

LesensWert



INFORMATIONSBLETT NR. 2/2012 | P.B.B. | ZN 05Z036084 M | VERLAGSPOSTAMT: 3100 ST. PÖLTEN | HERAUSGEGEBEN VOM REGIONALVERBAND NOE-MITTE

DIE BEDEUTUNG VON STRATEGIE IN DER GEMEINDE- UND REGIONALENTWICKLUNG

Strategie – oder die PS im Auto

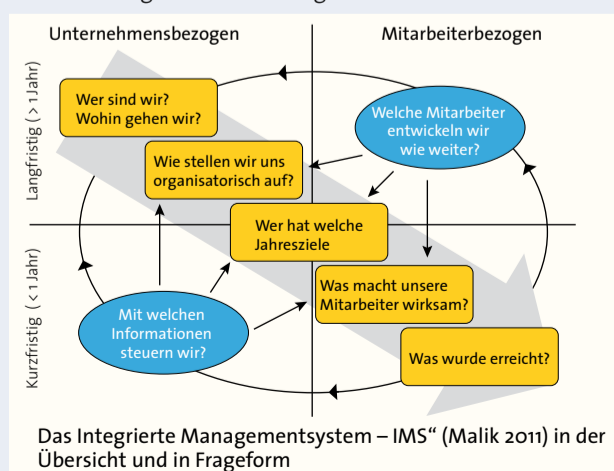


Wer braucht eine Strategie? Ein Unternehmen? Eine Gemeinde? Eine Region oder gar ein regionaler Entwicklungsverband? Und: was ist das überhaupt, eine Strategie? Spätestens am Ende dieses Artikels werden Sie diese Fragen selbst beantworten.

Davor frage ich Sie aber was ganz anderes: Braucht ein Auto PS? Und wenn ja, wie viele? Was sind überhaupt PS? Wenn ich die Motorhaube öffne, können Sie mir die PS zeigen? Nun, Sie spüren schon, die Antworten auf die Fragen sind nicht eindeutig. Ein Auto braucht nicht zwangsweise PS, je nachdem wofür ich es verwende. Als Design- und Nostalgieobjekt im Museum sind die PS nicht erforderlich. Das Auto als Gerät zur Distanzüberwindung braucht PS, besser mehr als weniger. Und beim Auto als Balzgerät sind die PS wohl ein entscheidender Faktor. PS braucht es also dann, wenn bestimmte Ergebnisse erreicht werden sollen. Wahrscheinlich stimmen Sie mit mir überein, dass es im Management ganz wesentlich darum geht, Ergebnisse zu erzielen. Dann braucht es also so etwas wie PS.

Was im Auto die PS sind, ist in Organisationen die Strategie. Die PS sind die messbare Leistung, die aus dem optimalen Zusammenspiel von Motor, Zylinder, Hubraum, Getriebe, Wellen, Dimensionen der Räder, uvm. resultiert. Nur wenn all das gut zusammenspielt und aufeinander abgestimmt ist, kommt die volle Kraft auf die Straße. Für die Strategie einer Organisation gilt das Gleiche: durch das Zusammenspiel verschiedener Elemente entsteht ein

kraftvolles, gewolltes Ergebnis. Aber: ein Porsche mit 450 PS kann seine Kraft auf einem holprigen Güterweg nicht entfalten. Und auch die beste Strategie einer Organisation ist kraftlos, wenn andere nötige Voraussetzungen nicht vorhanden sind. Wie müssen uns also zuerst einmal ein vollständiges Bild davon machen, was für das richtige Funktionieren von Organisationen – oder besser ausgedrückt für das „Management von Menschen in Organisationen“ notwendig ist. Malik (2011) hat das in seinem „Integrierten Management System – IMS“ meisterhaft dargestellt. Vor allem für PraktikerInnen wird das IMS so richtig verständlich, wenn man die Fachbegriffe durch Fragen ersetzt, wie es in nachfolgender Abbildung ersichtlich ist.



Editorial

Bgm. LAbg. Dr. Martin Michalitsch,
Obmann Regionalverband noe-mitte

2

LEBENSWERTE SCHAFFEN

Strategie im Regionalverband noe-mitte

„Auf dem Weg zum Selbst“: Unsere Basis für nachhaltig erfolgreiche Arbeit

3

kurz & bündig

Die Kolumne von DI Reinhard M. Weitzer

3

Kooperationsprojekt „Unternehmen entdecken in NÖ-Mitte“

SchülerInnen von heute als Fachkräfte von morgen ... in NÖ-Mitte

4

Pilgrimage AT-HU

4

Diplomarbörse: geographische Ausweitung

4

Aktuelles zum Kommunalen Bildungsmanagement

4

NOE MITTENDRIN

Aufbruch in einen neuen Bergsommer

Die Niederösterreichische Landesausstellung 2015

5

ÜBER DIE GRENZEN

Knowledge economy

Creating urban knowledge hotspots?

6

ASHOKA Österreich

Gesellschaftlichen Herausforderungen begegnen

6

IM NETZWERK

Kleinregionsstrategien 2013–2015 in Niederösterreich

Was Wanderleute und Kleinregionen gemein haben

7

Strategien zur räumlichen Entwicklung der Ostregion Österreichs

Herausforderungen der räumlichen Entwicklung begegnen

7

SERVICECORNER

DurchstarterInnen, Service, Glossar

8

Impressum

2

Editorial



Foto: H. Schloßer, www.beam-coaching.com

Liebe LeserInnen!

Der Regionalverband noe-mitte arbeitet langfristig und strategisch, darauf sind wir stolz. Dieser Ansatz prägt nicht nur unsere Projekte, sondern auch unser gesamtes Handeln für die Hauptregion NÖ-Mitte. Wie wir dabei vorgegangen sind und dabei LebensWerte schaffen, können Sie auf Seite 3 nachlesen. Um zu unterstreichen, wie wichtig wir Strategien erachten, haben wir die gesamte Ausgabe LesensWert 2/2012 unter dieses Motto gestellt. Strategie pur von Seite eins bis Seite acht: machen Sie sich ein Bild von den vielen positiven Facetten, die Strategien haben, und vor allem deren Nutzen für alle gesellschaftlichen Organisationen – von Schulen, Universitäten über Krankenhäuser bis hin zu Verwaltungsbehörden, Kulturorganisationen, Gemeinden und Regionen. Was ein Blick auf die PS im Auto bringen kann, erläutert kurzweilig der Leitartikel „Strategie – oder die PS im Auto“. Die Niederösterreichische Landesausstellung 2015, unter anderem im Pielachtal, wirft bereits ihre Schatten voraus: Kurt Farasin, Geschäftsführer der Niederösterreichischen Landesausstellung, schildert, wie das Motto dieser Landesausstellung „Eroberung der Alpen – Natur & Technik“ das Bild der europäischen Alpen verändert hat und wo die Zukunft für eine Nachhaltige Entwicklung dieser Region liegen kann (S 5).

Aber weil wir nicht nur fachlich strategisch ausgerichtet sind, nehmen wir auch auf die mögliche Umstellung der Besteuerung unserer Arbeit bedacht. Aus budgetären Gründen werden unsere Printprodukte LesensWert und Jahresbericht 2013 pausieren. Wir arbeiten in gewohnter Qualität – und strategisch vorausschauend – weiter und wünschen Ihnen in diesem Sinne frohe Weihnachten und ein lebenswertes Jahr 2013!

Bgm. Dr. Martin Michalitsch
Obmann Regionalverband noe-mitte

Ihre Meinung ist uns wichtig!

Gerne veröffentlichen wir in LesensWert Anregungen und Kommentare. Wir behalten uns eine redaktionelle Bearbeitung vor. Ihre Beiträge senden Sie bitte an den Regionalverband noe-mitte (Postanschrift im Impressum) oder per E-Mail an lesenswert@noe-mitte.at.

