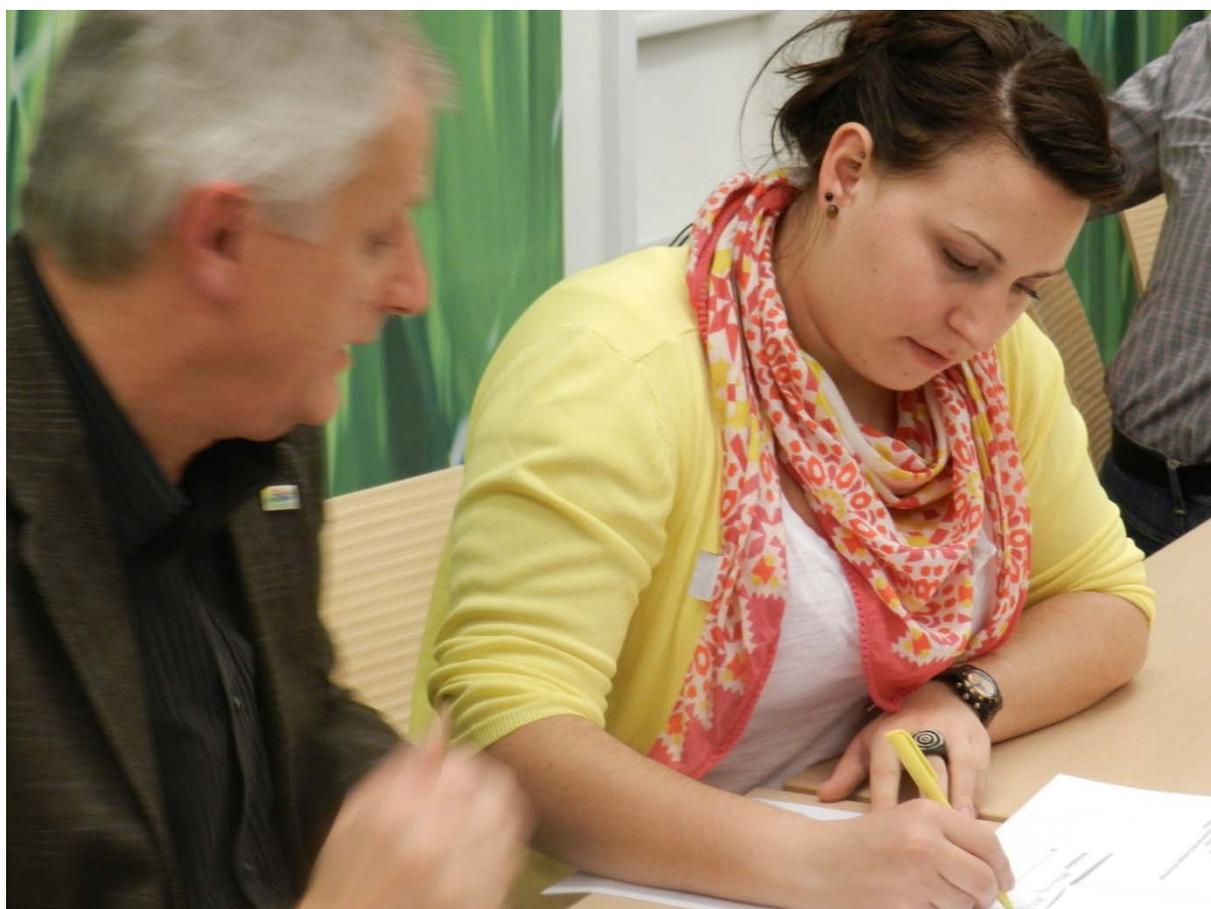


DEMOGRAFIE CHECK LEADER-REGION WALDVIERTLER GRENZLAND

BAND 2: BETEILIGUNG – EINSCHÄTZUNGEN - ANREGUNGEN



Juni 2014



Europäischer Landwirtschaftsfonds
für die Entwicklung des ländlichen
Raumes: Hier investiert Europa in
die ländlichen Gebiete.



lebensministerium.at



Das Projekt „Demografie Check“ der LEADER-Region Waldviertler Grenzland“ wurde unterstützt vom **Amt der Niederösterreichischen Landesregierung** und der **ecoplus** – Wirtschaftsagentur des Landes Niederösterreich.

Impressum:

Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH

Florianigasse 7, 3580 Horn

☎ 02982 / 45 21

✉ office@regionalberatung.at

**WALLENBERGER
& LINHARD**

REGIONALBERATUNG GMBH

con.os
tourismus.consulting gmbh

Im Auftrag der LEADER-Region Waldviertler Grenzland

INHALT

LEADER – Beteiligungsprozess.....	5
Sensibilisierung von HAK-Schüler/innen der Region	8
Impulsveranstaltung	21
Die Bezirksblätter Gmünd berichteten.....	22
Szenarioworkshops	23
Matrix der Teilnehmer/innen bei den Szenarioworkshops.....	24
Protokoll Szenarioworkshop 1	25
Protokoll Szenarioworkshop 2	36
Ergebnispräsentation	42
Präsentation der HAK Waidhofen/Thaya	44
Demografie Quickchecks für Gemeinden.....	45
Ergebnisse im Überblick.....	46
Einschätzungen aus den Ergebnissen der Quickchecks.....	47
Interviews mit regionalen Organisationen und Betrieben.....	48
Interviewpartner	48
Zusammenfassende Erkenntnisse aus den Interviews	49
Sensibilitätsanalyse	51
Fragen an die Interviewpartner/innen	57
Interviews mit Tourismusbetrieben der Region	64
Ausgangslage	64
Ziel der Untersuchung.....	64
Herangehensweise	64
Methodik.....	64
Ergebnisse der Befragung	65
Grundstruktur der untersuchten Betriebe.....	65
Zielgruppe der untersuchten Betriebe.....	70
Konsumverhalten und Angebot.....	73
Online-Auftritt, Social Media und Werbemittel	79
Interpretation der Befragungsergebnisse	83
Geringe Rücklaufquote und Mitmach-Bereitschaft.....	83
Potenzial der Zielgruppe wird nicht erkannt	83
Mangelnde Barrierefreiheit.....	84
Verstärkter Einsatz älterer Mitarbeiter/innen.....	84
Ableitung erster Handlungsempfehlungen.....	85
Information und Sensibilisierung der Region zum Thema	85

Demografische Entwicklung als Chance für den Tourismus erkennen	86
Grundlegende Services für die Zielgruppe 50+.....	91
Außenauftritt und Kommunikation.....	95
Resümee	98
Anhang: Lernbehelf für die HAK-Schüler/innen und PowerPoint Präsentation als Handzettel	
Anhang: Teilnehmer/innenlisten der Szenarioworkshops	
Anhang: Fragebogen an Tourismusbetriebe	

LEADER – BETEILIGUNGSPROZESS

„BOTTOM-UP“: EIN WICHTIGES GRUNDPRINZIP BEI DER ARBEIT AM DEMOGRAFIE CHECK

Nach dem Motto „**Den demografischen Wandel gemeinsam aktiv gestalten**“ wurden, dem LEADER-Grundsatz folgend, die Bevölkerung und einige Regionsvertreter/innen in den Prozess eingebunden.

Zur Sensibilisierung trugen Quickchecks, Interviews, Publikumsveranstaltungen, Workshops, ein Schulprojekt und bereitgestellte Unterlagen (demografisches Datenprofil) bei.

Auf Grundlage einer Matrix, die Alter, Geschlecht, Teilregionen und Interessen/Branchen berücksichtigte, wurden Menschen zur Mitarbeit in Workshops eingeladen. Bei den Workshops konnte, in Kombination mit der zuvor erfolgten Datenanalyse (siehe Band 1), ein wirklichkeitsnahes Bild der Region von den Teilnehmer/innen gezeichnet und Handlungsfelder definiert werden.

AUSZUG EINIGER BETEILIGUNGSSCHRITTE

Meilenstein	Ort	Ist-Termin
Startbesprechung mit ecoplus & RU2	St. Pölten	10. Juni 2013
Startbesprechung Leitungsteam	Gmünd	3. Juli 2013
Demografie Quickchecks - Aussendung an Gemeinden		KW 30/2013
Besprechung Mag. Prof. Gernot Hainzl	Horn	23. Juli 2013
Besprechung Dir. Gerhard Preiß	Horn	25. Juli 2013
Weiterentwicklung Schulprojekt mit VWG, LAK, WK	Horn	6. Aug. 2013
Abstimmung mit den verantwortlichen Professor/innen der 5 HAK Standorte und KR Dir. Mag. Gerhard Preiß (VWG)	Zwettl	11. Sept. 2013
Presseaussendung an NÖN „Start Schulprojekt“		12. Sept. 2013
Impuls-Workshops in allen 5 Schulen bzw. Klassen: Sensibilisierung zum Thema Demografischer Wandel, Abstimmung Projektablauf „Motivbefragung“	HAK Zwettl	26. Sept. 2013
	HAK Gmünd	26. Sept. 2013
	HAK Horn	30. Sept. 2013
	HAK Waidhofen	2. Okt. 2013
	HAK Krems	15. Okt. 2013

Leitungsteamsitzung		8. Okt. 2013
(40-seitige) Broschüre: Daten & Fakten zur Region Demografisches Datenprofil LEADER-Region Waldviertler Grenzland		16. Okt. 2013
Leitungsteamsitzung	Gmünd	8. Okt. 2013
Impulsveranstaltung (Regionsveranstaltung)	Großschönau	17. Okt. 2013
Selbstständiges Erarbeiten von Fragebögen zum Thema „Motive des Hierbleibens, Wegziehens und Zuziehens“ von den Schulen GD, HO, WT und ZT		13. Nov. 2013
Zusammenführen der 10 erarbeiteten Fragebögen der HAK GD, HO, WT und ZT durch die Wallenberger & Lin- hard Regionalberatung zu 2 Fragebögen		25. Nov. 2013
Abstimmungstreffen mit Professor/innen und Schü- ler/innen der 5 HAK-Standorte und KR Preiß zur gemeinsamen Endredaktion der 2 Fragebögen	Zwettl	4. Dez. 2013
Interviews mit regionalen Organisationen und Leitbetrieben		Nov. '13-Jän. '14
Testlauf Befragung		6. Dez. 2013
Evaluierung Befragung		16. Dez. 2013
Start Befragung		17. Dez. 2013
Szenarioworkshop I mit Netzwerkrunde	Gmünd	14. Jän. 2014
Szenarioworkshop II mit Netzwerkrunde	Waidhofen/Th.	21. Jän. 2014
Bewilligung Landesschulrat für Befragung NMS u.a.		Jän./Feb. 2014
Leitungsteamsitzung: Zwischenbericht Schulprojekt	Gmünd	19. Feb. 2014
Abstimmung mit Destination WV (LAG, con.os, W&L)	St. Pölten	28. März 2014
Abschluss Befragung (1.148 vollständige Antworten)		24. März 2014
Auswertung Befragung		7. April 2014
Leitungsteamsitzung: Zwischenbericht		8. April 2014
Leitungsteamsitzung: Diskussion Handlungsempfehlungen		21. Mai 2014

Ergebnispräsentation (Regionsveranstaltung)	Vitis	3. Juni 2014
Präsentation der HAK Waidhofen an der Thaya	Waidhofen	4. Juni 2014
Abschlusstreffen mit dem Leitungsteam		
Endbericht an das Leitungsteam		
Endabstimmung mit ecoplus und RU2		

Neben der Arbeit mit dem Leitungsteam - bestehend aus dem Vorstand der LEADER-Aktionsgruppe und dem LEADER-Manager Ing. Mag. Martin Huber - bildeten die Impulsveranstaltung zu Beginn, die Szenarioworkshops, das Schulprojekt und die Ergebnispräsentation wichtige Meilensteine.

SENSIBILISIERUNG VON HAK-SCHÜLER/INNEN DER REGION

MOTIVBEFRAGUNG ALS INSTRUMENT ZUR ABRUNDENDEN ANALYSE WEITERER THEMEN

Im Zuge des Projektes „Demografie Check der LEADER-Region Waldviertler Grenzland“ wurde eine Motivbefragung im Rahmen eines Schulprojektes mit den Handelsakademien innerhalb der LEADER-Region (Gmünd, Waidhofen/Thaya, Zwettl, aber auch in Horn und Krems) zum Thema „Motive des Hierbleibens, Wegziehens und Zuziehens“ durchgeführt. (Siehe dazu Band 4 des Endberichtes.)

Die Befragung der Schüler/innen richtete sich an Mitschüler/innen der HAK-Standorte sowie im besten Fall auch an deren Eltern, nähere Verwandte und/oder das eigene persönliche Umfeld. Darüber hinaus wurde die Befragung auch in ausgewählten Neuen Mittelschulen, Hauptschulen und Polytechnischen Lehrgängen durchgeführt.

Der Fragebogen konnte online und offline ausgefüllt werden. Die Schüler/innen erhielten so die Möglichkeit, umfangreiche Erfahrungen mit der Durchführung von Umfragen zu machen.

Unter dem Arbeitstitel „Schule & Wirtschaft“ trugen die Volkswirtschaftliche Gesellschaft (VWG Bezirksarbeitskreise), die Landesakademie NÖ (LAK) und die Wirtschaftskammer NÖ den Prozess mit. Das Waldviertel kann in Folge als Pilotprojekt für ein weiteres, NÖ-weites, Projekt genutzt werden.

Projektentwicklung

Nach Abstimmung mit dem Leitungsteam am 3. Juli 2013 wurde im Sommer 2013 gemeinsam mit Mag. Gernot Hainzl, Direktor der HAK Krems und mit KR Dir. Mag. Preiß, Vertreter der Volkswirtschaftlichen Gesellschaft, eine erste Skizze dieses Schulprojektes erarbeitet werden:

Besprechung Dir. Mag. Gernot Hainzl Horn, am 23. Juli 2013

Besprechung KR Dir. Mag. Gerhard Preiß Horn, am 25. Juli 2013

Endabstimmung mit den unterstützenden Organisationen VWG, WK und LAK
Horn, am 6. August 2013

Abstimmung mit den 5 verantwortlichen HAK-Professor/innen Zwettl, am 11. Sept. 2013

Ziele

- Sensibilisierung von Schüler/innen der 4. Schulstufe der fünf Waldviertler HAK-Standorte Gmünd, Horn, Krems, Waidhofen/Thaya und Zwettl und von deren Umfeld zum Thema „Auswirkungen des demografischen Wandels auf Regionen wie das Waldviertel“.
- Abrundende Analyse für weitere Themen im Rahmen des Demografie Check.
- Erkenntnisse über die Motive von Zu- und Wegzügler/innen bzw. Menschen, die in der Region bleiben möchten.

ERGEBNISPROTOKOLL ABSTIMMUNG MIT VWG UND WK NÖ

Termin: 6. August 2013, 13:00 – 15:00 Uhr

Ort: Horn

Teilnehmer/innen

Thomas Hrastrnik
Volkswirtschaftliche Gesellschaft

Ewald Brunmüller
W&L Regionalberatung

Gerhard Preiß
Raiffeisenbank Region Waldviertel Mitte

Gerhard Linhard
W&L Regionalberatung

Reinhard Winter
Wirtschaftskammer NÖ

Josef Wallenberger
W&L Regionalberatung

Ergebnis

Im Rahmen des Projektes „Demografie Check LEADER-Region Waldviertler Grenzland“ wird ein Schulprojekt mit Handelsakademien der Region durchgeführt. Die Schüler/innen sollen sich im Rahmen einer Projektarbeit mit dem Thema Demografischer Wandel auseinandersetzen. Kern der Projektarbeit ist eine Umfrage unter Schüler/innen verschiedener Schulen. Wesentlich: Die HAK's arbeiten schulübergreifend zusammen (einheitlicher Fragebogen).

HAK's

- Waidhofen, Gmünd, Zwettl
- ev. Krems als interessanter Vergleich
- 1 Projektgruppe pro HAK

Abgefragt werden soll:

- Motive bzgl. Bleiben in oder Wegziehen aus der Region
- Wissen über die Region und die Möglichkeiten hier zu leben und zu arbeiten
- Sichtweisen der Zielgruppen
- Was sind die Entscheidungsgrundlagen?
- Referenzfragen zu bestehenden ähnlichen Befragungen (z.B. SORA)

Befragte

- Schüler/innen der HAK's (Pflicht)
- Schüler/innen Hauptschulen, Polytechnischer Lehrgang (Pflicht)
- Schüler/innen HTL's (optional)
- Personen aus dem Lebensumfeld der Schüler/innen (optional)

Erwartete Ergebnisse

- Sensibilisierung der Schüler/innen und deren Umfeld
- Datengrundlage für Leader-Projekt
- Grundlage, aus der Maßnahmen abgeleitet werden können
- Reflexion der Maßnahmen mit den Projektgruppen der HAK's
- Öffentliche Präsentation der Ergebnisse durch die Schüler/innen

Zu beachten

- Fragestellungen an Schüler/innen anderer Schulen dürfen nicht in Richtung „Werbeaktion“ für die HAK's gehen
- Für die Zielgruppe „Personen aus dem Lebensumfeld“ ist ev. ein adaptierter Fragebogen notwendig

Rollen

- W&L
 - Projektabwicklung und –begleitung
 - Akquisition der HAK – ProfessorInnen / - Projektgruppen
- VWG
 - Abstimmung mit Landesschulrat
 - Öffentlichkeitsarbeit
 - Multiplikator bei den Schulen
- Wirtschaftskammer
 - Multimediales Monitoring des Projektes
 - Ev. gemeinsam mit der New Design University
 - Landesakademie
 - Dokumentation und Standardisierung des Prozesses
 - Weiterführung als NÖ-weites Projekt

Nächster Schritt

- Projekt im Detail mit HAK-Lehrer/innen ausarbeiten (W&L, ev. mit Unterstützung einer Mitarbeiterin der VWG)

Zeitziel: Ende August / Anfang September 2013

Folgetermine

Datum	Zeit	Beschreibung
17.10.2013	19:00 Uhr	Impulsveranstaltung mit 150 TN

ERGEBNISPROTOKOLL ABSTIMMUNG MIT 5 HAK-PROFESSOR/INNEN UND DER VWG

Termin: 11. September 2013, 14:00 Uhr **Ort:** Zwettl, Raiffeisenbank Region WV Mitte

Teilnehmer/innen



- KommRat. Dir. Mag. Gerhard Preiß (Volkswirtschaftliche Gesellschaft)
- GF Gerhard Linhard (Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH)
- Mag. Angelika Mitterecker (ZT)
- Mag. Reinhard Preißl (WT)
- Mag. Monika Maly (KR)
- Mag. Christian Zeilinger (GD)
- Mag. Gabriele Lukesch (HO)
- Mag. Nina Sillipp (Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH)

Tagesordnung

Ziel

- Kerngruppe sensibilisieren, (Projekt-)Infovergleichstand
- Meinungen und Impulse zur weiteren Arbeit

Tagesordnung

1. Begrüßung und kurze Vorstellungsrunde
2. Information zum Projekt „Demografie Check Waldviertler Grenzland“
3. Idee Schulprojekt
 - a. Inhaltliche Schwerpunkte
 - b. Erarbeitung Fragebogen, Durchführung Befragung
 - c. Ablauf (Zeitplan), Kooperation und Arbeitsteilung
4. Termine
 - a. Fortsetzungstermine
 - b. 3. Waldviertler Jobmesse 27. und 28. September 2013
 - c. Impulsveranstaltung 17. Oktober 2013, 19:00 Uhr

Ablauf des Projekts

Zeitplan

	2013												2014											
	Sept	Oktober	Nov	Dez	Jan	Feb	März	April	Mai	Juni	Juli	Aug	Sept	Oktober	Nov	Dez	Jan	Feb	März	April	Mai	Juni		
Zeitleistungsplan Schulprojekt																								
Konzepterarbeitung																								
Abstimmung HAK, WWG, WdL																								
Projekterarbeitung Schülerinnen																								
Umsetzung																								
Impuls in Klassen																								
Erarbeitung Fragebogen																								
Endaktion: Fragebogen																								
Testlauf Befragung																								
Evaluierung Testlauf																								
ev. Änderung FB (pers., online)																								
Befragung: persönlich & online																								
Kontakt HauptschülerInnen																								
Auswertung																								
Impuls-Aufaktiveranstaltung																								
Monitoring / Reflexion																								
Kommunikation intern & extern																								
Berichtswesen - Planung																								
Dokumentation (D, E)																								
Pressarbeit:																								
Einsatz neuer Medien																								
Publikation																								
Ergebnispräsentation																								
Querverbreitung - WWG, LAK																								

Impulse zum Demografischen Wandel

Schüler/innen erhalten eingangs Impulse bzw. fachliche Inputs über die Herausforderungen des demografischen Wandels. Das Team der Wallenberger & Linhard Regionalberatung wird mit jeder der 5 Klassen eine Doppelstunde zu diesem wichtigen Thema arbeiten.

Auch die Bedeutung von Marktforschung bzw. von Befragungen und mögliche Fragen im Rahmen der Motivbefragung werden thematisiert.

Vereinbarte Termine:

Termin	Uhrzeit	HAK
26.09.2013	07:45 Uhr	HAK Zwettl
26.09.2013	14:00 Uhr	HAK Gmünd
30.09.2013	14:00 Uhr	HAK Horn
02.10.2013	08:00 Uhr	HAK Waidhofen/Thaya
15.10.2013	10:30 Uhr	HAK Krems.

Zusätzliche Inputs können die Schüler/innen im Rahmen zweier Veranstaltungen erlangen:

Termin	Uhrzeit	Veranstaltung
27. und 28.09.2013		3. Waldviertler Jobmesse in Waidhofen
17.10.2013	19:00 Uhr	Auftakt- / Impulsveranstaltung der LEADER-Region in Großschönau

Erarbeitung eines Fragebogens

Nach der Einführung in die Thematik von Projektmanagement und Projektarbeit erfolgt die selbstständige Erarbeitung des Fragebogens zum Thema „Motive des Hierbleibens, Wegziehens und Zuziehens“ in jeder Klasse für sich.

Zu beachten:

Der Fragebogen richtet sich an zwei Zielgruppen (Schüler/innen ab der 4. Schulstufe und Erwachsene)

- Großteils richten sich die Fragen an beide Zielgruppen, dann 2 Möglichkeiten:
 - separate Fragen an ZG1 und separate Fragen an ZG2
 - ergänzende Fragen an nur eine der beiden ZG

Nach Fertigstellung werden die 5 Fragebögen von einer Projektgruppe – bestehend aus: den 5 verantwortlichen Professor/innen, Schülervvertreter/innen aus den 5 Schulklassen und dem Team der Wallenberger & Linhard Regionalberatung – zu einem Fragebogen zusammengeführt.

Dieser wird vor dem eigentlichen Befragungsbeginn einem Testlauf an allen Schulstandorten unterzogen. Dabei sollen die Schüler/innen den Fragebogen untereinander und/oder bei einer ausgewählten Personengruppe testen und die Ergebnisse an die Projektgruppe weitergeben, die dann noch eventuell notwendige Änderungen vornimmt (= Endversion).

Durchführung der Befragung

Die Befragung startet in den Weihnachtsferien, in denen die Schüler/innen bereits ihr näheres Umfeld interviewen können. Die Schüler/innen haben bis Semesterende (bei Bedarf auch noch in den Semesterferien) Zeit, um Interviews zu führen.

Für die Eingabe der ausgefüllten Fragebögen und zur späteren Auswertung wird von der Wallenberger & Linhard Regionalberatung ein internetbasiertes System zur Verfügung gestellt: LimeSurvey ist eine freie Online-Umfrage-Applikation, die es ermöglicht, ohne Programmierkenntnisse Online-Umfragen zu entwickeln, zu veröffentlichen sowie deren Ergebnisse in einer Datenbank zu erfassen. Sie ist in PHP geschrieben und baut auf einer MySQL-, PostgreSQL- oder MSSQL-Datenbank auf.

Durch die Benutzung eines Web-Vorlagen-Systems können Layout und Design von Umfragen den Nutzerwünschen angepasst werden. Umfragen können entweder öffentlich zugänglich sein oder durch ein „Nur-einmal“-Token für jeden Teilnehmer individuell zugänglich gemacht werden.

Befragung von Hauptschüler/innen oder anderen Schüler/innen

Ausgewählte HAK-Schüler/innen stellen Hauptschüler/innen (od. a.) innerhalb einer Unterrichtsstunde das Thema „Demografischer Wandel“ selbst vor und ersuchen diese, den Fragebogen auszufüllen.

Dafür muss die Erlaubnis der Bezirksschulräte eingeholt werden. Diese Aufgabe übernimmt die VWG, vertreten durch Mag. Thomas Hrastrnik. Ein formales Schreiben wird übermittelt. Darüber hinaus wird auch Landesschulrat HR Hermann Helm durch die VWG vom Projekt informiert.

Der Kontakt zu Lehrer/innen aus Hauptschulen (oder anderen Schulen) wird von den 5 HAK-Professor/innen selbst hergestellt.

Kommunikation extern & intern

In jeder Klasse gibt es eine/n Pressesprecher/in und eine/n Fotografen/Fotografin. Diese stehen in Kontakt mit dem Projektmanagement (Ansprechperson Nina Sillipp) und übermitteln regelmäßige Kurzberichte und Fotos zur Projektarbeit. Dieses Material wird vom Projektmanagement für Presseausendungen an regionale Medien etc. verwendet.

Einsatz neuer Medien

Auch Facebook kann von den Schüler/innen eingesetzt werden, um ihren Freunden vom Projektablauf und -fortschritt zu berichten.

Fotos der Projektarbeit können selbstständig veröffentlicht werden. Beispielsweise innerhalb der Gruppe „Demografischer Wandel als Chance“.

Interne Projektplattform

Um sich mit dem Projektmanagement einfach und schnell austauschen zu können, soll eine interne Projektplattform eröffnet werden.

Da diese Plattform hauptsächlich für Fragen oder Hinweise von den Schüler/innen an das Projektmanagement verwendet werden soll, würde sich auch in diesem Fall eine geschlossene Facebook-Gruppe anbieten.

Es kann aber auch hier ein bewährtes Tool fern von Social Media gewählt werden. Die Waltenberger & Linhard Regionalberatung empfiehlt in diesem Fall z.B. „Collabtive“.

Hierbei handelt es sich um eine webbasierte Projektmanagementsoftware, die als Open-Source-Software entwickelt wurde.

Ergebnispräsentation

Am Ende der Projektarbeit sind die Schüler/innen eingeladen, den Ablauf des Projektes und die Ergebnisse der Motivbefragung im Rahmen einer großen Veranstaltung innerhalb der LEADER-Region vorzustellen: Jugend präsentiert, wie sie die Region erlebt!

Diese wird voraussichtlich im April oder Mai 2014 stattfinden.

Publikation / Querverbreitung des Projektes und der Ergebnisse

Ein Leitfaden zur Methodik und eine Zusammenfassung der Ergebnisse kann auch gemeinsam publiziert werden. Die VWG und/oder LAK könnten sowohl hierfür, als auch für ein eventuell beabsichtigtes Ausrollen des Projektes auf weitere Schulstandorte in ganz NÖ Partner sein.

Aufgaben

Aufgabe	Person(en)	Termin
Ernennung eines Pressesprechers oder einer Pressesprecherin	5 Professoren	Sept. 2013
Ernennung eines Fotografens/einer Fotografin	5 Professoren	Sept. 2013
Impulse in den 5 HAK-Klassen	W&L	Sept./Okt. 2013
Erlaubnis der Bezirksschulräte betreffend Befragung der Hauptschüler/innen“	VWG (Thomas Hrastnik)	bis Dez. 2013
Kontakt zu ausgewählten Lehrer/innen aus Hauptschulen oder ähnlichen	5 Professoren	bis Dez. 2013
Regelmäßige Berichterstattung und Fotos zum Ablauf des Projektes	Pressesprecher/innen	laufend
Einsatz von Facebook über Projektverlauf (Gruppe „Demografischer Wandel als Chance.“)	alle	laufend

Interne Projektplattform eröffnen	W&L	Sept. 2013
-----------------------------------	-----	------------

Folgetermine

Datum	Uhrzeit	Beschreibung
27. und 28.09.2013		3. Waldviertler Jobmesse
26.09.2013	07:45 Uhr	Input für HAK Zwettl
26.09.2013	14:00 Uhr	Input für HAK Gmünd
30.09.2013	14:00 Uhr	Input für HAK Horn
02.10.2013	08:00 Uhr	Input für HAK Waidhofen/Thaya
15.10.2013	10:30 Uhr	Input für HAK Krems
17.10.2013	19:00 Uhr	Impulsveranstaltung in Großschönau
KW 42/43		Weiterer Abstimmungstermin der Projektgruppe

IMPULSWORKSHOPS IN DEN 5 HAK-KLASSEN

Die Wallenberger & Linhard Regionalberatung, vertreten durch Gerhard Linhard und Mag. Nina Sillipp, besuchten alle fünf HAK-Klassen zwischen 26. September und 15. Oktober 2013. Die Professor/innen stellen jeweils zwei Unterrichtsstunden zur Verfügung.

Ablauf

Eingangs erhielten die Schüler/innen einen fachlichen Input zu den Themen

- Herausforderungen des demografischen Wandels
- Entwicklungen im Waldviertel anhand von statistischen Daten und konkreter Projekte
- Motivforschung
- Projekt „Demografie Check LEADER-Region Waldviertler Grenzland
- Schulprojekt: Inhalte, Ablauf und Kommunikation

Danach wurden die Klassen in drei Gruppen eingeteilt und erarbeiteten ihre persönlichen Motive des (1.) Hierbleibens, (2.) Zuziehens und (3.) Wegziehens.

Im Anschluss wurden die Ergebnisse mit den Schüler/innen diskutiert.

Abschließend wurde konkret auf den "Arbeitsauftrag" und die Vorgehensweise der nächsten Monate eingegangen.



HAK Zwettl, 26.09.2013



HAK Gmünd, 26.09.2013



HAK Horn, 30.09.2013



HAK Waidhofen/Thaya, 2.10.2013



HAK Krems, 15.10.2013

GEMEINSAME ENDREDAKTION DER FRAGEBÖGEN

Termin: 4. Dezember 2013, 14:00 Uhr **Ort:** Zwettl, Raiffeisenbank Region WV Mitte

Teilnehmer/innen

- Mag. Gabriele Lukesch und Schüler/in
- Mag. Monika Maly
- Mag. Angelika Mitterecker
- KommRat. Dir. Gerhard Preiß (Volkswirtschaftliche Gesellschaft)
- Mag. Reinhard Preißl und Schüler/in
- Mag. Nina Sillipp (Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH)
- Mag. Christian Zeilinger und Schüler/in

Tagesordnung

1. Zusammenfassung seit dem letzten Treffen im September 2013
 - a. Inputs in den 5 Klassen (26.9., 30.9., 2.10. und 15.10.2013)
 - b. Pressearbeit & interne Kommunikation (über neue Medien)
 - c. Impulsveranstaltung am 17. Oktober 2013
2. Überarbeitung Vorschlag für gemeinsamen Fragebogen an zwei Zielgruppen
3. Nächste Schritte
 - a. Testlauf bis 18.12.2013
 - b. Eingabe in das internetbasierte Tool „limesurvey“
 - c. Start Befragung ab den Weihnachtsferien 2013
 - d. Befragung der jüngeren Schüler/innen vor den Semesterferien 2014
4. Termine
 - a. Teilnahme Szenario Workshops 14. und 21. Jänner ab 18:00 Uhr
 - b. Nächster Abstimmungstermin

Ergebnis

Bereits vor der Sitzung am 4. Dezember 2013 wurden die insgesamt zehn Fragebögen der vier HAK-Klassen¹ vom Team der Wallenberger & Linhard Regionalberatung zu zwei Fragebögen (für zwei verschiedene Zielgruppen) zusammengefasst.

¹ Die 4. Klasse der HAK Krems hat nicht abgegeben.

Die Kernfragen waren für beide Zielgruppen dieselben. Danach folgten spezifische Fragen sowohl an Zielgruppe 1 „Schüler/innen und Studierende“, als auch an Zielgruppe 2 „Erwerbstätige, Lehrlinge und Pensionisten“.

Diese Entwürfe bzw. Vorschläge wurden zur Vorbereitung vorab an die Teilnehmer/innen übermittelt und am 4. Dezember 2013 gemeinsam diskutiert.

Nach der Sitzung wurde das Ergebnis von der Wallenberger & Linhard Regionalberatung zusammengefasst. Nach dem Testlauf, durchgeführt von den Schüler/innen selbst und dem Feedback an die Wallenberger & Linhard Regionalberatung, wurden die endgültigen Fragebögen in das Online-Befragungstool limesurvey eingegeben.

Die Befragung konnte rechtzeitig zu Weihnachten 2013 starten.

IMPULSVERANSTALTUNG

Die Impulsveranstaltung am 17. Oktober 2013 wurde im Forschungs- und Kompetenzzentrum für Bauen und Energie am Sonnenplatz in Großschönau abgehalten.

Hier wurde das Projekt „Demografie Check der LEADER-Region Waldviertler Grenzland“ erstmals innerhalb der Region vorgestellt.

Vor der Veranstaltung wurden die Gäste dazu eingeladen, kostenlos an einer Führung durch die neu eröffnete Erlebnisausstellung SONNENWELT teilzunehmen.

Im Rahmen der Impulsveranstaltung erhielten die Gäste umfangreiche Informationen zum Projekt, Daten und Fakten zur Region (in Form einer Datenbroschüre) und zu den sich verändernden Rahmenbedingungen.



Die Initiator/innen des Demografie Checks.



Ziel war, alle verantwortlichen, aktiven und interessierten Personen der LEADER-Region offensiv für das Thema zu sensibilisieren. Die Vorteile und Möglichkeiten, welche die Beschäftigung mit dem Thema „demografischer Wandel“ für die einzelnen Akteur/innen und für die ganze Region mit sich bringt, wurden anschaulich dargestellt.

Gemeinden, Betriebe und Vereine der Region sollen die Entwicklungen gut verstehen und in der Lage sein, sich auf die Auswirkungen einer sich wandelnden Gesellschaft bestmöglich einzustellen und darauf zu reagieren.

Alle Gäste erhielten ein 42-seitiges Daten-Regionsprofil.



Die beiden externen Experten Mag. Arnold Oberacher (con.os tourismus consulting gmbh) und Josef Wallenberger (Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH) präsentierten erste mögliche Strategien im Rahmen ihrer Fachreferate.

Im Anschluss war beim Buffet Zeit für einen gemeinsamen Austausch und Gespräche mit Expert/innen.

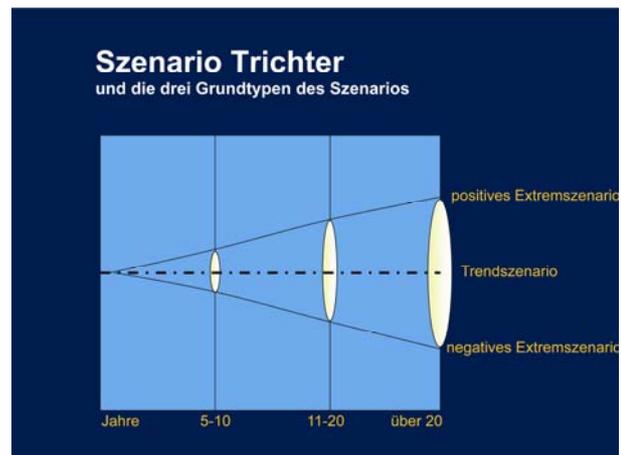
SZENARIOWORKSHOPS

Auf Basis der Datenanalyse wurden am 14. und 21. Jänner 2014 zwei Szenarioworkshops durchgeführt, um konkrete Maßnahmen und Empfehlungen zu erarbeiten. Ziel war es, mit einer kleinen Gruppe aus verschiedenen Bereichen und Altersgruppen sehr praktisch und zukunftsorientiert das Thema „Demografischer Wandel“ zu bearbeiten.

Dafür wurde eine Matrix erstellt und in Zusammenarbeit mit der LAG ausgefüllt (siehe Matrix auf der nächsten Seite) bzw. Teilnehmer/innen eingeladen.

Mit der Methode der Szenariotechnik wurde in einer kleinen Runde ausgewählter Persönlichkeiten und gemeinsam mit den Expert/innen kurzweilig und effizient ein Zukunftsbild der LEADER-Region Waldviertler Grenzland skizziert und Schlüsselthemen identifiziert.

Wesentliche Einflussfaktoren für die Schöpfung regionaler Entwicklungspotenziale sowie deren wechselseitige Wirkungen wurden identifiziert und Szenarien entwickelt. Darauf aufbauend wurden wichtige Schwerpunkte und Handlungsfelder definiert (siehe Bericht Band 2).



Auf Basis der Hauptregionsstrategien (HR) und der bisher vorliegenden Informationen zum LEADER-Programm 2013 bis 2020 wurde eine Sektorengliederung abgeleitet.

Ziel war es, die Struktur des Demografie Checks möglichst stringent für einen künftigen LEADER-Strategieplan (LES) aufzubereiten. Ebenso für die in Überarbeitung befindlichen HR-Strategien.

Ziel der Workshops:

- Gemeinsame Sichtweise der Ausgangssituation - Zusammenhänge herausarbeiten
- Arbeitsfelder festlegen und Prioritäten setzen
- Maßnahmen und deren Adressaten definieren - Botschafter/innen für das Thema finden

In Kleingruppen wurde während der Workshops intensiv diskutiert. Den Teilnehmer/innen standen die Datenbroschüre und Analyseergebnisse zur Verfügung. Als Fachinput gab es vor jeder Arbeitseinheit ein Expertenreferat von Josef Wallenberger.

