

Einwohnerbefragung Januar und Februar 2026

Teilnahmen Online

274

Teilnahmen handschriftlich

40

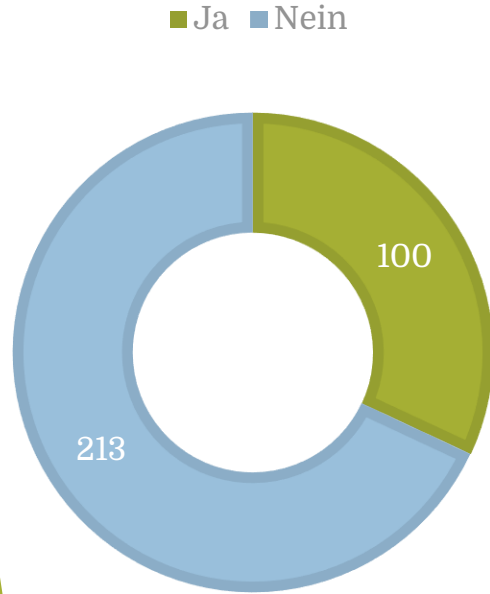
Inhalt

- 🏡 Demographie und Wohnort
- 🏡 Klimaschutz und Wahrnehmungen
- 🏡 Tourismus: Wissen, Wirkung und Zufriedenheit
- 🏡 Prioritäten und gewünschte Maßnahmen

