



Einwohnergemeinde Kandersteg

Masterplan Kandersteg 2025



A Statusbericht Ist-Profil

Masterplan bestehend aus:

- A Statusbericht Ist-Profil (Phase 1), rev. gemäss Beschluss Gemeinderat vom 15.12.2011 und 21.11.2012
- B Statusbericht Soll-Profil (Phase 2), rev. gemäss Beschluss Gemeinderat vom 22.2.2012 und 21.11.2012
- C Masterplan (Phase 3), rev. gemäss Beschluss Gemeinderat vom 15.5.2012 und 21.11.2012
- D Bericht Konsultation Bevölkerung 7.6. bis 13.7.2012, rev. gemäss Beschluss Gemeinderat vom 19.9.2012
- E Bericht Foren 12.10.2012 und 15.10.2012, rev. gemäss Beschluss Gemeinderat vom 21.11.2012

Impressum

Auftraggeberin:

Einwohnergemeinde Kandersteg
Postfach 114, 3718 Kandersteg

Auftragnehmerin:

ecoptima, Spitalgasse 34, Postfach, 3001 Bern
Telefon 031 310 50 80, Fax 031 310 50 81
www.ecoptima.ch, info@ecoptima.ch

Bearbeitung:

Richard Trachsel, ecoptima ag
Rolf Albisser, ecoptima ag
Isabelle Aberegg, ecoptima ag

Inhalt

A	Statusbericht Ist-Profil (Phase 1)	5
I	Einleitung	5
1.	Ausgangslage	5
2.	Zielsetzungen	6
3.	Organisation	6
4.	Auftrag	7
5.	Vorgehen und Terminplan	7
6.	Methodik	8
II	Standortanalyse	9
1.	Lage	9
2.	Wahrnehmung	10
3.	Infrastrukturen	12
4.	Bau- und planungsrechtliches Umfeld	15
5.	Öffentliche Finanzen	17
5.1	Voranschlag 2012	17
5.2	Investitionsprogramm (Verwaltungsvermögen)	17
5.3	Anlagen des Finanzvermögens	17
5.4	Spezialfinanzierungen	17
5.5	Befristete Beiträge der Gemeinde	17
5.6	Verbände, Mitgliedschaften, Beteiligungen	18
5.7	Unterstützungs- und Fördergelder	19
III	Statistische Grundlagen	20
1.	Bevölkerung	20
1.1	Bevölkerungsentwicklung	20
1.2	Altersstruktur (ständige Wohnbevölkerung)	21
1.3	Schulplanung	22
2.	Wirtschaft und Gewerbe	23
2.1	Sektoren	23
2.2	Zu- und Wegpendler	24

3.	Wohnen	25
3.1	Wohnungsproduktion Kandersteg	25
3.2	Erst- und Zweitwohnungsbestand	26
3.3	Wohnungsgrössen Erst- und Zweitwohnungen 2000	28
3.4	Wohnbaulandreserven	29
3.5	Rahmenbedingungen Zweitwohnungsbau	30
4.	Tourismus	31
4.1	Logiernächte total	31
4.2	Saisonale Verteilung der Hotel-Logiernächte	31
4.3	Logiernächte nach Unterkunftsform	32
4.4	Durchschnittliche Aufenthaltsdauer	32
4.5	Logiernächte Kandersteg nach Herkunft	33
4.6	Tagesausgaben nach Herkunft	35
IV	SWOT-Analyse	36
1.	Was gefällt Ihnen am heutigen Zustand sehr gut?	37
1.1	Stärken Bevölkerung	37
1.2	Stärken Tourismus	38
1.3	Stärken Gewerbe	38
2.	Was stört Sie am heutigen Zustand besonders?	39
2.1	Schwächen Bevölkerung	39
2.2	Schwächen Tourismus	41
2.3	Schwächen Gewerbe	42
3.	Welche Entwicklungen befürchten Sie besonders?	43
3.1	Bevölkerung	43
3.2	Tourismus	44
3.3	Gewerbe	44
4.	Was wünschen Sie sich für die Zukunft?	45
4.1	Bevölkerung	45
4.2	Tourismus	45
4.3	Gewerbe	45
5.	Ist-Profil	46
V	Kernkompetenzen und Entwicklungsschwerpunkte	47
	Quellenverzeichnis	48
	Anhang	50

A Statusbericht Ist-Profil (Phase 1)

I Einleitung

1. Ausgangslage

Die Gemeinde Kandersteg hat in jüngster Zeit mit verschiedenen Schwierigkeiten zu kämpfen. Gründe und Anzeichen dafür sind in folgenden Bereichen zu finden:

- zu wenig junge Einwohnerinnen und Einwohner
- den Steuereinnahmen
- den Arbeitsplätzen
- der Zahl der Logiernächte
- den unterschiedlichen Frequenzen der drei Bergbahnen
- im ungenügenden Zustand der Sprungschanzen-Anlage
- der dürftigen Belegung der militärischen Anlagen, weil die Schweizer Armee zunehmend abzieht (Schliessung Kaserne „Bären“ per 31.12.2011 auch für Fremdbenutzer)
- der starken Abnahme bei der Erneuerung der Hotel- und Gastronomie-Betriebe
- der Überalterung der Infrastruktur in der Hotellerie (Möglichkeiten/ Gelder für Neuinvestitionen fehlen)
- im Verkehr
- im allgemeinen Klimawandel (Schneemangel, Naturereignisse)
- der sehr starken Abhängigkeit des an sich gesunden Gewerbes vom Tourismus
- der ungenügenden direkten nationalen und internationalen Bahnerschliessung seit Inbetriebnahme der NEAT

Es sind verschiedene Wünsche und Ideen vorhanden, aber auch Projekte bereits in der Realisationsphase, um diesen Tendenzen entgegen zu wirken. Einige für die Gemeinde besonders wichtige Projekte sind:

- Neunutzungen von bisher militärisch genutzten Arealen als Wohnzonen für Ortsansässige
- eine verbesserte regionale und internationale Verkehrs-Anbindung sowie eine «kleine» Umfahrung
- der geplante Schanzenbau
- die von Kandertal Tourismus erarbeiteten Projekte für ein «Info-Center» Mülmen und ein Haus des Gastes in Kandersteg.

2. Zielsetzungen

Am 28. April 2010 hat der Gemeinderat beschlossen, einen Masterplan 2025 zu erarbeiten. Mit dem Masterplan sollen insbesondere folgende Zielsetzungen erreicht werden:

- Grundlage für die Investitionsplanung
- Erhöhung der Planungs-Sicherheit
- Einhaltung Vorgaben Kant. Richtplan zum Zweitwohnungsbau
- Masterplan enthält private und öffentliche Projekte
- Gemeinsame Entwicklung mit Leistungsträgern und Bevölkerung
- Gemeinsame Vorwärtsstrategie der Leistungsträger
- Bestandesaufnahme der Bedürfnisse und Wünsche der verschiedenen Zielgruppen
- Darstellung der Investitions- und Folgekosten
- Darstellung der Abhängigkeiten zwischen privaten und öffentlichen Investitionen
- Prioritätensetzung der wichtigsten von der Gemeinde unterstützten Projekte
- Darstellung der Machbarkeit der Investitionen
- Formulierung von Massnahmen zur Projektrealisierung
- Prioritätensetzung: Was ist uns wichtig und was wollen wir ändern

In diesem Masterplan geht es um eine Auseinandersetzung mit den Herausforderungen und Möglichkeiten der Standortentwicklung der Gemeinde Kandersteg bis 2025. Die Gemeinde Kandersteg möchte damit ihre Position als Wohn-, Wirtschafts- und Tourismusstandort langfristig stärken und die bestehenden Schwachpunkte ausmerzen.

3. Organisation

Der Masterplan wird von der ecoptima ag Bern in Zusammenarbeit und im Austausch mit einer Kerngruppe erarbeitet. Dieser Kerngruppe gehören folgende Mitglieder an:

- P. Breitschmid: Gemeinderats-Vizepräsident, Ressort Finanzen
E. Germann: Gemeindeschreiber, Mitarbeit Projekt „Enjoy Switzerland“ (bis April 2012)
D. Weissenberger: Gemeindeverwalter (ab April 2012)
M. Luderer: Gemeinderätin, Ressort Kultur, Freizeit, Tourismus und Sport
M. Wyss: Präsidentin Kandersteg Tourismus, Hotellerie Kandersteg, im Vorstand Kandertal Tourismus
F. Jost: Präsident Kandertal Tourismus, technischer Leiter bei der Bergbahnen Adelboden AG und Stellvertreter des Direktors
B. Müller: Inhaber Bäckerei/Konditorei, Präsident Handwerker-/Gewerbeverein

Bei Bedarf können zusätzliche Personen beigezogen werden.

4. Auftrag

Von der Kerngruppe wird erwartet, dass sie einen «Masterplan light Kandersteg 2025» entsprechend den Vorgaben des beco zum Projektlauf und zum Projektinhalt erarbeitet.

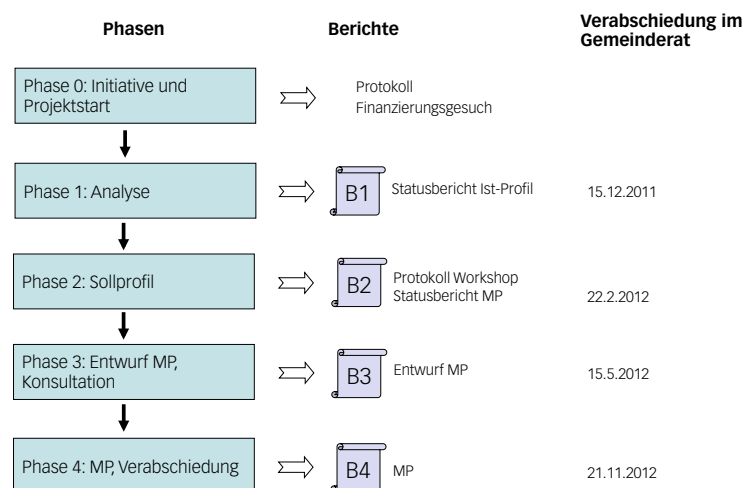
Von einem Masterplan «light» wird gesprochen, weil er sich namentlich auf die Themen «**Bevölkerung**», «**Tourismus**» und «**Gewerbe**» konzentrieren soll. Der „Tourismus“ nimmt dabei als der mit Abstand wichtigste Wirtschaftsmotor eine zentrale Stellung ein.

Der Masterplan ist deshalb nicht eine komplette Aufzählung aller Bedürfnisse der Gemeinde Kandersteg. Es werden nur diejenigen Bedürfnisse in den Masterplan aufgenommen, die entweder für die Standortentwicklung von zentraler Bedeutung sind oder eine Koordination zwischen Tourismus-trägern (Hotellerie, Bahnen, Gewerbe, Kandersteg Tourismus, etc.) und der Gemeinde erfordern.

Der Masterplan soll Projektblätter (Projektbeschreibungen) und ein Termin- und Realisierungsprogramm bis 2025 enthalten.

5. Vorgehen und Terminplan

Die Erarbeitung des Masterplans erfolgt in fünf Phasen:



6. Methodik

Der vorliegende **Statusbericht Masterplan** enthält im **Teil A den Statusbericht Ist-Profil (Phase 1)**, der die bisherige Entwicklung und den aktuellen Stand festhält. Das Ist-Profil bildet die Grundlage für **den Statusbericht Soll-Profil (Phase 2) im Teil B**. Das Soll-Profil beschreibt generelle Zielsetzungen, Sollprofile und priorisierte Massnahmen.

Das Ist-Profil und das Soll-Profil wurden zusammen mit der Kerngruppe in Form von je einem Workshop und je einer Bereinigungssitzung erarbeitet und ergänzt mit den Resultaten aus der Konsultation Bevölkerung vom 7.6. bis 13.7.2012 und der Foren vom 12.10.2012 und 15.10.2012. Für das Ist-Profil wurden verfügbare statistische Daten ausgewertet und interpretiert (vgl. Anhang Quellenverzeichnis). Auf spezielle Erhebungen wurde bewusst verzichtet.

II Standortanalyse

1. Lage

Kandersteg ist im Vergleich zu anderen Ferienorten in den Schweizer Alpen rasch und einfach zu erreichen:

Anschluss per Auto

Von Norden her kommend erfolgt die Anreise via die Autobahnen über Basel (A2) bzw. Zürich (A1) nach Bern, von Westen via Genf (A1) nach Bern. Ab Bern gelangt man via Autobahn A6 nach Thun und Spiez. Nach weiteren 24 km gut ausgebauter Kantonsstrasse wird Kandersteg via Frutigen erreicht. Die Reisezeiten ab Basel und Zürich betragen 2 Stunden, ab Bern 1 Stunde. Bei der Anreise von Süden ist Kandersteg durch den Simplontunnel und via Lötschberg-Autoverlad in Goppenstein erschlossen.

Mit der Bahn

Kandersteg ist im Vergleich mit anderen Feriendestinationen mit der Bahn via Bern, Basel, Zürich, Genf oder Brig von vielen europäischen Städten aus einfach zu erreichen. Es verkehren stündlich InterCity- und EuroCity-Züge bis Bern oder Spiez. Die Fahrzeiten ab Bern betragen 1 Stunde, ab Zürich und Basel weniger als 2 ½ Stunden.

Einerseits bieten die - seit der Inbetriebnahme des NEAT-Basistunnels - verkürzten Reisezeiten innerhalb der Schweiz für Kandersteg neue Anschlussmöglichkeiten via Frutigen. Andererseits wird Kandersteg von den nationalen und internationalen Zügen nicht mehr bedient.

Mit dem Flugzeug

Mit dem Flugzeug erreicht man Kandersteg via die wichtigsten internationalen Flughäfen Bern, Genf, Zürich, Basel und guten Anschlüssen per Bahn.

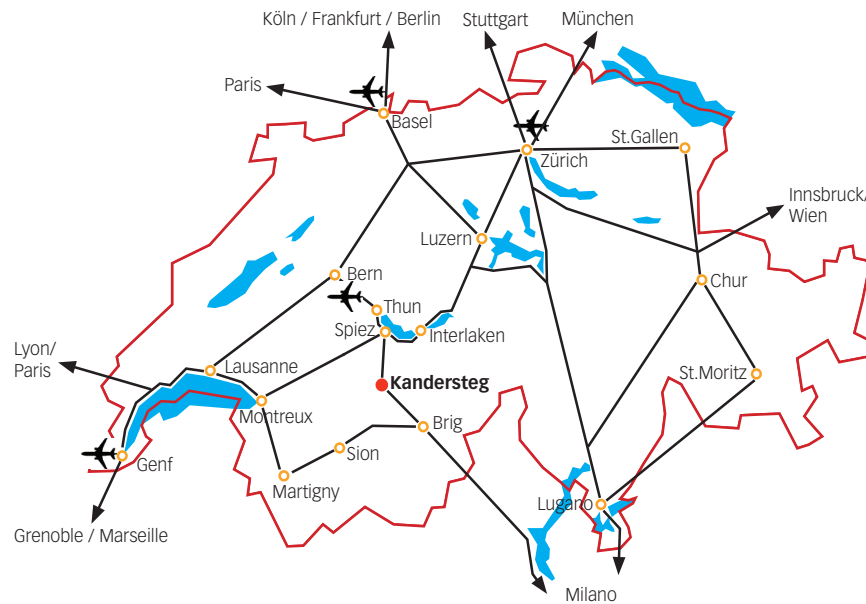


Abb. 1: Verkehrserschliessung von Kandersteg

Die politische Gemeinde Kandersteg gehört zum Verwaltungskreis Frutigen-Niedersimmental im Kanton Bern und liegt auf 1'174 m ü.M. am Ende des Kandertals. Mit 133.86 km² ist Kandersteg die viertgrösste Gemeinde im Kanton Bern, nur 30% der Fläche ist aufgrund der alpinen Lage nutzbar. Höchster Punkt ist das Balmhorn (3698m), tiefster Punkt Bühl (1150m). Kandersteg liegt im Perimeter des UNESCO Welterbe Schweizer Alpen Jungfrau-Aletsch.

2. Wahrnehmung

Kandersteg wird von aussen primär als Ort für sanften Tourismus (1) wahrgenommen. Im Sommer sind es USP's (unique selling proposition; Alleinstellungsmerkmale) wie z.B. der Oeschinensee, Sunnbühl (Gemmpass), Gasterntal (Kandergletscher) oder das weitläufige Wandernetz und das internationale Pfadizentrum, im Winter ist Kandersteg bekannt für seine Langlaufloipen.

(1) Seit Beginn der 1980er Jahre entstand eine Gegenbewegung zum Massentourismus, der Sanfte Tourismus. Dabei sollen Vorstellungen eines umwelt- und sozialverträglichen Reisens zu einer Lösung, zumindest aber einer Entschärfung der mit dem Tourismus verbundenen Probleme beitragen. Er fördert die nachhaltige Nutzung touristischer Gegebenheiten, Respekt vor den kulturellen Traditionen der bereisten Länder und einen schonenden Umgang mit den natürlichen Ressourcen. Inzwischen ist der Begriff „Sanfter Tourismus“ durch den Begriff nachhaltiger Tourismus abgelöst worden. (Quelle: wikipedia.com)



Abb. 2: Ansicht Kandersteg von Osten (Quelle: Kandertal Tourismus).

Das Ortsbild ist gut erhalten und die Lage ohne Durchgangsverkehr verspricht ruhige und erholsame Ferien in intakter Umwelt und Natur. Kandersteg wird jedoch auch als reine Durchgangs-Station wahrgenommen. Ausserhalb des Ortszentrums wird der BLS-Autoverlad nach Goppenstein benutzt. Seit der Inbetriebnahme des Lötschberg-Basistunnels von Frutigen nach Raron wird Kandersteg vom nationalen und internationalen öffentlichen Durchgangsverkehr nicht mehr bedient.



Abb. 3: Oeschinensee und Blümlisalp (Quelle: Kandertal Tourismus).

3. Infrastrukturen

Kandersteg weist folgende Infrastrukturen auf (die Aufzählungen sind nicht abschliessend):

Verkehrerschliessung

Strasse

Auf der Strasse gelangt man von Spiez (Autobahn A6 von Bern) über Frutigen nach Kandersteg. Hier besteht eine Verbindung per Autoverlad nach Goppenstein im Kanton Wallis sowie während der Ferienzeiten nach Iselle in Italien.

Bahn

Stündliche Eisenbahnanschlüsse nach Bern und Brig bestehen mit der Lötschbergbahn.

Bus

Kandersteg verfügt über eine stündliche Busverbindung nach Frutigen. Ortsbuslinien verbinden den Bahnhof Kandersteg mit der Talstation Sunnbühl, respektive der Talstation Oeschinen. Eine private Buslinie erschliesst in der Sommersaison das Gasterntal.

Schulen und Ausbildung

Kindergarten und Primarschule bis 6. Klasse in Kandersteg.

7. bis 9. Klasse in Kandergrund. Sekundarschule in Frutigen, Gymnasium in Thun oder Interlaken wählbar.

Es gibt ein gutes Lehrstellen-Angebot in der Region, die Lehrstellen in Kandersteg können jedoch nicht immer besetzt werden.

Familienarbeit

Familienexterne Betreuungsmöglichkeiten existieren praktisch nicht. Es gibt keine Kinderkrippenplätze und keine Tagesfamilien. Einmal pro Woche wird ein pädagogisch betreuter Mittagstisch angeboten.

Jugendtreffs, Sport- und Freizeitangebote für Jugendliche und Kinder

Mit 31 Vereinen existiert ein breites Vereinsangebot. Die Regionale Jugendarbeit Niesen bietet im Auftrag der Gemeinden Reichenbach, Kandersteg, Frutigen und Wimmis vielfältige Angebote für Kinder, Jugendliche und deren Umfeld an. Die „Jugendarbeit Niesen“ wirkt regional und organisiert zum Beispiel Events im bestehenden Jugendraum Kandersteg, welcher von der Gemeinde finanziert wird.

Senioren

Seniorenangebote vom Pfarramt, Seniorenmittagstisch vom Frauenverein, Seniorenturngruppe, Seniorenwandergruppe

Versorgung

Coop, Volg, Lebensmittel, Eisenwaren, Kiosk, 4 Sportgeschäfte mit Mode, Poststelle, 3 Bäckereien, 1 Metzgerei, 2 Banken, Buchladen, Bijouterie, 2 Blumengeschäfte, Getränkedepot, Elektrofachgeschäft, Papeterie. Während der Saison gibt es einen Sonntagsverkauf.

Ortsangebote

65 km Langlaufloipen, Kunsteisbahn, nationale Sprungschanze, Schlittel- und Rodelbahn, Alpinski, geheiztes Freibad, Wanderweg-Netz, Klettersteig, Mountainbike-Routen, Seilpark, Sommerrodelbahn, 2 Tennisplätze, grosser Sandplatz bei der Kaserne Bären, Heimatmuseum, Bibliothek, Vereine.

Business-Gastronomie (Seminar- und Tagesangebote)

6 Hotels, Gemeindesaal mit Catering, Pfadizentrum mit interner Verpflegung.

Touristische Infrastrukturen

- 19 Hotels mit rund 1000 Betten
- ca. 700 Ferienwohnungen mit ca. 1700 Betten
- Campingplatz
- Internationales Pfadizentrum mit jährlich 70'000 Übernachtungen
- 22 Restaurants (inklusive Berghäuser)
- Mehrere Gruppenunterkünfte
- Tourismusbüro „Kandersteg Tourismus“ (Ansprechpartner vor Ort)
- Büro „Kandertal Tourismus“ (Vermarktung Destination)
- BLS-Reisezentrum (Lötschberger)
- Gondelbahn Kandersteg - Oeschinen
- Luftseilbahn Kandersteg - Sunnbüel - (Gemmi)
- Luftseilbahn Kandersteg - Allmenalp (Sommerbetrieb)

Events

kommunal

- Orgelkonzert in der Evang. Kirche
- Besichtigung Dorf- und Pfadfindermuseum
- Besichtigung Fischzucht Vielfalle
- Spielabend im Schwimmbad
- Grillplausch und Ländlerabend in Hotels
- Folkloredarbietung der Dorfvereine
- Käsereibesichtigung
- Pferdekutschenfahrten
- geführte Dorfrundgänge
- Lottomatches
- Altersnachmittage, Mittagstisch fürs Alter
- Unterhaltungsabende der Vereine
- TV Disco
- Snowvolleyturnier
- Weihnachts-Gewerbeausstellung im Gemeindesaal
- Alpabzug
- Kultur in Kandersteg (Kik)

- Reitfest
- Waldfest

regional

- Besichtigung Lötschberg - Basistunnel
- Besichtigung Wasserkraftwerk Kandersteg
- Blausee Openair

national

- Nostalgiewoche Belle Epoque
- Sportveranstaltungen (Eishockey, Curling, Volleyball, Unihockey)
- Ice-Climbing
- Führungen Tropenhaus Frutigen

regional und national

- Langlauf-Anlässe/Wettkämpfe (Nordic Day, Kandersteger Volkslauf)

international

- Aktivitäten Pfadizentrum
- Internationale Hundeschlittenrennen

Energieversorgung

- Licht- und Wasserwerk AG Kandersteg (LWK), Aktienanteil der Gemeinde: ca. 10%.
- Die Licht- und Wasserwerk AG Kandersteg (LWK) ist im Besitz von drei eigenen Wasserkraftwerken, die über 80% des Kandersteger Strom- und 100% des Trinkwasserbedarfs abdecken.

Militär

Die Infrastrukturen für das Militär werden nur noch zum Teil oder nicht mehr gebraucht, da sich das Militär sukzessive aus Kandersteg zurückgezogen hat:

- Schiessplatz im Gasterntal: Zur Zeit noch im Kernbestand, Weiterverwendung in Abklärung; kein Schiesstourismus, d.h. nur Truppen, die Kandersteg belegen
- Kaserne Bären: ist ab 1.1.2012 nicht mehr belegt, wird bis 30.4.2012 besenrein geräumt und ist anschliessend bereit zum Abbruch.
- Die Führungsanlage wird weiterhin genutzt, für ca. 7 bis 12 Wochen pro Jahr.
- Die beiden Gebäude beim Dorfeingang werden nicht mehr von der Armee benutzt
- Die Baracken (ehemals Basisapotheke) werden von der Armee nicht mehr genutzt

4. Bau- und planungsrechtliches Umfeld

Die letzte Ortsplanungsrevision vom 25.3.2011 mit einigen Vorbehalten löste den Richtplan aus den 70er-Jahren ab und ersetzte diesen mit dem Richtplan der Qualitäten und Potenziale. Die baurechtliche Grundordnung wurde überarbeitet und wo nötig angepasst. Der Zonenplan/Richtplan Landschaft aus dem Jahr 2007 wurde nicht bearbeitet.

Folgende Planungsinstrumente sind bestehend und rechtskräftig:

- Richtplan der Qualitäten und Potenziale von Kandersteg (neu, 25.3.2011)
- Baurechtliche Grundordnung
 - Zonenplan Siedlung (überarbeitet, 25.3.2011)
 - Zonenplan Gefahren (neu, 25.3.2011)
 - Baureglement (überarbeitet, 25.3.2011)
 - Zonenplan/Richtplan Landschaft (1995, nicht bearbeitet)
 - Nutzungsplan Landschaft Gasterental, Üschinen, Allmen, Sunnbüehl und Oeschinensee (16.1.2007).
- Gefahrenkarte/Prozessraumkarte Hochwasser (2003/2006, besteht)
- Bauinventar (2009, besteht)

Wohnzone für ortsansässige Personen WoP

Im Zonenplan Siedlung wurde eine Wohnzone für ortsansässige Personen WoP ausgeschieden. „Die Bauten müssen mindestens auf 60% der Bruttogeschossfläche Wohnungen für ortsansässige Personen (fester Wohnsitz und Steuerdomizil in Kandersteg) enthalten. Dies ist grundbuchlich sicherzustellen und im Baugesuch zu bezeichnen. Die Baupolizeibehörde ist für die Sicherstellung zuständig“ (Zonenvorschriften Art. 28, Abs. 1).

Ausserhalb der Wohnzone wurden jedoch noch keine weiteren Massnahmen zur Einhaltung der Vorschriften über den Erstwohnungsanteil (EWAP) ergriffen.

Wohn- und Gewerbezone WG2

In dieser Zone sind Wohn- und Gewerbebauten zugelassen.

Kernzone KA und KB

Die Kernzonen sind gemischte Zonen für Geschäfts-, Gewerbe-, Dienstleistungsbetriebe und Wohnungen.

Eine spezielle Hotelzone ist (noch) nicht ausgeschieden.

Grundstückwerb durch Personen im Ausland

In Ergänzung des Bundesgesetzes über den Erwerb von Grundstücken durch Personen im Ausland (BewG) vom 16.12.1983 (Lex Koller) und der Verordnung (BewV= vom 1.10.1984) hat die Gemeindeversammlung auf Antrag des Gemeinderates am 12. Juni 1999 beschlossen:

1. Bauland: Unüberbaute Baulandparzellen unterliegen der Verkaufssperre.
2. Überbaute Parzellen: Pro Jahr dürfen bis zu 3 überbaute Parzellen verkauft werden. Pro Objekt muss aber der amtliche Wert mindestens Fr. 300'000.- betragen.
3. Eigentumswohnungen: In Liegenschaften mit Eigentumswohnungen dürfen bis zu zwei Drittel der Bruttogeschossfläche, welche auf die Wohnungseinheiten entfallen, verkauft werden.
4. Verkauf von ausländischem Liegenschaftsbesitz: Besitzerinnen und Besitzer mit Wohnsitz im Ausland können ihre Liegenschaft in der Gemeinde ohne Einschränkung an andere Personen im Ausland verkaufen.

5. Öffentliche Finanzen

5.1 Voranschlag 2012

Voranschlag 2012 der Gemeinde Kandersteg:

Total Aufwand	Fr. 6'519'300.-
Total Ertrag	Fr. 6'253'100.-
Aufwandüberschuss	Fr. 266'200.-
Nettoinvestitionen	Fr. 2'466'000.-

Das Gesamtbudget der Gemeinde Kandersteg beträgt 6.5 Mio. Fr., das durchschnittliche Investitionsvolumen: 1.2 Mio. Fr. / Jahr. Die Gemeinde hat keine Verschuldung und ein Nettovermögen von 1.3 Mio. Fr..

5.2 Investitionsprogramm (Verwaltungsvermögen)

Beim Investitionsprogramm handelt es sich um eine Auflistung verschiedener Projekte nach Bruttoinvestitionen, Subventionen/Beiträgen und Nettoinvestitionen entsprechend dem Finanzplan 2011 bis 2016 der Gemeinde Kandersteg (vgl. Anhang Nr. 1).

5.3 Anlagen des Finanzvermögens

Die Gemeinde plant einen Baulandkauf der Liegenschaften Armasuisse im Umfang von Fr. 2'000'000.- und eine Desinvestition durch Landverkäufe bis im Jahre 2016 im Umfang von Fr. 520'000.- (vgl. Anhang Nr. 2).

5.4 Spezialfinanzierungen

Die Gemeinde Kandersteg verfügt über verschiedene Spezialfinanzierungen: Abwasser, Abfall, Wehrdienste und Parkplätze (vgl. Anhang Nr. 3, 4, 5 und 6).

5.5 Befristete Beiträge der Gemeinde

An verschiedene Institutionen zahlt die Gemeinde Kandersteg jährliche Beiträge:

Institution	Betrag in CHF	Bemerkung
Kandersteg Tourismus	63'950.-	Jährlicher Beitrag für die Jahre 2011 und 2012; anschliessend Neuverhandlung
Kandertal Tourismus	225'000.-	Jährlicher Beitrag für die Jahre 2011 und 2012; anschliessend Neuverhandlung. Beitrag wird um CHF 200'000.- reduziert werden können, nachdem das Kantonale Tourismusgesetz durch den Grossen Rat angenommen wurde.
Nationales Nord. Skizentrum	10'000.-	Jährlicher Beitrag
Kunsteisbahngenossenschaft	100'000.-	Jährlicher Beitrag inkl. Anteil Kurtaxen
Langlaufzentrum	15'000.-	Jährlicher Beitrag
Tennisclub	7'000.-	Jährlicher Beitrag

Tab 1: Jährliche Beiträge der Gemeinde Kandersteg. Quelle: Gemeinde Kandersteg, Nov. 2011.

Die LWK AG bezahlt der Gemeinde Kandersteg jährlich Konzessionsgebühren in der Höhe von ca. Fr. 45'000.-.

Unklar sind momentan die Restkosten der Gemeinde im Zusammenhang mit dem Hochwasser vom Oktober 2011. Die Gemeinde hat eine Erstein-satzkostenversicherung. Diese zahlt die Einsatzkosten der ersten Tage (Selbstbehalt Fr. 21'000.-). Die Gemeinde hat zudem ein Gesuch an die Patenschaft für Berggemeinden gestellt. Die Kosten für die Wasserverbauungen sind Aufgabe der Gesamtschwellenkorporation. Je nachdem beteiligt sich die Gemeinde an den Kosten. Für die zum grossen Teil schon ausgeführten Verbauungen (Projekt aus vorherigen Ereignissen) beteiligte sich die Gemeinde mit einem Gesamtbetrag von Fr. 1'500'000.- an den Gesamtkosten von über Fr. 9'000'000.-. Die restliche Finanzierung wurde durch die Schwellenkorporation und Kantons- und Bundesgelder sichergestellt.

5.6 Verbände, Mitgliedschaften, Beteiligungen

Die Gemeinde Kandersteg ist an verschiedenen Verbänden, Vereinen, Institutionen, Bergbahnen etc. beteiligt (vgl. Anhang Nr. 7).

5.7 Unterstützungs- und Fördergelder

Finanz- und Lastenausgleich (FILAG)

Gestützt auf das Gesetz über den Finanz- und Lastenausgleich (FILAG) werden Gemeinden, deren Index der Gesamtsteueranlage 110 übersteigt, für die Berechnung eines Zuschusses an Gemeinden mit einer hohen Gesamtsteueranlage zugelassen. Einen solchen Zuschuss erhalten Gemeinden, deren Fläche pro Einwohner grösser ist als 80% des Medians der zur Berechnung zugelassenen Gemeinden und/oder deren Strassen pro Einwohner länger sind als 80% des Medians der zur Berechnung zugelassenen Gemeinden.

Die Gemeinde Kandersteg weist einen durchschnittlichen Index von rund 142 auf und erfüllt somit die gesetzlichen Voraussetzungen. Somit erhält die Gemeinde voraussichtlich einen sogenannten geografisch topografischen Zuschuss von **Fr. 978'300.-** (2011 = 583'000.-). Dieser Zuschuss wird im 2012 erhöht, demgegenüber werden die Beiträge an den Strassenunterhalt nicht mehr ausgerichtet.

beco Berner Wirtschaft

Das beco bezahlt an den Masterplan Fr. 50'000.- und finanziert u.a. auch eine Projektstelle über drei Jahre für eine allfällige Realisierung des Haus des Gastes in Kandersteg und des Infocenters Mülönen.

Investitionshilfegesetz (IHG)-Darlehen

Die Gemeinde Kandersteg hat IHG-Darlehen im Umfang von Fr. 1'050'000.- erhalten, z.B. für den Umbau des Gemeindehauses und für die Renovation des Gemeindesaals.

III Statistische Grundlagen

Im Folgenden werden die für den Auftrag wesentlichen statistischen Eckwerte in den Bereichen Bevölkerung, Tourismus und Wirtschaft dargestellt und interpretiert.

1. Bevölkerung

1.1 Bevölkerungsentwicklung

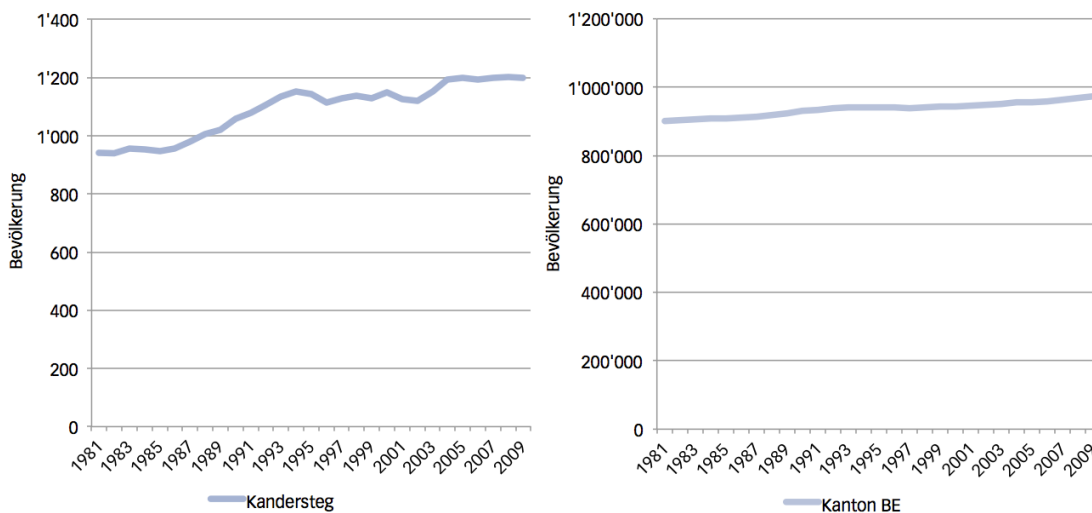


Abb. 4: Bevölkerungsentwicklung Kandersteg und Kanton Bern 1981 bis 2009, Quelle: Bundesamt für Statistik, ESPOP.

Seit 1981 ist ein leichtes Bevölkerungswachstum festzustellen. Die ständige Wohnbevölkerung wuchs von 942 Personen (1981) auf 1'198 Personen (2009). In den Jahren 2004 bis 2009 stagnierte die Bevölkerung im Bereich von 1'200 Personen.

Aktuell verzeichnet Kandersteg wieder ein Bevölkerungswachstum: Am 23.9.2011 waren 1'277 Personen registriert. Die Neuzugüter setzen sich entsprechend der Einschätzung der Kerngruppe aus folgenden Hauptgruppen zusammen:

- wohlhabende, ältere Personen
- langjährige (eingebürgerte) Gastarbeiter, die ihre Familien nachziehen
- einkommensschwächere Personen
- Schweizerinnen und Schweizer

1.2 Altersstruktur (ständige Wohnbevölkerung)

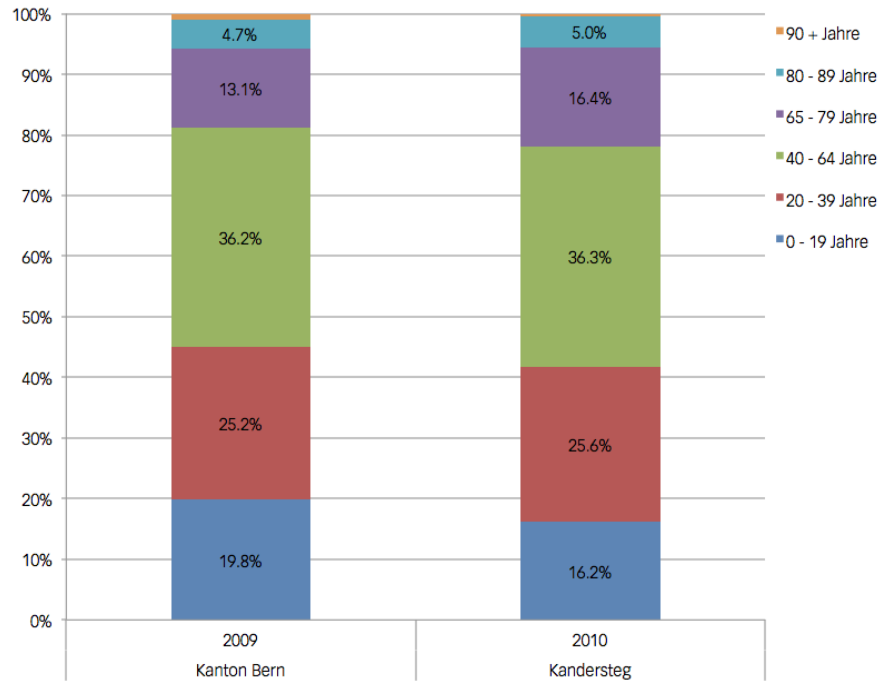


Abb. 5: Altersstruktur Kanton Bern 2009 und Kandersteg 2010. Quelle: Bundesamt für Statistik, ESPOP.

Sowohl im Kanton Bern als auch in Kandersteg ist die Tendenz zur Überalterung feststellbar. Im Vergleich zum Kanton Bern verzeichnet Kandersteg einen höheren Anteil an Personen über 65 Jahren. Die Eröffnung eines Seniorenheims hat diese Entwicklung verstärkt. Der Anteil an Personen bis 19 Jahren ist in Kandersteg tiefer als im Kanton Bern. Der prozentuale Anteil an erwerbstätigen Personen (20-64 Jahre) entspricht jedoch dem kantonalen Durchschnitt.

1.3 Schulplanung

Schuljahre	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18
Vorkinder- garten	7	7	5	7	8		
Kindergarten	4	7	7	5	7	8	
Total Kindergar- ten	11	14	12	12	15	8	
1. Klasse	14	4	7	7	5	7	8
2. Klasse	8	14	4	7	7	5	7
3. Klasse	13	8	14	4	7	7	5
4. Klasse	14	13	8	14	4	7	7
5. Klasse	10	14	13	8	14	4	7
6. Klasse	10	10	14	13	8	14	4
Total Pri- marschule	69	63	60	53	45	44	38
Total Kin- dergarten und Primar- schule	80	77	72	65	60	52	

Tab. 2: Kandersteg: Anzahl Schüler im Kindergarten und in der Primarschule pro Schuljahr. Für die Schuljahre 2016/2017 und 2017/2018 sind noch nicht alle Kinder geboren. Für das Schuljahr 16/17 zählen alle Kinder, welche bis zum 1.7.2012 geboren werden, für das Schuljahr 17/18 ist der Termin 31.7.2013. Quelle: Schulplanung Kandersteg 2011 - 2018 vom 30.11.2011.

Die Schulraumplanung rechnet bis 2018 mit gleich bleibenden Schülerzahlen im Kindergarten, jedoch mit einer Halbierung der Schülerzahlen in der Primarschule. Mögliche Folgen sind Klassenzusammenlegungen oder Schliessungen.

2. Wirtschaft und Gewerbe

2.1 Sektoren

2.1.1 Beschäftigte nach Sektoren

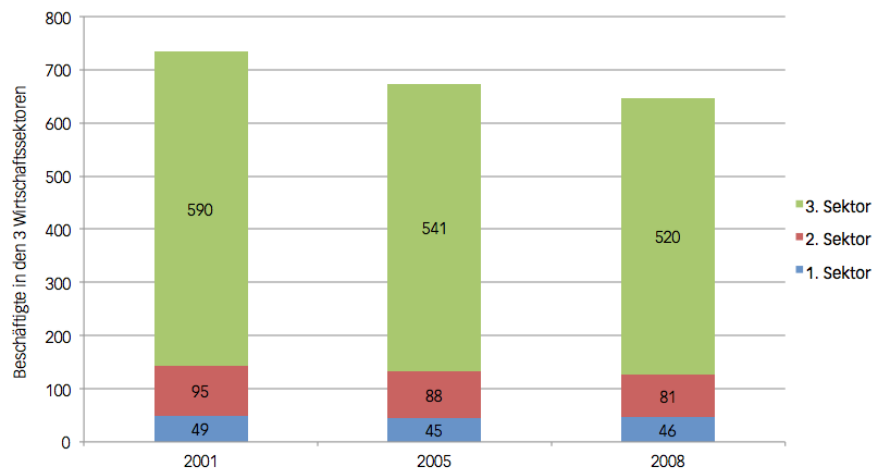


Abb. 6: Beschäftigte nach Sektoren 2001, 2005 und 2008. Quelle: Bundesamt für Statistik, BZ.

Die Anzahl der Beschäftigten in den drei Wirtschaftssektoren reduzierte sich von 734 Beschäftigten im Jahre 2001 auf 647 Beschäftigte im Jahre 2008.

Der Sektor 1 (Landwirtschaft) blieb in den letzten Jahren relativ stabil. Es gibt noch 4 vollamtliche Bauern. Der Sektor 2 (Industrie) sank von 2001 bis 2008 um 15%, der Sektor 3 (Dienstleistungen) um 12%; verschiedene Hotelbetriebe sind eingegangen: Hotel Alpenrose, Hotel National, Hotel Erika. Aus dem Hotel Schweizerhof wurde ein Seniorenheim. Mit sinkender Bettenzahl sinkt auch die Beschäftigtenzahl.

2.1.2 Aufschlüsselung des dritten Sektors

	Beschäftigte Total 3. Sektor	Beschäftigte im "Tourismus" *	Landverkehr (49)	Beherbergung (55)	Gastronomie (56)
2001	590	328	34	264	30
2005	541	329	24	277	28
2008	520	313	23	264	26

* Summe der direkt mit der Tourismusbranche assoziierten Klassen (NOGA2008): 49, 55, 56

Quelle: Bundesamt für Statistik, Betriebszählung

Δ 2001-2008 in % Beschäftigte Tourismus	-4.57
Δ 2001-2008 in % Beschäftigte Landverkehr	-32.35
Δ 2001-2008 in % Beschäftigte Beherbergung	0.00
Δ 2001-2008 in % Beschäftigte Gastronomie	-13.33

Tab. 3: Kandersteg: Beschäftigte im 3. Sektor und im Tourismus 2001, 2005 und 2008. Unter Landverkehr werden alle Beschäftigten gezählt, die im Schienen- und Strassenverkehr tätig sind. Quelle: BFS, BZ.

Im Jahre 2008 arbeiteten in Kandersteg 520 Beschäftigte im dritten Sektor. Davon waren 313 Beschäftigte, fast zwei Drittel, im Bereich Tourismus tätig. Die Beschäftigten im Tourismus setzen sich aus den Klassen Landverkehr, Beherbung und Gastronomie zusammen.

Das Total an Beschäftigten im Tourismus reduzierte sich seit 2001 nur leicht, von 328 auf 313 Personen (- 4.57%). Erfreulicherweise ist die Klasse „Beherbung“ mit den meisten Beschäftigten stabil geblieben. Es ist eine Reduktion der Beschäftigten im „Landverkehr“ (-32.35%) und in der Gastronomie (-13.33%) feststellbar. In diesen Bereichen arbeiten jedoch nur knapp 20% der Beschäftigten des Tourismus.