MATRIX DER TEILNEHMER/INNEN BEI DEN SZENARIOWORKSHOPS

Name	Gemeinde/ Betrieb Organisation	weiblich	männlich	unter 30 Jahre	über 30 Jahre	Politik	Verwaltung	Gröennd-1	Gröennd-2	Branche 1	Branche 2	Branche 3	selbstständig	unselbstständig	Interessens-vertretern	KR Traisen-Göbental	Kleinregion Plebschtal	Kleinregion Mbitka	Hoch 6	Gemeindeverbund	Schallburg

PROTOKOLL SZENARIOWORKSHOP 1

Termin: 14. Jänner 2014, 18:00 – 21:15 Uhr **Ort:** VHS Gmünd

Teilnehmer/innen



(siehe Teilnehmer/innen-Liste)

Ablauf

- Projekt „Demografie Check LEADER-Region Waldviertler Grenzland
- Bild der Region (Daten & Fakten)
- Vorstellungsrunde
- Arbeitseinheit 1: Einflussfaktoren im Waldviertel > Präsentation im Plenum
- Arbeitseinheit 2: Szenarien erarbeiten > Präsentation im Plenum
- Soziales Gehalt im Waldviertel
- Ausblick

Szenariotechnik

In zwei Workshops mit Vertreter/innen der Region, (Leit)betrieben und Steuerungsgruppe werden mittels methodischer Elemente der Szenariotechnik Einflussfaktoren und deren wechselseitige Wirkung bestimmt. Darauf aufbauend werden Szenarien entwickelt und mögliche Maßnahmen erarbeitet. Bei diesen Workshops werden insbesondere die Themen Wirtschaft und Tourismus bearbeitet.

Ziel der Szenarioworkshops

- Gemeinsame Sichtweise der Ausgangssituation
- Zusammenhänge herausarbeiten und verstehen
- Arbeitsfelder festlegen und Prioritäten setzen
- Maßnahmen und deren Adressaten definieren
- Botschafter/innen für das Thema finden

Einstieg: Gedanken zum demografischen Wandel

Bunter. Abwanderung. Ausdünnung der Region. Nachhaltige Regionalentwicklung. Überalterung. Ehrenamt. Jugend. Herausforderung. Daseinsqualitätssicherung durch interkommunale Kooperation. Zukunft (so dass Jugend Chance bekommt). Panikmache. Lebensqualität. Kampf um Zuwanderung. Vorwärts. Geburtenrückgang bei steigender Lebenserwartung. Fehlende Arbeitsplätze für Hochqualifizierte. Daseinsvorsorge. Nachhaltigkeit (Gegenthese Zentralraum). Trends verändern. Jugend halten. Ausbildungsqualität. Mut.

Ergebnis der 1. Arbeitseinheit: Einflussfaktoren

Welche Faktoren beeinflussen die Entwicklungen im Waldviertel.

Regionale Wirtschaft

Einkaufsverhalten

- Fahr nicht fort – kauf im Ort
- Bewusstseinsbildung regionale Dienstleistungen und Produkte zu kaufen
- Regionale Komponente bei Ausschreibungen berücksichtigen
- Umwelt- und Sozialfaktoren

Wer ist betroffen: Alle regionalen Unternehmer/innen und Konsument/innen

Warum wichtig: Kaufkraft, Wertschöpfung, Arbeitskräfte, bessere Löhne, gutes Familieneinkommen, Nachwuchs in der Region, Arbeitsplätze für Menschen, die hier bleiben möchten

Kleinregionale Wirtschaftskreisläufe im W4

- Stärkung

Warum wichtig: Wertschöpfung in der Region halten

Regionale Betriebe, Bestandspflege

- Stärkung der Wirtschaft sowie der Landwirtschaft
- Ausbildung verbessern und dem örtlichen Bedarf anpassen

Wer ist betroffen: Unternehmer/innen und Landwirt/innen, junge Arbeitnehmer/innen

Warum wichtig: damit die Betriebsnachfolge gesichert wird, Arbeitsmarkt



Qualifizierte Arbeitsplätze bzw. -kräfte

- Ausreichend junge, qualifizierte Arbeitskräfte für W4 Betriebe nach Generation 40+
- Arbeitsplatzattraktivität erhöhen und Innovationen möglich machen
- Junge Betriebe (neue)
- Bestehende (Groß-)Betriebe erhalten können (z.B. Eaton)
- Anreize für Jugend im Waldviertel zu bleiben und Initiative zu ergreifen

Wer ist betroffen: Jeder Betrieb, Gemeinden als Kommunalsteuerempfänger

Warum wichtig: Weniger Jugend > weniger Kinder > Schließung von Betreuungseinrichtungen und Ausbildungseinrichtungen > weniger Innovation und Bewegung > beschleunigt Alterung der Gesellschaft

Ausbildung (der eigenen Arbeitskräfte)

- Was wird benötigt / welche Ausbildungen? > Ausbildung für die Region
- Langsame Entwicklung von Schulen bezüglich momentaner / zukünftiger Entwicklungen
- Technische Ausbildungen im Hintertreffen, viele HAK's
- Außenstellen ins Waldviertel holen

Wer ist betroffen: Jugend, Arbeitnehmer/innen mit Sicherheit für Arbeitsplatz, Betriebe mit Sicherstellung von Arbeitsplätzen

Warum wichtig: Wir haben momentan Ausbildungen für die wir keine Arbeitsplätze bieten können (z.B. HAK > Büro)

Arbeit (Mobilität, Betriebsansiedlung, Arbeitsplätze für Fachkräfte)

- Qualifizierte Arbeitskräfte in der Region halten bzw. zum Zuzug bewegen
- Ausbildung stimmt nicht mit Arbeitsangebot überein – technische Berufe
- Traditionsbetriebe mit Innovation erhalten
- Industriestandort stärken
- Infrastruktur (Verkehr, Datenhighway, Telearbeit)
- Leistungsgerechte Entlohnung – gleicher Lohn wie in Zentralräumen für gleiche Arbeit

Wer ist betroffen: gut ausgebildete Arbeitnehmer/innen und Arbeitgeber/innen

Warum wichtig: Attraktivitätssteigerung, Rückkehrmöglichkeit nach Zeit in Zentralräumen

Nahversorgung

- Gesicherte Versorgung der Bevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfes, gesunde Lebensmittel, ärztliche Versorgung, Ämter und Behörden

Wer ist betroffen: Bevölkerung

Warum wichtig: Erhaltung und Verbesserung der Lebensqualität

Infrastruktur

Mobilität & Infrastruktur

- Kommunikation und Internet
- Bus und Franz-Josefs-Bahn modernisieren
- Straße Wien – Linz – Budweis ausbauen
- Soziale Infrastruktur für ältere Menschen

Wer ist betroffen: Bevölkerung, Kommunen, Politik, Arbeitgeber/innen, Arbeitnehmer/innen

Warum wichtig: Gegen Abwanderung, Ader für Arbeitsplätze, Standortsicherung, Zuwachs-sicherung, Zukunftsperspektive für die Jugend

Regionales Budget

- Budget für Investitionen in die Region muss erhöht werden
- Wohnbau forcieren

Wer ist betroffen: Bürgerinnen, Gemeinden, Politik, Arbeitgeber/innen, Arbeitnehmer/innen

Warum wichtig: Arbeitsplätze in der Region sichern, Erhöhung der Lebensqualität, Stand-ortsicherung, Zuwachssicherung, Zukunftsperspektive für die Jugend

Lebensqualität

Zielgruppe Mensch

- Interesse und Bedarf im Menschen wecken
- Möglichst viele Anknüpfungspunkte für Jugendliche (Infrastruktur, Einbindung in politi-sche Entscheidungsprozesse, Jugendkultur und Vernetzung innerhalb der Jugend fördern)
- Kindertourismus (Buntes Dorf)
- Leistbares Wohnen
- Vereinsleben, private Gemeinschaft, gesellschaftlicher Zusammenhalt
- Grundversorgung für ältere Personen sowie
- individuelle Betreuungsmodelle, Pflege sichern
- Ältere Menschen in gesellschaftliche Prozesse einbinden -> Ehrenamt
- Kontakte zwischen den Generationen stärken
- Natur, gesunder Lebensraum
- Wohlbefinden
- Leistungsbereitschaft (Arbeit)

Wer ist betroffen: Alle

Warum wichtig: Steigerung der Bevölkerungsdichte, Überalterung entgegenwirken

Ortskerne und kompakte Siedlungen

- Erhaltung der Ortskerne durch kompakte Siedlungsformen
- Überhöhte Preise von Altgebäuden in Zentren

Wer ist betroffen: Jungfamilien, Wohnungswerber

Warum wichtig: Verhinderung des Verfalls der Ortskerne und Zersiedelung der Landschaft, leistbare Wohnungen für Jungfamilien

Kulturlandschaft, intakte Natur

- Weitere Imageverbesserungen des Waldviertels
- Erhaltung und Nutzung des Naturraumes
- Freizeitgestaltung
- Sinnvolle Nutzung notwendig
- Kooperation / Einbindung der Bevölkerung
- Wichtig für touristische Nutzung – Kindertourismus fördern, kommen später als Erwachsene wieder

Wer ist betroffen: Tourismus, Landwirtschaft, Bewohner/innen des Waldviertels

Warum wichtig: Selbstsicherheit der Bewohner/innen, Produktion gesunder Nahrungsmittel, Verwaltung verhindern, Touristische Nutzung

Lebensqualität für Alt (& Jung)

- Grundversorgung
- Infrastruktur (Seniorenspielplatz, Betreuungsmodelle, Hilfe zur Selbsthilfe)
- Ältere Menschen gestalten mit, Ehrenamt (Freizeit und Aktivitätsprogramme)
- Generationenhäuser
- Verschiedenste, individuelle Lösungen
- Kontakt und Kommunikation zwischen den Generationen
- Alternde Gesellschaft > Gewährleistung der Pflege und Betreuung
- Sozialen Zusammenhalt stärken – Vereine, etc.

Wer ist betroffen: Ältere, Familienangehörige, Wirtschaft, Arbeitsmarkt

Warum wichtig: Sicherung und Verbesserung der Lebensbedingungen für ältere Menschen, Leistbarkeit, Wohlfühlen in der Region

Dialog & Zusammenhalt

Kommunikation, Kontakt zwischen den Generationen

Jugend beteiligen

- Jungen Menschen möglichst viele Anknüpfungspunkte für Lebensmittelpunkt im Waldviertel aufzeigen und bieten
- sowohl passiv (Infrastruktur), als auch aktiv (Entscheidungs- und Einflussmöglichkeiten)
- Vernetzung/Netzwerke zur Jugend (Schneeballsystem)
- Infrastruktur, Tagesbetreuung, Jugendkultur

Wer ist betroffen: Jugendliche, Familien mit Kindern

Warum wichtig: Um Alterung der Gesellschaft entgegen zu wirken

Bildung (auch Tschechisch als Fremdsprache)

- Chance nutzen und CZ als zweite lebende Fremdsprache lernen
- Bildung als Wohnstandortfaktor
- Bildungsangebot an den regionalen Standort angleichen
- Fachhochschule oder Universitätszweigstelle in der Region einrichten

Wer ist betroffen: Eltern, Kinder (bis 25 Jahre), Arbeitgeber/innen

Warum wichtig: Wertschöpfung in der Region wird größer

Grenzüberschreitende Zusammenarbeit

Wer ist betroffen: Bewohner/innen und Arbeitsmarkt in der Grenzregion

Warum wichtig: Völkerverständigung, Ausweitung des Wirtschaftsraumes



Ergebnisse der 2. Arbeitseinheit: Szenarien erarbeiten

Positive Szenarien

Regionale Wirtschaft

2020

- Qualifizierte Facharbeitskräfte sind vorhanden und finden Arbeit
- Traditionelle Struktur blieb erhalten – KMU
- Verbesserte Wertschöpfung regionaler Produkte – Marke Waldviertel
- Hochwertige Lebensmittel werden produziert
- „Lebendige“ überlebensfähige Produktions- und Gewerbebetriebe
- Wir verkaufen uns nicht billig - gleicher Lohn für gleiche Leistung wie in Zentralräumen
- Erfüllende Jobs für die Jugendlichen nach ihrer Ausbildung
- Funktionierende überregionale sowie internationale Zusammenarbeit

2030

- Neue Betriebe in Betriebsgebieten
- Große Nachfrage nach qualifizierten Arbeitnehmer/innen
- Funktionierende grenzüberschreitende Wirtschaftskooperationen
- Positive Leistungsbilanz
- Betriebe und Gemeinden verfügen über „Spielkapital“ um NEUES auszuprobieren
- Mehr Autonomie wird „erwirtschaftet“ und leistet sich damit Schulen, Hallenbäder etc.
- Die Wirtschaftlichkeit ist nicht mehr der Maßstab, um Innovationen umzusetzen

Infrastruktur

2020

- Alle Haushalte verfügen über einen schnellen Internetanschluss
- Ausbau der Straßenverbindungen Richtung Zentralräume ist erfolgt
- Franz-Josefs-Bahn Wien - Waldviertel in 1,5 Stunden
- Gesicherte ärztliche Versorgung und Betreuung für ältere Personen
- Gezielte bedarfsorientierte Ausbildung für Jugend
- Nahversorgung ist gesichert
- Das Waldviertel erfüllt digitale Agenda: Jede Gemeinde hat Masterplan für Breitband erstellt, mind. 30 % der Haushalte mit 100 Megabit, die restl. 70 % mind. 30 Megabit
- Das Waldviertel ist energieautark

2030

- Hochleistungsstraßen Wien – Linz – Budweis
- Jeder Ort zwischen Wien – Waldviertel – Linz ist mit Öffis erreichbar
- Franz-Josefs-Bahn zweigleisig ausgebaut: Wien – W4 in 50 min, Gmünd - Prag in 50 min
- Internationaler Flughafen Budweis ist in Betrieb
- Innovatives öffentliches Verkehrssystem (on demand)
- Grenzüberschreitende Zusammenarbeit im Gesundheits- und Sozialbereich ist selbstverständlich
- Jeder Haushalt verfügt über einen Glasfaseranschluss

Lebensqualität

2020

- Weniger Korruption (Politik)
- Babyboom
- Entwicklung vom sanften Tourismus zur Wohlfühlregion, dadurch:
- Florierende Tourismuswirtschaft
- Attraktive, belebte Ortskerne

2030

- Intakte Umwelt
- Gesunde, nicht zersiedelte Landschaft
- Arbeit und Ausbildung stimmen zusammen
- Tradition ist erhalten
- Gute Perspektiven für Jung und Alt
- Energieautarkie ist gesichert
- Generationsübergreifender Dialog (Handlungen und Einrichtungen) funktioniert

Dialog & Zusammenhalt

2020

- Förderung des Dialogs in Dörfern, mit der Jugend, zwischen Freiwilligenorganisationen
- Viele kleine „Spielwiesen“ für Innovationen werden zugelassen, sodass Projekte umgesetzt werden können
- Die regionale Politik tritt aktiv an Gruppen / Organisationen heran – Einbindung in Entscheidungsprozesse
- Wertschätzung wird gelebt / vermittelt
- Jugendgruppen / -organisationen werden gefördert
- Hilfe zur Selbsthilfe wird angeboten (VHS-Kurse, Vorträge, etc.)
- Mehr grenzüberschreitende Projekte als 2013

2030

- Nachbarschaftshilfe ist selbstverständlich
- Ehrenamtliche Tätigkeiten sind erstrebenswert und werden geschätzt
- Dialog und Zusammenarbeit zwischen Organisationen funktioniert
- Die Vielfalt an freiwilligen Leistungen deckt ein breites Spektrum an Zielen ab
- Aktive Einbindung der Jugend, der Kinder in Entscheidungen / Verantwortung
- Grenzüberschreitende Aktivitäten / Zusammenarbeit sind normal
- „Parteidanken“ war gestern, Zusammenarbeit über alle Parteigrenzen hinweg wird gelebt
- Aktives Ortsleben wirkt identitätsstiftend (Wir-Gefühl)

Negative Szenarien

Regionale Wirtschaft

2020

- Rückläufige regionale Aufträge, dadurch:
- Absiedelung von Unternehmen, vor allem KMU – Dienstleister
- Nachfolgeproblematik verstärkt sich
- Leere Industrieparks

2030

- Anhaltende Abwanderung der Betriebe, dadurch:
- Hohe Arbeitslosigkeit und
- Abwanderung der Menschen
- Großhandelsunternehmen „saugen“ die Region aus, investieren nicht, sperren zu
- Leere Industrieparks
- Wirtschaft boomt, viele neue Industriebetriebe: pausenlos brummen die LKW's, Lärm und schlechte Luft, enorm viel Zuzug, Wohnblöcke für die Industriearbeiter/innen, das Waldviertel schaut aus wie eine Industrie- und Satellitenstadt, Energiewirtschaft floriert – überall sind Windparks und alle Flüsse und Bäche sind aufgestaut

Infrastruktur

2020

- Internetanschlüsse am Stand von 2013
- Wenig Investitionen in öffentliche Verkehrsinfrastruktur
- Franz-Josefs-Bahn eingestellt
- Kein weiterer Straßenausbau
- Gleichbleibender Straßenbau: 3-spurig mit Überholverbot, 17 Kreisverkehre zwischen Wien und Gmünd, 17 Abfahrten für Gföhl – „Kirchturmdenken“ beherrscht die Planung
- Pflege nicht gesichert
- Waldviertel bezieht Strom aus Temelin
- Gentechnik hält im Waldviertel Einzug

2030

- Franz-Josefs-Bahn eingestellt
- Es gibt keinen öffentlichen Verkehr
- Keine grenzüberschreitende Zusammenarbeit
- Nahversorgung ist zusammengebrochen
- Allgemein – Mediziner/innen und Fachärzte nur in Großstädte
- Kein Kassenpflegebereich
- Totale Verwaltung
- Waldviertel braucht keine Infrastruktur weil menschenleer

Lebensqualität

2020

- Nur noch wenige Schulstandorte
- Viele Betriebe haben zugesperrt
- Menschen wandern ab
- Gemeinden haben kein Geld, da Bedarfszuweisungen ständig weniger werden
- Finanzwirtschaft wächst weiter

2030

- Waldviertel wurde zum Urwald
- Menschenleer
- Wenn noch wer da ist, dann nur mehr Greis/innen
- Keine Bildungsangebote
- Vereinsamung
- Verfall, keine Tradition, jede/r lebt für sich selbst
- Vergiftete Natur
- Kriminalität wächst
- → Großer TÜPL für ganz Europa

Dialog & Zusammenhalt

2020

- Visionäre („Unruhestifter“) sind ruhiggestellt
- Politisches Hickhack wird gelebt
- Neid in Politik und in Dorfgemeinschaften lähmen die Entwicklungen
- Vereine etc. lösen sich auf
- Jugend wird bewusst vergessen oder nicht gehört

2030

- Keine Vereine / Organisationen
- Die Dorfbewohner/innen (Nachbarn) kennen einander nicht
- Soziale Treffpunkte sind ausgestorben
- Es herrscht allgemein eine negative Stimmung
- Kirchturmdenken als Grundhaltung
- Berührungssängste zwischen Generationen und aufgrund geringer Siedlungsdichte (keine Nachbarschaft)

Soziales Gehalt im Waldviertel als 5. Thema

→ Neben harten, ökonomischen Werten gibt es auch ein soziales Gehalt im Waldviertel:

- Gesunde Umwelt
- Sicherheit, wenig Kriminalität
- Aktive Dorfgemeinschaft, Zugehörigkeitsgefühl (keine Anonymität)
- Aufwachsen in der Natur = Natur verstehen
- Aufwachsen in der Gemeinschaft und in Obhut der Gruppe („Auch wenn ich nicht dabei bin, die anderen Eltern passen auf mein Kind auf.“)
- Keine Belästigung durch Lärm, Leuchtreklamen etc.
- Zu Fuß sofort im Freien, Freiraum für Jeden
- Weniger Hektik im Alltag, Ruhe in der Arbeit, weniger Ablenkung, höhere Produktivität
- Umfeld mitgestalten und mitbestimmen können (Einfluss ausüben)
- Sportmöglichkeiten vor der Tür, Hobbies sind näher
- Günstiges Wohnen
- Vereinsangebot
- Produzenten der Lebensmittel bekannt (Qualität, Transparenz), Ab-Hof-Verkauf
- Rückzugsmöglichkeit
- Solidarität, Nachbarschaft
- Geborgenheit, aufeinander aufpassen (vs. Kontrolle)
- Persönliche Kontakte (beim Arzt, in der Schule), man ist keine „Nummer“
- Medizinische Versorgung einfacher und schneller verfügbar
- Behördenwege einfacher
- Qualität der Schulen bis zur Matura (v.a. auch Hauptschulen)
- Freiheit, unabhängig etwas tun zu können (Aufwachsen im Freien, Gartenarbeit, eigenes Grundstück)

→ Sehnsucht oder Realität?

→ Glaubt man uns dieses Bild, wenn man es so nach außen trägt?

→ Wird es von den eigenen Leuten geschätzt?

→ Handelt es sich hierbei um Rückstand? Oder wird die Region gerade aufgrund ihrer Entwicklung plötzlich wieder wertgeschätzt?

Folgetermin

Datum	Zeit	Beschreibung
21.01.2014	18:00 Uhr	Szenarioworkshop II (WKO Waidhofen/Thaya)

PROTOKOLL SZENARIOWORKSHOP 2

Termin: 21. Jänner 2014, 18:00 – 21:15 Uhr

Ort: WK Waidhofen an der Thaya

Teilnehmer/innen



(siehe Teilnehmer/innen-Liste)

Ablauf

- Reminder und kurze Vorstellungsrunde
- Erarbeitung von Erfolgs- bzw. Messkriterien
- Arbeitseinheit in Kleingruppen: Maßnahmenfindung bzw. Handlungsempfehlungen
- Ausblick & iCommunity

Ergebnisse der 1. Arbeitseinheit: Erfolgskriterien

An welchen Kriterien bewerten wir, ob die Entwicklungen im Waldviertel 2020 / 2030 positiv oder negativ waren.

Regionale Wirtschaft

- Anzahl der öffentlichen Institutionen (Dichte, ..)
- Einkommen pro Arbeitsplatz / Nettoeinkommen bereinigt
- Verhältnis Ausbildungs- zu Arbeitsplätzen
- Bilden wir für die Region aus?
- Zahl der Beschäftigten im Öffentlichen Dienst
- Größe der landwirtschaftlichen Betriebe / Flächen
- Höhe der Kommunalsteuer
- Waldviertler Pisa-Test (ev. Notendurchschnitt der Schüler/innen)
- Anzahl und Qualität der Arbeitsplätze

Infrastruktur

- Versorgungsgrad Breitband
- Auslastung ÖPNV, km - Leistung
- Erreichbarkeitszeiten
- Straßenausbau
- Veränderung Basisinfrastruktur
- Grad der Energie - Selbstversorgung

Lebensqualität

- Umgesetzte Projekte
- Kulturlandschaft (ist erhalten)
- Kriminalitätsrate
- Zufriedenheit (Glücks – BIP)
- Geburtenrate

Dialog & Zusammenhalt

- Funktionäresebene – Barometer
- Wahlbeteiligung bei Gemeinderatswahlen
- Anzahl der Berichte über die Region in regionalen Medien
- Bevölkerungszahl
- Anzahl der Jugendkulturvereine
- Mitgliedszahlen bei Landjugend, Pfadfindern, Seniorenvereinen, kath. Jugend, etc.
- Anzahl der ehrenamtlich tätigen Menschen

Ergebnisse der 2. Arbeitseinheit: Handlungsempfehlungen

Regionale Wirtschaft

Bildungsregion Waldviertel

Ziele:

- Spezialisierung nach Bedarf der Region
- Zusätzliche Schüler/innen durch überregionale Bedeutung, weil Angebot exzellent ist
- Vielfalt statt Konkurrenzkampf

Zielgruppen: Jugendliche ab Pflichtschulalter, Lehrlinge und Erwachsene aus allen Regionen rund um das Waldviertel

Kurzbeschreibung: Derzeit kämpft jeder Ausbildungsstandort ums kurzfristige Überleben – es besteht ein Konkurrenzkampf um jede Schülerin / jeden Schüler. Durch das Schaffen eines „Daches über alle Bildungseinrichtungen“ unter aktiver Einbindung der einzelnen Bildungseinrichtungen sollte eine Spezialisierung der Angebote näher am Bedarf der Wirtschaft, verbunden mit überregionaler Bedeutung, gelingen.

Marke Waldviertel - Qualitäts- und Marketingoffensive der Waldviertler Produkte

Ziele:

- Erhöhung der Wertschöpfung der Waldviertler Qualitätsprodukte durch
- Professionelles Marketing für die Handwerks-, Industrie- und Dienstleistungsangebote/-produkte
- KMU's und Großbetriebe in den Bereichen Handwerk, Industrie und Dienstleistungen sollen „hoch gehalten“ werden

Zielgruppen:

- (potenzielle) Kund/innen in und außerhalb der Region
- Facharbeitskräfte – hohe Arbeitsplatzqualität für qualitativ hochwertige Produkte

Kurzbeschreibung: Handwerks-, Dienstleistungs- und Industrieprodukte sollen qualitativ möglichst top gehalten werden und durch adäquate Marketinginstrumente über die Region hinaus zu einem guten Preis vermarktet werden. Ev. Splitting in Qualität und Marketing.

Infrastruktur

Autobahn / Schnellstraße

Ziele:

- 2 Haupttrouten
- Betriebsansiedelungen – Industrie und produzierendes Gewerbe
- Arbeitsplätze
- Ansiedelung konzentrieren auf hochrangige Achse(n)

Zielgruppen:

- Industrie und produzierendes Gewerbe
- Facharbeitskräfte – hohe Arbeitsplatzqualität für qualitativ hochwertige Produkte

Leadpartner: Politik („politischer Wille“)

Weitere Partner: Wähler/innen, Mandatäre

Förderungen für Nahversorger

Ziele: Sicherung der (umfassenden) Nahversorgung

Zielgruppen:

- Lebensmittelhändler
- Gastronomie

Kurzbeschreibung: Die Nahversorgung muss gesichert / gewährleistet werden. Dazu braucht die Politik neue Konzepte, um die Basisinfrastruktur zu sichern. Das momentane Fördersystem ist dafür nicht geeignet – ineffizient! Die EU – Kofinanzierungen sind unwirksam, Einmalzahlungen wären besser. Der Wettbewerb muss „verzerrt“ werden.

Leadpartner: Lokale, regionale Politiker/innen

Weitere Partner: Gemeindeglieder/innen, Wähler/innen

TÜPL als Ausbildungsstätte für Blaulichtorganisationen

Ziele:

- Nachhaltige Nutzung des TÜPL
- Erhöhung der regionalen Wertschöpfung
- Sicherung von Arbeitsplätzen

Zielgruppen: Alle Blaulichtorganisationen – FFW, RK, Fahrsicherheitszentren, ...

Kurzbeschreibung: Entwicklung und Umsetzung einer zeitgemäßen (nationalen und internationalen) Ausbildungsstätte für Blaulichtorganisationen – praxisnahes Training

Leadpartner: Nationale, regionale und lokale Politiker/innen

Weitere Partner: Blaulichtorganisationen

Lebensqualität

Generationenwohnen

Ziele: Bessere Verständigung zwischen Jung und Alt

Zielgruppen: Alle

Kurzbeschreibung: „Leistbare Wohnungen“ für Jung & Alt. Gegenseitige Nachbarschaftshilfe. Schaffen von Start-, Singlewohnungen für Jugendliche, Jungfamilien, Personen mit Handicap. Mitalternde Wohnungen. Bessere Absicherung vor sozialem Mißbrauch bei Sozialwohnungen.

Leadpartner: Wohnbaugenossenschaften, Politik

Weitere Partner: Land, Gemeinden

Anerkennung des Ehrenamtes / der Freiwilligenarbeit

Ziele:

- Vereine, Organisationen, Funktionäre
- Erhaltung von Tradition

Zielgruppen: Vereine, Organisationen, Funktionäre

Kurzbeschreibung: Materielle Unterstützung z.B. bei Investitionen durch Förderungen, etc. Unterstützung mit Know-how bei Öffentlichkeitsarbeit zur Hebung von Image, Bekanntheit, etc. Unterstützung bei Errichtung und Betrieb von Freizeiteinrichtungen wie z.B. Beachvolleyball / Langlauf / Musik / Bäder / ...

Leadpartner: Gemeinden, Land

Weitere Partner: Sponsoren

Dialog & Zusammenhalt

Verbesserung der Rahmenbedingungen für Vereine

Ziele:

- Mehr Freiwillige in Führungspositionen
- Erhöhung der Sicherheit bei Haftungsfragen
- Minimierung von Risiken generell

Zielgruppen: Vereine, Politik

Kurzbeschreibung: Vereine sollen mehr rechtliche Sicherheit erhalten, um sich weiterhin motiviert und aktiv in die Gesellschaft einbringen zu können. Die Politik muss sich dieser Problemstellung bewusst sein und die Gesetze entsprechend adaptieren. Vereinsservice gehört weiter ausgebaut.

Leadpartner: Politik

Weitere Partner: Vereine

Intensivierung / Attraktivierung von Bürgerbeteiligung

Ziele:

- Bürger/innen fühlen sich angesprochen
- Bürger/innenwünsche werden ernst genommen
- Kinder lernen Vereine / Vereinsziele / Vereinsarbeit kennen, z.B. durch Vorstellung und Diskussion in Schulen
- Verbesserung der Bürgerservices

Zielgruppen: Gemeinden mit allen „Institutionen“ wie Schulen, Kiga, Vereine, ..

Kurzbeschreibung: Bei geplanten Vorhaben auf kommunaler und regionaler Ebene sollen die Betroffenen verstärkt eingebunden werden (Motto: vom Betroffenen zum Verbündeten) durch das Einbringen eigener Ideen und Meinungen. Dadurch wird höhere Akzeptanz und damit verstärkte Bereitschaft zur Mitarbeit geschaffen. Die Gefahr von Fehlinvestitionen vor- bei an den Bürger/innen wird dadurch vermindert. Über soziale Netzwerke sollen Jugendliche zur Mitarbeit eingeladen werden. Bei Bürger/innenwünschen kann dadurch auch Mitarbeit eingefordert werden im Sinne von: : wenn ihr das wünscht, dann erwarten wir uns

Leadpartner: Politik und Verwaltung

Weitere Partner: Vereine, aktive Mitbürger/innen



Förderung von Solidaritätsprojekten

Ziele:

- Mindern des Egoismus in der Gesellschaft
- Werbung für solidarisches Verhalten
- Bereits in den Schulen Solidarität / Toleranz thematisieren und leben
- Aufzeigen von Best Practice

Zielgruppen: Die Gesellschaft

Kurzbeschreibung: Jugend begegnet Alter: z.B. Schüler/innen basteln für Ältere Geschenke und überreichen diese dann auch; Feuerwehr lädt ein zum „aktiven Zusehen“ bei Übungen und Wettkämpfen, um Verständnis und Interesse zu wecken bzw. zu steigern.



Ausblick

iCommunity

Es soll ein Netzwerk von interessierten Personen entstehen, die auch zukünftig gemeinsam aktiv an dem Thema weiterarbeiten wollen. Und die darüber hinaus als Multiplikatoren auftreten. Um auch bewusst über den Tellerrand hinaus zu blicken, laden wir dazu in allen von der Wallenberger & Linhard Regionalberatung betreuten LEADER-Regionen ein. Die detaillierte Kommunikationsstruktur wird bei Projektende feststehen.

Nächste Schritte

In den nächsten Monaten werden alle Ergebnisse der Regionsanalyse, der Studien- und Literaturrecherchen, der Interviews und der Workshops analysiert und zu einem Erstbericht zusammengefasst. Dieser wird dann mit der Prozesssteuerungsgruppe der LEADER-Region Waldviertler Grenzland diskutiert, adaptiert und zu einem endgültigen Schlussbericht weiterentwickelt. Das laufende Schulprojekt wird bis April / Mai abgeschlossen sein. Dessen Ergebnisse werden ebenfalls in die Handlungsempfehlungen und Maßnahmen einfließen.

ERGEBNISPRÄSENTATION

Termin: 3. Juni 2014, 19:30 – 21:30 Uhr **Ort:** Gasthaus Pichler, Vitis

Am 3. Juni 2014 fand die Ergebnispräsentation des Projektes „Demografie Check der LEADER-Region Waldviertler Grenzland“ in Vitis im Gasthaus Pichler statt.

Mehr als 50 interessierte Personen folgten der Einladung der LEADER-Region zur Präsentation des Projektes, der Motivbefragung mit fünf HAK-Klassen des Waldviertels und der Handlungsempfehlungen aus dem Demografie Check.



Der Informationsabend widmete sich der Frage, ob die Auswirkungen einer älter werdenden Gesellschaft wirklich so dramatisch sind für das Waldviertel, oder ob es sich um eine vorhersehbare gesellschaftliche Entwicklung handelt, auf die reagiert werden kann.

Mit dem Demografie Check, der zwischen Juli 2013 und Juni 2014 erarbeitet wurde, beweist die LEADER-Region die notwendige Weitsicht, die sie braucht, um auf die Vielfalt an Veränderungen in unserer Gesellschaft zu bewältigen. Sie will ihre Gemeinden und Betriebe dabei unterstützen, das dafür notwendige kommunale und betriebliche Wissen zu erweitern.

Unterstützung kam von der ecoplus und der Abteilung RU2 des Landes NÖ sowie von der Wallenberger & Linhard Regionalberatung in Kooperation mit con.os tourismus consulting.

Nach der Begrüßung des Obmannes Johann Hofbauer und einer kurzen Einleitung in das



Thema von Mag. Nina Sillipp (Wallenberger & Linhard Regionalberatung) wurden einige Ergebnisse und deren Interpretation aus der Motivbefragung in Form einer Interviewrunde mit den anwesenden HAK-Lehrer/innen und Schüler/innen und einer Präsentation von Josef Wallenberger (Wallenberger & Linhard Regionalberatung) vorgestellt.

Interviewrunde geführt von Josef Wallenberger (Wallenberger & Linhard Regionalberatung) mit Mag. Peter Hofbauer und Mag. Gabriele Lukesch (HO), Jakob Körner und Mag. Christian Zeilinger (GD), Mag. Reinhard Preißl (WT), Mag. Angelika Mitterecker, Tobias Damberger und Lukas Pichler (ZT)

Die Skizzierung des Projektablaufes und des umfassenden Beteiligungsprozesses im letzten Jahr wurde von Gerhard Linhard (Wallenberger & Linhard Regionalberatung) übernommen.

Die Einschätzungen und Anregungen aller Beteiligten durch Interviews, Szenarioworkshops und die Motivbefragung wurden für die Konzeption herangezogen. Ergänzt und überarbeitet durch die fundierte Expertise „von außen“, konnten so die Schwerpunkte und Maßnahmen erarbeitet werden.

Josef Wallenberger stellte die aus dem Prozess abgeleiteten Maßnahmen - und hier vor allem die **Top 3 + 2** Schwerpunkte - für die nächste LEADER-Periode vor:

1. Langes Leben im Waldviertel - Pilotprojekt Waldviertler Grenzland
 2. Top-Ausbildner der Region
 3. Radparadies Nördliches Waldviertel
- + Junges Waldviertler Grenzland
 - + iTreffpunkt Demografie (T7)



Josef Wallenberger, Gerhard Linhard und Martin Huber bei ihren Vorträgen im Laufe des Abends.

Anschließend wurden die Teilnehmer/innen gebeten, ihr Interesse an den einzelnen Schwerpunkten zu bekunden und sich zur Mitarbeit für mögliche Folgeprojekte zu melden. Kärtchen zum Ausfüllen wurden verteilt, die am Ende der Veranstaltung abgegeben werden konnten. Dadurch konnten insgesamt 20 Interessierte eruiert werden.

Zum Schluss gab der LEADER-Manager, Mag. Ing. Martin Huber, einen Ausblick zur aktuell laufenden Arbeit an der neuen LEADER - Entwicklungsstrategie und erläuterte den Gästen die Bedeutung der bei der Veranstaltung vorgestellten Ergebnisse für die Zukunft der LEADER - Region.

PRÄSENTATION DER HAK WAIDHOFEN/THAYA

Termin: 4. Juni 2014, 07:50 – 09:00 Uhr **Ort:** HAK Waidhofen an der Thaya

Um das Projekt schulintern bestmöglich abzuschließen, präsentierte die 4. Klasse der HAK Waidhofen an der Thaya ihre selbst ausgewerteten Ergebnisse der Motivbefragung am 4. Juni 2014 im Rahmen ihrer Unterrichtsstunde „Projektmanagement“.

Mag. Nina Sillipp (Wallenberger & Linhard Regionalberatung) und Mag. Ing. Martin Huber (LEADER-Manager) sowie die befragte Klasse der Neuen Mittelschule Waidhofen/Thaya mit zwei Lehrerinnen waren zu dieser Präsentation eingeladen.



Die Schüler/innen der 4. Klasse der HAK Waidhofen an der Thaya gemeinsam mit Mag. Nina Sillipp, Mag. Ing. Martin Huber und zwei Lehrerinnen der Neuen Mittelschule Waidhofen/Thaya.

Die HAK-Klasse befragte 99 Schüler/innen zwischen 13 und 15 Jahren und zwei Lehrerinnen der Neuen Mittelschule Waidhofen/Thaya. Die Ergebnisse können im Band 4 nachgelesen werden.

DEMOGRAFIE QUICKCHECKS FÜR GEMEINDEN

Der Demografie Quickcheck ist ein Online-Fragebogen mit je acht Fragen zu acht Themengebieten. Jede Gemeinde war aufgerufen, diesen Fragebogen via Internet auszufüllen, um sofort eine **erste Einschätzung** zu erhalten, wie die jeweilige Gemeinde auf den demografischen Wandel vorbereitet ist.

