



Umfrage des Gemeinderates vom
03. April bis 04. Mai 2026

Umfrage Wald AR

13. Mai 2026

Dr. Hans-Dieter Zimmermann,
Fabian Graf

Institut für Informations- und Prozessmanagement

Inhalt

Inhalt.....	I
Abbildungsverzeichnis	III
Tabellenverzeichnis.....	IV
1 Einleitung	5
2 Demografie	7
2.1 Geschlechterverteilung	7
2.2 Altersstruktur.....	7
3 Kommunikation	10
3.1 Fehlende Informationen auf der Webseite	11
3.2 Social Media Kanäle	12
3.3 Vorschläge aus der Bevölkerung.....	12
4 Einkaufen	14
4.1 Allgemeine Einschätzung.....	14
4.2 Einkaufangebot.....	16
4.2.1 Weitere Wünsche des Einkaufangebotes	17
4.3 Organisationsform des Einkaufsangebot.....	18
4.4 Poststelle.....	19
4.5 Vorschläge aus der Bevölkerung.....	19
5 Gemeindefusion	21
5.1 Gründe für die Einstellung zur Gemeindefusion.....	23
5.2 Leitkriterien einer Gemeindefusion.....	23
5.3 Service-Public	24
5.4 Vorschläge aus der Bevölkerung.....	28
6 Gebäude	29
6.1 Planung Parzellen 36 & 37	29
6.1.1 Vorschläge aus der Bevölkerung.....	30

6.2	Standort der Gemeindeverwaltung.....	30
6.2.1	Vorschläge aus der Bevölkerung.....	31
6.3	Weiteres Vorgehen Pfarrhaus - Planung Pfarrhaus.....	32
6.4	Vorschläge aus der Bevölkerung.....	33
7	Ideen aus der Bevölkerung.....	34
8	Methodische Limitationen und konkrete Mitwirkungssignale	35
8.1	Methodische Rückmeldungen aus der Bevölkerung.....	35
8.2	Konkrete Mitwirkungsangebote	35
	Literaturverzeichnis.....	36
	Anhang A – Webseite	a
	Anhang B – Social Media	b
	Anhang C – Kommunikation	b
	Anhang D – Einkaufsangebot	c
	Anhang E – Einkaufen	d
	Anhang F – Gemeindefusion.....	e
	Anhang G – Service-Public.....	e
	Anhang H – Parzellen 36 & 37	f
	Anhang I – Standort der Gemeindeverwaltung.....	f
	Anhang J – Pfarrhaus	g
	Anhang K – Ideen der Bevölkerung.....	g
	Anhang L – Umfrage.....	h
	Anhang M – Altersverteilung Kommunikation	o
	Anhang N – Altersverteilung Postdienstleistungen	q

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Verteilung der Geschlechter.....	7
Abbildung 2 Verteilung der Altersgruppen.....	8
Abbildung 3 Teilnehmende – Ständige Wohnbevölkerung Wald.....	9
Abbildung 4 Kommunikation des Gemeinderats	10
Abbildung 5 Altersverteilung: Neue Präsenz auf Social Media	11
Abbildung 6 Wichtigkeit einer Einkaufsmöglichkeit.....	14
Abbildung 7 Wichtigkeit einer Einkaufsmöglichkeit (Altersverteilung [5-Jahres-Schritten])	15
Abbildung 8 Einkaufsangebot.....	16
Abbildung 9 Organisationsform Einkaufsangebot.....	18
Abbildung 10 Postdienstleistungen in der Nachbargemeinde.....	19
Abbildung 11 Einstellung zur Gemeindefusion	21
Abbildung 12 Altersverteilung: Einstellung zur Gemeindefusion.....	22
Abbildung 13 Leitende Kriterien bei der Gemeindefusion	24
Abbildung 14 Umsetzung des Service-Public.....	25
Abbildung 15 Dienstleistungen über digitale Kanäle (Altersverteilung [5-Jahres-Schritte]) ..	26
Abbildung 16 Physische Anlaufstelle in jeder Ursprungsgemeinde (Altersverteilung [5-Jahres-Schritte]).....	27
Abbildung 17 Planung Parzellen 36 & 37.....	29
Abbildung 18 Zukünftiger Standort der Gemeindeverwaltung.....	31
Abbildung 19 Weiteres Vorgehen Pfarrhaus	32

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Fehlende Informationen auf der Webseite	a
Tabelle 2 Vorschläge aus der Bevölkerung Social Media Kanäle	b
Tabelle 3 Vorschläge aus der Bevölkerung Kommunikation	b
Tabelle 4 Weitere Wünsche des Einkaufangebotes in Wald.....	c
Tabelle 5 Weitere Vorschläge zum Thema Einkaufen in Wald.....	d
Tabelle 6 Gründe für die Einstellung zur Gemeindefusion.....	e
Tabelle 7 Vorschläge aus der Bevölkerung Umsetzung des Service-Public.....	e
Tabelle 8 Vorschläge aus der Bevölkerung Planung Parzellen 36 & 37	f
Tabelle 9 Vorschläge aus der Bevölkerung Standort der Gemeindeverwaltung	f
Tabelle 10 Vorschläge aus der Bevölkerung Pfarrhaus	g
Tabelle 11 Ideen aus der Bevölkerung	g

1 Einleitung

Im Rahmen der Jahresplanung 2026 hat der Gemeinderat das Thema «politische Partizipation» als strategischen Schwerpunkt festgelegt. Ziel ist es, den Dialog mit der Bevölkerung zu intensivieren und eine fundierte Meinungsbildung zu zukunftsweisenden Dossiers zu ermöglichen. Aktuell stehen diverse Projekte an, die eine enge Begleitung durch die Einwohnerschaft erfordern.

Um eine aktuelle und belastbare Datenbasis zu schaffen, hat der Gemeinderat von Wald AR die OST - Ostschweizer Fachhochschule beauftragt, mittels eines Fragebogens die Bedürfnisse und insbesondere die Erwartungen an die künftige Entwicklung zu erheben.

Im Zeitraum vom 3. April bis zum 4. Mai 2026 wurde eine Befragung der Bevölkerung in der Gemeinde Wald AR durchgeführt, welche die Kernthemen Einkaufen, Gebäude, Gemeindefusion sowie Kommunikation behandelte. Insgesamt beteiligten sich 220 Personen an der Umfrage für die Erwachsenen. Es konnten 175 vollständig ausgefüllte Fragebögen erhoben werden, während 45 Teilnahmen unvollständig blieben. Die Grundgesamtheit für die Umfrage der Erwachsenen liegt bei 731 Personen. Da auch die teilweise beantworteten Fragen für die Auswertung einfließen, ergeben sich pro Fragegruppe teilweise unterschiedliche Gesamtmenngen an Antworten (in den Abbildungen referenziert). Die vollständig ausgefüllten Abschnitte wurden konsequent zur Analyse beigezogen, um ein möglichst breites Meinungsbild abzubilden. Für die Gruppe der Jugendlichen liegen hingegen zu wenig Daten vor, um eine fundierte Auswertung vorzunehmen. Von insgesamt 39 versendeten Fragebogen wurde lediglich eine einzige vollständig ausgefüllt, weshalb die statistische Basis nicht ausreicht, um verlässliche Aussagen über diese Altersgruppe zu treffen.

Die Fragebögen wurden auf der Basis eines Vorschlages der Gemeinde Wald überarbeitet und für die Befragung aufbereitet. ([vgl. Anhang L](#)).

Sämtliche Gemeindemitglieder im Alter ab 14 Jahren wurden per Brief angeschrieben und gebeten, an der Onlineumfrage teilzunehmen. Dazu waren zwei Zugänge möglich: Zum einen enthielt jeder Brief einen individuellen QR-Code, der z.B. mittels Smartphones zum Öffnen der Umfrage genutzt werden konnte. Alternativ enthielt jeder Brief eine Internetadresse (URL), über die Teilnehmenden mit Hilfe eines individuellen Codes an der Onlineumfrage teilnehmen konnten. Personen, die in schriftlicher Form an der Umfrage teilnehmen wollten, konnten die Umfrage in gedruckter Form über die Gemeinde beziehen. Die so manuell ausgefüllten Fragebögen wurden nachträglich Online erfasst. Es war jederzeit sichergestellt, dass jede Person die Umfrage nur einmalig ausfüllen konnte.

Der Fragebogen enthielt Fragen zu den folgenden Themenbereichen:

- Demografie des Einzelnen
- Kommunikation
- Einkaufen
- Gemeindefusion
- Gebäude

2 Demografie

Die Zusammensetzung der befragten Gruppe lässt sich anhand der Merkmale Geschlecht und Alter detailliert beschreiben. Die erhobenen Daten bieten eine Grundlage, um die Repräsentativität der Umfrage zu bewerten.

2.1 Geschlechterverteilung

Die Auswertung der Geschlechterverteilung offenbart ein sehr ausgewogenes Verhältnis zwischen den Hauptgruppen. Insgesamt beteiligten sich 105 Frauen, was einem Anteil von 47,7 Prozent entspricht. Die Gruppe der Männer ist mit 104 Personen und einem Anteil von 47,3 Prozent fast identisch gross. Die Differenz zwischen diesen beiden Gruppen ist somit minimal. Ergänzt wird dieses Bild durch eine kleine Anzahl an Personen, die der Kategorie divers angehören (1,8 Prozent) oder keine Angabe zu ihrem Geschlecht machten (3,2 Prozent).

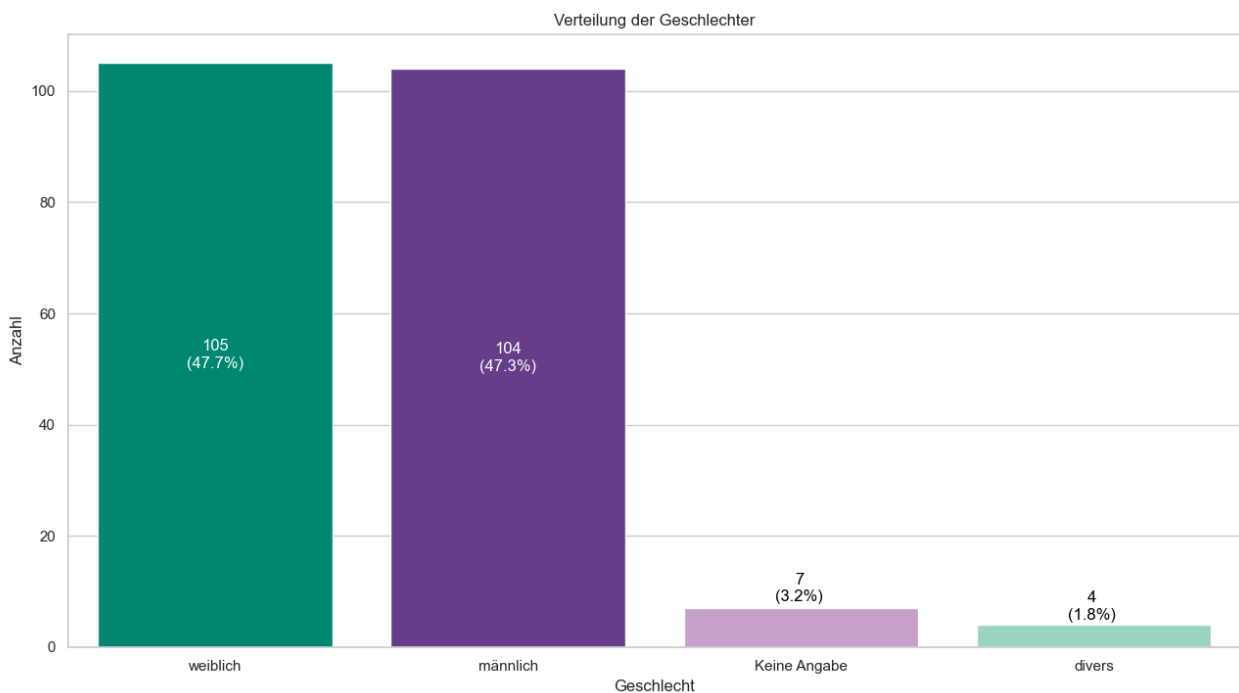


Abbildung 1 Verteilung der Geschlechter
n = 220

2.2 Altersstruktur

Die Auswertung nach Altersgruppen zeigt, dass der grösste Anteil der Befragten zwischen 31 und 65 Jahren alt ist. Mit 123 Personen stellt diese Gruppe 57,7 Prozent der Teilnehmenden dar. Eine beachtliche Beteiligung zeigt sich zudem in der Kategorie der Personen im Alter zwischen 66 und 80 Jahren, die mit 59 Teilnehmenden einen Anteil von 27,7 Prozent ausmacht.

Die Randbereiche der Altersskala sind im Vergleich dazu schwächer besetzt. Lediglich 9,4 Prozent der Befragten sind jünger als 30 Jahre und nur 5,2 Prozent sind älter als 80 Jahre.

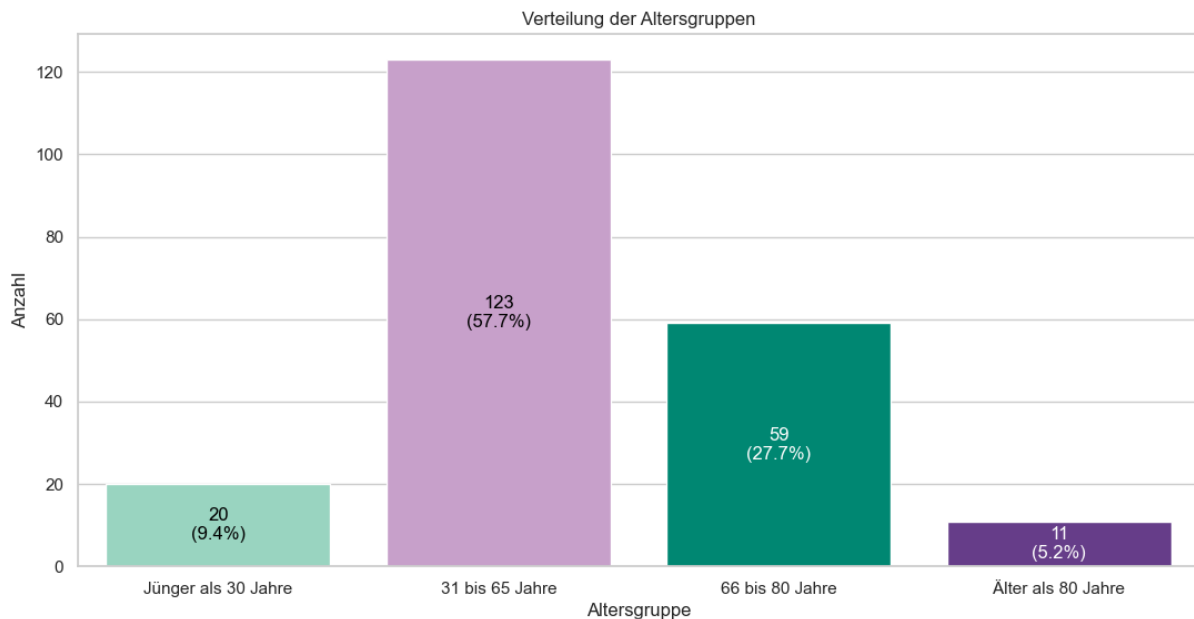


Abbildung 2 Verteilung der Altersgruppen
n = 213

Es ist wichtig festzuhalten, dass die Verteilung der Altersgruppen sehr unterschiedlich ausfällt. Da die Darstellungen der Ergebnisse nach Altersgruppen nicht normalisiert¹ wurden, beziehen sich die jeweils gezeigten Werte auf die absoluten Zahlen der Teilnehmenden. Dies bedeutet, dass die optische Dominanz bestimmter Gruppen in den nachfolgenden Grafiken primär auf deren höhere Teilnehmerzahl zurückzuführen ist und nicht zwingend eine stärkere inhaltliche Gewichtung widerspiegelt.

¹ Umrechnung absoluter Zahlen in relative Werte, um unterschiedlich grosse Gruppen unabhängig von ihrer Teilnehmerzahl direkt miteinander vergleichbar zu machen.

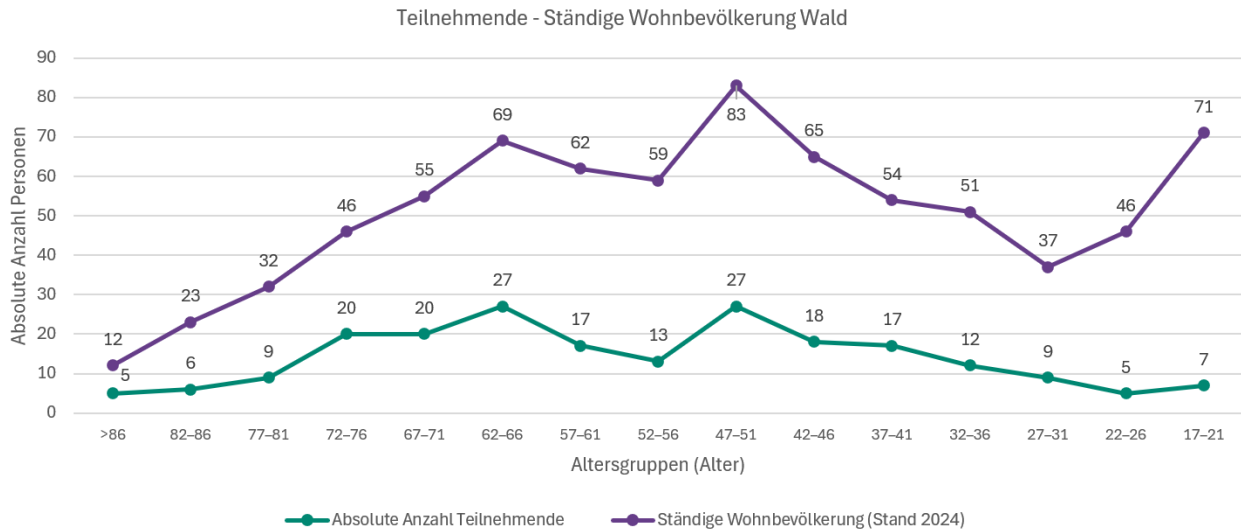


Abbildung 3 Teilnehmende – Ständige Wohnbevölkerung Wald

n = 212 (Absolute Anzahl Teilnehmende)

Quelle: (Ständige Wohnbevölkerung nach Alter, Kanton, Bezirk und Gemeinde, 2024 | Bundesamt Für Statistik - BFS, n.d.)

