



Geschichten der Arbeitsgruppe



AG Mobilität & Erreichbarkeit

„Die Geschichte des Bergdorfes Werfenweng“ (Karmen Mentil)

Es war einmal ... im vorigen Jahrtausend ... ein ganz junger Bürgermeister eines kleinen Bergdorfes in den Alpen, der gemeinsam mit seinen Mitbürgern die Idee hatte, die Lebensqualität im Ort ein bisschen besser und umweltfreundlicher zu gestalten. Es gab nur ein Hindernis: es waren einfach zu viele Autos im Ort, es gab Lärm und Abgase – sowohl von den Fahrzeugen der Einheimischen als auch von den Gästen. An einem samstäglichen An- und Abreisetag fuhren bis zu 2000 Autos in und aus dem kleinen Ort. An guten Skitagen, die es damals ja noch gab, waren es noch viele, viele mehr.

Gemeinsam überlegten die Gemeindeglieder, welche Alternativen es zu den Autos geben könnte. Aber alle Ideen, die man hatte, konnten nicht realisiert werden, denn es gab nicht genug Geld, um all die guten, kreativen Ansätze umzusetzen.

Dann kam es wie ein Lottogewinn für das Bergdorf: es wurde ausgewählt, ein Modellort zu werden. Und mit dem reichen Geldsegen von Staat und Land war es ganz plötzlich möglich, konkrete Maßnahmen zu setzen, um tatsächlich den Autoverkehr zu verringern. Schließlich wurde dem Kind auch ein Name gegeben: „Sanfte Mobilität“.

Aber der Gemeinde reichten diese ersten Projekte und der Name allein nicht, man wollte mehr, man war auf den Geschmack gekommen – weniger Autos im Ort gefielen nicht nur den Urlaubern, sondern auch den Einheimischen ganz gut.

Da ergab es sich, dass die kleine Gemeinde auch in einem EU-Projekt teilnehmen konnte – und damit weit mehr Aktivitäten gestartet werden konnten. Es gab wieder reichen Geldsegen, aber es gab plötzlich auch ProjektmanagerInnen, es gab BeraterInnen, es gab viele Analysen und Studien, es gab viele Sitzungen. Und es gab noch immer ... ziemlich viele Autos.

Aber die internationale Perspektiven gefielen den Einheimischen – und besonders dem Bürgermeister – sehr gut. Man kam herum, man lernte nette Menschen und ihre Kulturen, ihre Speisen und Sprachen kennen. Also





beteiligte man sich an einem weiteren EU-Projekt. Man gab die Hoffnung nicht auf, dass die vielen Mühen auch einmal belohnt werden könnten. Die EU musste ja schlussendlich auch gute Seiten haben, das war die gemeinsame Meinung im Ort.

Das zweite EU-Projekt – nun schon im neuen Jahrtausend – brachte wieder Geldsegen, weitere Sitzungen, Studien, Berater und jetzt auch endlich neue, konkrete Umsetzungsmaßnahmen für eine Sanfte Mobilität. Man überlegte sich Aktivitäten für Jugendliche genauso wie viele touristische Innovationen. Zahlreiche Hoteliers hatten sich auch schon auf Gäste ohne Autos eingestellt, die frühere „Schnapsidee“ begann, Früchte zu tragen.

Das Bild des Orts wandelte sich: der Dorfplatz wurde für den Verkehr geschlossen, regelmäßige und zuverlässige Busverkehr eingerichtet, ein ganzer Fuhrpark an alternativen und elektrischen Fahrzeugen angeschafft, Pferdekutschen belebten den Ortsverkehr. Die bunte, lustige, sichere und ruhigere Atmosphäre wurde spürbar und erlebbar. Und: Es entstanden viele neue Arbeitsplätze – die Einheimischen waren sehr zufrieden mit der „Sanften Mobilität“.

Man bemerkte auch, dass mehr und mehr Urlauber nach Werfenweng kamen – jeder schätzte die neue Sicherheit auf den Straßen und die witzigen innovativen Fahrzeuge. Das Dorf wurde auch Schauplatz von internationalen Konferenzen und Events, es war plötzlich „cool“ ohne Auto zu urlauben.