Der Quickcheck ist unter folgendem Link zu erreichen: www.regionalberatung.at/demografie

The screenshot shows a web browser window displaying the website of Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH. The page is titled "Demografie" and features a navigation menu with options like "Unternehmen", "Kernbereiche", "Tools", "Projekte", "Schriftenreihe", and "Demografie". A search bar on the left lists locations such as "Marchfeld", "Mostviertel-Mitte", "NÖ Süd", and "W4 Grenzland". The main content area includes a headline: "Kommune, Region oder Unternehmen. Der demografische Wandel betrifft alle." followed by a call to action: "Machen Sie jetzt den Demografie Quick-Check!" with buttons for "für Gemeinden" and "für Unternehmen". Below this, there is text explaining the importance of demographic change and a section titled "Veränderungen erkennen. Entwicklungen voraussehen. Zukunft gestalten: Demografie als Chance." The page also contains several paragraphs of text discussing demographic trends and their impact on communities and businesses.

Die Wallenberger & Linhard Regionalberatung bietet diese Quickcheck über die firmeneigene Webseite an.

Die daraus gewonnenen Daten dienen vorrangig zur Sensibilisierung der Kommunen, aber auch für das Leitungsteam zur Vorbereitung auf sämtliche Veranstaltungen.

ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK

Gemeinde	Antw.	Allgemein	Wirtschaft, Arbeit	Politik, Verwaltung	Gesundheit, Alter	Wohnen, Siedlungsentw.	Jugend, Bildung	Infrastruktur, Mobilität	Freizeit, Ehrenamt	Gesamt
Rappottenstein	1	●	●	●	●	●	●	●	●	112,0
Bad Großpertholz	1	●	●	●	●	●	●	●	●	106,0
Waldenstein	2	●	●	●	●	●	●	●	●	105,5
Großschönau	1	●	●	●	●	●	●	●	●	105,0
Echsenbach	1	●	●	●	●	●	●	●	●	99,0
Großdietmanns	3	●	●	●	●	●	●	●	●	94,0
Litschau	4	●	●	●	●	●	●	●	●	93,0
Schweiggers	1	●	●	●	●	●	●	●	●	90,0
Karlstein	1	●	●	●	●	●	●	●	●	89,0
Waidhofen Th	4	●	●	●	●	●	●	●	●	86,0
Heidenreichstein	5	●	●	●	●	●	●	●	●	83,2
Hirschbach	1	●	●	●	●	●	●	●	●	83,0
Schrems	2	●	●	●	●	●	●	●	●	83,0
Dietmanns	5	●	●	●	●	●	●	●	●	82,4
Hoheneich	5	●	●	●	●	●	●	●	●	80,6
Dobersberg	5	●	●	●	●	●	●	●	●	79,0
Groß Siegharts	1	●	●	●	●	●	●	●	●	79,0
Altmelon	1	●	●	●	●	●	●	●	●	78,0
Vitis	1	●	●	●	●	●	●	●	●	77,0
Unserfrau-Altweitra	3	●	●	●	●	●	●	●	●	74,7
Groß Gerungs	4	●	●	●	●	●	●	●	●	73,3
Weitra	7	●	●	●	●	●	●	●	●	71,3
Amaliendorf	2	●	●	●	●	●	●	●	●	70,5
Kirchberg	4	●	●	●	●	●	●	●	●	66,5
Gastern	1	●	●	●	●	●	●	●	●	56,0
Reingers	2	●	●	●	●	●	●	●	●	54,5
Zwettl	3	●	●	●	●	●	●	●	●	45,3
Thaya	1	●	●	●	●	●	●	●	●	20,0
Altensteig	0	●	●	●	●	●	●	●	●	0,0
Arbesbach	0	●	●	●	●	●	●	●	●	0,0
Nagelberg	0	●	●	●	●	●	●	●	●	0,0
Eggern	0	●	●	●	●	●	●	●	●	0,0
Eisgarn	0	●	●	●	●	●	●	●	●	0,0
Gmünd	0	●	●	●	●	●	●	●	●	0,0
Göpfritz	0	●	●	●	●	●	●	●	●	0,0
Haugschlag	0	●	●	●	●	●	●	●	●	0,0
Kautzen	0	●	●	●	●	●	●	●	●	0,0
Langschlag	0	●	●	●	●	●	●	●	●	0,0
Harbach	0	●	●	●	●	●	●	●	●	0,0
Pfaffenschlag	0	●	●	●	●	●	●	●	●	0,0
Sankt Martin	0	●	●	●	●	●	●	●	●	0,0
Schwarzenau	0	●	●	●	●	●	●	●	●	0,0
Waldkirchen	0	●	●	●	●	●	●	●	●	0,0
Windigsteig	0	●	●	●	●	●	●	●	●	0,0

Nicht teilgenommen.

Status GRÜN: Die Gemeinde hat sich schon mit den wichtigsten Fragen des demografischen Wandels beschäftigt.

Status GELB: Die Gemeinde ist sich bewusst, dass es wichtig ist, sich mit den demografischen Veränderungen und deren Auswirkungen zu beschäftigen. Bisher hat sie aber nur wenig Energie dafür aufgebracht.

Status ROT: Die Gemeinde bemüht sich aktuell noch wenig bis kaum um die Themen rund um den demografischen Wandel. Mit dieser Arbeit rechtzeitig zu beginnen ist jedoch entscheidend für die positive Entwicklung der Gemeinde.

EINSCHÄTZUNGEN AUS DEN ERGEBNISSEN DER QUICKCHECKS

Es ist zu beachten, dass es sich um eine Selbsteinschätzung von wenigen Vertreter/innen pro Gemeinde handelt. Die Ergebnisse spiegeln daher „nur“ die Realität dieser Teilnehmer/innen wider.

Teilnahme

- 28 der 44 Gemeinden haben teilgenommen (63 %).
- Teilnehmerrekord: Gemeinde Weitra mit 7 Teilnehmer/innen
 - 4 Gemeinden mit 5 TN
 - 4 Gemeinden mit 4 TN
 - 3 Gemeinden mit 3 TN
 - 4 Gemeinden mit 2 TN

Kategorien-Ranking (grün / gelb / rot)

Die besten 3

- Freizeit und Ehrenamt (18 / 9 / 1)
- Gesundheit und Alter (16 / 11 / 1)
- Jugend und Bildung (16 / 10 / 2)

Die schlechtesten 3

- Wirtschaft und Arbeit (3 / 19 / 6)
- Allgemein (8 / 14 / 6)
- Infrastruktur und Mobilität (10 / 16 / 2)

Gemeinderanking (Punkte)

Die besten 3

1. Rapottenstein (112)
2. Bad Großpertholz (106)
3. Waldenstein (105,5)

Die schlechtesten 3

1. Thaya (20)
2. Zwettl (45,3)
3. Reingers (54,5)

Erkenntnisse

Die Gemeindeergebnisse liegen sehr weit auseinander (von 20 bis 112 Punkten). Bis auf einen „Ausreißer“ (Thaya mit nur 20 Punkten) sind die Ergebnisse dazwischen relativ gleichmäßig verteilt. Der Großteil der Gemeinden liegt im Mittelfeld im Bereich von 70-90 Punkten.

Im Vergleich zu anderen Regionen schätzen sich die Gemeinden der LEADER-Region Waldviertler Grenzland relativ positiv ein.

Die wichtigen Kategorien „Wirtschaft und Arbeit“ und „Infrastruktur und Mobilität“ sind unter den schlechtesten drei. ==> Handlungsbedarf!

Die Kategorie „Freizeit und Ehrenamt“ wurde ungewöhnlich hoch bewertet und stellt somit eine Stärke der Region dar, die unbedingt erhalten und ausgebaut werden sollte.

INTERVIEWS MIT REGIONALEN ORGANISATIONEN UND BETRIEBEN

Um Einschätzungen regionaler Organisationen und Betriebe zu erhalten, wurden zwischen Dezember 2013 und Februar 2014 telefonische Interviews von jeweils mindestens 30 Minuten mit Schlüsselpersonen durchgeführt.

Aus den Ergebnissen wurde eine Sensibilitätsanalyse erstellt. Diese zeigt auf, welche Branchen und Unternehmen wie stark vom demografischen Wandel betroffen sind und wie die Unternehmen mit dem Thema demografischer Wandel umgehen.

INTERVIEWPARTNER

Name	Organisation / Ort	Termin
Dr. Brigitte Wögenstein	HARTL HAUS Eichenbach	12. Dez. 2013
David Süß	Stadtgemeinde Schrems	17. Dez. 2013
Helga Mayer	EATON Schrems	7. Jänner 2014
Bgm. Margit Göll	Gemeinde Moorbach Harbach	7. Jänner 2014
Bgm Andreas Beer	Stadtgemeinde Gmünd	8. Jänner 2014
Karl Immervoll	Betriebsseelsorge Oberes Waldviertel Heidenreichstein	8. Jänner 2014
DI Josef Granner	AGRANA Gmünd	13. Jänner 2014
Anton Koczur (Bgm.a.D.)	Gemeinde Groß-Siegharts	13. Jänner 2014
Desiree Lirnberger	Landjugend Göpfritz an der Wild	15. Jänner 2014
Stefan Schrenk	Schrenk Holztreppe & Türen Vitis	6. Februar 2014

ZUSAMMENFASSENDE ERKENNTNISSE AUS DEN INTERVIEWS

Allgemein

Die ersten Gedanken zum Thema "Demografischer Wandel" sind überwiegend "Abwanderung" und "Überalterung".

Umgang mit dem Thema Demografie

Alle befragten Personen halten das Thema für wichtig für die Region. Aber nur rund ein Drittel glaubt, dass die Region gut darauf vorbereitet ist.

Positive Erwartungen²:



Negative Erwartungen:



² Je öfter ein Begriff genannt wurde, desto größer wird er dargestellt.

Unternehmen

Führungskräfte der großen Unternehmen befassen sich mit dem Thema. Kleine bis mittlere Unternehmen befassen sich wenig oder gar nicht damit.

Über altersgerechte Arbeitsplätze wurde nur in einem der befragten Unternehmen konkret nachgedacht.

Für den Großteil der befragten Unternehmen ist das Thema wichtig. Entsprechende Maßnahmen werden aber nur vereinzelt gesetzt.

Unternehmen unterstützen ihre Mitarbeiter/innen am häufigsten im Gesundheitsbereich.

Nur vereinzelt übernehmen Unternehmen hohe soziale Verantwortung für ihre Mitarbeiter/innen und setzen Maßnahmen für umweltfreundliches Wirtschaften.

Gemeinden

Die befragten Gemeindevertreter/innen schätzen die Kompetenz ihrer Gemeinden in Sachen Demografischer Wandel durchwegs hoch ein.

Bei der Frage der Nachnutzung potentiell leer stehender Gemeindegebäude gibt es noch Nachholbedarf.

Thesen-Check

Keinem der befragten Personen waren die Schwerpunkte der regionalen wirtschaftlichen Entwicklung voll klar. Hier ist Handlungsbedarf.

Die Bedeutung der Landwirtschaft und der Verkehrsinfrastruktur wird von den Befragten sehr hoch eingeschätzt.

Die Hälfte der Befragten glaubt, dass die Region nicht genug für den Wirtschaftsstandort tut.

Alle stimmten zu, dass eine ältere Bevölkerung eine Chance für die Wirtschaft ist.

Fast alle sind überzeugt, dass der Ausbau der Verkehrsinfrastruktur für die Standortattraktivität entscheidend ist.

SENSIBILITÄTSANALYSE

Umgang mit dem Thema Demografie					
	sehr	etwas	kaum	nicht	
wichtig für Region	9	1	0	0	0
Region vorbereitet	0	3	6	1	1
selbst befasst	3	3	4	0	0
Unternehmen / Organisationen					
	sehr	etwas	kaum	nicht	
Thema ist intern wichtig	2	1	1	0	0
findet ausreichend Arbeitskräfte	2	1	1	0	0
Führungsebene befasst sich mit Dem.Wandel	0	2	1	1	1
Altersgerechte Arbeitsplätze definiert	0	1	2	1	1
Untersützung bei Gesundheitsvorsorge	4	0	0	0	0
Flexible Arbeitszeitmodelle	0	1	3	0	0
Gemeinden					
	sehr	etwas	kaum	nicht	
Gemeinderat diskutiert Demografischen Wandel	0	1	1	1	1
Gemeinde informiert über Aktivitäten	3	0	0	0	0
Gemeinde bezieht Akteure ein	2	0	1	0	0
Kontakt zu Stakeholder	1	2	0	0	0
Interkommunale Zusammenarbeit	2	1	0	0	0
Übersicht über verfügbare Immobilien	2	1	0	0	0
Standortbeauftragte/r vorhanden	1	0	1	1	1
Plan B für potentielle Leerstände	0	0	2	1	1
Gemeinde unterstützt Ehrenamt	3	0	0	0	0
Bildungsbeauftragte/r vorhanden	2	0	1	0	0
Thesen-Check					
	sehr	etwas	kaum	nicht	
klare Schwerpunkte für wirtschaftliche Entwicklung	0	6	2	2	2
Region gewinnt an wirtschaftlicher Attraktivität und Bedeutung	3	4	2	1	1
Unternehmen positive Grundhaltung	2	7	1	0	0
Tourismus Rückgrat der Wirtschaft	3	2	2	3	3
Landwirtschaft weiterhin wichtig	6	1	1	2	2
Standortattraktivität nur bei Ausbau der Verkehrsinfrastruktur	5	4	1	0	0
Region tut genug für Wirtschaftsstandort	2	3	4	1	1
Dabei wird auf nachhaltige Entwicklung geachtet	4	3	2	1	1
Gemeinden unterstützen Unternehmen	3	6	1	0	0
positive wirtschaftliche Entwicklung nur mit Nachhaltigkeit	8	2	0	0	0
Bevölkerung älter = Chance für Wirtschaft	8	1	0	1	1

Wichtige Wirtschaftsorganisationen:³



Wichtige Wirtschaftspersonen:



³ Auch hier und bei allen weiteren Darstellungen gilt: Je öfter ein Begriff, eine Organisation oder ein Name genannt wurde, desto größer wird er dargestellt.

Wirtschaftshemmnisse:



Tourismusbelebung:



Leitbetriebe im Handel:



Leitbetriebe im Handwerk:



Leitbetriebe in der Dienstleistung:

Caritas
T-Systems Fab4Mind
Frank-Bus
Prokopek-EDV
Fürnkranz-Schrems WWV-Gmünd
Schewig-Horn
Hilfswerk
Volkshilfe

Leitbetriebe im Tourismus:

Blockheide
Pürbach
Litschau Groß-Gerungs
Naturpark-Heidenreichstein Stift-Zwettl
Sole-Felsenbad Golfplätze Literatur-im-Nebel Unterwasserwelt
Pertholz Schrammelfestival
Ottenschlag Harbach Sonnentor Kletterpark-Rosenburg
Burg-Heidenreichstein Waldland
Schreiber-Schrems Traunstein
Hopferl-Gmünd
Goldener-Stern-Gmünd
Schwarzalm Sonnenwelt

Leitbetriebe in der Industrie:



Leitbetriebe im Bereich Energie:



FRAGEN AN DIE INTERVIEWPARTNER/INNEN

1. *Daten der Interviewpartner*

Name des Interviewers

Name des Interviewpartners

Unternehmen / Organisation des Interviewpartners

Gemeinde des Interviewpartners

(Leader)Region des Interviewpartners

Interviewpartner ist in erster Linie ...

Unternehmer/in

Gemeindevertreter/in

Bürger/in

Zeit und Ort des Interviews

Ort

Datum

Uhrzeit von-bis

Dauer in Stunden

Form des Interviews

telefonisch / Skype / Hangout

persönlich

schriftlich

sonstiges

2. *Allgemeine Fragen zum demografischen Wandel*

Woran denken Sie, wenn Sie den Begriff „Demografischer Wandel“ hören?

Ganz generell: Für wie wichtig halten Sie das Thema für die Zukunft der Region?

sehr wichtig

eher wichtig

weniger wichtig

unwichtig

Ihrer Einschätzung nach: Wie gut ist die Region auf das Thema vorbereitet?

- sehr
- etwas
- kaum
- gar nicht

Wie intensiv haben Sie sich bzw. hat sich Ihre Organisation/Ihr Unternehmen bereits mit dem Thema befasst?

- sehr
- etwas
- kaum
- gar nicht

Auf welche Bereiche der Region wird sich Ihrer Meinung nach der demografische Wandel EHER POSITIV auswirken? Und warum?

Auf welche Bereiche der Region wird sich Ihrer Meinung nach der demografische Wandel EHER NEGATIV auswirken? Und warum?

3. Fragen an Unternehmer/innen

Wie wichtig ist das Thema Demografischer Wandel derzeit in Ihrem Unternehmen?

- sehr
- etwas
- kaum
- gar nicht

Für wie zutreffend halten Sie die folgenden Aussagen in Bezug auf Ihr Unternehmen / Ihre Organisation?

	sehr	etwas	kaum	gar nicht
Wir finden am Arbeitsmarkt ausreichend Nachwuchskräfte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unsere Führungskräfte und Belegschaftsvertreter haben sich mit dem Thema „Alter und alternde Belegschaften“ schon tiefgreifend auseinandergesetzt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wir wissen, welche Arbeitsplätze im Betrieb alterskritisch sind und besetzen altersgerechte Arbeitsplätze gezielt mit älteren Mitarbeitern.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wir unterstützen unsere Mitarbeiter bei der Gesundheitsvorsorge.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bei uns können Mitarbeiter ihre Arbeitszeit flexibel gestalten, z.B. mit unterschiedlichen Arbeitszeitmodellen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Mit welchen Maßnahmen übernimmt Ihr Unternehmen soziale Verantwortung für die Mitarbeiter/innen?

Mit welchen Maßnahmen fördert Ihr Unternehmen umweltfreundliches Wirtschaften.

4. Fragen an Gemeindevertreter/innen

Für wie zutreffend halten Sie die folgenden Aussagen in Bezug auf Ihre Gemeinde?

	sehr	etwas	kaum	gar nicht
Im Gemeindeamt und Gemeinderat wird regelmäßig über den Demografischen Wandel diskutiert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Gemeinde informiert die BürgerInnen regelmäßig und zeitnah über die Themen, die den Gemeinderat beschäftigen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Gemeinde bindet BürgerInnen, Vereine oder Bürgerinitiativen in (für sie geeignete) Projekte ein.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
VertreterInnen der Gemeinde treffen Sie sich regelmäßig mit Schlüsselpersonen aus den Bereichen Wirtschaft, Gesundheit, Bildung, Energie, Mobilität usw.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Gemeinde kooperiert mit Nachbargemeinden, um Gemeindeleistungen kostengünstiger erbringen zu können.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unsere Gemeinde hat aktuelle Aufzeichnungen über verfügbare Bauflächen, leer stehende Wohnungen und Häuser.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In der Gemeinde gibt es eine Person, die sich speziell um die Bewerbung und Betreuung von Zuzüglern kümmert	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es gibt einen „Plan B“ für in Zukunft vielleicht leer stehende Gemeindeeinrichtungen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Gemeinde unterstützt ehrenamtliche Arbeit (Geld, Sachleistungen) und würdigt diese durch Anerkennung (Ehrungen).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In der Gemeinde beschäftigt sich jemand aktiv mit den Themen Schulen und Erwachsenenbildung.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Fragen an Bürger/innen

Für wie zutreffend halten Sie die folgenden Aussagen in Bezug auf Ihre Gemeinde bzw. Region?

	sehr	etwas	kaum	gar nicht
Die Gemeinde informiert die BürgerInnen regelmäßig und zeitnah über die Themen, die den Gemeinderat beschäftigen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
VertreterInnen der Gemeinde treffen sich regelmäßig mit Schlüsselpersonen aus den Bereichen Wirtschaft, Gesundheit, Bildung, Mobilität, Energie usw.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Gemeinde bindet BürgerInnen, Vereine oder Bürgerinitiativen in (für sie geeignete) Projekte ein.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In der Gemeinde gibt es ausreichend barrierefreie Wohnungen/Häuser und Dienstleistungsangebote für ältere Menschen, damit diese möglichst lange ein selbständiges Leben führen können.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In der Gemeinde gibt es ausreichend Nachmittagsbetreuung für Kinder.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinder und Jugendliche haben in der Gemeinde ein gutes Freizeit-, Kultur- und Sportangebot.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Nahversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs ist in der Gemeinde in ausreichendem Maß sichergestellt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wichtige Einrichtungen in der Region können in angemessener Zeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreicht werden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Gemeinde unterstützt ehrenamtliche Arbeit und würdigt diese durch Anerkennung?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In der Region gibt es ausreichend Arbeitsplätze.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In der Region gibt es genügend Ausbildungsplätze.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Gemeinde setzt auf nachhaltige Entwicklung (ökonomisch, ökologisch, sozial).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Fragen zur wirtschaftlichen Entwicklung der Region

Thesen Check: Für wie zutreffend halten Sie die folgenden Aussagen in Bezug auf Ihre Region?

	sehr	etwas	kaum	gar nicht
Es gibt klare Schwerpunkte für die wirtschaftliche Entwicklung der Region.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Region wird an wirtschaftlicher Attraktivität und Bedeutung gewinnen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Unternehmen blicken mit einer positive Grundhaltung in die wirtschaftliche Zukunft.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Tourismus wird das Rückgrat der Wirtschaft werden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Landwirtschaft wird für die Region weiterhin wichtig bleiben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Thema Standortattraktivität: Vom weiteren Ausbau der Verkehrsinfrastruktur hängt alles ab.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Auf Regionsebene wird genug für die Zukunft des Wirtschaftsstandortes getan.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dabei wird auf eine ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltige Entwicklung geachtet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Gemeinden agieren als unterstützender Partner der Unternehmen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eine positive wirtschaftliche Entwicklung wird nur dann möglich sein, wenn wir in allen Belangen auf ökonomische, ökologische und soziale Nachhaltigkeit achten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Bevölkerung wird in Zukunft zwar älter werden, aber das ist für die lokale Wirtschaft eher eine Chance.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ich nenne Ihnen einige Branchen. Bitte nennen Sie die aus Ihrer Sicht wichtigsten Betriebe der Branche in der Leader-Region (Leitbetriebe). Bitte berücksichtigen Sie dabei auch kleine, aber besonders innovative Betriebe.

Handel

Handwerk

Dienstleistung

Tourismus

Produzierendes Gewerbe / Industrie

Energie

In der Region sind verschiedene Institutionen, Einrichtungen, Gruppen und Organisationen für die Wirtschaftsentwicklung aktiv. Welche sind aus ihrer Sicht ...

die wichtigsten Organisationen

die wichtigsten Personen

Thema Tourismus: Wo liegt Ihrer Meinung nach das größte Potential in Ihrer Region?

Auf welche Themen, Schwerpunkte, Leitprojekte sollte man setzen, um den Wirtschaftsstandort für die Zukunft zu stärken?

Was hemmt Ihrer Meinung nach die wirtschaftliche Entwicklung der Region?

Woran kann man Ihrer Meinung nach in ein paar Jahren zweifelsfrei erkennen, dass die Standortentwicklung in der Region erfolgreich war.

Gibt es noch etwas Wichtiges, was wir zu diesem Thema noch nicht angesprochen haben, was wir aber jedenfalls beachten sollten?

7. Zum Abschluss

Sind Sie bereit, mit uns weiter am Thema Demografischer Wandel zu arbeiten?

	Ja	Unsicher	Nein
Via Internet-Erhebung Fragen beantworten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
in Arbeitsgruppen mitarbeiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

INTERVIEWS MIT TOURISMUSBETRIEBEN DER REGION

AUSGANGSLAGE

Ziel der Untersuchung

Ziel der touristischen Demografie-Analyse von con.os tourismus consulting gmbh war die Einschätzung des momentanen Status Quo der Betriebe der Leader-Region Waldviertler Grenzland und deren Auseinandersetzung mit dem Thema „Demografischer Wandel“.

Herangehensweise

Nach der primären Datenerhebung erfolgten eine Auswertung sowie eine Interpretation der erfassten Werte. Ausgehend von den Untersuchungsergebnissen wurden erste Handlungsansätze und Maßnahmenempfehlungen abgeleitet, die durch Best practice Beispiele und weitere touristische Benchmarks bestmöglich dargestellt wurden.

Methodik

Nach Rücksprache mit den Leader-Verantwortlichen wurde eine Befragung per eMail durchgeführt. Dazu wurde ein Fragebogen an das von der Leaderregion vorgeschlagene Adressen-Sample von 57 Betrieben versandt⁴. Aufgrund der sehr niedrigen Rücklaufquote dieser Mail-Befragung von lediglich rund 12% (7 valide Antworten) wurden anschließend alle verbleibenden Betriebe telefonisch kontaktiert bzw. zu telefonischen Interviews eingeladen. Die im Zeitraum von 18.06.2014 und 27.06.2014 durchgeführten Telefoninterviews brachten einen Rücklauf von 13 Betrieben, sodass nun insgesamt 20 valide Antworten berücksichtigt werden konnten.

Die befragten Betriebe lassen sich wie folgt gliedern:

- 6 Gastronomiebetriebe
- 4 Beherbergungsbetriebe
- 9 Ausflugsziele
- 1 Tourismusverband

Der Vollständigkeit halber wird angemerkt, dass die Befragungsergebnisse des Tourismusverbandes nicht vollständig mit den Ergebnissen der anderen Betriebe vergleichbar sind und daher nicht überall berücksichtigt werden konnten.

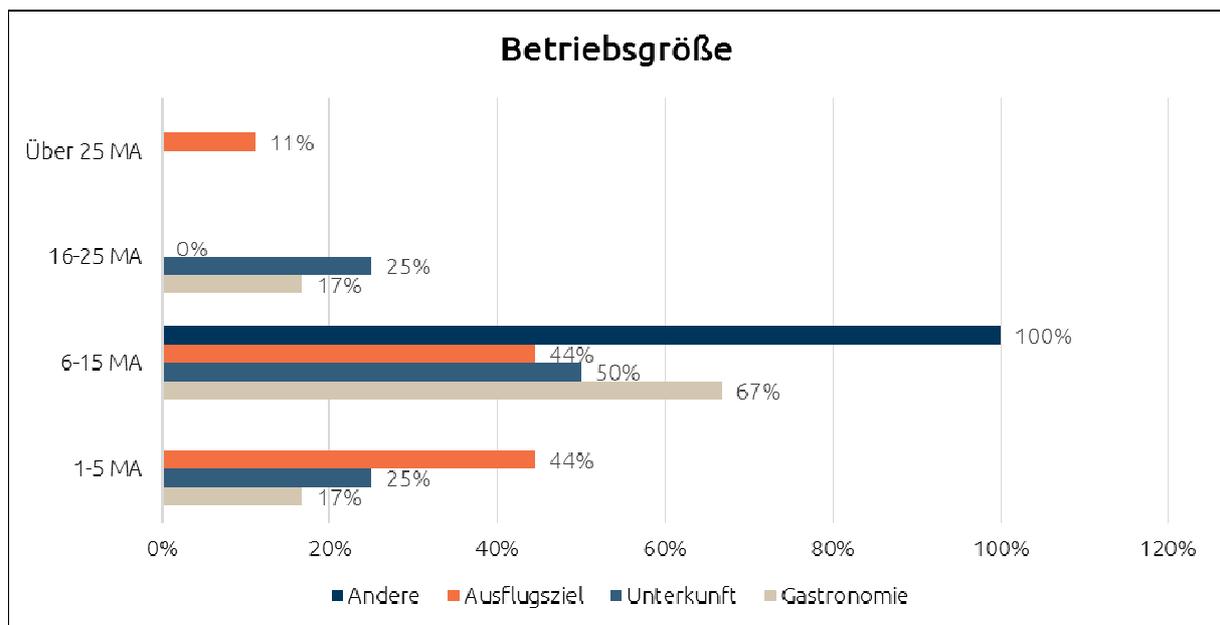
Der für die Mail- bzw. telefonische Befragung verwendete Fragebogen sowie die Übersicht der befragten Betriebe liegen im Anhang bei.

⁴ Das Sample umfasste 11 Gastronomie-Betriebe, 12 Beherbergungsbetriebe, 16 Ausflugsziele, einen Tourismusverband und 17 Tourismusbetriebe, deren Kontaktperson ein Mitglied der Generalversammlung, des Aufsichtsrates oder des Marketingbeirates ist. Um das Befragungsergebnis nicht zu verfälschen, wurden die Mitglieder der Generalversammlung, des Aufsichtsrates und des Marketingbeirates nicht befragt, da davon ausgegangen werden muss, dass diese bereits auf den Demografischen Wandel und die damit verbundenen Chancen und Risiken im Tourismus sensibilisiert sind.

Abschließend gilt es, die Schwierigkeiten der telefonischen Befragung zu erwähnen, da die Mehrheit der Betriebe offensichtlich kein Interesse an einer Befragung zum Thema „Demografie“ zeigte und – trotz mehrfacher Kontaktaufnahme – nicht für eine Befragung zur Verfügung stand.

ERGEBNISSE DER BEFRAGUNG

Grundstruktur der untersuchten Betriebe



Ausflugziel: n=9

Unterkunft: n=4

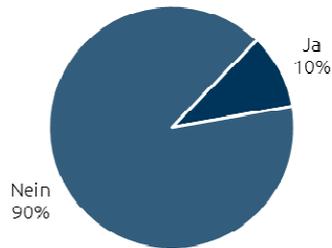
Gastronomie: n=6

Andere: n=1

Der Großteil, nämlich 55% der befragten Betriebe beschäftigt derzeit zwischen 6 und 15 Mitarbeitern, wobei nur einer der befragten Betriebe eine höhere Mitarbeiteranzahl als 25 aufweist. Der Anteil der Unternehmen mit bis zu 5 Mitarbeitern beträgt 30% und die restlichen 10% entfallen auf Betriebe mit einer Mitarbeiteranzahl zwischen 16 und 25.

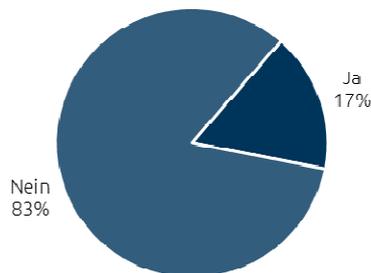
Dies zeigt, dass der Großteil der befragten touristischen Betriebe in der Region Waldviertler Grenzland über eine kleine bzw. mittlere Betriebsgröße verfügt.

Wird es in der Geschäftsführung bzw. in der Weiterführung des Betriebes in den nächsten Jahren Änderungen geben?



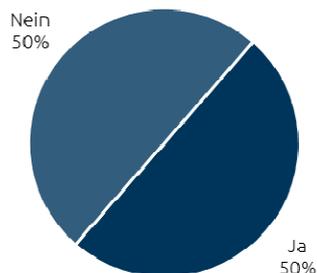
In 90% der befragten Betriebe wird es in den nächsten Jahren keine Änderungen in der Geschäftsführung bzw. in der Weiterführung des Betriebes geben. Lediglich zwei Ausflugsziele geben an, dass es zu einer Änderung kommen wird – wobei es in sich in einem Fall um die Übergabe des Betriebes an ein Familienmitglied und im anderen Fall um eine noch nicht gänzlich geklärte Frage handelt. Beide Betriebe geben an, diese Änderung voraussichtlich im Jahr 2016 durchzuführen.

**Stehen demnächst Investitionen an?
Gastronomie**

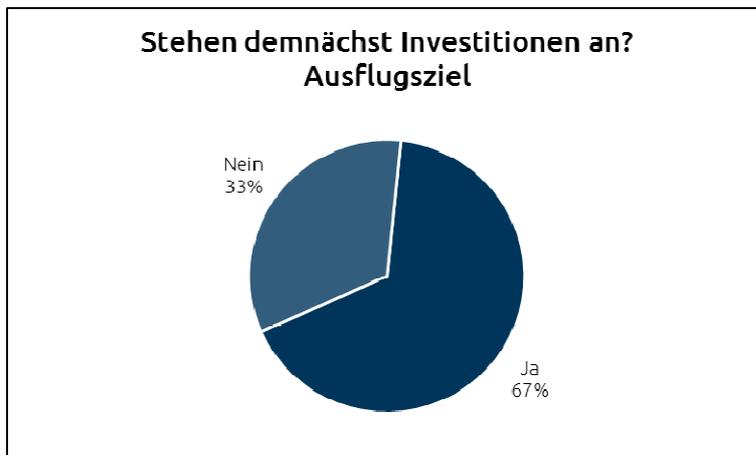


5 der 6 befragten Gastronomiebetriebe werden in den nächsten Jahren voraussichtlich keine Investition tätigen. Lediglich ein Betrieb gibt an, in den nächsten Jahren eine Instandhaltung bzw. Erneuerung des Betriebes durchzuführen.

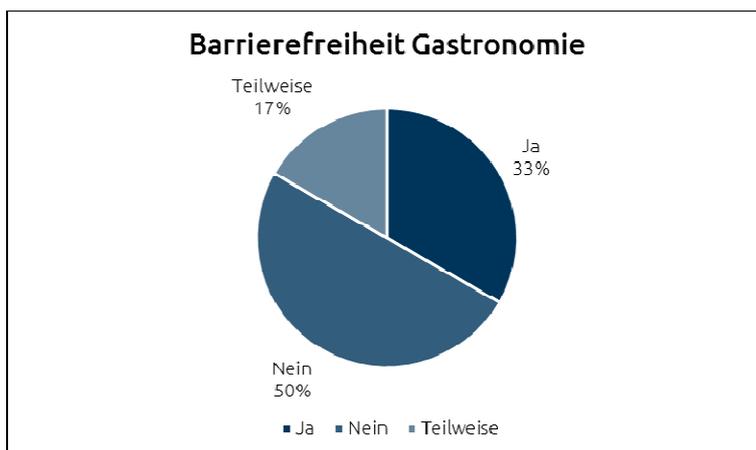
**Stehen demnächst Investitionen an?
Unterkunft**



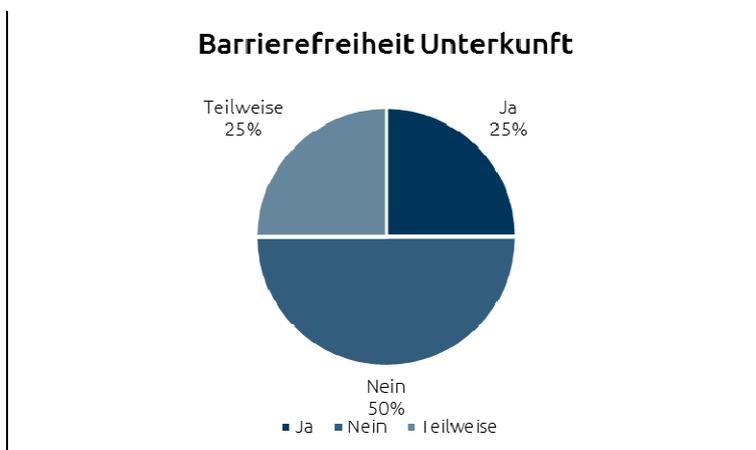
Der Hälfte der befragten Unterkünfte gibt an, in nächster Zeit Investitionen in ihrem Betrieb zu tätigen. Dabei handelt es sich vorrangig um Modernisierungsmaßnahmen bzw. eine Generalrenovierung mit zusätzlichem Ausbau des Betriebes, was durchaus begrüßenswert ist.



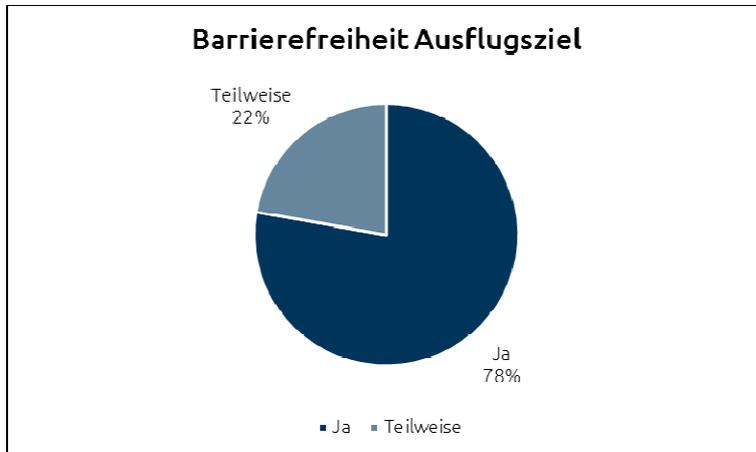
Der Großteil der Ausflugziele der Region plant in den nächsten Jahren, Investitionen in den Bereichen Instandhaltung, Umbau, Ausbau und Erneuerung zu tätigen.