Da die in Abbildung 2 verwendeten Altersgruppen unterschiedlich gross und teilweise sehr breit gefasst sind, wurde zur besseren Übersicht und Interpretation ergänzend eine feiner aufgelöste Darstellung in Fünf-Jahres-Schritten aufgenommen, die der Teilnahme zusätzlich die ständige Wohnbevölkerung von Wald gegenüberstellt. (vgl. Abbildung 3)

Der Vergleich mit der ständigen Wohnbevölkerung zeigt, dass die Beteiligung dem Bevölkerungsverlauf in den mittleren Altersgruppen weitgehend folgt: Dort, wo die Bevölkerung am stärksten besetzt ist (bei den 47- bis 51-Jährigen und den 62- bis 66-Jährigen), fällt auch die Teilnahme am höchsten aus. An den Rändern bestehen jedoch deutliche Abweichungen. Besonders auffällig ist die jüngste Gruppe der 17- bis 21-Jährigen: Sie bildet mit 71 Personen die zweitgrösste Bevölkerungsgruppe, stellt mit lediglich 7 Teilnehmenden jedoch eine der geringsten Beteiligungen. Auch die jungen Erwachsenen zwischen 22 und 31 Jahren sind im Verhältnis zu ihrem Bevölkerungsanteil deutlich untervertreten. Die Ergebnisse spiegeln somit primär die Sicht der mittleren und älteren Bevölkerung wider, während jüngere Altersgruppen nur eingeschränkt erfasst wurden.

3 Kommunikation

Die Gemeinde Wald möchte ihre Kommunikation neu positionieren. Dabei muss sie darauf achten, die Öffentlichkeit zu informieren, aber gleichzeitig die Privatsphäre und den Datenschutz zu respektieren. Dafür erstellt der Gemeinderat nun ein neues Konzept. In diesem Zusammenhang interessiert die Gemeinde, wie die Bevölkerung die heutige Informationsbereitstellung beurteilt und welche Erwartungen sie hat.

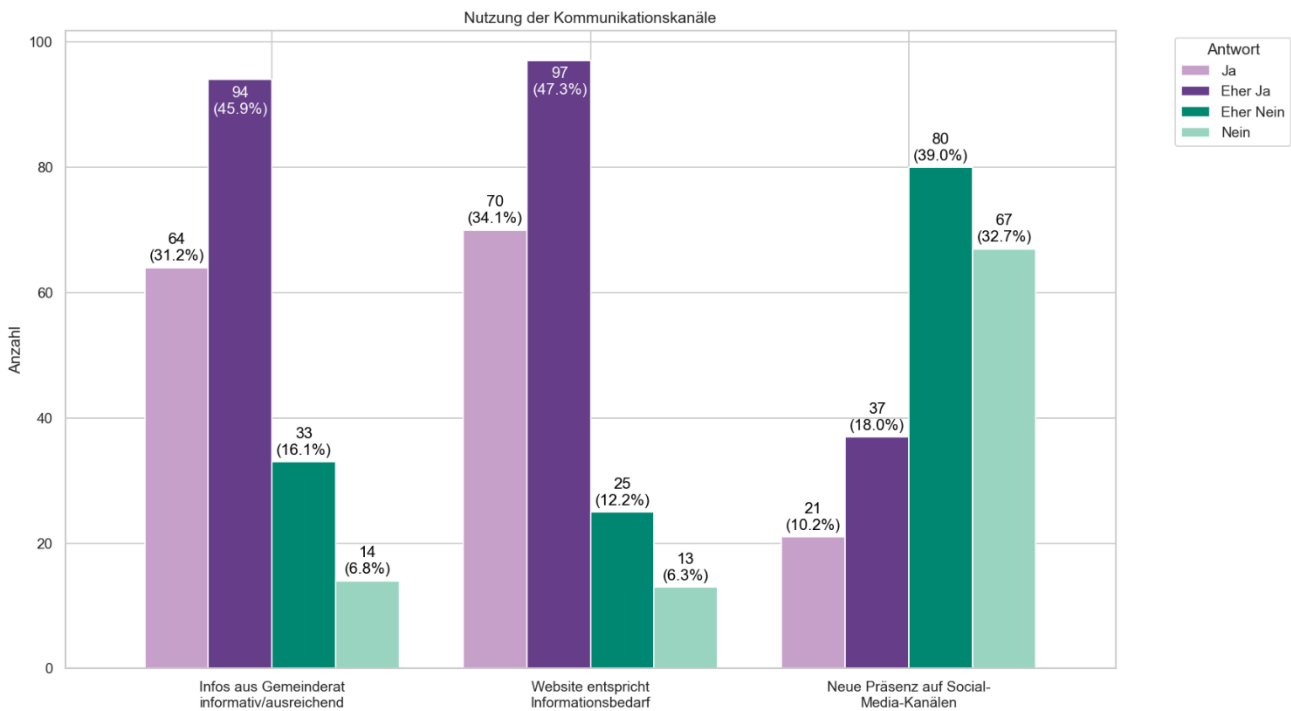


Abbildung 4 Kommunikation des Gemeinderats
n = 205

Die Auswertung der Kommunikationsaspekte verdeutlicht eine ausgeprägte Zufriedenheit mit den etablierten Informationswegen. Die Berichterstattung aus dem Gemeinderat wird von einer breiten Mehrheit als gewinnbringend eingestuft, wobei insgesamt über 77 Prozent der Teilnehmenden die Informationen als informativ oder ausreichend bezeichnen. Ein noch deutlicheres Vertrauensvotum erhält die gemeindeeigene Website, welche für über 81 Prozent der Befragten den persönlichen Informationsbedarf deckt. Die Altersverteilungen der Erhebungen sind im Anhang M zu finden.

Im starken Gegensatz dazu steht die Einstellung gegenüber einer verstärkten Präsenz auf sozialen Medien. Dieses Vorhaben stösst auf eine mehrheitliche Ablehnung, da sich über 70 Prozent der Befragten gegen die Erschliessung neuer Kanäle auf Social Media aussprechen. Während nur ein kleiner Teil der Bevölkerung diesen Schritt befürwortet, signalisiert die deutliche Mehrheit eine Präferenz für die Beibehaltung und Pflege der bewährten Kommunikationsmittel. Es lässt sich konstatieren,

dass die Qualität der aktuellen Informationstätigkeit hoch geschätzt wird und zum jetzigen Zeitpunkt kein Bedarf für eine Erweiterung des digitalen Angebots in Richtung sozialer Netzwerke besteht.

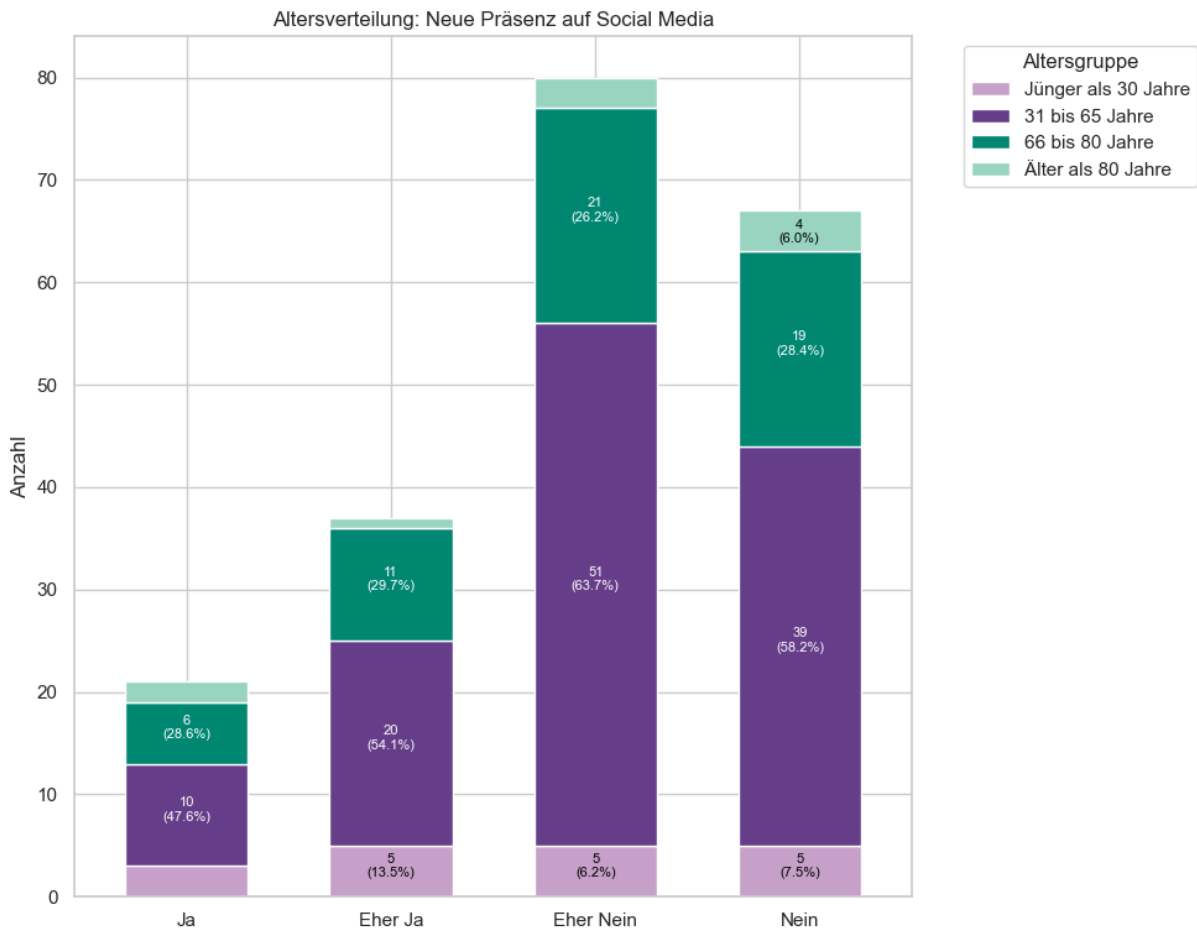


Abbildung 5 Altersverteilung: Neue Präsenz auf Social Media

n = 205

(Beschriftungen mit ≤ 3 Antworten werden aus Darstellungsgründen nicht angezeigt)

Die Ablehnung einer Social Media Präsenz zieht sich proportional durch fast alle Altersgruppen. Obwohl die Gruppe der 31- bis 65-jährigen Befragten aufgrund ihrer Menge die Grafik optisch dominiert, zeigt sich das kritische Verhältnis auch in den kleineren Altersgruppen. Bei den Senioren zwischen 66 und 80 Jahren stehen 40 ablehnende Stimmen lediglich 17 Befürwortern gegenüber, was ein ähnlich deutliches Misstrauen wie in der mittleren Generation widerspiegelt. Sogar bei den unter 30-jährigen überwiegt die Ablehnung im Verhältnis zur Gruppengrösse leicht, womit die Ablehnung über alle Generationen hinweg als konsistentes Meinungsbild gewertet werden kann.

3.1 Fehlende Informationen auf der Webseite

Die Auswertung zeigt deutlich, dass die Aktualität einer der wichtigsten Faktoren für die Nutzer und Nutzerinnen ist. Besonders bei Wahlen und Abstimmungen wird eine schnellere Publikation erwartet. Ein zweiter grosser Block betrifft die politische Teilhabe. Die Einwohnenden möchten früher und

tiefergehend darüber informiert werden, woran der Gemeinderat arbeitet, bevor vollendete Tatsachen geschaffen werden. Während das Design teilweise als gelungen bezeichnet wird, gibt es bei der Suchfunktion, Selektivität und der Tiefe der Informationen (insbesondere bei Veranstaltungen) noch Verbesserungspotenzial. ([vgl. Anhang A](#))

3.2 Social Media Kanäle

Die Analyse der offenen Frage zu den Social Media Kanälen liefert verschiedene Erkenntnisse zur künftigen Kommunikationsstrategie. Instagram und TikTok werden als Kanäle zwar häufig genannt, sind in den Rückmeldungen jedoch teilweise mit Vorbehalten verbunden. Ein wesentlicher Aspekt ist die Feststellung, dass die inhaltliche Qualität und die Geschwindigkeit der Informationsvermittlung gegenüber der Wahl des Kanals Vorrang haben. Eine aktuelle Webseite wird dabei als notwendige Grundlage für jede weitere Social Media Präsenz betrachtet. In finanzieller Hinsicht wird die Bedeutung einer professionellen Kanalführung sowie eines haushälterischen Umgangs mit Steuergeldern betont. Ein konkreter Vorschlag umfasst die Nutzung von WhatsApp als reinen Informationsdienst für nützliche Alltagsnachrichten wie Strassensperrungen oder Kanzleiöffnungszeiten ohne soziale Interaktionsfunktionen. Zudem wird auf die Übereinstimmung der digitalen Kanäle mit der Altersstruktur der Einwohnenden hingewiesen. Die Rückmeldungen deuten insgesamt darauf hin, die verfügbaren Ressourcen zuerst für die Aktualisierung der bestehenden Webseite einzusetzen, anstatt neue Kanäle zu eröffnen. ([vgl. Anhang B](#))

3.3 Vorschläge aus der Bevölkerung

Die eingegangenen Vorschläge verdeutlichen eine starke Verankerung der Wanze im Informationsverhalten der Bevölkerung. Das Medium wird als wertvoll erachtet, wobei eine Erweiterung um konkrete Sachstände und Hintergrundinformationen zu laufenden Projekten angeregt wird. Ein zentraler Punkt in den Rückmeldungen ist die Transparenz politischer Abläufe. Es besteht der Wunsch, über die Beweggründe des Gemeinderats informiert zu werden, bevor finale Entscheidungen getroffen sind.

Im Bereich der Mitwirkung zeigen die Teilnehmenden Interesse an neuen Formaten der Beteiligung. Genannt werden hierbei sowohl physische Zusammenkünfte wie Workshops oder Arbeitsgruppen als auch digitale Instrumente wie kurzfristige Onlineumfragen. Die Sichtbarkeit der Gemeinderatsmitglieder wird nicht nur auf digitaler Ebene, sondern auch im direkten sozialen Austausch bei Dorfveranstaltungen thematisiert.

Hinsichtlich der digitalen Kommunikation wird die Videoübertragung von öffentlichen Versammlungen als positiv bewertet, da sie den Zugang zu Informationen erleichtert. Ergänzend dazu gibt es

Vorschläge für funktionale digitale Dienste wie Newsletter oder WhatsApp Kanäle für reine Statusmeldungen. Die Gestaltung des Dorflebens durch neue Infrastrukturprojekte oder die Dokumentation lokaler Geschichten wird als zusätzlicher Faktor für die Attraktivität der Gemeinde genannt. Die Mehrheit der Rückmeldungen fokussiert sich somit auf eine Optimierung bestehender Strukturen und eine Intensivierung des Dialogs zwischen Behörden und Einwohnenden.

([vgl. Anhang C](#))

4 Einkaufen

Der SPAR-Laden ist eine Einkaufsmöglichkeit in Wald. Die längerfristige Entwicklung ist ungewiss. Aufgrund dessen wurde die Bevölkerung der Gemeinde Wald zum Thema Einkaufen in der Gemeinde befragt. Dabei geht es darum, ein allgemeines Stimmungsbild der Bevölkerung zum Thema abzuholen, um die längerfristige Entwicklung auf die Bedürfnisse der Bevölkerung abzustimmen.

4.1 Allgemeine Einschätzung

Die Beurteilung zur Bedeutung einer Einkaufsmöglichkeit in Wald verdeutlicht ein klares Bild der hohen Relevanz über die gesamten Befragungsgruppen hinweg. Eine deutliche Mehrheit der Teilnehmenden bewertet das Vorhandensein solcher Möglichkeiten als sehr wichtig oder wichtig. Besonders hervorzuheben ist dabei die Altersgruppe der Personen im Alter von 31 bis 65 Jahren, die mit 27,4 Prozent der Gesamtstimmen die stärkste Befürwortung in der Kategorie sehr wichtig zeigt. Auch bei den Befragten zwischen 66 und 80 Jahren wird die enorme Wichtigkeit durch 30 Nennungen bestätigt. Die Antwortmöglichkeit wichtig folgt als zweitstärkste Ausprägung und wird ebenfalls massgeblich von den mittleren Altersgruppen getragen. Demgegenüber steht ein geringer Anteil der Befragten, welche die Einkaufsmöglichkeit als wenig oder nicht wichtig einstuft (19,9 %). Diese ablehnenden Haltungen sind in allen Altersklassen nur marginal vertreten und beeinflussen das Gesamtergebnis kaum. Es lässt sich somit festhalten, dass die Nahversorgung für die breite Masse der Bevölkerung ein essentielles Bedürfnis darstellt.

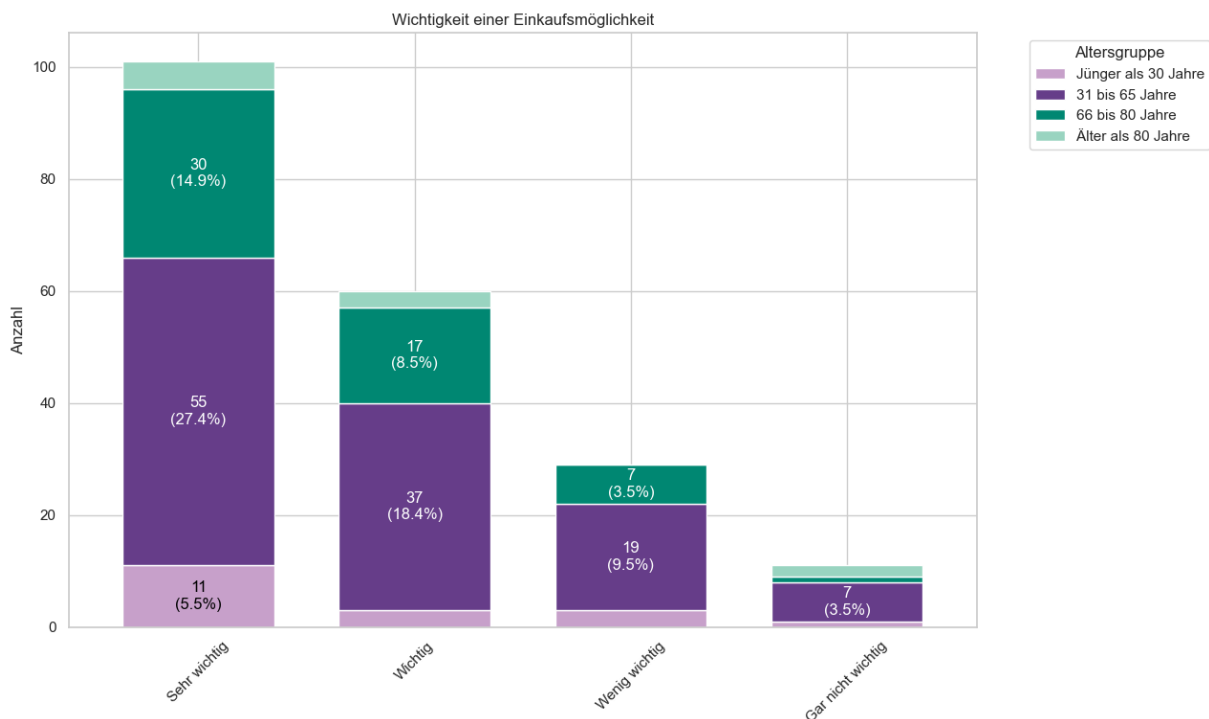


Abbildung 6 Wichtigkeit einer Einkaufsmöglichkeit

n = 201

(Beschriftungen mit ≤ 5 Antworten werden aus Darstellungsgründen nicht angezeigt)

Die altersgruppierete Darstellung in Fünf-Jahres-Schritten bestätigt dieses Bild: In nahezu allen Jahrgängen überwiegen die Bewertungen «sehr wichtig» und «wichtig» deutlich, mit Höchstwerten bei den Jahrgängen 1975–1979 («sehr wichtig») und 1960–1964 («wichtig»). Ablehnende Einschätzungen bleiben über alle Altersgruppen hinweg vereinzelt und ohne erkennbaren Generationenschwerpunkt.