2.2 Zu- und Wegpendler

	Total	Binnenpendler	Wegpendler	Zupendler	
				absolut	in % der erwerbstätigen Einwohnern / Schülern, Studierenden
Erwerbstätige	771	71.1%	28.9%	179	23.2%
Schüler, Studierende	154	68.2%	31.8%	1	0.6%

Tab. 4: Zu- und Wegpendler: Erwerbstätige, Schüler/Studierende, Jahr 2000. Quelle: Bundesamt für Statistik, Eidg. Volkszählung 2000. Aktuellere Daten sind zur Zeit nicht verfügbar, die Volkszählungen werden durch die Abfrage von Informationen aus den Einwohnerregistern abgelöst. Laut Informationen des BFS werden Ergebnisse der Strukturhebung 2010 und neue Daten zur Pendlermobilität voraussichtlich im Juni 2012 publiziert.

Von den 771 Erwerbstätigen in Kandersteg arbeiteten im Jahr 2000 rund 71% in Kandersteg. Rund 29% pendeln in andere Gemeinden, mehrheitlich nach Frutigen (z.B. Tropenhaus, Bucher AG), Bern oder Thun.

Ab der Oberstufe müssen alle Schüler wegpandeln. Die Gesamtoberstufe ist in Kandergrund und ab 2013 in Frutigen, die Sekundarschule in Frutigen. Von 154 Schülern pendeln im Jahre 2000 täglich rund 32% in andere Gemeinden, mehrheitlich nach Frutigen und Thun. Die Kerngruppe schätzt die aktuell wegpandelnden Schüler als noch höher ein.

Im Verhältnis zu allen erwerbstätigen Einwohnern sind 23% Zupendler vor allem aus Frutigen, Kandergrund und Reichenbach. Mit fast 29% hat Kandersteg nur 6% mehr Wegpendler als Zupendler.

3. Wohnen

3.1 Wohnungsproduktion Kandersteg

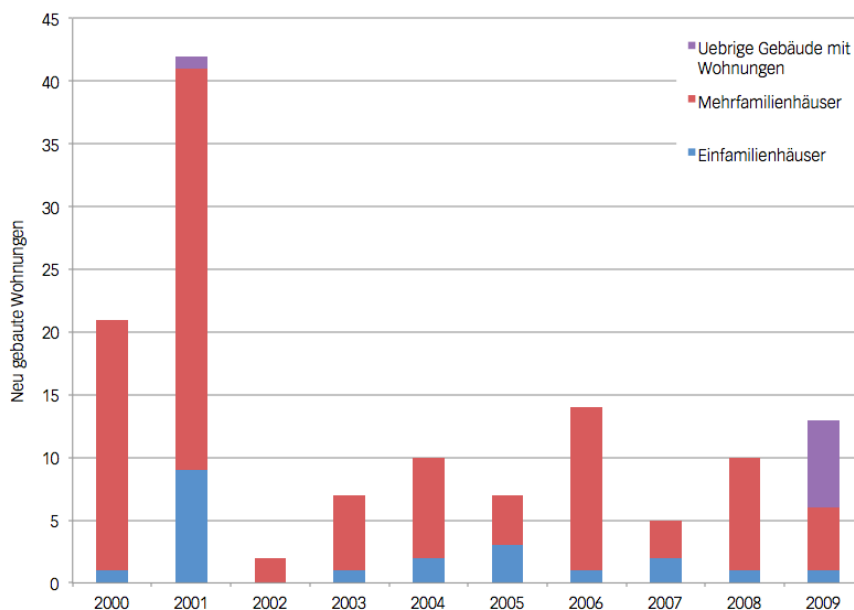


Abb. 7: Wohnungsproduktion Erst- und Zweitwohnungen 2000 bis 2009. Quelle: Gebäude- und Wohnungsstatistik, BFS.

2000 bis 2009 wurden 131 neue Wohnungen erstellt. Im Schnitt entstanden 2000 bis 2009 pro Jahr 13 Wohnungen.

Im Jahre 2000 und 2001 wurden überdurchschnittlich viele Wohnungen gebaut, insbesondere Mehrfamilienhäuser: 2001 hat die Wohnbaugenossenschaft „WOBAG“ Wohnungen gebaut.

Im Jahre 2009 entstanden 7 Wohnungen (violett) in Gebäuden, in denen die Hauptnutzung nicht Wohnen ist.

3.2 Erst- und Zweitwohnungsbestand

3.2.1 Erst- und Zweitwohnungsbestand 1990 und 2000

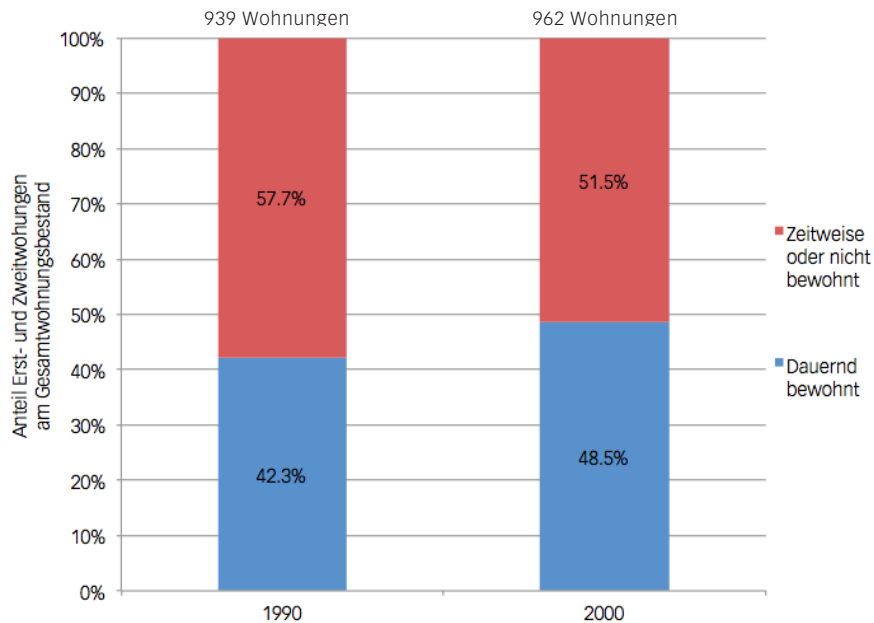


Abb. 8: Wohnungen total 1990 und 2000. Erst- und Zweitwohnungsbestand in % zum Gesamtwohnungsbestand. Quelle: Eidg. Volkszählungen 1990 und 2000.

Der Gesamtwohnungsbestand (Erst- und Zweitwohnungen) hat zwischen 1990 und 2000 um 3% zugenommen.

Der Anteil Erstwohnungen ist von 397 (1990) auf 467 Wohnungen (2000) gestiegen. Oft werden jedoch Erstwohnungen von Personen über 65 Jahren bewohnt und sind für Familien nicht zugänglich.

Der Zweitwohnungsbestand sank im gleichen Zeitraum von 542 auf 495 Wohnungen. Im Jahre 2000 gab es mit 51.5% jedoch nach wie vor mehr Zweit- als Erstwohnungen.

3.2.2 Erst- und Zweitwohnungsbestand 31.12.2010

	Bezeichnung	Anzahl	in Prozent	Quelle	Bemerkung
1	Total Wohnungen 31.12.2010	1343	100%	Bauverwaltung	
2	Erstwohnungen	643	48%		errechnet 1 - 3
3	Zweitwohnungen	700	52%	Einwohnerkontrolle Gemeinde	Wohnungen, welche nicht von Einwohnern bewohnt werden gemäss Gemeinde mit Korrekturen (unfertige Wohnungen etc.)
	davon				
3.1	- nicht bewirtschaftet	557	80%	Tourismus Kandersteg	errechnet 3 - 3.2 - 3.3
3.2	- bewirtschaftet	115	16%	Tourismus Kandersteg	
3.3	- hotelmässig bewirtschaftet	28	4%	Tourismus Kandersteg	
3.4	Total 3.1 bis 3.3	700			
3.5	bestehende Differenz innerhalb Zweitwoh- nungen	0	0%		

Tab. 5: Total Erst- und Zweitwohnungsbestand per 31.12.2010, Schätzung vom 9.12.2011.

Entsprechend Bauverwaltungs-Statistik der Gemeinde Kandersteg beträgt der Wohnungsbestand am **31.12.2010 total 1343 Wohnungen** (vgl. Tab. 5).

Die Einwohnerkontrolle der Gemeinde Kandersteg erhob **700 Zweitwohnungen**, die nicht von Einwohnern bewohnt werden (mit Korrekturen). Gemäss Angaben von Tourismus Kandersteg werden davon 557 Wohnungen nicht bewirtschaftet, 115 Wohnungen bewirtschaftet und 28 Wohnungen hotelmässig bewirtschaftet.

Die errechnete Differenz zwischen Total Wohnungen Ende 2010 und Zweitwohnungen ergibt **643 Erstwohnungen**.

Im Vergleich zur Volkszählung 2000 (vgl. Abb. 8) ist damit die Anzahl Zweitwohnungen bis Ende 2010 um 205 Wohnungen, die Anzahl Erstwohnungen um 176 Wohnungen angestiegen. Der Erstwohnungsanteil von Kandersteg entspricht am 31.12.2010 48%, der Zweitwohnungsanteil 52%.

3.3 Wohnungsgrössen Erst- und Zweitwohnungen 2000

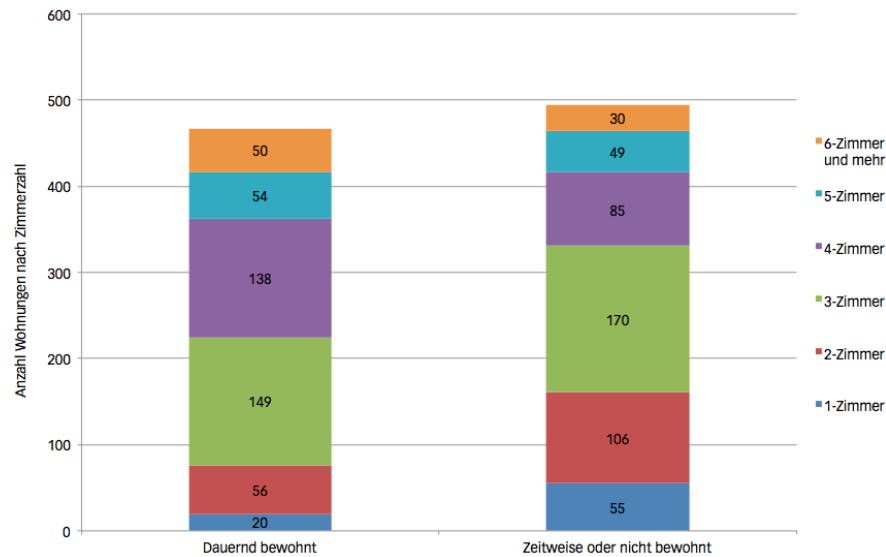


Abb. 9: Wohnungsgrössen Erst- und Zweitwohnungen 2000. Quelle: Bundesamt für Statistik, Eidg. Volkszählung 2000.

Im Jahre 2000 ist der Anteil an grösseren Wohnungen bei Erstwohnungen (Balken links) höher als bei Zweitwohnungen (Balken rechts): Bei den Erstwohnungen haben 52% aller Wohnungen 4 Zimmer und mehr, bei den Zweitwohnungen nur 33%.

Die Kerngruppe vermutet, dass sich die die Situation bis 2010 noch verschärft hat. Tendenziell werden mehr kleine Wohnungen gebaut (Erst- und Zweitwohnungen). Die Kerngruppe schätzt, dass 25% grosse und 75% kleine Wohnungen gebaut werden. Für Familien ist es schwierig grosse und bezahlbare Wohnungen zu finden.

3.4 Wohnbaulandreserven

3.4.1 Wohnbaulandreserven gemäss rechtsgültigem Zonenplan

Wohnbaulandbedarf aus kantonaler Sicht	3.0 ha
Wohnbaulandreserven im rechtsgültigen Zonenplan	
– Kernzone A+B	0.5 ha
– Überbauungsordnung	0.5 ha
– Wohnzone 1-geschossig	0.6 ha
– Wohnzone 2-geschossig	2.1 ha
– Wohn- und Gewerbezone 2	1.5 ha
Total	5.2 ha

Tab. 6: Wohnbaulandbedarf aus kantonaler Sicht und Wohnbaulandreserven gemäss Zonenplan.
Quelle: Erläuterungsbericht zur Ortsplanungsrevision.

Gemäss kantonalem Richtplan wird von einem flächendeckenden Bevölkerungswachstum von 4% für die kommenden 15 Jahre ausgegangen (Massnahmenblatt A_01). Für Kandersteg ergibt dies einen Wohnbaulandbedarf von 3.0 ha, gemäss revidiertem Richtplan von November 2007.

Der rechtsgültige Zonenplan weist Wohnbaulandreserven von 5.2 ha auf (selbständig überbaubar). Das bestehende Baugebiet enthält noch so viele unüberbaute Bereiche und Parzellen, dass aus kantonaler Sicht keine wesentlichen Einzonungen in Betracht kommen. Es muss festgestellt werden, dass viele dieser unüberbauten Parzellen nicht verfügbar sind und die Grundeigentümer auch keine konkreten Bauabsichten haben.

Für ortsansässige Personen sind 8'000 m² Wohnzone WoP vorhanden, die nicht in den Wohnbaulandreserven enthalten sind, weil die Fläche überbaut ist.

Mit der Annahme von 140m² Wohnungsgrösse pro neu erstellte Wohnung könnten mit den Wohnbaulandreserven von 5.2 ha in den nächsten 15 Jahren 370 Wohnungen erstellt werden, das heisst 25 Wohnungen/Jahr. Im Schnitt entstanden 2000 bis 2009 pro Jahr 13 Wohnungen.

Der Preis für Wohnbauland beträgt ca. Fr. 300.-/m², Tendenz steigend.

3.4.2 Verfügbare Arbeitszone

Die Kernzonen und alle Wohn- und Gewerbebezonen sind Zonen, die sowohl für das Wohnen wie auch für das Gewerbe genutzt werden können.

1'000 m² erschlossenes und baureifes Bauland ist als Arbeitszone verfügbar.

4'000 m² der Armasuisse sind leerstehend. Das Land der Armasuisse ist bereits umgezont: Eingangs Dorf auf der linken Seite handelt es sich um

eine Zone für öffentliche Nutzungen (ZÖN). Eingangs Dorf auf der rechten Seite ist das Armasuiss-Gelände in eine Wohn- und Gewerbezone 2-geschossig/ Wohnzone für ortsansässige Personen eingezont.

Diese Grundstücke sind in der Baulandreserve nicht enthalten. Sie sind und gelten als überbaut. Die Umzonung ist jedoch noch nicht rechtskräftig, weil beim Rechtsdienst der kantonalen Bau-, Verkehrs- und Energiedirektion (BVE) noch Beschwerden zur Zonenplanänderung hängig sind.

3.5 Rahmenbedingungen Zweitwohnungsbau*

Seit 15.8.2011 sind die Richtplananpassungen des Kantons Bern in Kraft getreten. Kandersteg ist von der Richtplanmassnahme D_06 „Zweitwohnungsbau steuern“ direkt betroffen und ist als Gemeinde mit Massnahmenbedarf aufgelistet. Die generelle Zielsetzung ist

- eine ausgewogene Entwicklung von Erst- und Zweitwohnungen
- die Realisierung bewirtschafteter Betten und
- die Begrenzung von nicht bewirtschafteten Betten, im Normalfall auf 40%, im Maximalfall auf 60% des gesamten jährlichen Wohnungsbaus.

Bis Ende 2014 muss die Gemeinde Kandersteg Steuermechanismen einführen, um diese Zielsetzungen zu erreichen. Mögliche Massnahmen sind z.B. die Beschränkung des Zweitwohnungsbaus in Prozenten des Gesamtwohnungsbaus (EWA), eine Kontingentierung des Zweitwohnungsbaus oder Lenkungsabgaben.

Zur Zeit können auf allen Wohnbaulandreserven Zweitwohnungen erstellt werden.

*Hinweis: Durch die Annahme der Zweitwohnungs-Initiative muss die Ausgangslage neu beurteilt werden.

4. Tourismus

4.1 Logiernächte total

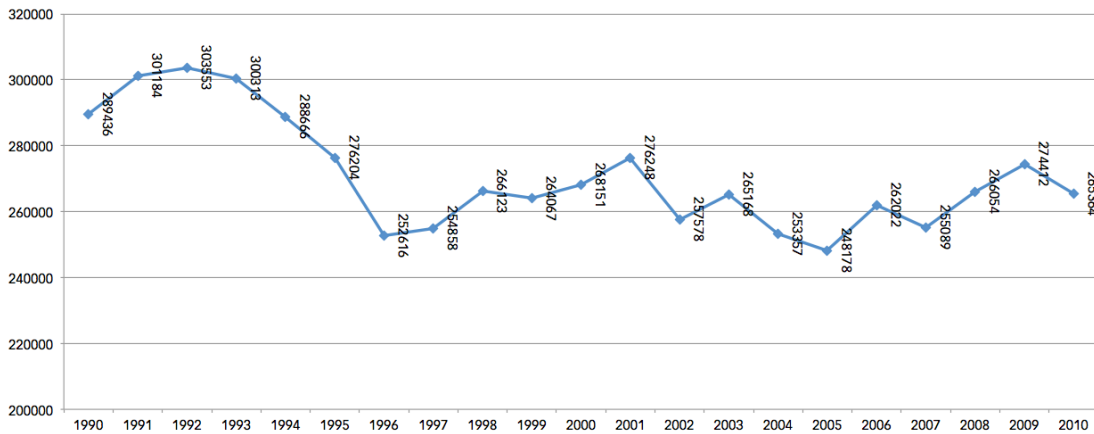


Abb. 10: Logiernächte total alle Unterkunftsformen 1990 bis 2010. Quelle: Kandersteg Tourismus.

Anfangs der 90er-Jahre wurden in Kandersteg über 300'000 Logiernächte pro Jahr erfasst. Von 1992 bis 1996 reduzierten sich diese um 50'000 Logiernächte. Seit 1996 pendeln die Logiernächte von 240'000 bis 270'000.

4.2 Saisonale Verteilung der Hotel-Logiernächte

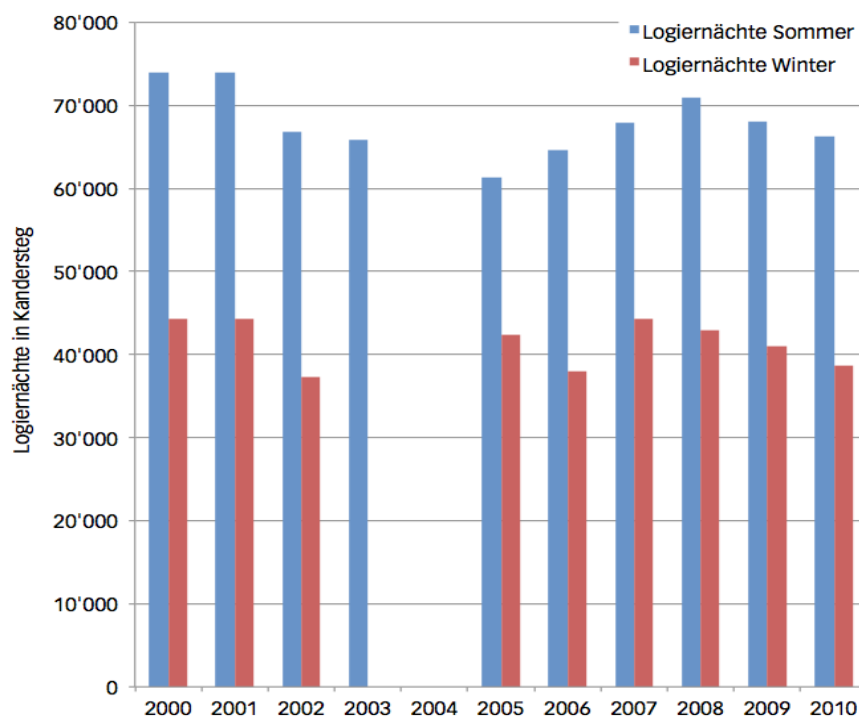


Abb. 11: Saisonale Verteilung der Hotel-Logiernächte 2000 bis 2010. 2004: Keine Erhebung. Quelle HESTA, BFS.

Von Total 105'004 Logiernächten im Jahre 2010 wurden 66'301 (63%) im Sommer und 38'703 (37%) im Winter registriert.

4.3 Logiernächte nach Unterkunftsform

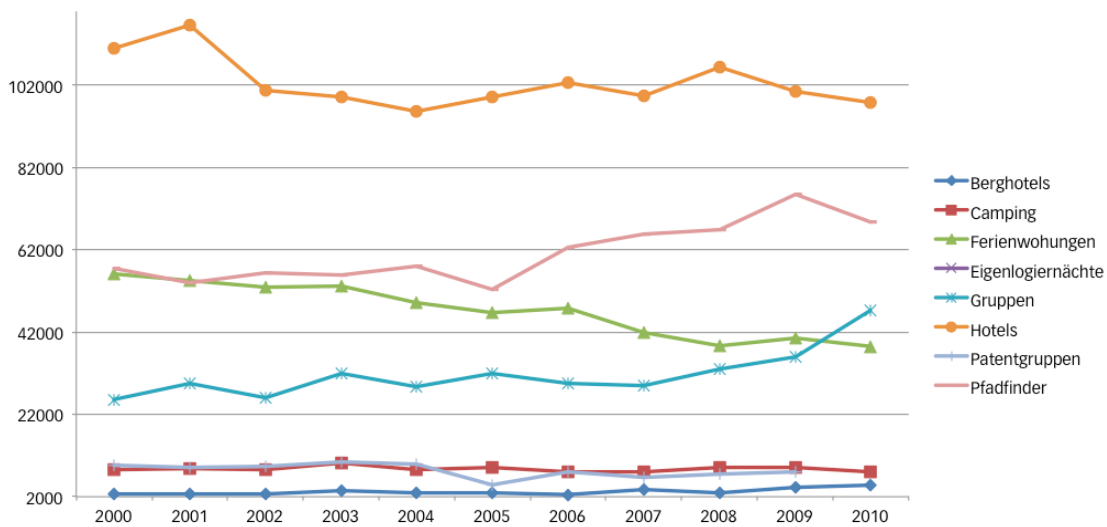


Abb. 12: Logiernächte Kandersteg nach Unterkunftsformen 2000 bis 2010. Quelle: Kandersteg Tourismus.

Hotels und Pfadfinder machen den grössten Teil der Unterkunftsformen bei Übernachtungstouristen aus. Von 2000 bis 2010 haben die Logiernächte in Hotels und Ferienwohnungen abgenommen. Logiernächte Pfadfinder und Gruppen haben zugenommen. Camping, Berghotels und Patentgruppen (2) sind auf niedrigem Niveau stabil geblieben.

4.4 Durchschnittliche Aufenthaltsdauer

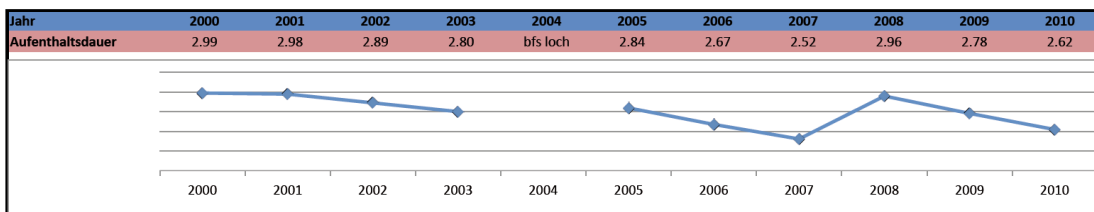


Abb. 13: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer 2000 bis 2010. 2004: Keine Erhebung. Quelle: Hotelstatistiken.

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer reduzierte sich relativ gering, von 2.99 Tage im Jahre 2000 auf 2.62 Tage im Jahre 2010. Kandersteg lebt zu einem grossen Teil vom Tagestourismus. Eine Aufenthaltsdauer von 2.62 Nächten ist im Vergleich mit anderen Destinationen immer noch überdurchschnittlich. 2010 betrug die durchschnittliche Aufenthaltsdauer

(2) Patentgruppen sind Betriebe, die bis 2009 für Alkoholausschank ein Patent benötigen.

schweizweit 2.2 Nächte (Quelle: Schweizer Tourismus-Verband: Schweizer Tourismus in Zahlen 2010, Juli 2011).

4.5 Logiernächte Kandersteg nach Herkunft

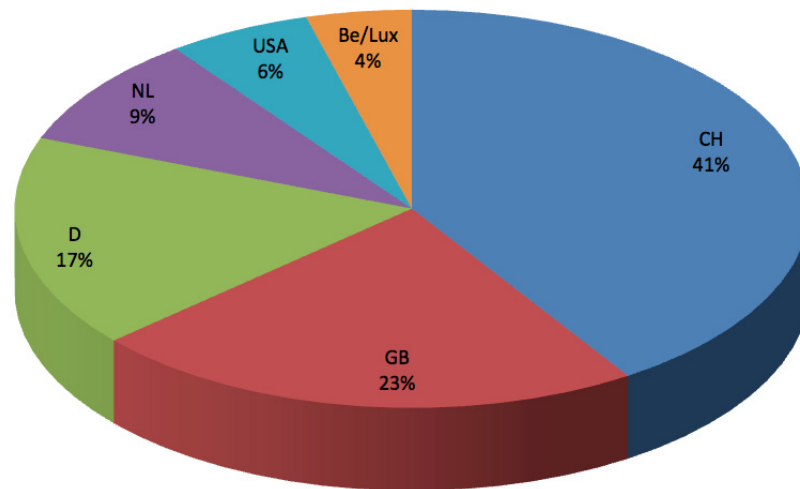


Abb. 14: Gäste Kandersteg: Prozentualer Anteil der Top-6 Länder bezogen auf das Total Logiernächte. Quelle: Kandersteg Tourismus, ab 2008 BFS.

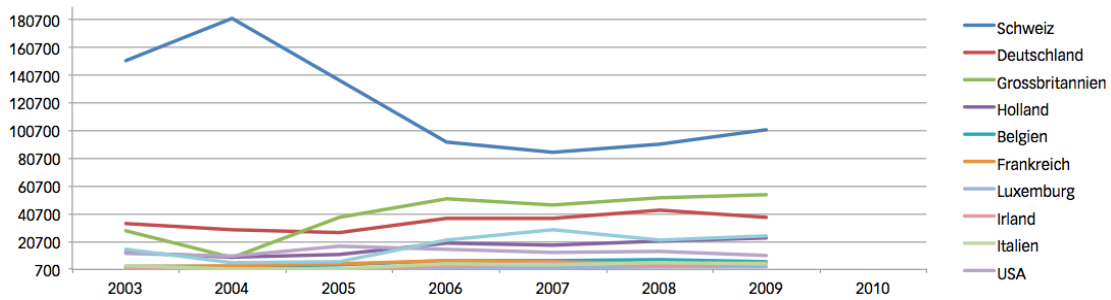


Abb. 15: Logiernächte Kandersteg nach Herkunft 2003 bis 2009. Ab 2004 sind die Logiernächte des Militärs weggefallen. Quelle: Kandersteg Tourismus, ab 2008 BFS.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Schweiz				151560	181783	136841	92338	85165	90940	101299	
Deutschland				33577	28951	27259	37561	37339	43633	38270	
Grossbritannien				28377	9003	38111	51610	46844	52360	54402	
Holland				12668	9535	11421	19597	18479	21373	23007	
Belgien				2880	2848	3729	6871	6755	7953	6223	
Frankreich				2749	3102	4493	6892	6192	4445	5718	
Luxemburg				923	788	967	1590	2110	2581	2849	
Irland				1445	731	562	3496	5579	3596	4417	
Italien				3369	864	1310	5097	4370	5884	4969	
USA				12353	10328	17400	15360	12938	13593	10947	
Übrige Länder				15267	5424	6085	21610	29391	22052	25120	
TOTAL				267171	253357	248178	262022	255162	268410	277221	0

Tab 7: Logiernächte nach Herkunft 2003 bis 2009, absolute Zahlen. Statistik 2010 ist noch nicht erfasst. Quelle: Kandersteg Tourismus, ab 2008 BFS.

Die touristischen Top 6-Nationen bezogen auf das Total an Logiernächten im Jahre 2009 sind:

- Schweiz (41%)
- Grossbritannien (23%)
- Deutschland (17%)
- Holland (9%)
- USA (6%)
- Belgien/Luxembourg (4%)

Bezogen auf den Anteil der Top-6 Länder auf das Total an Logiernächten machen Gäste aus der Schweiz, Grossbritannien und Deutschland 2009 mehr als vier Fünftel aller Übernachtungen aus.

Die aktuellen touristischen Zielmärkte sind eine Chance für Kandersteg: in anderen Tourismusdestinationen steht nicht Grossbritannien an zweiter Stelle, sondern Deutschland. Kandersteg hat einen Marktvorteil bei den Gästen aus Grossbritannien. Die Pfund- und Euroabhängigkeit birgt jedoch auch ein Risiko für Kandersteg.

Bei den Gästen aus der Schweiz sind die meisten aus der Deutschschweiz, deshalb werden die Gäste aus der Romandie zur Zeit vermehrt beworben

Luxembourg	+ 208%
Irland	+ 205%
Belgien	+ 116%
Frankreich	+ 108%
Grossbritannien	+ 91%
Holland	+ 81%
Übrige Länder	+ 64%
Italien	+ 48%
Deutschland	+ 13%
USA	- 12%
Schweiz	- 34%

Tab. 8: Entwicklung Logiernächte nach Herkunft 2003 bis 2009 in Prozent, 2003 = 100%. Darstellung ecoptima. Quelle: Kandersteg Tourismus, ab 2008 BFS.

Von 2003 bis 2009 haben sich die Logiernächte Schweiz um rund 40'000 (-34%) reduziert. Die Logiernächte aller anderen Herkunftsländer (ausser USA) haben sich seit 2003 erhöht. Eine Verdreifachung verzeichnen Luxembourg und Irland, eine Verzwweifachung Belgien und Frankreich.

Für die Bewerbung von Gästen aus Asien fehlen die Mittel.

4.6 Tagesausgaben nach Herkunft

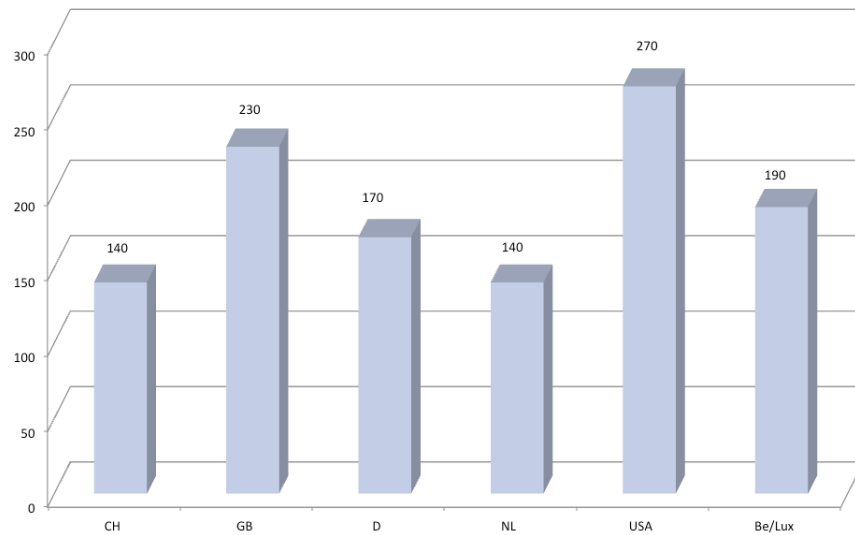


Abb. 16: Durchschnittliche Tagesausgaben von Übernachtungstouristen (ohne An- und Abreise) in der Schweiz in CHF. Quelle: Tourismusmonitor Schweiz (TMS), Erhebung Sommer 2006 & Winter 2006/2007.

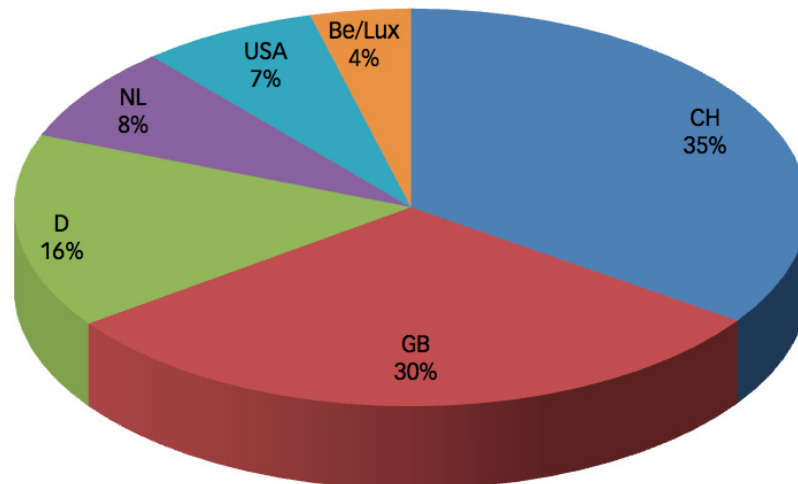


Abb. 17: Gäste Kandersteg: Prozentualer Anteil der Top 6-Länder bezogen auf das Total der Tagesausgaben von Übernachtungstouristen. Quelle: Kandersteg Tourismus.

Gäste aus Grossbritannien übernachteten 2009 nur halb so viel Mal wie Gäste aus der Schweiz (vgl. 4.5, Tab. 8). Ihr Ertrag aus den Tagesausgaben ist mit 30% jedoch annähernd gleich hoch wie derjenige von Gästen aus der Schweiz (35%). Grund: In der Schweiz sind die durchschnittlichen Tagesausgaben von Gästen aus Grossbritannien mit Fr. 230.- deutlich höher als diejenigen von Gästen aus der Schweiz (Fr. 140.-) (vgl. Abb. 16). Der Rückgang der Logiernächte Schweiz ist einschneidend, weil diese in absoluten Zahlen den grössten Anteil ausmachen. Schmerzhaft ist der Rückgang der Gäste aus den USA, weil diese hohe Tagesausgaben von Fr. 270.- generieren.

IV SWOT-Analyse

Am Workshop vom 23.9.2011 wurde zusammen mit der Kerngruppe eine SWOT-Analyse durchgeführt. Die Kerngruppe bewertete die Attraktivität von Kandersteg als Wohn-, Arbeits- und Tourismusort und diskutierte die folgenden vier Fragen:

1. Was gefällt Ihnen am heutigen Zustand sehr gut? (Stärken)
2. Was stört Sie am heutigen Zustand besonders? (Schwächen)
3. Welche Entwicklungen befürchten Sie besonders? (Gefahren)
4. Was wünschen Sie sich für die Zukunft? (Chancen)

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse aus dem Workshop, der Konsultation Bevölkerung vom 7.6. bis 13.7.2012 und der Foren vom 12.10.2012 und 15.10.2012 zusammengefasst.

1. Was gefällt Ihnen am heutigen Zustand sehr gut?

1.1 Stärken Bevölkerung

Lebensqualität, intakte Natur/Umwelt, gepflegtes Dorfbild

- Viel Grünfläche, schöne Berge und Landschaft
- hohe Umweltqualität
- Ruhe, Luft- und Wasserqualität
- Natur, „Natürlichkeit“ (nicht gekünstelt)
- Wanderwegnetz (Sommer und Winter)
- Gepflegtes Dorf fast ohne „Schandflecken“ und grösseren Bausünden
- Sehr hohe Lebensqualität für Naturliebhaber
- Hohe Lebensqualität generell: gute Einkaufsmöglichkeiten für den täglichen Bedarf, Arzt, Naherholungsgebiet, Verkehrsanbindung
- überschaubares Dorfleben
- Sehr gutes Sportangebot
- Hohe Sicherheit (auch ohne Ortspolizei)
- Wenige Familienwohnungen sind erschwinglich und erhaltlich, hat man jedoch eine gefunden, ist die Wohnqualität gross.

Aktive Dorfbevölkerung

- Das Dorfleben mit den Vereinsaktivitäten
- Grosses Tourismusbewusstsein: Hohe Identifikation der Bevölkerung mit Tourismus, touristische Projekte kommen politisch gut durch
- Hohe Bereitschaft im Dorf zur Zusammenarbeit
- Initiativen der Bevölkerung: Belle-Epoque-Woche, Kunst in Kandersteg, Schlittelanlässe
- Hohe „Bereitschaft zur Zusammenarbeit“ (offene Diskussion)
- Lebendiges Dorf/Dorfbevölkerung, Bevölkerung will etwas bewegen
- Über 80 Prozent der Jugend möchte in Kandersteg wohnhaft bleiben (gemäss einer Umfrage der Jungen von 2012).
- Das Engagement und der Einsatzwille der Jungen (Ü/U-30-Jahre) sind vorhanden.

Gute übergeordnete Verkehrsanbindung

- Jede Stunde ein Zug
- Mit dem Personenwagen wird Spiez/Thun in einer halben Stunde, Bern in einer Stunde erreicht.

Mobilität innerorts

- Bus von Frutigen hält an mehreren Haltestellen im Dorf
- Im Binnenverkehr werden viele Wege zu Fuss und mit dem Velo erledigt: z.B. zur Schule, zum Einkauf und zum Bahnhof.

Keine Ausländerproblematik

- Anteil Ausländer ist tief und erträglich, Ausländerproblematik ist nicht vorhanden
- Viele Portugiesen machen den Familiennachzug, da sie in der Schweiz von der guten Schulbildung profitieren wollen

Stabile Gemeindefinanzen

- Angemessener Steuerfuss von 1,8 (Durchschnitt Kanton Bern: 1.6)
- Geld z.B. für Landkauf ist in der Gemeinde vorhanden.

1.2 Stärken Tourismus

- Attraktiver Tourismusort
- Anreise unproblematisch: ca. 1/4 mit ÖV, 3/4 mit PW
- Gutes touristisches Profil, welches sich durch Qualität definiert. Es gibt viele Highlights/einzigartige Werbebotschaften (USP's): Blausee, Oeschinensee, Gasterntal, Passwanderungen, vielfältige und qualitativ hochstehende Gastronomie in allen Preislagen, Familienqualität
- Breites touristisches Angebot im Sommer (z.B. Schwimmbad) und Winter (z.B. Langlauf, Rodeln, Schneeschuh, Winterwandern).
- Viele Events: z.B. Ice-Climbing, Nordic-Day, Belle-Epoque, Eisbahn, Reitfest, KIK, Alpabzug
- Auch Sportangebote für Junge: Eisklettern, Klettersteig
- Die Sommersaison ist doppelt so stark wie die Wintersaison.
- weniger abhängig vom Wintertourismus als andere Destinationen
- Zunehmender Tagestourismus
- Kreismodell (alles ist in kurzer Zeit erreichbar): 1h nach Bern, 2h nach Zermatt, 3h nach Mailand
- Schlechtwetterprogramm Sommer: Tropenhaus, Wallis, Bern, Thun Schifffahrt, Beatushölen
- Gutes Preis-/Leistungsverhältnis in der Hotellerie und Gastronomie
- Sehr gutes Parkplatzangebot, keine flächendeckende Parkplatzbewirtschaftung
- Qualitativ gutes Hotellerieangebot (viele 3-Stern-Hotels)
- Internationales Pfadfinderzentrum mit jährlich 70'000 Übernachtungen und pro Jahr mindestens Fr. 500'000.- direktem Umsatz in Kandersteg. Ehemalige Besucher des Pfadizentrums kommen später mit der Familie wieder nach Kandersteg.

1.3 Stärken Gewerbe

- Hohe Anzahl Arbeitsplätze: Arbeitsstellen sind vorhanden in der Verwaltung, Post, 2 Banken, BLS, Tourismus, produzierende Betriebe (Holzbau), Gewerbe, Baugewerbe
- Handwerk und Gewerbe generieren in vor- und nachgelagerten Bereichen ebenfalls Arbeitsplätze und bringen damit auch Familien nach Kandersteg
- dienstleistungsorientierte (weniger produzierende) Arbeitsplätze
- viele Teilzeitstellen
- qualitativ gutes Grundangebot ist vor Ort erhältlich
- Ausbildungsplätze in verschiedenen Kleingewerbe- und Gastronomiebetrieben
- ein breites Angebot an Lehrstellen in der Region

2. Was stört Sie am heutigen Zustand besonders?

2.1 Schwächen Bevölkerung

Versorgung

- Post zwar vorhanden, Postöffnungszeiten jedoch eingeschränkt
- Schlechte Einkaufsmöglichkeiten für den Wochen-/Monatskeinkauf (z.B. günstige Kleider)
- Fehlende Tankstelle
- Qualitätseinbusse bei Notfallversorgung durch den Krankenwagen-Notfalldienst, der von auswärts kommt

Schulangebot

- In Kandersteg ist nur die Grundschule der 1.- 6. Klasse und der Kindergarten
- In Frutigen ist die Sekundarstufe und in Zukunft die Oberstufe
- Lehrpersonen für die Oberstufe sind schwierig zu finden
- Sinkende Schülerzahl

Bautätigkeit

- Hohe Bautätigkeit produziert Leerwohnungsbestand
- Baugewerbe von Nachbargemeinden kaufen Bauland für spekulative Zwecke
- Fehlende Lenkungsmaßnahmen bewirken bauliche Fehlentwicklungen

Dorfbild

- Bahnhofstrasse: Potential wird nicht genutzt
- Zum Teil wird das Dorfbild beeinträchtigt: Das Hotel National ist geschlossen und verlottert. 2 bis 3 ältere Häuser an der Dorfstrasse sind nicht mehr bewohnt und verlottern
- Leere Schaufenster im Dorfkern
- Geschlossene Fensterläden
- Überbauungen
- Ortsbildverschönerung geschieht nur auf freiwilliger Basis und unkoordiniert: z.B. Plastikstühle ersetzen, Fassaden renovieren

Wohnungsmarkt

- Wenig erhältliche Erstwohnungen, ein hoher Anteil der Wohnungen ist im Eigenbesitz
- Es fehlen grössere bezahlbare (Familien-)Wohnungen
- Leerwohnungsanteil ist unbekannt
- 2006 bis 2011 haben sich die Bodenpreise um 20% erhöht: Fr. 300.-/m² (Gemeindeland) bis Fr. 500.-/m² (Privatgrundstück) erschlossen.
- Die WOBAG (Wohnbaugenossenschaft) hatte Schwierigkeiten ihre Sozialwohnungen in zwei bestehende Wohnhäusern zu vermieten. Zurzeit sind diese vor allem an Portugiesen (Tourismusangestellte) vermietet. Es sind keine Familien mit schulpflichtigen Kindern eingemietet.

Mobilitätsprobleme

- Der gesamte Durchgangsverkehr in den hinteren Dorfteil muss durchs Dorf.
- Es werden zu hohe Geschwindigkeiten gefahren.
- Auch der Verkehr zum Oeschinensee fliesst z.T. durchs Dorf, direkte Führung ausserhalb des Dorfes ist wegen Grundeigentümer nicht möglich.
- Das Anbringen von Fussgängerstreifen wurde vom Kanton nicht erlaubt, da zu wenig hohe Fussgänger-Frequenzen gemessen wurden.
- Tourist zahlt für Ortsbus nichts, Einheimischer zahlt

Kulturangebot

- Kein Kino
- Kein Anschluss an Kultur
- Ungenügendes Kulturangebot: Volkshochschule, KIK, Belle-Epoque, Wenig Konzerte, Blausee-Kino, Jazz, Einzelne Disco-Abende für Junge, Öffentl. Bibliothek, Museum.

