



Wirtschaft sind wir alle

Die 4 inhaltlichen Schwerpunkte der Agenda 21 sind:

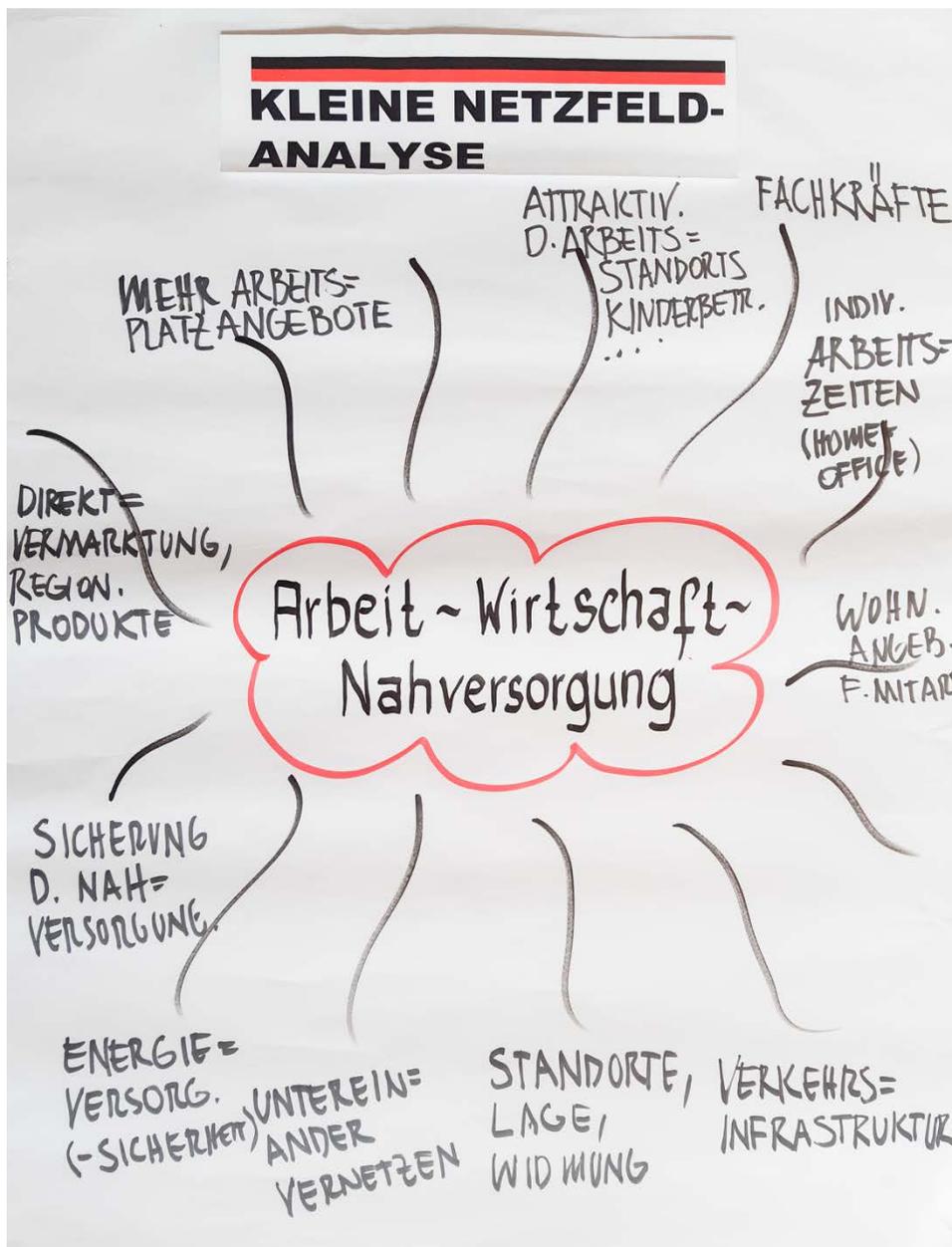
- ⇒ Naturraum, Umwelt, Ökologie, erneuerbare Energie ...
- ⇒ Soziales, Gesundheit, Familie, Bildung, Kultur, Gemeinschaftsleben ...
- ⇒ Lebensraumgestaltung, Bauen/Wohnen, Mobilität, Ortskernbelebung, Ortsbild ...
- ⇒ Arbeit und Wirtschaft, Landwirtschaft, Tourismus ...

