermarktung des Rohstoffs Holz. Indem die Veredelung und Verarbeitung des Rohstoffs Holz zu einem hohen Anteil im Tal stattfindet, bleibt der volkswirtschaftliche Nutzen vorwiegend in der Region. Ein von der Forstabteilung des Landes betriebenes digitales Tool zur optimalen Platzierung des Angebots am Markt ist eine effiziente Plattform zur Zusammenführung von Angebot und Nachfrage.

7.4.5.5 Holz als Energieträger

Dem Trend zum vermehrten Einsatz erneuerbarer Energieformen kann durch das große Brennholzangebot Rechnung getragen werden.

Die Errichtung eines regionalen Bioheizwerks wurde nach eingehender Prüfung als nicht zielführend erachtet. Stattdessen sollen mehrere kleinere Anlagen (Hackschnitzel oder Pellets) dezentral errichtet werden, die auf die aktuelle Nachfrage und das jeweilige Angebot des Heizmaterials flexibler reagieren können.

7.4.5.6 Wald und Tourismus

Der Wald spielt im touristischen Angebot des Tales eine wichtige Rolle. Outdoorsportarten erfreuen sich zunehmender Beliebtheit und bewirken Nutzungskonflikte. Strategien der Besucherlenkung (z.B. Downhillstrecken und Singletrails für Radfahrer) sind geeignet, konfliktäre Nutzungsarten zu entflechten und den Wald zu schonen.

Ersatzaufforstungen, die im Gefolge touristischer Flächennutzungen vorgeschrieben werden, sind auch unter dem Aspekt zu sehen, dass dabei teils wertvolle Kulturlächen verloren gehen. In der Argumentation mit den Behörden wird daher künftig stärker auf diesen Umstand hingewiesen.

8 ARBEITSFELD „NATUR UND UMWELT“

Exkurs: Differenzierung zwischen Natur- und Umweltschutz im Sinne dieses Kapitels²⁰

Naturschutz hat das Ziel, die Natur so zu erhalten, dass ihre Vielfalt, Eigenart und Schönheit, ihr Erholungswert, der Artenreichtum der heimischen Tier- und Pflanzenwelt und deren natürliche Lebensräume und ein möglichst unbeeinträchtigter und leistungsfähiger Naturhaushalt bewahrt und nachhaltig gesichert oder wiederhergestellt werden. Der Naturschutz betrachtet auch für Menschen irrelevante räumliche Bereiche und Belange.

Die Erhaltung und die Pflege der Natur erstrecken sich auf Naturland- und Kulturlandschaften. Der ökologisch orientierten und der die Kulturlandschaft erhaltenden land- und forstwirtschaftlichen Nutzung kommt dabei besondere Bedeutung zu. Die Natur darf im Sinne des Naturschutzes auch nur so weit in Anspruch genommen werden, dass ihr Wert auch für die nachfolgenden Generationen erhalten bleibt.

Umweltschutz hat als Ziel, das Lebensumfeld der Menschen als Lebensgrundlage zu erhalten. Dabei werden alle Aktivitäten des Menschen, die mit einer Gefahr für Ökosysteme und die Artenvielfalt verbunden sein könnten, betrachtet. Dies schließt vor allem den Schutz der die Menschen umgebenden Natur mit ein. Auch wenn die Schutzgüter und Ziele im Prinzip bei Natur- und Umweltschutz dieselben sind, bezieht der Naturschutz seinen Blick auf den Naturhaushalt als Ganzes und bekämpft schädliche menschliche Einflüsse am Ort ihres Einwirkens. Der Umweltschutz zielt darauf ab, die menschlichen Aktivitäten, die Ursache von Umweltschäden sind, zu bekämpfen.

8.1 Wichtige Fragestellungen zum Arbeitsfeld

- Wie können wir den Wert einer intakten Natur im Bewusstsein der Bevölkerung ausreichend verankern?
- Wo liegen die Grenzen der Belastbarkeit unserer Naturressourcen?
- Wie können wir den Naturpark und die Schutzgebiete im Zillertal nachhaltig weiterentwickeln?
- Wie lassen sich die Natur und der Naturpark im touristischen Angebot positionieren, ohne sie in ihrer Substanz nachhaltig zu schädigen?
- Welche Möglichkeiten hat das Zillertal, um einen wirksamen Beitrag zum globalen Klimaschutz zu leisten?

²⁰ Vgl. Leser, H. (2005): Dierke-Wörterbuch Allgemeine Geographie, 14. Auflage

8.2 Ausgangssituation

8.2.1 ALLGEMEINES

Die artenreiche und hochalpine Naturumgebung des Zillertals stellt mit ihrer Biodiversität und ihrer Geologie eine Einzigartigkeit dar, deren Wert dem Großteil der Bevölkerung zunehmend bewusst wird. Ein großflächiger Naturpark sowie vielfältige Maßnahmen zum Natur- und Umweltschutz sind äußere Zeichen dieses wachsenden Bewusstseins.

Indem die Naturwerte auch die Geschäftsgrundlage des Tourismus bilden und daher intensiv genutzt werden, sind die Grenzen der Belastbarkeit in manchen Bereichen sehr nahe gerückt. Sie manifestieren sich insbesondere in den Bereichen Verkehr, Erschließungen, Infrastruktur, Wasserkraft-, und Freizeitnutzung.

8.2.2 AKTUELLE STÄRKEN UND SCHWÄCHEN

Siehe Anhang, Punkt 11.1.5

8.2.3 WICHTIGE ENGPASSFAKTOREN

Die wichtigsten Engpassfaktoren zum Thema Natur und Umwelt sind:

- Belastbarkeit wertvoller Naturräume
- Verständnis für den Schutz der Natur bei konkurrierenden Interessenlagen
- Finanzielle Mittel für Überzeugungsarbeit und aktive Schutzmaßnahmen
- Bewusstsein für den Einsatz erneuerbarer Energien
- Amortisation und begrenzte Fördermittel bei Maßnahmen zur Energieeffizienz
- Manipulationsaufwand bei der Abfalltrennung

8.3 Ziele und Grundsätze

- Eine intakte und weitläufige Naturlandschaft wird als besonders wichtige Basis für eine hohe Lebensqualität sowie als Geschäftsgrundlage für den Tourismus anerkannt und respektiert.
- Der Schutz der Natur und die wirtschaftliche Entwicklung der Region müssen zueinander in einem ausgewogenen Verhältnis stehen. Eine Störung dieses Gleichgewichts kann in beiden Richtungen zu problematischen Verwerfungen führen.
- Der „Ökologische Fußabdruck“ des Zillertals ist der Bevölkerung ein großes Anliegen und stärkt die touristische Positionierung des Tales.
- Der Identifikation der Bevölkerung mit der Natur kommt eine große Bedeutung zu. Natur darf nicht als Restfaktor gesehen werden, der übrig bleibt, wenn alle anderen Nutzungsinteressen befriedigt sind.
- Der Naturpark Zillertaler Alpen ist das Aushängeschild für die Qualität des Naturraums im gesamten Tal. Prioritäre Strategie des Naturparkmanagements ist die aktive Be-

wusstseinsbildung für den Wert eines intakten Naturraums und die daraus resultierende Lebensqualität.

- Zusätzliche Lenkungsmaßnahmen sind insbesondere beim motorisierten Individualverkehr in sensiblen Naturräumen zu setzen.
- Das Landschaftsbild darf nicht durch Windkraftnutzung oder großflächige Voltaikanlagen auf landwirtschaftlich nutzbaren Flächen beeinträchtigt werden
- Im Sinne des Tiroler Abfallwirtschaftsgesetzes erfolgt der Umgang mit Abfällen in der Prioritätenreihenfolge Vermeidung – Wiederverwertung – Trennung – Deponierung.
- Das Zillertal leistet im Rahmen seiner Möglichkeiten einen wirksamen Beitrag zum Klimaschutz, indem es einen hohen Anteil erneuerbarer Energieerzeugung aufweist und schrittweise die Kriterien einschlägiger Audits wie e5 bzw. A++21 erfüllt.

8.4 Strategischer Handlungsbedarf, Konzepte und Leitmaßnahmen

8.4.1 WERTBEWUSSTSEIN FÜR DIE NATUR

8.4.1.1 Kontinuierlicher Entwicklungsprozess

Das Bewusstsein der Bevölkerung für die Werte der Natur im Allgemeinen und für den Naturpark im Besonderen nimmt zwar tendenziell zu, bedarf jedoch eines kontinuierlichen Prozesses zur ständigen Weiterentwicklung. Rechtliche Maßnahmen zum Schutz der Natur sind allein auf Dauer zu wenig effizient, wenn der Wert einer intakten Umwelt nicht von der Bevölkerung erkannt und gelebt wird.

Daher muss die Bewusstseinsbildung auf mehreren Ebenen fortgesetzt werden, wobei der Naturparkbetreuung dabei eine besondere Leit- und Koordinationsfunktion zukommt. Weitere wichtige Schnittstellen sind die Bildungs- und Kinderbetreuungseinrichtungen, die Tourismusorganisationen und Beherbergungsbetriebe als bevorzugte Kontaktstellen der Gäste, die Natur- Alpin- und Umweltvereinigungen sowie die einzelnen Familien als erste Meinungsbildner für die Kinder.

Von zentraler Bedeutung ist weiters, dass die positive Einstellung zur Natur nicht auf den Naturpark beschränkt bleibt, sondern auch in seinen Randgebieten sowie in den weiteren wertvollen Naturbereichen des Tales gelebt wird.

8.4.1.2 Naturbelange in der Tourismuswerbung

Die Darstellung und Gewichtung der Natur als Angebotsfaktor im Tourismusmarketing ist ein wichtiges Instrument zur Bewusstseinsbildung sowohl bei den Gästen als auch bei den Einheimischen, das daher in diese Richtung weiterentwickelt wird. Der Naturpark versteht sich u. a. als Teil des touristischen Angebots und stärkt damit die Marke Zillertal.

Wichtig ist auch die Feststellung, dass es auch außerhalb des Naturparks sehr wertvolle Naturressourcen gibt, die das touristische Angebot stark bereichern.

Um die Balance zwischen Naturschutz und touristischer Nutzung zu wahren, ist es notwendig, die Ziele und Strategien gegenseitig laufend abzustimmen.

²¹ Näheres Siehe www.energie-tirol.at

8.4.2 NATUR UND TOURISMUS BZW. FREIZEITGESTALTUNG

8.4.2.1 Symbiose oder Spannungsfeld

Natur und Tourismus bzw. Erholung können einerseits eine wichtige Symbiose ergeben, bedeuten aber vielfach auch ein Spannungsfeld. Der Tourismus des Zillertals und seine Freizeitangebote sind sehr stark auf die Natur selbst bzw. auf Aktivitäten in der Natur gebaut. Im zuständigen Arbeitskreis für den gegenständlichen Strategieplan herrscht die mehrheitliche, jedoch nicht einhellige Meinung, dass die Nutzung der Naturressourcen mit einigen Ausnahmen die Grenzen der Verträglichkeit noch nicht erreicht hat. Der Umstand, dass 30% der Zillertaler Gesamtfläche unter Schutz stehen, rechtfertigt jedoch keinesfalls das Außerachtlassen der Nachhaltigkeitskriterien im übrigen Raum.

8.4.2.2 Intakte Natur als Geschäftsgrundlage für den Tourismus

Bereits 17% der Tiroler Sommergäste sind bereit, für ein nachhaltiges Urlaubsangebot einen höheren Preis zu bezahlen.²² Die Tourismuswirtschaft hat daher längst erkannt, dass eine intakte und in Teilen unerschlossene Natur die wichtigste Geschäftsgrundlage für die weitere Entwicklung dieses Wirtschaftszweiges bedeutet. Daher gibt es bereits viele strategische Überlegungen und Umsetzungsbeispiele, wie Tourismus nicht gegen sondern mit der Natur gestaltet werden kann. Die umfangreichen touristischen Aktivitäten der Naturparkbetreuung in Zusammenarbeit mit den Tourismusorganisationen sind ein wichtiges Beispiel der Realisierung von Synergiepotenzialen zwischen Natur und Tourismus.

8.4.2.3 Grenzen der Belastbarkeit

Es dürfen die Grenzen der Belastbarkeit der vor allem im Hochgebirge sehr sensiblen Ökosysteme nicht aus den Augen verloren werden. Eine diesbezügliche Richtschnur ist, dass die Naturressourcen zwar in Anspruch genommen, aber nicht in ihrer Substanz „verbraucht“ werden.

Nichtmotorisierte Großveranstaltungen sind auch im Naturparkgebiet grundsätzlich möglich, wobei die Naturparkbetreuung im jeweiligen Bewilligungsverfahren informiert und angehört wird.

8.4.3 DER NATURPARK ALS BINDEGLIED ZWISCHEN SCHÜTZEN UND NÜTZEN

8.4.3.1 Kernaussagen der Leitbildvision für den Naturpark

„Der Hochgebirgs-Naturpark Zillertaler Alpen verbindet die wilde Hochgebirgsnatur, die traditionell gepflegte Kulturlandschaft und den Wirtschaftsraum im Zillertal. Geprägt von Bergbauernarbeit und Alpinismus ist der Naturpark ein Erholungsraum zum Anfassen. Der Schutz der Natur ist die Grundlage für einen nachhaltigen Umgang mit diesem wertvollen Lebensraum. Der Naturpark wird eine führende Rolle in den Schutzgebieten des Alpenraums einnehmen. Der Hochgebirgs-Naturpark Alpen – das Naturjuwel in den Alpen.“²³

²² T-Mona-Studie Sommer 2011

²³ Noch nicht beschlossene Vorlage zur Leitbildentwicklung für den Hochgebirgsnaturpark Zillertal

8.4.3.2 Partnerschaft statt Verbotskontrolle

Der Schutz und die Pflege der Zillertaler Schutzgebiete und der Landschaft beinhalten große Synergien in Bezug auf die Lebensqualität der Bevölkerung und die Eignung als Erholungsraum. Das Naturparkmanagement sieht sich dabei als Plattform im Zillertal, um die die Naturlandschaft erlebbar und somit ihren Nutzen sichtbar zu machen. Die Nutzung des Schutzgebietes wird jedoch stets im Sinne einer ökologischen Besucherlenkung erfolgen.

Die Naturparkverwaltung versteht sich daher nicht als Kontrollinstitution von Verboten, sondern als eine Einrichtung, die Naturschutz in partnerschaftlicher und proaktiver Weise gemeinsam mit den Grundbesitzern, den lokalen Entscheidungsträgern, der Bevölkerung und der Wirtschaft betreibt.