Freizeit-/Sportangebot für Junge

Es fehlen folgende Freizeit- und Sportangebote für Junge und Jugendliche:

- Downhill-Strecke für Bikes (Bewilligungsverfahren läuft)
- Beach-Volleyballfelder
- Ein zentral gelegener Sportplatz als Treffpunkt
- Jugendtreff
- Kino
- Inline-Skates/Mountainbike auf dem Schulhausplatz

Abendunterhaltung für Junge, Junggebliebene und Hotel-/Gastronomieangestellte

- Ab 00.30 Uhr existiert für Junge, Junggebliebene, Hotel- und Gastronomieangestellte kein Ausgangsangebot
- Es fehlen: Disco/Bar, Konzertlokal, Bowling, Kino, Billard, ein Zentrum mit diversen Möglichkeiten

Fehlende Zusammenarbeit zwischen der Gemeinde, der Bevölkerung und den Leistungsträgern

- Zum Teil existiert ein „Gärtchen-Denken“ und ein Gegeneinander statt ein Miteinander

Bevölkerungsstruktur

- Sozialfälle nehmen zu
- Hohe Anzahl saisonbedingter Arbeitsloser

Fehlende Deutschkenntnisse der Portugiesen

- Fehlende Deutschkenntnisse der Portugiesenkinder und deren Eltern sind eine grosse Herausforderung für die Lehrer und Lehrerinnen in der Schule
- Die Integration der Portugiesen ist mangelhaft

2.2 Schwächen Tourismus

Tourismus-Abhängigkeit

Aufenthaltstourismus

- Die Aufenthaltsdauer ist abnehmend.

Nachholbedarf in der Parahotellerie

- Es besteht Bedarf an Übernachtungsmöglichkeiten in der Parahotellerie: Gruppenhäuser, Ferienwohnungen. Es fehlt insbesondere an kostengünstigen Unterkünften für Gruppen, z.B. im Zusammenhang mit der Sportinfrastruktur (Kunsteisbahn, Langlaufzentrum, Schanzenanlage, etc.).

Qualität und Vermarktung Ferienwohnungen

- Viele Ferienwohnungen sind zu wenig modern und nicht per Internet zugänglich
- Nur 1/6 der Ferienwohnungen ist via Internet buchbar
- Es gibt viele nicht vermietete Ferienwohnungen, kalte Betten und geschlossene Fensterläden nehmen zu

Renovationsbedarf Hotels und Ferienwohnungen

- Grosser Investitionsbedarf (Renovation) in der Hotellerie (Mittelklass-Hotels) und bei den Ferienwohnungen.

Umnutzung von Hotels

- Gefahr der Umnutzung von Hotels zu Zweitwohnungen (Steuerinstrument fehlt)

Währungsrisiken

- Der schwache Eurokurs und Pfundkurs ist ein Problem
- Die Gästestruktur birgt Risiken

Infrastruktur

- Die für Tourismus und Sport ausgeschiedene Bahnhofsmatte wird kaum genutzt

Empfang Kandersteg

- Der touristische Empfang in Kandersteg ist für Anreisende oder Durchreisende per Bahn oder per Auto nicht einladend.

Rundwege

- nur wenig rollstuhlgängige Rundwege
- die Rollstuhlgängigkeit ist nicht bei allen Trottoirs und Ladeneingängen vorhanden
- die Wanderwege werden zum Teil zu wenig unterhalten
- die Bänke sind zum Teil reparaturbedürftig

Ungenutztes Potenzial Autoverlad

- Das grosse Potenzial möglicher Gäste des Autoverlades wird nicht genutzt (ist im Rahmen des Projekts „Home of Mountains“ geplant).

Dorfmuseum

- Das Dorfmuseum befindet sich in einer ungeeigneten Räumlichkeit.

2.3 Schwächen Gewerbe

Keine Gewerbezone

- Es gibt zu wenig freie Gewerbezone, die zusätzliche Arbeitsplätze generieren könnten

Aus- und Weiterbildung und Lehrstellen

- Kaum Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten für Erwachsene
- Ungenügendes Angebot an Lehrstellen in bestimmten Bereichen

3. Welche Entwicklungen befürchten Sie besonders?

3.1 Bevölkerung

Wegzug von Familien und Jungen

- Altersheim Kandersteg
- „Aussterben des Ortes“: Familien ziehen weg, weil sie keine Wohnungen finden und die vorhandenen Wohnungen zu teuer sind. Gstaad, Lenk und Adelboden sind der Entwicklung in Kandersteg 5-10 Jahre voraus. In diesen Orten sind die Wohnungspreise teurer und für Familien noch weniger erschwinglich.
- Fehlende Erwerbsmöglichkeiten für junge Familien
- Dienstleistungen sind minim: nebst dem Kindergarten gibt es auf privater Basis eine Spielgruppe (stundenweise) und einmal pro Woche einen Mittagstisch (Schule)

Sinkende Schülerzahlen

- Reduktion der Schülerzahlen von 100 auf 50 Schüler
- Reduktion von Klassen

Demografische Entwicklung

- Unbewohnte Bauten in 20 Jahren

Finanzbeiträge an Infrastrukturanlagen

- Schanze (Finanzierung noch nicht sichergestellt)
- Eishalle (Handlungsbedarf)
- Schwimmbad (defizitär)
- Bahnen (mit starker finanz. Beteiligung der Gemeinde)
- Mangelhafte Finanzkraft für Projekte

Öffentlicher Verkehr: Negative Entwicklung

- Gefahr, vom ÖV abgehängt zu werden.

Kein Nachtleben

- Pub, Disco fehlt. Jugendliche ziehen weg und gründen keine Familie in Kandersteg.

Keine Tankstelle

- abgelehnt vom Amt für Gemeinden und Raumordnung.

3.2 Tourismus

Städtischer Erholungspark

- Tagesausflüge sind zunehmend (zu 90% Schweizer)
- Kandersteg wird „Erholungspark“ für Städter

Reduktion Alp-/Landwirtschaft

- Alp-/Landwirtschaft als wichtiges touristisches Element könnte rückläufig sein
- Gefahr für Tourismus: Bahnhofstrasse mit kaputten Bänken, Trottoir ist kaputt, „hier bist Du nicht willkommen“

3.3 Gewerbe

Gewerbesterben

- Verschiedene Gewerbe sind eingegangen: Metzgerei, Drogerie, Kinderladen. Es werden wohl weitere Gewerbetriebe verschwinden.
- Es hat nur Kleingewerbe (ausser Coop und Volg)
- Verschiedene Gewerbebetriebe haben Nachfolgeprobleme

Verlust von Arbeitsplätzen

- BLS-Arbeitsplätze sind abnehmend, aktuell noch 40 Arbeitsplätze
- Militär als öffentlicher Arbeitgeber ist weg, schlecht für Gewerbe
- In den Nachbargemeinden entstehen neue Arbeitsstellen: z.B. Frutigen (Landi, Flugplatzumnutzung)

4. Was wünschen Sie sich für die Zukunft?

4.1 Bevölkerung

Aktive Familienpolitik

- Bezahlbare und grosse Wohnungen für Familien
- Mehr Familien mit Kindern
- ein gewisses Grundangebot zur familienexternen Betreuung von Kindern
- dauerhaftes Schulangebot vor Ort

Kandersteg für Jung bis Alt

- Gesunde Altersstruktur

Belebter Ortskern mit wenig Verkehr

- Dorfzentrumsgestaltung
- Wesentliche Verschönerung (einladender)
- Verkehrsberuhigter Kern mit Flanierzone

4.2 Tourismus

Mehr Aufenthaltstouristen

- Massnahmen planen und umsetzen, um Gäste länger vor Ort zu halten

4.3 Gewerbe

Mehr Arbeits- und Ausbildungsplätze

- Mehr Arbeitsplätze ausserhalb des Tourismus
- Mehr Lehrstellen-Angebote
- Ausgewogener Mix: Bevölkerung, naturnaher Tourismus, Gewerbe

Aktive Gewerbepolitik

- Gutes Umfeld für Betriebe
- Aktives Gewerbe
- Zusätzliches Gewerbeland

5. Ist-Profil

Die Resultate aus dem Workshop, der Konsultation Bevölkerung vom 7.6. bis 13.7.2012 und der Foren vom 12.10.2012 und 15.10.2012 ergeben zusammengefasst folgendes Bild:

	Positiv	Negativ
	<p>Stärken</p> <p>Bevölkerung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lebensqualität - Intakte Natur / Umwelt - Gepflegtes Dorfbild - Aktive Dorfbevölkerung - Übergeordnete Verkehrsanbindung - Mobilität innerorts - Keine Ausländerproblematik - Stabile Gemeindefinanzen <p>Tourismus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Attraktiver Tourismusort mit vielen USP's - Zunehmender Tagestourismus - Unproblematische Anreise mit ÖV oder MIV - Breites und qualitatives touristisches Angebot - Starke Sommersaison - Qualitativ gutes Hotellerie- und Gastronomieangebot - Gutes Preis-/Leistungsverhältnis in der Hotellerie und Gastronomie - Internationales Pfadfinderzentrum <p>Gewerbe</p> <ul style="list-style-type: none"> - Qualitativ gutes vor Ort erhältliches Grundangebot - Hohe Anzahl arbeitsintensiver und dienstleistungsorientierter Arbeitsplätze - Viele Teilzeitstellen - Ausbildungsplätze in verschiedenen Kleingewerbe und Gastronomiebetrieben - Breites Angebot an Lehrstellen 	<p>Schwächen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Versorgung - Eingeschränktes Schullangebot - Bütätigkeit - Beeinträchtigung Dorfbild - Wohnungsmarkt - Mobilitätsprobleme - Kulturangebot - Freizeit-/Sportangebot für Junge - Abendunterhaltung nach Mitternacht - Fehlende Zusammenarbeit - Bevölkerungsstruktur <ul style="list-style-type: none"> - Tourismus-Abhängigkeit - Abnehmender Aufenthaltstourismus - Nachholbedarf in der Parahotellerie - Qualität und Vermarktung Ferienwohnungen - Renovationsbedarf Hotels und Ferienwohnungen - Umnutzung von Hotels - Währungsrisiken - Bergbahn-Kombiangebote - Kaum genutzte Bahnhofsmatte - Empfang Kandersteg - Rundwege - Ungenutztes Potenzial Autoverlad <ul style="list-style-type: none"> - Zu wenig freie Gewerbezone - Kaum Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten für Erwachsene - Wenig Lehrstellen in bestimmten Bereichen
	<p>Wünsche</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aktive Familienpolitik - Bezahlbare und grosse Wohnungen für Familien - Mehr Familien mit Kindern - Grundangebot zur familienexternen Betreuung von Kindern - Kandersteg für Jung und Alt - Belebter Ortskern mit wenig Verkehr <ul style="list-style-type: none"> - Mehr Aufenthalter, weniger Tagesausflügler <ul style="list-style-type: none"> - Mehr Arbeits- und Ausbildungsplätze - Aktive Gewerbepolitik - Zusätzliches Gewerbeland 	<p>Befürchtungen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wegzug von Familien und Jungen - Sinkende Schülerzahlen - Demografische Entwicklung - Nicht mehr bezahlbare Infrastrukturanlagen - Öffentlicher Verkehr: Negative Entwicklung <ul style="list-style-type: none"> - Städtischer Erholungspark - Reduktion Alp-/Landwirtschaft <ul style="list-style-type: none"> - Gewerbesterben - Verlust von Arbeitsplätzen

Abb. 18: SWOT-Diagramm Kandersteg, Quelle: Kerngruppe Masterplan Kandersteg 2025: Workshop vom 23.9.2011, Konsultation Bevölkerung vom 7.6. bis 13.7.2012 und Foren vom 12.10.2012 und 15.10.2012

V Kernkompetenzen und Entwicklungsschwerpunkte

Die Analyse der statistischen Eckwerte und die Ergebnisse der Stärken und Schwächen-Analyse aus dem Workshop ergeben zusammenfassend folgende Kernkompetenzen und Entwicklungsschwerpunkte für Kandersteg:

Kernkompetenzen:

- Hohe Lebensqualität in einer intakten Natur und Umwelt: Attraktiv sowohl für die ortsansässige Bevölkerung als auch geeignet für Angebote im sanften Tourismus.
- Attraktives, vielfältiges und qualitativ hochstehendes Tourismus-Angebot.
- Gutes Preis-/Leistungsangebot in der Hotellerie und Gastronomie.
- Aktive Dorfbevölkerung, viele Vereine
- Vielfältiges Kleingewerbe bietet viele Arbeitsplätze

Entwicklungsschwerpunkte (Handlungsbedarf):

Bevölkerung

- Stärkung der Familienpolitik
- Förderung des Wohnungsbaus von (grossen) Erstwohnungen
- Einschränkung im Wohnungsbau Zweitwohnungen
- Ortsbildverschönerung
- Aufwertung des Zentrumsbereichs (Bahnhofzufahrt mit Knoten Hauptstrasse)
- Verkehrsberuhigungsmassnahmen im Strassenbereich
- Sicherstellung der Infrastrukturen für die Bevölkerung

Tourismus

- Förderung und Ergänzung von touristischen Angebotspotenzialen
- Umsetzung touristischer Projekte (Haus des Gastes, „Enjoy Switzerland“, etc.)
- Sicherung der touristischen Infrastrukturen
- Renovation von Ferienwohnungen und Hotels
- Kommunikation/Werbung in Zielmärkten

Gewerbe / Detailhandel

- Stärkung eines gewerbefreundlichen Umfelds

Quellenverzeichnis

Grundlagen der Gemeinde Kandersteg

- Leitbild der Gemeinde Kandersteg, 2004
- Erläuterungsbericht zur Ortsplanung mit dem Richtplan der Qualitäten und Potenziale
- Finanzplan 2011 - 2016
- Jahresziele 2011; Legislaturziele 2010 bis 2012
- Arbeitsgruppe: Hauptthemen des Masterplanes 2020 für die Gemeinde Kandersteg
- Protokoll Treffen 2010 Gemeinderat, Gewerbeverein, Kandersteg & Kanderdental Tourismus
- Protokoll Gemeinderatung Kandersteg, Handels- und Industrieverein des Kantons Bern, 15.8.2011.

Berichte und Statistiken

- Enjoy Switzerland/Steiner Sarnen Schweiz: Vision Inszenierung Kanderdental
- beco: Checkliste Masterplanprozess „Kandersteg 2025“
- Kandersteg Tourismus: Pauschalkurtaxe 2011 für Dauermietwohnungen von Gästen, welche den Wohnsitz nicht in Kandersteg haben.
- Kandersteg Tourismus: Anzahl Betten in Kandersteg, Zusammenzug 2011.
- Kandersteg Tourismus: Logiernächte total alle Unterkunftsformen 1990 bis 2010.
- Kandersteg Tourismus: Logiernächte Kandersteg nach Unterkunftsformen 2000 bis 2010.
- Hotelstatistik Kandersteg: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer 2000 bis 2010.
- Kandersteg Tourismus: Gäste Kandersteg: Prozentualer Anteil der Top-6 Länder bezogen auf das Total Logiernächte.
- Kandersteg Tourismus, ab 2008 BFS: Logiernächte Kandersteg nach Herkunft 2003 bis 2009.
- Tourismusmonitor Schweiz (TMS), Erhebung sommer 2006 & Winter 2006/2007: Durchschnittliche Tagesausgaben von Übernachtungstouristen (ohne An- und Abreise).
- Kandersteg Tourismus: Gäste Kandersteg: Prozentualer Anteil der Top 6-Länder bezogen auf das Total der Tagesausgaben von Übernachtungstouristen.
- Schweizer Tourismus-Verband: Schweizer Tourismus in Zahlen 2010, Juli 2011.
- Hansruedi Müller, Fabian Weber: Klimaänderung und Tourismus. Szenarioanalyse für das Berner Oberland 2030, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) der Universität Bern, Bern, 2007.

Statistiken aus dem Internet

- Bundesamt für Statistik: Statistik des jährlichen Bevölkerungsstandes (ESPOP), 1981 - 2009.
- Bundesamt für Statistik: Betriebszählung (BZ).
- Eidgenössische Volkszählung 1990 und 2000
- Bundesamt für Statistik: Gebäude- und Wohnungsstatistik:
- Bundesamt für Statistik: Beherbergungsstatistik (HESTA).
- Bundesamt für Statistik: Räumliches Informationssystem zu den Pendlern und Verkehrsmitteln, 1990 und 2000.

Anhang

- Anhang 1: Investitionsprogramm (Verwaltungsvermögen), 3 Seiten
Quelle: Finanzplan Kandersteg 2011 -2016
- Anhang 2: Anlagen des Finanzvermögens
Quelle: Finanzplan Kandersteg 2011 -2016
- Anhang 3: Spezialfinanzierung Abwasser
Quelle: Finanzplan Kandersteg 2011 -2016
- Anhang 4: Spezialfinanzierung Abfall
Quelle: Finanzplan Kandersteg 2011 -2016
- Anhang 5: Spezialfinanzierung Wehrdienste
Quelle: Finanzplan Kandersteg 2011 -2016
- Anhang 6: Spezialfinanzierung Parkplätze
Quelle: Finanzplan Kandersteg 2011 -2016
- Anhang 7: Verbände, Mitgliedschaften, Beteiligungen, 2 Seiten
Quelle: Gemeinde Kandersteg, 1.6.2011

Anhang 1: Investitionsprogramm (Verwaltungsvermögen), 3 Seiten

Version vom 27. Okt 11

Finanzplan Kandersteg 2011 - 2016

Tabelle 7: INVESTITIONSPROGRAMM (Verwaltungsvermögen) - Ermittlung des Abschreibungsbedarfes

Beträge in 1'000 Franken

Projekt	Total:		Prognoseperiode						Seite 1	
	Brutto	Subv. Netto	2011	2012	2013	2014	2015	2016	später	
1) Verwaltung, Ersatz Server	50	-	-	-	50	-	-	-	-	-
* Gemeindehaus, Sanierung Fassade	390	390	25	-	-	-	-	-	-	-
* Werkhof, Entlüftung Fahrzeughalle	50	-	-	50	-	-	-	-	-	-
* Gemeindehaus, Ersatz Heizung	60	-	-	60	-	-	-	-	-	-
* Gemeindehaus, Sanierung Vorplatz	24	-	24	-	-	-	-	-	-	-
* Gemeindefsaal, Sanierung	1'650	324	1'049	-	-	-	-	-	-	-
* Gemeindefsaal, Ableitung Oberfl.wasser	50	-	-	50	-	-	-	-	-	-
* Gemeindefliegenschaffen, Schliess-System	47	-	47	-	-	-	-	-	-	-
* Schulhaus, Heizung u. Wärmepumpe	441	-	60	-	-	-	-	-	-	-
* Schulhaus, Velounterstand	20	-	20	-	-	-	-	-	-	-
* Schulhaus, Entwässerung Nordseite	20	-	20	-	-	-	-	-	-	-
* Hausnummerierungen	40	-	40	-	-	-	-	-	-	-
Total	2'842	324	1'285	321	50	-	-	-	-	-
Abschreibungsbedarf Vorjahr ²⁾			-	1'156	1'329	1'241	1'117	1'006	905	905
Abschreibungsbedarf total ³⁾			1'285	1'477	1'379	1'241	1'117	1'006	905	905
Abschreibungen (mind. 10 %)			128	148	138	124	112	101	90	90
Bestand neues Verwaltungsvermögen			1'156	1'329	1'241	1'117	1'006	905	814	814
Veränderung neues Verwaltungsvermögen			1'156	173	-88	-124	-112	-101	-90	-90

1) Bereits beschlossene Projekte mit * kennzeichnen

2) Beginn im ersten Prognosejahr mit 0

3) Verwaltungsvermögen Vorjahr (Abschreibungsbedarf Vorjahr) + Nettoinvestition laufendes Jahr

Tabelle 7: INVESTITIONSPROGRAMM (Verwaltungsvermögen) - Ermittlung des Abschreibungsbedarfes

Beträge in 1'000 Franken

Projekt	Total:		Prognoseperiode								Seite 2	
	Brutto	Subv. Netto	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016	später		
Übertrag von Seite 1	2'842	324	1'285	321	50	-	-	-	-	-		
* Gemeindebibliothek, Beitrag	35	35	-	35	-	-	-	-	-	-		
* Masterplan	20	20	20	-	-	-	-	-	-	-		
* Wanderweg Hübli-Oeschinen, Beitrag	20	20	20	-	-	-	-	-	-	-		
* Wanderwege, Ersatz Holder 9700	190	190	-	-	-	-	190	-	-	-		
* NNSK, Investitionsbeitrag	1'200	1'200	-	1'200	-	-	-	-	-	-		
* Schwimmbad, Dachsanierung	195	195	195	-	-	-	-	-	-	-		
* Schwimmbad, Sanierung Anlagen	100	100	-	-	-	-	50	-	50	-		
* Irfigbachbrücke, Sanierung	260	31	-	-	226	-	-	-	-	-		
* Allmibachbrücke, Sanierung	116	116	2	-	-	114	-	-	-	-		
* Bahnhofgässli, Belegseinbau	15	15	15	-	-	-	-	-	-	-		
* Gemeindestrassen, Sanierung	60	60	-	60	-	-	-	-	-	-		
* Gemeindestrassen, Sanierung	32	32	-	-	32	-	-	-	-	-		
T o t a l	5'085	355	1'537	1'616	308	114	240	50	230	-		
Abschreibungsbedarf Vorjahr ²⁾			-	1'383	2'699	2'707	2'538	2'501	2'296	2'296		
Abschreibungsbedarf total ³⁾			1'537	2'999	3'007	2'821	2'778	2'551	2'296	2'296		
Abschreibungen (mind. 10 %)			154	300	301	282	278	255	230	230		
Bestand neues Verwaltungsvermögen			1'383	2'699	2'707	2'538	2'501	2'296	2'066	2'066		
Veränderung neues Verwaltungsvermögen			1'383	1'316	8	-168	-38	-205	-230	-230		

¹⁾ Bereits beschlossene Projekte mit * kennzeichnen

²⁾ Beginn im ersten Prognosejahr mit 0

³⁾ Verwaltungsvermögen Vorjahr (Abschreibungsbedarf Vorjahr) + Nettoinvestition laufendes Jahr

Finanzplan Kandersteg 2011 - 2016

Version vom 27. Okt 11

Tabelle 7: INVESTITIONSPROGRAMM (Verwaltungsvermögen) - Ermittlung des Abschreibungsbedarfes

Beträge in 1'000 Franken

Projekt	Total:		Prognoseperiode								Seite 3	
	Brutto	Subv. Netto	2011	2012	2013	2014	2015	2016	später			
			1'537	1'616	308	114	240	50				
Übertrag von Seite 2	5'085	4'730										
Brücke Bahnhofgässli, Sanierung	90	90	90	-	-	-	-	-	-	-	-	
* Schwandstrasse, Erschliessung	285	30	19	11	-	-	-	-	-	-	-	
* Weggen. Ueschene, Investitionsbeitrag	30	30	-	30	-	-	-	-	-	-	-	
Dorfstrasse Ifrigbrücke-Hüttetürl	350	350	-	350	-	-	-	-	-	-	-	
Dorfzentrum; Verkehrsberuhigung	400	400	-	-	-	400	-	-	-	-	-	
Oeschistrasse, Sanierung	145	145	-	-	-	-	145	-	-	-	-	
* Schwellenkorp.: Investitionsbeitrag	1'500	1'500	300	-	300	-	-	-	-	-	-	
Schulhaus, Sanierung	1'200	1'200	-	200	500	500	-	-	-	-	-	
Armasuisse, Gebäude	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
* OP, Zuekunft-Gastere	36	22	-	14	-	-	-	-	-	-	-	
Tourismus, neue Lautsprecheranlage	30	30	-	-	30	-	-	-	-	-	-	
Schwimmbad, Wasserrutschbahn	400	400	-	-	-	-	400	-	-	-	-	
Gemeindesaal, Sanierung WC-Damen	22	22	-	22	-	-	-	-	-	-	-	
T o t a l	9'573	8'941	1'946	2'242	1'138	1'014	785	50				
Abschreibungsbedarf Vorjahr ²⁾			-	1'752	3'594	4'260	4'746	4'978	4'525			
Abschreibungsbedarf total ³⁾			1'946	3'994	4'733	5'274	5'531	5'028	4'525			
Abschreibungen (mind. 10 %)			195	399	473	527	553	503	453			
Bestand neues Verwaltungsvermögen			1'752	3'594	4'260	4'746	4'978	4'525	4'073			
Veränderung neues Verwaltungsvermögen			1'752	1'843	665	487	232	-453	-453			

1) Bereits beschlossene Projekte mit * kennzeichnen

2) Beginn im ersten Prognosejahr mit 0

3) Verwaltungsvermögen Vorjahr (Abschreibungsbedarf Vorjahr) + Nettoinvestition laufendes Jahr

Anhang 2: Anlagen des Finanzvermögens

Finanzplan Kandersteg 2011 - 2016
 Version vom 27. Oktober 2011

Tabelle 8: ANLAGEN DES FINANZVERMÖGENS¹

Anlage	Total	Beträge in 1'000 Franken						
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	später
Liegenschaften Armasuisse Baulandkauf	2'000	1'600	400					
Verkäufe mit Buchgewinn: ⁴								
Landverkäufe	-520		-130	-30	-130	-30	-130	-30
Folgebetriebskosten/-erlöse davon: Buchgewinne:								
TOTAL	1'480	1'600	270	-130	-130	-30	-130	-30

¹ Nur Kontengruppe 102

² bereits beschlossene Projekte sind mit einem * zu kennzeichnen

³ Saldo von Folgebetriebskosten und -erlösen (ohne Kapitalkosten); wie Abwartbesoldung, Heizung etc. sowie Miet- und Pachtzinse

⁴ Erlös zur Reduktion des Bestandes FV in Jahresspalten, Erlös über dem Bestand FV (=Buchgewinn) in Spalte F eintragen!

Anhang 3: Spezialfinanzierung Abwasser

Spezialfinanzierung Abwasser

Finanzplan Kandersteg 2011 - 2016

BESTANDESKONTO SPEZIALFINANZIERUNG

Verpflichtungskonto Nr. 22XX, Abwasser

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	440	369	284	196	108	77
Zunahme (Einlagen in Spezialfinanzierungen)	0	0	0	0	0	0
Abnahme (Entnahmen von Spezialfinanzierungen)	71	85	87	89	30	0
Endbestand per 31.12.	369	284	196	108	77	77

Vorschusskonto Nr. 12XX, Abwasser

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	0	0	0	0	0	0
Zunahme (Entnahmen von Spezialfinanzierungen)	0	0	0	0	0	0
Abnahme (Einlagen in Spezialfinanzierungen)	0	0	0	0	0	0
Endbestand per 31.12.	0	0	0	0	0	0

Verpflichtungskonto Nr. 22XX, Werterhaltung

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	409	217	175	78	0	5
Zunahme (Einlagen in Spezialfinanzierungen)	148	153	153	153	153	153
Abnahme (Entnahmen von Spezialfinanzierungen)	340	195	250	231	149	0
Endbestand per 31.12.	217	175	78	0	5	158

Anhang 4: Spezialfinanzierung Abfall

Finanzplan Kandersteg 2011 - 2016
 Spezialfinanzierung Abfall

Seite 4

BESTANDESKONTO SPEZIALFINANZIERUNG

Verpflichtungskonto Nr. 22XX, Abfallentsorgung

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Anfangsbestand per 1.1.	181	181	177	173	171	169
Zunahme (Einlagen in Spezialfinanzierungen)	0	0	0	0	0	0
Abnahme (Entnahmen von Spezialfinanzierungen)	0	4	4	2	2	0
Endbestand per 31.12.	181	177	173	171	169	169

Vorschusskonto Nr. 12XX, Abfallentsorgung

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Anfangsbestand per 1.1.	0	0	0	0	0	0
Zunahme (Entnahmen von Spezialfinanzierungen)	0	0	0	0	0	0
Abnahme (Einlagen in Spezialfinanzierungen)	0	0	0	0	0	0
Endbestand per 31.12.	0	0	0	0	0	0

Anhang 5: Spezialfinanzierung Wehrdienste

Finanzplan Kandersteg 2011 - 2016
 Spezialfinanzierung Wehrdienste

Seite 4

BESTANDESKONTO SPEZIALFINANZIERUNG

Verpflichtungskonto

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Anfangsbestand per 1.1.	208	187	193	198	203	207
Zunahme (Einlagen in Spezialfinanzierungen)	0	6	4	5	5	5
Abnahme (Entnahmen von Spezialfinanzierungen)	13	0	0	0	0	0
Endbestand per 31.12.	187	193	198	203	207	212

Vorschusskonto

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Anfangsbestand per 1.1.	0	0	0	0	0	0
Zunahme (Entnahmen von Spezialfinanzierungen)	0	0	0	0	0	0
Abnahme (Einlagen in Spezialfinanzierungen)	0	0	0	0	0	0
Endbestand per 31.12.	0	0	0	0	0	0

Anhang 6: Spezialfinanzierung Parkplätze

Finanzplan Kandersteg 2011 - 2016
 Spezialfinanzierung Parkplätze

Seite 4

BESTANDESKONTO SPEZIALFINANZIERUNG

Verpflichtungskonto

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Anfangsbestand per 1.1.	90	92	95	97	100	103
Zunahme (Einlagen in Spezialfinanzierungen)	2	3	3	3	3	3
Abnahme (Entnahmen von Spezialfinanzierungen)	0	0	0	0	0	0
Endbestand per 31.12.	92	95	97	100	103	106

Vorschusskonto

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Anfangsbestand per 1.1.	0	0	0	0	0	0
Zunahme (Entnahmen von Spezialfinanzierungen)	0	0	0	0	0	0
Abnahme (Einlagen in Spezialfinanzierungen)	0	0	0	0	0	0
Endbestand per 31.12.	0	0	0	0	0	0

EO

Anhang 7: Verbände, Mitgliedschaften, Beteiligungen, 2 Seiten

Einwohnergemeinde Kandersteg

Verbände, Mitgliedschaften, Beteiligungen

Beteiligung	Anzahl	Name	Nominalwert	Total Nominalwert	Beteiligung in % zum Gesamtpaket	Total Buchwert	Bemerkungen
Vertretung		Gemeindeverband für Gesundheit und Pflege					Sitz im Abgeordnetenrat
Aktionär	40	Gondelbahn Kandersteg-Oeschinensee AG	500.00	20'000.00	2%	1.00	
G'schafter	212	Kunsteisbahn-Genossenschaft Kandersteg	250.00	53'000.00	3.91%	1.00	Sitz im Verwaltungsrat
Aktionär	406	Licht- und Wasserwerk AG	350.00	142'100.00	9%	365'400.00	Sitz im Verwaltungsrat
Aktionär	150	Luftseilbahn Kandersteg-Allmenalp AG	500.00	75'000.00	11.5%	1.00	Sitz im Verwaltungsrat
Aktionär	140	Luftseilbahn Kandersteg-Sunnbuel AG	30.00	4'200.00	0.2%	0.00	Sitz im Verwaltungsrat
Aktionär	94	Luftseilbahn Kandersteg-Sunnbuel AG	150.00	14'100.00	0.73%	0.00	Sitz im Verwaltungsrat
Aktionär	3165	Luftseilbahn Kandersteg-Sunnbuel AG	300.00	949'500.00	48.9%	1.00	Sitz im Verwaltungsrat
G'schafter	200	NNSK	250.00	50'000.00	13.16%	0.00	Sitz im Verwaltungsrat
Vertretung		Patronatskomitee NNSK					
Vorstand		Planungsregion					
Kommission		Kommission Regionaler Sozialdienst Frutigen					Zur Zeit Präsidium
Delegiert		Previs Personalvorsorgestiftung					
Aktionär	23	Spar- und Leihkasse Frutigen	250.00	5'750.00	0.07%	23'000.00	
Aktionär	75	AVAG	100.00	7'500.00	0.22%	1.00	
Vertretung		Verein Altersheim ob. Kandertal					
Delegiert		Alterskonferenz Frutigland					
Delegiert		Kindergarten- und Schulkommission Dor+U.					Frutigen
Kommission		Schul- und Kindergartenkommission					K'grund/K'steg
Delegiert		Jugendkommission Niesen					
Vorstand		Kandersteg Tourismus					
Delegiert		Bauertgenossenschaft Kandersteg					Ein Bäuerrecht
Vorstand		Kandertal Tourismus					
Delegiert		Stiftung UNESCO-Weiterbe					
Vorstand		Gesamtschwellenkorporation					
Delegiert		Regionale Verkehrskonferenz Oberland West					
Delegiert		Zivilschutzkommission ZSO Niesen					
Aktionär	8000	BLS AG	1.00	8'000.00	0.01%	1.00	
G'schafter	5	WOBAG Kander	1'000.00	5'000.00	3.72%	1.00	
Vorstand		Heimatverein					
Aktionär	7	BOHAG	1'000.00	7'000.00	0.46%	1.00	
Aktionär	314	Bergbahnen Adelboden AG	10.00	3'140.00	0.019%	1.00	
G'schafter	1	Pflege- und Altersheim Ulzigen	100.00	100.00	keine Auskunft	0.00	
G'schafter	1	Oberländische Schule Spiez (NOSS)	250.00	250.00	keine Auskunft	0.00	

Einwohnergemeinde Kandersteg

Aktionär	1 Sportbahnen Kiental AG	100.00	100.00	0.01%	0.00
Aktionär	4 Sportbahnen Kiental AG	500.00	2'000.00	0.17%	1.00
Aktionär	6 Sportzentrum Frutigen	500.00	3'000.00	0.11%	1.00
Delegiert	Verein für das Alter				
Delegiert	Arbeitsgemeinschaft Abbau + Deponiekonzept				



Einwohnergemeinde Kandersteg

Masterplan Kandersteg 2025



B Statusbericht Soll-Profil C Masterplan

Masterplan bestehend aus:

- A Statusbericht Ist-Profil (Phase 1), rev. gemäss Beschluss Gemeinderat vom 15.12.2011 und 21.11.2012
- B Statusbericht Soll-Profil (Phase 2), rev. gemäss Beschluss Gemeinderat vom 22.2.2012 und 21.11.2012
- C Masterplan (Phase 3), rev. gemäss Beschluss Gemeinderat vom 15.5.2012 und 21.11.2012
- D Bericht Konsultation Bevölkerung 7.6. bis 13.7.2012, rev. gemäss Beschluss Gemeinderat vom 19.9.2012
- E Bericht Foren 12.10.2012 und 15.10.2012, rev. gemäss Beschluss Gemeinderat vom 21.11.2012

27.11.2012

Impressum

Auftraggeberin:

Einwohnergemeinde Kandersteg
Postfach 114, 3718 Kandersteg

Auftragnehmerin:

ecoptima, Spitalgasse 34, Postfach, 3001 Bern
Telefon 031 310 50 80, Fax 031 310 50 81
www.ecoptima.ch, info@ecoptima.ch

Bearbeitung:

Richard Trachsel, ecoptima ag
Rolf Albisser, ecoptima ag

Inhalt

B	Statusbericht Soll-Profil (Phase 2)	5
I	Generelle Zielsetzungen Masterplan	5
1.	Stärkung des Standortes Kandersteg	5
2.	Aufzeigen von Massnahmen	5
3.	Koordination der Aktivitäten	5
II	Sollprofile 2025	6
1.	Bevölkerung	6
2.	Tourismus	7
3.	Gewerbe	8
III	Massnahmenübersicht und Beschriebe	9
1.	Bevölkerung	9
2.	Tourismus	12
3.	Gewerbe	13

C	Masterplan (Phase 3)	14
I	Umsetzung und Wirksamkeit	14
II	Termin- und Realisierungsprogramm	16
III	Detailbeschriebe der Massnahmen mit hohen Erfolgs-Chancen	17
IV	Stellenwert des Masterplans	26
V	Controlling	26

B Statusbericht Soll-Profil (Phase 2)

Im Teil B werden **generelle Zielsetzungen** definiert und **Sollprofile** für den Tourismus und den Wohn- und Wirtschaftsstandort Kandersteg erstellt.

Die **Massnahmen** in den Bereichen Bevölkerung, Tourismus und Gewerbe werden nach Dringlichkeit und Wichtigkeit bewertet.

I Generelle Zielsetzungen Masterplan

1. Stärkung des Standortes Kandersteg

Die Gemeinde Kandersteg will mit dem Masterplan ihre Position als Wohn-, Wirtschafts- und Tourismusort langfristig stärken. Dazu sollen die vorhandenen Stärken genutzt werden und die bestehenden Schwächen minimiert oder in Stärken umgewandelt werden.

2. Aufzeigen von Massnahmen

Der Masterplan zeigt auf, mit welchen Massnahmen diese Stärkung erreicht werden kann. Er umfasst nicht nur Projekte der Gemeinde, sondern auch Projekte weiterer Leistungsträger (Vereine, Gewerbe etc.).

3. Koordination der Aktivitäten

Mit dem Masterplan wird festgelegt, wie und von wem diese Projekte umgesetzt werden und die Aktivitäten aller Beteiligten koordiniert werden.

II Sollprofile 2025

1. Bevölkerung

Sollprofil Nr.	Beschreibung
SB1	Bis 2025 wird ein moderates Bevölkerungswachstum angestrebt. Dabei steht ein qualitatives Wachstum im Vordergrund: es sollen vermehrt gute Steuerzahler und Familien zuziehen und die Bevölkerungsstruktur soll eher verjüngt werden, aber nicht zulasten von Senioren.
SB2	Die Baulandreserven für Wohnen sind ausreichend. Die Gemeinde selber besitzt jedoch kein Bauland über welches sie verfügen kann. Die Gemeinde soll sich Bauland beschaffen, um auf dem Markt mit ausreichendem Handlungsspielraum reagieren zu können.
SB3	Es sind zu wenig grosse Mietwohnungen auf dem Markt, da dieser vor allem auf Zweitwohnungen ausgerichtet war. Um die weitere Entwicklung von Kandersteg sicherzustellen, sind vermehrt Erstwohnungen zu erstellen. Diese sollen soweit als möglich durch Umnutzung und Sanierung von bestehenden Wohnungen und Häusern geschaffen werden. Die aktuellen Wohnungsmieten sollen gehalten werden.
SB4	Die familienexterne Betreuung von Kindern soll sowohl für die Wohnbevölkerung als auch für Gäste ausgebaut werden. Kandersteg soll auch im Jahr 2025 einen Kindergarten und eine Primarschule anbieten. Das Aus- und Weiterbildungsangebot für Erwachsene soll verbessert werden. Das Volkshochschul-Angebot soll im Bereich Freizeit ausgebaut werden.
SB5	Die Verkehrs-Erschliessung via Strasse, Bahn und Bus soll gehalten werden. Der Strassenunterhalt und die Sanierung von Strassen sind eine Daueraufgabe. An Wochenenden soll nach Mitternacht eine ÖV-Verbindung von und nach Kandersteg angeboten werden. Das Busangebot soll punktuell und saisonal verbessert werden. Im Ortszentrum soll der Fussgängerverkehr Priorität haben und der Durchgangsverkehr verträglicher gestaltet werden.
SB6	Die Qualitäten des Ortsbildes sollen erhalten bleiben. Die Gemeinde soll im Baureglement zusätzliche Steuerungsmöglichkeiten erhalten.
SB7	Das Kulturangebot und Vereinsleben wird als qualitativ gut eingestuft. Das Sport- und Freizeitangebot ist auf allen Altersstufen gross und vielseitig. Es besteht jedoch die Gefahr der Verzettlung. Deshalb soll das Angebot eher konzentriert werden.
SB8	Die Zusammenarbeit zwischen der Gemeinde, Einheimischen (Jungen und älteren Personen), dem Gewerbe, Hoteliers, Gastronomiebetrieben, KT, KTT, Bergbahnen, Kirche, Pro Senectute, Landbesitzer, etc. soll verbessert werden . Das bestehende Dienstleistungsangebot soll untereinander besser koordiniert und nach aussen aktiver kommuniziert werden . Die regelmässige und systematische Kommunikation der Gesamtstärken von Kandersteg soll verbessert werden.

SB9	Ab Mitternacht soll ein Ausgangsangebot für Junge, Junggebliebene, Hotel- und Gastronomieangestellte zur Verfügung stehen.
-----	---

SB10	Die Freizeit- und Sportangebote für Junge (Ü/U 30 Jahre) und Jugendliche (unter 18 Jahren) sollen ausgebaut werden.
------	---

2. Tourismus

Sollprofil Nr.	Beschreibung
ST1	Die Logiernächte sollen wachsen und die durchschnittliche Aufenthaltsdauer soll gesteigert werden. Der Tagestourismus soll separat gefördert werden um eine höhere Wertschöpfung zu erreichen.
ST2	Die saisonale Verteilung der Hotel-Logiernächte (zwei Drittel im Sommer, ein Drittel im Winter) soll gehalten werden. Die Nebensaison soll attraktiver gestaltet werden .
ST3	Als Zielmarkt bleiben die Schweiz und die EU-Länder im Vordergrund. Der Markt soll so bearbeitet werden, dass eine möglichst hohe Wertschöpfung generiert wird. Es werden wiederkehrende, zahlungskräftige Gäste und ein breites und gemischtes Publikum anvisiert. Familien sind sehr willkommen.
ST4	Das Hotel- und Gastronomieangebot sollen gehalten, respektive konzentriert werden (Qualität vor Quantität). Der Sanierungsbedarf in der Hotellerie ist hoch, insbesondere Mittelklass-Hotels sollen saniert werden. Die Übernachtungsmöglichkeiten in der Parahotellerie und das internationale Pfadizentrum sollen konsolidiert werden. Die Wertschöpfung soll gehalten werden.
ST5	Den Gäste-Bedürfnissen im Bereich Sport und sanften Tourismus soll weiterhin entsprochen werden. Das Angebot soll weiterhin breit und qualitativ hochstehend bleiben. Regionale und punktuell internationale Events sollen forciert werden.
ST6	Die Bergbahn-Angebote und die übrige touristische Infrastruktur sollen besser koordiniert werden. Es wird eine flexible, auf das Wetter abgestimmte Saisondauer angestrebt.
ST7	Die Annahme der Zweitwohnungs-Initiative bedeutet für Kandersteg mit einem Zweitwohnungsanteil von ca. 52% ein absolutes Bauverbot für neue Zweitwohnungen . Damit verlagert sich der Fokus auf bestehende Zweitwohnungen. Viele bestehende Zweitwohnungen sind sanierungsbedürftig. Die Sanierung und Vermarktung sollen gefördert werden.
ST8	Die Qualität der Wander- und Hochgebirgswege sollen gehalten werden. In Kandersteg soll mindestens ein rollstuhlgängiger Rundweg erstellt werden. Die Rollstuhlzugänglichkeit im Dorf soll verbessert werden.

3. Gewerbe

Sollprofil Nr.	Beschreibung
SG1	Für das Gewerbe soll Bauland zur Verfügung gestellt werden.
SG2	Die Arbeitsplätze im Primärsektor (Landwirtschaft) sollen gehalten werden. Im Sekundärsektor (Industrie, Gewerbe) und Tertiärsektor (Dienstleistungen, Tourismus, Hotel, Gastronomie) sollen sie aufgewertet und neue Arbeitsplätze geschaffen werden.
SG3	Das Stellenangebot ist aktuell ausreichend und soll gehalten werden. Im 2. und 3. Sektor (Kleingewerbe, Gastronomie und Tourismus) sollen mehr Ausbildungsplätze angeboten und gefördert werden.
SG4	Das breite Versorgungs-Grundangebot soll gehalten und wenn möglich mit Spezialangeboten (Drogerie, Metzgerei, Schuhgeschäft, Bäckerei, Kolonialwarengeschäft, gemeinsame Nutzung einer Ladenfläche) ergänzt werden und sich nach saisonalen Gegebenheiten richten. Das vielseitige Angebot an Kleingewerbe-Betrieben soll gefördert werden.
SG5	In Kandersteg soll eine Tankstelle für Einheimische und Touristen erstellt werden. Der Tankstellentourismus in andere Gemeinden soll verhindert werden, die Wertschöpfung in Kandersteg erhalten bleiben.

III Massnahmenübersicht und Beschriebe

In diesem Kapitel werden mögliche Massnahmen in den drei Bereichen Bevölkerung, Tourismus und Gewerbe formuliert.

