



lead_Nordic-Mobilisierung_lag

Projektdatenbank

Mobilisierung der nordischen Bewegungssportarten im Bregenzerwald und Montafon

Projektträger

Firma: Regionalentwicklung Vorarlberg
 Strasse: Hof 19
 PLZ / Ort: AT - 6861 Alberschwende
 Telefon: +43 5579 7171
 Email: leader@leader-vlbg.at
 Website: <http://www.leader-vlbg.at>



Kurzbeschreibung

Dieses Projekt dient der Umsetzung des im Leader-Projekt "Nordic" erarbeiteten Programms speziell zur Förderung des Nachwuchses und der Jugend, der Sensibilisierung der breiten Bevölkerung für die gesundheitsfördernden nordischen Sportarten, der Steigerung der Attraktivität des gesellschaftlichen Zusammenlebens und der Intensivierung des Vereinslebens in den Dörfern in den Regionen Bregenzerwald und Montafon. Die dabei durchgeführten Sommer- wie Winterveranstaltungen stehen vor dem Hintergrund, die Arbeit zwischen den Vereinen in den Talschaften zu intensivieren und gemeindeübergreifende Zusammenarbeit zu initiieren.

Ausgangslage

Im Zeitraum von Jänner 2008 bis Mai 2008 ist auf Initiative der Talschaften Bregenzerwald und Montafon unter Mitwirkung des Vorarlberger Skiverbandes (VSV) eine Studie, den nordischen Skisport in Vorarlberg betreffend, entstanden. Die Ausarbeitung erfolgte in Zusammenarbeit mit dem Sportreferat des Landes Vorarlberg, mit Vertretern der Talschaften Montafon und Bregenzerwald, mit Sachverständigen des Österreichischen Skiverbandes (ÖSV) und der Universität Innsbruck bzw. mit dem Präsidium und den Trainern des Vorarlberger Skiverbandes (VSV). Die Studie brachte als Ergebnis hervor, dass sowohl das Montafon als auch der Bregenzerwald aufgrund deren touristischer Infrastruktur deren geografischer sowie topographischer Lage und der Beherbergungsinfrastruktur prädestiniert für die in unseren Nachbarländer boomenden nordischen Sportarten sind. Von Seiten der politischen Entscheidungsträger, den betreffenden Gemeinden und Ortsvereinen wurde bereits ein starkes Interesse bekundet. Ein Expertenkonsortium bestehen aus Mag. Toni Innauer (Nordischer Direktor im ÖSV), Univ.-Prof. Mag. Dr. Werner Nachbauer (Dekan für Psychologie und Sportwissenschaft an der Uni Innsbruck), Norbert Baier (Technischer Direktor des Biathlon-Weltverbandes), Rolf Amann (Präsident des VSV), Martin Kessler (Sportreferat Vorarlberg) und Verantwortliche aus den Regionen kam zu dem Ergebnis, dass mittels eines gezielt auf Jugendliche abgestimmten Aktionsprogramms und damit einhergehenden Infrastrukturmaßnahmen die nordischen Sportarten betreffend (Winter: Langlaufen, Biathlon, Skisprung, nordische Kombination; Sommer: Nordic walking, Inline Skating, Mattenspringen) ein für Vorarlberg geeignetes und starkes Instrument zur Förderung der Jugend in den betroffenen Regionen gefunden ist. Es stellte sich heraus, dass dabei eine Gesamtstrategie zur Umsetzung erforderlich ist. Aus diesem Grund haben sich das Land Vorarlberg, der VSV und die Regionen Bregenzerwald bzw. Montafon entschlossen, das im Leaderprojekt „Nordic“ erarbeitete Programm als Basis für weitere Maßnahmen heranzuziehen. Aus dieser Studie sind vier einzeln abgrenzbare Schwerpunkte abzuleiten, wobei Punkt 1 das LEADER-Programm betrifft:

1. Mobilisierung und Förderung der Jugend bzw. Intensivierung des Vereinslebens zwecks Erhalt ebendiesem in den Talschafts- sowie Ortsvereinen Bregenzerwald und Montafon, Steigerung der Lebensqualität für Familien durch auf diese zugeschnittene Sommer- wie Winterveranstaltungen, Förderung der gemeindeübergreifenden Zusammenarbeit zwischen den Wintersportvereinen.

Die Mobilisierungsmaßnahmen entsprechen den lokalen Entwicklungsstrategien und sollen im Rahmen der ländlichen Entwicklung LEADER zur Förderung beantragt werden.

LEADER-Projekt Gesamtkosten € 290.500.-

2. Qualitativ verschiedene Aus- bzw. Weiterbildungsmöglichkeiten für Lehrwarte, Trainer sowie Pädagogen auf dem nordischen Sektor, Schaffung von Strukturen um die nordischen Sportarten im Rahmen von Neigungsgruppen oder Unterstützungsleistungen von „Bewegung und Sport“ gezielt in die Schulen tragen zu können. Errichtung von Nachwuchsschanzen zur Trainingszwecken. Die Ausbildung soll im Rahmen des Sportservice Vorarlberg erfolgen.

Land VlbG-Projekt; Budget € 4.303.400.-

3. Errichtung innovativer Infrastruktur zwecks Erreichung neuer Touristenschichten im speziellen von Biathloneinrichtungen für den sehr stark wachsenden Markt an Biathleten. Ausbau bzw. Revitalisierung bestehender Loipenanlagen. Der Bau der Biathlon-Anlagen bzw. der Ausbau des Loipennetzes soll aufgrund des Gästeswerpunktes aus EFRE-Mitteln in der Finanzierung unterstützt werden.

EFRE-Projekt: Budget € 799.000.-

4. Anhebung der Attraktivität des gesamten Landes durch die Errichtung von einer Normalschanze. Neben der Möglichkeit

Großveranstaltungen durchzuführen eröffnet diese dem Tourismus neue Chancen.
 Bund, Land und Region: € 4.208.000.-

Ziele

Ziel ist es, im Rahmen dieses LEADER-Projektes die regionalen Sportvereine für die Jugendarbeit zu mobilisieren und die bisher, auch auf Grund fehlender Infrastruktur, brachliegenden nordischen Sportarten zu revitalisieren. Dazu wird eine Reihe von Impulsveranstaltungen durchgeführt. Diese haben die Erhaltung bzw. die Intensivierung des Vereinslebens in den Talschaften einerseits und die Initiierung vereinsübergreifender Zusammenarbeit in den Talschaften Montafon und Bregenzerwald zum Inhalt. Durch das erweiterte Angebot wird ein Mehr an Kinder- und Jugendfreundlichkeit in den Dörfern erreicht was zur Folge hat, dass die Attraktivität der Dörfer speziell in Bezug auf Jungfamilien zunimmt. Die gesundheitsfördernden nordischen Sportarten nehmen in den Skivereinen der Talschaften Montafon und Bregenzerwald wieder einen höheren Stellenwert ein und die geplanten Impulsveranstaltungen führen zu einer Weiterentwicklung des gemeindeübergreifenden Vereinslebens.

Arbeitspakete

Arbeitspaket	Personal	Betrieb	Reise	Drittleistung	Investitionen	Summe
AP1 Information und Koordination	0,00	0,00	500,00	2.500,00	0,00	3.000,00
AP2 Mobilisierungsprogramm für Vereine	0,00	0,00	400,00	84.700,00	0,00	85.100,00
AP3 Impulsprogramm durch Veranstaltungen	60.000,00	0,00	0,00	17.400,00	30.000,00	107.400,00
AP4 Projektmanagement, Koordination der Aktivitäten	0,00	0,00	0,00	95.000,00	0,00	95.000,00
	60.000,00	0,00	900,00	199.600,00	30.000,00	290.500,00

AP1 | Information und Koordination

Geplante Aktivitäten:

Informationsveranstaltungen im Bregenzerwald und im Montafon, Vorstellung des Gesamtprogramms „Nordic“ im speziellen der geplanten Veranstaltungen, Erstellung einer Informationsbroschüre, Gestaltung von Inseraten zwecks PR-Maßnahmen, Direkte Kontaktaufnahme mit den „Kernvereinen“ Bezau, Mellau, Schruns/Tschagguns und Gaschurn/Partenen. Informationskampagne für die breite Bevölkerung mittels Aktionstagen in Einkaufszentren, Messestand, Inseratschaltungen, Radiospots...

Erwartete Ergebnisse:

Vereine sind über das Gesamtprogramm sowie die einzelnen Veranstaltungen informiert, Die einzeln angesprochenen „Kernvereine“ sind auf die positive Entwicklung rund um die nordischen Sportarten hingewiesen und motiviert personelle und finanzielle Ressourcen zur Verfügung zu stellen.

AP2 | Mobilisierungsprogramm für Vereine

Geplante Aktivitäten:

Es werden finanzielle oder personelle Anreize für sich einbringende Vereine geschaffen. Es wird ein Rahmen geschaffen um einen Dialog zwischen Lehrern, Trainern des VSV und Eltern von Hauptschülern im Bregenzerwald und im Montafon zu ermöglichen. Die Umsetzung des Leistungszentrums West in der SHS Schruns/Tschagguns wird vorbereitet. Die Lehrwarte und Trainerausbildung in Vorarlberg wird koordiniert und mit den Vereinen kommuniziert.

Erwartete Ergebnisse:

Die Vereine sind mobilisiert sich in die geplanten Aktivitäten einzubringen, Die Vereine wissen um ihr Aufgaben, die genauen Termine und die personellen Besetzungen die Impulsveranstaltungen betreffend. Die Anzahl der Aktiven in den Vereinen steigt an, das Vereinsleben wird intensiviert, die Stellung der Vereine in den Dörfern wird aufgewertet. Die Vereine verzeichnen einen Zulauf an nordisch ausgerichteten Trainern.

AP3 | Impulsprogramm durch Veranstaltungen

Geplante Aktivitäten:

LOIPI-Festival: Im Montafon wie im Bregenzerwald mehrmalig durchzuführender Geschicklichkeitswettkampf für Kinder bestehend aus einem mit diversen Hindernissen versehenen Langlaufrennen

TI-Skifest: Ein einmal jährlich im Montafon wie im Bregenzerwald durchgeführtes Skirennen verbunden mit einem Sprung über eine Schanze unter Schirmherrschaft von Toni Innauer

Nordathlon: Eine Sommerveranstaltung in den entstehenden Zentren für Kinder und Jugendliche welche ein Rollerbladerennen, einen Sprung über die Mattenschanze und ein kindgerechtes Rahmenprogramm beinhaltet.

Veranstaltung von Nachwuchsbewerben unter internationaler Beteiligung.

Erwartete Ergebnisse:

Insgesamt 1000 Teilnehmer pro Jahr, Anstieg der nordischen Sportler und auch Trainer in den nordischen Sparten, Positive Auswirkungen auf den Breitensport, Erhöhter Zulauf zu den Vereinen, Gemeindeübergreifende Aktivitäten und Zusammenarbeit zwischen den Skivereinen wird gefördert bzw. gefordert.

AP4 | Projektmanagement, Koordination der Aktivitäten

Geplante Aktivitäten:

Information der Vereine, der Schulen, der Eltern, Organisation und Koordination der Veranstaltungen, Aufgabenverteilung die Vereine betreffend.

Erwartete Ergebnisse:

Die Rollen in den Vereinen betreffend die durchzuführenden Impulsveranstaltungen sind verteilt, die zu erbringenden Leistungen der Schulen und der Trainer sind definiert, Die Informationsbroschüren sind erarbeitet und liegen auf, Die Informations- sowie die Impulsveranstaltungen sind datiert und organisiert.

