REGIONMARCHFELD

Band 2

Demografie Check LEADER-Region Marchfeld

Beteiligung

Einschätzungen

Anregungen

Mit Unterstützung von Bund, Land und Europäischer Union

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

lebensministerium.at

eco plus

Das Projekt „Demografie Check“ der LEADER-Region Marchfeld
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

Im Auftrag der LEADER-Region Marchfeld

INHALT

LEADER – Beteiligungsprozess 5
"Bottom-up": Ein wichtiges Grundprinzip bei der Arbeit am Demografie Check 5
Auszug einiger Beteiligungsschritte 5
Auftaktveranstaltung 7
Die NÖN Gänserndorf berichtete 9
Szenarioworkshops 10
Einladung zu den Szenarioworkshops 11
Protokoll Szenarioworkshop 1 12
Protokoll Szenarioworkshop 2 22
Abschlussbesprechung 29
Demografie Quickchecks für Gemeinden 30
Ergebnisse im Überblick 31
Einschätzungen aus den Ergebnissen der Quickchecks 32
Interviews mit regionalen Organisationen und Betrieben 34
Zusammenfassende Erkenntnisse aus den Interviews 34
Sensibilitätsanalyse 36
Fragen an die InterviewpartnerInnen 42
Workshop mit Tourismusbetrieben der Region: „Wie Demografie-fit sind Sie? 49
Zum Thema „Demografie" 49
Demografie und Tourismus 50
Ihr Betrieb / ihr Unternehmen 54
Internet, Marketing & Social Media 55
Anhang: Foliensatz zur Präsentation der Auftaktveranstaltung 57
Anhang: TeilnehmerInnenlisten der Szenarioworkshops 58
Anhang: Foliensatz zur Präsentation des Praktiker-Workshops „Wie Demografie-fit sind Sie?" 59

LEADER – BETEILIGUNGSPROZESS

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

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

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

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

AUSZUG EINIGER BETEILIGUNGSSCHRITTE

Meilenstein	Ort	Ist-Termin
Angebot W&L		25. Okt. 2013
Startbesprechung mit ecoplus & RU2	St. Pölten	25. Nov. 2013
Kick off Leitungsteam	Lassee	9. Dez. 2013
(40-seitige) Broschüre: Daten & Fakten zur Region Demografisches Datenprofil LEADER-Region Marchfeld		12. Feb. 2014
Auftaktveranstaltung (Regionsveranstaltung)	**Orth / Donau**	**12. Feb. 2014**
Abstimmung W&L – con.os	Wien	4. März 2014
Abstimmung LAG – W&L	telefonisch	4. März 2014
PR: Regionszeitung „Wir.im.Marchfeld"		März 2014
Abstimmung LAG – W&L – con.os	Lassee	20. März 2014
Interviews mit regionalen Organisationen und Leitbetrieben		März, April ´14
Recherchen und Vorbereitung Szenarioworkshops		
Szenarioworkshop I mit Netzwerkrunde		**24. April 2014**
Richtungsspezifische Wanderung für die 23 Gemeinden		8. Mai 2014
Szenarioworkshop II mit Netzwerkrunde		**15. Mai 2014**
Workshop „Demo-fit Tourismus"	Lassee	21. Aug. .2014
Auswertung Demografie Quickchecks der Gemeinden und der Interviews		24. Aug. 2014

Abstimmung mit LAG Obmann und Geschäftsführung Diskussion Handlungsempfehlungen	Lassee	4. Sept. 2014
Abschlussbesprechung mit LAG Vertretern und Geschäftsführung (Leitungsteam) Endabstimmung Pilotprojekte	Lassee	25. Sept. 2014
Übermittlung Endbericht an das Leitungsteam		29. Sept. 2014
Endabstimmung mit ecoplus & RU2	St. Pölten	27.Okt. 2014 avisiert
Ergebnispräsentation im Zuge einer Generalversammlung der LEADER-Region Marchfeld	avisiert	Okt./Nov. 2014
Ergebnispräsentation im Zuge einer LEADER-Veranstaltung „LEADER 2014 – 2020“	**avisiert**	**Frühling 2015**

Neben der Arbeit mit dem Leitungsteam - bestehend aus dem Obmann Grammanitsch, der Geschäftsführerin Susanne Gugerell und der Assistentin Michaela Hnidek der LEADER-Region - bilden die Auftaktveranstaltung zu Beginn, die Szenarioworkshops und die Ergebnispräsentation wichtige Meilensteine.

Statt im Herbst 2014 findet die Ergebnispräsentation auf Wunsch der Region erst im Frühling 2015 statt. Grund dafür sind die intensiven Vorbereitungen zur Gemeinderatswahl und die Befürchtung, dass aufgrund hoher Termindichte zu dieser Zeit die LEADER-Veranstaltung nicht die gewünschte Breitenwirkung erzielen kann.

AUFTAKTVERANSTALTUNG

Einladung zur Auftaktveranstaltung
der LEADER-Region Marchfeld

Mehr. Älter. Bunter. Jünger. Weniger.

Der demografische Wandel stellt auch den Marchfeld vor neue Herausforderungen. Diese Entwicklungen betreffen uns alle: Gemeinden, Betriebe, Vereine. Nur wenn wir diesen Veränderungen aktiv entgegen treten, gewinnen wir Ihnen Chancen ab und ersteinen rechtzeitig Risiken.

Wie viele Menschen werden 2020 in der Region unter 14 Jahre alt sein? Wie viele über 65? Gibt es in Zukunft genug Lehrlinge und Arbeitskräfte in der Region? Wie verändern sich deren Lebensstile und Wohnbedürfnisse? In welche Infrastruktur lohnt es sich zu investieren? In welche Richtung verändern sich die Märkte? Hier werden die Kundinnen sein? Welche Produkte und Leistungen werden sie nachfragen? Was wird mit meinem Betrieb, wenn ich in Pension gehe?

Damit dieses Thema in der Region einen angemessenen Stellenwert erhält, führen wir in den nächsten Monaten einen Demografie Check durch und laden Sie als Auftakt herzlich zu einer Impulsveranstaltung. Sie erhalten von uns umfangreiche Informationen, Daten und Fakten zur Region und zum Thema.
Mehr Infos unter www.regionmarchfeld.at, LEADER Projekte.

Mittwoch, 12. Februar 2014, 19:00 bis 21:00 Uhr
schlossORTH_Festsaal
Schlossplatz 1, 2304 Orth an der Donau

Programm
19:00 Uhr Eintreffen der Gäste
19:30 Uhr Begrüßung und Kurzstatements aus der Region
Vortrag: Demografischer Wandel in der LEADER-Region Marchfeld
Josef Wallenberger (Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH)
Mag. Arnold Oberacher (con.os tourismus consulting gmbh)
Ausblick: Wie können Sie die Ergebnisse des Demografie-Checks nutzen
21:00 Uhr Buffet
Erfahrungsaustausch und Gespräche mit Expertinnen

Kontakt
Susanne Gugerell, s.gugerell@regionmarchfeld.at 02213/34370-10, 0676/8392258

Anmeldung
Anmeldung bis 31.1.2014. Nehmen Sie gerne auch weitere Interessierte mit. Die Teilnahme an der Veranstaltung ist kostenlos. (fax 02213/34370-70, office@regionmarchfeld.at)

Wir freuen uns auf Ihr Kommen!

Mit Unterstützung von Bund, Land und Europäischer Union

Der Obmann der LEADER-Region, Lassees Bürgermeister Karl Grammanitsch, zeigte sich schon in der Begrüßung begeistert vom großen Interesse, das die Veranstaltung auf sich zog: Über 120 interessierte Gäste erhielten umfangreiche Informationen zum Projekt, Daten und Fakten zur Region (u.a. in Form einer Datenbroschüre) und zu den sich verändernden Rahmenbedingungen.

Josef Wallenberger

Mag. Arnold Oberacher

Im Auftrag der LEADER-Region hatten sich die Experten Josef Wallenberger (Wallenberger & Linhard Regionalberatung) und Mag. Arnold Oberacher (con.os tourismus consulting) eingehend mit der Bevölkerungsentwicklung und möglichen Auswirkungen und Chancen des demografischen Wandels auf die 23 Gemeinden der Region beschäftigt und präsentierten ihre Ergebnisse dem Publikum – darunter unter anderem VP-Nationalrat Hermann Schultes, die Landtagsabgeordnete Amrita Enzinger sowie René Lobner, Bezirksschulinspektor Karl Stach, der Orther Bürgermeister Johann Mayer und Raika-Direktor Josef Buchleitner.

Über 120 interessierte Gäste nahmen an der Veranstaltung teil.

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

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

Im Anschluss war beim Buffet Zeit für einen gemeinsamen Austausch und Gespräche mit ExpertInnen.

DIE NÖN GÄNSERNDORF BERICHTETE

Quo vadis, Marchfeld?

Demografischer Wandel | Kürzlich ging im Orther Schloss ein informativer Vortrag über die Entwicklung der Bevölkerungsstatistik in der Leader-Region Marchfeld über die Bühne.

Von Stefan Havranek

ORTH | Der Obmann der Leader-Region Marchfeld, Lassees VP-Bürgermeister Karl Grammanitsch, zeigte sich schon in der Begrüßung begeistert vom großen Interesse, das die Auftaktveranstaltung der Leader-Region auf sich zog: Über 120 interessierte Gäste hörten sich im Festsaal des Orther Schlosses einen Vortrag über den demografischen Wandel im Marchfeld an.

Im Auftrag der Leader-Region hatten sich Josef Wallenberger (Wallenberger & Linhard Regionalberatung) und Arnold Oberacher (con.os Tourismus Consulting) eingehend mit der Bevölkerungsentwicklung in den 23 Gemeinden der Leader-Region beschäftigt und präsentierten ihre Ergebnisse nun dem aufmerksam lauschenden Publikum – darunter, um nur einige zu nennen, VP-Nationalrat Hermann Schultes, die Landtagsabgeordneten Amrita Enzinger (Grüne) sowie René Lobner (VP), Bezirksschulinspektor Karl Stach, der Orther VP-Bürgermeister Johann Mayer (stellvertretend für die zahlreichen Ortschefs und Gemeindevertreter) oder Raika-Direktor Josef Buchleitner.

Grammanitsch betonte die Wichtigkeit der demografischen Entwicklung und ihre Auswirkungen: „Die Auswirkungen des demografischen Wandels zeigen sich ja unter anderem in den Bereichen des Bedarfs an Infrastruktur wie Schulen, Wohnungen und vielem mehr. Denn demografischer Wandel ist nicht nur das Saldo aus Zu- und Wegzug plus Geburten und Sterbefällen."

Arnold Oberacher, Grünen-Landtagsabgeordnete Amrita Enzinger, Leader-Regions-Obmann und Karl Grammanitsch, Leader-Regions-Geschäftsführerin Susanne Gugerell, VP-Nationalrat Hermann Schultes, Josef Wallenberger, VP-Landtagsabgeordneter René Lobner und Bürgermeister Johann Mayer (von links) bei der Auftaktveranstaltung im Orther Schloss. *Foto: Havranek*

„Hausherr" Mayer schlug in dieselbe Kerbe und stellte die „drei Hauptakteure Oberacher, Wallenberger und Leader-Region-Geschäftsführerin Susanne Gugerell" vor, die im Folgenden ausführlich über Entwicklung, Prognosen und mögliche Auswirkungen und Chancen der Bevölkerungsentwicklung in der Region referierten.

Dabei konzentrierte sich Wallenberger zunächst auf Daten und Fakten, die die demografische Struktur des Marchfelds charakterisieren. Dabei kamen Ergebnisse wie die Altersstruktur der 23 Gemeinden („Die ‚Alterspyramide' ist längst schon ein ‚Altersbaum', es steigt die Zahl der Über-60-Jährigen im Vergleich zu den Unter-15-Jährigen") oder die regionalen Besonderheiten des Bezirks (Tendenz: Wohnen und Arbeiten im Norden, im Süden Naturraum und dazwischen Landwirtschaft) zur Sprache.

Hier setzte auch Oberacher an, der wiederum die Chancen aus diesen Gegebenheiten für die Wirtschaft und im Speziellen den Tourismus in der Region hervorstrich. Zentrale Aussage: „Zwar werden wir älter, wir ‚fühlen' uns aber nicht mehr so alt wie früher. Darauf gilt es, bei touristischen Angeboten einzugehen." Zuletzt rief noch Gugerell die kreativen und innovativen Köpfe der Region auf, ihre Bewerbungen für den Leader-Topf mit lokalen Entwicklungsstrategien einzureichen.