1. Bevölkerung

Nr.	Beschreibung Massnahme
MB1	Aktives Kommunikationskonzept <ul style="list-style-type: none"> • Die Vorteile/Vorzüge von Kandersteg sollen besser kommuniziert werden
MB2	Aktive Bodenpolitik <ul style="list-style-type: none"> • Landkauf und –abgabe durch Gemeinde (z.B. armasuisse-Gelände) für Erstwohnungsbau • Verwendung der Mehrwertabschöpfung prüfen • Systematische Erfassung der Gründe eines Zu- oder Wegzugs • Wohnnutzungsdatenbank führen
MB3	Umnutzung von Gebäuden und Sanierung von Erstwohnungen <ul style="list-style-type: none"> • Mittel für Wohnbaupolitik bereitstellen • Finanzielle/steuerliche Anreize für Sanierung von Erstwohnungen • Teilweise Umstrukturierung von Hotels zu Erstwohnungen (z.B. grosse Mietwohnungen/Familienwohnungen) ermöglichen • Fachstelle gibt Hauseigentümern Tipps zum Energiesparen, Sanierungsmöglichkeiten, etc.
MB4	Familienförderung <ul style="list-style-type: none"> • Schulraumplanung 2025 • Familienexterne Betreuungsmöglichkeiten von Kindern für die Wohnbevölkerung und für Gäste anbieten: z.B. mit Tagesmutter-Börse, Kinderhort
MB5	Koordination des Kultur-, Freizeit-, Vereins- und Sport-Angebots <ul style="list-style-type: none"> • Koordinierte und verstärkte Kommunikation • Erteilung von Leistungsaufträgen (z.B. Kulturverein in Kandersteg (KiK)) • Einflussnahme via Delegierte Volkshochschule, damit mehr Kurse in Kandersteg angeboten werden können. • Fussball-Platz (Sandplatz) besser nutzen • Regionale Zusammenarbeit bei grossen Freizeiteinrichtungen (Eishallen, Hallen- und Freibäder) verbessern • Bessere Koordination zwischen Kirche und Pro Senectute, z.B. gemeinsamer Jahresplan aller Anlässe • Seniorenwanderungen ausbauen auch für Frauen • Forum Senioren auf der Gemeinde-Homepage eröffnen. • Bestehendes Projekt „Generationen im Klassenzimmer“ umsetzen.

Nr.	Beschreibung Massnahme
MB6	<p>Ortsbildverschönerung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zentrumsbereich attraktivieren. Erweiterung der nutzbaren Flächen im Zentrumsbereich. Aussennutzungen für Gewerbe und Aufenthalt verstärken. Die Bahnhofstrasse stärker akzentuieren. • Beleuchtungskonzept im Zentrumsbereich erarbeiten und umsetzen • Sensibilisierung der Bevölkerung: Plastikstühle, Blumen, Sonnenschirme, geschlossene Fenster • Massnahmen zur Ortsbildverschönerung mit Steuererleichterungen forcieren/belohnen • Bewusste Gestaltung des „Empfangs Kandersteg“ • Beim Bau und bei der Sanierung von Brücken (z.B. bei katholischer Kirche) auf gute Gestaltung achten • Umzug Dorfmuseum in geeignetere Räumlichkeiten prüfen und vollziehen (ist im Projekt „Haus des Gastes“ geplant). • Leerstehende Schaufenster z.B. mit Bildern und Fotos beleben. • Mögliche Standorte zusätzlicher Bänke eruieren. Zusätzliche Bänke installieren (z.B. auf Bundesrat Adolf Ogi-Strasse bei katholischer Kirche).
MB7	<p>Massnahmen fahrender Verkehr</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verkehrsberuhigung / Bessere Strassenraumgestaltung: Koexistenz der verschiedenen Verkehrsteilnehmern verbessern, Tempo des motorisierten Individualverkehrs reduzieren, Priorisierung und Förderung des Fuss- und Veloverkehrs (Projekt = Tempo-30-Zone im Dorfzentrum), Rollstuhlgängigkeit überprüfen. • Gratis-Parkier-Vignette für Ortsbevölkerung prüfen und evt. einführen • Bessere Ausschilderung der Zufahrt zur Station Öschinen ab dem Zentrumsbereich • Öschistrasse vom Fuss- und Veloverkehr möglichst freihalten und für den motorisierten Individualverkehr priorisieren • Bundesrat Ogi-Strasse vom motorisierten Verkehr durch gestalterische und bauliche Massnahmen freihalten • Umleitung des Schwerverkehrs (Anpassung Unterführungen) • Vorprojekt BLS einer dritten Auto-Verladespur politisch unterstützen
MB8	<p>Massnahmen ruhender Verkehr</p> <ul style="list-style-type: none"> • Flächendeckende Parkplatz-Bewirtschaftung (inkl. Parkleitsystem) planen und einführen • Parkierung im Bereich Station Öschinen insbesondere im Anfahrts-Waldbereich mit baulichen Massnahmen verbessern. Mit gestalterischen Massnahmen auf die dafür vorgesehenen Parkfelder lenken.
MB9	<p>Verbesserung öV-Angebot</p> <ul style="list-style-type: none"> • Politische Lobbyarbeit zum Erhalt und Ausbau der öV-Anbindung verstärken. Z.B. Anbindung Brig Richtung Goms und Reichenbach Richtung Kiental verbessern, direkter Bus nach Adelboden prüfen. • Zu-/Wegpendeln mit öffentlichem Verkehr für Arbeitnehmende und Jugendliche verbessern; Nachtzug oder Moonliner an Wochenenden von/nach Kandersteg • Aufruf/Werbung an Bevölkerung und Gäste zur besseren Benutzung des Dorfbusses • Ortsbuskonzept überprüfen: Busgrösse, Fahrplan, Linienführung, Haltestellen, kostenlose Benutzung für Bevölkerung, Kombibillate Bahn/Ortsbus, Alternative Bus/Taxi auf Abruf • Gemeinde sucht das Gespräch mit der BLS, um den störenden Bremslärm der Lokomotiven beim Autoverlad zu reduzieren.

Nr.	Beschreibung Massnahme
MB10	Finanzierung der Infrastrukturen <ul style="list-style-type: none"> • Wiederkehrende Beiträge an Infrastrukturen (Schanze, Eishalle, Schwimmbad, Bergbahnen) • Investitionsbeiträge an Infrastrukturen (Schwimmbad, Wasserrutschbahn (aus Investitionsprogramm 2011-2016))
MB11	Notfalldienst verbessern, Arztpraxis erhalten <ul style="list-style-type: none"> • Notfalldienst mit First-Responder-Personen einführen, die 10 Minuten vor der Ankunft der Ambulanz 144 bei der verunfallten Person eintreffen. • Arztpraxis im Dorf erhalten, aktive Kommunikation zum Stand der Nachfolgeregelung
MB12	Zusammenarbeit verbessern <ul style="list-style-type: none"> • Regelmässiger Austausch zwischen der Gemeinde, Einheimischen (Jungen und älteren Personen), dem Gewerbe, Hoteliers, Gastronomiebetrieben, Ferienwohnungsbesitzer, Bergbahnen, Kirche, Pro Senectute, Landbesitzer, etc.. Koordination von Projekten, Massnahmen und einer aktiven Kommunikation. • Regelmässiger Austausch zwischen KT, KTT und dem internationalen Pfadfinderzentrum (KISC). Koordination von Projekten, Massnahmen und einer aktiven Kommunikation. • Auf der Gemeindeverwaltung werden potentielle Fachkräfte aus der Bevölkerung namentlich erfasst. Die Gemeinde teilt diesen Personen mit, wo sie wen für welchen Einsatz benötigt.
MB13	Abendunterhaltung für Junge, Junggebliebene und Hotel-/Gastronomieangestellte. Freizeit-/Sportangebot für Junge. <ul style="list-style-type: none"> • Die Jungen bilden Arbeitsgruppen (z.B. Biken, Volleyball, Sport, Ausgang) und definieren eine oder mehrere Ansprechpersonen für die Gemeinde. • Die Jungen geben ihre Projekte und Projektideen schriftlich beim zuständigen Ressort ein (zur Zeit GR Therese Künzi). • Die erfolgversprechenden Projektideen werden in Gemeinderatsgeschäften behandelt. Die Gemeinde steht in regelmässigem Austausch mit (den Ansprechpersonen) der Jungen. • Als Übergangslösung für den Winter 2012/2013 für ein Pilot-Projekt Disko in einem bestehenden Gastronomie-/Hotelleriunternehmen suchen die Jungen das Gespräch mit der IG Gastro. • Die Jungen bringen ihre Projektideen auch im Projekt „Nationales Nordisches Skizentrum Kandersteg NNSK“ ein.

2. Tourismus

Nr.	Beschreibung Massnahme
MT1	<p>Aktives Kommunikationskonzept</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kandertal Tourismus verstärkt Kommunikation und Werbung in den Zielmärkten CH und EU-Länder • Kommunikation des Komplett-Angebots verstärken • Aktive Kommunikation des Hotel- und Gastronomieangebots unter Beizug des Hoteliersvereins Kandersteg • Gegenseitige Information zu verschiedenen Angeboten vor Ort verstärken • Aktive Bewerbung der Benutzer des Autoverlades (Infocenter Mülener befindet sich in Startphase)
MT2	<p>Wertschöpfung steigern</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schaffung eines gemeinsamen Tourismus-Pools, der alle finanziellen Einnahmen bündelt • Neue Finanzierungsmöglichkeit schaffen, um Investitionen im Tagestourismus zu decken • „Haus des Gastes“ in Kandersteg (Projekt aus Enjoy Switzerland Kandertal) realisieren zur Verlängerung der Aufenthaltsdauer • Wertschöpfung des Tagestourismus durch Spezialangebote steigern • „Infocenter Mülener“ (Projekt aus Enjoy Switzerland Kandertal) realisieren zur Gästegewinnung am Taleingang • Mehr regionale und internationale Events anbieten. • Home of the mountains inszenieren • Spezialitäten-Gastronomie fördern (z.B. asiatisch) • Sockelbeitrag von Gemeinde für Kandersteg-/Kandertal-Tourismus • Möglichkeiten zur Nutzung des Potenzials am Autoverlad prüfen und umsetzen (z.B. Grosse Leinwand bei der Verladestation aufstellen mit Werbefilm für Kandersteg, mit Handy kombinieren).
MT3	<p>Übernachtungsmöglichkeiten in der Parahotellerie konsolidieren</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bestehende Übernachtungsmöglichkeiten (Gruppenhäuser, Ferienwohnungen) erhalten • Kostengünstige Unterkünfte für Gruppen zur Verfügung stellen, z.B. im Zusammenhang mit der Sportinfrastruktur (Kunsteisbahn, Langlaufzentrum, Schanzenanlage, etc.) • Zusammenarbeit mit internationalem Pfadizentrum verstärken
MT4	<p>Sanierung Zweitwohnungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sanierung von bewirtschafteten Zweitwohnungen fördern (z.B. durch Beratung)
MT5	<p>Vermarktung Zweitwohnungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auslastung, Vermarktung und Bewirtschaftung des bestehenden Angebots verbessern (z.B. Internetbuchung ausbauen) • Ferienwohnungs-Putzteams am Samstag organisieren und koordinieren
MT6	<p>Sanierung Hotellerie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ev. Hotelzone einführen
MT7	<p>Saisonverlängerung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konzept zur Verlängerung der Neben-Saison/Sommer-Saison erarbeiten • Koordination/Sicherstellung des touristischen Angebots auch in der Nebensaison • Wanderpass zur Kostendeckung Bau und Unterhalt von Wanderwegen einführen, analog Langlaufpass • Kombiangebote Hotel/Bahnen/Gewerbe

Nr.	Beschreibung Massnahme
MT8	Positionspapier Klimawandel <ul style="list-style-type: none"> • Konzept für schneeunabhängige Winter-Saison erarbeiten inkl. Anpassungsstrategien: <ul style="list-style-type: none"> - Sensibilisierung der Bevölkerung - Förderung von Innovation und Diversifikation - Erweiterung des Angebots, Verlängerung der Saison - Gefahrenabwehr durch technische und organisatorische Massnahmen - Klare Positionierung und gezieltes Marketing
MT9	Rundwege <ul style="list-style-type: none"> • Projektgruppe mit Landbesitzer, Vertretern von KT und der Gemeinde bilden zur Realisierung mindestens eines rollstuhlgängigen Rundwegs in Kandersteg.

3. Gewerbe

Nr.	Beschreibung Massnahme
MG1	Aktives Kommunikationskonzept <ul style="list-style-type: none"> • Aktive Kommunikation: „Kauft in Kandersteg ein, unterstützt das lokale Gewerbe!“ • Kundenbindung verstärken
MG2	Attraktivität Arbeitsplätze steigern <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikation für Stellenbewerbende verbessern • Erreichbarkeit für Arbeitnehmende verbessern
MG3	Dienstleistungs-AG <ul style="list-style-type: none"> • fürs Kleingewerbe gründen (Z.B. Kopierservice, Buchhaltung, etc., evt. im Haus des Gastes)
MG4	Ferienplatz-/Wochenplatz-Job-Börse für Jugendliche
MG5	Angebot Gewerbeland vergrössern <ul style="list-style-type: none"> • Rahmenbedingungen für Neuansiedlung von nicht ortsgebundenen Gewerbe (z.B. Solarindustrie, Ingenieur, Computer, etc.) verbessern • Gewerbeland ausserhalb Wohnzone anbieten (für neues Gewerbe) • Bauvorschriften Bahnhofstrasse anpassen, damit nur Gewerbehäuser entstehen können
MG6	Tankstelle <ul style="list-style-type: none"> • Standorte Tankstelle mit Tankstellenshop im Bereich Autoverladestation prüfen. Detailhandelsangebot in Randstunden verbessern. • Kombination mit Werbemöglichkeiten für Kandersteg suchen zur Gewinnung von neuen Gästen.

C Masterplan (Phase 3)

I Umsetzung und Wirksamkeit

In diesem Kapitel werden die möglichen Massnahmen bezüglich ihrer Umsetzungs-Chancen und ihrer Wirksamkeit bewertet, um diejenigen Massnahmen mit den grössten Erfolgs-Chancen zu eruieren. Dabei werden die finanziellen und personellen Ressourcen noch nicht berücksichtigt.

Nr.	Massnahme	Umsetzungs-Chancen			Wirksamkeit		
		hoch	mittel	klein	hoch	mittel	klein
MB1	Aktives Kommunikationskonzept	x			x		
MB2	Aktive Bodenpolitik	x			x		
MB3	Umnutzung von Gebäuden und Sanierung von Erstwohnungen		x			x	
MB4	Familienförderung	x				x	
MB5	Koordination des Kultur-, Freizeit-, Vereins- und Sport-Angebots		x		x		
MB6	Ortsbildverschönerung	x				x	
MB7	Massnahmen fahrender Verkehr	x			x		
MB8	Massnahmen ruhender Verkehr	x			x		
MB9	Verbesserung ÖV-Angebot		x			x	
MB10	Finanzierung der Infrastrukturen		x			x	
MB11	Notfalldienst verbessern, Arztpraxis im Dorf erhalten		x			x	
MB12	Zusammenarbeit verbessern	x			x		
MB13	Abendunterhaltung, Freizeit- und Sportangebot für Junge		x		x		
MT1	Aktives Kommunikationskonzept	x			x		
MT2	Wertschöpfung steigern		x		x		
MT3	Übernachtungsmöglichkeiten in der Parahotellerie konsolidieren		x		x		
MT4	Sanierung Zweitwohnungen		x			x	
MT5	Vermarktung Zweitwohnungen		x		x		

Nr.	Massnahme	Umsetzungs-Chancen			Wirksamkeit		
		hoch	mittel	klein	hoch	mittel	klein
MT6	Sanierung Hotellerie		x			x	
MT7	Saisonverlängerung		x		x		
MT8	Positionspapier Klimawandel	x				x	
MT9	Rundwege			x	x		
MG1	Aktives Kommunikationskonzept	x			x		
MG2	Attraktivität Arbeitsplätze steigern		x				x
MG3	Dienstleistungs-AG			x			x
MG4	Ferienplatz-/Wochenplatz-Job-Börse für Jugendliche	x					x
MG5	Angebot Gewerbeland vergrössern		x			x	
MG6	Tankstelle		x		x		

Die grössten Erfolgs-Chancen werden folgenden 16 Massnahmen beige-messen:

- hohe Umsetzungs-Chancen und hohe Wirkung

MB1/MT1/

- MG1 Aktives Kommunikationskonzept
- MB2 Aktive Bodenpolitik
- MB7 Massnahmen fahrender Verkehr
- MB8 Massnahmen ruhender Verkehr
- MB12 Zusammenarbeit verbessern

- mittlere Umsetzungs-Chancen und hohe Wirkung

- MB5 Koordination des Kultur-, Freizeit-, Vereins- und Sport-Angebots
- MB13 Abendunterhaltung, Freizeit- und Sportangebot für Junge
- MT2 Wertschöpfung steigern
- MT3 Übernachtungsmöglichkeiten in der Parahotellerie konsolidieren
- MT5 Vermarktung Zweitwohnungen
- MT7 Saisonverlängerung
- MG6 Tankstelle

- hohe Umsetzungs-Chancen und mittlere Wirkung

- MB4 Familienförderung
- MB6 Ortsbildverschönerung
- MT8 Positionspapier Klimawandel

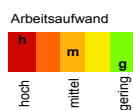
- kleine Umsetzungs-Chancen und hohe Wirkung

- MT9 Rundwege

II Termin- und Realisierungsprogramm

Nach der Verabschiedung des Masterplans Ende 2012 durch den Gemeinderat kann mit der Realisierung erster Massnahmen begonnen werden. Das Termin- und Realisierungsprogramm stellt die Projektdauer und den Arbeitsaufwand dar (Stand November 2012).

Masterplan Kandersteg 2025, Termin- und Realisierungsprogramm, Stand November 2012						
Nr.	Massnahme	2013 - 2015	2016 - 2020	2021 - 2025	Bemerkungen	
MB1, MT1, MG1	Aktives Kommunikationskonzept	h m g	g g m g g g m g g g	m g g g m g g g m	Periodische Überprüfung	
MB2	Aktive Bodenpolitik	h m g	g g g g g g g g g g	g g g g g g g g g g		
MB3	Umnutzung von Gebäuden und Sanierung von Erstwohnungen	m h m	g g g g g g g g g g	g g g g g g g g g g		
MB4	Familienförderung	m m	h h m m g g	g g g g g g g g g g		
MB5	Koordination Kultur-, Freizeit-, Vereins- und Sport-Angebot	m m	h h m m g g	g g g g g g g g g g		
MB6	Ortsbildverschönerung	m m	h h m m g g	g g g g g g g g g g		
MB7	Massnahmen fahrender Verkehr	h m g				
MB8	Massnahmen ruhender Verkehr	h m g				
MB9	Verbesserung ÖV-Angebot	h m g	g g m g g g m g g g	m g g g m g g g m g	Periodische Überprüfung	
MB10	Finanzierung der Infrastrukturen	g g g g g g	g g g g g g g g g g	g g g g g g g g g g	Daueraufgabe	
MB11	Notfalldienst verbessern, Arztpraxis im Dorf erhalten	h				
MB12	Zusammenarbeit verbessern	h m g	g g m g g g m g g g	m g g g m g g g m g	Periodische Überprüfung	
MB13	Abendunterhaltung, Freizeit- und Sportangebot für Junge	h m g	g g m g g g m g g g	m g g g m g g g m g	Periodische Überprüfung	
MT2	Wertschöpfung steigern	m h m	g m g g g g m g g g	m g g g m g g g m g	periodische Überprüfung	
MT3	Übernachtungsmöglichkeiten in der Parahotellerie konsolidieren	g g g g g g	g g g g g g g g g g	g g g g g g g g g g	Daueraufgabe	
MT4	Sanierung von Zweitwohnungen	h m g	g g g g g g g g g g	g g g g g g g g g g		
MT5	Vermarktung Zweitwohnungen	h m g	g g g g g g g g g g	g g g g g g g g g g		
MT6	Sanierung Hotellerie	m h m	g g g g g g g g g g	g g g g g g g g g g	Daueraufgabe	
MT7	Saisonverlängerung	h m g	g g g g g g g g g g	g g g g g g g g g g		
MT8	Positionspapier Klimawandel	m h m	g m g g g g m g g g	m g g g m g g g m g	Periodische Überprüfung	
MT9	Rundwege		m g g g g g g g g g	g g g g g g g g g g		
MG2	Attraktivität Arbeitsplätze steigern	g g g g g g	g g g g g g g g g g	g g g g g g g g g g	Daueraufgabe	
MG3	Dienstleistungs-AG	m g g g	g g g g g g g g g g	g g g g g g g g g g		
MG4	Ferienplatz-/Wochenplatz-Job-Börse für Jugendliche	m g g g	g g g g g g g g g g	g g g g g g g g g g		
MG5	Angebot Gewerbeland vergrössern		g g m m h h			
MG6	Tankstelle	g g m h	m g g g g g g g g g	g g g g g g g g g g		



III Detailbeschriebe der Massnahmen mit hohen Erfolgs-Chancen

Im Kapitel I wurden total 16 Massnahmen mit hohen Erfolgs-Chancen eruiert. Diese werden in diesem Kapitel detaillierter umschrieben. Zur Illustration der Massnahmen werden Beispiele aufgeföhrt. Diese sind nicht abschliessend.

Die Massnahmenbeschriebe sind wie folgt aufgebaut:

Der **Massnahmennummer** kann entnommen werden, welche Bereiche davon betroffen sind: B = Bevölkerung / T = Tourismus / G = Gewerbe.

Unter **Federföhrtung/Beteiligte** ist festgelegt, wer an der Umsetzung der Massnahme beteiligt ist und wer dafür die Verantwortung trägt.

Die angegebenen **Kosten** sind Grössenordnungen und können je nach Ausformulierung der Anforderungen noch stark variieren. Es werden folgenden Abstufungen vorgenommen:

niedrig	bis Fr. 50'000.-	in Finanzkompetenz Gemeinderat
mittel	Fr. 50'000.- bis 100'000.-	in Finanzkompetenz Gemeinderat mit fakultativem Referendum
hoch	ab Fr. 100'000.-	Gemeindeversammlung

Die angegebenen **Kostenverteiler** müssen noch mit den Beteiligten im Detail ausgehandelt werden.

Den Aspekten Kostenträger und Kostenverteiler sind in der weiteren Bearbeitung besondere Beachtung zu schenken.

1. Massnahmen mit hohen Umsetzungs-Chancen und hoher Wirksamkeit

Nr.	Massnahme	Beschrieb	Federführung	Beteiligte	Initialisierungskosten	Investitionskosten	Wiederkehrende Kosten	Kosten-teiler: Gemeinde	Kosten-teiler: Dritte
MB1	Aktives Kommunikationskonzept	- Die Vorteile/Vorzüge von Kandersteg sollen besser kommuniziert werden	Gemeinde	Tour.org.	niedrig	mittel	niedrig	80%	20% Kanton, KT, KTT
MT1		- Kommunikation und Werbung in den Zielmärkten CH und EU-Länder verstärken - Kommunikation des Komplett-Angebots verstärken - Aktive Kommunikation des Hotel- und Gastronomieangebots - Gegenseitige Information zu verschiedenen Angeboten vor Ort verstärken	Kandertal Tourismus	Gemeinde	niedrig	mittel	niedrig	20%	80% KTT
MG1		- Aktive Bewerbung der Benutzer des Autoverla des	KTT	BLS	niedrig	mittel	mittel	0%	Initialisierungskosten: KTT 100% Investitionskosten KTT 80% und BLS und Dritte 20%.
MB2	Aktive Bodenpolitik	- Aktive Kommunikation: „Kauf in Kandersteg ein, unterstützt das lokale Gewerbe!“ - Kundenbindung verstärken - Landkauf und -abgabe durch Gemeinde (z.B. amausisse-Gelände) für Erstwohnungsbau - Fondsreglement für die Mittelverwendung aus der Mehrwertabschöpfung erstellen, Speisung des Fonds klären. - Verwendung der Mehrwertabschöpfung prüfen - Systematische Erfassung der Gründe eines Zuzugs oder Wegzugs - Wohnnutzungsdatenbank führen	Gewerbe	Gemeinde	niedrig	niedrig	niedrig	20%	80% Gewerbe

Nr.	Massnahme	Beschrieb	Federführung	Beteiligte	Initialisierungskosten	Investitionskosten	Wiederkehrende Kosten	Kostenteiler: Gemeinde	Kostenteiler: Dritte
MB7	Massnahmen fahrender Verkehr	<ul style="list-style-type: none"> - Verkehrsberuhigung / Bessere Strassenraumgestaltung: Koexistenz der verschiedenen Verkehrsteilnehmer verbessern, Tempo des motorisierten Individualverkehrs reduzieren, Priorisierung und Förderung des Fuss- und Veloverkehrs (Projekt = Tempo-30-Zone im Dorfzentrum), Rollstuhlgängigkeit überprüfen. - Gratis-Parkier-Vignette für Ortsbevölkerung prüfen und evt. einführen. - Bessere Ausschilderung der Zufahrt zur Station Öschinen ab dem Zentrumsbereich - Öschistrasse vom Fuss- und Veloverkehr möglichst freihalten und für den motorisierten Individualverkehr priorisieren - Bundesrat Ogi-Strasse vom motorisierten Verkehr freihalten - Umleitung des Schwerverkehrs prüfen, damit dieser nicht durch das Dorf rollt. - Vorprojekt BLS einer dritten Auto-Verladespur politisch unterstützen 	Gemeinde	Bäuert, Kandersteg Tourismus (KT), Kandertal Tourismus (KTT), Kanton, BLS (Auto- verladespur)	niedrig	hoch	niedrig	100%	<ul style="list-style-type: none"> evt. kant. Beiträge an Fuss- und Veloverkehr- Mass- nahmen: BLS, Kanton (Umleitung Schwerver- kehr, Auto- verlade- spur)
MB8	Massnahmen ruhender Verkehr	<ul style="list-style-type: none"> - Flächendeckende Parkplatz-Bewirtschaftung planen und einführen inkl. Einbezug von privaten Parkieranlagen und Parkleitsystemen. - Teilweise Abschöpfung der Einnahmen. - Zweckbestimmung der Einnahmen aus Parkplatz-Bewirtschaftung festlegen (z.B. zur Verstärkung des ÖV-Angebots, Attraktivierung Ortsbus). - Parkkarten für Einheimische und Mehrtageskarten regeln. - Parkierung im Bereich Station Öschinen insbesondere im Anfahrts-Waldbereich mit baulichen Massnahmen verbessern. Mit gestalterischen Massnahmen auf die dafür vorgesehenen Parkfelder lenken. 	Gemeinde	Berg- bahnen, Bäuert, BLS	niedrig	mittel	niedrig	noch zu verhandeln	

Nr.	Massnahme	Beschrieb	Federführung	Beteiligte	Initialisierungskosten	Investitionskosten	Wiederkehrende Kosten	Kosten-teiler: Gemeinde	Kosten-teiler: Dritte
MB12	Zusammenarbeit verbessern	Regelmässiger Austausch zwischen der Gemeinde, Einheimischen (Jungen und älteren Personen), dem Gewerbe, Hoteliers, Gastronomiebetrieben, Ferienwohnungsbesitzer, Bergbahnen, Kirche, Pro Senectute, Landbesitzer, etc.. Koordination von Projekten, Massnahmen und einer aktiven Kommunikation.	Gemeinde	Bevölkerung, Gewerbe, Hoteliers, Gastro-nomie, Ferienwoh-nungsbesit-zer, KT, KTT, Berg-bahnen, Kirche, Pro Senectute, Landbe-sitzer	niedrig	niedrig	niedrig	Initialisie-rungskosten (80%)	Beteiligte: Initiali-sierungskosten (20%), sowie Investitions-kosten und wieder-kehrende Kosten
		Regelmässiger Austausch zwischen KT, KTT und dem internationalen Pfadfinderzentrum (KISC). Koordination von Projekten, Massnahmen und einer aktiven Kommunikation.	KT	KTT, KISC	niedrig	niedrig	niedrig	0%	Aufzuteilen auf KT und Beteiligte.
		Auf der Gemeindeverwaltung werden potentielle Fachkräfte aus der Bevölkerung namentlich erfasst. Die Gemeinde teilt diesen Personen mit, wo sie wen für welchen Einsatz benötigt.	Gemeinde	Bevölkerung	niedrig	niedrig	niedrig	100%	

2. Massnahmen mit mittleren Umsetzungs-Chancen und hoher Wirksamkeit

Nr.	Massnahme	Beschrieb	Federführung	Beteiligte	Initialisierungskosten	Investitionskosten	Wiederkehrende Kosten	Kosten-teiler: Gemeinde	Kosten-teiler: Dritte
MB5	Koordination des Kultur-, Freizeit-, Vereins- und Sport-Angebots	<ul style="list-style-type: none"> - Koordinierte und verstärkte Kommunikation - Erteilung von Leistungsaufträgen (z.B. Kulturverein in Kandersteg (Kik)) - Einflussnahme via Delegierte Volkshochschule, damit mehr Kurse in Kandersteg angeboten werden können. - Regionale Zusammenarbeit bei grossen Freizeiteinrichtungen (Eishallen, Hallen- und Freibäder) verbessern - Bessere Koordination zwischen Kirche und Pro Senectute, z.B. gemeinsamer Jahresplan aller Anlässe - Seniorenwanderungen ausbauen auch für Frauen - Forum Senioren auf der Gemeinde-Homepage eröffnen. - Bestehendes Projekt „Generationen im Klassenzimmer“ umsetzen. 	Gemeinde	Vereine, Tour.org., Nachbargemeinden	niedrig	niedrig	niedrig	100%	0%
MB13	Abendunterhaltung, Freizeit-/ Sportangebot für Junge	<ul style="list-style-type: none"> - Die Jungen bilden Arbeitsgruppen (z.B. Biken, Volleyball, Sport, Ausgang) und definieren eine oder mehrere Ansprechpersonen für die Gemeinde. - Die Jungen geben ihre Projekte und Projektideen schriftlich beim zuständigen Ressort ein. - Die erfolversprechenden Projektideen werden in Gemeinderatsgeschäften behandelt. Die Gemeinde steht in regelmässigem Austausch mit (den Ansprechpersonen) der Jungen. - Als Übergangslösung für den Winter 2012/2013 für ein Pilot-Projekt Disko in einem bestehenden Gastronomie-/Hotellerieunternehmen suchen die Jungen das Gespräch mit der IG Gastro. - Die Jungen bringen ihre Projektideen auch im Projekt „Nationales Nordisches Skizentrum Kandersteg NNSK“ ein. 	Junge	Gemeinde, IG Gastro, NNSK	niedrig	mittel	niedrig	Initialisierungskosten (80%)	Beteiligte: Initialisierungskosten (20%), sowie Investitionskosten und wiederkehrende Kosten

Nr.	Massnahme	Beschrieb	Federführung	Beteiligte	Initialisierungskosten	Investitionskosten	Wiederkehrende Kosten	Kosten-teiler: Gemeinde	Kosten-teiler: Dritte
MT2	Wertschöpfung steigern a) Finanzierung touristischer Leistungen b) Bestehende Angebote ausbauen und neue Angebote schaffen	<ul style="list-style-type: none"> - Schaffung eines gemeinsamen Tourismus-Pools, der alle finanziellen Einnahmen bündelt - Neue Finanzierungsmöglichkeit schaffen, um Investitionen im Tagestourismus zu decken - Sockelbeitrag von Gemeinde für Kandersteg-/Kandertal-Tourismus <ul style="list-style-type: none"> - Mehr regionale und internationale Events anbieten. Wertschöpfung des Tagestourismus durch Spezialangebote steigern. - Spezialitäten-Gastronomie fördern (z.B. asiatisch) - Neue Gäste gewinnen und Aufenthaltsdauer verlängern, z.B. mit Projekten aus Enjoy Switzerland Kandertal. - Möglichkeiten zur Nutzung des Potenzials am Autoverlad prüfen und umsetzen (z.B. Grosse Leinwand bei der Verladestation aufstellen mit Werbefilm für Kandersteg, mit Handy kombinieren). 	<p>Gemeinde, je eine Vertretung der Beteiligten</p> <p>KT, KTT</p>	<p>KT, KTT, BLS, Gastronomieunternehmer, Hotellerie, Bergbahnen</p> <p>BLS, Gastronomieunternehmer, Hotellerie, Bergbahnen</p>	<p>mittel</p> <p>niedrig</p>	<p>hoch</p> <p>hoch</p>	<p>niedrig</p> <p>mittel</p>	<p>Initialisierungskosten (80%)</p> <p>0%</p>	<p>Beteiligte: Initialisierungskosten (20%) sowie Investitionskosten und wiederkehrende Kosten</p> <p>Aufzuteilen auf KT, KTT und Beteiligte.</p>
MT3	Übernachtungsmöglichkeiten in der Parahotellerie konsolidieren	<ul style="list-style-type: none"> - Bestehende Übernachtungsmöglichkeiten (Gruppenhäuser/Ferienwohnungen in Privateigentum) erhalten; Bedürfnis abklären und Unterstützung z.B. bei der Bewirtschaftung. - Kostengünstige Unterkünfte für Gruppen zur Verfügung stellen, z.B. im Zusammenhang mit der Sportinfrastruktur (Kunsteisbahn, Langlaufzentrum, Schanzenanlage, etc.). Kostenvergünstigungen prüfen. - Gründung eines Parahotellerie-Vereins als Ansprechpartner prüfen. - Zusammenarbeit mit internationalem Pfadzentrum verstärken 	<p>KT</p>	<p>Betreiber Sportanlagen, Pfadzentrum</p>	<p>niedrig</p>	<p>niedrig</p>	<p>niedrig</p>	<p>0%</p>	<p>Aufzuteilen auf KT und Beteiligte.</p>

Nr.	Massnahme	Beschrieb	Federführung	Beteiligte	Initialisierungskosten	Investitionskosten	Wiederkehrende Kosten	Kosten-teiler: Gemeinde	Kosten-teiler: Dritte
MT5	Vermarktung Zweitwohnungen	<ul style="list-style-type: none"> - Organisation definieren, Aufbau von Qualitätsmerkmalen/Mindeststandards. Evt. Ferienwohnungs-Verein gründen. Dienstleistungen anbieten (z.B. zentraler Hauswart, der Wohnung vor Bezug vorheizt, Garten macht, etc.). - Ferienwohnungs-Putzteams am Samstag organisieren und koordinieren. 	KT, KTT, Drittorganisationen	Gemeinde (Administration)	niedrig	hoch	keine (selbsttragend)	Beitrag an Initialisierungskosten (10%)	Federführung: Initialisierungskosten (90%) sowie Investitionskosten und wiederkehrende Kosten
MT7	Saisonverlängerung	<ul style="list-style-type: none"> - Konzept zur Verlängerung der Nebensaison/Sommer-Saison erarbeiten. - Koordination/Sicherstellung des touristischen Angebots auch in der Nebensaison. Ziel: Aufrechterhaltung einer minimalen Dienstleistungskette. - Wanderpass zur Kostendeckung Bau und Unterhalt von Wanderwegen einführen, analog Langlaufpass - Kombiangebote Hotel/Bahnen/Gewerbe 	KT	Gemeinde, Bergbahnen, Vereine, Gewerbe, Hotellerie	niedrig	niedrig	niedrig	Die Kommunikationskosten und die Defizitgarantie sind aufzuteilen.	
MG6	Tankstelle	<ul style="list-style-type: none"> - Standorte Tankstelle mit Tankstellenshop im Bereich Autoverladestation prüfen. Detailhandelsangebot in Randstunden verbessern. - Kombination mit Werbemöglichkeiten für Kandersteg suchen zur Gewinnung von neuen Gästen. 	Gemeinde	Gewerbe, BLS	niedrig	hoch	keine (selbsttragend)	Initialisierungskosten (100%)	Beteiligte: Investitionskosten und wiederkehrende Kosten

3. Massnahmen mit hohen Umsetzungs-Chancen und mittlerer Wirksamkeit

Nr.	Massnahme	Beschrieb	Federführung	Beteiligte	Initialisierungskosten	Investitionskosten	Wiederkehrende Kosten	Kosten-teiler: Gemeinde	Kosten-teiler: Dritte
MB4	Familienförderung	<ul style="list-style-type: none"> - Schulraumplanung 2025 - Familienexterne Betreuungsmöglichkeiten von Kindern für die Wohnbevölkerung und für Pendler anbieten: z.B. mit Tagesmutter-Börse, Kinderhort 	Gemeinde	Kirchgemeinde, Pfarrei,	niedrig	niedrig	niedrig	90%	10% Beteiligte
MB6	Ortsbildverschönerung	<ul style="list-style-type: none"> - Zentrumsbereich attraktivieren. Erweiterung der nutzbaren Flächen im Zentrumsbereich. Ausennutzungen für Gewerbe und Aufenthalt verstärken. Die Bahnhofstrasse stärker akzentuieren. - Beleuchtungskonzept im Zentrumsbereich erarbeiten und umsetzen - Sensibilisierung der Bevölkerung: Plastikstühle, Blumen, Sonnenschirme, geschlossene Fenster - Massnahmen zur Ortsbildverschönerung mit finanziellen Anreizen forcieren/belohnen - Bewusste Gestaltung des „Empfangs Kandersteg“ - Beim Bau und bei der Sanierung von Brücken (z.B. bei katholischer Kirche) auf gute Gestaltung achten - Umzug Dorfmuseum in geeignetere Räumlichkeiten prüfen und vollziehen (ist im Projekt „Haus des Gastes“ geplant). - Mögliche Standorte zusätzlicher Bänke eruieren. - Zusätzliche Bänke installieren (z.B. auf Bundesrat Adolf Ogi-Strasse bei katholischer Kirche). - Leerstehende Schaufenster z.B. mit Bildern und Fotos beleben. 	Gemeinde	Gewerbe, Bevölkerung, Gäste, Hauseigentümer, Zweitwohnungsbesitzer	niedrig	hoch	niedrig	Initialisierungskosten (90%)	Beteiligte: Initialisierungskosten (10%) sowie Investitionskosten und wiederkehrende Kosten
MT8	Positionspapier Klimawandel	<ul style="list-style-type: none"> - Konzept für schneeunabhängige Winter-Saison erarbeiten inkl. Anpassungsstrategien: - Sensibilisierung der Bevölkerung - Förderung von Innovation und Diversifikation - Erweiterung des Angebots, Verlängerung der Saison - Gefahrenabwehr durch technische und organisatorische Massnahmen - Klare Positionierung und gezieltes Marketing 	Gewerbe KT, KTT	KT, KTT, Hotellerie, Bergbahnen, Gemeinde	niedrig	mittel	niedrig	20%	80% Beteiligte

4. Massnahmen mit kleinen Umsetzungs-Chancen und hoher Wirksamkeit

Nr.	Massnahme	Beschrieb	Federführung	Beteiligte	Initialisierungskosten	Investitionskosten	Wiederkehrende Kosten	Kosten-teiler: Gemeinde	Kosten-teiler: Dritte
MT9	Rundwege	- Projektgruppe mit Landesbesitzer, Vertretern von KT und der Gemeinde bilden zur Realisierung mindestens eines rollstuhlgängigen Rundwegs in Kandersteg.	Gemeinde	Landbesitzer, KT	niedrig	mittel	niedrig	100%	

IV Stellenwert des Masterplans

Die Kerngruppe ist überzeugt, dass mit einer konsequenten Umsetzung der gewählten Massnahmen die gesteckten Ziele in den Bereichen Bevölkerung, Tourismus und Gewerbe weitgehend erreicht werden können.

Vom Masterplan sind alle betroffen: Die Umsetzung des Masterplans gelingt, wenn alle Beteiligten am gleichen Strick ziehen. Deshalb ist es wichtig, dass der Masterplan zusammen mit allen Betroffenen erarbeitet und von der Bevölkerung getragen wird.

Der Masterplan geht über eine Legislatur von 3 Jahren hinaus. Er bildet die Basis für ein Leitbild und die Investitionsplanung und erhöht damit die Planungssicherheit. Die einzelnen Massnahmen und deren Finanzierung müssen vor ihrer Realisierung noch detaillierter ausgearbeitet werden.

Damit wird mit dem Masterplan die Grundlage geschaffen, dass Kandersteg auch über das Jahr 2025 hinaus seine Position als attraktiver Wohn- und Tourismusstandort behaupten kann.

V Controlling

Der Masterplan muss periodisch bezüglich Erreichung der Ziele und Realisierung der Massnahmen überprüft werden. Dabei ist der Masterplan an die aktuellen Anforderungen in den Bereichen Bevölkerung, Tourismus und Gewerbe anzupassen. Die erste Überprüfung des Masterplans erfolgt im November 2014.

Die Bevölkerung ist regelmässig über den Umsetzungsstand und die Wirkung der getroffenen Massnahmen des Masterplans zu informieren.



Einwohnergemeinde Kandersteg

Masterplan Kandersteg 2025



D Bericht Konsultation Bevölkerung

Masterplan bestehend aus:

- A Statusbericht Ist-Profil (Phase 1), rev. gemäss Beschluss Gemeinderat vom 15.12.2011 und 21.11.2012
- B Statusbericht Soll-Profil (Phase 2), rev. gemäss Beschluss Gemeinderat vom 22.2.2012 und 21.11.2012
- C Masterplan (Phase 3), rev. gemäss Beschluss Gemeinderat vom 15.5.2012 und 21.11.2012
- D Bericht Konsultation Bevölkerung 7.6. bis 13.7.2012, rev. gemäss Beschluss Gemeinderat vom 19.9.2012
- E Bericht Foren 12.10.2012 und 15.10.2012, rev. gemäss Beschluss Gemeinderat vom 21.11.2012

20.9.2012

Impressum

Auftraggeberin:

Einwohnergemeinde Kandersteg
Postfach 114, 3718 Kandersteg

Auftragnehmerin:

ecoptima, Spitalgasse 34, Postfach, 3001 Bern
Telefon 031 310 50 80, Fax 031 310 50 81
www.ecoptima.ch, info@ecoptima.ch

Bearbeitung:

Richard Trachsel, ecoptima ag
Rolf Albisser, ecoptima ag

Inhalt

I.	Einleitung	5
1.	Ziele und Zweck der öffentlichen Mitwirkung	5
2.	Form der Mitwirkung	5
2.1	Fragebogen	5
2.2	Informationsveranstaltung	6
3.	Ergebnis der Mitwirkung	6
3.1	Eingegangene Stellungnahmen	6
3.2	Grundtenor	6
II.	Aufbau des Berichts	6
III.	Detailauswertung	7
1.	Allgemeines	7
1.1	Anregungen	7
1.2	Stellungnahme Kerngruppe	8
2.	Stärken und Schwächen	10
2.1	Übersicht	10
2.2	Anregungen	11
2.3	Stellungnahme Kerngruppe	11
3.	Ziele Bevölkerung	12
3.1	Übersicht	12
3.2	Anregungen	13
3.3	Stellungnahme Kerngruppe	16
4.	Ziele Tourismus	17
4.1	Übersicht	17
4.2	Anregungen	18
4.3	Stellungnahme Kerngruppe	20
5.	Ziele Gewerbe	21
5.1	Übersicht	21
5.2	Anregungen	21
5.3	Stellungnahme Kerngruppe	22

6. Massnahmen	23
6.1 Übersicht	23
6.2 Anregungen	25
6.3 Stellungnahme Kerngruppe	25
IV. Anhänge	26
Liste Bemerkungen und Anregungen	26
1. Allgemeine Bemerkungen	28
2. Stärken und Schwächen	32
3. Bereich Bevölkerung	35
4. Bereich Tourismus	48
5. Bereich Gewerbe	56

I. Einleitung

1. Ziele und Zweck der öffentlichen Mitwirkung

Im Masterplan setzt sich die Gemeinde Kandersteg mit den Herausforderungen und Möglichkeiten der künftigen Entwicklung bis 2025 auseinander. Kandersteg möchte die Position von Kandersteg als Wohn-, Wirtschafts- und Tourismusstandort langfristig stärken und die bestehenden Schwachpunkte soweit wie möglich reduzieren.

Der Masterplan ist eine Wegleitung für die folgenden Planungs- und Realisierungsschritte und richtet sich an Behörden und Bevölkerung, Eigentümer, künftige Nutzer und Investoren sowie an alle vom Planungs- und Realisierungsprozess Betroffenen. Auf der Basis des Masterplanes werden die entsprechenden Planungsinstrumente entwickelt und umgesetzt.

Mit dem Masterplan «light» konzentriert sich Kandersteg auf die Themen «Bevölkerung», «Tourismus» und «Gewerbe». Der „Tourismus“ nimmt dabei als der mit Abstand wichtigste Wirtschaftsmotor eine zentrale Stellung ein. Der Masterplan ist deshalb nicht eine komplette Aufzählung aller Bedürfnisse der Gemeinde Kandersteg. Er ist nicht abschliessend und muss periodisch überprüft werden.

Im Auftrag des Gemeinderates erarbeitete eine Kerngruppe das Ist- und Soll-Profil des Masterplans (Phase 1 und 2), ein Termin- und Realisierungsprogramm sowie einen Massnahmenkatalog. Als Abschluss der Phase 3 wurde der Entwurf des Masterplans der Bevölkerung zur Konsultation unterbreitet. Aufgrund der Rückmeldungen aus der Bevölkerung soll der Masterplan angepasst und überarbeitet werden (Phase 4).