Die Redaktion

IMPRESSUM

Herausgeber:
Regionalverband noe-mitte,
3100 St.Pölten, Josefstraße 46a Top 5
ZVR-Zahl: 604655996
Tel: +43 (0) 27 42/71 800 Fax: DW 40
E-Mail: office@noe-mitte.at,
www.noe-mitte.at
Redaktion:
Mag. Christian Berger (cb),
Alexandra Köszali (ak),
Mag.^a Karin Peter (kp),
DI Reinhard M. Weitzer (rw)

Lektorat: Mag.^a Karin Peter
Gestaltung: www.pflegergrafik.at
Druck: Eigner Druck, 3040 Neulengbach

Fortsetzung von Seite 1

Die Abbildung zeigt eine weitere, sehr wichtige Regel, die in der Praxis meist nicht befolgt wird. Beachten Sie bitte die Richtung des Pfeils von *links oben nach rechts unten*. Wir sehen dabei, welche Arbeitsschritte zuerst kommen müssen und welche diesen nachfolgen. Wir alle kennen jede Menge Beispiele, wo Personal- oder Strukturdebatten geführt werden, ohne sich zuerst die Strategie genauer anzusehen. Ein Paradebeispiel dafür ist für mich die österreichweite Diskussion über *Gemeindefusion oder Gemeindekooperation*. Geführt wird eine *Strukturdebatte*: „Ist die derzeitige und kleinteilige Struktur der österreichischen Gemeinden noch geeignet, den heutigen und zukünftigen Anforderungen gerecht zu werden?“ Im Sinne des „Integrierten Management Systems“ muss vor der Strukturdebatte jedoch eine *Strategiedebatte* geführt werden, wobei unter anderem folgende Fragen gestellt werden müssten:

- Was ist der hauptsächliche Zweck einer Gemeinde?
- Hat sich dieser Zweck in den letzten 50 Jahren geändert und wie müsste er heute formuliert werden?
- Was sind die Aufgaben einer Gemeinde? Womit beschäftigt sich heute eine Gemeinde und womit sollte sie sich beschäftigen?
- Wer sind die KundInnen und wofür bezahlen diese (welcher Nutzen wird für sie gestiftet)? Welche und wie viele KundInnen hat man in den letzten 10 Jahren verloren/gewonnen? Weiß man hinreichend genau warum?
- Was ist der wirkliche Bedarf der KundInnen?
- Wohin kommen wir, wenn wir so weitergehen und wohin sollten wir gehen? Ist ein Richtungswechsel angesagt?
- Wie stellen wir uns organisatorisch auf? Mit wem könnten/sollten wir zusammenarbeiten? Hier – und erst hier – stellt sich die Frage nach Fusion oder Kooperation.
- ...

Strategie sind PS – und sonst noch was?

Ja. Der Vergleich mit den PS eines Autos zeigt eine wichtige Dimension von Strategie: die Entfaltung ihrer Kraft, die durch das harmonische Zusammenspiel vieler Elemente entsteht. Aber es gibt auch noch andere wichtige Dimensionen der Strategie.

„Strategie ist richtiges Handeln, wenn wir nicht wissen, wie die Zukunft sein wird, und dennoch handeln müssen, wobei auch nichts zu tun ein Handeln ist.“ (Malik F.)

„Strategie handelt nicht von zukünftigen Entscheidungen, sondern von der Zukunftswirkung heutiger Entscheidungen, zu denen auch die Nicht-Entscheidungen gehören.“ (Drucker P.)

Beide Sätze umschreiben auf ihre Weise den Kern von Strategie. Malik betont mehr das richtige Handeln unter dem Aspekt, dass wir nie alles wissen, was wir wissen müssten. Wir leiden unter einem ständigen Mangel an Information und Wissen, weil unsere heutigen hochkomplexen und vernetzten Systeme prinzipiell nicht durchschaubar sind und sich oft rascher verändern, als man selbst entscheiden kann. Wenn wir alles wüssten, was wir für weitreichende Entscheidungen brauchen, dann wäre keine Strategie nötig, sondern nur gewöhnliche Planung, nämlich das Ableiten von Konsequenzen aus den Daten der Vergangenheit.

In Peter Druckers Position findet sich der eminent hoffnungsvolle Gedanke, dass wir die Zukunft aktiv gestalten können und sie nicht passiv erdulden müssen. Für die Führungsverantwortlichen von Organisationen resultiert daraus der ethische *Leadership-Auftrag* dies auch zu tun, denn sie haben die Mittel und die Macht dazu.

Daher liegt die *Zuständigkeit für die Strategie* eindeutig bei den Führungsverantwortlichen der jeweiligen Organisation. BürgermeisterIn und Gemeindevorstand, Obfrau/mann, Vereinsvorstand

und GeschäftsführerIn, das sind die Organe einer Organisation, die beim Antritt ihres Amtes feststellen müssen, ob eine Strategie vorhanden und noch zeitgemäß ist. Gegebenenfalls müssen sie für die Überarbeitung oder Neuarbeitung der Strategie sorgen. Mit einer richtig gemachten Strategie steuern sie die Organisation und lassen den MitarbeiterInnen freie Hand bei der operativen Umsetzung der Maßnahmen (im Tagesgeschäft).

Mit dem Zweck den Erfolg programmieren

Erster und wesentlicher Bestandteil jedweder Strategie ist die klare und präzise Formulierung des Zwecks der Organisation. Es gibt nur eine richtige Zweckentscheidung für Organisationen. Diese lautet: Zweck der Organisation ist die Transformation von Ressourcen (z. B. Wissen) in Nutzen für KundInnen. Und Nutzen sind in diesem Fall alle Arten von Problemlösungen. Ein Beispiel gefällig?

Für die Initiative „Südburgenland – ein Stück vom Paradies“ (Zusammenschluss von 40 Genuss Betrieben) sollte eine robuste Strategie entwickelt werden, mit der die Initiative auf eigene Beine kommt und nachhaltig lebensfähig ist. Der erste und wichtigste Arbeitsschritt war die präzise Formulierung des Geschäftszwecks. Die Entscheidung fiel auf: „Wir helfen den Paradies Betrieben mit Genuss Geld zu verdienen“. Leidenschaftliche Befürworter gab es für einen zweiten Vorschlag mit folgender Formulierung: „Unser Geschäft ist die weitere Entwicklung der Betriebe und die Vernetzung des Südburgenlandes“. Es lässt sich gut spüren, dass jede dieser Formulierungen in eine andere Richtung geht – keine ist richtig oder falsch. Die *klare Formulierung* des Geschäftszweckes bestimmt, welche Aktivitäten im Jahresablauf gesetzt werden und welche nicht. Die Bestimmung des Geschäftszweckes ist die schwierigste Aufgabe, die sich im Rahmen einer Strategieerarbeitung stellt. Die Beteiligten empfinden die Diskussion darüber anfänglich als theoretisch, akademisch und philosophisch. Das ist verständlich, aber es ist dennoch eine der wichtigsten Fragen, die im Vorstand zu diskutieren und zu entscheiden ist; sie braucht Zeit und etwas Abstand zum Tagesgeschäft.

Nach der Zweckentscheidung folgt noch wesentliche Detailarbeit, bei der es vorrangig darum geht, konkrete Orientierungs- und Steuerungsgrößen zu etablieren, an Hand derer die Steuerung und Überwachung der Strategie erfolgt – was hier nicht weiter vertieft wird.

Resümee

Das heißt: alle gesellschaftlichen Organisationen – Schulen, Universitäten, Krankenhäuser, Verwaltungsbehörden, Kulturorganisationen und auch Gemeinden und Regionen – benötigen eine Strategie. Sie müssen dieselben Fragen stellen, wenn es um die Bestimmung ihrer grundsätzlichen Richtung geht. Und nur darauf gestützt sind richtige Planungen, richtige Entscheidungen und richtiges Handeln möglich.

Strategie und strategisches Denken fußen auf der Annahme: „Was immer jetzt und heute existiert, es wird sich verändern, auch wenn wir heute noch nicht einmal ahnen können, wann auf welche Weise“.

Der Hauptzweck von Strategie und strategischer Führung ist die Schaffung erwünschter Zustände und die Vermeidung von unerwünschten, gefährlichen und letztlich desaströsen Entwicklungen in der jeweiligen Organisation.

Deshalb stellen auch Sie sich schnell die Frage: Braucht meine Organisation eine (überarbeitete) Strategie?

DI Franz Schlögl

Strategie- und Projektberatung für Gemeinden und Regionen, www.schloegl.co.at

Der Artikel kann in gesamter Länge auf www.noe-mitte.at nachgelesen werden.

Verwendete Literatur: Malik F. (2011). *Strategie. Navigieren in der Komplexität der neuen Welt.* Campus Verlag Frankfurt / New York

STRATEGIE IM REGIONALVERBAND NOE-MITTE

„Auf dem Weg zum Selbst“: Unsere Basis für nachhaltig erfolgreiche Arbeit

„Auf den Weg zum Selbst“ haben wir uns im Regionalverband noe-mitte im Jahr 2006 gemacht. Das ist vielleicht ein ungewöhnlicher Titel für eine Strategie, doch transportiert er vieles vom Wesen unserer Regionsphilosophie (Strategie und mehr!). Wir haben auf unseren Regionalverband noe-mitte zugeschnittene Visionen und Ziele formuliert. Wir haben auch definiert, wofür wir stehen wollen und schließlich auch den Weg angegeben, wie wir dorthin kommen.