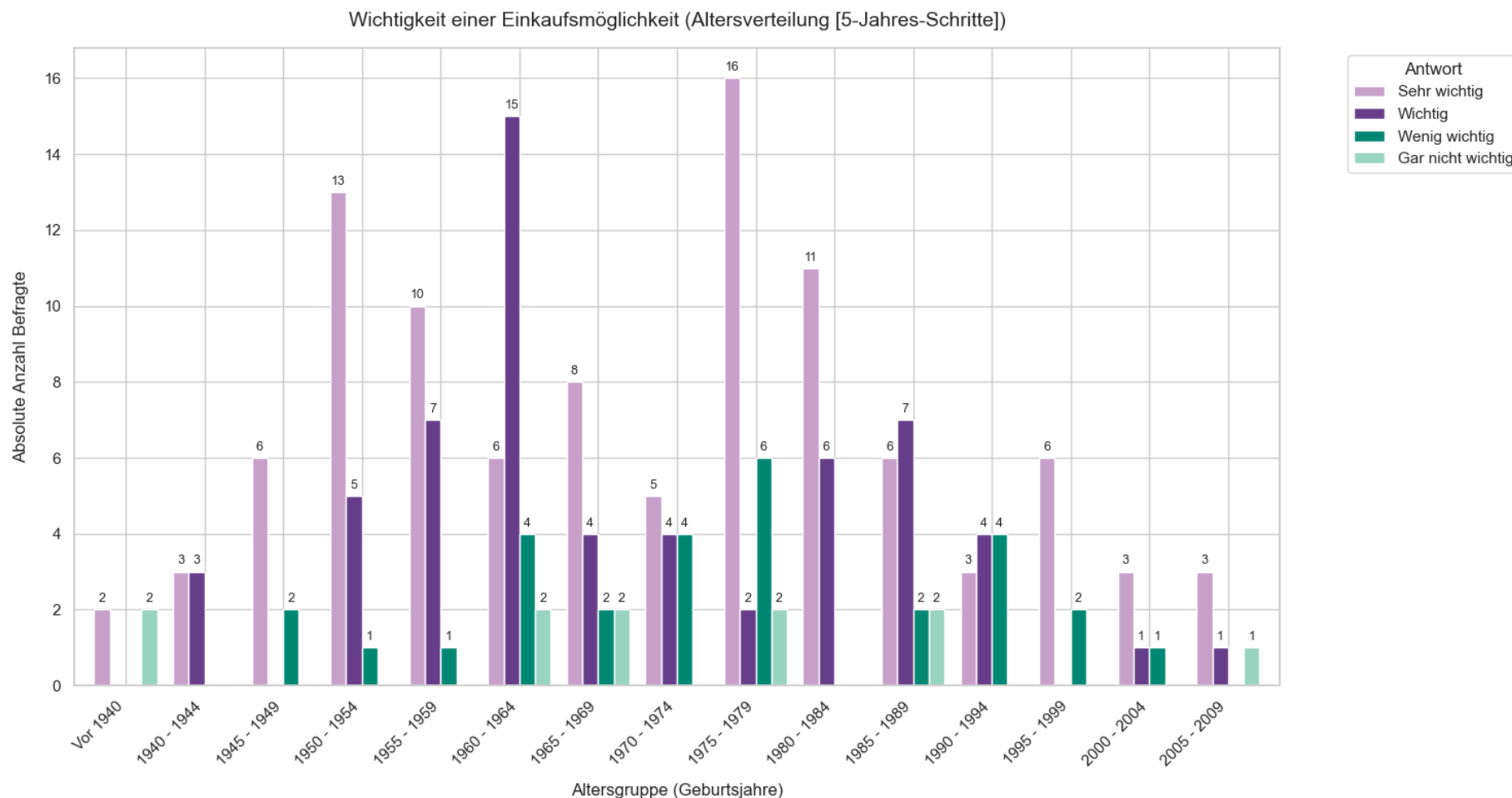


Abbildung 7 Wichtigkeit einer Einkaufsmöglichkeit (Altersverteilung [5-Jahres-Schritten])

n = 201

4.2 Einkaufangebot

Die Auswertung der Matrixfrage zum Einkaufsangebot verdeutlicht, dass die Teilnehmenden sehr spezifische Erwartungen an das Sortiment knüpfen. Der absolute Spitzenreiter in der Gunst der Befragten sind die Frischprodukte, die von knapp 53 Prozent als sehr wichtig eingestuft werden. Nimmt man die Kategorie wichtig hinzu, so ergibt sich eine beeindruckende Zustimmung von 88 Prozent, die zeigt, dass für eine Mehrheit Regionalität und Frische die Grundpfeiler eines attraktiven Angebots sind. Ein fast ebenso grosses Gewicht wird der regionalen Herkunft beigemessen. Hier liegen die Bewertungen für sehr wichtig und wichtig mit jeweils etwa 44 Prozent nahezu gleichauf, was die tiefe Verwurzelung des Wunsches nach lokaler Produktion unterstreicht.

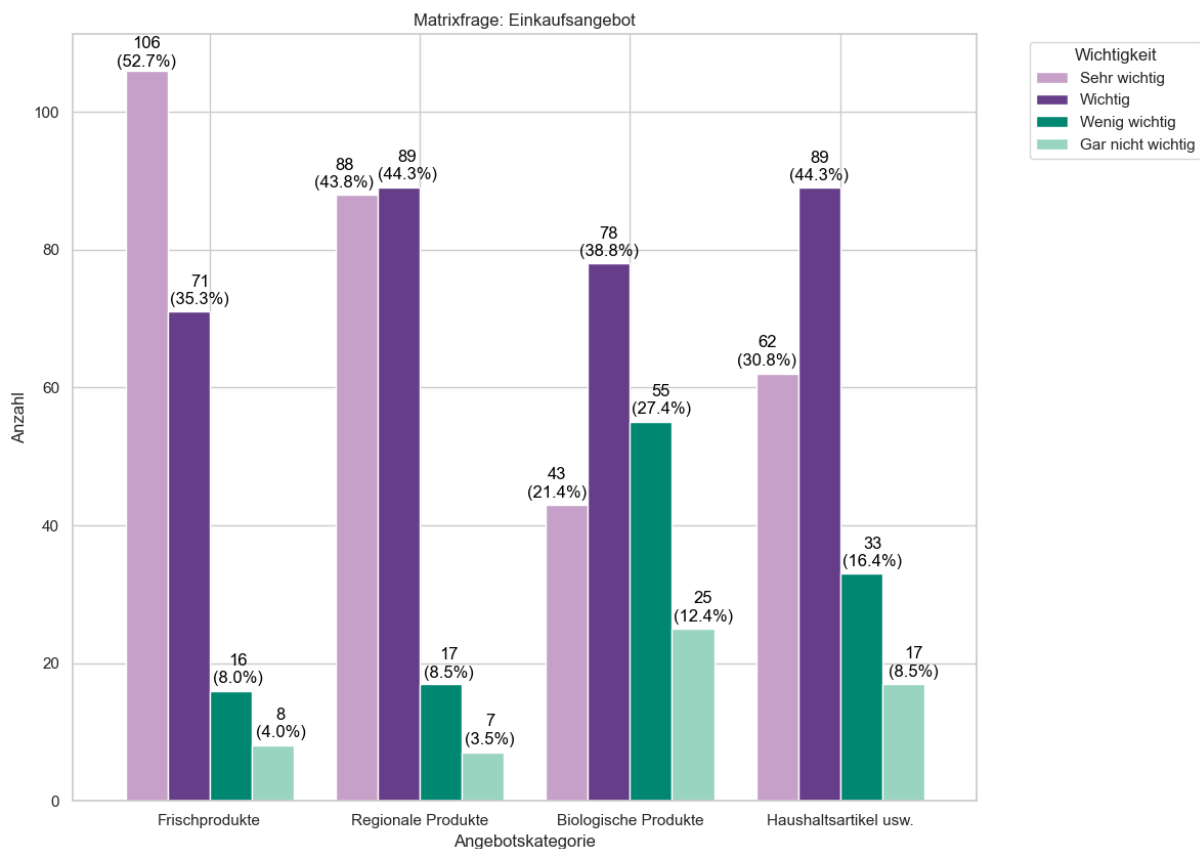


Abbildung 8 Einkaufsangebot
n = 201

Etwas kontroverser werden die biologischen Produkte wahrgenommen. Zwar bilden auch hier die positiven Nennungen die Mehrheit, doch ist der Anteil derer, die diesen Aspekt als wenig oder gar nicht wichtig erachten, mit fast 40 Prozent deutlich markanter als in allen anderen Bereichen. Dies lässt darauf schliessen, dass die biologische Erzeugung zwar geschätzt wird, aber im Zweifelsfall hinter der Frische und der Regionalität zurückstehen muss. Haushaltsartikel und weitere Produkte des täglichen Bedarfs werden ebenfalls als bedeutsam wahrgenommen, wobei hier die Einstufung wichtig mit über 44 Prozent dominiert. Insgesamt zeichnet sich das Bild einer Kundschaft ab, die eine klare

Präferenz für Transparenz und Qualität bei Lebensmitteln hat, während andere Warengruppen als notwendige Ergänzung des täglichen Lebens verstanden werden.

4.2.1 Weitere Wünsche des Einkaufangebotes

Die Bevölkerung wünscht sich insbesondere ein gut erreichbares Angebot für den täglichen Bedarf, ergänzt durch wichtige Dienstleistungen wie Post, Bargeldbezug und einen sozialen Treffpunkt. Viele Rückmeldungen zeigen zudem, dass das heutige Spar-Angebot grundsätzlich geschätzt wird und möglichst erhalten bleiben soll.

Die Freitextantworten zeigen, dass der Dorfladen nicht nur als Einkaufsort, sondern auch als wichtiger Bestandteil der Grundversorgung und des Dorflebens wahrgenommen wird. Besonders häufig genannt wurden Postdienstleistungen, ein verlässliches Sortiment für den täglichen Bedarf, frische Backwaren sowie die Beibehaltung des heutigen Angebots. Ergänzend wünschen sich einzelne Personen Dienstleistungen wie Bargeldbezug, Liefer- und Bestellmöglichkeiten, längere Öffnungszeiten oder einen Webshop. Auch ein Ausbau als Treffpunkt mit Kaffee- oder Sitzgelegenheit wurde mehrfach erwähnt. Vereinzelt wurden zusätzliche Sortimente wie Drogerie-/Apothekenartikel, Baby- und Hygieneprodukte, Kioskartikel, Tierfutter oder lokale Dorfprodukte genannt.

(vgl. [Anhang D](#))

4.3 Organisationsform des Einkaufsangebot

Die Auswertung der Umfrage zur Organisationsform des Einkaufsangebots zeigt eine sehr deutliche Tendenz innerhalb der Gemeinde auf. Die Supermarktkette geht als Favorit aus der Befragung hervor, da 59 Prozent der Teilnehmenden mit einem klaren Ja antworteten und weitere knapp 30 Prozent diese Option eher befürworten. Zusammengenommen ergibt dies eine grosse Zustimmung von fast 90 Prozent. Ein moderat positives Echo findet zudem das Modell eines Hofladens, welches von gut 53 Prozent der Befragten begrüsst wird. Im Gegensatz dazu stossen technisierte oder gemeinschaftliche Ansätze auf deutlich mehr Skepsis. Die Organisationsform einer Interessengemeinschaft oder Genossenschaft wird von einer Mehrheit abgelehnt, wobei über 60 Prozent der Stimmen in den negativen Bereich fallen. Noch deutlicher fällt das Urteil bei den Automaten aus, da hier drei Viertel der Teilnehmenden eine Ablehnung äussern und fast die Hälfte sogar ein dezidiertes Nein vergibt. Auch der 24/7 Laden kann die Gemeinde aktuell nicht überzeugen, da sich rund zwei Drittel gegen dieses Konzept aussprechen. Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass der Wunsch nach einer klassischen und bewährten Versorgungsstruktur durch eine Supermarktkette dominiert, während alternative oder digitale Lösungen zum jetzigen Zeitpunkt kaum Rückhalt in der Gemeinde finden.

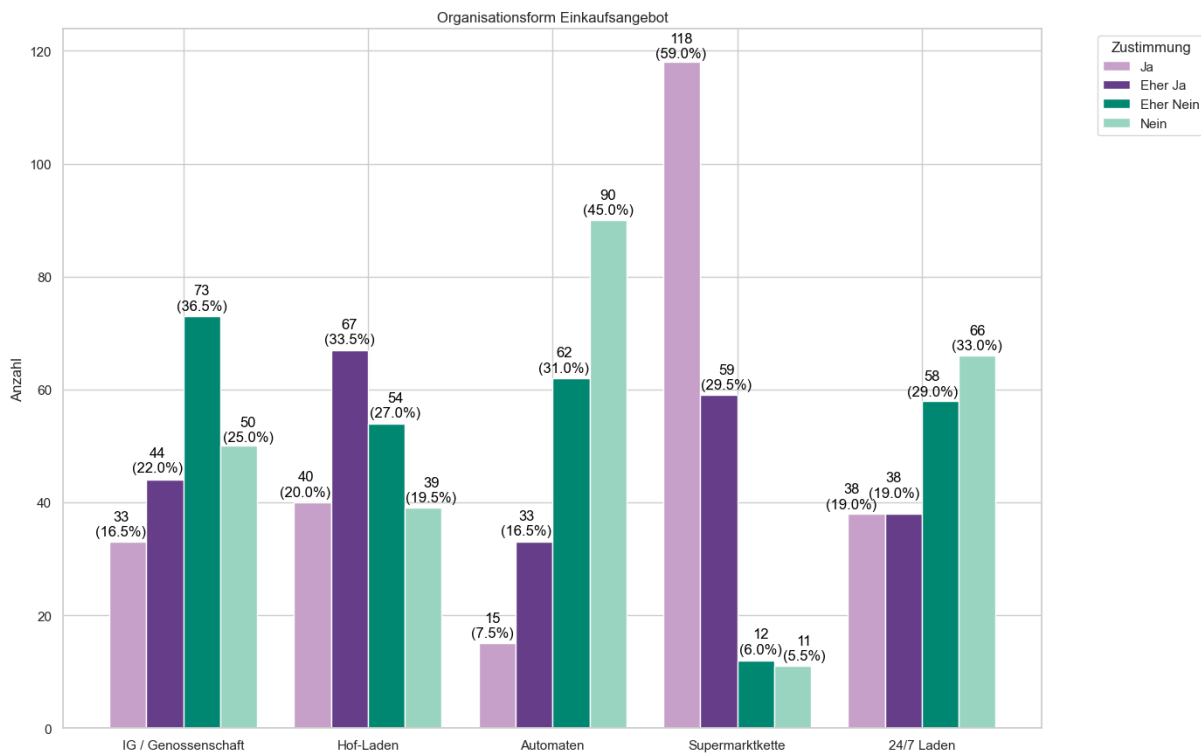


Abbildung 9 Organisationsform Einkaufsangebot
n = 200

4.4 Poststelle

Die Umfrageergebnisse zur Inanspruchnahme von Postdienstleistungen in der Nachbargemeinde zeichnen ein Bild von Unentschlossenheit gepaart mit einer grundsätzlichen Bereitschaft. Mit ca. 40 Prozent bildet die Gruppe derjenigen, die eine Nutzung als vielleicht denkbar bezeichnen, das Zentrum der Erhebung. Dies deutet darauf hin, dass viele Bürgerinnen und Bürger noch keine abschliessende Meinung gebildet haben. Gleichzeitig zeigen ca. 40 Prozent der Befragten eine positive Grundhaltung, indem sie das Vorhaben als sehr gut oder eher denkbar einstufen. Bemerkenswert ist die exakte Übereinstimmung zwischen den Befürwortern der Kategorie sehr gut denkbar und den entschiedenen Gegnern in der Kategorie gar nicht denkbar, da beide Gruppen jeweils 20,5 Prozent der Stimmen auf sich vereinen. Diese Verteilung lässt auf eine geteilte Meinung schliessen, bei der das Potenzial für eine Akzeptanz des Angebots zwar vorhanden ist, aber massgeblich von der weiteren Ausgestaltung und Kommunikation abhängen wird. Die Mehrheit der Teilnehmenden verschliesst sich dem Gedanken einer externen Postnutzung jedenfalls nicht grundsätzlich. Die Altersverteilungen der Erhebung ist im Anhang N zu finden.

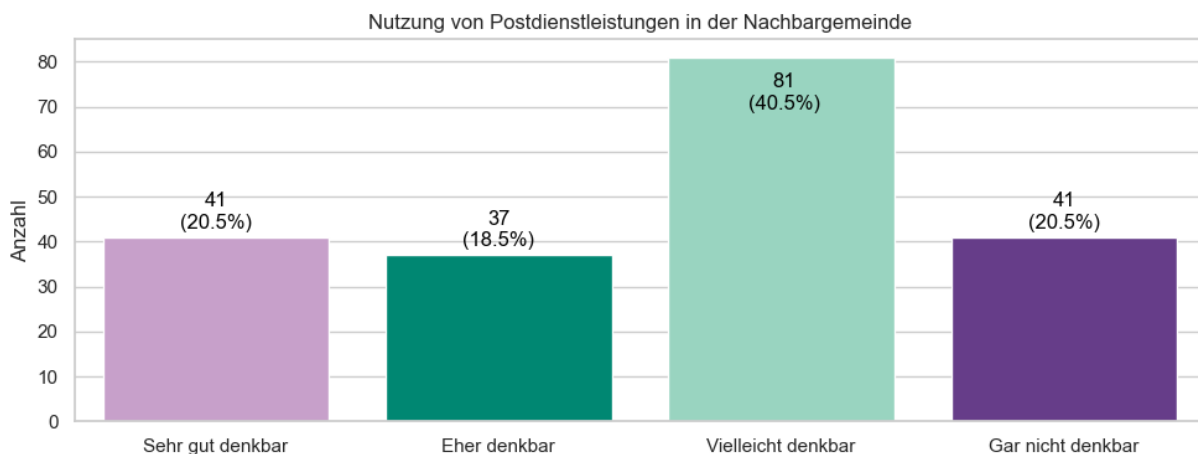


Abbildung 10 Postdienstleistungen in der Nachbargemeinde
n = 200

4.5 Vorschläge aus der Bevölkerung

Die weiteren Vorschläge aus der Bevölkerung zeigen, dass der Dorfladen als wichtiger Bestandteil des Dorflebens wahrgenommen wird. Besonders häufig wird der Wunsch nach dem Erhalt einer Einkaufsmöglichkeit im Dorf geäussert. Dabei steht nicht nur das Einkaufen selbst im Vordergrund, sondern auch die Funktion als Treffpunkt, Begegnungsort und niederschwellige Infrastruktur für ältere Menschen.