2. Form der Mitwirkung

2.1 Fragebogen

Der Masterplan hat vom 7. Juni bis 13. Juli 2012 zur öffentlichen Mitwirkung aufgelegt. Zu Beginn der Mitwirkung wurde jeder Haushalt mit einem Fragebogen bedient und zur Mitwirkung eingeladen.

2.2 Informationsveranstaltung

Am 14. Juni 2012 fand im Gemeindesaal Kandersteg eine gut besuchte öffentliche Informationsveranstaltungen statt. Zweck der öffentlichen Informationsveranstaltung war eine ausführliche Orientierung der Bevölkerung über die Absichten und Ziele des Masterplans.

3. Ergebnis der Mitwirkung

3.1 Eingegangene Stellungnahmen

Während der Mitwirkung sind auf der Gemeindeverwaltung **103 Mitwirkungseingaben** eingegangen. Es wurden 100 Fragebogen und 3 briefliche Eingaben eingereicht. Die zahlreichen Eingaben sind erfreulich und zeigen, dass der Fragebogen zur Mitwirkung angeregt hat und von zahlreichen vor allem Privatpersonen studiert wurde.

Die Mitwirkenden haben nebst den Fragen zum Ankreuzen **über 600 einzelne handschriftliche Bemerkungen und Anregungen** gemacht, die bei der Überarbeitung der Masterplans berücksichtigt werden sollen.

3.2 Grundtenor

Aus den Antworten zum Ankreuzen resultiert eine grosse bis sehr grosse Zustimmung zum vorliegenden Entwurf des Masterplans. Viele Detailanregungen geben zudem wertvolle Hinweise zur Verbesserung und Überarbeitung des Masterplans.

II. Aufbau des Berichts

Im vorliegenden Bericht werden die Bemerkungen und Anregungen themenweise zusammengefasst sowie die Stellungnahme der Kerngruppe, die Anträge der Kerngruppe und der Beschluss des Gemeinderats dargestellt.

III. Detailauswertung

Die Detailauswertung beinhaltet folgende Kapitel:

1. Allgemeines
2. Stärken und Schwächen
3. Ziele Bevölkerung
4. Ziele Tourismus
5. Ziele Gewerbe
6. Massnahmen

Die einzelnen Kapitel sind wie folgt aufgebaut:

Zunächst wird eine statistische **Übersicht** über die Antworten gegeben, die angekreuzt werden konnten (Frage 1, 2, 3, 5, 7, 9). Die Ergebnisse wurden nach Ja-Anteilen geordnet: Diejenige Antwort mit dem höchsten Ja-Anteil (ja und eher ja) ist an erster Stelle dargestellt, mit dem zweit-höchsten Ja-Anteil an zweiter Stelle, usw.

Danach werden zum jeweiligen Kapitel die handschriftlichen **Anregungen** thematisch zusammengefasst (Frage 4, 6, 8, 10, 11). In Klammer ist pro Thema die Anzahl Nennungen ersichtlich. Alle Anregungen und Bemerkungen sind im Anhang aufgelistet.

Abschliessend folgt eine **Stellungnahme der Kerngruppe**.

1. Allgemeines

1.1 Anregungen

1.1.1 Vorgehen (21 Nennungen) und Kommunikation (8)

Allgemein wird eine verbesserte Kommunikation seitens der Behörde gewünscht. Es sollen Arbeitsgruppen und Fachausschüsse gebildet werden. Die Gemeinde soll wieder vermehrt auf die Leute zugehen und den Puls im Dorf spüren. Es sollen die verschiedenen Altersklassen separat befragt werden zu ihren aktuellen Wünschen und denjenigen in 15 Jahren. Die Bevölkerung will bei der Verabschiedung des Masterplans mitentscheiden.

Es wird vorgeschlagen, Kontakte zu anderen Gemeinden/Talschaften zu knüpfen, die ähnliche Probleme haben und Lösungen gefunden haben.

1.1.2 Zusammensetzung Kerngruppe (10)

Es wird gewünscht, die Kerngruppe mit Personen aus folgenden Bereichen zu erweitern.

- Jugend
- (Sport-)Vereine
- Senioren / Pensionäre
- Arbeitende / Pendelnde
- Skifahren
- Bergsteigen
- Ferienwohnungsvermietern

1.1.3 Masterplan (11)

Es wird eine Priorisierung der vielen Ideen im Masterplan und das Thema Klimaerwärmung vermisst. Die Bezeichnung „Masterplan“ wird als unverständlich eingeschätzt.

1.1.4 Dank (9)

Verschiedentlich wird die Initiative zur Erarbeitung des Masterplans verdankt.

1.1.5 Einzelanregungen (37)

Es werden zahlreiche Einzelanregungen gemacht (siehe Anhang Seite 33, 34).

1.2 Stellungnahme Kerngruppe

zu 1.1.1 Vorgehen und Kommunikation

Die Anregungen werden wie folgt berücksichtigt.

- Mit ausgewählten Interessengruppen werden separate Foren durchgeführt.
- Es findet eine zusätzliche Information der Bevölkerung statt.
- Der Masterplan wird vom Gemeinderat definitiv verabschiedet.
- Der Austausch mit anderen Gemeinden findet während der Umsetzung des Masterplans statt.

Zu 1.1.2 Zusammensetzung Kerngruppe

Auf eine Ergänzung der Kerngruppe mit zusätzlichen Mitgliedern wird verzichtet, statt dessen werden separate Foren mit verschiedenen Interessengruppen durchgeführt.

Zu 1.1.3 Masterplan

Die Anregungen werden im Masterplan bereits berücksichtigt:

- Die Priorisierung wird im Teil „C Masterplan“ vorgenommen.
- Das Thema „Klimaerwärmung“ ist mit der Massnahme MT8 „Positionspapier Klimawandel“ berücksichtigt.
- Die Bezeichnung „Masterplan“ ist vom „beco Berner Wirtschaft“ vorgegeben und wird beibehalten.

Zu 1.1.4 Dank

Der Dank wird zur Kenntnis genommen.

Zu 1.1.5 Einzelanregungen

Folgende Einzelanregung soll in den separaten Foren vertieft und bei der Überarbeitung des Masterplans zusätzlich berücksichtigt werden:

- Koordinationsstelle für Projekt und Leistungsträger

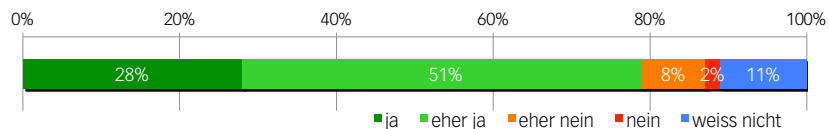
2. Stärken und Schwächen

2.1 Übersicht

Die Kerngruppe hat für Kandersteg folgende Stärken und Schwächen identifiziert:

	Stärken	Schwächen
Bevölkerung	<ul style="list-style-type: none"> - Hohe Lebensqualität - Intakte Natur / Umwelt - Gepflegtes Dorfbild - Aktive Dorfbevölkerung - Gute übergeordnete Verkehrsanbindung - Gute Erschliessung innerorts - Keine Ausländerproblematik - Stabile Gemeindefinanzen 	<ul style="list-style-type: none"> - Eingeschränkte Versorgung - Eingeschränktes Schulangebot - Hohe Bütätigkeit - Beeinträchtigung Dorfbild - Wenig bezahlbare Familienwohnungen - Mobilitätsprobleme im Dorfkern - Ungenügendes Kulturangebot - Überalterung der Bevölkerung
Tourismus	<ul style="list-style-type: none"> - Intakte Natur / Umwelt - Attraktiver Tourismusort mit vielen Einzigartigkeiten - Unproblematische Anreise mit öffentlichem Verkehr oder Individualverkehr - Breites und qualitatives touristisches Angebot - Starke Sommersaison - Qualitativ gutes Hotellerie- und Gastronomieangebot - Gutes Preis-/Leistungsverhältnis in der Hotellerie und Gastronomie - Internationales Pfadfinderzentrum 	<ul style="list-style-type: none"> - Tourismus-Abhängigkeit - Zunehmender Tages-, abnehmender Aufenthaltstourismus - Zu wenig Übernachtungsmöglichkeiten für Gruppen - Ungenügende Vermarktung und Sanierungsbedarf von Ferienwohnungen - Renovationsbedarf Hotels und Ferienwohnungen - Umnutzung von Hotels zu Zweitwohnungen - Währungsrisiken mit schwachem Euro und Pfund
Gewerbe	<ul style="list-style-type: none"> - Qualitativ gutes vor Ort erhältliches Grundangebot - Hohe Anzahl arbeitsintensiver und dienstleistungsorientierter Arbeitsplätze - Viele Teilzeitstellen - Ausbildungsplätze in verschiedenen Kleingewerbe- und Gastronomiebetrieben 	<ul style="list-style-type: none"> - Zu wenig freie Gewerbezonon - Kaum Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten für Erwachsene - Wenig Lehrstellen in bestimmten Bereichen - Nachfolgeprobleme in Gewerbebetrieben

Frage 1: Erleben Sie Kandersteg heute auch mit diesen Stärken und Schwächen?



79% (ja + eher ja) der Bevölkerung von Kandersteg erlebt Kandersteg ebenfalls mit oben dargestellten Stärken und Schwächen.

2.2 Anregungen

Frage 2: Welche drei Stärken und Schwächen stehen für Sie im Vordergrund?

Stärken	mehr als 10 Nennungen
- Intakte Natur / Umwelt	66
- Hohe Lebensqualität	37
- Internationales Pfadizentrum	23
- Unproblematische Anreise mit öffentlichem Verkehr oder Individualverkehr	14
- Aktive Dorfbevölkerung	13
- Attraktiver Tourismusort mit vielen Einzigartigkeiten	12
- Qualitativ gutes vor Ort erhältliches Grundangebot	12
- Gepflegtes Dorfbild	10

Die intakte Natur und Umwelt wird von rund zwei Dritteln der Bevölkerung als Stärke gesehen, gefolgt von der damit verbunden hohen Lebensqualität. Auch das internationale Pfadizentrum wird von vielen als eine der drei Stärken genannt.

Die vollständige Auflistung aller Stärken ist im Anhang ersichtlich.

Schwächen	mehr als 10 Nennungen
- Wenig bezahlbare Familienwohnungen	27
- Hohe Bautätigkeit	26
- Überalterung der Bevölkerung	23
- Nachfolgeprobleme in Gewerbebetrieben	23
- Eingeschränkte Versorgung	22
- Tourismus-Abhängigkeit	18
- Eingeschränktes Schulangebot	17

Im Bereich Bevölkerung werden wenig bezahlbare Familienwohnungen, das eingeschränkte Schulangebot und die Überalterung von vielen Stellungnehmenden als Schwäche genannt. Im Bereich Gewerbe sind es die hohe Bautätigkeit, die Nachfolgeprobleme in Gewerbebetrieben und die eingeschränkten Versorgungsmöglichkeiten. Die Tourismus-Abhängigkeit wird ebenfalls von vielen Stellungnehmenden als eine der drei Schwächen genannt, die im Vordergrund stehen.

Die vollständige Auflistung aller Schwächen ist im Anhang ersichtlich.

2.3 Stellungnahme Kerngruppe

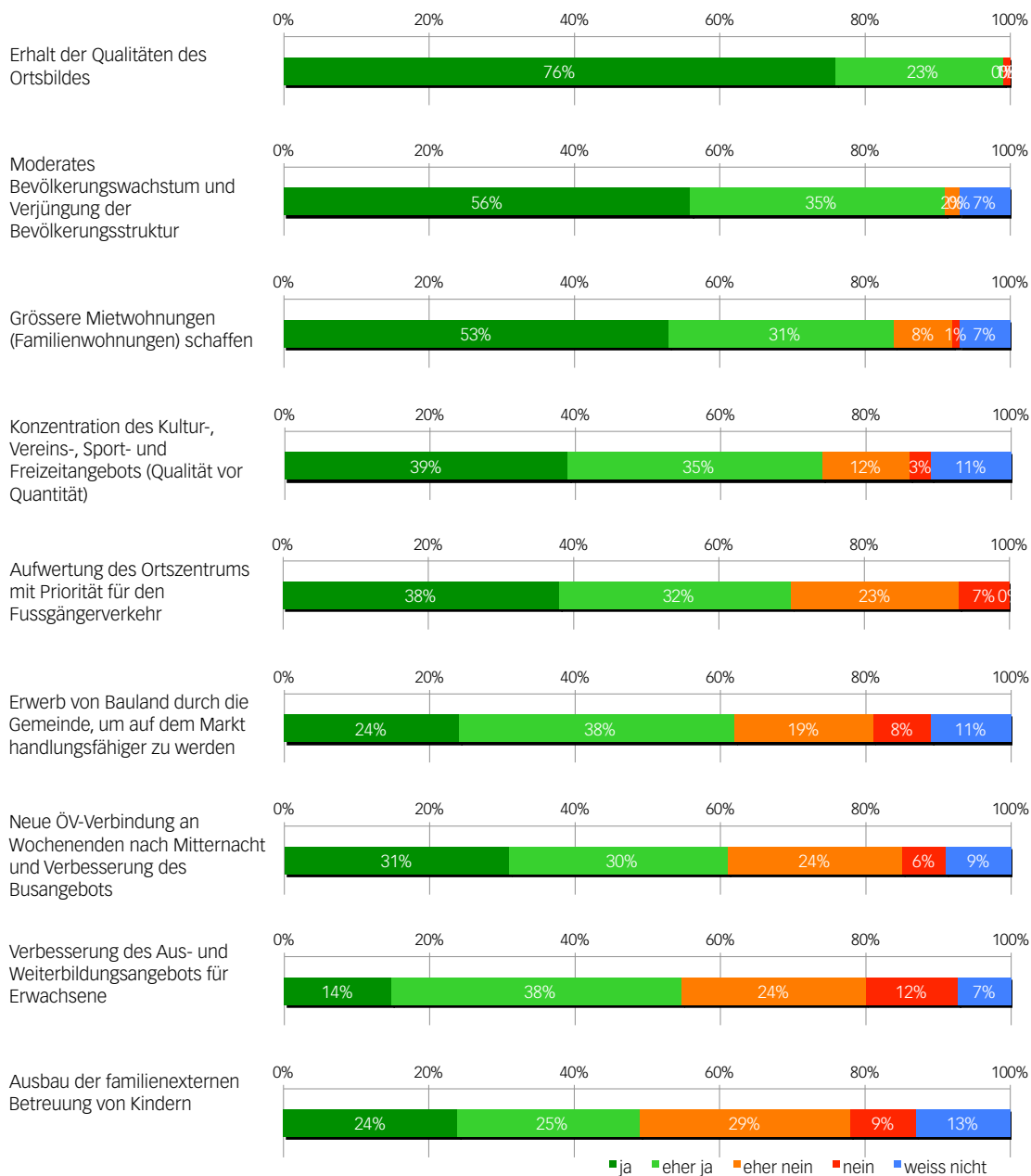
Alle mehrmals genannten Stärken und Schwächen sind im Masterplan bereits aufgenommen.

3. Ziele Bevölkerung

3.1 Übersicht

Im Bereich Bevölkerung hat die Kerngruppe folgende Ziele formuliert.

Frage 3: Sind Sie mit diesen Zielsetzungen einverstanden?



Die Bevölkerung von Kandersteg ist mit den ersten 7 von den obgenannten 9 Zielen im Bereich Bevölkerung einverstanden; deren Ja-Anteil (ja und eher ja) geht von 61% bis 99%.

Zwei Ziele schwingen mit über 90% Ja-Anteil (ja und eher ja) oben aus:

- „Moderates Bevölkerungswachstum und Verjüngung der Bevölkerungsstruktur“
- „Erhalt der Qualitäten des Ortsbildes“

Die letzten beiden Ziele werden weniger klar befürwortet:

- „Ausbau der familienexternen Betreuung von Kindern“:
49% Zustimmung (ja + eher ja) und 38% Ablehnung (nein + eher nein)
- „Verbesserung des Aus- und Weiterbildungsangebot für Erwachsene“:
52% Zustimmung (ja + eher ja) und 36% Ablehnung (nein + eher nein)

3.2 Anregungen

3.2.1 Verkehr, Verkehrsberuhigung, Strassenunterhalt, Strassenraumgestaltung (52 Nennungen)

Die Verkehrsberuhigung (Tempo 30) wird sehr begrüsst. Zum Teil wird verlangt, dass diese nicht nur auf das Dorfzentrum beschränkt, sondern auch die Dorfstrasse, resp. das ganze Dorf umfassen soll. Zahlreiche Anregungen betreffen den Strassenunterhalt, die Strassenraumgestaltung und den Ortsbus.

3.2.2 Abendunterhaltung für Junge, Junggebliebene und Hotel-/Gastronomieangestellte (32)

In zahlreichen Stellungnahmen wird das komplett fehlende Ausgangsangebot insbesondere für Junge, aber auch Junggebliebene und Hotel-/Gastronomieangestellte ab 00.30h kritisiert. Es wird angeregt, eine Kommission Nachtleben zu bilden, die ein Betriebskonzept erarbeitet und Standorte sucht und evaluiert.

3.2.3 Freizeit- und Kulturangebot für Junge (26)

Die Freizeit- und Kulturangebote sollten für Junge generell ausgebaut werden. Dazu werden verschiedene Vorschläge gemacht, z.B. Downhillstrecke, Förderung Kletter-/Eiskletter-Werbung, Jugendtreff, Kino, Inline-Skates/Mountainbike auf dem Schulhausplatz.

3.2.4 Familien (26)

Die Mitwirkenden sprachen sich mit grosser Mehrheit für eine Attraktivierung von Kandersteg als familienfreundlichen Wohn- und Ferienort aus. Folgende Ideen wurden eingebracht: Familienexterne Betreuung von Kindern, mehr Spielplätze, Bänkli und Freizeitangebote. Dabei sollen auch die älteren Menschen mit einbezogen werden.

3.2.5 Zusammenarbeit (24)

Es wird auf die fehlende Zusammenarbeit zwischen Einheimischen, Gewerbe, Hoteliers und Gastronomiebetriebe hingewiesen. Es wird mehr „miteinander statt gegeneinander“ gewünscht, weniger Neid und „Gärtchen-“Denken.

3.2.6 Infrastruktur (18)

Es wird eine Konzentration, resp. Mehrfachnutzung von Infrastrukturen verlangt (z.B. Eishalle). Dazu wird eine Koordinationsstelle für Synergienutzung neuer, bestehender und geplanter Infrastruktur(-Projekte) angeregt.

3.2.7 Ortsbild (15)

Massnahmen zur Ortsbildverschönerung werden begrüsst (z.B. Beflagung, einheitliche Strassenbeleuchtung, bessere Gestaltung Bahnhofstrasse). Auch die Einfahrt Kandersteg soll besser beschildert und z.B. mit einem Tankstellen-Shop ergänzt werden.

3.2.8 Natur (12)

Der Erhalt und der sorgsame Umgang mit der intakten Natur liegt vielen Mitwirkenden am Herzen. Die intakte Umwelt soll aktiv beworben werden und die ökologische Ausrichtung von Kandersteg verstärkt werden.

3.2.9 Freundlichkeit (11)

Es wird (wahrscheinlich) vor allem von älteren Personen mangelnde Freundlichkeit gegenüber anderen Einwohnern und den Gästen beklagt.

3.2.10 Konzentration des Kultur-, Vereins-, Sport- und Freizeitangebots (10)

Insbesondere im Bereich Sport und Tourismus, die gut abgedeckt sind, wird eine Konzentration begrüsst.

3.2.11 Arzt (10)

Es wird besorgt auf die nichtexistente Nachfolgeregelung der beiden amtierenden Ärzte hingewiesen. Die Gemeinde wird aufgefordert, sich jetzt aktiv darum zu kümmern (z.B. wie Projekt HMO-Praxis Schwarzenburg).

3.2.12 Schule (8)

Das Grundschulangebot muss unbedingt gehalten werden und soll qualitativ gut sein.

3.2.13 Ältere Personen (7)

Es wird bemängelt, dass auch die älteren Personen in Kandersteg keine Perspektiven haben. Als gute Steuerzahler sind auch ältere Personen nicht zu vernachlässigen (Ortsansässige und Neuzuzüger). Es wird der Bau von Alterswohnungen angeregt.

3.2.14 Neuzuzüger (6)

Es werden die fehlenden Anreize für Neuzuzüger bemängelt und diejenigen für Einheimische zum Verbleiben.

3.2.15 Schanze (6)

Der Neubau der Schanzenanlage wird einerseits unterstützt andererseits aber auch abgelehnt.

3.2.16 Landwirtschaft (6)

Das verbleibende Kulturland soll erhalten und nicht verbaut werden. Die Landwirtschaft soll gefördert werden, z.B. mit einem Preis an innovative Jungbauern.

3.2.17 Schlechtes Wetter (5)

Es sollen mehr Alternativen bei schlechtem Wetter angeboten werden (Nutzung Gemeindesaal, Nutzung Eishalle während Sommer).

3.2.18 Kehricht (5)

Es werden verschiedene Verbesserungsvorschläge zu den sich in schlechtem Zustand befindlichen Kehrichthäuser gemacht.

3.2.19 Vereine (4)

Es werden eine bessere (Termin-)Koordination der Vereine und eine professionellere Führung verlangt.

3.2.20 Arma-Suisse / Armeeapotheke (3)

Die Gemeinde soll vorwärts machen mit dem Kauf der leerstehenden Militärbaracken. Über die Nutzung des Areals sind zwei gegensätzliche Meinungen eingegangen: Das Areal soll für eine Industrie verkauft oder zur Verfügung gestellt werden oder in erster Linie für Kandersteger umgenutzt werden (Z.B. Häuser, Wohnungen, Freizeit).

3.2.21 Erstwohnungen (3)

Es wird eine bessere Erfassung und Bekanntmachung von freiwerdenden Häusern/Wohnungen verlangt, um den Verkauf oder die Vermietung an Einheimische zu priorisieren.

3.2.22 Weiterbildung (2)

Es sind zwei unterschiedliche Stellungnahmen eingegangen: Die Verbesserung des Aus- und Weiterbildungsangebots auch für Junge wird unterstützt, das Aus- und Weiterbildungsangebot ist durch die VHF bereits voll abgedeckt.

3.2.23 Einzelanregungen Bereich Bevölkerung (50)

Es werden zahlreiche Einzelanregungen gemacht (siehe Anhang Seite 48 - 50).

3.3 Stellungnahme Kerngruppe

Die meisten Anregungen werden im Masterplan bereits genügend behandelt.

Folgende mehrfach genannten Anregungen sollen in den separaten Foren vertieft und bei der Überarbeitung des Masterplans zusätzlich berücksichtigt werden:

- Abendunterhaltung für Junge, Junggebliebene und Hotel-/Gastronomieangestellte (vgl. 3.2.2)
- Freizeit- und Kulturangebot für Junge (vgl. 3.2.3)
- Zusammenarbeit (vgl. 3.2.5)
- Arzt (vgl. 3.2.11)

Folgende Einzelanregungen im Bereich Bevölkerung sollen in den separaten Foren vertieft und bei der Überarbeitung des Masterplans zusätzlich berücksichtigt werden:

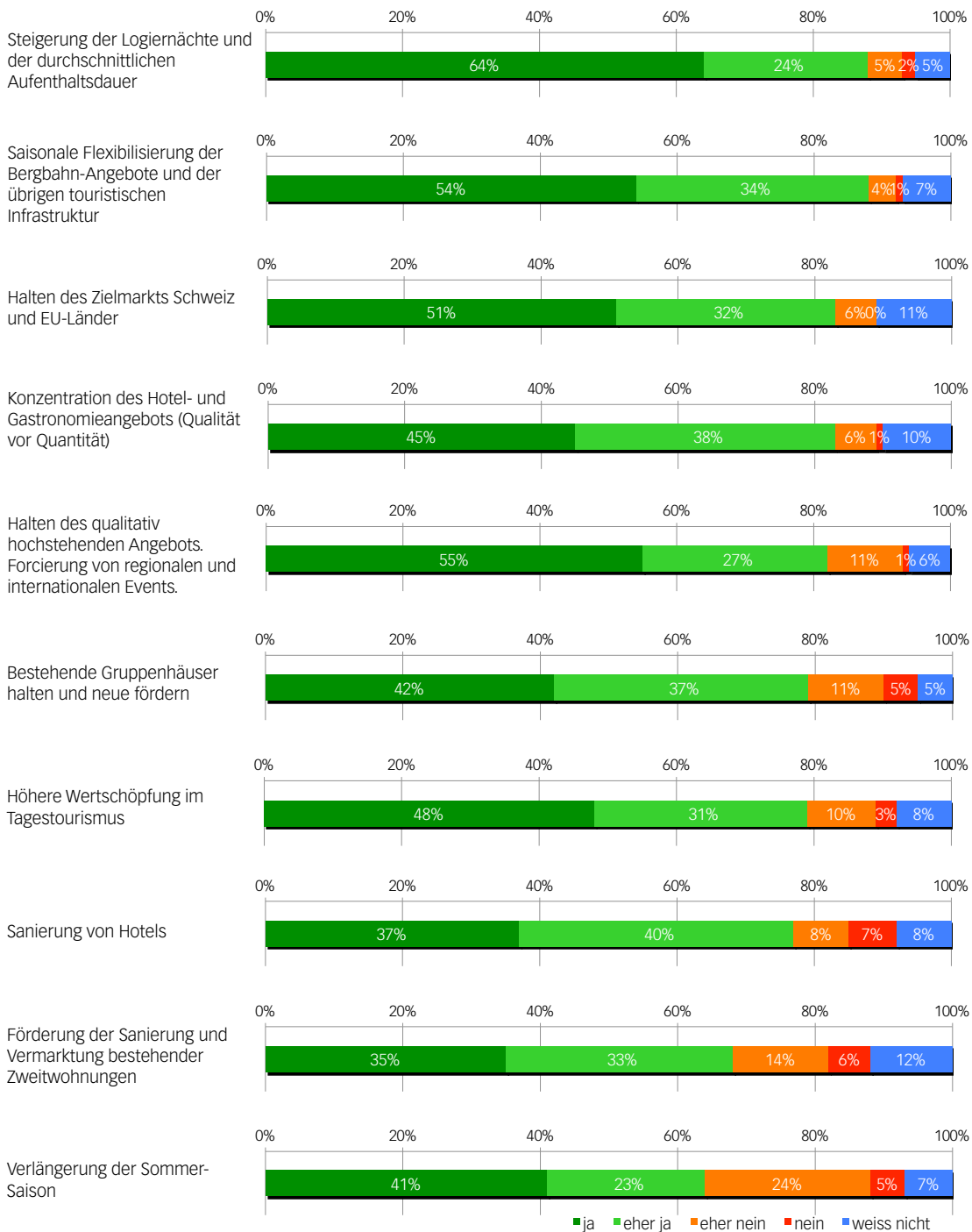
- Leerstehende Schaufenster mit Bildern und Fotos aus der Lethargie reissen.
- Auf der Gemeindeverwaltung werden potentielle Fachkräfte aus der Bevölkerung namentlich erfasst. Die Gemeinde teilt diesen Personen mit, wo sie wen für welchen Einsatz benötigt.
- Finanzpool für Events
- Kandersteg bleibt sauber

4. Ziele Tourismus

4.1 Übersicht

Im Bereich Tourismus hat die Kerngruppe folgende Ziele formuliert.

Frage 5: Sind Sie mit diesen Zielsetzungen einverstanden?



Die Mehrheit der Bevölkerung von Kandersteg ist mit den formulierten 10 Zielen im Bereich Tourismus einverstanden.

Am meisten Zustimmung erreichen mit je 88% die beiden Ziele „Steigerung der Logiernächte und der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer“ und „Saisonale Flexibilisierung der Bergbahn-Angebote und der übrigen touristischen Infrastruktur“.

Den kleinsten Ja-Anteil (ja und eher ja) erhalten die Zielsetzungen „Verlängerung der Sommersaison“ (64%) und „Förderung der Sanierung und Vermarktung bestehender Zweitwohnungen“ (68%).

4.2 Anregungen

4.2.1 Positionierung (22 Nennungen)

Es wird eine klare Positionierung von Kandersteg verlangt. Mehrere Stellungnehmende sehen die Schwerpunkte in den Themen Nachhaltiger Tourismus, intakte Natur, Biodiversität. Genannt wird auch ein potentes Dreiergespann aus Ökologie, Ökonomie und sanftem Tourismus. Die pensionierte Generation soll als klar positive Kraft und Gruppe positioniert werden. Aber auch Familien, Paare und Singles sollen unterschiedlich mit entsprechenden Angeboten angesprochen werden (von Ruhe bis „full action“). Auch der Zusammenschluss mit einer anderen grossen Destination wird angesprochen.

4.2.2 Zweitwohnungen (19)

Es wird darauf hingewiesen, dass die Organisation zur Vermarktung von Zweitwohnungen bereits besteht, Mindeststandards ebenfalls (Klassierungen aller Wohnungen). Es wird eine prioritäre Bautätigkeit für die ortsansässige Bevölkerung verlangt. Der sofortige Baustopp für Zweitwohnungen in Kandersteg aufgrund der Annahme der Zweitwohnungs-Initiative ist noch nicht allen Stellungnehmenden bewusst.

4.2.3 Hotels (18)

Die dringend notwendige Sanierung einzelner Hotels wird sehr begrüsst. Oft wird genannt, dass diese Sanierung jedoch nicht Aufgabe der Gemeinde, sonder Privatsache ist. Es wird ein Sporthotel, ein Bio-Hotel und ein 5Stern-Hotel gewünscht.

4.2.4 Wanderwege (18)

Ein guter Unterhalt der Wanderwege ist vielen Ortsansässigen wichtig. Es werden verschiedene Vorschläge zum Unterhalt, zur Signalisation und Routenführung genannt. Rundwanderwege werden vermisst.

4.2.5 Bergbahnen (12)

Gewünscht wird eine bessere Zusammenarbeit der Bergbahnen untereinander (Dachorganisation, Austausch von Mitarbeitern), aber auch eine bessere Zusammenarbeit zwischen Tourismus, Bergbahnen und Gastronomie. Es werden neue Abonnemente gewünscht: Ganzjahres-Abo für alle Bergbahnen, Vergünstigungen für Einheimische (auch für Hotellerie, Sportanlagen). Mehr Flexibilität der Saisondauer erachtet man insbesondere im Herbst als vorteilhaft (unten grau oben blau). Dem wird widersprochen, weil die aktuelle Saisondauer der Gondelbahn Kandersteg-Oeschinensee und der beiden Luftseilbahnen Kandersteg-Sunnbühl und Kandersteg-Allmenalp überlappend ist und als ausreichend erachtet wird.

4.2.6 Internationales Pfadfinderzentrum (KISC) (10)

Von mehreren Stellungnehmenden wird eine stärkere Zusammenarbeit mit dem internationalen Pfadfinderzentrum gefordert, weil die Pfadis von heute die Gäste von morgen sind. Es werden gemeinsame Veranstaltungsprogramme angeregt. Die internationalen und generationenübergreifenden Verbindungen des Pfadizentrums sollten besser genutzt werden. Es wird darauf hingewiesen, dass das Pfadizentrum im Besitz von hunderten von Adressen ist.

Das Internationalen Pfadizentrum selber bemängelt (in einer nach der offiziellen Vermehmlassungsfrist eingegangenen Stellungnahme) das vollständige Fehlen einer Zusammenarbeit mit dem KISC. Es wird deshalb die Stärkung der Zusammenarbeit von KT, KTT und KISC gefordert, als Chance für Kandersteg, auch in 20/50 Jahren Gäste zu erhalten. Die Gemeinde soll zwingend die Kontrolle über KT übernehmen, um Fortschritte zu erreichen. Als Stärke sei das KISC zwar erwähnt, aber eine Massnahme ist nicht formuliert.

4.2.7 Langlauf (7)

Als eines der grössten Langlaufgebiete der Schweiz soll diese Stärke ausgebaut und im Masterplan erwähnt werden. Die Loipen sollen vertraglich gesichert werden und von hoher Qualität bleiben.

4.2.8 Ferienwohnungen (6)

Es wird eine bessere Nutzung der Ferienwohnung mittels einer koordinierteren und organisierteren Vermietung vorgeschlagen. Eine Stellungnahme hält nichts von hochtechnischen Reservierungssystemen und beurteilt Individualbewerbung als besser.

4.2.9 Vermarktung (5)

Es wird eine bessere und effizientere Vermarktung von Kandersteg vorgeschlagen.

4.2.10 Bike (5)

Verschiedentlich werden neue Bike-Strecken (z.B. Downhill) gefordert.

4.2.11 Gruppenhäuser (4)

4 Stellungnehmenden sind gegen die Erstellung neuer Gruppenhäuser, da sie andere Angebote konkurrenzieren und eine zu tiefe Wertschöpfung haben. 79% aller Stellungnehmenden bejahen in Frage 5 das Ziel „bestehende Gruppenhäuser halten und neue fördern“.

4.2.12 Autoverlad (4)

Mit dem Potential der Tausenden von Autoverlade-Touristen soll eine Wertschöpfung generiert werden, zum Beispiel mit geschickten Marketingmassnahmen.

4.2.13 Reorganisation Tourismus-Organisationen (3)

Die beiden Tourismus-Organisationen geben in der Bevölkerung zu Reden. Es wird eine Verschlankung vorgeschlagen.

4.2.14 Kommunikation touristischer Angebote (3)

Es wird ein klares und aktives Kommunikationskonzept gefordert, nachdem Positionierung und Ziele definiert sind.

4.2.15 Einzelanregungen Tourismus (69)

Es werden sehr viele Einzelanregungen gemacht (siehe Anhang Seite 56 - 58).

4.3 Stellungnahme Kerngruppe

Die meisten Anregungen werden im Masterplan bereits genügend behandelt.

Folgende mehrfach genannten Anregungen sollen in den separaten Foren vertieft und bei der Überarbeitung des Masterplans zusätzlich berücksichtigt werden:

- Bergbahnen (vgl. 4.2.5)
- Internationales Pfadfinderzentrum (KISC) (vgl. 4.2.6)
- Gruppenhäuser (vgl. 4.2.11)

Folgende Einzelanregung im Bereich Tourismus soll in den separaten Foren vertieft und bei der Überarbeitung des Masterplans zusätzlich berücksichtigt werden:

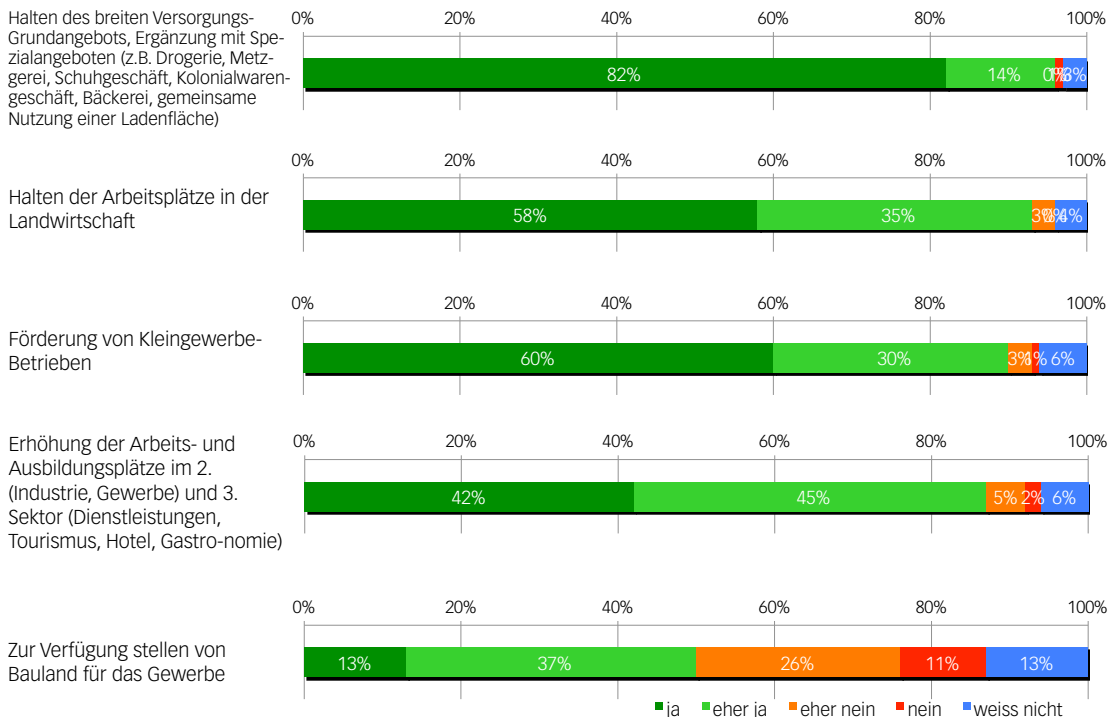
- Klares Konzept mit einem roten Faden erarbeiten, welches der Gemeinde ermöglicht, die touristische Zukunft aktiv und gezielt zu gestalten.

5. Ziele Gewerbe

5.1 Übersicht

Im Bereich Gewerbe hat die Kerngruppe folgende Ziele formuliert.

Frage 7: Sind Sie mit diesen Zielsetzungen einverstanden?



Mit den ersten vier von den oben dargestellten fünf Zielen ist die Bevölkerung von Kandersteg klar einverstanden: Der Ja-Anteil (ja und eher ja) reicht von 87% bis 96%.

Das Ziel „Zur Verfügung stellen von Bauland für das Gewerbe“ wird nur zu 50% (ja und eher ja) unterstützt, 37% (nein und eher nein) sprechen sich dagegen aus.

5.2 Anregungen

5.2.1 Versorgung (28 Nennungen)

Ein sehr wichtiges Anliegen ist das Halten und die Verbesserung des Versorgungsangebots für Einwohner und Touristen. Das Fehlen der Drogerie/ Apotheke - wichtig auch für Touristen - wird sehr oft kritisiert. Die Idee von Misch-/Kombiläden auf gemeinsamer Ladenfläche wird begrüsst.

5.2.2 Gewerbe-Förderung (22)

Die Gemeinde soll aktiv Werbung für neue Gewerbe- und Dienstleistungsbetriebe machen. Die Rahmenbedingungen (Zonenplan, Starthilfe, Steuererleichterung etc.) sollen dazu optimiert und Synergien gefördert werden.

5.2.3 Einheimisches Gewerbe berücksichtigen (13)

Zahlreiche Stellungnehmende verlangen, dass das ortsansässige Gewerbe besser berücksichtigt werden müsste, sowohl von Privatpersonen, Hotels- und Gastronomiebetrieben als auch vom Baugewerbe.

5.2.4 Vermarktung regionaler / biologischer Produkte (5)

Angeregt wird eine aktivere Vermarktung regionaler bzw. biologischer Produkte.

5.2.5 Einzelanregungen Bereich Gewerbe (13)

Es werden im Vergleich zu den anderen beiden Bereichen nur wenige Einzelanregungen gemacht (siehe Anhang Seite 61).

5.3 Stellungnahme Kerngruppe

Drei der vier Anregungen werden im Masterplan bereits genügend behandelt.

Folgende mehrfach genannte Anregung soll in den separaten Foren vertieft und bei der Überarbeitung des Masterplans zusätzlich berücksichtigt werden:

- Einheimisches Gewerbe berücksichtigen (vgl. 5.2.3)

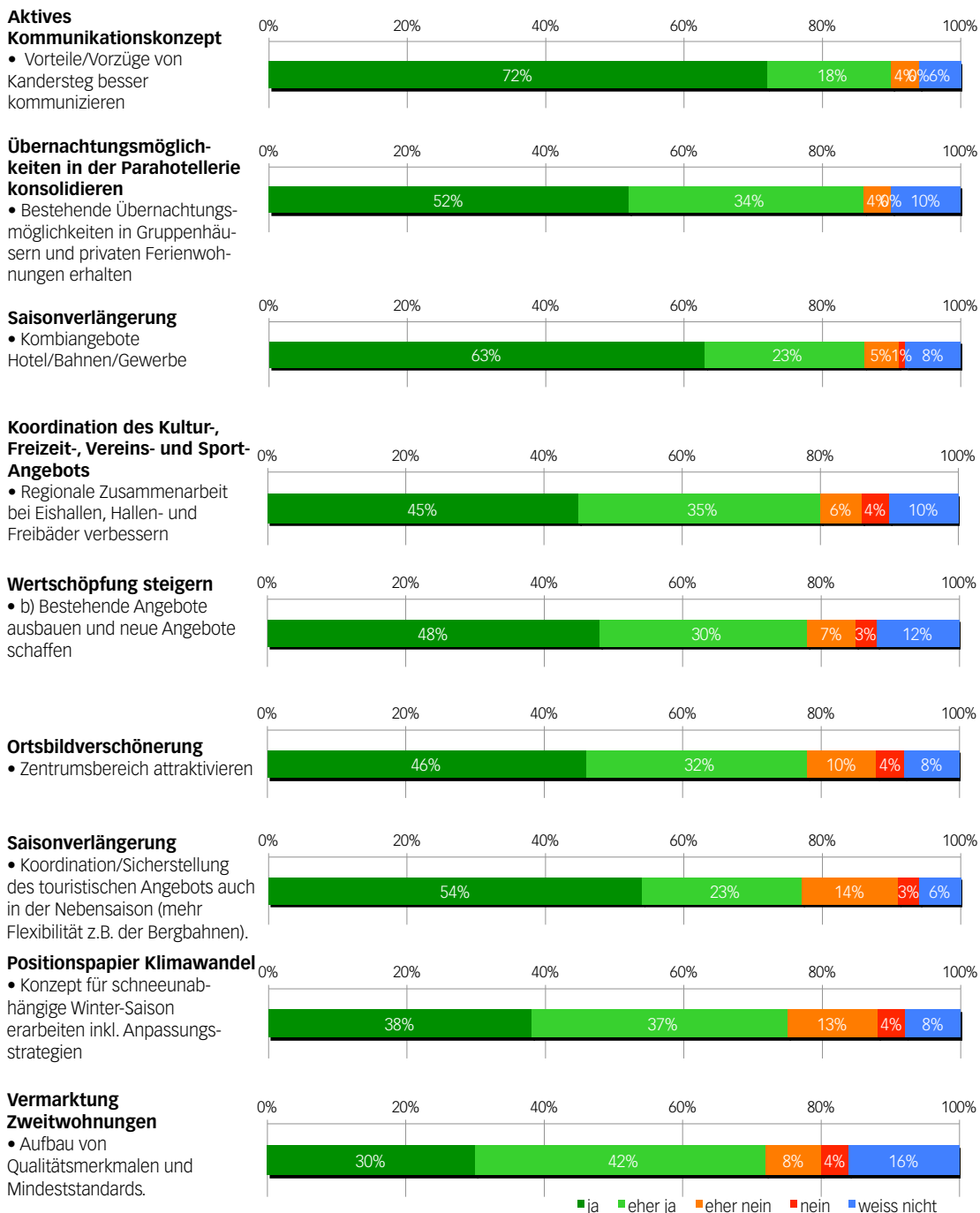
Alle genannten Einzelanregungen im Bereich Gewerbe werden im Masterplan bereits genügend behandelt.

6. Massnahmen

6.1 Übersicht

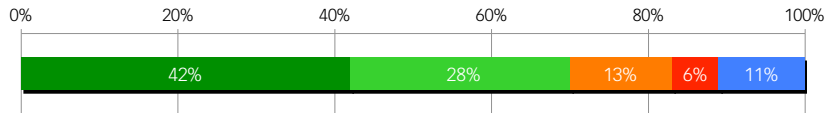
Die Kerngruppe ist der Meinung, dass folgende 12 Massnahmen die grössten Erfolgs-Chancen haben, um die Ziele in den Bereichen Bevölkerung, Tourismus und Gewerbe zu erreichen.

Frage 9: Sind Sie mit diesen Massnahmen einverstanden?