Dokumentation 1. Zukunftsdialog

30. Mai 2022

Florianerhof
Marktpl. 12/13
4490 St. Florian

DIE „KLEINE NETZFELDANALYSE“



KLEINE NETZFELDANALYSE

- Mehr Arbeitsplatz-Angebote
- Attraktivität des Arbeitsstandortes, Kinderbetreuung
- Fachkräfte
- Individuelle Arbeitszeiten (Homeoffice)
- Wohn-Angebote für Mitarbeiter:innen
- Verkehrs-Infrastruktur
- Standorte, Lage, Widmung
- Untereinander vernetzen
- Energie-Versorgung (Sicherheit)
- Sicherheit der Nahversorgung
- Direkt-Vermarktung, regionale Produkte



Über die „Kleine Netzfeld-analyse“ verschafften wir uns einen ersten Überblick, welche Fragen und Aufgabenstellungen zu behandeln sind.

Zu den ersten beiden Themenbereichen ist auf nachfolgenden Seiten alles dokumentiert, was durch die Teilnehmer:in-nen ein-gebracht wurde.

KLEINE NETZFELDANALYSE ZU „TOURISMUS“

- Erreichbarkeit und die Verbindungen / Verbindungswege
- Attraktivität des Standortes
- Veranstaltungen (Abstimmungen)
- Arbeitsplätze
- Öffnungszeiten (Gastro, Museen, Kultur, Beherbergung)
- Öffentlichkeitsarbeit (nach innen und nach außen)
- Zielgruppen / Bezugsgruppen



Angebot / Einbindung der Ortsteile

Der dritte Themenbereich „Landwirtschaft, Direktvermarktung, Imkerei“

konnte an *diesem* Abend aus Zeitgründen nicht mehr behandelt werden. Deshalb befasste man sich damit auch beim 4. Zukunftsdialog mit dem Schwerpunkt „Ökologie“.

SO ERARBEITETEN WIR DIE ZUKUNFTSZIELE zum Themenbereich „Wirtschaft“

ZU „WIRTSCHAFT“

Bis 2025 / 2028 / 2032

... haben wir erreicht:

- POWER-REGION MIT
.... 900 ARBEITSPLÄTZEN
- ▷ GUT ERREICHEN (TECHN. INFRASTRUKT.)
 - ▷ ENTL. AUTOBAHN
 - ▷ MIT AUSR. INFRASTRUKTUR
- 1..... QUALITÄTSSV. — " —
 SOZIALETR — " — (KINDERBETR.)
- 1a..... (FÜR ALLE IN SF.) FREIZEIT/EINR.
 MA-KÜCHE
 SOMMER-KI-BETR.
- 2..... INFOS Ü. REG. ANGEB. F. PD. RE.
- 2..... POSITIVES IMAGE D. WIRTSCH. FÖRDERN
 (KOMMUNALSTEUERN,)
- 3..... FOKUS AUF SERVICE U. ZUFRIEDENHEIT D. BETRIEBE
- 4..... DASS ES IN ROHRBACH UND
 ~~REHNSPITZ~~ RÜBENSPIZ EINE
 NAHVERSORGUNG GIBT.
- 5..... DASS BESTEHENDE ANGERBOTE
 GENUTZT UND ERHALTEN WERDEN
 (z.B. FLORIANER LADEN, DIREKT=
 VERMARKTER, KOOPERATIONEN
 FÖRDERN/ENTWICKELN)
- 6..... GRÜNDERINNEN AKTIV GEFÖRDERT WERDEN.
- 7..... BEST. GEWERBEBETRIEBE ~~GE~~HALTEN ↔