Was ist Leader?

Leader stellt einen bedeutenden Bestandteil der EU-Politik zur Förderung und Entwicklung ländlicher Räume dar. Ziel ist es, die ländlichen Regionen Europas auf dem Weg zu einer eigenständigen Entwicklung zu unterstützen. Seit 2006 werden in diesem Rahmen auch im Marchfeld innovative Projekte zur nachhaltigen Entwicklung umgesetzt.
Infos: www.regionmarchfeld.at

25.02.2014

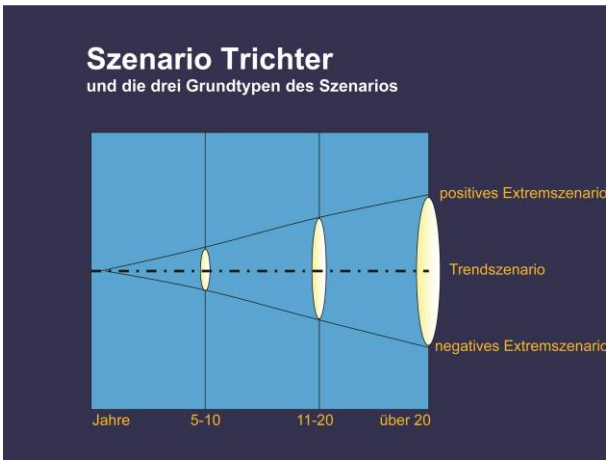
SZENARIOWORKSHOPS

Auf Basis der Datenanalyse wurden am 24. April und am 15. Mai 2014 zwei Szenarioworkshops durchgeführt, um konkrete Maßnahmen und Empfehlungen zu erarbeiten. Ziel war es, mit einer kleinen Gruppe aus verschiedenen Bereichen und Altersgruppen sehr praktisch und zukunftsorientiert das Thema „Demografischer Wandel“ zu bearbeiten.

Dafür wurde eine Matrix erstellt und in Zusammenarbeit mit der LAG ausgefüllt bzw. TeilnehmerInnen eingeladen:

Name	Gemeinde/Betrieb / Organisation	Politik	Verwaltung	Interessensvertretung	ÖVP	SPÖ	Blaulicht	Andere	Größenkl-1 (bis 3.000 EW)	Größenkl.2 (ab 3.000 EW)	Landwirtschaft	Industrie	Gewerbe und Handwerk	Handel	Handel & Dienstleistung	Tourismus & Freizeitwirtschaft	Diverses	EPU	KMU	Großunternehmen	selbstständig	unselbstständig	Weiblich	Männlich	unter 30 Jahre	unter 50 Jahre	über 50 Jahre

Mit der Methode der Szenariotechnik wurde in einer kleinen Runde ausgewählter Persönlichkeiten und gemeinsam mit den ExpertInnen kurzweilig und effizient ein Zukunftsbild der LEADER-Region Marchfeld skizziert und Schlüsselthemen identifiziert.



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

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

Ziel der Workshops:

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

In Kleingruppen wurde während der Workshops intensiv diskutiert. Den TeilnehmerInnen standen die Datenbroschüre und Analyseergebnisse zur Verfügung. Als Fachinput gab es vor jeder Arbeitseinheit ein Expertenreferat von Josef Wallenberger bzw. von Mag. Nina Sillipp.

EINLADUNG ZU DEN SZENARIOWORKSHOPS

REGIONMARCHFELD

Persönliche Einladung zu den Demografie-Szenarioworkshops

Sehr geehrte Damen & Herren!

Die LEADER-Region Marchfeld befasst sich aktuell sehr intensiv mit den Chancen und Herausforderungen, die der demografische Wandel in den nächsten Jahren mit sich bringt. Unter Mitarbeit von externen Fachleuten wurde die Entwicklung der Region bereits analysiert. Einiges davon konnte schon bei der Impulsveranstaltung am 12. Februar 2014 im Schloss Orth an der Donau präsentiert werden (Broschüre siehe Anhang).

Auf Basis dieser Ergebnisse werden nun im Rahmen von zwei Workshops **konkrete Maßnahmen und Empfehlungen definiert**. Ziel ist es, mit einer kleinen Gruppe aus verschiedenen Bereichen und Altersgruppen an zwei Abenden sehr *praktisch* und *zukunftsorientiert* das Thema zu bearbeiten.

Als kompetente und wichtige Person der Region bitten wir Sie, sich

am 24. April 2014 und am 15. Mai 2014 von 17:30 – 20:20
Regionalbüro Marchfeld, Stift Melk Gasse 3/3 DG, 2291 Lassee

Zeit zu nehmen und Ihre Erfahrungen und Interessen einzubringen.
Bitte investieren Sie ein paar Stunden in die Entwicklung Ihrer Heimatregion.

Mit der Methode der Szenariotechnik wird in einer kleinen Runde ausgewählter Persönlichkeiten und gemeinsam mit unseren Expert/innen kurzweilig und effizient ein Zukunftsbild unserer Region skizziert und Schlüsselthemen identifiziert. Im zweiten Teil werden Handlungsfelder und Maßnahmen konkretisiert.

Sie erhalten von uns qualitative Unterlagen und viel Know-how zur Region und zu den sich veränderten Rahmenbedingungen, was auch für die Arbeit im eigenen Umfeld wertvoll ist.

Wer sich aktiv mit dem demografischen Wandel beschäftigt, wird die Chancen erkennen, richtige Entscheidungen treffen und erfolgreich sein. Sie werden auch persönlich von den Workshops profitieren, viel über unsere gemeinsame Region erfahren und vielleicht sogar ihr Anliegen im Rahmen von LEADER umsetzen können.

Für Fragen bzw. Anmeldungen steht Ihnen Frau Susanne Gugerell unter 0676/9282258 oder s.gugerell@regionmarchfeld gerne zur Verfügung.

Wir bitten Sie um verlässliche Zu- oder Absage bis 18.4.2014!

Auf Ihre Mitarbeit freuen sich

Rosa Susanne Gugerell
GFin LEADER Region Marchfeld

DI Bgm. Karl Grammanitsch
Obmann LEADER Region Marchfeld

Mit Unterstützung von Bund, Land und Europäischer Union

PROTOKOLL SZENARIOWORKSHOP 1

Termin: 24. April 2014, 17:30 – 20:30 Uhr **Ort:** Regionalbüro Marchfeld, 2291 Lassee

TeilnehmerInnen

(siehe TeilnehmerInnen-Liste)

Ablauf

- Projekt „Demografie Check LEADER-Region Marchfeld“
- Vorstellrunde
  - Wer bin ich
  - Warum bin ich eingeladen
  - Mein Wort zur Demografie
- Bild der Region (Daten & Fakten)
- Arbeitseinheit 1: Einflussfaktoren im Marchfeld > Ergebnispräsentation im Plenum
- Arbeitseinheit 2: Szenarien erarbeiten > Ergebnisse vortragen im Plenum
- Ausblick

Szenariotechnik

In zwei Workshops mit VertreterInnen der Region werden mittels methodischer Elemente der Szenariotechnik Einflussfaktoren und deren wechselseitige Wirkung bestimmt. Darauf aufbauend werden Szenarien entwickelt und Handlungsfelder erarbeitet. Bei diesen Workshops wurden insbesondere die Themen Wirtschaft und Tourismus bearbeitet.

Ziel der Szenarioworkshops

- Gemeinsame Sichtweise der Ausgangsituation
- Zusammenhänge herausarbeiten und verstehen
- Arbeitsfelder festlegen und Prioritäten setzen
- Maßnahmen und deren Adressaten definieren
- BotschafterInnen für das Thema finden

Einstieg: Ein Gedanke der TeilnehmerInnen zum demografischen Wandel

Chance. Entwicklung. Chancen – Risiken. Findet statt. Nutzen. Wachstum. Veränderung. Recht-zeitig gestalten. Aufforderung. Vielseitig. Herausforderung für die Jugend. Zuzug - Wegzug. Altersstruktur. Mitarbeiter und Kunden der Zukunft. Altersheim.

Quiz

- Wie viele Menschen wohnen in der LEADER Region (Hauptwohnsitz)?
  → Am 1.01.2013 waren es 60.236 Personen mit Hauptwohnsitz in der Region.
- Wie viel Prozent davon sind unter 15 Jahre und wie viele sind älter als 60 Jahre?
  → 15% waren zwischen 0 und 14 Jahre, 22,9% waren 60 und älter.
- Wie viele Menschen sind 2012 in den Bezirk Gänserndorf gezogen?
  → 4.167 Personen sind bis 31.10.2012 in den Bezirk zugezogen.
- Wie viele Menschen sind 2012 aus dem Bezirk Gänserndorf weggezogen?
  → 3.333 Personen sind bis 31.10.2012aus dem Bezirk weggezogen.

Ergebnis der 1. Arbeitseinheit: Einflussfaktoren

Die Herausforderungen für den Lebens- und Wirtschaftsraum Marchfeld.

Demografie gerechtes Bauen & Wohnen

Veränderung der Wohnbedürfnisse und somit der Wohnformen

- Große Familien gibt es nicht mehr, aber früher wurde großzügig gebaut. Heute steht das Haus „zur Hälfte“ leer: Möglichkeiten finden, diese großen Häuser und somit Leerstand zu nutzen (z.B. WGs).
- Skalierbares Wohnen im Alter (bei Neubau).
- Leistbares Wohnen.
- Lebensabschnittsgerechtes Wohnen.

Wer ist betroffen: Die Wohnbevölkerung.

Warum wichtig: Versorgungssicherheit, Nutzung von potenziellem Leerstand.

Arbeit der Gemeinden aufgrund des starken Zuzugs oder aufgrund der Abwanderung

- Finanzen.
- Ortsbild.
- Infrastruktur.
- Wohnraumschaffung.

Wer ist betroffen: Jede Gemeinde, die Bevölkerung.

Warum wichtig: Gestaltung des Lebensraums und somit Erhalt oder Verbesserung der Lebensqualität, lebenswerte Gemeinden.

Zuzug ohne Integration verändert die Region

- In den Zuzugsgemeinden wird die Integration neuer BewohnerInnen nicht immer positiv bewertet.
- Es entstehen neue Siedlungen am Ortsrand, das Sozialgefüge bricht weg, es gibt wenig Kontakt zu einander („zu den Neuen“) bzw. „zur Kernzone“.
- Zusammenleben der Bevölkerung – Wie geht man mit ZuzüglerInnen um!?
- Generationsübergreifend.
- Fremde Kulturen, die aufeinander treffen. Wie geht man damit um?
- Wie wird Integration gelebt?
- Soziale Treffpunkte schaffen (Café, Greißler, andere neutrale Orte)

Wer ist betroffen: Wohnbevölkerung, Gemeinden.

Warum wichtig: Kindergärten, Schulen, Erhalt der Vereine, Sozialgefüge erhalten.

Siedlungsentwicklung

- Aufteilung der Flächen als Herausforderung für die Raumordnung:
  Wohnfläche zu Naturfläche zu Landwirtschaftsfläche.
- Warum stoppt der Zuzug innerhalb der Region, warum ziehen Menschen nicht weiter in den Norden oder in kleinere Gemeinden? > Alle ziehen „zur Schnellbahn“ > Mobilität und Infrastruktur müssen verbessert werden!

Wer ist betroffen: Wohnbevölkerung, Gemeinden.

Warum wichtig: Zuzug in die ganze Region fördern.

Wasser (Sturm, Hochwasser)

- Schutz vor Naturkatastrophen.
- Präventive Baumaßnamen, um Lebensqualität zu steigern.

Wer ist betroffen: Wohnbevölkerung, Gemeinden.

Warum wichtig: Attraktiv als Wohnregion.

Achse & Wirtschaft

Ortskerne veröden – wirtschaftlich nutzen!

- Zusammenschluss von EPUs, um ein Büro gemeinschaftlich zu nutzen. Das bedeutet einen Mehrwert für KundInnen, die mehrere Dienstleistungen an einem Ort vorfinden.
- Bsp. für Marchfeld: Weinsalon in Krems, wo Winzer ihre Waren gemeinsam anbieten.

Wer ist betroffen: Wirtschaftstreibende, LandwirtInnen, Wohnbevölkerung, Gemeinden.

