

DEMOGRAFIE CHECK

LEADER-REGION WALDVIERTLER GRENZLAND

BAND 3: MASSNAHMEN - EMPFEHLUNGEN - BEISPIELE



Juni 2014



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



lebensministerium.at



plus
eco

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

Thematische Gliederung im Demografie Check.....	5
SWOT-Analyse LEADER-Region Waldviertler Grenzland	6
Relevante Themen im demografischen Wandel	12
1. Wohnformen im Wandel	12
Wohnen im Alter.....	12
Junges Wohnen	13
2. Die sich verändernde Arbeitswelt	13
Beruf & Familie.....	13
Arbeit & Freizeit.....	14
Altersgerechte Personalpolitik.....	14
Umgang mit Fachkräfteengpässen	15
3. Im Tourismus ist Alter keine Zielgruppe	17
3 + 2 Pilotprojekte für die Region Waldviertler Grenzland.....	19
1. „Langes Leben im Waldviertel“ – Pilotregion Waldviertler Grenzland	19
2. Top- Ausbildner der Region.....	21
3. Radparadies nördliches Waldviertel	24
(+) Junges Waldviertler Grenzland	26
(+) iTreffpunkt Demografie – Plattform Demografische Entwicklung	28
Handlungsempfehlungen - Umsetzungsvorschläge	30
Lebensqualität - Wohnen.....	30
Regionale Wirtschaft.....	34
Infrastruktur & Erreichbarkeit	37
Freizeit.....	40
Dialog & Zusammenhalt	42
Die Handlungsempfehlungen aus den Szenarioworkshops.....	45
Passfähige Beispiele – Lernen von erfolgreichen Projekten	50
Altern lebenswert gestalten in einer „mitalternden Wohnung“	51
Alterssimulationsanzug GERT.....	53
AAL - Ambient Assisted Living.....	55
Einsatz des Kommunalen Standort Informationssystems (KOM SIS)	57
Wohnweb Waldviertel – www.wohnen-im-waldviertel.at	59
Leerflächenmanagement in Waidhofen an der Ybbs.....	61
Organisierte Nachbarschaftshilfe für Ältere im Alltag	63
OTELO – Offenes Technologielabor	65

Schule trifft Wirtschaft - Die Initiative 10:10:10	67
Das Wirtschaftsforum Waldviertel. Motive der Vereinsgründung.	69
Projekt „Jugend trifft Wirtschaft“	70
Ausbildung.Eaton.....	72
Lehrlingsoffensive Leyrer & Graf	74
Fachkräfte sichern durch Traineeprogramme.....	76
Jugendtaxi Echtsenbach.....	79
Solartaxi Heidenreichstein	80
KombiBus Uckermark: effizienter ÖPNV im ländlichen Raum.....	82
Quellenverzeichnis	84

THEMATISCHE GLIEDERUNG IM DEMOGRAFIE CHECK

Im Rahmen der Szenarioworkshops wurden Schwerpunkte herausgearbeitet und geclustert (siehe Bericht Band 2). Aus der Kenntnis der Hauptregionsstrategien (HR) und der bisher vorliegenden Informationen zum LEADER - Programm 2013-2020 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.

Gliederung

Lebensqualität - Wohnen

LES / HR: Bevölkerungs- und Siedlungsentwicklung

LES / HR: Naturraum und Umwelt

Regionale Wirtschaft

LES / HR: Wirtschaft, Innovation und Beschäftigung

Infrastruktur und Erreichbarkeit

LES / HR: Mobilität – Erreichbarkeit – Verkehr

LES / HR: Ver- und Entsorgungsinfrastruktur

Tourismus und Naherholung

LES / HR: Tourismus und Naherholung, Kultur

Dialog und Zusammenhalt

LES / HR: Soziale Infrastruktur

Landwirtschaft

LES / HR: Land- und Forstwirtschaft

Anmerkung

Weiters wurden im Kontext mit dem demografischen Wandel immer nachstehende Querschnittsthemen inter-, intra- und transthematisch mitgedacht:

1. Identität, Beteiligung, Kooperationen
2. Jugend, Gender
3. Nachhaltigkeit

SWOT-ANALYSE LEADER-REGION WALDVIERTLER GRENZLAND

Schwerpunkte	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
Lebensqualität - Wohnen <i>Bevölkerungs- und Siedlungsentwicklung</i> <i>Naturraum- und Umwelt</i>	hoher Wohn- und Freizeitwert (durch umliegenden Natur- und Kulturraum) attraktive Orts- und Stadtbilder Dauersiedlungsraum hohe Lebensqualität hohe Sicherheit niedrige Bodenpreise gute Nahversorgung intakter Natur- und Kulturraum Attraktivität durch kleinstrukturierte Landwirtschaft	Abwanderung und negative Geburtenbilanz Streusiedlungen Veränderung der Bevölkerungsstruktur – Überalterung Fehlende bzw. ungeeignete Wohnungsangebote für Junge Baulandüberhang, fehlende Verfügbarkeit Ausweitung der locker bebauten Einfamilienhausgebiete Ausdünnung des ländlichen Lebensraumes (z.B. leerstehende Ortskerne) Problempendler/innen z.B. Nichttagspendler/innen	verstärkte Ansiedlung durch interkommunale Kooperationen Nutzung bestehender Bausubstanzen in Ortskernen Ausbau und Absicherung der Infrastruktur städtebaulich hochwertige Siedlungsentwicklung Potenziale der demografischen Entwicklung erkennen und nutzen Stärkung der Hauptorte energiesparende Bauformen interkommunale Kooperationen aktive Mobilitätspolitik	Zunehmend steigende Infrastrukturkosten schwindende natur- und kulturräumliche Qualitäten durch Wegbrechen der kleinstrukturierten Landwirtschaft sich gegenseitig behindernde Siedlungsstrukturen weitere Neuwidmungen statt Bestandnutzung Erhöhung des Baulandüberhangs Baulandhortung

Schwerpunkte	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
Regionale Wirtschaft <i>Wirtschaft, Innovation und Beschäftigung</i>	hohe Anpassungs- und Entwicklungsfähigkeit der KMU Stärke des Kleingewerbes Vielfalt der Betriebsgrößen der Wirtschaftsraum Gmünd, Schrems, Waidhofen/Thaya und Zwettl gut aufgestellte Agrarwirtschaft Wirtschaftszweig Feinmechanik Leistungsbereite und gut ausgebildete Arbeitnehmer/innen Ressource Holz Die Nähe zu Budweis	ungünstige Erreichbarkeiten (periphere Gebiete) Standortschwächen (fehlende Marktnähe) Strukturschwächen im industriell-gewerblichen Bereich unzureichende Innovationsbereitschaft abnehmende Flexibilität wegen Überalterung bei Arbeitskräften Abwanderung von jungen höherqualifizierten Arbeitskräften -> Abhängigkeit von externen Arbeitsmärkten geringe sektorale Branchenvielfalt eingeschränkte Erwerbs- und Beschäftigungschancen Nachfolgeprobleme bei Betriebsübergabe	regionsbezogene Schwerpunkte in der Angebotsentwicklung und Vermarktung Kooperationsnetzwerke als „Frequenzbringer“ und „weiche“ Standortfaktoren Grenzüberschreitende Kooperationsnetzwerke Innovative Ausbildungsprojekte – Kooperationen Schulen und Betriebe Innovative Arbeitszeit-, Entlohnungs- und Weiterbildungsmodelle Entwicklungspotenziale durch Straßenbau bzw. Straßenausbau hohe Standort- und Entwicklungspotenziale interkommunale Kooperation bei Wirtschaftsstandorten	Kaufkraftabflüsse Konjunkturabhängigkeit Ressourcenabhängigkeit Auszug des Einzelhandels (Nahversorger) aus den Ortszentren Zwang zur Mobilität / erhöhtes Verkehrsaufkommen Konkurrenz Zunahme Pendler/innenaufkommen

Schwerpunkte	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
Infrastruktur & Erreichbarkeit	das bereits bestehende Bundesstraßennetz	schlechte Anbindung des südlichen Waldviertels	Weiterer Ausbau und Attraktivierung der öffentlichen Verkehrsmittel (auch überregionale Verbindungen nach CZ)	Angebotsreduktion bei ÖPNV
<i>Mobilität – Erreichbarkeit – Verkehr</i>	die permanenten Ausbaumaßnahmen	Mängel im ÖV – Netz, insbesondere beim ÖPNV	Verkehrsvermeidung als Planungsgrundsatz	Fehlende Finanzierung für „intelligente, neue“ ÖPNV – Angebote
<i>Ver- und Entsorgungsinfrastruktur</i>	die Versorgungssicherheit	mangelnde Verkehrssicherheit Ortsdurchfahrten	aktive Mobilitätspolitik – Intelligente (E-) Mobilitätsangebote	steigender Binnenverkehr
	Schwerpunktkrankenhäuser	Schwerverkehr durch Ortschaften	Aus- und Weiterbildungskonzept im Schwerpunktbereich Gesundheit	Zunahme des internationalen Güter- und Personenverkehrs
	Endogene Energieressourcen	nicht genutztes Potenzial Franz Josefs Bahn für Personen- und Güterverkehr	regionale Biomasse	Rückgang bei der Verkehrssicherheit
	hohes Potenzial an Biomasse und Wasserkraft	schlechter Anschluss an die Tschechische Republik	lokale Entsorgungsanlagen	verstärktes Pendler/innenaufkommen
	Verbandstrukturen	Anstieg der Kosten	Senkung des Energieverbrauchs	erhöhter Flächenbedarf (inkl. ruhender Verkehr)
	Förderung von abfallwirtschaftlichen Maßnahmen	Streusiedlungen	Schaffung von Retentionsräumen	steigende Umweltbelastung
		Fehlende Breitbandinfrastruktur		zunehmende Abfallmengen, Problemstoffe
		Altlasten		Anstieg des Energieverbrauchs
		Abhängigkeit von Importen und fossilen Energieträgern		Grundwasserbeeinträchtigungen

Schwerpunkte	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
Tourismus & Naherholung <i>Tourismus und Naherholung, Kultur</i>	<p>Gesundheits- und Regenerationsangebot</p> <p>Intakte, unverwechselbare Natur- und Kulturräume</p> <p>Hochwertige regionale Produkte</p> <p>Landschaftsqualität, Naturschutzgebiete</p> <p>Abwechslungsreiche Rad-, Wander- und Reitwege</p> <p>vielfältige Kulturlandschaft</p> <p>Jugendtourismus</p> <p>Breit aufgestellte Kulturveranstaltungen</p> <p>aktive Jugendkulturszene</p> <p>lokale Ausflugsziele</p> <p>„Waldviertel“ als Marke bekannt</p> <p>Nähe zu Ballungsräumen</p>	<p>Zu wenig Leitbetriebe / Leitprojekte</p> <p>kaum Qualitätsangebote für die Zielgruppe 50+</p> <p>Fehlende Services / Dienstleistungen für die Zielgruppe 50+</p> <p>Fehlende Barrierefreiheit</p> <p>„Universal Design“ wird noch nicht als Chance gesehen</p> <p>kurze Aufenthaltsdauer</p> <p>Saisonalität</p> <p>geringes Tourismusbewusstsein bei der Bevölkerung</p> <p>fehlendes Jugendkulturzentrum</p>	<p>Trend zu Gesundheit, Auszeit, Regionalität, Authentizität</p> <p>„packaging“: professionelle Vernetzung der Angebote</p> <p>"Sinn-Räume" - Stimmigkeit von Kernkompetenzen und Markenbotschaften</p> <p>regionsbezogene Schwerpunkte bei Angebotsentwicklung und Vermarktung, z.B. Radparadies</p> <p>Leitprojekte/Leitbetriebe für die Zielgruppe 50+</p> <p>Sicherung von nachhaltiger Qualität bei Infrastruktur und Serviceleistungen</p> <p>„Universal Design“ als Chance</p> <p>Jugendkulturzentrum</p> <p>Innenmarketing zur Erhöhung der Tourismusgesinnung</p>	<p>Waldviertel bekommt Image als langweilige Region</p> <p>Fehlende barrierefreie Infrastruktur</p> <p>Zu langsame Weiterentwicklung</p> <p>Zu wenig innovativ</p> <p>Negativ – Spirale: schlechte wirtschaftliche Entwicklung – Betriebe schließen - Abwanderung – Infrastruktur muss zurückgefahren werden – kein attraktiver Lebensraum mehr</p> <p>kritische Haltung der Bevölkerung</p> <p>unkoordinierte Angebotsentwicklung</p> <p>Konkurrenzverhalten statt gemeinsame Vermarktungsstrategie</p> <p>Verschuldung von Betrieben</p>

Schwerpunkte	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
Dialog & Zusammenhalt <i>Soziale Infrastruktur</i>	<p>Überwiegend intaktes primäres Betreuungsnetz Familie</p> <p>starke Identität mit der Region / Regionsverbundenheit</p> <p>funktionierende Vereinsstrukturen – intaktes Vereinsleben</p> <p>hohe ehrenamtliche Beteiligung</p> <p>Versorgungssicherheit bei Grund- und Nahversorgung</p> <p>Gute ärztliche Versorgung</p> <p>Schwerpunktkrankenhäuser</p> <p>Polizei – Sicherheit, wenig Kriminalität</p> <p>Kuranstalt Harbach</p>	<p>Absinken der familiären Versorgungskapazitäten</p> <p>geringe Anzahl an Integrations- und Sonderkindergärten</p> <p>stagnierende bzw. sinkende Schüler/innenzahlen in den peripheren Gebieten</p> <p>Überalterung</p> <p>Abnehmende Bereitschaft für ehrenamtliche Tätigkeiten</p> <p>Fehlende generationsübergreifende Projekte</p>	<p>Integrierte Gesundheitsplanung</p> <p>ausreichend Vorsorgemöglichkeiten (Serviceeinrichtungen, Informationszentren, ...)</p> <p>Aus- und Weiterbildungskonzepte</p> <p>Angebote für Junge zur Mitarbeit – nicht nur befragen, sondern mit entscheiden lassen</p> <p>Schwerpunktbereich Gesundheit</p> <p>Generationenübergreifende Projekte initiieren, z.B. OTELO</p> <p>Altersversorgung</p>	<p>Kommunikationsdefizite zw. Jung und Alt</p> <p>Zu wenig Einbindung der Jungen in Entscheidungsfindungen</p> <p>Desinteresse Jugendlicher an öffentlicher Teilnahme</p> <p>Abwanderung Jugendlicher aufgrund mangelnder Teilhabemöglichkeiten</p> <p>Zunahme von psychosozialen Problemen innerhalb der Familie</p>

Schwerpunkte	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
Landwirtschaft <i>Land- und Forstwirtschaft</i>	innovative Produkte / Nischenprodukte / Sonderkulturen (Produkte für Pharmaindustrie) Ressource Holz Regionsmarke (Waldland) Kleinstruktur - Landschaftspflege / ökologische Leistungen etablierte Vermarktungsmöglichkeiten Arbeits- und Existenzmöglichkeiten fachspezifische Ausbildungsmöglichkeiten	Kleinstruktur führt zu mangelnder Wettbewerbsfähigkeit im internationalen Vergleich niedrige bzw. sinkende Einkommen Preisverfall vor allem in den Hauptproduktionssparten geringe Wertschöpfung sinkende Attraktivität für Junge „Agrarsteppen“ durch z.B. Kommassierungen	Kooperationen bei Produktion, Veredelung und Vermarktung Sonderkulturen (Mohn, Mariendistel, Gewürze, Hanf, ...) neue Arbeitsplatzchancen in der Landwirtschaft durch Innovation und Imageaufwertung große Vielfalt an Agrarprodukten Direktvermarktung Biolandbau biogene Rohstoffe (Biomasse) Kooperation über die Grenzen Erwerbskombinationen	fehlende Hofnachfolge Preisdruck auf internationalen Märkten steigende Umweltbelastung durch zunehmende Intensivierung Rückgang gepflegter kleinstrukturierter Kulturlandschaft abnehmende Lebensqualität Verwaltung

RELEVANTE THEMEN IM DEMOGRAFISCHEN WANDEL

Maßgebliche Entwicklungen, auf die reagiert werden muss.

1. WOHNFORMEN IM WANDEL

Wohnen im Alter

Im Alter gilt wie in der Kindheit: Mangelnde Mobilität trifft auf viel frei verfügbare Zeit - und diese will man zu Hause sowie ohne großen Aufwand in unmittelbarer Wohnungsnähe mit anderen verbringen. In einer immer älter werdenden Gesellschaft teilen viele diesen einen Wunsch: Möglichst lange in den eigenen vier Wänden bleiben.

Für die Lebensqualität älterer Menschen im ländlichen Raum ist entscheidend, inwieweit die Wohngebäude auf eine Nutzung älterer Bewohner/innen ausgerichtet bzw. dementsprechend adaptierbar sind.

Neben den Aspekten der Daseinsvorsorge sollen insbesondere die „neuen technischen Möglichkeiten“ im Bereich Wohnen in die Planung und Umsetzung von Projekten einfließen. Die entscheidenden Ansatzpunkte dazu liefern Konzeptionen wie „Mitalternde Wohnungen – im Zuhause sicher alt werden“ sowie „AAL – Ambient Assisted Living - Wohnen im Alter. Daheim in der Zukunft“. (Siehe dazu Kapitel „Best Practice“.)

Ob beim Neubau oder der Modernisierung von Wohnraum: Es ist ein Umdenken bei allen Baumaßnahmen gefordert, um den Bedürfnissen der alternden Gesellschaft und den steigenden Anforderungen der Gesundheitswirtschaft gerecht zu werden.

Um den künftigen Bedürfnissen der im Wandel befindlichen älteren Bevölkerung gerecht zu werden, bedarf es neuer Wohnangebote, die zwischen dem separierten, unabhängigen Wohnen und dem stark fremdbestimmten, umsorgten Wohnen weitere Wahlmöglichkeiten eröffnen. Ziel sollte sein, diese Angebote in den normalen Wohnungsbau oder in die Wohnraumsanierung (bevorzugt in den Ortskernen) zu integrieren. Durch Aktivierung, Selbst- und Nachbarschaftshilfe im Wohnumfeld kann der Zeitpunkt, zu dem institutionelle Hilfe benötigt wird, nach hinten verschoben werden.

Für den Altbestand gilt die Formel „Behutsames Sanieren: Altes schonen, Neues schaffen“. Themen sind unter anderem barrierefreie und bequeme Raumgestaltung, elektronische Sicherheitsanlagen sowie Aufzüge oder breitere Treppenhäuser in den Gebäuden – und das sind nur einige der Herausforderungen für die Bauwirtschaft. Neben diesen harten wirtschaftlichen Faktoren stehen auch sozialpädagogische Aspekte im Mittelpunkt. Generell gilt aktives Mitplanen und Mitgestalten als wichtiger Motivationsfaktor und wird aktiv im Marketing eingesetzt.

Auch Mehrgenerationen-Wohnprojekte können, idealerweise kombiniert mit ökologischer Bauweise und Energieversorgung sowie einer nachhaltigen Lebensmittelversorgung, dazu einen wichtigen Beitrag liefern. Zu berücksichtigen ist, dass junge und alte Menschen oft sehr unterschiedliche Bedürfnisse haben.

Junges Wohnen

Im Jahr 2011 lebten in den meisten der 28 EU-Mitgliedstaaten mehr junge Menschen bei ihren Eltern als 2007, wobei jungen Männer häufiger bei ihren Eltern leben als junge Frauen¹. In Österreich stieg der Anteil in diesem Zeitraum von ca. 17% auf 23%.

Es sind nicht nur die jungen Schulpflichtigen, die noch zu Hause wohnen. 42% der 20 bis 29-jährigen Österreicher und 41% der gleichaltrigen Österreicherinnen wohnen noch zu Hause in ihrem Kinderzimmer². Gründe dafür können teure Mieten, lange Ausbildungszeiten oder (noch) geringes Einkommen sein.

Bei der Gründung des ersten eigenen Haushaltes sind im Regelfall die finanziellen Möglichkeiten eingeschränkt. Die Politik auf europäischer und einzelstaatlicher Ebene sollte erkennen, wie wichtig ein erfolgreicher Übergang junger Menschen ins Erwachsenenalter und in den Arbeitsmarkt ist. Es ist zudem auch wichtig, leistbare Wohnformen für diese Zielgruppe zu schaffen. Nicht zuletzt, um sie in der Heimatregion zu halten.

2. DIE SICH VERÄNDERNDE ARBEITSWELT

Beruf & Familie

Ein Drittel der Bevölkerung bleibt zeitlebens kinderlos. In der EU liegt die Geburtenrate momentan bei 1,45. Dafür verantwortlich ist unter anderem das veränderte Rollenverständnis. Das Alleinverdiener-Modell verliert an Bedeutung. Das Familienmuster, bei dem nur der Mann Karriere macht, hat ausgedient. Auch das Zuverdiener-Modell wird in Frage gestellt. So wählt eine überwiegende Mehrheit der Bevölkerung heute ein Modell, in dem Mann und Frau gemeinsam für die ökonomische Basis der Familie die Verantwortung tragen. Damit verliert auch das traditionelle Ziel der Familienpolitik – die Finanzierbarkeit des (temporären) Ausstiegs eines Elternteils – seine Basis. Stattdessen gewinnt das Ziel der Vereinbarkeit von Beruf und Familie an Relevanz.³

Neben dem veränderten Rollenverständnis und den damit verbundenen Faktoren beeinflusst die Verdichtung der Berufs- und Erwerbsverläufe das Geburtenverhalten⁴. In den vergangenen 20 Jahren waren viele Unternehmen eher jugendzentriert. Dies hat dazu geführt, dass der Druck auf die jüngere Generation, immer mehr in immer kürzerer Zeit zu schaffen, zugenommen hat. So ergibt sich zwischen dem 20. und 40. Lebensjahr ein „Lebensstau“. In dieser Zeit wird der Lebensverlauf verdichtet. Sowohl beruflich, als auch privat ist eine Vielzahl von „Weichenstellungen“ vorzunehmen. Weitgehend parallel zueinander erfolgen in dieser Phase im privaten Bereich die Lösung vom Elternhaus, die Partnersuche, das Eingehen einer Partnerschaft und die Familiengründung. Im beruflichen Bereich müssen Entscheidungen zur Ausbildung, zum Berufseinstieg, zur Etablierung im Beruf sowie zum beruflichen Aufstieg getroffen werden. Diese Parallelität vieler wichtiger Entscheidungssituationen und bedeutender Lebensabschnitte löst oft Stressempfinden aus und wird als Belastung empfunden.

¹ Eurofonds, Soziale Situation von jungen Menschen in Europa, Dublin 2014

² GfK Austria Sozial- und Organisationsforschung, Lifestyle Studie, Wien 2013

³ Rump, J. / Eilers, S. (2006), S. 34ff.

⁴ <http://web.fh-ludwigshafen.de/ibe/index.nsf/de/familieundber>

Immer stärker reagiert die jüngere Generation mit einer Reduzierung der Stressfaktoren durch einen Verzicht auf Kinder und Familie⁵. Die demografische Entwicklung zeigt, dass der individuelle Ansatz zur Verringerung der Verdichtung eindeutig zu Lasten des Privatlebens geht. Geburtenraten von 1,4 und das gestiegene Erstgeburtsalter von fast 30 verdeutlichen das. Aus einer Lebensplanung, in der Beruf und Familie gleichberechtigt nebeneinander stehen, wie sie die meisten der unter 20-Jährigen anstreben, wird aufgrund der äußeren Umstände nicht selten eine Lebensplanung, in der dem Beruf Priorität eingeräumt wird.

Arbeit & Freizeit

Die Ausdifferenzierung aller Lebens- und Arbeitsbereiche schreitet voran.⁶ Massenprodukte in der Konsumgüterindustrie werden langfristig genauso wenig interessant sein, wie ein Pauschalurlaub von der Stange oder ein Arbeitsvertrag, der in der gleichen Form unzähligen Arbeitnehmer/innen vorliegt. Stattdessen streben die Menschen nach Individualität. Das Leben und die Arbeit werden facettenreicher und unbeständiger. Individualität, aber auch Flexibilität und Mobilität prägen das 21. Jahrhundert.

Es ist zu erwarten, dass es zu einer „Entgrenzung“ von Arbeit und Freizeit bzw. von Arbeit und Leben kommen wird. Arbeitsaufgaben werden vielfach den klassischen Rahmen fest vorgegebener Arbeitszeiten verlassen und verschieben sich in den Freizeitbereich. Umgekehrt werden Freizeitkomponenten bewusst mit Arbeit kombiniert oder als Ausgleich auch während der eigentlichen Arbeit geduldet oder sogar gewünscht. Die Grenzen streng voneinander abgrenzbarer Lebensbereiche weichen mehr und mehr auf. Politik wie auch Unternehmen müssen im Hinblick auf diese Thematik schnell handeln, um nicht von daraus resultierenden gravierenden Auswirkungen überrollt zu werden.

Vor allem der technologische Wandel und die damit verbundene Verbesserung der Informations- und Kommunikationstechnologien sorgen für diese Flexibilität und Mobilität. Räumliche Distanz kann mit deren Hilfe zu jeder und in kürzester Zeit mühelos überwunden werden. Neue Arbeitsformen wie beispielsweise Telearbeit sind nur aufgrund der Entwicklung von Laptop, Tablet und SmartPhone möglich, ebenso manche Sportart oder Unterhaltungsmöglichkeit. Die Technologie ist einer der Faktoren, der unter allen Entwicklungen die gravierendsten Veränderungen in Bezug auf Arbeit und Leben herbeiführt.

Auch die demografische Entwicklung hat großen Einfluss auf die Arbeitswelt. Die Arbeitnehmer/innen in Betrieben werden im Durchschnitt immer älter, der bevorstehende Fachkräftemangel und ein insgesamt sinkendes Arbeitskräfteangebot sind wohl unabwendbar bei gleichzeitigem Sinken des Bedarfs an an- und ungelernten Arbeitskräften. Grund dafür ist auch der Trend zur Wissensgesellschaft, verknüpft mit einer zunehmenden globalen Vernetzung sowie einer steigenden Veränderungsgeschwindigkeit und Komplexität.