Übernachtungsmöglichkeiten in der Parahotellerie konsolidieren

- Kostengünstige Unterkünfte für Gruppen zur Verfügung stellen



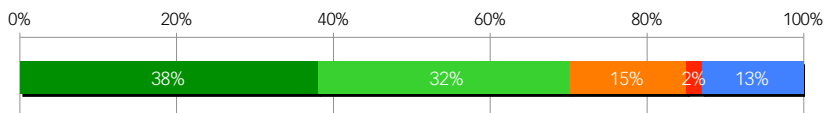
Massnahmen fahrender Verkehr

- Verkehrsberuhigung im Zentrumsbereich und bessere Strassenraumgestaltung, Priorisierung und Förderung des Fuss- und Veloverkehrs



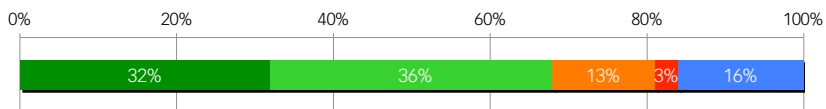
Massnahmen ruhender Verkehr

- Zweckbestimmung der Einnahmen festlegen (z.B. zur Attraktivierung Ortsbus)



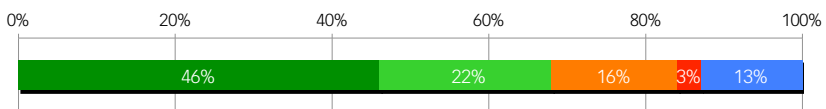
Vermarktung Zweitwohnungen

- Organisation definieren



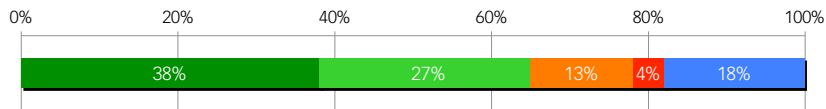
Saisonverlängerung

- Konzept zur Verlängerung der Neben-Saison/Sommer-Saison erarbeiten.



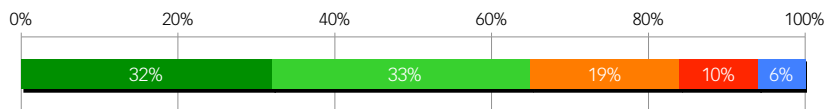
Aktive Bodenpolitik

- Wohnnutzungsdatenbank führen



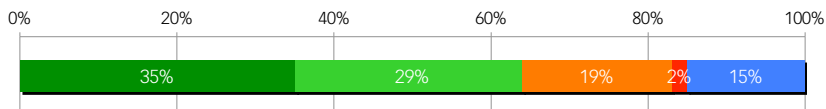
Massnahmen ruhender Verkehr

- Flächendeckende Parkplatz-Bewirtschaftung planen und einführen.



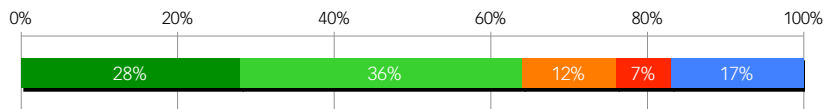
Koordination des Kultur-, Freizeit-, Vereins- und Sport-Angebots

- Erteilung von Leistungsaufträgen (z.B. Kulturverein in Kandersteg (KIK))

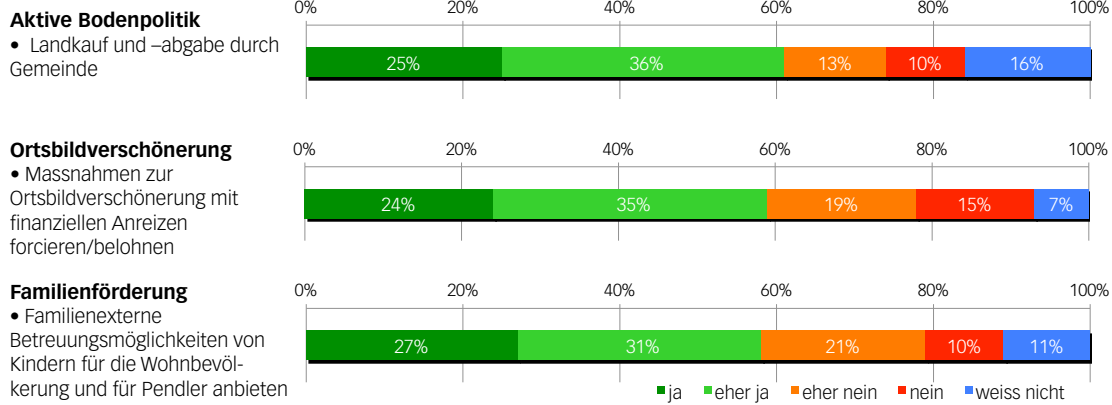


Wertschöpfung steigern

- a) Finanzierung touristischer Leistungen



■ ja ■ eher ja ■ eher nein ■ nein ■ weiss nicht



Die Mehrheit bzw. der grösste Teil der Bevölkerung von Kandersteg ist mit den 21 formulierten Massnahmen einverstanden: Der Ja-Anteil (ja und eher ja) reicht von 58% („Familienexterne Betreuungsmöglichkeiten von Kindern für die Wohnbevölkerung und für Pendler anbieten“) bis 90% (Aktives Kommunikationskonzept“).

6.2 Anregungen

Die von den Mitwirkenden genannten fehlenden Massnahmen (Frage 10) wurden den Bereichen Bevölkerung, Tourismus und Gewerbe zugeordnet und in den vorangehenden Kapiteln bereits behandelt.

6.3 Stellungnahme Kerngruppe

Die Kerngruppe nimmt erfreut zur Kenntnis, dass die Bevölkerung von Kandersteg die im Masterplan vorgeschlagenen Massnahmen und damit deren Umsetzung mit einem Ja-Anteil (ja und eher ja) von 58 bis 90% unterstützt.

IV. Anhänge

Liste Bemerkungen und Anregungen

An dieser Stelle werden alle individuellen Bemerkungen und Anregungen nach folgenden Themen sortiert aufgelistet:

1. Allgemeine Bemerkungen

- Vorgehen (21 Nennungen)
- Kommunikation der Behörde (8)
- Kerngruppe (10)
- Masterplan (11)
- Danke (9)
- Einzelanregungen allgemein (37)

2. Stärken und Schwächen

3. Bereich Bevölkerung

- Verkehr, Verkehrsberuhigung, Strassenunterhalt, Strassenraumgestaltung (52 Nennungen)
- Abendunterhaltung für Junge, Junggebliebene und Hotel-/Gastronomie angestellte (32)
- Freizeit- und Kulturangebot für Junge (26)
- Familien (26)
- Zusammenarbeit (24)
- Infrastruktur (18)
- Ortsbild (15)
- Natur (12)
- Freundlichkeit (11)
- Konzentration des Kultur-, Vereins, Sport- und Freizeitangebots (10)
- Arzt (10)
- Schule (8)
- Ältere Personen (7)
- Neuzuzüger (6)
- Schanze (6)
- Landwirtschaft (6)
- Schlechtes Wetter (5)
- Kehricht (4)
- Vereine (4)
- Arma-Suisse / Armeepotheke (3)
- Erstwohnungen (3)
- Weiterbildung (2)
- Einzelanregungen Bereich Bevölkerung (50)

4. Bereich Tourismus

- Positionierung (22 Nennungen)
- Zweitwohnungen (19)
- Hotels (18)
- Wanderwege (18)
- Bergbahnen (12)
- Internationales Pfadizentrum (KISC) (10)
- Langlauf (7)
- Ferienwohnungen (6)
- Vermarktung (5)
- Bike (5)
- Gruppenhäuser (4)
- Autoverlad (4)
- Reorganisation Tourismus-Organisationen (3)
- Kommunikation touristisches Angebot (3)
- Einzelanregungen Tourismus (69)

5. Bereich Gewerbe

- Versorgung (28)
- Gewerbe-Förderung (22)
- Einheimisches Gewerbe berücksichtigen (13)
- Vermarktung regionaler / biologischer Produkte (5)
- Einzelanregungen Bereich Gewerbe (13)

1. Allgemeine Bemerkungen

Vorgehen (21 Nennungen)

- Arbeitsgruppen bilden.
- Einheimische sollten letztes Wort im Entscheid dieses Masterplans haben.
- Masterplan in erweiterter Kerngruppe am „runden Tisch“ besprechen, bevor er definitiv verabschiedet wird
- Neue Wege gehen gemeinsam mit einheimischer Bevölkerung. Wünschenswert wäre Podiumsgespräch mit Vertretern der Kerngruppe und alteingesessenen Kanderstegern, Vereinen, Jugend. Weitere Gespräche, bevor Masterplan verabschiedet wird.
- Masterplan unbedingt noch einmal vor die Bevölkerung bringen, sonst wird Vertrauensverlust gegenüber der Gemeinde noch grösser und die Bereitschaft mitzumachen schwindet.
- Masterplan soll und muss mit Bevölkerung zusammen umgesetzt werden. Nicht dass der Gemeinderat ohne zusätzlichen Informationsabend den Plan genehmigt und umsetzt.
- Masterplan unter keinen Umständen im GR verabschieden, muss vors Volk.
- Pol. Prozess Masterplan: Untergruppen bilden, Einbezug der jungen Generation, weitere Infoabende, Genehmigung durch Gemeindeversammlung, Zweitwohnungsbesitzende einbeziehen.
- Alle Personen der Bevölkerung gleichermassen in ein Konzept einfügen, alle bezahlen gleichviel Steuern.
- Bitte zweiter Infoabend organisieren.
- Diverse Interessengruppen bilden, die Projekte ausarbeiten (Disco, Alt+Jung, Aktivitäten mit Pfadfindern, etc.)
- Besser Stärken/Chancen fördern als Schwächen/Risiken verkleinern
- Bildung von Fachausschüssen und Arbeitsgruppen
- Bildung von Baukommission
- Bürger in Arbeitsgruppen für das Wohl unseres Dorfes einsetzen. Nicht immer die gleichen Vertretungen in allen Gremien halten.
- Neue frische/evt. externe Personen in die entsprechenden Gremien, weg vom Image „verschlafenes Bergdorf“
- Gibt es Kontakte zu Gemeinden/Talschaften, die „ähnliche“ Probleme haben und Lösungen gefunden haben?
- Hört auf und spricht mit Einheimischen, hoffe auf weitere Diskussionen
- Orientierungsabend mit genügend Diskussionszeit.
- Vor der Erstellung des Masterplans Befragung der Bevölkerung aller Altersklassen: Was wünschen Kinder im Kindergartenalter bis Vorstufe, 12 -16jährige, 20-30jährige, etc. jetzt und in 15 Jahren?
- Würde gerne als Verantwortlicher der GKO diverse Punkte besprechen und bitte um einen Terminvorschlag.

Kommunikation der Behörde (8)

- Besser Kommunikation der öffentlichen Behörde
- Volkswillen wird nicht umgesetzt, Bevölkerung wird nicht ernst genommen. Gemeinderat hat scheinbar Probleme die Kandersteger zu informieren. Oft liest man für uns nicht fundierte Zeitungsartikel des Gemeinderats (z.B. harmlose „Bewilligung eines Baugesuchs“, dabei handelt es sich um die Bewilligung von 16 neuen Zweitwohnungen). Umstrukturierungen werden einfach so schnell nebenbei gemacht und noch kürzer mitgeteilt.
- Die Gemeinde muss wieder mehr auf die Leute zugehen, zuhören, den Puls im Dorf fühlen.
- Fehlende Information über Zustand der Gemeinde
- Ich hoffe, dass die Gemeinde mit Kritik umgehen kann und nicht gleich dicht macht, wie schon mehrere Male beobachtet.
- Infoanlass ist super, jedoch falscher Zeitpunkt (besser März-Mai) und zu späte Uhrzeit
- Zuständigkeiten bei der Gemeinde klären: Neuangestellte wie Gemeinbeschreiber oder Bauverwalter sollen sich persönlich bei den Angestellten und der Bevölkerung vorstellen und Kontakt suchen.
- Transparente/faire Info-Politik

Kerngruppe (10 Nennungen)

- Jugend in die Kerngruppe aufnehmen und für Planung einsetzen
- Kerngruppe ergänzen mit Vereine, Senioren/Pensionäre, Junge, Arbeitende/Pendler
- Kerngruppe hat keine jungen Mitglieder, keine Vertreter von Ski/Bergsteigen usw.
- Kerngruppe mit Ferienwohnungsvermietern ergänzen.
- Kerngruppe verjüngen auch mit Mitglieder Sportverein.
- Kerngruppe verjüngen. Die 20 bis 30-Jährigen bilden die Zukunft, man muss diese packen, sonst sind sie weg.
- Junge Person aus dem Dorf in die Kerngruppe, um Ziele „Verjüngung Bev.“ und „Attraktivitätssteigerung Familien“ zu erreichen.
- Arbeitsgruppe um U30-Mitglieder erweitern.
- Kerngruppe mit Jugend.
- Ergänzung der Kerngruppe mit Vertretern der Jugend.

Masterplan (11)

- Beim Masterplan vermisse ich stark die Klimaerwärmung mit ihren Folgeproblemen.
- Dem ersten Entwurf des Masterplans fehlen die Prioritäten der vielen Ideen (Sofortmassnahmen, nahe Zukunft, etc.).
- Im Masterplan aufgeführte Punkte sind richtig und wichtig... ABER sind diese elementar und wegweisend? Können wir mit einer korrekten PP-Bewirtschaftung wirklich die Herausforderungen lösen?
- Masterplan ist ein unglücklich gewähltes Wort (unverständlich).
- Masterplan ist schön und gut, doch wir stecken leider schon im Stumpengeleise und da rauszukommen ist nicht einfach.

- Sämtliche aufgelistete Punkte treffen zu, Masterplan ist aber komplett überladen. Beschränken aufs Wesentliche.
- Gegen langsamen Verfall in unguuten „Dornröschen-Schlaf“ braucht Kandersteg unbedingt greifende Ideen, Massnahmen und Instrumente.
- Konkrete Zielsetzungen fehlen (Sofortmassnahmen, Massnahmen für die nähere und spätere Zukunft) und Träume und Visionen (wie z.B. Tunnelbau).
- Projektplan „must have“ + „nice to have“
- Masterplan: Grosse Ideen und Investitionen in die Zukunft fehlen.
- Masterplan: Die messbaren Ziele fehlen. Die Zielsetzungen müssten grösstenteils (mit messbaren Zielen) umformuliert werden, um nach einer gewissen Zeitspanne überprüft werden zu können.

Danke (9)

- Danke für den Masterplan und der Möglichkeit zur Meinungsäusserung.
- Danke für die Initiative dieser Bevölkerungsumfrage: super
- Danke.
- Gut nimmt es mal jemand an die Hand: Danke
- Der Gemeinderat und die Gemeindeangestellten machen ihren Job sehr gut.
- Masterplan ist eine sehr gute Idee. Herzlichen Dank an die Initianten. Wir hoffen auf die Umsetzung.
- Herzlichen Dank und wir bleiben dran.
- Vielen Dank für alle die sich ins Zeug legen für sicher eine gute Sache.
- Vielen Dank für die umfangreiche Arbeit!

Einzelanregungen allgemein (37)

- Alles was Dorf belebt hat
- Anreize für Dorfleben: Bevölkerung nebst Tourismus nicht vergessen
- Einsicht der Tourismusverantwortlichen, dass auch die einheimische Bevölkerung ihre Bedürfnisse und ihren Platz braucht.
- Fragebogen ist zu sehr auf den Tourismus ausgerichtet.
- Fragen zu tourismuslastig. Es ist offensichtlich, welche Prioritäten auch in Zukunft für Kandersteg im Vordergrund stehen sollten.
- Fragebeantwortung ist für mich sehr schwer
- Fragestellung Fragebogen überprüfen, z.T. nicht nachvollziehbar, was gemeint ist.
- Gibt es eine Kontrolle betr. Permafrost und evt. Bergstürze in Kandersteg? Wo findet man Infos darüber?
- Im Frühjahr ist Kandersteg unkoordiniert, ungepflegt, grau/kalt, wenig einladend und offen. Ab Mai bessert dies dann, dank üppiger Natur. Grundsätzlich ist die Energie eher unfreundlich, missgünstig, z.T. sehr zusammengezogen. Mit Ausnahmen.
- Intaktes Dorf mit regem Gewerbe braucht sowohl angestammte, überlieferte wie auch interessierte, nachfolgeorientierte Menschen mit Überzeugung, dass Kandersteg der richtige Ort zum Leben ist.
- Investiert was, traut euch was, wir haben schliesslich zwei wesentliche Punkte in der heutigen Zeit: gute Luft und Ruhe.
- Keine Angst vor grossen Projekten und Investitionen.

- Koordinationsstelle für Projekt- und Leistungsträger
- Langfristig planen, mehr als 2/3 Jahre.
- Machbarkeitsstudie der Synergieeffekte
- Mehr Geld in sichtbare Projekte, anstatt tonnenweise Papier
- Mehr Innovation und eigene Spezialitäten
- Methodisch schlechter Fragebogen.
- Mondäne und futuristische Angebote passen nicht in das Bergdorf Kandersteg und sind zu meiden.
- Motivation für den Tourismus
- Nicht zu lange mit Massnahmen warten, sonst sind die Familien weggezügelt, Geschäfte und Hotels geschlossen. Das einst so stolze Dorf würde in der Lethargie versinken. Zurück bleiben nur noch die „Alten“, die nicht einmal mehr im Dorf einkaufen könnten.
- Persönliche Erfahrung der Angestellten: oft können sie keine Auskunft geben.
- Positiv: Bevölkerung nimmt an Belle Epoque Woche stark teil
- Preis-Leistung
- Probleme früher erkennen
- Qualität vor Quantität: d.h. primär Besitzstand wahren
- Regionales Entwicklungskonzept
- Sehr viele Ziele
- Sorry aber Herr Trachsel ist ein bisschen fragwürdig, kostet sicher viele Geld und überzeugt überhaupt nicht.
- Spezial-Wünsche der Bevölkerung berücksichtigen
- Übergeordnete Ziele formulieren.
- Unterstützung von Machbarkeits-Studien
- Vermittlung des wunderbaren Ortes und mehr Zufriedenheit
- Vorzüge Kandersteg hervorheben
- Wo sind die innovativen Ideen?
- Woher kommt das Geld zur Erfüllung der vielen Wünsche? Die Politiker werden sich kaum leicht einigen können.
- Zu unseren Wurzeln stehen und auf diesen aufbauen, wir können nicht St. Moritz sein.

2. Stärken und Schwächen

Frage 2: Welche drei Stärken und Schwächen stehen für Sie im Vordergrund?

Stärken	Anzahl Nennungen
- Intakte Natur / Umwelt	66
- Hohe Lebensqualität	37
- Internationales Pfadizentrum	23
- Unproblematische Anreise mit öffentlichem Verkehr oder Individualverkehr	14
- Aktive Dorfbevölkerung	13
- Attraktiver Tourismusort mit vielen Einzigartigkeiten	12
- Qualitativ gutes vor Ort erhältliches Grundangebot	12
- Gepflegtes Dorfbild	10
- Stabile Gemeindefinanzen	9
- Gute übergeordnete Verkehrsanbindung	7
- Keine Ausländerproblematik	7
- Breites und qualitatives touristisches Angebot	4
- Tagestourismus	3
- Ausbildungsplätze in versch. Kleingewebe- und Gastronomiebetrieben	2
- Gute Erschliessung innerorts	2
- Gutes Preis-/Leistungsverhältnis in der Hotellerie und Gastronomie	2
- Hohe Anzahl arbeitsintensiver und dienstleistungsorientierter Arbeitsplätze	2
- Vielfalt an Vereinen	2
- Autoverlad BLS	1
- Gutes Freizeitangebot	1
- Bergwegnetz	1
- Lage des Dorfes (eben, gut für ältere Personen und Invalide)	1
- Kein Durchgangsverkehr im Dorf	1
- Schönes Freizeitangebot und Infrastruktur (Eishalle, Badi, Bergbahnen, Skilifte, Loipe)	1
- Ruhe und Geborgenheit durch umliegende Berge	1
- Relativ hohe Sicherheit	1
- Ski nordisch	1
- Alpinismus Sommer und Winter	1
- Wandergebiet	1
- z.B. kath./ref./budh. Glaubensrichtung ohne Krieg	1
- Offene Bevölkerung	1
- Schönes Ferienzeil für Familien, Gruppen, Einzelpersonen ohne Wunsch nach Anlässen	1
- Ruhig ohne grosse Hektik	1
- Verschiedene Leute lassen sich für gemeinsames Projekt einspannen (Musical, Belle Epoque)	1

- Sicherheit (auch nachts ohne Angst alleine nach Hause laufen) 1
- Klettersteig, Seilpark, Schwimmbad 1

Schwächen

Anzahl Nennungen

- Wenig bezahlbare Familienwohnungen 27
- Hohe Bautätigkeit 26
- Überalterung der Bevölkerung 23
- Nachfolgeprobleme in Gewerbebetrieben 23
- Eingeschränkte Versorgung 22
- Tourismus-Abhängigkeit 18
- Eingeschränktes Schulangebot 17
- Renovationsbedarf Hotels und Ferienwohnungen 9
- Ausgangsmöglichkeiten 8
- Ungenügende Vermarktung und Sanierungsbedarf von Ferienwohnungen 8
- Beeinträchtigung Dorfbild 7
- Zunehmender Tages-, abnehmender Aufenthaltstourismus 6
- Wenig Lehrstellen in bestimmten Bereichen 5
- Währungsrisiken mit schwachem Euro und Pfund 5
- Zu wenig Übernachtungsmöglichkeiten für Gruppen 4
- Ungenügendes Kulturangebot 4
- Mobilitätsprobleme im Dorfkern 3
- Jobangebot für Erwachsene 3
- Kaum Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten für Erwachsene 3
- Umnutzung von Hotels zu Zweitwohnungen 3
- Bezahlbarer Wohnraum für Einheimische 2
- Informationsaustausch allgemein 1
- ÖV-Verbindungen am Wochenende nach Mitternacht 1
- Zu wenig freie Gewerbezone 1
- Unattraktiv für Junge 1
- Fehlende Apotheke 1
- Lädeli-Sterben 1
- Schlechte Zusammenarbeit 1
- Zu wenig Unterstützung für Internationales Pfadizentrum 1
- Sportanlagen verlottern 1
- Bei schlechtem Wetter fast keine (Kultur-)Angebote für Einheimische und Touristen 1
- Zu viel Einfluss von reichen Gästen 1
- Unsicheres Klima (Wetter) 1
- Kleiner Teil der Bevölkerung ist frech und fremdenfeindlich 1
- Ungenügendes Kulturangebot für Junge 1
- Zu viele Drittklass-Touristen (Pfadi) 1
- Zu viele verbaute Parzellen mit abbruchreifen Gebäuden (National) 1
- Zu wenig sorgsamer Umgang mit der Natur (z.B. Verkehr + Camping Gasternatal + Ueschinental) 1

- Freundlichkeit im Tourismus 1
- Keine nachhaltigen Festanstellungen 1
- schlechte Entlohnung 1
- keine Apotheke (Dorfarzt ausgenommen) 1
- keine Apotheke (Dorfarzt ausgenommen) 1
- keine Apotheke (Dorfarzt ausgenommen) 1
- keine Alpenschule mehr 1
- Wahwitzige und unbezahlbare Projekte (Schanze): führen zu hohen Steuern 1
- Ski alpin 1
- Tourismus-Kandertal 1
- Zu wenig Einbezug der Bevölkerung und Nutzung der Kompetenzen der Einheimischen für Projekte/Initiativen 1
- Keine klare Ausrichtung: was fördern? Wo investieren? 1
- Mangelnder Einbezug der Bevölkerung von Anfang an, prozessorientierter, mehr Entwicklungsplanung von unten nach oben 1
- Wenig Zusammenhalt 1
- Gemeinde, Vereine, Gewerbevereine kommunizieren manchmal zu wenig 1
- Zu wenig Aufmerksamkeit für Biodiversität und Aktivitäten dazu 1
- Angebote Bergbahnen 1
- Wenig gut bezahlte Arbeitsplätze 1
- Tagestourismus besteuern, da nicht „nur“ negativ. Tagestouristen bringen Geld. Tourismusbesteuerung überdenken 1
- Fehlende Drogerie 1
- Undiszipliniertes Verhalten und Lärm durch Pfadis und Geschrei über Mitternacht 1
- Loipen werden verbaut und verschwinden schleichend 1
- Kein Taxi am Bahnhof, eine Anrufsäule (auch auf Englisch angeschrieben) würde genügen. 1
- Fahrgeschwindigkeiten zu hoch 1
- Bauspekulation 1
- Zu viel Individualverkehr 1
- schlechte ÖV-Anschlüsse 1
- K(l)eine Agglomeration 1
- Zu wenig Ferienwohnungen zu günstigen Preisen 1
- Ski fahren leider nur für Anfänger 1

3. Bereich Bevölkerung

Verkehr, Verkehrsberuhigung, Strassenunterhalt, Strassenraumgestaltung (52 Nennungen)

- Auf folgende 2 Kritikpunkte weisen Gäste oft hin: ... 2. Fragwürdiger Fahrplan des Ortsbusses (z.B. kein Bus an Pfingsten)
- Sofortige Verkehrsberuhigung GANZES Dorf. Geschwindigkeitsreduktion Tempo 30. Abstandhalten ist Anstand.
- Tempo 30 Bahnhof - Talstation Oeschinen
- Tempo 30 im Dorf
- Tempo 30 im Dorf
- Tempo 30 im Dorf. Trottoirs sind oft mit Autos besetzt: ist dies nicht verboten? Mit dem Rolator darf man dafür auf die Strasse ausweichen.
- Tempo 30/Verkehrsberuhigung
- Lösungen pro Gasterntal: Intensivierung Bus. Abschaffen des Individualverkehrs ausser für Bauern- u. Gewerbebetriebe im Gasterntal, dito Oeschinen.
- Massnahmen fahrender Verkehr: Die Verkehrsberuhigung sollte nicht nur im Dorfzentrum sondern auf der ganzen Dorfstrasse ausgeführt werden. Wir stellen fest, dass der Verkehr zunimmt und am Tag und in der Nacht sehr schnell gefahren wird. Vorschlag: Geschwindigkeitsmessungen. Gefährlicher Veloverkehr auf Troittoirs ist zunehmend.
- Ortsbus ist zu gross und Verkehrshindernis
- ÖV-Verbindung um 23.55h besteht und wird nicht benutzt.
- P+R am Eingang ehemaliges Institut prüfen. PP-Ticket gilt als Busbillett.
- Verkehrsberuhigung, kleine hübsche Insel
- 50km/h im Dorf ist zu hoch.
- Fussgängerwege im Dorf fördern (flach, sehr geeignet für Kinderwagen und ältere Leute)
- Attraktive Flanier-Promenade mit diversen Geschäften schaffen
- Aus der Adolf-Ogi-Strasse eine Promenade machen: Bäume pflanzen, Bänke, schöne Blumenkisten. Ergibt Charakter eines Kurortes.
- Bus Frutigen-Kandersteg auf die Zufahrtsstrasse zum Autoverlad. Haltestelle nur noch beim Bahnhof.
- Bus-Ausflüge ab Kandersteg in der Saison anbieten.
- Im Winter trittsichere Troittoirs
- Keine Autos auf den Troittoirs
- Trottoir Bahnhofstrasse mit Verbundsteinen, Einheitsbänken
- Trottoirunterhalt im Winter verbessern
- Trottoir bei Fussgängerstreifen Crystal rollstuhlgängig gestalten (für Pfadis)
- Velostreifen im Zentrum statt zweites Trottoir.
- Strasse Bruch-Hotel Ermitage-Oeschinenseebahn für den Ortsbus öffnen für optimalen Busbetrieb
- Dorfeingang bei Abzweigung zum Verlad besser kommunizieren.
- Dorfkern beruhigen und schöner gestalten: Blumen, neue Kandelaber, Fahnen, etc.
- Busverbindung bis Kurhaus, sobald Konzept Sprungschanze steht

- Zufahrtsstrasse zum Arzt, Gemeindesaal und zur Schule usw. ist zu klein. Gefährlich für Fussgänger und Automobilisten bei 50km/h.
- Dorfbus in der Zwischensaison
- Kandersteger (Gewerbe-)Rundweg, Winter-Rundweg
- Kandersteger Rundweg
- Für was neue ÖV-Verbindung nach Mitternacht: ab 0.30h ist (in Kandersteg) sowieso alles geschlossen.
- Weiterkämpfen für internationale Züge
- Geschwindigkeitsverantwortung Auto
- PP-Bewirtschaftung darf nicht dazu führen, dass alle PP im Dorf kostenpflichtig
- Spazier-/Wander-/Bergwege besser unterhalten
- Deutliche Verbesserung des Wander-/Veloweges entlang Kander zw. Bahnhof und Kanderbrücke
- Gratisbenutzung des Ortsbusses für Pfadis wenigstens auf Schulkinder ausdehnen.
- Neue ÖV-Verbindung: warum nur NACH Mitternacht/am Wochenende?
- Ortsbus elektrisch
- Rollstuhlgängige/behindertengerechte Strassenübergänge und Zugänge zu öffentl. Gebäuden
- Ruhebänkli besser pflegen und so montieren, dass alte Leute wieder aufstehen können. Mehr Bänkli aufstellen.
- Sitzecke bei Brücke im Dorfzentrum evt. gefährlich: keine Barriere beim Fluss, Unfallgefahr für Kinder.
- Überarbeitung des bestehenden Wegnetzes
- Wieso werden in der Nebensaison (z.B. Winterhalbjahr) die Gehwege und Nebenstrassen nicht regelmässig vom Schnee geräumt?
- Zentrum fördern
- Zone 30 ab Schulhaus bis Kantonalbank
- Zu schnelles Fahren von Autofahrern oder Töfffahrer im Dorf
- Fragwürdiger Fahrplan des Ortsbusses (z.B. kein Bus an Pfingsten)
- Meielisalp/Seeblick Leissigen: Gast auf der Strasse (Pöstli)

Abendunterhaltung für Junge, Junggebliebene und Hotel-/Gastronomieangestellte (31)

- Abendprogramm für junge Gäste (Disco, Bar, Kino, ...)
- Angebote für Jugendliche und Junggebliebene. Mindestens eine zusätzliche Ausgangsmöglichkeit.
- Angebote für Jugendliche/Teenager (12-18) ausbauen.
- Angebote/Möglichkeiten für Jugendliche verbessern
- Ausgangsmöglichkeiten (Disco, Bar)
- Ausgangsmöglichkeiten (Disco, Bar)
- Ausgangsmöglichkeiten (Disco, Bar)
- Ausgangsmöglichkeiten (Nachtleben) überdenken und etwas organisieren
- Ausgangsmöglichkeiten für Junge
- Ausgangsmöglichkeiten für Junge
- Ausgangsmöglichkeiten für Junge

- Ausgangsmöglichkeiten für Junge und Junggebliebene. Disco, Pub wäre wichtig, z.B. bei ASM-Gebäuden eingangs Ortschaft.
- Ausgangsmöglichkeiten, Abendunterhaltung fördern
- Ausgangsmöglichkeiten
- Ausgangsangebot vergrössern für Junge und Junggebliebene und Hotelangestellte.
- Ausgangsmöglichkeit fehlt, insbesondere als Treffpunkt für ALLE, damit ein „Miteinander“ entstehen kann.
- Ausgangsmöglichkeiten (Disco, Bar)
- Früher gab es in der Wintersaison in 4 Restaurants jeden Abend Tanz und Bars. Die Jugend von heute hat keine Abendunterhaltung mehr. Moonliner fährt nicht nach Kandersteg.
- Bevölkerungsverjüngung ist schwierig, wenn nichts für die Jungen gemacht wird z.B. Schule reduzieren, Feste angeblich zu laut gemäss Hotellerie, angebliche Nachtruhestörung, wenn Leute auf der Strasse reden usw.
- Discos, Ausgang für die Jungen.
- Neue aktive Gruppe junger Kandersteger in Stao-Suche Nachtlokal/Disco einbeziehen: Bären wäre ideal (Parkplätze, Nachtruhe).
- Unterhaltungsangebot nach 24.30h für Junge und Hotelangestellte: Disco, Treffpunkt.
- Neues Ausgangsangebot (Nachtleben)
- Neues Ausgangsangebot (Nachtleben)
- Neues Ausgangsangebot (Nachtleben)
- Neues Ausgangsangebot (Nachtleben)
- Förderung/Unterstützung von Abendanlässen für Jugendliche oder Organisationen. Rücktransport von auswärtigen Anlässen organisieren.
- Kommission Nachtleben gründen: Standorte, Betriebskonzept.
- Nachtlokal/Disco für Jung und Alt: dringend und wichtig.
- Treffpunkte/Veranstaltungen auch in der Zwischensaison (Disco/Dancing)
- Mehr Ausgangsmöglichkeiten für Junge am Abend (als Mittel gegen Überalterung).
- Überalterung ist kein Wunder: es gibt keine Möglichkeiten/Angebote für Junge.

Freizeit- und Kulturangebot für Junge (25)

- Die Bevölkerung ist überaltert, es müssen mehr Junge angelockt werden. Dazu braucht es versch. Attraktionen: z.B. Downhillstrecke, Ausgangsmöglichkeiten (Disco), div. Kombiangebote für Touristen, Förderung der Kletter-/Eiskletter-Werbung.
- Junge Mitbewohner in die Politik einbeziehen.
- Junge/Schüler für Vereine motivieren
- Junge/Schüler für Vereine motivieren
- Kulturangebot für Junge (18-30) generieren.
- Allgemein mehr Angebote für Jugendliche zw. 14-20J. (Pubs, Discos, Kino, usw.).
- Jugend wird ausgelagert.
- Jugendarbeit für Teenager.

- Jugendtreff
- Freizeitangebot für Jugendliche verbessern
- Freizeitangebote für Jugendliche fördern (Disco, Parks, usw.)
- Abwanderung ist gezwungenermassen.
- Angebot für Jugend, in welchem Bereich auch immer. Dorfjugend orientiert sich Richtung Adelboden/Frutigen. Fixe (nicht sporadische) Nachtaktivitäten auch für unsere Dorfjugend.
- Es fehlt etwas für die Jugend. Z.B. attraktive Einrichtungen auf dem Schulhausplatz (für InlineSkates, Mountainbike). Es fehlt an Ideen für die Jugend.
- Die Jugend besser einbeziehen (Planung).
- Fehlendes Angebot für Jugendliche.
- Gebündelte Ansichten/Ideen der Dorfjugend folgen später in separatem Dokument.
- Massnahmen für Jugendliche zur Verjüngung Bevölkerungsstruktur
- Neue Freizeitangebote für Jugendliche
- Sportanlässe für Jugendliche fördern
- Kanderjam Sommer 2007 war gutes cooles Beispiel. Wiederkehrende Festivitäten wie Waldfest, Concours, Unihockey Disco, TV-Disco, 1. August sind langweilig. Es braucht neue Ideen mit mehr „Pep“.
- Nicht einverstanden, dass Kandersteg zu einem langweiligen Bergort wird, sonst laufen immer mehr Junge weg und dies ergibt grosse Probleme für Kandersteg.
- Wir müssen Gas geben nach vorne von Jung und Alt, wenn wir nicht ein riesiges Altersheim werden möchten.
- Zusammenführen von alten und jungen Menschen: Anlässe, Ausflüge, Besuche.
- Ein grosser Event pro Jahr für Junge (Bsp. Konzert im „Bäre“ organisiert von Scouts).
- Wifi gratis für ganz Kandersteg. So könnte man vermehrt junge Menschen auf Kandersteg aufmerksam machen.

Familien (26)

- Attraktivierung von Kandersteg als Wohnort für Familien und Junge
- Bessere Angebote für Familien.
- Dorf braucht keine Familien, denn die Kinder ziehen weg. Kandersteg braucht arbeitswillige, hingebungsvolle Menschen, die die Ärmel hochkrempeln und zupacken.
- Energien bündeln führt zu folgender Kernaussage/Entwicklungsschwerpunkt: Kandersteg - das Bergdorf für Familien mit Kindern und Grosseltern. Für Ferien und zum Wohnen.
- Familien inkl. Grosseltern als Einwohner und Touristen haben ideale Bedingungen.
- Familien mit Kindern anzielen. Diese Kinder kommen mit ihren Kindern wieder.
- Familienergänzende Kinderbetreuung.
- Familienexterne Betreuungsmöglichkeiten von Kindern: Nicht von der Gemeinde finanziert

- Familienförderung: Keine neuen Institutionen schaffen, Alternativ-Angebote fördern (z.B. Tagesmütter).
- Familienfreundliche Angebote für Kinder: z.B. Spielwiesen am Oeschensee, Sunnbühl und im Gasterntal.
- Familienfreundlicher Ferienort. Zum Beispiel beim Kinderspielplatz (Schiesstand) ein Unterstand mit Grillplatz bauen.
- Familienzuzug
- Abwanderung stoppen (neue Familien/Personen nach Kandersteg bringen)
- Förderung Zielpublikum: Familien mit Kindern, ältere Menschen
- Freizeitangebot für Familien verbessern (Bsp. Serfaus): Wasser-/Spiel-/Lernparks
- Für Familien mit Kindern: für Ferien in Kandersteg oder als fester Wohnsitz
- Integration ausländischer Familien und Arbeitskräfte
- Kinder-/Familienkletterpark in Dorfnähe
- Kombiangebote für Familien mit Kindern und auch für Einheimische.
- Prüfung weiterer sozialer Angebote/Projekte für Familien mit Einbezug der Betroffenen (Bedarfsprüfung mit Befragung)
- Wesentlichstes: 1. Freundlichkeit an allen Fronten 2. Kandersteg für Familien attraktiv machen (Ansiedlung Kleingewerbe, Schule, Lehrstellen) 3. Transparente/faire Info-Politik 4. Ausnützen von Synergien 5. Optimale Zusammenarbeit Bergbahnen/Gewerbe/Tourismus.
- Kandersteg für Familien attraktiv gestalten, aber auch ältere Menschen miteinbeziehen für ein Miteinander
- Ausbau der Spielplätze
- Mehr Spielplätze und Bänkli
- Schlittelbahn, evt. Spielangebot beim Schützenhaus im Winter. Der kleine Hang wird von vielen Kindern für erste Skiversuche genutzt.
- Attraktiveres Wohnungsangebot für Familien. Verbesserte Rahmenbedingungen für einheimische Familien, Anreiz für zuziehende Familien. Steuervergünstigungen für Familien und Anpassung des Wohnungsangebots durch Gemeinde. KiTa als Grundangebot für Familien.

Zusammenarbeit (24)

- Aktivierung/Solidarisierung der älteren pensionierten Generation in Zusammenarbeit bestehender Organisationen (Kirchgemeinde, Frauenverein, Pro Senectute)
- Als Einheimische vermehrt zusammenarbeiten, weil wir vom Tourismus leben. Zu oft wird jedem jeder Rappen vergönnt. „Lokalkönige“ massen sich an, dass nur sie das Sagen haben.
- Bessere Zusammenarbeit
- Bessere Zusammenarbeit der beiden Tourismusbüros: zu viel Geld geht in Papier als in reale Events.
- Engere Zusammenarbeit Politik und Kirche (z.B. Alters-/Jugendarbeit, Familienbetreuung)
- Keine Zusammenarbeit, jeder für sich.

- Kultur ist Fundament für erfolgreiches Kandersteg. Miteinanderkultur fördern, gemeinsam zum Erfolg. Fehlendes Zusammenarbeiten zw. Einheimischen, Gewerbe und Hoteliers
- Zusammenarbeit der Infrastrukturangebote (Eishalle, Freibad, nord. Zentrum, Rest. Sport, etc.) unter einem Dach, Austausch von Mitarbeitern
- Zusammenarbeit mit anderen Gemeinden für die Entwicklung von sozialen Projekten/Angeboten. Informationsaustausch über bereits bestehende Angebote.
- Gemeinsames Anpacken der Zukunft von Kandersteg: Gratulation zu diesem ersten Schritt. Bleibt zu hoffen, dass die Meinungen der Bev. aktiv einbezogen werden.
- Zusammenarbeit und Synergienutzung div. (öffentlicher) Infrastruktur
- Zusammenarbeit zwischen Vereinen, sonstigen Gremien oder Interessenvertretern kann massiv verbessert werden. Neid würgt immer wieder Aktivitäten von initiativen Personen ab.
- Kommunikation untereinander fördern, miteinander statt gegeneinander.
- Miteinander statt gegeneinander: sich für neue Ideen öffnen.
- Wir brauchen grossen Zusammenhalt in der Bevölkerung: miteinander und nicht gegeneinander. Das so kommunizieren: jeder Einwohner ist wichtig für die Gemeinschaft.
- Förderung der „Miteinanderkultur“
- Kulturförderung zu mehr „Miteinander“
- Neid und Missgunst im Bereich Gastronomie und Gewerbe sind ein grosses Problem. Es braucht mehr Zusammenhalt, sonst wird Kandersteg nie aus seinem Schatten springen.
- „Gartenzaun-Denken“ soll visionärem Denken Platz machen.
- Kommunikation zwischen Gemeinde und den Vereinen klappt überhaupt nicht.
- Dieser Masterplan ist eine gute Sache, wenn man die Probleme auch wirklich gemeinsam angeht.
- Vermehrte Zusammenarbeit der Gastronomiebetriebe
- Wir sind ein wenig heimatlos nach Trubel/Diskussionen innerhalb der Bevölkerung: gemeinsam sind wir stark.
- Optimale Zusammenarbeit Bergbahnen/Gewerbe/Tourismus

Infrastruktur (18)

- Bestehende Infrastrukturen pflegen, erweitern
- Gute Beispiele mit Herzblut und nicht übertriebenen Infrastrukturen: www.priesteregg.at, www.wellness-waging.de, www.tannenhof.com, www.valsana.ch
- Kein Bauland erschliessen bei vielen leerstehenden heruntergekommenen Häusern. Bestehende Infrastruktur nutzen/sanieren.
- Konzentration/Mehrfachnutzung von Infrastrukturanlagen bspw. Eishalle
- Koordinationsstelle für Synergienutzung neuer, bestehender und geplanter Infrastruktur/Projekte.

- Langfristiger, konkreter Massnahmenplan zur Einhaltung und Förderung touristischer und gemeinnütziger Infrastruktur.
- Schaffung von Arbeitsstellen mit der bestehenden Infrastruktur und mit zeitgemässen Anstellungsbedingungen
- Touristische Infrastruktur kontinuierlich ausbauen = Lebensqualität Bürger
- Vor ca. 15 Jahren gab es in Kandersteg eine Kommission für Sport und Infrastrukturen, dies wäre eine gute Sache.
- Bestehende Gebäude (Eishalle, usw.) unbedingt finanziell unterstützen, da sonst Angebot verloren geht
- Badi populärer machen bei den Einheimischen.
- Schwimmbad (Sommer): nur bedingt ausbaubar, fehlende Kundensegmentierung
- Freibad mit Überdachung für Winter nutzbar machen und durch Wellness erweitern
- Die Schliessung der Post vermeiden.
- Eine Eisbahn genügt regional, da viel Energiebedarf.
- Eishalle besser bewirtschaften
- Kunsteisbahn (Sommer): Energiekosten werden mit Atomausstieg steigen. Anderorts Ausbau der Eiskapazitäten: weniger Clubs werden nach Kandersteg kommen.
- Kunsteisbahn (Winter): Sanierungsbedarf, für Sommer nicht attraktiv

Ortsbild (15)

- Massnahmen zur Ortsbildverschönerung mit finanziellen Anreizen forcieren/belohnen: ev. Punktuelle Beiträge z.B. für Quartier-Initiativen auf Gesuchsbasis mit klaren Kriterien.
- Massnahmen zur Ortsbildverschönerung: eher ja, aber OHNE finanzielle Anreize forcieren
- Ortsbild erhalten
- Ortsbild ständig in Ordnung halten.
- Ortsbildverschönerung: Anfahrt zum Ortseingang einladend gestalten.
- Ortsbildverschönerung: Weihnachtsbeleuchtung im Dorf sollte unbedingt erneuert/verschönert werden
- Wer soll Ortsbildverschönerung finanzieren?
- Leerstehende Häuser mit Blumenschmuck aufmöbeln. Die Gemeinde müsste andernfalls sofort handeln.
- Attraktive Gestaltung Bahnhofstrasse
- siehe Fotomontagen zur verbesserten Gestaltung Einfahrt Kandersteg (Hinweistafel Angebot und Tankstelle).
- Beflagung bei speziellen Anlässen
- Bahnhofstrasse einladender gestalten.
- Einheitliche Strassenbeleuchtung
- Mehr Blumenschmuck.
- Positiv ist, dass das Dorfbild verändert werden soll.