Erwartete Ergebnisse

Alle Vorarlberger Skivereine sind über das Gesamtprogramm „Nordic“ informiert und engagiert die darin enthaltenen Ziele zu erreichen. Speziell im Montafon und dem Bregenzerwald sind Strukturen zur Unterstützung der Jugendarbeit in Hinblick auf das nordische Sportangebot geschaffen. Die dafür erforderliche organisatorische Infrastruktur ist vorhanden. Die Vereine erweitern ihr alpines Angebot um die derzeit brachliegenden nordischen Sportarten bzw. intensivieren deren Arbeit in diese Richtung. Die jährlich durchzuführenden, die Gemeinschaft und die Zusammenarbeit zwischen den Vereinen fördernden Ganzjahresveranstaltungen sind aufgenommen und die Organisationskomitees stehen fest. Die intensivierte und vernetzte Vereinsarbeit gepaart mit den angedachten Impulsveranstaltungen wirkt sich langfristig positiv auf die Entwicklung der Dörfer aus und erhöht die Attraktivität und Lebensqualität für junge Familien. Die einheitlichen Trainingstermine für die Neigungsgruppen im Bregenzerwald sind koordiniert und die Neigungsgruppen sind flächendeckend organisiert. Die Trainerstruktur ist vorhanden. Die „nordische“ Sportklasse an der SHS Montafon ist eingerichtet.

Bezug zum Programm

LES 4.4 Soziales und Gesellschaft:

4.4.1 Ziele:

Kinder- und Jugendfreundliche Dörfer gestalten.;

Intaktes Vereinsleben erhalten.;

4.4.2 Strategie:

Ingesamt gilt es, die Basis für das gesellschaftliche Zusammenleben in den Dörfern weiter zu attraktivieren.;

Projekte, die dazu beitragen die Attraktivität in den Dörfern für junge Familien zu erhöhen, sollen initiiert werden. Dazu gehören auch Kinder-Betreuungsstrukturen. Initiativen, die den Zuzug von Familien in die Dörfer erleichtern werden, angestrebt;

4.4.3 Angestrebte Resultate:

Im überwiegenden Teil des Leader-Gebietes sind Strukturen zur Unterstützung der Offenen Jugendarbeit geschaffen. Die dafür erforderliche organisatorische und technische Infrastruktur ist aufgebaut;

Es finden bedarfsorientierte Aktionen zur Entwicklung der Gemeinschaft statt, Räume wurden geschaffen, die die Kommunikation zwischen Jugendlichen und Generationen unterstützen;

Die Dörfer wirken auf junge Familie anziehend.;

Hinweis:

in zweiter Linie ist die LES 4.5 Bildung und Kultur zu erwähnen, obgleich im LES stärker an die berufsbezogene Stärkung des Humankapitals gedacht wurde.

4.5.1 Ziele: Lokales Humankapital (Stärken in der Landwirtschaft, Gewerbe und Dienstleistung) weiter stärken.;

4.5.2 Strategie: Projekte, die die Vereinsstruktur stärken sind in Leader-Gebieten sehr willkommen, speziell wenn es dabei um die Nachwuchsarbeit oder gemeindeübergreifende Aktivitäten in der Ausbildung und Zusammenarbeit geht;

MIT UNTERSTÜTZUNG VON



Europäischer Landwirtschaftsfonds
für die Entwicklung des ländlichen
Raums über regionale Entwicklung in
den Mitgliedstaaten



lead_Bausubstanz

Artenne_VereinArtenne

Projektdatenbank



Bausubstanz Artenne Nenzing: Adaptierungen für
Galerie und Veranstaltungsraum,
Programmentwicklung Tenneale

Projektträger

Firma: artenne nenzing
Strasse: Kirchgasse 6
PLZ / Ort: AT - 6710 Nenzing
Telefon: +43 5525 64417
Email: hildegard.schlatter@gmx.at
Website: <http://www.artenne.at>



Kurzbeschreibung

Die "artenne nenzing" versteht sich als Plattform für Kunst und Kultur im ländlichen Raum und möchte das Bewusstsein für das Kulturerbe und dessen Potential für die Zukunft in der Region stärken und der regionalen Bevölkerung einen Zugang zu Kunst und Kultur bieten. Dazu findet das jährlich wiederkehrende Kulturfestival „tenneale“ in den Räumlichkeiten der Artenne statt.

In einem einjährigen Vorprojekt (2008) wurden die Vorbereitungsschritte für eine längerfristige Kulturvermittlungsstrategie erarbeitet, der Verein artenne nenzing gegründet und die bautechnische Planung für die Adaptierung der räumlichen Gegebenheiten im Ausstellungshaus Kirchgasse 6 durchgeführt. Der nun vorliegende Projektantrag umfasst die bauliche Umsetzung der Adaptierung der Tenne als Ausstellungs- und Veranstaltungsraum. Weiters wird im Rahmen dieses Folgeprojektes eine längerfristige Kulturvermittlungsstrategie erarbeitet. Der neu gegründete Verein artenne nenzing adaptiert das Ausstellungsgebäude für seine Zwecke und setzt ein Kultur-Programm im Sinne der Vereinsziele um.

Ausgangslage

Das Wirtschaftsgebäude des ehemaligen Bauernhauses Kirchgasse 6 in Nenzing wird seit 1994 für kulturelle Veranstaltungen genutzt. Am Anfang standen Workshops mit Künstlern und Kindern im Mittelpunkt sowie Ausstellungen, die unter dem Namen "tenneale" liefen. Ein wichtiger Einschnitt bildete das Ausstellungsprojekt "Strick, Badeanzug, Besamungsset. Nachruf auf die kleinbäuerliche Kultur" (2004), dies insofern, als sich daraus eine genauere inhaltliche Festlegung ergab, die darin besteht, vor dem Hintergrund regionaler Geschichte (vor allem die der kleinbäuerlichen Kultur) aktuelle Entwicklungen zu reflektieren. Dies gilt auch für die weiteren Projekte, für Ausstellungen wie "Bergheimat" (2005), "Naturstimmen" (2006), "Bau-Substanz. Vom Umgang mit Tennen, Ställen, Bauernhäuser" (2006), "Gräser, Blumen, Blüten" (2007), "Vom Mangel zum Überfluss (2008). Bezugnahmen auf die Landwirtschaft bzw. die kleinbäuerliche Kultur sind nicht im Sinne einer historisch-nostalgischen Inventarisierung zu verstehen, sondern als einer der Ausgangspunkte, die im Umbruch befindliche Region neu zu denken. Thematisch kann sich dabei der Bogen von der Architektur bis hin zur Ess- und Technikgeschichte spannen. Zweifellos wird die "artenne nenzing Plattform für Kunst und Kultur", ausgehend von bisherigen Projekten, in die Künstler, Kulturhistoriker, Museumsexperten etc eingebunden waren, mit diesen thematischen Festlegungen ein eigenständiges Profil entwickeln.

Das ehemalige Wirtschaftsgebäude ist nicht nur baugeschichtlich von Bedeutung (das im Jahr 1841 errichtete Gebäude ist eines der größten und wenigen seiner Art, die im Walgau noch erhalten sind. Es besticht durch seine harmonische, schlichte und dennoch eigenwillige Architektur und zählt somit zu den Objekten in Nenzing, die von einer vergangenen bäuerlichen Kultur zeugen – die im Gegensatz zu Aussiedlerhöfen im Dorfleben integriert waren. Dies könnte durch eine intensivere Nutzung – wie im vorgestellten Projekt – neu belebt werden, denn das Gebäude bildet aufgrund seines Raumangebotes ideale Voraussetzung für unterschiedlichste Projekte und Veranstaltungen (Ausstellungen, Diskussionen, Konzerte, Soundinstallationen, Workshops, Theater, Lesungen und Feste). 2005 wurden erste größere Umbaumaßnahmen bzw. Adaptionen im ehemaligen Kuhstall vorgenommen, damit dieser als Ausstellungs- und Veranstaltungsraum verwendet werden kann. Um Veranstaltungen in dieser Größenordnung durchführen zu können, sind auch bauliche Maßnahmen erforderlich, besonders im Hinblick auf Vorschriften der Sicherheit, Hygiene etc. Der nun vorliegende Projektantrag umfasst die bauliche Umsetzung der Adaptierung der Tenne als Ausstellungs- und Veranstaltungsraum.

Ziele

Ziel ist es generell, das Bewusstsein für das Kulturerbe und dessen Potential für die Zukunft in der Region zu stärken und einen niederschweligen Zugang zu Kunst und Kultur für die regionale Bevölkerung zu schaffen. Dazu sind entsprechende Veranstaltungs-Räumlichkeiten zweckmäßig, welche idealerweise eine Schnittstelle zwischen früherer landwirtschaftlicher und moderner kultureller Nutzung bieten. Die Artenne im alten Bauernhaus Kirchgasse ist dazu geradezu prädestiniert, entspricht aber nicht den sicherheitstechnischen und sanitärhygienischen Anforderungen moderner Veranstaltungs-Räumlichkeiten.

Ausgehend von der Bauplanung aus dem Vorprojekt soll nun die Detailplanung durchgeführt und die Umbaumaßnahmen ausgeschrieben und umgesetzt werden. Ein weiteres Ziel dieses Projektes ist die Programmplanung und -umsetzung für die Jahre 2009-2011. Um zukünftige Perspektiven bereits frühzeitig auszuloten, soll abschließend ein Nutzungskonzept für das

alte Waschhaus und Glashaus erarbeitet werden.

Inhalte

Das Projekt umfasst die eine längerfristige Kulturvermittlungsstrategie, die Umsetzung eines Kulturprogrammes und die Adaptierung der dazu erforderlichen räumlichen Gegebenheiten (siehe Beschreibung der Arbeitspakete).

Arbeitspakete

Arbeitspaket	Personal	Betrieb	Reise	Drittleistung	Investitionen	Summe
Allgemein	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
AP1 Entwicklungsprozess Vereinsarbeit	0,00	0,00	0,00	20.000,00	0,00	20.000,00
AP2 Detailplanung u. Ausschreibung	0,00	0,00	0,00	4.000,00	0,00	4.000,00
AP3 Umbau- u. Adaptierungsarbeiten	0,00	0,00	0,00	0,00	110.000,00	110.000,00
AP4 Planung und Durchführung der Programms	0,00	0,00	0,00	87.000,00	0,00	87.000,00
AP5 Nutzungskonzept Waschhaus u. Glashaus	0,00	0,00	0,00	4.000,00	0,00	4.000,00
	0,00	0,00	0,00	115.000,00	110.000,00	225.000,00

Allgemein |

AP1 Entwicklungsprozess Vereinsarbeit |

Geplante Aktivitäten:

ersAls erster Schritt soll der Aufbau einer Verwaltungsstruktur für den Verein in Angriff genommen werden, um den Ablauf von der Planung zur Umsetzung bis hin zur Abrechnung und Dokumentation der Projekte zu professionalisieren. Dazu wird es notwendig sein, kompetente Fachkräfte mit einzelnen Aufgaben zu betrauen. Ein zweiter Schritt wird die Verstärkung der strategischen Ausrichtung und Verankerung in der Region sein. Dazu gehören einerseits die Installierung eines kompetenten Beirats und die Festlegung dessen Aufgaben sowie die Initiierung eines Leitbildprozesses für die zukünftige Themengestaltung. Weiters muss die Vernetzung mit regionalen Anbietern und Kulturveranstaltern in der Region - dazu zählt auch das benachbarte Ausland – ausgebaut werden. Um das Projekt auch nach LEADER in Zukunft weiterführen zu können, muss sich der Verein die finanzielle Unterstützung seitens der öffentlichen Hand und privater Sponsoren durch qualitative und professionelle Arbeitsergebnisse sichern. Zu diesem Zweck soll am Ende des Prozesses die Arbeit einer Evaluierung unterzogen werden

Erwartete Ergebnisse:

Ein funktionierender Trägerverein ist für die Abwicklung der Projekte verantwortlich und Impulsgeber im Bereich der Kultur mit klarem Profil in der Region Walgau. Neben dem Kulturfestival „tenneale“, das sich im Walgau etabliert hat, gibt es auch Angebote für Workshops und Seminare mit einem Schwerpunkt der künstlerischen Auseinandersetzung mit kulturhistorischen Themen und Inhalten, die vor allem die Region und den Lebensalltag in den Vordergrund stellen. Auf der Basis einer Evaluierung erwartet sich der Verein „artenne.nenzing“ die Zusage seitens der öffentlichen Hand (Gemeinde, Land und Bund) für die weitere finanzielle Unterstützung des laufenden Betriebs nach LEADER, um die Nachhaltigkeit des Projekts zu sichern.