Warum wichtig: Wertschöpfung in der Region halten, Belebung der Ortskerne.

Betriebsansiedelungen und Arbeitsplätze in der Region

- Attraktivität der regionalen Arbeitsplätze.
- ArbeitnehmerInnen das Pendeln ersparen.
- Guter Mix an KMUs, Leitbetrieben etc.

Wer ist betroffen: Alle Arbeitnehmer und –geber.

Warum wichtig: Finanzierung der Gemeinden, Attraktivität der Region, Lebensqualität, Monostrukturen und Cluster sind nicht gut für die regionale Wirtschaft.

Wertschöpfungskette Landwirtschaft & Tourismus

- Mehr Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft und Tourismus (Potenzial nutzen).
- Landwirtschaft in Tourismus-Werbung einbeziehen, damit regionale Produkte besser bzw. mehr verkauft werden können.
- Direktvermarkter stärken.

Wer ist betroffen: LandwirtInnen, Touristiker, Wohnbevölkerung, Gäste.

Warum wichtig: Förderung regionaler Produkte.

Qualitativer Tourismus

- Regionsbezogen
- Angebote für Walken, Laufen etc. der eigenen Bevölkerung bieten.
- Wohlfühlfaktor Freizeit als Wohnstandortfaktor nicht vergessen.
- Chance: Tagestourismus aus Wien und Bratislava (Brünn, Prag).
- Kulturtourismus (kann sehr viel bewirken, wie das Beispiel Loisium zeigt).
- Kein „Disneyland Marchfeld“.

Wer ist betroffen: Gastronomie, Hotellerie, kleine Pensionen, Gewerbebetriebe, Landwirtschaft, Gemeinden, Bevölkerung.

Warum wichtig: Einnahmen, Arbeitsplätze, Bedeutung der Region beim Land NÖ stärken (Förderungen etc.), Attraktivität für junge Menschen (Bindung an die Region), Qualität bzw. Erholung für Erwerbstätige und ältere Menschen, Wegzug verhindern.

Ansprache der älteren Zielgruppe (KundInnen, Gäste, TouristInnen)

- Nimmt man diese wichtige Zielgruppe bereits wahr, bedient man sie richtig?
- Wie sehen die Angebote von Wirtschaft und Tourismus aus?

Wer ist betroffen: Wirtschaftstreibende, TourismusanbieterInnen, Bevölkerung, Gäste.

Warum wichtig: Wertschöpfung, Lebens- und Freizeitqualität.

Erreichbarkeit

Querverbindungen innerhalb der Region

- Erreichbarkeiten auch innerhalb der Region verbessern
  (nicht nur nach Wien gerichtet).
- Alle Gemeinden besser an die Nordachse und an die Zentren anbinden.
- Knotenpunkte schaffen.
- Bessere Anbindung und Verdichtung der ÖPNV.
- ÖPNV Mobilitätsstrategie erarbeiten.

Wer ist betroffen: Alle die, die keinen PKW haben, v.a. Jugendliche (Lehrlinge) u. ältere Menschen.

Warum wichtig: Steigerung der Lebens-, Wohn- und Arbeitsplatzqualität, Verringerung des PKW-Aufkommens.

Hochrangiges Straßennetz

- Ausbau des hochrangigen Straßennetz´.

Wer ist betroffen: PendlerInnen, gesamte Bevölkerung.

Warum wichtig: Einsparung von Lebenszeit für PendlerInnen.

PendlerInnen

- Kontakt zu den Menschen, die täglich pendeln müssen:
  - Wo holt man sie ab?
  - Wie spricht man sie an?
  - Wie integriert man sie ins Dorfleben?
    („Wie bringt man sie von ihrem Grundstück runter?“)

Wer ist betroffen: PendlerInnen, gesamte Bevölkerung.

Warum wichtig: Einsparung von Lebenszeit für PendlerInnen.

Soziale Infrastruktur & Nahversorgung

Kinderbetreuung

- Schwieriges Thema für Mütter ohne helfende Familienangehörige in der Region.

Wer ist betroffen: Familien, AlleinerzieherInnen.

Warum wichtig: Damit Kinder am Land aufwachsen und Mütter wieder ins Arbeitsleben einsteigen können.

Bildung, Qualifikation, Weiterbildung

- Bildung als Urbanisierungsfaktor.
- Standortvorteil (siehe Beispiel FH Krems).

Wer ist betroffen: Wohnbevölkerung.

Warum wichtig: Zuzug fördern, Lebensqualität steigern.

Szenarien erarbeiten: Ergebnisse der 2. Arbeitseinheit

Angeregte Diskussion in Kleingruppen und im Plenum

Positive Szenarien

Demografie gerechtes Bauen 2020/2030

- Mit Konzepten zur Attraktivitätssteigerung in Abwanderungsgemeinden die Ortskerne beleben
    - Vernetzung mit Best Practice, um voneinander zu lernen
- Integrative Raumplanung in Zuzugsgemeinden konnte Ghettobildung verhindern
    - Begegnungsräume wurden geschaffen
- Generationen übergreifendes Wohnen

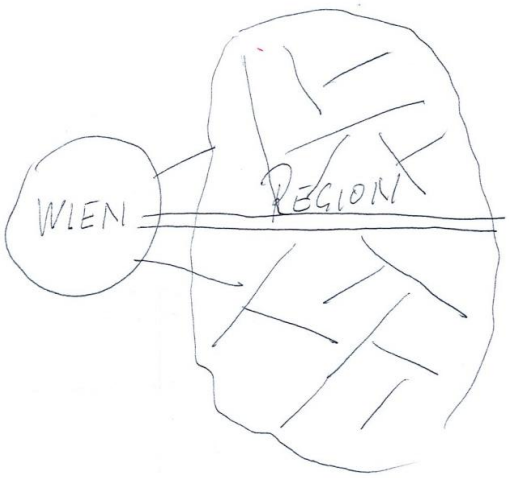
- Ältere Bevölkerung im Ortskern
- Nachhaltige Ortsbildgestaltung/-planung (langfristiger Masterplan)
- Flexible Kundenbetreuung
- Lebensmittelgrundversorgung durch alternative Konzepte
    - Hausbesorger als Greißler für 2 Stunden pro Tag
    - Hofläden
- Verbesserte Ortsbeleuchtung
- Barrierefreiheit im Ort samt System der kurzen Wege
- Barrierefreie Sanierung wird gefördert
- Umwidmungen außerhalb des Ortskerns bedingen Investitionen im Ortskern (für Gemeinden und Bauträger)

Achse & Wirtschaftsstandort 2020/2030

- Hochrangiges Straßennetz
- Neue Betriebsansiedelungen
- Wirtschaftsfreundliche, gut durchdachte Raumplanung unter Berücksichtigung des Natur- und Wohnraumes
- Dienstleistungsbetriebe vor Ort (Entwicklungs-/Forschungs-Cluster)
- Keine Einkaufszentren
- Region/Gemeinden bieten Ansiedelungsreize
- (Konkrete Abwicklung von Genehmigungen)
- Boku-Standort in der Region: Lehrbetrieb, Forschungs- und Versuchseinrichtung
    - Landwirtschaft lässt sich im Marchfeld nieder

Erreichbarkeit 2020/2030

- Hochrangige Verkehrsachse, angebunden an das EU-Straßennetz
- Querung Lobau
- Anbindung in den Osten
- Ausgebaute Querverbindungen
- Mix aus Bussen, Nebenbahnen und „Taxis“
- Masterplan „Verkehrsverbund Marchfeld“ realisiert



Soziale Infrastruktur und Nahversorgung 2020/2030

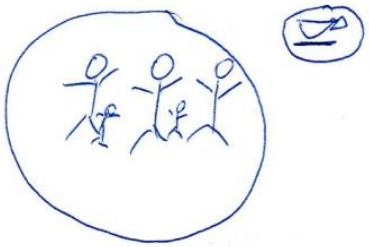
Kinderbetreuung

- Jede Mutter, die arbeiten gehen möchte, bekommt für ihr/e Kind/er einen Betreuungsplatz
- Jedes Alter ab 6 – 12 Monate, auch für schulpflichtige Kinder
- Zu individuellen Betreuungszeiten
- Finanziell leistbar, dass Mutter auch beim Kind zu Hause bleiben kann
- Tagesomas
- Mutter kann individuellen bzw. Wunschjob annehmen
- Höheres Familieneinkommen
- Kinder können in die Arbeit mitgenommen werden

Nahversorgung

- Jede Gemeinde hat einen gut erreichbaren Nahversorger oder Hofladen mit regionalen und saisonalen Produkten
- Hauszustellung für ältere und kranke Personen

Soziale Infrastruktur



- Ein Treffpunkt pro Ort (soziales Café) für Jung und Alt, ZuzüglerInnen und Alteingesessene
- Angebote wie Kulturvorträge, Zumba, Kräuterwanderungen etc.
- Motto „gemeinsam statt einsam“ wird gelebt
- Informationsplattform – Austausch
- Generationenspielplatz
- Vereinsleben kann erhalten und gefördert werden
- Zugezogene werden empfangen und in Vereine eingeladen
- Betreubares Wohnen
- Ältere Menschen werden zu Hause betreut – können zu Hause bleiben, leistbar
- Pflegepersonen werden wertgeschätzt und besser entlohnt
- Besuchsdienste gegen Vereinsamung > Freiwillige, die sich um nicht mobile Personen kümmern (Karten spielen, vorlesen)

Ergänzungen

- Alternde Gesellschaft ist kein Tabuthema mehr, die Bevölkerung ist sensibilisiert
- Alte Menschen werden nicht entwurzelt und vereinsamen nicht
- Wertschätzung älterer Menschen durch passende Maßnahmen
- Bauvorschriften wurden geändert
- Es gibt mehr Betriebskindergärten, um Kinder mit zum Arbeitsplatz nehmen zu können (siehe Beispiel Norwegen)
- Betreute Wohnformen machen möglich, dass man auch mit über 75 Jahren da bleiben kann (Wohnformen die bis zum Lebensende funktionieren)
- Moderne Technik für Ältere (z.B. in Wohnungen und Häuser) ist durch starke Nachfrage leistbar geworden
- Verkehrsinfrastruktur wurde angepasst

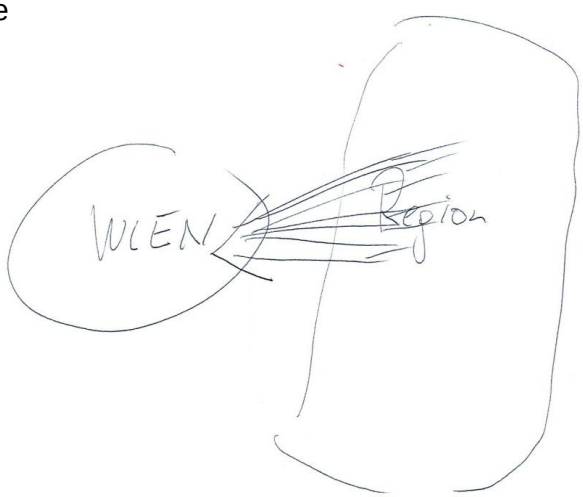
Negative Szenarien

Demografie gerechtes Bauen 2020/2030

- Ghettoisierung
- Altersheime am Ortsrand
- Verfallene Ortskerne
- Keine Nachnutzungskonzepte
- Planlose Verhüttelung / Trabantensiedlung
- Keine Nahversorgung
- Zerstörung der Ortsbilder / Charakter des Ortes
- Fehlende Altersbetreuung / Kundenbetreuung

Achse & Wirtschaftsstandort 2020/2030

- Kein Ausbau der Infrastruktur hat stattgefunden
- Keine Ansiedlung weiterer Leitbetriebe
- Marchfeld ist nur „Durchfahrtsstraße“ Wien - Bratislava