Natur (12)

- Bewusster und behutsamer Umgang mit Natur und Umwelt. Unberührte Naturlandschaft könnte immer mehr zu kostbarem Gut werden. Dies wirkt sich längerfristig positiv für die Region aus.
- Erhaltung der Natur
- Grösste Sorge zur Natur tragen, da diese grösste Stärke ist. Deshalb: ökologische Ausrichtung.
- Kandersteg sollte nicht auf Adolf Ogi, Autoverlad und Pfadi reduziert werden. Werbung mit Natur und guter Erschliessung (Lötschberger), aber unbedingt Qualität vor Quantität.
- Profilierungsziel: Gesunde Natur, familienfreundlich, Bergbauer haben hier eine Zukunft.
- Sorge tragen zum Dorf und zur einzigartigen Natur. Schützen der freien Flächen: ist für Langlaufdorf wichtig.
- Touristen kommen vor allem wegen der Natur. Deshalb z.B. keine künstlichen Berge, keine Heissluftballons.
- Weiterer Naturschutz/Reservate bekämpfen, sonst wird ganz Kandersteg zum Reservat
- Förderung ökologische Ausrichtung
- Ökologische Ausrichtung (Umwelt, Energie, etc.).
- Zusätzlich: ökologische Massnahmen (2025!)
- Umsetzungskonzept für eine nachhaltige Entwicklung

Freundlichkeit (11)

- Freundlichkeit gegenüber des Gastes
- Freundlichkeit gegenüber Touristen erhöhen
- Freundlichkeit von Tourismusangestellten auf der Strasse
- Freundlichkeit/Anstand/Wertschätzung gegenüber Einheimischen/Gästen/ausländischen ArbeiterInnen fördern
- Gast-Freundlichkeit erhöhen
- Mehr „grüssen“, mehr Freundlichkeit.
- Mehr Gastfreundlichkeit und Service.
- Freundlich und hilfsbereit sein, besonders gegenüber Gästen.
- Ich möchte lebendigen Heimatort haben mit freundlichen Einwohnern.
- Mir fehlt die fröhliche, unternehmenslustige und hilfsbereite Bevölkerung von früher.
- Freundlichkeit an allen Fronten

Konzentration des Kultur-, Vereins-, Sport- und Freizeitangebots (10)

- Konzentration des Kultur-, Vereins-, Sport- und Freizeitangebots: Sport: ja, Kultur: nein. Sportbereich ist gut abgedeckt, die Kultur nicht.
- Konzentration des Kulturangebots: Welches Kulturangebot?
- Konzentration Kultur-/Vereins-/Sport-/Freizeitangebot: Passiert von alleine, wer soll konzentrieren?
- Koordination Kultur-, Freizeit-, Vereins- und Sportsangebot: insbesondere im Bereich Sport/Tourismus fehlen Grundlagen und eine klare Ausrichtung: was fördern und wo investieren?

- Kultur (Verbesserungsmassnahmen): „Putzete“ einmal Pro Jahr durch Bevölkerung. Z.B. Bänke reparieren, neue montieren, Brätlistellen, etc. . Federführung: Gemeinde mit Tourismus.
- Kultur-Informationen (z.B. Bern, Thun, Spiez)
- Kulturelle Angebote für die Gesamtbevölkerung
- Prüfung des Kultur- und Freizeitangebots, insbesondere Lokalitäten für Jugendliche.
- Attraktive Freizeitangebote für Jung UND Alt schaffen
- Erstellen von Leistungsaufträgen: klar ja, aber nicht mit KIK

Arzt (10)

- Arztwechsel ist schwierig, weil beide Ärzte in gleichen Räumlichkeiten arbeiten
- Erhalt der Arztpraxis
- GESAMT-Gesundheitsversorgung 2025: Kann die Arztpraxis erhalten bleiben? Gesundheitszentrum mit Apotheke, Drogerie, Massagen, etc.?
- Aktive Suche der Gemeinde nach Nachfolger Ärzte. Siehe Beispiel Planung HMO-Praxis Schwarzenburg. Dazu JETZT alle im Dorf tätigen Organisationen und Personen an einen Tisch bringen. Mit Schwarzenburg Kontakt aufnehmen.
- Gesundheitszentrum aufbauen, dass Ärzte, Drogerie, Massage etc. unter einem Dach vereint (siehe Projekt Gemeinde Schwarzenburg).
- Hohes Alter der Ärzte berücksichtigen
- Nachfolgeregelung Ärzte?
- Was passiert nach Pensionierung unserer beiden Ärzte?
- Gesundheitszentrum planen: alle Interessierten und Anbieter an einen Tisch bringen.
- Medizinische Grundversorgung sichern - Praxis erhalten.

Schule (8)

- Eine GUTE Grundschule.
- Erhalt der Primarschule mit Schulhaus und Turnhalle
- Grundschule fördern, damit wieder Familien kommen.
- Grundschule mit allen Mitteln gegen Pläne vom Kanton Bern verteidigen.
- Schulangebot halten
- Schulangebot halten
- Schule halten
- Halten des Schulangebots

Ältere Personen (7)

- Ältere Leute bringen Geld ins Dorf, nicht junge Sportler
- Ältere Bewohner haben keine Perspektiven.
- Mehr für die ältere Generation anbieten und diese nicht nur als Steuerzahler nutzen.
- Rüstige (Früh-)Rentner unterstützen = Zukunft von Kandersteg
- Verjüngung der Bevölkerungsstruktur: Zuzug von Senioren nicht unterschätzen (Steuerzahler)

- Verjüngung der Bevölkerungsstruktur: Zuzug von Senioren nicht unterschätzen (Steuerzahler)
- Wieso setzt sich die Gemeinde (angesichts der Überalterung) nicht für die Erstellung von Alterswohnungen ein?

Neuzuzüger (6)

- Es fehlen echte neue Angebote, welche Einheimische zum Bleiben und Neuzuzüger zum Zuzug bewegen.
- Kandersteg als ebener, gut erschlossener Kurort wäre prädestiniert, sich als Oase für pensionierte Neuzuzüger zu verkaufen.
- Kandersteg als ebener, gut erschlossener Kurort wäre prädestiniert, sich als Oase für pensionierte Neuzuzüger zu verkaufen.
- Neuzuzüger mit einzigem Grund von Familienwohnungen und Krippenplätzen ziehen in Krisenzeiten (wieder) weg.
- Neuzuzüger Fragen stellen nach deren Beruf, Fähigkeiten und Neigungen.
- Welche Anreize bietet Gemeinde Neuzuzüger? Was bewirkt niedriger Steuerfuss? Wie kommt Oberstufe wieder ins Dorf?

Schanze (6)

- Aktive Aufarbeitung „Schanzen Kandersteg“
- Der einheimischen steuerzahlenden Bevölkerung nicht jedes wahnwitzige, überrissene Projekt (z.B. Schanze) aufbürden. Erstellung der Infrastruktur (Strassen, Wege, etc.) sind mind. so wichtig für Einheimische UND Touristen.
- Grössere Infrastruktur-Projekte wurden in den letzten Jahren fast alle durch private Vereine in Angriff genommen (Tennisplatz, Klettersteig, Kletterpark, Sprungschanze). Schade, dass die Unterstützung nicht immer da ist, es werden zu viele „Baumstämme“ in den Weg gelegt.
- Neubau Schanzenanlage NNSK
- Schanzenbau unterstützen
- Schanzenbau unterstützen

Landwirtschaft (6)

- Bessere Ordnung rund um einzelne Landwirtschaftsbetriebe
- Halten der Landwirtschaft (sehr wichtig für Tourismus)
- Vermeiden, dass Reinigung durch Putzmaschine am Donnerstag durch Landwirtschaft am Freitag und Samstag wieder verunreinigt wird.
- Junge Bergbauern fördern. Gemeinde verleiht einen Preis an innovative Bergbauern von Kandersteg und Umgebung.
- Mehr Sorge zum Land anstatt schöne Wiesen zu verbauen oder für Sport umzuwandeln. Landwirte verlieren immer mehr Fläche.
- Restliches Kulturland halten

Schlechtes Wetter (5)

- Alternativen z.B. bei schlechtem Wetter anbieten
- Alternativen z.B. bei schlechtem Wetter anbieten
- Beschäftigungsangebote für Gäste bei schlechtem Wetter

- Gemeindesaal: Trotz Renovation nur beschränkt für Tourismus nutzbar (Schlechtwetterprogramm z.B. Kino, Vorträge, etc.)
- Nutzung der Eishalle während des Sommers z.B. als Schlechtwetter-Variante

Kehricht (4)

- Grünabfuhrcontainer verteilt im Dorf (bei Kehrichthäuser)
- Kehrichthaus im Gebiet Müllermatte oder Hüttetürli
- Kehrichthäuser in sehr schlechtem Zustand: Beeinträchtigung des Dorfbildes. Sanierung und mehr Container erforderlich.
- Reinigung der Ausssenwände der Kehrichthäuschen. Plakatieren nur noch in neu montiertem Rahmen mit Bewilligung.

Vereine (4)

- Alle Vereinspräsidenten/-innen zum Runden Tisch einladen, um vorhandene Angebote kennen zu lernen und Überschneidungen abzuklären
- Bevölkerung fehlt an Angeboten vom Tourismus (wie Konzerte, div. Events) und vielen Vereinsanlässen.
- Förderung Vereinsleben
- Professionelle Vereinsführung

Arma-Suisse / Armeeapotheke (3)

- Areal der Armeeapotheke für andere Industrie verkaufen oder zur Verfügung stellen, z.B. mechanische Betriebe.
- Arma-Suisse-Baracken sollten in erster Linie für Kandersteger umgenutzt werden: z.B. Häuser, Wohnungen, Freizeitgelände.
- Einwohnergemeinde Kandersteg soll endlich vorwärts machen mit Übernahme der leerstehenden Militärbaracken (Oeschigässli und Alpinastrasse).

Erstwohnungen (3)

- Bessere Bekanntmachung von freiwerdenden Häusern/Wohnungen (Einheimische vor Auswärtige)
- Erfassung von freien/zu verkaufendem Wohnraum (Häuser, Wohnungen), um Verkauf oder Vermietung den Einheimischen vor den Auswärtigen zu ermöglichen.
- Fördern von guten Mietwohnungen 2 bis 4 Zimmer

Weiterbildung (2)

- Verbesserung des Aus- und Weiterbildungsangebots auch für Junge.
- Aus-/Weiterbildungsangebot ist durch VHF bereits voll abgedeckt

Einzelanregungen Bereich Bevölkerung (51)

- Aktive Bodenpolitik: ev. Baurecht für Erstwohnung.
- Aufstellen einer Plakatsäule beim Gemeindehaus prüfen
- Aus Gästeabend wird Dorfabend, wie er an anderen Orten mit Erfolg durchgeführt wird und viel lebhafter ist.
- Bahnhofmatte: Musikpavillon weiterverfolgen
- Das Projekt Verbindungstunnel Kandesteg-Adelboden aktivieren

- Eigener Polizeiposten
- Auswertung fehlt, welche Altersgruppe und welcher Bevölkerungsteil Steuern einbringt (kaum Hotellerie und Landwirtschaft)
- Alterskonzept Wohnbevölkerung
- Deponie für Grünabfälle
- Deprimierende Nutzung der Schaufenster von leerstehenden Geschäften.
- Leerstehende Schaufenster mit Bildern und Fotos aus der Lethargie reissen.
- Ein Dorf funktioniert nicht alleine über den Tourismus mit intakten Hotelanlagen usw.. Dorfpolitik hat nichts mit Tourismus zu tun. Stellen Sie die Fragen unseren Touristen, der Steuerzahler wird es bezahlen.
- Einwohnern mitteilen, wo sie wen für welchen Einsatz benötigen. Auf der Gemeindeverwaltung wird Potential von Fachkräften vereint.
- Ev. Event ausarbeiten, der Zusammensein Einheimische und Gäste fördert.
- Feste und Veranstaltungen regional planen, so graben die Vereine einander das Wasser nicht ab (1 mal pro Jahr eine Sitzung der Präsidenten, das reicht).
- Finanzpool für Events
- Fluglärm reduzieren
- Gegenseitige Sprachschulung: Z.B. Sprach-Tauschbörse, Schweizer lernen gemeinsam mit Portugiesen ihre Sprachen.
- Gemeinsame Möglichkeiten für Alt und Jung in der Freizeit: z.B. gemeinsames Werken im Schulhaus.
- Graffitireste Schützenhaus wegen Nachahmern ganz entfernen.
- Grundsätze alter Einheimischer neu aufleben lassen
- Im Zentrum Bücher
- Kandersteg bleibt sauber
- Kontakt zwischen Einheimischen und Zuzüglern verbessern
- Konzentration Sportangebot im Bereich Eishalle/Bahnhofmatte (nicht mit Wohnungen verbauen)
- Kritik an Reorganisation der Verwaltung, die auf viel Unverständnis gestossen ist, evt. auch wegen mangelnder Information
- Liste der Pos./-Neg.-Liste der Umfrage von Gde/KT/HWVGK einbeziehen
- Littering-Sensibilisierung
- Moderate Steuersenkung (auch für alleinstehende Personen)
- Neuer Standort für Gemeinschaftsgrab auf Friedhof
- Realisierung einer Tankstelle unterstützen
- Schneeräumung verbessern
- Schnellzüge
- Schönes, lebendiges Heimatmuseum am Tageslicht (Samishaus)
- Sportanlagen das ganze Jahr nutzen.
- Sportplatz: bei Kaserne Kandersteg wird kaum benutzt.
- Steuern senken
- Tankstelle
- Tankstelle mit Einkaufsmöglichkeiten (einheimische Produkte) bei Umfahungsstrasse

- Tennisanlage (Sommer): 2010 neu erstellt für die Öffentlichkeit. Stao optimal, Räumlichkeiten leider nicht oder nur umständlich nutzbar. Vermarktung in Hotels ist schwerfällig. Fehlender Tennislehrer.
- Tink-Tank zur Suche nach visionären Projekten
- Traditionen halten (z.B. Terminkonflikt Feldschiess-Wochenende mit Gemeindeversammlung)
- Vernetzung öffentlicher Einrichtungen, die von touristischer, kultureller, sozialer und ökologischer Bedeutung sind.
- Von der Aussage wegkommen, dass Kandersteg zu 75% vom Tourismus lebt. Falls dies so ist, ist es schlecht.
- Wohnraum für „überalterte Bevölkerung“
- Zu wenig Massnahmen, die der Bevölkerung spürbar etwas bringen (Katalog eher zu tourismuslastig?)
- Zusätzliche Frage stellen: Was ist überflüssig, resp. zweitrangig? Z.B. Ist Erwachsenenbildung abgedeckt mit Volkhochschule Frutigland.
- Für die Beantwortung fehlen folgende Angaben: 1. Statistik Bevölkerungsstruktur, 2. Statistik Steuern (wer bezahlt wie viel: Gewerbe, Hotellerie, Private, jur. Personen, usw.), 3. Finanz- und Investitionsplan Gemeinde und Tourismus, Reserven der Gemeinde.
- Halten der Bevölkerung, Verhinderung der Abwanderung
- Es fehlt: weg vom Atomstrom und Öl.

4. Bereich Tourismus

Positionierung (22 Nennungen)

- Bekenntnis zum nachhaltigen Tourismus (Positionierung)
- Es braucht auch grosse Würfe. Innovation und eine klare Positionierung sind gefragt. Aussergewöhnliches wagen, damit wir nicht noch mehr ins Hintertreffen geraten.
- Keine klare Positionierung zum Erhalten der intakten Natur und Biodiversität.
- Klare Positionierung auf vielfältige oder konzentrierte Angebotsgestaltung.
- Klare Positionierung in Teilmärkten (Spezialisierung)
- Klare Positionierung und Schwergewichtsbildung im unendlich breiten Alpentourismusangebot CH/D/A/I
- Klare Strategie zur Positionierung von Kandersteg: Was wollen wir in 5 bis 10 Jahren erreichen und wie? Kommunizieren. Wie soll Kandersteg in der Schweiz/Welt wahrgenommen werden? Z.B. der Ort mit dem schönsten Bergsee, den authentischsten Tälern und dem tollsten Wanderangebot. Dies muss öffentliche gefördert werden. Die Tourismusorganisationen sollen klaren Leistungsauftrag erhalten.
- Massnahmen zur Positionierung von Kandersteg als touristische Gemeinde.
- Positionierung der pensionierten Generation als klar positive Kraft und Gruppe
- Unverkennbare Positionierung von Kandersteg: USP's platzieren und klar kommunizieren.
- Altbewährtes ist schon ok, wird jedoch mit der Zeit langweilig und uninteressant: Kandersteg sollte offener für neue Events, Ideen und Wünsche werden.
- Fokussierung auf bestimmte Touristengruppen mit entsprechender Kernbotschaft, z.B. „als Familie, als Paar, als Single gehe ich nach Kandersteg, weil ...“. Angebot entsprechend ausrichten: von Ruhe bis Full Action, von Bildung bis Nonsens
- Kandersteg braucht einen grossen Wurf, der von sich selbst reden macht, unabhängig von Währung, Wetter, Schnee, ...
- Kluger Mix aus Bewahrung und Erneuerung
- Massvoller Tourismus im Einklang mit der Natur
- Potentes Dreiergespann aus Ökologie, Ökonomie und sanften Tourismus.
- Sanften Tourismus halten
- Spezialisierung der touristischen Angebote. Neue und andere Pauschalangebote, welche auch andere Geschäfte einbeziehen. Z.B. magisches Kandersteg mit Führungen zu den Kraftorten, Herstellung von Salben (Drogerie), Buchlesung (Buchladen), Heilkräuterwanderung.
- Strategische Destinationsausrichtung mit Partner weiterverfolgen
- Übergeordnetes Ziel: Nachhaltiger Tourismus, Steigerung Bekanntheitsgrad
- Was hat Kandersteg, was andere nicht haben?
- Zusammenschluss mit grosser Destination

Zweitwohnungen (19)

- „Vermarktung Zweitwohnungen: Organisation definieren, Aufbau von Qualitätsmerkmalen und Mindeststandards“: nein, besteht bereits.
- Aufbau von Qualitätsmerkmalen und Mindeststandards von Zweitwohnungen: Das gibt es: alle Wohnungen sind klassiert.
- Die vielen leeren Zweitwohnungen und geplante spekulative Liegenschaften unterstützen weder Dorfbild noch einheimisches Gewerbe.
- Eigentümer (von Zweitwohnungen) sollten zudem eine Steuer an die Infrastruktur des Dorfes leisten z.B. 100.- Fr./Monat. TFA und Kurtaxpauschale müssen zusätzlich bleiben.
- Keine weiteren Zweitwohnungen bewilligen.
- Leer Zweitwohnungen an Einheimische vermieten
- Nicht bewirtschaftete Zweitwohnungen höher besteuern.
- Vermarktung Zweitwohnungen: ja, nur wenn konform mit Zweitwohnungs-Initiative
- Zu viele Zweitwohnungen gebaut zu Lasten von Hotels.
- Kritik am Zweitwohnungsbau, welcher auch zu Überalterung führt, da familienfreundliche Wohnungen fehlen.
- Bautätigkeit prioritär für Kandersteger und nicht für kalte Betten. Erwerb von Bauland durch Gemeinde gekoppelt an Abstimmung der Bevölkerung.
- Auswirkungen der Zweitwohnungsinitiative für Kandersteg konkret
- Kurtaxe: Für Zweitwohnungsbesitzer unbedingt anheben, für Ferienwohnungen so belassen.
- Zweitwohnungsbau eindämmen, dafür Infrastrukturbauten, welche die Gäste auch benützen können.
- Zweitwohnungsbau stoppen
- Zweitwohnungsbesitzer haben sich Insel erworben mit persönlichen Gegenständen für sie heimelig eingerichtet. Eine Vermarktung ihrer Wohnungen und fremde Mieter in ihren Betten, das geht doch nicht.
- Zweitwohnungs-Stop ernst nehmen
- Geschlossene Fensterläden sollten untersagt werden.
- Was ist mit Zweitwohnungsgästen: Noch mehr Individualverkehr? Kein Landverschleiss.

Hotels (18)

- Hotels in Zukunft: den Bedürfnissen besser Rechnung tragen: im gesamten Jahr belegbar, viele ältere Kunden möchten aktive Ferien mit Wohlfühllosen etc.
- Hotels mit behindertengerechten Zimmern (insb. Badezimmer) fehlen
- Hotels mit Transitgästen (Autoverlad) auslasten
- Hotel Erika und Umgebung: Gibt es Wohnraum für Einheimische oder Zweitwohnungen?
- Hotel-/Gastroangebot Zwischensaison
- Hotelier nimmt Gast auf Wanderung mit
- Hotelinfrastruktur und Restaurants nicht ausbauen sondern konsolidieren.
- Hotels aktuell: Seit 30 Jahren keine Weiterentwicklung. Marginales und teilweise herzloses Angebot von Wellness, Wohlfühllosen. Oft kein

Land mehr zur Verfügung (Ausbau, Gartenanlage). Schlechte Infrastruktur der Konferenzräume (defekte Beamer, fehlende/nicht komplette Moderatorenkoffer etc.). Konzentration nur auf Hochsaison, Schließung in Nebensaison: nicht wettbewerbsfähig.

- Kandersteg braucht wieder ein 5-Stern-Hotel
- Sanierung von Hotels ist Privatsache
- Sanierung von Hotels ist Privatsache
- Sanierung von Hotels ist Privatsache
- Sanierung von Hotels ist Privatsache
- Sanierung von Hotels ist Privatsache
- Sanierung von Hotels ist Privatsache
- Fehlendes Sporthotel.
- Zertifiziertes Bio-Hotel fehlt
- Bessere Absprache innerhalb der Hotellerie bezüglich Ferien

Wanderwege (18)

- Guter Unterhalt Wanderwege
- Guter Unterhalt Wanderwege
- Mountainbikers Sunbüel-Dorf bringen kein Geld und nur Ärger, sind gefährlich und machen die Wanderwege kaputt
- Pflege der Wanderwege
- Rundwanderweg Kandersteg
- Vorbildliche Pflege der Wanderwege und des Waldes auch nach den Sturmschäden.
- Gemeinde soll Patrick Kinzi für Wanderweg-Reparatur in der Claus entlohnen.
- Wanderweg Bahnhof-Wageti-Eggenschwand besser anschreiben.
- Wanderweg Bahnhof-Zuckerschopf-Oeybrücke: Regenwasser-Ausläufe erstellen
- Wanderweg Oeschigässli „asphaltieren“: kinderwagen- und rollstuhlgängig machen
- Wanderwege für ältere Personen fehlen (z.B. Sommerrundweg)
- Wanderwegmarkierungen sind in Adelboden besser.
- Wanderwegverbindung Wildi-Muggenseeli-Doldenhorn erstellen
- Winterwanderwege
- Winterwanderwege sind sehr schlecht geöffnet.
- Work und Climb oder Wanderwegprojekte mit ProNatura anbieten, um Arbeit und Erlebnis zu verbinden (von anderen Gemeinden kopieren).
- Wandergebiet Kandersteg bewerben
- In die Stärken investieren: Wander, Sommer, Regionen Oeschinensee ..., Gemmi Passwandern

Bergbahnen (12)

- Bessere Zusammenarbeit der Bergbahnen evt. unter einem Dach, Austausch von Mitarbeitern
- Bessere Zusammenarbeit zwischen Tourismus, Bergbahnen und Gastronomie. Gerechte Verteilung im Bereich Vermarktung (Nicht 80% Oeschinensee und 20% der Rest).
- 3- und 7-Tage Bergbahnticket für Hotelgäste.

- Ganzjahres-Abo für alle Bergbahnen von Kandersteg (Oeschinensee, Sunnbühl, Allmenalp)
- Sehr schönes Wetter im Okt./Nov. (oben blau unten grau) besser ausnützen (Bergbahnen!)
- Subventionierte Vergünstigungen für Einheimische (z.B. Nutzung Bergbahnen, Hotellerie, Sportanlagen) mindestens 1/2-Preis.
- Oktober/November (unten grau oben blau) sollten für Tagestouristen mehr Restaurants offen sein
- Schönbühl-Bahn inkl. Skilift wird zu wenig Beachtung geschenkt. Wäre für Familien ideal, Angebot unbedingt ausbauen.
- Aktuelle Saisondauer GKOe und LKS ist überlappend und ausreichend
- Konzept für eine all-inclusive Touristenkarte (wie www.arosa.ch/sites/sommer/all_inclusive.html)
- Sunnbühlbahn durchgehend geöffnet
- Warum zahlen Touristen z.T. gleich viel oder weniger als Einheimische (Oeschinen, Eisbahn)?

Internationales Pfadfinderzentrum (10)

- Mehr Zusammenarbeit mit dem Pfadizentrum: gemeinsame Programme erstellen.
- Zusammenarbeit mit Pfadizentrum
- Zusammenarbeit mit Pfadizentrum (hundertausende von Adressen)
- Zusammenarbeit mit Pfadizentrum intensivieren
- Das Dorf mit dem Pfadizentrum verbinden: Pfadis von heute sind die Gäste von morgen.
- Ehemalige Pfadizentrum-Besucher zurückbringen
- Internationale und generationenübergreifende Verbindungen des Pfadizentrums besser nutzen. Einbindung des Pfadizentrums ins Dorfleben fördern (z.B. gemeinsam Wanderwege unterhalten).
- Jedem Pfadi Prospekt, Werbematerial, evt. Gutschein (zur Überprüfung Wirksamkeit) mitgeben
- Jeden Sonntag Gottesdienst während Saison (z.T. im Pfadizentrum)
- Pfadis mit Einheimischen verbinden: z.B. monatlich eine Veranstaltung.

Ferienwohnungen (6)

- Bessere Ausnützung auch der Ferienwohnungen
- Bessere und koordiniertere Vermietung und Nutzung der bestehenden Ferienwohnungen.
- Ferienwohnungen oder Hotels werden als „traditionell“ bezeichnet, sind jedoch oft einfach nur alt. Für den Tourist: modern und sauber.
- Ferienwohnungssuchende wollen Quartiere zur Erholung und Freude und nicht hochtechnische Reservierungssysteme. Individualbewerbung müssen die Grundlage sein. So gewinnt man Gäste.
- Zu viele Ferienwohnungen mit unterdurchschnittlichem Komfort (zusammengewürfelte Möbilierung und Kücheneinrichtungen). Ferienwohnungsbesitzer Ansporn geben, Wohnungen besser auszurüsten. Zustupf für Sanierungen.
- Einbezug der Mietwohnungen/Ferien in die Gesamtwerbung und Vermittlung. Bestehende Ferienwohnungen besser unterstützen.

Langlauf (7)

- Alle Loipen vertraglich sichern.
- Halten der qualitativ guten Langlaufloipe
- Kandersteg ist das grösste Langlaufgebiet der Schweiz. Der Bereich Nordisch ist nirgends erwähnt.
- Langlauf fördern
- Stärken ausbauen: Einmaliges Langlauf-Angebot gegenüber Konkurrenz noch ausbauen. Wellness-Garten.
- Stärkung des Winterangebots: Langlauf-Mekka und Wanderparadies
- Erhalten Langlaufloipe

Vermarktung (5)

- „Anständige“ Vermarktung von Kandersteg
- Bessere/attraktivere Vermarktung von Kandersteg
- Bessere/effizientere Vermarktung durch Tourismusorgane
- Kandersteg ist sehr geeignet für Familien mit limitiertem Budget. Stichwort: REKA-Dorf. Tourismusangebot für Familien erweitern mit organisierten Aktivitäten.
- Kandersteg wird zu wenig vermarktet, als scheint es, man wolle keinen „Fremden“ hier.

Bike (5)

- Bikestrecken
- Biketrails/Downhilltrail Sunnbüel
- Attraktive Aktivitäten fördern: Biken hat mehr Potential wird jedoch nicht vermarktet, man setzt nur auf Wandern und Oeschinensee. Im Tourismusbereich nicht immer die Letzten sein, sondern auch mal die Ersten.
- Downhillstrecke für Biker
- Lötschental: Bike mit Tunnelkarte

Gruppenhäuser (4)

- Es gibt genügend Gruppenhäuser, neue konkurrenzieren andere Angebote
- Gruppenunterkünfte bergen das Risiko zum Massentourismus und damit zum weiteren Preiszerfall
- Keine neuen Gruppenhäuser bauen
- Kostengünstige Unterkünfte für Gruppen zur Verfügung stellen: nein, da tiefe Wertschöpfung.

Autoverlad (4)

- Nutzung des Potentials Autoverlad: z.B. Tankstelle, Servicestation, Auto-shop direkt an Umfahrungsstrasse ohne Umweg durch das Dorf
- Potential der Tausenden von Verlade-Touristen endlich abholen.
- Wertschöpfung auch beim Autoverlad
- Ziel: Geschickte Marketing-Massnahmen zur Nutzung des Verlade-flusses von Feriengästen am Lötschberg in beiden Richtungen

Reorganisation Tourismus-Organisationen (3)

- Tourismus-Organisation verschlanken
- Tourismusorganisationen: Beide geben in der Bev. zu Reden. Verschlan-
kung wäre förderlich (Optimum herausholen). Gute Werbung, die nicht
den Bedürfnissen der Kunden entsprechen, nützt nichts.
- Kandertal-Tourismus aufheben und neu mit Adelboden-Lenk-Frutigen
zusammenschliessen.

Kommunikation touristisches Angebot (3)

- Klarere Kommunikation der vorhandenen Angebote und Informationen
- Aktives Kommunikationskonzept gehört zum Tourismusbüro.
- Aktives Kommunikationskonzept: erst wenn Positionierung und Ziele
klar sind.

Einzelanregungen Bereich Tourismus (69)

- Alpinskiangebot im Winter ausbauen für anspruchsvolle Jungskifahrer
(z.B. Kombi-Abo mit Elsiggen/Metsch).
- Bungy Jumping aus der Seilbahn Sunnbühl.
- Auf folgende 2 Kritikpunkte weisen Gäste oft hin: 1. Öffnungszeiten
Tourismusbüro während Hochsaison im Sommer am Sonntag geschlos-
sen. 2. ...
- Gemmi-Wanderung mit „Badezusatz“ in Leukerbad (Rundreise)
- Wanderungen als GPS-Daten (könnte ich Ihnen anbieten und anderes).
- Bessere Vorstellung des Dorfes beim Autoverlad. Wartende müssen das
Gefühl haben, dass sie ins Dorf müssen.
- Altersgruppe ohne Internetkenntnisse auch ansprechen
- Aufenthalt und Aktivitäten in und ums Dorf.
- Auswertung der Zusammenarbeit der Werbung mit anderen Gemein-
den.
- Belle-Epoque = fantastische Idee
- Besuch Weihnachtsmann in Hotels oder zentral
- Bestehendes Unterkunftsangebot belegen und ausbauen
- Bevölkerung für touristische Aktivitäten motivieren.
- Den Tourismus zu den Menschen bringen, mittlere und ältere Semester
informieren sich nicht im Internet.
- Destinationsbildung mit Adelboden oder noch weiter
- Die drei Events im Juli über das ganze Jahr verteilen
- Eindruck von zu einseitiger Werbung. Kandersteg hat mehr zu bieten
als Wandern, Langlaufen und Oeschinensee: Biken, Bouldern, Fels- und
Eisklettern, Ski-/Hochtouren, Klettersteig, Seilpark, ...
- Einzelpersonen im Tourismus nicht vergessen
- Angebote an Einzelpersonen
- Für den Gast zu dezentralisiertes Sportartikelangebot
- Gäste-Fragebogen
- Golfplatz
- Holznutzung verbessern zur Säuberung des Waldes
- In Kandersteg fehlen 2-3 attraktive „Action“-Sachen (Downhillstrecke,
Swing (übers Wasser schwingen mit Seil gesichert), etc.).
- Interaktive Dorfführung entwickeln (I-Phone-App)

- Kaserne Bären kaufen und als Massenlager betreiben.
- Keine Verlängerung der Sommersaison, weil Mehrkosten (Personal, Sozialkosten) Ruin für Kleinbetriebe
- Klares Konzept mit einem roten Faden erforderlich, welches uns ermöglicht die touristische Zukunft aktiv und gezielt zu gestalten.
- Konkrete Planung, Zukunftsprojekte, sowie touristisch nutzbare Produkte- und Angebotsgestaltung
- Kosten/Nutzen des Tourismus für die Gemeinde (Finanzen, Umweltbelastung, usw.) definieren, Schlüsse ziehen.
- Kurtaxe erhöhen
- Nationales Nordisches Ski Zentrum (NNSK): veraltet und aus Sicherheitsgründen nicht mehr brauchbar. Neues Projekt lanciert und teilweise finanziert.
- Neue Veranstaltungen fördern (Biathlonanlage)
- Nicht auf Tagestourismus setzen.
- Nischen im Tourismus (Geologie Bergsturzgebiet)
- Nischenangebote suchen und vermarkten
- Öffnung des Zielmarkts: Erweiterung auf zusätzliche Länder
- Persönlichere Anbindung und Motivation des Gastes: keines der genannten Ziele betrifft menschlich-emotionale Komponente.
- Positive Tourismusgrundhaltung in Behörden fördern.
- Projektideen KT einbeziehen
- Runder Tisch der Tourismusgebiete, wo zweimal im Jahr neuen Ideen besprochen werden und Rückmeldungen von Gästen auswerten.
- Salz und Pfeffer
- Schwarzbachschlucht wieder begehbar machen.
- Sportangebote erweitern (Fitness, Hallenbad, Velo-Downhill)
- Tourismusfreundliche Menschen
- Touristenwerbung prüfen und neue Werbequellen (Internetauftritt). Ausführliche Informationsbroschüre herstellen mit allen interessanten Angeboten.
- Trend Tagestourismus beisst sich mit Steigerung Aufenthaltsdauer
- Um junge Gäste anzuziehen: Youtube-Kampagne oder Flashmob organisieren. Vielleicht in Zusammenarbeit mit Gleitschirmflieger, Seilpark, Alpine-Center, Grossen- und Rötli-Sport.
- Unbedingt den US-Markt fördern. Amerikaner übernachten mehr als eine Nacht und geben über 200.- Fr./Tag aus. Z.B. Inder und Muslime schrecken unsere treuen Gäste ab.
- Ungenügende Vermarktung Weltkulturerbe
- Vergünstigung von weiteren Freizeitangeboten
- Verhalten von Pfadfindern hat sich verschlechtert: Grosse Gruppen beim Coop, zu viele Leute im Schimmbad. Beaufsichtigung im Dorfkern ist nötig.
- Verlängerung der Nebensaison ist eine Frage von Angebot und Nachfrage und kann so nicht beantwortet werden. Wenn das Angebot da ist und die Gäste ausbleiben, kann schönstes Hotel/schönste Ferienwohnung nicht dienen.
- Visionen, Projekte, Neue Märkte (USA)
- Während der Saison keine Lärmbauten

- Weniger Eventitis à la Belle-Epoque-Woche. Einsicht, dass weniger längerfristig mehr ist. Keine unsäglichen Slogans à la „Home of the Mountains“.
- Wassersport-Informationen Spiez (Segeln, Rudern) und Fischen (Oeschinensee)
- Wegweiser auf mögliches Minimum beschränken (z.B. bei ref. Kirche)
- Weihnachtsmarkt
- Wintertourismus fördern
- Wo bleiben die x-Millionen Fr. von Kandertal-Tourismus?
- z.B. Oeschwald: bedeckte Grillstelle wie ein Pfadi
- Zeitgemässe Entlohnung der Angestellten im Tourismusbereich zur Erhöhung der Arbeitsmotivation und Dienstleistungsbereitschaft
- Ziele Tourismus: Umsetzung nicht durch Gemeinde.
- Zu viel Einfluss von reichen Gästen
- Zwischensaison evt. mit attraktiven Gruppen-Angeboten „auffüllen“
- Erlebnisinszenierungen (Stärken ausbauen)
- Anreize zur Wohnsitznahme
- Die ersten vier Ziele müssen von den Fachpersonen des Tourismusedirektors/-Büros mit den Ihnen zur Verfügung stehenden Mitteln verfolgt werden. Die Gemeinde soll sich auf andere Kernaufgaben konzentrieren.

5. Bereich Gewerbe

Versorgung (28 Nennungen)

- Erhalten eines optimalen Versorgungsangebots, das Alternativen bietet
- Halten der Grundversorgung (Schuhe, Metzgerei, Drogerie)
- Touristen- UND einwohnerorientiertes Versorgungsgrundangebot
- Verbesserung des Versorgungsangebots
- Versorgung verbessern (Drogerie/Lebensmittel)
- Versorgungs-Grundangebot
- Apotheke oder Drogerie.
- Drogerie
- Drogerie
- Drogerie ist zwingend für Touristenort. Unterstützung (Finanzhilfe) durch Gemeinde und Tourismus.
- Einkauf im Ort fördern
- Einkauf in der Region
- Einkaufen im Ort ermöglichen
- Einkaufsmöglichkeiten erhalten und nicht zuschauen wie wir Volg, bald Metzgerei, ev. Künzi Bäckerei verlieren und keine Drogerie mehr haben.
- Einkaufsmöglichkeiten quantitativ verkleinern und qualitativ punktuell vergrössern (nicht nur „08/15“-Lebensmittel)
- Einkaufsmöglichkeiten schwinden
- Bessere Einkaufsmöglichkeiten (Coop und Volg sind eine Schande)
- Bessere Vermarktung einheimischer (biologischer) Produkte
- Es braucht Geschäfte zur Deckung der Grundbedürfnisse (Drogerie, Metzgerei). Bücherladen oder Secondhandladen sind zweitrangig.
- Halten UND fördern des Grundangebots
- Kampf gegen Lädelisten
- Kritik am Verschwinden des Ladenlokals an bester Lage
- Lädeli fördern (interessanten Dorfkern)
- Lädeli fördern (unleserlich)
- Lösungen, um Metzgerei zu erhalten. Z.B. von der Gemeinde aus KMU kontaktieren.
- Mischbetriebe/Kombiläden (z.B. inkl. Drogerie) auf gemeinsamer Ladenfläche
- Zu wenig aktive Suche nach neuem Drogisten
- Zukunftspläne des Coop's?

Gewerbe-Förderung (22)

- Aktive Werbung neuer Gewerbe- und Dienstleistungsbetriebe
- Anstatt Gärtchendenken: Zusammenhalt einheimisches Gewerbe verbessern
- Dienstleistungsgewerbe stärken
- Erhalten der Konkurrenzfähigkeit des örtlichen Gewerbes in möglichst vielen Sparten
- Förderung von Kleingewerbebetrieben: Rahmenbedingungen (Zonenplan etc.) zu diesem Zweck optimieren und Synergien fördern. Impulse durch Gemeinde.

- Gewerbeverein aktiv in Planung einbeziehen, bevor es zu spät ist. Gewerbe kann nicht auf Hilfe der Gemeinde warten sondern muss selber handeln.
- Kein Lärm-Gewerbe fördern.
- Kleine Gewerbezone schaffen. Firmen mit beschränkter Steuerreduktion anlocken.
- Neues Gewerbe ansiedeln ist schwierig, deshalb bestehendes unterstützen.
- Neues Gewerbe fördern (Tankstelle, Drogerie etc.)
- Sicherung und Optimierung der Gewerbebetriebe
- Start-Hilfe für Kleingewerbe
- Überarbeitung der IST-Situation im Gewerbe: Brauch Kandersteg mehrere Blumenläden, Restaurants, Hotels? Wieso gibt es keine Apotheke, keine Alpenschule mehr?
- Unterstützung neuer Gewerbetreibender durch die Gemeinde (Steuererleichterung)
- Unterstützung und Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle
- Vereinfachte Prozesse für Gewerbe (weniger Formularismus)
- Zu wenig Zusammenhalt zwischen den Baufirmen. Mehr Innovationen im Baugewerbe.
- Bei Geschäftseröffnung von Jungen: Kontakte zu Banken ermöglichen, Mentor zur Seite stellen, usw.
- Gute Rahmenbedingungen für potenzielle Nachfolger
- Schaffen von optimalen Rahmenbedingungen (nicht laufend neue Abgaben).
- Suche nach Betriebsnachfolger bekannter machen.
- Wie soll die Förderung von Kleinbetrieben aussehen?

Einheimisches Gewerbe berücksichtigen (13)

- Einheimisches Gewerbe berücksichtigen
- Einheimisches Gewerbe berücksichtigen
- Einheimisches Gewerbe berücksichtigen
- Einheimisches Gewerbe kauf auch in Kandersteg ein
- Im Dorf einkaufen. Das einheimische Gewerbe berücksichtigen.
- Bevölkerung, Handwerker-, Gewerbeverein aktiv informieren, welches die Konsequenzen sind bei Einkäufen auswärts. Hotellerie sollte vermehrt im Dorf und nicht bei Grossisten einkaufen.
- Kandersteger sollten Läden und Gewerbe aktiv unterstützen.
- Ortsansässiges Gewerbe berücksichtigen
- Ortsansässiges Gewerbe berücksichtigen
- „Bergler für Bergler“: regionale Lieferanten berücksichtigen
- Einheimische dazu bewegen im Dorf einzukaufen. Grossverteiler in Frutigen und Spiez sind Gefahr für unsere Läden. Bald nur noch 2-3 Geschäfte im Ort.
- Keine auswärtigen Baugeschäfte für Kandersteg, geht auch mit Einheimischen.
- Steuerzahler von Kandersteg bei Arbeitsvergaben besser berücksichtigen

Vermarktung regionaler / biologischer Produkte (5)

- Fördern von lokalen/regionalen Bio-Produkten.
- Landwirte sind zur Erhaltung unserer Natur und Landschaft sehr wichtig. Zusammenarbeit mit Pronatura, Bioterra, Pro spezie rara suchen, um die arbeitsaufwändige Einzigartigkeit unserer Landschaft zu erhalten und Interessierten näher zu bringen.
- Wir brauchen keine auswechselbaren Angebote, wie z.B. Geschäfte, die es überall gibt. Besser regionale (möglichst Bio-)Produkte in kleinen feinen Läden.
- Agrotourismus (Direktverkauf von Produkten aus der Landwirtschaft)
- Aktive Vermarktung regionaler Produkte

Einzelanregungen Bereich Gewerbe (13)

- Detailhandel konzentrieren, Ladenlokale im Zentrum gemeinsam nutzen
- Direkter Mensch zu Mensch-Kundenkontakt fördern.
- Einbindung der Gewerbler von auswärts: viele profitieren und geben nichts an den Ort.
- Gewerbe-Pässe nur für Ortsansässige mit z.B. %-Vergünstigung.
- KMU (Verbesserungsmassnahmen): Kandersteg ist nur auf Tourismus ausgerichtet. Auch Industrie anziehen (mechanische Betriebe, IT, Forschung). Gute Erschliessung, nur 62km von Bern entfernt.
- Lebhaftere Auftritte der Gewerbler: Brotmärit ist dafür ein gutes Beispiel. Oder Besuch eines Bauernhofs im KT-Programm, auf der Alp, beim Schuhmacher, Schnitzer, etc.
- Mehr Ganzjahresstellen
- Mehr Herz für unsere Kunden zeigen.
- Neue Arbeitsplätze ausserhalb Tourismus schaffen: z.B. IT, Sanatorium. Industrie eher nicht möglich.
- Neue Events forcieren
- Neue Möglichkeit für Dorfmuseum suchen
- Neue Möglichkeit für Dorfmuseum suchen
- Neues grosses Projekt als USP mit Arbeitsplätzen für Ortsansässige



Einwohnergemeinde Kandersteg

Masterplan Kandersteg 2025



E Bericht Foren 12.10.2012 und 15.10.2012

Masterplan bestehend aus:

- A Statusbericht Ist-Profil (Phase 1), rev. gemäss Beschluss Gemeinderat vom 15.12.2011 und 21.11.2012
- B Statusbericht Soll-Profil (Phase 2), rev. gemäss Beschluss Gemeinderat vom 22.2.2012 und 21.11.2012
- C Masterplan (Phase 3), rev. gemäss Beschluss Gemeinderat vom 15.5.2012 und 21.11.2012
- D Bericht Konsultation Bevölkerung 7.6. bis 13.7.2012, rev. gemäss Beschluss Gemeinderat vom 19.9.2012
- E Bericht Foren 12.10.2012 und 15.10.2012, rev. gemäss Beschluss Gemeinderat vom 21.11.2012

27.11.2012

Impressum

Auftraggeberin:

Einwohnergemeinde Kandersteg
Postfach 114, 3718 Kandersteg

Auftragnehmerin:

ecoptima, Spitalgasse 34, Postfach, 3001 Bern
Telefon 031 310 50 80, Fax 031 310 50 81
www.ecoptima.ch, info@ecoptima.ch

Bearbeitung:

Richard Trachsel, ecoptima ag
Rolf Albisser, ecoptima ag

Inhalt

I.	Einleitung	5
1.	Ziele und Zweck der Foren	5
2.	Form der Foren	5
II.	Ergebnis der Foren	6
1.	Teilnehmende	6
2.	Zusammenzug der Protokolle aller Foren	6
2.1	Forum „Seniorinnen und Senioren“	6
2.2	Forum „Vertreterinnen und Vertreter von Bergbahnen“	9
2.3	Forum „Die Jugend von Kandersteg“	11
2.4	Forum „Unsere Dorfbevölkerung“	13
2.5	Forum „Vertreterinnen und Vertreter aus dem Tourismus“	18
III.	Weiteres Vorgehen	22

I. Einleitung

1. Ziele und Zweck der Foren

An der öffentlichen Informationsveranstaltung vom 14. Juni 2012 und in der Konsultation der Bevölkerung vom 7.6. bis 13.7.2012 wurde der Wunsch nach einem grösseren Einbezug der Bevölkerung geäussert. Der Gemeinderat beschloss am 19.9.2012 auf eine Ergänzung der Kerngruppe mit zusätzlichen Mitgliedern zu verzichten. Statt dessen wurden fünf separate Foren mit verschiedenen Interessengruppen durchgeführt.