AP2 Detailplanung u. Ausschreibung |

Geplante Aktivitäten:

Auf der Basis des vorliegenden Umbauplans von Arch. Markus Mallin sollen die Detailplanungen hinsichtlich Verkehrswege, WC-Anlagen und einer kleinen Theke erfolgen.

Erwartete Ergebnisse:

Der öffentliche Trakt des Gebäudes soll abseits vom Wohntrakt als eigene Einheit funktionieren, eine klare Trennung zwischen öffentlichem und privatem Raum auch im Außenbereich definieren und sämtliche Auflagen zur Durchführung von Veranstaltungen erfüllen.

AP3 Umbau- u. Adaptierungsarbeiten |

Geplante Aktivitäten:

Vergabe und Umsetzung der Umbau- und Adaptierungsarbeiten

Erwartete Ergebnisse:

Die alte Bausubstanz des Wirtschaftsgebäudes „Kirchgasse 6“ ist teilsaniert und die entsprechenden baulichen und infrastrukturellen Maßnahmen für einen Veranstaltungsort verbessert. Das ehemalige Wirtschaftsgebäude funktioniert autonom und kann auch von externen Vereinen und Institutionen für kulturelle Veranstaltungen genutzt werden.

AP4 Planung und Durchführung der Programms |

Geplante Aktivitäten:

Ausarbeitung und Durchführung der jeweiligen Jahresprogramme für das Kulturfestival „tenneale“. Kennzeichnend für das Kulturfestival „tenneale“ ist die Symbiose von Kunst, Kultur und kulinarischen Angeboten aus der Region. Tenneale 2009: Sommerfrische im Himmel. Tenneale 2010: Arbeitstitel: Im Grünen. Gärten in der dörflichen Struktur. Tenneale 2011: Arbeitstitel: Landwandel. (von der agrarischen zur industriellen Produktion)- Konzeption

Erwartete Ergebnisse:

Die jeweiligen Ausstellungen der tenneale werden von einem vielfältigen Rahmen- und Vermittlungsprogramm begleitet. Kooperationen mit Kulturveranstaltern im Walgau und regionalen Anbietern landwirtschaftlicher Produkte werden die tenneale in der Region weiter verankern und etablieren. Im Gegensatz zu Projekten im urbanen Raum, die im Wesentlichen subkulturell organisiert sind, ist im ländlichen Raum die Einbindung sehr unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen von Bedeutung. Auch aus diesem Grund sollen regionale Kooperationspartner eingebunden werden, Personen etwa, die in der Landwirtschaft tätig sind, ihre Produkte selbst vermarkten (z.B. Sennereien, Alpgenossenschaften, Bauern). Weitere Kooperationen werden mit Vereinen, Institutionen und Gemeinden der Region Walgau und teils auch darüber hinaus

angestrebt. Die Vermittlungsarbeit hat einen wichtigen Stellenwert. Spezielle Angebote für die umliegenden Schulen und Workshops für Kinder und Jugendliche sollen Zugänge zu den Ausstellungsthemen ermöglichen.

AP5 Nutzungskonzept Waschhaus u. Glashaus |

Geplante Aktivitäten:

Das ehemalige Waschhaus und das Glashaus soll in das Gesamtkonzept miteingebunden werden. Die kulinarische Schiene kann insofern ausgebaut werden als das ehemalige Waschhaus die Funktion einer kleinen Küche mit entsprechendem Shopangebot erfüllt. Frischprodukte können im angrenzenden Garten und Glashaus angebaut und geerntet werden. Seminare und Vorträge zu kulinarischen Themen bieten die Möglichkeit, dem Verein artenne.nenzing eine zusätzliche Einnahmequelle zu ermöglichen.

Erwartete Ergebnisse:

Das Konzept für das Waschhaus und Glashaus ist Grundlage für ein Folgeprojekt.

Erwartete Ergebnisse

Die tenneale als ein jährliches Ausstellungsprojekt der artenne mit dem Fokus auf regionales Kulturerbe, Entwicklung und Perspektiven für die Zukunft wird fortgesetzt. Die jeweiligen Ausstellungen der tenneale werden von einem vielfältigen Rahmen- und Vermittlungsprogramm begleitet. Die Zusammenarbeit von und mit Künstlern, Kulturwissenschaftlern wird weiterhin von entscheidender Bedeutung sein. Kooperationen mit Kulturveranstaltern im Walgau und regionalen Anbietern landwirtschaftlicher Produkte werden die tenneale in der Region weiter verankern und etablieren.

Eine längerfristige Themen- und Vermittlungstrategie und ein Leitbild liegen vor. Der neugegründete Verein artenne.nenzing zeichnet für das Programm verantwortlich.

Die alte Bausubstanz des Wirtschaftsgebäudes "Kirchgasse 6" ist teilsaniert und die entsprechenden baulichen und infrastrukturellen Maßnahmen für einen Veranstaltungsort verbessert. Das ehemalige Wirtschaftsgebäude funktioniert autonom und kann auch von externen Vereinen und Institutionen für kulturelle Veranstaltungen genutzt werden. Ein Konzept für das ehemalige Waschhaus und das Glashaus liegt vor und dies könnte in einem Folgeprojekt umgesetzt werden.

Bezug zum Programm

LES 4.5 Bildung und Kultur: 4.5.1 Ziele: Aufblühendes Kulturleben auf dem Lande.; 4.5.2 Strategie: Kooperationen in den Bereichen Kultur und Bildung - sowohl auf örtlicher als auch überregionaler Ebene - mit den Hauptanliegen der Zusammenarbeit und gleichzeitig der Stärkung regionaler Identität; 4.5.3 Angestrebte Resultate: Initiierung, Belebung von Kulturinitiativen mit Bezug zur Region wurden unterstützt.

Die Artenne Nenzing hat sich insbesondere die Förderung des Kulturlebens im ländlichen Raum zum Ziele gesetzt. Die vermittelten Themen kreisen allesamt um die kleinbäuerlichen Kultur und stärken damit die regionale Identität. Daraus ergibt sich eine klare Zuordnung unter 4.5 Bildung und Kultur.

MIT UNTERSTÜTZUNG VON



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



lead_Dreiklang II_Sennerei Schnifis

Projektdatenbank



Dreiklang II – Umsetzung der Maßnahmen zur regionalen Entwicklung – Schnifis, Düns, Dünserberg

Projektträger

Firma: Sennerei Schnifis REG GenmbH
 Strasse: Jagdbergstraße 84
 PLZ / Ort: AT - 6822 Schnifis
 Telefon: +4355242588
 Email: office@sennerei-schnifis.at
 Website: http://www.sennerei-schnifis.at



Kurzbeschreibung

Mitte Dezember 2008 wurden alle Mitglieder der Arbeitsgruppen / Gemeindevertreter der drei Gemeinden sowie Vertreter der Sennerei Schnifis zur Präsentation der Workshopergebnisse aller Arbeitsgruppen eingeladen. Im Zuge der Präsentation fand auch ein offener Austausch unter den Arbeitsgruppen statt. Die Mitarbeiter der Arbeitsgruppen zeigten sich vom Ergebnis begeistert.

Überraschend und überaus erfreulich ist die Situation zur weiteren Projektentwicklung bzw. zur Maßnahmenumsetzung von 2009-2011: Alle Mitglieder der vier Arbeitsgruppen erklärten sich über die Gemeindegrenzen hinweg bereit zur weiteren aktiven Mitarbeit in einem der vier Teams zur Umsetzung des Projektes. Ebenfalls konnte für die vier Teams jeweils ein Leiter bestimmt werden. Das Koordinationsteam zur Projektumsetzung 2009-2011 ist aus dem Obmann der Sennerei Schnifis, den Bürgermeistern der drei Gemeinden sowie den Leitern der vier Teams zusammen gesetzt.

Die Sennerei Schnifis als Initiator des Projektes konnte sich innerhalb der Region als wichtiger Produzent einer regionalen Marke in Erinnerung rufen. Das Bewusstsein um die Bedeutung einer gemeinsamen Verarbeitung und Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte erfuhr in Zuge dieses Gemeindegrenzen überschreitenden Prozesses seine Erweiterung in den Themenbereichen Ku-linarium, Kultur und Landschaft.

So wie im Zuge des Entwicklungsprozesses das soziale Netzwerk innerhalb der Kleinregion durch die Planung konkreter Maßnahmen eine beachtliche Stärkung erfahren hat, soll das gesamte Projekt im Zuge der Maßnahmenumsetzung zwischen 2009-2011 den Zusammenhalt und die Gemeinschaft vor Ort lebendig entwickeln und stärken. Dadurch wiederum wird die Kleinregion mit unverwechselbarem Profil als Standort, Ausflugsziel und Wohnregion gewinnen. Die Bereitschaft zur Gemeindegrenzen überschreitende Zusammenarbeit als Voraussetzung dazu konnte im Rahmen des kurzen, doch intensiven Vorprojektes zur Maßnahmenentwicklung erfolgreich unter Beweis gestellt werden.

Ausgangslage

Die Sennerei Schnifis ist ein wichtiger Standort zur Produktion der regionalen Marke. Verfolgt man den Weg vom Käse zurück zu den Bauern in Düns, Dünserberg und Schnifis, so führt dieser durch eine reich strukturierte Kulturlandschaft mit unverwechselbaren kulturräumlichen Charakteristika. Bislang werden aber weder das Potential der regionalen Marke noch das naturräumliche, kulturelle und kulinarische Profil der Kleinregion zur Sicherung von Gemeinden und Sennerei gemeinsam entwickelt.

Im Rahmen des Leader-Vorprojektes Dreiklang I initiiert durch die Sennerei erarbeiteten von September 2008 bis Jänner 2009 insgesamt 20 GemeindevertreterInnen aus Schnifis, Düns und Dünserberg gemeinsam mit Sennereivertreter Maßnahmen zur Regionalentwicklung von 2009 – 2011. 4 Arbeitsgruppen mit Vertretern der Dreiklanggemeinden und ihrer Sennerei werden die Umsetzung in den Aktionsfeldern Landschaft (1.), Kultur (2.), Kulinarium (3.) und Vermarktung (4.) aktiv mitgestalten und -tragen. Die Maßnahmen zur Umsetzung zielen auf die Entwicklung und den Ausbau des regionalen Leistungsangebotes sowie die Verbesserung der Infrastruktur, insbesondere in den Bereichen Kultur, Soziales, Nahversorgung, Bildung und Freizeit ab.

Wie bereits im Vorprojekt Dreiklang I übernimmt die Sennerei Schnifis auch im Umsetzungsprojekt die Trägerschaft. Für die Alleinstellung der Kleinregion ist die Sennerei als etablierte Integrationsfigur unverzichtbar. Ebenso wie im vorangegangenen Entwicklungsprozess ist auch für das Realisierungsprojekt der Standort, die Strukturen und die personellen Ressourcen der Sennerei eine wichtige Grundlage.

Ziele

Die Sennerei Schnifis ist ein wichtiger Standort zur Produktion der regionalen Marke. Verfolgt man den Weg vom Käse zurück zu den Bauern in Düns, Dünserberg und Schnifis, so führt dieser durch eine reich strukturierte Kulturlandschaft mit unverwechselbaren kulturräumlichen Charakteristika. Bislang werden aber weder das Potential der regionalen Marke noch das naturräumliche, kulturelle und kulinarische Profil der Kleinregion zur Sicherung von Gemeinden und Sennerei gemeinsam entwickelt.