Mehrfach genannt werden ein zentraler, gut sichtbarer und attraktiver Standort, bessere Parkmöglichkeiten sowie eine stärkere Ausrichtung auf den Durchgangsverkehr. Verschiedene Personen sprechen sich für die Realisierung oder Weiterentwicklung bestehender Projekte aus, insbesondere im

Zusammenhang mit der Ebni, einem Tankstellenshop oder einem besser sichtbaren Laden an der Hauptstrasse.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Frage der Wirtschaftlichkeit. Während ein Teil der Rückmeldungen ein klares Engagement der Gemeinde und auch finanzielle Unterstützung oder Anreize befürwortet, betonen andere, dass ein Laden wirtschaftlich tragfähig sein und nicht dauerhaft zulasten der Steuerzahlenden betrieben werden sollte.

Als mögliche Alternativen oder Ergänzungen werden verschiedene Modelle genannt, darunter Volg, Migros Teo/Theo, Denner, ein Hofladen, ein Dorfautomat, ein Webshop oder ein Tankstellenshop. Ergänzend werden lokale Produzenten, Verkaufsflächen für Einwohnerinnen und Einwohner sowie Räume für Treffen, Kaffee oder gemeinschaftliche Nutzung vorgeschlagen.

(Vgl. Anhang E)

5 Gemeindefusion

Mit der Teilrevision der Kantonsverfassung (26.11.2023) wurden die rechtliche Grundlage geschaffen für Gemeindefusionen. Das Fusionsgesetz wurde erarbeitet und ist in der politischen Debatte. Auch finden in der Bevölkerung erste Debatten statt und die Gemeinderäte befassen sich mit der Herausforderung.

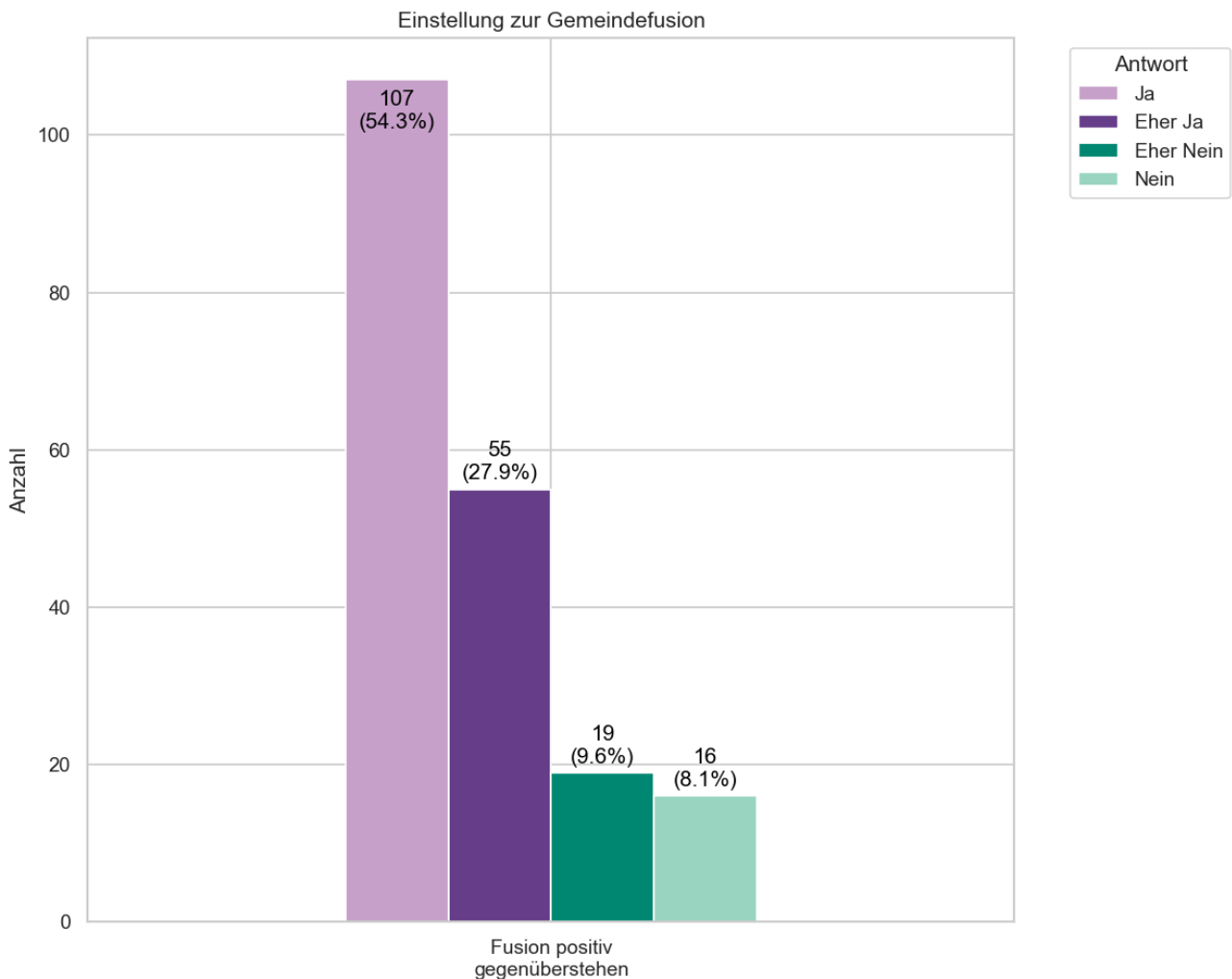


Abbildung 11 Einstellung zur Gemeindefusion
n = 197

Die Auswertung zur Einstellung gegenüber einer Gemeindefusion zeigt eine ausserordentlich hohe Zustimmung innerhalb der befragten Bevölkerung. Mit über 82 Prozent spricht sich eine überwältigende Mehrheit positiv für dieses Vorhaben aus, wobei allein die Kategorie Ja mit ca. 54 Prozent die absolute Mehrheit der Stimmen auf sich vereint. Weitere 27,9 Prozent stehen der Fusion eher positiv gegenüber. Im Gegensatz dazu fällt der Anteil der ablehnenden Stimmen (Nein, Eher Nein) mit insgesamt unter 18 Prozent sehr gering aus.

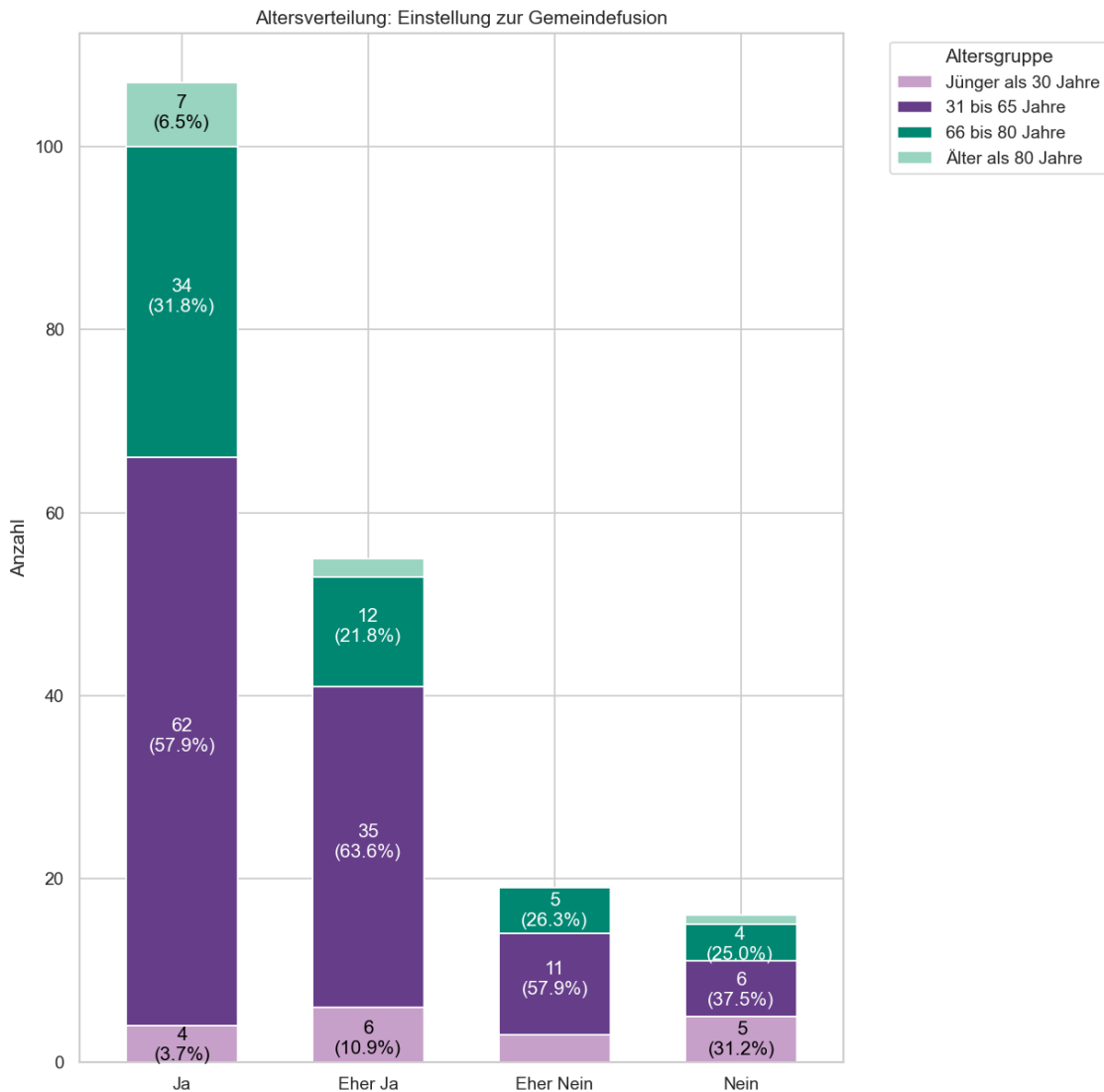


Abbildung 12 Altersverteilung: Einstellung zur Gemeindefusion

n = 197

(Beschriftungen mit ≤ 3 Antworten werden aus Darstellungsgründen nicht angezeigt)

Die Auswertung der Altersverteilung zur Gemeindefusion zeigt eine starke Befürwortung des Vorhabens über die verschiedenen Generationen hinweg. Ein wesentlicher Anteil dieser positiven Rückmeldungen stammt aus der Altersgruppe zwischen 31 und 80 Jahren, die mit 96 Nennungen vertreten sind. Die eher zustimmende Haltung wird von weiteren 55 Personen geteilt, wobei auch hier die mittlere Altersgruppe am stärksten ins Gewicht fällt. Bei der jüngsten betrachteten Gruppe der unter 30. ist das Meinungsbild weniger eindeutig, da sich ihre Stimmen fast gleichmässig auf die verschiedenen Antwortmöglichkeiten verteilen. Auffällig ist zudem, dass die über 80-jährigen fast ausschliesslich positiv gestimmt sind. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das Vorhaben in der Bevölkerung auf eine breite Akzeptanz trifft und der Widerstand in allen Altersklassen eine untergeordnete Rolle spielt.

5.1 Gründe für die Einstellung zur Gemeindefusion

Die Auswertung der offenen Frage zu den Gründen verdeutlicht, dass die personelle Situation der am häufigsten genannte Grund für eine Auseinandersetzung mit dem Thema Gemeindefusion ist. Es besteht ein breiter Konsens darüber, dass es zunehmend schwieriger wird, qualifizierte Personen für politische Ämter und die Gemeindeverwaltung zu gewinnen. Viele Teilnehmende sehen in einer Fusion die Chance, Dienstleistungen zu professionalisieren und die Qualität der Verwaltung durch spezialisiertes Personal zu sichern.

Wirtschaftliche Aspekte wie die Nutzung von Synergien und die Optimierung der Kostenstruktur bilden einen weiteren Schwerpunkt. Es wird angeführt, dass eine grössere Gemeinde Lasten besser verteilen und Investitionen effizienter tätigen kann. Ein signifikanter Teil der Befragten empfindet die Eigenständigkeit der Gemeinde angesichts steigender gesetzlicher Anforderungen und bürokratischer Hürden als gefährdet oder bereits jetzt kaum noch bewältigbar.

Auf der anderen Seite stehen Vorbehalte, die vor allem den Verlust der Mitbestimmung und der dörflichen Kultur betreffen. Kritische Stimmen befürchten, dass die Interessen der kleineren Fraktion in einem grösseren Gebilde untergehen könnten. Zudem wird die Befürchtung geäussert, dass längere Wege zur Verwaltung und eine anonymere Beziehung zwischen Behörden und Bevölkerung die Lebensqualität beeinträchtigen könnten. Einige Rückmeldungen fordern zudem mehr Transparenz im laufenden Prozess und weisen darauf hin, dass eine Fusion erst nach einer genauen Prüfung der wirtschaftlichen Vorteile und der vertraglichen Bedingungen abschliessend beurteilt werden kann.

(Vgl. [Anhang F](#))

5.2 Leitkriterien einer Gemeindefusion

Die Auswertung der Ergebnisse bezüglich der leitenden Kriterien bei der Gemeindefusion zeigt eine deutliche Befürwortung der definierten Schwerpunkte durch die Bevölkerung. Besonders die finanziellen Aspekte, bei denen ein Augenmerk darauf liegt, dass die Kosten nicht höher ausfallen sollen, stehen im Fokus der Befragten und erhalten von rund 87 Prozent eine positive Rückmeldung. Eine fast identisch hohe Zustimmung erfährt die Qualität der Dienstleistungen im Zentrum, die ebenfalls von einer grossen Mehrheit als wichtig eingestuft wird. Ein interessantes Detail zeigt sich bei der Berücksichtigung der Bedürfnisse der jungen Bevölkerung, da hier die Antwortmöglichkeit eher ja mit 107 Nennungen den höchsten Wert aller Einzelkategorien erreicht. Auch die geografische Ausgangslage sowie das Aufbauen auf bestehenden Kooperationen werden von der breiten Masse der Teilnehmenden gestützt, wobei die Zustimmungswerte jeweils deutlich über 80 Prozent liegen. Die Ablehnung bleibt in allen Bereichen sehr gering und überschreitet bei keinem Kriterium die Grenze

von 15 Prozent für die negativen Kategorien insgesamt. Besonders die strikte Ablehnung ist mit Werten zwischen zweieinhalb und gut 5 Prozent verschwindend klein. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Bevölkerung die vorgeschlagenen Kriterien massgeblich unterstützt und diesen eine hohe Relevanz für den weiteren Prozess einer Fusion beimisst.

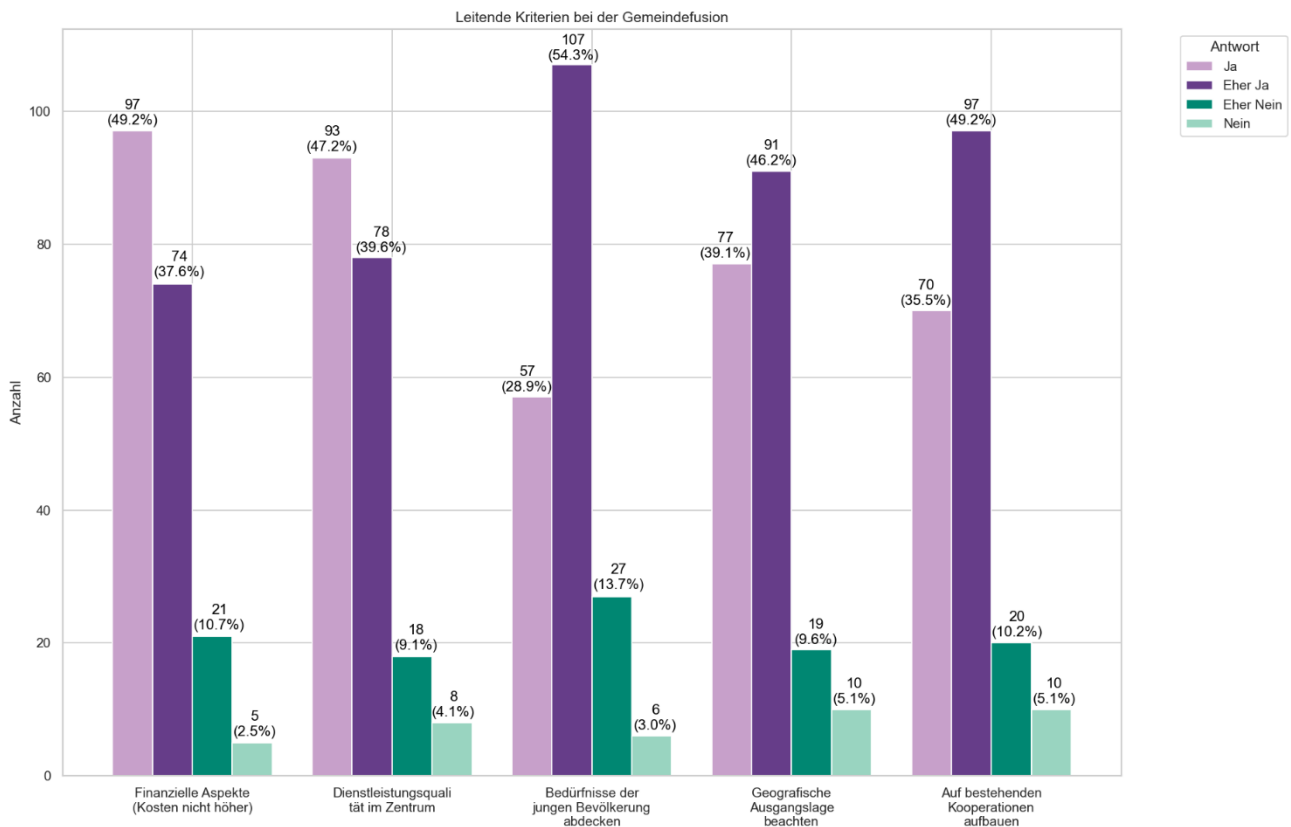


Abbildung 13 Leitende Kriterien bei der Gemeindefusion
n = 197

5.3 Service-Public

Die Umfrageergebnisse zur Umsetzung des Service-Public verdeutlichen differenzierte Erwartungen der Bevölkerung an die zukünftige Verwaltung. Eine deutliche Mehrheit befürwortet die Bereitstellung von Dienstleistungen über digitale Kanäle. Hierbei gaben insgesamt 125 Personen eine positive Rückmeldung, was einem Anteil von über 63 Prozent entspricht. Besonders auffällig ist die hohe Zahl der Befragten, die diese Option mit eher ja bewerteten. Parallel dazu bleibt der Wunsch nach einer physischen Präsenz vor Ort ausgeprägt. Die Forderung nach einer Anlaufstelle in jeder Ursprungsgemeinde findet bei ca. 60 Prozent der Teilnehmenden Anklang, wobei die Kategorie ja mit 73 Stimmen besonders kräftig besetzt ist. Dies deutet darauf hin, dass die Digitalisierung zwar begrüsst wird, ein lokaler Ansprechpartner jedoch weiterhin als essenziell gilt. Ein gänzlich anderes Bild zeigt sich bei der aufsuchenden Gemeindearbeit direkt bei den Bürgerinnen und Bürgern zu Hause. Dieses Konzept stösst auf breite Ablehnung, da fast 80 Prozent der Befragten sich dagegen aussprachen. Mit 155

negativen Rückmeldungen ist dies der am deutlichsten abgelehnte Punkt der Umfrage. Während die Bevölkerung also moderne digitale Wege und traditionelle lokale Stellen schätzt, wird ein direkter Besuch der Verwaltung im privaten Umfeld bei der befragten Bevölkerung mehrheitlich nicht gewünscht.