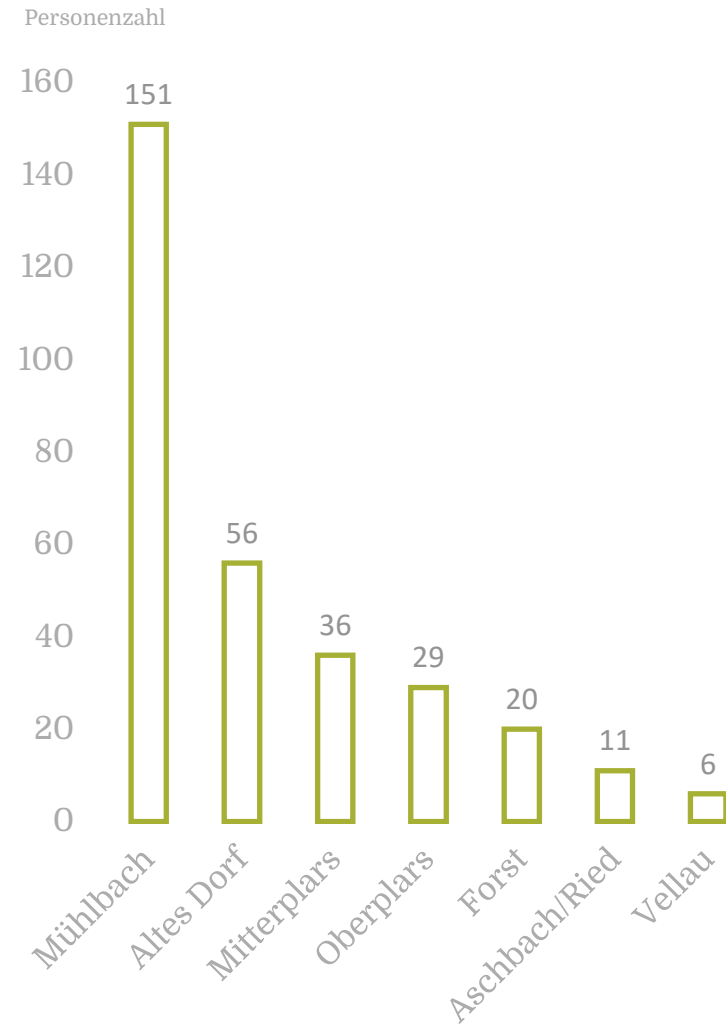
Demografie und Wohnort

Überblick über Herkunft, Wohnort und Altersstruktur

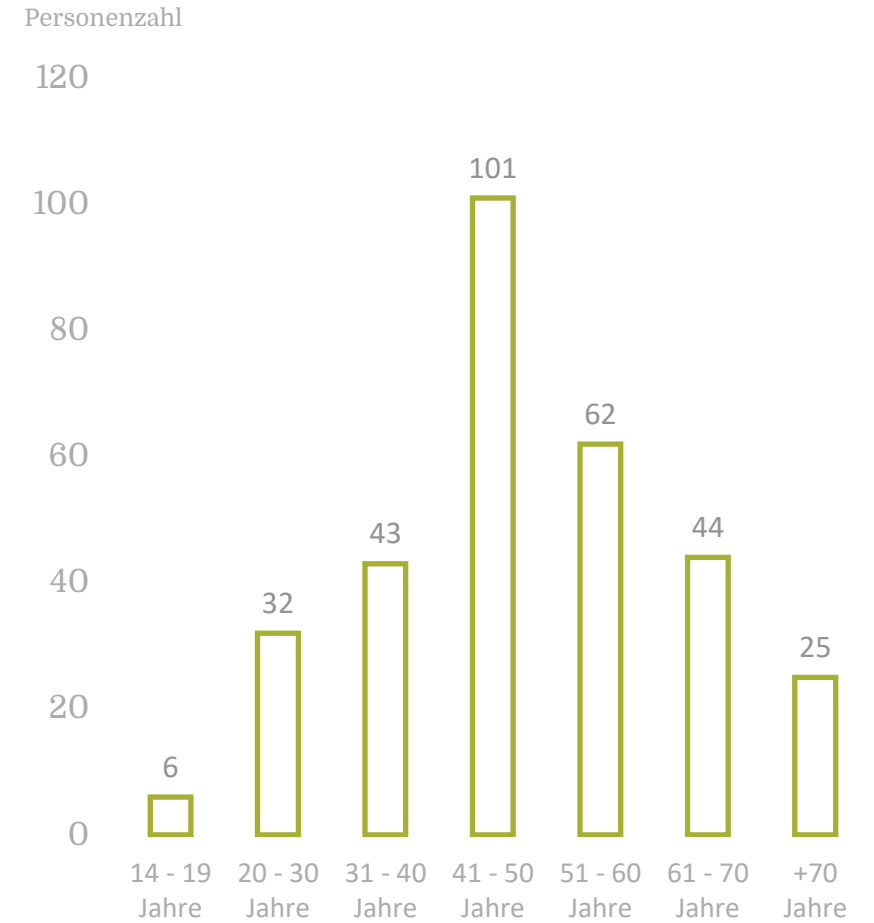
1. In Algrund geboren



2. Wohnort: Ortsteile



3. Altersstruktur



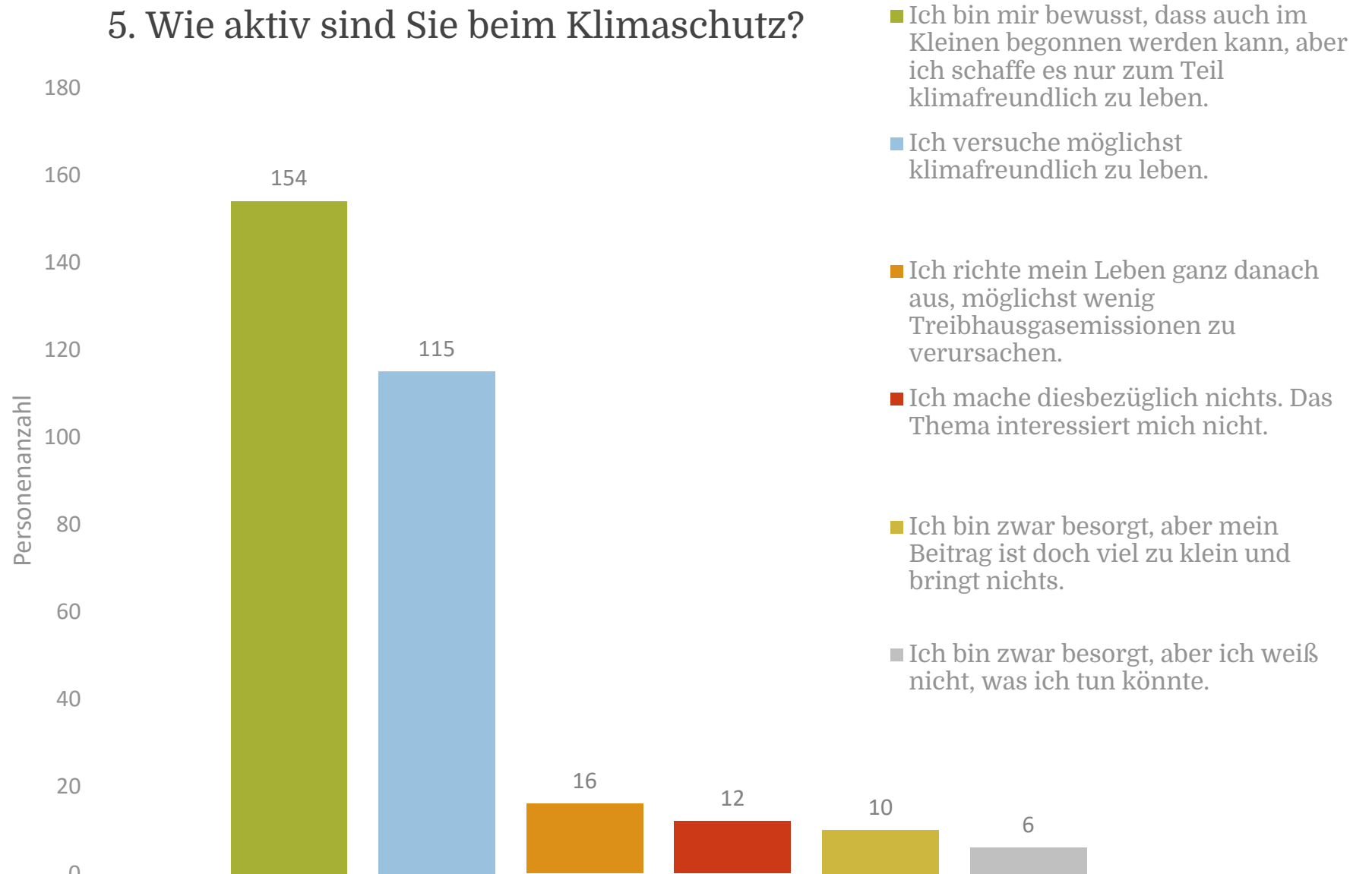
4. Wichtigkeit von Umwelt- und Klimaschutz

4,14

Mittelwert auf Skala
1 (unwichtig) – 5 (sehr wichtig)

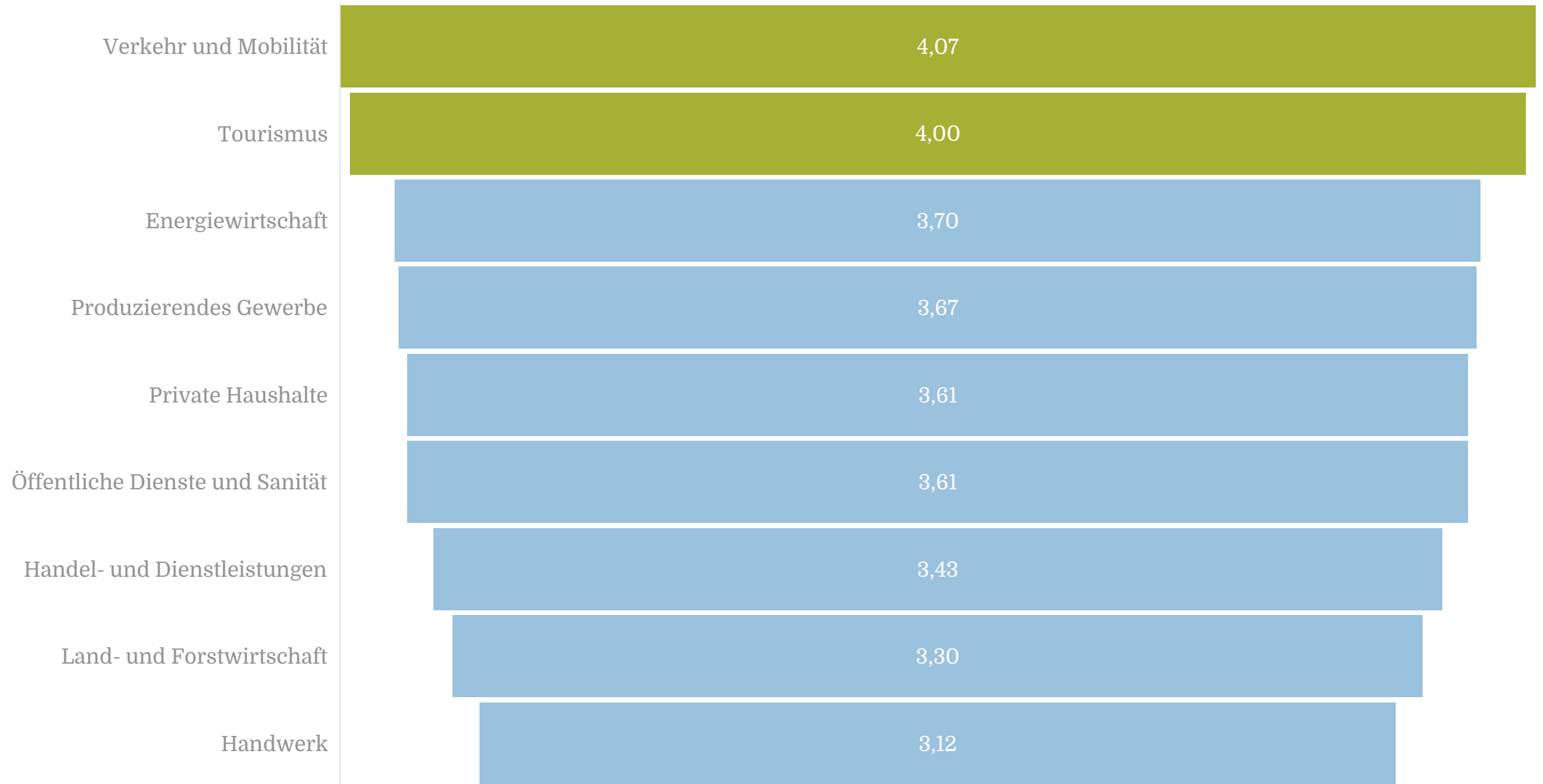
5. Wie aktiv sind Sie beim Klimaschutz?

Personenanzahl



- Ich bin mir bewusst, dass auch im Kleinen begonnen werden kann, aber ich schaffe es nur zum Teil klimafreundlich zu leben.
- Ich versuche möglichst klimafreundlich zu leben.
- Ich richte mein Leben ganz danach aus, möglichst wenig Treibhausgasemissionen zu verursachen.
- Ich mache diesbezüglich nichts. Das Thema interessiert mich nicht.
- Ich bin zwar besorgt, aber mein Beitrag ist doch viel zu klein und bringt nichts.
- Ich bin zwar besorgt, aber ich weiß nicht, was ich tun könnte.