Erreichbarkeit 2020/2030

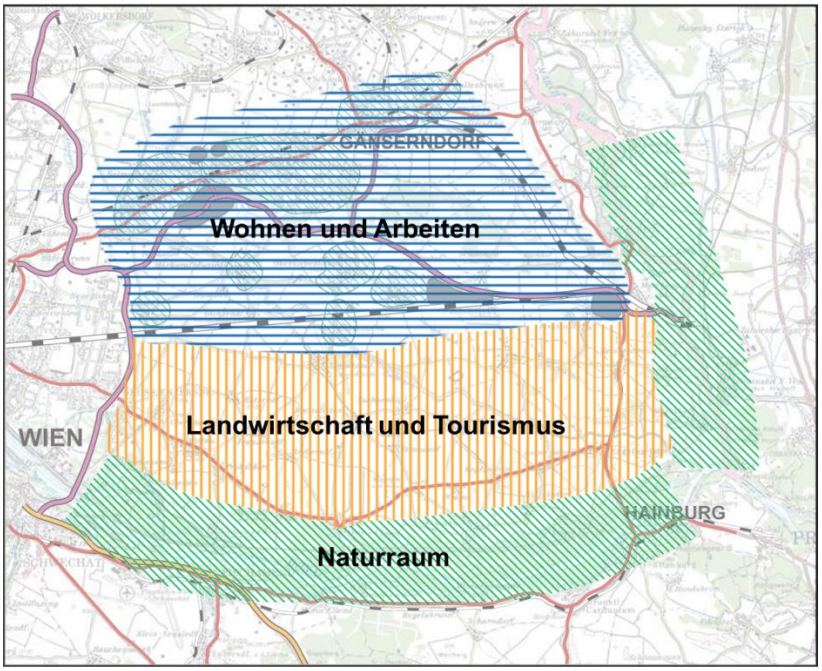
- Keine hochrangige Verkehrsachse
- Unkontrolliertes Wachsen des Individualverkehrs
- Keine politische Planung/Lenkung
- Weiteres „Sterben“ der Nebenbahnen
- Keine Querverbindungen

Soziale Infrastruktur & Nahversorgung 2020/2030

- Vereinsamung > jede/r lebt für sich
- Ältere Menschen werden ausgegrenzt und müssen wegen mangelnder Betreuung aus ihrer gewohnten Umgebung wegziehen
- Wohnungen werden billigst gebaut > nicht barrierefrei
- Vereine sterben aus
- Vereinsamung Älterer
- Anonyme Betreuung

Dreiteilung 2020/2030

Die Region bietet vielfältige Standortqualitäten.



Folgetermin

Datum Zeit Beschreibung

Datum	**Zeit**	**Beschreibung**
15.05.2014	17:30 Uhr	Szenarioworkshop II (Regionalbüro Marchfeld, Lassee)

PROTOKOLL SZENARIOWORKSHOP 2

Termin: 15. Mai 2014, 17:30 – 20:30 Uhr **Ort:** Regionalbüro Marchfeld, Lassee

TeilnehmerInnen

(siehe TeilnehmerInnen-Liste)

Ablauf

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

Reminder

Beim ersten der beiden Workshops wurden die wichtigsten Einflussfaktoren erarbeitet, die für die Entwicklung der Region Marchfeld durch den demografischen Wandel maßgeblich sind.

Diese wurden zu vier Schwerpunkten zusammengefasst:

- Demografie gerechtes Bauen
- Achse & Wirtschaft
- Erreichbarkeit
- Soziale Infrastruktur und Nahversorgung

Im Zuge der Vorbereitungen zum zweiten Workshop wurden die Schwerpunkte „Achse & Wirtschaft“ und „Erreichbarkeit“ zu einem Schwerpunkt „Achse, Wirtschaft & Erreichbarkeit“ zusammengefasst. Außerdem wurde ein zusätzliches Schwerpunktthema „Integration & Zusammenleben“ hinzugefügt, welches ausschlaggebend für die Entwicklungen im Marchfeld ist.

Gemeint ist hier zum einen die Integration von ZuzüglerInnen aus dem In- und Ausland. Zum anderen auch die Integration der Jugend und der älteren Bevölkerung (in das Dorfleben, in das Vereinsleben etc.).

Anhand dieser Schwerpunkte wurden in einem zweiten Schritt positive und negative Szenarien für die Region gezeichnet, wie sie 2020/2030 eintreten könnten (siehe Protokoll I).

Ergebnisse der 1. Arbeitseinheit: Erfolgskriterien

Welche Erfolgskriterien sollten wir definieren, anhand derer wir 2020 bzw. 2030 bewerten können, ob die Entwicklung im Marchfeld positiv oder negativ verlaufen ist!?

Demografie gerechtes Bauen & Wohnen

- Bevölkerungszahl steigt
- Wanderungsbewegungen insgesamt werden weniger (weniger „Fluktuation“ der HauptwohnsitzerInnen)
- Bessere Durchmischung der Bevölkerung (Stichwort: Altersstruktur)
- Ortskerne sind revitalisiert

Achse, Wirtschaft & Erreichbarkeit

- Anzahl der Betriebe insgesamt
- Mehr Dienstleistungsbetriebe
- Anteil der KMU an der Gesamtzahl der Unternehmen (KMU schaffen mehr Arbeitsplätze)
- Anzahl der Arbeitsplätze
- Anzahl der Lehrlinge in der Region (sind auf öffentlichen Verkehr angewiesen)
- Fahrzeiten und Frequenzen der öffentlichen Verkehrsverbindungen
- Anteil der Kaufkraft, die in der Region bleibt
- Anzahl alternativer Verkehrsmittel (z.B. Elektrofahrräder) und der Ladestellen
- Verhältnis Arbeitsplätze zu Wohnbevölkerung
- Ein- und Auspendleranteil
- Stellenwert der Landwirtschaft (bleibt hoch)

Integration & Zusammenleben

- Grad der Zusammenarbeit der Gemeinden
- Zusammensetzung der Gemeinderäte (z.B. Frauenanteil, Jugendanteil)
- Wertschätzung des Ehrenamtes
- Anzahl der Vereine und deren Mitglieder
- Aktive Ansprache neuer Vereinsmitglieder
- TeilnehmerInnen bei kommunalen und regionalen Festen
- Anzahl der sozialen Treffpunkte (1 pro Gemeinde)
- Anzahl der sozialen Aktivitäten (1 pro Woche)
- Anzahl und Qualität der überregionalen Kultur-, Kunst-, und Sportangebote
- Konzepte für die Ansprache und Integration von ZuzüglerInnen erstellt und realisiert
- Nachbarschaftshilfe

Soziale Infrastruktur & Nahversorgung

- Jede Gemeinde hat einen Nahversorger (z.B. Hofladen)
- Anzahl und Qualität der Aktivitäten der Elternvereine
- Anzahl der öffentlichen Plätze für Jugendliche
- Tagesfrequenz der Plätze für Jugendliche
- Anzahl der Freizeit- und Kulturangebote
- Region wird von der Bevölkerung vermehrt als Naherholungsgebiet wahrgenommen

Ergebnisse der 2. Arbeitseinheit: Handlungsempfehlungen

Damit man diese Messkriterien erreicht, braucht es Projekte und konkrete Handlungen!

Welche Maßnahmen braucht es, damit positive Szenarien Realität werden?
Was braucht es, damit die negativen Szenarien nicht Wirklichkeit werden?

Demografie gerechtes Bauen & Wohnen

Innen statt außen

Ziel	Ortskernbelebung
Zielgruppe/n	Kommunen
Kurzbeschreibung	Gemeinden kaufen leer stehende Grundstücke im Ortskern, um betreubare Wohnformen anzusiedeln. Kostengünstige Mieten für Nahversorger & Cafés. Sozialtreff im Zentrum der Gemeinden. Gute Information für sachgemäße Ortskernsanierung.
Leadpartner	Gemeinde
Weitere Partner	Land NÖ, LEADER-Management, Betriebe, ...

Wohnbau für Generationen

Ziel	Ältere und jüngere Bevölkerung bleibt in den Gemeinden wohnhaft.
Zielgruppe/n	Jungfamilien, Personen ab dem 50. Lebensjahr
Kurzbeschreibung	Angebot an günstigen Wohnungen für Jüngere und Ältere („Startwohnungen“ für einen neuen Lebensabschnitt). Konzepte für Haus-Wohnungstausch (Generationentausch: Junge ziehen in ihre „erste Wohnung“; nach der eigenen Familiengründung ziehen sie zurück ins Elternhaus und diese übernehmen die Wohnung). Ausbau der Nachbarschaftshilfe. Gemeinsame Wohnformen für junge Familien und ältere Personen (gegenseitige Hilfestellung durch Generationenwohnen). Informationskampagne der Gemeinden als oberste Baubehörde für barrierefreies Bauen .
Leadpartner	Baugenossenschaften
Weitere Partner	Gemeinden, Hilfsorganisationen (Hilfswerk, Rotes Kreuz, …)

Bequem Wohnen im Marchfeld

Ziel	Mehr Bewegungsfreiraum im Marchfeld. In Anlehnung an die Vision „Positionierung der Region Marchfeld als Grün- und Wohnraum zwischen Wien & Bratislava“.
Zielgruppe/n	Baumeister, Architekten, Betriebe im Bau- und Baunebengewerbe.
Kurzbeschreibung	Schulung von regionalen Baumeistern / Architekten / Handwerksbetrieben Richtung „bequemeres“ Bauen (am besten kombiniert mit Energiefragen). Das Wissen geben sie als Spezialservice an die Hausbauer weiter. Informationsbroschüre mit regionalen Betrieben, welche von den Gemeinden an alle „neuen“ Hausbauer u. Sanierer im Vorfeld verteilt wird. Beratung für Hausbauer, wenn ein Grundstück gekauft wird oder bei der Erstinformation im Bauamt. (Vielleicht gibt es auch eine Förderung?)
Leadpartner	Wirtschaftskammer – Handwerksinnungen
Weitere Partner	Firma Glorit in Groß-Enzersdorf als Kooperationspartner im Bereich Fertigteilhaus für „bequemes“ Wohnen

Achse, Wirtschaft & Erreichbarkeit

Sanfter Tourismus

Ziel	Mehr Tagestourismus aus Wien und Bratislava durch gemeinsame Aktivitäten der Städte und Gemeinden.
Zielgruppe/n	Touristen aus Wien und Bratislava, BewohnerInnen, Familien und Sportbegeisterte aus der Region
Kurzbeschreibung	Erstellung von Angebotspaketen: Kultur-Angebote (mit den Schlössern gemeinsam), Marchfeld-typische Landwirtschafts-Angebote, BIO-Angebote, Sportangebote (z.B. Schlössermarathon) Verbesserung und Ausweitung des Gastronomie-Angebotes (dringend notwendig, v.a. optisch) Vermarktung des Sommernachtsballs „Programm Marchfeld“ fasst alle regionalen Angebote zusammen
Leadpartner	?
Weitere Partner	Golfzentrum Raasdorf, Raiffeisenbank

Integration & Zusammenleben

Guter Informationsaustausch

Ziel	Regions- / Gemeindemappe
Zielgruppe/n	Zugezogene
Kurzbeschreibung	Jeder neu Zugezogene erhält eine Regionsmappe mit allen Informationen plus Gutscheine. Tag der offenen Tür bei Vereinen. Auch Wegziehende werden mit einem positiven Give-away beschenkt.
Leadpartner	Region / Gemeinden
Weitere Partner	Vereine, Freizeiteinrichtungen, Wirtschaftskammer

Marchfelder Wandertag

Ziel	BewohnerInnen (ZuzüglerInnen, Jugendliche) lernen das Marchfeld, seine Ortschaften und Sehenswürdigkeiten besser kennen.
Zielgruppe/n	Alteingesessene und Zuwanderer
Kurzbeschreibung	Wandertag einmal im Jahr zu Fuß, mit dem Rad, mit Skates, Segways Mit Begleitfahrzeug (z.B. Traktor-Shuttle). Bewirtung am Hauptplatz mit regionalen Produkten. Wanderroute, Wanderkarte, Anstecknadeln, Stempelkarten. Präsentation der örtlichen Wirtschaft und der Vereine. Persönliche Einladung der Bgm. an Zugezogene. Weg (Straßen) ist gesperrt.
Leadpartner	LEADER-Region Marchfeld
Weitere Partner	Gemeinden, Vereine, Wirtschaft, Landwirtschaft, Tourismus, Medien, Banken

Soziale Infrastruktur und Nahversorgung 2020/2030

Kurze Wege zur Nahversorgung

Ziel	Regionale Produkte fördern und bekannter machen.
Zielgruppe/n	Ansässige Bevölkerung und Ausflügler
Kurzbeschreibung	Bestandserhebung der Nahversorger und der InteressentInnen. Beratung bzgl. Kredite, Förderungen etc. Gemeinsames Marketing Publizierung der Standorte.
Leadpartner	WKO
Weitere Partner	Land NÖ, gü. Förderungen, Gemeinden, Tourismusverbände