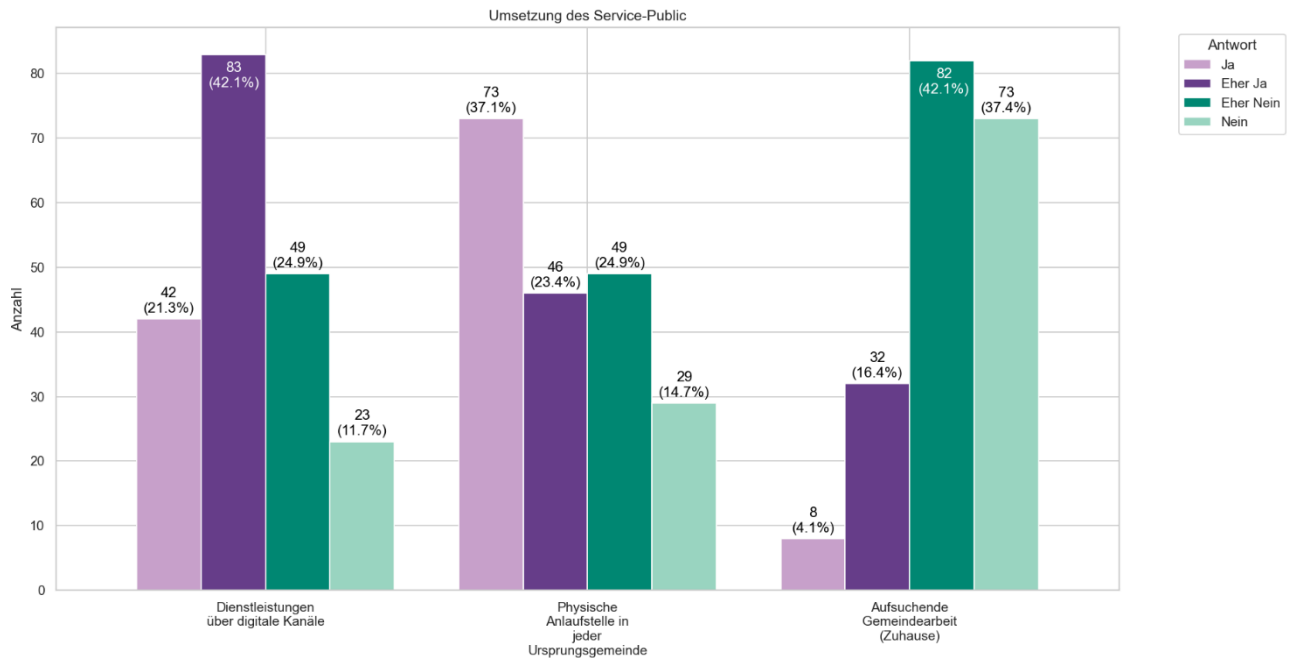


Abbildung 14 Umsetzung des Service-Public
n = 197

Um diese Rückmeldungen besser einordnen zu können, wird die Altersverteilung der Teilnehmenden ergänzend in Fünf-Jahres-Schritten dargestellt. Die granulare Aufschlüsselung macht sichtbar, wie sich die Befragten je Altersgruppe verteilen, und erlaubt es, Zustimmung und Ablehnung zu den digitalen Verwaltungskanälen differenziert nach Altersgruppen nachzuvollziehen. So lässt sich abschätzen, von welchen Jahrgängen die positiven beziehungsweise ablehnenden Antworten massgeblich getragen werden.

Die Abbildung 15 bestätigt, dass die Zustimmung in nahezu allen Altersgruppen überwiegt: In den meisten Jahrgängen bildet die Kategorie «Eher Ja» den höchsten Balken, am ausgeprägtesten bei den Jahrgängen 1960–1964 und 1985–1989 (je 11 Nennungen) sowie 1950–1954 und 1975–1979 (je 10 Nennungen). Ablehnende Antworten («Eher Nein» und «Nein») treten zwar in fast allen Gruppen auf, bleiben aber fast durchgehend in der Minderheit; lediglich bei den ältesten Jahrgängen vor 1940 überwiegen die ablehnenden Stimmen, allerdings bei sehr kleiner Fallzahl.

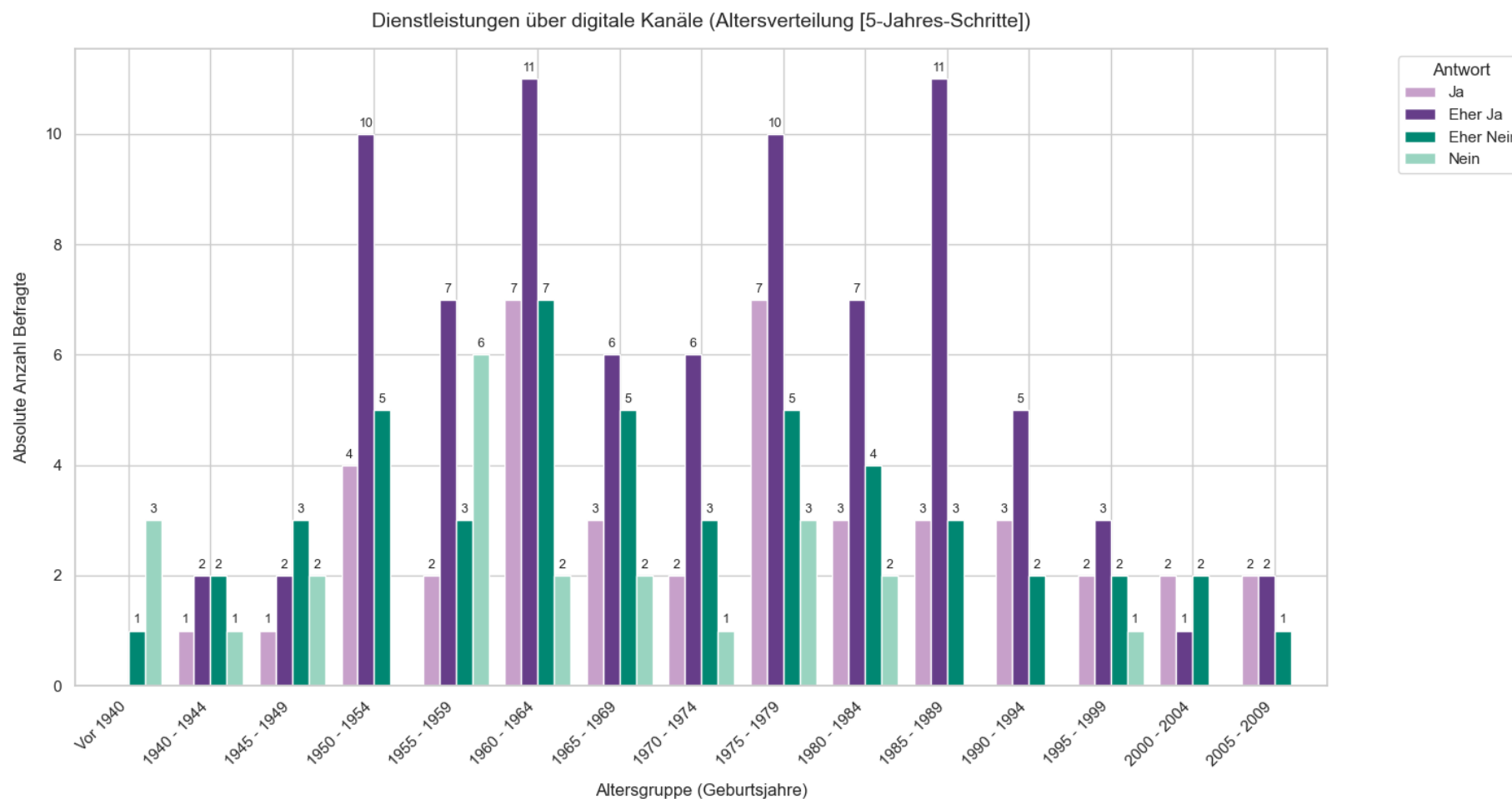


Abbildung 15 Dienstleistungen über digitale Kanäle (Altersverteilung [5-Jahres-Schritte])

n = 196

Bei der physischen Anlaufstelle in jeder Ursprungsgemeinde fällt die Zustimmung ausgeprägt aus: Hier dominiert in den meisten Jahrgängen die Kategorie «Ja», mit Höchstwerten bei den Jahrgängen 1975–1979 (11 Nennungen), 1960–1964 (10) und 1955–1959 (9). Ablehnende Stimmen konzentrieren sich auf einzelne Gruppen. Am deutlichsten bei den Jahrgängen 1985–1989, in denen «Eher Nein» und «Nein» mit je 7 Nennungen überwiegen. (vgl. Abbildung 16)

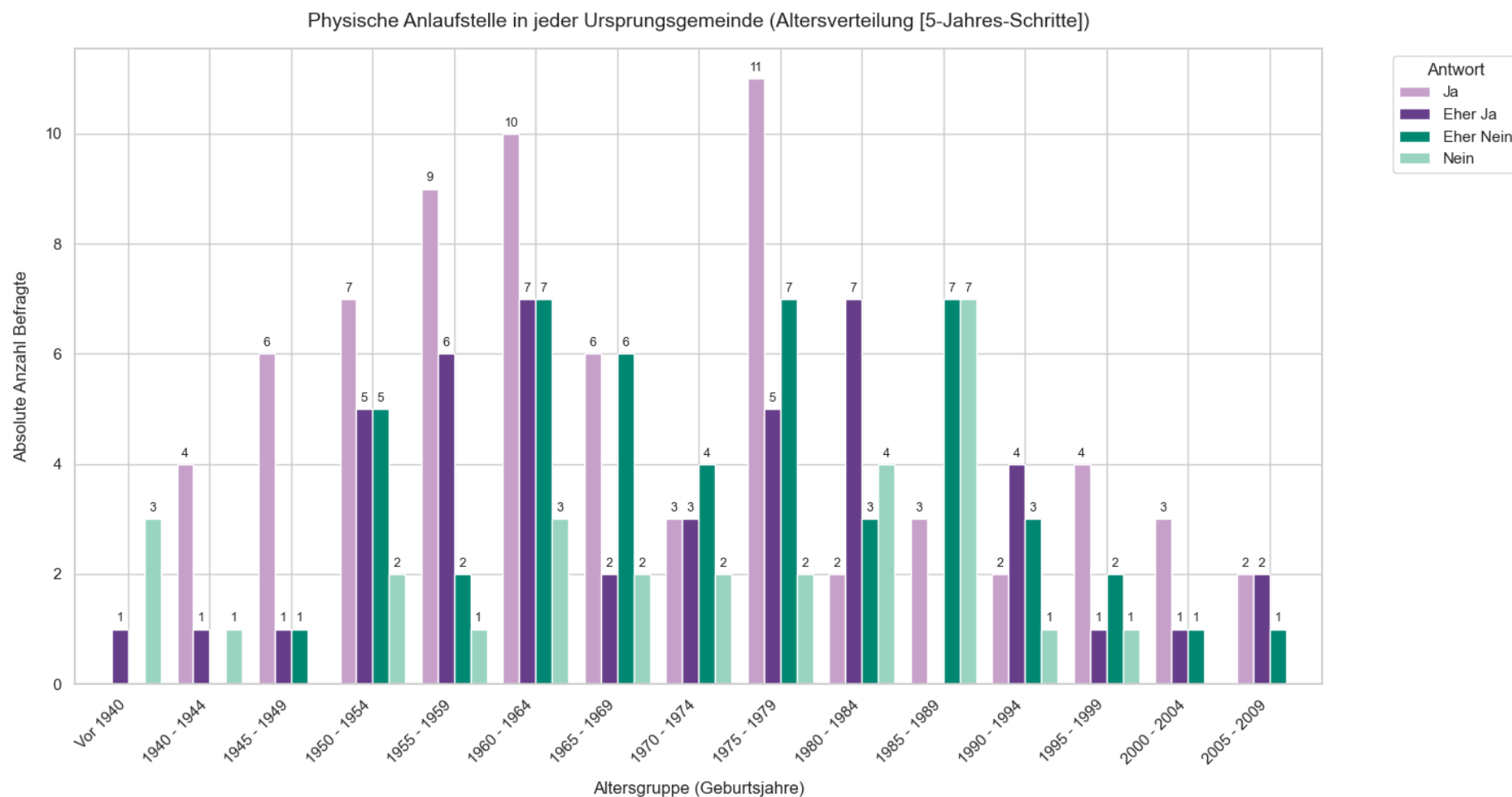


Abbildung 16 Physische Anlaufstelle in jeder Ursprungsgemeinde (Altersverteilung [5-Jahres-Schritte])

n = 196

5.4 Vorschläge aus der Bevölkerung

Die Rückmeldungen liefern Vorschläge zur räumlichen und strategischen Gestaltung einer möglichen Gemeindefusion. Ein Schwerpunkt liegt auf der Bildung einer neuen Gemeinde entlang der Goldach, welche die Orte Wald, Rehetobel, Trogen und Speicher vereinen würde. Alternativ wird die Integration in eine Region Vorderland genannt, wobei Heiden aufgrund seiner bestehenden Zentrumsfunktion als Anlaufpunkt dient. Einige Stimmen bringen zudem grossflächigere Modelle ins Spiel, welche die Anzahl der Gemeinden im Kanton auf vier Hauptregionen reduzieren würden.

Hinsichtlich der Prozessgestaltung wird ein starker Fokus auf den Dialog mit den Einwohnenden gelegt. Formate wie das World Café werden als Möglichkeit genannt, um gemeinsam mit der Bevölkerung Lösungen zu entwickeln und ein positives Echo für weitere Schritte sicherzustellen. Dabei wird betont, dass sowohl die Bedürfnisse der Senioren in Bezug auf die Erreichbarkeit der Behörden als auch die Interessen der jüngeren Generation aktiv erhoben werden müssen.

In der operativen Umsetzung wird die Digitalisierung als wichtiges Werkzeug betrachtet, wobei gleichzeitig auf die Notwendigkeit persönlicher Kontakte vor Ort hingewiesen wird. Ein reiner Fokus auf digitale Prozesse wird aufgrund potenzieller Kostenrisiken und der Gefahr einer sozialen Verarmung kritisch betrachtet. Die Rückmeldungen unterstreichen, dass die professionelle Erfüllung von Gemeindeaufgaben und die Nutzung vorhandener Ressourcen im Zentrum stehen sollten. Es wird angemerkt, dass bestehende Kooperationen eine gute Basis für künftige engere Verbindungen darstellen. Ein Teil der Rückmeldungen fordert Geduld und, dass der Wille für eine Veränderung hauptsächlich aus der Bevölkerung kommen muss.

([Vgl. Anhang G](#))

6 Gebäude

Etliche Gebäude der Gemeinde sind in die Jahre gekommen. Bisherige Projekte und Konzepte konnten nicht umgesetzt werden. Die Gebäude zu verkaufen, bringt kurzfristig Kapital in die Gemeindekasse, das erfahrungsgemäss schnell im laufenden Budget aufgebraucht ist. Finanziell ist die Gemeinde nicht in der Lage, grosse Projekte zu finanzieren.

6.1 Planung Parzellen 36 & 37

Die Umfrageergebnisse zur Planung der Parzellen 36 und 37 zeigen ein differenziertes Bild der öffentlichen Meinung. Hinsichtlich der Erarbeitung eines Konzepts mit einer Fachperson lässt sich eine mehrheitliche Befürwortung feststellen, da ca. 56 Prozent eine positive Rückmeldung gaben. Beim Verkauf der Spar-Parzelle unter Einhaltung von Auflagen zeigt sich ebenfalls eine Tendenz zur Zustimmung, wobei besonders die Kategorie eher ja mit ca. 37 Prozent der Stimmen heraussticht. Im Gegensatz dazu wird ein Verkauf ohne jegliche Auflagen von der grossen Mehrheit der Befragten abgelehnt. Insgesamt 75,1 Prozent der Personen sich gegen diese Option aussprechen, wobei 77 (41,6 Prozent) Teilnehmende ein klares Nein wählten. Beim Verkauf der Kanzlei mit Auflagen ist das Stimmungsbild ausgeglichener, neigt jedoch leicht zur Ablehnung, da insgesamt 51,3 Prozent eine negative Haltung vertreten. Es wird deutlich, dass die Bevölkerung Wert auf eine kontrollierte Entwicklung der Grundstücke legt und einen ungebundenen Verkauf kritisch betrachtet. Die Ergebnisse legen nahe, dass die Einbindung von Fachwissen und die Festlegung klarer Bedingungen für die Zukunft der Parzellen massgebliche Faktoren für die Akzeptanz in der Gemeinde sind.