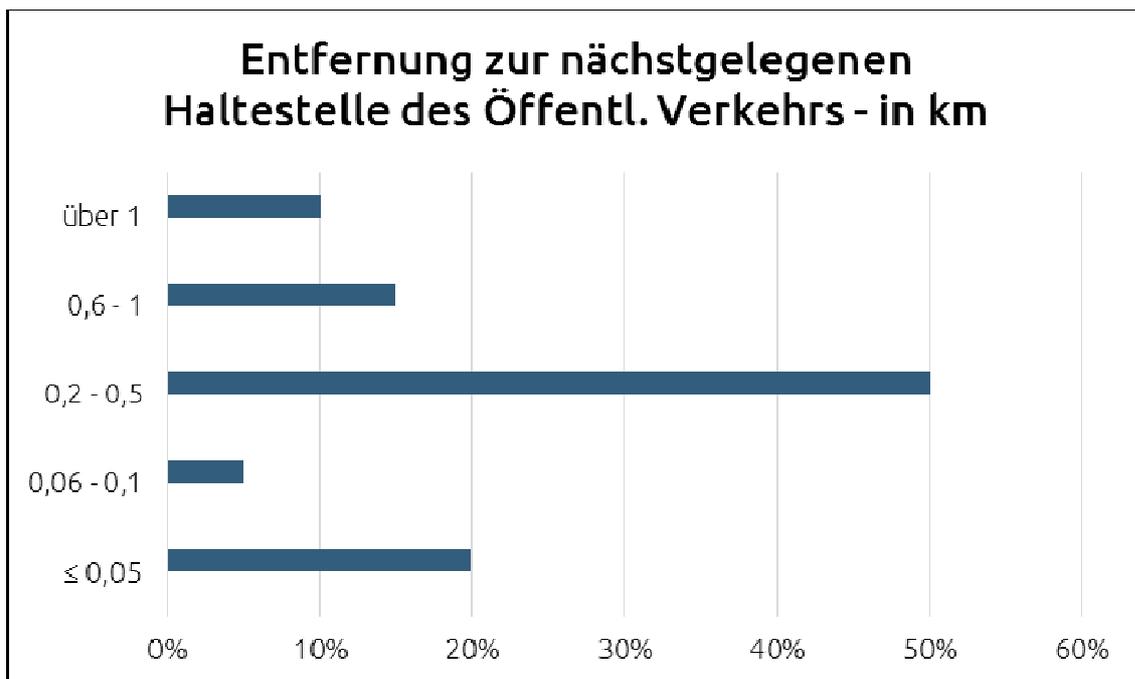
Lediglich 1/3 der Gastronomiebetriebe ist derzeit barrierefrei erreichbar. 50% davon geben an, noch nicht barrierefrei erreichbar zu sein und 17% weisen zumindest eine teilweise Barrierefreiheit auf.



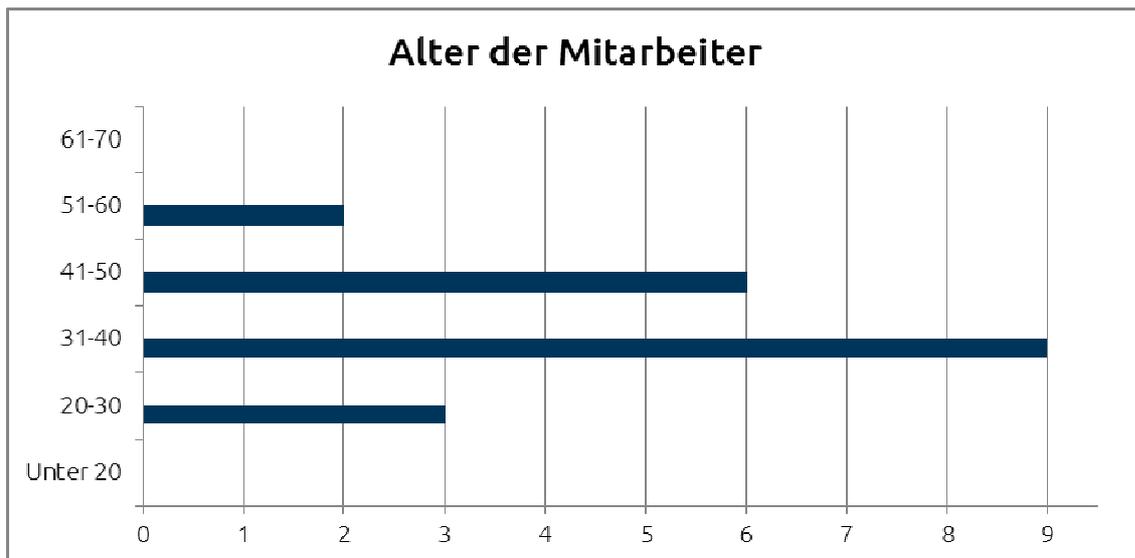
Der Anteil der barrierefreien Unterkünfte liegt lediglich bei 25%. Weitere 25% geben an, zumindest teilweise barrierefrei gestaltet zu sein. Vor allem in den Bereichen Gastronomie und Unterkunft besteht somit noch deutlicher Optimierungsbedarf, was die (zumindest teilweise) barrierefreie Erreichbarkeit betrifft.



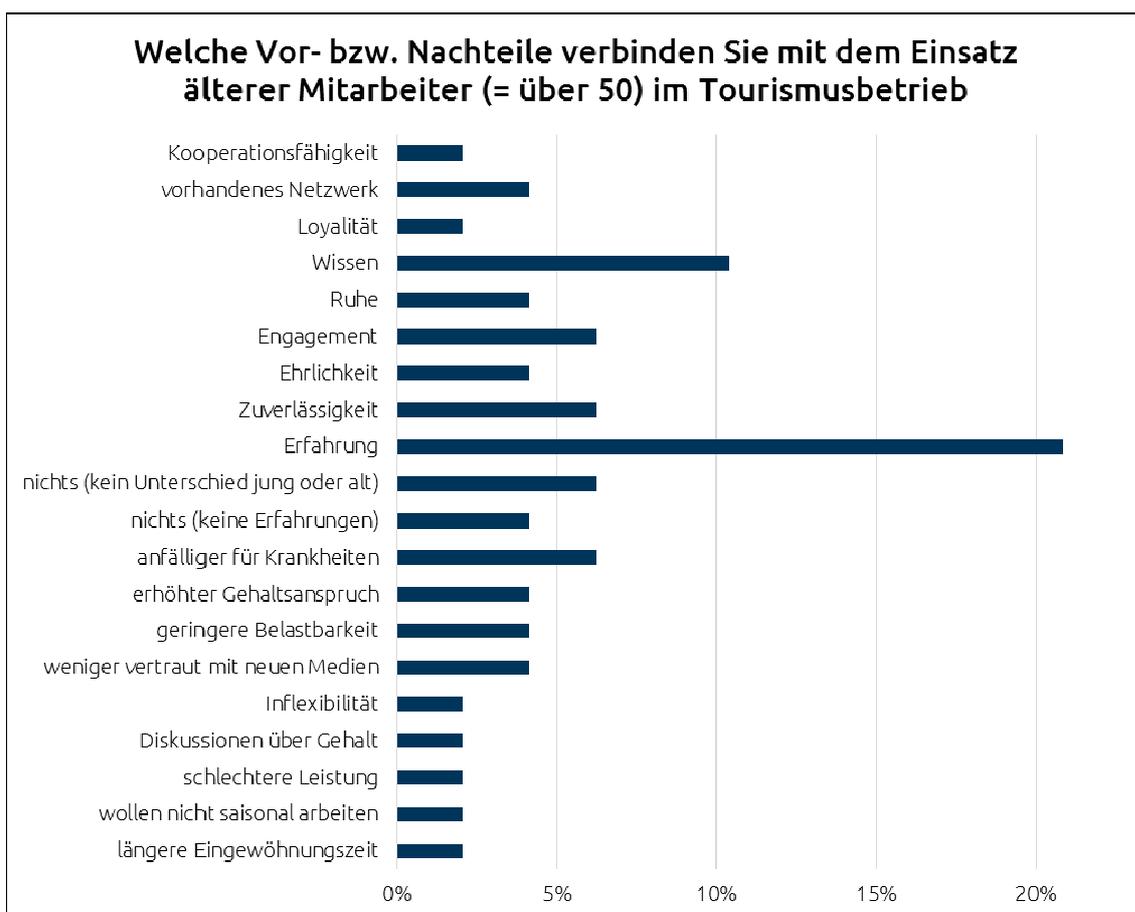
Der Großteil der Ausflugsziele ist laut eigenen Aussagen bereits jetzt barrierefrei gestaltet.



Bei 50% der Befragten liegt die nächstgelegene Haltestelle des öffentlichen Verkehrs in einer Entfernung zwischen 200 und 500m. Lediglich eine Unterkunft sowie ein Ausflugsziel geben an, dass die nächstgelegene Haltestelle mehr als einen Kilometer vom Betrieb entfernt liegt. Dabei wird jedoch von den Betrieben entweder selbst ein Transport von/zur nächsten Haltestelle durchgeführt oder ein Taxiunternehmen damit beauftragt.



Das Alter der Mitarbeiter liegt beim Großteil der befragten Betriebe zwischen 31 und 50 Jahren. Lediglich zwei Betriebe beschäftigen Mitarbeiter, deren Durchschnitts-Alter zwischen 51 und 60 liegt; und dies obwohl das Potenzial von Mitarbeitern dieser Altersgruppe (v.a. aufgrund deren Erfahrung und des Fachwissens) durchaus hoch eingeschätzt wird.

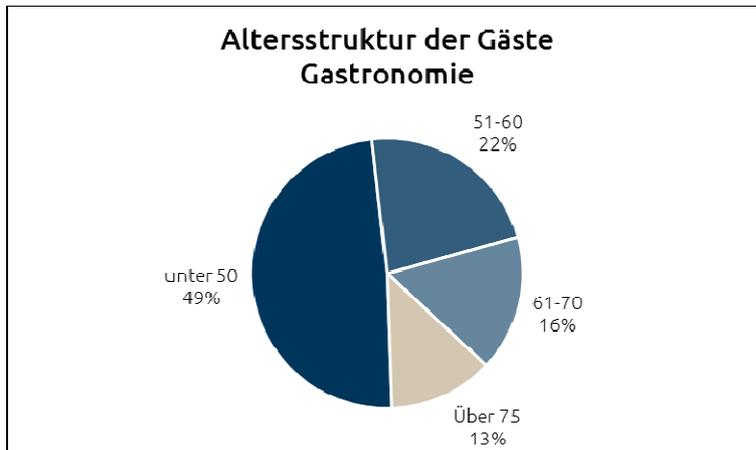


Die Erfahrung bzw. das Wissen der Mitarbeiter über 50 Jahren wird von den meisten Befragten als eindeutige Vorteile dieser Mitarbeitergruppe angegeben. Als Nachteil wird am öftesten der nicht so vertraute Umgang mit neuen Medien erachtet. Lediglich 4% der Befragten

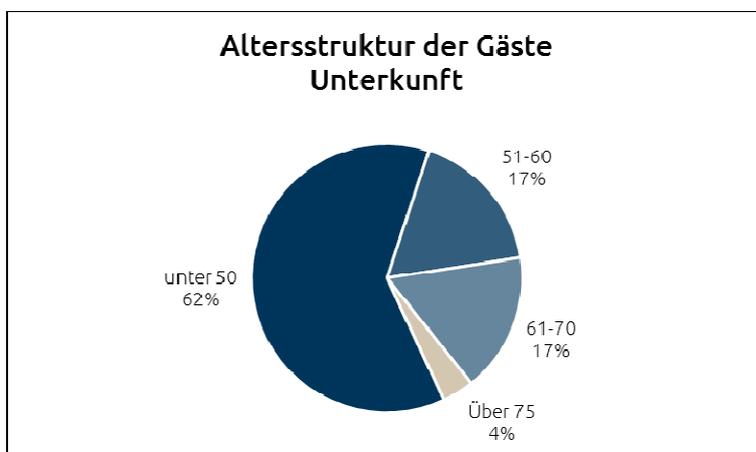
Betriebe geben an, keine Erfahrungen mit dieser Altersgruppe zu haben und 6% geben an, dass keine Unterschiede zwischen Mitarbeitern unter 50 und jenen über 50 bestehen.

Überraschend bei dieser Fragestellung ist, dass rd. 60% der befragten Betriebe sehr wohl Vorteile in der Beschäftigung von Mitarbeitern über 50 Jahren sehen, tatsächlich jedoch nur 2 der befragten Betriebe Mitarbeiter in dieser Altersgruppe beschäftigen.

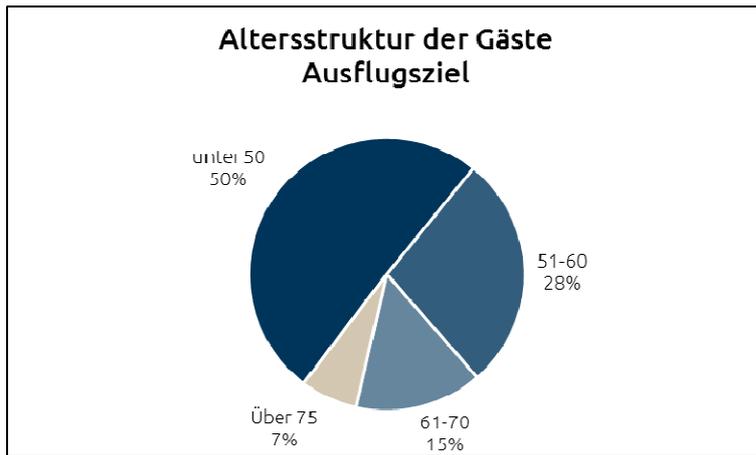
Zielgruppe der untersuchten Betriebe



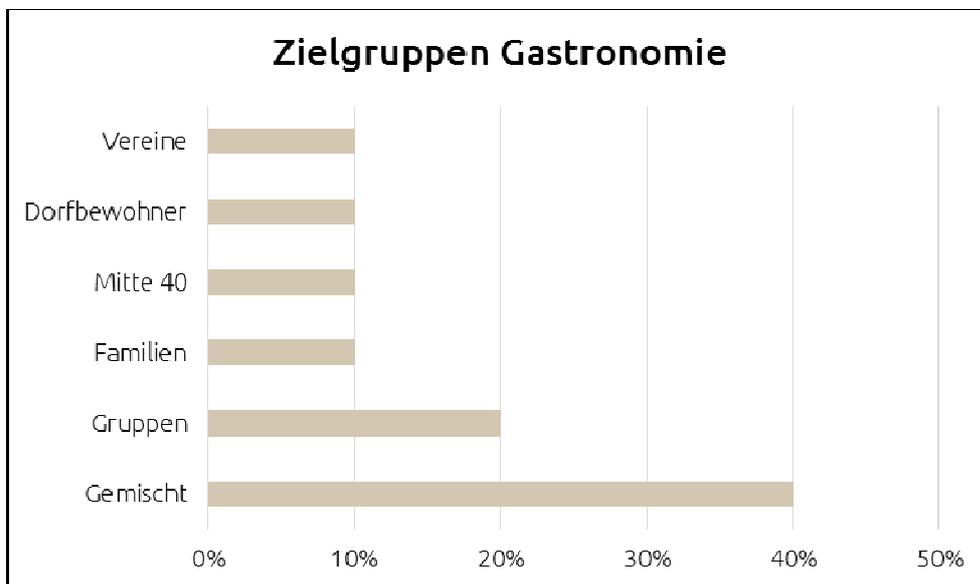
Die befragten Gastronomiebetriebe geben an, dass deren Gäste zu 51% über 50 Jahre alt sind, der Rest (49%) entfällt auf die Altersstruktur der Gäste unter 50 Jahren.



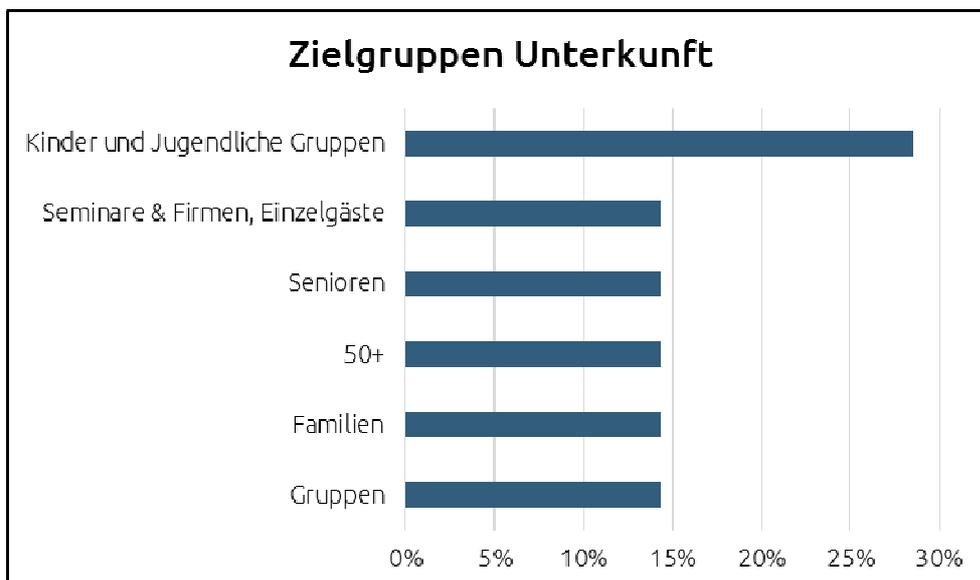
Bei den Unterkünften geben 62% an, dass die vorherrschende Gruppe ihrer Gäste unter 50 Jahren alt ist.



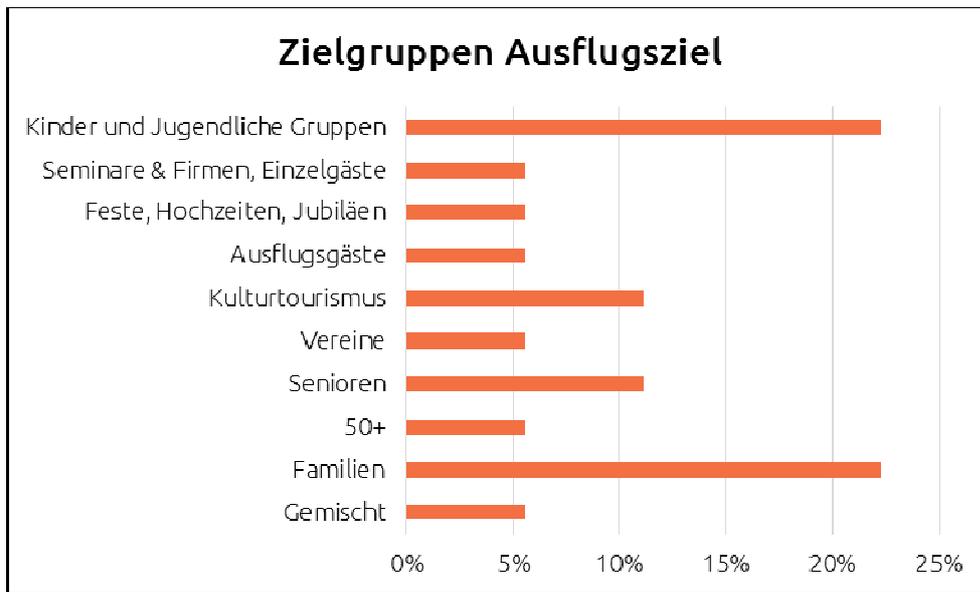
Auch bei den Ausflugszielen sind die Hälfte (50%) der Gäste über 50 Jahre alt.



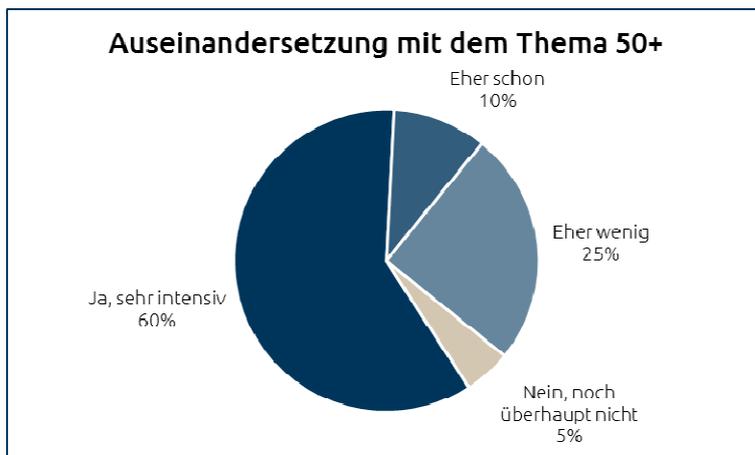
Der Großteil der Gastronomiebetriebe gibt an, dass der Zielgruppenmix sehr stark gemischt, bzw. keine einzig klare Zielgruppe erkennbar ist.



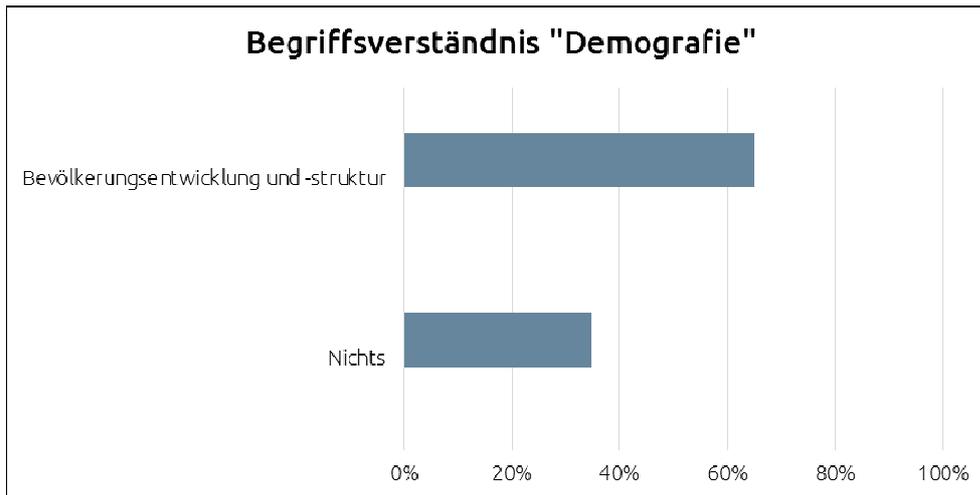
Bei den befragten Unterkunftsbetrieben liegt die Hauptzielgruppe nach eigenen Angaben jedoch bei den Kinder- und Jugendlichen Gruppen.



Auch bei den Ausflugszielen werden vermehrt Kinder- und Jugendliche Gruppen als Zielgruppe angegeben, jedoch spielen auch Familien und Kultur-Interessierte (jeden Alters) sowie Senioren eine große Rolle.



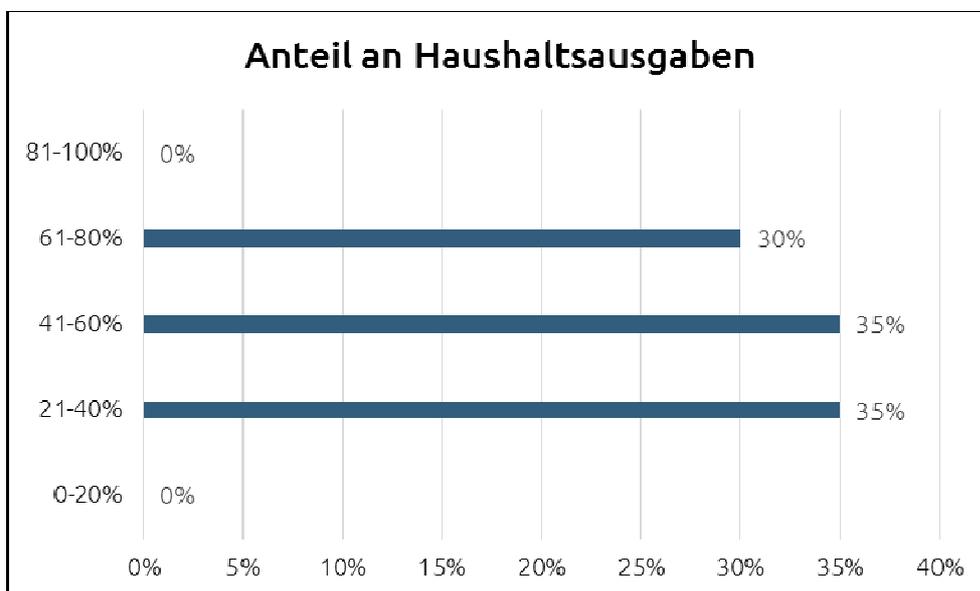
Knapp 60% der befragten Betriebe geben an, sich bereits sehr intensiv mit dem Thema 50+ auseinandergesetzt zu haben. Lediglich ein Betrieb gibt an, sich noch überhaupt nicht mit diesem Thema befassen zu haben. Sehr oft werden „Kooperationen mit Seniorengruppen“ als (einzige) Art der Auseinandersetzung genannt.



Knapp 35% der Befragten (7 von 20 Betrieben) können sich nichts unter dem Begriff „Demografie“ vorstellen. Bei den restlichen 65% werden Begriffe wie „Altersstruktur“, „Bevölkerungsentwicklung und –struktur“ sowie „Überalterung“ oftmals als einzige Assoziationen zum Thema Demografie genannt.

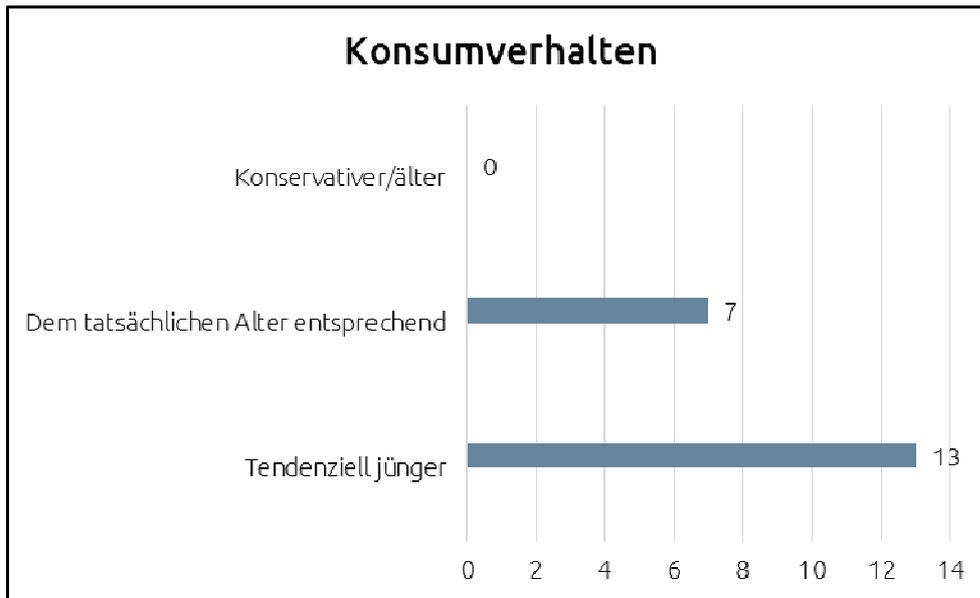
Auch wenn (nach eigenen Angaben) die grundsätzliche Auseinandersetzung mit dem Thema Demografie erfolgt, zeigt die Art und Weise, wie sich dem Thema genähert wird, dass hier noch weiterer Informationsbedarf und besteht.

Konsumverhalten und Angebot

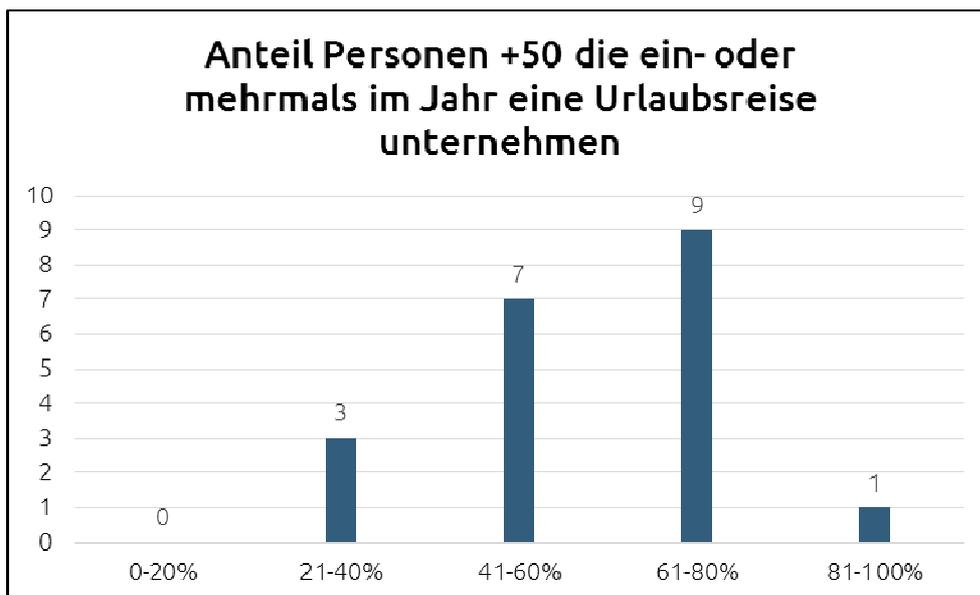


Knapp 35% der Befragten geben an, dass der Anteil der Haushaltsausgaben der über 50-Jährigen zwischen 41 und 60% liegt. 35% glauben, dass dieser Anteil zwischen 21 und 40% liegt und weitere 30%, dass mehr, nämlich zwischen 61 und 80% von den über 50-Jährigen ausgegeben wird.

Der statistische Referenzwert für die Haushaltsausgaben der Zielgruppe über 50 Jahren liegt bei rd. 60%. Dadurch wird ersichtlich, dass das (Wertschöpfungs-)Potenzial der Zielgruppe über 50 Jahren als zu niedrig eingestuft wird.



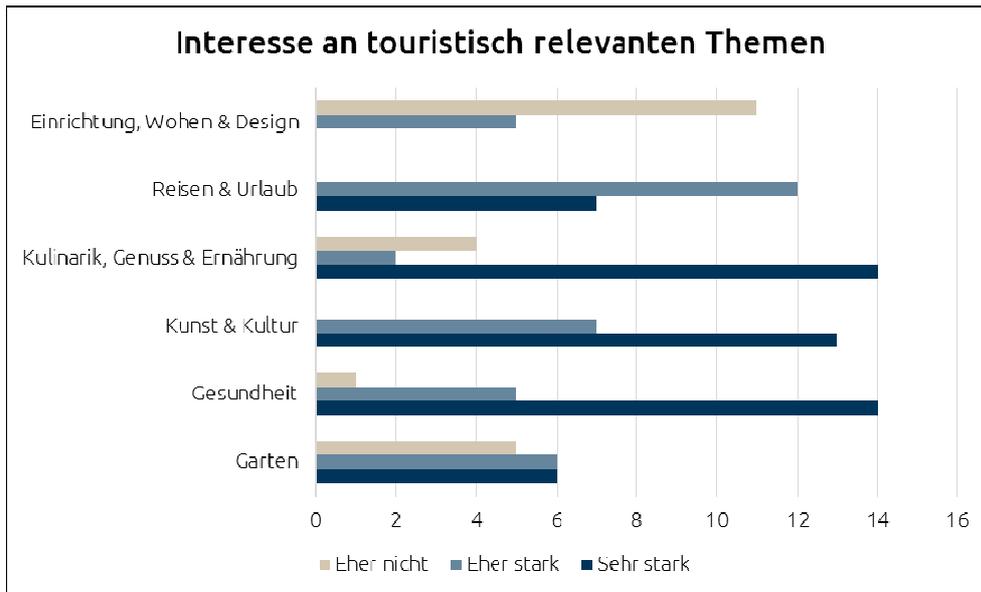
Das Konsumverhalten der über 50-Jährigen schätzen fast 2/3 der Befragten richtig, also „tendenziell jünger“, ein. 1/3 der befragten Betriebe glaubt, dass ihr Konsumverhalten dem tatsächlichen Alter entspricht.



Der Anteil der Personen über 50 Jahren, die ein- oder mehrmals im Jahr eine Urlaubsreise unternehmen, liegt bei rd. 75%.

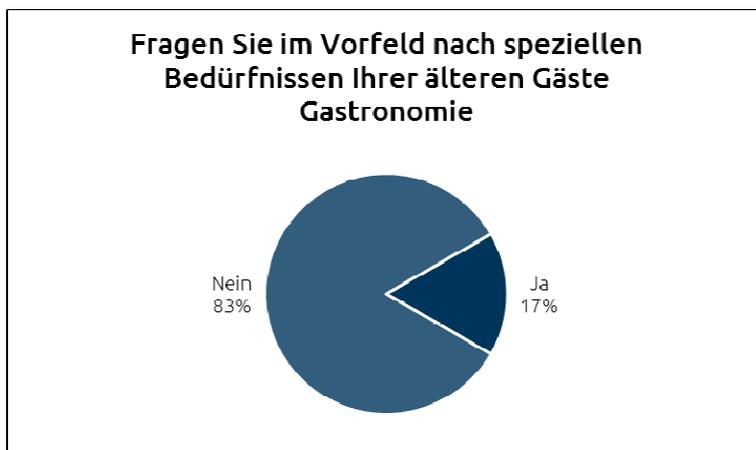
9 von 20 Befragten (rd. 45%) schätzen diesen Wert richtig ein; 35% denken, die Reiseintensität dieser Gruppe liege zwischen 41 und 60% (also niedriger); und 15% der Befragten glaubt, der Anteil liege lediglich zwischen 21 und 40% (also deutlich niedriger); nur ein Betrieb denkt, dieser liege gar zwischen 81 und 100%.

Rund die Hälfte der Befragten unterschätzen die Urlaubsintensität – und damit das (Wertschöpfungs-)Potenzial der Zielgruppe 50+!

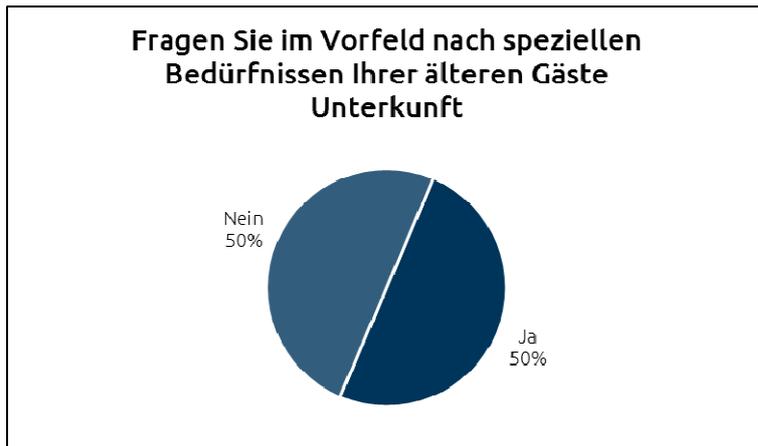


70% der befragten Betriebe erachten das Thema „Gesundheit“ sowie „Kulinarik, Genuss und Ernährung“ als touristisch am relevantesten für die Zielgruppe der über 50-Jährigen. Auch „Kunst & Kultur“ werden als sehr stark eingeschätzt.

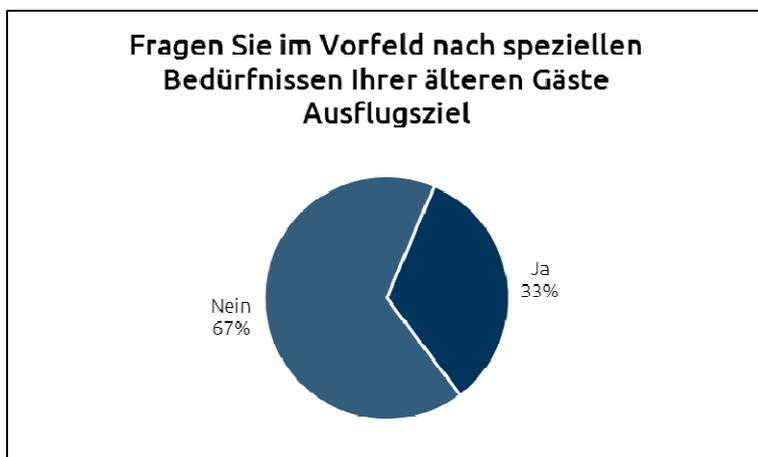
Hiermit liegen die Befragten größtenteils richtig; eine zukünftige Angebots- und Produktentwicklung der touristischen Betriebe sollte diese Themen berücksichtigen.



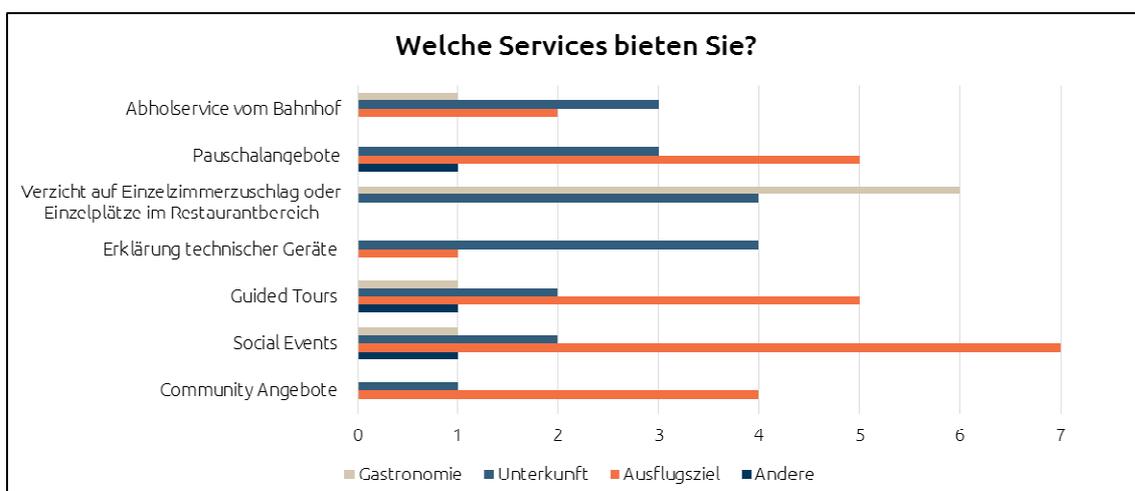
Der Großteil der Gastronomiebetriebe fragt im Vorfeld nicht nach speziellen Bedürfnissen der Gäste.



Bei den Unterkünften wird in 2 von 4 befragten Betrieben im Vorfeld nach speziellen Bedürfnissen und Wünschen der älteren Gäste gefragt. Auch wenn in der vorliegenden Untersuchung lediglich 4 Beherbergungsbetriebe befragt werden konnten, scheint dieser Wert ausbaufähig.