6. In welchen Bereichen besteht der größte Bedarf an mehr Nachhaltigkeit



1= kann ich nicht bewerten, 2 gar nicht, 3 wenig, 4 ziemlich, 5 sehr)

7. Touristische Anziehungskraft

4,00

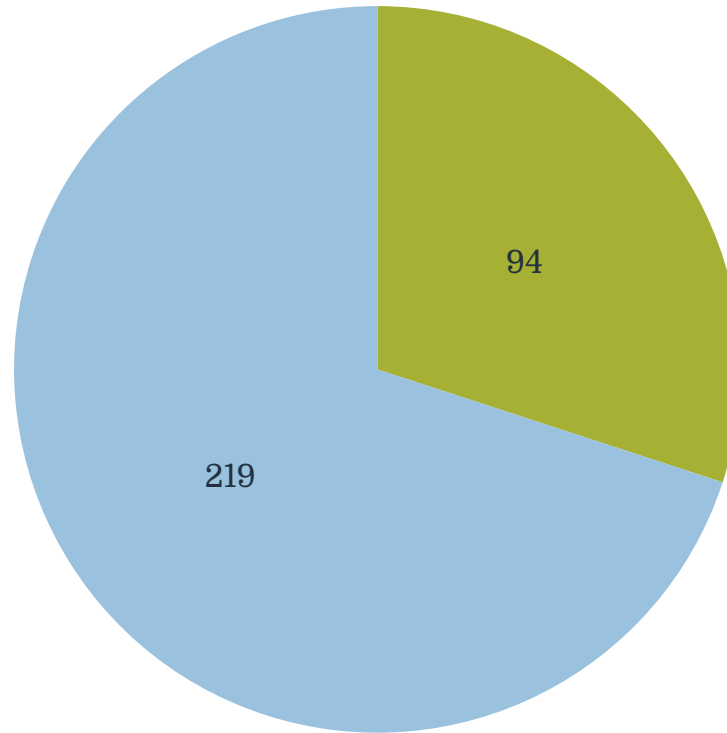
Mittelwert auf Skala
1 (sehr gering) – 5 (sehr hoch)

8. Wie gut informiert sind Sie über das touristische Angebot in Algund

3,53

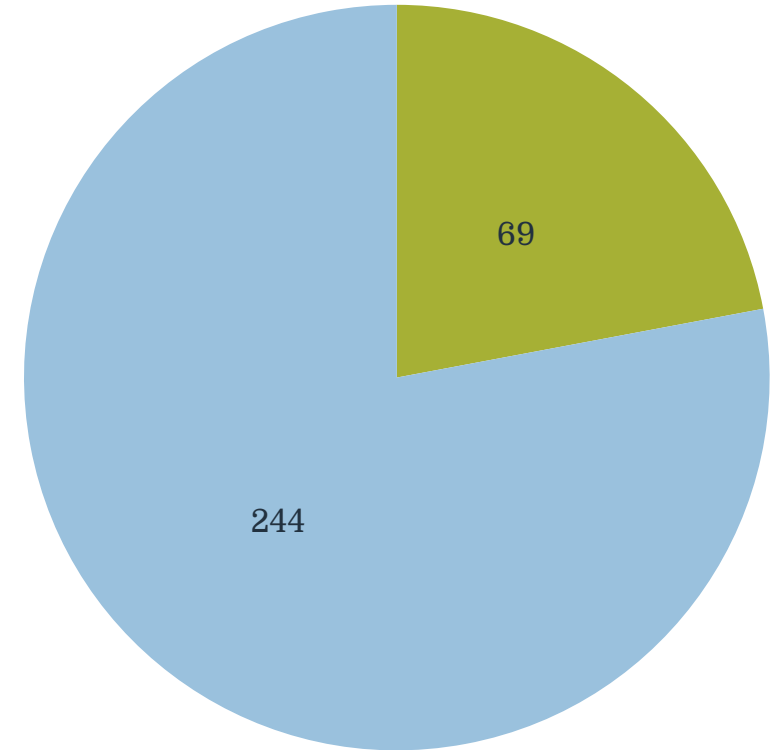
Mittelwert auf Skala
1 (sehr wenig) – 5 (sehr gut)