SÄULE D. ÖFF. LEBENS (VEREINSLEBEN)

8.... BERUFSINFORMATION ÜBER
SF-BETRIEBE

9.... ATTRAKTIVER ~~VERKEHR~~ ÖFF. VERKEHR
BHF ASTEN → SF. + IM ORT + ANBIND. P.R.
PICHLING

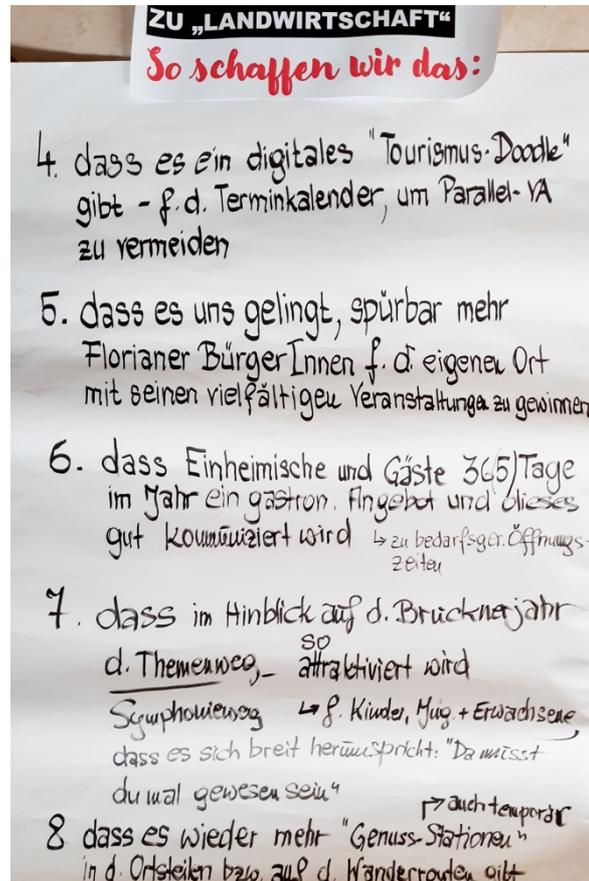
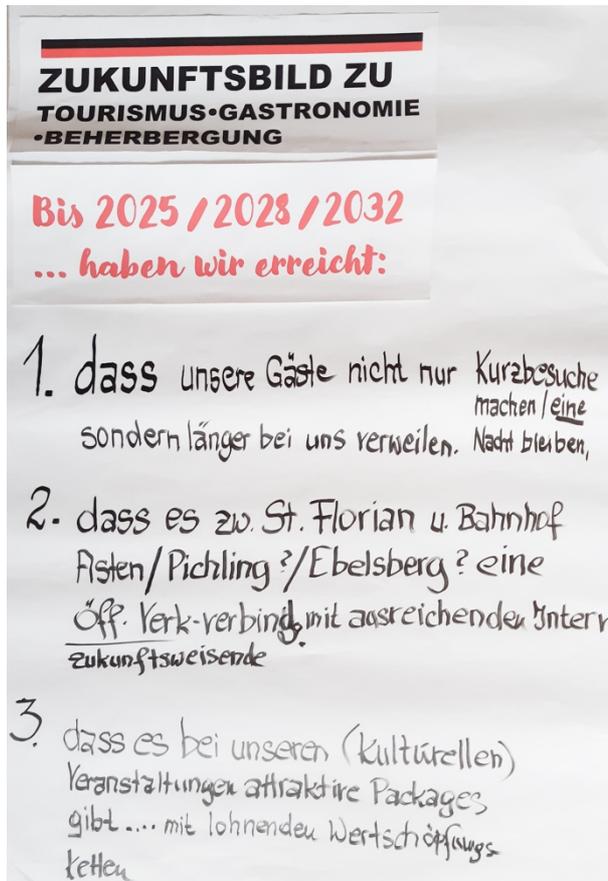
10.... MOBILITÄT IM ORTSZENTRUM
MIV REDUZIEREN

11.... DAS STIFT TOURISTISCH ATTRAKTIV. WIRD

BIS 2025 / 2028 / 2032 HABEN WIR ERREICHT, DASS ...