Im Rahmen des Leader-Vorprojektes Dreiklang I initiiert durch die Sennerei erarbeiteten von September 2008 bis Jänner 2009 insgesamt 20 GemeindevertreterInnen aus Schnifis, Düns und Dünserberg gemeinsam mit Sennereivertreter

Maßnahmen zur Regionalentwicklung von 2009 – 2011. 4 Arbeitsgruppen mit Vertretern der Dreiklangsgemeinden und ihrer Sennerei werden die Umsetzung in den Aktionsfeldern Landschaft (1.), Kultur (2.), Kulinarium (3.) und Vermarktung (4.) aktiv mitgestalten und -tragen. Die Maßnahmen zur Umsetzung zielen auf die Entwicklung und den Ausbau des regionalen Leistungsangebotes sowie die Verbesserung der Infrastruktur, insbesondere in den Bereichen Kultur, Soziales, Nahversorgung, Bildung und Freizeit ab.

Wie bereits im Vorprojekt Dreiklang I übernimmt die Sennerei Schnifis auch im Umsetzungsprojekt die Trägerschaft. Für die Alleinstellung der Kleinregion ist die Sennerei als etablierte Integrationsfigur unverzichtbar. Ebenso wie im vorangegangenen Entwicklungsprozess ist auch für das Realisierungsprojekt der Standort, die Strukturen und die personellen Ressourcen der Sennerei eine wichtige Grundlage.

Inhalte

Die Werte und Qualitäten - Bestand und Möglichkeiten – definieren einen breiten Projektansatz zur Maßnahmenumsetzung. Über die Arbeitsschwerpunkte Landschaft, Kultur, Kulinarium und Vermarktung gewinnt das regionale Profil im Dreiklang. Leitbild dazu ist die Umsetzung der Maßnahmen in allen vier Schwerpunkten insbesondere mit Akteuren aus der Kleinregion. Brachliegendes Wissen und bislang ungenutzte Fertigkeiten der Menschen werden zum regionalen, einzigartigen Kapital. Durch endogenes Bewusstsein zu Landschaft, Kulinarium, Kultur und Vermarktung im Dreiklang wird über das Projekt hinaus exogene Präsenz und Beachtung der Kleinregion begründet.

Die Lebensqualität im Dreiklang erfährt ihre Aufwertung insbesondere durch die Entwicklung, den Auf- und Ausbau neuer Formen des regionalen Leistungsangebotes sowie die Verbesserung der Infrastruktur, insbesondere in den Bereichen Freizeit, Kultur, Bildung, Soziales & Integration, Gesundheit und Nahversorgung. Infrastrukturen, Dienstleistungen und Projektaktivitäten für/von Kinder(n) und Jugendliche(n) haben die verstärkte Bindung zur Kleinregion zum Ziel.

- AP 1 - Landschaft
- AP 2 - Kultur
- AP 3 - Kulinarium
- AP 4 - Vermarktung
- AP 5 - Projektmanagement
- AP 6 - Machbarkeitsstudie Geschäftsstelle

Arbeitspakete

Arbeitspaket	Personal	Betrieb	Reise	Drittleistung	Investitionen	Summe
Allgemein	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
AP 1.1. Die Freiraumqualität (Wege, Infrastruktur, Erlebnisqualität und Entwicklungsmöglichkeit) im Dreiklang wird erhoben/dokumentiert.	5.000,00	0,00	0,00	30.000,00	0,00	35.000,00
AP 1.2. Erforderliche Maßnahmen zur Verbesserung der Freiraumqualität – resultierend aus der Bestandsaufnahme werden umgesetzt	0,00	0,00	0,00	120.000,00	0,00	120.000,00
AP 1.3. Reaktivierung der historischen Mühle in Düns	0,00	0,00	0,00	40.000,00	0,00	40.000,00
AP 1.4. Inhaltliche Erschließung der Freiraumqualität (Tafeln/Objekte, Folder/Karten, Ausbildung von Natur- und Landschaftsführern - Aufbaumodul Dreiklang, Digitale Wanderrouteplanung über GPS)	0,00	0,00	0,00	120.000,00	0,00	120.000,00
AP 2.1. Kultur & Käse: Rezeptsammlung / Kochkurse zu den Käsespezialitäten der Sennerei, Ernährungsphysiologische Aufarbeitung der Rezepte v. Fanni Amann, Dokumentation und Publikation (Kooperation zur Umsetzung mit der AG Kulinarium)	10.000,00	0,00	0,00	40.000,00	0,00	50.000,00
AP 2.2. Kultur & Holz: Wettbewerb HolzSkulptur im Raum und Freiraum, Ausstellung mit Publikumsjury, Dokumentation und Publikation zur Umsetzung, (Kooperation zur Umsetzung mit der Arbeitsgruppe Landschaft)	0,00	0,00	0,00	20.000,00	0,00	20.000,00
AP 2.3. Kultur & Gemeinschaft: Schulprojekt (Volksschule und Kindergarten der Dreiklang-Gemeinden) Kultur & Holz; Lehrerfortbildung: Gemeinsamer Workshop zur Themenaufbereitung / Unterrichtsvorbereitung; Projektumsetzung Schüler: Interaktion / Aktion; A	0,00	0,00	0,00	15.000,00	0,00	15.000,00
AP 2.4. Fotodokumentation Berufe im Dreiklang: Werkstätten, Arbeitstracht, Kleidung – vor die Kamera ortsansässiger Amateurfotographen, eventuell in Kooperation als 2. Schul-/Kindergartenprojekt (vgl. 2.3.); Dokumentation und „flexible“ Dauerausstellung	0,00	0,00	0,00	20.000,00	0,00	20.000,00
AP 2.5. Prozessbezogenes Ländliches Lustspiel: „Vom Dreierlei zum Dreiklang ...“	0,00	0,00	0,00	15.000,00	0,00	15.000,00

AP 3.1. Regionalen Dreiklang 4 x 3 Mal schmecken (Vierjahreszeiten 2009-2011): Frühling (Sennerei: Käse & Wein), Sommer (Landschaft: Produktvielfalt), Herbst (Bauernhöfe: Obst), Winter (Gastronomie: Fleisch & Käse)	17.000,00	0,00	0,00	15.000,00	0,00	32.000,00
AP 3.2. Kulinarische Nahversorgung für die Menschen im Dreiklang: 2009 Kulinarische Bildung, 2010 Kulinarische Wanderung, 2011 Kulinarisches Genussjahr.	0,00	0,00	0,00	30.000,00	0,00	30.000,00
AP 3.3. Bildung zum Kulinarium in der Kleinregion	0,00	0,00	0,00	18.000,00	0,00	18.000,00
AP 4.1. Bewusstseinsbildung für die Produkte der Sennerei im Dreiklang als regionale Marke	0,00	0,00	0,00	20.000,00	0,00	20.000,00
AP 4.2. Professionalisierung Verkauf / Vertriebsabwicklung zur regionalen Marke	0,00	0,00	0,00	0,00	30.000,00	30.000,00
AP 4.3. Entwicklung Produktdesign/Produktneuheiten im Dreiklang	0,00	0,00	0,00	40.000,00	0,00	40.000,00
AP 4.4. Entwicklung der barrierefreien Homepage für die Sennerei	0,00	0,00	0,00	17.000,00	0,00	17.000,00
AP 4.5. Imagearbeit für regionale Marken und Produkte zur Nahversorgung im Dreiklang	25.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	25.000,00
AP 4.6. Bildung zur Qualitätssicherung und Vermarktung in der Kleinregion	0,00	0,00	0,00	32.000,00	0,00	32.000,00
AP 5.1. Projektleitung	0,00	0,00	0,00	60.000,00	0,00	60.000,00
AP 5.2. Arbeitsgruppenführung	0,00	0,00	0,00	15.000,00	0,00	15.000,00
AP 5.3. Administration	30.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	30.000,00
AP 6.1. Durchführung einer Machbarkeitsstudie zur Einrichtung einer gemeinsamen Geschäftsstelle zum landschaftlichen, kulturellen und kulinarischen Angebot im Dreiklang	0,00	0,00	0,00	11.000,00	0,00	11.000,00
	87.000,00	0,00	0,00	678.000,00	30.000,00	795.000,00

Allgemein |

AP 1.1. Die Freiraumqualität (Wege, Infrastruktur, Erlebnisqualität und Entwicklungsmöglichkeit) im Dreiklang wird erhoben/dokumentiert. |

Geplante Aktivitäten:

Die Freiraumqualität (Wege, Infrastruktur, Erlebnisqualität und Entwicklungsmöglichkeit) im Dreiklang wird erhoben/dokumentiert.

Erwartete Ergebnisse:

Auf die Besonderheiten und Qualität der Kulturlandschaft und des Natur-raumes wird aufmerksam gemacht. Über einfache Maßnahmen zur Ver-besserung der Infrastruktur wird die Aufenthaltsqualität gemeindegren-zenübergreifend stark verbessert. Zur Erschließung des Raumes reagiert die Kleinregion mit unterschiedlichen Angebotsschwerpunkten / Vermittlungsmedien auf eine breite Zielgruppe.

AP 1.2. Erforderliche Maßnahmen zur Verbesserung der Freiraumqualität – resultierend aus der Bestandsaufnahme werden umgesetzt |

Geplante Aktivitäten:

Erforderliche Maßnahmen zur Verbesserung der Freiraumqualität – resultierend aus der Bestandsaufnahme werden umgesetzt

Erwartete Ergebnisse:

Auf die Besonderheiten und Qualität der Kulturlandschaft und des Natur-raumes wird aufmerksam gemacht. Über einfache Maßnahmen zur Ver-besserung der Infrastruktur wird die Aufenthaltsqualität gemeindegren-zenübergreifend stark verbessert. Zur Erschließung des Raumes reagiert die Kleinregion mit unterschiedlichen Angebotsschwerpunkten / Vermittlungsmedien auf eine breite Zielgruppe.

AP 1.3. Reaktivierung der historischen Mühle in Düns |

Geplante Aktivitäten:

Reaktivierung der historischen Mühle in Düns (Wasserrad, Mahlwerk, Schaubetrieb)

Erwartete Ergebnisse:

Auf die Besonderheiten und Qualität der Kulturlandschaft und des Natur-raumes wird aufmerksam gemacht. Über einfache Maßnahmen zur Ver-besserung der Infrastruktur wird die Aufenthaltsqualität gemeindegren-zenübergreifend stark verbessert. Zur Erschließung des Raumes reagiert die Kleinregion mit unterschiedlichen Angebotsschwerpunkten / Vermittlungsmedien auf eine breite Zielgruppe

AP 1.4. Inhaltliche Erschließung der Freiraumqualität (Tafeln/Objekte, Folder/Karten, Ausbildung von Natur- und Landschaftsführern - Aufbaumodul Dreiklang, Digitale Wanderrouteplanung über GPS) |

Geplante Aktivitäten:

Inhaltliche Erschließung der Freiraumqualität (Tafeln/Objekte, Folder/Karten, Ausbildung von Natur- und Landschaftsführern - Aufbaumodul Dreiklang, Digitale Wanderrouteplanung über GPS)

Erwartete Ergebnisse:

Auf die Besonderheiten und Qualität der Kulturlandschaft und des Natur-raumes wird aufmerksam gemacht. Über einfache Maßnahmen zur Ver-besserung der Infrastruktur wird die Aufenthaltsqualität gemeindegren-zenübergreifend stark verbessert. Zur Erschließung des Raumes reagiert die Kleinregion mit unterschiedlichen Angebotsschwerpunkten / Vermittlungsmedien auf eine breite Zielgruppe.