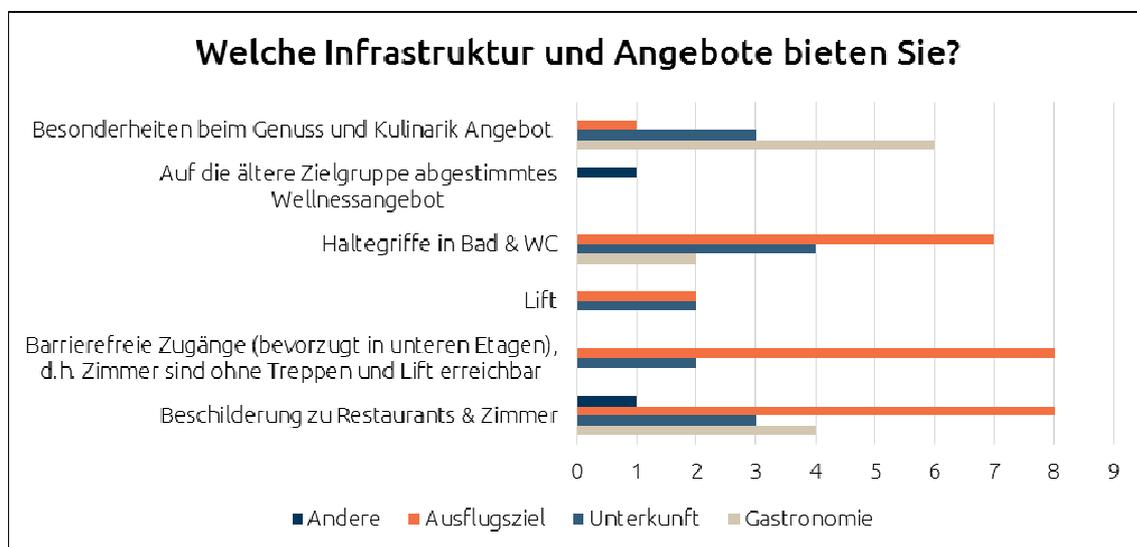


Bei 67% der befragten Ausflugsziele wird im Vorfeld nicht nach speziellen Bedürfnissen der älteren Gäste gefragt.



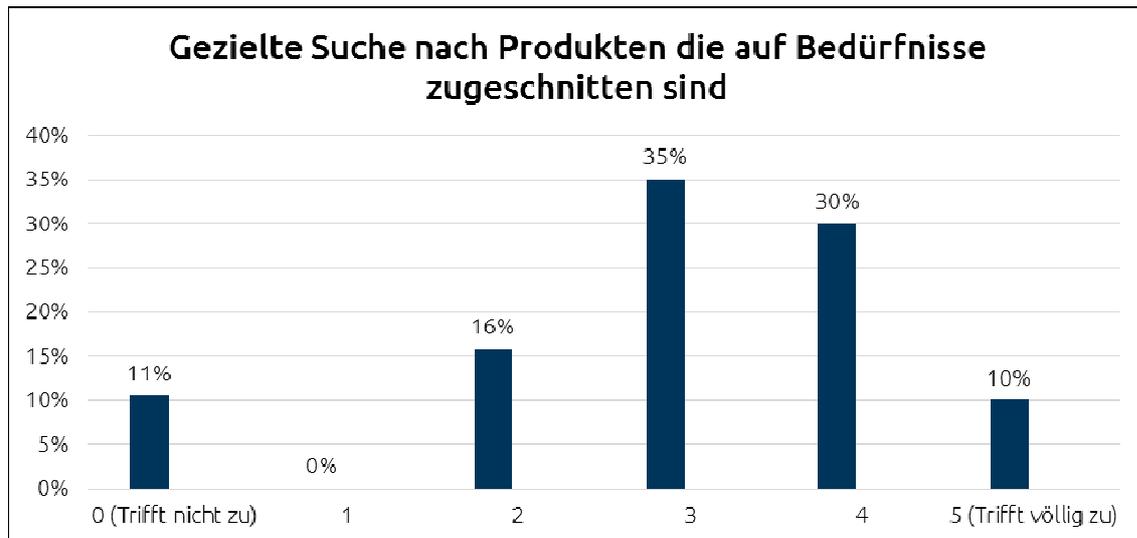
Die befragten Unterkünfte und Gastronomiebetriebe verzichten alle auf einen Einzelzimmerzuschlag sowie auf einen Zuschlag auf Einzelplätze im Restaurantbereich. Bei den Ausflugszielen werden vermehrt soziale Events und Guided Tours für die Gruppe der über 50-Jährigen angeboten. 30% der befragten Betriebe bieten auch einen Abholservice vom Bahnhof.

- Jedoch bieten die meisten Gastronomiebetriebe (bis auf einen Verzicht auf einen Zuschlag auf Einzelplätze im Restaurantbereich) keine weiteren Services für die Zielgruppe; hier besteht somit eindeutiger Optimierungsbedarf.
- Zumindest 3 von 4 befragten Unterkünften bieten spezielle Services für die Gäste über 50 Jahren an, wobei auch hier durchaus noch Verbesserungspotenzial besteht.
- Die Hälfte der befragten Ausflugsziele bieten nahezu keine speziellen Services für die Zielgruppe. Lediglich „Social Events“ werden zu rund 75% genannt.

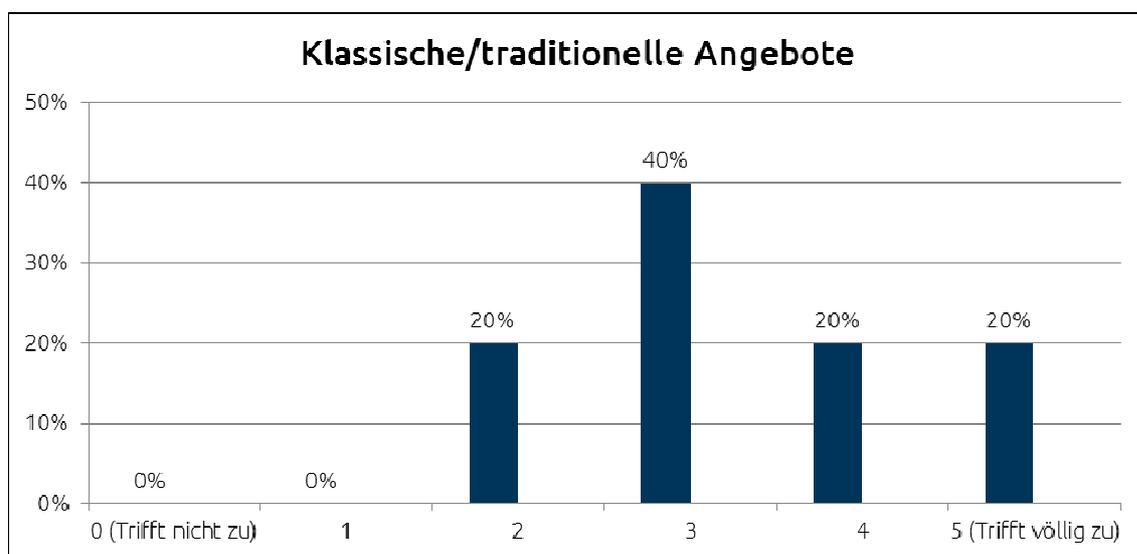


Die Ausflugsziele bieten zu rund 90% spezielle Infrastrukturen für die Zielgruppe 50+ an (z.B. Haltegriffe in Bad & WC, eine angemessene Beschilderung sowie zumindest teilweise barrierefreie Zugänge). Bei den Unterkünften sind es nur mehr 75% der Befragten, die spezielle infrastrukturellen Angebote für die Gäste über 50 anbieten, und in der Gastronomie beträgt dieser Anteil 50%.

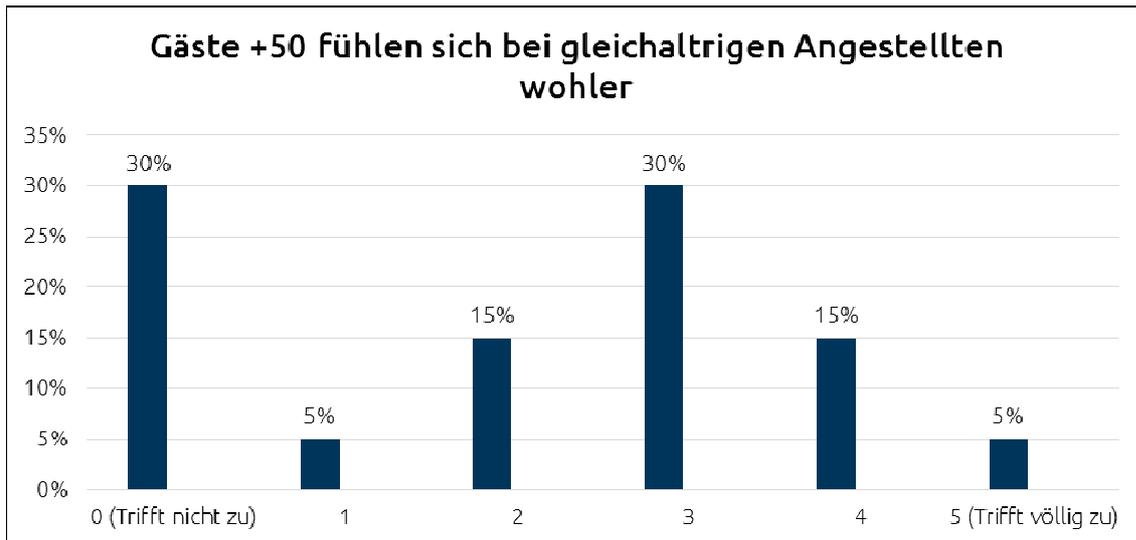
Lediglich „besondere kulinarische Angebote“ werden hier von 3/4 der befragten Gastronomiebetriebe angeboten; bei rd. 25% erfolgt keine Rücksichtnahme auf die Zielgruppe 50+.



Rd. 10% der befragten Betriebe meinen, dass Menschen über 50 gezielt nach Produkten suchen, die auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind; ein Großteil der Befragten schließt sich dieser Aussage an. Die getätigten Meinungen sind jedoch nicht ganz richtig, da die Zielgruppe nach Produkten im „universal design“, d.h. nach integrativen (und nicht nach selektiven) Produkten sucht.

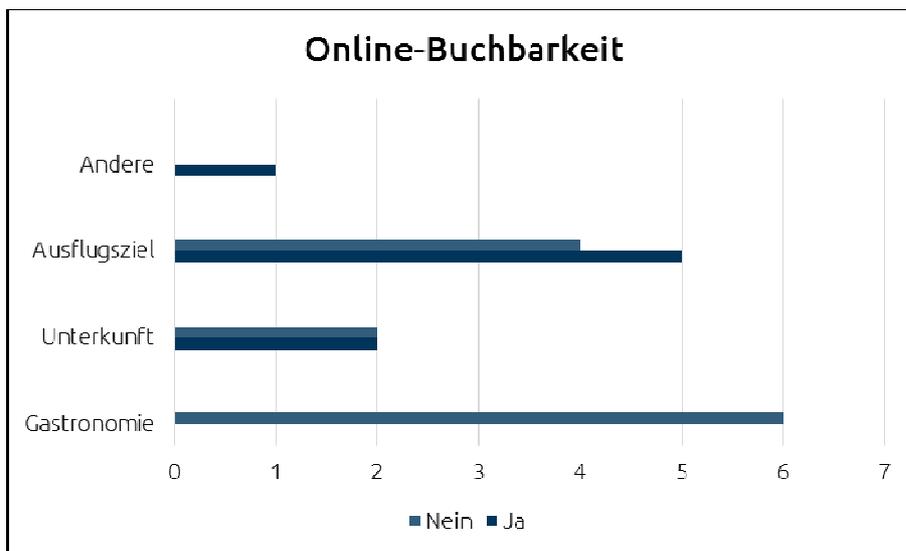


Rd. 20% glauben, dass die Gruppe der über 50-Jährigen gezielt nach Produkten und Angeboten sucht, die tendenziell klassischer und traditioneller sind; keiner der Befragten ist da völlig anderer Meinung. Leider ist diese Einschätzung falsch, da sich die Zielgruppe am Lifestyle des jüngeren Zielpublikums orientiert und eben nicht gezielt nach klassischeren / traditionelleren Angeboten sucht.

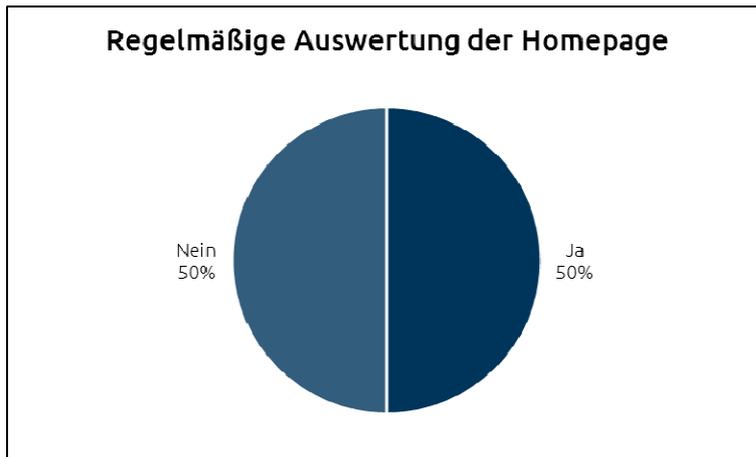


Die Frage, ob sich ältere Gäste bei gleichaltrigen Angestellten im direkten Gästekontakt wohler fühlen, wird von den Befragten unterschiedlich eingeschätzt; jedoch herrscht tendenziell die Meinung vor, dass sich die Zielgruppe bei gleichaltrigen Angestellten nicht wohler fühlt. Diese Einschätzung entspricht jedoch nicht der Realität – Gäste fühlen sich im direkten Gästekontakt mit Gleichaltrigen besser aufgehoben und dadurch wohler.

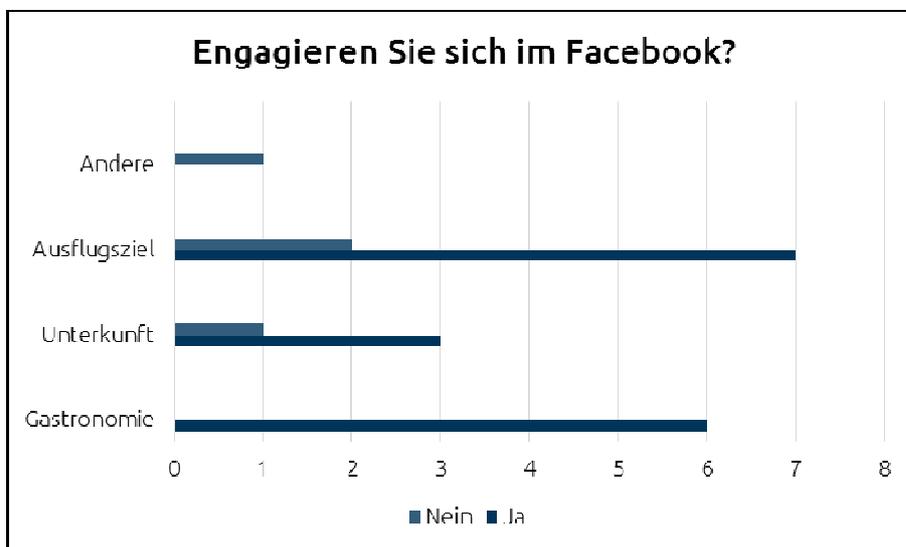
Online-Auftritt, Social Media und Werbemittel



Der Großteil, nämlich 60% der befragten Betriebe, verfügt nicht über die Möglichkeit der Online-Buchbarkeit ihres Angebotes.



Zudem gibt knapp die Hälfte aller befragten Betriebe an, ihre Homepage nicht regelmäßig auf Zugriffe etc. auszuwerten.



Alle befragten Gastronomiebetriebe gaben an, sich im Facebook zu engagieren. Bei den restlichen befragten Betrieben waren es deutlich weniger.



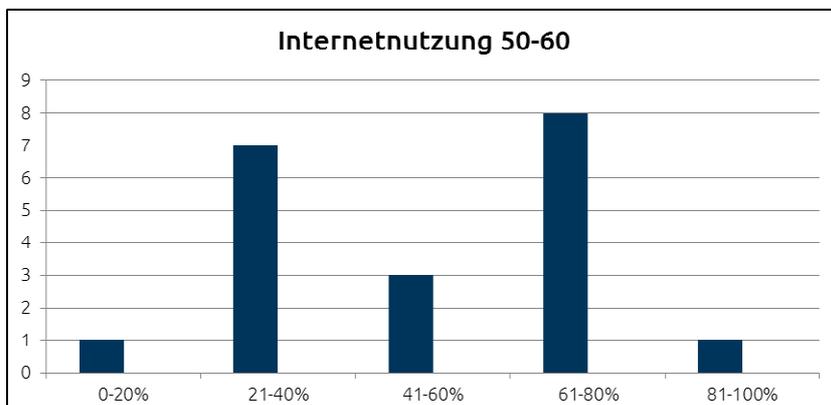
83% der befragten Gastronomiebetriebe erachten die soziale Online-Kontaktpflege für die Zielgruppe der über 50-Jährigen als zweckmäßig. Somit schätzen die Gastronomiebetriebe die Zielgruppe richtig ein, da für diese die Kontaktpflege den Hauptgrund ihrer Internetnutzung darstellt.



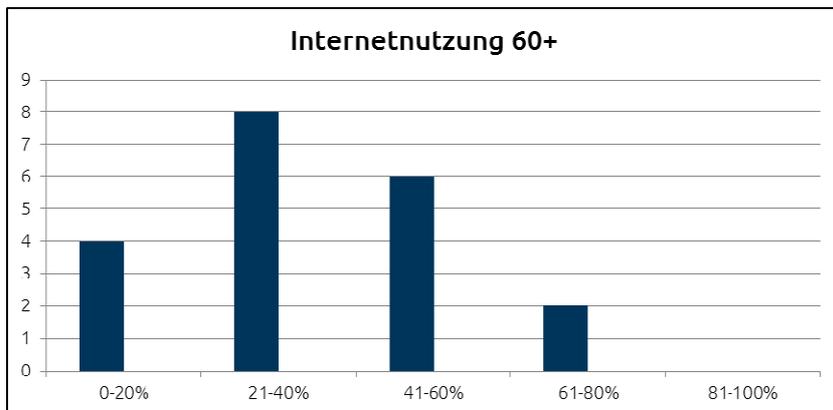
Auch bei den Unterkünften erachten 75% die Kontaktpflege via Facebook etc. als zweckmäßig. Somit wird die Zielgruppe auch von den Unterkünften richtig eingeschätzt.



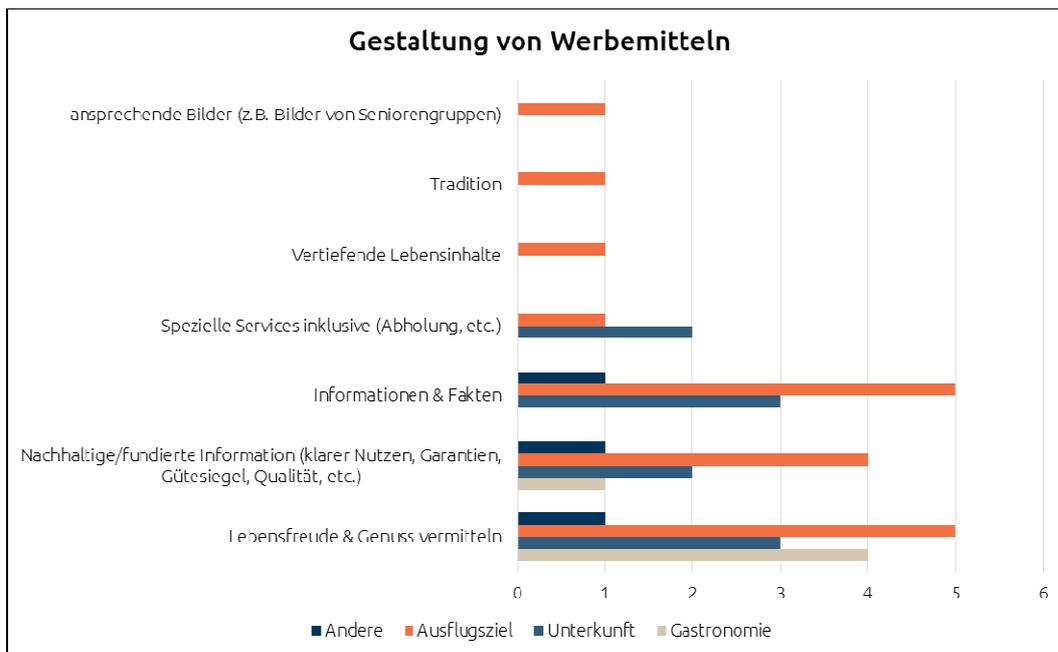
Lediglich bei den befragten Ausflugszielen liegt der Großteil mit ihrer Einschätzung bezüglich der Zweckmäßigkeit der sozialen Online-Kontaktpflege falsch: hierbei denken 67%, dass diese nicht zweckmäßig ist. Dabei gilt die Online-Kontaktpflege speziell für die Altersgruppe 50+ als wichtigster Antreiber für die Internetnutzung.



Rund 75% der 50 bis 60-Jährigen nutzen regelmäßig das Internet. Dieser Wert wurde vom Großteil der Befragten richtig eingeschätzt; dennoch liegen einige befragte Betriebe mit ihrer Annahme falsch bzw. wurde die Internetnutzung der 50 bis 60-Jährigen unterschätzt.



Auch bei der Zielgruppe der Personen über 60 Jahre zeigt sich ein ähnliches Bild: der Großteil der befragten Betriebe geht von einer deutlich niedrigeren Internetnutzung aus, als sie der tatsächlichen Realität entspricht. Die am häufigsten genannte Einschätzung von 21-40% stimmt nicht; rd. 50% der Personen über 60 Jahren nutzen regelmäßig das Internet.



Knapp 80% der Befragten gaben an, bei der Gestaltung von Werbemitteln keine Besonderheiten für die über 50-Jährigen zu berücksichtigen. Die restlichen 20% achten bei der Gestaltung ihrer Werbemittel für das Gästesegment über 50 insbesondere auf die „Vermittlung von Lebensfreude und Genuss“. Des Weiteren wird bei einigen Betrieben auch auf die „Vermittlung von Informationen und Fakten“ sowie auf das „Aufzeigen von nachhaltigen/fundierten Informationen“ bei der Gestaltung der Werbemittel Wert gelegt.

Auch wenn der Wert jener Betriebe, die die Zielgruppe der über 50-Jährigen gezielt berücksichtigt, sehr gering ist und hier deutlicher Handlungsbedarf besteht, handeln die restlichen Betriebe richtig: das Vermitteln von Lebensfreude & Genuss, das Weitergeben nachhaltiger und fundierter Informationen sowie die informative Gestaltung der Werbemittel und das Aufzeigen von speziellen Services spielt für die Zielgruppe eine besondere Rolle.

INTERPRETATION DER BEFRAGUNGSERGEBNISSE

Geringe Rücklaufquote und Mitmach-Bereitschaft

Die Rücklaufquote der im Namen der Leader-Region versendeten Mail-Umfrage betrug unter 15% und konnte auch durch die telefonisch durchgeführte Befragung lediglich auf 35% gesteigert werden. Hier gilt es weiter, die Schwierigkeiten der telefonischen Befragung zu unterstreichen; die Mehrheit der Betriebe zeigte offensichtlich kein Interesse an einer Befragung zum Thema „Demografie“ bzw. stand – trotz mehrfacher Kontaktaufnahme – für das Arbeitsteam nicht zur Verfügung.

Mögliche Gründe für die geringe Rücklaufquote und Mitmach-Bereitschaft könnten sein:

- die fachliche Unkenntnis über den Begriff bzw. die Bedeutung „Demografie“
- die Unkenntnis über das Potenzial dieser Zielgruppe,
- das mangelnde Interesse an der Gästegruppe über 50,
- die limitierte Bereitschaft, sich grundsätzlich mit dem Thema Demografie auseinander zu setzen,

Am höchsten ist der Anteil bei den Gastronomiebetrieben, von denen sich rd. 2/3 nichts unter dem Demografie-Begriff vorstellen können. Aber auch bei den Unterkünften beträgt dieser Anteil immerhin noch rd. 25%, sowie 13% bei den befragten Ausflugszielen.

Die geringe Rücklaufquote bzw. Mitmach-Bereitschaft zeigt somit deutlich die dringende Notwendigkeit der Information und Sensibilisierung der regionalen Betriebe mit dem aktuell bzw. auch zukünftig relevanten Thema „Demografie im Tourismus“.

Potenzial der Zielgruppe wird nicht erkannt

Die tatsächlich in den Betrieben vorherrschende Zielgruppe der Generation 50+ wird von vielen Befragten mit rund 50% (teilweise sogar noch darüber) beziffert. Dadurch wird die Bedeutung dieses Gästesegments (aus allen für den Tourismus relevanten Gästen) als potenzielle Zielgruppe ersichtlich. Darüber hinaus handelt es sich um eine wichtige Zielgruppe, deren Umfang auch in den nächsten Jahren noch weiter steigen wird und mit der es einer aktiven Auseinandersetzung bedarf.

In der Befragung geben knapp 60% der befragten Betriebe an, sich bereits jetzt mit dem Thema 50+ auseinanderzusetzen – jedoch sind kaum konkrete Angebote bzw. Umsetzungen erkennbar. Auch die jeweiligen Einschätzungen zum Verhalten und den Bedürfnissen der Zielgruppe liegen – mit wenigen Ausnahmen – in vielen Bereichen falsch: der Anteil an den Haushaltsausgaben, die Urlaubsintensität der Personen 50+, das Produkt- und Angebotsdesign, der Bedarf von gleichaltrigen Angestellten im direkten Gästekontakt sowie die Internetnutzung dieser Gruppe wird zu niedrig bzw. falsch eingeschätzt. Auch fragen rd. 70% der Befragten nicht nach speziellen Bedürfnissen dieser Zielgruppe – was auch insbesondere durch die nicht vorhandenen speziellen Services sowie infrastrukturellen und sonstigen Angebote ersichtlich wird.

Das hohe und in den kommenden Jahren weiter anwachsende Potenzial der Zielgruppe der über 50-Jährigen wird von den meisten befragten Betrieben (noch) nicht als solches erkannt.

Mangelnde Barrierefreiheit

Gut die Hälfte der Befragten gaben an, ihren Betrieb noch überhaupt nicht (rd. 25%) bzw. lediglich teilweise (ebenfalls rd. 25%) barrierefrei gestaltet zu haben. Auch hier macht sich die (noch) geringe Auseinandersetzung mit der älter werdenden Zielgruppe bemerkbar, da insbesondere Personen über 60 Jahren aufgrund ihrer geringer werdenden Mobilität auf barrierefreie Zugänge angewiesen sind. Betriebe mit mangelnder Barrierefreiheit können von einem Teil dieser Zielgruppe schon von vornherein nicht besucht werden.

Besondere Erwähnung soll hier auch das Bundes-Behindertengleichstellungs-Gesetz⁵ finden, das (mit einer Übergangsfrist⁶) bereits seit 1.1.2006 in Kraft ist und darauf abzielt, dass Menschen mit Behinderung nicht diskriminiert werden dürfen und ihnen eine gleichberechtigte Teilnahme am Leben der Gesellschaft sowie eine selbstbestimmte Lebensführung ermöglicht werden muss.

Somit müssen sämtliche Maßnahmen zur Beseitigung von Barrieren getroffen werden, um eine „funktionale Einheit“ barrierefrei nutzbar zu machen. Eine funktionale Einheit ist jener Bereich, der barrierefrei zugänglich sein muss, damit die angebotene Leistung konsumiert werden kann⁷.

Im Einzelfall ist jedoch jeweils die gesetzlich verankerte „Zumutbarkeitsklausel“ (z.B. bei unverhältnismäßigem Aufwand zur Beseitigung der Barriere) zu berücksichtigen.

Verstärkter Einsatz älterer Mitarbeiter/innen

Obwohl der Großteil der befragten Betriebe durchaus Vorteile im Einsatz älterer Mitarbeiter sieht, liegt das Durchschnittsalter der Mitarbeiter dieser befragten Betriebe lediglich bei rd. 39 Jahren. Nur jeweils ein Beherbergungsbetrieb sowie ein Ausflugsziel geben an, ihr Durchschnittsalter der Mitarbeiter läge zwischen 51 und 60 Jahren. Dabei wird insbesondere die Erfahrung bzw. das Wissen dieser älteren Mitarbeiter als Vorteil gesehen.

Hier besteht durchaus Handlungsbedarf, da sich insbesondere die Zielgruppe der über 50-Jährigen im direkten Gästekontakt mit Gleichaltrigen wohler fühlt. Zusätzlich werden durch den Anstieg der immer älter werdenden Bevölkerung in den nächsten Jahren vermutlich vermehrt Mitarbeiter über 50 eingestellt werden (müssen).

Mittel- bis langfristig müssen hier also Strukturen zur Arbeitsplatzgestaltung bzw. zur Gesundheitsprävention am Arbeitsplatz geschaffen werden, sodass diese älter werdende Generation über ein entsprechendes Arbeitsumfeld verfügen kann.

⁵ Das Gesetz ist online abrufbar unter:

<https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20004228>

⁶ Die Übergangsfrist endet am 31.12.2015; bei Neubauten und Generalsanierungen bzw. in Ausnahmefällen ist das Gesetz jedoch sofort anwendbar.

⁷ Bei einem Ausflugsziel wäre das bspw. die Zufahrt, Eingangs- bzw. Erlebnisbereich, Sanitäranlagen, ggf. Restaurant, Shop, etc.

ABLEITUNG ERSTER HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Information und Sensibilisierung der Region zum Thema

Die Generation 50+ stellt schon jetzt einen hohen Anteil an der Gästestruktur der Region Waldviertler Grenzland und wird in den nächsten Jahren aus touristischer Sicht noch zunehmend an Bedeutung gewinnen. Aus den Ergebnisse der Befragung wird deutlich, dass sich die Betriebe lt. eigenen Angaben zwar mit dieser Zielgruppe auseinandersetzen; jedoch wird aufgrund der weiterführenden Fragen (z.B. Art der Auseinandersetzung, Angebot an Services für die Zielgruppe, etc.) eine eher oberflächliche Auseinandersetzung vermutet.

Aus diesem Grund bzw. um die Betriebe der Region Waldviertler Grenzland „Demografie-fit“ zu machen werden **Informationsveranstaltungen** für die Touristiker der Region empfohlen, die

- die stetig ansteigende Bedeutung dieser Zielgruppe
- die Vermittlung von fachlichen Informationen über die Zielgruppe bzw. deren Bedürfnisse und Anforderungen
- die Chance bzw. die dzt. noch ungenutzten Potenziale, die von dieser Zielgruppe ausgehen,

zum Inhalt haben. Je früher sich die Betriebe mit dem demografischen Wandel und der damit verbundenen Veränderung in der Altersstruktur ihrer Gäste auseinandersetzen, desto gezielter können auf die Zielgruppe angepasste Angebote und Produkte entwickelt und damit der Unternehmenserfolg für die einzelnen Betriebe der Region gesteigert werden.

Neben grundlegenden Informationsveranstaltungen für regionale Touristiker kann das Bewusstsein für den demografischen Wandel (und die damit einhergehenden Veränderungen) auch durch **Schulungen/Seminare für Mitarbeiter/innen** gestärkt werden. Gerade jene Mitarbeiter/innen, die im direkten Gästekontakt stehen, sollten im Hinblick auf die besonderen Anforderungen der Zielgruppe der über 50-jährigen ganz besonders geschult und sensibilisiert werden.

Regelmäßig angebotene Fachveranstaltungen mit einem Experten-Input zum Thema (z.B. Round Table oder ERFA-Gespräche der regionalen Touristiker) stellen die Weitergabe von Informationen und praktische Erfahrungen – und damit die dauerhafte Verankerung des Themas in der Region – sicher. So können Themen, die dzt. nicht behandelt werden (z.B. barrierefreie (Um-)Gestaltung des Betriebes, gemeinsame Angebots- und Produktentwicklung, Schaffung von überbetrieblichen Services (z.B. Taxi-Dienst), etc.) gemeinsam aufgegriffen bzw. bearbeitet werden.

Demografische Entwicklung als Chance für den Tourismus erkennen

Um die demografische Entwicklung als **Chance für den Tourismus** der Region nutzen zu können, muss bei der Angebots- und Produktentwicklung gezielt auf die für die Zielgruppe 50+ aus touristischer Sicht relevanten Themen geachtet werden.

Die Generation 50+ legt hierbei vor allem Wert auf **zielgruppen- und themenspezifische Angebote**, die weniger am Kriterium „Alter“ festgemacht werden (wie z.B. explizite „Seniorenreisen“). Gerade ältere Menschen suchen gezielt nach Produkten, die im „universal design“ gestaltet sind und verbinden sich ungern mit dem Begriff „alt“.

Hinsichtlich der thematischen Angebote weist die Region Waldviertler Grenzland derzeit bereits eine **erhöhte Gesundheits-Kompetenz** auf, welche besonders in Hinblick auf die Angebotsentwicklung für die Generation 50+ stark von Bedeutung ist – ältere Menschen sind besonders gesundheitsaffin. In diesem Bereich liegt eine Vielzahl an touristischen Möglichkeiten zu Produktentwicklung, die als Chance gesehen werden müssen.

Starke touristische Attraktivität für die Gruppe 50+ herrscht auch bei den **Tages- bzw. Ausflugsfahrten**; ältere Menschen benötigen ein Gefühl der Sicherheit und reisen nicht gerne alleine. Auch dieses „Potenzial“ kann besonders in Hinblick auf Seniorengruppen und Vereine durch speziell auf die Zielgruppe abgestimmte Community-Angebote und Gruppenangebote optimiert und ausgeschöpft werden.

Das dzt. eher limitierte Angebot an zusätzlichen Produkten und Services geht auch auf die mangelnde Information zurück – oftmals erkundigt sich der Betrieb im Vorfeld nicht nach den speziellen Bedürfnissen seiner Gäste. Hier gibt es jedoch einfache Möglichkeiten, wie z.B. **das Alter oder besondere Bedürfnisse im Vorfeld erhoben** werden können, sodass nachfolgend gezielt auf diese eingegangen bzw. im Bedarfsfall Maßnahmen gesetzt werden können.

Jedoch darf neben der Gäste-Sicht auch die Innen-Sicht nicht außer Acht gelassen werden – dies betrifft v.a. die Wahrnehmung der **älteren Mitmenschen als Potenzial** in den touristischen Betrieben bzw. für Unternehmer/innen. Die Integration dieser älteren Mitarbeiter bringt – v.a. hinsichtlich ihres bereits erworbenen Wissens und vorhandenen Know-Hows – auch Vorteile. Aus Sicht der regionalen Entwicklung des Waldviertler Grenzlandes ist auch der (zukünftig) steigenden Zahl an älteren Erwerbstätigen (und dadurch der Notwendigkeit an attraktiven Arbeitsplätzen für diese Zielgruppe) Rechnung zu tragen.

BENCHMARKS / BEST PRACTICE:

Marketing von Autoherstellern



- Keine direkte demografische Zielgruppenansprache sondern thematische Ansprache
- Hervorheben von funktionellen Merkmalen
- Vermittlung von Sicherheitsgefühl
- Mehr Fahrkomfort
- Erhöhte Sitzposition
- SOS-Funktion
- Einparksensoren
- Lenkungsmodus

Weitere Infos unter: www.autobild.de/bilder/autos-fuers-alter-neun-modelle-im-test-3823005.html#bild6

Erhebung spezieller Wünsche im Vorfeld:

Email: info@forsthofgut.at

Anfrage an das Hotel Forsthofgut

Wir freuen uns, dass Sie sich für einen Aufenthalt in unserem Haus interessieren und unterbreiten Ihnen gerne ein unverbindliches Angebot. Füllen Sie dazu einfach folgendes Formular aus und schicken Sie uns Ihre Anfrage. Wir melden uns umgehend per E-Mail bei Ihnen.

Bitte geben Sie Ihre Daten vollständig ein.

Anrede	<input type="text" value="Herr"/>	Alter	<input type="text" value="bis 30"/> <input type="text" value="ab 30"/> <input type="text" value="ab 50"/>
Titel	<input type="text"/>	E-Mail*	<input type="text"/>
Vorname*	<input type="text" value="Max"/>	Telefon*	<input type="text" value="0123 456789"/>
Nachname*	<input type="text" value="Mustermann"/>	Telefax	<input type="text"/>
Straße*	<input type="text"/>	Mobil	<input type="text"/>
PLZ*	<input type="text"/>		
Ort*	<input type="text"/>		
Land*	<input type="text"/>		

* Pflichtfeld

Bitte geben Sie die gewünschten Reisedaten ein.

Ankunft:*	<input type="text"/>	(TT.MM.JJJJ)
Abreise:*	<input type="text"/>	(TT.MM.JJJJ)
Alternative Ankunft:	<input type="text"/>	(TT.MM.JJJJ)
Alternative Abreise:	<input type="text"/>	(TT.MM.JJJJ)
Erwachsene:*	<input type="text" value="--"/>	
1. Kind (Alter):	<input type="text" value="kein Kind"/>	Name <input type="text"/>
2. Kind (Alter):	<input type="text" value="kein Kind"/>	Name <input type="text"/>
3. Kind (Alter):	<input type="text" value="kein Kind"/>	Name <input type="text"/>
4. Kind (Alter):	<input type="text" value="kein Kind"/>	Name <input type="text"/>

* Pflichtfeld

Newsletter

Ich bin an regelmäßigen Mitteilungen über günstige Angebote und Neuigkeiten interessiert.

Einfache Maßnahmen zur Erhebung der speziellen Kundenbedürfnisse (hier am Beispiel Alter)

Weitere Infos unter: www.forsthofgut.at/de/kontakt/kontakt



Werden Sie Senior Experte!