8.4.3.3 Vermittlung von Naturerlebnissen und kulinarischen Genüssen

Die gleichberechtigten Arbeitsfelder des Naturparks sind Schutz der Natur- und Kulturlandschaft, Forschung, Bildung, Erholung und Regionalentwicklung. Insbesondere in den Bereichen Bildung und Erholung nimmt der Naturpark eine zunehmend wichtige Position ein, um das Ferienangebot für die Gäste und die Freizeitmöglichkeiten der Einheimischen zu bereichern.

Die Bildungsaktivitäten mit den Naturparkschulen und dem Naturparkbildungsprogramm sind ein wichtiger Baustein zur Vertiefung des allgemeinen Bewusstseins für den Wert der alpinen Landschaft im Zillertal.

8.4.3.4 Ressourcenausstattung des Naturparkvereins

Es gilt daher das Ziel, den Naturparkverein auf Dauer mit jenen Ressourcen auszustatten, die notwendig sind, um zwischen Wirtschafts- und Naturinteressen eine nachhaltige Win-Win-Situation herzustellen. Es ist dabei von besonderer Bedeutung, den Naturpark als eigenständige Institution aufrecht zu erhalten und bei seinen Aktivitäten die Unabhängigkeit von anderen Interessen zu wahren. Dies ist vor allem im Hinblick auf eine mögliche Veränderung der aktuellen Förderungsstrukturen wichtig. Weiters werden Organisations- und Kommunikationsstrukturen geformt, auf deren Basis sich das Naturparkmanagement auf seine Kernaufgaben konzentrieren kann.

8.4.3.5 Weiterentwicklung des Naturparks

Aufgrund des geringen Anteils der Naturparkgemeinden Finkenberg und Tux am jetzigen Naturparkgebiet wird eine Erweiterung des Schutzgebiets in diesen Gemeinden im Bereich des Tuxer Hauptkammes angestrebt, was im Einklang mit den Zielen der Alpenschutzkonvention steht. Die Erweiterung erfolgt in intensiver Abstimmung mit den betroffenen Interessenträgern. Die Österreichische Bundesforste AG als größte Grundeigentümerin soll als außerordentliches Mitglied des Naturparkvereins aufgenommen werden.

Das Informationszentrum des Naturparks Zillertaler Alpen ist das Naturparkhaus in Ginzling mit Ausstellungs-Außenstellen in Brandberg und im Zillergrund. Das Naturparkhaus soll strukturell gestärkt und künftig durch dezentrale Infopoints an Stellen mit hoher Besucherfrequenz ergänzt werden.

Die Naturparkorganisation wird künftig nach Maßgabe der Ressourcenausstattung auch verstärkt außerhalb des Schutzgebietes tätig werden, um auch die Naturwerte des mittleren und vorderen Tales ins Bewusstsein der Bevölkerung und der Gäste zu bringen. Für die Gemeinden dieser Bereiche werden Anreize zum Beitritt in den Naturparkverein geschaffen.

8.4.4 MAßNAHMENBEISPIELE FÜR DEN SCHUTZ DER NATUR

8.4.4.1 Verkehrsentlastung in sensiblen Naturbereichen

Die Entlastung sensibler Naturbereiche ist insbesondere dort von Bedeutung, wo motorisierter Individualverkehr ohne Limitierung stattfindet. Es sind daher Konzepte zu entwickeln, nach denen der motorisierte Verkehr auf öffentliche Angebote bzw. Versorgungsfahrten und Anrainerverkehr beschränkt werden kann. Dies trifft beispielsweise auf die im Nahbereich des Naturparks liegenden Seitentäler Ziller-, Stillup-, Floiten und Zamsgrund zu. Dabei sind auch Lösungen für jene Betriebe auszuarbeiten, die über den motorisierten Individualverkehr derzeit wichtige Zielgruppen ansprechen. Auch für den Erhaltungsaufwand von Mautstraßen müssen die notwendigen Finanzierungsquellen erschlossen werden. Solche Konzepte können nur erfolgreich sein, wenn attraktive Alternativangebote durch den öffentlichen Verkehr geschaffen werden, deren Gesamtpaket gegenüber Individualfahrten einen messbaren Mehrwert verspricht.

Wie bereits viele Beispiele in anderen Regionen gezeigt haben, führen verkehrsberuhigende Maßnahmen in Gebieten mit besonderen Naturattraktionen zu einer deutlichen Erhöhung des Freizeit- und Erholungswerts. Damit wird ein Mehrwert geschaffen, der von Gästen und Einheimischen geschätzt wird.

8.4.4.2 Besucherlenkung und Inszenierung der Natur

Die Besucherlenkung im Zillertaler Naturraum erfolgt über ein Wander- und Radleitsystem, mehrere Themenwanderwege, Klettersteige sowie ausgewiesene Kletter- und Boulderbereiche. Besonders im Ziller- und Zamsgrund gibt es Probleme durch wildes Campieren sowie durch unorganisierte Kletter- und Boulderbereiche (Kletter- und Boulderkonzept durch die Naturparkbetreuung in Ausarbeitung).

Bei der Weiterentwicklung der Besucherlenkungsmaßnahmen werden zunehmend Medien wie Internet und GPS herangezogen. Der Naturpark plant, gemeinsam mit den Tourismusorganisationen entsprechende Apps zu entwickeln und mit deren Hilfe die Natur behutsam erlebbar zu machen.

Inszenierungen von Naturattraktionen haben keine Priorität und werden – wenn überhaupt – sehr zurückhaltend eingesetzt. Solche Inszenierungen dienen vorwiegend der Vertiefung authentischer Informationen über Natur, Kultur, Geschichte und Tradition. Virtuelle Darstellungsformen sind nicht Teil dieser Strategie. Nichtmotorisierte Großveranstaltungen wie die „Transalp“ oder der „Steinbockmarsch“ können mit dem Naturschutzgedanken in Einklang gebracht werden, wenn sie im informellen Einvernehmen mit der Schutzgebietsbetreuung im Naturpark oder mit den entsprechenden öffentlichen Stellen getroffen werden.

8.4.4.3 Teilweise Renaturierung des Zillers (Vision)

Zur Wiedergewinnung von natürlichen Lebensräumen sowie Retentionsflächen soll in Kooperation mit der Verbund Hydro Power AG ein mit anderen Interessen (Wasserrahmenrichtlinie und Energieerzeugung) verträgliches Rückbauprogramm für den Ziller entwickelt werden. Damit könnte auch der Schwallbetrieb in seinen Auswirkungen für die Natur entschärft werden.

8.4.4.4 Laufende Überwachung des „Ökologischen Fußabdrucks“ des Tales

Der „Ökologische Fußabdruck“ des Tales wird anhand von Kriterien (z.B. Emissionen, Ressourcenverbrauch, Artenvielfalt) definiert und auf dieser Basis ein laufendes Monitoring eingeführt.

8.4.5 UMWELTSCHUTZ

8.4.5.1 Positive Effekte für die Umwelt

Es ist festzuhalten, dass die Wirtschaftskraft des Tales auch zu sehr positiven Umwelteffekten geführt hat. Dazu zählen eine weitgehend vollständige und auf hohem technischem Standard stehende Abwasserentsorgung, die sorgfältige Pflege der Kulturlandschaft auf der Basis von Nebenerwerbsmöglichkeiten im Tourismus oder die umfangreichen Maßnahmen zu mehr Energieeffizienz.

8.4.5.2 Wirtschafts- und Beschäftigungspotenzial durch Umweltschutzmaßnahmen

Wie viele Beispiele zeigen, haben Umweltschutzmaßnahmen in mehreren Branchen sehr positive Beschäftigungseffekte. Das Angebot an „Green Jobs“ ist daher noch stark ausbaubar.

8.4.5.3 Öffentliches Verkehrsangebot

Zur qualitativen und quantitativen Erweiterung des ÖV-Angebots siehe Punkt 9.4.4. Die Elektrifizierung der Zillertalbahn wäre ein Beitrag zum Umweltschutz mit hoher Symbolkraft.

8.4.5.4 Klimaschutz und Umweltberatung

Es wird die Möglichkeit untersucht, das Zillertal zu einer „Klimabündnisregion“ zu entwickeln.

Die Umweltberatung erfolgt durch die Umweltzone Zillertal bzw. in den von ihr nicht betreuten Talbereichen durch die Gemeinden in Kooperation mit dem Abfallverband Tirol Mitte. Kernthemen dieser Beratung sind Klimaschutz, Energieeffizienz, Abfallvermeidung und -trennung sowie Verkehrsvermeidung. Schulprojekte sind wichtiger Bestandteil der Beratungsaktivitäten. Sofern seitens jener Gemeinden, die derzeit der Umweltzone nicht angeschlossen sind, Interesse besteht, kann der Betreuungsbereich entsprechend erweitert werden.

Die Förderung von Wärmeverlustmessungen soll Dämmungsmaßnahmen in Gang setzen.

8.4.6 ENERGIE

8.4.6.1 Wasserkraft

Im Zillertal ist die Wasserkraft im Vergleich zu anderen alpinen Regionen zu einem sehr hohen Prozentsatz genutzt. Aufgrund der EU-Wasserrahmenrichtlinie, die bis spätestens 2027 umzusetzen ist, müssen Maßnahmen eingeleitet und umgesetzt werden, die den Schwallbetrieb der Speicherkraftwerke ausgleichen.

Durch den tendenziell stark ansteigenden Anteil erneuerbarer Energieträger (z.B. Wind, Solar) gewinnen Pumpspeicherkraftwerke sehr an Bedeutung, da sie in der Lage sind, die naturbedingt sehr starken Leistungsschwankungen dieser Energieformen abzuf puffern.

Der Bedarf an elektrischer Energie ist stark im Steigen begriffen und wird sich durch die bevorstehende Abschaltung weiterer Kernkraftwerke noch weiter nach oben entwickeln.

Weitere Ausbaupotenziale sind grundsätzlich gegeben durch

- Effizienzsteigernde technische Maßnahmen bei den Kraftwerksanlagen der Verbund Hydro Power AG
- Im Fall einer Bypasslösung (Druckstollen) für den Schwallbetrieb von Mayrhofen zum Inn: Nutzung der Schwallenergie
- Nutzung der Gefällestufe des Tuxbaches von Finkenberg nach Mayrhofen
- Errichtung von Kleinkraftwerken (in Abstimmung mit den übergeordneten Nutzungsinteressen des jeweiligen Wassereinzugsgebiets – Koordination ev. über den Planungsverband Zillertal) und Trinkwasserkraftwerken

Grundsätzlich ist die Strategie zu verfolgen, dass die Region beim weiteren Ausbau der Wasserkraft nicht nur auf Entschädigungen Anspruch hat, sondern von der erzielten Wertschöpfung einen angemessenen Anteil erhält.

8.4.6.2 Verbesserung der Energieeffizienz

Die wesentlichen Energieverbraucher sind Mobilität und Heizung bzw. Kühlung. Beschneisanlagen haben in Summe einen tendenziell stark steigenden Strombedarf.

Bis 2020 ist die EU-Gebäuderichtlinie umzusetzen (bei öffentlichen Gebäuden 2018), womit bei Sanierung oder Neu- und Umbau Niedrigstenergie- bzw. Passivhausstandard zur Anwendung kommen muss.

Übergeordnetes Ziel von Maßnahmen zur Energieeffizienz ist der Klimaschutz. Strategisch sind Energiesparmaßnahmen vor zusätzlicher Produktion zu positionieren. Die Erreichung der Ziele wird durch folgendes Maßnahmenpaket unterstützt (exemplarische Aufstellung):

- Die Region durch vorbildliches Umweltmanagement und daraus folgende Zertifizierungen als Tal mit hohem Umweltbewusstsein positionieren
- Die Aktivitäten der Umweltzone und der Gemeinden stärker in den Vordergrund stellen
- Entwicklung eines e5-Programms zuerst auf örtlicher, dann auf regionaler Ebene
- Bewusstseinsbildung durch Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen einer e5-Initiative stärken
- e5 Effizienzprogramme umsetzen

- Energieberatung forcieren
- Integrierte Planung von Gebäuden mit Energieeffizienz forcieren
- Energieausweis im Bauverfahren konsequent handhaben
- Wärmerückgewinnungspotenziale in touristischen Objekten nutzen
- Geothermiepotenziale stärker nutzen
- Schulungsangebot zur Nutzung von Energiesparpotenzialen für Architekten, Planer und Hauswarte stärker nutzen
- Maßnahmen zur Effizienzsteigerung von Kleinkraftwerken setzen (Förderung von Einzelstudien durch das Land möglich)
- Beteiligungsmodelle für Voltaik und Wasserkraft erstellen und umsetzen
- Öffentliches Verkehrsangebot stärken
- Radwege attraktivieren (kleinräumige Verkehrsentslastung)
- Vorbildwirkung der öffentlichen Gebäude beachten und nutzen
- Biomasse und geothermische Ressourcen nutzen
- Talweites Energie- und Emissionsmonitoring für öffentliche Gebäude entwickeln

8.4.7 RESSOURCEN

8.4.7.1 Trinkwasser

Die Trinkwasserressourcen des Tales sind auch für künftig absehbare Siedlungs- und Wirtschaftsentwicklungen ausreichend gegeben, sofern für Brauchwasser langfristig eigene Versorgungsschienen eingerichtet werden (derzeit wird ca. ein Drittel des Trinkwassers für WC-Spülungen verbraucht). Die technische Infrastruktur bedarf punktuell einiger Verbesserungen, insbesondere was Notfallversorgungen betrifft.

Der Planungsverband Zillertal hat talweit sehr gutes Datenmaterial zur Verfügung, sodass notwendige Maßnahmen auf der Basis seriöser Grundlagen erfolgen können.

Im vorderen Zillertal ist aktuell ein Wasserverbund in Gründung begriffen. Ziel dieses Verbundes ist es, die Versorgung der Gemeinden mit Trinkwasser quantitativ und qualitativ zu verbessern, effiziente und flexible Notversorgungen zu ermöglichen sowie Möglichkeiten von Sparmaßnahmen auszuarbeiten und umzusetzen. Die Erfahrungen dieses Pilotprojekts können dann im übrigen Tal genutzt werden.

8.4.7.2 Abfallwirtschaft

Wie aus den nachfolgenden Statistiken hervorgeht, hat das Zillertal bei der Abfalltrennung im Vergleich zu den anderen Regionen des Landes eine Vorreiterrolle.