Altersgerechte Personalpolitik

Durch die voranschreitende Alterung auf dem Arbeitsmarkt bzw. in den Unternehmen und die Verlängerung der Lebensarbeitszeit brauchen Unternehmen Lösungen, um die Motivation der Beschäftigten zu erhalten und ihre Employability zu fördern.

⁵ Knauth, P. u.a. (2009), S. 24

⁶ <http://web.fh-ludwigshafen.de>

Grundsätzlich gibt es den proaktiven und den reaktiven Handlungsansatz. Während der proaktive Ansatz den Erhalt der Employability über alle Altersgrenzen hinweg und die Aufrechterhaltung des Spannungsbogens des Lernens unter Berücksichtigung unterschiedlicher altersbedingter Lernmuster zum Gegenstand hat, fokussiert der reaktive Ansatz auf ältere Beschäftigte mit dem Ziel, den Spannungsbogen des Lernens und der Beschäftigungsfähigkeit wieder zu erreichen, wenn er durchbrochen ist.⁷ Hier kann das Konzept des Employability Managements zum Einsatz kommen. Grundsätzlich gilt hierfür eine Altersunabhängigkeit. Da sich jedoch die Lernmuster im Laufe des Lebens ändern, bedarf es deren Berücksichtigung.⁸

Employability Management wird zum lebensphasenorientierten Employability Management. Um der Verlängerung der Lebensarbeitszeit, der Alterung der Belegschaft sowie der steigenden Veränderungsgeschwindigkeit und Komplexität Rechnung zu tragen, ist das Handlungsfeld der präventiven Gesundheitsförderung aktiv zu bearbeiten. Dies kann auf vielfältige Weise erfolgen. Zunächst gilt es, bekannte Belastungen an Arbeitsplätzen weitestgehend abzubauen bzw. zu verringern. Dies betrifft physische wie auch psychische Belastungen. Negativer Stress kann zum Beispiel durch adäquates Führungsverhalten und eine konstruktive Arbeitsatmosphäre begrenzt werden. In Fällen körperlicher Belastungen können entsprechende Pausenregelungen sowie systematische Belastungs- und Tätigkeitswechsel den betroffenen Arbeitnehmer/innen Erleichterung verschaffen. Gruppen- und Teamarbeit ist ideal, um einseitige Belastungen zu vermeiden und dient darüber hinaus auch der Vermittlung neuer Kompetenzen und Fertigkeiten. Eine Maßnahme in Bezug auf besonders belastende Tätigkeiten stellt eine Begrenzung der Verweildauer oder eine Reduzierung der Arbeitszeit an solchen Arbeitsplätzen dar. Letzteres setzt allerdings eine konsequente Personaleinsatz- und Qualifizierungsplanung voraus. Außerdem sind Fitnessangebote und Betriebssport, Programme zur Förderung der gesundheitlichen Kompetenzen sowie Gesundheits-Checks Teil einer präventiven Gesundheitsförderung.⁹

Grundsätzlich ist im Hinblick auf die demografiebedingten Effekte in Unternehmen davon auszugehen, dass die nachhaltige Sicherung von Employability und des lebenslangen Lernens in erster Linie durch proaktive Handlungsansätze gefördert wird. Reaktive Maßnahmen sollten lediglich einen „reparierenden“ Charakter haben. Die Frage des Alters spielt dann erst in zweiter Linie eine Rolle.

Umgang mit Fachkräftengpässen

In den nächsten Jahren wird sich der Fachkräftebedarf aufgrund zunehmender Wissensintensität, Veränderungs- und Innovationsgeschwindigkeit sowie steigender Flexibilitätsanforderungen und Kundenansprüche zumindest in bestimmten Berufsgruppen, Branchen und „vor allem in peripheren (W&L)“ Regionen beständig erhöhen.

In Deutschland sind heute bereits folgende Trends zu beobachten¹⁰ (und dies lässt sich teilweise auch auf Österreich umlegen):

- 60% der Unternehmen beurteilen die Verfügbarkeit von MINT-Berufen (Ingenieurwesen, Informatik, Chemie, Physik, Mathematik, Naturwissenschaften) sowie

⁷ Rump, J. / Eilers, S. (2006), S. 129ff.

⁸ Bertelsmann Stiftung/Bundesvereinigung d.Deutschen Arbeitgeberverbände (2003), S. 13 u. 33-34.

⁹ Bertelsmann Stiftung, Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (2003), S. 101 ff.;

Rump, J. / Eilers, (2006).

¹⁰ Rump, J. (2008) S. 11

von Technikern und Meistern als schlecht. Auch Fachkräfte in der Logistik, im Vertrieb und der Gesundheitswirtschaft werden gesucht.

- 62,2% der Unternehmen sehen in diesen Berufsfeldern in Zukunft einen steigenden Bedarf, der über die demografiebedingte Ersatzbeschaffung deutlich hinausgeht.
- 11% der Handwerksbetriebe klagen derzeit über Schwierigkeiten, Fachkräfte-Stellen zu besetzen.
- Der Volkswirtschaft entsteht durch die Nicht-Besetzung bzw. durch die verzögerte Besetzung von Fachkräfte-Stellen ein Wertschöpfungsverlust von 18,5 Mrd. Euro.

Vor allem im ländlichen Bereich wandern jüngere Arbeitskräfte ab, während sich rund um größere Wirtschaftsstandorte Ballungszentren entwickeln. In der Folge fällt es Betrieben in ländlichen Gegenden zunehmend schwer, qualifizierte Nachwuchskräfte für sich zu gewinnen. Hinzu kommt, dass es durch die Abwanderung der Jüngeren zu einer weiteren Einschränkung der Infrastruktur, wie z. B. dem öffentlichen Nahverkehr, Sport und Freizeitstätten sowie Kinderbetreuung kommt, wodurch wiederum die Region an Attraktivität als Lebensraum verliert.

Des Weiteren zeigt sich, dass insbesondere solche Unternehmen bereits heute von einem schwer zu deckenden Arbeitskräftebedarf sprechen, die auf Mitarbeiter/innen mit mittleren oder höheren Qualifikationen, insbesondere aus dem technischen Bereich, angewiesen sind. In diesen Betrieben spielt mittlerweile das Alter der qualifizierten Kräfte immer weniger die entscheidende Rolle. Arbeitgeber/innen hingegen, deren Beschäftigte überwiegend aus dem niedrig qualifizierten Bereich kommen, sehen weder heute noch für die Zukunft Engpässe bezüglich ihrer Arbeitskräfte auf sich zukommen.

Es liegt auf der Hand, dass Unternehmen ein profundes Interesse daran haben, ihren Bedarf an qualifizierten Mitarbeiter/innen heute und in Zukunft zu sichern, um so ihre Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten.¹¹ Instrumente wie eine attraktive Bezahlung, eine erhöhte Arbeitsplatzqualität sowie Karrieremöglichkeiten und flexible Arbeitszeiten (z.B. Zeitwertkonten), aber auch Maßnahmen, welche die Vereinbarkeit von Familie und Beruf verbessern helfen, werden an Bedeutung im Wettbewerb um Facharbeitskräfte gewinnen. Dabei ist insbesondere auch die Zusammenarbeit mit den Kommunen von immenser Bedeutung, denn ohne das Vorhandensein einer „Mindest-Infrastruktur“ für die Kinderbetreuung etc. wird auch kein noch so gutes Arbeitsangebot ausreichen, um Personen in der Region zu halten bzw. in die Region zu bringen. Notwendig ist das rechtzeitige Aktivwerden durch die Betriebe und die Interessensvertretungen.

Um Fachkräfte für das Unternehmen zu gewinnen und im Betrieb zu halten, müssen neben den betrieblichen Notwendigkeiten die Interessen, Ziele und Werte der Mitarbeiter/innen in Verbindung mit ihren Lebensphasen und ihrer individuellen Lebenssituation Beachtung finden. Angesichts des Wertewandels in der Gesellschaft sollte differenziert vorgegangen werden. Während die älteren Generationen mit Arbeitsplatz- bzw. Beschäftigungssicherheit, mit Aussicht auf eine Führungsposition, mit Wertschätzung von Seiten des Arbeitgebers und mit einem „guten“ Gehalt an das Unternehmen gebunden werden können, wünschen sich junge Nachwuchskräfte weniger finanzielle Anreize als vielmehr die Anerkennung ihrer Tä-

¹¹ Winterfeld, U. / Reschner, C. (2011), S. 54.

tigkeit, herausfordernde Aufgaben und die Möglichkeit, Beruf und private Belange zu vereinbaren.¹² Diese Verschiebung ist Spiegelbild des gesellschaftlichen Wertewandels.

Außerdem stehen Unternehmen unterschiedliche Ansätze zur Verfügung, um Personal zu rekrutieren. Dazu gehören:

- die Rekrutierung auch auf internationalen Arbeitsmärkten
- die altersunabhängige Rekrutierung
- die verstärkte Rekrutierung von Frauen
- die Zusammenarbeit mit Schulen und Hochschulen
- die Rekrutierung unter Berücksichtigung der Ökonomisierung von Loyalität und der Wertevielfalt

3. IM TOURISMUS IST ALTER KEINE ZIELGRUPPE

Die demografische Entwicklung hat großen Einfluss auf die Freizeit. Die Generation 60plus wird wie in der gesamten Gesellschaft auch im Bereich Tourismus immer mehr an Gewicht gewinnen. Statistik Austria prognostiziert bis 2050 einen stetigen Anstieg der über 60-jährigen Bevölkerung auf etwa 34 Prozent. Auf diese Gruppe muss die Tourismus- und Freizeitwirtschaft mit zielgruppengerechten Angeboten reagieren.

Naturerlebnis- und Gesundheitsreisen werden stärker nachgefragt, ebenso wie Zielgruppen angepasste Sport- und Unterhaltungsangebote für Ältere. Darüber hinaus gilt es auch den Trend zu berücksichtigen, dass Ältere nicht nur unter ihresgleichen urlauben wollen. Sie fahren dorthin, wo auch Jugendliche hinkommen, um authentische Jugendlichkeit zu erleben. Sie wollen keine Ghettoisierung. Barrierefreie Angebote ja, aber im Sinne von Design für Alle. Ausgeprägter Servicecharakter ja, aber keine Senioren(hilfs)angebote.

Die Affinität älterer Bevölkerungsschichten zum Fahrrad ist groß. In einer älter werdenden Bevölkerung wird die Zahl der Fahrradfahrer/innen und der Fahrradausflügler/innen steigen.

Ältere Radtourist/innen sehen Radfahren primär nicht als Leistungssport, sondern als Genuss erlebnis und zeigen überdurchschnittliches Interesse an der Kultur der besuchten Regionen. Möglichst lange fit und aktiv zu bleiben, körperlich wie geistig, das sind wesentliche Ziele, die ältere Menschen verfolgen. Dabei gilt es, sich körperlich herausfordernden aber schaffbaren Angeboten zu stellen. Eine Chance für moderate Sport- und Fitnessangebote.

Nachhaltigkeit im Radtourismus

Als Kompetenz- und Wertethema wird für den Tourismus Nachhaltigkeit immer mehr zu einem Profilierungsthema und damit zur Chance, neue Impulse für die Produktentwicklung und Absicherung des wirtschaftlichen Erfolges der Branche zu setzen. Daher sollte eine Region ihr Profil nicht anhand aktueller Vermarktungstrends, sondern entsprechend ihrer ureigensten Qualitäten erstellen. Das gewährleistet die Identifikation der Gastgeber mit ihrem Produkt und macht es hochwertig, beständig und glaubwürdig.

Um die Wettbewerbsfähigkeit der heimischen Tourismusbetriebe für die Zukunft zu sichern, ist neben der Sicherung und Verbesserung der Infrastruktur und der Serviceleistungen der

¹² Werle, K. (2005); Manager-Magazin (2005), Winterfeld, U. / Reschner, C. (2011), S. 55.

verantwortungsvollen Umgang mit der Umwelt und ihren Ressourcen zu wahren – „in der Natur sein“ ist das seit Jahren meist genannte Motiv für einen Urlaub in Österreich. Konsumenten suchen verstärkt nach Verankerung und Erdung.

Nachhaltiger Qualitätstourismus heißt das Gebot und liegt schon seit Jahren im Trend. Um auf diesem Feld spielen zu können, bedarf es der Berücksichtigung nachstehender Prinzipien.

Ökonomische Nachhaltigkeit

- Die projektspezifisch erforderlichen Ressourcen sind auch für die Zukunft gesichert.
- Die Produkte treffen die Bedürfnisse der Zielgruppe bzw. der potenziellen Gäste -> ausreichende, gesicherte Marktnachfrage.

Ökologische Nachhaltigkeit

- Stärkung des Bewusstseins für ökologische Zusammenhänge bei Gästen und Einheimischen
- Nachhaltiger Einsatz von Energie und Ressourcen, z.B. bei der Mobilität, bei der Kulinarik
- Regionale Produkte werden bevorzugt eingesetzt
- Gästen wird die Möglichkeit geboten, geschützte Naturräume und regionale Artenvielfalt zu erleben

Soziale Nachhaltigkeit

- Bei der Entwicklung von touristischen Produkten und Leistungen werden die Interessen der ortsansässigen Bevölkerung mit berücksichtigt – optimalerweise durch deren persönliche Einbindung in den Entwicklungsprozess.

3 + 2 PILOTPROJEKTE FÜR DIE REGION WALDVIERTLER GRENZLAND

In Anlehnung an die im Vorfeld definierten Themenfelder empfiehlt das Expert/innenteam der Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH in Kooperation mit con.os tourismus consulting der LEADER-Region Waldviertler Grenzland drei zentrale Folgeprojekte, um die Chancen, die dem demografischen Wandel inne sind, bestmöglich zu nutzen:

1. „Langes Leben im Waldviertel“ – Pilotregion Waldviertler Grenzland
2. Top- Ausbildner der Region
3. Radparadies nördliches Waldviertel

Darüber hinaus sollten zwei aktivierende Querschnittsthemen bzw. -projekte weiter verfolgt werden, um die Sensibilisierung zu dem wichtigen Thema „Auswirkungen des demografischen Wandels“ weiter zu forcieren:

- Junges Waldviertler Grenzland
- iTreffpunkt Demografie

1. „LANGES LEBEN IM WALDVIERTEL“ – PILOTREGION WALDVIERTLER GRENZLAND

Unter diesem Projekttitel ist nicht so sehr das „lange persönliche Leben“ gemeint. Es meint viel mehr das „Hierbleibenkönnen“ in der Region Waldviertler Grenzland in den verschiedensten Lebens- und Neustart-Phasen wie Haushalts- oder Familiengründung, Trennung oder Pensionsantritt.

Um lange selbstbestimmt im Waldviertel bzw. im Waldviertler Grenzland leben zu können, müssen für alle Lebensphasen **passende Wohn- und Daseinsangebote** vorhanden sein. Wohnen wird als „ganzheitlicher Mittelpunkt des Menschen“ verstanden. Nur durch das Vorhandensein eines entsprechenden „nachhaltigen Umfeldes“ - ökonomisch, technisch sowie sozial verträglich – wird diesem Ansatz entsprochen.

Die Entwicklung, Realisierung und dauerhafte Absicherung solch eines nachhaltigen und lebenswerten Lebensumfeldes bedarf einer Vielzahl an Maßnahmen, die beim Kreieren von Einzelmaßnahmen immer mitgedacht werden müssen.

So sollen im Bereich Wohnen neben Maßnahmen zur Sicherung der Daseinsvorsorge vorrangig **neue bauliche und technische Möglichkeiten** in die Konzeption „Langes Leben im Waldviertel“ einfließen. Die entscheidenden Ansatzpunkte dazu liefern Konzeptionen wie „Mitalternde Wohnungen – im Zuhause sicher alt werden“ sowie „AAL – Ambient Assisted Living - Wohnen im Alter. Daheim in der Zukunft“.

Der Blickwinkel muss über das rein Baufachliche, das rein Finanzielle und das rein Legistische hinaus erweitert werden, um frühzeitig Visionen zu entwickeln, wie sich das Zusammenleben der Menschen in dem noch zu bauenden oder zu sanierenden Gebäude gestalten könnte bzw. sollte. Themen wie barrierefreies, bequemes, kindergerechtes, umweltgerechtes, familienfreundliches und sicheres Wohnen werden von Beginn an thematisiert und visionär diskutiert und geplant.

Zur Verbreiterung der Angebotspalette lebenswerter Wohn- und Lebensformen müssen also mindestens zwei bisher weitgehend getrennte Fachbereiche betrachtet und in engeren Kontakt gebracht werden: Der Bereich der Wohnungsversorgung im Sinne von Projektentwicklung, Bau, Umbau/Sanierung und Betrieb von Wohnungen und Wohnhausanlagen sowie der Bereich des sozialen Umfeldes, insbesondere das, was im weitesten Sinne unter Daseinsvorsorge verstanden wird. Die Planung betrachtet den Wohnraum und das Wohnumfeld als elementaren Wohn- und Lebensraum mit den nötigen sozialen Freiräumen und daseinssichernden Infrastrukturen für alle Lebensphasen.

Die Vision.

2030 hat sich die Region durch gemeinsame Entwicklung ihrer Wohnangebote verstärkt als „Lebenslanger Wohnstandort“ etabliert.

Das Ziel.

Erarbeitung von konkreten Umsetzungskonzepten: Planung und Errichtung von Wohnformen für jedes Alter und für alle Lebensumstände (Neubau, Sanierung – insbesondere in Ortszentren). Pro Bezirk soll es ein Pilotprojekt geben, das den Projektanforderungen entspricht: leistbar, barrierefrei, serviciert.

Wichtige Umsetzungsschritte.

- Konstituierung einer regionalen thematischen **Projektgruppe**, welche im Auftrag der LAG diesen Themenkomplex hauptverantwortlich betreut
- **Erhebung** der regionalen **Nachfrage** (Vorverträge)
- **Standort- bzw. Objektauswahlverfahren**: Ergebnis – Ein Standort in jedem Bezirk ist fixiert, bevorzugt Altbestand in Stadt/Dorfzentren
- Erarbeitung von **3 Umsetzungskonzepten** in Zusammenarbeit mit externen Expert/innen (ev. Finanzierung über die Wohnbauforschungsförderung):
 - Architekten
 - Technische Planer
 - Energiefachleute
 - Sozialarbeiter/innen
 - Soziologen
 - Ökonomen
- Auswahl von **Waldviertler Unternehmen** (Bau- und Baunebengewerbe, Die Waldviertler Handwerker) für Einladung zur Angebotslegung
- **Finanzierung** (ev. auch Contracting)
- **Auftragsvergabe**

- **Erhebung, Aufbau und Sicherung der Angebote „rund herum“:**
 - Erhebung des Angebotes und der Verfügbarkeit von gesundheitsnahen Dienstleistungen bis zur Pflege und von stationären Diensten → Umsetzungs-konzept zur Behebung vorhandener Mängel
 - Erhebung des Angebotes und der Verfügbarkeit altersgerechter Mobilitätsan-gebote → Umsetzungskonzept zur Behebung vorhandener Mängel
 - Erhebung des Angebotes und der Verfügbarkeit im Bereich Nahversorgung → Umsetzungskonzept zur Behebung vorhandener Mängel
 - Ev. auch durch Kooperationsprojekte, CSA – Projekte, Share-Economy, etc.
- Inter- und transdisziplinäre **wissenschaftliche Auseinandersetzung** mit dem Thema „Lebenslanges Wohnen“ (Gerontologie, Bauen, Technologie, Soziologie, Psycholo-gie, ...)
- Ev. Einreichung EU-Projekt in „AMBIENT ASSISTED LIVING JOINT PROGRAMME“

Zielgruppen: Bewohner/innen der Region, Zuzügler/innen, Menschen in „Neustart-Phasen“ (Haushalts- oder Familiengründung, Trennung, Alleinerzieherinnen, Pensionsantritt, ..).

Leadpartner: Verein Interkomm Waldviertel

Weitere Projektpartner: Wirtschaftsforum Waldviertel, Universitäten, regionale Betriebe, Fachexpert/innen aus den Bereichen Bauen und Sanieren, Nahversorgung, Mobilität, Ge-sundheit etc.

Best Practice:

- Altern lebenswert gestalten in einer „mitalternden Wohnung“ (VSWG)
- Alterssimulationsanzug GERT
- AAL – Ambient Assisted Living – Wohnen mit Zukunft¹³

2. TOP- AUSBILDNER DER REGION

Sowohl in den Interviews als auch in den Workshops wurde von Seiten der Unternehmen immer wieder das Thema Facharbeitskräftemangel als wesentliche Bedrohung für den Erhalt der Standorte diskutiert. Fachkräfte zu bekommen wird zunehmend ein Problem. Fachkräf-ten bzw. Jugendlichen zu vermitteln, dass es abseits der großen bekannten Firmen im Zent-ralraum attraktive Firmen mit flexiblen Rahmenbedingungen in der Region gibt, muss großes Ziel sein. Das momentan eher schlechte Image der Lehre kann nur von allen gemeinsam geändert werden. Betriebe müssen flexibler werden, vor allem für Jugendliche, aber auch für ältere Mitarbeiter/innen und für Frauen müssen neue Angebote geschaffen werden. Koope-rationen zwischen Unternehmen sind eine weitere Möglichkeit, um gemeinsam „bestes Po-tenzial zu schöpfen“.

¹³ <http://www.assistedliving.de/projekte.html>

Die Vision.

2020 konnten die notwendigen Facharbeitskräfte zur Aufrechterhaltung des Unternehmensstandortes in der LEADER – Region Waldviertler Grenzland gesichert werden.

Das Ziel.

Es sollen wieder mehr junge Menschen für den Lehrberuf interessiert (Stichwort: Imageaufwertung) und die Betriebe motiviert werden, attraktive Ausbildungs- und Arbeitsplätze anzubieten. Dies soll gelingen, in dem die Top-Betriebe der Region kooperieren und sich gemeinsam bestmöglich präsentieren.

Wichtige Umsetzungsschritte.

- Erarbeitung einer **Imagekampagne**, die in den nächsten Jahren intensiv betrieben wird. Dabei werden die in der LEADER - Region vertretenen Berufsbilder, Lehrstellen und Rahmenbedingungen auf innovative Art und Weise präsentiert. Information und Sensibilisierung soll auf den unterschiedlichsten Ebenen passieren. Auch durch Testimonials.
 - „Wir sind die Besten – Du bekommst eine Top-Ausbildung im Waldviertel!“
 - „Starte in ein interessantes Berufsleben mit vielen Chancen für deine Zukunft.“
 - „Werde wettbewerbsfähig am Arbeitsmarkt für dein ganzes Leben.“
- Erarbeitung eines **Imagefolders**, der in der Erstphase als Werbemittel dient.
- Nutzung **bestehender Aktivitäten** aus der Region: Darauf aufbauen und erweitern sowie Unterstützung bei der Bewerbung (siehe Best Practice Beispiele).
- Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen zur Bindung der Beschäftigten an das Unternehmen:
 - **Identifikation und Einbindung.** Die gefühlsbezogene Bindung ans Unternehmen und das „Sich identifizieren“ mit der Firma trägt dazu bei, in der Arbeit motivierter, zufriedener und produktiver, seltener krank zu sein.
 - **Junge Leistungsträger umwerben.** Junge Talente möglichst früh von der Schulbank abholen und an sich binden, um im für periphere Regionen prognostizierten „War for Talent“ bestehen zu können. Dazu können bereits bestehende Aktionen auf die gesamte LEADER – Region ausgeweitet werden.
 - **Jung & Alt gemeinsam.** In der täglichen Arbeit werden Jüngere und Ältere bewusst zusammengespannt, um deren gemeinsame Stärken zu bündeln und somit Effektivität, Effizienz und Attraktivität zu erhöhen.
 - **Innovative Arbeitszeit und Entlohnungssysteme.** Atypische Arbeitsverhältnisse. Anbieten von zukunftsfähigen attraktiven Arbeits(zeit)-Modellen: Arbeitszeitkonten – Zeitwertkonten, Männer gehen in Karenz, nehmen Sabbaticals und Babypausen oder arbeiten Teilzeit. Egal ob alt oder jung, jedes Gehalt orientiert sich an Leistungsbeitrag und Kompetenz, u.a.m.
 - **Verbesserung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie.** Die Subsysteme Familie und Erwerbsarbeit wandeln ihr Verhältnis zueinander. Insbesondere die individuelle Autonomie der Väter und Mütter muss gestärkt werden. Die Familien dürfen sich nicht vorwiegend der Taktung des Erwerbsbereiches unterordnen müssen.

Vor allem Frauen mit Kindern benötigen eine ausreichende Unterstützung. Generell gilt: Eine familienbewusste Arbeitswelt führt zu erhöhter Bindung der Beschäftigten an das Unternehmen und trägt somit auch zur Fachkräftesicherung bzw. – Akquirierung bei.

- **Fach- statt Führungskarrieren.** Überalterung verstopft die Aufstiegskanäle für jüngere MitarbeiterInnen. Statt linearer Karrieren sollte Älteren angeboten werden, in Spezialistenfächer wechseln zu können. Alternativ müsste den Jungen die Fachkarriere schmackhaft gemacht werden.
- **Handwerk & Matura.** Anbieten eines dualen Ausbildungssystems, das handwerkliche Arbeit als positiv und wertvoll darstellt. Ein Pilotprojekt zwischen HAK's und Unternehmen (kaufmännisches und technisches Know-how) könnte eine positive Entwicklung auslösen. Employer Branding zur Unterstützung bei der Entscheidung zum / zur Facharbeiter / in. – z.B. Ich lerne bei HARTL HAUS oder bei Leyrer+Graf und nicht „Ich werde Zimmerer!“
- **Personalentwicklung ohne Alterslimit.** Stellenbeschreibungen altersgerecht formulieren, Personalentwicklung bis zum Pensionsalter, interne Weiterbildung bis 65, Ausbildung von Jugendlichen im eigenen Betrieb und anbieten von längerfristigen Karrieremöglichkeiten bei attraktiven Arbeitsplatzverhältnissen. Schaffen von Möglichkeiten für eine Kombination von Erwerbstätigkeit und Rente. Ziel ist es, beim Vorliegen entsprechender Voraussetzungen eine Chance für die Betroffenen zu eröffnen, entsprechend ihrer Leistungsfähigkeit, anteilig erwerbstätig zu sein und zu bleiben und anteilig Rente zu beziehen.
- **Migrantenförderung.** Andere Kulturen bringen andere Blickwinkel – bunte Teams, die voneinander lernen. Eröffnet auch die Chance, neue Absatzmärkte zu erschließen.
- **Inklusion.** Behinderte Menschen überall einbeziehen, ihnen und anderen tagtäglich zeigen, dass sie selbstverständlich dazugehören. Insbesondere auch Personen aus dieser Gruppe können zur Fachkraft ausgebildet werden.
- **Employer Branding gegen das Regionalgefälle.** Steigerung der Arbeitgeber-Attraktivität. Unternehmen der LEADER – Region ziehen starke und glaubwürdige Arbeitgebermarke(n) auf, um ihre Attraktivität gegenüber Unternehmen in den Zentralräumen zu heben.
- **Gesundheitsförderung.** Maßnahmen zur Sicherung eines hohen Gesundheitsniveaus erhöhen ebenfalls die Arbeitsplatzattraktivität und damit auch die Mitarbeiterinnenbindung.