AP 2.1. Kultur & Käse: Rezeptsammlung / Kochkurse zu den Käsespezialitäten der Sennerei, Ernährungsphysiologische Aufarbeitung der Rezepte v. Fanni Amann, Dokumentation und Publikation (Kooperation zur Umsetzung mit der AG Kulinarium) |

Geplante Aktivitäten:

Kultur & Käse: Rezeptsammlung / Kochkurse zu den Käsespezialitäten der Sennerei, Ernährungsphysiologische Aufarbeitung der Rezepte v. Fanni Amann, Dokumentation und Publikation (Kooperation zur Umsetzung mit der AG Kulinarium)

Erwartete Ergebnisse:

Aus der Bevölkerung entwickelt und mit den regionalen Akteuren realisiert tritt Kultur zum Menschen. Von Interessierten und Amateuren in der Regi-on gedacht, kritisiert und interpretiert wird kultureller Austausch zum sozialen Moment in der gemeinsamen Entwicklung. Kultur im Dreiklang wird zufällig und selbstverständlich zur Alltagskultur im regionalen Verständnis.

AP 2.2. Kultur & Holz: Wettbewerb HolzSkulptur im Raum und Freiraum, Ausstellung mit Publikumsjury, Dokumentation und Publikation zur Umsetzung, (Kooperation zur Umsetzung mit der Arbeitsgruppe Landschaft) |

Geplante Aktivitäten:

Kultur & Holz: Wettbewerb HolzSkulptur im Raum und Freiraum, Ausstellung mit Publikumsjury, Dokumentation und Publikation zur Umsetzung, (Kooperation zur Umsetzung mit der Arbeitsgruppe Landschaft)

Erwartete Ergebnisse:

Aus der Bevölkerung entwickelt und mit den regionalen Akteuren realisiert tritt Kultur zum Menschen. Von Interessierten und Amateuren in der Regi-on gedacht, kritisiert und interpretiert wird kultureller Austausch zum sozialen Moment in der gemeinsamen Entwicklung. Kultur im Dreiklang wird zufällig und selbstverständlich zur Alltagskultur im regionalen Verständnis.

AP 2.3. Kultur & Gemeinschaft: Schulprojekt (Volksschule und Kindergarten der Dreiklang-Gemeinden) Kultur & Holz; Lehrerfortbildung: Gemeinsamer Workshop zur Themenaufbereitung / Unterrichtsvorbereitung; Projektumsetzung Schüler: Interaktion / Aktion; A |

Geplante Aktivitäten:

Kultur & Gemeinschaft: Schulprojekt (Volksschule und Kindergarten der Dreiklang-Gemeinden) Kultur & Holz; Lehrerfortbildung: Gemeinsamer Workshop zur Themenaufbereitung / Unterrichtsvorbereitung; Projektumsetzung Schüler: Interaktion / Aktion; Ausstellung zur Projektumsetzung im Raum und Freiraum, Dokumentation der Umsetzung

Erwartete Ergebnisse:

Aus der Bevölkerung entwickelt und mit den regionalen Akteuren realisiert tritt Kultur zum Menschen. Von Interessierten und Amateuren in der Regi-on gedacht, kritisiert und interpretiert wird kultureller Austausch zum sozialen Moment in der gemeinsamen Entwicklung. Kultur im Dreiklang wird zufällig und selbstverständlich zur Alltagskultur im regionalen Verständnis.

AP 2.4. Fotodokumentation Berufe im Dreiklang: Werkstätten, Arbeitstracht, Kleidung – vor die Kamera ortsansässiger Amateurfotographen, eventuell in Kooperation als 2. Schul-/Kindergartenprojekt (vgl. 2.3.); Dokumentation und „flexible“ Dauerausstellung |

Geplante Aktivitäten:

Fotodokumentation Berufe im Dreiklang: Werkstätten, Arbeitstracht, Kleidung – vor die Kamera ortsansässiger Amateurfotographen, eventuell in Kooperation als 2. Schul-/Kindergartenprojekt (vgl. 2.3.); Dokumentation und „flexible“ Dauerausstellung

Erwartete Ergebnisse:

Aus der Bevölkerung entwickelt und mit den regionalen Akteuren realisiert tritt Kultur zum Menschen. Von Interessierten und Amateuren in der Regi-on gedacht, kritisiert und interpretiert wird kultureller Austausch zum sozialen Moment in der gemeinsamen Entwicklung. Kultur im Dreiklang wird zufällig und selbstverständlich zur Alltagskultur im regionalen Verständnis.

AP 2.5. Prozessbezogenes Ländliches Lustspiel: „Vom Dreierlei zum Dreiklang ...“ |

Geplante Aktivitäten:

Prozessbezogenes Ländliches Lustspiel: „Vom Dreierlei zum Dreiklang ...“

Erwartete Ergebnisse:

Aus der Bevölkerung entwickelt und mit den regionalen Akteuren realisiert tritt Kultur zum Menschen. Von Interessierten und Amateuren in der Regi-on gedacht, kritisiert und interpretiert wird kultureller Austausch zum sozialen Moment in der gemeinsamen Entwicklung. Kultur im Dreiklang wird zufällig und selbstverständlich zur Alltagskultur im regionalen Verständnis.

AP 3.1. Regionalen Dreiklang 4 x 3 Mal schmecken (Vierjahreszeiten 2009-2011): Frühling (Sennerei: Käse & Wein), Sommer (Landschaft: Produktvielfalt), Herbst (Bauernhöfe: Obst), Winter (Gastronomie: Fleisch & Käse) |

Geplante Aktivitäten:

Regionalen Dreiklang 4 x 3 Mal schmecken (Vierjahreszeiten 2009-2011): Frühling (Sennerei: Käse & Wein), Sommer (Landschaft: Produktvielfalt), Herbst (Bauernhöfe: Obst), Winter (Gastronomie: Fleisch & Käse)

Erwartete Ergebnisse:

In der Bevölkerung ist das Bewusstsein um das regionale Kulinarium stärker entwickelt. Die Nahversorgung mit kulinarischen Besonderheiten in der Kleinregion erfährt höhere Wertschätzung. Bei regionalen Produzenten steigt die Motivation zur weiteren Entwicklung des Angebots. Über die Einführung jährlicher Fixtermine während des Projektes entsteht eine solide Basis zum andauernden gastronomischen Auftritt der Kleinregion in der Nische.

AP 3.2. Kulinarische Nahversorgung für die Menschen im Dreiklang: 2009 Kulinarische Bildung, 2010 Kulinarische Wanderung, 2011 Kulinarisches Genussjahr. |**Geplante Aktivitäten:**

Kulinarische Nahversorgung für die Menschen im Dreiklang: 2009 Kulinarische Bildung, 2010 Kulinarische Wanderung, 2011 Kulinarisches Genussjahr.

Erwartete Ergebnisse:

In der Bevölkerung ist das Bewusstsein um das regionale Kulinarium stärker entwickelt. Die Nahversorgung mit kulinarischen Besonderheiten in der Kleinregion erfährt höhere Wertschätzung. Bei regionalen Produzenten steigt die Motivation zur weiteren Entwicklung des Angebots. Über die Einführung jährlicher Fixtermine während des Projektes entsteht eine solide Basis zum andauernden gastronomischen Auftritt der Kleinregion in der Nische.

AP 3.3. Bildung zum Kulinarium in der Kleinregion |**Geplante Aktivitäten:**

Bildung zum Kulinarium in der Kleinregion

Erwartete Ergebnisse:

In der Bevölkerung ist das Bewusstsein um das regionale Kulinarium stärker entwickelt. Die Nahversorgung mit kulinarischen Besonderheiten in der Kleinregion erfährt höhere Wertschätzung. Bei regionalen Produzenten steigt die Motivation zur weiteren Entwicklung des Angebots. Über die Einführung jährlicher Fixtermine während des Projektes entsteht eine solide Basis zum andauernden gastronomischen Auftritt der Kleinregion in der Nische.

AP 4.1. Bewusstseinsbildung für die Produkte der Sennerei im Dreiklang als regionale Marke |**Geplante Aktivitäten:**

Bewusstseinsbildung für die Produkte der Sennerei im Dreiklang als regionale Marke

Erwartete Ergebnisse:

Die Sennerei wird als wichtiger Produzent einer regionalen Marke in der Kleinregion wahrgenommen. Damit gewinnt die Standortsicherung regionalwirtschaftlich an Bedeutung. Regelmäßiger Einkauf im Sennerei Lädile wird von den Einheimischen noch stärker praktiziert. Erholungssuchende Gäste verbinden kulturellen, landschaftlichen und kulinarischen Genuss mit dem Einkauf beim regionalen Veredelungsbetrieb.

AP 4.2. Professionalisierung Verkauf / Vertriebsabwicklung zur regionalen Marke |**Geplante Aktivitäten:**

Professionalisierung Verkauf / Vertriebsabwicklung zur regionalen Marke

Erwartete Ergebnisse:

Die Sennerei wird als wichtiger Produzent einer regionalen Marke in der Kleinregion wahrgenommen. Damit gewinnt die Standortsicherung regionalwirtschaftlich an Bedeutung. Regelmäßiger Einkauf im Sennerei Lädile wird von den Einheimischen noch stärker praktiziert. Erholungssuchende Gäste verbinden kulturellen, landschaftlichen und kulinarischen Genuss mit dem Einkauf beim regionalen Veredelungsbetrieb.

AP 4.3. Entwicklung Produktdesign/Produktneuheiten im Dreiklang |**Geplante Aktivitäten:**

Entwicklung Produktdesign/Produktneuheiten im Dreiklang

Erwartete Ergebnisse:

Die Sennerei wird als wichtiger Produzent einer regionalen Marke in der Kleinregion wahrgenommen. Damit gewinnt die Standortsicherung regionalwirtschaftlich an Bedeutung. Regelmäßiger Einkauf im Sennerei Lädile wird von den Einheimischen noch stärker praktiziert. Erholungssuchende Gäste verbinden kulturellen, landschaftlichen und kulinarischen Genuss mit dem Einkauf beim regionalen Veredelungsbetrieb.

AP 4.4. Entwicklung der barrierefreien Homepage für die Sennerei |**Geplante Aktivitäten:**

AP 4.4. Entwicklung der barrierefreien Homepage für die Sennerei

Erwartete Ergebnisse:

Die Sennerei wird als wichtiger Produzent einer regionalen Marke in der Kleinregion wahrgenommen. Damit gewinnt die Standortsicherung regionalwirtschaftlich an Bedeutung. Regelmäßiger Einkauf im Sennerei Lädile wird von den Einheimischen noch stärker praktiziert. Erholungssuchende Gäste verbinden kulturellen, landschaftlichen und kulinarischen Genuss mit dem Einkauf beim regionalen Veredelungsbetrieb.

AP 4.5. Imagearbeit für regionale Marken und Produkte zur Nahversorgung im Dreiklang |**Geplante Aktivitäten:**

Imagearbeit für regionale Marken und Produkte zur Nahversorgung im Dreiklang

Erwartete Ergebnisse:

Die Sennerei wird als wichtiger Produzent einer regionalen Marke in der Kleinregion wahrgenommen. Damit gewinnt die Standortsicherung regionalwirtschaftlich an Bedeutung. Regelmäßiger Einkauf im Sennerei Lädile wird von den Einheimischen noch stärker praktiziert. Erholungssuchende Gäste verbinden kulturellen, landschaftlichen und kulinarischen Genuss mit dem Einkauf beim regionalen Veredelungsbetrieb.

Genuss mit dem Einkauf beim regionalen Veredelungsbetrieb.