[Wen suchen wir dringend?](#)

Wen suchen wir dringend?

Der Bedarf unserer Auftraggeber ist groß. Ständig suchen wir Interessenten mit langjähriger Berufserfahrung aus ALLEN Bereichen!

AKTUELLE ANFRAGEN – bitte klicken Sie HIER!

Darüber hinaus besteht dauerhafte Nachfrage besonders in folgenden Fachgebieten:

- Nahrungsmittelverarbeitung: Molkereifachleute, Brauer, Bäcker, Konditoren, speziell für Dauerbackwaren und Kekse
- Kunststoff-Ingenieure
- Experten aus den Bereichen Gastronomie und Küche (Köche/Küchenmeister)
- Fachärzte (vor allem Tumorchirurgie, minimalinvasive Verfahren, Kardiologie)
- Experten für Agrar- und Landwirtschaft mit Spezialkenntnissen
- Experten für Textilverarbeitung, Textiltechnik, Textil-Design, Nähmaschinen-Techniker
- Berufsschullehrer und Ausbilder für Handwerk und Technik
- Experten für Regional- und Tourismusentwicklung
- Holztechniker, Schreiner, Tischler für die Herstellung von Fenstern und Türen und Möbeln, Sägewerker, Holzbearbeitungsmechaniker
- Müller, Fachleute für Großmühlen
- Experten für Spezialmaschinenbau, Herstellung von Straßen-Baumaschinen
- Gießereixperten

News

21. März 2014

Initiative VerA auf Rekordkurs: 5.000ste Anfrage – Profis im Ruhestand unterstützen Auszubildende

Bonn 21.03.2014 Eine Auszubildende zur Bürokauffrau hat Probleme mit ihren Prüfungsvorbereitungen: Das ist die 5.000ste Anfrage, die in diesen Tagen beim VerA-Team in Bonn einging. VerA ist eine...
[Lesen Sie weiter](#)

11. März 2014

Zukunft trifft Erfahrung: Senior Experten gegen Jugendarbeitslosigkeit – Europäische Vereinigung der Senior Experten Dienste (CESES) tagt am 19. März 2014 in Brüssel

Bonn 11.03.2014 Am 19.03.2014 veranstaltet die Europäische Vereinigung der Senior Experten Dienste (CESES) in Brüssel eine Fachtagung zum Thema „Eingliederung junger Menschen in den Arbeitsmarkt“....
[Lesen Sie weiter](#)

- Ehrenamtliche Organisation
- Vermittlung von älteren Fach- und Führungspersonen (im Ruhestand) als Experten zur Aus- und Weiterbildung
- Wissensweitergabe an Jüngere um Wissensmanagement zu fördern
- Einsatz vorrangig in Entwicklungs- und Schwellenländern
- Auch für Schulen verwendbar um Schülern Wissen von älteren Fachleuten zu vermitteln

Weitere Infos unter: www.ses-bonn.de

Rent a Rentner

EST. 2009
Rent A Rentner.ch
GUTE ARBEIT. ALTE(r).

SO GEHT'S FAN SHOP MARKT PLATZ ADOPT A RENTNER COMING SOON

Neu registrieren
Einloggen

RENTNER/IN DES TAGES
Georg Ochsner

HAPPY BIRTHDAY
Rolf Moser, Georg Janoud und Gabriela Dörtli feiern heute Ihren Geburtstag. Möchten Sie ihnen und weiteren gratulieren?

MIETEN SIE EINEN ALTEN SACK.

MIET-RENTNER WERDEN?
Jetzt gratis registrieren

SUCHE RENTNER

Kategorien

Administration/ Büroarbeiten (430)	Ferien (440)	Landwirtschaft (43)
Arbeiten am Haus (325)	Finanzen (161)	Lebensberatung (80)
Architektur und Bauwesen (10)	Garten (358)	Musik (11)
Computer/ Internet (319)	Gastronomie (153)	Pflege (65)
Dienstleistungen (432)	Gestaltung/ Fotografie/Text (164)	Recht (29)
Elektronik (114)	Gesundheit (64)	Sport, Fitness, Freizeit (145)
Entertainment/ Veranstaltungstechnik (45)	Haushalt (469)	Sprachen (46)
Fahrzeuge (311)	Kinder (244)	Tiere (217)
		Wirtschaft (128)

Rent a Rentner: das Original.
Rent a Rentner ist die weltweit erste Online-Plattform – und damit das Original – auf der man Rentnerinnen und Rentner mieten kann. Und umgekehrt. Egal für was: fürs Dog-sitting, als Babysitter, als Gärtner, um einen lästigen IKEA-Schrank zu montieren und und und. Seit neuestem kann man sie hier bei uns auch gleich noch adoptieren.

Benutzer online: 172
Rentner registriert: 3192

50PLUS.ch
MEHR VOM LEBEN

- „Rentner“ sind vielseitig und noch voll einsatzfähig und verfügen meist über Zeit und vor allem wollen sie noch etwas tun
- „Vermietung“ von „Rentner/innen“ für gewisse Tätigkeiten
- Besonders angeboten werden administrative Tätigkeiten, Arbeiten am Haus, Schulungen im Bereich Computer/Internet oder aber auch Tätigkeiten im Haushalt
- Mittlerweile in der Schweiz und Deutschland tätig
- Auch Adoption als „Großelternersatz“ möglich

Weitere Infos unter: www.rentarentner.ch

Grundlegende Services für die Zielgruppe 50+

Wie die durchgeführte Erhebung ergab, bieten die meisten der befragten Betriebe im Hinblick auf ältere Menschen derzeit keine **speziellen Services oder Dienstleistungen** an; hier besteht somit noch Optimierungspotenzial. Grundlage für die Generierung von solchen an die Zielgruppe angepassten, konkreten Leistungen ist jedoch jedenfalls eine intensive Auseinandersetzung mit der Zielgruppe im Vorfeld.

So trägt bspw. eine **einfache, universelle und leicht verständliche Symbolik** sowie eine **angepasste Schriftgröße** zur Erklärung technischer Geräte (wie TV, Safe oder Klimaanlage) stark zum Komfort der touristischen Angebote bei und ist hinsichtlich der körperlichen Veränderungen im Alter (z.B. Lesestärke etc.) zu beachten. Des Weiteren bieten nur wenige der befragten Betriebe infrastrukturelle Angebote für die älteren Menschen wie die barrierefreie Gestaltung von Bad und Sanitär-Anlagen, sowie auch hier die Anpassung der Schriftgröße der Beschilderungen auf die verringerte Lesestärke im Alter.

Da ältere Menschen tendenziell öfter mit Bahn oder Bus anreisen als mit dem privaten PKW, könnte die Entwicklung eines **gemeinschaftlich organisierten, regionalen Abholservice** von der nächstgelegenen Haltestelle des öffentlichen Verkehrs eine erste, konkrete Maßnahme darstellen, um auf die Mobilitäts-Ansprüche der Zielgruppe über 50 Rücksicht zu nehmen.

Service für ältere, regionale Touristiker: gerade im Bereich der Privatzimmervermietung ist mit zunehmendem Alter der Eigentümer eine **reduzierte Bereitschaft der aktiven Vermietung** (d.h. Bewerbung, Vertrieb und Kommunikation, Verfügbarkeit einer Ansprechperson vor Ort, etc.) erkennbar. Ehemals vermietete und dzt. bzw. in absehbarer Zeit ungenutzte Ferien-Objekte (Privatzimmer) können von einer gesamthaft koordinierenden Servicestelle zentral betreut werden, sodass die Anzahl der Gästebetten der Region nicht automatisch mit der Bereitschaft der aktiven Vermietung der Eigentümer zusammenhängen muss. Eine solche Servicestelle übernimmt neben der Bewerbung / Marketing auch die Funktionen von Vertrieb und Außen-Kommunikation, Buchung und Reservierung, zentrale Anlaufstelle / Ansprechpartner / Rezeption, etc. für Privatpersonen, die diese Aufgaben (z.B. aufgrund ihres Alters) nicht mehr wahrnehmen können oder wollen.

BENCHMARKS / BEST PRACTICE:

Mobilitätsangebot der Deutschen Bahn

Endlich 65. Unendlich mobil.
Ausflugsziele und Rabattangebote in Berlin und im Land Brandenburg
Das Bonusprogrammheft für Inhaber des VBB-Abo 65plus
8. Ausgabe – gültig vom 01.05.2013 bis 30.10.2013

VBB Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg Alles ist erreichbar.
Brandenburg Das Weite liegt so nah. B
BVG
DB BAHN
S Bahn Berlin

- Spezielles Tarifangebot für Personen 65+
- Geht auf das Bedürfnis der erhöhten Mobilität ein
- Wurde für Tagesausflügler konzipiert
- Persönliche Zeitkarte für die Deutsche Bahn, die Berliner Verkehrsbetriebe, die S-Bahn Berlin sowie den Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg
- Hund fährt kostenlos mit

ESL Club 50

[Kostenvoranschlag](#)

[Jetzt einschreiben!](#)

Reiseziele

- Englisch
- Spanisch
- Deutsch
- Französisch
- Italienisch
- Mandarinchinesisch

Reiseziele

- Unterkunft
- Freizeit
- Reiseberichte
- Qualität ESL
- 12 gute Gründe für die Wahl von ESL
- Informationen

Sprachferien weltweit für Senioren

Das Programm 50+ von ESL

Das Programm, das ESL anbietet, ist speziell auf Personen ab 50 Jahren zugeschnitten, die eine Sprache lernen bzw. perfektionieren und gleichzeitig vom Land und den Sehenswürdigkeiten profitieren möchten.

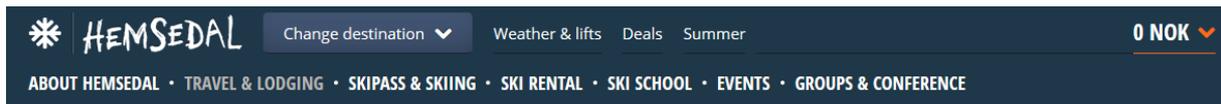
Weit mehr als nur traditionelle Ferien! Das Programm Club 50 hat zahlreiche Vorteile. Sie erzielen nicht nur grosse Fortschritte in der Sprache des Landes, in dem Sie wohnen, sondern Sie begegnen auch den Einwohnern und lernen deren Kultur und Traditionen kennen. Und das viel intensiver als bei einer touristischen Annäherung.

Beim Programm Club 50 steht das **Sprachenlernen für Vergnügen**. Es herrscht eine **entspannte Lernatmosphäre**; der Akzent liegt genauso auf dem mündlichen Ausdruck wie auch auf der Entdeckung der kulturellen Aspekte des Landes. Die Teilnehmer stammen aus aller Welt und bilden so eine interaktive und internationale Gemeinschaft **derselben Generation wie Sie**. Die Kurse finden vormittags statt und lassen Ihnen am Nachmittag und Abend ausreichend Freiraum, um sich zu erholen und die umliegende Umgebung auszukundschaften: Verschiedenen Veranstaltungen und Ausflüge sind vorgesehen, damit Sie die Region und deren Reize entdecken können.

- Speziell für die Zielgruppe 50+
- Geht auf die Wünsche / Bedürfnisse dieser Zielgruppe ein
- Angebot an Sprachreisen, um die Sprache zu vertiefen und Länder zu erkunden
- Community-Angebot mit Gleichaltrigen
- Organisierte Aufenthalte geben ein Gefühl von Sicherheit

Weitere Infos unter: www.eslclub50.com/de/sprachferien/senioren/weltweit.htm

„Kooperative Service-Strukturen“:



Change destination ▾ Weather & lifts Deals Summer **0 NOK** ▾

ABOUT HEMSEDAL · TRAVEL & LODGING · SKIPASS & SKIING · SKI RENTAL · SKI SCHOOL · EVENTS · GROUPS & CONFERENCE

- TRAVELLING HERE +
- LODGING AREAS +
- STORHYTTER IN HEMSEDAL +
- THE HOTELS
- ARRIVAL TO HEMSEDAL
- CABIN OWNER



Rent out your cabin

Security, simplicity, high occupancy and benefits in the form of discounts on ski passes and cheaper insurance awaits when you rent out your cabin through SkiStar.

We take care of everything that has to do with service, guest contacts and some aspects of practical management. Guests check in at one of our receptions, and we conduct an inspection at each changeover, making sure that the cabin is in good condition prior to the arrival of the next guest.

BOOK Lodging ▾

PERIOD
All ▾

DATE OF ARRIVAL

insbesondere für kleinere Betriebe mit älterer Eigentümerstruktur, um die zunehmende Aufgaben-Komplexität in einigen Bereichen (Marketing, Controlling, EDV, etc.) für diese Betriebe zu reduzieren und die Konzentration auf die Gastgeber-Rolle zu ermöglichen

Außenauftritt und Kommunikation

Gerade die Zielgruppe 50+ weist eine **starke Internetaffinität** auf und will sich – begründet durch das erhöhte Sicherheitsbedürfnis – im Vorfeld eines Urlaubes / Besuches umfassend über Betrieb an sich bzw. dessen Angebote informieren. Die Internetnutzung der Zielgruppe 50+ bzw. 60+ wird hierbei aber oftmals unterschätzt – so auch in der Region Waldviertler Grenzland, wie aus der durchgeführten Befragung ersichtlich ist.

Hinsichtlich des **online-Erscheinungsbildes** sollte der Außenauftritt bestmöglich an die Zielgruppe angepasst werden, um das Potenzial der Kunden im Gästesegment 50+ auszuschöpfen. Hierbei erleichtert bereits eine veränderbare Schriftgröße sowie eine interaktiv gestaltete Homepage die Nutzung für ältere Menschen.

Auch bietet sich die Verwendung eines „**universal designs**“ für einen zielgruppengerechten Internetauftritt an. Dieses universelle Design zielt auf die unterschiedlichen Fähigkeiten der Nutzer ab und ist generell einfacher gestaltet, um eine größere Vielfalt an Personen zu erreichen.

Auch **Soziale Medien** (Facebook etc.) werden vermehrt von der Zielgruppe 50+ genutzt – insbesondere um Kontakte zu knüpfen und diese auch zu pflegen. Die zielgruppengerechte Gestaltung bzw. auch die Interaktion mit dieser Gästegruppe bietet zusätzliches Potenzial, um mit der Zielgruppe der über 50-Jährigen zu kommunizieren.

BENCHMARKS / BEST PRACTICE:

Zielgruppengerechte Angebots- und Produktgestaltung – Universal Design



Universelles Design / Design für alle...

- berücksichtigt die Fähigkeiten aller Nutzer.
- gestattet einer sehr großen Vielfalt von Menschen die erfolgreiche Benutzung (direkt oder mit Unterstützungstechnologie) von Produkten.
- ermöglicht die Benutzung von Produkten in einer sehr großen Variation von Situationen.
- fördert Produkte, die flexibel genug sind, den Anforderungen sowohl von neuen als auch von erfahrenen Nutzern gerecht zu werden.
- führt zu Produkten, die für Nutzer generell einfacher zu verstehen und zu benutzen sind.

7 Prinzipien des Universellen Designs

Prinzip 1: Breite Nutzbarkeit.

Prinzip 2: Flexibilität in der Benutzung.

Prinzip 3: Einfache und intuitive Benutzung.

Prinzip 4: Effektiv wahrnehmbare Informationen.

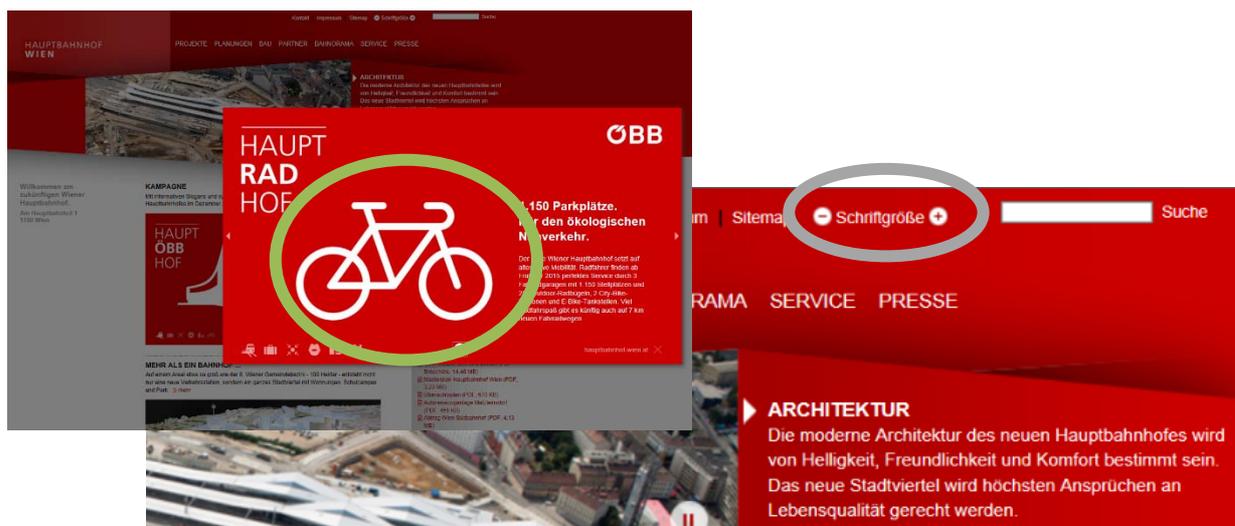
Prinzip 5: Fehlertoleranz.

Prinzip 6: Geringer körperlicher Aufwand.

Prinzip 7: Größe und Platz für Zugang und Benutzung.

Quellen: *if-Universal Design und Service GmbH; 88creative.ca/blog/88s-new-visual-designer-on-universal-design/*

Gestaltung der Homepage des neuen Hauptbahnhofs Wien im Universal Design



- Zielgruppenspezifisches Design der Homepage
- Universelle/leicht verständliche Symbolik
- Möglichkeit zur Änderung der Schriftgröße
- Unkomplizierte Navigation
- <http://www.hauptbahnhof-wien.at/>

Weitere Tipps für Marketing und Kommunikation

- die Persönlichkeit richtig verstehen

Die Persönlichkeit älterer Menschen zeichnet sich i.d.R. durch mehr Gelassenheit, Souveränität, Selbstbewusstsein, Erfahrung, Urteilsvermögen, Menschenkenntnis, etc. aus. Ihre Anforderungen und Ansprüche sind daher viel komplexer als bei Jüngeren.

- einen klaren Nutzen zeigen

Ältere sind noch stärker nutzenorientiert als Jüngere. Sagen Sie und zeigen Sie, warum der Gast ausgerechnet Ihre Leistungen braucht und warum Ihre Leistungen für ihn wichtig sind.

- auf hohe Glaubwürdigkeit achten

Ältere Menschen können auf einen hohen Erfahrungsschatz zurück greifen, sind kritischer und manchmal sogar misstrauischer. Glaubwürdigkeit ist eine unabdingbare Voraussetzung für den Erfolg bei der älteren Generation!

- Klarheit in Kommunikation und Ansprache

Ältere Kunden benötigen eine klare, übersichtliche und strukturierte Ansprache und Kommunikation (kein „modischer Schnick-Schnack“ in Werbemitteln, Drucksorten, Texten, etc.).

- Altersadäquate Bildsprache

Nutzenorientierung geht vor Dekoration, d.h. auf den Produktnutzen in der Bildsprache achten. Ältere Menschen orientieren sich tendenziell an Jüngeren (als an Älteren).

- Alternativen zum Begriff „Senioren“

Die Zielgruppe fühlt sich über Inhalte / Produkte angesprochen, nicht über einen Überbegriff. Nicht alle älteren Menschen fühlen sich mit „Senior“ sofort angesprochen.

Quelle / adaptiert nach: Dr. Gundolf Meyer-Hentschel, Inhaber des gleichnamigen Instituts für Seniorenmarketing in Saarbrücken

RESÜMEE

Im Projekt „Demografie Check der LEADER-Region Waldviertler Grenzland“ wurde ein umfassender Beteiligungsprozess integriert. Ein besonders wichtiger Teilbereich hierbei war die Sensibilisierung und Einbindung von Schüler/innen der 4. Schulstufe aller fünf Waldviertler HAK-Standorte Gmünd, Horn, Krems, Waidhofen/Thaya und Zwettl.

Darüber hinaus haben einige der betroffenen Gemeinden am internetbasierten Quickcheck teilgenommen, es wurden zehn Telefoninterviews mit wichtigen regionalen Vertreter/innen geführt und es fanden zwei Szenarioworkshops mit einer gut durchmischten, sehr engagierten Kerngruppe statt. In Summe konnte so vor Ort in der Region eine Strategie samt konkreter und nachvollziehbarer Handlungsempfehlungen entstehen.

Die vorgelegten Ergebnisse (siehe dazu Band 3) sind demnach ein Ergebnis aus allen Interviews, der Motivbefragung, den Workshops und den Leitungsteamsitzungen mit den LEADER – Vorstandsmitgliedern, gekoppelt mit der externen Expertise von den beiden beauftragten Firmen Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH und con.os tourismus consulting.

ANSPRÜCHE DER JUGEND ERNST NEHMEN

Im gesamten Prozess wurde der regionalen Jugend großer Stellenwert eingeräumt. Das große Ziel, die Meinung der Jugend einzuholen, ihnen zuzuhören, sie in den Prozess einzubinden und sie auch umfassend zu informieren und zu sensibilisieren, wurde erreicht.

Nicht nur im Rahmen des Schulprojektes wurden Schüler/innen eingebunden, sondern auch bei den Szenarioworkshops, an denen zwei bzw. drei Vertreter/innen der Landjugend mitarbeiteten. Außerdem wurden der Jugendgemeinderat der Stadtgemeinde Schrems, Ing. Mag. Süß David, und die Landesbeirätin der Landjugend NÖ, Desiree Lirnberger, zum Thema interviewt und um ihre Meinung gefragt.

BOTTOM UP

Auch in der LEADER-Region Waldviertler Grenzland stellte sich die Erarbeitung einer künftigen Strategie unter dem Aspekt des „Demografischen Wandels“ durch das Bottom-Up Konzept als überaus gewinnbringend heraus. Die Veränderungen der Gesellschaft, die mit dem Demografischen Wandel Hand in Hand gehen, können nur gemeinsam mit der betroffenen Bevölkerung aktiv gestaltet werden, um eine positive Regionalentwicklung herbei zu führen.

ES GIBT KEINE PATENTREZEPTE

In Zusammenarbeit mit den Menschen des Waldviertler Grenzlandes konnten zukunftsweisende Projekte entwickelt werden, die an die Situation der Gemeinden und der Region angepasste und praktische Lösungen bieten.

ANHANG: LERNBEHELF FÜR DIE HAK-SCHÜLER/INNEN UND
POWERPOINT PRÄSENTATION ALS HANDZETTEL

Den demografischen Wandel gestalten

Eine Motivbefragung über das Wanderungs- und Bleibeverhalten der Waldviertler/innen
im Rahmen des Projektes „Demografie Check der LEADER-Region Waldviertler Grenzland



Europäischer Landwirtschaftsfonds
für die Entwicklung des ländlichen
Raumes: Hier investiert Europa in
die ländlichen Gebiete.



lebensministerium.at



Danke für die Unterstützung im Projekt
„Demografie Check der LEADER-Region Waldviertler Grenzland“
an das Amt der Niederösterreichischen Landesregierung und
die ecoplus – Wirtschaftsagentur des Landes Niederösterreich.

Kontakt:

Mag. Nina Sillipp und GF Gerhard Linhard
Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH
Florianigasse 7, 3580 Horn

☎ 02982 / 45 21

✉ office@regionalberatung.at



Im Auftrag der LEADER-Region Waldviertler Grenzland

Programm

- Begrüßung und kurze Vorstellung Wallenberger & Linhard Regionalberatung
- Der demografische Wandel und seine Auswirkungen auf die Region
- Die Region Waldviertel – Status Quo
- Projekt „Demografie-Check LEADER-Region WVler Grenzland“
- Motive von Zugezogenen, Hiergebliebenen und Weggezogenen
 - Kleingruppen zum Thema: „Was können mögliche Motive sein?“
 - Präsentation und Diskussion
- Forschungsauftrag
 - Gemeinsame Festlegung der Vorgehensweise und der nächsten Schritte
 - Interne und externe Kommunikation
 - Wichtige Termine
- Zusammenfassung & Pressefoto

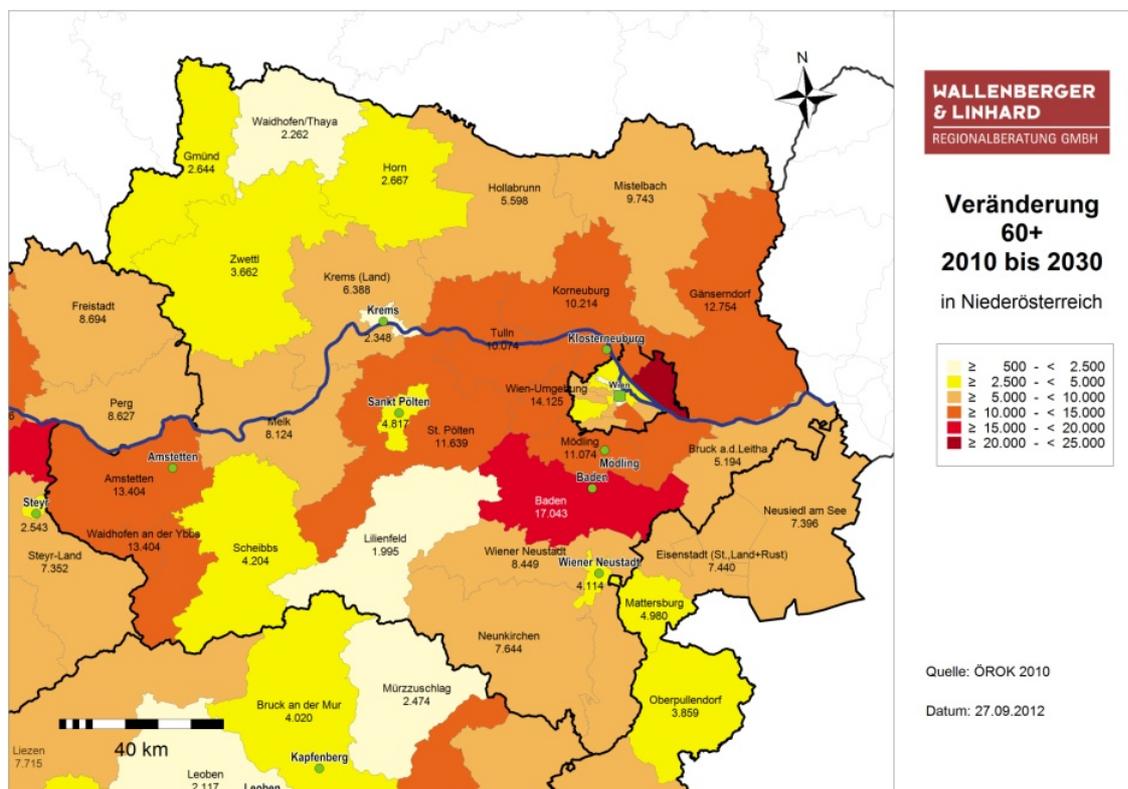
Mehr. Älter. Bunter. Jünger. Weniger.

Durch den demografische Wandel finden in den meisten Industrieländern, insbesondere in Europa, drei charakteristische Veränderungen in der Zusammensetzung und Entwicklung der Bevölkerung statt: Statt zu wachsen, schrumpft die Bevölkerung. Wir werden dank des medizinischen Fortschritts und des Wohlstands immer älter und wir werden aufgrund langjähriger Zuwanderung von außen immer internationaler.

Kaum ein anderes Phänomen wird die gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklung in Österreich umfassender und nachhaltiger beeinflussen als der demografische Wandel. Besonders ländliche Regionen stehen vor besonderen Herausforderungen. So auch die LEADER-Region Waldviertler Grenzland. Ob Gemeinde, Betrieb oder Verein: Der demografische Wandel betrifft uns alle! Alle Lebensbereiche werden davon berührt. Von der Daseinsvorsorge über das Potenzial an Schüler/innen und qualifizierten Arbeitskräften bis zu den Angeboten in der Freizeit- und Tourismuswirtschaft und der Infrastrukturausstattung.

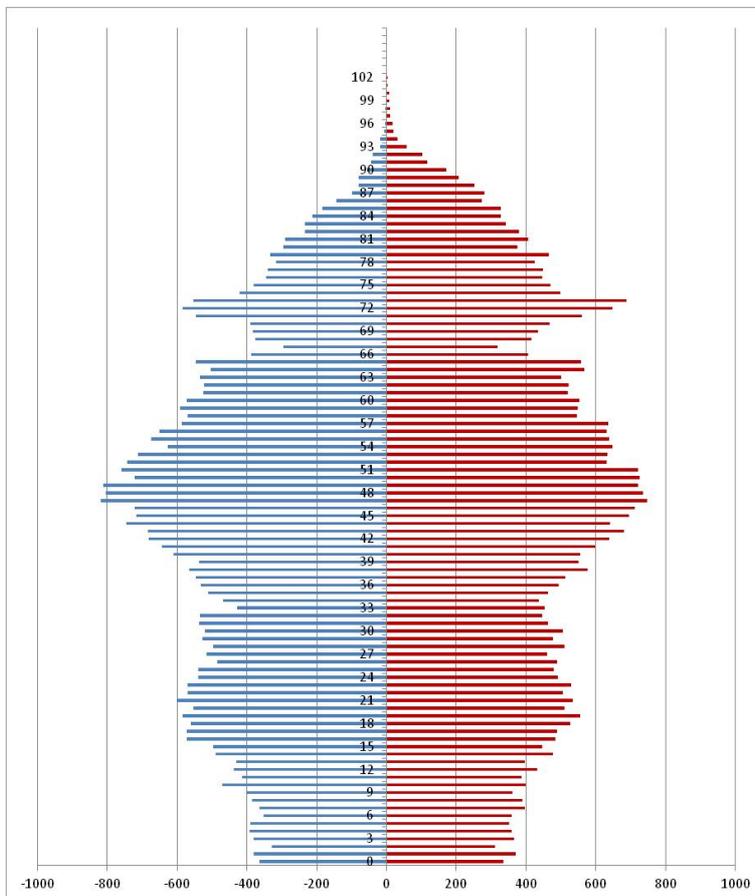
Wir sind der demografischen Entwicklung aber nicht hilflos ausgeliefert. Da wir wissen, was auf uns zukommt, können wir auch handeln und mitgestalten. Ausschlaggebend ist, dass wir uns mit dem Thema auseinandersetzen.

Konkret heißt das: Wird es im Jahr 2020 noch genügend Kinder und Jugendliche in der Region geben, um die Schulstandorte zu erhalten? Wie viele Menschen werden dann bereits über 60 Jahre alt sein?



Quelle: ÖROK Prognose 2009, Darstellung Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH

Wie verändern sich deren Lebensstile und Wohnbedürfnisse? Finden die Bewohner/innen unserer Gemeinden dann auch die notwendige Infrastruktur vor, die sie zum Leben brauchen?



Gibt es in Zukunft genug Lehrlinge und Arbeitskräfte für die Betriebe unserer Region? Werden sie die passenden Qualifikationen mitbringen? Und werden die Betriebe eine/n passende/n Nachfolger/in finden, wenn es Zeit ist, in Pension zu gehen? Wer werden die Kund/innen von morgen sein? Welche Produkte und Leistungen werden sie nachfragen? Gibt es dann noch Freiwillige für unsere Vereine?

Diese Entwicklungen lassen sich nicht aufhalten. Aber können Gemeinden und Betriebe diese Entwicklung beeinflussen und wenn ja, wie? Was sind die drängendsten Probleme und wie finden sich die passenden Lösungen?

Alterspyramide 2013 der LEADER-Region Waldviertler Grenzland

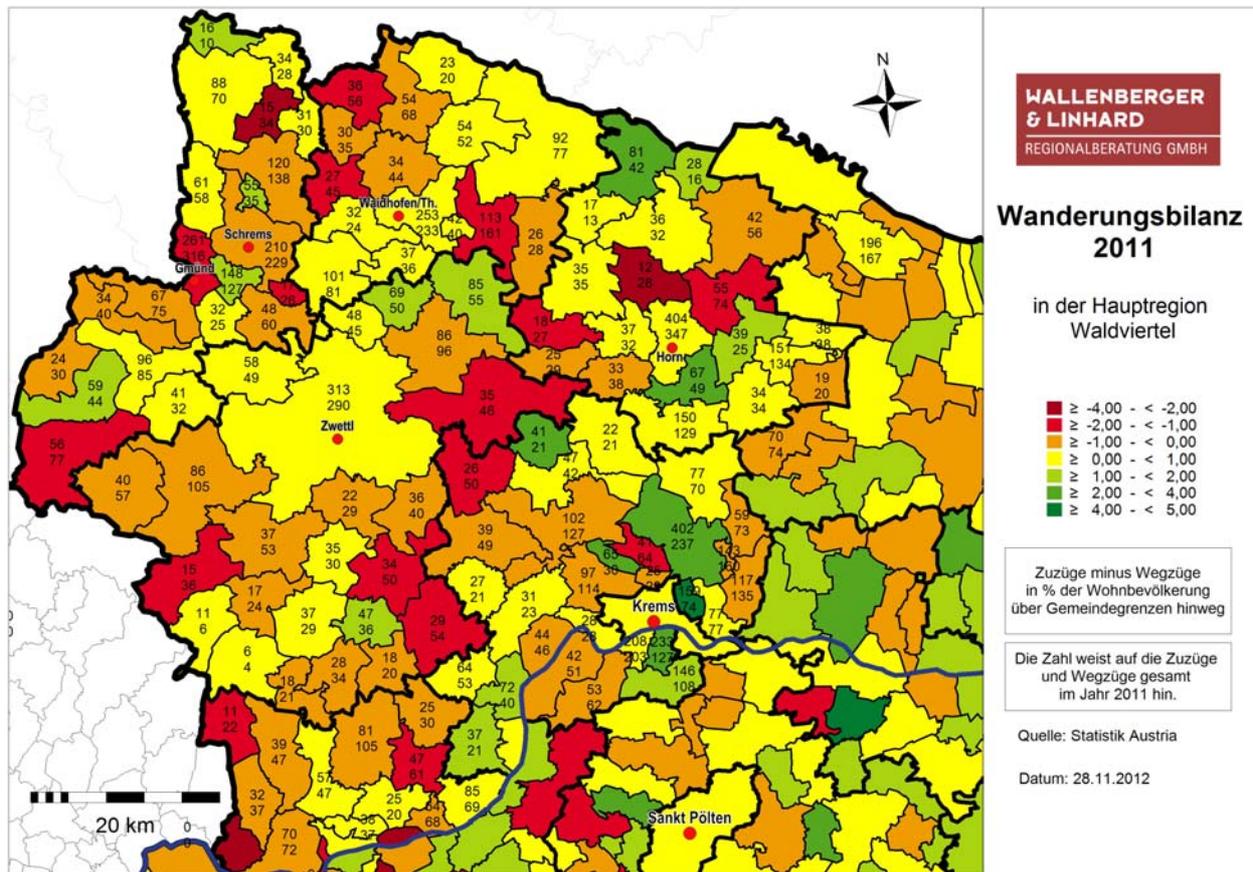
Quelle: Statistik Austria, ZMR, Darstellung Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH

Zukunftsweise Projekte sind gefragt, keine Patentrezepte, sondern an die Situation der jeweiligen Gemeinden, Region oder des jeweiligen Betriebes angepasste, praktische Lösungen.

Nicht nur im Saldo denken!

Rein zahlenmäßig ist die Bevölkerungsveränderung leicht auszurechnen: Geburten minus Sterbefälle und Zuzüge minus Wegzüge. Ist der Saldo positiv wächst, ist er negativ schrumpft der Standort. Aber so einfach ist es nicht. Menschen, die wegziehen hinterlassen gesellschaftliche Lücken. Menschen, die zuziehen bringen ihre eigenen Ideen ein, die manchmal neu und anders sind. Sie geben Impulse oder leben eher zurückgezogen. Der demografische Wandel verändert die Region. Aber wie? Welche Menschen ziehen weg? Und welche Menschen kommen neu dazu?

Aus welchen Gründen? Was erwarten sie sich? Diese Fragen sind wichtiger und spannender als die reinen Zahlen. Selbst in Gemeinden mit negativer Wanderungsbilanz ziehen viele Menschen zu. Integrieren sich diese Menschen? Kennen Gemeindevertreter/innen und Unternehmer/innen diese Menschen? Es sind Kund/innen – für Gemeinden wie für Unternehmen. Darüber hinaus prägen sie das Vereinsleben und den sozialen Zusammenhalt. Wie erreichen wir diese „neuen Mitbürger/innen“?