Gemeindezusammenarbeit

Ziel	Vernetzung der Gemeinden des Marchfelds, um kommunale Stärken besser zu nutzten und Schwächen besser auszugleichen. Aber auch um Identität zu stärken: „Wir sind Marchfelder“
Zielgruppe/n	Gemeindepolitiker, Gemeindeverwaltungen sowie MarchfelderInnen
Kurzbeschreibung	Austausch von kommunalen Ressourcen. Durchführung von Stärken-Schwächen-Analyse und Bedarfsanalyse. Zusammenführung von Ergebnissen. Kreativ-Workshops für Lösungsansätze. Einbindung der Jugend – vor allem die Zugezogene , damit sie sich besser integrieren und stärker vernetzen. Nutzung der Stärken und Synergien: Lebensqualität in Wohngemeinden, Infrastruktur in Großgemeinden, Freizeitgestaltung, Vereine arbeiten enger zusammen. Kooperationen bei Betreuung (Kinder, ältere Menschen), Wohnbau, Kläranlagen, …
Leadpartner	Gemeinden, Politik
Weitere Partner	Universitäten, HAKs, Gymnasien

Kinderbetreuung im Schloss Eckartsau

Ziel	Ausbau der Kleinkinderbetreuung zwischen ½ und 2 Jahre.
Zielgruppe/n	Ansässige Familien mit Kindern zwischen ½ und 2 Jahren in der Nähe der Gemeinde Eckartsau, die erwerbstätig und ohne familiäre Unterstützung in der Kinderbetreuung sind.
Kurzbeschreibung	Nutzung des Schlosses in Eckartsau. Verein als Projektträger. Betreuung von ca. 25 Kindern. Infrastruktur ist bereits vorhanden.
Leadpartner	NÖ Hilfswerk
Weitere Partner	Gemeinde, Hilfsorganisationen

Gelebte Nachbarschaftshilfe

Ziel	Auf- und Ausbau der Nachbarschaftshilfe innerhalb von Siedlungen.
Zielgruppe/n	BewohnerInnen einzelner Siedlungen, junge Familien mit Kindern, ältere Personen
Kurzbeschreibung	Ältere Personen übernehmen die Kinderbetreuung innerhalb der Siedlung bzw. der Ortschaft. Jüngere BewohnerInnen übernehmen die Einkäufe etc. für die SeniorInnen und immobile Menschen der Ortschaft. Organisation von Fahrgemeinschaften.
Leadpartner	Verein
Weitere Partner	Gemeinde, LEADER-Region, Hilfsorganisationen

Ausblick

iCommunity

Es soll ein Netzwerk von interessierten Personen entstehen, die auch zukünftig gemeinsam aktiv an dem Thema weiterarbeiten wollen und die darüber hinaus als MultiplikatorInnen auftreten.

Um auch bewusst über den Tellerrand hinaus zu blicken, laden wir dazu in allen von der Wallenberger & Linhard Regionalberatung betreuten LEADER-Regionen ein. Die detaillierte Kommunikationsstruktur wird bei Projektende feststehen.

Nächste Schritte

In den nächsten Monaten werden alle Ergebnisse der Regionsanalyse, der Studien- und Literaturrecherchen, der Interviews und der Workshops analysiert und zu einem Erstbericht zusammengefasst. Dieser wird dann mit der Prozesssteuerungsgruppe der LEADER-Region diskutiert, adaptiert und zu einem endgültigen Schlussbericht in drei Bände weiterentwickelt:

- Band 1: Ablauf – Analyse – Ausgangssituation
- Band 2: Beteiligung – Einschätzungen - Anregungen
- Band 3: Maßnahmen – Empfehlungen - Beispiele

ABSCHLUSSBESPRECHUNG

Termin: 25. September 2014, 10.00 – 12:00 Uhr **Ort:** Lassee

Die LEADER-Aktionsgruppe, vertreten durch GF[in] Susanne Gugerell, Michaela Hnidek und Obmann Bürgermeister DI Karl Grammanitsch, traf sich am 25. September 2014 mit dem beauftragten Team der Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH (GF Josef Wallenberger und Mag.[a] Nina Sillipp) zur Abschlussbesprechung im Regionalbüro Lassee.

Im Rahmen dieser Sitzung wurde der Endbericht zum Demografie-Check der LEADER-Region Marchfeld, gegliedert in drei Bände, vorgestellt und besprochen. Vorrangig wurden die darin beschriebenen und empfohlenen fünf Pilotprojekte vertiefend bearbeitet: Was sind die nächsten Schritte, wer könnte die Trägerschaft und wer die Partnerschaften für die einzelnen Projekte übernehmen.

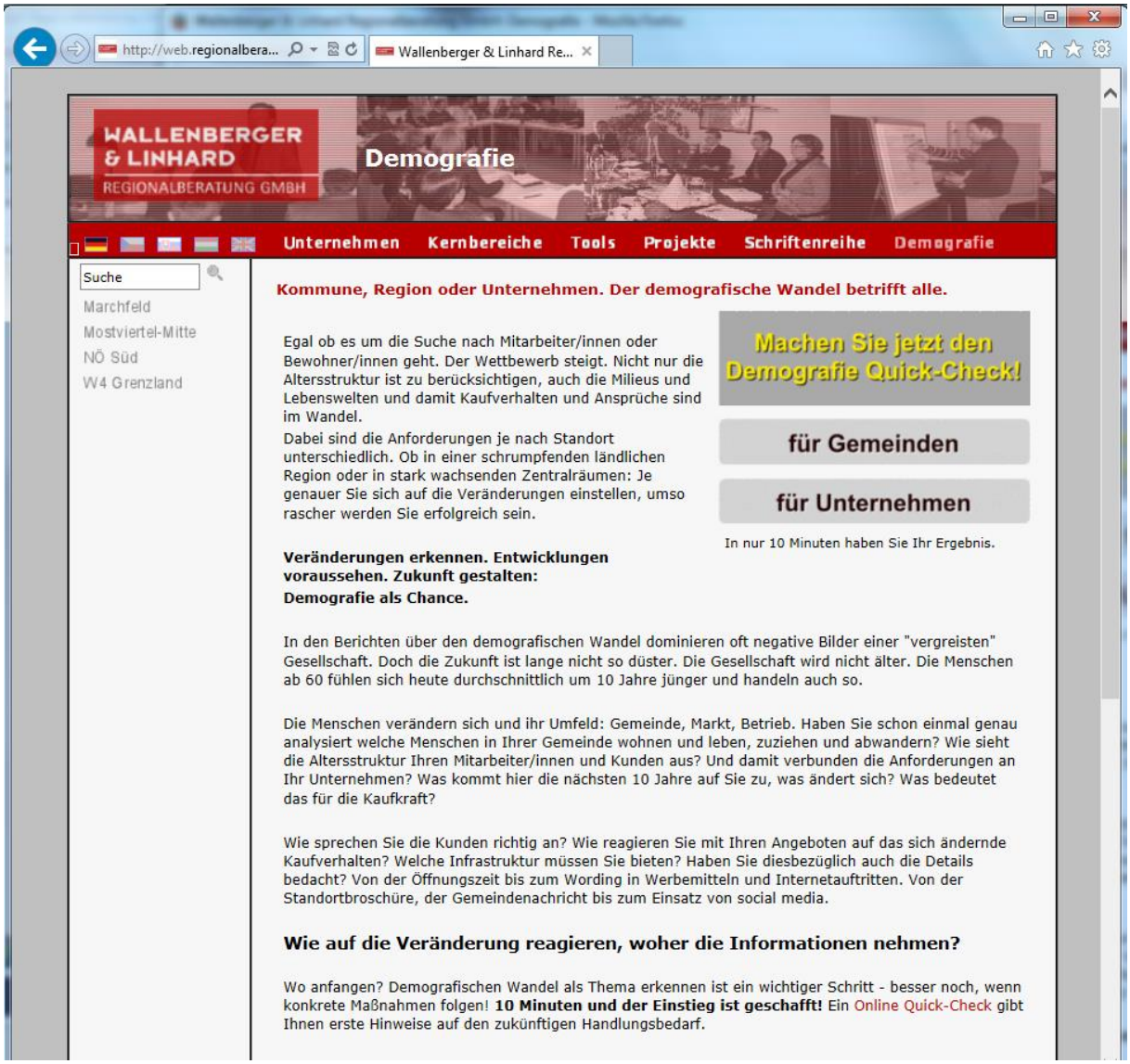
Die Inputs aus dieser Sitzung wurden im Anschluss von der Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH in den Bericht eingearbeitet.

Das fertige Dokument wurde am 29. September 2014 an das Regionalbüro und an den Obmann der LEADER-Region übermittelt.

DEMOGRAFIE QUICKCHECKS FÜR GEMEINDEN

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

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



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

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

ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK

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

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

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

Gemeinde	Antw.	Allgemein	Wirtschaft, Arbeit	Politik, Verwaltung	Gesundheit, Alter	Wohnen, Siedlungsentw.	Jugend, Bildung	Infrastruktur, Mobilität	Freizeit, Ehrenamt	Gesamt
Lassee	1	🟢	🟡	🟡	🟡	🟢	🟡	🟡	🟢	102,0
Eckartsau	1	🟢	🟡	🟡	🟡	🟡	🟡	🟡	🟢	98,0
Parbasdorf	1	🟢	🟡	🟡	🔴	🟡	🟢	🟡	🟢	96,0
Strasshof	1	🟡	🟡	🟡	🟢	🟡	🟡	🔴	🟢	89,0
Weiden	1	🟡	🔴	🟡	🟡	🟡	🟡	🟡	🟡	89,0
Weikendorf	1	🟡	🔴	🟡	🟡	🟡	🟢	🔴	🟢	84,0
Glinzendorf	1	🟡	🟡	🟡	🔴	🟡	🟡	🟡	🔴	80,0
Raasdorf	1	🟡	🟡	🟢	🟡	🟡	🟡	🔴	🔴	78,0
Mannsdorf / Donau	5	🟡	🔴	🔴	🔴	🔴	🔴	🔴	🔴	59,0
Markgrafneusiedl	1	🔴	🔴	🔴	🔴	🔴	🟡	🔴	🟡	56,0

Stand: 10.09.2014

EINSCHÄTZUNGEN AUS DEN ERGEBNISSEN DER QUICKCHECKS

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

Teilnahme

Nur 10 der 23 Gemeinden haben teilgenommen (43,5 %).

- Gemeinde Mannsdorf an der Donau: 5 Personen
- Rest: 1 Person

Kategorien-Ranking (grün / gelb / rot)

Die besten 3

- Freizeit und Ehrenamt (5 / 2 / 3)
- Allgemein (3 / 6 / 1)
- Jugend und Bildung (2 / 7 / 1)

Die schlechtesten 3

- Infrastruktur und Mobilität (0 / 5 / 5)
- Wirtschaft und Arbeit (0 / 6 / 4)
- Gesundheit und Alter (1 / 5 / 4)

Gemeinderanking (Punkte)

Die besten 3

- Lassee (102)
- Eckartsau (98)
- Parbasdorf (96)

Die schlechtesten 3

- Markgrafneusiedl (56)
- Mannsdorf / Donau (59)
- Raasdorf (78)

Erkenntnisse

Die Gemeindeergebnisse liegen nicht so weit auseinander, wie in anderen Regionen. Die Ergebnisse sind relativ gleichmäßig verteilt. Der Großteil der Gemeinden liegt im oberen Mittelfeld im Bereich von 78-102 Punkten. Nur die Gemeinden Mannsdorf und Markgrafneusiedl sind mit 59 und 56 Punkten relativ weit darunter.

Da für Mannsdorf 5 TeilnehmerInnen und bei allen anderen nur 1 TeilnehmerIn den Quickcheck ausgefüllt haben, kann man davon ausgehen, dass die Werte für Mannsdorf realistischer sind. Der Rest sind eher Einzelmeinungen.

Im Vergleich zu anderen Regionen liegt die Einschätzung der TeilnehmerInnen der LEADER-Region Marchfeld im Mittelfeld.

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

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

.

INTERVIEWS MIT REGIONALEN ORGANISATIONEN UND BETRIEBEN

Um Einschätzungen regionaler Organisationen und Betriebe zu erhalten, wurden zwischen März und Juli 2014 zehn telefonische Interviews von jeweils mindestens 30 Minuten mit zehn Schlüsselpersonen durchgeführt.