AP 4.6. Bildung zur Qualitätssicherung und Vermarktung in der Kleinregion |

Geplante Aktivitäten:

Bildung zur Qualitätssicherung und Vermarktung in der Kleinregion

Erwartete Ergebnisse:

Die Sennerei wird als wichtiger Produzent einer regionalen Marke in der Kleinregion wahrgenommen. Damit gewinnt die Standortsicherung regionalwirtschaftlich an Bedeutung. Regelmäßiger Einkauf im Sennerei Lädile wird von den Einheimischen noch stärker praktiziert. Erholungssuchende Gäste verbinden kulturellen, landschaftlichen und kulinarischen Genuss mit dem Einkauf beim regionalen Veredelungsbetrieb.

AP 5.1. Projektleitung |

Erwartete Ergebnisse:

Über die Projektumsetzung mit einer breiten Basis der Bevölkerung werden langfristig Ideen und Visionen von und für die Menschen im Dreiklang realisiert. Bottom-up als Leitbild wird während der Maßnahmenrealisierung Projekt und Kleinregion prägen. Die gemeinsame Projektkultur im Dreiklang wird geprobt, entwickelt und professionalisiert, letztendlich für weitere anstehende Initiativen in der Kleinregion.

AP 5.2. Arbeitsgruppenführung |

Erwartete Ergebnisse:

Über die Projektumsetzung mit einer breiten Basis der Bevölkerung werden langfristig Ideen und Visionen von und für die Menschen im Dreiklang realisiert. Bottom-up als Leitbild wird während der Maßnahmenrealisierung Projekt und Kleinregion prägen. Die gemeinsame Projektkultur im Dreiklang wird geprobt, entwickelt und professionalisiert, letztendlich für weitere anstehende Initiativen in der Kleinregion.

AP 5.3. Administration |

Erwartete Ergebnisse:

Über die Projektumsetzung mit einer breiten Basis der Bevölkerung werden langfristig Ideen und Visionen von und für die Menschen im Dreiklang realisiert. Bottom-up als Leitbild wird während der Maßnahmenrealisierung Projekt und Kleinregion prägen. Die gemeinsame Projektkultur im Dreiklang wird geprobt, entwickelt und professionalisiert, letztendlich für weitere anstehende Initiativen in der Kleinregion.

AP 6.1. Durchführung einer Machbarkeitsstudie zur Einrichtung einer gemeinsamen Geschäftsstelle zum landschaftlichen, kulturellen und kulinarischen Angebot im Dreiklang |

Erwartete Ergebnisse:

Bedarf, Erfordernisse und Potential einer gemeinsamen Geschäftsstelle werden geprüft. Damit ist eine wichtige Grundlage für die weiteren Entscheidungen zur Schaffung personeller Strukturen zur weiteren gemeinsamen Regionalentwicklung im Dreiklang geschaffen.

Erwartete Ergebnisse

Drei Gemeinden etablieren sich als Kleinregion im Bewusstsein der Menschen. Der dreijährige Bottom-up Prozess zur Maßnahmenrealisierung entwickelt und sichert das unverwechselbare kulinarische, kulturelle und kulturlandschaftliche Profil von Düns, Dünserberg und Schnifis. Der Sennereistandort erfährt seine Sicherung über die Anerkennung als regionale Marke im Dreiklang. Sozialkapital und Freiraumqualität als weiche Standortfaktoren fördern die nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung in der Kleinregion.

Bezug zum Programm

LES 4.3 Raumentwicklung, Infrastruktur, Mobilität: 4.3.1 Ziele: Die Lebensqualität am Lande zu steigern und die Nah-/Freiraumqualität in den Dörfern – für alle Bevölkerungsgruppen verbessern; 4.3.2 Strategie: Es werden Maßnahmen ergriffen um die Lebensqualität im Ort zu erhöhen, - Schwerpunkte dabei sind: Wohnraum, sichere Schul- und Einkaufswege, Betreuungseinrichtung; 4.3.3 Angestrebte Resultate: Bestehende Regionalplanungsstrukturen sind weiter ausgebaut und gestärkt.

M413: 2.2.2.1: Zur Verbesserung der Lebensqualität ländlicher Regionen insbesondere: Entwicklung, Auf- und Ausbau neuer Formen des regionalen Leistungsangebotes und Verbesserung der Infrastruktur, insbesondere in den Bereichen Freizeit, Kultur, Bildung, Soziales & Integration, Gesundheit und Nahversorgung

M413: 2.2.2.4: Infrastrukturen und Dienstleistungen und Aktivitäten für/von Kinder(n) und Jugendliche(n), die eine verstärkte Bindung zur Region zum Ziel haben und zum Aufbau und Kommunikation der regionalen Identität und der zugrunde liegenden Wertemodelle beitragen können

Die Zuordnung des Projektes im LES wäre unter verschiedenen Aktionsfeldern möglich, im Sinne des gesamtheitlichen Ansatzes des Projektes ist die Zuordnung unter 4.3 Raumentwicklung, Infrastruktur, Mobilität am zweckmäßigsten.

MIT UNTERSTÜTZUNG VON



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



lead_ErlebnisWelt_Käsestrasse-BW

Projektdatenbank



...

Projektträger

Firma: Käsestrasse Bregenzerwald
 Strasse: Impulszentrum 1135
 PLZ / Ort: AT - 6863 Egg
 Telefon: +43 5512 26241
 Email: info@kaesestrasse.at
 Website: <http://www.kaesestrasse.at/>



Kurzbeschreibung

Gegenstand des Projektes ist die Detailplanung und Umsetzung eines Erlebnisangebotes der Käsestrasse Bregenzerwald. Zentrales Ziel ist es, durch strategische Veranstaltungen die Marke „Käsestrasse-Bregenzerwald“ zu stärken und für Gäste und Einheimische erlebbar zu gestalten. Zu diesem Zweck werden „Schlüsselveranstaltungen“ entwickelt und umgesetzt, die eine Verbreitung des Gedankenguts der Käsestrasse ermöglichen und die Position der Käsestrasse am Markt stärken und damit den Absatz der landwirtschaftlichen Produkte aus der Region sowie die Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft und Tourismus fördert. Als Schlüsselveranstaltungen und Aktionen gelten:

1. Frühlingserwachen
2. Marktplatz der Genüsse
3. Bregenzerwälder Genussstage
4. Sommergespräche
5. Käseherbst

Das Projekt beinhaltet die Detailplanung und die Durchführung in den ersten zwei Jahren als Impuls und Experiment. Das Konzept ist so angelegt, dass in den Folgejahren einzelne Veranstaltungen aus den gewonnenen Erfahrungen selbst tragend weitergeführt werden.

Ausgangslage

Die Käsestrasse-Bregenzerwald konnte sich in den vergangenen 10 Jahren als Marke international etablieren. Eine Marke bedarf der Markenpflege und das bedeutet, es sind eine Reihe von Maßnahmen zu setzen, die für den Fortbestand bzw. für den nächsten Entwicklungsschritt entscheidend sind. Im Leader-Projekt „Genussakademie“ wurde im Rahmen von Expertengesprächen und Arbeitssitzungen mit Käseproduzenten, Vermarktern und Käsewirten ein grundlegendes Konzept für die kommenden Jahre erarbeitet. Dieses Konzept sieht vier strategische Module zur Sicherung der Marke „Käsestrasse Bregenzerwald“ vor. Jedes der vier Module soll in jeweils einem eigenständigen Projekt bearbeitet werden. Dies begründet sich damit, dass jedes Modul für sich eigene Kompetenzen, eigene Personenkreise und einen Umsetzungsfahrplan benötigt. Die vier strategischen Module sind:

1. Erlebniswelt Käsestrasse Bregenzerwald
2. Genusswerkstatt Käsestrasse Bregenzerwald
3. Ideenküche Käsestrasse Bregenzerwald
4. Qualitätssicherung Käsestrasse Bregenzerwald

Zu 1: ErlebnisWelt Käsestrasse-BW

Dies hat klar zum Ziel, die Marke nach außen zu stärken, das Markenimage und die Markenposition im Bereich der Genusswelt anzusiedeln. Das Modul beinhaltet aber gleichermaßen die Markenpflege nach innen.

Zu 2: GenussWerkstatt Käsestrasse-BW

Hier finden Qualifizierungsmaßnahmen der Akteure statt. Dies ist für die nachhaltige Markenpflege ein entscheidender Faktor, ein Nachhaltigkeitsfaktor und deshalb von großer Bedeutung.

Zu 3: Ideenküche Käsestrasse-BW

Dieses Modul kann als „Entwicklungsabteilung“ der Käsestrasse-BW betrachtet werden. Dies ist eine grundlegende und notwendige Funktion einer dauerhaften und glaubhaften Marke.

Zu 4: Qualitätssicherung Käsestrasse-BW

Dieses strategische Modul ist selbstredend, muss auf höchst professionelle Art organisiert sein, um die Vielzahl an Akteuren innerhalb der Marke Käsestrasse zu erreichen und für die Qualität zu Mobilisieren. Diese Herausforderung kann nur im Rahmen eines konzertierten Projektes etabliert werden.

Das vorliegende Projekt beschäftigt sich in der Folge ausschließlich mit dem strategischen Modul 1 „Erlebniswelt Käsestrasse-BW“. In dem vorangegangenen Leader-Projekt wurden dazu fünf Schlüsselmaßnahmen definiert. Es sind dies:

1. Erlebniswelt Käsestrasse Bregenzerwald
2. Genusswerkstatt Käsestrasse Bregenzerwald
3. Ideenküche Käsestrasse Bregenzerwald
4. Qualitätssicherung Käsestrasse Bregenzerwald

Erkenntnis:

Mit ein Ergebnis des Leader-Projektes „Genussakademie“ ist die Erkenntnis, dass für den Erhalt der Käsestrasse Bregenzerald eine neue Qualität und Professionalität in Bezug auf die Markenpflege notwendig ist. So sind gegenüber heute die Imagepflege, die Humanressource, die Produktentwicklung und die Qualitätssicherung zu professionalisieren. Die Käsestrasse hat sich in der Vergangenheit hauptsächlich auf den Marktauftritt und auf die Außenwirkung konzentriert. Dies hat gefruchtet und zu einer Nachfrage geführt. Nun gilt es, diese Nachfrage langfristig abzusichern und die notwendigen Maßnahmen nach innen und nach außen zu setzen. Dies erfolgt mit den vier oben erwähnten strategischen Modulen. Mit den vier Modulen (einzelne Projekte) setzt die Käsestrasse einen entscheidenden Entwicklungsschritt für die Zukunft und sichert dadurch die verstärkte Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft und Tourismus, sichert sich weiter im Hochpreissegment Bereich Käse ab, steigert das Image der Region als Genussregion und verbessert dadurch die regionale Wettbewerbsfähigkeit, die Wertschöpfung in der Region weiter ab.

Ziele

Ziel des strategischen Moduls „ErlebnisWelt Käsestrasse-BW“ ist es, durch Schlüsselaktionen das Image der Käsestrasse zu pflegen, den Bekanntheitsgrad zu erhöhen und das Vertrauen in die Marke durch den Dialog und durch die Kontinuität weiter zu steigern. Dabei wird wie in allen strategischen Modulen die Absicht verfolgt, die Region als Genussregion zu positionieren, die Wertschöpfung in der Region zu erhöhen und die Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft und Tourismus zu stärken.

Inhalte

Das Projekt beinhaltet die Vorbereitungsarbeiten zu den fünf genannten Schlüsselaktionen, die Durchführung der Aktionen, die Finanzierung des daraus entstandenen Aufwandes für Arbeitsleistung, Fremdleistung sowie der Öffentlichkeitsarbeit. Nähere Details siehe Beschreibung Arbeitspakete.