2. Form der Foren

Es wurden folgende fünf Foren durchgeführt:

- Forum „Seniorinnen und Senioren“ am 12.10.2012 im Hotel Blümlisalp
- Forum „Vertreterinnen und Vertreter von Bergbahnen“ am 12.10.2012 im Hotel Blümlisalp
- Forum „Die Jugend von Kandersteg“ am 12.10.2012 im Hotel Blümlisalp
- Forum „Unsere Dorfbevölkerung“ am 15.10.2012 im Gemeindesaal
- Forum „Vertreterinnen und Vertreter aus dem Tourismus“ am 15.10.2012 im Gemeindesaal

An allen Foren waren Vertreterinnen und Vertreter des Gemeinderates anwesend. In der Einleitung der einzelnen Foren erläuterte Paul Breitschmid jeweils Ziel und Zweck der Foren und fasste das erfreuliche Ergebnis der Konsultation Bevölkerung zusammen. Ein Mitglied der Kerngruppe oder des Gemeinderates leitete jeweils durch die anschliessende Diskussion, welche folgende Traktanden beinhaltet:

1. Allgemeines
2. Stärken und Schwächen
3. Ziele Bevölkerung
4. Ziele Tourismus
5. Ziele Gewerbe
6. Massnahmen

Zu Beginn der jeweiligen Traktanden wurde die statistische Übersicht der Resultate aus der Konsultation Bevölkerung erläutert. Der Diskussions-Schwerpunkt lag je nach Forum entweder im Bereich Bevölkerung oder im Bereich Tourismus. Die Ergebnisse der Diskussion wurden protokollarisch festgehalten.

II. Ergebnis der Foren

1. Teilnehmende

Die fünf Foren waren gut besetzt. Die Gelegenheit wurde wahrgenommen, an den Foren rege teilzunehmen. An allen Foren konnten die entsprechenden Anliegen von den betroffenen Bevölkerungsgruppen und interessierten Verbänden und Organisationen eingebracht werden. Die Teilnehmerzahl pro Forum reichte von 5 bis 41 Personen.

2. Zusammenzug der Protokolle aller Foren

Nachfolgend sind die Diskussionsthemen und Voten der fünf Foren aufgeführt.

2.1 Forum „Seniorinnen und Senioren“

Bereich Bevölkerung

Stärken/Schwächen

- Schwäche „Überalterung“ umformulieren in „zu wenig Junge“
- Massnahme um mehr Junge anzuziehen: Steuern senken. Antwort: Nein, Steuern nie senken, sonst muss man sie später wieder erhöhen.

Bevölkerung

- Zu wenig Familienwohnungen zu einem erschwinglichen Preis.
- Das schönste Bauland wird verbaut. Antwort Gemeinderat Urs Weibel: Nach Auslegung vom Regierungsstatthalteramt und der Gemeinde können Zweitwohnungen bis Ende 2012 bewilligt werden; die abschliessende Auslegung der Übergangsregelung in der Bundesverfassung wird wohl erst nach einem Leiturteil des Bundesgerichts klar sein. Ab 1.01.2013 ist die Umsetzung der Initiative jedoch unbestritten.
- Sichere Schulwege und Tempo 30 nicht nur Ortszentrum, sondern durch das ganze Dorf.
- Bautätigkeit neben Hotel Erika verhindert Sichtbezug zu den Bergen, die gemäss Ortsplanungsrevision vorgeschrieben ist. Antwort: gesetzeskonform, da in der Bauzone und ohne Ausnahmegenehmigung realisierbar.
- Ziel „Konzentration des Kultur-, Vereins-, Sport- und Freizeitangebots (Qualität vor Quantität) bedeutet z.B. Dachorganisation für Vereine bilden.

- Zum Ziel "Ausbau der familienexternen Betreuung von Kindern": Tagestisch für Kinder ist wichtig (und vorhanden!), wird jedoch zu wenig benutzt.

Arzt

Resultat Konsultation Bevölkerung: Es wird besorgt auf die noch nicht existente Nachfolgeregelung der beiden amtierenden Ärzte hingewiesen. Die Gemeinde wird aufgefordert, sich jetzt aktiv darum zu kümmern (z.B. wie Projekt HMO-Praxis Schwarzenburg).

- P. Breitschmid informiert, dass die beiden amtierenden Ärzte daran sind, ihre Nachfolge selber zu lösen. Falls sie Hilfe von der Gemeinde benötigen, kommen sie auf die Gemeinde zu.
- Einen Arzt zu haben, ist auch für den Tourismus wichtig

Fehlende Zusammenarbeit

Resultat Konsultation Bevölkerung: Es wird auf die fehlende Zusammenarbeit zwischen Einheimischen, Gewerbe, Hoteliers und Gastronomiebetriebe hingewiesen. Es wird mehr „miteinander statt gegeneinander“ gewünscht, weniger Neid und „Gärtchen-“Denken.

- Regelmässig zusammen reden, z.B. 2 mal pro Jahr wäre wichtig. Treffen und sich kennen lernen: Es gibt 240 Seniorinnen und Senioren.
- Vorgeschlagen wird ein Austausch nicht nur unter Seniorinnen/Senioren, sondern auch zwischen Jung und Alt, unter den Jungen, etc.
- KiK finanziell fördern, nicht nur „Belle Epoque“. Antwort: Die Unterstützung von KiK seitens Gemeinde ist bereits gross.
- KiK fördern bezüglich mehr aktiven, engagierten Personen, zum Beispiel im Vorstand.
- Tanzanlässe organisieren in Zusammenarbeit z.B. von Pro Senectute
- Kirche und Pro Senectute:
 - bessere Koordination erforderlich
 - gemeinsamer Jahresplan aller Anlässe
 - evt. Dachorganisation bilden
- Seniorenwanderungen ausbauen auch für Frauen
- Die Senioren sind gut betreut in Kandersteg
- Senioren müssen andere Senioren persönlich abholen/informieren bezüglich Engagement oder Teilnahme an Anlässen.
- Vorstand Senioren gründen
- Eine Mehrheit der Senioren ist internettauglich. Deshalb könnte man ein Forum Senioren auf der Gemeinde-Homepage eröffnen.
- Ältere Personen würden sich gerne mit Einsätzen für die Jugend (z.B. in der Schule) engagieren, doch Bemühungen in dieser Richtung scheitern. Bestehendes Projekt „Generationen im Klassenzimmer“ umsetzen.

Abendunterhaltung für Junge

Resultat Konsultation Bevölkerung: In zahlreichen Stellungnahmen wird das komplett fehlende Ausgangsangebot insbesondere für Junge, aber auch Junggebliebene und Hotel-/Gastronomieangestellte ab 00.30h kritisiert. Es wird angeregt, eine Kommission Nachtleben zu bilden, die ein Betriebskonzept erarbeitet und Standorte sucht und evaluiert.

- Es ist eine Tatsache, dass es ab Mitternacht kaum Ausgangsmöglichkeit für Junge gibt. Die-ser Umstand sollte sich ändern, die Jungen sollen es auch so schön haben wie wir Senioren. Früher gab es viel mehr Ausgangsmöglichkeiten (z.B. Tanzen).

Bereich Tourismus

Ortsbus

- Fährt leider nur alle zwei Stunden
- Die Haltestelle „Doldenhorn“ befindet sich am falschen Ort, vor dem „des Alpes“ oder „National“ wäre sie besser platziert.
- Mit einem von den Dimensionen kleineren, weniger breiten Ortsbus wäre man flexibler. Dieser könnte auch in Randzeiten fahren.
- Warum wird der Ortsbus zu wenig benutzt?
- Kostenlose Benutzung des Ortsbus für Bevölkerung einführen.
- Bus / Taxi auf Abruf einführen

Rundweg (rollstuhlgängig)

- Ein flacher Rundweg fehlt, weil das Wegstück entlang der Wildfluh aufgrund des Widerstandes der Landbesitzer nicht realisiert werden kann.
- Ein rollstuhlgängiger Rundweg wäre eine Chance für Kandersteg für ein neues Tourismus-Segment.
- Allgemein müssten die Trottoirs und Eingänge zu den Läden rollstuhlgängig sein.

Freundlichkeit

- Die Freundlichkeit der Bevölkerung gegenüber Touristen verbessern

Bergbahnen

Resultat Konsultation Bevölkerung: Gewünscht wird eine bessere Zusammenarbeit der Bergbahnen untereinander (Dachorganisation, Austausch von Mitarbeitern), aber auch eine bessere Zusammenarbeit zwischen Tourismus, Bergbahnen und Gastronomie. Es werden neue Abonnemente gewünscht: Ganzjahres-Abo für alle Bergbahnen, Vergünstigungen für Einheimische (auch für Hotellerie, Sportanlagen). Mehr Flexibilität der Saisondauer erachtet man insbesondere im Herbst als vorteilhaft (unten grau oben blau). Dem wird seitens der Bergbahnen widersprochen, weil die aktuelle Saisondauer der Gondelbahn Kandersteg-Oeschinensee und der beiden Luftseilbahnen Kandersteg-Sunnbühl und Kandersteg-Allmenalp überlappend ist und als ausreichend erachtet wird.

- Die Angebote der Bergbahnen sind zu wenig familienfreundlich.
- Ein Familien-Skipass fehlt.
- Der nicht mehr existente Skillift Waldrand war sehr familienfreundlich.

Einheimisches Gewerbe besser berücksichtigen

- Danke, dass Drogerie wieder in Kandersteg ist
- In Kandersteg einkaufen
- Das Gewerbe selber muss mehr auf Einheimische zugehen. Versprechen zur Ausführung eines Auftrags werden zum Teil nicht eingehalten, man wird darüber nicht informiert.

- Gewerbepolizei soll (längere?) Ladenöffnungszeiten bewilligen.
- Die allgemeinen Rahmenbedingungen müssen stimmen: gutes Umfeld mit günstigen Wohnungen, guter Schule, etc..

Ruhender Verkehr

- Eine Vignette für die Ortsbevölkerung zum Gratis-Parkieren
- Gratis-Kurzparkmöglichkeiten müssen bestehen bleiben.

2.2 Forum „Vertreterinnen und Vertreter von Bergbahnen“

Bergbahnen

Resultat Konsultation Bevölkerung: Gewünscht wird eine bessere Zusammenarbeit der Bergbahnen untereinander (Dachorganisation, Austausch von Mitarbeitern), aber auch eine bessere Zusammenarbeit zwischen Tourismus, Bergbahnen und Gastronomie. Es werden neue Abonnemente gewünscht: Ganzjahres-Abo für alle Bergbahnen, Vergünstigungen für Einheimische (auch für Hotellerie, Sportanlagen). Mehr Flexibilität der Saisondauer erachtet man insbesondere im Herbst als vorteilhaft (unten grau oben blau). Dem wird seitens der Bergbahnen widersprochen, weil die aktuelle Saisondauer der Gondelbahn Kandersteg-Oeschinensee und der beiden Luftseilbahnen Kandersteg-Sunnbühl und Kandersteg-Allmenalp überlappend ist und als ausreichend erachtet wird.

- Die Vertreter der Bergbahnen wurden in der Erarbeitung des Masterplans nie angehört.
- Der Ist-Zustand wurde im Entwurf des Masterplans schlecht erfasst und die Fragestellung wurde in der Anhörung möglicherweise zu negativ formuliert, deshalb kamen die Resultate der Umfrage nicht sehr positiv heraus.
- Es ist kein 24h-Gratisbetrieb möglich.
- Innensicht der Bergbahnen: Unter den Bergbahnen ist die Zusammenarbeit sehr gut.
- Ein Personalaustausch, vor allem im technischen Bereich funktioniert, betrieblich ist schwierig, weil das Personal oft zur selben Zeit überall gebraucht wird.
- Bei technischen Problemen geschieht jedoch ein Personalaustausch auf unkomplizierte Weise.
- Es ist viel Kulanz und Goodwill untereinander zu spüren.
- Eine materielle Zusammenarbeit ist schwierig, weil 3 technisch verschiedene Systeme existieren.
- Die Bergbahnen produzieren gemeinsam den eigenfinanzierten Prospekt „Bergbahnen Kandersteg inkl. Wandervorschläge“ und streuen diesen auf eigene Rechnung in der Region.
- Im neuen Fahrplan fahren über Mittag alle Bahnen.
- Saisonkarten gibt es bereits, werden aber zu wenig aktiv kommuniziert.
- Die Saisondauer ist bereits genügend lange, es gilt die Kräfte zu bündeln: Die Luftseilbahn Kandersteg-Sunnbühl fährt im Frühling, ab Anfangs Mai fährt die Gondelbahn Kandersteg-Oeschinensee.

- Die Verlängerung der Sommersaison ist nicht möglich, weil ein finanzieller Auftrag fehlt und Revisionsarbeiten im November erledigt werden müssen.
- Die Flexibilität zur Saisonverlängerung der kleinsten Bahn Allmenalp besteht bereits.
- Die Rollstuhlgängigkeit bei allen Bahnen ist vorhanden.
- Bezüglich Komibangebote ist für kommenden Sommer ein Pilotprojekt für Hotelgäste geplant zur Benutzung der Bergbahnen von Montag bis Freitag für Fr. 60.-.
- Die Vertreterinnen und Vertreter der Bergbahnen bemühen sich in Zukunft ihre Saisondauer und ihr bestehenden Angebots noch besser zu kommunizieren.

Bereich Tourismus

Kommunikation

- Die Homepage von Kandersteg Tourismus ist gut betreut.
- Die touristische Werbung ist gut.
- Die Kommunikation zwischen der Bevölkerung, dem Gewerbe und dem Tourismus kann verbessert werden.
- Die systematische Kommunikation der Gesamtstärken muss verbessert werden.
- Mitteilungen ans Tourismusbüro werden intern nicht weitergeleitet.
Antwort: Nein, die Information - zum Beispiel einer kurzfristigen Saisonverlängerung seitens der Bergbahnen - wird schnell an die Hotels weitergeleitet.
- Die Bevölkerung und die Frontmitarbeitenden von Hotels aus Kandersteg erscheinen an Informationsveranstaltungen von Kandertal Tourismus nur spärlich.

Tagestourismus und Aufenthaltstourismus

- Der Tagestourismus ist auch eine Chance, eine Stärke, indem er den Aufenthaltstourismus querfinanziert. Deshalb sollte als Schwäche nur „abnehmender Aufenthaltstourismus“ formuliert werden.
- Auch ein Aufenthaltstourist mit nur ein oder zwei Übernachtungen ist wichtig. Dieser geniesst den Aufenthalt, lässt es sich gut gehen und gibt oft mehr Geld aus, als ein Tourist, der eine Woche bleibt.
- Mit dem NEAT-Basistunnel kommen weniger GA-Gäste, die früher spontan in Kandersteg ausgestiegen sind.
- Sogar der Klettersteig bringt Übernachtungen.

Bereich Bevölkerung

Fehlende Freundlichkeit (aus dem Forum Seniorinnen und Senioren)

- Stimmt nicht. Es werden viele Dankeschreiben gesendet von Wintergästen (mit 5 bis 7 Übernachtungen), welche die Freundlichkeit (und Qualität) loben.

- Die Angestellten werden sogar in Kursen zum Thema Freundlichkeit geschult. Freundlichkeit ist Daueraufgabe und gehört zu den Führungsaufgaben.
- Einzelne negative Eindrücke dürfen nicht überbewertet werden.

Massnahmen

- Für die Einheimischen fehlt eine Tankstelle
- Autoverlad besser nutzen. Hier liegt ein Potential von Mio. von Gästen.
- „Fahrplangeschichte“ verbessern, z.B. Vermeidung einer Zweiteilung der Bahnkomposition in Spiez (Richtung Zweisimmen oder Brig).
- Der Halt des Lötschbergers in Münsingen hat Kandersteg neue Gäste gebracht.

Paul Breitschmid fasst zusammen:

- Der Ist-Zustand der Bergbahnen soll im Masterplan positiver formuliert werden. Im Masterplan sollen die Kombiangebote und die (flexible) Saisondauer besser kommuniziert werden.

2.3 Forum „Die Jugend von Kandersteg“

Ergebnisse des Fragebogens der Jungen:

- Rücklauf von 58 Fragebogen.
- Die beiden mit Abstand am häufigsten genannten Themen sind Ausgangsangebot/Nachtleben und Freizeit-/Sportangebot.
- Das bestehende Angebot an Bergsport, Wandern und Skifahren wird sehr geschätzt und als gut erachtet.
- Die Landschaft, Natur und das Ortsbild werden positiv beurteilt.
- Über 80 Prozent der Jugend möchte in Kandersteg bleiben.

Fehlendes Ausgangsangebot/Nachtleben (ab 24 Uhr)

- Keine Disko/Bar
- Keine Möglichkeit für Konzerte, Bowling, Kino, Billiard (evt. in einem Zentrum)

Gewünschte Freizeit-/Sportangebote

- Bike-Downhill
- Beach-Volleyballfelder
- Zentral gelegener Sportplatz mit z.B. Ping-Pong und als Treffpunkt

Zusammenarbeit

- Eine verstärkte Zusammenarbeit der Jugend mit der Gemeinde und mit dem Tourismus wird gewünscht.
- Die Jugend wünscht die Rückendeckung der Gemeinde.
- Angedacht ist eine Jugendgruppe, die Veranstaltungen organisiert.
- Auch die Kommunikation zwischen Jung und Alt ist wichtig.

Verschiedenes

- Das Engagement und der Einsatzwille der Jugend ist vorhanden.
- Warum ziehen nicht mehr Junge nach Kandersteg?
- Warum bleiben die Jungen nicht länger in Kandersteg?
- Wenn man hier aufgewachsen ist, dann bleibt man in Kandersteg.
- Die anwesenden Jungen sind nicht Jugendliche unter 18 Jahren, sondern Ü/U 30 Jahre.

Möglichkeiten zum weiteren Vorgehen

- Jugendbüro als Drehscheibe gründen.
- Nein, wir brauchen keinen realen Raum, wir haben das Internet (Plattform Kandersteg 2.0).
- Mögliche Organisationsform: Jugendkommission bilden, darin ist jemand Ansprechperson und in regelmässigem Austausch mit der Gemeinde.
- Mögliche Organisationform: Bildung von Arbeitsgruppen (z.B. Biken, Volleyball, Sport, Ausgang). Eine Vertretung aus diesen Arbeitsgruppen ist in regelmässigem Austausch mit der Gemeinde.
- Eventuell sind weniger formale Organisationsformen wie Jugend Kandersteg 2.0 besser.
- Die Jugend benötigt seitens der Gemeinde Tipps zur Umsetzung, Finanzierung, (rechtlichem) Rahmen. Zum Beispiel Hilfe bei der Suche nach einem Ausgangs-Raum.
- Die Gemeinde benötigt auf jeden Fall eine Ansprechperson seitens der Jugend. Als Ansprechperson meldet sich Irene Kallen.
- Therese Künzi betreut als Gemeinderätin das Ressort „Bildung, Jugend und Verkehr“
- Wichtig ist, dass die Jugend ihre Anliegen schriftlich an die Gemeinde formuliert, dann werden diese zu Gemeinderatsgeschäften. Die Jugend soll sich in Entscheid-Gremien einbringen.
- Als Übergangslösung Winter 2012/2013 wäre evtl. ein Pilot-Projekt Disco z.B. FR, SA, SO bis 03.00 Uhr in einem bestehendem Gastronomie-/Hotelleriunternehmen möglich. Dazu müsste das Gespräch mit der IG Gastro (Nicolas Seiler) gesucht werden.

Bereich Tourismus

Zielpublikum Junge wird zu wenig beworben

- Kandersteg ist nur „wandern“ und „Oeschinensee“ und wird auch nur so verkauft. Das Bild gegen aussen ist „gemütlich“ und „ruhig“.
- Im Tourismus ist man zu wenig am Puls der Zeit: z.B.
 - biken
 - bouldern
- Der Tourismus setzt zu wenig auf junge und neue Sportaktivitäten
- Das bestehende Sportangebot für Junge wird nicht kommuniziert. Dem wir seitens des Tourismus widersprochen.
- Die Videos auf der Homepage von Kandersteg sind katastrophal.
- Die Werbung sollte verjüngt werden, mit jüngeren Darstellern/Models.

- Kandersteg hat für alle Altersgruppen ein Sport-/Freizeit- und Tourismus-Angebot.
- Das Schlechtwetterprogramm ist katastrophal. Es gibt kein Hallenbad, nur eine Eisbahn.
- Gewünscht wird eine bessere Koordination der regionalen (Ausgangs-) Anlässen in der Region, damit keine Terminkollisionen entstehen

Projekt neue Sprungschanze

- Die Projekt der neuen Schanze wäre ideal auch als Ausgangsort für die Jugend, weil dort Lärm niemanden stört. Denkbar wären z.B. Openairs, Freestyle-Events, etc.
- Wichtig ist, dass sich die Jugend mit ihren Ideen im laufenden Projekt „neue Schanze“ einbringt.

Bergbahnen

- Kombiangebote bei den Bergbahnen fehlen. Zum Beispiel Oeschinensee + Rodeln + Eintritt Schwimmbad.
- Die Zusammenarbeit zwischen den Hotels und den Bergbahnen ist schlecht.

2.4 Forum „Unsere Dorfbevölkerung“

Bereich Bevölkerung

Zusammenarbeit

- Eine verbesserte Zusammenarbeit zwischen Einheimischen, Gewerbe und Gastronomie wird begrüsst. Es sollte jedoch auch mit den Landbesitzern besser zusammengearbeitet werden.
- Die Zusammenarbeit im Bereich Tourismus ist mangelhaft.
- Die Foren sind super, ein Beispiel einer guten Zusammenarbeit.
- Wichtig ist, die Gelegenheit zu bieten, miteinander zu reden, „übers Dorf“ zu reden.

Nachfolgeregelung Arzt

- Hans Walter Bühler informiert, dass die beiden amtierenden Ärzte die Nachfolgeregelung ab 2015 miteinander anschauen in Zusammenarbeit mit einem externen Büro. Ein praktizierender Arzt ist auch für den Tourismus und die Hotellerie wichtig. Bei Bedarf wird eine Unterstützung von der Gemeinde beansprucht. P. Breitschmid informiert, dass diese Unterstützung seitens der Gemeinde auch gegeben würde.
- Es wird gefragt, ob auch das Konzept eines grossen Gesundheitszentrums mit Physio, etc. in Frage komme? Hans Walter Bühler erwidert, dass Gesundheitszentren vor allem in grösseren Orten als Kandersteg realisiert werden.

Abendunterhaltung für Junge/Junggebliebene und Hotel-/Gastronomieangestellte

- P. Breitschmid informiert über das Forum Jugend.
- Gewünscht werden verschiedene Sportaktivitäten und eine Bar/Disko nach 24 Uhr.
- Zur Lokalsuche wurde der Jugend die Kontaktnahme mit der IG Gastro empfohlen.
- Die Jugend muss selber aktiv werden und ihre Ideen in der Gemeinde einbringen.
- Positiv ist, dass über 80% der Jungen in Kandersteg bleiben wollen.
- Weitere Treffen und weitere Schritte der Gemeinde mit der Jugend sind geplant.

Öffentlicher Verkehr

- Gewünscht werden bessere ÖV-Verbindungen. Beispiele:
 - In Brig hat man 58 Minuten Aufenthalt Richtung Goms.
 - Von Kandersteg ins Kiental hat man 54 Minuten Aufenthalt in Reichenbach.
 - Direkter Bus nach Adelboden z.B. morgens und abends, ohne Zwischenhalte.
- Die Einflussmöglichkeiten der Gemeinde sind bezüglich ÖV sehr eingeschränkt. Heute wird im ÖV eher rationalisiert und weggespart, Bahnlinien mit Bussen ersetzt. Eine Möglichkeit ist, Rundkurse zu fahren, anstatt Stichstrassen. Wichtig ist jedoch eine hohe Nutzung auszuweisen, der ÖV muss genutzt werden.

Ortsbus

- Der Dorfbus ist viel zu gross, zu breit und schlecht besetzt. Er ist eine Gefahr für Fussgänger auf dem Trottoir. Ein Dorfbus ist laut amtlicher Auskunft eigentlich in Kandersteg von seiner Grösse her nicht gestattet. Antwort: Schlankere Busse kann man zu vernünftigen Preisen nicht kaufen (EU-Norm).
- Der Ortsbus sollte regelmässiger fahren.
- Kombibillet Bahn und Ortsbus anbieten
- Ortsbus sollte irgendwo angehalten werden können.
- Viel Baustellenverkehr

Konzentration Kultur-/Freizeitangebot

- Ein Mitglied der Kerngruppe erläutert: gemeint ist z.B. Vorstände zusammenlegen, Koordination der Termine
- Diese Konzentration regelt sich von selber.
- Miteinander reden ist jedoch wichtig.
- Wenig Teilnehmer

Überalterung

- Die Schwäche „Überalterung“ ist eine absolute Frechheit.
- Es sollte die Solidarisierung mit älteren Personen gefördert werden.
- Ein Seniorenangebot für Männer besteht (Erwin Gurtner).
- Das Potential der 65- bis 80-jährigen sollte genutzt werden.

- Ältere Personen sind finanzkräftig.
- „Überalterung“ ist ein Begriff aus der Demographie und schliesst Massnahmen für ältere Personen nicht aus.
- „Überalterung“ heisst auch in die Jugend investieren.
- P. Breitschmid erklärt, dass mit „Überalterung“ zu wenig Schüler und zu wenig Junge gemeint sind.
- Alle älteren Personen hier im Saal engagieren sich irgendwo.
- Die Jungen müssen selber ihre Inputs bringen.
- Der Austausch zwischen Jung und Alt ist wichtig.
- Vorschlag einer Tauschbörse: z.B. Portugiesisch-/Deutsch-Kurs, PC-Kurs/Hemden bügeln, Unterrichtshilfe für Kinder.
- Die Jugend von heute hat es schwieriger, es ist teurer. Antwort: Nein stimmt nicht, früher hat man weniger verdient.
- Viele der Jungen möchten bleiben.
- Die „Alten“ wollen von den Jungen wissen, was konkret geplant ist? Ein anwesender Junger erklärt die Absichten im Bereich Sport und Ausgang.
- Die Lärmbelästigung ist bei der Suche eines Raums für eine Disko/Bar das grösste Problem
- Früher waren Vereinsmitglieder im Ausgang unterwegs, heute nicht mehr

Bereich Tourismus

Bergbahnen

- P. Breitschmid fasst das Forum Bergbahnen zusammen:
Die Vertreter der Bergbahnen erläuterten, dass die Bergbahnen gut zusammen arbeiten. Die Bahnen wechseln sich während der Saison mit den Öffnungszeiten ab, eine gegenseitige Ergänzung besteht.
- In St. Moritz z.B. kosten die Bergbahnen ab dem zweiten Tag im Hotel nur noch Fr. 25.-

Freundlichkeit

- Persönliches emotionales Moment fehlt im Bereich Tourismus.
- Ist auch von der Dorfbevölkerung zu leisten.
- Bestehender Wettbewerb „schönste Blumen“ erweitern mit z.B. „freundlichster Kandersteger“.
- Den Touristen Tipps geben, dann sind sie dankbar und geben ein positives Feedback
- Freundlichkeit ist sehr wichtig.

Bergsturzgebiet Kandersteg

- Besser vermarkten
- Gut gestaltete Schautafeln herstellen
- Geologie-Studenten einbeziehen
- Achtung „Bergsturz“ ist als Begriff gefährlich

Tagestourismus/Massentourismus

- Massentourismus macht den Tourismus kaputt. Gemeint ist ein Massentourismus wie in Österreich, wo zehn 50-Plätzer-Busse ein Dorf überschwemmen.
- Es darf aber nicht nur Tagestourismus geben.
- Schweizweit ist zu beobachten, dass der Ausflugs- und Tages- und Aufenthaltstourismus stark zulegt, der Aufenthaltstourismus sinkt. Ein Grund ist die verbesserte Mobilität (einfacher und schneller). Die Kosten für eine Übernachtung sind relativ teuer. Ziel ist ein vernünftiger Ausgleich zwischen Tages- und Aufenthaltstourismus.
- Dafür wird jedoch von seitens des Tourismus zu wenig gemacht.

Internationales Pfadizentrum (KISC)

Resultat Konsultation Bevölkerung: Von mehreren Stellungnehmenden wird eine stärkere Zusammenarbeit mit dem internationalen Pfadizentrum gefordert, weil die Pfadis von heute die Gäste von morgen sind. Es werden gemeinsame Veranstaltungs-Programme angeregt. Die internationalen und generationenübergreifenden Verbindungen des Pfadizentrums sollten besser genutzt werden. Ein Einwohner von Kandersteg weist darauf hin, dass das Pfadizentrum im Besitz von hunderttausenden von Adressen ist.

Das Internationale Pfadizentrum selber bemängelt das vollständige Fehlen einer Zusammenarbeit mit dem KISC. Es wird deshalb die Stärkung der Zusammenarbeit von KT, KTT und KISC gefordert, als Chance für Kandersteg, auch in 20/50 Jahren Gäste zu erhalten. Die Gemeinde soll zwingend die Kontrolle über KT übernehmen, um Fortschritte zu erreichen. Als Stärke sei das KISC zwar erwähnt, aber eine Massnahme ist nicht formuliert.

Diskussion

- Myriam Heidelberger: Eine verstärkte Zusammenarbeit mit dem internationalen Pfadizentrum ist wichtig. Pfadfinder sind eine Stärke von Kandersteg: Kandersteg ist international. Pro Jahr 10'000 bis 12'000 Gäste, respektive 60'000 bis 70'000 Übernachtungen vom KISC sind viel für Kandersteg. Will Kandersteg die Pfadis?

Antwort Bevölkerung

- Pfadfinder sind nicht Massentourismus
- Die Pfadfinder sind jedoch zu locker geworden gegenüber früher, dies sollte in geordnetere Bahnen gebracht werden.
- KISC bringt zukünftige Gäste
- Die Führung ist seit Jahren sehr gut und muss gelobt werden.

Gruppenhäuser

- Die Nachfrage nach Gruppenhäusern ist am Abnehmen, viele Gruppenhäuser werden umgenutzt. Gruppenhäuser werden von Gemeinden immer mehr abgestossen.
- Grund: die juristische Verantwortung für Gruppen wird immer grösser.
- Die bestehenden Gruppenhäuser sollen gehalten werden und nicht gefördert

Museum

- Ein schönere und anständigere Räumlichkeit für das Museum suchen, nicht wie aktuell in der „Nähe vom WC“.

Wandertourismus

- Die Wanderwege werden nicht mehr unterhalten, die Bänkli stürzen fast ein.
- Die Wanderwege besser erhalten und pflegen. Die Gemeinde sollte jemanden dazu einstellen.
- Es reicht mit der aktuellen personellen Besetzung und der Überschwemmung nicht für alles.
- Es braucht mehr Freiwillige. Antwort: Nein, der Unterhalt von Wanderwegen können nicht Freiwillige machen.
- Der Unterhalt der Hochgebirgswege kann nicht bei Gemeindeangestellten sein und sollte an vollamtliche Personen übertragen werden.
- Die Wanderwege sind im Vergleich mit anderen Regionen in einem guten Zustand.

Rundweg

- Es fehlt ein Spazier-/Flanierweg rund ums Dorf

Empfang Kandersteg

- sollte einladender sein

Zielpublikum?

- Ski alpin (nur für Anfänger)
- Langlauf
- Wandern
- Familien (Oeschinensee, wandern)
- Junge (Downhill, Eisklettern, etc.: auch für ältere geeignet)
- Es hat für jeden etwas
- Kandersteg muss sich fokussieren. Im Marketingkonzept sind die Zielgruppen definiert. Verschiedene Projekte sind in Bearbeitung.

Einheimisches Gewerbe besser berücksichtigen

- Vom Gewerbe sollte auch mehr Freundlichkeit und Zuverlässigkeit kommen.
- Bevölkerung muss auch in Kandersteg einkaufen.
- Es ist nicht teurer in Kandersteg einzukaufen als zum Beispiel in Frutigen, wenn man die Benzinkosten der Autofahrt berücksichtigt.
- Das Problem ist, dass die Mobilität/das Benzin zu billig ist.
- Die Solidarität untereinander ist erforderlich.
- Vorschlag: Mehr Spezialisierung unter den 3 Bäckereien und 2 Eisenwarenhandlungen würde eine weniger grosse Konkurrenzsituation bringen.
- Wo kaufen die Neuzuzüger ein? Antwort eines Neuzuzügers: Wo kaufen die Einheimischen ein?
- Der Coop in Kandersteg ist nicht super geführt. Die Ware ist in schlechtem Zustand, das Angebot ist weniger gross im Vergleich zu Frutigen.
- Falls Kandersteg eine Tankstelle hätte, müsste man nicht in eine andere Gemeinde gehen, um zu tanken. Oft wird das Tanken mit einem Einkauf verbunden. Antwort eines Autogaragisten: Eine Tankstelle nur für Einheimische ist nicht realisierbar, rentabel wäre sie nur in der Nähe der Autoverladestation.

2.5 Forum „Vertreterinnen und Vertreter aus dem Tourismus“

Bereich Tourismus

Zielsetzungen im Bereich Tourismus

- Grundsätzlich sind alle Forumsteilnehmenden mit den im Masterplan formulierten Zielsetzungen im Bereich Tourismus einverstanden.

Bergbahnen

- P. Breitschmid fasst das Forum Bergbahnen zusammen:
Die Vertreter der Bergbahnen erläuterten, dass die Bergbahnen gut zusammen arbeiten. Die Bahnen wechseln sich während der Saison mit den Öffnungszeiten ab, eine gegenseitige Ergänzung besteht.
- Anstatt „Verlängerung der Sommersaison“: „Nebensaison attraktiver gestalten“.

Internationales Pfadizentrum (KISC)

- Mädy Wyss liest die Eingabe des KISC aus der „Konsultation Bevölkerung“ vor:
Das Internationalen Pfadizentrum selber bemängelt das vollständige Fehlen einer Zusammenarbeit mit dem KISC. Es wird deshalb die Stärkung der Zusammenarbeit von KT, KTT und KISC gefordert, als Chance für Kandersteg, auch in 20/50 Jahren Gäste zu erhalten. Die Gemeinde soll zwingend die Kontrolle über KT übernehmen, um Fortschritte zu erreichen.
- Myriam Heidelberger:
 - Als Stärke ist das KISC zwar erwähnt, aber eine Massnahme ist nicht formuliert.
 - Das KISC hat pro Jahr 10'000 bis 12'000 Gäste zwischen 13 und 30 Jahren. Dieses Potential sollte für Kandersteg längerfristig genutzt werden. Es stellt sich die Frage, wie dieses Potential genutzt werden kann, um Logiernächte für Kandersteg zu generieren.
 - Oft kommen Besucher ins KISC, die in Kandersteg Hotelgäste oder auf der Durchfahrt sind und einst im KISC waren.
 - Das KISC ist zur Zusammenarbeit bereit. Die gegenseitige Unterstützung fehlt momentan.
- Mädy Wyss erwidert, dass Kandersteg Tourismus und Kandertal Tourismus immer gut mit dem KISC zusammen gearbeitet haben. Es ist nicht Gemeindeaufgabe die Kontrolle über Kandersteg Tourismus zu übernehmen. Eine verstärkte Zusammenarbeit mit dem KISC wird jedoch sehr begrüsst.
- Sorge halten zu KISC-Gästen, damit diese später wieder nach Kandersteg kommen.
- Auch das Schwimmbad oder die Eisbahn brauchen die KISC-Gäste.
- Die Anzahl der Pfadfinder soll gehalten oder sogar ausgebaut werden.
- Auch von Kandertal Tourismus wird eine verstärkte Zusammenarbeit sehr begrüsst.

Zielpublikum Junge wird ungenügend vermarktet

- Von einem Vertreter der Jungen wird aus dem Forum Jugend zusammengefasst:
 - Fehlendes Ausgangsangebot für Junge
 - Vermarktung von Kandersteg ist zu fest auf ältere Personen ausgerichtet. Die visuelle Darstellung sollte mehr auf junge Gäste ausgerichtet sein.
 - Neues Potential für Übernachtungen wird vernachlässigt: klettern, bouldern, Eisklettern (Kandersteg ist eine der drei weltweit besten Destinationen (nebst USA, Norwegen)).
 - Werbung ist verschlafen, setzt zu fest auf sanften Tourismus, statt auf Junge.
 - Kandersteg wird älter gemacht als es ist, es wird ein falsches Bild vermittelt. Nordic Walking und Wandern ist nicht das Einzige, was Kandersteg zu bieten hat. Es gibt auch andere Sportarten (siehe oben) inkl. Bergsteigen, Bergwandern (mit Bergführer).

Marketingkonzept

Jerun Vils:

- Das Marketingkonzept Kandersteg ist öffentlich und kann jederzeit diskutiert werden.
- 80% der Gäste aus der Schweiz kommen wegen dem Wandern (Familien mit Kindern und Gäste ab 30 Jahren).
- Im Sommer herrscht eine grosse Nachfrage nach Bergsport (nicht nur Wandern) und Ausflügen.
- Im Winter ist es das Schneerlebnis, Langlaufen, Winterwandern und Eisklettern.
- Biken wird nicht gefördert, weil andere Regionen geeigneter sind, die Routen in Kandersteg sind zu anspruchsvoll.
- Nicht zu vergessen sind der Seilpark, der Klettersteig und die Schlittelbahn (nicht familientauglich, da zu gefährlich).
- Beim Bouldern gilt es einen vernünftigen Mittelweg zu finden zwischen Natur nutzen und Natur schützen. Dieses Thema kann jedoch mit Kantonal Tourismus diskutiert werden.
- Kandersteg ist jedoch nicht Outdoor-Event-Adventure-World wie Interlaken.
- Antwort eines Vertreters der Jungen: Es braucht jedoch mehr „Pfupf“ in der Vermarktung von Kandersteg. Das Bild von Kandersteg von aussen ist nur der Oeschinensee und Ogi. Anderes sollte auch gefördert werden, der Anteil der 20% Gäste, die nicht wandern, wird nicht gepusht. Wo ist die Werbung fürs Eisklettern?

Oeschinensee

- David Wandfluh findet, dass mittlerweile sehr viele andere Gemeinden auch eine Rodelbahn haben. Er ist offen für neue Ideen und Tipps. Diese dürfen nicht zu risikohaft sein und müssen sich finanziell lohnen.
- Der Todesfall auf der Rodelbahn Interlaken drückte auf den Umsatz.

Autoverlad

- Riesenpotential wird nicht genutzt.
- Engagement von KTT alleine reicht nicht aus.
- Grosse Leinwand bei der Verladestation aufstellen mit Werbefilm, mit Handy kombinieren.

Hotellerie

- Es wird kritisiert, dass die meisten Vertreter der Hotellerie in diesem Forum fehlen.
- Es stellt sich die Frage, mit welchem Partner die Hotellerie zusammen arbeiten will. Man muss weiterdenken und grössere Partner suchen.
- Eine schlechte Visitenkarte ist das geschlossene und grösste Hotel von Kandersteg.
- Seit den 80er-Jahren sind 7 Betriebe eingegangen.
- Jerun Vils informiert, dass das Ziel von Kandertal Tourismus ist, Partner zu suchen, um mehr finanzielle Mittel zu generieren. Dies ist bei BLS, im Wallis, in Adelboden, Thun und Lenk nicht gelungen. Es konnte jedoch eine Marketing-AG (BE!Marketing AG) gegründet werden zur Vermarktung des Kantons Bern im In- und Ausland (inkl. finanziellen Mitteln).

Ruhe

- Aufgabe der Gemeinde müsste sein, den störenden Lärm vom Autoverlad zu reduzieren.
- Ein Mix von Ruhe und Action ist möglich.

Ferienwohnungen

- Ältere Ferienwohnungen werden verschwinden.
- Viele Zweitwohnungsbesitzer von neuen Wohnungen wären zur Vermietung bereit. Einen Schlüsselhalter vor Ort ist noch organisierbar, Bedarf besteht jedoch nach Putzequipen am Samstag. Freiwillige sollen sich bei KT melden.
- Die Bedeutung der Ferienhaus-Vermieter ist nicht zu unterschätzen: Die Leute werden auf Ausflüge oder zum Essen in die Hotels geschickt.
- Ferienhaus-Vermieter und Hoteliers sollten sich besser ergänzen.
- Ein stressarmes, ruhiges Dorf wird gerade von Ferienwohnungs-Benutzern gesucht und ist wichtig.

Sprungschanze

- P. Breitschmid fragt nach der von der Jugend geforderten Nutzung der neuen Schanze, resp. nach dem Stand der Dinge des Projekts Sprungschanze.
- Robert Rathmayr (VR Präsident NNSK) informiert, dass die Finanzierung mündlich zugesichert ist und bis Mitte Dezember auch schriftlich vorliegen soll. Der Umbau beginnt im Frühling 2013, der Betrieb ist 2014 geplant. Die verbleibende Restfinanzierung ist vom Risi-ko tragbar. Nach der Sanierung der Schanze ist diese interessant für nationale und internationale Anlässe im Sommer und Winter. Im Herbst ist sie die erste Anlage, die eingeschneit betriebsbereit ist. Es sind Indoor und Outdoor-Anlässe möglich, zum Beispiel Fitness-Angebote für die Einheimischen. Das Einbringen von Ideen der Jungen ist erwünscht.

- Ein Vertreter der Jungen betont, dass die neue Sprungschanze als grosses Potential betrachtet wird, weil sie abgelegen ist und Lärm kein Problem darstellt. Sie ist geeignet auch für andere Anlässe wie Schwingen, Open-Air, Musik, Bar/Disko.

Fehlendes „Wir-Gefühl“, fehlende Begeisterung

- Es ist typisch für Kandersteg, dass sich die Begeisterung im Saal auf die positive Meldung zum Projekt Sprungschanze in Grenzen hält. Das „Wir-Gefühl“ muss verstärkt werden. Wir machen alles für unsere Schanze, für unsere Eisbahn.

Eisbahn

- Eishockey-Clubs weichen immer mehr aus, weil in Kandersteg kein Abend-/Ausgangsangebot besteht.
- Die Eishockey-Clubs bereiten auch Probleme (Alkohol-Exzesse, Zerstörung von Mobiliar).

Gruppenhäuser

- P. Breitschmid erläutert, dass die Anzahl von Gruppen abnehmen, weil die Verantwortung immer grösser wird und die Sicherheitsanforderungen höher.
- Die Freundlichkeit gegenüber Gruppen ist sehr wichtig, um diese zu behalten.

Motorisierter Individualverkehr

- Es wäre in Kandersteg ruhig, aber im Dorfzentrum wird gerast.
- Die Tempos sind im Dorf zu hoch, es ist gefährlich.

Paradies Kandersteg

- Muss gepflegt werden
- 80 Prozent der Jungen möchten die Zukunft in Kandersteg mitgestalten.

Überalterung

- Ältere Personen bringen auch Geld.
- Heute werden alle 5 Jahre älter.

Ruhebänke

- 2 bis 3 Bänke auf Bundesrat Adolf Ogi-Strasse bei katholischer Kirche aufstellen.

III. Weiteres Vorgehen

Die Erkenntnisse und Ergebnisse aus den Foren und der Konsultation Bevölkerung sind in der Überarbeitung des Masterplans einbezogen worden.