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

ZUSAMMENFASSENDE ERKENNTNISSE AUS DEN INTERVIEWS

Allgemein

Die ersten Gedanken zum Thema „Demografischer Wandel" sind überwiegend „Veränderung“, „älter werden“ und „Zuzug“. Im Vergleich mit anderen untersuchten Regionen sind die spontan geäußerten Begriffe positiver besetzt.

Umgang mit dem Thema Demografie

Alle befragten Personen halten das Thema für wichtig für die Region.
Aber weniger als ein Drittel glaubt, dass die Region gut darauf vorbereitet ist.
Interessant ist, dass die Bewertungen "sehr" und "gar nicht" nie genannt wurden.

Positive Erwartungen[1]:

[1] Je öfter ein Begriff genannt wurde, desto größer wird er dargestellt.

Negative Erwartungen:

Unternehmen

Für den Großteil der befragten Unternehmen ist das Thema wichtig.

Bei der Mehrheit der befragten Unternehmen befassen sich die Führungskräfte mit dem Thema und viele haben bereits entsprechende Maßnahmen gesetzt.

Viele haben bereits altersgerechte Arbeitsplätze definiert und unterstützen bei der Gesundheitsvorsorge.

Die meisten Unternehmen übernehmen soziale Verantwortung für ihre MitarbeiterInnen. Vor allem die Hilfsbereitschaft in Ausnahmesituationen ist groß.

Die befragten Unternehmen legen Wert auf umweltfreundliches Wirtschaften. Die meisten konnten diesbezüglich konkrete und bewusst durchgeführte Aktivitäten nennen.

Überraschend ist, dass es offenbar keinem der befragten Unternehmen leicht fällt, ausreichend Arbeitskräfte zu finden.

Gemeinden

Es wurden insgesamt nur zwei Gemeindevertreter befragt. Beide gaben an, dass im Gemeinderat das Thema Demografischer Wandel überhaupt nicht diskutiert wird.

Außer bei der Unterstützung ehrenamtlicher Arbeiten schätzen die befragten Gemeindevertreter die Kompetenz ihrer Gemeinden in Sachen Demografischer Wandel eher schlecht ein.

Besonders in den Bereichen Standortmarketing, Gemeindekooperation und bei der Frage der Nachnutzung potentiell leer stehender Gemeindegebäude gibt es noch Nachholbedarf.

Thesen-Check

Die meisten denken, dass die Region an wirtschaftlicher Attraktivität und Bedeutung gewinnen wird.

Die Stimmung der Unternehmen ist durchschnittlich - weder sehr gut noch sehr schlecht.

Alle Befragten sind überzeugt, dass die Landwirtschaft in der Region weiterhin sehr wichtig sein wird.

Ebenfalls fast alle sind sich darin einig, dass die Verkehrsinfrastruktur besser werden muss, wenn der Standort weiterhin attraktiv sein soll. Lediglich einer der Befragten ist überhaupt nicht dieser Meinung.

Fast alle können keine klaren Schwerpunkte für die wirtschaftliche Entwicklung der Region erkennen.

Auch die Aktivitäten für den Wirtschaftsstandort auf Regionsebene empfinden die meisten als wenig ausreichend.

Die Unterstützung der Gemeinden für Unternehmen wird als gut, aber nicht herausragend bewertet.

SENSIBILITÄTSANALYSE

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

Wichtige Wirtschaftsorganisationen:[2]

Wichtige Wirtschaftspersonen:

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

Wirtschaftshemmnisse:

Tourismusbelebung:

Leitbetriebe im Handel:

Leitbetriebe im Handwerk:

Leitbetriebe in der Dienstleistung:

Leitbetriebe im Tourismus:

Leitbetriebe in der Industrie:

Leitbetriebe im Bereich Energie:

FRAGEN AN DIE INTERVIEWPARTNERINNEN

1. *Daten der Interviewpartner*

Name des Interviewers

Name des Interviewpartners

Unternehmen / Organisation des Interviewpartners

Gemeinde des Interviewpartners

(Leader)Region des Interviewpartners

Interviewpartner ist in erster Linie ...

- ○ UnternehmerIn
- ○ GemeindevertreterIn
- ○ BürgerIn

Zeit und Ort des Interviews

Ort

Datum

Uhrzeit von-bis

Dauer in Stunden

Form des Interviews

- ○ telefonisch / Skype / Hangout
- ○ persönlich
- ○ schriftlich
- ○ sonstiges

2. *Allgemeine Fragen zum demografischen Wandel*

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

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

- ○ sehr wichtig
- ○ eher wichtig
- ○ weniger wichtig
- ○ unwichtig

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

- ○ sehr
- ○ etwas
- ○ kaum
- ○ gar nicht

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

- ○ sehr
- ○ etwas
- ○ kaum
- ○ gar nicht

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

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

3. Fragen an UnternehmerInnen

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

- ○ sehr
- ○ etwas
- ○ kaum
- ○ gar nicht

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

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

Mit welchen Maßnahmen übernimmt Ihr Unternehmen soziale Verantwortung für die MitarbeiterInnen?

Mit welchen Maßnahmen fördert Ihr Unternehmen umweltfreundliches Wirtschaften.

4. *Fragen an GemeindevertreterInnen*

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

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

5. Fragen an BürgerInnen

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

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

6. Fragen zur wirtschaftlichen Entwicklung der Region

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

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

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

Handel

Handwerk

Dienstleistung

Tourismus

Produzierendes Gewerbe / Industrie

Energie

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

die wichtigsten Organisationen

die wichtigsten Personen

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

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

Was hemmt ihrer Meinung nach die wirtschaftliche Entwicklung der Region?

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

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

7. Zum Abschluss

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

	Ja	Unsicher	Nein
Via Internet-Erhebung Fragen beantworten	○	○	○
in Arbeitsgruppen mitarbeiten	○	○	○

WORKSHOP MIT TOURISMUSBETRIEBEN DER REGION: „WIE DEMOGRAFIE-FIT SIND SIE?

Termin: 21. August 2014 **Ort:** Lassee
Referenten: Mag. Arnold Oberacher und Marcus Linford, MA MITHM

Ergebnis-Auswertung des Kurz-Checks der TeilnehmerInnen des Praktiker-Workshops „Wie Demografie-fit sind Sie?“

Vorbemerkung:
Aufgrund der Anzahl der TeilnehmerInnen bzw. der vor Ort ausgefüllten Fragebögen (10 Stk.) stellt diese Befragung keine repräsentative Erhebung, sondern lediglich den Status quo der TeilnehmerInnen dar.

ZUM THEMA „DEMOGRAFIE“

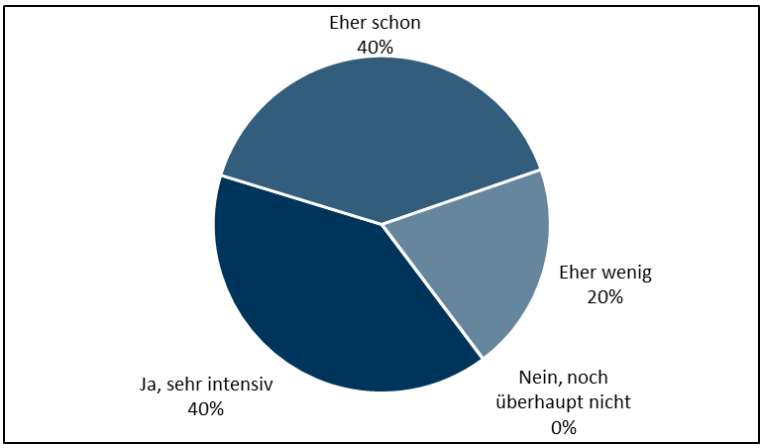
Was verstehen Sie unter dem Begriff „Demografie“?

Bei der Frage nach dem allgemeinen Begriffsverständnis „Demografie“ gab es von den zehn Workshop - TeilnehmerInnen neun verschiedene Nennungen:

- „Altersmäßige Verteilung in einer Region“
- „Bevölkerung, Haushalte in Region, Mortalitätsrate/Geburtenrate“
- „Charakterisierung der Bevölkerung: Alter, Geschlecht, Herkunft, Ausbildung …“
- „Entwicklung der Bevölkerung nach Altersstrukturen, soziales Umfeld …“
- „Wandel in unserer Gesellschaft“
- „Gesellschaftlicher Wandel der Altersstruktur“
- „Bevölkerungsstruktur“ wurde zweimal genannt
- „Bevölkerungsverteilung“
- „Nichts“

Hier herrscht durchaus noch Informations- und Sensibilisierungspotenzial, um den allgemeinen Begriff „Demografie“ für alle verständlicher zu machen.

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



Die TeilnehmerInnen dieses Workshops haben sich alle bereits zumindest etwas mit der, für die Befragung relevanten Zielgruppe auseinandergesetzt.

Als Art der Auseinandersetzung werden folgende Begriffe genannt:

- Durch familiäre Verhältnisse
- Werbung, Verkaufsgespräche
- Studium
- Angebotsentwicklung
- Freizeitverhalten
- Internetrecherchen, Besucherumfragen
- Erarbeitung von Programmen/Angeboten im Bereich Lebenslanges Lernen, Regionsentwicklung, Demografie-Check

Ihre Schätzung: ab welchem Alter ist man „alt"?

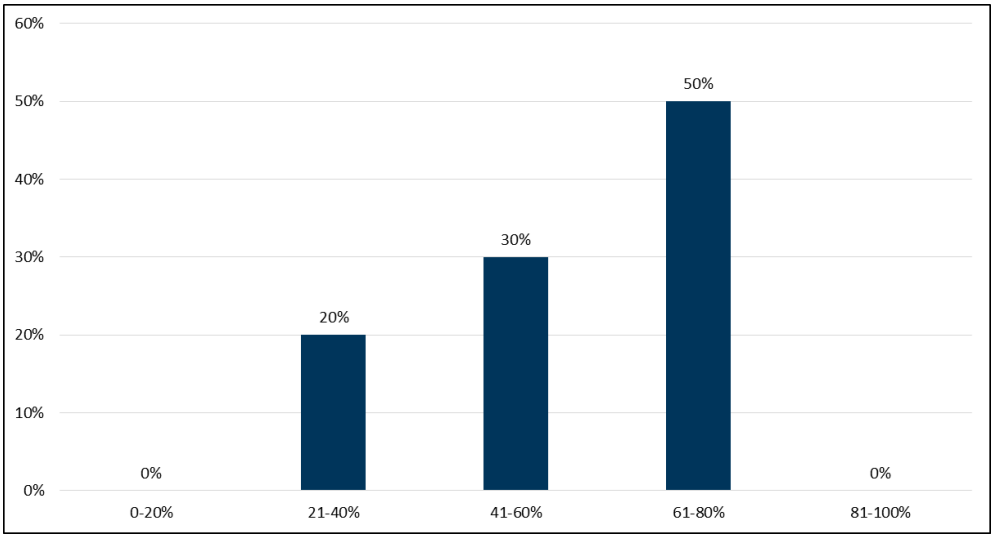
Die Workshop-TeilnehmerInnen geben an, dass man durchschnittlich mit 72 Jahren „alt" ist.

Wie alt sind Sie selber?

Das durchschnittliche Alter der Workshop-TeilnehmerInnen selbst liegt bei rd. 45 Jahren, wobei ca. 30% der Befragten selbst in die Zielgruppe der Menschen über 50 Jahren fallen würden.