Zielgruppen: Jugendliche, Eltern, interessierte Rückkehrer/innen sowie Betriebe.

Leadpartner: „Manufaktur & Handwerk“

Weitere Projektpartner: Wirtschaftsstandortkooperation GmündSchrems, Waldviertler Handwerker, Gemeinden, Haupt- und Mittelschulen, regionale Betriebe, das Wirtschaftsforum Waldviertel, die Wirtschaftskammer, Banken

Best Practice:

- „Jugend trifft Wirtschaft“ der Kleinregion Waldviertler StadtLand
- „Schule und Wirtschaft“ in Vitis (Träger: WV Akademie)
- Waldviertler Jobmesse des Vereins Wirtschaftsforum Waldviertel
- Initiative „Fahr nicht fort, lern im Ort“, in den Hauptschulen des Bezirks St. Martin, OÖ

- Internationaler Lehrlingsaustausch mit Sachsen (Verein Interkomm und WFWV)
- Längerer Verbleib im Arbeitsprozess: „Demografie – Tarifvertrag“ in der chemischen Industrie in Deutschland zur Sicherung längerer Erwerbsbeteiligung von Älteren auch durch flexibles Ausgleiten aus dem Erwerbsleben .
- Initiative 10:10:10 vom Wirtschaftsforum Waldviertel: Waldviertler Lehrerinnen und Lehrer lernen Waldviertler TOP- Betriebe kennen

Da junge Menschen auch passende Wohnformen brauchen, steht außer Frage, dass es sich bei Projekt 1 und 2 um ein vernetztes Maßnahmenbündel handeln kann.

3. RADPARADIES NÖRDLICHES WALDVIERTEL

Der Wettbewerb der Regionen im Radtourismus ist groß und die Region Waldviertler Grenzland als Radregion ist noch einigermaßen unbekannt. Wichtig ist es deshalb, radtouristische Produkte zu entwickeln und in den Vordergrund des Marketings zu stellen.

Die Affinität älterer Bevölkerungsschichten zum Fahrrad wächst. Die Zahl der älteren Fahrradfahrer/innen und der Fahrradausflügler/innen wird steigen. Ältere Radtourist/innen sehen Radfahren primär nicht als Leistungssport, sondern als Genusserlebnis und zeigen überdurchschnittliches Interesse an der Kultur der besuchten Regionen. Möglichst lange fit und aktiv zu bleiben, körperlich wie geistig, das sind wesentliche Ziele, die ältere Menschen verfolgen. Dabei gilt es, sich körperlich herausfordernden aber schaffbaren Angeboten zu stellen. Eine Chance für moderate Sport- und Fitnessangebote.

Bisher verlangte Radfahren im Waldviertel den Menschen körperlich viel ab. Das großteils stark hügelige Gelände bedarf hervorragender Fitness oder aber motorischer Unterstützung durch E-Bikes, um einigermaßen stressfrei bewältigt werden zu können. Dieser Umstand führte dazu, dass die Radtourist/innen im Waldviertel eine überschaubare Größe blieben.

Durch ein neues Produkt in der LEADER-Region, „Die Thayarunde – Radeln auf ehemaligen Bahntrassen“ soll diese Situation entscheidend verändert werden. Die großteils ebene, mehr als 90 km lange Strecke führt von Waidhofen an der Thaya auf der Trasse der aufgelassenen Thayatalbahn über die Grenze bis nach Slavonice und danach über Desna wieder retour nach Österreich bis nach Raabs an der Thaya. Ab Raabs an der Thaya wird wiederum eine alte Bahnstrecke bis nach Göpfritz an der Wild als Radweg genutzt.

Diese Radroute eröffnet die Möglichkeit, neue touristische Zielgruppen zu erreichen. Junge Familien mit Kindern sowie ältere Menschen. Darüber hinaus bietet sie für das Alltagsradeln ein sicheres Terrain für SchülerInnen, inner- und zwischenbetrieblichen Verkehr sowie fürs Einkaufen, auch grenzüberschreitend. Projekte zur Förderung der Gesundheit in Zusammenarbeit mit „Gesunden Gemeinden“ und mit Schulen sind weitere Chancen, die genutzt werden sollten. Durch das Lernen des Verzichts aufs Auto können neben gesundheitsfördernden Effekten CO₂ – Einsparungen nachhaltige Beiträge zum Umweltschutz geleistet werden.

Neue flächendeckende Angebote mit E-Bikes können die Attraktivität der Nutzung des bereits bestehenden radtouristischen Angebotes erheblich erhöhen.

Die Vision.

Die LEADER-Region hat sich 2020 als unverwechselbares Radparadies (grenzüberschreitend mit Südböhmen) positioniert.

Das Ziel.

(Image-)Aufbau und Weiterentwicklung eines radtouristischen Topangebotes rund um den KTM – Radweg, die Thayarunde, dem Eurovelo 13 „Iron Curtain Trail“ und Funbike unter Miteinbeziehung bestehender regionaler und grenzüberschreitender Radwege wie Graselradweg, Wasserlandschaftsweg, der 88er speziell für E-Bikes u.a.m.

Quantitative Ziele:

- Erhöhung der Gästeankünfte, Übernachtungen, Bettenauslastung
- Steigerung der touristischen Wertschöpfung
- Mindestens 20 zusätzliche, zertifizierte „Radfreundliche Betriebe“
- Mindestens 20 ADFC zertifizierte Betriebe
- Unterstützung bestehender und mind. 10 „neuer“ Qualitätsbetriebe
- Mindestens 10 Betriebe zusätzlich mit Umweltzeichen (Nachhaltigkeit)
- Bessere Auslastung der Vor- und Nachsaison
- Steigerung der Aufenthaltsdauer durch Top-Service
- Aufbau von Kooperationen mehrerer Gastronomiebetriebe, die kulinarische Schätze der Region für Radfahrer erlebbar machen
- Regionsspezifische Speisen und Getränke werden bevorzugt angeboten
- Aufbau eines abgestimmten E-bike – Angebotes
- Ausbau von Kooperationen in der Region und zu Nachbarregionen
- Steigerung des inner- und zwischenbetrieblichen Verkehrs mittels E-Bikes
- Auf allen relevanten Websites, z.B.: www.radtouren.at, www.outdooraktiv.com

Qualitative Ziele:

- Erhöhung der regionalen Qualitäts- und Serviceorientierung
- Erhöhung des Bekanntheitsgrades
- Erhöhung der Gästezufriedenheit
- Steigerung der überregionalen Bekanntheit der Region als Radparadies, insbesondere in OÖ, Wien, NÖ, CZ, Slk, D
- Bewusstseinsförderung für den Tourismus bei Politik, Bevölkerung und Personal zur
- Stärkung der Tourismusgesinnung in der Region - Innenmarketing
- beim Rennen um den „reifen Gast“ die Nase vorne haben
- Seniorenteller wird zur „Portion für den kleinen Hunger“
- Angebotsverbesserung für das Alltagsradeln

Dazu sollen nachstehende Tätigkeiten beitragen:

- Prüfung / Bewertung der Strecken auf deren Güte / Vermarktungsfähigkeit
- Erstellung eines Maßnahmenkataloges zur Behebung eventueller Mängel
- Entwicklung spezieller radtouristischer Angebote zur Sicherstellung der Markttauglichkeit für die Ansprüche von Älteren sowie der von Familien mit Kindern

- Teilnahme an / Aufbau einer professionellen (inter)nationalen Vermarktung, z.B. durch Kooperation mit Destination, NÖ Werbung, ADFC
- Erarbeitung eines Marketingkonzeptes auf Basis der Bundes-, Landes- und Destinationsstrategien, starke Verbindung von Natur, Kultur und Tourismus betonen
- Veranstaltungskonzept für die LEADER – Region in Abstimmung mit der Destination

Zielgruppen:

- Radtourist/innen – Wien, NÖ, OÖ, Bgld., CZ, Slk, D
- Bevölkerung (Alltagsradeln)
- Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe
- Regionale Betriebe (Mitarbeiter/innen, Alltags- und Berufsmobilität)
- Gemeinden (Bürger/innen).

Leadpartner: Tourismusdestination Waldviertel

Weitere Projektpartner: TVB Thayatal, die Wirtschaftskammer, touristische Betriebe

Best practice:

- Das Radparadies Südböhmen, Radparadies Schwarzwald und Alb,
info@rad-paradies.de, www.rad-paradies.de

(+) JUNGES WALDVIERTLER GRENZLAND

Die **Einbindung von Jugendlichen** ist von besonderer Bedeutung für die weitere Entwicklung der LEADER – Region Waldviertler Grenzland. Durch deren aktive Einbindung in das öffentliche Leben und dem damit verbundenen „Mitanpacken“ entwickeln junge Menschen ein Zugehörigkeitsgefühl und damit eine nachhaltige Bindung an ihre Gemeinde bzw. ihre Region. Diese emotionale Beziehung wird auch noch bestehen, wenn sie während ihrer Ausbildung und den ersten Berufserfahrungen außerhalb der Region leben. Die Rückkehr in die Region wird damit dauerhaft gefördert.

Jugendpartizipation muss daher integrativer Bestandteil von Regionalentwicklung sein, denn die Jugendlichen wissen, was sie brauchen und passen Projekte bereits in der Planungs- und Entwicklungsphase an ihre Bedürfnisse an. Darüber hinaus wird dadurch die Motivation, sich an der Umsetzung zu beteiligen, erhöht.

Des Weiteren fördert Jugendpartizipation den Dialog zwischen den Generationen und führt im Erfolgsfall zu gemeinsamen Projekten (siehe Best Practice Projekt OTELO).

Aber: Die Einbindung der Jugendlichen darf keine Alibihandlung sein. Sie muss Mitwirkung, Mitbestimmung und auch Selbstbestimmung garantieren und nicht nur ein bloßes Abfragen von Wünschen sein. Dafür ist in allen Organisationen, die Jugendliche einbinden wollen, jedenfalls aber in den LEADER – Gremien, durch Mentor/innen zu sorgen.

Auszug aus den Ergebnissen der Motivbefragung (siehe Band 4).

Bei der Motivbefragung gaben **84% aller Befragten** (= 965 Personen; 560 davon Schüler/in oder Student/in) an, im Waldviertel **bleiben zu wollen**. Nur 9%(= 106 Personen, 84 davon Schüler/in oder Student/in) wollen aus dem Waldviertel **wegziehen**.

Die „Medizinische Versorgung“, das „Leistbare Wohnen“, die „Nahversorgung“ und die „Sicherheit bzw. geringe Kriminalität“ erhielten am häufigsten die Bewertung „sehr wichtig“ oder „eher wichtig“. Die Themen „Intakte Natur“ und „Lebenswerte Umgebung für Kinder“ sind weitere wichtige Argumente für das Leben im Waldviertel. Ebenfalls erfreulich ist, dass viele Junge mit der „Nahversorgung“ und der „Medizinischen Versorgung“ vor Ort sehr zufrieden sind. Jedoch sind nur 56,4% sind mit dem „ÖPNV-Angebot“ zufrieden.

57% der Schüler/innen und Studierenden glauben, dass sie nach ihrer Gesamt-Ausbildung einen **Arbeitsplatz im Waldviertel** finden werden. Im Vergleich dazu denken nur 38% der befragten Erwachsenen, dass Jugendliche im Waldviertel eine geeignete Arbeitsstelle finden.¹⁴

Die Ergebnisse der Motivbefragung zeichnen ein detailliertes und aussagekräftiges Bild von den Ansprüchen und Meinungen junger Menschen über die Region Waldviertel. Hier ist eine große Verbundenheit mit der Region und eine optimistische Sichtweise in Bezug auf Arbeitsmöglichkeiten als Grundlage des Bleibenkönnens zu sehen.

Richtig eingesetzt und gut kommuniziert stellen diese Resultate eine wertvolle Grundlage für die LEADER- Arbeit in den kommenden Jahren dar.

Die Vision.

2020 gibt es in den meisten Gremien des Waldviertels, jedenfalls aber im LEADER – Gremium, mindestens ein junges Mitglied unter 28 Jahre.

Das Ziel.

Es gilt den Optimismus junger Waldviertler/innen zu nutzen, indem den Jugendlichen größerer Spielraum und somit mehr Mitsprache bei der Gestaltung der zukünftigen Entwicklung eingeräumt wird. Der Jugend wird eine zentrale Stellung bei der Entwicklung der LEADER – Region eingeräumt.

Detailziele:

- Verbindliche Jugendquote (Menschen unter 25 Jahre) im LEADER – Gremium
- Auch Gemeinderäte, Dorferneuerung, Verschönerungsvereine, Kleinregionen etc. laden junge Menschen zur Mitarbeit ein unter dem Motto: „Aufmachen und befähigen.“
- Jugend trifft Alter: Jugend (Landjugend) wird eingeladen, Vertreter/innen in die Entscheidungsgremien zu entsenden, um dort mitentscheiden zu können
- Junges und altes Wissen und Meinen an einen Tisch bringen
- Junge Ideen für das Waldviertel – „Community Building“ – die Jugend entscheidet mit und gestaltet den Lebensraum

¹⁴ Demografie-Check Waldviertler Grenzland, Band 4: Motivbefragung, Seite 67, 7. und 8. Absatz

- Junge Menschen dazu befähigen Management- und Verwaltungsaufgaben in Organisationen und Vereinen zu übernehmen im Sinne von Coaching und Mentoring

Maßnahmen:

- Aktive Suche nach Jugendlichen für das LEADER - Gremium und Einladung derjenigen Personen
- Gemeinsam mit den Jugendlichen an einer „Neuerung/Verjüngung der Arbeits- und Sitzungsmethoden“ arbeiten
- Präsentation der Projektidee vor anderen Gremien (Gemeinderäte, Dorferneuerung, Verschönerungsvereine, Kleinregionen), um weitere Partner zu finden
- Vorstandsbeschluss, dass das Thema Jugend in einer Vielzahl an geförderten Projekten integriert sein muss und dass dafür ein gewisses Budget (Vorschlag: 20 %) reserviert wird

Leadpartner: LEADER-Region Waldviertler Grenzland

Weitere Projektpartner: Landjugend NÖ, Kommunen, Vereine, Betriebe, Jugendorganisationen, ...

Best Practice:

- Offene Jugendarbeit Bregenzerwald: Im Wold nix los? www.ojb.at
- OTELO: Offenes Technologielabor Gmunden und Vöcklabruck, www.otelo.or.at

Weitere Maßnahmen, um die Jugend zu unterstützen und in der Region zu verankern:

- Weiterführung des Schulprojektes „Motivbefragung“
- Neukonzeption von weiteren Schulprojekten zu den Themen demokratische Beteiligungsprozesse, Projektentwicklung für Jugendliche, u.a.m.
- Unterstützung eines LEADER – regionsübergreifenden Projektes „Jugendkulturzentrum Waldviertel“ in Allentsteig
- Unterstützung eines jährlichen Jugendfestivals im Waldviertel
- Internet – Zugang / Breitband. Leistungsfähige Breitbandversorgung für Kommunikation, Unterhaltung und Bildung
- Unterstützung innovativer regionaler Mobilitätsangebote (für Jung & Alt)

(+) ITREFFPUNKT DEMOGRAFIE – PLATTFORM DEMOGRAFISCHE ENTWICKLUNG

Treffpunkt 7 ist eine nicht öffentliche Internet-Kommunikationsplattform für Demografie-Projekte und Projekte der Regionalentwicklung, wobei ein Modul spezifisch auf ländliche Entwicklung abzielt. Benutzerinnen und Benutzer der Plattform können sich - ähnlich wie auf Facebook - untereinander vernetzen und so in Kontakt bleiben und Nachrichten austauschen sowie Botschaften weiterverbreiten.

Um Ressourcen zu sparen, erfolgt die Kommunikation zwischen den Akteur/innen hauptsächlich via elektronische Medien.

Die Monitoring- Gruppe, die sich auf dieser Plattform trifft, besteht aus Personen, die sich in verschiedenen LEADER - Regionen dezidiert bereit erklärt haben, an einem weiterführenden Diskurs teilzunehmen.

Innerhalb der Plattform gibt es in sich geschlossene Gruppen, z.B. Projektgruppen oder Themengruppen. Benutzerinnen und Benutzer können Zugang zu einer oder mehreren Gruppen erhalten. Innerhalb jeder Gruppe gibt es ein Forum für schriftliche Diskussionen und die Möglichkeit, Nachrichten, Dokumente und Mediendateien auszutauschen.

Vom Plattformanbieter, dem LEADER-Management sowie den Teilnehmer/innen aus den Regionen (Monitoringgruppen) werden relevante Informationen und Diskussionsbeiträge in die Plattform eingebracht. Diese Botschaften / neue Entwicklungen werden kommuniziert, abgetestet, diskutiert, evaluiert, promotet und auch konkrete Projekte initiiert.

Es können auch Tools wie Online Webinare eingesetzt werden, z.B. über Google-Hangout. Dabei diskutieren/referieren mehrere Expertinnen / Experten per Webcam online über ein Thema. Interessierte können die Diskussion live per Videostreaming mitverfolgen.

Der Vorteil bei Google Hangout ist, dass man alles einfach aufzeichnen und auf Youtube abspeichern kann. Wer die Live-Diskussion verpasst hat, kann sie sich später ansehen.

Die Vision.

Das Thema „Demografischer Wandel“ bleibt weiterhin „am Tisch“ und wird von interessierten Personen weiter bearbeitet. Auch die Sensibilisierung weiterer Personen wird fortlaufend voran getrieben.

Die Ziele.

Sicherstellung eines kontinuierlichen inhaltlichen Dialogs unter Zuhilfenahme moderner Technologien und mittels Input- Sicherung von inhaltlichen und statistischen Materialien → Informationen, etc. sammeln, aufbereiten, weitergeben, reflektieren.

Dafür wird eine eigene Online-Plattform bereitgestellt, die ähnliche Funktionen wie Facebook bietet. Im Gegensatz zu Facebook ist sie aber nicht öffentlich zugänglich und wird auf einem eigenen Server betrieben. Damit ist ein hohes Maß an Vertraulichkeit gesichert. Technisch realisiert wird die Plattform mit den frei verfügbaren Systemen WordPress und BuddyPress.

Dieser regionale und überregionale Diskurs soll vom jeweiligen LEADER-Management aufrecht erhalten werden. Eine „qualifizierte Außensicht“ sollte diesen regionalen Prozess unterstützen. Wobei eine überregionale Vernetzung mit anderen (LEADER) Regionen vorteilhaft ist – Know-how-Transfer: Lernen von Best Practice aus anderen peripheren Regionen.

Leadpartner: Wallenberger & Linhard Regionalberatung

Weitere Projektpartner: LEADER - Region Waldviertler Grenzland, Monitoringgruppe, NÖ LAK, ecoplus, WKNÖ, AKNÖ, Jugendorganisationen

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN - UMSETZUNGSVORSCHLÄGE

Auf Basis der Ergebnisse der Szenarioworkshops und eigener Expertise erstellte das mit dem „Demografie Check“ beauftragte Beratungsteam prioritäre Handlungsempfehlungen.

LEBENSQUALITÄT - WOHNEN

LES / HR: Bevölkerungs- und Siedlungsentwicklung

LES / HR: Naturraum und Umwelt

Maßnahme A: Langes Leben im Waldviertel – Die LEADER - Region Waldviertler Grenzland als Pilotregion¹⁵

Ziele	Zielgruppen
<ul style="list-style-type: none"> - Lange selbstbestimmt leben im Waldviertel - Passende Angebote für alle Lebensphasen Es ist nicht nur das „persönliche lange Leben“ gemeint, sondern das Leben und Hierbleiben können in der Region 	<ul style="list-style-type: none"> - Ältere Bevölkerung der Region
Kurzbeschreibung	
<p>Auseinandersetzung mit dem „Alter“ auf drei wichtigen Ebenen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wohnformen im Alter. Neubau, Sanierung, Wohnbauforschungsförderung 2. Medizinisches Service bzw. Angebot „rund herum“. 3. Gerontologie. Wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Thema „Altern“ 	
Leadpartner	Partner
LEADER-Region	<ul style="list-style-type: none"> - Verein Interkomm Waldviertel - Wirtschaftsforum Waldviertel - Fachexpert/innen: Bauen und Sanieren, Nahversorgung, Mobilität, Gesundheit etc. - Universitäten - Betriebe aus den Bereichen Bauen / Sanieren, Nahversorgung, Mobilität, Gesundheit
Best Practice	Wirkindikatoren
<ul style="list-style-type: none"> - Altern lebenswert gestalten in einer „mittelalternden Wohnung“ (VSWG) - Alterssimulationsanzug GERT - AAL – Ambient Assisted Living – Wohnen mit Zukunft¹⁶ 	<p>Ein umfassendes Gesamtkonzept liegt bis Anfang 2016 vor. 2016 beginnen erste Umsetzungen entsprechend dem Konzept.</p>

¹⁵ Detailbeschreibung siehe Seite 19 ff.

¹⁶ <http://www.assistedliving.de/projekte.html>

Maßnahme B: Kompakte Siedlungen durch Ortskernbelebung

Ziele	Zielgruppen
<ul style="list-style-type: none"> - „Innen vor außen“ - Ortskerne attraktiv und vital zu halten bzw. wieder zu machen - weniger neue Flächen zu versiegeln - durch „kurze Wege“ mehr Lebensqualität zu schaffen 	<ul style="list-style-type: none"> - Eigentümer: Private, Genossenschaften, ... - Gemeinden / Kleinregionen - Bau- und Baunebengewerbe - Waldviertler und Waldviertlerinnen und - alle, die es werden wollen
Kurzbeschreibung	
<p>Die Einwohner/innen sollen wieder in den Bestand ziehen, um Ortskerne attraktiv und vital zu halten bzw. wieder zu machen.</p> <p>Es bedarf eines aktiven, interkommunal abgestimmten Flächenmanagements.</p> <p>Außerdem muss umfassend informiert und sensibilisiert werden.</p> <p>Gebäude unterscheiden sich von anderen Gütern durch eine sehr hohe ökonomische Nutzungsdauer.</p> <p>Werden die Sanierungen dazu genutzt, eine Verbindung zwischen den Anforderungen an die Energieeffizienz und städtebaulichen und demografischen Entwicklungen zu knüpfen, kann ein zukunftsfähiger und nachhaltiger Gebäudebestand aufgebaut werden.</p> <p>Mietwohngebäude und selbstgenutzte Wohngebäude sind dabei einzubeziehen.</p> <p>Branchenkooperationen im Bereich Bau- und Baunebengewerbe können deren Marktchancen und damit die regionale Wertschöpfung erhöhen.</p>	
Leadpartner	Partner
Gemeinde(n)	<ul style="list-style-type: none"> - Gebäudeeigentümer - Land NÖ - Betriebe - Wirtschaftskammer
Best Practice	Wirkindikatoren
<p>Markt Bad Bocklet, Markt Burkardroth, Markt Oberthulba und die Gemeinde Nüdlingen (Bayern) fördern Sanierungsmaßnahmen in den Alt- und Innenortsbereichen.</p> <p>www.foerderblog.de/allgemein/forderung-zum-wohnen-und-sanieren-in-innenstadte-und-alten-ortskerne/</p>	<p>Ein umfassendes Gesamtkonzept liegt bis Ende 2015 vor. 2016 beginnt die Realisierung von mindestens einem Projekt in jeder Kleinregion.</p>

Maßnahme C: Kinderbetreuung 2.0

Ziele	Zielgruppen
<ul style="list-style-type: none"> - Verbesserung des Angebotes an Kinderbetreuung, damit Eltern wieder ins Berufsleben einsteigen können 	Familien und Alleinerziehende mit Kindern, v.a. Berufstätige und Menschen ohne unterstützende Familienmitglieder in der Region
Kurzbeschreibung	
<p>Die aktuelle Arbeiterkammerstudie „Meine Region Waldviertel 2012“ besagt, dass die Betreuungseinrichtungen im Waldviertel im Regionenvergleich die VIF-Kriterien¹⁷ am häufigsten verfehlen.</p> <p>Deutlich über zwei Drittel (71,9 %) aller Kinder sind in einer Einrichtung, die drei oder mehr der geforderten Kriterien nicht erfüllt.</p> <p>Nur 3,7 % der Kinder werden in einer Einrichtung, die alle VIF-Kriterien erfüllt, betreut. 15,6 % haben einen Betreuungsplatz, der fünf der sechs Kriterien erfüllen kann.</p> <p><u>Notwendig sind daher:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Zeitlich flexible Angebote - Frühförderungen (qualitatives Angebot) - Mobilität der Kinder gewährleisten (um Kinder von A nach B zu befördern, wenn es beispielsweise ein spezielles Angebot in jeder Kleinregion gibt) - Betriebliche Angebote bzw. (finanzielle) Unterstützungen (Betriebskindergarten, finanzielle Unterstützung bei Fahrdiensten für die Kinder, ...) 	
Leadpartner	Partner
Hilfsorganisation(en)	<ul style="list-style-type: none"> - Kommunen / Kleinregionen - Betriebe der Region - Sozialpartner
Best Practice	Wirkindikatoren
<ul style="list-style-type: none"> - Betriebliche Kinderbetreuung, Familie und Arbeitsplatz in Balance, Hilfswerk OÖ - Verein Drehscheibe Kind, Steyr und Umgebung 	Es gibt ab 2016 mindestens 2 Projekte in Kooperation mit Unternehmen und Sozialpartner

¹⁷ Kriterien für eine „mit Vollbeschäftigung der Eltern zu vereinbarende Kinderbetreuung“.