Vision, Ziele und Selbstverständnis

Zur Erinnerung unser Selbstverständnis und unsere Vision: Im Regionalverband noe-mitte sehen wir unser Handeln als integrierten Beitrag zur gesellschaftlichen Gesamtentwicklung und agieren als eine politisch-strategische Plattform für Fragen der Regionalentwicklung. Unser Handeln orientiert sich an höchsten ökologischen, ökonomischen und sozialen Standards – für eine nachhaltige Zukunft. Dazu nutzen wir unsere Kernkompetenzen: Lobbying, Strategieentwicklung, Projektentwicklung, regionale Koordination und Wissenstransfer. Diese Kompetenzen setzen wir für die Menschen in der Region ein und wollen für sie dauerhaft „LebensWerte“ schaffen und Spannungen zwischen wirtschaftlichem Erfolg und sozialer Verantwortung ausgleichen. Wenn Sie mehr über unsere Regionsphilosophie und unser Leitbild erfahren möchten, besuchen Sie die Homepage www.no-e-mitte.at. Unter „Über uns“ werden Sie fündig.

Erfolgsrezepte für unsere Strategie

Aus heutiger Sicht ist unsere Strategie erfolgreich, weil

- sie auf ein solides Fundament von gemeinsamen Haltungen und Werten gestellt wurde
- sie ein guter Mix aus Fachexpertise und qualifizierter Beteiligung von MultiplikatorInnen ist
- die eigenen regionalen Stärken identifiziert und mit Megatrends „versöhnt“ wurden
- der Fokus auf wenige und die richtigen (!) thematischen Schwerpunkte gelegt wurde
- bei der Operationalisierung durch Projekte konsequent auf Kooperationen gesetzt wurde.

Was sich hier so flüssig liest, war natürlich Ergebnis vielschichtiger und kontinuierlicher Prozesse, die zu führen es rückblickend im wahrsten Sinne des Wortes wert waren. Über unsere Projekte und deren Erfolge haben wir in unseren Medien immer wieder berichtet. Auszeichnungen wie der Meilenstein – Dr. Erwin Pröll Zukunftspreis 2012 und Pilotprojekte, die zu landesweiten Initiativen gemacht wurden, zeigen, dass der eingeschlagene Weg richtig ist.



Foto: fotoliade

Jede/r kann sich auf den Weg zum Selbst machen**Robust und flexibel**

Natürlich sind Strategien nichts Statisches. Gerade in der Regionalentwicklung (hier ist ja die „Entwicklung“ schon im Begriff enthalten) sind Strategien fast wie lebende Organismen zu sehen. Sie müssen sich über Jahre hinweg immer wieder an geänderte Rahmenbedingungen anpassen bzw. angepasst werden, damit sie „überlebensfähig“ und funktionsfähig bleiben. Gerade bei größeren Neuerungen wie z. B. der Zuschlag für eine Landesausstellung, die Novelle der Gemeindeordnung oder die Änderung von Förderrichtlinien zeigt sich die Qualität von Strategien: Sie sind gut, wenn sie robust genug

„Qualitativ hochwertige Strategien zeichnen sich dadurch aus, dass sie robust genug gefasst sind, um ihr Wesen in der Substanz nicht zu verlieren. Gleichzeitig müssen sie flexibel genug sein, um Veränderungen zu berücksichtigen.“

sind, um ihr Wesen in der Substanz nicht zu verlieren und wenn sie gleichzeitig flexibel genug gestaltet sind, um Veränderungen (sogar) förderlich zu integrieren.

Rückblick und Ausblick

Jedenfalls braucht es neben der laufenden Anpassung eine periodische systematische Überprüfung von Strategien, damit allenfalls größerer Adaptierungsbedarf formuliert werden kann, Ziele, Wege und Ressourcen angepasst werden können. Im Regionalverband noe-mitte war es heuer im Frühjahr so weit. Im Rahmen einer moderierten Vorstandsklausur haben wir die letzten Jahre der Verbandsarbeit reflektiert und uns die Passfähigkeit von „Auf dem Weg zum Selbst“ für die künftig erwartbaren Herausforderungen näher angeschaut. Und siehe da, „Auf dem Weg zum Selbst“ passt nach wie vor ausgezeichnet und bedarf allenfalls Adaptionen, die sich mit dem neuen EU-Förderregime konkretisieren werden. Im Zusammenhang damit sind auch organisatorische Änderungen im Gesamtsystem der Regionalentwicklung möglich. Thematisch wird sich bei uns hingegen in den nächsten Jahren sicher nichts ändern. Unsere zwei Schwerpunkte „Wissensbasis-Lernen-Neue Bildung“ und

„Kinder und Jugendliche“ sowie deren Verknüpfung zu innovativen Projekten wird im Zentrum unserer Tätigkeit bleiben. Damit wollen wir auch weiterhin „LebensWerte schaffen“.

rw



Foto: Margit Kraus

kurz & bündig

Ich gebe es zu: Ich bin ein Strategiefan. Warum? Weil es einfach Sinn macht, sich bei langfristigen Anliegen auf gute verbindliche Ziele und auf den Weg zur Erreichung dieser Ziele zu einigen. Und dann ist natürlich gefragt, was die ehemalige Präsidentin der Österreichischen Nationalbank, Maria Schaumayer, so prägnant mit „Konsequenz und Kompetenz“ formuliert hat. Es freut mich an dieser Stelle festhalten zu können, dass wir im Regionalverband noe-mitte diese Rezepte erfolgreich angewandt haben. Mit unseren Spitzenthemen Jugend und Bildung liegen wir schon einige Jahre goldrichtig. Das hat zuletzt auch der Meilenstein – Dr. Erwin Pröll Zukunftspreis für unser Projekt Kommunales Bildungsmanagement unterstrichen. Die innovative Verknüpfung der beiden Themen schaffen wir in unseren neuen Projekten: „Unternehmen entdecken“ und der „Diplomarbetsbörse“. Aus Budgetgründen müssen wir 2013 unsere Printprodukte LesensWert und den Jahresbericht voraussichtlich aussetzen. Ich hoffe aber, dass Sie uns trotzdem gewogen bleiben und unseren elektronischen Newsletter noch intensiver nutzen als bisher! In diesem Sinne: „Keep in touch!“

Ihr Reinhard M. Weitzer

Foto: fotoliade



KOOPERATIONSPROJEKT „UNTERNEHMEN ENTDECKEN IN NÖ-MITTE“

SchülerInnen von heute als Fachkräfte von morgen ... in NÖ-Mitte

Neue Ansätze in der Fachkräftediskussion beschreitet der Regionalverband noe-mitte gemeinsam mit der FH St. Pölten. Beim Kooperationsprojekt „Unternehmen entdecken“ treten OberstufenschülerInnen der Region NÖ-Mitte und StudentInnen des Studiengangs „Industrial Simulation“ der FH St. Pölten als BeraterInnen von Unternehmen auf. Die SchülerInnen entwickeln ein Konzept für Betriebsbesichtigungen, die StudentInnen eine Computersimulation. Beide Zugänge werden pädagogisch speziell auf die Bedürfnisse von Kindern und Jugendlichen im Alter von 9 bis 13 Jahren zugeschnitten. Sie sollen durch neu konzipierte Betriebsbesichtigungen Einblicke in technische Berufsmöglichkeiten der Region erhalten. Erreichen will man das unter anderem mit Hilfe von Computersimulation, die technische Unternehmensprozesse leichter verständlich machen.

Die Idee für dieses Projekt wurde auf Basis der strategischen Schwerpunktthemen des Regionalverbands noe-mitte entwickelt und stellt eine Verbindung der beiden Themen „Kinder und Jugendliche“ und „Lebensgrundlagen – Ressourcen – Umwelt“ dar. Vielen SchülerInnen ist nicht bewusst, welche Perspektiven technische und natur-

„Ein Vorbeiquifizieren am regionalen Arbeitsmarkt wird verhindert.“

wissenschaftliche Ausbildungen in ihrer Region ermöglichen und welche attraktiven regionalen Beschäftigungsmöglichkeiten (= Lebensgrundlage) in diesem Bereich existieren. Hier setzt das Projekt an: Unternehmen werden sichtbar und kommunizieren ihren Bedarf an Facharbeitskräften besser. Ein „Vorbeiquifizieren“ an den Bedürfnissen des regionalen Arbeitsmarkts soll somit verhindert werden. Betriebsbesichtigungen werden durch das Projekt als strategisches Instrument zur



Foto: FH St. Pölten, Mark Hammer

mittel- bis langfristigen Personalrekrutierung eingesetzt.