9. Haben Sie schon von der GSTC-Zertifizierung gehört?



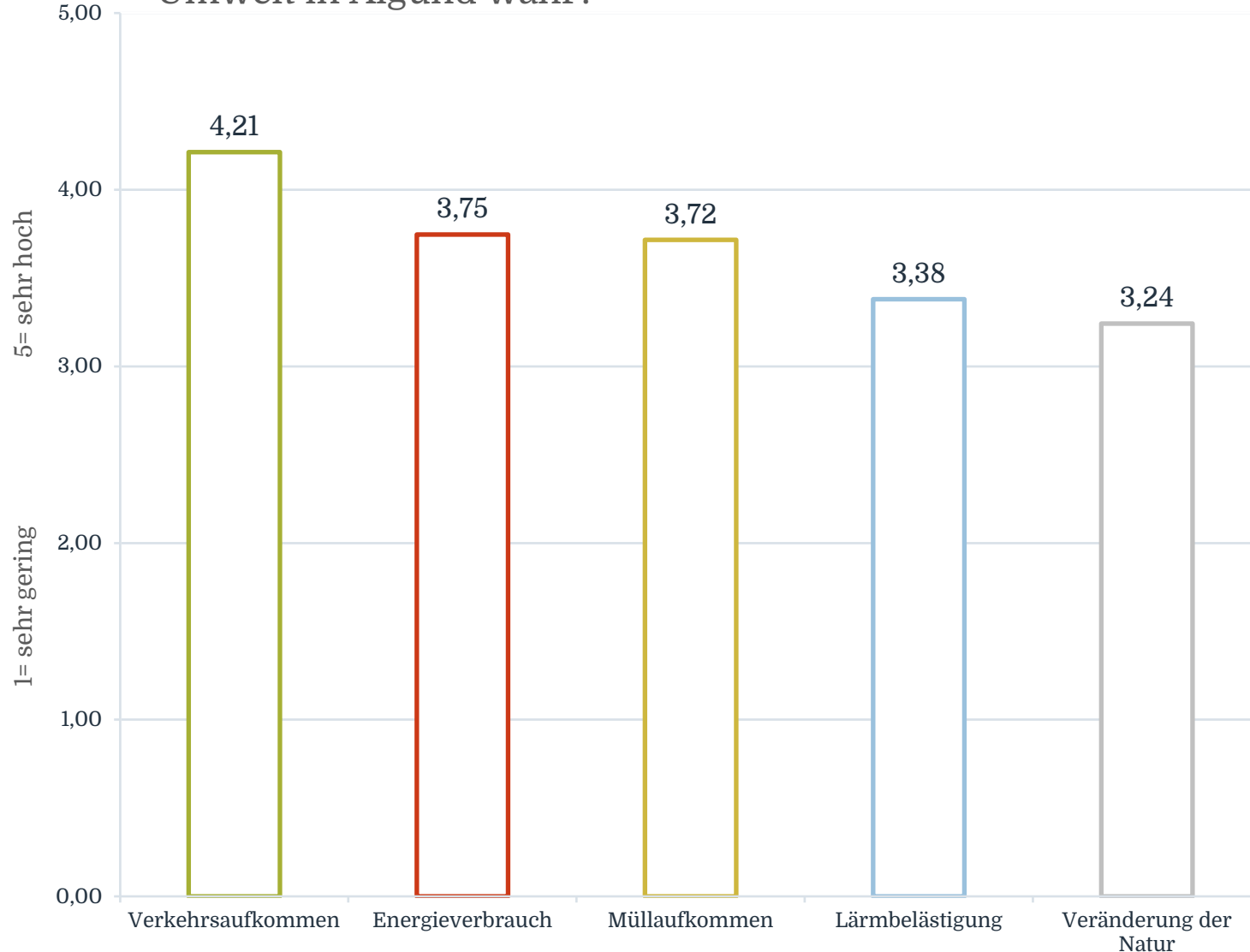
■ Ja ■ Nein

10. Wussten Sie, dass es in Algund einen Stammtisch für ein zukunftsfähiges Algund gibt?



■ Ja ■ Nein

11. Wie nehmen Sie die Auswirkungen des Tourismus auf die Umwelt in Algund wahr?

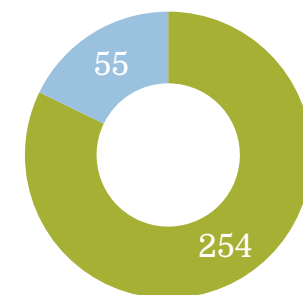


12. Sind Sie mit der aktuellen touristischen Entwicklung in Algund zufrieden?

3,28

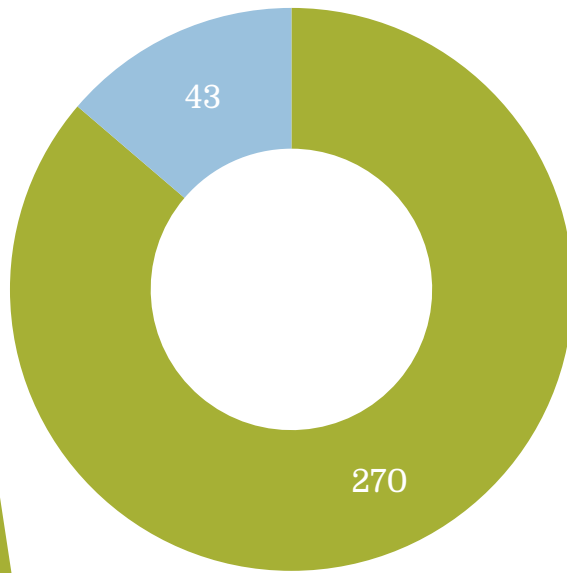
Mittelwert auf Skala
1 (eher nicht) – 5 (eher ja)