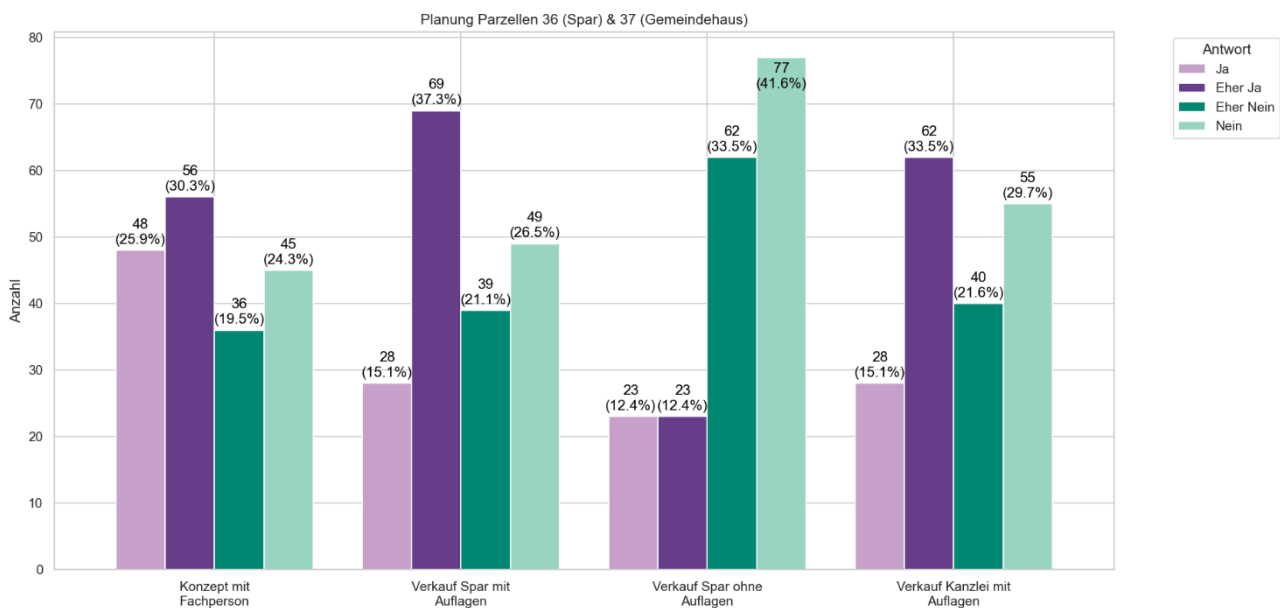


Abbildung 17 Planung Parzellen 36 & 37
n = 185

6.1.1 Vorschläge aus der Bevölkerung

Die eingegangenen Rückmeldungen zur Zukunft der Parzellen 36 und 37 verdeutlichen ein grosses Interesse an einer Aufwertung des Dorfkerns. Ein häufig genannter Ansatz ist die Integration von gewerblichen Flächen für den täglichen Bedarf in Kombination mit der Verwaltung und sozialen Begegnungsorten. Dabei wird die Barrierefreiheit der Gemeindekanzlei als dringliches Problem erwähnt.

Ein Teil der Befragten sieht im Verkauf der Liegenschaften die wirtschaftlichste Lösung, um finanzielle Risiken zu minimieren und Planungssicherheit zu gewinnen. Im Gegensatz dazu stehen Stimmen, die den Erhalt des Ortsbildes durch sanfte Renovierungen priorisieren. Im Falle eines Abrisses werden verschiedene Nutzungsszenarien diskutiert: von der Schaffung eines zentralen Dorfplatzes bis hin zu einer dichten Bebauung.

Ein wesentlicher Aspekt der Rückmeldungen ist die Verknüpfung mit anderen Grossprojekten. Viele Einwohner empfehlen, die Planung erst dann final voranzutreiben, wenn Klarheit über die Gemeindefusion und den künftigen Standort des Dorfladens besteht. Zudem wird betont, dass die Akzeptanz für bauliche Massnahmen durch transparente Prozesse und eine aktive Mitwirkung der Bevölkerung gesteigert werden kann. Die Meinungen zeigen somit eine deutliche Tendenz hin zu einer gesamtgesellschaftlichen Lösung, welche die sozialen und wirtschaftlichen Bedürfnisse der Gemeinde langfristig sichert.

([Vgl. Anhang H](#))

6.2 Standort der Gemeindeverwaltung

Die Ergebnisse der Umfrage zum künftigen Standort der Gemeindeverwaltung machen deutlich, dass zwei der drei Optionen bei der Bevölkerung auf Ablehnung stossen. Der Standort im umgebauten Pfarrhaus wird von insgesamt 119 Personen (64,7 Prozent) abgelehnt, wobei 49,5 Prozent mit einem klaren Nein stimmten. Demgegenüber stehen lediglich 65 positive Rückmeldungen (35,3 Prozent). Ein ähnliches Bild zeigt sich bei der geplanten Sanierung des aktuellen Gemeindehauses. Diese Variante wird von 113 Teilnehmenden (61,4 Prozent) negativ bewertet, während nur 38,6 Prozent ihre Zustimmung gaben. Die einzige Option mit einer mehrheitlichen Befürwortung ist die Unterbringung in einer Überbauung auf der Parzelle 36/37. Hier überwiegen die 51,1 Prozent positiven Stimmen knapp gegenüber den 48,9 Prozent der negativen Nennungen. In dieser Kategorie wurde mit 61 Stimmen auch der höchste Einzelwert für die Antwort eher ja verzeichnet. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Befragten eine Neulösung auf den zentralen Parzellen bevorzugen, während die Nutzung des Pfarrhauses oder die Sanierung des bestehenden Gebäudes aktuell keine Mehrheit

finden. Jedoch findet keine der vorgeschlagenen Lösungen eine deutliche Zustimmung in der Bevölkerung.

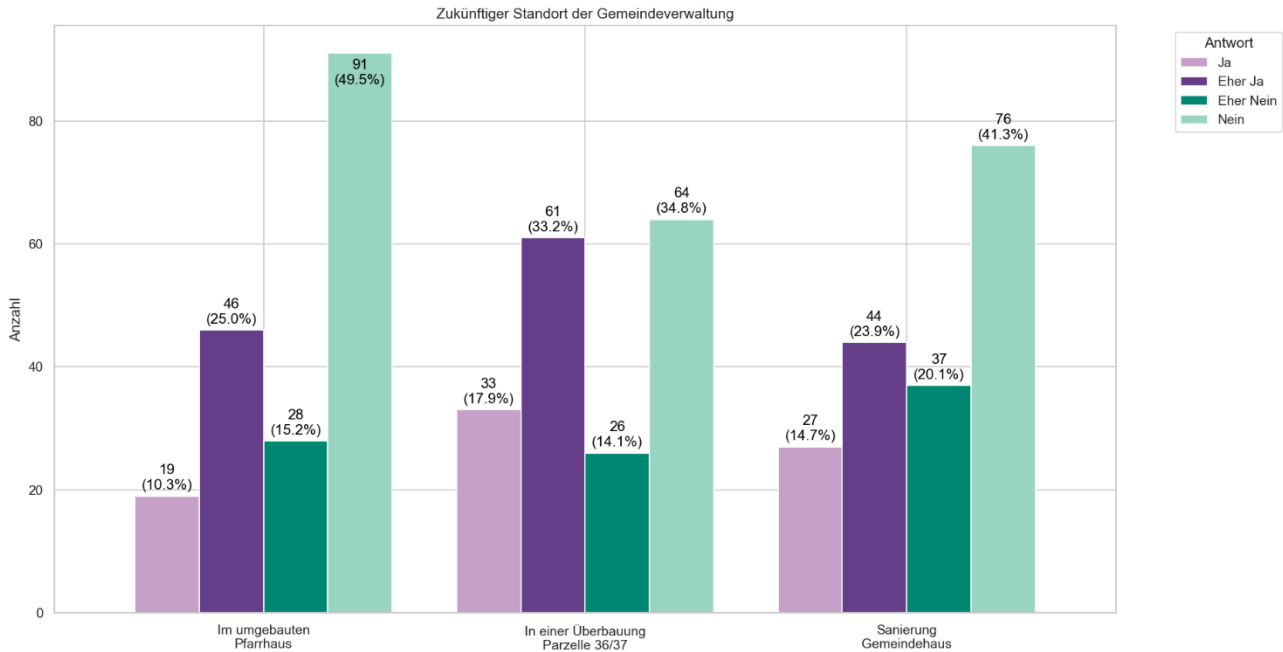


Abbildung 18 Zukünftiger Standort der Gemeindeverwaltung
n = 184

6.2.1 Vorschläge aus der Bevölkerung

Die eingegangenen Rückmeldungen liefern ein differenziertes Bild zur künftigen Unterbringung der Gemeindeverwaltung. Ein wesentlicher Teil der Bevölkerung verknüpft den Standort der Verwaltung direkt mit dem Thema einer Gemeindefusion. In diesem Zusammenhang wird angeführt, dass eine eigenständige Kanzlei vor Ort an Bedeutung verliere und Aufgaben in regionalen Zentren oder Nachbargemeinden gebündelt werden könnten.

Gleichzeitig wird die Einmietung in bestehende oder geplante Wohnbauten im Dorfzentrum als flexible Alternative vorgeschlagen. Hierbei werden spezifische Liegenschaften wie die Überbauung Allee oder das Haus Hecht genannt. Ein weiterer Fokus liegt auf der Verknüpfung der Verwaltung mit Einkaufsmöglichkeiten, wobei ein Neubau auf dem Areal des heutigen Spar Gebäudes oder im Gebiet Ebni als zentrale Lösung betrachtet wird.

Einige Stimmen befürworten den Verbleib am aktuellen Standort, wobei die Investitionen bis zu einer möglichen Fusion auf das Nötigste begrenzt werden sollten. Ergänzend dazu gibt es Vorschläge, den physischen Platzbedarf durch die Einführung von Homeoffice oder die Nutzung temporärer Containerlösungen zu reduzieren. Die Auswertung macht zudem deutlich, dass die Bevölkerung eine transparente Auslegeordnung aller Optionen sowie einen professionell begleiteten Planungsprozess unter Einbezug der Einwohnenden erwartet. Die Rückmeldungen zeigen insgesamt eine Tendenz hin zu

pragmatischen Lösungen, die künftige strukturelle Veränderungen bereits heute berücksichtigen.
(Vgl. Anhang I)

6.3 Weiteres Vorgehen Pfarrhaus - Planung Pfarrhaus

Die Ergebnisse zur Befragung über das weitere Vorgehen beim Pfarrhaus zeigen eine klare Tendenz in der Bevölkerung. Die Variante einer Renovierung für die Gemeindekanzlei erfährt die geringste Akzeptanz, da sich 138 Personen dagegen aussprachen, was einer Ablehnung von 75 Prozent entspricht. Besonders deutlich ist hierbei der Anteil derer, die mit Nein stimmten, welcher bei 102 Nennungen beziehungsweise 55,4 Prozent liegt. Auch die Renovierung für betreutes Wohnen stösst auf wenig Zustimmung und wird von 132 Teilnehmenden abgelehnt. Zwar ist die Zustimmung mit 52 positiven Stimmen etwas höher als bei der Kanzlei-Option, doch überwiegt das Nein mit 51,1 Prozent weiterhin stark. Im Gegensatz dazu findet der Verkauf im aktuellen Zustand eine Mehrheit. Insgesamt 58,7 Prozent der Befragten befürworten diesen Schritt. Davon wählten 64 Personen ein klares Ja und 44 ein eher Ja. Die Gesamtzahl der negativen Rückmeldungen liegt bei dieser Option mit 41,3 Prozent der Stimmen am niedrigsten. Aus den Daten lässt sich ableiten, dass die Befragten eine Veräusserung des Objekts gegenüber einer investitionsintensiven Sanierung durch die öffentliche Hand bevorzugen.

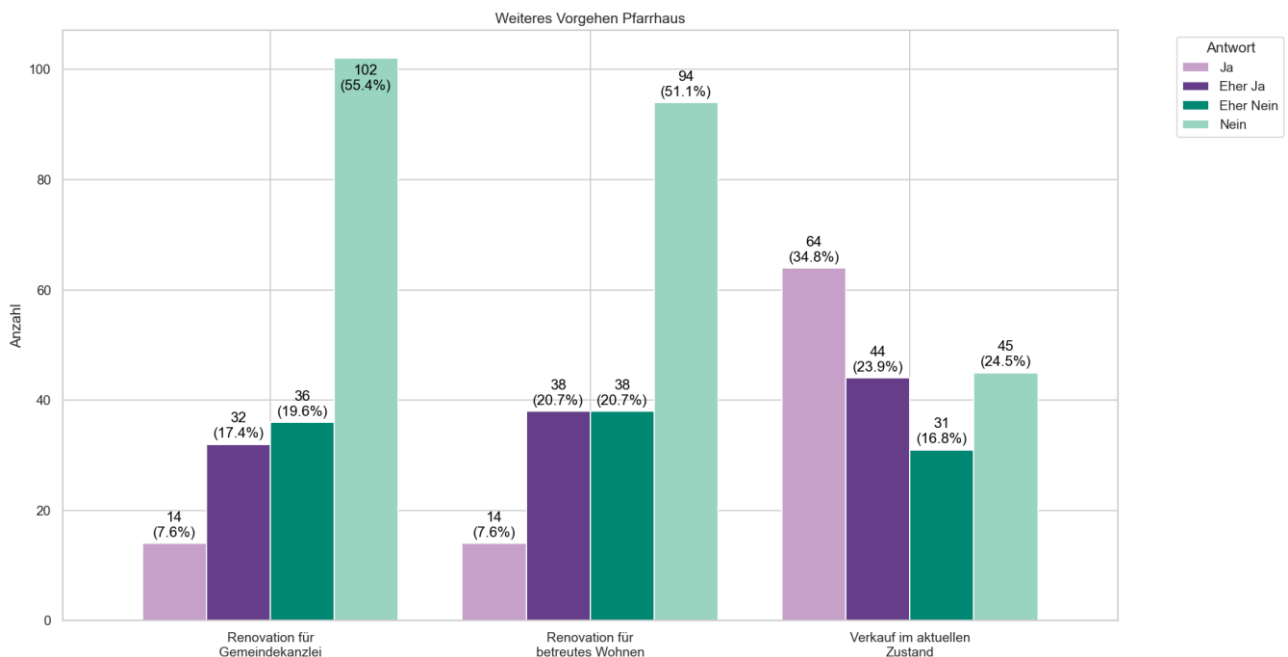


Abbildung 19 Weiteres Vorgehen Pfarrhaus
n = 184

6.4 Vorschläge aus der Bevölkerung

Das Pfarrhaus wird vielfach als finanzielle Belastung wahrgenommen, weshalb ein Verkauf favorisiert wird. Die daraus resultierenden Erlöse könnten gemäss den Vorschlägen zweckgebunden in die Entwicklung des Dorfzentrums fliessen. Gleichzeitig besteht Interesse an sozialen Nutzungen für dieses Gebäude, wobei hier ein Informationsdefizit bezüglich der Wirtschaftlichkeit und des konkreten Bedarfs an betreutem Wohnen geäussert wird.

Ein wesentlicher Faktor bei der Beurteilung künftiger Bauprojekte ist eine mögliche Gemeindefusion. Viele Teilnehmende sprechen sich dafür aus, dass keine grossen finanziellen Mittel mehr in Gebäude zu investieren sind, die nach einer Fusion möglicherweise nicht mehr in diesem Umfang benötigt werden. Stattdessen wird eine ganzheitliche Strategie gefordert, die alle gemeindeeigenen Parzellen und Liegenschaften sowie deren Synergien berücksichtigt. Dazu gehört auch Lösungen wie die Nutzung von Modulcontainern oder die Einmietung in private Überbauungen.

Für das Altersheim wird ein Modell angeregt, bei dem die Gemeinde die operative Leitung behält, aber das Gebäude an einen externen Investor veräussert, um Sanierungskosten auszulagern. Hinsichtlich der Dorfkerngestaltung werden Standorte wie Ebni oder Hecht als Alternativen genannt, die bereits heute Vorteile wie Barrierefreiheit bieten könnten. Die Rückmeldungen unterstreichen insgesamt die Erwartung an den Gemeinderat, eine transparente Bestandsaufnahme aller Liegenschaften vorzulegen und die Bevölkerung in den strategischen Entscheidungsprozess einzubinden.

([Vgl. Anhang J](#))

7 Ideen aus der Bevölkerung

Die eingegangenen Ideen zeigen ein starkes Bedürfnis nach einer Transformation vom reinen Durchfahrtsdorf hin zu einem belebten Aufenthaltsort. Ein zentraler Aspekt ist die Schaffung eines Dorfkerns, der Einkaufsmöglichkeiten, Verwaltung und soziale Treffpunkte wie Spielplätze oder Cafés miteinander verbindet. Die Bevölkerung sieht grosses Potenzial in der landschaftlichen Lage der Gemeinde und schlägt vor, dieses durch gezieltes Marketing und Angebote für den sanften Tourismus (Wandern, Radsport) besser zu nutzen.

In Bezug auf die politische Ebene wird eine Steigerung der Sichtbarkeit und Erreichbarkeit der Gemeinderatsmitglieder im Alltag angeregt. Ein wertschätzender Umgangston sowie die verstärkte Orientierung an den Bedürfnissen von Familien werden als massgeblich für die Attraktivität des Standorts betrachtet. Während strukturelle Veränderungen wie Gemeindefusionen als notwendige Schritte zur Professionalisierung genannt werden, wird gleichzeitig die Bewahrung der Naturnähe und der dörflichen Identität als wichtigstes Kapital von Wald betont.

Hinsichtlich der Finanzen und Energie besteht der Wunsch nach einer effizienten Verwaltung, die Spielräume für Steuersenkungen schafft. Zudem wird angeregt, die ökologische Vorreiterrolle durch Solaranlagen auf öffentlichen Gebäuden und die Fortführung von Biodiversitätsprojekten zu festigen. Die Rückmeldungen verdeutlichen insgesamt, dass die Einwohner bereit sind, sich aktiv einzubringen, sofern die Rahmenbedingungen für ein gesundes Miteinander und eine funktionierende Grundversorgung gegeben sind.

(Vgl. Anhang K)

8 Methodische Limitationen und konkrete Mitwirkungssignale

Die offenen Antworten enthalten neben den inhaltlichen Aussagen zwei für die weitere Verwendung der Resultate bedeutsame Aspekte: Hinweise auf methodische Einschränkungen des Fragebogens sowie konkrete Mitwirkungsangebote, die in der thematischen Verdichtung der Anhänge nicht eigenständig hervortreten.

8.1 Methodische Rückmeldungen aus der Bevölkerung

Mehrere Teilnehmende äusserten Vorbehalte zur Verständlichkeit einzelner Fragen. Im Bereich der Gebäudefragen wurde bemängelt, dass Antwortoptionen ohne weitere Erläuterungen nicht abschliessend beurteilbar gewesen seien. Zwei Personen baten ausdrücklich, ihre Antworten als nicht beantwortet zu betrachten; eine weitere wies auf den Zwangscharakter der Pflichtfragen hin und relativierte die abgegebenen Werte. Beim Thema Pfarrhaus wurde zudem ein Informationsdefizit hinsichtlich des Bedarfs an betreutem Wohnen geltend gemacht, was die Ablehnung dieser Option teilweise auf fehlende Information statt auf inhaltliche Vorbehalte zurückführen lässt. Eine Rückmeldung im Bereich der weiteren Ideen weist schliesslich auf einen konzeptionellen Konflikt zwischen der angekündigten Anonymität und der Abfrage von Kontaktdaten für Arbeitsgruppen hin.