Maßnahme D: Generationen unter einem Dach

Ziele	Zielgruppen
<ul style="list-style-type: none"> - Förderung eines nachhaltigen Zusammenlebens unterschiedlicher Generationen - kombiniert mit ökologischer Bauweise und Energieversorgung sowie einer - nachhaltigen Lebensmittel- und Dienstleistungsversorgung 	<ul style="list-style-type: none"> - Gemeinden - Wohnbaugenossenschaften - Familien - Alleinerziehende mit Kindern - Berufstätige - ältere Personen
Kurzbeschreibung	
<p>Viele junge Menschen überlegen, ob sie überhaupt Kinder wollen. Die Kinderbetreuung im ländlichen Raum ist noch nicht so weit, dass Familie und Beruf ohne organisatorische Klimmzüge unter einen Hut gebracht werden können. Vor allem viele junge Frauen wollen heute beides, ihren Beruf weiter ausüben und Kinder haben. Es fehlt an familienfreundlichen Arbeitszeiten, die mit den Zeitfenstern der professionellen Kinderbetreuung in Einklang gebracht werden können. Auf der anderen Seite vereinsamen alte Menschen, weil sie alleine leben und kaum Kontakte haben. Es soll also Nachbarschaftshilfe gefördert werden: Generationen unter einem Dach helfen einander bei Kinderbetreuung, Einkaufs- und Fahrtendiensten, Gartenarbeit, u.a.m. Zu berücksichtigen bei einer umfassend Planung ist, dass junge und alte Menschen großteils sehr unterschiedliche Bedürfnisse haben.</p> <p>Mehrgenerationen-Wohnprojekte haben neben den positiven sozialen Aspekten auch weitere nachhaltige Vorteile. Die Nutzung / Renovierung / Sanierung von leerstehenden Gebäuden in den Ortskernen trägt dazu bei, die</p> <ul style="list-style-type: none"> - Flächeninanspruchnahme durch Neubauten zu reduzieren - Finanzierbarkeit zu erleichtern - CO₂ - Bilanz zu verbessern, u.a.m. <p>Weitere verbundene Themenbereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ökologische und effiziente / effektive Mobilität - Selbstversorgung mit Gemüse und Getreide sowie artgerechte Tierhaltung (CSA) - Gegenseitige Pflege im Alter verhindert Wechsel ins Pflegeheim 	
Leadpartner	Partner
Wohnbaugenossenschaft(en)	<ul style="list-style-type: none"> - LEADER Region - Wohnbaugenossenschaften - Kommunen - Betriebe der Region - Kleinregionen
Best Practice	Wirkindikatoren
www.bertelsmann-stiftung.de/bst/de/media/04_NWP_Caritas_Mehrgenerationenhaus.pdf	Mitte 2015 liegt ein umfassendes Gesamtkonzept I vor (ev. Wohnbauforschungsförderungsprojekt, BMVIT). 2016 Umsetzungen (1 Projekt pro Kleinregion).

REGIONALE WIRTSCHAFT

LES / HR: Wirtschaft, Innovation und Beschäftigung

Maßnahme E: Pilotprojekt - Mitalternde Wohnung

Ziele	Zielgruppen
<ul style="list-style-type: none"> - Entwicklung und Errichtung einer Musterwohnungsanlage - Schaffung eines Angebotes „bedarfsgerechter Wohnungen“ für den Start in einen neuen Lebensabschnitt für mehr Wohnqualität und - Sicherung der Hauptwohnsitzer/innen. 	<ul style="list-style-type: none"> - Wohnbaugenossenschaften - Bau- und Baunebengewerbe - Junge Menschen - Menschen nach Trennungen etc. - Menschen im dritten Lebensabschnitt - U.a.m.
Kurzbeschreibung	
<p>„Mitalternde Wohnungen“ als neue Wohnangebote in der Region realisieren. Gleichzeitig Aufbau eines neuen Produktes im Bau- und Baunebengewerbe als Ergänzung zur thermischen Sanierung von Häusern und Wohnungen (durch Unternehmenskooperationen der Handwerker).</p> <p>Aufzeigen wie Wohnraum gestaltet sein muss, um ein langes selbstbestimmtes und sicheres Wohnen in den eigenen Wänden zu ermöglichen.</p> <p>1. Schritt: Know-how Transfer – Informationsaustausch mit Exkursion nach Dresden</p> <p>2. Schritt: Gemeinsamer Handwerker Workshop - Integrieren des Themas in die Angebotspalette der Unternehmenskooperation(en)</p> <p>3. Schritt: Entwickeln des Pilotprojektes</p> <p>4. Schritt: Umsetzung des PP</p>	
Leadpartner	Partner
<ul style="list-style-type: none"> - Waldviertler Handwerker 	<ul style="list-style-type: none"> - Bau- und Umwelt-Cluster der ecoplus - Kooperation mit VSWG und IHK Dresden - Wirtschaftsforum Waldviertel - Klima- und Energiemodellregionen (Leitprojekt „vom 100sten ins 1000ste“)
Best Practice	Wirkindikatoren
„AlterLeben“ vom Verband Sächsischer Wohnungsgenossenschaften	Zahl der deklarierten „Mitalternden Startwohnungen“

Maßnahme F: Top-Ausbildner der Region¹⁸

Ziele	Zielgruppen
<ul style="list-style-type: none"> - Facharbeiter/innen für die Top-Betriebe des Waldviertler Grenzlandes sichern 	<ul style="list-style-type: none"> - Betriebe - Jugendliche - Eltern - interessierte Rückkehrer/innen - Schulen
Kurzbeschreibung	
<p>Bereits bestehende Aktionen mitbewerben und auf andere Gemeinden und Kleinregionen ausweiten wie z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - „Jugend trifft Wirtschaft“ der KR StadtLand, - „Schule und Wirtschaft“ in Vitis (Träger: WV Akademie), - Waldviertler Jobmesse, - Internationaler Lehrlingsaustausch mit Sachsen (Verein Interkomm und WFWV) - Von einander lernen: Erfahrungsaustausch unter einander - Darstellung des Wirtschaftsstandortes mittels hier vertretener Berufsbilder. - Information und Sensibilisierung auf unterschiedlichsten Ebenen. Auch durch Testimonials - Inkl. Sensibilisierung der Betriebe, wie sie die Lehrzeit der Jugendlichen sinnvoll und attraktiv gestalten. - Imagefolder entwickeln 	
Leadpartner	Partner
„Manufaktur & Handwerk“	<ul style="list-style-type: none"> - Hauptschulen, - Mittelschulen - Regionale Betriebe - Waldviertler Handwerker - Wirtschaftsforum Waldviertel - Wirtschaftskammer - Raiffeisen - Gemeinden
Best Practice	Wirkindikatoren
<ul style="list-style-type: none"> - Marketingkampagne Leyrer & Graf, - Aktivitäten des Wirtschaftsforums WV 	Zahl der Lehrstellensuchenden im Verhältnis zur Zahl an Einsteiger/innen in berufsbildenden Schulen

¹⁸ Detailbeschreibung siehe Seite 21ff.

Maßnahme G: Duale Ausbildung „Neu“

Ziele	Zielgruppen
- Schüler/innen aus HAK und Gymnasium erhalten neben der Matura eine praktische Ausbildung mit Lehrabschluss.	- Schüler/innen - Schulen - Betriebe
Kurzbeschreibung	
Schulen mit Maturaabschluss erarbeiten gemeinsam mit Unternehmen und Landesschulrat einen Lehrplan, der zusätzlich zur Matura einen Lehrabschluss in von den Unternehmen stark nachgefragten Lehrberufen beinhaltet.	
Leadpartner	Partner
Wirtschaftsforum Waldviertel	- Schulen - Landesschulrat - Regionale Betriebe - Waldviertler Handwerker - Wirtschaftskammer - Sozialpartner
Best Practice	Wirkindikatoren
Vorarlberger Lehrlingsmodell	Ausbildung beginnt mit 2015 / 2016

Maßnahme H: Pilotprojekt - Inklusionsregion

Ziele	Zielgruppen
- Entwicklung zur Inklusionsregion –„Inklusiv vom Kindergarten bis zum Arbeitsplatz“	- Menschen mit Handicap aus der Region - Betriebe
Kurzbeschreibung	
Ausgehend von der Projektentwicklung eines „Inklusionshotels“ soll die Thematik umfassend in der Region entwickelt werden – vom Kindergarten bis zum Arbeitsplatz. Öffentliche Angebote und Plätze sollen barrierefrei werden.	
Leadpartner	Partner
Kleinregion Zukunftsraum Thayaland	Land NÖ - Destination WV - BMASK - Schulen - Landesschulrat
Best Practice	Wirkindikatoren
- Wiener Neudorf - Inklusionsgemeinde - Embrace Hotels Deutschland	Ein umfassendes Gesamtkonzept liegt bis Mitte 2015 vor. 2016 erste Umsetzungen.

INFRASTRUKTUR & ERREICHBARKEIT

LES / HR: Mobilität – Erreichbarkeit – Verkehr

LES / HR: Ver- und Entsorgungsinfrastruktur

Maßnahme I: Jugendtaxi

Ziele	Zielgruppen
Verbesserung der Mobilität der Jugendlichen und Unterstützung der Eltern.	<ul style="list-style-type: none"> - Jugendliche der Region - Eltern
Kurzbeschreibung	
Taxi-Gutschein-Modell der Gemeinde Echtsenbach auf die Region ausweiten.	
Leadpartner	Partner
Kommunen	<ul style="list-style-type: none"> - Taxi-Unternehmen der Region - Landjugend - Gemeinde Echtsenbach
Best Practice	Wirkindikatoren
Jugend.Taxi.Echtsenbach.	Ausgestellte, eingelöste Gutscheine pro Gemeinde.

Maßnahme J: Breitbandinitiative

Ziele	Zielgruppen
Leistungsstarke Telematikinfrastruktur als Standortfaktor	<ul style="list-style-type: none"> - Betriebe - Haushalte
Kurzbeschreibung	
Pilotprojekt Breitband und LTE für das Waldviertel (die LEADER Region Waldviertler Grenzland) Kontakt: DI Westhauser, Amt der NÖ Landesregierung	
Leadpartner	Partner
Kleinregionen	<ul style="list-style-type: none"> - Telekommanbieter - Land NÖ
Best Practice	Wirkindikatoren
<ul style="list-style-type: none"> - Projekte im Vogtland und im - NÖ-Lainsitztal 	flächendeckender Breitbandzugang (50 Megabit) bis 2017

Maßnahme K: „Das Auto veröffentlichen“

Ziele	Zielgruppen
Verbesserung des ÖPNV	Junge, Ältere, Familien

Kurzbeschreibung

Für die LEADER – Region Waldviertler Grenzland wird ein bzw. werden mehrere (z.B. auf Klima- und Energiemodellregionsebene) innovative ÖPNV – Projekt(e) entwickelt. Nachstehend ein möglicher Projektansatz:



Abb. 2: Varianten, das Auto zu veröffentlichen

Quelle: Christine Ahrent und Melanie Herget, Umwelt- und familienfreundliche Mobilität im ländlichen Raum, Technische Universität, Berlin 2012

Leadpartner	Partner
LEADER-Region	<ul style="list-style-type: none"> - Klima- und Energiemodellregionen - Klimafonds - BMVIT - Land NÖ - Unternehmen - Gemeinden - VCÖ - Vereine
Best Practice	Wirkindikatoren
<ul style="list-style-type: none"> - Gaubitzer Stromgleiter - Initiative Zukunftsmobilität. Nachhaltig mobil im ländlichen Raum - Das Auto veröffentlichen 	In jeder Kleinregion bzw. kleinregionsübergreifend gibt es bis 2016 ein innovatives ÖPNV - Projekt

Maßnahme L: „Infrastruktur-Rat“ der Regionen

Ziele	Zielgruppen
Aufbau eines Gremiums für Monitoring und Erarbeitung von Empfehlungen betreffend Infrastruktur in der Region	<ul style="list-style-type: none"> - Bevölkerung - Kommunen
Kurzbeschreibung	
<ul style="list-style-type: none"> - Überregionale Absprache ermöglichen. - Auch wenn es in manchen Bereichen um Schrumpfung geht, Angebote trotzdem gut in der Fläche verteilen (dezentrale Konzentration). - Rats-Mitglieder nominieren und Rat einrichten - Landjugend in diesen Rat aufnehmen. 	
Leadpartner	Partner
Hauptregions-Verbände	<ul style="list-style-type: none"> - Kommunen - Landjugend - Regionale Betriebe - branchenübergreifend - Wissenschaft
Best Practice	Wirkindikatoren
Kantonaler Infrastrukturrat Bern	Der Infrastruktur-Rat nimmt 2016 seine Arbeit auf.

Maßnahme M: Optimierungsprogramm

Ziele	Zielgruppen
Auf Schrumpfung und Wachstum reagieren. Funktionelle Leistungserfüllung über Gemeindegrenzen hinweg sichern	<ul style="list-style-type: none"> - Gemeinden - Gemeindeverbände
Kurzbeschreibung	
Interkommunale bzw. Verbandslösungen laufend prüfen und erweitern. Pilotprojekt mit den GVV's und dem Land NÖ realisieren inkl. fachlichen Monitoring.	
Leadpartner	Partner
LEADER-Region	<ul style="list-style-type: none"> - Kleinregionen - Gemeinden
Best Practice	Wirkindikatoren
Langau-Brunn, Gmünd-Schrems, Demografie – Beauftragte Sachsen (Fr. Zettwitz)	Zahl der an Gemeindekooperationen teilnehmenden Gemeinden

FREIZEIT

LES / HR: *Tourismus und Naherholung, Kultur*

Maßnahme N: „Demo-fit im Tourismus“

Ziele	Zielgruppen
Chancen des demografischen Wandels erkennen und betrieblich reagieren. Demografischer Wandel wird von (Leit)Betrieben positiv gesehen.	<ul style="list-style-type: none"> - Führungskräfte aus der Tourismusbranche und - den regionalen Vermarktungsorganisationen/Destinationen
Kurzbeschreibung	
<p>Infrastrukturanbieter und Tourismusbetriebe werden eingeladen, sich anhand konkreter Themen mit dem „demografischen Wandel“ und deren Auswirkungen auf den eigenen Betrieb zu qualifizieren. Schwerpunkte: Universal Design, Zielgruppenansprache, Angebotsentwicklung, Werbemaßnahmen, Check der Werbemittel, Mitarbeiter/innen, Unternehmensnachfolge.</p>	
Leadpartner	Partner
Tourismusdestination	<ul style="list-style-type: none"> - LEADER-Management - (Leit)betriebe
Best Practice	Wirkindikatoren
Beispiele aus Handels- u. Bankenmarketing (DOVE, Bank-Austria, RAIBA)	<ul style="list-style-type: none"> - Zunahme der Gästezahl 50 plus - Umsetzungsmaßnahmen „Barrierefreiheit“

Maßnahme O: Jugendkulturzentrum Waldviertel in Allentsteig

Ziele	Zielgruppen
Die Jugendkulturschaffenden des Waldviertels bekommen ein „Zuhause“	Jugendkulturinitiativen
Kurzbeschreibung	
<p>Das ehemalige Kino in Allentsteig wird zum Jugendkulturzentrum Waldviertel, in dem alle interessierten Jugendkulturvereine/Jugendkulturschaffenden Platz für ihre Veranstaltungen, etc. finden. Aber auch generationsübergreifende Aktivitäten wie z.B. OTELO.</p>	
Leadpartner	Partner
Verein a!IVE	Jugendkulturinitiativen, Gemeinde(n), Kleinregion, LEADER – Region, Land NÖ, BKA
Best Practice	Wirkindikatoren
www.Jugendkulturzentrumpumpe.de	Umsetzung bis 2016

Maßnahme P: Radparadies Nördliches Waldviertel¹⁹

Ziele	Zielgruppen
<p>Positionierung als Radparadies (grenzüberschreitend mit Südböhmen), Ertüchtigung von mindestens 30 „Radfreundlichen Betrieben, Aufbau einer professionellen internationalen Vermarktung</p> <p>Angebotsverbesserung für das Alltagsradeln und den betrieblichen Verkehr (z.B. E-Bikes)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - RadtouristInnen, Bevölkerung (Alltagsradeln) - Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe - Betriebe (MitarbeiterInnen) - Gemeinden (BürgerInnen)
Kurzbeschreibung	
<p>Aufbau und Weiterentwicklung eines radtouristischen Topangebotes rund um den KTM – Radweg, dem Bahntrassenradeln auf der Thayarunde, Funbike und dem Eurovelo „Iron Curtain Trail“</p>	
Leadpartner	Partner
<p>Tourismusdestination Waldviertel</p>	<ul style="list-style-type: none"> - LEADER – Region - Kleinregionen - TVB Thayatal - Wirtschaftskammer - Tourismusbetriebe
Best Practice	Wirkindikatoren
<ul style="list-style-type: none"> - Radparadies Südböhmen - Radparadies Schwarzwald und Alb <p>info@rad-paradies.de www.rad-paradies.de</p>	<p>Mind. 30 zertifizierte „Fahrradfreundliche“ Tourismusbetriebe</p>

¹⁹ Detailbeschreibung siehe Seite 24ff.

DIALOG & ZUSAMMENHALT

LES / HR: Soziale Infrastruktur

Maßnahmen Q: „Sensibilisierungs- Paket“

Q1: Junges Waldviertler Grenzland

Q2: Veranstaltungsreihe mit regionalen Banken

Q3: iTreffpunkt Demografie

Maßnahme Q1: Junges Waldviertler Grenzland

Ziele	Zielgruppen
Jugend trifft Alter: Jugend (Landjugend) in Entscheidungsgremien einladen zur Mitarbeit.	<ul style="list-style-type: none">- Kommunen- Betriebe
Kurzbeschreibung	
<ul style="list-style-type: none">- Junge Ideen für das Waldviertel – „Community Building“ – die Jugend entscheidet mit.- Junges und altes Wissen und Meinen an einem Tisch- Unterschiedlichste Gremien laden junge Menschen ein zur Mitarbeit. Motto: „Aufmachen und befähigen.“ (Gemeinderat, Dorferneuerung, Verschönerungsvereine, Leaderregionen, Kleinregionen, ...)- Junge Menschen dazu befähigen, Management- und Verwaltungsaufgaben in Organisationen und Vereinen zu übernehmen im Sinne von Coaching und Mentoring- Junge Menschen gestalten den Lebensraum mit- Beitrag, um Region für junge Menschen attraktiver zu machen	
Leadpartner	Partner
Landjugend	<ul style="list-style-type: none">- Kommunen- Vereine- Betriebe- Jugendorganisationen
Best Practice	Wirkindikatoren
Jugend für das Schneebergland	Jugendquote (Menschen unter 25 Jahre) in den Organisationen

Maßnahme Q2: Veranstaltungsreihe in Kooperation mit regionalen Banken

Ziele	Zielgruppen
Chancen des demografischen Wandels erkennen und betrieblich reagieren.	Banken und ihre Kund/innen.
Kurzbeschreibung	
Infoabend für Bankkunden/innen, Unternehmer/innen, Führungskräfte, Mitarbeiter/innen, Gemeinde-, Vereinsvertreter/innen, Bankkunden/innen. insbesondere im Kommerzkundenbereich, um Impulse für die Wirtschaft zu geben und zum Thema zu sensibilisieren.	
Leadpartner	Partner
Bankinstitute mit zentralem Sitz in der Region	LEADER Region, Kleinregionen, Gemeinden Unternehmen, Vereine
Best Practice	Wirkindikatoren
Jahresveranstaltungen der Raiffeisenbank Neunkirchen 2013 und 2014	Zahl der Veranstaltungen und der Teilnehmer/innen an den Veranstaltungen

Maßnahme Q3: iTreffpunkt Demografie

Ziele	Zielgruppen
Informationsaustausch und Feedback zum Thema „Demografischer Wandel“	Personen aus den bisherigen Workshops
Kurzbeschreibung	
Instrument, um Ideen und Meinungen interessierter Personen aus der Region rasch kennen zu lernen bzw. um Anregungen und Informationen in die Region diffundieren zu lassen. Teilnahme an regelmäßigen Blitz-Umfragen (Stimmungs- / Meinungsbarometer), Befragungen werden zuverlässig und rasch beantwortet und die Informationen nach dem Schneeballprinzip von den Teilnehmer/innen verbindlich weiterverteilt.	
Leadpartner	Partner
Wallenberger & Linhard Regionalberatung	LEADER - Region Waldviertler Grenzland, Monitoringgruppe, NÖ LAK, ecoplus, WKNÖ, AKNÖ, Jugendorganisationen
Best Practice	Wirkindikatoren
T7 W&L Regionalberatung GmbH	Zahl der Mitglieder der Monitoringgruppe Anzahl der (Diskussions)Beiträge im Forum

Maßnahme R: „Pooling & Sharing“ - Neue Folgen

Ziele	Zielgruppen
Sicherung, Weiterführung bzw. Übernahme von landwirtschaftlichen Betrieben	Junge Menschen aus der Landwirtschaft
Kurzbeschreibung	
Kampagne 2013-2020 Pilotprojekte zu: <ul style="list-style-type: none"> - Imagemaßnahmen zum NEUEN Bild der Landwirtschaft, - Pooling & Sharing Modelle, - AGZ light Modelle, - Starthilfen (monetär und personell) 	
Leadpartner	Partner
Landjugend	Landwirtschaftskammer
Best Practice	Wirkindikatoren
Initiativen aus „GO-Grüne Offensive-Zukunft der Landwirtschaft“(BML)	Zahl der Hofeigentümer unter 30 Jahren

Maßnahme S: Pilotprojekt „Dorf – Landwirtschaft“

Ziele	Zielgruppen
Das Dorf wird zum Lebens-Mittel-Punkt	Die Bewohner/innen des Ortes (Jung und Alt)
Kurzbeschreibung	
Das essbare Dorf: Gemüseanbau im öffentlichen Raum. „Pflücken erlaubt“ statt „betreten verboten“. Sortenreichtum – Agro-Biodiversität. Grundidee: Das Dorf wieder zum Lebensmittel – Punkt machen. Die Pflege übernehmen vorwiegend Ehrenamtliche – Pensionisten, Jugendliche, Arbeitslose, ... = Verbindung zu anderen Schwerpunkten wie Dialog & Zusammenarbeit, Jung trifft Alt, ...	
Leadpartner	Partner
LEADER Region	<ul style="list-style-type: none"> - Landwirte - Bürger/innen - Gemeinden, Orte
Best Practice	Wirkindikatoren
<ul style="list-style-type: none"> - Andernach – die essbare Stadt - Projekt: Rostlaube Berlin 	Ein umfassendes Gesamtkonzept liegt bis Mitte 2015 vor. 2016 erste Umsetzungen.

DIE HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN AUS DEN SZENARIOWORKSHOPS

REGIONALE WIRTSCHAFT

Maßnahme 1: 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.

Maßnahme 2: 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

Maßnahme 3: Autobahn / Schnellstraße

Ziele:

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

Zielgruppen:

- Industrie und produzierendes Gewerbe
- 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.

Leadpartner: Politik („politischer Wille“)

Weitere Partner: Wähler/innen, Mandatare

Maßnahme 4: Förderungen für Nahversorger

Ziel: Sicherung der (umfassenden) Nahversorgung

Zielgruppen:

- Lebensmittelhändler
- Gastronomie

Kurzbeschreibung: Die Nahversorgung m u s s 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

Maßnahme 5: 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

Maßnahme 6: Generationenwohnen

Ziele: Bessere Verständigung zwischen Jung und Alt

Zielgruppen: Alle

Kurzbeschreibung: „Leistbare Wohnungen“ für Jung & Alt. Gegenseitige Hilfeleistung (Nachbarschaftshilfe). „Leih-Omi“ = Einkaufen im Ortskern. 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

Maßnahme 7: 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

Maßnahme 8: 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

Maßnahme 9: 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 verstärkte Bereitschaft zur Mitarbeit geschaffen. Die Gefahr von Fehlinvestitionen vor-bei an den Bürger/innen wird dadurch vermindert. Über Soziale Netzwerke sollen Jugendliche zu 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

Maßnahme 10: 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.

PASSFÄHIGE BEISPIELE – LERNEN VON ERFOLGREICHEN PROJEKTEN

1. Altern lebenswert gestalten in einer „mitalternden Wohnung“ (VSWG)
2. Alterssimulationsanzug GERT
3. AAL – Ambient Assisted Living
4. Einsatz des Kommunalen Standort Informationssystems (KOM SIS)
5. Wohnweb Waldviertel – www.wohnen-im-waldviertel.at
6. Leerflächenmanagement in Waidhofen an der Ybbs
7. Organisierte Nachbarschaftshilfe für Ältere im Alltag
8. OTELO – Offenes Technologielabor
9. Schule trifft Wirtschaft – Initiative 10:10:10
10. Jugend trifft Wirtschaft – Kleinregion Waldviertler StadtLand
11. Ausbildung.Eaton.
12. Lehrlingsoffensive Leyrer & Graf
13. Fachkräfte sichern durch Traineeprogramme bei HARTL HAUS
14. Jugendtaxi Echtsenbach
15. Solartaxi Heidenreichstein
16. Kombibus Uckermark: Effizienter ÖPNV im ländlichen Raum

ALTERN LEBENSWERT GESTALTEN IN EINER „MITALTERNDEN WOHNUNG“

Selbstbestimmtes Wohnen in der Einheit von technischer Lösung und Dienstleistung: Dies versprechen die Angebote des Verbandes Sächsischer Wohnungsgenossenschaften e.V. (VSWG) aus Dresden.

In Anbetracht demografischer Entwicklungsprozesse und dem damit einhergehenden Anstieg des Anteils älterer Personen an der Gesamtbevölkerung werden neue Wohnkonzeptionen erforderlich, die der Nachfrage und Bedarfssituation der strukturell älter werdenden Bevölkerung gerecht werden.