Quelle: Statistik Austria, Darstellung Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH

Exkurs: LEADER

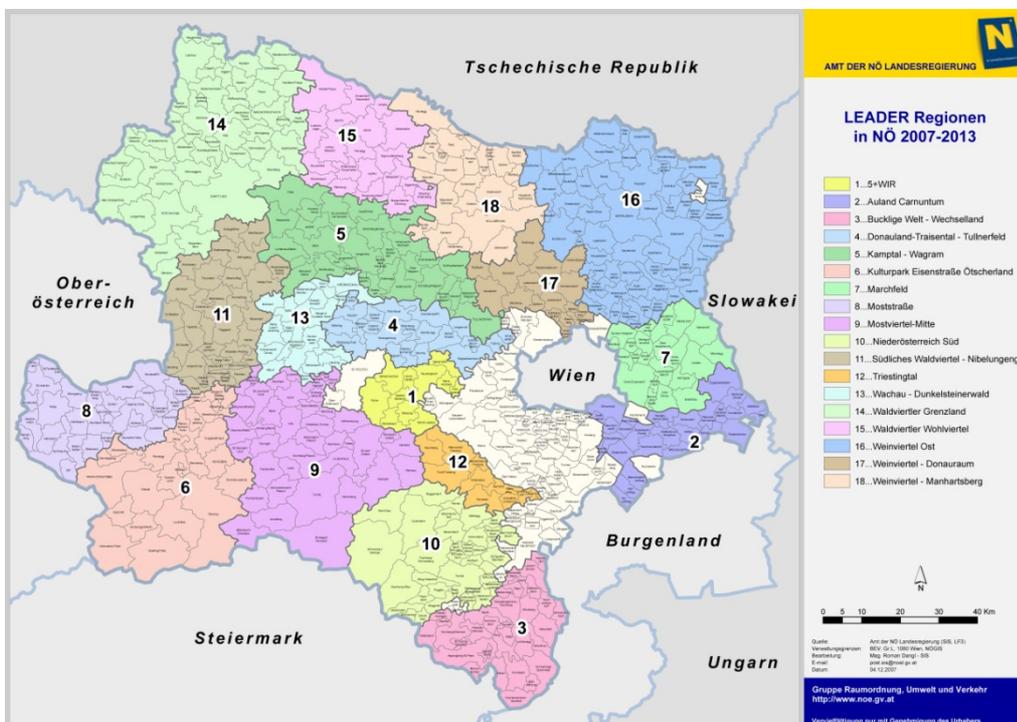
LEADER (frz.: >Liaison entre actions de développement de l'économie rurale<, dt.: Verbindung zwischen Aktionen zur Entwicklung der ländlichen Wirtschaft) ist ein Förderprogramm der Europäischen Union, mit dem seit 1991 modellhaft innovative Strategien zur Entwicklung ländlicher Regionen unterstützt werden.

Lokale Aktionsgruppen erarbeiten mit den Akteuren vor Ort maßgeschneiderte Entwicklungskonzepte für ihre Region. Ziel ist es, die ländlichen Regionen Europas auf dem Weg zu einer eigenständigen Entwicklung zu unterstützen. Aufgrund des erfolgreich verlaufenden Einsatzes als Gemeinschaftsinitiative in den Förderperioden zwischen 1991 und 2005 wurde der LEADER-Ansatz 2006 als eigenständiger Schwerpunkt in die Mainstream-Förderung aufgenommen.

Kennzeichnend für das LEADER-Programm sind sieben wesentliche Merkmale:

1. Bottom-up-Ausarbeitung und Umsetzung von Strategien
2. Lokale öffentlich-private Partnerschaften: die lokalen Aktionsgruppen (kurz: LAG)
3. Integrierte und multisektorale Aktionen
4. Innovation
5. Kooperation
6. Netzwerkbildung
7. Territoriale lokale Entwicklungsstrategien

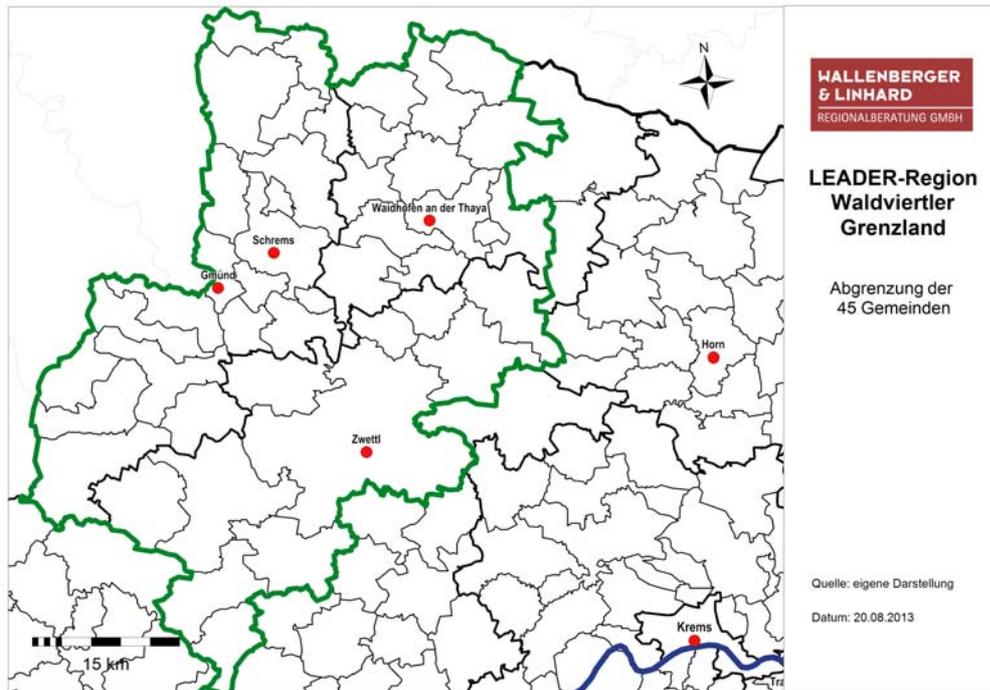
Die 18 NÖ LEADER – Regionen



Die LEADER-Regionen wurden im Zuge eines Auswahlverfahrens ermittelt. Grundlage war die von der jeweiligen Region vorgelegte lokale Entwicklungsstrategie. In Österreich wurden insgesamt 85 Regionen zu LEADER-Regionen ernannt, davon liegen 18 in Niederösterreich.

Demografie Check LEADER-Region Waldviertler Grenzland

Damit das Thema „Demografischer Wandel“ in der Region einen angemessenen Stellenwert erhält, setzt die LEADER-Region Waldviertler Grenzland ein Projekt zum Thema „Demografie Check“ um, welches von der ecoplus und der Abteilung RU2 des Landes NÖ sowie von einem Expertenteam der Wallenberger & Linhard Regionalberatung und der Firma con.os unterstützt wird. Denn wer sich aktiv mit dem demografischen Wandel beschäftigt, kann ihm Chancen abgewinnen und mögliche Risiken rechtzeitig erkennen.



Zum Waldviertler Grenzland gehören **sieben Kleinregionen** mit **45 Gemeinden** aus den Bezirken Gmünd, Waidhofen/Thaya und Zwettl mit ca. 90.000 Einwohner/innen, die eine geografisch, sozial und wirtschaftlich zusammenhängende Region ergeben.

Von den 45 Gemeinden der LEADER-Region nehmen 43 Gemeinden am Projekt teil. (Dietmanns und Eggern nehmen nicht teil.)

Mit dem Projekt „Demografie Check LEADER-Region Waldviertler Grenzland“ werden Betriebe und Gemeinden aktiv unterstützt, um sich gut auf die kommenden Entwicklungen einzustellen.

Es sollen Strategien erarbeitet werden, die geeignet sind, die Auswirkungen des demografischen Wandels bestmöglich für eine positive Regionalentwicklung zu nutzen und etwaige Gefahren hintan zu halten.

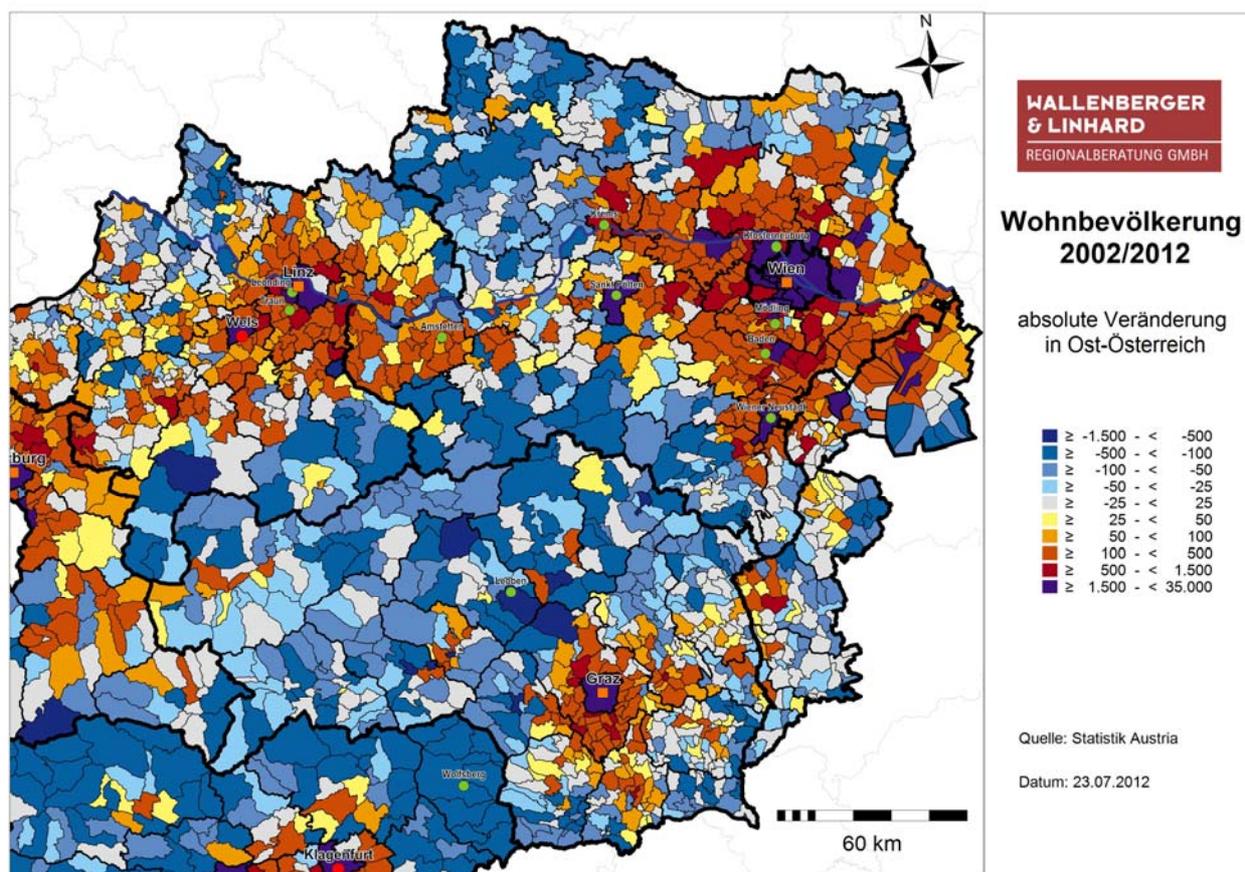
Ausgewählte Daten zur demografischen Entwicklung der Region

Bevölkerungsentwicklung 1951 – 2011, Zweitwohnsitze 2011

	Bev 1951	Bev 1961	Bev 1971	Bev 1981	Bev 1991	Bev 2001	Bev 2011	Zweitw. 2011
Krems (Stadt)	22.410	23.097	23.520	23.076	22.783	23.713	24.032	5.378
Bezirk Gmünd	49.889	47.313	46.916	43.733	41.314	40.050	37.761	9.083
Bezirk Horn	40.913	38.288	36.863	34.599	32.465	32.400	31.429	8.687
Bezirk Krems (Land)	54.999	52.601	53.161	52.352	52.589	54.407	55.874	10.923
Bezirk Waidhofen/Thaya	36.565	33.590	32.434	30.391	28.607	28.197	26.738	6.104
Bezirk Zwettl	52.512	50.495	50.322	48.338	46.247	45.635	43.707	7.817
Gesamt	257.288	245.384	243.216	232.489	224.005	224.402	219.541	47.992

Quelle: Statistik Austria, VZ; Wanderungsstatistik, ZMR

Bevölkerungsveränderung in Ost-Österreich 2002 bis 2012



Quelle: Statistik Austria, Darstellung Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH

Bevölkerungsprognose bis 2030

Region	Prognosejahr			Veränd. 2020 bis 2030
	2020	2025	2030	
Krems an der Donau(Stadt)	24.871	25.266	25.653	782
Bezirk Gmünd	36.849	36.295	35.866	-983
Bezirk Horn	31.079	31.035	31.098	19
Bezirk Krems(Land)	57.196	58.059	58.880	1684
Bezirk Waidhofen/Thaya	26.572	26.344	26.175	-397
Bezirk Zwettl	42.419	41.817	41.294	-1.125
Gesamt	218.986	218.816	218.966	-20

Quelle: ÖROK Bevölkerungsprognose 2009

Altersstruktur (1991/2001/2012)

Altersverteilung in Prozent zur Wohnbevölkerung (gerundete Werte)

	Alter 0-14			Alter 15 - 59			Alter 60+		
	Veränd. 91/01	2001	2012	Veränd. 91/01	2001	2012	Veränd. 91/01	2001	2012
Krems (Stadt)	-0,1%	14,2%	12,3%	5,6%	62,6%	60,9%	3,0%	23,2%	26,8%
Bezirk Gmünd	-8,1%	15,9%	12,7%	-5,6%	57,7%	57,9%	6,6%	26,4%	29,4%
Bezirk Horn	-0,3%	16,9%	13,4%	-2,6%	57,7%	59,2%	5,8%	25,4%	27,4%
Bezirk Krems (Land)	-0,9%	17,0%	14,4%	1,9%	60,5%	60,6%	11,7%	22,4%	25,0%
Bezirk Waidhofen/Thaya	-6,5%	16,8%	12,9%	-3,1%	57,3%	59,4%	6,4%	25,9%	27,7%
Bezirk Zwettl	-10,1%	18,4%	14,1%	-2,6%	57,9%	60,7%	10,7%	23,7%	25,2%

Quelle: Statistik Austria, VZ, ZMR

Prognose zur Altersstruktur 2030

	2030				2030 in %		
	0-14	15-59	60+	gesamt	0-14	15-59	60+
Krems (Stadt)	3.098	13.934	8.621	25.653	12,1	54,3	33,6
Bezirk Gmünd	4.367	17.899	13.600	35.866	12,2	49,9	37,9
Bezirk Horn	4.135	15.861	11.102	31.098	13,3	51,0	35,7
Bezirk Krems(Land)	8.117	30.841	19.922	58.880	13,8	52,4	33,8
Bezirk Waidhofen /Thaya	3.350	13.197	9.628	26.175	12,8	50,4	36,8
Bezirk Zwettl	5.522	21.280	14.492	41.294	13,4	51,5	35,1
Gesamt	28.589	113.012	77.365	218.966	13,1	51,6	35,3

Quelle: ÖROK Bevölkerungsprognose 2009

Wanderung (2001, 2011)

	Zuzüge		Wegzüge		Wanderungssaldo in % Wohnbev 2011
	2001	2011	2001	2011	
Krems (Stadt)	1.285	1.700	1.157	1.538	0,7%
Bezirk Gmünd	651	816	743	872	-0,1%
Bezirk Horn	770	874	790	751	0,4%
Bezirk Krems (Land)	1.559	1.904	1.405	1.536	0,7%
Bezirk Waidhofen/Thaya	582	561	501	607	-0,2%
Bezirk Zwettl	656	823	904	872	-0,1%

Quelle: Statistik Austria, VZ; Wanderungsstatistik; ZMR

Geburtenbilanz 2011

	Geborene	Gestorbene	Geburtenbilanz
Krems an der Donau (Stadt)	205	272	-67
Bezirk Gmünd	295	444	-149
Bezirk Horn	228	380	-152
Bezirk Krems (Land)	476	501	-25
Bezirk Waidhofen/Thaya	197	349	-152
Bezirk Zwettl	400	457	-57
Gesamt	1.801	2.403	-602

Quelle: Statistik Austria, VZ; Wanderungsstatistik; ZMR

Zeitplan Schulprojekt

	2013																												2014															
	September				Oktober				November				Dezember				Jänner				Februar				März				April				Mai				Juni							
	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26		
	9	16	23	30	7	14	21	28	4	11	18	25	2	9	16	23	30	6	13	20	27	3	10	17	24	3	10	17	24	31	7	14	21	28	5	12	19	26	2	9	16	23		
Konzepterarbeitung																																												
Abstimmung HAK, VWG, W&L																																												
Projekterarbeitung Schüler/innen																																												
Umsetzung																																												
Impuls in Klassen																																												
Erarbeitung Fragebogen																																												
Endredaktion Fragebogen																																												
Testlauf Befragung																																												
Evaluierung Testlauf																																												
ev. Änderung FB (pers., online)																																												
Befragung: persönlich & online																																												
Kontakt Hauptschüler/innen																																												
Auswertung																																												
Impuls-/Auffaktveranstaltung																																												
Monitoring / Reflexion																																												
Kommunikation intern & extern																																												
Berichtswesen - Planung																																												
Dokumentation (D, E)																																												
Pressearbeit																																												
Einsatz neuer Medien																																												
Publikation																																												
Ergebnispräsentation																																												
Querverbreitung - VWG, LAK																																												

Mögliche Motive für Zuzug und Wegzug

Aus diversen Untersuchungen lassen sich folgende prioritäre Motive für den Umzug von der Stadt in das Stadtumland bzw. in den ländlichen Raum ableiten:

- Eigentumsbildung
- Räumliche Ausweitung (Wohnfläche)
- Wohnkosten (Kauf, Miete)
- Wohnen im Grünen: Grün- und Freifläche, eigener Garten, ökologische Qualitäten
- Verkehrsarmut, keine Lärmbelastung
- Landschaft
- Ruhige Lage
- Besser Luftqualität
- Soziales Umfeld (subjektiv wahrgenommenes Bedrohungsgefühl in der Stadt durch Kriminalität, Migration, Drogenkonsum, Anonymität etc.)
- Familiengründung
- Kinder (Hebung der Lebensqualität der Kinder)
- Freizeitqualität
- Berufliche Veränderung
- Soziale Integration, Nachbarschaft, Vereine
- Geringere Siedlungsdichte
- ...

Folgende Motive können für einen Wegzug vom Land in die Stadt ausschlaggebend sein:

- Berufliche Veränderung oder Eintritt in das Berufsleben
- Partnerschaft
- Wenig Angebot beim Öffentlichen Personennahverkehr
- Entfernung nach Wien
- Fehlendes Bildungsangebot (Aus- und Weiterbildung, Studium)
- Lückenhafte Nahversorgung (Güter des tägl. Bedarfs bis medizinische Versorgung)
- Mangelhafte (Freizeit)Infrastruktur
- Enge / mangelnde Anonymität
- Nachbarschaftsstreitigkeiten
- Bekannte / Freunde sind weggezogen - fehlende gesellschaftliche Integration
- Mangelhaftes Kulturangebot
-

Anhang: Motivbefragung von 2004

Wohn(t)raum Motive

Motive von Weg- und Zuzüglern bzw. Zweitwohnsitzern ermitteln.

01 Einleitung

Diese Umfrage wird im Auftrag der am Projekt "Wohn(t)raum Waldviertel" beteiligten Gemeinden durchgeführt.

Folgende Gemeinden sind beteiligt (alphabetisch):

Albrechtsberg, Bad Großpertholz, Brand-Nagelberg, Brunn/Wild, Dobersberg, Echtsenbach, Gföhl, Göpfritz/Wild, Gr. Gerungs, Gr.-Siegharts, Großdietmanns, Großschönau, Heidenreichstein, Hofamt, Priel, Hoheneich, Horn, Kirchberg/Walde, Lichtenau, Litschau, Maria Taferl, Ottenschlag, Pölla, Raabs/Th., Rastendorf, Reingers, Retz, Röhrenbach, Schrems, Schwarzenau, Schweigggers, St. Bernhard-Frauenhofen, Sigmundsherberg, St. Leonhard/Hornerwald, St. Martin, Thaya, Traunstein, Unserfrau-Altweitra, Waidhofen/Thaya, Waldenstein, Weitersfeld, Yspertal, Zwettl

*** 010: Welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie zu?**

Bitte wählen Sie alle Punkte aus, die zutreffen:

- Ich bin in einer der angeführten Gemeinden aufgewachsen.
- Ich habe derzeit meinen Hauptwohnsitz in einer der Gemeinden.
- Ich hatte einmal meinen Hauptwohnsitz in einer der Gemeinden, habe ihn jetzt aber wo anders.
- Ich habe derzeit einen Nebenwohnsitz in einer der Gemeinden.
- Ich hatte einmal einen Nebenwohnsitz in einer der Gemeinden.

*** 020: Im Folgenden finden Sie einige gängige Aussagen über das Waldviertel.**

Bitte geben Sie an, wie wichtig das Thema der jeweiligen Aussagen für Sie persönlich ist und wie sehr Sie dieser Aussage zustimmen.

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort aus

	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	unwichtig	sehr	etwas	kaum	gar nicht
Im Waldviertel ist es zu kalt und oft nebelig.	<input type="checkbox"/>							
Im Waldviertel sind viele Menschen zurückhaltend und einsilbig.	<input type="checkbox"/>							
Das Waldviertel ist ein wenig unheimlich.	<input type="checkbox"/>							
Im Waldviertel gibt es wenig kulturelles Angebot.	<input type="checkbox"/>							
Im Waldviertel ist die Nahversorgung eher schlecht.	<input type="checkbox"/>							
Im Waldviertel ist die medizinische Versorgung schwach.	<input type="checkbox"/>							
Im Waldviertel ist man einsam.	<input type="checkbox"/>							
Im Waldviertel ist die Verkehrs- und Kommunikationsinfrastruktur schlecht.	<input type="checkbox"/>							

030: Welche sonstigen Klischees zum Waldviertel fallen Ihnen noch ein?

Bitte schreiben Sie Ihre Antwort hier

02 Aktueller Wohnsitz

Fragen zu Ihrem derzeitigen Wohnsitz

* 010: Wo haben Sie derzeit Ihren Hauptwohnsitz?

Bitte Ihre Antwort(en) hierher schreiben

Staat:

Bundesland/Kreis:

Gemeinde:

* 020: Seit wann wohnen Sie schon hier?

Wenn Sie es nicht auf den Tag genau wissen, dann können Sie als Tag den 1. des Monats eingeben.

Bitte ein datum eingeben

/ /

030: Wo hatten Sie zuvor Ihren Hauptwohnsitz?

Bitte Ihre Antwort(en) hierher schreiben

Staat:

Bundesland/Kreis:

Gemeinde:

040: Wie lange haben Sie an Ihrem vorherigen Hauptwohnsitz gewohnt?

Bitte Ihre Antwort(en) hierher schreiben

Jahre:

Monate:

* 050: Art des aktuellen Hauptwohnsitzes

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

Eigentum

Hauptmiete

Untermiete

* 060: Wie groß ist die Wohnfläche (in Quadratmetern) des Hauses / der Wohnung, wo Sie derzeit Ihren Hauptwohnsitz haben? Wenn Sie es nicht genau wissen, geben Sie bitte eine ungefähre Zahl an.

Bitte schreiben Sie Ihre Antwort hier

* 070: Haben Sie einen eigenen Balkon oder eine eigene Terrasse?

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Ja
 Nein

*** 080: Haben Sie einen eigenen Garten oder können Sie einen Garten mitbenutzen?**

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Ja
 Nein

*** 090: Bitte geben Sie an, wie viele Personen der angeführten Altersklassen in Ihrem Haushalt leben. Wenn keine, bitte 0 eingeben!**

Bitte Ihre Antwort(en) hierher schreiben

0-6 Jahre:

7-16 Jahre:

17-35 Jahre:

36-45 Jahre:

46-55 Jahre:

56-65 Jahre:

66 Jahre oder älter:

*** 100: In welcher Haushaltsform leben Sie derzeit?**

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Singlehaushalt | <input type="checkbox"/> alleinerziehend |
| <input type="checkbox"/> Paar ohne Kind(er) | <input type="checkbox"/> Mehr-Generationen-Haushalt |
| <input type="checkbox"/> Paar mit Kind(er) | <input type="checkbox"/> Sonstiges <input type="text"/> |

*** 110: Wie lange (in Stunden) benötigen Sie mit dem Auto bzw. mit öffentlichen Verkehrsmitteln (je nachdem was schneller geht) von Ihrem derzeitigen Hauptwohnsitz ins Zentrum von Wien?**

Bitte verwenden Sie als Komma einen Punkt!

Bitte schreiben Sie Ihre Antwort hier

[Bitte beantworten Sie diese Frage nur, falls ihre Antwort 'Ich habe derzeit einen Nebenwohnsitz in einer der Gemeinden. ' oder 'Ich hatte einmal einen Nebenwohnsitz in einer der Gemeinden. ' war bei der Frage '010 ']

*** 120: In welcher der oben angeführten Gemeinde haben/hatten Sie einen Nebenwohnsitz?**

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Albrechtsberg | <input type="checkbox"/> Hoheneich | <input type="checkbox"/> Schwarzenau |
| <input type="checkbox"/> Bad Großpertholz | <input type="checkbox"/> Horn | <input type="checkbox"/> Schweiggers |
| <input type="checkbox"/> Brand-Nagelberg | <input type="checkbox"/> Kirchberg/Walde | <input type="checkbox"/> St. Bernhard-Frauenhofen |
| <input type="checkbox"/> Brunn/Wild | <input type="checkbox"/> Lichtenau | <input type="checkbox"/> Sigmundsherberg |
| <input type="checkbox"/> Dobersberg | <input type="checkbox"/> Litschau | <input type="checkbox"/> St. Leonhard/Hornerwald |
| <input type="checkbox"/> Echtsenbach | <input type="checkbox"/> Maria Taferl | <input type="checkbox"/> St. Martin |
| <input type="checkbox"/> Gföhl | <input type="checkbox"/> Ottenschlag | <input type="checkbox"/> Thaya |
| <input type="checkbox"/> Göpfritz/Wild | <input type="checkbox"/> Pölla | <input type="checkbox"/> Traunstein |
| <input type="checkbox"/> Gr. Gerungs | <input type="checkbox"/> Raabs/Th. | <input type="checkbox"/> Unserfrau-Altweitra |
| <input type="checkbox"/> Gr.-Siegharts | <input type="checkbox"/> Rastenfeld | <input type="checkbox"/> Waidhofen/Thaya |
| <input type="checkbox"/> Großdietmanns | <input type="checkbox"/> Reingers | <input type="checkbox"/> Waldenstein |
| <input type="checkbox"/> Großschönau | <input type="checkbox"/> Retz | <input type="checkbox"/> Weitersfeld |
| <input type="checkbox"/> Heidenreichstein | <input type="checkbox"/> Röhrenbach | <input type="checkbox"/> Yspertal |
| <input type="checkbox"/> Hofamt Priel | <input type="checkbox"/> Schrems | <input type="checkbox"/> Zwettl |

[Bitte beantworten Sie diese Frage nur, falls ihre Antwort 'Ich habe derzeit einen Nebenwohnsitz in einer der Gemeinden. ' oder 'Ich hatte einmal einen Nebenwohnsitz in einer der Gemeinden. ' war bei der Frage '010 ']

*** 130: Wie lange haben/hatten Sie diesen Nebenwohnsitz?**

O3 Gründe für Wohnsitzwechsel

Wenn Sie daran denken, als Sie das letzte Mal Ihren Hauptwohnsitz gewechselt haben: Wie sehr haben Sie dabei die folgenden Gründe beeinflusst?

* 010: Berufliche Gründe

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort aus

	sehr	etwas	kaum	gar nicht
Nähe zum Arbeitsplatz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arbeitsplatzwechsel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

* 020: Wirtschaftliche Gründe

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort aus

	sehr	etwas	kaum	gar nicht
Bildung von Wohnungseigentum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Erhoffte Wertsteigerung der neuen Wohnung / des neuen Hauses	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Preis/Leistungsverhältnis der neuen Wohnung / des neuen Hauses	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kaufpreis / Mietpreis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Betriebskosten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dringender Wohnbedarf	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

* 030: Soziale Gründe

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort aus

	sehr	etwas	kaum	gar nicht
Familie / Persönliche Gründe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bekannte / Freunde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zusammenzug mit Partner / Partnerin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

* 040: Gründe betreffend Wohnung / Haus

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort aus

	sehr	etwas	kaum	gar nicht
Größe der Wohnung / des Hauses	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Raumaufteilung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ausstattung der Wohnung / des Hauses	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zustand der Bausubstanz der alten Wohnung / des alten Hauses	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Garten / Terrasse / Balkon in der neuen Wohnung / im neuen Haus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kündigung durch Vermieter / Auslaufen eines befristeten Mietvertrags	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Probleme mit dem Vermieter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Architektur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Qualität der Baumaterialien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

* 050: Wie gerne leben / lebten Sie in der betreffenden Wohn(t)raum Gemeinde?

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- sehr
 etwas
 kaum
 gar nicht

* 060: Wie hat sich Ihrer Meinung nach die Lebensqualität im Allgemeinen in Ihrer Wohn(t)raum Gemeinde, in der Sie leben/lebten, in den letzten 5 Jahren verändert?

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- sehr
 etwas
 kaum
 gar nicht

070: Denken Sie bitte an die Wohn(t)raum Gemeinde, in der Sie leben/lebten. Angenommen, Sie hätten die Möglichkeit EINE EINZIGE Eigenschaft in dieser Gemeinde zu ändern, mit der Sie nicht zufrieden sind. Dabei wäre wirklich ALLES MÖGLICH. Was würden Sie ändern und wie sollte das Ergebnis aussehen?

Bitte schreiben Sie Ihre Antwort hier

*** 080: Wie gut kennen Sie folgende Angebote / Möglichkeiten an Wohnstandort Waldviertel?**

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort aus

	sehr	etwas	kaum	gar nicht
Erhöhte Wohnbauförderung des Landes NÖ in Gemeinden mit hoher Abwanderung.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Steuerliche Absetzbarkeit von Werbungskosten bei zwei Wohnsitzen in bestimmten Fällen (doppelte Haushaltsführung, Familienheimfahrten).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wieselbus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zuschuss für nö. StudentInnen zum Semesterticket der Wiener Linien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kostenfreie Kindergartenplätze in ganz NÖ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
NÖ-Card	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mobile Pflegedienste, Essen auf Rädern etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Busverbindungen Wien - Waldviertel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
www.komsis.at - Eine Internetplattform, mit der Sie Immobilien in vielen nö. Gemeinden suchen können.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

04 Fragen zur Person

Wir möchten noch einmal darauf hinweisen, dass persönliche Daten nur der statistischen Auswertung dienen und streng vertraulich behandelt werden. Das Umfragesystem verhindert, dass wir Ihre Angaben mit Ihnen direkt in Verbindung bringen können.

*** 010: Ihr Alter**

Bitte schreiben Sie Ihre Antwort hier

*** 020: Ihr Geschlecht**

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Weiblich
 Männlich

*** 030: Ihr aktueller Familienstand**

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ledig
 verheiratet
 geschieden
 verwitwet

040: Wenn Sie die Nettoeinkünfte aller Personen in Ihrem Haushalt zusammenrechnen. Wieviel Euro stehen Ihnen pro Monat zur Verfügung? Wenn Sie es nicht genau wissen, geben Sie bitte eine ungefähre Zahl an.

Bitte schreiben Sie Ihre Antwort hier

*** 050: Ihr höchster Bildungsabschluss**

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Pflichtschule
 Lehrabschluss
 Berufsbildende Schule ohne Matura (HAS, ...)
 Allgemein höherbildende Schule (Gymnasium)
 Berufsbildende Höhere Schule mit Matura (HAK, HTL, ...)
 Fachhochschule
 Studium
 Sonstiges

*** 060: Ihre Stellung im Berufsleben**

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Arbeiter / Arbeiterin
 Leitende/r Angestellte/r
 Andere/r Angestellte/r
 Beamte/r im einfachen oder mittlerem Dienst
 Beamte/r im gehobenen Dienst
 Selbständig
 Freiberuflich tätig
 im Haushalt tätig, in Karenz oder ähnliches
 in Pension
 Bundesheer / Zivildienst
 Schülerin / Schüler
 Student / Studentin
 Lehrling
 zur Zeit ohne Beschäftigung
 Sonstiges

*** 070: Wenn Sie derzeit in einem Beschäftigungsverhältnis stehen, freiberuflich oder selbständig tätig sind: Wie ist der Umfang Ihrer Beschäftigung?**

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Vollzeit
 Teilzeit
 Geringfügig
 zur Zeit ohne Beschäftigung

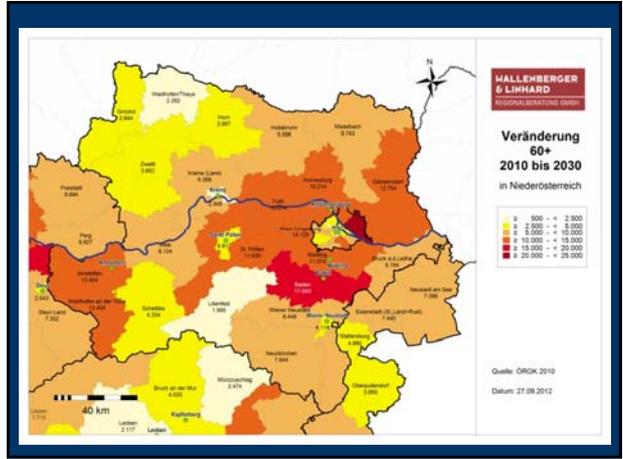
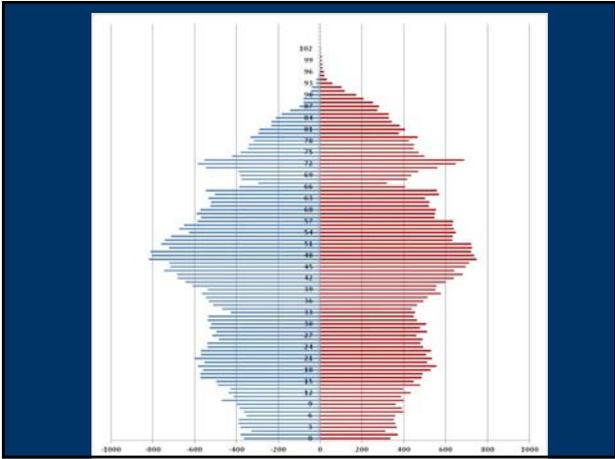
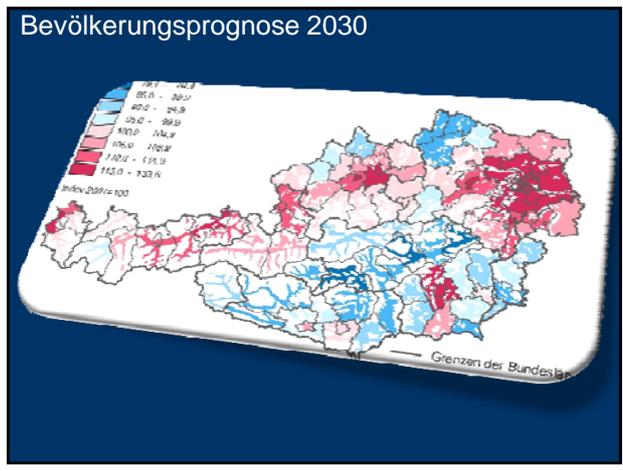
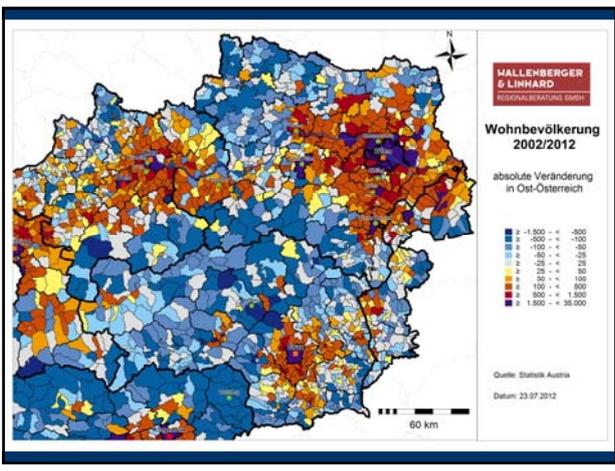
*** 080: Wie sehr treffen die folgenden Lebensmotive auf Sie zu?**

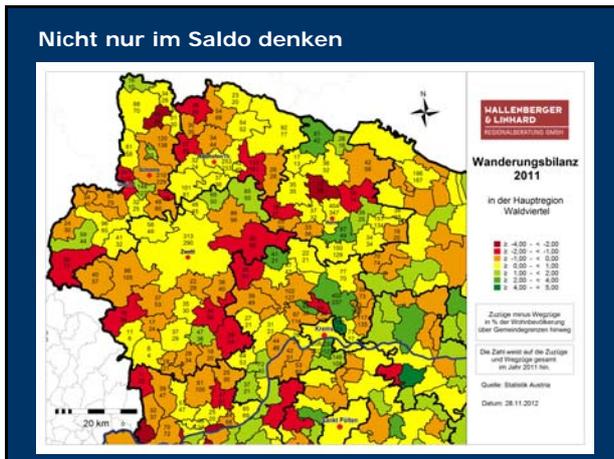
Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort aus

	sehr	etwas	kaum	gar nicht
Streben nach Erfolg, Leistung, Führung und Einfluss	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Streben nach Freiheit, Selbstgenügsamkeit und Eigenständigkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Streben nach Wissen, Wahrheit, Erkenntnis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Streben nach sozialer Anerkennung, nach Zugehörigkeit und positivem Selbstwert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Streben nach Stabilität, Klarheit und guter Organisation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Streben nach Sparsamkeit, Besitz erlangen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Streben nach Loyalität und moralischer, charakterlicher Integrität	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Streben nach sozialer Gerechtigkeit und Fairness	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Streben nach Freundschaft, Freude und Humor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Streben nach Familienleben und besonders danach, eigene Kinder zu erziehen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Streben nach Prestige, nach Reichtum, Titeln und öffentlicher Aufmerksamkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Streben nach Konkurrenz und Vergeltung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Streben nach Ästhetik und Schönheit aber auch Erotik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Streben nach Nahrung, Essen, Kulinarik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Streben nach Fitness und Bewegung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Streben nach Entspannung und emotionaler Sicherheit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

HALLENBERGER & LINHARD
REGIONALBERATUNG GMBH

GF Gerhard Linhard
Mag. Nina Silipp
GF Josef Wallenberger





Wohnen im Waldviertel

Wo das Leben neu beginnt.