1. ... die Powerregion errichtet wurde
 - gut erreichbar / technische Infrastruktur
 - mit 900 Arbeitsplätzen
 - mit ausreichender und qualitätvoller Infrastruktur
 - mit sozialer Infrastruktur (Kinderbetreuung, Freizeiteinrichtungen, Mitarbeiter-Küche, Sommer-Kinderbetreuung ...)
- 1a. ... die Betriebe in der Power Region über regionale Angebote bestens informiert sind
2. ... ein positives Image der Wirtschaft gefördert wird
3. ... der Fokus auf Service und Zufriedenheit der Betriebe gelegt wird
4. ... es in Rohrbach und Rübenspitz eine Nahversorgung gibt
5. ... bestehende Angebote genutzt und erhalten werden
(z. B. Florianerladen, Direktvermarkter, Kooperationen fördern / entwickeln)
6. ... Gründer:innen aktiv gefördert werden
7. ... bestehende Gewerbebetriebe erhalten bleiben
Säule des öffentlichen Lebens (Vereinsleben)
8. ... Berufsinformation über St. Florianer Betriebe erfolgt
9. ... es einen attraktiven öffentlichen Verkehr gibt
(Bahnhof Asten -> St. Florian + im Ort + P. R. Pichling)
10. ... Mobilität im Ortszentrum reduziert wurde
11. ... das Stift touristisch attraktiv genutzt wird

UND DAS SIND DIE ZUKUNFTSZIELE zum Themenbereich „Tourismus“



Bis 2025 / 2028 / 2032 haben wir erreicht ...

1. dass unsere Gäste nicht nur Kurzbesuche machen / eine Nacht bleiben, sondern länger bei uns verweilen
2. dass es zu St. Florian und zum Bahnhof Asten / Pichling / Ebelsberg eine öffentliche / zukunftsweisende Verkehrsanbindung mit ausreichenden Intervallen gibt
3. dass es bei unseren (kulturellen) Veranstaltungen attraktive Packages gibt ... mit lohnenden Wertschöpfungsketten
4. dass es ein digitales Tourismus-„Doodle“ als Terminkalender gibt, um Parallel-Veranstaltungen zu vermeiden
5. dass es uns gelingt, spürbar mehr Florianer Bürger:innen für den eigenen Ort mit seinen vielfältigen Veranstaltungen zu gewinnen
6. dass Einheimische und Gäste 365 Tage im Jahr ein gastronomisches Angebot haben und dieses gut konsumiert wird (bedarfsgerechte Öffnungszeiten)
7. dass im Hinblick auf das Brucknerjahr der Themenweg / Symphonieweg so attraktiviert wird (für Kinder, Jugendliche, Erwachsene), dass es sich breit herumspricht: „Da musst du mal gewesen sein“.
8. dass es wieder mehr Genuss-Stationen (auch temporär) in den Ortsteilen bzw. auf den Wanderrouten gibt

WIE LASSEN SICH DIESE ZIELE ERREICHEN?

Erste Ideen dazu, an diesem Abend erarbeitet

Aufbau von Freizeitangeboten mit originellen Fortbewegungsmitteln

Beispiele:

- Wanderreitwege, um die Randgemeinden zu beleben und miteinander zu verbinden
- Segwaytouren durch St. Florian
- Fahrradverleih
- Fahrradservice-Stationen an den Radwegen errichten
 - wie schon damals gehabt
-

Mobilitätsangebote auch zu / zwischen den Ortsteilen schaffen

Beispiele:

- Ortsteil-Bus / Taxi
-

Attraktivität der Wanderwege verbessern

Beispiele:

- In Kooperation mit Ansfelden (Brucknerweg)
- Klang und Farbe als Kombination
 - für den Symphonieweg (Kinder)
 - für einen kindergerechten Brucknerweg
-