Arbeitspakete

Arbeitspaket	Personal	Betrieb	Reise	Drittleistung	Investitionen	Summe
Allgemein	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
AP1 Frühlingserwachen	13.000,00	7.000,00	0,00	0,00	0,00	20.000,00
AP2 Marktplatz der Genüsse	14.000,00	8.000,00	0,00	0,00	0,00	22.000,00
AP3 Bregenzerald Genusstage	30.000,00	103.000,00	0,00	0,00	0,00	133.000,00
AP4 Sommergespräche	12.000,00	10.000,00	0,00	0,00	0,00	22.000,00
AP5 Käseherbst	7.000,00	6.000,00	0,00	0,00	0,00	13.000,00
	76.000,00	134.000,00	0,00	0,00	0,00	210.000,00

Allgemein |**AP1 | Frühlingserwachen****Geplante Aktivitäten:**

Initiative zur Entwicklung des Jahresprogramms durch die Organisation von Tischrunden (kleine Arbeitskreise). Diskussion und Organisation von Kleinaktionen; Weiterentwicklung des Support-Angebots für Mitgliedsbetriebe; Kriterien für Mitgliederkategorie gemeinsam erarbeiten.

Erwartete Ergebnisse:

Jahresprogramm für Kleinaktionen in der Käsestrasse ist erstellt und im Internet veröffentlicht. Es handelt sich um Aktionen einzelner Mitglieder, die durch dieses Arbeitspaket akkordiert sind. Die Support-Packages sind definiert und die Vorgaben (Kriterien) an Mitglieder angepasst.

AP2 | Marktplatz der Genüsse**Geplante Aktivitäten:**

In Kooperation mit der Wirtschaftsschule Bezau werden Workshops zum Thema Genuss durchgeführt. Ziel der Workshops ist es, kulinarischer, kultureller Genuss als ganzheitliches Element zu diskutieren und für den Bregenzerald authentische Ansätze zur Entwicklung anzuregen.

Erwartete Ergebnisse:

Durch die Diskussion um den ganzheitlichen Ansatz von Genuss ist zu erwarten, dass festgestellt wird, dass zum Genuss nicht nur der Gaumen und das momentane Ambiente zählt, sondern auch die Einstellung der „Genießer“ zur Region, die Authentizität, das Umfeld, usw. Viele Annehmlichkeiten führen letztlich zum Genuss. Mit dem „Marktplatz der Genüsse“ erhalten die Schule, die Tourismusbetriebe und die Verarbeiter Impulse zur ganzheitlichen Behandlung des Themas „Genuss“. Die Ergebnisse sind wichtige Anregungen für das strategische Modul „Ideenküche“.

AP3 | Bregenzerald Genusstage**Geplante Aktivitäten:**

Das Arbeitspaket beinhaltet die detaillierte Planung, Koordination und Durchführung der jährlich stattfindenden Veranstaltung. Dabei geht es um dreieinhalb Genusstage im Bregenzerald. Es geht um eine medienwirksame Begegnung von Menschen aus der Region und Gästen der Region. Das wohlüberlegte und strukturierte Programm umfasst (szenarisches Beispiel für 2009) Programmpunkte wie:

- Kochen, Essen und Trinken mit dem „Koch des Jahrzehnts“ Jörg Wörther und Winzer Roland Velich u. a. mit einer „Gala vom ganzen Kalb“
- Symposium mit einem Vortragsblock zum Thema „Vom wahren Wert der guten Dinge“. Dazu sind Vorträge geplant, die den Genuss aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchten.
- kulinarische Begegnung Bregenzerald mit Gastregion zum Beispiel „Käsknöpfe & Risotto“
- Käse und Wein, Jörg Wörther kocht mit den Jungköchen in der Tourismusfachschule
- Gespräche mit Willi Resetarits, Toni Innauer, Christian Seiler u.a.

Mit einem ähnlichen Programm soll auch in einem zweiten Impulsjahr aufgewartet werden, wobei das erste Jahr analysiert und für das zweite Jahr weiterentwickelt wird.

Zu diesem Jahresevent sind sowohl die einheimischen Produzenten, Verarbeiter und vor allem auch die Gastronomiebetriebe zur Teilnahme eingeladen. Diese Veranstaltung, Mix aus Open Space Diskussion, kulinarischer Begegnung und musikalischer Einlagen verfolgt das Ziel, die Kommunikation zwischen den Mitgliedern und nahe stehenden Organisationen zu intensivieren, gegenseitiges Verständnis zu wecken sowie das „Wir-Gefühl“ zu stärken.

Erwartete Ergebnisse:

Diese Tage sind nicht nur Selbstzweck sondern sollen auch Fixpunkt im touristischen Jahreskalender und Angebot sein. Neue Impulse der Zusammenarbeit sind gesetzt.

AP4 | Sommergespräche

Geplante Aktivitäten:

Diese Aktion richtet sich explizit an die Mitglieder der Käsestrasse. Im Zentrum steht eine organisierte Besucherserie (Prominente Besetzung), bei den Produzenten im Vorsäß oder auf der Alpe bzw. Sennereibetrieben, Gastronomiebetrieben. Es geht nicht um eine road show, sondern vielmehr um die aktive Einbindung der Mitglieder in den laufenden Gestaltungsprozess der Käsestrasse. Verbunden ist die Aktion mit einer umfassenden Dokumentation (Redaktions-, und Kamerateam), welche sich für künftige Öffentlichkeitsarbeit eignet. Inhalt: Vorbereitung und Koordination der Aktionen, Aufarbeitung der Ergebnisse, Dokumentation und Öffentlichkeitsarbeit.

Erwartete Ergebnisse:

Diese individuellen Gespräche mit Repräsentanten der Region bringen zum einen die Wertschätzung gegenüber den Mitgliedern zum Ausdruck, zum anderen soll dadurch der Zusammenhalt weiter gestärkt und der Kooperationsgedanke ausgebaut werden. Der Bekanntheitsgrad einzelner Mitglieder ist gesteigert.

AP5 | Käseherbst

Geplante Aktivitäten:

Schwarzenberg hat sich zu einem über die Region hinaus bekannten Treffpunkt nach erfolgtem Alpabtrieb entwickelt. Alpabtrieb, Ausstellungen, Markt und Käsepremiierung sind die dort anzutreffenden Attraktionen. Ergänzend zu diesen Elementen sollen von der Käsestrasse ausgehend neue Impulse gesetzt werden. Dabei geht es um die Organisation gezielter Mediengespräche zu den Themen Alpwirtschaft, bäuerliche Produktion, Persönlichkeiten zu Gast und ähnliche öffentlichkeitswirksame Aktionen. Inhalt des Arbeitspaketes ist die detaillierte Ausarbeitung und Durchführung der Aktion.

Erwartete Ergebnisse:

Starke Präsenz in der Öffentlichkeit, weitere und laufende Impulse, Anregung für die landwirtschaftliche Produktion und für den Tourismus bzw. deren Kooperation.

Erwartete Ergebnisse

Nach Projektabschluss und durchgeführter Schlüsselaktionen konnte der Akteurskreis weiter ausgebaut werden, der Bekanntheitsgrad der Marke Käsestrasse Bregenzerwald erweitert, das Preisniveau zu vergleichbaren Sortimenten leicht gesteigert und die Zusammenarbeit in der Region gestärkt werden. Die zweijährige Aufbauarbeit hat auch das Medieninteresse geweckt und dementsprechend zur Entwicklung beigetragen.

MIT UNTERSTÜTZUNG VON



Europäischer Landwirtschaftsfonds
für die Entwicklung des ländlichen
Raums, über den Interreg-Einkauf in
die ländlichen Gebiete



lead_Garnera_AgrarGarnera

Projektdatenbank



Naturprojekt Garneratal: Sicherung der wertvollen Alplandschaft

Projektträger

Firma: Agargemeinschaft Garnera

Strasse: Klusertobel 74A

PLZ / Ort: AT - 6793 Gaschurn



Kurzbeschreibung

Das Garneratal ist ein westliches Seitental des Montafons im Gemeindegebiet von Gaschurn. Es beherbergt verschiedenartige Natur- und Kulturlandschaftsformen von Maisäbweiden über den Bergwald bis hin zu ehemaligen Bergheumähdern und alpinen Rasen mit einer äußerst reichhaltigen Flora und Fauna. Obwohl auch hier der landwirtschaftliche Wandel nicht Halt machte und das Heuen der Bergmäher und die Bewirtschaftung durch »Gäbhuata« (Ziegenherden) längst aufgegeben wurde, bemühen sich die Bewirtschafter beispielhaft um die Weiterführung der traditionellen Bewirtschaftung von Maisäb und Alpe. Auf Grund des Rückganges der landwirtschaftlichen Betriebe und der Entwicklung zu Hochleistungskühen nimmt aber die Viehzahl auf Maisäb und Alpen zusehends ab, was zum Zuwachsen und Verwalden offener Flächen führt und die kulturlandschaftliche Vielfalt gefährdet.

Übergeordnetes Ziel des Projektes ist es, die regionaltypische Kulturlandschaft im Garneratal zu erhalten und verbessern. Dazu soll in einem ersten Schritt die kulturhistorisch interessante Bewirtschaftungsgeschichte recherchiert, dokumentiert und präsentiert werden. Darauf aufbauend soll in Kooperation zwischen Bewirtschaftern und externen Experten ein Alpbewirtschaftungsplan erstellt werden, welcher für die Aufgaben und die damit verbundenen Probleme der Naturraumpflege in der Alpe angepasste Bewirtschaftungsvorschläge erarbeitet. Um das kulturelle Erbe und die Bedeutung der Alp- und Maisäbbewirtschaftung nachhaltig zu verankern, soll dieses Wissen in einem Ausstellungsraum auf der Alpe Garnera und durch Alp-Führungen vermittelt werden.

Das Projekt ist in vier Arbeitspakete gegliedert, wobei sich das erste der Recherche und Dokumentation der Nutzungsgeschichte des Garneratales widmet und das zweite die Erstellung und Umsetzung des Bewirtschaftungsplanes umfasst. In einem dritten Paket werden die gebäudetechnischen Voraussetzungen für die Landschaftspflege und Wissensvermittlung geplant um sie in einem Folgeprojekt entsprechend umzusetzen. In einem vierten Teil werden letztlich die erarbeiteten Ergebnisse über Veranstaltungen (z.B. Alptag, Gmewerch, Alpführungen) und Medien (Broschüre, Informationsblätter) vermittelt. Durch die gesetzten Schritte wird eine nachhaltige Alpbewirtschaftung im Garneratal gefördert, welche die regionaltypische Kulturlandschaft mit ihrem hohen Naturwert auch in Zukunft sichert.

Ausgangslage

Das Garneratal ist ein westliches Seitental des Montafons im Gemeindegebiet von Gaschurn. Das 9,5 km lange Tal reicht vom Talboden in Gaschurn bis zu den Plattenspitzen (2883 m) an der Schweizer Grenze und hat eine Fläche von ca. 23 km². Über 80% der Gesamtfläche befinden sich im Eigentum der Antragstellerin Agrargemeinschaft Garnera.

Das Garneratal beherbergt verschiedenartige Natur- und Kulturlandschaftsformen von Maisäbweiden über den Bergwald bis hin zu ehemaligen Bergheumähdern und alpinen Rasen mit einer äußerst reichhaltigen Flora und Fauna. Bei dem Landschafts-Monument handelt es sich um ein hängendes Tal, fast idealtypischer Ausprägung, was den hohen Naturwert dieses großen Seitentales in den Silikatalen Vorarlbergs belegt.

Die landschaftliche Schönheit des Tales, das weder direkt mit Aufstiegshilfen oder Wanderbus erschlossen ist, wird vom naturliebenden Wanderer geschätzt und das Garneratal diente aufgrund seiner Ursprünglichkeit bereits als Filmkulisse. Die noch immer praktizierte landwirtschaftliche Nutzung im Rahmen der klassischen Dreistufenwirtschaft prägt nach wie vor das Landschaftsbild. Zahlreiche Überreste alter »Bargana« (kleine Scheunen für Bergheu) zeugen von einer Zeit, in der mit größter Anstrengung jedes noch so kleines »Mahd« (Bergwiese) über den Felsen bewirtschaftet wurde.