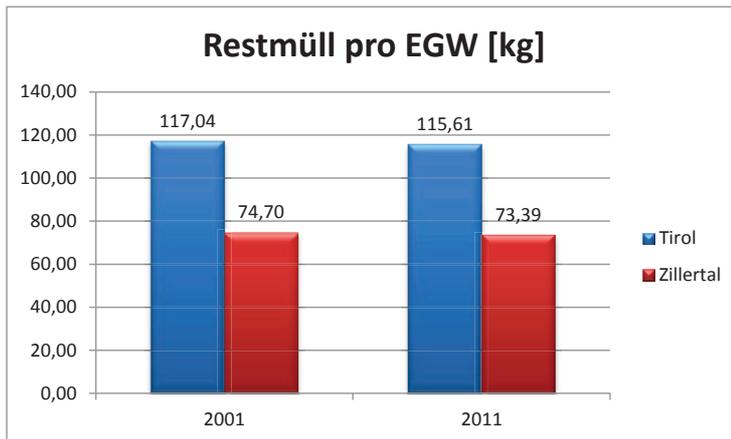


Abbildung 6: Entwicklung des Restmüllaufkommens im Zillertal im Vergleich zu Tirol

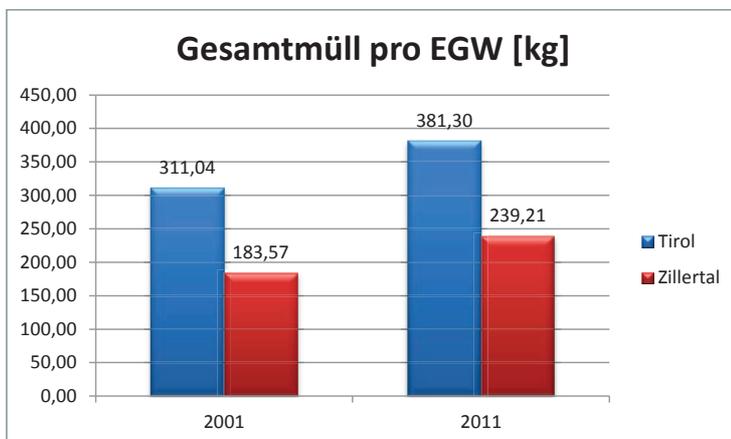


Abbildung 7: Entwicklung des Gesamtmüllaufkommens im Vergleich zu Tirol

Eine weitere Reduktion des Abfallaufkommens im Zillertal wird angestrebt, indem weitere Gemeinden als Mitglieder der Umweltzone Zillertal gewonnen werden sollen.

9 ARBEITSFELD „MOBILITÄT UND VERKEHRSINFRASTRUKTUR“

9.1 Wichtige Fragestellungen zum Arbeitsfeld

- Sind regelmäßige Stausituationen auf der B 169 auf Dauer zu akzeptieren?
- Welcher Mix an Verkehrsinfrastruktur ist geeignet, das Mobilitätsbedürfnis der Bevölkerung und der Besucher langfristig und umweltgerecht zu befriedigen?
- Ist die Errichtung einer zweiten Taltrasse entlang des Zillers sinnvoll, machbar und wünschenswert?
- Welche Schritte müssen wir setzen, um die Mobilität in weit höherem Maß als bisher mit öffentlichen Verkehrsangeboten zu sichern?
- Um welchen Anteil lässt sich der öffentliche Verkehr bis 2020 realistischerweise erhöhen?

9.2 Ausgangssituation

9.2.1 ALLGEMEINES

Die quantitativen Entwicklungsgrenzen des Tales spiegeln sich am deutlichsten in den Verkehrsfrequenzen und den damit verbundenen Auswirkungen wider. Die Kapazitätsgrenzen der Landesstraße B169 werden zu Verkehrsspitzenzeiten immer wieder deutlich überschritten, was zu massiven Stausituationen führt. Es gibt zwar ein breites öffentliches Verkehrsangebot, das jedoch derzeit noch zu wenig attraktiv und leistungsfähig ist, um den motorisierten Individualverkehr im notwendigen Ausmaß zu reduzieren.

Die „Grundlast“ der Verkehrsbewegungen im Tal resultiert aus der Mobilität von 35.000 Einheimischen, was über das Jahr gesehen 12,8 Mio. Nächtigungen (gegenüber 7 Mio. Tourismuskäufungen) entspricht. Auch wenn man den Tagestourismus berücksichtigt, überwiegt das Mobilitätspotenzial der Einheimischen.

9.2.2 AKTUELLE STÄRKEN UND SCHWÄCHEN

Siehe Anhang, Punkt 11.1.6

9.2.3 AKTUELLE ENTWICKLUNG IM STRASSENVERKEHR

Die nachfolgende Grafik zeigt das enorme Verkehrsaufkommen an der Messstelle Brettfalltunnel im Vergleich zu anderen Messpunkten in Tirol (alle Fahrzeugarten).

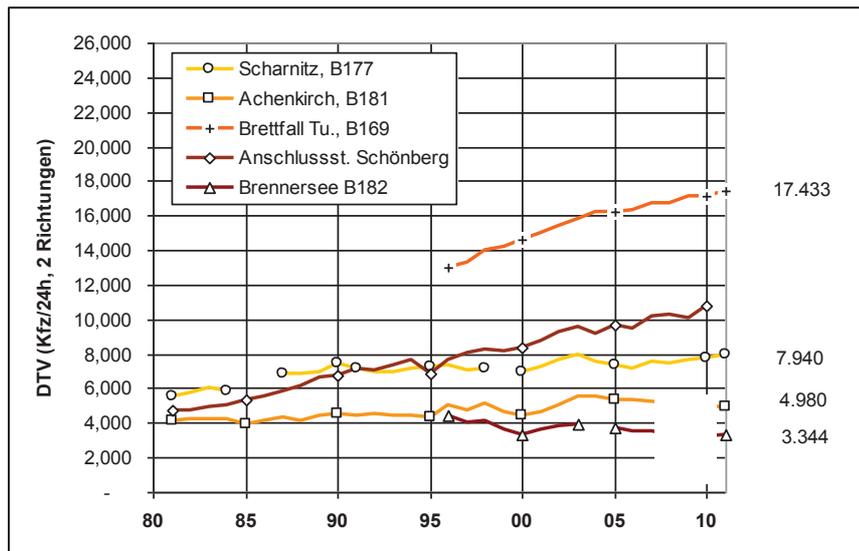


Abbildung 8: Verkehrsentwicklungen im Vergleich von 1980 bis 2010²⁴

Nachdem Verkehrssysteme großräumig zu betrachten sind, werden in der nachfolgenden Grafik die Verkehrsbelastungen eines Winterspitzentages einschließlich des höherrangigen Straßennetzes im Inntal gezeigt.

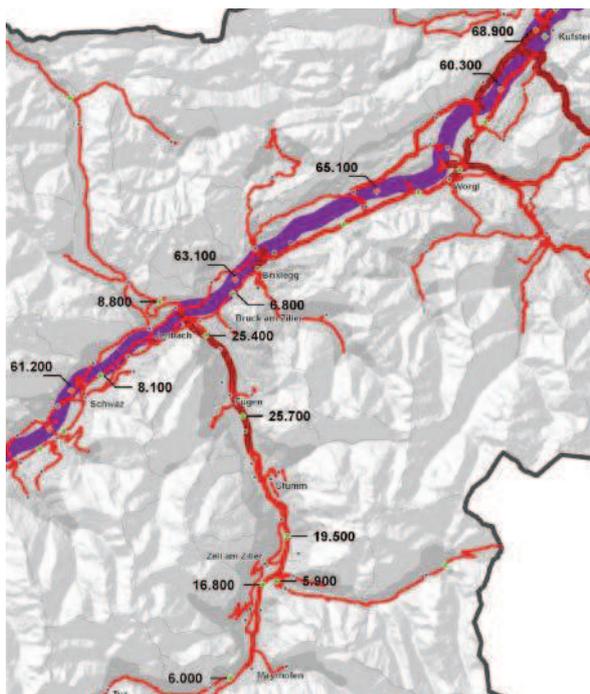


Abbildung 9: Streckenbelastung im Winter-Spitzenverkehr²⁵

9.2.4 AKTUELLE ENTWICKLUNG IM ÖFFENTLICHEN VERKEHR

Das Rückgrat des öffentlichen Verkehrsangebotes im Zillertal bildet die Zillertaler Verkehrsbetriebe AG mit der Zillertalbahn (Halbstundentakt) von Jenbach bis Mayrhofen sowie einem Busangebot mit Linien-, Schüler- und Lehrlingsverkehr. Diese Verkehrsangebote sind in das Tarif- und Fahrplansystem des Verkehrsverbundes Tirol (VVT) eingegliedert.

²⁴ Quelle: Amt der Tiroler Landesregierung, Verkehrsabteilung

²⁵ Quelle: Büro für Verkehrs- und Raumplanung, 2012

Weiters ist noch ein Kleinbusangebot „Regiotax“ im Einsatz, welches ebenfalls in das VVT-Tarifsystem eingebunden ist. Regiotax wickelt im Wesentlichen Bedarfsverkehre ab. Der Christopherus Bus bedient die Linien Mayrhofen / Hintertux, Schlegeis, Zell a. Z., Königsleiten.

Im Folgenden werden die wichtigsten Zahlen und Fakten der Zillertaler Verkehrsbetriebe AG (ZVBAG) wiedergegeben:

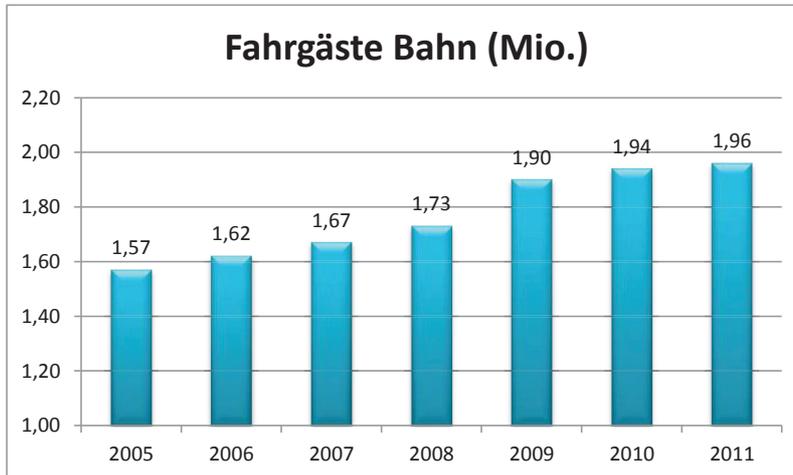


Abbildung 10: Entwicklung der Fahrgastzahlen im Öffentlichen Schienennahverkehr der ZVBAG²⁶

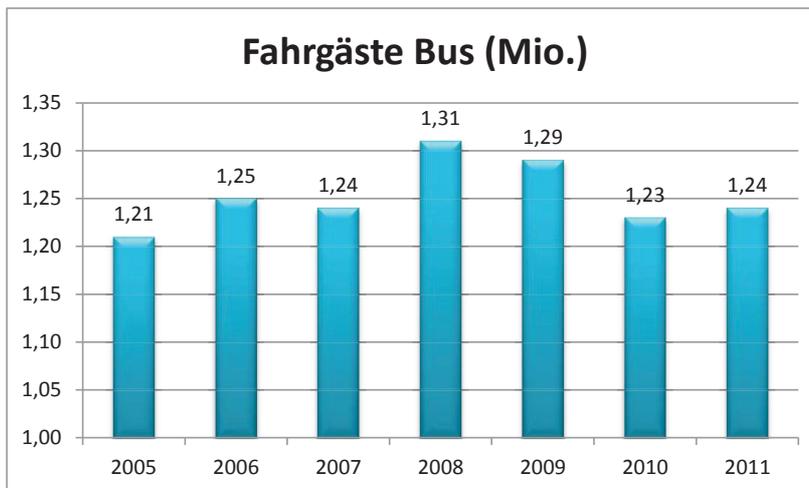


Abbildung 11: Entwicklung der Fahrgastzahlen im öffentlichen Buslinienverkehr der ZVBAG²⁷

²⁶ Quelle: Zillertaler Verkehrsbetriebe AG

²⁷ Quelle: Zillertaler Verkehrsbetriebe AG

9.2.5 AKTUELLE ENTWICKLUNG IM SCHIENEN-GÜTERVERKEHR

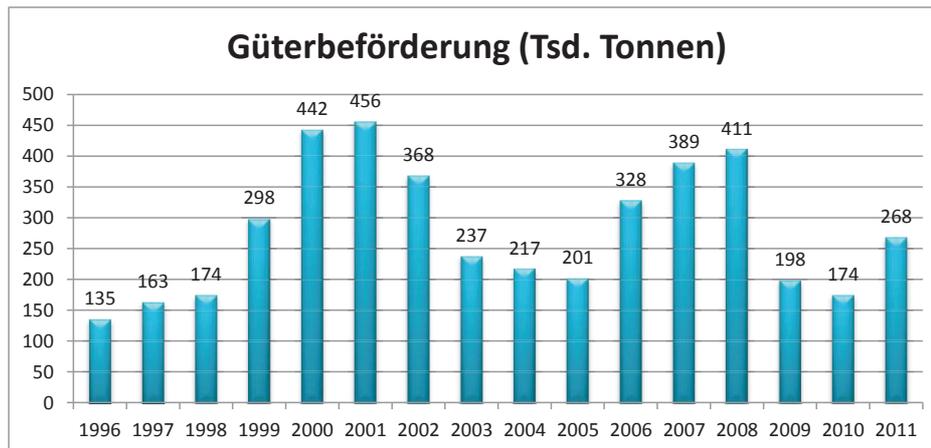


Abbildung 12: Entwicklung der Gütertransporte durch die ZVBAG in Tsd. Tonnen²⁸

9.2.6 WICHTIGE ENGPASSFAKTOREN

Die wichtigsten Engpassfaktoren zum Thema Mobilität sind:

- Belastbarkeit von Mensch, Umwelt und Natur durch Immissionen
- Akzeptanz der Bevölkerung und der Gäste bezüglich Intensität und Häufigkeit der Überlastung von Verkehrssystemen
- Flächenressourcen für zusätzliche oder zu erweiternde Verkehrsstrassen
- Kapazität des angrenzenden höherrangigen Straßennetzes im Inntal
- Finanzielle Ressourcen

9.3 Ziele und Grundsätze

- Oberste Prämisse ist die möglichste Vermeidung von motorisiertem Individualverkehr (MIV) durch strategische Maßnahmen zur Beseitigung von Verkehrserregern. Solche Gegenstrategien sind beispielsweise ÖV-orientierte Raumordnung (Prinzip der kurzen Wege), eine kompakte Siedlungsentwicklung oder die Verbindung von Skigebieten am Berg. Damit sollen Stausituationen reduziert, die Sicherheit erhöht und Immissionen gesenkt werden.
- Der motorisierte Individualverkehr stößt im Zillertal an die Grenzen der Leistungsfähigkeit der Straßensysteme, weshalb weitere Mobilitätsansprüche im Rahmen der bestehenden Strukturen vorwiegend nur mehr durch öffentliche Verkehrsangebote erfüllt werden können. Daher muss im Mobilitätsverhalten sowohl bei den Einheimischen als auch bei den Gästen ein Umdenken gefördert werden, das die Dynamik des motorisierten Individualverkehrs bricht. Die in diesem Kapitel behandelten Strategien und Maßnahmen haben das Ziel, die Passagierzahlen im öffentlichen Verkehr bis zum Jahr 2020 um 15-20% zu steigern und die jährliche Dauer unzumutbarer Überlastungsstaus von derzeit 56 langfristig auf 30 Stunden zu senken.