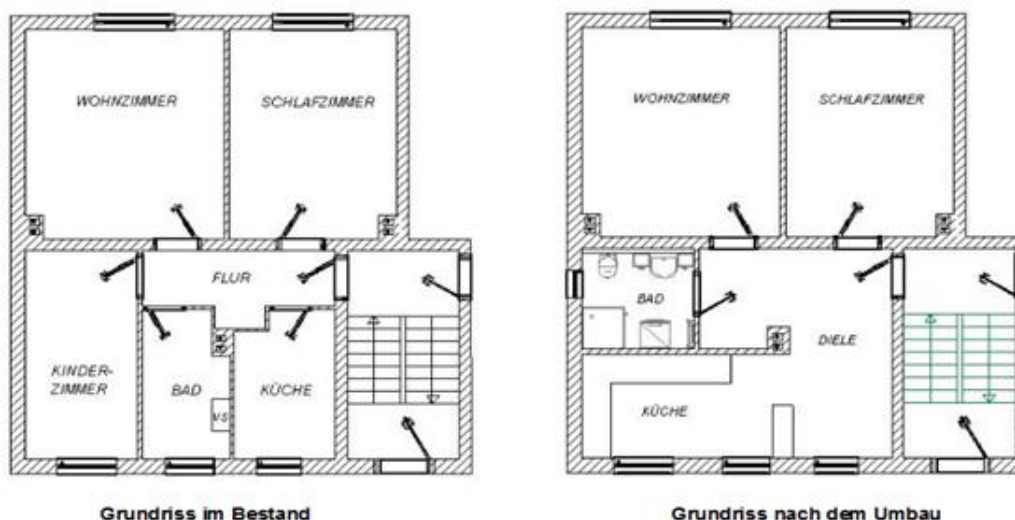
Aus diesem Grund hat es sich die VSWG zur Aufgabe gemacht, Pilotlösungen zu entwickeln, um die Selbstständigkeit im häuslichen Wohnbereich so lange wie möglich zu erhalten. Dabei sollen technische Lösungen in Kombination mit sozialen Dienstleistungen in Formen generationsübergreifenden Wohnens etabliert werden.

Lösungsansatz der „mitalternden Wohnung“.

Mit Hilfe verschiedener Maßnahmen verwandeln sich Wohnungen zu „Mitalternden Wohnungen“. Neben baulichen Maßnahmen und technischen Assistenzsystemen mit zahlreichen unterstützenden Funktionen gibt es umfangreiche Dienstleistungskonzepte in den Bereichen Sicherheit, Gesundheit, Komfort und Freizeit. Die Einheit von Technik und sozialer Dienstleistung wird durch persönliche Betreuung und Beratung vor Ort gesichert.

Rund 20 „Mitalternde Wohnungen“ werden in ganz Sachsen bereits getestet und unter Einbezug der älteren Nutzer/innen kontinuierlich weiterentwickelt.

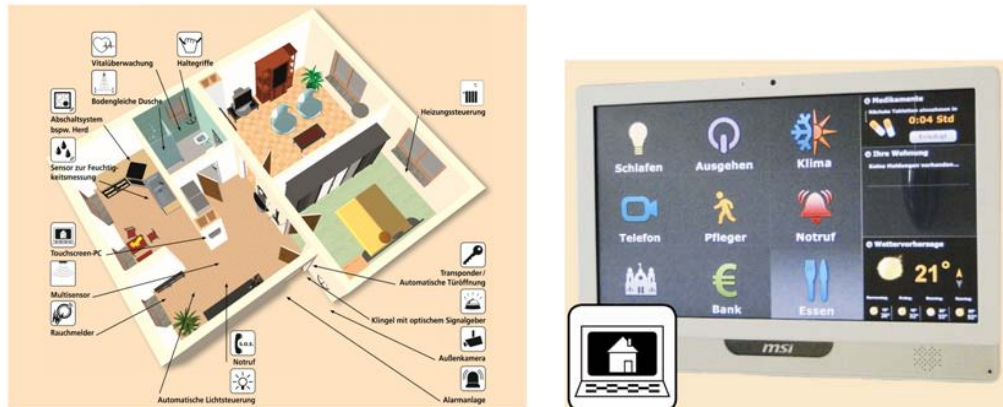
Bauliche Maßnahmen dienen der Reduzierung und Vermeidung von Barrieren im Wohnungsbestand, dazu zählen Schwellenlosigkeit, breite Türen ebenso wie veränderte Wohnungsgrundrisse für mehr Bewegungsfreiheit.



Musterwohnung - Zuschnittveränderung

Für die technische Unterstützung kommen Sensoren und Aktoren zum Einsatz, die eine automatisierte Steuerung der Wohnungsfunktionen ermöglichen. Über einen Multisensor in der kombinierten Messung von Temperatur, relevanter Feuchte, Helligkeit, Präsenz, Taupunkt, Luftqualität und Luftdruck werden Funktionalitäten gebündelt.

Er bietet zudem Branddetektion (Rauch), Senden und Empfangen von Infrarot sowie eine Alarmfunktion. Vitalüberwachung, Notruf in unterschiedlichsten Hilfssituationen, automatisierte Türöffnung mit Kamera sowie Beleuchtungsszenarien bis hin zur Erinnerung an Medikamenteneinnahmen bieten den Mieter/innen in Kombination mit akustischen und visuellen Signalen Unterstützung.



Beispielhafte Elemente der „mitalternden Wohnung“ Assistenzsystem „PAUL“
(persönlicher Assistent für unterstütztes Leben)

Herzstück der Wohnung ist das Assistenzsystem „PAUL (Persönlicher Assistent für Unterstütztes Leben)“ des TSA-Projektteams, vertreten durch die Gemeinnützige Baugenossenschaft Speyer eG (GBS), in dem alle Informationen aus der Wohnung zusammen laufen.

Über einen Touchscreen-Computer können ältere Menschen z.B. die Haustechnik steuern, Radio hören, per Videotelefon kommunizieren oder das Internet nutzen. In Abstimmung mit den Mieter/innen können die gewünschten Funktionen zu- oder abgeschaltet werden. Darüber hinaus wird eine Notfallerkennung erprobt und an einem Portal gearbeitet, das Dienste aus der Nachbarschaft vermittelt.

Genossenschaftliches Wohnen bedeutet auch immer gemeinschaftliches Wohnen.

Den Mieter/innen werden über die Genossenschaft vielfältige Sozial- und Freizeitangebote angeboten.

Mittels Touchscreen-PC wird eine Schnittstelle zum vertrauten Wohnumfeld dargestellt und die Wohnung mit den unterschiedlichsten Institutionen (z.B. Begegnungszentrum, Sozial- und Freizeiteinrichtungen) vernetzt.

Fazit: Der kombinierte Ansatz von „AlterLeben“ verbindet technische und soziale Innovationen und erlaubt eine individuelle Berücksichtigung der verschiedenen Bedürfnisse älterer Menschen und bezieht alle Altersgruppen gleichermaßen mit ein.

Kontakt: Verband Sächsischer Wohnungsgenossenschaften e. V. (VSWG)

Antonstraße 37, 01097 Dresden, Deutschland

Telefon: +49 351 807010

Weitere Infos: <http://alter-leben.vswg.de/konzept/>

ALTERSSIMULATIONSANZUG GERT

Um für die Belange immer älter werdender Menschen sensibilisiert zu werden, sollten Unternehmen, Institutionen und Organisationen den Alterssimulationsanzug GERT einsetzen. So sind sie in der Lage ihre Angebote an diese spezielle Zielgruppe anzupassen.

Der gerontologische Testanzug GERT bietet die Möglichkeit, die typischen Einschränkungen älterer Menschen auch für Jüngere erlebbar zu machen.

Die altersbedingten Einschränkungen sind:

- Eintrübung der Augenlinse
- Einengung des Gesichtsfeldes
- Hochtenschwerhörigkeit
- Einschränkung der Kopfbeweglichkeit
- Gelenkversteifung
- Kraftverlust
- Einschränkung des Greifvermögens
- Einschränkung des Koordinationsvermögens

Sensibilisierung durch den Testanzug.

Aufgrund des demografischen Wandels ist der Einsatz eines solchen Anzuges nicht nur in der Aus- und Weiterbildung von Altenpflegern und Fachkräften im Gesundheits- und Sozialwesen von Bedeutung, sondern kann auch bei der Sensibilisierung beispielsweise von Handwerksbetrieben, aber auch von Betreibern von Freizeitinfrastruktur helfen, um mehr über die Bedürfnisse dieser wichtigen Zielgruppe zu erfahren.

Die Erfahrungen durch den Testanzug können so in die Entwicklung seniorengerechter Produkte und Dienstleistungen sowie in die Arbeitsplatzgestaltung und in das betriebliche Gesundheitswesen einfließen.

Kein Innenausstatter, der den Altersanzug getestet hat, wird Treppen mit schlecht greifbarem Geländer planen - auch wenn sie billiger sind.

Komponente des Anzugs.

Der Alterssimulationsanzug besteht aus einzelnen Komponenten. Durch deren Zusammenwirken kann ein Effekt erzielt werden, welcher den Einschränkungen der sensomotorischen Fähigkeiten im Alter sehr nahe kommt.



Wer den Alterssimulationsanzug GERT ausprobiert hat, versteht die Verhaltensweise älterer Menschen besser. Insbesondere der altersbedingte Gang und das veränderte Greifvermögen werden mit dem Alterssimulationsanzug GERT sehr realistisch nachgebildet.

Aber auch die gesteigerte mentale Belastung und die zunehmende Bewegungsunsicherheit werden durch den Alterssimulationsanzug GERT nachvollziehbar.

Erweiterungen für den Alterssimulationsanzug.

Für GERT wird auch Zubehör angeboten, damit weitere alterstypische Einschränkungen simuliert werden können.

- Tremor-Simulator (zum Simulieren des Alterszitterns)
- Simulationsbrillen (simulieren 6 Augenerkrankungen)
- Überschuhe (zum Simulieren der Gangunsicherheit)
- Kniebandagen (zum Einschränken der Beweglichkeit)
- Hemiparese-Simulator (simuliert halbseitige Lähmung)

Sollten spezielle Anforderungen bestehen, ist sogar die Entwicklung eines Spezial-Sets möglich. Sowohl Kauf als auch Miete eines solchen Alterssimulationsanzuges sind möglich. Der Alterssimulationsanzug GERT ist laut Hersteller selbsterklärend. Eine Anleitung ist beigelegt.



Fazit: Es wurde nachgewiesen, dass die Empathie für ältere Menschen mittels Alterssimulation gefördert wird. Als Lehr- und Lerninstrument ist die Wirksamkeit somit bewiesen.

Kontakt: Wolfgang Moll, Dipl. Designer/Ergonom

Produkt + Projekt

Stabiusstraße 7, 85049 Ingolstadt, Deutschland

Telefon: +49 (0) 841 - 9 67 88 -65

Email: info@produktundprojekt.de

Weitere Infos: www.alterssimulationsanzug-gert.de oder www.produktundprojekt.de

AAL - AMBIENT ASSISTED LIVING

Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels werden unter dem Begriff Ambient Assisted Living (AAL) Technologie-Entwicklungen zusammengefasst, die älteren Menschen ein möglichst langes und gutes Leben in den eigenen vier Wänden ermöglichen.

Immer mehr Pflegegeldbezieher in Österreich

Europa steht vor einer großen Herausforderung. Die Zahl an älteren Menschen nimmt stetig zu. Der Anteil der Altersgruppe der über 60-Jährigen steigt stark an und damit ist unter anderem eine massive Kostensteigerung verbunden. Seit 1993 ist die Zahl der Pflegegeldbezieher in Österreich von 230.344 kontinuierlich auf 431.914 im Jahr 2012 gestiegen. Vor allem in den letzten Jahren hat sich diese Zahl rascher gesteigert. Alleine von 2011 auf 2012 ist sie mit einem Anstieg von 359.521 auf 431.914 nahezu explodiert. Da für viele Menschen die Versorgung ihrer Angehörigen durch Pflegepersonal in einem Pflegeheim nicht leistbar ist, werden derzeit rd. 83% der Pflegebedürftigen zu Hause gepflegt. Dementsprechend sind nur 17% in Pflegeheimen untergebracht. Die Gesamtkosten, die der Staat derzeit für die Betreuung dieser Personen aufwendet, liegen derzeit bei geschätzten 4 Mrd. €. Bis 2020 sollen die Kosten auf rd. 5 Mrd. € ansteigen.

Sehr kräftig wird die Gruppe der „jungen Alten“ zwischen 65 und 79 Jahren anwachsen. Bereits 2015 wird es mit 1,17 Mio. um 9% mehr jüngere Alte geben als 2010 (1,08 Mio.), 2020 um 14% mehr (1,23 Mio.). Bis zum Jahr 2030 steigt ihre Zahl auf 1,52 Mio. (+42% gegenüber 2010) an. Die Zahl der betagten und hochbetagten Personen (Altersgruppe 80 und mehr Jahre) wird langfristig die stärksten Zuwächse erfahren. Bereits im Jahr 2015 werden in Österreich mit 426.000 um 5% mehr über 80-jährige Personen leben als 2010 (405.000). Bis 2020 steigt ihre Zahl auf 486.000 an (+20%). Im Jahr 2030 sollte ihre Zahl mit 635.000 bereits um 57% größer sein als 2010. (Quelle: Statistik Austria)

Ambient Assisted Living

Unter dem Begriff Ambient Assisted Living werden Konzepte, Produkte und Dienstleistungen subsummiert, die neue Technologien und soziales Umfeld miteinander verbinden mit dem Ziel, die Lebensqualität für Menschen in allen Lebensabschnitten, vor allem im Alter, zu erhöhen. AAL kann übersetzt werden mit „altersgerechte Assistenzsysteme für ein gesundes und unabhängiges Leben“. Damit wird vor allem ausgedrückt, dass Technik allein nicht alles ist, der Mensch steht bei AAL im Mittelpunkt. Neben den innovativen unterstützenden Technologien und Produkten spielen ethische, soziale, ergonomische, rechtliche und wirtschaftliche Aspekte eine wesentliche Rolle. Damit wird auch schon skizziert, dass AAL in erster Linie etwas mit dem Menschen in seiner direkten Umwelt zu tun hat. Die Technik passt sich folgerichtig an die Bedürfnisse der Nutzer/innen an und nicht umgekehrt.

AAL-Technologien ermöglichen es zudem den steigenden Komfort- und Sicherheitsbedürfnissen gerecht zu werden, sowie die Kommunikation und Integration mit dem sozialen Umfeld zu erleichtern. Solche Lösungen können auch helfen, die Kostensteigerung im Gesundheitswesen zu senken. Es geht aber nicht mehr alleine darum, spezielle Anwendungen für ältere Menschen zu entwerfen. Was in Zukunft gefragt sein wird, sind Produkte in einem universellen Design, die sich verstärkt an alle Generationen richten.

Innovative Technik für eine bessere Lebensqualität

Auf Initiative des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie wurde im April 2012 die Plattform AAL AUSTRIA gegründet, mit dem Ziel den Aufbau einer österreichischen AAL-Community zu etablieren, um das Zusammenführen von Anbietern und Anwendern zu fördern und einen effizienten Erfahrungsaustausch zwischen den involvierten Teilnehmer/innen zu erreichen. Eine wesentliche Aufgabe des Vereines ist es, eine Verbesserung der „Sichtbarkeit“ von AAL in der Öffentlichkeit zu erreichen und das Problembewusstsein für die Herausforderungen, die der demografische Wandel mit sich bringt, zu schärfen.

AAL AUSTRIA: Ziele und Arbeitsschwerpunkte

Generelles Ziel von AAL AUSTRIA ist es, die heterogene Stakeholderlandschaft im Bereich von AAL zu vernetzen, um so den Auf- und Ausbau einer österreichischen AAL-Community und die Sichtbarkeit des Themas AAL auf allen Ebenen der öffentlichen Wahrnehmung zu fördern.

Die Aktivitäten von AAL AUSTRIA konzentrieren sich auf folgende Arbeitsschwerpunkte:

- Empfehlungen und Leitlinien erstellen
- Veranstaltungen, Arbeitskreise, Foren etc. organisieren und bespielen
- Sammlung und Veröffentlichung von Informationsmaterial
- Öffentlichkeitsarbeit und Bewusstseinsbildung
- Betreuung und Beratung der Mitglieder und Stakeholder
- Förderung der Aus- und Weiterbildung auf dem Gebiet von AAL
- Vernetzung der Mitglieder

AAL AUSTRIA im Kontext der Aktivitäten des bmvit

In der FTI-Strategie der Bundesregierung 2011 wurde die Schwerpunktsetzung auf drei Grand Challenges verankert: Klimawandel, Umgang mit knappen Ressourcen und Sicherung der Lebensqualität angesichts des demografischen Wandels. Die Entwicklung neuer und systemischer Forschungsansätze unter Kopplung konkreter Bedarfslagen mit sozialen und produktbezogenen Innovationen entspricht genau dem Themenfeld AAL. Bereits 2008 hat das bmvit ein eigenes AAL Forschungsprogramm ins Leben gerufen.

Kontakt: AAL AUSTRIA

Wollzeile 1, 1010 Wien, Österreich

Telefon: +43 1 512 02 35

E-Mail: kontakt@aal.at

Weitere Infos: www.aal.at

EINSATZ DES KOMMUNALEN STANDORT INFORMATIONSSYSTEMS (KOMSIS)

Das kommunale Standortmarketing innerhalb der Kommune muss optimiert werden.

In Anbetracht knapper Gemeindefinanzen und des Wettbewerbs zwischen den Kommunen ist es unerlässlich, sich um Bürger/innen und Unternehmen und all jene, die es werden wollen, intensiv zu bemühen. Standort- und somit Leerflächenvermarktung ist zur kommunalen Kernaufgabe geworden.

Es reicht nicht aus, gut erschlossene Gewerbeflächen oder ein attraktives Wohnangebot zu haben. Ausschlaggebend ist es, das Angebot an Immobilien und Leerflächen zu sammeln, zu verwalten und dieses für Interessent/innen zur Verfügung zu stellen und attraktiv darzustellen. UND das Angebot muss (auch über Suchmaschinen) gut auffindbar sein.

Das Internet entwickelte sich in den letzten Jahren zum Informationsmedium Nummer 1, auch für alle, die einen Standort suchen. Und es dient darüber hinaus als effizienter Vertriebs- und Kommunikationskanal. Heute gilt: Wer im Internet nicht zeitgemäß präsent ist, der wird auch in der realen Welt immer weniger gefunden, erreicht keine Aufmerksamkeit und wird somit auch nicht in die engere (Standort-)Wahl gezogen. Es ist selbstverständlich geworden, sich vor einer Standortentscheidung umfassend im Internet zu informieren.

Bürger/innen und jenen, die es werden wollen, ein ideales Service bieten.

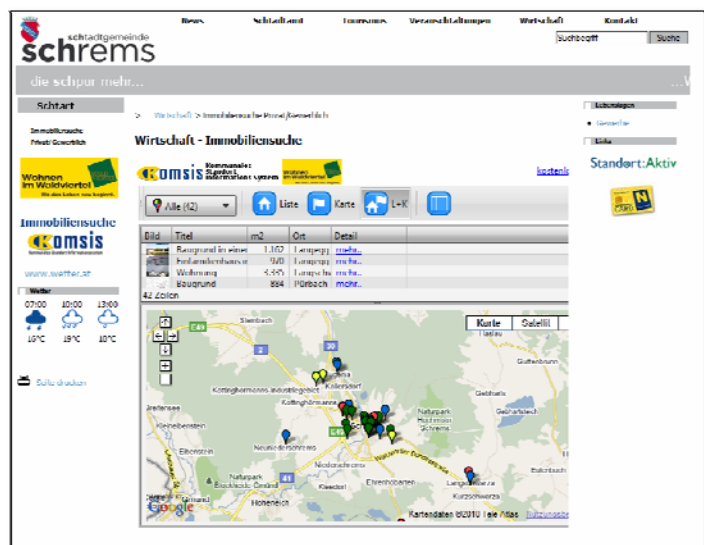
Darin liegt die Stärke des Kommunalen Standort Informationssystems (KOMSIS), das in 80 Gemeinden (mit 600 bis 59.000 Einwohner/innen) und in vielen Regionen eingesetzt wird (z.B. www.wohnen-im-waldviertel.at).

Mit KOMSIS können Gemeinden und Organisationen (wie z.B. Stadtmarketing Wels) zur Verfügung stehende Häuser, Wohnungen, Geschäftslokale, Gewerbeobjekte, Baugründe und Gewerbegrundstücke zum Kaufen oder Mieten übersichtlich verwalten und direkt auf ihrer eigenen Webseite präsentieren und anbieten.

Die Immobiliensuche kann in jede Gemeinde-Website problemlos integriert werden.

Für die Nutzung von KOMSIS braucht es keine spezielle Hard- oder Software. Die Verwaltung passiert über eine internetbasierte Software. Es braucht dazu also nur einen funktionierenden Internet-Zugang und Internet-Browser.

Gut auffindbar auf der eigenen Webseite implementiert, schaffen es Gemeinden mit KOMSIS auch in die Suchergebnisse von Google und werden damit besser gefunden. Ein optimales Service für Standort-Suchende.



Unterstützt werden die Gemeinden und Organisationen durch Schnittstellen zur ecoplus und zu Immobilienmakler/innen.

Neben den gemeindeeigenen Immobilien und Flächen für private und betriebliche Zwecke können auch jene von Privatpersonen, Unternehmen und Immobilienmakler/innen veröffentlicht werden. Diese Personen können direkt über die Gemeinde-Webseite kostenlos online inserieren. Ein weiteres, ideales Bürgerservice.

Leerstand mobilisieren und dezimieren.

Leerstände im Wohn- und Geschäftsbereich sowie über lange Zeit hinweg ungenutzte Wohn- und Gewerbegrundstücke wirken unattraktiv und erzeugen Handlungsbedarf in Richtung effiziente Standortvermarktung. Selbst für kleine Gemeinden mit nur wenig Angebot ist es wichtig, dieses schnell an den Mann oder die Frau zu bringen. Die Substanzen und somit das Ortsbild zu erhalten, Abwanderung zu bremsen und Unternehmen an den Standort zu bringen, sind kommunale Schlüsselthemen, die laufend verfolgt werden müssen.

Unkoordiniertes Anbieten solcher Immobilien und Leerflächen von mehreren Stellen ist wenig Ziel führend und bringt kaum Erfolge. Erhält der oder die Suchende nach einigen Telefonaten keine erschöpfende Auskunft, weil viele Wohnobjekte oder Geschäftslokale privat bzw. von unterschiedlichen Stellen aus angeboten werden, schwindet meist das Standortinteresse. Den Vorteil hat jene Gemeinde, die es schafft, schnell und präzise umfassende Auskünfte über die am Standort zur Verfügung stehenden Leerstände und Leerflächen zu liefern.

Die eigene Gemeinde professionell vermarkten.

KOMSIS stellt nicht nur ein Vermarktungsinstrument nach außen dar, es ist ein Instrument zur übersichtlichen Informationsbereitstellung innerhalb der Gemeindeverwaltung. Ziel ist es, die eigenen Standortqualitäten kundengerecht darzustellen und Anfragen professionell und rasch zu beantworten. Dabei ist die internetbasierte Datenbank ein Teil des Produktes.

Wichtig für den Umgang mit Anfragen zum Standortangebot sind die sogenannten „Standortbeauftragten“; Gemeindemitarbeiter/innen, die mit Hilfe beratender Unterstützung Standortmarketing-Strukturen in der Gemeindeverwaltung aufbauen und diesen wichtigen kommunalen Aufgabenbereich betreuen.

Fazit: Jeder Standort ist von überregionalen Entwicklungen abhängig. Jeder Ort ist Teil eines Netzwerkes und reagiert auf Veränderungen der anderen Teile. Die Kunst ist es, die Wirkungszusammenhänge – auch jene zwischen Stadt und Land - zu erkennen und zu berücksichtigen. Da braucht es qualifizierte und engagierte Mitarbeiter/innen. Wer hier konsequent investiert, moderne Tools nutzt und seine Standortstärken kennt, wird erfolgreich im Wettbewerb um Hauptwohnsitzer/innen, Unternehmen und Investments bestehen. Das funktioniert nicht nur in Metropolen. Wie erfolgreiche Positionierung und Vermarktung auch in ländlichen Regionen funktioniert, zeigt das Waldviertel.

Kontakt: Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH
Florianigasse 7, 3580 Horn, Niederösterreich

Telefon: +43 2982 / 4521

Email: office@regionalberatung.at

Weitere Infos: www.komsis.at oder www.regionalberatung.at

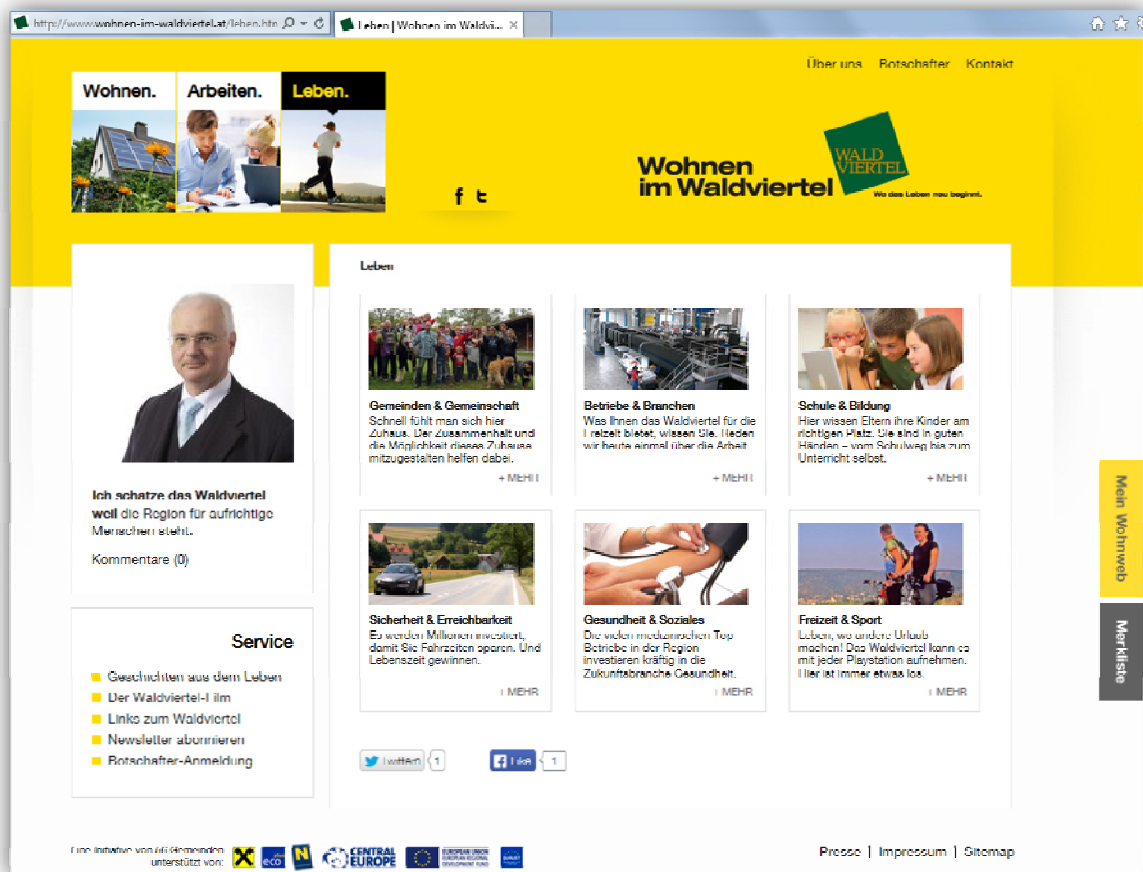
Um besser über das vielfältige Angebot des Standortes Waldviertel informieren zu können, hat die Initiative „Wohnen im Waldviertel“ bereits 2009 damit begonnen, eine in Europa einzigartige Internetplattform aufzubauen, die über Infrastruktur und Lebensqualität in der Region informiert.

