

Dokumentation

3. Öffentlicher Infoabend und Workshop

Internationaler Naturpark Rätikon - Projektideen

Teilregion Liechtenstein

27. März 2019 | Triesenberg | Hofi Seminarraum | 18 – 21 Uhr



Ausgangslage zum Projekt

Der Rätikon ist seit jeher – aus geologischer, kultureller und gesellschaftlicher Sicht – ein einheitlicher Raum. Die Grenzen teilen das Gebiet auf drei Länder (Schweiz, Österreich und Liechtenstein) auf. Ein Internationaler Naturpark soll die einzigartige Naturlandschaft sowie die traditionelle Kulturlandschaft und ihre Werte nachhaltig fördern, dadurch die Wertschöpfung steigern und den Raum gemeinschaftlich entwickeln. Der Naturpark Rätikon soll die regionalen Akteure in den beteiligten Gemeinden in Liechtenstein, im Vorarlberg und in der Schweiz bei innovativen Projekten in Bereichen wie Landwirtschaft, Gewerbe, Tourismus, Natur, Bildung und Kultur unterstützen. Die Machbarkeitsstudie, die bis im Sommer 2019 abgeschlossen ist, prüft neutral, ob im Gebiet des Rätikons ein grenzüberschreitender Naturpark möglich ist und dieser für die beteiligten Gemeinden einen Mehrwert bringen würde.

Einbindung der Bevölkerung – Infoabend und Workshops

Ein zentrales Thema für die Machbarkeit ist die Abschätzung der Akzeptanz in der Bevölkerung. Diese wird in öffentlichen Workshops, mit Einbezug von Vertreterinnen und Vertretern verschiedener Themenbereiche und auch mittels Interviews evaluiert. In Liechtenstein, in der Schweiz und in Vorarlberg finden dazu mehrere öffentliche Infoabende und Workshops mit der Bevölkerung statt. In

Liechtenstein wurde der erste öffentliche Infoabend und Workshop am 26. Juni 2018 in Triesenberg durchgeführt. Thema dieses ersten Abends waren die Chancen und Möglichkeiten, die ein Naturpark bieten könnte und die möglichen Herausforderungen und Befürchtungen bei der Einrichtung eines Internationalen Naturparks. Beim zweiten Workshop am 7. November 2018 in Vaduz entwickelten die TeilnehmerInnen zu naturparkbezogenen Themen wie Tourismus, Gewerbe und Handwerk, Land- und Alpwirtschaft, Mobilität, Kultur, Natur- und Landschaft, Umweltbildung, Jagd und Forst etc. konkrete Projektideen. Die Dokumentation beider Workshops ist auf der Projektwebsite www.raetikon.net als download verfügbar.

Am dritten öffentlichen Infoabend und Workshop (27. März 2019, Triesenberg) diskutierten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer Ideen für mögliche Positionierungen für den Internationalen Naturpark Rätikon, Teilregion Liechtenstein.

Im Rahmen dieser Veranstaltung wurden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer aufgerufen, sich bei Interesse an zukünftigen Begleitgruppen Treffen zu beteiligen. Ab Herbst 2019 bis ungefähr Sommer 2020 sind rund vier Begleitgruppentreffen vorgesehen. An diesen Treffen können sich verschiedene Interessensgruppen Liechtensteins austauschen, konkrete Projektideen einfließen lassen und mitdiskutieren. Wenn weitere Personen Interesse haben, teil der Begleitgruppe zu sein, können die sich an simone.gruber@zhaw.ch oder [Tel. 058 934 58 19](tel:0589345819) wenden.