Das Projekt hat eine Laufzeit von zwei Jahren und ist in zwei gleichartige Phasen gegliedert. In Phase 1 wird eine erste „Tranche“ von vier Unternehmen von StudentInnen der FH St. Pölten und von OberstufenschülerInnen analysiert und für Betriebsbesichtigungen mit pädagogischem Anspruch „fit gemacht“. In der zweiten Phase durchlaufen wiederum 4 Unternehmen denselben Prozess. Jeweils eine Oberstufenklasse und ein Unternehmen arbeiten dabei als Team.

Am 5. November 2012 fand an der FH St. Pölten die Kick-Off Veranstaltung für die erste Projektphase statt. Teilgenommen haben ca. 80 OberstufenschülerInnen des BG/BRG St. Pölten und der HAK St. Pölten und des BG/BRG Lilienfeld und VertreterInnen der Unternehmen Geberit (Pottenbrunn), Rohkraft (Sitzenberg-Reidling), Georg Fischer (Herzogenburg) und Indat (Rohrbach a.d. Gölsen), die von FH-Geschäftsführerin Dr. Gabriela Fernandes

SchülerInnen des BG/BRG St. Pölten (7. Klasse) in Aktion bei der Workshop-Session am 5.11.2012

und von unserem Obmann Dr. Martin Michalitsch begrüßt wurden. „Die Rolle der Oberstufenschüler im Projekt als Berater für die Unternehmen ist essentiell – niemand weiß so gut wie die jungen Leute selbst, wie man junge Zielgruppen am besten anspricht“, so Dr. Michalitsch.

Achtung: Wir suchen noch Unternehmen für die zweite Projektphase. Diese müssen einige Voraussetzungen mitbringen: es muss sich um KMU mit weniger als 250 MitarbeiterInnen handeln, die ihren Unternehmenssitz in der LEADER-Region „Donauland-Traisental-Tullnerfeld“ oder „Mostviertel-Mitte“ haben. Interessierte Unternehmen rufen bitte an oder mailen: 0676/81220329, berger@noe-mitte.at.

Das Projekt wird vom Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend und aus Mitteln der Europäischen Union (LEADER) gefördert. **cb**

Pilgrimage AT-HU



Am 4. und 5. Oktober 2012 fand in Sopron die Abschlusskonferenz dieses Gemeinschaftsprojektes zwischen dem Regionalverband noe-mitte und Ungarn statt. Ziel war die Etablierung eines grenzüberschreitenden Netzwerks von Pilgerwegen und -angeboten. Bei dem Treffen wurden die Projektergebnisse vorgestellt: die ungarischen Partner haben drei Pilgerwegvarianten von Westungarn nach Mariazell ausgewählt und im Laufe der Jahre 2011 und 2012 als „Marienwege“ markiert. Der Regionalverband entwickelte im Zuge des Projekts geführte Pilgerwanderungen entlang des Pilgerwegnetzes von Via Sacra/Wiener Wallfahrerweg – diese werden auch im Jahr 2013 wieder von Mostviertel Tourismus als buchbare Pakete angeboten – siehe auch www.viasacra.at.

Ihr Ansprechpartner: Christian Berger

Diplomarbörse: geographische Ausweitung



Das Pilotprojekt „Diplomarbörse NÖ-Mitte“ wurde geographisch ausgeweitet: wir kooperieren nun mit mehreren LEADER-Gruppen in Niederösterreich, weshalb das Projekt auch in „Diplomarbörse Regionalentwicklung“ umbenannt wurde. Als erstes sichtbares Ergebnis dieser Zusammenarbeit findet im Wintersemester 2012/13 an der Uni Wien (Masterstudiengang Geographie) die Lehrveranstaltung „Regionale Identitäten als Faktor der Regionalentwicklung in Niederösterreich“ statt – 18 StudentInnen werden ein Semester lang in Gruppen an Themenstellungen arbeiten, die von den LEADER-Gruppen Kulturpark Eisenstraße-Ötscherland, Moststraße & NÖ-Süd sowie dem Regionalverband noe-mitte formuliert wurden.

www.noe-mitte.at

Ihr Ansprechpartner: Christian Berger

Aktuelles zum Kommunalem Bildungsmanagement



Fotos: fotolia.de

kommunales BILDUNGSMANAGEMENT
niederösterreich

Die bisherige Bilanz kann sich sehen lassen: 180 Bildungsbeauftragte und Ehrenamtliche in der Erwachsenenbildung haben die Angebote des „Kommunalen Bildungsmanagements“ bis dato genutzt. 18 **KBM kompakt** Tagesworkshops und drei **KBM basis** Lehrgänge haben stattgefunden. 2012 startete der Aufbaulehrgang **KBM advanced** mit elf TeilnehmerInnen. Ausgezeichnet: Unser Projekt erhielt den Meilenstein – Dr. Erwin Pröll Zukunftspreis 2012 in der Kategorie Kultur & Qualifikation. Erfreulich: Mit 1.1.2013 sieht die neue Gemeindeordnung eigene Bildungsgemeinderäte vor. Für sie ist KBM kompakt ein maßgeschneidertes Angebot. Es vermittelt Orientierung und Rollenklarheit für die neue Aufgabe und macht wichtige Tools und Unterstützungsstrukturen transparent. Ein wirkliches „must have“!

www.kommunales-bildungsmanagement.at

Ihre Ansprechpartnerin: Alexandra Köszali

DIE NIEDERÖSTERREICHISCHE LANDESAUSSTELLUNG 2015 Aufbruch in einen neuen Bergsommer

Als Niederösterreichische Landesausstellung heißt es, Partner der Region und Partner einer regionalen Entwicklung zu sein. 2015 ist die Region rund um den Ötscher Schau- und Erlebnisplatz einer Ausstellung, die unter dem Motto „Eroberung der Alpen – Natur & Technik“ vor Augen führt, wie sich das Bild der europäischen Alpen verändert hat ... und, wo die Zukunft für eine nachhaltige Entwicklung dieser Region liegen kann.

Die Geschichte

Ausgehend von der eigenen Geschichte führt der Weg aus der Vergangenheit in das Heute: Das Pielachtal, die Eisenstraße, die Geschichte des Industriearons Andreas Töpfer, die forstliche und in weiterer Folge touristische Eroberung des Ötschergebietes entlang der Mariazellerbahn sind wichtige Themen der Ausstellungen in der neuen Remise in Laubenbachmühle bei Frankenfels und im Töpferschlössl in Neubruck bei Scheibbs. Wie sahen die Wertschöpfungsketten der vergangenen Jahrhunderte aus? Was waren die Prinzipien einer bereits damals nachhaltig gestalteten Berglandwirtschaft? Welchen Einfluss hatte der damals aufkommende Tourismus auf die Region? Wie haben sich die Menschen in der Vergangenheit mit ihrem Lebensraum verbündet und was hat sie so einmalig gemacht? Das sind Fragen und Begebenheiten, die aus dem unmittelbaren regionalen Geschichtsumfeld kommen und wichtige Antworten für eine Zukunftsstrategie liefern können. Von den Menschen der Region beantwortet, sollten diese Fragen in weiterer Folge für den gesamten Alpenraum gestellt werden.

„Das eigene Engagement und die eigenen Ideen bezogen auf die lokale Situation sind Grundvoraussetzung für ein neues Leben in jenen Gebieten, die außerhalb der globalen Einflugschneisen liegen.“

Das Heute

Bevölkerungswachstum am Alpenrand, ein Rückgang in der Alpenregion, die Aufgabe kleinstrukturierter Berglandwirtschaft, die Verstärkung der Alpentäler oder grüne Pisten im Winter: Der Alpenraum unterliegt großen Veränderungen, die auch in der Ausstellungsregion sichtbar und spürbar sind. Es handelt sich um Themen, die zeitversetzt den gesamten Alpenbogen beschäftigen, von Österreich über die Schweiz bis Frankreich. Was sind die Strategien gegen diese Entwicklungen vor der in den Ausstellungen dokumentierten Geschichte der Region?