Arbeitsplätze im Ort aktiv bewerben

Beispiele:

- Aktion „Fahrt nicht fort - bewirb dich im Ort“
- Eigene Lehrlingsmesse bzw, Berufs-Informationsmesse organisieren
-

Anreize für die heimische Bevölkerung, damit sie Angebote von St. Florian nutzen

Beispiele:

- „Kombi-Ticket“ für Themenwanderweg und Gastroaufenthalt
- Package „Florianer Zuckerl“, um Florianer:innen zu motivieren
- Florianerpass – (gemeinsam) für Museen, Gastro u. a.
- Florianer-Bonus für Veranstaltungen
- Verschiede Arten von Kultur-Tickets
 - nur Kulturveranstaltungen
 - Kulturveranstaltungen und Essen
 - Kulturveranstaltungen inkl. Übernachtung
-

Gäste und Einheimische lernen die heimische Gastronomie kennen und schätzen

Beispiele:

- Schmankerlreise durch die Ortsteile (verteilt auf mehrere Wochen)
- Temporäre Gastroangebote - ähnlich den Maiandachten
- „Best of“-Gastronomie-Packages
- „Ausgesteckt ist“ bei folgenden Betrieben St. Florians ...
-

Info-Wegweiser“ und „Lockrufe“, um die Gastronomie am Marktplatz zu besuchen

Beispiele:

- Wegweiser zum Marktplatz
- Traditionelles „Wagerl“ am Marktplatz: Welcher Wirt hat offen?
- Info-Point mit Öffnungszeiten der Gastronomie
-

Schloss Tillysburg in das Besucherangebot einbinden

Beispiele:

- mit Weinlokal
- mit „Theater im Schloss“
-

Historisches entdecken und erleben

Beispiele:

- Alte Stiege beim Feuerwehrhaus in Richtung Stift reaktivieren
- „Nachtwächter-Wanderung“
- Museumsverbund-Gästekarte für die Hotels anbieten
- Qualität der Betriebe im Ortskern darstellen
-

Bürgermappe speziell für Neuflorianer:innen erstellen

Beispiele:

- digital
- in Printform
- evtl. als Leporello
-

Einen Gründerpark errichten

Beispiele:

- Evtl. auch als „KMU-Park“
-

Einen Masterplan zur Stifts-Attraktivierung erarbeiten

Beispiele:

- Kooperation Stift–Gärtnerei Sander, Gartenpavillon
-

Nahversorgung in den Ortsteilen verbessern

Beispiele:

- SB-Laden in größeren Ortsteilen (Rohrbach, Rübenspitz o.ä.)
 - mit klassischem Basisangebot
 - ergänzt durch (bäuerliche) Anbieter aus der Region
- Nahversorger-Broschüre zum Thema „Nahrung“
-

Kommunalsteuer-Befreiung oder -Reduktion für ...

Beispiele:

- Firmen mit Arbeitskräften aus der Region, dafür für jene, die „in der Region“ wohnen/leben, das Nettogehalt erhöhen
-

Identität und Identifikation mit dem Heimatort stärken

Beispiele:

- Projekt: „Landespatron“ - Kulturvermittlung, Schulprojekt
-

Lösungen für den ruhenden Verkehr finden

Beispiele:

- Bewohner-Parken zeitlich beschränken
- Parkplatz-Anfahrtskonzept planen und durchführen
- Fußläufige Parkplätze im Ortsgebiet zum Marktplatz hin
- Mitarbeiter:innen-Parkplätze außerhalb des Ortskerns anbieten
- Gästeparkplatz am Ortsrand errichten
-

Für Radfahrer

Beispiele:

- Leitsystem für Fahrradverkehr
- Fahrrad - Infrastrukturen
-

Andere Anregen zum Thema „Verkehr“

Beispiele:

- Ein Hop on - Hop off-Bus
- Marktplatz autofrei (und grüner) machen
- Projektstage festlegen
-