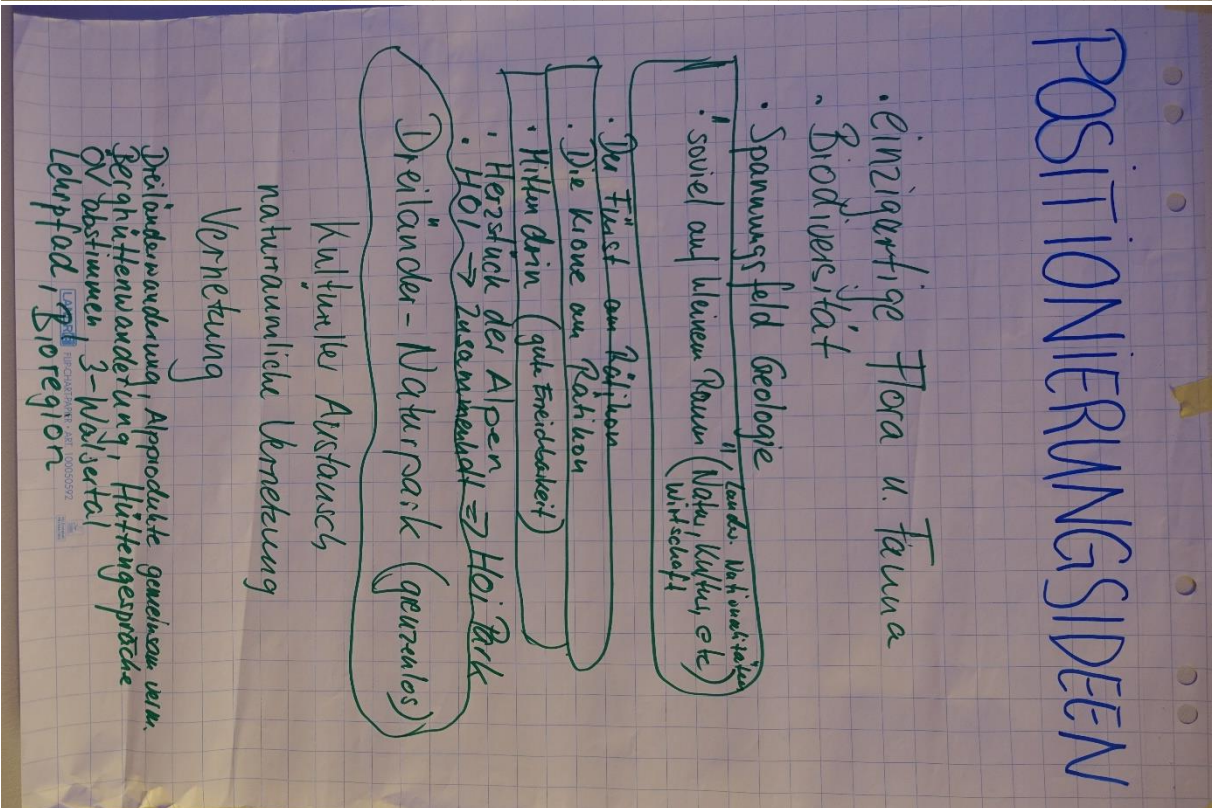
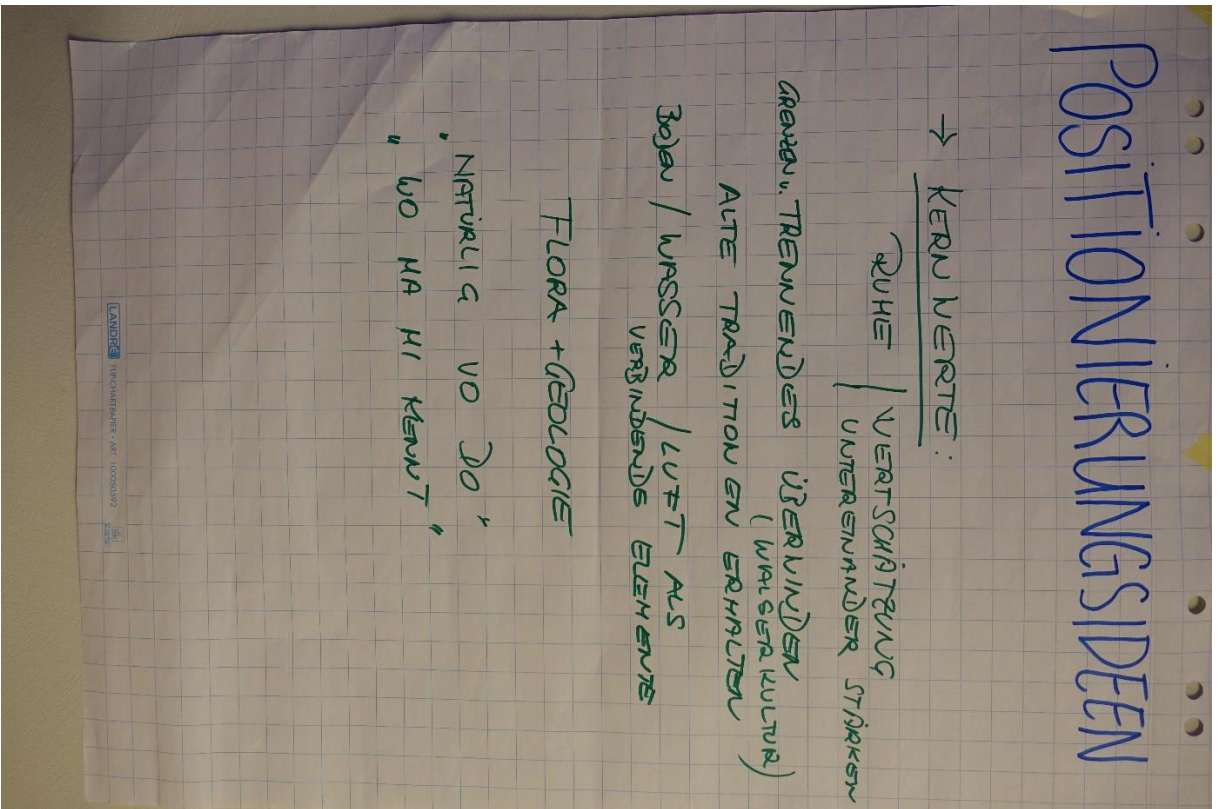
Ablauf