8.2 Konkrete Mitwirkungsangebote

Im Bereich der Gemeindefusion erklärte sich eine Person bereit, gemeinsam mit der Bevölkerung ein World Café zu organisieren, daraus eine Arbeitsgruppe abzuleiten und den Austausch mit anderen Gemeinden anzustossen. Eine weitere Rückmeldung enthält ein namentliches Unterstützungsangebot an den Gemeinderat von ausserhalb. Daneben verweisen mehrere Antworten auf eine grundsätzliche Bereitschaft zur Mitwirkung über Workshops, Arbeitsgruppen oder regelmässige Onlineumfragen. Diese Signale unterscheiden sich qualitativ von allgemeinen Partizipationsforderungen, da sie einen konkreten Beitrag in Aussicht stellen.

Literaturverzeichnis

Ständige Wohnbevölkerung nach Alter, Kanton, Bezirk und Gemeinde, 2024 | Bundesamt für Statistik - BFS. (n.d.). <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kataloge-datenbanken.assetdetail.36073765.html>

Anhang A – Webseite

Thema	Inhalt	Häufigkeit
Aktualität und Geschwindigkeit	Zeitnahe Aufschaltung von Abstimmungsergebnissen, Wahlergebnissen und News.	ca. 10
Politische Transparenz und Gemeinderat	Einblick in aktuelle Debatten, Traktanden, Sitzungstermine und Protokolle.	ca. 10
Spezifische Funktionen und Features	Bedarf an einem Onlinemarktplatz, Optimierung oder Entfernung der Webcam, Online-Formulare für Anmeldungen, Archiv der "Wanze" sowie Informationen zur Wasserqualität oder Abfallentsorgung.	ca. 9
Struktur und Design	Verbesserung des Layouts, der Übersichtlichkeit und der Suchfunktion.	ca. 7
Positive Rückmeldungen	Zufriedenheit mit der bestehenden Struktur, Übersichtlichkeit und der Kompetenz der Ansprechpersonen.	ca. 6
Veranstaltungen und Kultur	Wunsch nach einem umfassenden Event-Kalender, Details zu Kulturanlässen, Vereinsvorstellungen und Online-Einblick in die Belegung von öffentlichen Räumen.	ca. 6
Allgemeiner Informationsgehalt	Wunsch nach mehr Detailinfos, mehr Fotos aus dem Dorfleben, Einbezug von positiven Nachrichten und sachlich fundierten Informationen über das reine Kerngeschäft hinaus.	ca. 6
Nutzungsverhalten und Desinteresse	Personen, die die Webseite selten oder nie nutzen, oft weil sie Informationen ausschliesslich aus der gedruckten "Wanze" beziehen oder keinen Bedarf sehen.	ca. 5

Tabelle 1 Fehlende Informationen auf der Webseite

Anhang B – Social Media

Thema	Inhalt	Häufigkeit
Explizite Ablehnung	Stimmen gegen Social Media Präsenz. Gründe sind die Kosten, mangelnde Relevanz für die Altersgruppe oder die Meinung, dass die Webseite völlig ausreicht.	ca. 24
Bildorientierte Plattformen	Instagram wird als am ehesten geeignet angesehen, gefolgt von TikTok. Diese Kanäle werden für ihre Reichweite und Modernität geschätzt, falls ein Auftritt zwingend wäre.	ca. 22
Klassische Netzwerke	Facebook wird oft als ergänzendes Medium zu Instagram genannt.	ca. 9
Fokus auf Bestehendes	Die Befragten betonen, dass die eigene Homepage und das Mitteilungsblatt "Wanze" Priorität haben sollten. Diese Medien werden als sachlicher und verlässlicher wahrgenommen.	ca. 6
Pragmatische Dienstleistung	Vorschläge für LinkedIn zur professionellen Vernetzung oder WhatsApp als Kanal für schnelle Statusmeldungen (Notfälle, Sperrungen, Waldbrandgefahr).	ca. 4
Unentschlossenheit	Personen, die sich mit der Thematik nicht auskennen, keine sozialen Medien nutzen oder keine Angabe machen konnten.	ca. 5

Tabelle 2 Vorschläge aus der Bevölkerung Social Media Kanäle

Anhang C – Kommunikation

Thema	Inhalt	Häufigkeit
Kommunikationsmedium "Wanze"	Hohe Wertschätzung des Gemeindeblatts als Hauptinformationsquelle. Wünsche nach detaillierteren Berichten, kompakten Bullet Points zu Projekten oder Terminen sowie einer digitalen Archivierung.	ca. 11
Digitale Formate und Versammlungen	Zuspruch für die Videoübertragung von Gemeindeversammlungen sowie Forderungen nach wöchentlichen Webseiten-Updates und Online-Teilnahme an Sitzungen.	ca. 7
Partizipation und Mitwirkung	Interesse an einer aktiven Beteiligung durch Arbeitsgruppen, regelmässige Umfragen, Workshops oder digitale Feedbackmöglichkeiten.	ca. 6
Transparenz und Entscheidungsprozesse	Forderung nach ehrlicher und frühzeitiger Kommunikation vor Projektentscheidungen. Wunsch nach Einblicken in Hintergründe und die Arbeit aller Gemeinderatsmitglieder.	ca. 5
Dorfentwicklung und Infrastruktur	Anregungen zur Schaffung neuer Treffpunkte wie Parks oder Dorfläden. Wunsch nach der Einbindung von Dorfgeschichten und der Bewerbung lokaler Angebote.	ca. 4
Status Quo und Zufriedenheit	Rückmeldungen, dass die aktuelle Kommunikation via Zeitung, Aushang und Webseite als ausreichend empfunden wird.	ca. 4
Persönliche Präsenz und Sichtbarkeit	Wunsch nach mehr Sichtbarkeit der Behördenmitglieder im Dorfleben, beispielsweise an Stammtischen, Vereinsanlässen oder dörflichen Treffpunkten.	ca. 3

Tabelle 3 Vorschläge aus der Bevölkerung Kommunikation

Anhang D – Einkaufsangebot

Thema	Inhalt	Häufigkeit
Postdienstleistungen	Poststelle, Postannahme, Postservice beibehalten	ca. 17
Heutiges Angebot erhalten	Angebot sei ausreichend, gut sortiert, wie bisher weiterführen	ca. 10
Brot, Backwaren, Bäckerei	frisches Brot, Gipfeli, Gebäck, Vollkornbackwaren	ca. 11
Täglicher Bedarf / Grundversorgung	Lebensmittel und Artikel für den Alltag, auch für Seniorinnen und Senioren	ca. 7
Treffpunkt / Kaffee / Sitzgelegenheit	Kaffeecke, Sitzmöglichkeit, Take-away, kleiner sozialer Treffpunkt	ca. 6
Apotheke / Drogerie / Notfallprodukte	Medikamente, Wundcreme, Pflaster, Drogerieartikel	ca. 6
Lokale Produkte / Dorfangebote	Produkte aus dem Dorf, Schweizer Produkte, Verkaufsmöglichkeiten für kreative lokale Anbieter	ca. 6
Getränke	allgemeine Getränke, Harasse, Schrumpfpacks	ca. 5
Bargeldbezug	Geld beziehen wie bisher	ca. 5
Milchprodukte, Käse, Fleisch	Käseauswahl, Milchprodukte, frisches Fleisch	ca. 5
Hygiene, Körperpflege, Babyartikel	Hygieneprodukte, Körperpflege, Babyartikel	ca. 4
Lieferdienst / Webshop / Heimplieferung	lokaler Lieferdienst, Hauslieferung, komfortabler Webshop	ca. 3
Bestellmöglichkeiten	Fehlendes bestellen, Sonderbestellungen	ca. 3
Längere Öffnungszeiten / 24/7-Zugang	durchgehend offen, Zugang mit Karte, Lösung für Schichtarbeitende	ca. 3
Tankstelle / Benzin	Kraftstoff, Tankstelle als ergänzendes Angebot	ca. 3
Kiosk / Zeitschriften / Tabak	Kioskartikel, Zeitschriften, Tabak	ca. 3
Einzelennungen	Tierfutter, Tiefkühlprodukte, vegane Produkte, Gartenerde, Holzkohle	vereinzelt

Tabelle 4 Weitere Wünsche des Einkaufangebotes in Wald

Anhang E – Einkaufen

Thema	Inhalt	Häufigkeit
Erhalt einer Einkaufsmöglichkeit im Dorf	Dorfladen erhalten, Spar weiterführen, mindestens eine Einkaufsmöglichkeit sicherstellen	ca. 11
Wirtschaftlichkeit / Finanzierung	Laden muss tragbar sein, keine oder nur begrenzte Subventionen, Mietzinsreduktion, finanzielle Anreize, Querfinanzierung	ca. 10
Alternative Ladenkonzepte	Volg, Migros, Migros Teo/Theo, Denner, Hofladen, Tankstellenshop, Dorfautomat, Webshop	ca. 10
Sortiment, Preise und Angebotsgestaltung	grössere Vielfalt, mehr Marken, vernünftige Preise, gutes Grundangebot, evtl. kleinere Auswahl bei Käse/Fleisch	ca. 9
Standort, Sichtbarkeit und Erreichbarkeit	zentrale Lage, besserer Anschluss an Hauptstrasse, Parkplätze, Ebni-Projekt, attraktiveres Gebäude, Renovation	ca. 9
Treffpunkt / Begegnungsort	Sitzgelegenheiten, Kaffeecke, Restaurant, Bibliothek, Räume für Treffen, sozialer Austausch im Dorf	ca. 6
Tankstelle / Tankstellenshop / Autowäsche	Kombination von Laden mit Tankstelle, Tankstellenshop oder Autowaschstrasse	ca. 6
Gemeindeengagement und Projektumsetzung	klares Bekenntnis der Gemeinde, geplante Projekte realisieren, konstruktive Gespräche führen	ca. 6
Lokale Produzenten / Beteiligung der Bevölkerung	lokale Produzenten einbinden, Mietflächen für eigene Produkte oder Werbung, Hofladen-Ideen	ca. 5
Seniorinnen und Senioren / Barrierefreiheit / Lieferdienst	zentrale und einfache Einkaufsmöglichkeit, soziale Kontakte, barrierefreier Zugang, Heimlieferdienst	ca. 4
Poststelle	Einkaufsmöglichkeit mit Poststelle	ca. 1
Weitere Einzelnennungen	Entsorgungsstelle, Apotheke, Kundenservice/Kritik an Führung, Umfrage zu gewünschten Artikeln	vereinzelt

Tabelle 5 Weitere Vorschläge zum Thema Einkaufen in Wald

Anhang F – Gemeindefusion

Thema	Inhalt	Häufigkeit
Behörden- und Personalrekrutierung	Grosse Schwierigkeiten bei der Suche nach geeigneten Mitgliedern für Gemeinderat und Kommissionen; Fachkräftemangel in der Verwaltung.	ca. 24
Synergien und Ressourcenbündelung	Effektivere Nutzung von Infrastruktur und Personal; Vermeidung von Doppelspurigkeiten.	ca. 13
Zukunftsfähigkeit und Handlungsdruck	Wahrnehmung der Eigenständigkeit als langfristig nicht haltbar; Notwendigkeit, aktiv zu agieren, statt zu einer Fusion gezwungen zu werden.	ca. 13
Finanzen und Kostenoptimierung	Einsparungspotenzial bei Verwaltungskosten; Senkung des Steuerfusses und bessere Tragfähigkeit grösserer Investitionsprojekte.	ca. 10
Professionalisierung und Fachwissen	Steigende Anforderungen und Komplexität der Aufgaben erfordern spezialisiertes Expertenwissen, das in grösseren Strukturen eher vorhanden ist.	ca. 8
Identität, Bürger-nähe und Mitsprache	Bedenken über den Verlust der dörflichen Identität; Sorge vor Fremdbestimmung durch grössere Partner und Verlust der Nähe zur Verwaltung.	ca. 8
Administrative Entlastung	Vereinfachung durch Digitalisierung und zentrale Ämterführung; effizientere Abwicklung von Tagesgeschäften.	ca. 7

Tabelle 6 Gründe für die Einstellung zur Gemeindefusion

Anhang G – Service-Public

Thema	Inhalt	Häufigkeit
Geografische Modelle	Bevorzugung einer Fusion im Goldachtal (Wald, Rehetobel, Trogen, Speicher) oder eine Ausrichtung auf das Vorderland mit Heiden als Zentrum.	ca. 11
Partizipation und Methode	Forderung nach aktivem Einbezug der Bevölkerung durch neue Formate wie World Cafés oder Arbeitsgruppen sowie Berücksichtigung der Forschung.	ca. 7
Service und Erreichbarkeit	Fokus auf die Kombination aus digitalen Diensten und persönlichem Kontakt vor Ort, insbesondere mit Rücksicht auf die ältere Bevölkerung.	ca. 6
Strukturelle Ansätze	Diskussion über kantonale Grossgemeinden (Top Down) im Vergleich zu freiwilligen Zusammenschlüssen (Bottom Up) sowie Mindestgrössen.	ca. 5
Soziale Aspekte und Kultur	Erhalt von Sozialkontakten und Berücksichtigung bestehender kirchlicher oder kultureller Verbindungen sowie der Bedürfnisse der Jugend.	ca. 5
Kritik und Vorbehalte	Bedenken hinsichtlich der Kosten von Digitalisierung, Skepsis gegenüber dem Zeitpunkt oder aufgrund früherer politischer Erfahrungen.	ca. 5

Tabelle 7 Vorschläge aus der Bevölkerung Umsetzung des Service-Public

Anhang H – Parzellen 36 & 37

Thema	Inhalt	Häufigkeit
Dorfzentrum und kombinierte Nutzung	Wunsch nach einem belebten Kern durch die Kombination von Einkaufsmöglichkeiten wie Spar oder Volg mit der Gemeindeganzlei sowie Wohnraum, Cafés oder altersgerechtem Wohnen.	ca. 11
Abwarten und strategische Abhängigkeiten	Empfehlung, Entscheidungen aufzuschieben, bis die Situation um die Gemeindefusion, das Projekt Ebni oder der Werkhof Neubau geklärt ist.	ca. 8
Verkauf und finanzielle Entlastung	Vorschläge zum Verkauf der Liegenschaften, teils mit oder ohne Auflagen, um finanzielle Mittel freizusetzen oder Investitionen durch Private zu ermöglichen.	ca. 5
Sanierung und Werterhalt	Fokus auf den Erhalt der bestehenden Bausubstanz durch schrittweise Renovierung der Hüllen sowie die Wahrung des ursprünglichen Dorfcharakters.	ca. 5
Partizipation und Planungsprozess	Forderung nach einer Auslegeordnung für die Bevölkerung sowie nach Workshops und Einbezug der Einwohner statt einer reinen Vergabe an Planungsbüros.	ca. 4
Abriss und bauliche Neugestaltung	Befürwortung eines kompletten Rückbaus für moderne Neubauten, funktionale Elementbauten oder die Schaffung eines freien Dorfplatzes als Treffpunkt.	ca. 3

Tabelle 8 Vorschläge aus der Bevölkerung Planung Parzellen 36 & 37

Anhang I – Standort der Gemeindeverwaltung

Thema	Inhalt	Häufigkeit
Fusion und Regionalisierung	Verlagerung der Verwaltung in regionale Zentren wie Heiden, Trogen oder Rehetobel im Falle einer Gemeindefusion; Wegfall der Notwendigkeit einer Kanzlei vor Ort.	ca. 11
Einmietung in Wohn- oder Gewerbebauten	Nutzung von Wohnungen in der neuen Überbauung (Allee), im Haus Hecht, im Pfarrhaus oder im gelben Block; Fokus auf Mietlösungen statt auf Wohneigentum.	ca. 9
Zentraler Neubau (Spar / Dorfzentrum)	Kombination von Verwaltung und Dorfladen in einem Neubau am alten Standort (Parzelle 36/37) oder im Gebiet Ebni.	ca. 8
Fortführung am aktuellen Standort	Beibehalt des bestehenden Gemeindehauses mit Fokus auf sanfter Sanierung oder minimalen Investitionen als Übergangslösung bis zu einer Fusion.	ca. 7
Digitalisierung und flexible Konzepte	Reduzierter Raumbedarf durch Homeoffice; Einsatz von flexiblen Modulcontainern; rein digitale Abwicklung von Dienstleistungen ohne feste Büros.	ca. 4
Planungsprozess und Mitwirkung	Forderung nach einer umfassenden Bestandsaufnahme aller Liegenschaften; Einbezug von Stadtplanern sowie Durchführung partizipativer Workshops mit der Bevölkerung.	ca. 4

Tabelle 9 Vorschläge aus der Bevölkerung Standort der Gemeindeverwaltung

Anhang J – Pfarrhaus

Thema	Inhalt	Häufigkeit
Umgang mit dem Pfarrhaus	Mehrheitliche Empfehlung zum Verkauf der Immobilie zur Kostensenkung und Mittelbeschaffung. Vorschläge für alternative Nutzungen umfassen eine Kita, betreutes Wohnen oder reguläre Mietwohnungen.	ca. 12
Ganzheitliche Immobilienstrategie	Forderung nach einer vollständigen Auslegeordnung aller Gebäude. Investitionen in Verwaltungsbauten werden aufgrund einer möglichen Gemeindefusion kritisch hinterfragt.	ca. 6
Alternative Standorte und Dorfzentrum	Diskussion über die Nutzung der Liegenschaft Hecht, das Projekt Ebni oder die Zusammenführung von Schule und Verwaltung unter einem Dach.	ca. 6
Altersheim und Investorenmodelle	Vorschlag, das Altersheim an einen Investor zu verkaufen und die Räumlichkeiten zurückzumieten. Wunsch nach mehr Transparenz zum Bedarf an betreutem Wohnen.	ca. 3
Rolle der Gemeinde als Eigentümerin	Kritik an der Gemeinde in der Rolle als Immobilienverwalterin. Fokus auf den Verkauf nicht geschichtlich relevanter Gebäude oder Remisen.	ca. 3

Tabelle 10 Vorschläge aus der Bevölkerung Pfarrhaus

Anhang K – Ideen der Bevölkerung

Thema	Inhalt	Häufigkeit
Dorfgestaltung und Tourismus	Aufwertung des Dorfbildes durch Blumen, Kunst und Sitzplätze: Nutzung des touristischen Potenzials durch Bike-Stationen, Marketing und Cafés: Schaffung eines attraktiven Dorfplatzes.	ca. 5
Politische Kultur und Partizipation	Wunsch nach mehr Volksnähe und Präsenz der Behörden im Dorf: Verbesserung des Tons an Versammlungen: Feedback zur Umfragegestaltung sowie Dank für die Arbeit der Behörden.	ca. 5
Infrastruktur und Grundversorgung	Sicherstellung von Primarschule, Dorfladen und ÖV-Anschluss: Parkplatzbewirtschaftung: bauliche Massnahmen in der Mehrzweckhalle (Notausgänge).	ca. 4
Soziales und Familie	Ausbau familienunterstützender Angebote: Spielplätze im Zentrum: Verlagerung des Altersheims in den Dorfkern sowie kirchliche Werte.	ca. 4
Finanzen und Wirtschaft	Senkung von Steuern und Gebühren durch Digitalisierung: Akzeptanz der Abhängigkeit vom Finanzausgleich: Fokus auf Investoren und Immobilienbesitz.	ca. 4
Gemeindefusion	Forcierung des Fusionsprozesses mit Nachbargemeinden wie Rehetobel, Trogen oder Speicher zur strukturellen Stärkung.	ca. 3
Umwelt und Energie	Ausbau von Solarpotenzialen auf Gemeindeliegenschaften sowie Förderung der Biodiversität.	ca. 2

Tabelle 11 Ideen aus der Bevölkerung

Anhang L – Umfrage

Umfrage des Gemeinderates: Erwachsene ab 18

Für eine optimale Auswertung bitten wir Sie um folgende Abgaben:

Mein Jahrgang: _____

Mein Geschlecht: weiblich ☐ männlich ☐ divers ☐

Persönlicher Code:

Kommunikation

Die Gemeinde möchte ihre Kommunikation neu positionieren. Dabei muss sie darauf achten, die Öffentlichkeit zu informieren, aber gleichzeitig die Privatsphäre und den Datenschutz zu respektieren. Dafür erstellt der Gemeinderat nun ein neues Konzept. Uns interessiert deswegen, wie Sie die heutige Informationsbereitstellung beurteilen und welche Erwartungen Sie haben.