²⁸ Quelle: Zillertaler Verkehrsbetriebe AG

- Alle Maßnahmen zur Verbesserung der ÖV-Angebote müssen von der Politik und der Bevölkerung ernsthaft getragen werden. Für die finanzielle Absicherung aller Verkehrsleistungen ist eine solide und langfristige Basis notwendig.
- Mit der Zillertalbahn als Hauptachse wird das öffentliche Verkehrsangebot schrittweise massiv ausgebaut, um die im „aktivsten Tal der Welt“ geforderte Mobilität gewährleisten zu können. Im Tourismus wird auf den deutlich im Trend liegenden Kundennutzen gesetzt, wonach sensible naturnahe Gebiete vom motorisierten Individualverkehr nachhaltig zu entlasten sind.
- Ein weiterer Ausbau des Straßensystems zur Erhöhung des Fassungsvermögens ist im Bereich der bestehenden Hauptverkehrsachse mit Ausnahme der Beseitigung lokaler Störstellen nicht möglich, weshalb Alternativen zu prüfen und die Flächenreservierung für mögliche Varianten einer zusätzlichen Entlastungstrasse entlang des Zillers im vorderen Zillertal vorzunehmen ist. > [ÖRK]
- Zur Abflachung von Überlastungsspitzen an Wochenenden in der Wintersaison sind Steuerungsmaßnahmen zu setzen.
- Talübergreifende Straßenverbindungen über den Alpenhauptkamm nach Süden werden nicht als sinnvoll erachtet und daher ausgeschlossen.

9.4 Strategischer Handlungsbedarf, Konzepte und Leitmaßnahmen

9.4.1 STUDIE „VERKEHRSSYSTEM ZILLERTAL“²⁹

9.4.1.1 Aufgabenstellung

Um die Entwicklung des Strategieplans Zillertal im Kapitel „Mobilität und Verkehrsinfrastruktur“ zu unterstützen, hat die Landesbaudirektion Tirol das Büro für Verkehrs- und Raumplanung Innsbruck beauftragt, eine Studie zum aktuellen Stand und zu möglichen Entwicklungsszenarien des Verkehrssystems Zillertal auszuarbeiten (Federführung: DI Klaus Schlosser).

Ziel dieser Studie ist die Beantwortung der Frage, „mit welchen Maßnahmen eine verbesserte Erreichbarkeit des Zillertals erzielt werden kann bzw. welche Anforderungen ein in seiner Entwicklung an den Grundsätzen integrierter und nachhaltiger Verkehrspolitik zur Aufrechterhaltung der vielfältigen Mobilitätsbedürfnisse orientiertes Verkehrssystem für das Zillertal erfordert.“³⁰

9.4.1.2 Analyse der Istsituation und Prognose

Die Analyse des aktuellen Verkehrsgeschehens zeigt, dass die Landesstraße B169 die Überlastungsgrenze von 25.000 Fahrzeugen vor allem an hochfrequentierten Spitzentagen im Winter übersteigt. Eine Fortsetzung des aktuellen Trends würde in absehbarer Zeit zu einem temporären Zusammenbruch des Verkehrssystems auf der Straße führen.

²⁹ Siehe Anlage „Verkehrssystem Zillertal“

³⁰ Quelle: „Verkehrssystem Zillertal“ (Studie des Büros für Verkehrs- und Raumplanung, 2012)

9.4.1.3 Strategische Maßnahmen zur Aufrechterhaltung der Mobilität

Im Kapitel 5.2 der Studie „Verkehrssystem Zillertal“³¹ sind mehrere Kernmaßnahmen für die Sicherstellung eines zukunftsfähigen Verkehrssystems für angeführt. Auf die wichtigsten Maßnahmen wird in den nachfolgenden Kapiteln näher eingegangen.

9.4.2 ZUSÄTZLICHE VERKEHRS-TRASSEN

9.4.2.1 Grundsätzlich denkbare Lösungsansätze

Aus verkehrsplanerischer Sicht stehen die in der nachfolgenden Grafik ersichtlichen Lösungen zur Debatte. Sie werden in den folgenden Absätzen bewertet.³²

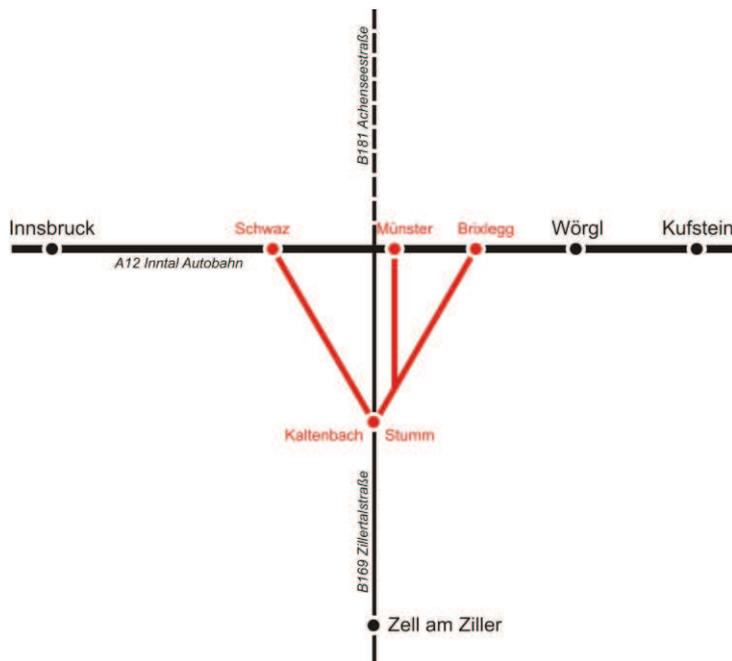


Abbildung 13: Grundsätzlich denkbare Lösungsansätze zur Entlastung der B169 im vorderen Zillertal³³

9.4.2.2 Vorderes Zillertal

Nachdem die langfristige Verkehrsentwicklung nicht abschätzbar ist und im Bereich des Bestandes der B169 keine nennenswerten Kapazitätserhöhungen denkbar sind, muss eine verantwortungsvolle Raumplanung Flächenreserven für künftig notwendige Trassen vorsehen.

Um die Möglichkeit einer Entlastungstrasse im vorderen Zillertal offen zu halten, wird im Wege der Raumordnung zwischen Wiesing und Stumm entlang des Zillers eine Trasse verbindlich (als Teil des Talvertrags) reserviert. Ob eine solche Trasse links- oder rechtsufrig geführt werden soll, werden erst die Planungen ergeben, weshalb die raumordnerischen Vorkehrungen vorerst an beiden Ufern vorgenommen werden.

Die Studie „Verkehrssystem Zillertal“ zeigt jedoch, dass unter den aktuellen Rahmenbedingungen derzeit die Errichtung einer neuen Trasse keine sinnvolle Lösung wäre, da die Auto-

³¹ Siehe Anlage „Verkehrssystem Zillertal“

³² Siehe auch Anlage „Verkehrssystem Zillertal“

³³ Quelle: „Verkehrssystem Zillertal“ (Studie des Büros für Verkehrs- und Raumplanung, 2012)

bahn A12 an den Winterspizentagen stark überlastet ist und einen weiteren stark frequentierten Zubringer nicht verkraften könnte.

9.4.2.3 Tunnelverbindungen in das Inntal

Eine weitere Möglichkeit der Entlastung wären grundsätzlich Tunnelverbindungen von Kaltenbach nach Schwaz oder von Stumm/Hart nach Brixlegg mit Anbindung an die Autobahn A12. Diese Möglichkeit erscheint jedoch wegen der hohen Kosten und der voraussichtlichen Probleme bei der Flächenbeschaffung für die Zulaufstrecken sehr unrealistisch und wird daher bis auf weiteres nicht weiterverfolgt. Hinsichtlich der Anbindung an die Autobahn A12 wären die gleichen Probleme zu erwarten wie im Punkt 9.4.2.2 dargelegt.

9.4.3 OPTIMIERUNG DES BESTEHENDEN STRAßENNETZES

9.4.3.1 Landesstraßennetz

Die Zillertal-Landesstraße (B169) ist mit einem Durchschnittlichen Tagesverkehr (DTV, 24 Stunden) von 17.500 Fahrzeugen im Jahresschnitt (Zählstelle Brettfalltunnel) und Maxima bis zu 30.000 Fahrzeugen an der Grenze ihrer Leistungsfähigkeit angelangt, wobei es bereits derzeit Spitzenbelastungen mit erheblichen Stauwirkungen gibt.

Wenn es durch bauliche Maßnahmen gelingt, die Störstellen (Kreuzungen, Ampeln, Schutzwege, Einbindungen etc.) an der B169 zu verringern, ist es denkbar, den durchschnittlichen Tagesverkehr (DTV) auf maximal 20.000 Fahrzeugbewegungen pro 24 Stunden zu erhöhen, wobei zu Spitzenzeiten erhebliche Staus in Kauf genommen werden müssten. Damit ist jedoch eine absolute Obergrenze erreicht, weitere Kapazitätsausweitungen sind am Bestand der B169 nicht mehr möglich.³⁴

Die Planungen für die Bestandsverbesserung an der B169 konzentrieren sich derzeit im Wesentlichen auf den Bereich Fügen-Uderns, wo eine lokale Umfahringstrasse, eine Verbesserung der Zufahrt nach Hart sowie ein Lückenschluss im bestehenden Begleitweg Ried-Uderns bis Rotholz geplant sind. Es ist jedoch klarzustellen, dass diese umfangreichen Projekte zwar dringend notwendig sind, jedoch keinesfalls den Anspruch erheben können, die Engpassprobleme des MIV im Zillertal zu lösen oder spürbar zu verringern. Die Realisierung dieses Projekts ist eine Grundvoraussetzung, um den Verkehrsfluss im notwendigen Mindestmaß aufrechterhalten zu können.

Um die Durchsetzbarkeit der Entschärfung lokaler Störstellen bei den betroffenen Interessenten zu erleichtern, werden die diesbezüglichen Projekte nach der Prüfung aller realistischen Alternativlösungen in ein Gesamtkonzept zusammengefasst.

Für zusätzliche Fahrspuren zur Privilegierung des öffentlichen Verkehrs sind keine ausreichenden Flächenressourcen vorhanden, sodass diese Möglichkeit realistischerweise außer Betracht bleiben muss.

Kleinräumige Straßenverbindungen dienen der Entlastung der Hauptstrecke. Der Bestand dieser Strecken verfügt über einen verkehrstechnisch guten Standard, weitere nennenswerte und sinnvolle Ausbaumöglichkeiten sind nicht gegeben.

³⁴ Einschätzung des Leiters des Baubezirksamtes Ibk., DI Werner Huber (Steuerungsgruppe vom 8. 6. 2011)

Somit ist klar festzuhalten, dass die B169 auch nach Realisierung der in Planung befindlichen Ausbau- und Sanierungsmaßnahmen nicht in der Lage sein wird, wesentlich mehr Verkehr aufzunehmen als bisher. Weitere Mobilitätsansprüche müssen daher vorläufig durch Verbesserungen an der Bestandsstrecke und durch einen qualitativen und quantitativen Ausbau des öffentlichen Verkehrsangebotes befriedigt werden, wobei die Zillertalbahn eine wichtige Rolle übernehmen muss.

Die Gerlosstraße B165 wird im Rahmen des laufenden Erhaltungsprogramms in Einzelbereichen verbessert. Die Tuxer Landesstraße L6 ist vor allem hinsichtlich des Lawinenschutzes weiter zu verbessern.

9.4.3.2 Absicherung von Verbesserungsmaßnahmen

Um die positive Wirkung der Beseitigung von Störstellen nicht wieder zu kompensieren, wird die Bildung neuer Störstellen an der B169 unterbunden. Die verkehrsmäßige Erschließung von Objekten mit erheblichen Verkehrswirkungen muss daher so erfolgen, dass an der B169 keine neuen Störstellen entstehen bzw. bestehende nicht erheblich verschärft werden.

Bestehende und künftig errichtete Umfahrungen dürfen nicht dazu dienen, in der unmittelbaren Umgebung neue Verkehrserreger anzusiedeln, um diese dann direkt an die Umfahrung anzubinden und damit wieder neue Störstellen zu schaffen.

9.4.3.3 Anbindung der B169 an die Inntalautobahn A12

Die bestehende Anbindung an die Inntalautobahn leidet hinsichtlich ihres Fassungsvermögens bei Verkehrsspitzen unter zwei Problemen:

- Bei der Anreise vom Inntal führen die Störstellen im Tal zu Stausituationen, die sich bis auf die Autobahn fortsetzt und dort die rechte Fahrspur blockiert. Zudem muss aus Sicherheitsgründen im Brettfalltunnel Blockabfertigung verhängt werden, wodurch sich die Situation weiter verschärft.
- Bei der Auffahrt vom Zillertal auf die Autobahn führt die zu kurze Beschleunigungsspur dazu, dass das Einfädeln in die Hauptspur nicht rasch genug erfolgen kann und daher in diesem Bereich eine Stauwurzel entsteht.

Nachdem eine nachhaltige Verbesserung dieser Situationen auf technischer Basis nur durch massive Ausbaumaßnahmen an der Autobahn (3. Spur) möglich ist und die diesbezüglichen Realisierungschancen sehr gering sind, müssen andere Strategien zur Glättung der Verkehrsspitzen (z.B. Ausbau der ÖV-Angebote, siehe Punkt 9.4.4, oder Entzerrung der An- und Abreisetage im Tourismus) entwickelt werden.

Um die Zubringung von der Autobahn A12 auf die Inntalautobahn zu verbessern, ist die Verlängerung der Ausfädelungsspur geplant.

9.4.3.4 Flüssigkeit des Verkehrs

Langsamfahrzeuge (z.B. Traktoren und Fahrräder) sind häufig Ursachen von Kolonnenbildungen und einer Erhöhung des Gefahrenpotenzials. Es ist daher zu prüfen, inwieweit es zumutbare Möglichkeiten gibt, die Bewegungen dieser Verkehrsteilnehmer zumindest teilweise auf das untergeordnete Verkehrsnetz zu beschränken. Mit der Fertigstellung des Be-

gleitwegs Ried-Uderns-Rotholz kann für die entsprechende Teilstrecke der B169 ein Verbot für Langsamfahrzeuge erlassen werden.