Seit dem Relaunch 2013 gliedert sich die Webseite in die Bereiche „Wohnen“ (Immobilien suche in den 56 teilnehmenden Gemeinden), „Arbeiten“ (Jobsuche im Waldviertel durch die Plattform jobwald.at) und „Leben“.

Wo kann mein Kind in die Schule gehen? Welche Jobangebote gibt es derzeit in der Region? Wie weit ist es zum nächsten Einkaufszentrum? Welchen Ausflug mach ich mit meinen Lieben in der Freizeit? Wo ist das nächste Krankenhaus? Wo kann ich in der Nähe Lebensmittel einkaufen? In welchem Verein kann ich mich engagieren?

Diese und viele weitere Fragen werden unter www.leben-im-waldviertel.at im Rahmen folgender Themengruppen präsentiert:

1. Gemeinden & Gemeinschaft
2. Betriebe & Branchen
3. Schule & Bildung
4. Gesundheit & Soziales
5. Freizeit & Sport
6. Sicherheit & Erreichbarkeit



The screenshot shows a web browser window with the URL <http://www.wohnen-im-waldviertel.at/leben/sch>. The page has a yellow header with navigation links: 'Über uns', 'Botschafter', and 'Kontakt'. Below the header are three columns: 'Wohnen.' (with a house image), 'Arbeiten.' (with a person at a laptop), and 'Leben.' (with a person walking). The main content area is titled 'Leben > Schule & Bildung > Volksschulen'. A dropdown menu shows 'Gemeinde: Waldenstein'. Below this, a map displays 'Volksschulen im Umkreis von Waldenstein' with a radius of 10km. A legend lists several schools, including 'Volksschule 2 Dr Karl Renner u allgemeine Sonderschule', 'Volksschule Peter Rosegger I', 'Volksschule Schrems', 'Volksschule Schweggers', 'Volksschule Hirschbach', and 'Volksschule Unserfrau-Altweitra'. On the left, there is a testimonial from a woman: 'Ich schätze das Waldviertel weil ich hier alles habe was ich brauche.' and a 'Service' section with links to stories, films, and newsletters. On the right, there are vertical buttons for 'Mein Wohnweb' and 'Merkmale'.

Screenshot: Volksschulen im Umkreis von 10km der Gemeinde Waldenstein

Das Ziel der Initiative.

Ziel des Marketings für das Waldviertel ist es, die Region für Unternehmen, Organisationen, Institutionen und Personen attraktiv zu machen und dadurch mehr Wohlstand und Lebensqualität in die Region zu bringen. Um das zu erreichen, muss sich das Waldviertel durch ein Angebot attraktiver Leistungen für seine Zielgruppen (Bürger/innen, private Unternehmen, nationale und internationale Organisationen, Verbände, Tourist/innen, Fach- und Führungskräfte) ein einzigartiges, unverwechselbares und wettbewerbsfähiges Image und Profil schaffen. Das wahrgenommene Profil setzt sich aus den sachlichen und emotionalen Eindrücken der Region zusammen. Dabei werden sogenannte weiche Standortfaktoren immer wichtiger.

Fazit: Heute ist es wichtig, das Internet professionell zur Standortvermarktung zu nutzen. Wer im Internet nicht zeitgemäß präsent ist, der wird auch in der realen Welt immer weniger gefunden, erreicht wenig Aufmerksamkeit und wird somit auch nicht in die engere (Standort-)Wahl gezogen. Es ist selbstverständlich geworden, sich vor einer Standortentscheidung umfassend im Internet zu informieren.

Kontakt: Obmann Bgm. Ing. Johann Müllner
 Verein Interkomm Waldviertel
 Zustelladresse: Florianigasse 7, 3580 Horn, Niederösterreich
Telefon: +43 (0) 664 / 230 58 70
Email: office@wohnen-im-waldviertel.at

Weitere Infos: www.wohnen-im-waldviertel.at

Durch wirtschaftliche und demografische Entwicklungen entleeren sich die Stadtkerne mehr und mehr. Dass das nicht immer so sein muss, beweist Waidhofen/Ybbs. Die Stadt hat die richtigen Wege zur Umsetzung eines Innenstadtbelebungskonzeptes gefunden.

2005 standen in der Waidhofner Innenstadt noch ein Viertel aller Innenstadtgeschäfte (rund 2.400 Quadratmeter) leer. Damals wurden gemeinsam mit dem Stadtmarketing und der Einsetzung eines Innenstadtkoordinators die Kräfte erfolgreich gebündelt. Ein Miet- und Pachtzuschuss wurde eingeführt.

Im Jahr 2013 gab es im Zentrum nur mehr 500 m² Leerflächen.

Mittlerweile sind alle Geschäftslokale in der Waidhofner Innenstadt besetzt. Rund 30 neue Betriebe haben sich angesiedelt, 18 Betriebe wurden erweitert oder übersiedelten. Die Verkaufsfläche ist um rund 14% gestiegen. Während zwischen 2006 und 2013 etwa 20 Millionen Euro an Kaufkraft verloren gingen, konnte man im selben Zeitraum 25 Millionen Euro an Kaufkraft dazugewinnen. Das ergibt ein Plus von fünf Millionen Euro an Kaufkraftzuwachs.

Überlegungen vor und nach dem Konzept.

Analysen und Konzepte zur Belebung und Kaufkraftbindung von Standorten können nur erfolgreich sein, wenn die Umsetzung finanzierbar ist und es vor allem auch verantwortliche Personen gibt, die die unzähligen Aufgaben erledigen.

Nachhaltige Innenstadtbelebung beginnt also noch vor der Konzepterstellung, wenn die Auftraggeber im Vorhinein überlegen, ob auch die notwendigen finanziellen Mittel oder personellen Ressourcen zur Umsetzung der vorgeschlagenen Maßnahmen verfügbar sind.

Klare Grundsätze.

Welche Parameter sind für eine nachhaltige Innenstadtbelebung notwendig:

- **Ein verbindliches Netzwerk:** Nicht nur mit den Verantwortlichen der Stadt, sondern zwischen allen, die eine positive Veränderung ernsthaft mittragen wollen.
- **Die Erfüllung von Kundenerwartungen:** Gute Erreichbarkeit, kundenfreundliche Parkgebühren, ein optimaler Branchenmix sowie ein vernünftiges Preis-Leistungs-Verhältnis.
- **Sicherung der Grundfrequenz:** Lebensmittelhändler, Trafiken, aber auch Kaffeehäuser und Arztpraxen sowie Schulen und Kindergärten im Zentrum sind fixe Frequenzbringer.
- **Servicequalität und Kompetenz:** Qualifizierung sowie optimale fachliche und menschliche Beratung wird von den Kund/innen immer mehr erwartet.
- **Kundenorientierung** durch Marktforschung einerseits, aber auch Verständnis für die **Kundenbedürfnisse** andererseits: Unsere Kund/innen sagen uns jeden Tag, was Sie brauchen und von uns erwarten – zuhören und das Angebot auf die Kundenwünsche ausrichten!
- **Kleine, aber koordinierte Aktivitäten statt großer Events:** Große Veranstaltungen bringen meist nur am Tage der Veranstaltung Frequenz. Bei vielen kleinen Aktivitäten können einzelne Betriebe immer wieder mit Angeboten werben, wobei jeder Einzelbetrieb mindestens zweimal, besser aber viermal jährlich einen Schwerpunkt setzen sollte.

Die „späte“ Lösung: Leerflächenmanagement.

Wenn durch fehlende Marketingaktivitäten bereits leer stehende Geschäftsflächen vorhanden sind, gibt es immer noch die Möglichkeit zur Trendumkehr: Ein adäquates Ansiedlungs- und Leerflächenmanagement. Dabei ist natürlich auch das Gemeindebudget gefordert. Die Hausbesitzer/innen stehen dann vor der Herausforderung, mietfähige Geschäftsflächen zu einem vernünftigen Preis anzubieten. „Vernünftige“ Mieten dürfen dann vor allem in kleineren Städten maximal 10,- Euro/m² ausmachen. Gezielte Ansiedlungsförderungen sind dabei eine ebenso gute Motivation wie unternehmerfreundliche Behördenverfahren.

Rahmenbedingung: Richtiger Umgang miteinander.

Unternehmerfreundlichkeit sollte bei der Zusammenarbeit zwischen Gemeinde und Unternehmer/innen Grundsatz sein.

Ziel: 1.000 Bewohner/innen in Innenstadt bis 2020.

Dass das Leben in der Innenstadt Waidhofens attraktiv ist, wissen zwar jene 550 Menschen, die aktuell innerhalb der historischen Stadtmauern wohnen. Das ist aber den politisch Verantwortlichen der Stadt zu wenig. Sie formulieren ein sehr engagiertes Ziel und streben eine Verdoppelung der Innenstadtbewölkerung bis 2020 an. Bestätigung für die Richtigkeit dieser Zielvorgabe gibt es durch eine Studie der NÖ Wirtschaftskammer, die eine Kaufkraftstromanalyse Niederösterreichischer Städte vornahm und bei der Waidhofen/Ybbs hervorragend abgeschnitten hat. Bei dieser Studie wurde auch die Lebensqualität in der Innenstadt abgefragt. Faktoren wie Stadtbild, Gesamteindruck, Sauberkeit, Angebotsmix sowie Informations-Leitsystem für Pkw und Fußgänger wurden von Kund/innen beurteilt. Bei diesem „City-Check“ erhielt Waidhofen/Ybbs mit 1,9 die Bestnote 1,9 im Mostviertel.

Außerdem zeigen Untersuchungen, dass große Flächen im ersten und zweiten Stock vieler Altstadt Häuser leer stehen und für Büros, Dienstleistungs- und Wohnzwecke verwendet werden könnten. Hier setzt ein Projekt an, das vom Architekturbüro w30 ausgearbeitet wurde und Potenzial und Machbarkeit analysiert. Jedes Haus braucht einen „Maßanzug“. Hausbesitzer/innen sollen ins Boot geholt und motiviert werden, ihre Häuser für Wohnzwecke auszubauen. Mietfähige Bausubstanz soll hergestellt werden. Ein kostenloses Erstgespräch über Planungsmöglichkeiten von Innenstadthäusern soll dabei helfen. Beispiele für gelungenen Aus- und Umbau von Stadthäusern sind das Ärztehaus und das ehemalige „Andre-Haus“, beide am Oberen Stadtplatz, die einerseits von der Stadt und andererseits, von der Familie Forster vorbildlich ausgebaut wurden.

Auch das Projekt eines „Betreuten Wohnens“ in der ehemaligen Putzerei Pointner in der Hintergasse soll neues Leben und mehr Bewohner/innen in die Innenstadt bringen. Ein weiteres Gebäude mit großem Potenzial ist das Gerichtsgebäude, das über kurz oder lang ebenfalls zur Disposition stehen wird, nachdem das Gericht nach Amstetten abgesiedelt werden soll.

Kontakt: Johann Stixenberger
Projektbetreuer d. NÖ Dorf- u. Stadterneuerung
Innenstadtkoordinator in Waidhofen/Ybbs
Tel.: +43 (0) 676 / 88 591 225
Email: johann.stixenberger@dorf-stadterneuerung.at

Weitere Infos: www.waidhofen-ganz-deine-einkaufsstadt.at

ORGANISIERTE NACHBARSCHAFTSHILFE FÜR ÄLTERE IM ALLTAG

In 5 Gemeinden des Schneeberglandes - Höflein, Hohe Wand, Gutenstein, Rohr im Gebirge und Markt Piesting - wird die sogenannten „Mobile Hilfe“ angeboten. .

Manchmal kommt man als Senior/in alleine nicht mehr so gut zurecht und könnte Unterstützung benötigen: Beim Tauschen von Glühbirnen, wenn der Hund gassi geführt werden muss, aber die Beine gerade schmerzen, beim Gießen der Blumen, während man einen kurzen Spitalsaufenthalt hat, beim Lesen oder Verstehen von behördlichen Dokumenten,...

Die Liste solcher alltäglichen Stolpersteine ist lang. Hier wird die Nachbarschaftsbörse „Mobile Hilfe“ aktiv und organisiert ehrenamtliche Helfer/innen, die in solchen Fällen einspringen.

Active Ageing.

Im Rahmen des EU-Projektes Active Ageing des Regionalverbandes Industrieviertel wurde diese Nachbarschaftshilfe entwickelt, die 2014 in die Umsetzungsphase eintrat. Freiwillige ehrenamtliche Helfer/innen im Schneebergland werden laufend gesucht. Ein druckfrischer Folder wurde bereits in allen Gemeinden der Region verteilt.

Die Koordination zwischen jenen, die eine helfende Hand brauchen und jenen, die bereit sind, ihr Wissen bzw. ihre Fähigkeiten und ihre Zeit den älteren Nachbarn zur Verfügung zu stellen, übernimmt Dr. Ingeborg Derkits, die Projektleiterin.

Ältere lernen von Jungen: Schüler/innen erklären Seniorinnen die Welt des Internet



Quelle: www.industrieviertel.at/news

Im Rahmen des Projektes fand beispielsweise im Juni 2014 eine Einführung für Senior/innen in „Die weite Welt des www“ statt. Das Besondere daran: Die Veranstaltung fand in der Neuen Mittelschule Pernitz statt und wurde von Schüler/innen gemeinsam mit ihrem Informatik-Lehrer HOL Josef Leeb durchgeführt. Denn neben der Vermittlung von wichtigem Wissen ging es bei dieser Schulung auch um die Verbesserung der Kommunikation und des Zusammenhalts der Generationen.

Im Mittelpunkt des Interesses der Senior/innen standen das Auffinden von Billig-Flügen, das Abrufen von Wetterberichten, das Auffinden wichtiger Informationsseiten, die Nutzung der ORF-Mediathek falls man die Lieblingssendung einmal verpasst hat, ÖBB-Abfragen, die Nutzung von Youtube, einfache Bildbearbeitungen. In der heutigen Zeit durfte natürlich auch eine Einführung in das Thema „Soziale Netzwerke“ nicht fehlen: Facebook & Co können auch für Senior/innen geeignete Mittel sein, sich mit ihren Lieben auszutauschen.

Fazit: In der heutigen Zeit mit einem hohen Grad an Individualisierung wird häufig das Fehlen von Nachbarschaftshilfe beklagt.

Als individuelle Hilfe ermöglicht Nachbarschaftshilfe die Bewältigung von Alltagsproblemen bis hin zur Überwindung von Krisen wie Krankheit und Armut.

Darüber hinaus kann Nachbarschaftshilfe dazu beitragen, dass Ältere und Junge (wieder) zusammenkommen, dass das Zusammenleben und die gegenseitige Wertschätzung gestärkt werden und „altes Wissen“ an die junge Generation weitergegeben wird.

Kontakt: Mag. Dr. Ingeborg Derkits
Regionalverband Industrieviertel-Projektmanagement

Telefon: +43(0) 676 812 20 339

Email: i.derkits@industrieviertel.at

Weitere Infos: www.industrieviertel.at

Der Folder.

Wie funktioniert das?
Mobile Hilfe – Senior Aktiv vermittelt zwischen Helfenden und Hilfesuchenden, wobei sich Angebot und Nachfrage nach den Mitwirkenden und Mitgliedern im jeweiligen Netzwerk richten.
Stellen Sie Ihre Fähigkeiten und Kenntnisse ehrenamtlich zur Verfügung oder fragen Sie nach Unterstützung, wenn Sie sich im Alltag ab und zu alleine überfordert fühlen.

Gemeinsam...

- stärken wir den sozialen Zusammenhalt
- erhöhen wir die Lebensqualität und Lebensfreude Älterer Menschen
- unterstützen wir sie dabei!, so lange wie möglich im eigenen Haushalt leben zu können
- wirken wir Vereinsamung entgegen
- ermöglichen wir ein sinnstiftendes Nutzen von Zeit und Wissen

Senior Aktiv
Senior zu sein bedeutet, erfahren zu sein, Fähigkeiten entwickelt und trainiert zu haben, verschiedenste Fertigkeiten angeeignet zu haben, Wissen gesammelt zu haben, und Vieles mehr. Senior sein bedeutet auch Zeit zu haben, die nach der Erwerbsarbeit neu eingeplant werden kann. Senior sein bedeutet heute aktiv sein zu können und das Leben so vielfältig gestalten zu können wie noch nie zuvor.
Es gibt aber für viele Senioren auch Situationen, die nicht (mehr) so leicht alleine zu bewältigen sind.
Die Nachbarschaftsbörse „Mobile Hilfe – Senior Aktiv“ bietet Engagement und Unterstützung für alle!
Für engagierte Senioren, die Zeit und Lust haben, ihre Erfahrungen und Fähigkeiten ehrenamtlich zur Verfügung zu stellen und die, die für kleine und groß scheinende Arbeiten dabei ein wenig Unterstützung gebrauchen können.
Mobile Hilfe – Senior Aktiv vermittelt zwischen Helfenden und Hilfesuchenden.

Altois
Die Enkel von Altois sind längst erwachsen und wohnen weit weg. Nebenher die Ziege, ab er nach aus dem Kindergarten herausgehört konnte sind alles gerne würde er die auch an den beiden anderen Familien tra.

Brano
Brano ist ihr 's vin und alles, Gemeinsam alt werden wollen sie mit ihrem Hund und jetzt muss sie sich überlegen, dass Brano mit seinen zehn Jahren noch wesentlich besser auf den Beinen ist als ihr mit 80. Ist es nicht bei Brano, der Taglich mit Brano eine Runde geht.

Ernst
80 Jahre hat Ernst als Landwirt gearbeitet und fällt sich jetzt in den Pension immer mehr fit. Seine Arbeit fehlt ihm und er weiß, dass die Gartenarbeit für andere Senioren viel zu schwer geworden ist. Darum möchte er für höher Hilfe im Garten gerne mal zur Verfügung.

Hannelore
Hannelore hat versucht, sich mit dem Computer anzufreunden, aber so richtig ist es ihr nie gelungen. Zum Glück gibt es Hans, der sich in die Pension viel mit dem Computer beschäftigt und Behördenangelegenheiten gut versteht. Zusammen sind die beiden ein gutes Team.

**Kleine Hilfe – Senioren helfen gern!
Große Freude – Senioren brauchen Hilfe!**

Schneeberg **Regionalverband Industrieviertel**

Mobile Hilfe – Senior AKTIV ist eine Initiative des EU-Projektes Active Ageing
Im Schneebergland und dem ungarischen Kastthely werden im Rahmen des Projektes Active Ageing regionale Strategien und Konzepte erarbeitet um pro-aktiv auf Herausforderungen wie die steigende Lebenserwartung, Abwanderung der jungen und erwerbstätigen Bevölkerung oder Schließung traditioneller Nahversorgungseinrichtungen zu reagieren. Die Leitung dieses Projektes erfolgt durch den Regionalverband Industrieviertel-Projektmanagement.

Active Ageing - ein Projekt von
Mag. Dr. Ingeborg Derkits
Regionalverband Industrieviertel - Projektmanagement
St. Annasstraße 1, 23001 Katzelsdorf
i.derkits@industrieviertel.at
Tel. 02622-27156-13
Weitere Informationen:
www.industrieviertel.at/projekte/active-ageing

Welche Dienste können geleistet bzw. in Anspruch genommen werden?
Erfahrungen zeigen, dass folgende Hilfestellungen gerne und oft angeboten und nachgefragt werden:

- Glühbirnen wechseln, Lampen montieren
- Unterstützung im Umgang mit dem Handy
- Wackelige Schuhe- oder Tischbeine reparieren
- Möbel verstellen, Regale aufhängen
- Hilfe, wenn der Wasserhahn tropft, eine Lade klemmt oder ein Bild an die Wand gehört
- Kleine Rasenflächen mähen oder Blumen anpflanzen
- „Übersetzung“ von Bedienungsanleitungen
- Begleitung bei Behördenwegen oder zum Arzt
- Vorlesen und Unterstützung beim Schriftverkehr
- Plaudern, Zuhören, Zeit schenken
- Mit dem Hund Gassi gehen

Haben Sie Interesse, im Netzwerk Mobile Hilfe – Senior Aktiv als Helfer oder Hilfesuchender dabei zu sein?
Wir freuen uns auf Ihren Anruf!

active ageing
Erhöhen der Lebensqualität und Lebensfreude für ältere Menschen

Mobile Hilfe - Senior Aktiv
Nachbarschaftsbörse für mehr Lebensqualität im Alter

Mehr Lebensqualität und Lebensfreude für ältere Menschen

Kleine Hilfe – Große Freude
Senioren helfen gern!

EUROPEAN UNION
European Regional Development Fund
creating the future

OTELO – OFFENES TECHNOLOGIELABOR

OTELO lebt von der Idee, Menschen einen offenen Raum für kreative und technische Aktivitäten zu ermöglichen.

Eine Idee, die auf einen geschützten Entwicklungs- und Experimentierraum für experimentelles und gemeinsames Schaffen setzt. Eine Idee, die Anwendungsfelder aus Technik, Medien und Kunst öffnet und miteinander verbindet. Darum trägt OTELO diese Idee auch im Namen: OTELO ist das Offene Technologie Labor.

OTELO selbst versteht sich als Modell, das diese Idee abseits urbaner Ballungszentren mit Hilfe von kostenloser Basisinfrastruktur, niederschweligen Gemeinschaftsräumen und Kleinlaboren – den so genannten „Nodes“ - realisiert. Mit diesem einfachen Rahmen möchte OTELO die Voraussetzung schaffen, Personen jeden Alters bei der Entwicklung, Vertiefung und Umsetzung eigener Ideen in der Region zu unterstützen und zu begleiten. Gleichzeitig sollen Begegnungen, Austausch und gemeinsam erlebte Inspirationen ermöglicht werden. Damit ist dieses Modell in erster Linie auch ein soziales, das die Basis für interessante Beteiligungsmöglichkeiten in der Gruppe schafft und den Grundstein für „Community Building“ legt.

OTELO legt großen Wert darauf, sich mit den Themenbereichen - beispielsweise Naturwissenschaften, technische Innovationen oder digitale Künste - grundsätzlich auf lustvolle, verspielte oder träumerische Weise zu beschäftigen, ohne jeglichen Druck, Zwängen oder Vorgaben ausgesetzt zu sein. Es muss nichts Funktionierendes oder Verwertbares entstehen – so lautet die Grundphilosophie. Damit unterscheidet sich OTELO gravierend von herkömmlichen Ausbildungseinrichtungen oder konventioneller Lohnarbeit. OTELO geht es um die wertschätzende Anerkennung persönlicher Potentiale und die freie Entfaltung eben dieser. Ein etwaiges Münden dieser Prozesse entweder in der selbstständigen Kreativwirtschaft oder in der „Community Production“ im Sinne einer Selbstermächtigung wird bewusst offen gelassen.

OTELO kooperiert mit Bildung, Forschung, Wirtschaft, Politik und Medien in gemeinsam entwickelten Aktivitäten und Projekten – ohne sich dabei in existenzielle Abhängigkeit bestehender Systeme zu begeben. Gleichzeitig unterstützt OTELO Beteiligte bei der Planung und Durchführung von eigenen Projekten und setzt mittels Workshopprogrammen inhaltliche Impulse. Damit spielt OTELO auch eine Rolle in der Regionalentwicklung und setzt dem so genannten „Brain Drain“ - dem Abwandern kreativer Geister aus dem ländlichen Raum – Konzepte entgegen.

OTELO Basis

Ein OTELO Standort setzt sich zusammen aus:

- Node-Labs: Räumlichkeiten für Nodes und deren Tätigkeiten
- Offene Werkstatt: Werkzeug, Basisinfrastruktur und dergleichen stehen für Interessierte zur Verfügung
- Workshopraum: Ein Raum für Seminare, Workshops und Treffen aller Art
- Offener Kommunikationsbereich und Küche: Offene Begegnungs- und Austauschräume

Mitmachen im OTELO

ist auf vielfältige Weise möglich, zum Beispiel indem man:

- in einem ersten Schritt einfach bei einem OTELO vorbeischaut; jeder Standort hat pro Woche bestimmte Öffnungszeiten,
- den POSTELO - OTELO Newsletter abonniert und so Bescheid weiß, wann es welche Angebote gibt,
- am OTELO Workshopprogramm teilnimmt und über diesen Weg Gleichgesinnte trifft,
- bei Interesse mit einem der bestehenden Nodes Kontakt aufnimmt und dort gemeinsame Aktivitäten plant und umsetzt,
- selbst gemeinsam mit anderen ein neues Node gründet,
- OTELO Fördermitglied wird oder damit das Netzwerk unterstützen.