Aufbruch in einen neuen Bergsommer

Es soll die erste Landesausstellung werden, die neben den sogenannten „Best-Practice-Modellen“ aus verschiedenen Alpenländern konkrete Antworten auf die obigen Fragestellungen sucht. Denn auch hier gilt, dass das eigene Engagement und die eigenen Ideen bezogen auf die lokale Situation Grundvoraussetzung für ein neues Leben in jenen Gebieten sind, die außerhalb der globalen Einflugschneisen liegen.

In Wienerbruck wird ein eigener Ausstellungsstandort einem solchen Projekt gewidmet sein. Das Ziel ist, einen über die Grenzen beispielgebenden Naturpark und Wandercampus zu schaffen. Am Eingang der Ötschergräben und am Ausgangspunkt für Weitwanderungen in den ostalpinen Raum entsteht ein Ort des Ankommens, Verweilens, Stau-

Die drei Standorte der NÖ Landesausstellung: Neubruck (Interkommunales Betriebsgebiet), Wienerbruck (Naturpark-Campus) und Laubenbachmühle (Mariazellerbahn).

nens und des Einstimmens auf ein persönliches Naturerlebnis. Ein Campus, der auch als „Basislager Ost“ verstanden werden soll und damit eine wichtige Anlaufstelle für den weiten flachen Raum der sich von St. Pölten über Wien bis nach Ungarn und die Slowakei erstreckt. Ein Basislager Ost für die Ostalpen, das sich für den städtischen Raum als Naturerobertungspartner anbietet, geschaffen aus den Materialien und dem handwerklichen Geschick des Ötscherlandes. Und es handelt sich um einen Ort, der die schönste Anfahrtsstrecke der Voralpen hat, die Bergstrecke der Mariazellerbahn. Für den Gast wird die Ausstellung in Neubruck und Laubenbachmühle zum Ausgangspunkt einer Reise, die ihn mit einer Fahrt auf der ersten elektrifizierten Bahn Europas in den sinnbildlich „neuen Bergsommer“ führt, eben nach Wienerbruck.

Die Niederösterreichische Landesausstellung 2015 hat somit schon begonnen. Mit der Bekanntgabe der Standortentscheidung im Juni 2012 startete die regionale Vorbereitung im Schulterschluss von Regionalentwicklung, Tourismus und Landesausstellungs-Team. Jede Idee, jedes Projekt, jede Initiative, die rund um den Ötscher beispielgebend für einen neuen Bergsommer stehen kann, zählt. Diese Formulierung ist Teil des Leitbildes, das sich die Region gestellt hat, um mit dem Projektverstärker „Landesausstellung“ in die Zukunft zu gehen.



Foto: WEINFRANZ

Kurt Farasin

Und der Begriff „Nachhaltigkeit“ ist in diesem Leitbild ein zentraler, was die Herausforderung noch größer macht: Jedes Bauwerk, jede Maßnahme, jede gemeinschaftliche Aktion oder Veranstaltung soll unter dem Aspekt einer nachhaltigen, authentischen und die Region vertretenden Botschaft ste-

Jedes Bauwerk, jede Maßnahme, jede gemeinschaftliche Aktion oder Veranstaltung soll unter dem Aspekt einer nachhaltigen, authentischen und die Region vertretenden Botschaft stehen.

hen. Damit steht außer Frage, dass lokale Antworten auf globale Fragestellungen angesagt sind, im Bewusstsein, dass die Zukunftsmotivation weniger in der Annahme von Annehmlichkeiten einer rundumversorgten Zeit liegt, als in der Herausforderung, individuell Einmaliges zu schaffen.

Prominente Beispiele dafür gibt es ja gar nicht so weit entfernt im Waldviertel: Da sind etwa ein Heini Staudinger mit seinen „Waldviertlern“, ein Johannes Guttman mit seiner Kräuterfirma „Sonnentor“ oder ein Hermann Ploner mit „Die Käsemacher“ zu nennen, die ein breites, neues bergsommerliches Aufsehen im besten Sinne erregen.

„I hab mi relativ früh selbstständig g'macht. Aber, wann ma nix riskiert, wie langweilig wär's dann?“, sagt so treffend Doris Pfaffenlehner gleich zu Beginn einer Filmdokumentation, ausgestrahlt in Servus TV. Die Schuhmacherin hat mit ihrer Familie den ehemaligen Bahnhof Kernhof wieder zum Leben erweckt und fertigt heute mit Blick auf den Gippel wunderschöne Maßschuhe.

In diesem Sinne präsentiert sich die Niederösterreichische Landesausstellung 2015:

Die Geschichte der eigenen Region, erzählt von ihren Menschen, zeigt die Stärken der Region auf. Diese Stärken treffen auf Beispiele und Entwicklungen des gesamten Alpenraums, um so als Inspiration und Motivation Neues weiterzutragen und jenen Pioniergeist zu stärken, der diese Region auszeichnet. Damit ist die Niederösterreichische Landesausstellung 2015 eine erste Station auf einer spannenden Reise in einen „neuen Bergsommer“.

Kurt Farasin

Geschäftsführer der Niederösterreichischen Landesausstellungen

Foto: Kurt Farasin



KNOWLEDGE ECONOMY

Creating urban knowledge hotspots?

Many cities and regions have the ambition to promote their “knowledge economy”: it is generally recognized that knowledge has become the prime source of wealth in advanced economies. This article focuses on one particular way to promote the urban knowledge economy: the creation of knowledge “hotspots”. Over the last 3 years, I studied many of them, in several European cities, including Aachen, Aarhus, Bialystok, Dublin, Eindhoven, Halle, Magdeburg, Manresa, Newcastle, Piraeus, San Sebastian, Tampere and Vienna.

The term “urban knowledge hotspot”, as we use it, includes concepts like science parks, technology parks, all sorts of campuses, creative districts, science quarters etc. Some knowledge locations focus on one specific branch or technology (i.e. bio science parks, media hubs), others are more diversified. Some are integrated into the city, some are developed at greenfield locations (figure 1). Generally speaking, a knowledge hotspot is a designated area where the focus lies on knowledge-based economic development.

Knowledge hotspots are believed to have a number of advantages. They provide opportunities for facility sharing (i.e. the joint use of expensive facilities such as cleanrooms or laboratorial facilities); they may enhance networking and face-to-face interaction, which may result in more innovation. Knowledge hotspots could help to strengthen links between companies and universities and provide a favourable incubating environment for start-ups. Moreover, knowledge hotspots can help to “market” the city as progressive knowledge-based city: they give the local knowledge economy a face and an address. Finally, knowledge hotspots are increasingly seen as a powerful tool for urban regeneration. Many cities seek to transform derelict urban areas into “creative districts”.

Does it make sense for small and medium sized cities and towns – like in Niederösterreich Mitte – to aim at the development of knowledge hotspots? To some extent it does, but for some industries the

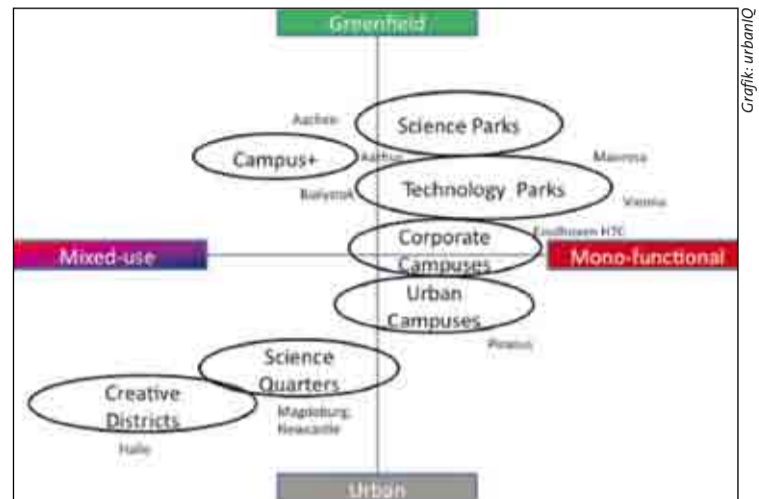
answer is no, especially when critical mass is needed. Biotechnology or nanotechnology, for example, are highly sophisticated branches. Co-location only works in large urban areas with a substantial number of companies and research installations in this field.