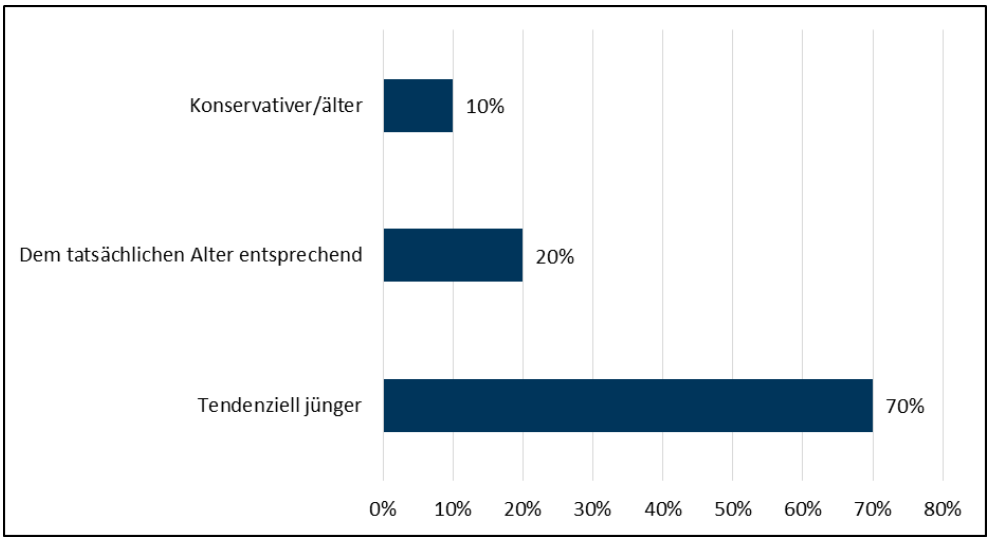
DEMOGRAFIE UND TOURISMUS

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



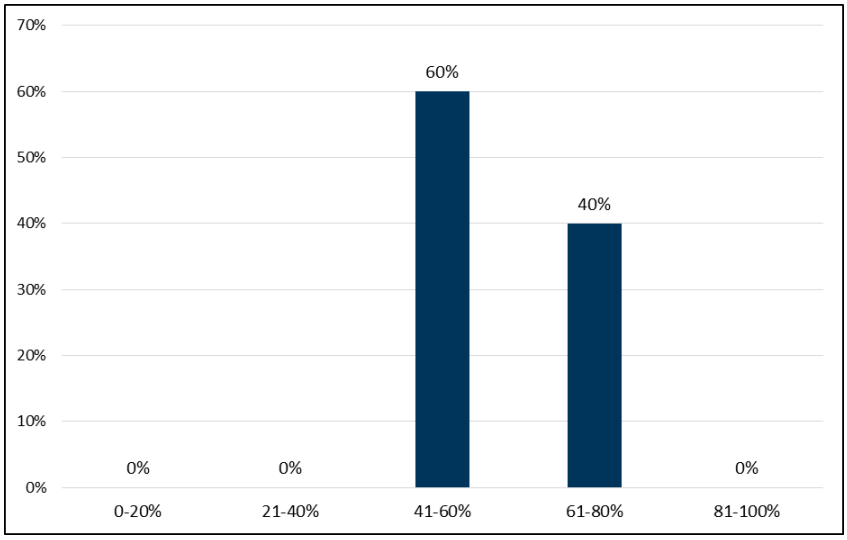
Das Wertschöpfungspotenzial der Zielgruppe der über 50-Jährigen liegt, laut statistischem Referenzwert bei ca. 60%. 20% der Befragten TeilnehmerInnen schätzen diesen zwischen 21 und 40% ein, 30% zwischen 41 und 60% und die Hälfte der TeilnehmerInnen zwischen 61 und 80%. Somit stuft der Großteil dieses Potenzial richtig ein.

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



Das Konsumverhalten der Zielgruppe wird von 70% der Workshop-TeilnehmerInnen mit „Tendenziell jünger“ absolut richtig eingeschätzt. Die restlichen 30% der Befragten liegen mit ihrer Beurteilung, dass sich diese dem tatsächlichen Alter entsprechend bzw. konservativer/älter in Hinblick auf Konsum verhalten falsch.

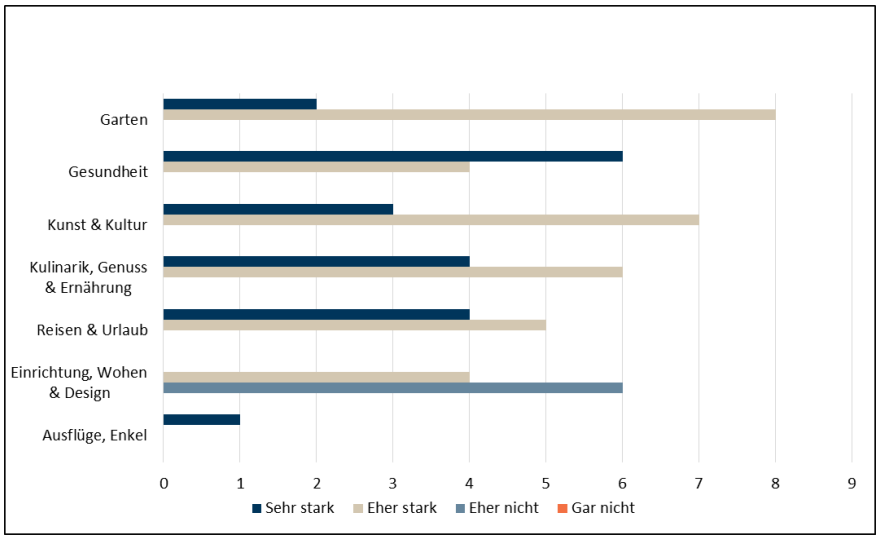
Im deutschsprachigen Raum (AT & DE) unternehmen ca. 70% aller Menschen jährlich einmal oder öfter eine Urlaubsreise. Wie hoch schätzen Sie den Anteil der Menschen über 50 Jahre ein (in %), die einmal oder mehrmals im Jahr eine Urlaubsreise unternehmen?



Der statistische Referenzwert für die Urlaubsintensität der Zielgruppe 50+ liegt bei rd. 75%.

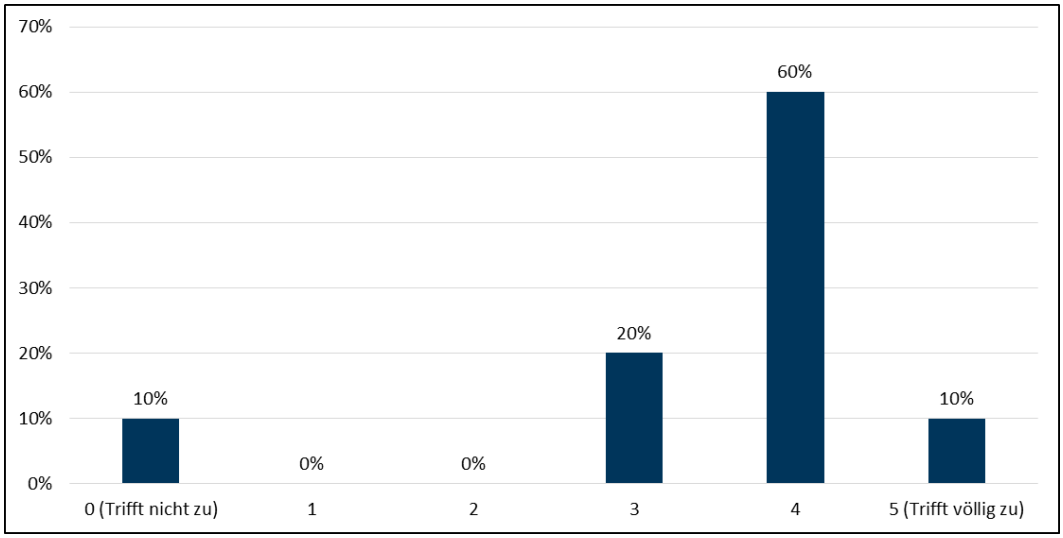
Die Einschätzung der Workshop-TeilnehmerInnen liegt, in Bezug auf die Urlaubsintensität der älteren Menschen, somit größtenteils falsch, nur 40% schätzen diesen Wert richtig ein.

Für welche touristisch relevanten Themen interessieren sich Ihrer Meinung nach über 50-Jährige besonders?



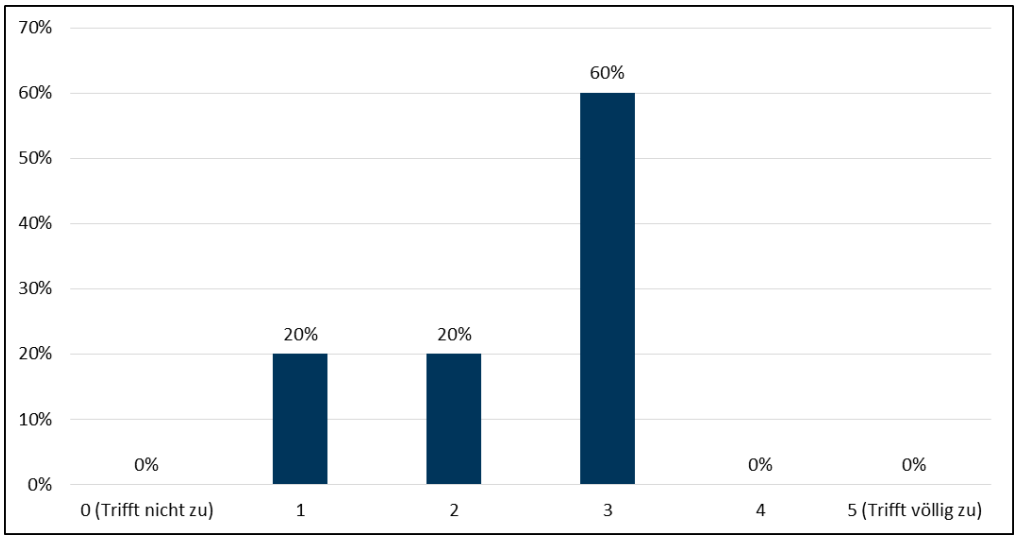
Für die relevante Zielgruppe der über 50-Jährigen spielen insbesondere Themen wie „Gesundheit“, „Garten“, „Kulinarik, Genuss & Ernährung“ sowie „Reisen & Urlaub“ eine große Rolle. Diese Themen werden auch von den Befragten mehrheitlich als am Relevantesten für diese Gruppe angegeben. Die zukünftige Angebots- und Produktentwicklung sollte eben diese Themen berücksichtigen.

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



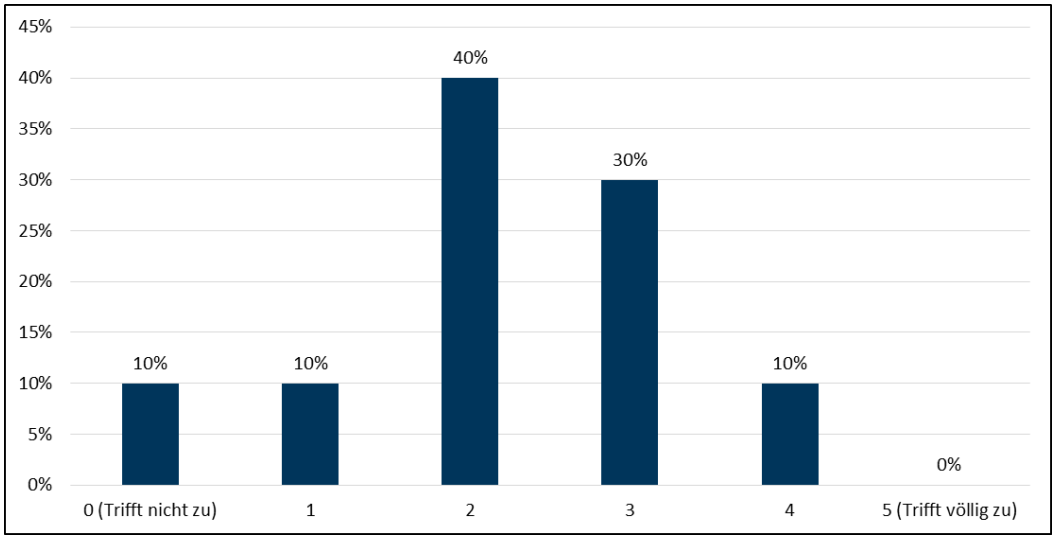
Die Suche nach selektiven, explizit auf die über 50-Jährigen angepassten Produkten ist keinesfalls, im Gegensatz zur Meinung der meisten Workshop-TeilnehmerInnen ein Merkmal der Zielgruppe. Diese bevorzugen integrative Produkte im „universal design“. Lediglich 10% schätzen dies richtig ein.

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



Die Tendenz der TeilnehmerInnen bei der Frage nach der Suche von tendenziell klassischeren, traditionelleren und konservativeren Produkten und Angeboten ist hierbei richtig. Die Zielgruppe der über 50-Jährigen orientiert sich, wie das tendenziell jüngere Konsumverhalten bereits vermuten lässt, am Lifestyle der Jüngeren.