13. Haben Sie bereits an einer Veranstaltung des Tourismusvereins teilgenommen?



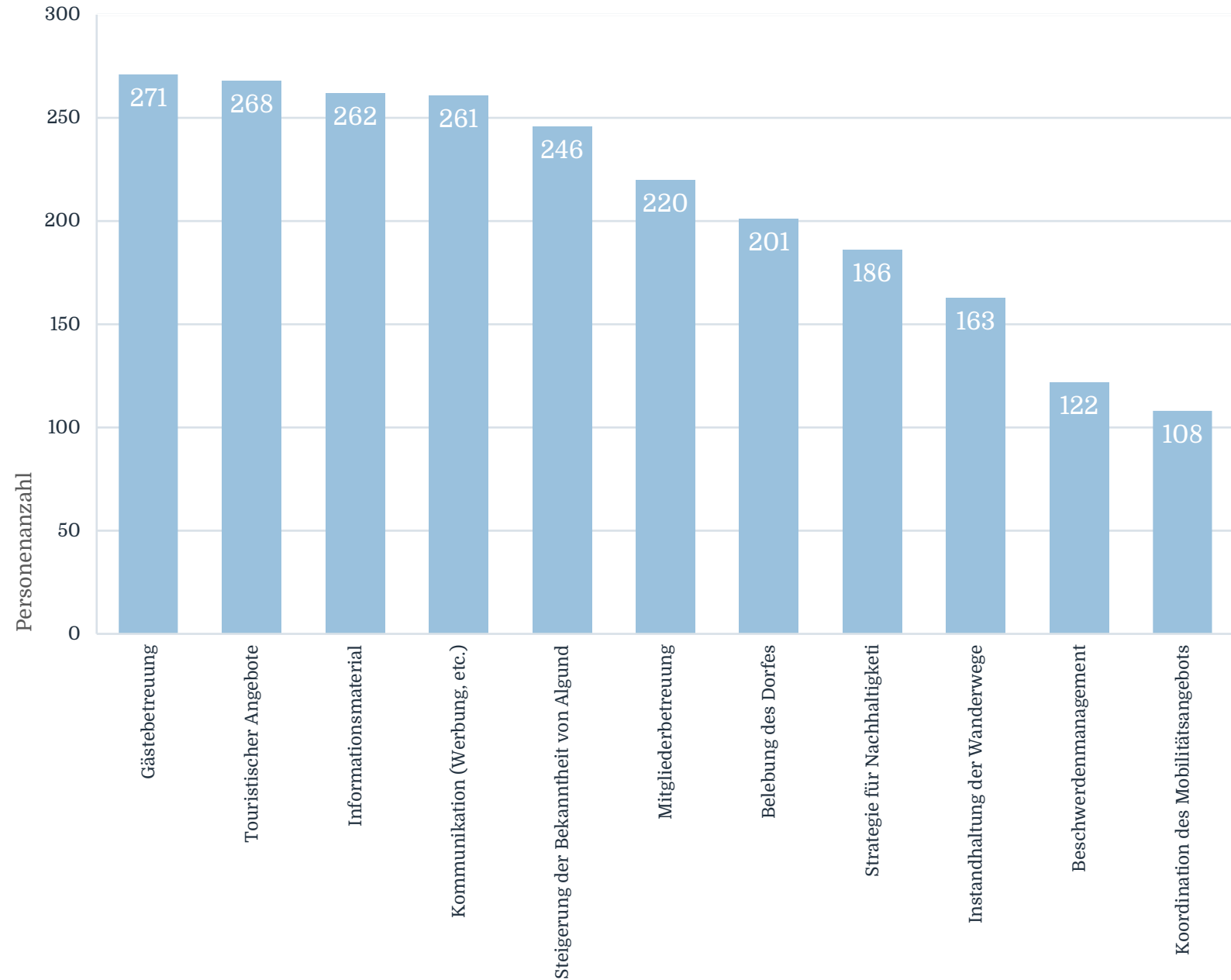
■ Ja ■ Nein

14. Ist Ihnen bekannt, dass Einheimische Veranstaltungen des Tourismusvereins besuchen können?

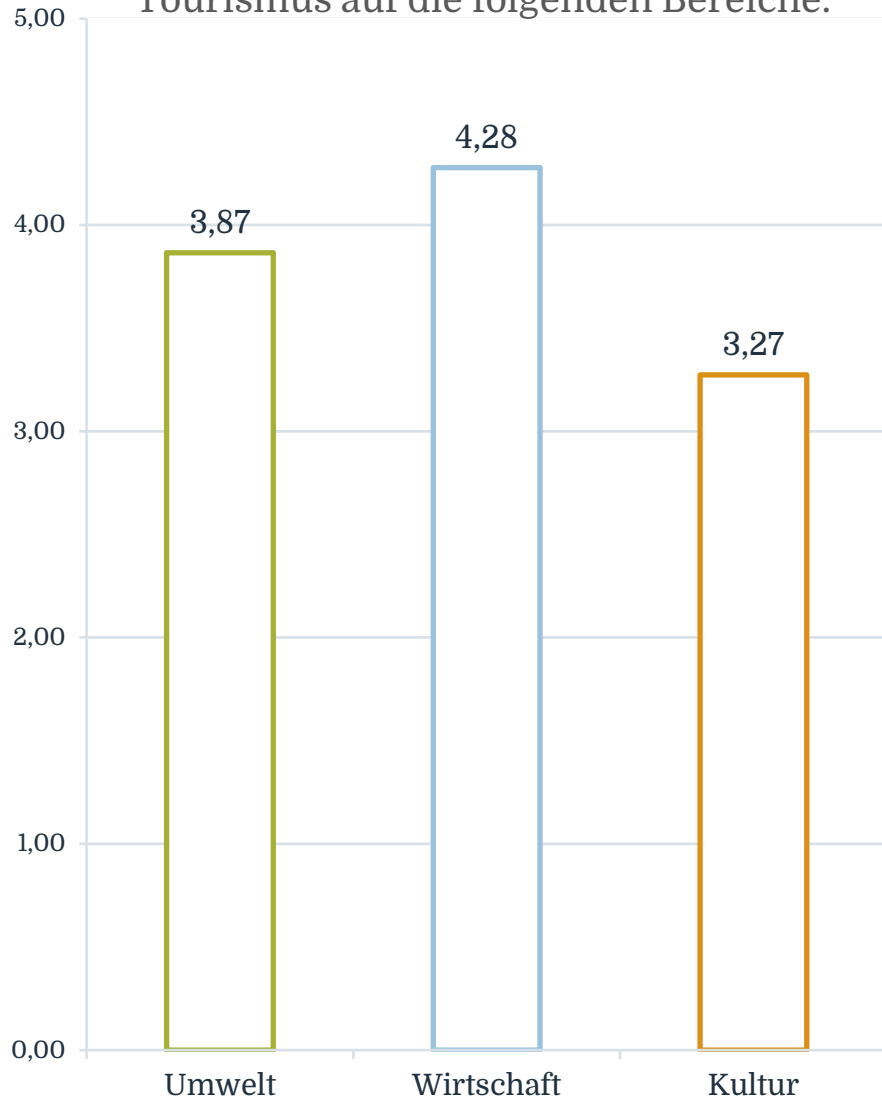


■ Ja ■ Nein

15. Was glauben Sie, welche Aufgaben erfüllt der Tourismusverein Algrund?



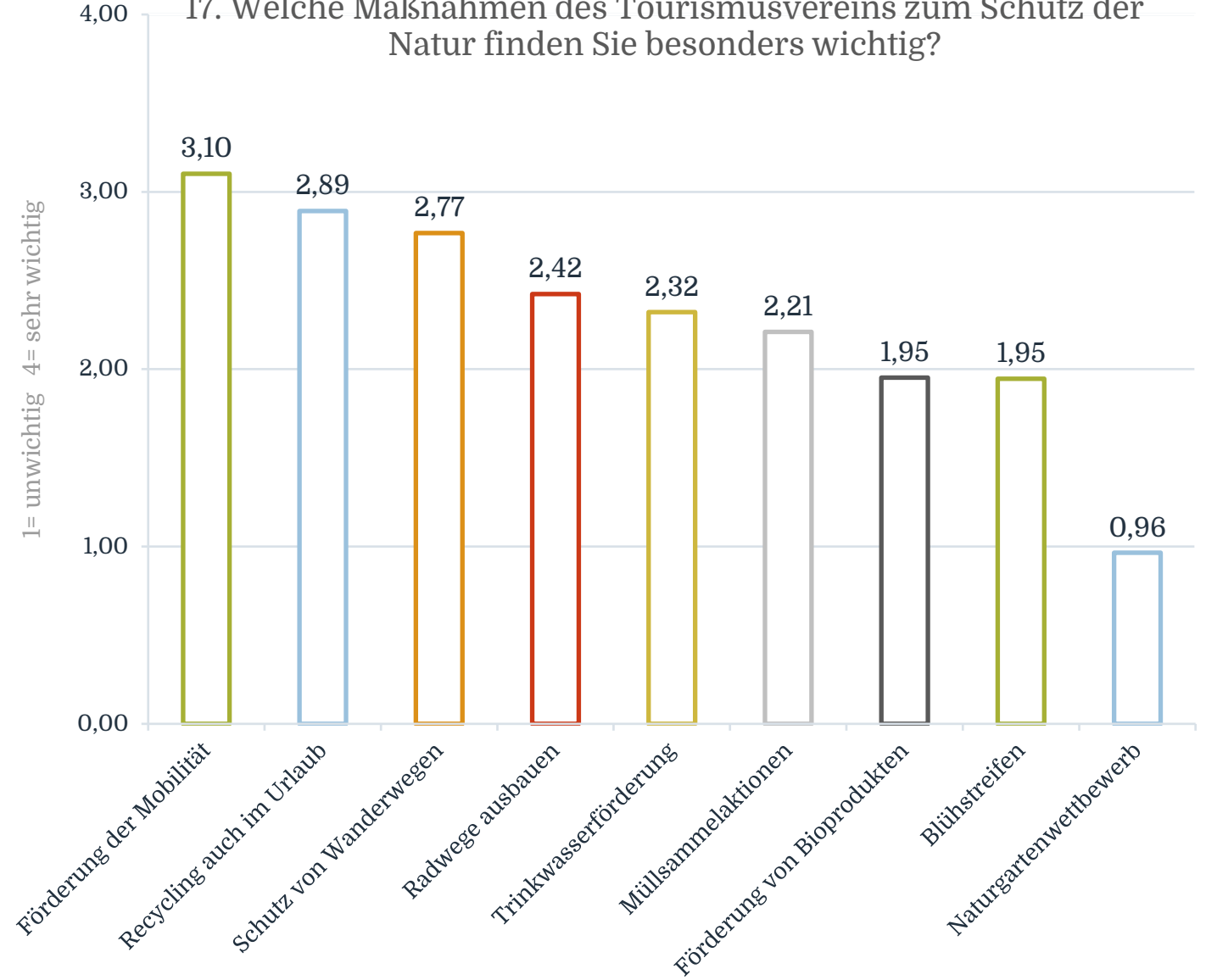
16. Wie bewerten Sie den Einfluss des Tourismus auf die folgenden Bereiche:



1= sehr gering

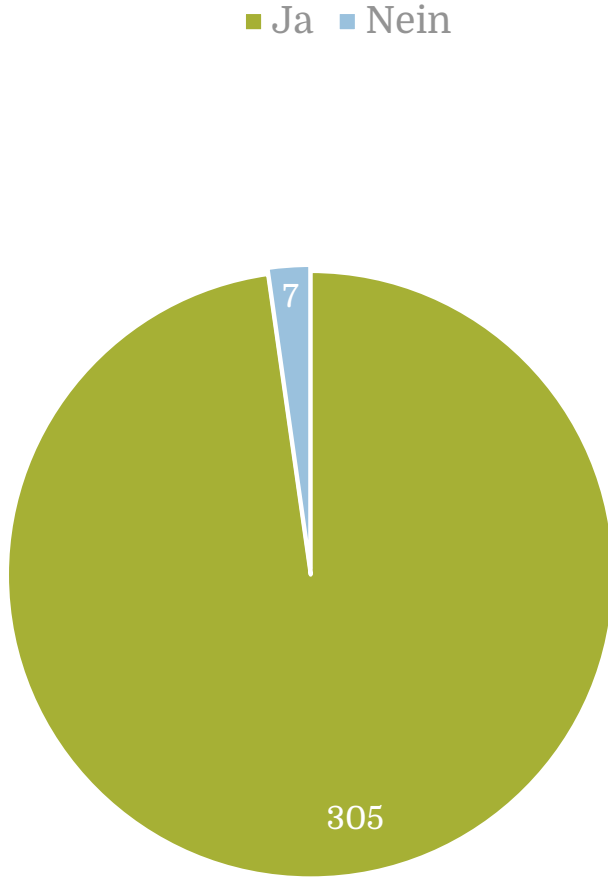
5= sehr hoch

17. Welche Maßnahmen des Tourismusvereins zum Schutz der Natur finden Sie besonders wichtig?

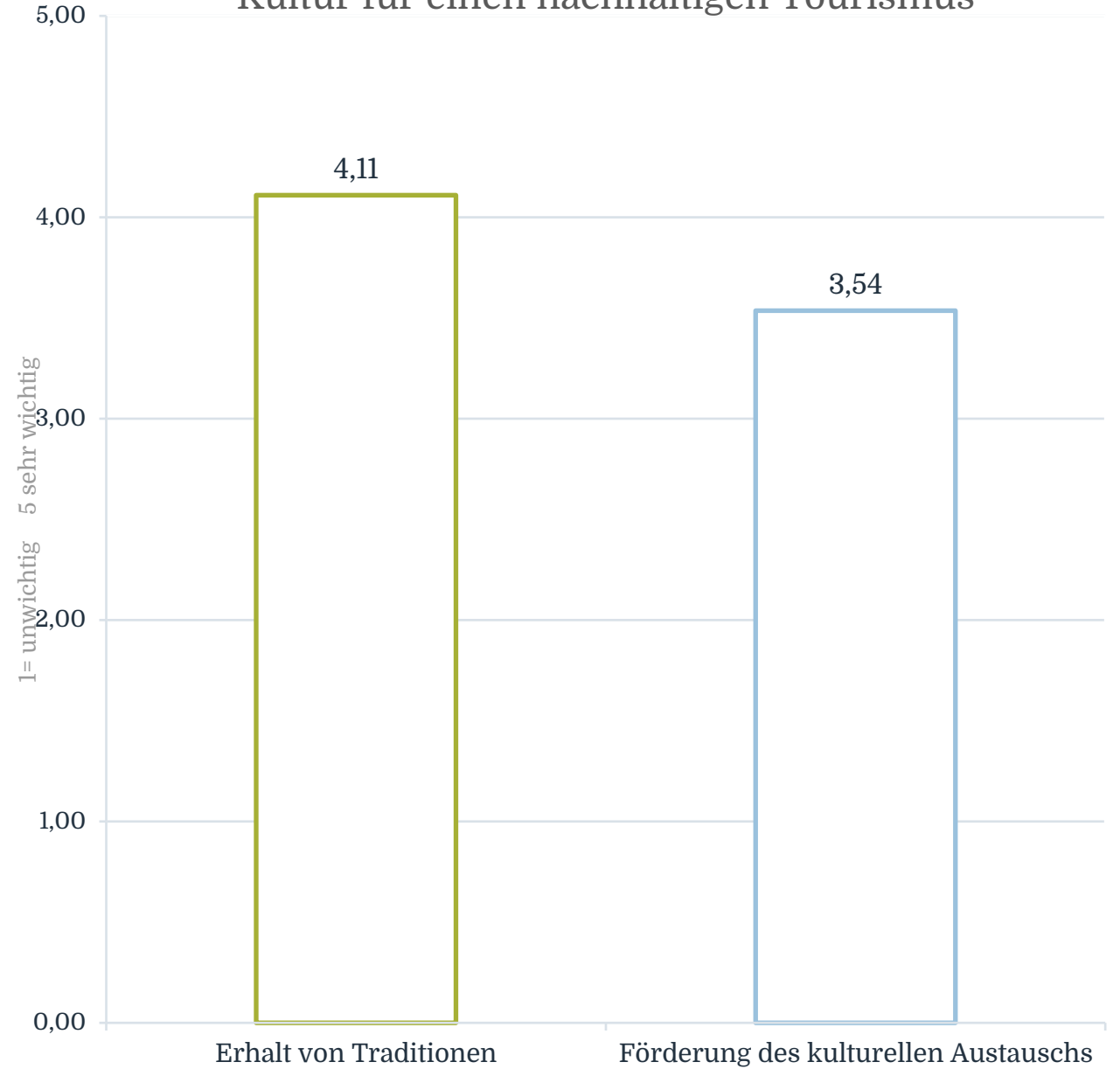


1= unwichtig 4= sehr wichtig

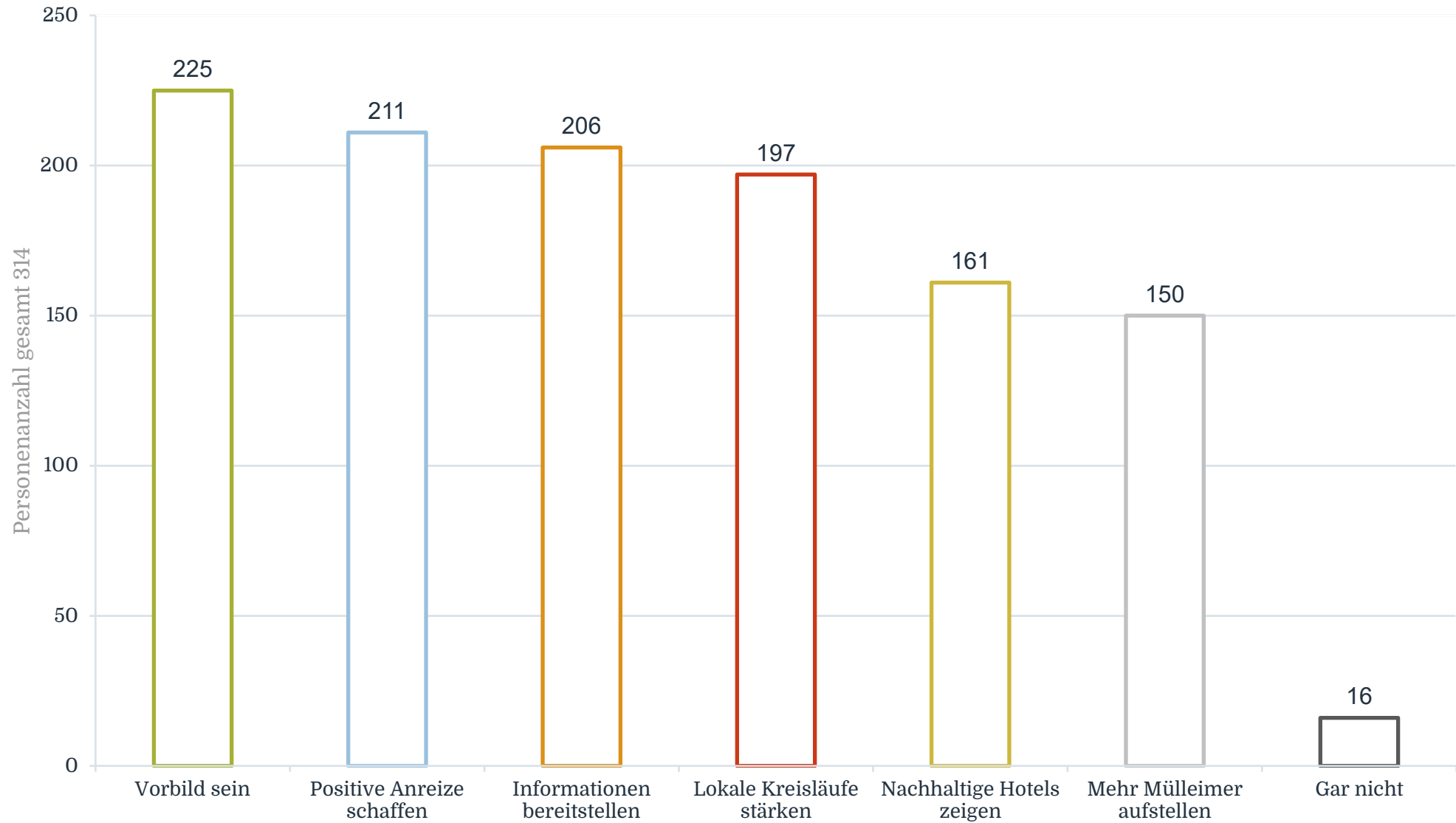
18. Kaufen Sie locale Produkte?