Overall, in the knowledge economy, training and education is not something that happens during your young adult life only. This was the industrial model. Nowadays, in most jobs, learning continues, and from this perspective, it makes sense to bring learning and working closer together, also in physical terms. A knowledge hotspot can support this. It can help to foster links between companies and education: it is easier to share each other’s (expensive) facilities, to develop traineeships or internships, to have people with practical experience teach at a school, or to organise thesis work in a company. University education is not even a prerequisite to make things work properly: the trick can be done with lower levels of education as well. A good example is the Dutch city of Helmond, that created an “automotive” hotspot where practical technical

In many other branches, there are possibilities, however. One option is to co-locate educational facilities and companies in one “cluster area”.

education is located at the same spot as many automotive supplier companies. To make this happen, the hotspot must be a co-production of the educational institute, the city and the local industry. Preferably, some sort of joint management board should be established, to initiate and oversee common interests and projects and really make the hotspot a “whole”.

To foster the creative industries (arts, design, music, photography etc.) smaller cities are wise to use their lively inner city (if they have one) as living room for these firms. Sometimes it can make sense to restore an old factory and make it ready for these



Overview of different types of knowledge hotspots

types of creative firms. Make sure that there are enough bars and lounge chairs, and give the creative a large role in designing their own building. Top down planning is lethal in these industries.

What is needed to create such innovative hotspots? The most important thing is enthusiastic, forward-looking and committed leaders (from industry, education and government) who dare to do something different. Second, it requires an attitude of co-operation and trust. If institutions work together in one hotspot, they have to let go some control and collaborate. They must find ways to share costs and benefits without making complicated contracts that kill any initiative. To get things started, it helps a lot to go on a small study trip abroad with a group of (eventual) stakeholders and see how other cities have done the trick.

UrbanIQ
Willem van Winden
 Founder of the consulting firm UrbanIQ (www.urbaniq.nl) and professor of Urban Knowledge Economy & Strategy at Amsterdam University of Applied Sciences
w.van.winden@urbaniq.nl



ASHOKA ÖSTERREICH

Gesellschaftlichen Herausforderungen begegnen

Ashoka findet und fördert weltweit Menschen, die gesellschaftliche Herausforderungen mit innovativen Konzepten und UnternehmerInnengeist zu lösen versuchen. Mag. Marie Ringler ist die Länderdirektorin von Ashoka Österreich. Sie erzählt, wofür Ashoka steht und welche Strategie die Organisation verfolgt.

Die gemeinnützige Organisation Ashoka wurde 1980 von Bill Drayton in Washington DC gegründet. Heute arbeiten bereits 3.000 sogenannte „Ashoka Fellows“ an einer besseren Welt. Fellows sind Personen, die aufgrund ihrer innovativen Konzepte in das Ashoka Netzwerk aufgenommen wurden. Bekannte Persönlichkeiten wie der Initiator der Mikrokreditbewegung Muhammad Yunus und „Slow Food“-Gründer Carlo Petrini zählen zu ihnen.

„Sei du selbst die Veränderung, die du dir wünschst für diese Welt.“ (Mahatma Gandhi)

Das Ziel von Ashoka ist aber nicht Profit, sondern das Schaffen einer lebendigen Zivilgesellschaft und gesellschaftlichen Wandels, also eine Welt in der jede einzelne Person verändern und verbessern kann.

Ashoka seit 2011 in Österreich

Seit Anfang 2011 wird auch hierzulande mit dem Ziel gearbeitet, möglichst viele „Changemaker“ zu finden und zu fördern.



Foto: Stephan Rauch

ASHOKA Fellows arbeiten an einer besseren Welt



Nach einem intensiven Auswahlprozess wurde unter anderem Johannes Lindner ausgewählt. Er lehrt an einer Wiener Handelsakademie und etablierte eine neue Lehr- und Lernmethode, um SchülerInnen mit Unternehmergeist auf die Teilnahme in Wirtschaft und Gesellschaft vorzubereiten. Er baut zusätzlich ein Netzwerk von LehrerInnen und Menschen aus Ministerien, Schulbehörden aber auch der Wirtschaft auf, welche neue Bildungsziele definieren, neue Arbeitsbücher entwickeln und neue Lernmethoden in die Klassenzimmer bringen. Ein weiterer Ashoka Fellow, Gerald Koller, beschäf-

tigt sich mit einem Ansatz zum gesunden Umgang mit dem Thema Risiko: Jeder Mensch tendiert dazu Risiken einzugehen. Damit ein Risiko aber nicht zu einer Gefahr wird, ist Risikokompetenz in diesen Situationen unverzichtbar. Kollers „risiflecting“-Methode schult Menschen, diese Risikokompetenz zu erlangen.

Ashoka’s Fellowstrategie: gefunden oder nominiert werden

Ashoka Fellows können auf der einen Seite durch das engagierte Ashoka-Team gefunden werden oder einfach von Mitmenschen nominiert werden. Nach dem Auswahlprozess erhalten die neuen Fellows finanzielle Unterstützung in Form eines dreijährigen Lebenshaltungsstipendiums von Baker & McKenzie, McKinsey & Company und Ketchum Publico und Anschluss an das globale Ashoka-Netzwerk, um ihre Innovationen verbreiten zu können.

Im Moment ist Ashoka Österreich verstärkt auf der Suche nach neuen Fellows in den einzelnen Bundesländern. Wenn Sie das Bedürfnis haben, den Lebenswert in „Niederösterreich Mitte“ und weit über dessen Grenzen noch zu verbessern und gesellschaftliche Herausforderungen anzupacken, dann ist Ashoka die richtige Adresse für Sie. Am besten sofort über die Webseite <http://austria.ashoka.org/> oder telefonisch 01/2360723 mit Ashoka Kontakt aufnehmen oder gleich jemanden nominieren. Denn Ashoka ist überzeugt davon, dass jede Person einen positiven gesellschaftlichen Wandel herbeiführen kann.

Mag. Marie Ringler
 Länderdirektorin Ashoka Österreich

KLEINREGIONSSTRATEGIEN 2013–2015 IN NIEDERÖSTERREICH

Was Wandersleute und Kleinregionen gemein haben

Immer der Nase nach, dem ausgetretenem Trampelpfad folgen oder doch direkt steil bergauf über die Geröllhalde mit Schneefeld? Nicht nur Können und Kondition entscheiden, wofür sich Wandersfrau oder Wandersmann entscheiden. Es hängt auch von der Persönlichkeit des Einzelnen ab, welcher Weg als erstrebenswert erachtet wird. Und natürlich von der verfügbaren Ausrüstung. Egal, welcher Weg tatsächlich eingeschlagen wird: ein Plan ist immer hilfreich, mit dem man sich sinnvollerweise vor der Wanderung auseinandersetzt. Die Konsequenzen sind bald klar: eine auf die Persönlichkeit abgestimmte Wanderroute erhöht nicht nur das persönliche Glücksgefühl, sie hilft auch Irrwege und unnötige Anstrengungen zu vermeiden. Und, was hat das alles mit Niederösterreichs Kleinregionen zu tun? Eine Menge, wie Sie gleich feststellen werden.

Die eine oder andere Kleinregion in Niederösterreich ist sehr aktiv, das aber nach dem Motto „I waß zwor net imma wo I hinfoa, dafür bin I schnölla duat“! Die im Amt der NÖ Landesregierung für Kleinregionen zuständige Abteilung – jene für Raumplanung und Raumordnung – begrüßt zwar grundsätzlich die Bildung von Kleinregionen und die gemeindeübergreifende Zusammenarbeit. Dass hier und da jedoch Verbesserungen möglich sind, war augenfällig. Was lag also näher, einen Ansporn für ein optimiertes Agieren in den Kleinregionen anzubieten: eine maßgebliche Höherförderung der Kleinregionen als bisher – nämlich bis zu 19.200 Euro pro Jahr und Kleinregion. Aber, wie heißt es so schön: ohne Fleiß, kein Preis. Der Fleiß waren eine auf drei Jahre angelegte Kleinregionsstrategie mit möglichst umfassender Einbindung der kleinregionalen Akteuren und ein professionelles Kleinregionsmanagement, das mindestens 20 Wochenstunden die Kleinregion im wahrsten Sinne des Wortes managt. Und: realistische, messbare Ziele, deren Erreichen für die Kleinregionen gemein-



Foto: fotolia.de

Mit einer Kleinregionsstrategie zufrieden auf den Regionserfolg blicken

winnbringend sind. Im Klartext einen Mehrwert, einen Nutzen bringen.