9.4.3.5 Privilegierung des öffentlichen Busverkehrs

Aufgrund der räumlich beengten Verhältnisse werden keine Möglichkeiten gesehen, zusätzliche Busspuren einzurichten, um dem ÖV gegenüber dem MIV Vorrang einzuräumen. Es besteht jedoch grundsätzlich die Möglichkeit, für den ÖV auf Bestandsstrecken kleinräumige Umfahrungsmöglichkeiten zur Umgehung von Staubereichen zu verschaffen.

9.4.3.6 Privilegierung von Blaulichtorganisationen im Notfalleinsatz

Beim Notfalleinsatz zu Zeiten starker Verkehrsbelastung kann der Brettfalltunnel von der Landesleitstelle für den Individualverkehr gesperrt werden. Weiters soll untersucht werden, inwieweit lokale Umfahrungsmöglichkeiten im Fall von Notfalleinsätzen für den Individualverkehr gesperrt werden können.

9.4.4 STÄRKUNG DES ÖFFENTLICHEN VERKEHRSANGEBOTS

9.4.4.1 Öffentliches Verkehrsangebot als wichtiger Standortfaktor

Die Qualität öffentlicher Verkehrsangebote ist zu einem der wichtigsten Standortfaktoren von Regionen geworden. Durch kundengerechte öffentliche Verkehrssysteme steigt die Mobilität der Bewohner erheblich, womit die Lebensqualität angehoben und die Wirtschaft belebt wird. In vielen Familien ist es sogar möglich, ohne nennenswerten Mobilitätsverlust auf einen Zweitwagen zu verzichten und damit einen hohen Kostenfaktor zu beseitigen.

Für Unternehmen erschließt sich durch eine gute Verkehrsverbindung ein wesentlich höheres MitarbeiterInnenpotenzial, und freiwerdende Pendlerparkplätze können für wertschöpfende Nutzungen herangezogen werden. Im Tourismus helfen attraktive öffentliche Verkehrsangebote, den Gästen einen weitläufigen Erlebnisraum zu erschließen, ohne die Verkehrsinfrastruktur und die Umwelt stark zu belasten.

9.4.4.2 Reduktion des motorisierten Individualverkehrs durch den ÖV

Die Zillertalbahn, die auf eigener Trasse verkehrt, wird als großer strategischer Vorteil zur Sicherung der Mobilität im Zillertal erachtet. Nachdem die Kapazitäten auf der Straße kurz- und mittelfristig nicht mehr nennenswert ausbaubar sind, müssen künftig die noch nicht genutzten Potenziale des Öffentlichen Verkehrs genutzt werden. Dabei ist der Zillertalbahn im Verbund mit den Bussystemen eine führende Rolle zugeordnet.

Um den Anteil der öffentlichen Verkehrsfrequenzen in erheblichem Ausmaß zu erhöhen, ist wesentlich stärker auf Kundenwünsche, wobei die gesamte Dienstleistungskette zu beachten ist, einzugehen.

9.4.4.3 Talweite Vernetzung der Skibusangebote

Die Skibussysteme sind derzeit stark auf die Bedienung der einzelnen Skigebiete aus ihrem jeweiligen Einzugsbereich ausgerichtet. Es gibt zwar einen talweiten „Superskipass Zillertal“, der jedoch am schwerwiegenden Mangel leidet, dass die Skigebiete teils weder am Berg noch im Tal verbunden sind. Diesbezüglich besteht aus der Kundensicht großer Hand-

lungsbedarf. Ein derartiges Angebot müsste mit der Zillertalbahn als Backbone sowie gut getakteten Busverbindungen von den Bahnhöfen zu den Talstationen agieren.

Eine Arbeitsgruppe (unter Einbindung der IG Seilbahnen, der Tourismusverbände, und der Verkehrsunternehmen) wird Lösungsansätze prüfen und diese in die Entwicklung des Regio-konzepts Zillertal (siehe Punkt 9.4.7.2) integrieren.

9.4.4.4 S-Bahn Innsbruck-Jenbach

Mit der bevorstehenden Fertigstellung der Unterinntal-Bahntrasse ist eine S-Bahn-Verbindung von Innsbruck nach Jenbach möglich (der Wendeknoten Jenbach wird 2013 eingerichtet). Damit wird das Zillertal optimal an die Landeshauptstadt Innsbruck und an die Bezirkshauptstadt Schwaz angebunden, wobei Innsbruck von mehreren über die Stadt-verteilten Haltestellen bedient wird. Wie die Mobilitätserhebung 2011 des Landes Tirol³⁵ zeigt, werden derzeit bei Verkehrswegen mit Zillertal-Bezug³⁶ nur von 5% der Teilnehmer öffentliche Verkehrsmittel benutzt. Somit ist für die Akzeptanz einer sehr guten S-Bahn-Verbindung bis Innsbruck ein sehr hohes Nutzerpotenzial gegeben.

9.4.5 ECKPUNKTE DES ENTWICKLUNGSKONZEPTS FÜR DIE ZILLERTALBAHN³⁷

Das nachfolgende Grundkonzept wird mittel- und langfristig nach Maßgabe der Finanzierbarkeit durch die für den öffentlichen Verkehr zuständigen Quellen (Gemeinden, Land, Bund, EU) zur Umsetzung gelangen.

9.4.5.1 Optimierung der Schnittstellen

Die Schnittstellen zwischen den Verkehrssystemen (Bahn/Bus, Bahn/Park&Ride, Bus/Bus, Bahn/Bus/Fahrrad) an den Knotenpunkten bergen großes Verbesserungspotenzial in Bezug auf höheren Kundennutzen. Beispiele hierfür sind eine Verbesserung der Umstiegsbeziehungen in den Fahrplänen, technische Maßnahmen zur Vereinfachung und Beschleunigung des Umstiegs (z.B. Bahn/Bus-Steige) und effiziente, gut verständliche Informationssysteme.

Der größte Handlungsbedarf im Sinne einer nachhaltigen Verbesserung der Schnittstellen wird am Bahnhof gesehen.

9.4.5.2 Fahrplanangebot und Fahrzeiten

Der aktuell angebotene Halbstundentakt entspricht in hohem Maße den Kundenerwartungen und wird daher beibehalten. Eine Verdichtung auf einen Viertelstundentakt würde einen beinahe durchgehenden zweigleisigen Ausbau voraussetzen und ist daher nicht realistisch.

Eine Stabilisierung der Pünktlichkeit wird durch eine Fahrzeitverkürzung erreicht. Dazu sind Maßnahmen an der Strecke (Anhebung der Streckenhöchstgeschwindigkeit auf 80 km/h, Begradigungen, bessere Sicherung oder Wegfall von Eisenbahnkreuzungen und eine Kreuzungsmöglichkeit in Rotholz) sowie am Fahrzeugpark notwendig.

³⁵ Siehe Anlage

³⁶ Alle Wege, die ihren Anfangs- und oder Endpunkt im Zillertal haben

³⁷ Siehe auch Anlage „Entwicklungskonzept der Zillertalbahn“

9.4.5.3 Elektrifizierung und Fahrzeuge

Eine Elektrifizierung der Strecke und der Fahrzeuge bewirkt bessere Beschleunigungswerte, emissionsarmen Betrieb und ermöglicht die Verwendung erneuerbarer Energiequellen. Neue, moderne Fahrzeuge sind behindertengerecht, klimatisiert und mit modernen Fahrgastinformationssystemen ausgestattet. Die Lärmemissionen sind wesentlich geringer als bei den bisherigen dieselbetriebenen Garnituren.

9.4.5.4 Marketing und Informationsinfrastruktur

Um das Mobilitätsverhalten von Gästen und Einheimischen im notwendigen Umfang zu verändern, ist neben der spürbaren Verbesserung des Angebots auch eine begleitende Marketingoffensive notwendig. Dabei soll unter anderem der Umstieg auf den öffentlichen Verkehr durch Test- und Schnupperangebote gefördert werden, um die „Einstiegsschwelle“ zu fördern.

Die Akzeptanz öffentlicher Verkehrsangebote hängt in hohem Maß von der Aktualität und Benutzerfreundlichkeit der Informationsinfrastruktur ab. Im Zuge der Ausarbeitung des neuen Regiokonzepts (siehe Punkt 9.4.7.2) und der Angebotsoptimierung der Zillertalbahn (siehe Punkt 9.4.7.1) wird auch die Optimierung der Informationsinfrastruktur einbezogen. Dabei müssen die Beherbergungsbetriebe als wichtige Schnittstellen zum Gast sowie moderne Kommunikationsmedien in den Vordergrund gestellt werden.

Kinder und Jugendliche als Kunden der Zukunft werden über moderne Kommunikationsmedien und Sondertarife (z.B. gestütztes Ferienticket) zielgruppenspezifisch angesprochen werden. Auch an den Schulen und mit speziellen Apps für Smartphones wird die Bewusstseinsbildung für den öffentlichen Verkehr („Öffis sind cool!“) gefördert.

9.4.5.5 Ausstattung und Dienstleistungsangebot der Bahnhöfe

Im Wesentlichen wird die personelle Besetzung der Bahnhöfe durch MitarbeiterInnen der ZVB AG aufrecht bleiben. Weiters werden Bahnhöfe durch zusätzliche Funktionen wie Postpartner, Tourismusinformation, Kiosks, Imbisslokale oder Skidepots revitalisiert. Damit könnten auch verlorengegangene Zentraleinrichtungen in den Ortskernen zurückgewonnen und die Wartezeit auf Anschlüsse im Sinne der Kunden kurzweiliger gestaltet werden.

Das Park&Ride-Angebot bedarf insgesamt einer Aufstockung von ca. 200 PKW-Stellplätzen und 90 Fahrrad-Abstellplätzen. Die Verknüpfungspunkte mit den Buslinien des Regiokonzepts Zillertal sind durch Terminals bzw. niveaugleiche Steige für den direkten Umstieg Bahn/Bus auszustatten.

Oberste Priorität bei der Neugestaltung hat der Bahnhof Mayrhofen. Für diesen wichtigen Verkehrsknoten besteht eine überwiegend abgestimmte Entwurfsplanung, die nach Festlegung der Grundinanspruchnahmen und der Finanzierung rasch umgesetzt werden könnte.

Für eine bessere Vernetzung der Zillertalbahn mit den Seilbahnen in Mayrhofen (Penken) und Zell am Ziller (Zillertal Arena) bestehen Planungsentwürfe für eine Streckenverlängerung bzw. Streckenumlegung. Nach Freigabe durch die Gemeinden und Klärung der Finanzierung könnte ein Umsetzungsprozess begonnen werden. Als sofort umsetzbare Alternative für eine Shuttleanbindung der Zillertal Arena an die Zillertalbahn steht der Neubau des Skibusterminals Unterau zur Verfügung.

Weitere Maßnahmen an den diversen Haltepunkten finden sich im Anhang („Entwicklungskonzept der Zillertalbahn“)³⁸

9.4.5.6 Fahrbetriebmittel und Trasse

Die „Flotte“ der Zillertalbahn bedarf einer qualitativen und quantitativen Aufrüstung, um langfristig den Maßstäben eines modernen öffentlichen Verkehrssystems gerecht zu werden. Dazu sind strategische Vorfragen zu klären (z.B. Elektrifizierung der Strecke) und ist die Finanzierung zu sichern. Eine Umstellung auf Normalspur oder auf ein Dreischiengleis ist aus technischen Gründen (Anlageverhältnisse, Flächenbedarf und Gleisnutzlängen in den Bahnhöfen und Haltestellen) und auf Grund eines gänzlich neuen kostspieligen normalspurigen Fahrzeugparks wirtschaftlich nicht vertretbar.

9.4.5.7 Tarifsystem, Fahrpreise, Vertriebssystem:

Das Tarifsystem und die Fahrpreisgestaltung liegt exklusiv in den Händen des Verkehrsverbundes Tirol (VVT). Besondere Leistungsangebote (Zillertal Activcard) und offensive Marketingaktionen (besondere Freifahrten, Schnupperaktionen, etc.) können deshalb nur über die Verkehrsverbund Tirol GmbH (VTG) abgewickelt werden.

Das Vertriebssystem der ZVB AG stützt sich grundsätzlich auf den Bahnhofs- und Zugbegleiterverkauf. Moderne Formen des E-Ticketing laufen über die VTG.

9.4.5.8 Qualitätsmanagement

Eine wesentliche Voraussetzung für eine deutlich höhere Akzeptanz des Angebots der Zillertalbahn ist nur durch absolute Kundenorientierung zu erreichen, die durch konsequentes Qualitätsmanagement und einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess sicherzustellen ist. Diese Strategie wird sich vor allem in den Bereichen Pünktlichkeit, Kundeninformation, Komfort, Servicequalität, Sicherheit sowie im Standard der Fahrzeug- und Haltestellenausstattungen widerspiegeln.³⁹

9.4.6 ÖFFENTLICHE VERKEHRSANGEBOTE FÜR TOURISMUS UND FREIZEIT

9.4.6.1 Öffentliches Verkehrsangebot für die An- und Abreise

Um die Bahnreise für Urlaubsgäste attraktiver zu gestalten, müssten zeitraubende und unkomfortable Umstiege reduziert bzw. verbessert werden. Eine direkte Bahnverbindung vom Inntal in das Zillertal ist aufgrund des Spurbreitenwechsels nicht möglich.

In der Wintersaison gibt es an Samstagen hinsichtlich der Weiterfahrt vom Bahnhof Jenbach mit der Zillertalbahn Kapazitätsengpässe, denen mit zusätzlichen Bahnfahrzeugen begegnet werden könnte.

Zur besseren Anbindung der Flughäfen Innsbruck, München und Salzburg sind vor allem an den starken Wechseltagen in Ergänzung zu bestehenden Angeboten Busshuttletransfers mit einem einheitlichen Tarif- und Fahrplansystem ein denkbarer Lösungsansatz. Um ent-

³⁸ Quelle: Ing. Wolfgang Holub, Mai 2012

³⁹ Qualitätsmaßnahmen im Detail: Siehe Anlage „Entwicklungskonzept der Zillertalbahn“

sprechende Akzeptanz zu finden, sollte ein Taktintervall nicht mehr als 45 Minuten betragen.

Seitens der ZTG, der Tourismusverbände und der einzelnen Beherbergungsbetriebe wird durch Kooperationen mit Verkehrsunternehmen das Angebot von buchbaren Packages intensiviert, die auch die An- und Abreise, den Gepäckstransfer und das ÖV-System vor Ort inkludieren.

Langfristig wird in Kooperation mit dem Land und internationalen Bahngesellschaften angestrebt, den Gästen für die An- und Abreise Sonderzug- Angebote (Arbeitstitel: „Tirol-Express“) zu unterbreiten. Eine weitere Strategie zur Reduktion des An- und Abreiseverkehrs ist die Erhöhung des Besetzungsgrades der PKW. Insbesondere bei jungen Gästen soll daher die Nutzung von Mitfahrbörsen forciert werden.