19. Welche Rolle spielen traditionelle Bräuche und Kultur für einen nachhaltigen Tourismus



20. Was glauben Sie, wie können wir Besucher dazu motivieren, sich umweltbewusst zu verhalten?



21. Welche Initiativen oder Projekte für einen nachhaltigen Tourismus in Algund wünschen Sie sich?



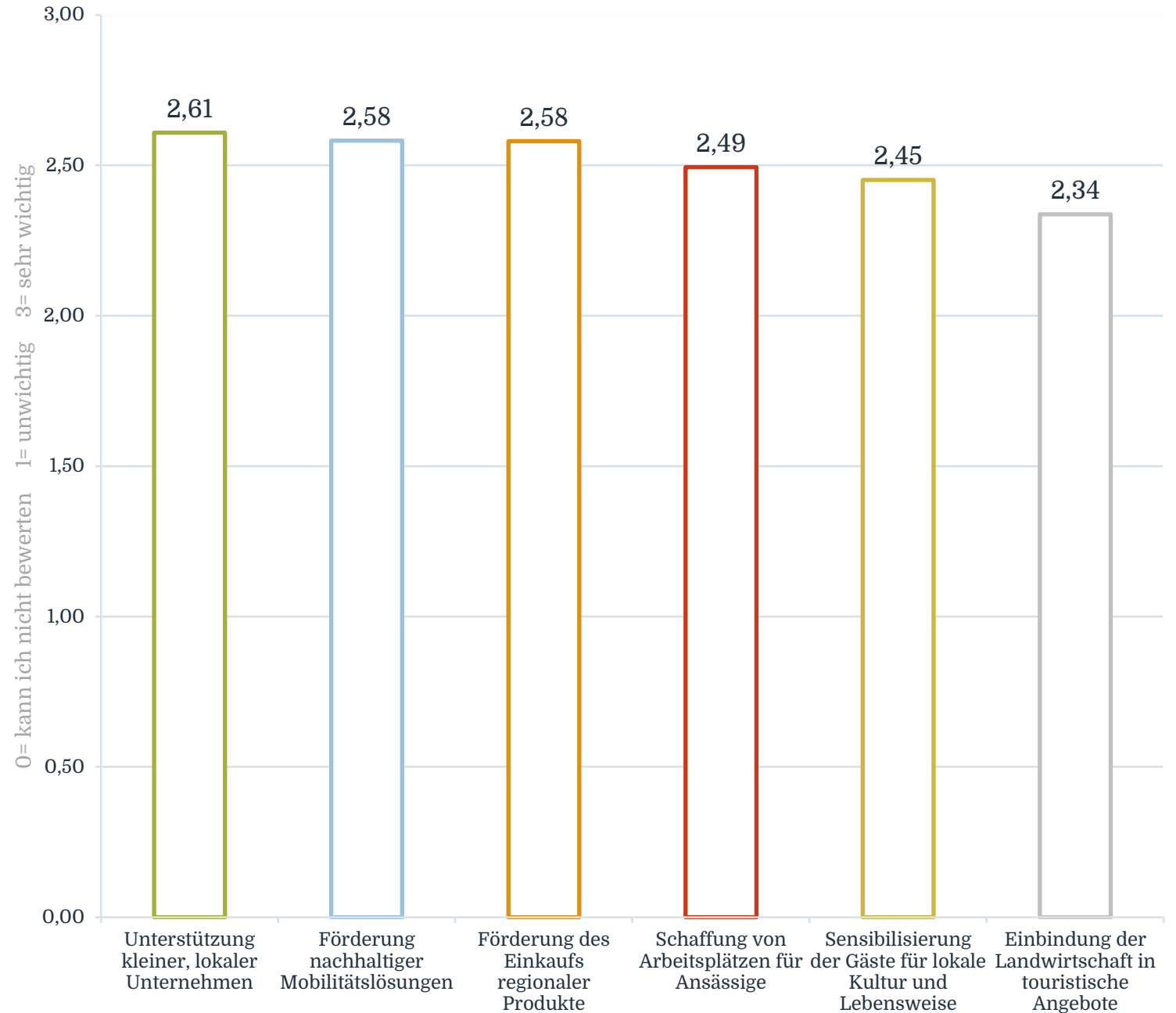
Platz	Initiative / Projekt-Idee	Nennungen
1	Verkehrsberuhigung & E-Mobilität: Ausbau von E-Ladestationen, Reduzierung des Durchgangsverkehrs und Förderung von E-Bikes.	14
2	ÖPNV-Optimierung: Taktverdichtung der Busse (auch abends) und bessere Anbindung der Randgebiete.	12
3	Regionale Produkte & Gastronomie: Stärkere Vermarktung lokaler Erzeugnisse in Hotels und gezielte "Zero-Waste"-Frühstückskonzepte.	11
4	Radwegeninfrastruktur: Sicherer Ausbau der Radwege nach Meran und in die umliegenden Obstwiesen.	9
5	Besucherlenkung: Konzepte zur Vermeidung von Overtourism an Hotspots (z.B. Algunder Waalweg) und Förderung ruhigerer Alternativen.	8
6	Müllvermeidung & Plastikfrei: Initiativen für plastikfreie Hotels und Verbot von Plastikflaschen-, bechern und tellern.	10
7	Naturerhalt & Grüngürtel: Schutz der bestehenden freien Wiesen und Schaffung weiterer öffentlicher Parkflächen/Schattenplätze.	6
8	Sensibilisierung der Gäste: Informationskampagnen vor Ort über nachhaltiges Verhalten in der Natur.	5

22. Sind die Lebensqualität der Algunder:innen und die Bedürfnisse der Gäste im Einklang?

3,21

Mittelwert auf Skala
1 (nein) – 5 (ja)

23. Wie können wir die Vorteile des Tourismus gerechter verteilen, sodass alle davon profitieren?



Platz	Anmerkung / Vorschlag	Nennungen
1	Qualität vor Quantität: Fokus auf hochwertige Angebote statt auf eine reine Erhöhung der Bettenanzahl. BETTENSTOP respektieren.	12
2	Erhalt des Dorfcharakters: Warnung vor zu viel Neubau und dem Verlust der Identität durch "Betonierung".	10
3	Parkplatzproblematik: Wunsch nach Parkleitsystemen, um Suchverkehr in Wohngebieten zu vermeiden.	8
4	Plastikverbot, oder Plastikpfand einführen und Recyclinghof soll nicht nur Plastikflaschen sondern auch Joghurtbecher und andere recycelbare Dinge annehmen	8
5	Verkehrsaufkommen: Kritik an der Lärmentwicklung durch Motorräder und hohes Verkehrsaufkommen auf den Hauptstraßen.	7
6	Preisentwicklung: Sorge, dass Algund für Einheimische und Durchschnittsverdiener zu teuer wird (Gastronomie/Wohnen).	7
7	Tourismusverein macht gute Arbeit und dieser Fragebogen ist gute Initiative	6
7	Zusammenhalt Ortsteile: Bessere Einbindung der höher gelegenen Höfe/Ortsteile in touristische Konzepte.	4
8	Sauberkeit: Mehr Abfalleimer (mit Trennsystem) an stark frequentierten Wanderwegen.	4

1. Pfeiler A: Nachhaltiges Destinationsmanagement

GSTC-Kriterium Nachhaltigkeitsstrategie & Stakeholder-Engagement:

Mit einer Beteiligung von 314 Personen (274 online, 40 analog) hat Algund eine solide Datenbasis geschaffen. Die Befragung belegt, dass die Gemeinde die Meinung der Bevölkerung aktiv einholt.