Begrüssung (Christoph Beck)
Kurzinformationen zum Projekt Internationaler Naturpark Rätikon und Projekt-Zwischenstand Input: Was sind Beispiele von Positionierungsmöglichkeiten anderer Pärke? (Stefan Forster)
Workshop an thematisch gemischten Tischen: <ol style="list-style-type: none"> 1) Positionierung: Welche Kernwerte könnten im Naturpark Rätikon in Liechtenstein im Vordergrund stehen? 2) Was unterscheidet uns von anderen Parkgebieten? 3) Welche (grenzüberschreitenden) Ideen, Angebote und Produkte könnten diese Werte repräsentieren?
Kurzpräsentation der Workshop Ergebnisse Fazit mit Ausblick auf die nächsten Schritte Gemütlicher Ausklang bei einem Apéro mit regionalen Produkten, hergerichtet vom Hedihof, gesponsert von der Gemeinde Triesenberg

Rund 25 engagierte Teilnehmerinnen und Teilnehmer bearbeiteten – inspiriert durch die angeführten Positionierungsbeispiele aus verschiedenen Naturparks – die vorgegebenen Leitfragen. Der Fokus lag auf der Teilregion Liechtenstein. Aber es wurden auch Ideen für das gesamte Naturparkgebiet ausgetauscht.

Liechtenstein zeichnet sich durch Werte wie die räumliche Nähe, «man duzt sich», ein hoher Anteil an biologisch angebauten regionalen Produkten, hohe Natur- und Kulturwerte, *Familienfreundlichkeit beim Wandern* oder die *zentrale geografische Lage* und *gute Erschliessung im Land selbst*, aus. Mit diesen und weiteren Werten Liechtensteins setzten sich die Workshop Teilnehmerinnen und Teilnehmer auseinander. Anschliessend wurden daraus Ideen für mögliche Positionierungen Liechtensteins (und fürs gesamte Parkgebiet) im Naturpark Rätikon abgeleitet sowie erste mögliche Angebote und Produkte, welche genannte Werte und Positionierungen repräsentieren, angedacht.

Die Workshop Ergebnisse wurden pro Gruppe im Plenum präsentiert.