WALD VIERTEL

www.wohnen-im-waldviertel.at

Wohnen. Arbeiten. Leben.

Wohnen im Waldviertel

Immobilienuche

Bezirke (alle) | Gemeinden (alle)

Haus Wohnung
 Eigenheim Baugrund
 Kauf Miete

SUCHEN

Service

- Kostenlos inserieren
- Buchstabenlisten aktivieren
- Eliafesseln im Waldviertel
- Fragen Sie unsere Gemeinden

Wohnen im Waldviertel

Das Waldviertel hat alles, was man zum Wohnen, Arbeiten und Leben braucht. Deshalb ziehen jährlich mehr als 4.500 Personen ins Waldviertel. Suchen auch Sie ein neues Haus, eine neue Wohnung oder einen Job? Denken Sie dabei auch an das Waldviertel. Es bietet mehr als Sie vielleicht annehmen. Hier finden Sie Informationen zur Region, zu 50 Gemeinden, zu preiswerten Baugründen und Immobilien (Häuser, Bauernhäuser oder Wohnungen, zum Kaufen oder Mieten) und zu freien Jobs. Außerdem können Sie unsere Plattform gerne nutzen, um Ihre Immobilien kostenlos zu inserieren.

Neue Immobilien

- Haus in 3900 Schwarzenau Wohnhaus
- Haus in 3874 Litschau Wohnhaus
- Haus in 3900 Schwarzenau Schönes AD-Mathaus, Garten, Garage, Garage

Wohnprojekte

Wohnen und Arbeiten in Heupölze

MEHR LESEN

Wohnen. Arbeiten. Leben.

Wohnen im Waldviertel

Jobsuche

Ich suche: | Bezirk (alle) | Dienstverhältnisse (alle)

SUCHEN

Service

- Zuhause Waldviertel
- Wirtschaftsforum Waldviertel
- jobwald.at - Jobs im W4
- Newsletter abonnieren

Arbeiten im Waldviertel

Es gibt sie: Jobs und Lernplätze im Waldviertel. Denn zahlreiche Unternehmen im Waldviertel suchen dringend Fachkräfte. Die Wirtschaftskraft und die Vielfalt dieser Betriebe sind bemerkenswert. Wussten Sie, dass im Waldviertel 85.000 Menschen in 9.000 Firmen ihren Arbeitsplatz haben? Die Region bietet eine Vielzahl an interessanten Jobs in zukunftsfähigen Branchen. **Sehen Sie selbst!** Durch die Unterstützung von jobwald.at können wir Ihnen viele Jobangebote aus der Region zeigen.

Neue Jobangebote

- Experten/-in Backoffice Operations Citi & Partner - fr Personal Management
- Credit Riskmanager (m/w) Citi & Partner - fr Personal Management
- Buchhalter / Bilanzbuchhalter/in AES - Energie Technik GmbH
- LEHRING ELEKTROTECHNIK Elektro Planerischer GmbH

Schon gewusst?

Bachhausen-Glöße gehen um die Welt

Wohnen. Arbeiten. Leben.

Wohnen im Waldviertel

Leben

Gemeinden & Gemeindefest
Schnell führt man sich hier Zuhause. Die Zusammenkünfte und die Möglichkeit dieses Zuhause mitzugeben haben dabei.

Betriebe & Branchen
Was finden das Waldviertel für die Person bereit, wenn Sie ihnen wir heute einmal über die Arbeit mitgeben selbst.

Schule & Bildung
Hier lassen Eltern ihre Kinder im richtigen Platz. Sie sind in guten Händen - vom Schulweg bis zum Unterricht selbst.

Freizeit & Sport
Leben, wo andere Urlaub machen! Das Waldviertel kann es mit jeder Recreation aufnehmen. Hier ist immer etwas los.

Service

- Der Waldviertel-Film
- Links zum Waldviertel
- Newsletter abonnieren
- Botschafter-Anmeldung

Ich schätze das Waldviertel weil ich hier zu Hause bin und meine Kinder ein freies Leben als in einer Großstadt genießen können.

Kommentare (0)

facebook

Suche nach Personen, Orten und Dingen

Wohnen im Waldviertel

4.239 „Gefällt mir“-Angaben · 13 sprechen darüber

Regelmäßig inselnde: Wohnen, Arbeiten, Leben. Natürlich im Waldviertel. Reden wir darüber, was das Waldviertel so (Lebenswert) macht! Infos und Impressum unter <http://www.wohnen-im-waldviertel.at>

3. Waldviertel Jobmesse

4.239

Status Foto/Video Angebot, Veranstaltung

Was war heute los?

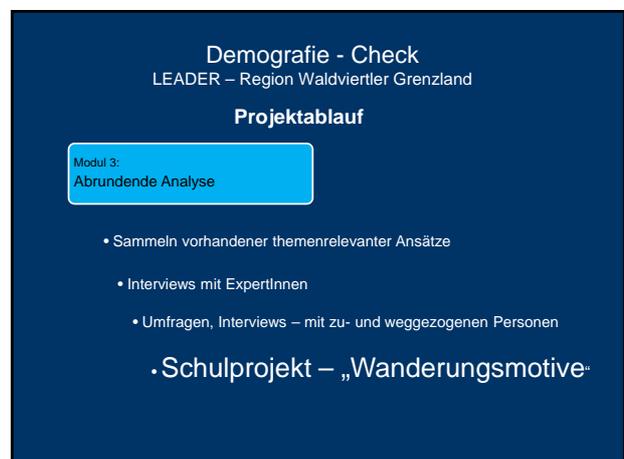
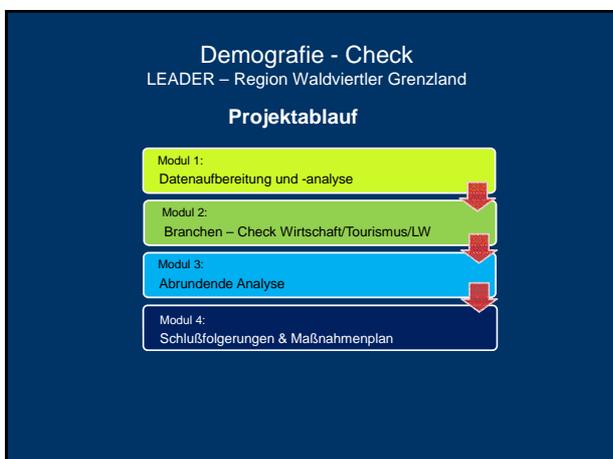


Ziel

Sensibilisierung (Daten & Fakten)

Maßnahmen (konkret & nachvollziehbar)

Grundlagen 2014 (Leader u.a.)



Gedanken für WS

Motive fürs Nichtkommen / Wegziehen

- Berufliche Veränderung oder Eintritt in das Berufsleben
- Fehlendes Bildungsangebot (Aus- / Weiterbildung, Studium)
- Lückenhafte Nahversorgung, Mangelhafte Infrastruktur, ...
- Wenig Angebot beim Öffentlichen Personennahverkehr
- Mangelhaftes Freizeit- und Kulturangebot

Nächste Schritte

- Interne & externe Kommunikation
- Erarbeitung Fragebogen
- Impulsveranstaltung
- Testlauf Befragung / Befragung



www.regionalberatung.at/demografie
demografie@regionalberatung.at

**Wohnen.
Arbeiten.
Leben.**
 Natürlich im Waldviertel.

Demografie - Check LEADER – Region Waldviertler Grenzland

Projekttablauf

**Modul 1:
Datenaufbereitung und -analyse**

- Quick – Checks Betriebe und Gemeinden
- Regionales Datenprofil für alle Gemeinden, Kleinregionen, LEADER
- Prognosedaten – abgestimmt mit RU2 und eigenen Daten
- Auftaktveranstaltung – sensibilisieren und motivieren

Demografie - Check LEADER – Region Waldviertler Grenzland

Projekttablauf

**Modul 2:
Branchen – Check
Wirtschaft/Tourismus**

- Kooperationstreffen mit regionalen Organisationen
- Branchen- und Betriebsanalyse
- Umfragen, Interviews - Schlüsselpersonen
- Szenario – Workshops

Demografie - Check LEADER – Region Waldviertler Grenzland

Projekttablauf

**Modul 4:
Schlußfolgerungen & Maßnahmenplan**

- Ergebnisse Datenanalyse, Branchen – Check, Szenario – WS
- Ergebnisse Schulprojekt „Wanderungsmotive“
- Detailausarbeitung der drei erstgereihten Themen Wi / Tou
- Handlungsempfehlungen – Maßnahmenkatalog/plan

Demografie - Check LEADER – Region Waldviertler Grenzland

Projekttablauf – Motivbefragung 2013

	2013											
	Januar			Februar			März			April		
	Di	Mi	Do	Di	Mi	Do	Di	Mi	Do	Di	Mi	Do
Konzeptarbeit												
Abstimmung MAK, VWS, VWSL												
Projektarbeit SchülerInnen												
Umwertung												
Empfehlungen in Klassen												
Erstellung Fragebogen												
Erstellung Fragebogen												
Testlauf Befragung												
Evaluierung Testlauf												
ev. Änderung FB (pers. online)												
Befragung persönlich & online												
Kontakt HauptschülerInnen												
Auswertung												
Projektabschlussveranstaltung												
Monitoring / Reflexion												
Kommunikation intern & extern												
Berichtswesen - Planung												
Dokumentation (D, E)												
Pressearbeit												
Publikation												
Projektabschluss												
Abstimmung MAK, VWS, VWSL												

Demografie - Check LEADER – Region Waldviertler Grenzland

Projekttablauf – Motivbefragung 2014

	2014											
	Januar			Februar			März			April		
	Di	Mi	Do	Di	Mi	Do	Di	Mi	Do	Di	Mi	Do
Konzeptarbeit												
Abstimmung MAK, VWS, VWSL												
Projektarbeit SchülerInnen												
Umwertung												
Empfehlungen in Klassen												
Erstellung Fragebogen												
Erstellung Fragebogen												
Testlauf Befragung												
Evaluierung Testlauf												
ev. Änderung FB (pers. online)												
Befragung persönlich & online												
Kontakt HauptschülerInnen												
Auswertung												
Projektabschlussveranstaltung												
Monitoring / Reflexion												
Kommunikation intern & extern												
Berichtswesen - Planung												
Dokumentation (D, E)												
Pressearbeit												
Eintritt neuer Medien												
Publikation												
Projektabschluss												
Abstimmung MAK, VWS, VWSL												

ANHANG: TEILNEHMER/INNENLISTEN DER SZENARIOWORKSHOPS

Demografie Check LEADER-Region Waldviertler Grenzland

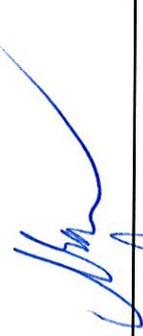
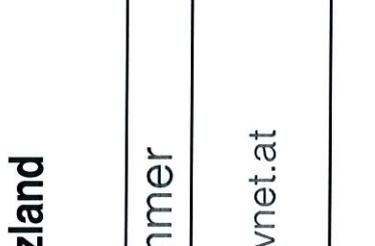
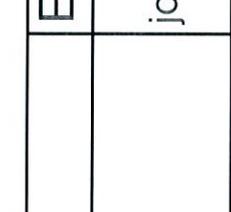
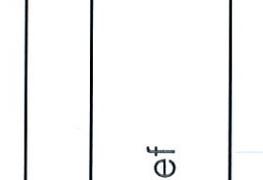
14. Jänner 2014, VHS Gmünd

Name	Email/Telefonnummer	Unterschrift
Bruckner Martin	martin.bruckner@grossschoenau.gv.at	
Damberger Manfred	dam@waldviertel-wohnen.at	
Eder Sonja	sonnie@cinematography.at	
Elsigan Marie-Therese		
Gold Peter Gruber Herwig	herwig.gruber@kastner.at	
Gottsbachner Herbert	buergermeister@langschlag.gv.at	
Huber Martin	martin.huber@waldviertlergrenzland.at	

Demografie Check LEADER-Region Waldviertler Grenzland
 14. Jänner 2014, VHS Gmünd

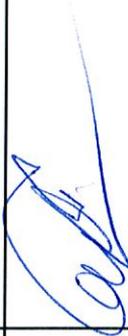
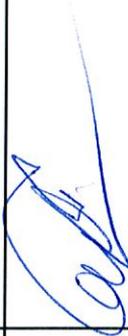
Name	Email/Telefonnummer	Unterschrift
Kaltenböck Viktor	viktor.kaltenboeck@gmnet.com	
Katzenbeißer Katharina	Katharina.Katzenbeisser@gmx.at	
Kitzler Johannes	johannes.kitzler@formholz.at	
Körner Franz	franz.koerner@waldenstein.at	
Kowar Otmar	bgm.otmar.kowar@unserfrau-altweitra.at	
Layr Patrick	patrick@layr.at	
Lirnberger Desiree	desiree.lirnberger@gmx.at	

Demografie Check LEADER-Region Waldviertler Grenzland
 14. Jänner 2014, VHS Gmünd

Name	Email/Telefonnummer	Unterschrift
Mayerhofer Josef	josef.mayerhofer@wvnet.at	
Nowak Othmar	o.nowak@aon.at	
Preissl Michael	Michael.Preissl@aknoe.at	
Preiß Gerhard	gerhard.preiss@rb-32990.raiffeisen.at <i>gerhard.preiss@rbw4.at</i>	
Prinz Viktoria	viktoria.prinz@gmail.com	
Samhaber Thomas	thomas.samhaber@rm-waldviertel.at	
Sigl Wilhelm	sigl@langschlag.gv.at	

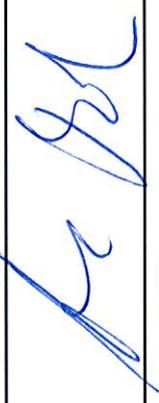
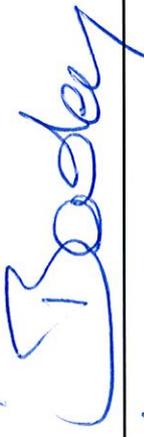
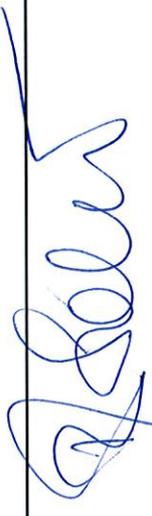
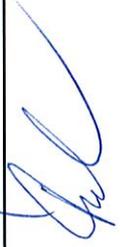
Demografie Check LEADER-Region Waldviertler Grenzland

14. Jänner 2014, VHS Gmünd

Name	Email/Telefonnummer	Unterschrift
Tauber Hartwig	hartwig.tauber@hasita.at	
Temper-Samhaber Brigitte	brigitte@ild.cc	
Ziegler Barbara	Barbara.Ziegler@rm-waldviertel.at	
Arthur Rubeck	taxi.artner@gross.schoenenau.at	
REINBERGER Robert	robert.reinberger@generational.at	
Hollenböck Viktor	viktor.hollenboeck@gmail.com	
Johann Panagl/Born	j.panagl@aon.at	

Demografie Check LEADER-Region Waldviertler Grenzland

21. Jänner 2014, WKÖ Waidhofen/Thaya

Name	Email/Telefonnummer	Unterschrift
Artnert Rudolf	taxi.artner@gross.schoenau.at	
Boden Karl	karl.boden@a1.net	
Bruckner Martin	martin.bruckner@grosschoenau.gv.at	
Damberger Manfred	dam@waldviertel-wohnen.at	
Datler Roland	gemeinde.gastern@wvnet.at	
Deimel Reinhard	reinhard.deimel@doberberg.gv.at	
Eder Sonja	sonnie@cinematography.at	

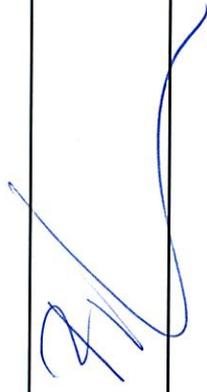
Demografie Check LEADER-Region Waldviertler Grenzland

21. Jänner 2014, WKÖ Waidhofen/Thaya

Name	Email/Telefonnummer	Unterschrift
Grün Beate	office@thayaland.at	
Gottsbachner Herbert	buergermeister@langschlag.gv.at	
Kaltenböck Viktor	viktor.kaltenboeck@gmail.com	
Katzenbeißer Katharina	katharina.katzenbeisser@gmx.at	
Kitzler Johannes	johannes.kitzler@formholz.at	
Lirnberger Desiree	desiree.lirnberger@gmx.at	
Preissl Michael	Michael.Preissl@aknoe.at	

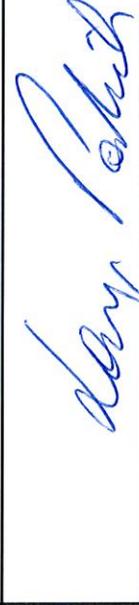
Demografie Check LEADER-Region Waldviertler Grenzland

21. Jänner 2014, WKÖ Waidhofen/Thaya

Name	Email/Telefonnummer	Unterschrift
Preiß Gerhard	gerhard.preiss@rb-32990.raiffeisen.at	
Sigl Wilhelm	sigl@langschlag.gv.at	
Tauber Hartwig	hartwig.tauber@hasita.at	
Temper-Samhaber Brigitte	brigitte@ild.cc	
Weinberger Christian	christian.weinberger@rbwt.at	
Ziegler Barbara	Barbara.Ziegler@rm-waldviertel.at	
REINHART BLUMBERGER	REINHART.BLUMBERGER@LWKNOE.AT	

Demografie Check LEADER-Region Waldviertler Grenzland

21. Jänner 2014, WKÖ Waidhofen/Thaya

Name	Email/Telefonnummer	Unterschrift
WERNER STARK	wstark@oan.at 0664/5159275	
Willibald POLLAK	0664/6355438	
LAYR Patrick	0664/4077423 Patrick@layr.at	

ANHANG: FRAGEBOGEN AN TOURISMUSBETRIEBE

Fragebogen

Wie Demografie-fit sind Sie?

Die Daten dieser Kurz-Umfrage werden gemeinsam mit Experten der Firma **con.os tourismus.consulting** (www.conos.co.at) ausgewertet, um **konkrete Maßnahmen für den Tourismus** zu erarbeiten.

Ihre Daten werden selbstverständlich vertraulich behandelt!

Name des Betriebes: _____

Straße: _____

PLZ / Ort: _____

Allgemeines zum Betrieb

Betriebstyp:

Gastronomie

Beherbergung

→ Wie viele Zimmer hat Ihr Betrieb: _____ Einzelzimmer / _____ Doppelzimmer

Sonstige: _____

→ Wie viele Betten hat Ihr Betrieb: _____

Ausflugsziel

Andere: _____

Anzahl der Mitarbeiter:

1-5

16-25

6-15

Über 25

Jahr der Eröffnung: _____

Wie lange ist der Betrieb bereits in Ihrem Eigentum? _____ Jahre

Handelt es sich um einen Familienbetrieb: Ja Nein

→ Wenn ja, wer arbeitet mit: _____

MIT UNTERSTÜTZUNG VON BUND, LAND UND EUROPÄISCHER UNION



Europäischer Landwirtschaftsfonds
für die Entwicklung des ländlichen
Raums. Hier investiert Europa in
die ländlichen Gebiete.



lebensministerium.at

Kommen Sie direkt aus der Region oder sind Sie zugezogen?

Direkt aus der Region

Zugezogen, und zwar vor ca. _____ Jahren. Begründung für Zuzug:

Privat (Familie, Heirat, etc.)

Beruflich (Betrieb, etc.)

Wie alt sind Sie? _____ Jahre

Wird es in der Geschäftsführung bzw. in der Weiterführung des Betriebes in den nächsten Jahren Änderungen geben?

Ja

Nein

→ **Wenn ja, welche Änderungen werden dies voraussichtlich sein:**

Übergabe des Betriebes an einen Nachfolger aus der Familie

Übergabe der Geschäftsführung an einen Nachfolger aus der Familie bzw.

Aufnahme eines Nachfolgers in der Geschäftsleitung

Verpachtung / Übernahme des Betriebes durch einen neuen Betreiber

Verkauf des Betriebes

Umwandlung / neue Nutzung des Betriebes

Schließung des Betriebes

Diese Frage ist noch ungeklärt

Sonstiges:

→ **Können Sie schon absehen, in welchem Jahr es voraussichtlich dazu kommen wird?**

Im Jahr _____

Letzte wesentliche Renovierung: _____

Stehen demnächst Investitionen an? Ja Nein

→ **Wenn ja, welche bzw. was ist konkret geplant:** _____

Ist derzeit Barrierefreiheit gegeben:

Ja

Nein

Teilweise

Entfernung zur nächstgelegenen Haltestelle des Öffentlichen Verkehrs: _____ km

Wie alt sind Ihre Mitarbeiter durchschnittlich?

- | | |
|-----------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Unter 20 | <input type="checkbox"/> 41-50 |
| <input type="checkbox"/> 20-30 | <input type="checkbox"/> 51-60 |
| <input type="checkbox"/> 31-40 | <input type="checkbox"/> 61-70 |

Welche Vor- bzw. Nachteile verbinden Sie mit dem Einsatz älterer Mitarbeiter (= über 50) im Tourismusbetrieb?

Zielgruppe Ihres Betriebes

Welche Zielgruppen besuchen Ihren Betrieb?

Wie würden Sie die Altersstruktur Ihrer durchschnittlichen Gäste beschreiben?

- | | | | |
|-----------------------------------|----------------|----------------------------------|----------------|
| <input type="checkbox"/> Unter 50 | Anteil: _____% | <input type="checkbox"/> 61-75 | Anteil: _____% |
| <input type="checkbox"/> 51-60 | Anteil: _____% | <input type="checkbox"/> Über 75 | Anteil: _____% |

Haben Sie sich grundsätzlich schon mit der Zielgruppe der über 50-Jährigen auseinandergesetzt?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Ja, sehr intensiv | <input type="checkbox"/> Eher wenig |
| <input type="checkbox"/> Eher schon | <input type="checkbox"/> Nein, noch überhaupt nicht |

→ Wenn ja, wie? _____

Zum Thema „Demografie“

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Demografie“?

Wenn man die gesamten Haushaltsausgaben (= Ausgaben aller Menschen für die Dinge des täglichen Bedarfs = 100 %) der österreichischen Bevölkerung betrachtet, wie hoch schätzen Sie jenen Anteil der österreichweit von den über 50-Jährigen ausgegeben wird?

- | | |
|---------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 0-20% | <input type="checkbox"/> 61-80% |
| <input type="checkbox"/> 21-40% | <input type="checkbox"/> 81-100% |
| <input type="checkbox"/> 41-60% | |

MIT UNTERSTÜTZUNG VON BUND, LAND UND EUROPÄISCHER UNION



Europäischer Landwirtschaftsfonds
für die Entwicklung des ländlichen
Raums. Hier investiert Europa in
die ländlichen Gebiete.



lebensministerium.at

**Wie schätzen Sie das Konsumverhalten der Menschen über 50 im Vergleich zu ihrem tatsächlichen Alter ein?
Wie verhalten sich Menschen über 50?**

- Tendenziell jünger
- Dem tatsächlichen Alter entsprechend
- Konservativer/älter

Im deutschsprachigen Raum (Ö & D) unternehmen im Schnitt ca. 70 % aller Menschen jährlich einmal oder öfter eine Urlaubsreise. Wie hoch schätzen Sie den Anteil der Menschen über 50 Jahre ein (= in %), die einmal oder mehrmals im Jahr eine Urlaubsreise unternehmen?

- 0-20%
- 21-40%
- 41-60%
- 61-80%
- 81-100%

Für welche touristisch relevanten Themen interessieren sich Ihrer Meinung nach über 50-jährige besonders?
Bitte ankreuzen bzw. ergänzen

	Sehr stark	Eher stark	Eher nicht	Gar nicht
Garten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gesundheit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kunst & Kultur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kulinarik, Genuss & Ernährung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reisen & Urlaub	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Einrichtung, Wohnen und Design	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fragen Sie bereits im Vorfeld (vor Anreise der Gäste) nach speziellen Gästewünschen und –Bedürfnissen bei Gästen über 50?

- Ja
- Nein

Wie gehen Sie auf die Bedürfnisse der 50+ Gäste ein (d.h. durch welche Serviceangebote, Infrastrukturen, etc.)?

	Vorhanden	Nicht vorhanden
Welche Services bieten Sie?		
Abholservice vom Bahnhof	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pauschalangebote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verzicht auf Einzelzimmerzuschlag oder Einzelplätze im Restaurantbereich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Erklärung technischer Geräte (TV, Safe, Klimaanlage)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Guided Tours (z.B. Wanderungen, Rundfahrten, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Social Events (z.B. Tanzabende, Kochkurse, Kultur, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Community Angebote (ältere Personen reisen nicht gerne allein)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schnupper- und Einsteiger-Angebote für Life-Time Sportarten (im Alter ausübbar)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstiges: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Welche Infrastruktur und Angebote?		
Beschilderung zu Restaurants & Zimmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Barrierefreie Zugänge (bevorzugt in unteren Etagen), d.h. Zimmer sind ohne Treppen und Lift erreichbar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lift	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haltegriffe in Bad & WC	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Auf die ältere Zielgruppe abgestimmtes Wellnessangebot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Besonderheiten beim Genuss und Kulinarik Angebot, z.B.		
<ul style="list-style-type: none"> • kleinere Portionen • süße Gerichte • stärkere Würze • regionale und saisonale Speisen • Berücksichtigung von Krankheiten (wie Diabetes, etc.) 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstiges: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Stimmen Sie folgenden Aussagen (eher) zu oder (eher) nicht zu?

(0 = trifft nicht zu / 5 = trifft völlig zu)

Die Zielgruppe der über 50-jährigen sucht gezielt nach Produkten, die speziell auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind:

0	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>					

Trifft nicht zu

Trifft völlig zu

Die Zielgruppe der über 50-jährigen sucht tendenziell klassischere, traditionellere, konservativere Produkte & Angebote:

0	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>					

Trifft nicht zu

Trifft völlig zu

Gäste über 50 fühlen sich bei gleichaltrigen Angestellten im direkten Gästekontakt (Rezeption, Restaurant, etc.) wohler:

0	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>					

Trifft nicht zu

Trifft völlig zu

Internet, Marketing & Social Media

Ist Ihr Angebot online buchbar? Ja Nein

Werten Sie bzw. lassen Sie Ihre Homepage regelmäßig auswerten (z.B. über Google-Statistics)?

Ja Nein

Engagieren Sie sich im Facebook?

Ja Nein

Erachten Sie soziale Online-Kontaktpflege (z.B. via Facebook) für die Zielgruppe der 50+ als zweckmäßig?

Ja Nein

MIT UNTERSTÜTZUNG VON BUND, LAND UND EUROPÄISCHER UNION



Europäischer Landwirtschaftsfonds
für die Entwicklung des ländlichen
Raums. Hier investiert Europa in
die ländlichen Gebiete.



Wie hoch schätzen Sie den Anteil der 50-60-Jährigen ein, die regelmäßig das Internet nutzen?

- | | |
|---------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 0-20% | <input type="checkbox"/> 61-80% |
| <input type="checkbox"/> 21-40% | <input type="checkbox"/> 81-100% |
| <input type="checkbox"/> 41-60% | |

Wie hoch schätzen Sie den Anteil der über 60-Jährigen ein, die regelmäßig das Internet nutzen?

- | | |
|---------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 0-20% | <input type="checkbox"/> 61-80% |
| <input type="checkbox"/> 21-40% | <input type="checkbox"/> 81-100% |
| <input type="checkbox"/> 41-60% | |

Wenn Sie Werbung für über 50-jährige gestalten, worauf achten Sie hierbei besonders?

- Lebensfreude & Genuss vermitteln
- Nachhaltige/fundierte Information (klarer Nutzen, Garantien, Gütesiegel, Qualität, etc.)
- Informationen & Fakten
- Spezielle Services inklusive (Abholung, etc.)
- Sicherheit (Medizinische Versorgung, etc.)
- Weiteres _____

Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit genommen haben!

Die Ergebnisse werden Ihnen auf Wunsch natürlich gerne zur Verfügung gestellt.

MIT UNTERSTÜTZUNG VON BUND, LAND UND EUROPÄISCHER UNION



Europäischer Landwirtschaftsfonds
für die Entwicklung des ländlichen
Raums: Hier investiert Europa in
die ländlichen Gebiete.



Titel	Kontaktperson	Ort	Bezeichnung	Art	Datum der Kontaktaufnahme	Mail/Telefon
	Hag	Gmünd	Stadtwirtshaus Hopferl	Gastro	18.06.2014	telefonische Befragung
	Huber	Zwettl	Wirtshaus im Demutsgraben	Gastro	27.06.2014	telefonische Befragung
	Leopold Hofbauer	Litschau	Gasthof Kaufmann	Gastro	18.06.2014	telefonische Befragung keine
	Doris Schreiber	Kurzschwarza	Waldschenke Doris Schreiber	Gastro	18.06.2014	Rückmeldung nach mehrm. Kontaktaufnahme keine
	Thomas Bauer	Bad Großpertholz	Nordwaldhof	Gastro	18.06.2014	Rückmeldung nach mehrm. Kontaktaufnahme
Dir.	Karl Laister	Langschlag	Gesundheitshotel Klosterberg	Generalversammlung		
	Karin Weißenböck	Moorbad Harbach	Moorheilbad Harbach Betrieb GmbH & Co KG	Generalversammlung		
	Helmut Böhm	Litschau		Generalversammlung		
Bgm.	Peter Höbarth	St. Martin	Marktgemeinde St. Martin	Generalversammlung		

Bgm.	Maximilian	Igelsböck	Groß Gerungs	Stadtgemeinde Groß Gerungs	Aufsichtsrat
OSR					
HS-Dir.					
Vzbgm.	Johannes	Prinz	Zwettl		Aufsichtsrat
DI	Johann	Mayerhofer	Langschlag	Waldviertler Hof	Aufsichtsrat
	Friedrich	Besenböck	Rappottenstein		Aufsichtsrat
				Moorheilbad Harbach	
Prok.	Johann	Wimmer	Moorheilbad Harbach	Betrieb GmbH & Co KG	Aufsichtsrat
Bgm.	Andreas	Beer, MA	Gmünd	Stadtgemeinde Gmünd	Aufsichtsrat

Titel	Kontaktperson	Ort	Bezeichnung	Art	Datum der Kontakt- aufnahme	Mail/Telefon
	Fritz Weber	Groß Gerungs	Herz-Kreislauf- Zentrum Groß Gerungs	Marketingbeirat	27.05.201 4	Mail in 1. Befragungsrunde
Mag.	Elisabeth Hermann	Ederndorfer Holbach	Weitra Haugschlag	Waldviertel Incoming Golfresort Haugschlag GmbH & CoKG	Marketingbeirat Marketingbeirat	
	Willi Lehner	Waidhofen/T haya	Kulturvernetzung NÖ Büro Waldviertel Regionalmanagement	Marketingbeirat		
	Barbara Ziegler	Zwettl Moorbad	Waldviertel Gasthof-Pension	Marketingbeirat		
	Gerald Fröstl	Harbach	Nordwald Bärenhof Kolm	Marketingbeirat		
	Michael Kolm	Arbesbach	Ges.n.b.R	Marketingbeirat		

Titel	Kontaktperson	Ort	Bezeichnung	Art	Datum der Kontaktaufnahme	Mail/Telefon		
Mag.a.	Ruth	Schremmer	Schrems	Das Kunstmuseum Waldviertel Sonnenuwelt	Ausflugsziel	27.05.201 4	Mail in 1. Befragungsrunde	
	Josef	Bruckner	Großschönau	Großschönau	Ausflugsziel	25.06.201 4	telefonische Befragung	
	Herbert	Frantes	St. Pölten	Waldviertelbahn	Ausflugsziel	26.06.201 4	telefonische Befragung	
	Johanne s	Hartig	Weitra	Schloss Weitra	Ausflugsziel	25.06.201 4	telefonische Befragung	
	Rudolf	Damberger	Zwettl	Privatbrauerei Zwettl Karl Schwarz GmbH	Ausflugsziel	25.06.201 4	keine Rückmeldung nach mehrern Kontaktaufnahme	
	Sigrid	Zederbauer	Wien	Bärenwald Arbesbach	Ausflugsziel	25.06.201 4	telefonische Befragung	
	Stefan	Dürnitzhofer	Gmünd	Naturpark Blockheide Gmünd - Eibenstein	Ausflugsziel	26.06.201 4	telefonische Befragung	
	Martina	Wagner	Zwettl	SONNENTOR Kräuterhandels- gesellschaft mbH	Ausflugsziel	26.06.201 4	keine Rückmeldung nach mehrern Kontaktaufnahme	
	Geschäfts -	Doris	Ploner	Vitis	Die Käsemacher Milch-	Ausflugsziel	27.05.201 4	Mail in 1. Befragungsrunde

führer		u. KäsevertriebsgmbH	
	Gmünd	Sole-Felsen-Bad Gmünd	Ausflugziel

25.06.201
4
keine
Rückmeldung
nach
mehrm.
Kontaktaufnahme

Titel	Kontaktperson	Ort	Bezeichnung	Art	Datum der Kontaktaufnahme	Mail/Telefon
		Bad Großpertholz	Kurhotel Moorbad Großpertholz	Unterkunft	23.06.2014	keine Rückmeldung nach mehrm. Kontaktaufnahme
MBA	Maria Theresia Siller	Gmünd	Romantik Hotel Goldener Stern	Unterkunft	18.06.2014	keine Rückmeldung nach mehrm. Kontaktaufnahme
	Otilie Gabmann	Nondorf	Kurhotel Leonardo	Unterkunft	26.06.2014	keine Rückmeldung nach mehrm. Kontaktaufnahme
		Litschau	Hoteldorf Königsleitn	Unterkunft	18.06.2014	keine Rückmeldung nach mehrm. Kontaktaufnahme
	Andreas Schmidt	Moorbad Harbach	Märchenhotel Waldpension Nebelstein	Unterkunft	18.06.2014	telefonische Befragung

Eduard	Halmschlag er	Waidhofen an der Thaya	Stadthotel Waidhofen an der Thaya	Unterkunft	18.06.201 4	keine Rückmeldung nach mehrern. Kontaktaufnahme keine
Tanja	Führer	Weitra	Brauhotel Weitra	Unterkunft	18.06.201 4	Rückmeldung nach mehrern. Kontaktaufnahme
Markus	Hann	Zwettl	Hotel Schwarz Alm	Unterkunft	26.06.201 4	telefonische Befragung keine
Karl	Schweighof er	Friedersbach	Faulenzerhotel Schweighofer	Unterkunft	25.06.201 4	Rückmeldung nach mehrern. Kontaktaufnahme keine
Margit	Zulehner	Schloß Rosenau	Schlosshotel Rosenau	Unterkunft	18.06.201 4	Rückmeldung nach mehrern. Kontaktaufnahme

Titel	Kontaktperson	Ort	Bezeichnung	Art	Datum der Kontakt- aufnahme	Mail/Telefon
	Oswald Topf	Vitis	Landgasthaus "Zum Topf"	Gastro zusätzlich	18.06.201 4	keine Rückmeldung

Roswitha	Schaden	Schweiggers	Dorfwirtshaus Sallingstadt	Gastro zusätzlich	27.05.201	nach mehrerm. Kontaktaufnahme Mail in 1. Befragungsrunde
Josef	Klang	Echsenbach	Gasthof Josef Klang	Gastro zusätzlich	24.06.201	telefonische Befragung keine Rückmeldung
Maximilian	Breuer	Groß Siegharts	Zum Max - Kulinarisches Anbandeln	Gastro zusätzlich	18.06.201	nach mehrerm. Kontaktaufnahme keine Rückmeldung
Hedwig	Hahnl	Schwarzenau	Kaminstube Schwarzenau	Gastro zusätzlich	24.06.201	nach mehrerm. Kontaktaufnahme keine Rückmeldung
Rainer	Klang	Allentsteig	Gasthaus Rainer Klang	Gastro zusätzlich	18.06.201	telefonische Befragung keine Rückmeldung
Erich	Kasses	Thaya	Bäckerei Kasses	Ausflugsziel zusätzlich	26.06.201	nach mehrerm. Kontaktaufnahme keine Rückmeldung
Melitta	Blaim	Karlstein/Thaya	Kräuterpfarrer- Weidinger-Zentrum	Ausflugsziel zusätzlich	26.06.201	nach mehrerm.

Dr.	Monika Hubik	Schrems	UnterwasserReich Schrems	Ausflugziel zusätzlich	26.06.201 4	Kontaktaufnahme keine Rückmeldung nach mehrm. Kontaktaufnahme
	Claudia Wallisch	Thaya	Wirtex GmbH	Ausflugziel zusätzlich	24.06.201 4	telefonische Befragung
	Astrid Pleha	Reingers	Hanfdorf Reingers	Ausflugziel zusätzlich	27.05.201 4	Mail in 1. Befragungsrunde

Titel	Kontaktperson	Ort	Bezeichnung	Art	Datum der Kontakt- aufnahme	Mail/Telefon	
Vbgm.	Josef	Schaden	Schweiggers	Jugendgästehaus Sallingstadt	Unterkunft zusätzlich	27.05.201 4	Mail in 1. Befragungsrunde keine
	Roswith a	Barta	Dobersberg	Dobersbergerhof	Unterkunft zusätzlich	18.06.201 4	Rückmeldung nach mehrm. Kontaktaufnahme
	Erwin	Weber	Moorbad Harbach	Gasthof-Pension Kristall	Unterkunft zusätzlich	27.05.201 4	Mail in 1. Befragungsrunde
MBA MPA akad. Mngr.	Jürgen	Uitz	Litschau	Tourimus WV Nord	TVB	27.05.201 4	Mail in 1. Befragungsrunde