Eine qualitativ und quantitativ verbesserte Verkehrsinformation soll steuernd wirken, um Überlastungsspitzen abzuflachen.

9.4.6.2 Zusatzangebote für flexiblen Sonderbedarf

Unterschiedlicher Mobilitätsbedarf, der beispielsweise wetterbedingt auftreten kann (Kristallwelten und Innsbruck bei Schlechtwetter etc.) wird durch kurzfristig anzusetzende Sonderfahrten bedient, die im Informationssystem gut abgebildet werden müssen.

9.4.6.3 Gepäckstransporte

Insbesondere im Urlauberreiseverkehr ist das fehlende Angebot von Gepäckstransporten ein großes Hemmnis zur Nutzung der öffentlichen Verkehrsangebote. Wenngleich die internationalen Bahnunternehmen derzeit wenig Interesse zeigen, dieses Problem ernsthaft anzugehen, wird weiter an kundenfreundlichen Lösungen gearbeitet, da durch ein entsprechendes Angebot insbesondere im Winter ein erhebliches Nachfragepotenzial im An- und Abreiseverkehr gesehen wird. Die ZTG plant ein diesbezügliches Projekt.

Um das Problem des Transports der sperrigen Ski- und Snowboardausrüstung zu reduzieren, sind kundenfreundliche Verleihangebote mit Online-Buchungsmöglichkeit eine gute Alternative. Sie setzt allerdings eine perfekte Logistikkette am Zielort bzw. im Skigebiet voraus (Buchung, Anpassung, Service, Depot, Rückgabe).

9.4.6.4 Skiverbindung mit dem Inntal

Siehe Punkt 5.4.2.1

9.4.7 GENERELLES VORGEHEN ZUR OPTIMIERUNG DES ÖV-ANGEBOTES

Die oben angeführten strategischen Maßnahmen zur Optimierung des ÖV-Angebotes werden im Wesentlichen durch folgende Initiativen sichergestellt:

9.4.7.1 Entwicklungskonzept für die Infrastruktur der Zillertalbahn

Liegt bereits vor (siehe Punkt 9.4.5)

9.4.7.2 Regiokonzept Zillertal

Unter Federführung des VVT wird das „Regiokonzept“ erstellt, welches die logistischen sowie die fahrplan- und tariftechnischen Module eines integrierten ÖV-Verkehrskonzepts für das Zillertal (um Komplexität zu verringern: voraussichtlich in drei Teilregionen gegliedert) entwickelt und umsetzungsreif macht. Dieses Konzept wird auf der Basis einer durchgängigen und ganzjährigen Vertaktung erstellt werden sowie auf möglichst einfachen Umstiegsrelationen Bahn/Bus beruhen. Die Tarife und Fahrpläne mit regionalen und überregionalen Verkehrssystemen sind bestmöglich abzustimmen. In der Jugend gibt es großes Interesse nach großräumigeren vergünstigten Tarifzonen. Eine talweite Skibusverbindung und die Optimierung der Kooperation mit der Zillertal ActivCard sind ebenfalls Gegenstände dieser Konzepterstellung.

Weiters ist auch die Machbarkeit eines Modells zu untersuchen, welches die für den Fahrgast kostenfreie Benutzung der Zillertalbahn bzw. aller öffentlichen Verkehrsangebote im Wege eines Umlagemodells ermöglicht.

Um gegenüber dem motorisierten Individualverkehr an Wettbewerbsfähigkeit zu gewinnen, sind hohe Pünktlichkeit sowie moderne und komfortable Fahrzeuge ein wichtiger Wettbewerbsfaktor. Dazu soll das neue Regiokonzept die systemischen Voraussetzungen schaffen.

Das Ergebnis des überarbeiteten Regiokonzepts lag bei Redaktionsschluss des Strategieplans Zillertal noch nicht vor.

9.4.7.3 Abstimmung Bergbahnen / VVT

Um die Synergiemöglichkeiten zwischen den Skibussystemen und dem Regiosystem (VVT) zu erheben, wird der Planungsverband zu einem Runden Tisch einladen.

9.4.7.4 Kontinuierlicher Verbesserungsprozess

Die Zillertaler Verkehrsbetriebe AG richtet gemeinsam mit den privaten Personenbeförderungsunternehmen einen formellen Kontinuierlichen Verbesserungsprozess ein, um die Qualität des Verkehrssystems laufend kundenfreundlich weiterzuentwickeln.

9.4.8 WEITERE MAßNAHMEN ZUR VERRINGERUNG DES MOTORISIERTEN INDIVIDUALVERKEHRS

9.4.8.1 Flexibilisierung der Tagesarbeitszeit

Die täglichen Verkehrsspitzen während der Arbeitswoche haben ihre Ursache zum Teil in relativ einheitlichen Beginn- und Endezeiten der Betriebe und Institutionen. Eine diesbezügliche Staffelung würde die Verkehrsspitzen glätten. Vertreter von führenden Industriebetrieben haben sich bereit erklärt, diesbezüglich Modelle zu diskutieren.⁴⁰

⁴⁰ Sondierungsgespräch zum Thema Industrie vom 17. Juni 2011

9.4.8.2 Verkehrsvermeidung in sensiblen Naturbereichen

Auch an den Bergstrecken sensibler Naturbereiche herrscht teilweise ein reges Verkehrsgeschehen, welches dem Naturschutzgedanken und dem gewollten Image eines naturnahen Tales schadet.

Daher werden bestehende Regelungen zur Verkehrsbeschränkung in solchen Bereichen künftig konsequent vollzogen und die Möglichkeiten weiterer Reduktion von motorisiertem Individualverkehr geprüft. Dabei werden insbesondere auch Anreizsysteme (z.B. attraktive ÖV-Angebote mit Mehrwertmodulen) und ein geordnetes Stellflächenangebot an den Ausgangspunkten ins Auge gefasst. Soweit möglich, soll jedoch auch die Anreise zu den Ausgangspunkten (insbesondere Mayrhofen) mit öffentlichen Verkehrsmitteln erfolgen.⁴¹

9.4.8.3 Verlagerung des Güterverkehrs auf die Bahn

Die Statistik in Punkt 9.2.4 zeigt, dass das von der Zillertalbahn abgewickelte Gütertransportvolumen zwischen 2008 und 2010 um ca. 58% abgenommen hat. Die Ursachen für die Reduktion liegen in den Auswirkungen der Wirtschaftskrise, in der fehlenden Konkurrenzfähigkeit mit dem von Infrastrukturkosten befreiten LKW und in der äußerst unwirtschaftlichen, jedoch nicht beeinflussbaren Transportlogistik bei geringeren Transportmengen. Mit der Verbesserung der Wirtschaftslage seit 2011 hat auch die Bahn ihre Transporte wieder deutlich steigern können.

Um weitere Gütertransporte (z.B. Hackschnitzel) von der Straße auf die Schiene verlagern zu können, bedarf es Investitionen in die Infrastruktur in Form eines Trimodalen Containerterminals im ÖBB Bahnhof Jenbach für das Umschlagen von Containern zwischen Straße Normalspur und Schmalspur sowie einer Umstellung der Verladetechnik.

Die Diesellokreserven für Güterzüge wären ausreichend vorhanden, wenn neue elektrische Triebwagen für den Personenverkehr angeschafft würden. Transportvolumina bis zu 1 Mio. Tonnen pro Jahr wären dann durchaus realistisch. Um die notwendigen Investitionen finanzieren zu können, müssten langfristige Verträge mit Kunden geschlossen werden.

9.4.8.4 Optimierung der Radwege-Infrastruktur

Die Überwindung kürzerer und mittlerer Distanzen beim Pendeln, beim Schulbesuch, bei diversen innerörtlichen Erledigungen und im Freizeit-Nahverkehr kann zu einer erheblichen Reduktion des MIV führen. Dazu ist es notwendig, die Infrastruktur zu verbessern und zu komplettieren (z.B. Lückenschlüsse im Radwegenetz, Staubfreimachung, Radsuren auf gemischt genutzten Verkehrswegen, gesicherte Fahrradabstellplätze, E-Bike-Servicestellen).

9.4.8.5 Ruhender Verkehr

Eine höhere Akzeptanz der Park&Ride-Möglichkeiten setzt ein ausreichendes Stellplatzangebot in unmittelbarer Nähe von Bahnhöfen und ÖV-Haltstellen voraus (siehe auch Punkt 9.4.4).

⁴¹ Die Diskussion zu diesem Thema wird auch in den Kapiteln 5 (Tourismus) und 8 (Natur und Umwelt) weitergeführt.

An den Ausgangspunkten von Ausflugszielen, Wanderrouten, Skitouren und Loipenwanderungen sollen geordnete Stellplätze zur Verfügung stehen. Eine für das gesamte Tal in den Eckpunkten einheitliche Parkplatzbewirtschaftung würde die Akzeptanz stark erhöhen.

9.5 Ausbau des Breitbandangebots

9.5.1 **ISTSITUATION**

Das Zillertal verfügt über eine qualitativ sehr unterschiedliche Breitbandversorgung. Dies führt in der Wirtschaft zu Wettbewerbsverzerrungen und behindert Chancengleichheit bei der privaten Nutzung des Internets (z.B. bei Telelearning). Besonders im Tourismus werden künftig sehr hohe Anforderungen an die Breitbandversorgung gestellt werden (z.B. freies WLAN in den Skigebieten).

9.5.2 **ZIELSETZUNG**

Es wird daher das Ziel gesetzt, im Zillertal eine Breitbandversorgung nach künftigen internationalen Maßstäben in den besiedelten Bereichen flächendeckend sicherzustellen.

9.5.3 **VORGEHEN**

Das Land Tirol arbeitet derzeit an einer landesweiten Bestandsaufnahme zur Breitbandversorgung. Auf der Basis dieser Ergebnisse wird ein integriertes Konzept zur Sicherstellung einer breitflächigen Versorgung nach modernen technischen Standards (mit Glasfasernetz) entwickelt (Arbeitstitel: Masterplan Breitbandausbau Tirol). Dabei wird insbesondere auch der ländliche Raum berücksichtigt.

Das genannte Konzept umfasst drei Ebenen der Glasfaser-Infrastruktur, die konsequent ineinander greifen müssen:

- Bestehende Hochleistungs-Kabelverbindungen in den Haupttälern zugänglich machen und nutzen
- Lokale, gut geplante Glasfasernetze in den Gemeinden insbesondere durch Leerverrohrungen beim laufenden Infrastrukturbau ermöglichen;
- Verkabelungen bzw. Leerverrohrungen auch im privaten Grundstücksbereich vorsehen

Nach dem Vorliegen des gegenständlichen Konzeptes werden die Zillertaler Gemeinden bzw. von ihnen beauftragte Unternehmen mit der schrittweisen Umsetzung der Voraussetzungen für die örtlichen Netze beginnen können.

10 INTEGRATION DER TEILERGEBNISSE

Aus der Zusammenschau der Kapitel 4 bis 9 (siehe äußerer Ring der folgenden Grafik) ergeben sich folgende generelle Leitlinien, die talweit und bereichsübergreifend Gültigkeit haben:



Abbildung 14: Generelle Leitlinien, tal- und sachbereichsübergreifend

In der folgenden Grafik wird exemplarisch dargestellt, in welchen Lebensbereichen und Handlungsfeldern die einzelnen Leitlinien von besonderer Relevanz sind (vergrößerte Darstellung im Anhang):

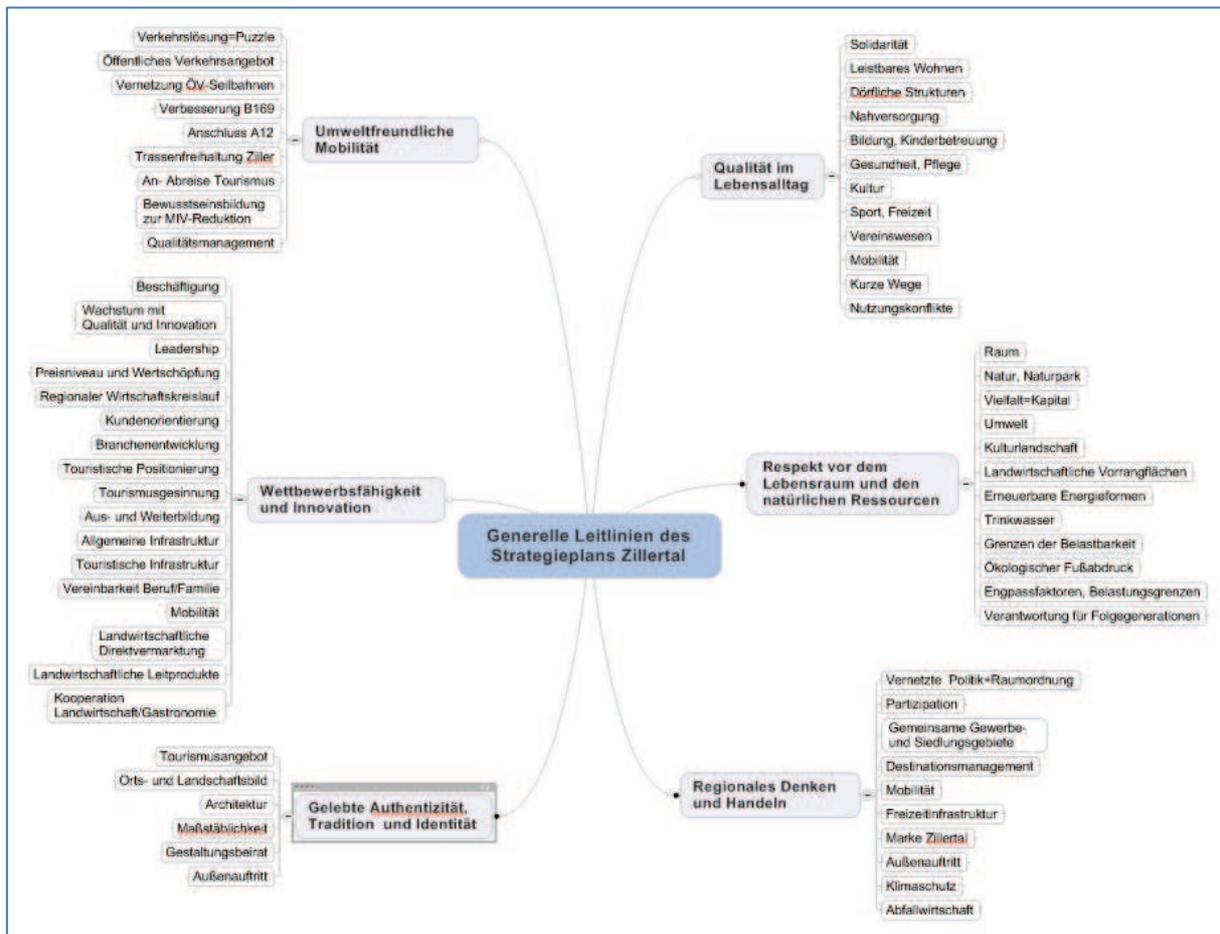


Abbildung 15: Leitlinien und relevante Handlungsfelder

11 ANHANG

11.1 Ausgangssituation (Stärken und Schwächen)

11.1.1 RAUMORDNUNG UND SIEDLUNGSENTWICKLUNG⁴²

11.1.1.1 Aktuelle Stärken

- Es sind überwiegend noch kompakte Siedlungsstrukturen vorhanden
- Die Charakteristika eines Tiroler Bergtales sind noch in hohem Maß gegeben
- Überörtliche Schutzgebiete sichern die Erhaltung eines großflächigen Naturraums
- Das Tal hat mit Ausnahme der Gerlosstrecke keinen Durchzugsverkehr
- In den meisten Gemeinden sind die wichtigsten Funktionen eines dörflichen Lebensraums noch gegeben
- Die Ortsbilder sind abwechslungsreich, und haben den dörflichen Charakter zu einem erheblichen Teil bewahrt
- Es sind noch vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten offen
- Die Berggebiete sind gut besiedelt