NODE Konzept

In den NODES (engl. Knoten, Kleinlabore) sollen eigene Ideen umgesetzt werden, wobei OTELO zwischen verschiedene Phasen bei der Verwirklichung unterscheidet. Am Beginn steht eine Idee von einer oder mehreren Personen. Von der Idee bis zur Realisierung größerer Projekte bietet OTELO geeignete organisatorische Unterstützung und Infrastruktur.

OTELO unterscheidet bei den NODES verschiedene Stadien:

THINK-NODE (TN)-Status: Eine Idee steht im Raum. OTELO bietet hier die Infrastruktur an um die Idee weiter zu entwickeln. Es können beispielsweise Workshops und Veranstaltungen organisiert werden oder regelmäßige Treffen zum Weiterdenken stattfinden. In diesem Stadium ist noch kein eigenes NODE-LAB vorgesehen.

GAME-NODE(GS)-Status: Wenn eine Idee so weit gediehen ist, dass es ans Experimentieren und Ausprobieren geht, können Gruppen ein NODE-LAB beantragen. Hier wird von OTELO über einen vereinbarten Zeitraum ein Raum zur Verfügung gestellt, damit ein Thema vertieft und experimentell weiterentwickelt werden kann. Der spielerische Zugang steht hier im Vordergrund. OTELO unterstützt hier durch die Vernetzung mit den anderen NODES und durch die Herstellung von Kontakten zu Betrieben und ExpertInnen. Betriebe können in diesem Stadium eine Patenschaft übernehmen. Die Ergebnisse des NODES werden regelmäßig innerhalb der Community kommuniziert oder auch in Workshops weiter vertieft.

PROJECT-NODE(PN)-Status: Wenn sich aus einem GAME-NODE ein konkretes Projekt entwickelt, bei dem ein Träger (z.B. eine Förderantragstellung) gesucht wird, unterstützt OTELO bei der Antragsstellung und kann auch bei Bedarf die Trägerschaft für Projekte übernehmen. Wenn Projekte erfolgreich entwickelt wurden, können auch in Kooperation mit dem TZ-Attnang Teams in Richtung Unternehmensgründung begleitet werden.

Kontakt: Offenes Technologielabor
Klosterplatz 2, 4810 Gmunden, Oberösterreich
Email: info@otelo.or.at

Weitere Infos: www.otelo.or.at

Bildung und Wirtschaft stehen in engem Zusammenhang. Daher ermöglicht das Wirtschaftsforum Waldviertel 10 Waldviertler Lehrerinnen und Lehrern an 10 Tagen 10 Waldviertler TOP- Betriebe kennenzulernen.

Die Waldviertler Wirtschaft braucht perfekt ausgebildete Mitarbeiter/innen. Denn diese sind die Basis für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens und somit einer ganzen Region. (Aus-)Bildung muss praxisrelevant werden und den Anforderungen der Wirtschaft entsprechen. Nur so kann die Zukunft des Wirtschaftsstandortes Waldviertel abgesichert werden!

Die Lehrerinnen und Lehrer der Region sind der entscheidende Faktor für die Neuausrichtung des Bildungssystems.

Das Angebot des Wirtschaftsforums Waldviertel: „10 - 10- 10“.

10 Lehrer/innen lernen exklusiv in ausgewählten TOP-Betrieben des Waldviertels kompakt und praxisnah die Bedürfnisse und wirtschaftlichen Anforderungen der Unternehmen kennen, erhalten neue Blickwinkel und Denkanstöße für sich und den eigenen Unterricht und können neue Kontakte für weiterführende Schulkooperationen schließen.

Diese Aktion findet 2014 nun schon zum dritten Mal statt. Zwischen 30. Juni und 2. Juli 2014 lernen die Lehrer jeweils an einem Tag einen Waldviertler Gastgeberbetrieb näher kennen.

Am 3. Juli nehmen die Lehrer/innen an einem Workshop teil, in dem es um Zahlen, Daten und Fakten der Waldviertler Wirtschaft geht. Die Teilnehmer/innen in Kleingruppen erarbeiten, was sie aus den Tagen in den Gastgeberbetrieben für ihre Unterrichtspraxis mitnehmen konnten.

Danach findet eine gemeinsame Abschlussveranstaltung statt, bei der die Ergebnisse der Gruppenarbeiten präsentiert werden.

Rückblick 2013.

Von 19. bis 30. August 2013 lernten Lehrerinnen und Lehrer aus dem ganzen Waldviertel folgende 10 Gastgeberbetriebe näher kennen:

AGRANA Stärke GmbH, ELK Fertighaus AG, Julius Kiennast Lebensmittelgroßhandels GmbH, kunst-trifft-handwerk, MÖLZER Jalousie und Rollladenbau, Schrenk GmbH, STANZLmedia, Stark GmbH, Stift Altenburg und Tyco Electronics Austria GmbH



Firma Stark GmbH aus Irnfritz

Vertreten waren die Schulen: Neue Mittelschule Horn, Neue Mittelschule Vitis, Neue Mittelschule Waidhofen/ Thaya, Hauptschule Arbesbach sowie die Polytechnische Schule Horn.

Ziel der Initiative.

Waldviertler Lehrer/innen sollen die Bedürfnisse und wirtschaftlichen Anforderungen der Unternehmen kompakt und praxisnah vermittelt bekommen, damit sie so neue Blickwinkel und Denkanstöße für sich und ihren Unterricht erhalten.



Firma Schrenk aus Vitis

Fazit: Überzeugt von der Wichtigkeit der Zusammenarbeit Schule–Wirtschaft zeigen sich die Gastgeberbetriebe:

Mag. (FH) Thomas Traxler, HR-Verantwortlicher bei der AGRANA Stärke GmbH in Gmünd: *„Die Verbindung von Ausbildung und Praxis ist zweifelsohne eine, von der alle Beteiligten profitieren. Deshalb begrüßen wir es sehr, interessierten Lehrerinnen und Lehrern einen Einblick in unsere Produktionsabläufe in Gmünd geben zu können, die dabei einen Eindruck der von uns benötigten Kompetenzen gewinnen können. Die Schülerinnen und Schüler profitieren folglich von einem praxisnäheren Unterricht und ein zielgerichtetes Erlernen der Fähigkeiten, die in der Wirtschaft so dringend benötigt werden. Davon profitieren wiederum wir als Unternehmen. Eine klassische Win-Win-Situation. Ich freue mich auf einen konstruktiven Dialog mit den Pädagogen vor Ort.“*

Gottfried und Reinhard Stark, Geschäftsführer der Stark GmbH: *„Wir sehen es als große Chance, den Lehrkräften die Arbeitsbereiche in unserer Branche näher zu bringen. Die Entsorgungswirtschaft erlebt durch die gestiegene Bedeutung am Wertstoffmarkt auch einen Imagewandel. Wir bilden bereits zwei Lehrlinge als „Entsorgungs- und Recyclingfachmann“ aus. Wir freuen uns, im Dialog mit den Lehrer/innen die vielseitigen Berufsmöglichkeiten in unserem Unternehmen und die fachlichen Kompetenzen unserer Mitarbeiter/innen zu präsentieren und im Gegenzug neue Impulse zu erhalten.“*

DAS WIRTSCHAFTSFORUM WALDVIERTEL. MOTIVE DER VEREINSGRÜNDUNG.

Im Waldviertel hat sich in den letzten Jahren viel verändert. Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen sind aber immer noch schwierig. Bevölkerungsentwicklung, Kaufkraft-rückgang, Mängel in der Infrastrukturausstattung und Probleme am Arbeitsmarkt sind nur einige Themen, die Politik und Wirtschaft herausfordern.

Daher haben sich 2011 Waldviertler Unternehmer/innen und Führungskräfte aus allen Branchen zusammen getan, um eine gemeinsame Plattform aus der Taufe zu heben.

Das Wirtschaftsforum Waldviertel versteht sich seither als Sprachrohr für und Initiative der Waldviertler Wirtschaft, um gemeinsam mit den politischen Vertreter/innen die Zukunft der Region zu gestalten.

DIE VISION: DAS WALDVIERTEL WIRD WELTBERÜHMT FÜR DIE BEREICHE GESUNDHEIT, NACHHALTIGKEIT (ÖKOLOGIE UND ENERGIEEFFIZIENZ) UND BIO PRODUKTE!

Ziele:

- Regionale und überregionale Wertschöpfung induzieren und die Wertschöpfung in der Region steigern
- Lobbyarbeit für die Waldviertler Wirtschaft, für regionale Wirtschaftsaktivitäten und deren Rahmenbedingungen
- Vernetzung der Waldviertler Betriebe und deren Wirtschafts- und Marketinginitiativen (Stadtmarketing etc.)
- Attraktivierung des Arbeitsplatzes Waldviertel (z.B. mittels Job- und Wirtschaftsmessen, Rückwanderungsinitiativen)
- Initiierung von Leitprojekten
- Vorbereitung und Abwicklung konkreter Projekte inkl. Finanzierung
- Schaffung von „green-jobs“

Fazit: Die Wirtschaft leistet so ihren Beitrag, damit auch in Zukunft Einkommen und Wertschöpfung generiert wird und Arbeitsplätze entstehen.

Kontakt: Wirtschaftsforum Waldviertel,
Verein zur Förderung der Wirtschaftsentwicklung im Waldviertel
Zustellanschrift: Karl Kastner-Straße 1, 3910 Zwettl, Niederösterreich
Telefon: +43 (0) 2822 / 9001-600

Weitere Infos: www.wfwv.at

PROJEKT „JUGEND TRIFFT WIRTSCHAFT“

Jugendliche und regionale Wirtschaftsbetriebe frühzeitig und nachhaltig miteinander in Kontakt zu bringen und so eine dauerhafte Schnittstelle zu schaffen, ist das Ziel des Projekts „JuWi“, das im Mai 2009 in der Kleinregion Waldviertler StadtLand gestartet wurde.

Initiiert wurde dieses Projekt vom Arbeitskreis Wirtschaft der Kleinregion unter der Leitung von Karl Bauer (NBG Holding GmbH), um den Jugendlichen eine Orientierungshilfe bei der Berufswahl anzubieten und gleichzeitig der Tendenz der Abwanderung entgegen zu wirken. Dem Waldviertel gehen viele Jugendliche verloren, da sie nach dem Abschluss ihrer Ausbildung in der Region keinen passenden Arbeitsplatz finden. „Junge Menschen sollen mit diesem Projekt ein neues Verständnis des vielfältigen Wirtschaftslebens in unserer Region erhalten und ihren persönlichen Berufswunsch in Kenntnis der regionalen Möglichkeiten entwickeln“, erklärt Karl Bauer den Projektansatz.

Ausgangssituation.

Bei Diskussionen im Rahmen des Arbeitskreises Wirtschaft äußerten Unternehmer/innen ihre Ansicht, dass zwischen Jugendlichen und den regionalen Wirtschaftsbetrieben leider nur eine sehr vage Beziehung bestehe und dass die Jugendlichen nur wenig Wissen über die in der Region ansässigen Betriebe und die Berufsbilder, die heute in der Region gefragt sind, hätten. So entstand die Idee, eine nachhaltige Verbindung zwischen Unternehmen und Jugendlichen bereits in einem möglichst frühen Alter, noch bevor die Weichen zu einer etwaigen Berufsausbildung oder einem weiterführenden Schulbesuch gestellt sind, herzustellen. Als Zielgruppe wurde die 3. Schulstufe (Hauptschule bzw. Neue Mittelschule) ausgewählt.

Projektziel.

Mindestens fünf Jugendliche, die am Projekt „Jugend trifft Wirtschaft“ teilnehmen, finden im Jahr 2015 mit Hilfe dieser Vernetzung in einem der Partnerbetriebe eine Lehrstelle.

Mittelfristige Ziele.

- Jungen Menschen werden Orientierungsmöglichkeiten geboten, damit sie den Bedarf an Arbeitskräften am regionalen Markt erkennen können.
- Jugendliche bekommen die Gelegenheit, die in der Region vorhandenen Berufszweige kennen zu lernen, um so eine Entscheidungshilfe bei der Berufswahl zu haben.
- Jugendliche lernen rechtzeitig das breite Spektrum von Berufsbildern aus der Region kennen und werden auf den Weg zu einem Arbeitsplatz in der Region gebracht.
- Dadurch wird dem Fachkräftemangel in der Region entgegen gewirkt.
- Gleichzeitig wird der Personalbedarf der regionalen Unternehmen gedeckt.



Mehrwert für die Partnerbetriebe.

- Frühzeitiger Kontakt mit potentiellen Mitarbeiter/innen.
- Präsentation der Vielfalt an Ausbildungsmöglichkeiten: Reduktion des Facharbeiterman- gels, Entscheidungsgrundlage für einen Ausbildungs- bzw. Arbeitsplatz in der Region: Reduktion der Abwanderungstendenz.
- Werbung für das Unternehmen (z.B. auf www.waldviertler-stadtland.at)
- Präsentation / Darstellung des Unternehmens
- Unterstützung und Begleitung bei der medialen Berichterstattung (print, online)
- Öffentlichkeitsarbeit (z.B. Abschlussveranstaltung)
- Regelmäßigkeit / Kontinuität durch Wiederholung des Projektes: Kontakt mit Schü- ler/innen initiiert; Vielfalt in der Möglichkeit anderer Projekte gegeben

Projekthalte.

- Vorbereitende Workshops in den Schulen
- Bearbeitung des Themas in den Klassen durch die Berufsorientierungslehrer/innen
- Betriebsbesuche, bei denen die Jugendlichen zuvor definierte Aufgabenstellungen zu bewältigen haben, an zwei bis drei Vormittagen
- Bearbeiten des in den Betrieben gesammelten Materials (Fotos, Filme, Mitschriften von Interviews, Tonbandaufnahmen etc.)
- Abschlussveranstaltung im Vereinssaal Hirschbach
- Abschließende Evaluation und Reflexion

Partnerfirmen.

Fa. Asma, Avia-Station A. Weber, Brauerei Schrems , Fa. Mokesch, Kurzentrum Moorheil- bad Harbach, Fa. NBG Holding GmbH, Fa. Technische Alternative, Fa. T-Systems, Bank Austria, Raiffeisenbank Oberes Waldviertel und Volksbank Oberes Waldviertel.

Fazit: Da sowohl die 2009/2010 beteiligten Schulen - die Gmünder Hauptschulen und die Neue Mittelschule Schrems - als auch die Gemeinden der Kleinregion den Wunsch nach einer Wiederholung geäußert hatten, konnte das erfolgreiche Projekt zur nachhaltigen Ver- netzung von Jugendlichen und regionalen Wirtschaftsbetrieben 2012/2013 erneut durchge- führt werden. Es ist gelungen, viele verschiedene regionale Betriebe - vom Großunterneh- men bis zum KMU – zum Mittun zu motivieren, um so die Jugendlichen der 3. Schulstufe mit einer breiten Palette von (teilweise noch weniger bekannten) Berufsbildern und in der Region ansässigen Firmen vertraut zu machen. So kann ihnen die anschließende Lehrstellensuche bzw. Entscheidung für einen weiterführenden Schulbesuch erleichtert werden.'

Das Projekt „Jugend trifft Wirtschaft“ hat dank der Unterstützung engagierter Unterneh- mer/innen das Zeug dazu ein Fixpunkt im (klein)regionalen Berufsorientierungsunterricht zu werden.

Kontakt: Mag. Viktoria Prinz, Kleinregion Waldviertler StadtLand, Geschäftsführerin
Schremser Straße 6, 3950 Gmünd, Niederösterreich

Telefon: +43 (0) 2852 / 52506-330 oder +43 (0) 664 / 3225939

Email: kleinregion@waldviertler-stadtland.at oder viktoria.prinz@gmail.com

Weitere Information: www.waldviertler-stadtland.at

AUSBILDUNG.EATON.

Eaton setzt seit Jahrzehnten auf eine eigene betriebliche Erstausbildung. Mit unternehmensweiten Ausbildungsprogrammen in gewerblich-technischen und kaufmännischen Berufen schafft das Unternehmen die Voraussetzungen, um den stetig wachsenden Anforderungen der Märkte und Kund/innen gerecht zu werden.

Die Unternehmensgeschichte.

Im Jahr 1945 wurde im niederösterreichischen Eugenia/Schrems eine Produktionsstätte des deutschen Unternehmens Felten & Guillaume (F&G) gegründet. Unter der Leitung des Physikers Gottfried Biegelmeier wurde in diesem Werk 1958 der heute weltweit verwendete Fehlerschutzstromschalter (FI-Schalter) erfunden.

1998 übernahm die Moeller-Gruppe die Firma Felten & Guillaume AG, Köln. 2008 erwarb die amerikanische Eaton Corporation 100 Prozent der Anteile der Moeller Firmengruppe. Als Spezialist für Energiemanagement zählt die Eaton Corporation weltweit zu den Technologieführern im Bereich elektrischer Systeme für sichere Stromversorgung, -verteilung und -steuerung. Eaton beschäftigt rund 105.000 Mitarbeiter/innen und vertreibt seine Produkte an Kund/innen in über 150 Ländern. Am Standort Schrems fertigt Eaton „Key Components“ für die Assemblierung in europäischen Eaton Werken und zählt zu den größten Arbeitgebern der Region Waldviertel.

Lehrlinge bei Eaton.

Für Eaton sind gute Lehrlinge äußerst wichtig für erfolgreiches wirtschaften. Daher werden seit über 40 Jahren am Standort Schrems Lehrlinge in folgenden Berufen ausgebildet:

- Werkzeugbautechniker/in
- Maschinenbautechniker/in
- Produktionstechniker/in
- Kunststofftechniker/in
- Kunststoffformgeber/in
- Mechatroniker/in
- Elektroenergietechniker/in

2012 hatten 49 Burschen und 4 Mädchen ein Lehrverhältnis bei Eaton in Schrems. 578 Lehrlinge (davon 33 Mädchen) haben bisher ihre Lehrausbildung in der Schremser Niederlassung abgeschlossen, 303 davon waren 2012 nach wie vor im Unternehmen tätig, über 30 ehemalige Lehrlinge haben im Unternehmen eine Managementfunktion inne.

Auf „Karriere mit Lehre“ wird bei Eaton großer Wert gelegt, viele Lehrlinge absolvieren später die Meisterprüfung, einige holen die HTL nach, studieren dann oder besuchen zusätzliche Ausbildungskurse. Seit der Übernahme durch Eaton haben die europäischen Mitarbeiter/innen auch die Möglichkeit an internationalen Karriereprogrammen teilzunehmen. Die Ausbildung der Eaton-Lehrlinge in Schrems bietet neben den Basiskursen auch Laborübungen, EDV- oder lebenslaufspezifische Kurse an. Darüber hinaus bietet Eaton allen Mitarbeiter/innen kostenlose Englischkurse, Fahrtechnikkurse, Exkursionen zu anderen Betrieben sowie diverse Sportveranstaltungen.

Die drei wichtigsten Voraussetzungen, die Lehrlinge für eine Ausbildung bei Eaton mitbringen sollten sind:

- eine gute Vorbildung
- ein hohes Lernengagement
- und ein hohes Maß an Teamfähigkeit

Schule und Wirtschaft.

Eaton hatte viele Jahre eine enge Schulpartnerschaft mit der Handelsakademie Gmünd. Aufgrund fehlender Kapazitäten war diese aber dann nicht mehr im ursprünglichen Ausmaß möglich. Mit den Handelsakademien bzw. Handelsschulen der Umgebung setzt man heute Projekte um, in deren Rahmen einzelne Klassen bei Eaton beispielsweise Mitarbeiterbefragungen realisieren und diese am Ende vor Vertreter/innen des Unternehmens und der Schule präsentieren. Die Schüler/innen der HAK/HAS Waidhofen an der Thaya werden auch bei ihrer Abschlussarbeit von Eaton-Mitarbeiter/innen unterstützt. Für Schulen aus der Region werden Werksführungen und für einzelne Schüler/innen auch Schnupperwochen angeboten.

Außerdem nimmt man an Gender-Mainstreaming-Veranstaltungen wie dem „Girls Day“ teil, um auch Mädchen für technische Lehrberufe zu begeistern.

Seit Jahren präsentiert sich Eaton an diversen Hochschulen, allen voran an der Technischen Universität Wien, seit 2011/12 nimmt man auch am High Potential Programm der TU Wien („TUtheTOP“) teil und bietet den angehenden Diplomingenieurinnen Workshops und Werks-Exkursionen an.

Fazit: Ausbilden lohnt sich für einen Betrieb. So verfügt dieser nach der Lehrzeit über bereits ausgebildetes Fachpersonal. Damit fallen die Kosten für die Rekrutierung und die Einarbeitung weg. Außerdem sind die produktiven Leistungen der Lehrlinge meist höher als die Kosten, welche die betriebliche Ausbildung verursacht.

Ein weiterer positiver Nebeneffekt ist, dass die Betriebe durch die Lehrlinge auch mitlernen, indem Lehrlinge Fragen und neues Wissen in den Betrieb tragen, die Lernprozesse auslösen können.

Kontakt: Helga Mayer

Human Resources Manager bei Eaton Industries (Austria) GmbH

Eugenia 1, 3943 Schrems, Niederösterreich

Telefon: 0043 2853 702 1272

Email: helgamayer@eaton.com

Weitere Infos: www.eaton.at

LEHRLINGSOFFENSIVE LEYRER & GRAF

Seit Ende 2013 geht Leyrer + Graf mit einem neuen Außenauftritt auf Lehrlingssuche.

Die Ausbildung von Lehrlingen stellt traditionell einen wichtigen Punkt in der Unternehmenspolitik von Leyrer + Graf dar und soll auch in den nächsten Jahren weiter forciert werden. Angeboten werden folgende sieben Lehrberufe:

- Maurer,
- Schalungsbauer,
- Tiefbauer,
- Zimmerer,
- Elektrotechniker,
- Pflasterer und
- Baumaschinentechniker.



Neuer Messestand bei der Waldviertler Jobmesse

In Zusammenarbeit mit der Werbeagentur "falknereiss" wurde das gesamte Konzept von Grund auf neu entwickelt. Auch die Kommunikation nach außen wurde auf neue Beine gestellt. Neben den klassischen Medien wie z.B. Prospekt oder Roll-Ups gibt es ab sofort auch den Social-Media-Kanal.

Ein eigener Facebook-Auftritt unter <http://facebook.com/leyrer-graf> soll für regen Zuspruch bei den Jugendlichen sorgen. Ergänzt wird die Linie durch eine eigene Lehrlingsseite (www.leyrer-graf.at/lehre), über die es möglich ist, sich über die angebotenen Berufe näher zu informieren und sich gleich online zu bewerben.




Harte Fakten

- Elektromechanische, elektrische und elektronische Maschinen und Anlagen, insbesondere Stark- und Schwachstromanlagen, Steuerungs- und Schaltanlagen zusammenbauen, montieren, rüsten, in Betrieb nehmen, warten und reparieren
- Leitungen und Tragsysteme verlegen, prüfen und in Betrieb nehmen
- Stromlauf-, Schalt- und Montagepläne lesen, zum Teil auch selbst anfertigen
- Computer- und sensorgesteuerte Kontroll- und Steuerungseinrichtungen montieren und einstellen
- Elektronische, elektrische, pneumatische und hydraulische Steuerungen anschließen
- Schaltkästen mit Sicherungen installieren und einstellen

Das ist aber noch lange nicht alles. Hol dir alle Infos zum Thema Elektrotechniker und unseren anderen Lehrberufen im Leyrer + Graf Prospekt „Lehrberufe“ [Hier downloaden](#)

Jetzt bewerben

Du hast die Energie zum Elektrotechniker? Dann bewirb dich hier.

[Zum Bewerbungsformular](#)

Jugend trifft Leyrer + Graf.

Darüber hinaus nimmt das Unternehmen zum Beispiel bei der Waldviertler Jobmesse teil und hat 2013 das Projekt „Jugend trifft Wirtschaft“ der Kleinregion Waldviertler StadLand unterstützt.

An zwei Tagen, jeweils vormittags im April 2013, besuchten Schüler/innen der 3. Klasse der Hauptschule Gmünd und der Neuen Mittelschule Schrems die Firmenzentrale in Gmünd. Ziel war, den Schüler/innen bewusst zu machen, welche Lehrberufe es im Unternehmen gibt und ihnen einen Einblick in die Arbeitswelt zu ermöglichen.

Nach einer Firmenpräsentation im Haus fassten die jungen Leute Schutzhelme aus und besuchten die Baustelle „WHA Sigismundgasse“ in Gmünd. Der zuständige Polier Helmut Leutgeb gab einen Überblick über das Baustellengeschehen. Die Schüler/innen erhielten Aufgaben zu den Themen „Arbeitssicherheit“ und „Lehrlings-Werkzeugsack“. Besonders interessant war die Erarbeitung der Anforderungen an Lehrlinge bei Leyrer + Graf.

Arbeitsbeginn für 40 neue Lehrlinge.

Am 1. August 2013 begannen 40 Jugendliche ihre Lehrausbildung in den Lehrberufen Maurer, Schalungsbauer, Tiefbauer, Zimmerer, Elektrotechniker und Baumaschinentechniker. Die Lehrlinge werden an den Standorten Gmünd, Wien, Linz, Horn, Schwechat und Bad Pirawarth ausgebildet.

Die Anzahl von 40 Lehrlingen stellte eine Rekordzahl bei Leyrer + Graf dar. Mit insgesamt 95 aktiven Lehrlingen und einem derzeitigen Mitarbeiterstand von 1.540 Arbeitnehmer/innen an 15 Standorten verzeichnete Leyrer + Graf einen weiteren Rekord in der 87-jährigen Unternehmensgeschichte.

Leyrer + Graf erhält Ausbildertrophy 2013.

Bei der Verleihung der Ausbildertrophy der Wirtschaftskammer Niederösterreich am 19. Oktober 2013 in St. Pölten war auch Leyrer + Graf unter den 20 ausgezeichneten Betrieben.

Leyrer + Graf bildet im Verhältnis zur Mitarbeiteranzahl in der Sparte Industrie die meisten Lehrlinge erfolgreich aus. Für dieses Engagement wurde dem Unternehmen die Ausbildertrophy 2013 verliehen.

"Diese Auszeichnung ist eine große Ehre für uns und bestätigt eindrucksvoll unseren Weg der letzten Jahre und Jahrzehnte der Lehrlingsausbildung, bei dem wir auch versuchen unserer Verantwortung für die Jugend gerecht zu werden", betonte Geschäftsführer Dipl.-Ing. Stefan Graf.