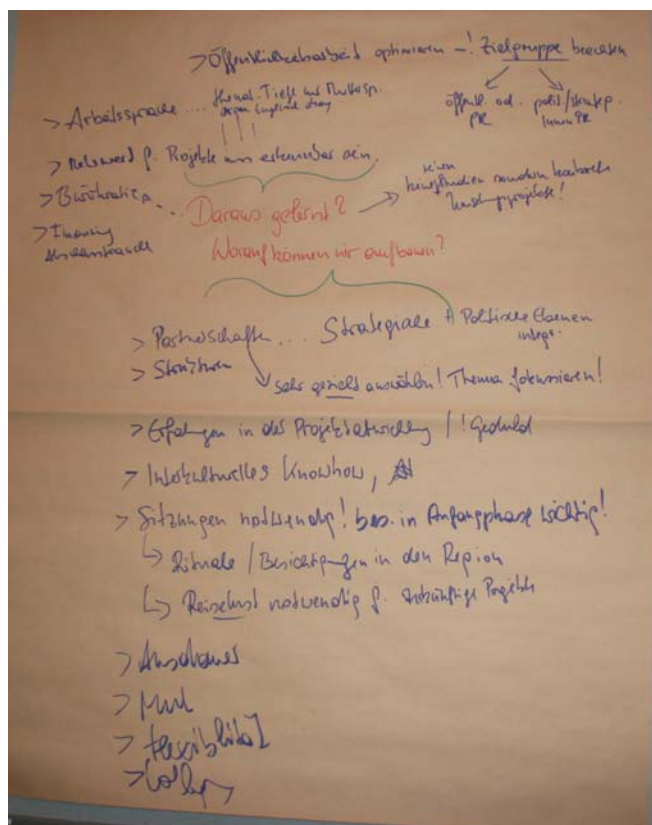
Aber die Neider blieben nicht aus: Findige Ortschefs aus dem ganzen Alpenraum kamen und wollten von den Erfolgen von Werfenweng abschauen. Nur sie hatten nicht mit der Schlaueit des Bürgermeisters gerechnet: Jener, nicht faul, lud alle, die ernsthaft an der Sanften Mobilität interessiert waren, gerne zu sich ein und erklärte immer wieder und wieder das Geheimrezept: Nicht der Verzicht auf das Auto steht im Mittelpunkt, sondern der Genuss der Mobilitätsgarantie – Spaß und Lust wurden da versprochen!

Und da kam es wie es kommen musste: auch andere Orte wollten dieses Konzept umsetzen – und am liebsten gemeinsam, mit dem schönen Modellort als Mittelpunkt. Man versprach sich viel von einem gemeinsamen Marktauftritt von schönen PERLEN in ganz Europa. Ein schöner Name musste her: „Alpine Pearls“ wurde erfunden. 21 Orte sind heute Mitglied, nach wie vor ist unsere kleine Gemeinde zwar ein Zentrum für Innovationen für einen Urlaub ohne Auto – aber es gibt Nachahmungstäter – und das ist gut.

Ein Kooperationsmärchen ist wahr geworden – und es ist noch immer neuer Raum für neue Kooperationen und Märchen ☺)

Zusammenfassung der Diskussionsergebnisse des ersten Tages

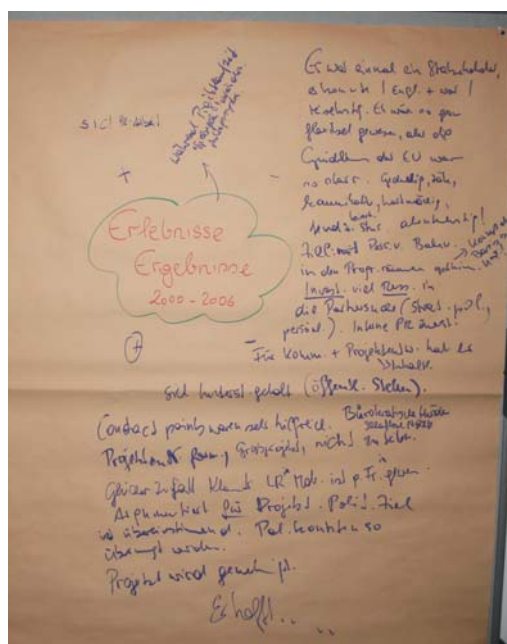
Was haben wir in der Periode 2000-2006 erlebt? Was hat diese Periode für Österreich gebracht?



- o PR und Öffentlichkeitsarbeit optimieren, nach relevanten Zielgruppen ausrichten
- o Keine Studien, nur Umsetzungsprojekte
- o Arbeitssprache fixieren vorab
- o Mehrwert der Projekte besser aufzeigen
- o Bürokratie soll eingedämmt werden
- o Sicherung der Finanzierung der Abschlusstranche
- o „Spielregeln“ nicht während der Projektlaufzeit verändern
- o Partnerschaften auf politischen und strategischen Ebenen
- o Strukturen wurden geschaffen
- o Erfahrungen in der Projektabwicklung
- o Interkulturelles Knowhow
- o Bei Sitzungen „Rituale“ einbauen (zB Besichtigungen)
- o Persönliche Treffen sind unabdingbar
- o Ausdauer, Mut, Flexibilität sind notwendig
- o Lobbying ist unabdingbar

Erlebnisse / Ergebnisse 2000 – 2006 - Geschichte:

Es war einmal ein Stakeholder, der konnte wenig Sprachen, war nicht sehr flexibel und nicht reiselustig. Auch die EU-Guidelines ermöglichten keine große Flexibilität. Aber er war geduldig, zäh und kommunikativ. Sein Ziel war, den Personenverkehr der Bahnen im Alpenraum zu optimieren. Auf ein ausgereiftes Konzept sollte die Umsetzung erfolgen. Er musste sehr viele Ressourcen in die Partnersuche investieren (strategische, politische, persönliche). Er startete von Anfang an mit interner PR und Öffentlichkeitsarbeit. Für Kommunikation und Projektentwicklung ließ er sich von Beratungsinstitutionen unterstützen. Öffentliche Stellen unterstützen wiederum die Startphase dieses Projekt-





vorhabens. Die Contact Points waren sehr hilfreich. Bürokratische Hürden bereiteten ihm so manche schlaflose Nacht. Er erarbeitete ein Großprojekt. Dieses sollte eigentlich auf mehrere Kleinprojekte aufgeteilt werden, dagegen verwehrt er sich aber vehement und erfolgreich. Zufällig traf er eine alte Schulkollegin, nun Landesrätin. Da die politischen Ziele übereinstimmten, half ihm diese Landesrätin bei der politischen Verankerung des Projektes. Das Projekt wurde schlussendlich genehmigt.



Zusammenfassung der Diskussionsergebnisse des zweiten Tages

Schätze (Partner, Ressourcen):

- o Landschaft
- o Bahnen haben Tourismus als Markt erkannt
- o Partnerschaften auf allen politischen Ebenen
- o Beteiligung an mehreren EU-Projekten
- o Enges PartnerInnen-Netzwerk
- o Menschen mit Visionen und gutem Management
- o Knowhow IT
- o Qualität der Partner, gemeinsame Erfolge

Hürden / Stolpersteine:

- o Zu viele Partner
- o Verwaltungshorror
- o PR-Material sinnlos gestreut, nicht gezielt
- o Mühevoll Abwicklung der Projekte





- o Ausländerfeindlichkeit
- o Komplizierter Aufbau der Organisation
- o Verkehrsträger als Partner
- o Administrativer Aufwand der Umsetzung
- o Wenig Kontakt zu anderen Projekten
- o Sprachen
- o Finden von guten PartnerInnen
- o Grenzen in der Kooperation
- o Projektteilnahme als privates Unternehmen schwierig
- o Widerstand gegen Neues



Mehrwert / Lernprozesse:

- o Ein Europa
- o ÖBB wird zur Erlebnisbahn
- o Bahnanteil im Alpenraum wurde auf 30 % erhöht
- o Gemeinsame transnationale Strategie
- o Breitere Nutzbarkeit in allen Ländern
- o 2-step-application war sinnvoll
- o Beitrag zu Europa
- o Lernen für ein Europa
- o Messbarer Beitrag zur CO2-Reduktion



Heldentaten / Erfolge:

- o Erfolgreiche Pilotprojekte, insbesondere mit sozialen Dienstleistungen
- o Arbeit der Ehrenamtlichen, sind meist Frauen
- o Ein Bahnticket für den Alpenraum
- o Langzeitarbeitslose für Arbeitsplätze in Verkehrsunternehmen eingesetzt
- o Optimale Verbindungen des Personen-Bahnverkehrs durch den Alpenraum
- o Gute Zusammenarbeit von Gemeinden und Tourismusverbänden: Ressourcen aus rechtlichem und fachlichen Bereichen gebündelt
- o Kirchturmdenken wurde verringert
- o Durch Internationale Konferenzen werden Erfolge dargestellt, mit gutem Medienecho
- o Berücksichtigung von Chancengleichheit
- o Projekt von Bevölkerung nachhaltig akzeptiert
- o Frühe Vorbereitung und Festlegung der Spielregeln
- o Synergien auf Projektebene
- o Wesentliche Beiträge zur Lösung der Verkehrsproblematik im Alpenraum
- o Alle Tourismusbetriebe und Informationsbüros sind kompetent in Mobilitätsfragen (Auskunftsstellen)
- o Gute ProjektpartnerInnen in Nachbarländer
- o Ergebnisse werden weitergetragen

Unsere Geschichte:

- o Mehr Menschen mit Visionen
- o Qualitätspartner (Knowhow, Management)
- o Wir haben mit den transnationalen Herausforderungen leben gelernt (Sprachen, Verwaltung)
- o Es entstand ein „größeres Europa“
- o Wichtige Beiträge zu den Zielen einer europäischen Umwelt- und Verkehrspolitik (Bahnanteil, CO2-Reduktion)
- o Neue innovative Bahnangebote (Ticket „Schlüssel zu den Alpen“)
- o Politik hat Erfolge wahrgenommen und weitergetragen
- o Gender Mainstreaming ist auch im ETZ selbstverständlich!