11.1.1.2 Aktuelle Schwächen

- Die regionale Raumplanung wurde bisher gegenüber der örtlichen Sichtweise nachrangig behandelt
- Gewerbegebiete sind regional zu wenig abgestimmt
- Bei der Zunahme der Wohnbevölkerung ist der Anteil aus der Geburtenbilanz gegenüber der Zuwanderung zu gering
- In Tourismuszentren ist die Wohnraumbeschaffung für Normalverdiener nicht mehr leistbar.
- Der Anteil der Freizeitwohnsitze ist zu hoch, „kalte Betten“ stehen im Widerspruch zum Slogan „Aktivstes Tal der Welt“
- Die landwirtschaftlichen Vorrangflächen sind zu feingliedrig und stellen daher eine administrative Hürde bei wichtigen raumordnerischen Entscheidungen dar
- Die regionale Freizeitinfrastruktur des Tales ist hinsichtlich ihres Angebotes und ihrer Standorte nicht ausreichend abgestimmt
- Für die Optimierung der Verkehrsinfrastruktur wurden keine Flächen reserviert
- Hintergrund von Umwidmungen ist in vielen Fällen ein Finanzierungszweck

⁴² Brainstorming-Ergebnis aus dem Arbeitskreis

11.1.2 TOURISMUSWIRTSCHAFT⁴³

11.1.2.1 Aktuelle Stärken

- Die einzigartige Naturumgebung wird durch ein großflächiges Schutzgebiet betont
- Die Umwelt ist weitgehend intakt
- Das angenehme Klima wird von vier ausgeprägten Jahreszeiten geprägt
- Die vorbildlich gepflegte Kulturlandschaft und eine Vielzahl bewirtschafteter Almen ergeben einen attraktiven Rahmen für die aktive Erholung
- Tourismus und Landwirtschaft bilden eine gute Symbiose
- Das vielfältige Angebotsspektrum reicht vom Gletscher bis zum Inn
- Die Marke „Zillertal“ hat sich im Wettbewerb sehr stark positioniert
- Der Tourismus ist über viele Generationen gewachsen
- Die über Generationen gepflegte Gastfreundschaft wird von den Gästen sehr geschätzt
- Der hohe Stammgästeanteil zeugt von intensiver Kundenbindung
- Der hohe Anteil an Familienbetrieben sichert wirtschaftliche Stabilität, schafft Stammpersonal und stärkt die Beziehung zu den Gästen
- Die Zillertaler Bevölkerung ist offen und kommunikativ
- Das Zillertal gilt als das „musikalischste Tal der Welt“
- Die Qualität der Tourismusbetriebe ist im Schnitt auf einem hohen Entwicklungsstand
- Die Skigebiete sind wettbewerbsfähig und befinden sich auf einem hohem Qualitätslevel
- Hütten- und Wegeinfrastruktur
- Das Sommerangebot ist für alle Altersgruppen attraktiv und vielfältig
- Der Kategorienmix im Beherbergungsangebot ist sehr ausgewogen
- Die talweite Marketingkooperation durch die ZTG ist erfolgreich und hat noch Ausbaupotenzial
- Die Zillertal ActivCard ist ein sehr effizientes Instrument für Besucherlenkung und Kundenbindung
- Die gute Erreichbarkeit des Tales aus dem süddeutschen Quellmarkt ist für kurzfristig disponierende Gäste wichtig
- Es steht ein großes einheimisches Arbeitskräftepotenzial mit guter Qualifikation zur Verfügung
- Den Gästen steht ein gut vernetztes ÖV-System mit einer Bahnlinie entlang der Hauptachse zur Verfügung
- Die Gesundheits- Sicherheits- und Rettungsdienste sorgen für hohe Sicherheit im Tal

⁴³ Brainstorming-Ergebnis aus dem Arbeitskreis

11.1.2.2 Aktuelle Schwächen

- Die Gemeinsamkeit im Außenauftritt des Tales ist aufgrund der bestehenden Strukturen nicht durchgängig
- Viele Beherbergungsbetriebe haben ein zu niedriges Preis- und Wertschöpfungsniveau
- Die Mobilität ist durch häufige Verkehrsüberlastung eingeschränkt
- Die Zubringerkapazitäten zu den Skigebieten sind teils unterdimensioniert
- Das öffentliche Verkehrsangebot hat noch Lücken (z.B. talweite Skibusverbindung)
- Die regionalen Freizeiteinrichtungen sind ungenügend vernetzt und werden teils nur lokal beworben
- Die Beherbergungsbetriebe haben teilweise Vertriebschwächen; die Kooperation zwischen Betriebs- und Verbandsebene ist teils verbesserungswürdig
- Eine von den Verbänden getragene Incomingagentur fehlt
- Den Alternativen zum alpinen Skisport wird keine ausreichende Bedeutung eingeräumt
- Die Jugend hat tendenziell ein sinkendes Interesse an Arbeitsplätzen im Tourismus
- Es gibt zu wenige Ganzjahresarbeitsplätze
- Die Abgänger der Tourismusfachschule nehmen nur zum Teil Stellen im Tourismus an
- Bei der Qualifikation der MitarbeiterInnen gibt es zu große Schwankungen
- Unregelmäßige Arbeitszeiten im Tourismus schmälern die Attraktivität dieses Berufszweiges
- Das Angebot an leistbarem Wohnraum für MitarbeiterInnen kann die Nachfrage nicht decken
- Die Winterstimmung am Talboden des vorderen Zillertals wird durch häufigen Schneemangel beeinträchtigt

11.1.3 INDUSTRIE, GEWERBE, HANDEL UND DIENSTLEISTUNG⁴⁴

11.1.3.1 Aktuelle Stärken

- Im Allgemeinen haben die Zillertaler Unternehmen und Betriebe eine wirtschaftlich gesunde Struktur
- Das Stammpersonal ist sehr kompetent, engagiert und betriebstreu
- Die Tourismusfachschulen in Zell a. Z. vermitteln auch eine betriebswirtschaftliche Ausbildung, die in Industrie, Gewerbe, Handel und Dienstleistung gut eingesetzt werden kann
- Das Wertebewusstsein der Zillertaler Unternehmen und Betriebe ist sehr ausgeprägt, eine verantwortungsvolle Betriebsführung im Sinne der Nachhaltigkeitskriterien (Corporate Social Responsibility) hat bereits weite Verbreitung gefunden
- Es gibt erhebliche Synergiepotenziale zwischen Industrie, Gewerbe, Handel und Dienstleistung einerseits sowie dem Tourismus andererseits
- Die gegenständlichen Branchen bieten eine hohe Zahl an Ganzjahresarbeitsplätzen

⁴⁴ Brainstorming-Ergebnis aus dem Arbeitskreis

- Lehre mit Matura ist ein attraktives Karrieresprungbett für die MitarbeiterInnen
- Die HTL Jenbach ist eine wichtige Ausbildungsstätte für technische Berufe
- Gute Verkehrslage zum süddeutschen Raum
- Freizeitwert des Tales als Anreiz für die MitarbeiterInnen
- Die betriebliche Ebene ist mit der politischen gut vernetzt
- Die Unternehmen und Betriebe stärken die Finanzausstattung der Gemeinden
- Die Zillertaler Unternehmen und Betriebe zeichnen sich durch eine hohe Produktqualität aus und stärken somit die Marke „Zillertal“

11.1.3.2 Aktuelle Schwächen

- Das Angebot an Fachkräften im Tal ist zu gering
- Das berufsorientierte Ausbildungsangebot im Tal ist nicht ausreichend
- Die Nachfrage nach Lehrberufen sinkt tendenziell, u. a. aufgrund rückläufiger Geburtenraten
- Die Nachfrage nach Lehrstellen ist auch im Handel gering
- Der Ausbildungsstandard der Pflichtschulabgänger ist teils unbefriedigend
- Die Kooperationsbereitschaft der Pflichtschulen mit der Wirtschaft ist unterschiedlich ausgeprägt
- Die Grundstückspreise für Betriebsansiedelungen bzw. -erweiterungen sowie für die Niederlassung von MitarbeiterInnen sind zu hoch
- Die Erschließungskostenbeiträge für Unternehmen sind ein erheblicher Kostenfaktor
- Die Straßenverbindung B169 hat zu wenig Kapazität
- Überregionale Bahntransporte (Railcargo) sind sehr teuer – damit auch eingeschränkte Nachfrage für die Zillertalbahn
- Es gibt keine koordinierende Stelle für überregionale und internationale Bahntransporte
- Die für den Geschäftsverkehr wichtigen internationalen Zugverbindungen sind zu wenig attraktiv
- Am Südtiroler Markt haben die Zillertaler Unternehmen und Betriebe wegen der hohen Brennermaut Wettbewerbsnachteile
- Durch die Einkaufszentren im Inntal herrscht erheblicher Kaufkraftabfluss
- Die Ortszentren leiden unter Kaufkraftabfluss an die Peripherie
- Im vorderen Tal erweckt das Straßenbild durch eine wenig geordnete Vielfalt der Betriebe eher den Eindruck eines vorstädtischen Bereichs

11.1.4 LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT⁴⁵

11.1.4.1 Aktuelle Stärken

Landwirtschaft

- Die Landwirtschaft hat im Zillertal einen hohen Stellenwert, die Bauern und Bäuerinnen haben eine starke emotionale Beziehung zur „Scholle“
- Die Landwirtschaft sichert eine intakte Kulturlandschaft
- Landwirtschaftliche Vorrangflächen sichern existenziell wichtige Produktionsflächen
- Auch die steilen und teils schwer zugänglichen Berggebiete werden sorgfältig bearbeitet
- Die kleingliedrigen Eigentümerstrukturen sind in Bezug auf die emotionale Bindung, die Vielseitigkeit und die Produktqualität eine Stärke
- Besonders auf den Almen, Bergmähdern und Bergwiesen herrscht hohe Biodiversität
- Marke „Zillertal“ ist national und international sehr stark von der Landwirtschaft geprägt
- Zillertaler Heumilch hat Signalfunktion für die generelle Qualität der bäuerlichen Produkte im Tal
- Der Intensive Betrieb der Almwirtschaft (auch Asten) ist eine wichtige Säule der Landwirtschaft, des Tourismus und der Erholung
- Tourismus und Landwirtschaft bilden eine Symbiose, die gegenüber dem Gast sehr authentisch wirkt
- Landwirtschaftliche Produkte finden im Tourismus ein großes Marktpotenzial
- Die Bauern finden gute Nebenerwerbsmöglichkeiten vor, im Winter besonders im Tourismus
- Die bäuerliche Familie ist eine identitätsstiftende Gastgeberin (Urlaub am Bauernhof)
- Der Zusammenhalt der Generationen (teilweise auch in finanzieller Hinsicht) gibt Sicherheit und Stabilität
- Die Weitergabe des Fachwissens von Generation zu Generation hat zu einem großen Erfahrungsschatz geführt
- Pioniergeist ist eine besondere Stärke der Zillertaler Bauernschaft
- Die Forst- und Almwege finden auch in Tourismus und Freizeit sinnvolle Nutzungen
- Die Landwirtschaft ist auch Geschäftsgrundlage für die starken Lebensmittel verarbeitenden Betriebe im Tal
- Das Zustellnetz für Milchprodukte ist gut ausgebildet
- Die Landwirtschaft fördert auch Lebensqualität für die heimische Bevölkerung (Naherholung etc.)