Resultate (Flipcharts in tabellarischer Form)

Gruppe	
1	<p>Kernwerte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ruhe - Wertschätzung untereinander (kann noch gestärkt werden) - Alle duzen sich «wo ma mi kennt» - Boden, Wasser und Luft als verbindende Elemente - Viele regionale und biologisch angebaute Produkte vorhanden («natürlich vo do» → Marke wurde eingestellt, aber ein Naturpark wäre ideale Plattform für eine solche Marke) <p>Positionierungsideen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Geologie: Rätikon Bergmassiv besteht aus vielen Gesteinsarten (einzigartig) - Besondere und vielfältige Flora (z.B. Ruggeller Riet) - Naturpark über drei Länder: Grenzen bzw. Trennendes überwinden, «drei Länder – ein Naturpark» - Alte Traditionen: z.B. Walserkultur
2	<p>Positionierungsideen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einzigartige Flora und Fauna, hohe Biodiversität - Spannungsfeld Geologie - «so viel auf kleinem Raum» → Natur, Kultur, Wirtschaft, Nationalitäten, Länder - Der Fürst am Rätikon - Die Krone am Rätikon - Gute Erreichbarkeit «Mitten drin» - Herzstück der Alpen - Grosser Zusammenhalt, alle duzen sich «Hoi!» → «Hoi Park» - Drei-Länder-Naturpark (grenzenlos) (einzigartig) - Kultureller Austausch - Naturräumliche Vernetzung - Schnellster Zugang zum Rätikon

	<p>Angebote:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dreiländerwanderung, Alproprodukte gemeinsam vermarkten - Berghüttenwanderung, Hüttengespräche - ÖV abstimmen, 3-Walsertal - Lehrpfade - Bioregion
3	<p>Kernwerte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zentrale Lage in Europa, gute Erreichbarkeit / Erschliessung - Geologie Naafkopf - Alleinstellungsmerkmal Wals, Walserkultur - Höhenstufen, Topografie - Kleinheit - Pfälzerhütte - Erholungsqualität - Wandern (hohe Qualität) - Gourmet Dichte - Wasser Qualität, Luft - Wildtiere, Artenvielfalt / Biodiversität, Flora und Fauna - Finanzen, Industrie - Elf Gemeinden, elf Dialekte - Familienfreundliches Wandern <p>Positionierungsideen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Das ganze Land würde im Parkperimeter liegen (einzigartig) - «Walserpark» - Fürstliches / Fürstentum (einzigartig) - Drei-Länder-Grenzen (einzigartig)

Weiteres:

Im Plenum gab es zusätzliche Inputs einiger Teilnehmerinnen und Teilnehmer:

- **Perimeter Naturpark Rätikon, Teilregion Liechtenstein:** der aktuelle Vorschlag für den Parkperimeter (von Heiner Schlegel, RENAT) schliesst das Ruggeller Riet aus. Der Grund dafür ist, dass keine landschaftsräumlichen Verbindungskorridore mit den erforderlichen Qualitäten zum empfohlenen Gesamtperimeter vorzufinden sind. Dieses Schutzgebiet weist eine vielfältige und einzigartige Flora auf und es wurde der Wunsch geäussert, Ruggeller Riet in den Perimeter miteinzuschliessen. Im Rahmen der nächsten Projektphase – dem Managementplan – wird dies geprüft.
- **Statement Liechtenstein Marketing:** Es steht zur Diskussion die operative Geschäftsstelle des möglichen Naturparks bei Liechtenstein Marketing organisatorisch anzusiedeln. Dies wurde kritisch hinterfragt. Auf die Frage, ob Liechtenstein Marketing genügend Kompetenzen für ein Mandat für die Geschäftsstelle Naturpark Rätikon Teilregion Liechtenstein hätte, hat sich Renate Bachmann (Liechtenstein Marketing) wie folgt geäussert: Die Aufgaben von Liechtenstein Marketing sind sehr vielfältig und umfassen nicht nur die touristische Vermarktung. Liechtenstein Marketing ist auf zwei Säulen aufgebaut: 1. Destinationsmanagement (Tourismus), 2. Standortmarketing (Wirtschaft). Säule 1 (Tourismus) ist in die Bereiche Natur, Kultur und Gesellschaft unterteilt.
- **Mobilität:** Die Mobilität ist ein zentrales und viel diskutiertes Thema in Liechtenstein. Es wurde der Wunsch geäussert, die Mobilität im weiteren Verlauf des Projektes unbedingt gezielt zu bearbeiten. Dieses Thema wird auf jeden Fall aufgegriffen. In vielen bereits bestehenden Naturpärken ist die Mobilität (z.B. Wanderbus, Bus alpin, Skitourenbus, Rufbus-Systeme) ein wesentliches Handlungsfeld.