	Nein	Eher Nein	Eher Ja	Ja
Die aktuellen Informationen aus dem Gemeinderat sind informativ und ausreichend				
Die Website der Gemeinde entspricht meinem Informationsbedarf				
Was fehlt mir an Informationen auf der Website?				
Die Gemeinde sollte sich auf Social-Media-Kanälen präsentieren.				
Auf welchen Social-Media-Kanälen sollte die Gemeinde aktiv sein?				
Ich habe folgende Idee zur Kommunikation der Gemeinde in Wald:				

Ich möchte gerne in einer Arbeitsgruppe zum Kommunikationskonzept mitarbeiten.

Meine Kontaktdaten:

Vorname / Name:

Adresse:

Telefon:

eMail:

Einkaufen in Wald

Der SPAR-Laden ist eine Einkaufsmöglichkeit in Wald. Die längerfristige Entwicklung ist ungewiss.

Wie wichtig ist es nach ihrer Einschätzung, dass es in Wald eine Einkaufsmöglichkeit gibt?

	Gar nicht wichtig	wenig wichtig	wichtig	Sehr wichtig
Für mich ist das Angebot				

Welche Angebote sollte ein Einkaufangebot abdecken?

	Gar nicht wichtig	wenig wichtig	wichtig	Sehr wichtig
Frischprodukte				
Regionale Produkte				
Biologische Produkte				
Haushaltartikel für den täglichen Gebrauch usw.				
Weitere:				

Wie und durch wen könnte ein Einkaufsangebot organisiert und getragen werden?

Wir möchten gerne ein Stimmungsbild erheben. Die Realisierung von Angeboten externer Anbieter liegt aber nicht im unmittelbaren Einflussbereich der Gemeinde.

	Nein	Eher Nein	Eher Ja	Ja
Eine Interessengemeinschaft / Genossenschaft getragen von Einwohnerinnen und Einwohnern				
Geführt als "Hof-Laden" durch regionale Produzenten				
Ein Angebot mit Automaten				
Über eine Supermarktkette wie Spar/ Volg/ usw.				
24/7 Laden ohne Bedienung (Bsp. Migros Teo)				

Aktuell wird im SPAR-Laden auch die Poststelle geführt

	gar nicht denkbar	Vielleicht denkbar	eher denkbar	Sehr gut denkbar
Inwieweit käme es für Sie infrage, Postdienstleistungen in einer Nachbargemeinde in Anspruch zu nehmen?				

Ich habe folgende Idee zum Einkaufen in Wald:

Gemeindefusion

Mit der Teilrevision der Kantonsverfassung (26.11.2023) wurden die rechtliche Grundlage geschaffen für Gemeindefusionen. Das Fusionsgesetz wurde erarbeitet und ist in der politischen Debatte. Auch finden in der Bevölkerung erste Debatten statt und die Gemeinderäte befassen sich mit der Herausforderung.

	Nein	Eher Nein	Eher Ja	Ja
Ich stehe der Fusion mit einer oder mehreren Gemeinden positiv gegenüber				
Meine Gründe:				

Es gibt verschiedene leitende Kriterien, welche diesen Prozess begleiten werden. Wie beurteilen Sie diese?

	Nein	Eher Nein	Eher Ja	Ja
Finanzielle Aspekte sind wichtig, die Kosten sollen nicht höher werden				
Die Dienstleistungsqualität steht im Zentrum				
Wichtig ist, die Bedürfnisse der jungen Bevölkerung abzudecken				
Die geografische Ausgangslage soll beachtet werden				
Fusionen sollen auf bereits bestehenden Kooperationen aufgebaut werden				

Der Service-Public kann auf verschiedenen Wegen umgesetzt werden

	Nein	Eher Nein	Eher Ja	Ja
Möglichst alle Dienstleistungen der Verwaltung sollen über digitale Kanäle abgewickelt werden				
Es soll in jeder Ursprungsgemeinde eine physische Anlaufstelle für die Bevölkerung geben				
Gemeindearbeit soll aufsuchend geleistet werden – die Personen werden in ihrem Zuhause aufgesucht				

Ich habe folgende Idee zum Thema Gemeindefusion:

Ich bin bereit mich in einer Arbeitsgruppe zum Thema Gemeindefusion einzubringen.

Meine Kontaktdaten:

Vorname / Name:

Adresse:

Telefon:

eMail:

Gebäude

Etliche Gebäude der Gemeinde sind in die Jahre gekommen. Bisherige Projekte und Konzepte konnten nicht umgesetzt werden. Die Gebäude zu verkaufen, bringt kurzfristig Kapital in die Gemeindekasse, das erfahrungsgemäss schnell im laufenden Budget aufgebraucht ist. Finanziell ist die Gemeinde nicht in der Lage, grosse Projekte zu finanzieren.

Planung der zentrumsnahen Parzellen 36 (Spar-Gebäude) und 37 (Gemeindehaus)

	Nein	Eher Nein	Eher Ja	Ja
Entwicklung eines Konzepts für beide Parzellen unter Beizug einer Fachperson (Stadtplaner)				
Verkauf des Spar-Gebäudes, im aktuellen Zustand mit Auflagen, um Bedürfnisse der Gemeinde abzudecken				
Verkauf des Spar-Gebäudes, im aktuellen Zustand ohne Auflagen				
Verkauf der Gemeindekanzlei, im aktuellen Zustand mit Auflagen, um Bedürfnisse der Gemeinde abzudecken				
Ich habe folgenden Vorschlag:				

Wo soll die Gemeindeverwaltung künftig arbeiten?

	Nein	Eher Nein	Eher Ja	Ja
Im umgebauten Pfarrhaus				
In einer neuen Überbauung Parz 36/37				
Sanierung Gemeindehaus				
Ich habe folgenden Vorschlag:				

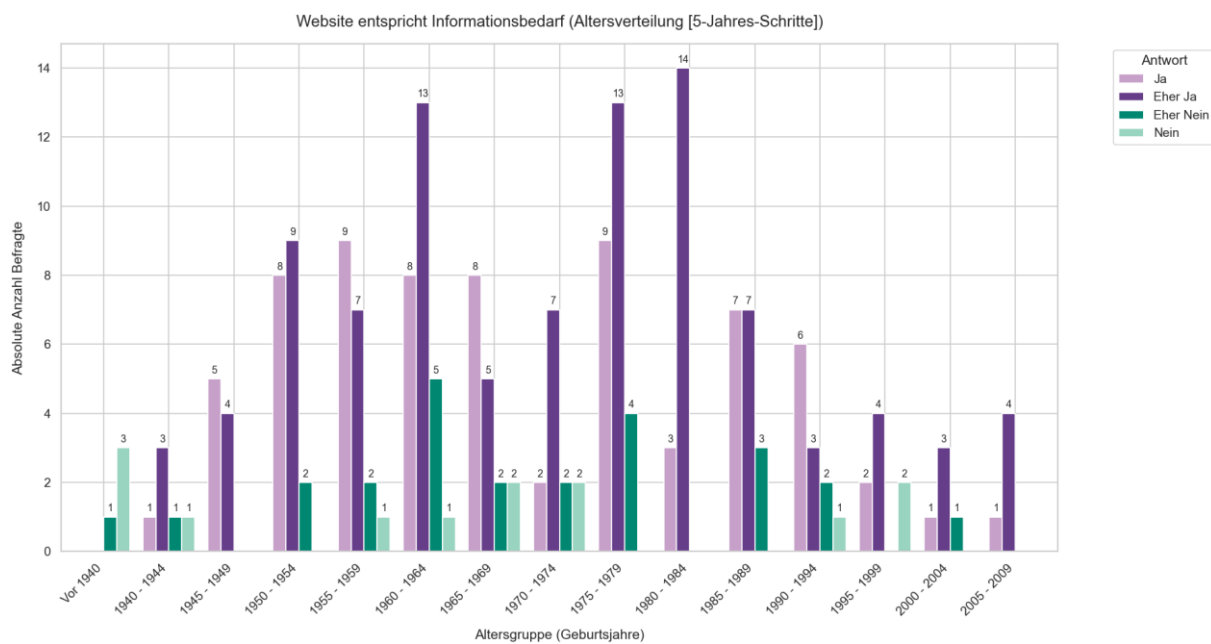
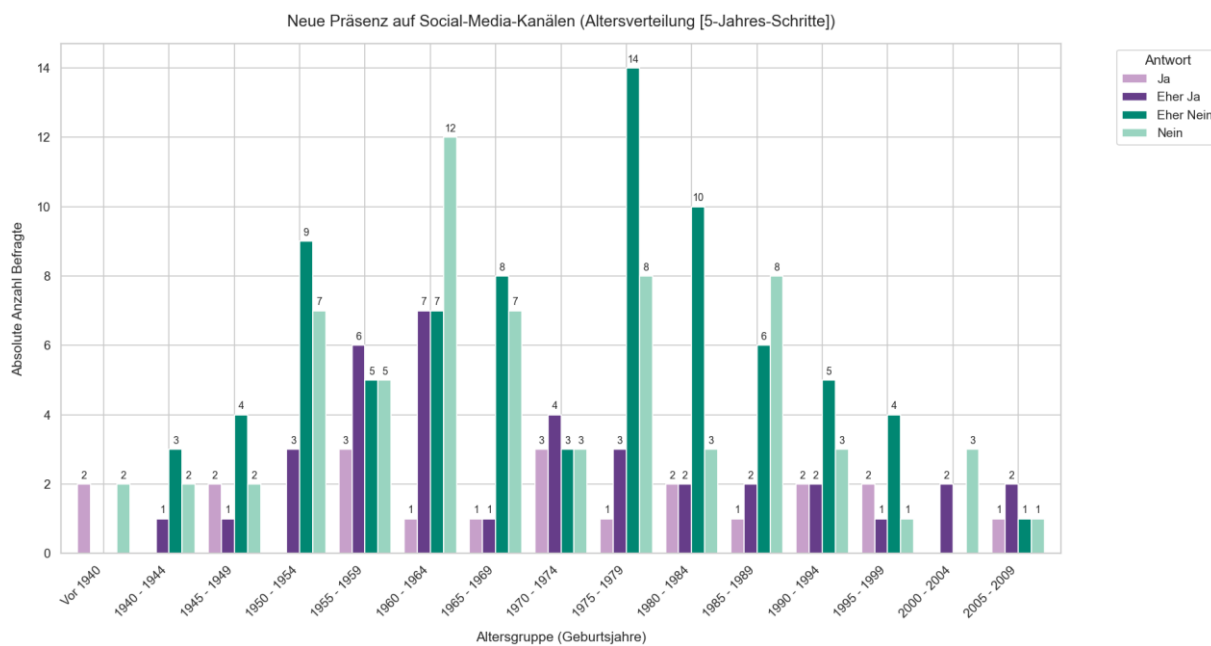
Weiteres Vorgehen Pfarrhaus - Planung Pfarrhaus

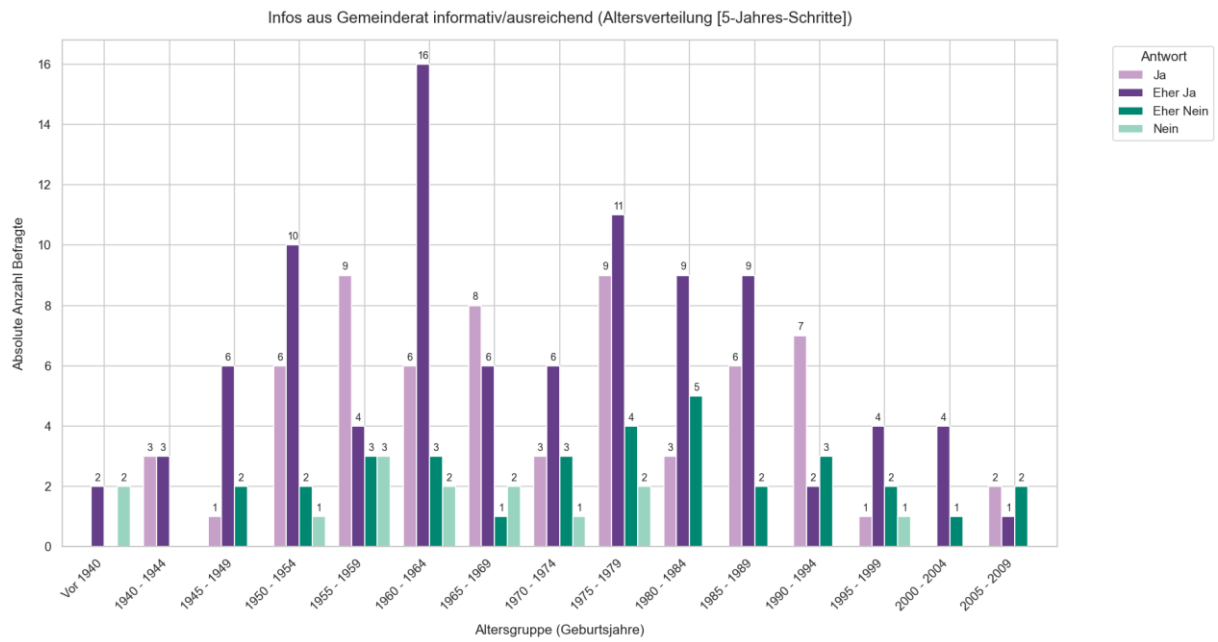
	Nein	Eher Nein	Eher Ja	Ja
Die Gemeinde renoviert das Pfarrhaus (mit Lift) und die Gemeindekanzlei wird dort stationiert. Kosten 2.5 bis 3 Mio. Fr.				
Die Gemeinde renoviert das Pfarrhaus, es werden zwei rollstuhlgängige Wohnungen für betreutes Wohnungen erstellt. Kosten 2.5 bis 3 Mio. Fr.				
Das Pfarrhaus wird im aktuellen Zustand verkauft (Buchwert 469`000 Fr.)				

Ich habe folgende Idee zum Thema Gebäude in Wald:

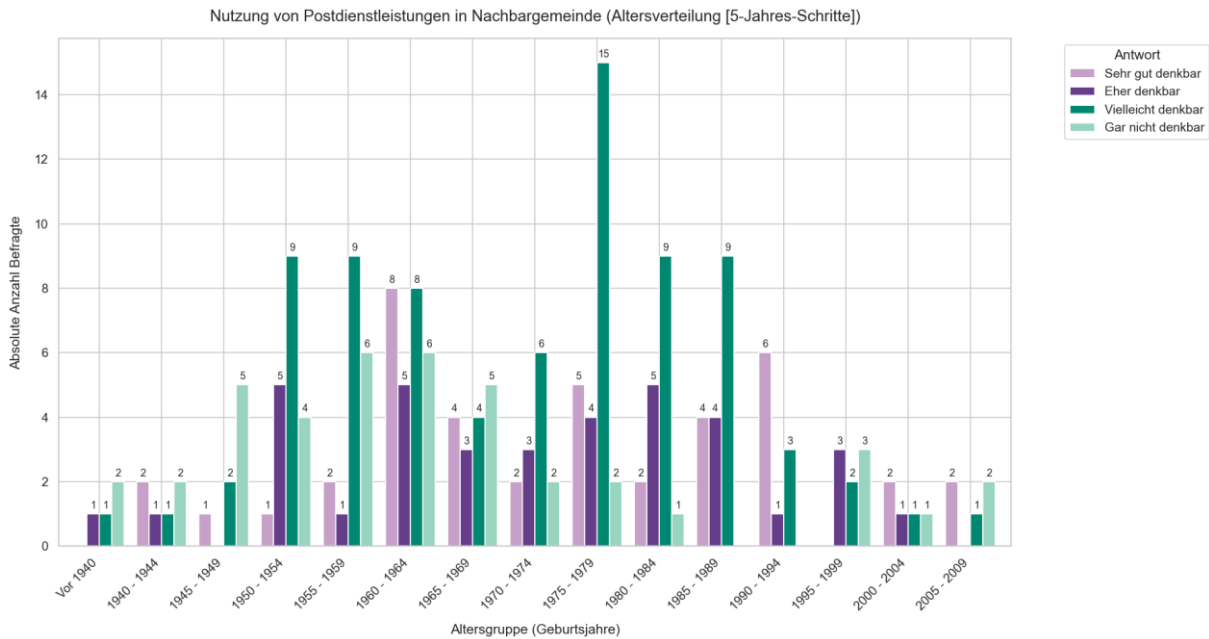
Ich habe weitere Ideen für Wald:

Anhang M – Altersverteilung Kommunikation





Anhang N – Altersverteilung Postdienstleistungen



Impressum

Datum

13. Mai 2026

Verfasst von

Dr. Hans-Dieter Zimmermann, Fabian Graf

OST – Ostschweizer Fachhochschule
IPM - Institut für Informations- und Prozessma-
nagement

Rosenbergstrasse 59, Postfach
9001 St.Gallen, Switzerland

T +41 58 257 17 52
hansdieter.zimmermann@ost.ch
ost.ch