⁴⁵ Brainstorming-Ergebnis aus dem Arbeitskreis

Forstwirtschaft

- Der Wald hat im Allgemeinen eine sehr gute Holzausstattung
- Holz findet durch die starken Säge- Zimmerei- und Baubetriebe im Tal eine gute Nachfrage
- Die Forsterschließung ist sehr weit fortgeschritten, moderne technische Bringungsmethoden ergänzen die Forstwege
- Holz stößt auch als erneuerbarer Energieträger auf steigende Nachfrage
- Der Wald ist ein wichtiger Erholungsraum für Einheimische und Gäste
- Der Wald erfüllt eine wichtige Schutzwirkung vor Naturkatastrophen

11.1.4.2 Aktuelle Schwächen

Landwirtschaft

- Die kleingliedrigen Besitzstrukturen verursachen hohe Fixkosten
- Die Bauernfamilien sind einer sehr hohen Belastung ausgesetzt
- Mangelhaftes Verständnis zwischen Landwirtschaft und Tourismus verhindert fallweise die Nutzung von Synergiepotenzialen
- Die Akzeptanz regionaler landwirtschaftlicher Produkte ist in der Gastronomie und Hotellerie nicht durchgängig gegeben
- Sollte es mit dem Auslaufen der aktuellen EU-Förderungsperiode zu Kürzungen für die Landwirtschaft kommen, wird sich die Kosten-Nutzen-Schere weiter öffnen
- Die Betriebsnachfolge ist in vielen Fällen nicht gesichert
- Landwirtschaftliche Grundstücke im Tal werden zunehmend der landwirtschaftlichen Nutzung entzogen, womit Nachfrage nach Alpmöglichkeiten sinkt
- Im landwirtschaftlichen Grundverkehr herrscht ein hohes Preisniveau, das Betriebsaufstockungen schwierig macht.
- Landwirtschaftliches Grundeigentum wird von Einheimischen und Touristen nicht immer ausreichend respektiert
- Nutzungskonflikte zwischen Landwirtschaft einerseits sowie Wohnen, Freizeit und Tourismus andererseits erschweren fallweise die landwirtschaftliche Tätigkeit
- Naturschutzrechtliche Auslegungen erschweren oft landwirtschaftliche Strukturverbesserungen
- Für die Viehverwertung gibt es zu wenige Schlachtbetriebe
- Landwirtschaftliche Vorrangflächen im Ortsgebiet verursachen bürokratischen Aufwand
- Die Produktionspalette ist stark von den Rahmenbedingungen abhängig und ist daher aus Kundensicht zu einseitig
- Übertriebene bürokratische Hindernisse verzerren den Wettbewerb

Forstwirtschaft

- Die Forstwirtschaft ist starken Preisschwankungen unterworfen

- Besonders im Schutzwald sind die Bewirtschaftungskosten oft jenseits der Rentabilitätsschwelle
- Schwer zugängliches und steiles Gelände verursacht Bewirtschaftungserschwernisse und damit nicht marktfähige Bringungskosten
- Im Privatwaldbereich ist zunehmend eine zunehmende Veralterung der Bestände festzustellen
- Nachkommenden Generationen verfügen teils nicht mehr über die notwendigen Kenntnisse für die Holzarbeit
- Waldbesitzer sind zum Teil nicht mehr bereit, Holzarbeit zu verrichten
- Skifahrer abseits der Pisten verursachen Schäden im Jungwald
- Die Beunruhigung des Wildes verursacht Verbisschäden
- Die Bundesforste AG verrechnet jegliche Fremdnutzung
- Jagdprobleme sind lokal begrenzt und äußern sich vorwiegend in Überbeständen

11.1.5 NATUR UND UMWELT⁴⁶

11.1.5.1 Aktuelle Stärken

- Das Ruhegebiet Zillertaler Alpen als rechtliche Grundlage des Naturparks ist in der Praxis sowohl als Schutzkategorie als auch als alpines Raumplanungsinstrument gut geeignet
- Der Naturraum im Allgemeinen und die Schutzgebiete mit dem Prädikat „Naturpark“ im Besonderen sind wichtige Teile des touristischen Angebots
- Die sehr gut funktionierende Landwirtschaft des Tales ist ein wichtiger Erfolgsfaktor für den Schutz der Natur- und Kulturlandschaft
- Drei Naturpark-Dauerausstellungen zur Sensibilisierung auf die Natur- und Kulturlandschaft
- 120 Naturpark-Partnerbetriebe vermitteln die Naturparkinhalte an die Gäste
- Drei Schulen des Tales führen das Prädikat „Naturparkschule“ und widmen sich mit einem Schulschwerpunkt dem Naturpark
- Die Umweltzone Zillertal und die einzelnen Gemeinden fungieren als Koordinations- und Informationsstelle für Umweltfragen
- Initiativen wie der Verein Energie Tirol verbreiten Fachwissen zu den Themen Energiesparen und Einsatz erneuerbarer Energien
- Der hohe Nutzungsgrad bei der Wasserkraftenergie spart den Einsatz fossiler Brennstoffe und schützt das Klima
- Einheitliche Abfallgebührenordnungen im Einflussbereich der Umweltzone Zillertal ermöglichen eine regional koordinierte Entsorgungspolitik
- Ca. 90% der Einwohnergleichwerte des gesamten Tales sind an der zentralen Abwasserbeseitigungsanlage angeschlossen und verfügen damit über eine moderne Entsorgung nach neuestem technischem Stand

⁴⁶ Brainstorming-Ergebnis aus dem Arbeitskreis

- Kostenlose ÖV-Systeme (z.B. im Rahmen der Zillertal ActivCard) reduzieren den motorisierten Individualverkehr
- Es gibt ein reiches Dargebot an naturreinem Quell-Trinkwasser
- In der Kooperation der Naturparkbetreuung mit den Bergbahngesellschaften gibt es noch interessante Erweiterungspotenziale

11.1.5.2 Aktuelle Schwächen

- Die Personalressourcen der Naturparkbetreuung ermöglichen Weiterentwicklungen der Naturparkarbeit nur in beschränktem Ausmaß
- Die Umsetzung von Naturparkprojekten ist aufgrund der heterogenen Zusammensetzung des Entscheidungsgremiums fallweise schwierig
- Das Wertebewusstsein für den Naturpark nimmt mit der Entfernung ab
- Durch die intensive Nutzung der Wasserkraft waren erhebliche Eingriffe in die Landschaft notwendig
- Sensible Gebiete wie die „Gründe“ leiden teils unter sehr hoher Belastung durch individuellen Ausflugsverkehr
- In technisch hocherschlossenen Bereichen, beispielsweise in den Skigebieten, wird die Ökologie stark beeinträchtigt
- Die Möglichkeiten zum Einsatz erneuerbarer Energieträger sind noch zu wenig genutzt
- Art und Umfang der Gemeindeförderungen als Anreiz zum Einsatz erneuerbarer Energieträger sind teilweise sehr unterschiedlich
- Bei der Nutzung jener Bereiche, die an die Schutzgebiete angrenzen, wird fallweise zu wenig auf die Wirkungen für das benachbarte Schutzgebiet Bedacht genommen

11.1.6 MOBILITÄT UND VERKEHRSINFRASTRUKTUR⁴⁷

11.1.6.1 Aktuelle Stärken

- Mit der Zillertalbahn steht ein leistungsfähiges und noch ausbaubares Schienenangebot zur Verfügung
- Das Straßennetz verfügt über einen guten technischen Standard
- Der direkte Anschluss an die Inntalautobahn A12 gewährleistet mit Ausnahme der Zeiten von Verkehrsspitzen eine gute Anbindung an den Tiroler Zentralraum und nach Bayern
- Das Radwegenetz ist – mit einzelnen Einschränkungen - gut ausgebaut
- Es steht ein gut ausgebautes Bergwegenetz zur Verfügung
- Das örtliche Skibusangebot ist gut aufgestellt (gilt teilweise nicht für periphere Gebiete)
- Es stehen attraktive Ausflugsstraßen in den Seitentälern und die Zillertaler Höhenstraße zur Verfügung
- Die Zillertal ActivCard (Sommer) und die Skipässe (Winter) berechtigen zur kostenlosen Benutzung des ÖV-Angebots (gilt nicht für Regiotax)

⁴⁷ Brainstorming-Ergebnis aus dem Arbeitskreis

- Die Anschlüsse vom Bahnhof Mayrhofen nach Tux bzw. zum Gletscher sind kundenfreundlich getaktet

11.1.6.2 Aktuelle Schwächen

- Die Umsetzung der vorliegenden Mobilitätskonzepte ist nicht durchgängig gegeben
- Es fehlen Prognosedaten für die langfristige Verkehrsentwicklung
- Die Leistungsfähigkeit der Hauptverkehrsachsen stößt an ihre Grenzen (DTV an der B169 ca. 20.000 Fahrzeugbewegungen, Maxima im Bereich des Brettfalltunnels ca. 30.000)
- Die Anschlüsse an die Inntalautobahn A12 sind zu Spitzenzeiten stark überlastet und bewirken massive Stausituationen
- Die Rettungs- und Einsatzdienste werden auf der Fahrt zum Einsatzort durch Stausituationen behindert
- Der „Urlauberschichtwechsel“ findet insbesondere in der Wintersaison großteils an Wochenenden statt und verursacht damit ausgeprägte Verkehrsspitzen
- Beim Durchzugsverkehr auf der Bestandsstrecke der B169 vom Taleingang bis Ried/Kaltenbach gibt es viele stauanfällige „Störstellen“ wie Kreuzungen, Ampeln, Schutzwege etc. (eine Beseitigung dieser Staupunkte ist nur teilweise möglich, da sie die Funktion wichtiger Anbindungen von Ortsbereichen, Betrieben und Feldzufahrten erfüllen)
- Ein mehrspuriger Ausbau der Bestandsstrecke B169 ist nicht möglich
- Der Begleitweg Kaltenbach-Rotholz ist im Bereich von Fügen unterbrochen
- An der B169 steht kein Rastplatz zur Verfügung
- Der öffentliche Busverkehr ist in der Verkehrsführung nicht privilegiert und daher von den Stausituationen ebenso betroffen wie der Individualverkehr (die Folge sind erhebliche Fahrplanabweichungen)
- Die Möglichkeiten des öffentlichen Verkehrs sind noch nicht ausgereizt (mangelnde Vernetzung Bahn/Bus, teils nicht kundenfreundliche Umsteigebeziehungen)
- Die Möglichkeiten der Kombination unterschiedlicher Busverkehre (Werksverkehr, Schülerverkehr, Pendlerverkehr, Skibusverkehr etc.) werden nicht ausgeschöpft
- Die durchschnittliche Auslastung der Zillertalbahn ist zu gering
- Die Bahnhöfe und die Talstationen der Bergbahnen liegen teilweise räumlich zu weit auseinander (z.B. Mayrhofen, Zell a. Z.)
- Für die Weiterbeförderung von Bahnkunden ab Jenbach fehlen zu Zeiten des Spitzenbedarfs Transportkapazitäten auf der Zillertalbahn (Bahnfahrzeuge)
- Die Akzeptanz der Bahnanreisen leidet vor allem unter fehlender Gepäckslogistik in den Quellgebieten
- Der talweite öffentliche Skibusverkehr ist nicht bedarfsgerecht (u.a. kein Pendelverkehr zwischen den Talstationen)
- Die Ausstattung der Bahnhöfe ist zum Teil nicht mehr zeitgemäß

- Eine umstiegsfreie Bahnverbindung Inntal-Zillertal ist wegen des Spurbreitenwechsels nicht möglich
- Die Park&Ride-Plätze sind teilweise ungünstig positioniert
- In Mayrhofen stehen zu wenig Park&Ride-Plätze für Besucher zur Verfügung, die per ÖV in die Seitentäler weiterfahren wollen
- Die Potenziale der Gütertransporte werden aufgrund mangelnder technischer Infrastruktur nicht ausgeschöpft
- Die ÖBB verlagert den Güterverkehr teilweise auf die Straße
- Auf den Bergstrecken sensibler Naturbereiche findet teilweise hohes Verkehrsaufkommen statt.

11.2 Aktuelle Umsetzungsprojekte

Im Zuge des Entwicklungsprozesses zum Strategieplan Zillertal wurde bereits eine Reihe von Umsetzungsprojekten in Gang gesetzt, die nachstehend angeführt werden.

Geschäftsordnung für vernetzte Raumordnung

Zur Vernetzung der örtlichen Raumordnung im Sinne von talweiten Interessen wurde eine Geschäftsordnung entwickelt und im Planungsverband beschlossen.

Entwicklung einer Studie „Verkehrssystem Zillertal“

Die Studie des Büros für Verkehrs- und Raumplanung (BVR, Innsbruck) beschäftigt sich mit der Ausgangssituation, mit Zukunftsszenarien und Lösungsansätzen zum Zillertaler Mobilitätssystem. Das Ergebnis der Studie liegt vor.

Entwicklungskonzept für die Zillertalbahn

Der Vorstand der Zillertaler Verkehrsbetriebe AG hat ein mittel- und langfristiges Konzept zur Weiterentwicklung des Bahnangebots hinsichtlich technischer Infrastruktur, Fahrplanoptimierung, Kundenservice und Qualitätsmanagement entwickelt. Das Konzept liegt vor.

Weiterentwicklung des Regiokonzepts

Die Verkehrsverbund Tirol GmbH arbeitet in Kooperation mit den Verkehrsunternehmen und den Bestellern von Verkehrsleistungen an der Weiterentwicklung des öffentlichen Mobilitätssystems (Fahrplan, Umsteigebeziehungen, Vernetzung der Skibussysteme, Tarifmodell, Komfort etc.).

Touristischer Vertrieb und Kundenbindungsprogramm

Die Zillertal Tourismus GmbH entwickelt ein System zur Stärkung des Onlinevertriebs mit integriertem Kundenbindungsprogramm.

Zillertal ActivCard

Unter Federführung der Interessensgemeinschaft Zillertaler Seilbahnen und der Zillertal Tourismus GmbH wird das Angebot der Zillertal ActivCard in Kooperation mit den Leistungsträgern weiterentwickelt.

Katalog der regionalen Freizeiteinrichtungen

Um die Errichtung und Erweiterung von Freizeiteinrichtungen künftig regional gut abstimmen zu können, wurde ein Bestandskatalog erstellt.

Wirtschaftsplattform

In Kooperation mit der Bezirkswirtschaftskammer wird eine „Zillertaler Wirtschaftsplattform“ für Industrie, Gewerbe, Handel und Dienstleistung gegründet.

Landwirtschaftliche Vorbehaltsflächen

Eine Neuordnung zur deutlichen Vereinfachung der landwirtschaftlichen Vorbehaltsflächen wurde vom zuständigen Amt der Tiroler Landesregierung bereits durchgeführt.

Verkehrsberuhigung in sensiblen Seitentälern

Der Tourismusverband Mayrhofen wird ein Pilotprojekt zur nachhaltigen Verkehrsberuhigung in einem der sensiblen Seitentäler in Gang setzen.

Monitoring zur Entwicklung der CO₂ – Emissionen in öffentlichen Gebäuden

Ein Kooperationsprojekt der Umweltzone Zillertal, des Vereins Energie Tirol sowie der Gemeinden wird in Gang gesetzt.

11.3 Bereichsübergreifende Leitlinien



Abbildung 16: Leitlinien und relevante Handlungsfelder (vergrößerte Darstellung)

Dank

Allen Damen und Herren, die am Zustandekommen dieses Strategieplans als Mitglieder der Steuerungsgruppe, der Arbeitskreise oder als FachexpertInnen mitgewirkt haben, sei ein herzlicher Dank ausgesprochen. Weiters danken wir allen BürgerInnen und Bürgern, die bei den Veranstaltungen oder über andere Kommunikationsschienen ihre Meinungen in den Entwicklungsprozess eingebracht haben. Ein herzlicher Dank gilt allen, die sich am organisatorischen Gelingen des Projekts eingebracht haben. Insbesondere möchte ich mich bei allen BürgermeisterIn des Zillertals bedanken, die dem Projektteam das notwendige Vertrauen geschenkt und schlussendlich zu einer einstimmigen Entscheidung gefunden haben. Dem Land Tirol sei für die finanzielle Unterstützung des Projekts ebenfalls ein herzlicher Dank ausgesprochen.

Ried i. Z., im Juli 2012

LA Josef Geisler

Obmann des Planungsverbands Zillertal

Impressum:

Herausgeber: Planungsverband Zillertal, 6272 Ried i. Z., Kirchweg 3

Für den Inhalt verantwortlich: Obmann LA Josef Geisler

Textredaktion: Jochl Grießer, Kufgem Kommunal Consulting