Handlungsempfehlung: Die Tatsache, dass 3,53 von 5 Punkten beim Informationsstand erreicht wurden, zeigt, dass die Kommunikation gut ist, aber noch Potenzial für eine noch tiefere Einbindung der Bürger besteht.

2. Pfeiler B: Sozioökonomische Nachhaltigkeit

GSTC-Kriterium Wohlergehen der Gemeinschaft & Einbindung der Bewohner:

Kritischer Punkt: Die Frage, ob Lebensqualität und Gäste-Bedürfnisse im Einklang stehen, wurde mit **3,21** (Mittelwert) bewertet. Das ist ein moderat positiver Wert, zeigt aber eine merkbare Spannung.

Overtourism & Akzeptanz: in den freien Antworten wurde der Bettenstopp des Öfteren zitiert.

Positiv: Die Unterstützung lokaler Unternehmen (2,61 von 3) wird als sehr wichtig wahrgenommen. Dies zählt direkt auf das Kriterium B1 (Lokale Wirtschaftsförderung) ein.

3. Pfeiler C: Kulturelle Nachhaltigkeit

GSTC-Kriterium Erhalt des kulturellen Erbes:

Der Wunsch nach dem „Erhalt des Dorfcharakters“ (Platz 2 der Anmerkungen) zeigt, dass die Bevölkerung den Tourismus als potenzielle Bedrohung für das visuelle und soziale Erbe wahrnimmt.

4. Pfeiler D: Ökologische Nachhaltigkeit

GSTC-Kriterium Schutz sensibler Umgebungen & Mobilität:

Stärke: Mit einem Wichtigkeitswert von **4,14** für Umwelt- und Klimaschutz ist die Bevölkerung ein starker Verbündeter für grüne Projekte.

Mobilität: Das Top-Thema in den Freitexten ist der Verkehr (E-Mobilität, ÖPNV-Taktung, Radwege). Dies entspricht direkt den GSTC-Anforderungen zur Reduktion von Emissionen im Zielgebiet.

Abfallmanagement: Der Wunsch nach Plastikverbotten und besseren Trennsystemen (Platz 4 der Anregungen) liefert Ihnen die Rechtfertigung für strengere Auflagen gegenüber Gastbetrieben (Kriterium D6: Abfallreduzierung).

Tourismusverein Algund

GSTC-Themenbereich	Status aus der Umfrage	Strategische Relevanz
Bürgerbeteiligung	Sehr gut (314 Teilnahmen)	Erfüllt Anforderungen an Stakeholder-Dialog.
Akzeptanz	Kritisch-konstruktiv (3,21/5)	Handlungsbedarf bei Besucherlenkung & Bettenstopp.
Ökologie	Sehr hohe Priorität (4,14/5)	Starkes Mandat für Investitionen in Mobilität & Umwelt.
Lokale Wirtschaft	Hohe Wertschätzung	Bestätigt den Fokus auf regionale Kreisläufe.



- ✓ **Informationsstand und Kommunikation:** Die Bürgerinnen und Bürger bewerten den Informationsstand über die Arbeit des Tourismusvereins mit 3,53 von 5 Punkten. Das Team interpretiert dies als grundsätzlich gute, aber ausbaufähige Kommunikation.
- ✓ **Pestizideinsatz im Obstbau:** Dieses Thema wurde laut Protokoll in beiden Umfragen kritisch angesprochen und betrifft damit auch die Einwohnerinnen und Einwohner direkt.
- ✓ **Lokale Wertschöpfung und Landwirtschaft:** Der Wunsch nach stärkerer Sichtbarkeit und Unterstützung lokaler Bauern und Betriebe kam im Team als Reaktion auf die Umfrageergebnisse zur Sprache.
- ✓ **Nachhaltige Mobilität für Einheimische:** Das Projekt ebike2work 2026 richtet sich ausdrücklich an Bürgerinnen und Bürger, nicht an Gäste.
- ✓ **Lebensqualität und Klimaanpassung:** Der Wunsch nach mehr Schattenplätzen (zum Beispiel Erhalt der Steineichen beim Friedhof) betrifft vor allem die Wohnbevölkerung.
- ✓ **2. Maßnahmen für den Aktionsplan**
- ✓ Diese konkreten, terminierten Punkte aus dem Protokoll sollten in den Aktionsplan (A.2.2) übernommen werden, sofern noch nicht enthalten:
- ✓ **3. Ergänzungen für die Strategie 2025 bis 2030**
- ✓ Folgende Punkte betreffen die strategische Ebene und sollten im entsprechenden Kapitel ergänzt werden:
- ✓ **Kapitel Sozio Ökonomische Nachhaltigkeit / Transparenz (B, A.3.2)**
Aufnahme des Ziels, jährlich mindestens drei redaktionelle Beiträge über die Tourismusarbeit in der ALM zu veröffentlichen, als konkrete SMART Maßnahme zur transparenten Kommunikation mit der Bevölkerung.
- ✓ **Kapitel Kulturelle Nachhaltigkeit (C)**
Namentliche Nennung der Ortsteile Aschbach, Vellau, Töll und weiterer in der Strategie, ohne zusätzliche Maßnahmen, da der Bestand hier bereits positiv bewertet wird. Ergänzend die Aufnahme des Bunkers Töll als materielles Kulturerbe.
- ✓ **Kapitel Ökologische Nachhaltigkeit, Biodiversität (D.1, D.4)**
Aufnahme der Sensibilisierung zum Pestizideinsatz im Obstbau als Maßnahme, mit Verweis darauf, dass dieses Thema in beiden Umfragen genannt wurde.
- ✓ **Kapitel Sozio Ökonomische Nachhaltigkeit, lokale Wertschöpfung (B.3)**
Stärkere Verankerung der Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft und Tourismusbetrieben sowie der Schrebergärten als Beispiel für gelebte regionale Kreisläufe.
- ✓ **Kapitel Beteiligung der Anwohner (A.5, A.6.1)**
Formale Verankerung, dass Ergebnisse von Gäste und Einwohnerumfragen künftig regelmäßig veröffentlicht und mit abgeleiteten Maßnahmen versehen werden, als wiederkehrender Prozess und nicht als Einzelmaßnahme.

Maßnahmen für den Aktionsplan

Thema	Maßnahme
Kommunikation	Mindestens drei Beiträge pro Jahr in der ALM über die Arbeit des Tourismusvereins veröffentlichen
Biodiversität	Sensibilisierung zum Pestizideinsatz im Rahmen der Apfelführungen (TV)
Lokale Wertschöpfung	Treffen zwischen Bauern und Betrieben organisieren (TV, Bauernbund und Gemeinde)
Lokale Wertschöpfung	Interview mit D.A. Genussgarten als Best Practice aufbereiten und veröffentlichen
Lokale Wertschöpfung	Schrebergärten „Gundis Garten“, Abschluss Ende 2027, 25 bis 30 Parzellen (Gemeinde)
Mobilität für Einheimische	ebike2work 2026, offizielle Übergabe am 19. September (Gemeinde)
Klimaanpassung	Schattenplätze erfassen, eventuell kartieren (TV), Steineichen beim Friedhof nicht zurückschneiden (Gemeinde)
Kultur	Bildungsausschuss und Chronistenverein einbinden, Sponsorenbeiträge für Vereine im Konto Nachhaltigkeit erfassen
Veröffentlichung	Umfrageergebnisse und abgeleitete Maßnahmen auf der Website veröffentlichen (TV)