In der ersten Einreichrunde bis 30. Oktober 2012 haben 16* von 58 Kleinregionen in Niederösterreich diesen Prozess durchlaufen. Strategieworkshops und vorhandene Konzepte sowie Studien bildeten die Grundlage für die Kleinregionsstrategien. Welche Ziele sich die Kleinregionen gesetzt haben, hängt nicht zuletzt von der vorhandenen regionalen Identität und den regionalen Stärken ab. Der thematische Rahmen war jedoch mit den 8 kleinregionalen Themenfeldern grundsätzlich vorgegeben.

Und, was haben BergsteigerInnen und Kleinregionen nun gemein? Für den Fall, dass Sie den Leitartikel noch nicht gelesen haben: Die eigenen Stärken und Schwächen kennen. Sich darüber klar werden, was man will. Was soll mit der Kleinregion erreicht werden? Zeit für die Strategie, den Plan, vor dem operativen Loslegen investieren, um die Ziele möglichst effektiv zu erreichen. Und dabei auch berücksichtigen, was am meisten Zufriedenheit

bringt. Das gilt für's Wandern ebenso wie für die Kleinregion. Natürlich darf nicht auf die vorhandene Ausrüstung und die Zeitressourcen vergessen werden: im Falle der Kleinregionen gilt das besonders für die KleinregionsmanagerInnen. Es macht einen Unterschied, ob diese der Kleinregion 20 oder 40 Wochenstunden zur Verfügung stehen. Schlussendlich muss bei Bedarf – nach einiger Zeit – der eingeschlagene Weg, die Strategie verändert werden.

kp

* NÖ-Mitte, Industrieviertel, Mostviertel und Waldviertel je 3 Einreichungen, 4 Strategiepläne aus dem Weinviertel.

P.S. Die zweite Einreichrunde für Kleinregionsstrategien endet am 30. April 2013. Ich berate Sie gerne!

Mag.^a Karin Peter
Kleinregionsbetreuerin NÖ-Mitte
Regionalmanagement Niederösterreich
02742 71800-13, peter@noe-mitte.at

STRATEGIEN ZUR RÄUMLICHEN ENTWICKLUNG DER OSTREGION ÖSTERREICHS

Herausforderungen der räumlichen Entwicklung begegnen

Der Begriff Strategie leitet sich aus dem Militärischen ab und findet außerhalb dieses Bereichs vor allem in der Ökonomie Verwendung. Aber auch die Raumentwicklung bedient sich planerischer Strategien, die auf unterschiedliche Herausforderungen von Gemeinden und Regionen ausgerichtet sind. Sie verstehen sich als Richtschnüre für Handlungen und Entscheidungen in der Zukunft, die dazu dienen, bestimmte Ziele und Wirkungen zu erreichen.

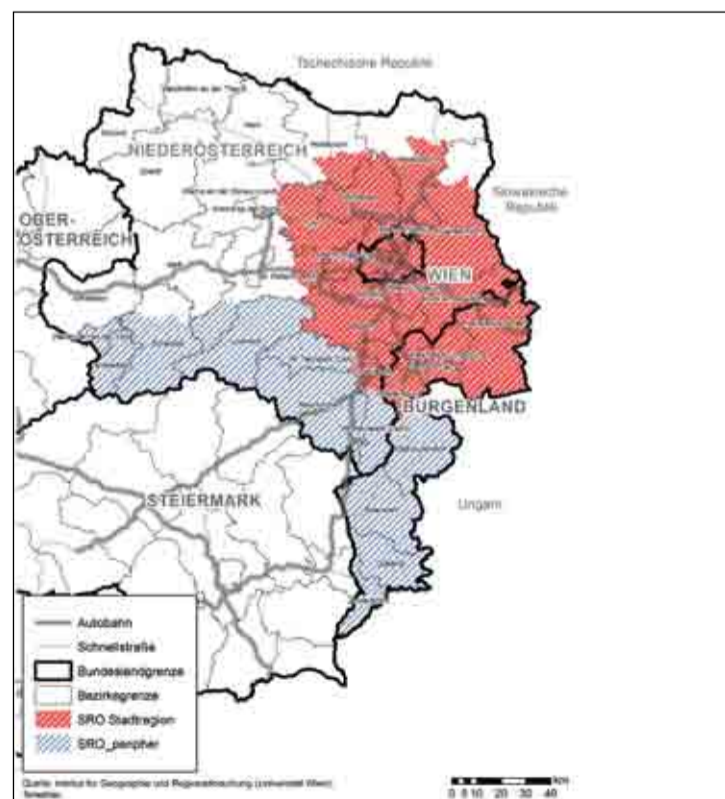
Niederösterreich zeichnet sich durch seine vielfältigen Regionen aus. Basierend auf den Inhalten des Landesentwicklungskonzepts strebt das Land derzeit eine stärkere räumliche Ausdifferenzierung der Planungsansätze für entwicklungsstarke und ländliche Räume an. Dazu sind „Strategien zur räumlichen Entwicklung der Ostregion“ in Bearbeitung.

Das erste Teilprojekt hat sich insbesondere mit der Stadtregion Wien beschäftigt, der rund 200 niederösterreichische Gemeinden zuzurechnen sind. Für diesen Raum sagen Bevölkerungsprognosen bis 2030 einen Zuwachs von rund 400.000 EinwohnerInnen voraus. Die Herausforderung ist, die Chancen des Wachstums zu nutzen und negative Folgen frühzeitig zu erkennen und zu vermeiden. Aufbauend auf dem Atlas der wachsenden Stadtregion und Szenarien zur künftigen Entwicklung wurden als zentrale Ergebnisse das Leitbild der strukturierten Stadtregion und Handlungsempfehlungen zur Steuerung des Wachstums erarbeitet. Dabei wird eine gute Infrastrukturausstattung, Erreichbarkeit (insbesondere im ÖPNV, Anm.: Öffentlich Privater

Nahverkehr), Zentrumsnähe und das Thema Flächen sparen bei den Grundprinzipien in den Vordergrund gerückt.

Aufgrund der deutlichen Disparitäten zwischen der Stadtregion und peripher gelegener Regionen, bedarf es auch Strategien für den ländlichen Raum, der von einer unterschiedlichen Entwicklungsdynamik geprägt ist. Im zweiten Teilprojekt werden daher für die Gemeinden im südlichen Niederösterreich, aufbauend auf einer Struktur- und Motivationsanalyse sowie der Entwicklung von Szenarien, Handlungsoptionen zum Umgang mit dem demographischen Wandel und seine Auswirkungen auf die Raumstruktur abgebildet. Einen ersten Meilenstein des Projekts stellt die Landkarte der Möglichkeiten dar – eine Good Practice Datenbank mit Praxisbeispielen für Gemeinden und Regionen.

Die beiden Teilprojekte haben folgendes gemein: sie beschäftigen sich mit großen Herausforderungen der räumlichen Entwicklung und hoch gesteckten Zielen, die nur mittels Einbindung aller zentralen Akteure und in Kooperation erreicht werden können. Damit die Strategien erhöhte Akzeptanz finden und die nötige Umsetzung sichergestellt werden kann, ist in einem nächsten Schritt vorgesehen, die Ergebnisse in einem gemeinsamen Dialog von Gemeinden, Region und Land für kleineren Planungseinheiten zu konkretisieren. Ein Pilotprojekt dazu läuft derzeit im Nordraum von Wien, eine Ausweitung auf andere Teilräume ist schrittweise vorgesehen. Der (klein)regionalen Ebene kommt dabei eine wichtige Rolle als Kommunikations- und Abstimmungsplattform zu.



Grafik: Universität Wien

Zwei Regionen mit unterschiedlichen Herausforderungen und Handlungsoptionen

Mag.^a Marianne Vitovec
Abteilung Raumordnung und Regionalpolitik, RU2, Amt der NÖ Landesregierung
Ergebnisse „Strategien zur räumlichen Entwicklung der Ostregion“:
<http://www.pgo.wien.at/>

DurchstarterInnen



DI Ernest Reisinger
Leiter der Gruppe
Land- und Forstwirtschaft
Amt der NÖ
Landesregierung

Herr Dipl.-Ing. Ernest Reisinger wurde mit Wirksamkeit vom 1. Dezember 2012 zum Leiter der Gruppe Land- und Forstwirtschaft des Amtes der NÖ Landesregierung bestellt. Er trat 1987 in den NÖ Landesdienst ein und war zuvor Leiter der Abteilung Landwirtschaftsförderung.