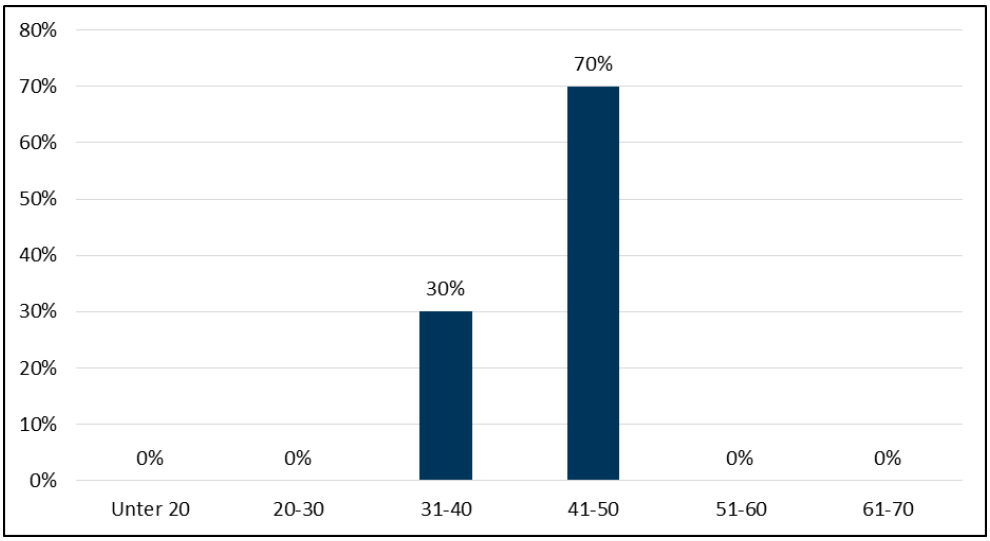
Gäste über 50 fühlen sich bei gleichaltrigen Angestellten im direkten Gästekontakt (Rezeption, Restaurant, etc.) wohler:



Gäste 50+ fühlen sich, aufgrund des impliziten Sicherheits- und Gewohnheitsgefühls bei gleichaltrigen angestellten im direkten Gästekontakt wohler. Die TeilnehmerInnen des Workshops sind sich in Bezug auf diese Frage absolut uneinig.

IHR BETRIEB / IHR UNTERNEHMEN

In Ihrem Betrieb / Unternehmen: wie alt sind Ihre MitarbeiterInnen durchschnittlich?



Die MitarbeiterInnen der Befragten sind, laut der Einschätzung von 70%, durchschnittlich zwischen 41 und 50 Jahre alt. In den restlichen 30% der Betriebe in denen die TeilnehmerInnen tätig sind liegt das Durchschnittsalter gar noch tiefer bei 31 bis 40 Jahren.

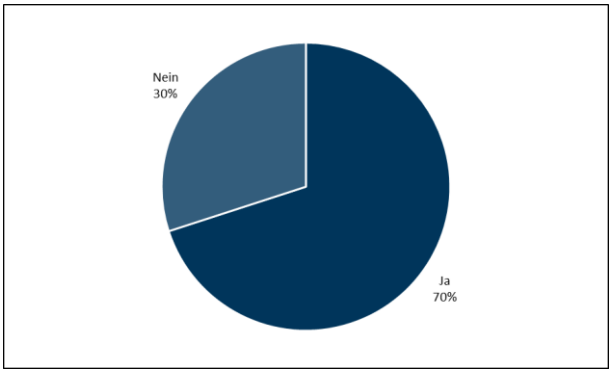
Welche Vor- bzw. Nachteile verbinden Sie mit dem Einsatz älterer MitarbeiterInnen (= über 50) im Tourismusbetrieb?

Obwohl das durchschnittliche Alter der MitarbeiterInnen in den Betrieben der Workshop-TeilnehmerInnen mit unter 50 Jahren angegeben wurde, nennen 70% der TeilnehmerInnen positive Eigenschaften von älteren MitarbeiterInnen. Insbesondere die „Erfahrung der älteren MitarbeiterInnen“ wird hierbei vom Großteil als deutlicher Vorteil angegeben – aber auch „Gelassenheit“ wurde oft genannt.

Lediglich 40% geben auch Nachteile in Bezug auf den Einsatz von älteren MitarbeiterInnen im Tourismus an, diese beziehen sich auf die veränderten physischen Eigenschaften sowie die geringere Anpassungsfähigkeit an Veränderungen.

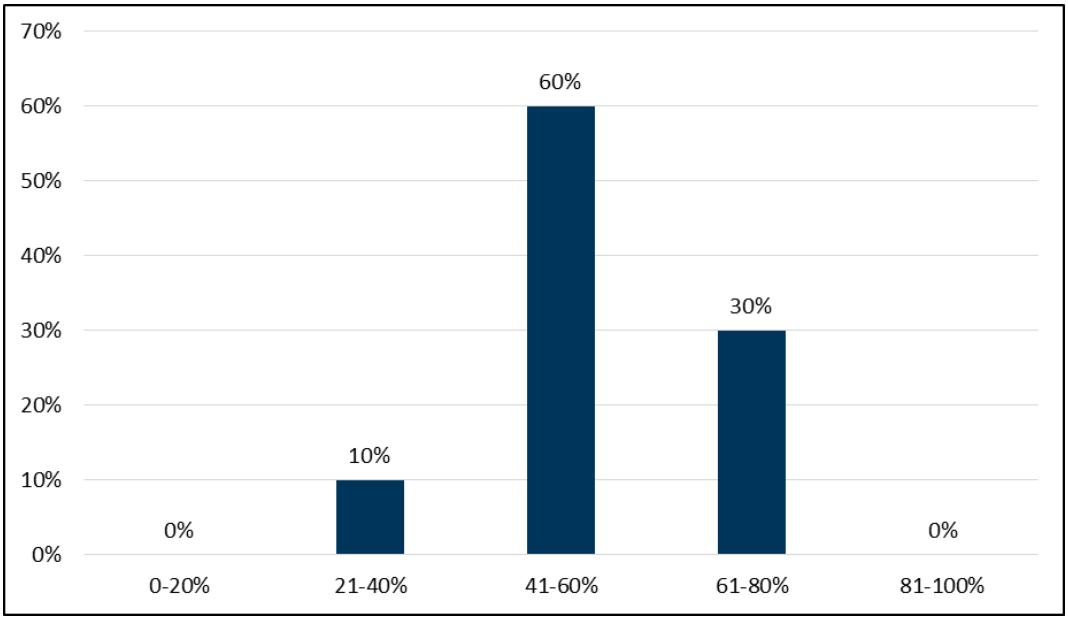
INTERNET, MARKETING & SOCIAL MEDIA

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



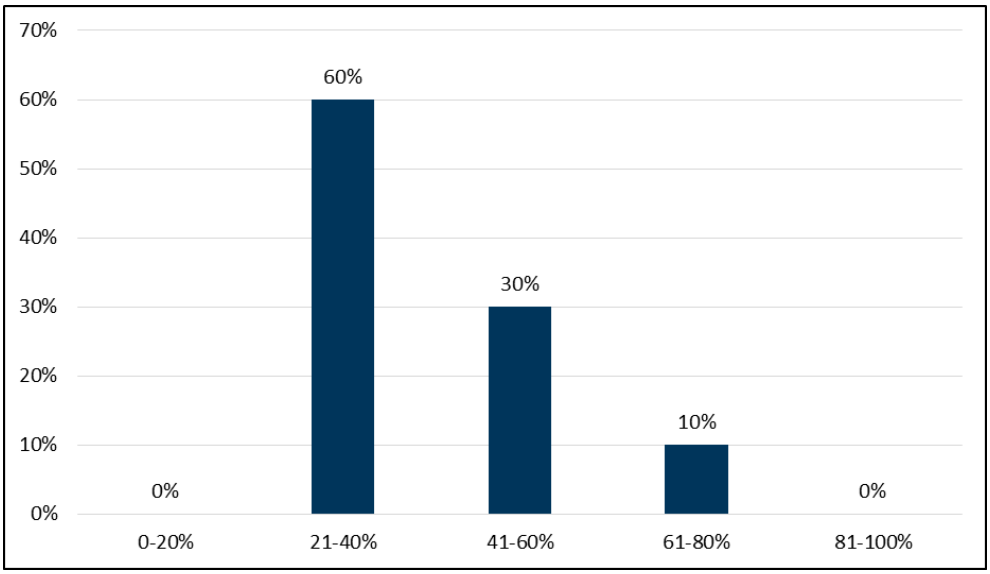
Die Online-Kontaktpflege gilt für die Zielgruppe der über 50-Jährigen als wichtigster Anreiz für die regelmäßige Internetnutzung. Die befragten Workshop-TeilnehmerInnen erachten diese zu 70% als zweckmäßig und liegen somit in ihrer Einschätzung absolut richtig. Nur 30% unterschätzen den Stellenwert dieser Kontaktpflege.

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



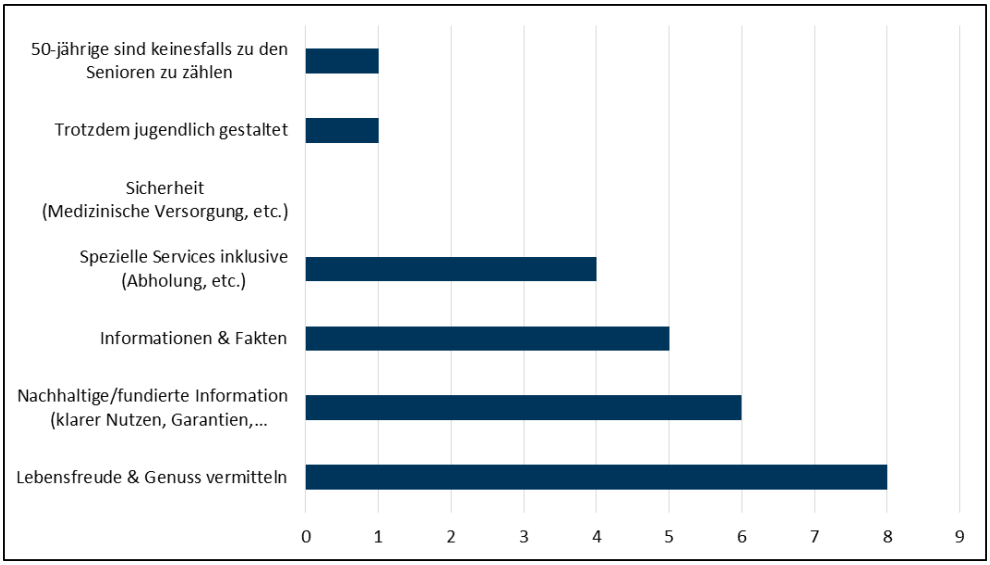
In Bezug auf die regelmäßige Internetnutzung der Menschen zwischen 50 und 60 Jahren stimmt die Einschätzung von 70% der Workshop-TeilnehmerInnen nicht mit dem statistischen Referenzwert, der hierbei bei rd. 75% liegt, überein. Lediglich 30% der Befragten schätzen die Zielgruppe bezüglich dieses Wertes richtig ein.

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



Auch die Internetnutzung der über 60-Jährigen wird von lediglich 30% der Workshop-TeilnehmerInnen richtig eingeschätzt, da dieser laut statistischem Referenzwert bei ca. 50% liegt. Über die Hälfte der Befragten unterschätzt diesen Wert und 10% liegen mit ihrer Annahme über dem Wert.

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



Um gezielt Werbung für die über 50-Jährigen zu gestalten achten 80% der Befragten auf die „Vermittlung von Lebensfreude & Genuss“, aber auch die „Darstellung von nachhaltigen/fundierten Informationen“ und „allgemeine Informationen & Fakten“ werden noch stark berücksichtigt.

Somit handeln die meisten der Befragten richtig, da eben diese Bereiche in der Werbemittelgestaltung für die Zielgruppe der über 50-Jährigen eine besondere Rolle spielen. Darüber hinaus sollten jedoch auch spezielle inkludierte Services sowie Sicherheitsaspekte in der Gestaltung stärker berücksichtigt werden.

ANHANG: FOLIENSATZ ZUR PRÄSENTATION DER AUFTAKTVERANSTALTUNG

ANHANG: TEILNEHMERINNENLISTEN DER SZENARIOWORKSHOPS

ANHANG: FOLIENSATZ ZUR PRÄSENTATION DES PRAKTIKER-WORKSHOPS „WIE DEMOGRAFIE-FIT SIND SIE?“