Kontakt: Mag. Sarah Koller
Human Resources bei Leyrer + Graf
Conrathstraße 6, 3950 Gmünd, Niederösterreich
Telefon: +43 (0) 2852 / 501-0
E-Mail: sarah.koller@leyrer-graf.at

Weitere Infos: www.leyrer-graf.at/lehre/

FACHKRÄFTE SICHERN DURCH TRAINEEPROGRAMME

HARTL HAUS bietet ein eigenes Traineeprogramm für HTL-Absolvent/innen. Es soll den Einstieg in das Berufsleben erleichtern und engagierten Hochbau-/Holztechniker/innen die Chance geben, nach Schulabschluss einen attraktiven Arbeitsplatz in der Region zu finden. Das Unternehmen baut so technische Fachkräfte und zukünftige Spezialist/innen auf.

HARTL HAUS ist das älteste österreichische Fertighausunternehmen, das den höchsten Qualitätsansprüchen verpflichtet ist und auf einen 115-jährigen Erfahrungsschatz baut. Gemäß dem hohen Qualitätsbewusstsein und dem Ziel einer höchst möglichen Kundenzufriedenheit, wird ein ebenso hoher Wert auf die Qualität der Mitarbeiter/innen gelegt.

Um dem Mangel an qualifizierten Fachkräften entgegen zu wirken, wird stets nach gut ausgebildeten Spitzenkräften in allen Bereichen Ausschau gehalten bzw. werden eigene Mitarbeiter/innen entsprechend gut auszubilden. Daher hat sich das Unternehmen entschieden, mittels Traineeprogramm selbstständig technische Fachkräfte und zukünftige Spezialist/innen auszubilden.

Seit 2012 bietet HARTL HAUS neben der Lehrlingsausbildung ein Trainee-Programm für HTL Absolvent/innen an. Mit diesem wird guten Absolvent/innen eine Chance geboten, einen attraktiven Arbeitsplatz in ihrer Heimatregion Waldviertel zu finden. Es werden gezielt HTL-Abgänger, die nach ihrer Ausbildung einen Arbeitsplatz suchen, aufgenommen und nicht erst dann, und nicht erst dann wenn eine Stelle dringend besetzt werden muss. Damit entsteht für beide Seiten eine Win-Win-Situation.

Im Rahmen des neuen HARTL HAUS Trainee-Programms durchlaufen die Trainees ein einhalbjähriges Ausbildungsprogramm, bei dem sie sämtliche Abteilungen durchlaufen und aktiv in den Arbeitsprozess der jeweiligen Abteilung eingebunden werden.

Insgesamt handelt es sich dabei um 8 Module, die absolviert werden, angefangen von Produktion, Montage, Bauleitung, Technik, Kalkulation, Ausstattung/Verkauf, Projektmanagement-Objektbau bis hin zur Verwaltung, sodass die Trainees die Zusammenhänge und internen Vernetzungen kennenlernen und besser verstehen.

„Die Trainees haben nach Beendigung des Programms einen profunden Überblick über die Arbeitsweisen und Schnittstellen der Abteilungen und sind dadurch universell einsetzbar. Zudem erhalten unsere Trainees eine Anstellungsgarantie nach der erfolgreichen Absolvierung des Ausbildungsprogrammes. Durch das Trainee-Programm unterstützen wir auch unsere Unternehmensphilosophie, da kompetente Mitarbeiter als Ansprechpersonen für Kunden im Sinne unserer hohen Kundenzufriedenheit sehr wichtig sind. Die Personalplanung kann ebenso mittelfristig optimiert werden und als zusätzlicher, positiver Nebeneffekt stellen die Trainees eine Personalreserve dar, die kurzfristig in verschiedenen Abteilungen einspringen kann“, so KR Dir. Roland Suter (Geschäftsführer).



Berufsbilder bei HARTL HAUS

- Entwurfsplanung und Kalkulation
- Einreich-, Ausführungs- und Werksplanung
- Statik/Konstruktion
- Energieausweisberechnung
- Planung von Objektbauten/kommunalen Wohnbauten
- Umsetzung von Architektenentwürfen
- Techniker/innen in der Bau- oder Möbeltischlerei
- Bauleiter/innen

Vorteile für Trainees

Das HARTL HAUS Trainee-Programm erleichtert den Einstieg in das Berufsleben und gibt engagierten Hochbau-/HolztechnikerInnen die Chance, nach Schulabschluss einen attraktiven Arbeitsplatz in der Region zu finden. Die Trainees können bei überkollektivvertraglicher Entlohnung ihr erlerntes Wissen in der Praxis vertiefen und bekommen über die aktive Mitarbeit in den einzelnen Abteilungen einen Einblick in alle Bereiche des Unternehmens. So werden sie zu wertvollen und qualifizierten Mitarbeiter/innen für HARTL HAUS, die sich künftig auch großen Herausforderungen stellen können.

Durch Traineeprogramme werden HTL – Absolvent/innen gezielt in die berufliche Praxis eingeführt. Sie durchlaufen verschiedene Unternehmensabteilungen und/oder -standorte und werden so systematisch in das Unternehmen integriert und auf die Übernahme von Verantwortung vorbereitet.

Auf Basis systematischer Arbeitsplatzwechsel (Job-Rotation) sollen sie unterschiedliche Bereiche des Unternehmens kennenlernen. Darüber hinaus können Traineeprogramme zu einem positiven Image des Unternehmens sowie zur Bindung guter Fach- und Führungskräfte beitragen. Traineeprogramme sind zeitlich befristet und dauern in der Regel zwischen 6 und 24 Monaten.

In der Praxis lassen sich zwei Zielrichtungen von Traineeprogrammen unterscheiden: Zum einen die allgemeine Entwicklung von Führungskräftenachwuchs, zum anderen die gezielte Einarbeitung in und Vorbereitung auf einen vorher festgelegten Unternehmensbereich.

Die zweite Variante stellt das im Rahmen der Bindung von Fachkräften besonders relevante Fachtrainee-Programm dar. Dabei wird – im Gegensatz zum Direkteinstieg – der Trainee in verschiedenen Bereichen, die in direktem Zusammenhang zur festgelegten Position stehen, eingesetzt. Dies soll ihn in die Lage versetzen, nach Beendigung des Programms auf ein breites Wissen über die zukünftige Position und die mit ihr in Verbindung stehenden Bereiche zurückgreifen zu können. Außerdem kann der Trainee sich ein Netzwerk aufbauen. Auch Fachtrainees nehmen an verschiedenen Seminaren und Workshops teil, wobei diese in größerem Ausmaß auf die tatsächliche Übernahmeabteilung zugeschnitten sind als bei allgemeinen Traineeprogrammen.

Fazit: Was bringen Traineeprogramme?

→ **Fachkräftesicherung:** Der Betrieb kann sich im Rahmen dieses umfassenden Personalrekrutierungs- und -entwicklungsverfahrens mit besonders qualifiziertem Personal versorgen.

→ **Höherqualifizierung:** Neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden auf die unternehmensspezifischen Anforderungen vorbereitet und entsprechend qualifiziert. Sinnvoll ist eine Qualifizierung auf diese Weise auch dann, wenn geplant ist, in absehbarer Zeit Führungspositionen neu zu besetzen.

→ **Senkung späterer Qualifizierungskosten:** Im Vorfeld umfassend qualifizierte Fach- bzw. zukünftige Führungskräfte benötigen ggf. weiterführende Schulungen lediglich in geringerem Umfang als ohne Durchlaufen eines Traineeprogramms eingestellte Fachkräfte.

→ **Mitarbeiterbindung:** Durch die mit dem Traineeprogramm verbundene Qualifizierung und Förderung lassen sich qualifizierte Mitarbeiter/innen an Ihr Unternehmen binden.

→ **Verringerung der Fehlbesetzungsquote:** Durch die eigene Entwicklung des Führungskräftenachwuchses können Fehlbesetzungen durch externe Führungskräfte vermieden und somit Kosten gespart werden.

→ **Identifikation mit dem Unternehmen:** Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die ihr Unternehmen gut kennen und die Zusammenhänge zwischen den verschiedenen Bereichen aufgrund der durchlaufenden Job-Rotation gut verstehen, können sich eher mit dem Unternehmen identifizieren. Diese persönliche Bindung schafft oftmals eine erhöhte Leistungsbereitschaft und Motivation.

→ **Stärkung des Unternehmens-Images:** Der Einsatz anspruchsvoller personalpolitischer Instrumente fördert ein positives Image des Unternehmens.

Kontakt: Frau Mag. Dr. Brigitte Wögenstein

Personalleitung HARTL HAUS

3903 Echtsenbach, Haimschlag 30, Niederösterreich

Telefon: +43 (0) 2849 / 8332-216

Email: trainee@hartlhaus.at oder brigitte.woegenstein@hartlhaus.at

Weitere Infos: www.hartlhaus.at/karriere/trainee-programm



Jugendliche der Gemeinde Echsenbach nehmen ihre Mobilität selbst in die Hand.

Gute Mobilitätsangebote sollten sich nicht nur auf ältere Menschen ausgerichtet werden. Sie zählen auch für junge Menschen, nach dem Angebot von Arbeitsplätzen, zum zweitwichtigsten Standortfaktor.

Mobilitätsprojekte erhöhen die Lebensqualität im ländlichen Raum.

Mobilität ist ein wichtiger Teil unseres Lebens. Die Sicherung der Erreichbarkeit ohne eigenes Auto ist eines der wichtigsten Themen im ländlichen Raum. Nicht nur Erledigungsfahrten wie z.B. zum Einkauf, zum Arzt oder zur Schule, sondern auch die Erreichbarkeit von Freizeiteinrichtungen müssen gewährleistet sein, um als Wohnstandort attraktiv zu sein. Besonders Kinder, Jugendliche und ältere Personen, die meist auf Mitfahrgelegenheiten angewiesen sind, um Wege und Termine wahrzunehmen, sind betroffen.

Rund 50 Prozent der Bevölkerung verfügen nicht (ständig) über ein Auto, wodurch die Nachfrage nach flexiblen und selbstbestimmten Mobilitätsangeboten wächst. Zahlreiche Gemeinden und Regionen setzen sich mit diesem Thema auseinander und entwickeln pilothafte Mobilitätsangebote, um den unterschiedlichen Ansprüchen der Zielgruppen gerecht zu werden.

Lösungsansatz von und für die Jugendlichen aus Echsenbach.

In Echsenbach wurden Jugendliche selbst aktiv, traten mit Gemeinde und einem ansässigen Taxi-Unternehmen in Kontakt, entwickeln aktuell ein entsprechendes App und sind somit auf einem guten Weg, dass ihnen schon sehr bald ein flexibles und leistbares öffentliches Verkehrsmittel zur Verfügung steht (Stand Juni 2014).

Ein wichtiger Schritt passierte im April 2014, als der Gemeinderat von Echsenbach die Förderung von Jugendtaxi in der Höhe von € 2.000,00 pro Jahr beschlossen hat. Jugendliche zwischen 16 und 21 Jahren sollen in den Genuss dieser Förderung kommen. Genaue Richtlinien werden noch festgelegt.

Kontakt: Bürgermeister Josef Baireder
Gemeinde Echsenbach
Bachzeile 4, 3903 Echsenbach, Niederösterreich
Telefon: +43 (0) 664 / 3819305
E-Mail: baireder@gvzwetl.at

SOLARTAXI HEIDENREICHSTEIN

Ein flexibles, umweltfreundliches Pilotprojekt der Burgstadt.

Im Oktober 2013 startete das Solartaxi Heidenreichstein, ein innovatives öffentliches Nahverkehrsmittel, das im gesamten Gemeindegebiet inkl. Katastralgemeinden umweltfreundliche und leistbare Mobilität für Alle ermöglicht. Zum Beispiel für Einkäufe, Fahrten zum Arzt/Apotheke, Besuche und vieles mehr. Zum Einsatz kommen zwei Renault-Elektrofahrzeuge mit einer Reichweite von ca. 130 km pro Batterieladung (an kalten Tagen etwas weniger.), die vom Autohaus Hörmann geliefert wurden. Die Projektleitung liegt bei Karl Immervoll von der Betriebsseelsorge Oberes Waldviertel und bei Ernst Kieninger von Solarmobil Austria.

Das Pilotprojekt Solartaxi Heidenreichstein ist eine Initiative von Solarmobil Austria in Kooperation mit der Betriebsseelsorge Oberes Waldviertel (Waldviertler Regionalwährung), gefördert mit Mitteln des Landes Niederösterreich, des Klima- und Energiefonds der Republik Österreich sowie des AMS. Kooperationspartner: Heidenreichstein Creaktiv, Stadtgemeinde Heidenreichstein.

Der Einsatz erfolgt nach telefonischer Bestellung „von Haustüre zu Haustüre“, unabhängig von starren Fahrplänen und fixen Haltestellen. Auch bereits im Voraus, wenn man beispielsweise einen Arzttermin schon kennt. Es bietet flexiblen, günstigen und umweltfreundlichen öffentlichen Verkehr im Heidenreichsteiner Gemeindegebiet inklusive Katastralgemeinden. Betriebszeiten sind Montag bis Freitag 7 bis 20 Uhr, Samstag 8 bis 14 Uhr.

Folgende Arten von Karten sind erhältlich:

- Einzelfahrt 2,- €/2,- Waldviertler (*Regionalwährung*)
- 5er-Fahrten Streifenkarte 9,- €/ 8,- Waldviertler
- 10er-Fahrten Streifenkarte 17,- €/ 15,- Waldviertler
- 20er-Fahrten Streifenkarte 29,- €/ 27,- Waldviertler

Nicht schulpflichtige Kinder fahren in Begleitung ihrer Eltern gratis!

Streifenkarten sind direkt im Solartaxi erhältlich, in der Betriebsseelsorge, Pertholzer Straße 16 in 3860 Heidenreichstein oder in der Heidenreichsteiner Arche.



Solartaxi-Telefon: 0664/88 298 298
Betriebszeiten: Mo-Fr: 6-20 Uhr, Sa: 8-13 Uhr und 18-20:30

Gelebte Solidarökonomie in Heidenreichstein.

Das Solartaxi macht Heidenreichstein kommunikativer. Dass sich jemand ausgeschlossen fühlt, weil er an einer Veranstaltung nicht teilnehmen kann, weil er keine Fahrmöglichkeit hat, gehört der Vergangenheit an.

Das Projekt soll Arbeit fördern und Arbeit schaffen, beides gelingt bereits. Gefördert werden unter anderem Einkaufsfahrten zu Gewerbebetrieben für Menschen ohne Fahrgelegenheit, Arztbesuche, Kaffeehaus- oder Musikschulfahrten für Kinder. Frau A. hat Essen auf Räder abbestellt, sie isst lieber in Gemeinschaft im Gasthaus ihr Menü, der 14jährige Jonas fährt vom Dorf in die Musikschule, Herr M. zum Arzt und Frau R. am Donnerstag Abend zur Messe. Kund/innen des Sozialmarktes haben einen Sondertarif!

Fazit: Das Solartaxi verkehrt im gesamten Gemeindegebiet von Heidenreichstein (inklusive Katastralgemeinden) und kann nach telefonischer Bestellung genutzt werden. Die Idee dahinter ist, mit umweltfreundlichen und aus lokaler erneuerbarer Energie gespeisten Fahrzeugen den Individualverkehr zu reduzieren und Mobilität auch für benachteiligte Bevölkerungsgruppen zu ermöglichen

Das Solartaxi bringt somit eine neue Dimension des öffentlichen Verkehrs ins Waldviertel: Einfach, günstig, unkompliziert und umweltfreundlich.

„Innerhalb kürzester Zeit wurde das Taxi von der Bevölkerung angenommen und befördert um die 150 Personen pro Woche kreuz und quer durch die Stadt. Auch zwei Arbeitsplätze wurden geschaffen. Beide Fahrer/innen waren lange ohne Arbeit und identifizieren sich mit ihrer Aufgabe“, sagt Karl A. Immervoll, Betriebsseelsorger und Mitinitiator des Projektes „Solartaxi Heidenreichstein“.

Kontakt: Karl Immervoll von der Betriebsseelsorge Oberes Waldviertel
und Ernst Kieninger von Solarmobil Austria (Projektleiter)
Pertholzer Straße, 3860 Heidenreichstein, Niederösterreich
Telefon: +43 (0) 664 / 88 298 298 oder +43 (0) 2862 / 52293
Email: info@waldviertler-regional.at

Infos unter: www.waldviertler-regional.at

KOMBIBUS UCKERMARK: EFFIZIENTER ÖPNV IM LÄNDLICHEN RAUM

Mit Erhalt und Ausweitung des Öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) über die reine Personenbeförderung hinaus will die brandenburgische Region Uckermark die ländliche Lebensqualität sichern. Finanziell möglich werden soll dies durch die Kombination des Linienverkehrs mit anderen Servicedienstleistungen.

Immer weniger Menschen in einer immer größer werdenden räumlichen Verteilung in die Daseinsvorsorge einzubeziehen, ist eine der Herausforderungen, der sich ländliche Regionen stellen müssen. Bei abnehmender Gesamtzahl steigt die Zahl der Menschen, die aufgrund sinkender Einkommen oder gesundheitlicher Einschränkungen wesentlich auf Bus und Bahn angewiesen sind, stetig an; gleichzeitig werden viele Angebote zunehmend unwirtschaftlich.



Assistenzsystem „PAUL“ (Persönlicher Assistent für Unterstütztes Leben)

Um der räumlichen und gesellschaftlichen Exklusion entgegenzuwirken, sollte der ÖPNV als Schlüsselinfrastruktur über den Schülerverkehr hinaus erhalten und gestärkt werden. So ließe sich die Erreichbarkeit von zentralen Einrichtungen verbessern, Versorgung sicherstellen, gesellschaftliche Teilhabe gewährleisten und die demografische Struktur stabilisieren.

Modelle für Daseinsvorsorge entwickeln.

Der Landkreis Uckermark in Brandenburg ist besonders stark vom Bevölkerungsrückgang betroffen: 44 Einwohner/innen leben hier pro Quadratkilometer; ihre Zahl soll nach einer Prognose bis zum Jahr 2030 um 24 Prozent zurück gehen und damit auch die Schülerzahl als wesentliche Finanzierungsbasis für die ÖPNV-Grundversorgung.

Statt den ÖPNV zur Kosteneinsparung einzuschränken, hat die Kreisverwaltung Uckermark in Partnerschaft mit der Uckermärkischen Verkehrsgesellschaft und verschiedenen Beratungsunternehmen das für Deutschland neuartige KombiBus-Konzept entwickelt: Eine Kombination von Linienbus, Post, Kurierdienst, Fahrdienst für Mobilitätseingeschränkte und vieles mehr soll die Wirtschaftlichkeit einzelner Dienstleistungen in der Region verbessern und damit die Versorgung der Bevölkerung dauerhaft und auf hohem Niveau sichern.



Nachfragepotenziale.

Während der Konzeptionsphase wurde die Marktübersicht analysiert, ob und in welchem zeitlichen sowie mengenmäßigen Umfang ein Interesse von Branchen an Frachtraum besteht und welche Potenziale sich daraus für kombinierte ÖPNV-Angebote ergeben. Insbesondere in den Bereichen Lebensmittel, Logistik, Bankenwesen, Gesundheit und Tourismus zeigte sich ein hoher Bedarf an Frachtraum bei guter Standorterreichbarkeit. Dabei ließen sich zwei Nachfragegruppen unterscheiden: Eine, die ein Logistiksystem unterhält (z. B. Lebensmittelgroßhandel) sowie eine, die zwar einen logistischen Bedarf, jedoch kein eigenes System hat (z.B. im Tourismus).

Sitznachbar Postpaket oder Gemüsebox?

Zentrales Planungsinstrument des KombiBus-Projekts ist die Einführung eines integralen Fahrplankonzepts. Freie Kapazitäten im Busverkehr außerhalb der Zeiten mit hoher Nachfrage, wie Schulzeiten oder Berufsverkehr, sollen erfasst und für andere Zwecke nutzbar gemacht werden. Während die KombiBus-Angebote im Schülerverkehr weitgehend den Anforderungen der Schulen untergeordnet sind, soll außerhalb der Schülerverkehr-Betriebszeiten ein räumlich flexibler KombiBus in der Betriebsform eines „Rufbusses“ neue Ladestellen und Nebentätigkeiten bedienen können. Potenzielle Wirtschaftspartner können so ihre eigenen logistischen Wege planen. Ein weiterer potenzieller Einsatzbereich ist der Wander- und Radtourismus ohne Gepäck: Der KombiBus könnte An- und Abreiseverkehr inklusive unbegleiteten Koffer- und Fahrradtransport gewährleisten und somit den Beherbergungsbetrieben der Region einen Mehrwert für ihre Serviceangebote bieten. Zur Einführung des KombiBusses bedarf es neben technischer Details einer intensiven Kommunikation: Neben der Vielzahl an Anforderungsprofilen von Seiten potenzieller Wirtschaftspartner müssen auch kommunale Partner, Verbände und Institutionen und vor allem die Bürger/innen in den Prozess eingebunden werden. Der Einsatz von Informationsmedien (z.B. Internet, Mailings), aber insbesondere begleitende Veranstaltungen, wie zum Beispiel Konzeptpräsentationen bei kommunalen Entscheidungsträgern, Tourismus-Workshops oder auch Experten-Interviews, fördern den regionalen Partizipationsprozess und sollen den Projekterfolg vor Ort garantieren.

Innovationsschub für rechtlichen Rahmen.

Obwohl ein Dienstleistungsmix aus Personen- und Güterverkehr in den derzeitigen bundesgesetzlichen Regelwerken wie dem Personenbeförderungs- und Güterkraftverkehrsgesetz nicht explizit vorgesehen ist, hat ein juristisches Gutachten grünes Licht für das Projekt auf Bundesebene gegeben. Erschwerend kommt jedoch hinzu, dass der ÖPNV durch Landesgesetze jeweils unterschiedlich geregelt wird. Für das Land Brandenburg zeichnen sich jedoch keine unüberwindbaren Hemmnisse ab. Es soll an dieser Stelle darauf hingewiesen werden, dass die Umsetzung des KombiBus-Projektes durch einen intensiven Dialog zwischen Bund, dem Land Brandenburg und dem Landkreis Uckermark ermöglicht wurde, bei dem juristische und finanzielle Spielräume geklärt werden konnten.

Kontakt: Uckermärkische VerkehrsgmbH
Steinstraße 5, 16303 Schwedt, Deutschland
Telefon: +49 (0) 3332 / 442710
Email: uvg@uvg-online.de

Weitere Infos: <http://kombibus.de/>

QUELLENVERZEICHNIS

- Bertelsmann Stiftung, Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (Hrsg.): Erfolgreich mit älteren Arbeitnehmern – Strategien und Beispiele für die betriebliche Praxis. Gütersloh 2003.
- Börsch-Supan, A.: Pessimismus – fehlt am Platz, in: „forschung SPEZIAL Demografie“. Das Magazin der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG). Bonn 2013.
- Bundesverband der gemeinnützigen Landesgesellschaften u.a. (Hrsg.): CHANCE! Demografischer Wandel vor Ort: Ideen, Konzepte, Beispiele. Bonn 2012.
- B.A.T. Freizeitforschungsinstitut: Lieber glücklich als reich, in: http://www.bat.de/OneWeb/sites/BAT_677KXQ.nsf/vwPagesWebLive/EEEE36C9D3FE2D86C125715B0034D220?opendocument&SID=A1EEB8324EAC74C816619B34C88A77AA&DT C=&TMP=1, 29.06.2007, 07:40 Uhr.
- Knauth, P. / Elmerich, K. / Karl, D. (Hrsg.): Risikofaktor demografischer Wandel: Generationenvielfalt als Unternehmensstrategie. Düsseldorf 2009.
- Kramer, C. / Pfaffenbach, C.: Wie die Snioeren der Zukunft wohnen, in: „forschung SPEZIAL Demografie“. Das Magazin der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG). Bonn 2013.
- Manager-Magazin: Was Studenten über ihre Zukunft denken, in: <http://www.managermagazin.de/unternehmen/karriere/a-345522.html>, 16.06.2014, 14:30 Uhr.
- Opaschowski, H.W.: Deutschland 2020: Wie wir morgen leben – Prognosen der Wissenschaft. 2., erweiterter Auflage. Wiesbaden 2006.
- Opaschowski, H.W.: Das Moses Prinzip: Die zehn Gebote des 21. Jahrhunderts. Gütersloh 2006.
- Rump, J.: Quo Vadis Personalpolitik? Die Arbeitswelt im Umbruch, Institut für Beschäftigung und Employability, Ludwigshafen 2008.
- Rump, J. / Eilers, S.: Managing Employability, in: Rump, J. / Sattelberger, T. / Fischer, H., Employability Management: Grundlagen, Konzepte, Perspektiven. Wiesbaden 2006.
- Rump, J. / Eilers, S.: Ökonomische Effekte des Age Management, Ludwigshafen 2009
- Schwentker, B.: Mehr Leben erleben, in: MaxPlanckForschung. Das Wissenschaftsmagazin der Max-Planck-Gesellschaft. Berlin 2013.
- Stiftung Demokratische Jugend (Hrsg.): Weg(e) in die Zukunft: Fachkräftesicherung - Chancen und Perspektiven für Unternehmen und junge Menschen in Ostdeutschland. Berlin 2008.
- Werle, K. Die junge Elite sitzt auf gepackten Koffern, Exklusiv-Studie, 2005, in: <http://www.managermagazin.de/koepfe/karriere/0,2828,346667,00.html>, 19.05.2014.
- WIFO, Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung (Hrsg.): Demographischer Wandel als Herausforderung für Österreich und seine Regionen, Teilbericht 5: Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen. Wien 2010.

Winterfeld, U. / Reschner, C. (Hrsg.): Die Zukunft der Arbeit: Expertenwissen aus zehn Jahren Fachkonferenz des Instituts für Arbeit und Gesundheit. Berlin 2011.

web.fh-ludwigshafen.de

http://www.bildungsgewerkschaften.ch/downloads/Microsoft_Word__PD_Lehrstellenkampagne_2006.pdf

www.kompetenzzentrum-fachkraeftesicherung.de