„Als Gruppenleiter bin ich für die fachliche Koordination der Abteilungen der Gruppe Land- und Forstwirtschaft verantwortlich. Die sich rasch ändernden Rahmenbedingungen, besonders im Bereich der Land- und Forstwirtschaft, und die steigenden Anforderungen an eine effiziente und moderne Verwaltung stellen eine große Herausforderung dar, der ich mich gerne stelle.“



DI Johannes Zeilinger
Projektmanagement
LEADER Region
Mostviertel-Mitte

Der gebürtige Hürmer Johannes Zeilinger, Absolvent der Stiftsgymnasiums Melk und der Studienrichtung „Raumplanung und Raumordnung“ an der TU Wien verstärkt seit 1. November 2012 das Team der LEADER-Region Mostviertel-Mitte. Er ist dort im Ausmaß von 40 Wochenstunden für das regionale Projektmanagement im Pielachtal im Rahmen der Niederösterreichischen Landesausstellung 2015 zuständig. Die letzten eineinhalb Jahre war Johannes Zeilinger bei einem Raumplanungsbüro in Eisenstadt, Burgenland, beschäftigt. Arbeitsschwerpunkte waren dort die örtliche Raumplanung, Verkehrsplanung und die Durchführung von Umweltverträglichkeitsprüfungen. „Für mich ist ein persönlicher Bezug zu meiner Arbeit sehr wichtig. Im LEADER-Büro kann ich mich aktiv an der nachhaltigen Entwicklung meiner Region beteiligen. Die Niederösterreichische Landesausstellung 2015 bietet eine große Bühne für das Mostviertel die es zu nutzen gilt. Ich kann mir keine sinnvollere Tätigkeit vorstellen, die meinen Fähigkeiten so entspricht.“



Claudia-Anita Greimel
Assistentin
Regionalmanagement NÖ
Büro NÖ-Mitte

Claudia-Anita Greimel verstärkt ab 15. Dezember 2012 das Team des Regionalmanagement Niederösterreich, Büro NÖ-Mitte, in St. Pölten. Sie wird neben den Sekretariatsaufgaben auch den Regionalmanager Reinhard Weitzer unterstützen.

Frau Greimel hat bereits langjährige Erfahrung im Assistenzbereich. Zuletzt war sie bei PM-Medical Systems Medizintechnik und Handels GmbH als Assistentin der Geschäftsführung tätig. Die Absolventin der Höheren Lehranstalt für Mode und Bekleidungstechnik in Mödling wird ihr kreatives Potenzial einbringen und für frischen Wind sorgen. An der neuen Aufgabe reizt sie, in einem Unternehmen zu arbeiten, dessen Schwerpunkt es ist, die Vielfalt und Eigenständigkeit der Regionen zu bewahren.

Service

Bildung einfach finden

Unter diesem Motto steht das webbasierte Bildungsinformationssystem, das erstmals (Weiter)Bildungsangebote aus ganz Niederösterreich auf einen Mausclick präsentiert. Unter www.lernende-gemeinde.at finden Sie alle landesweiten Bildungseinrichtungen, regionale Initiativen, lokale Vereine und andere Bildungsträger. Die intuitive Oberfläche bietet eine Vielzahl an Abfragemöglichkeiten, etwa nach regionalen, thematischen oder Anbietergesichtspunkten. Eine Reihe nützlicher Services und weiterer Informationen runden dieses Angebot ab, das am 14. September 2012 beim Festtag der kommunalen Bildung im Niederösterreichischen Landtagssitzungssaal vorgestellt wurde.

Ihr Ansprechpartner: Reinhard M. Weitzer

Jugendcoaching in NÖ Gemeinden

Die NÖ Jugendinfo bietet diese Serviceleistung für Gemeinden seit Juni 2011 an. Das Service wird auf die jeweilige Gemeinde spezifisch zugeschnitten und vereint Gemeindeentwicklung, Jugendarbeit und Erwachsenenbildung. Was soll erreicht werden? In erster Linie treten Gemeinden mit ihren Jugendlichen in einen Dialog auf Augenhöhe, um herauszufinden, was diesen wirklich am Herzen liegt. Es geht weiters um gegenseitige Wertschätzung, verbindliche Regeln und Vereinbarungen, die halten sowie Ergebnisse, die in Summe beiden „Seiten“ – den Gemeinden UND den Jugendlichen nutzen. Schlussendlich ist wichtig herauszufinden, was die betreffende Gemeinde selbst für ihre Jugendlichen machen kann und wo externe Unterstützung erforderlich ist. Die Hilfestellung durch die NÖ Jugendcoaches erstreckt sich vom Erstkontakt und der Erstberatung über Erhebungen bis hin zur weiterführenden Begleitung und Umsetzung.

Die bisherigen Erfahrungen der Jugendcoaches Thomas Tatos, Barbara Wendl und Lutz Köllner, die sie beim Projekt com.mit sammeln konnten, flossen in das Projekt ein.

FAIRTRADE – Strategie zur Armutsbekämpfung und Nachhaltigkeit

Wenn auch Sie als Gemeinde ein strategisches Zeichen setzen möchten, könnte FAIRTRADE Ihre Wahl sein. Die Vision: eine Welt, in der alle Kleinbauernfamilien und PlantagenarbeiterInnen in Entwicklungsländern nachhaltig ein sicheres und menschenwürdiges Leben führen und ihre Zukunft selbst gestalten können. Durch die Kombination von fairen Preisen und der Ausbezahlung einer FAIRTRADE-Prämie können immer mehr Kleinbauern-Kooperativen längerfristig planen und Investitionen in Infrastruktur oder Produktion vornehmen, um die Qualität zu verbessern und Verarbeitungsprozesse zu optimieren. Produkte mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel bedeuten bessere Arbeitsbedingungen für lohnabhängige ArbeitnehmerInnen, Arbeitsschutz oder Vereinigungsfreiheit sowie das Verbot ausbeuterischer Kinderarbeit.

www.fairtrade.at

Auf dem Weg zur Fairtrade-Gemeinde in NÖ-Mitte berät Sie gerne: Karin Peter, Regionalmanagement NÖ, Kleinregionsbetreuerin, 0676/81220344, peter@noe-mitte.at



Glossar

STRATEGIE – welche Begriffe man kennen sollte
Zusammengestellt von DI Franz Schlögl

Management-Aufgabe: Für Ziele sorgen, organisieren, entscheiden, kontrollieren, Menschen fördern und entwickeln.

Management-Werkzeuge: Budget und Budgetierung, Leistungsbeurteilung, Persönliche Arbeitsmethodik, Job Design, Berichte, Sitzungen, Systematische Müllabfuhr.

Maßnahme = Aktivität

Operatives Management: Die Tagesarbeit des Managers: planen, organisieren, etc. (siehe Management Aufgaben)

Strategie: Trifft klare und präzise Aussagen zum Zweck, Auftrag und zur Richtung einer Organisation. Beantwortet die Frage: „Wohin gehen wir“? Im Fokus steht der Kunde mit seinem Problem für das die Organisation eine Lösung anbietet.

Strategisches Management: schafft heute die Voraussetzungen für den Erfolg von morgen. Im Zentrum stehen die strategischen Schlüsselgrößen, die für den langfristigen Erfolg von Unternehmungen maßgebend sind.

Ziel:

Unterscheidbar nach

→ Zeit (kurz-, mittel-, langfristige Ziele),

→ Inhalt (strategische, operative Ziele),

→ Gültigkeitsbereich (Gesamtziele, Abteilungsziele, persönliche Ziele),

→ Grad der Konkretisierung (abstrakte, konkrete Ziele).

Ziel, operatives:

Ein operatives Ziel wird eindeutig und messbar formuliert. Der Zeitraum der Zielerreichung liegt in der Regel innerhalb eines Jahres (Jahresziele), oft auch darunter (Quartalsziele). Beispiel: Bis zum 30.06.2013 soll die Erreichbarkeit der Servicemitarbeiter in der Kundenwahrnehmung von der Bewertung „Befriedigend“ auf die Bewertung „Gut“ gesteigert werden.

Ziel, strategisches: Ein strategisches Ziel ist eher grob formuliert; es gibt die Richtung und Absicht an. Beispiel: „Wir möchten die Kundenzufriedenheit mit den Serviceleistungen unseres Unternehmens weiter verbessern“.

Der Regionalverband noe-mitte wünscht
frohe Weihnachten und ein gutes neues
Jahr!