Obwohl auch hier der landwirtschaftliche Wandel nicht Halt machte und das Heuen der Bergmäher und die Bewirtschaftung durch »Gäbhuata« (Ziegenherden) längst aufgegeben wurde, bemühen sich die Bewirtschafter beispielhaft um die Weiterführung der traditionellen Bewirtschaftung von Maisäb und Alpe. In der Tat ist der Maisäb Ganeu noch einer der wenigen Maisäbe im Montafon, auf welchem das Vieh vom jeweiligen Eigentümer selbst gestallt und gemolken wird.

Auf Grund des Rückganges der landwirtschaftlichen Betriebe und der Entwicklung zu Hochleistungskühen, die für die Alpe nicht mehr bzw. nur bedingt geeignet sind, nimmt die Viehzahl auf Maisäb und Alpen zusehends ab, was nicht ohne Folgen für die Kulturlandschaft im Garneratal bleibt. Das Zuwachsen und Verwalden offener Flächen durch die mangelnde Beweidung gefährdet die kulturlandschaftliche Vielfalt. Mit der Anzahl der Tiere geht auch die Anzahl der jährlich geleisteten Arbeitsstunden im Frondienst zurück, welcher für die Offenhaltung der Landschaft von großer Bedeutung ist.

Ziele

Als übergeordnetes Ziel des Projektes soll die regionaltypische Kulturlandschaft im Garneratal erhalten und verbessert werden. Wenn auch mit einem solchen Projekt nicht die Ursachen des Wandels zu verändern sind, so ermöglichen jedoch gezielte und schwerpunktmäßige Bewirtschaftungs- und Pflegemaßnahmen die Erhaltung und Verbesserung der für den Alpbetrieb notwendigen Flächen. Durch die gesetzten Maßnahmen und die Bewusstseinsbildung sollen die Landwirte in Ihrer betrieblichen Ausrichtung auf die Alpwirtschaft bestärkt und motiviert werden.

Zur Erreichung des übergeordneten Zieles müssen die naturräumlichen und nutzungshistorischen Besonderheiten des Garneratales bei den Alpbewirtschaftern und der Bevölkerung im Bewusstsein verankert bzw. gestärkt werden. Dazu soll in einem ersten Schritt die kulturhistorisch interessante Bewirtschaftungsgeschichte recherchiert, dokumentiert und präsentiert werden. Im Zuge dieser bewusstseinsbildenden Maßnahmen soll auch die interessierte Bevölkerung zur Mitarbeit eingeladen werden (z.B. Zeitzeugen).

Darauf aufbauend soll in Kooperation zwischen Bewirtschaftern und externen Experten ein Alpbewirtschaftungsplan erstellt werden, welcher für die Aufgaben und die damit verbundenen Probleme der Naturraumpflege in der Alpe angepasste Bewirtschaftungsvorschläge erarbeitet. Diese Form der Bewirtschaftungsplanung kann auch beispielgebend für andere Alpen im Montafon werden.

Um das kulturelle Erbe und die Bedeutung der Alp- und Maisäbbewirtschaftung nachhaltig zu verankern, soll dieses Wissen in einem Ausstellungsraum auf der Alpe Garnera Besuchern vermittelt werden. Begleitend dazu werden Alp-Führungen für Besucher und Schulen angeboten.

Inhalte

Das Projekt ist in vier Arbeitspakete gegliedert, wobei sich das erste der Recherche und Dokumentation der Nutzungsgeschichte des Garneratales widmet und das zweite die Erstellung und Umsetzung des Bewirtschaftungsplanes umfasst. In einem dritten Paket werden die gebäudetechnischen Voraussetzungen für die Landschaftspflege und Wissensvermittlung geplant um sie in einem Folgeprojekt entsprechend umzusetzen. In einem vierten Teil werden letztlich die erarbeiteten Ergebnisse über Veranstaltungen (z.B. Alptag, Gmwerch, Alpführungen) und Medien (Broschüre, Informationsblätter) vermittelt. Begleitend zum Projekt soll eine Homepage mit Forum angelegt werden, die den aktuellen Stand des Projektes darstellt und als Grundinformation über das Projekt für alle Interessierten zugänglich ist.

Arbeitspakete

Arbeitspaket	Personal	Betrieb	Reise	Drittleistung	Investitionen	Summe
Allgemein	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
AP1 Nutzungsgeschichte	0,00	0,00	0,00	7.500,00	0,00	7.500,00
AP2 Alpbewirtschaftungs- und Naturschutzplan	15.000,00	0,00	0,00	16.300,00	0,00	31.300,00
AP3 Gebäudeerweiterung und -adaptierung	0,00	0,00	0,00	2.000,00	0,00	2.000,00
AP4 Wissensvermittlung	0,00	0,00	0,00	12.500,00	0,00	12.500,00
	15.000,00	0,00	0,00	38.300,00	0,00	53.300,00

Allgemein |

AP1 Nutzungsgeschichte |

Geplante Aktivitäten:

Die Nutzungsgeschichte des Garneratales soll in Zusammenarbeit mit Historikern und Zeitzeugen recherchiert und dokumentiert werden. Dazu sind ein offenes Forum und Gespräche mit Interessierten vorgesehen. Beim Erzählen in der Gruppe kommen ev. neue „alte Geschichten“ zutage. Auch über das Forum der zu errichtenden Homepage sollen Text- und Bildinformationen gesammelt werden.

Erwartete Ergebnisse:

Dokumentation der Nutzungsgeschichte in textlicher Form unter Illustration von alten Bildern, Karten und Dokumenten (Aufbereitung in Broschüre, Internet, Programm)

AP2 Alpbewirtschaftungs- und Naturschutzplan |

Geplante Aktivitäten:

In Kooperation zwischen Bewirtschaftern und externen Experten (z.B. Wiesenfachmann Dietl) wird ein Alpbewirtschaftungsplan erstellt, welcher für die Aufgaben und die damit verbundenen Probleme der Naturraumpflege in der Alpe angepasste Bewirtschaftungsvorschläge erarbeitet. Dieses AP inkludiert auch die beispielgebende Umsetzung (z.B. Ziegenherde mit Hirten zur gezielten Beweidung, „Schwenden“ gegen Verbuschung, Maßnahmen zur Bekämpfung von Germer und Fuchskreuzkraut)

Erwartete Ergebnisse:

Alpbewirtschaftungsplan mit Bewirtschaftungs- und Landschaftspflegevorschlägen für die verschiedenen Alpflächen, Umsetzung einzelner Bewirtschaftungs- und Landschaftspflegemaßnahmen mit Einbindung interessierter Helfer

AP3 Gebäudeerweiterung und -adaptierung |

Geplante Aktivitäten:

Für das bei der Umsetzung der Maßnahmen zusätzlich benötigte Alppersonal sowie den Einsatz freiwilliger Helfer (z.B. WOOOF) bei der Landschaftspflege soll auf der Alpe eine zusätzliche Unterkunftsmöglichkeit geschaffen werden. Weiters soll in diesem Rahmen ein Ausstellungsraum zur Wissensvermittlung adaptiert werden. (Konzeption und Planung – die bauliche Umsetzung soll in einem Folgeprojekt realisiert werden)

Erwartete Ergebnisse:

Konzept und Planung der Räumlichkeiten für oben genannte Zwecke (Stationierung für Helfer beim aktiven Naturschutz,

lebendiger Ort zur Wissensvermittlung)

AP4 Wissensvermittlung |

Geplante Aktivitäten:

Organisation und Umsetzung von Präsentationsveranstaltung (z.B. Alptag Garnera, gemeinsames Gmewerch mit Alpgenossen), Konzeption, Layout und Druck einer Broschüre für Nutzungsgeschichte und Bewirtschaftungsplan, ständig aktuelle Präsentation des Projektstandes auf einer Homepage mit Forum

Erwartete Ergebnisse:

Druckwerk für Nutzungsgeschichte und Bewirtschaftungsplan, Publikation auf der Homepage des Projektes

Erwartete Ergebnisse

Das Projekt wird die Eigenart der Kulturlandschaft des Garneratales darlegen und aufwerten. Durch die Dokumentation der Nutzungsgeschichte in schriftlicher Form mit Illustrationen durch alte Bilder, Karten und Dokumente wird eine kleine kulturhistorische Monographie des Tales vorliegen.

Zur zielorientierten Alp- und Maisäb Bewirtschaftung wird ein Bewirtschaftungsplan vorliegen. Exemplarische Umsetzungsaktionen einzelner Bewirtschaftungs- und Landschaftspflegemaßnahmen unter Einbindung interessierter Helfer werden erste Erfahrungen ermöglichen.

Für den Einsatz von zusätzlichem Alppersonal und freiwilligen Helfern (z.B. WOOF) bei der Landschaftspflege wird direkt auf der Alpe eine Unterkunftsmöglichkeit geboten. In einem dazu adaptierten Raum werden die Ergebnisse der Nutzungsgeschichte und des Bewirtschaftungsplanes zur Wissensvermittlung präsentiert. Die in diesem Projekt dazu durchgeführte Konzeption und Planung soll in einem Folgeprojekt baulich umgesetzt werden.

In verschiedenen Veranstaltungen (Alptag, Gmewerch, Führungen) werden die Umsetzungsmaßnahmen gelebt und verbreitet.

Durch die gesetzten Schritte soll eine nachhaltige Alpbewirtschaftung gefördert werden, welche die regionaltypische Kulturlandschaft mit ihrem hohen Naturwert auch in Zukunft sichert.

Bezug zum Programm

LES 4.1 Land- und Forstwirtschaft, Kulturlandschaft; 4.1.1 Ziele: Nachhaltige Entwicklung der Kulturlandschaft durch Pflegemanagementstrukturen sichern; 4.1.2 Strategie: Mit den Leader-Aktivitäten sollen gezielt Impulse gesetzt und Investitionen getätigt werden, die zur verstärkten Nutzung der natürlichen und nachwachsenden Ressourcen führen und zur Pflege der Kulturlandschaft beitragen. Mit organisierten Aktionen soll der Kontakt von Landwirten zur Bevölkerung intensiviert und Vorurteile abgebaut werden. 4.1.3 Angestrebte Resultate: Es sind bessere Voraussetzungen für Melk- und Sennalpen geschaffen.

Das Projekt findet sich unter 4.1 eindeutig in allen Kategorien (Ziele, Strategie, Resultate) und ist somit klar zuordenbar. Den übergeordneten Zielen des Aktionsfeldes in Form der Kooperation von Landwirtschaft und Tourismus sowie dem Kontakt zwischen Landwirten und Bevölkerung wird in diesem Projekt voll Rechnung getragen.

MIT UNTERSTÜTZUNG VON



Europäischer Landwirtschaftsfonds
für die Entwicklung des ländlichen
Raums, über den Interreg Europa in
die strukturellen Gebiete.



lead_Klostertaler Bauerntafel_Regio Klostertal

Projektdatenbank



Aufbau eines regelmäßigen, sortierten Angebots an regionalen Produkten im Klostertal; Entwicklung einer Struktur zur Vermarktung; Schaffung von Kooperationen

Projektträger

Firma: Regio Klostertal
 Strasse: Bahnhofstrasse 140
 PLZ / Ort: AT - 6752 Dalaas
 Telefon: +43 5585 7201 22
 Email: christof.thoeny@klostertal.org
 Website: <http://www.klostertal.org>



Kurzbeschreibung

Das "Klostertaler Kistle" soll zu einem regelmäßigen Angebot entwickelt werden, das in gleichbleibender Qualität zur Verfügung steht. Dafür muss eine Organisationsstruktur entwickelt werden, in welche die Anbieter der Produkte einbezogen werden. Diese Arbeitsgruppe soll sich auch der Erweiterung des Angebots annehmen. Wichtig ist der Aufbau von Kooperationen: Landwirtschaft-Tourismus, Landwirtschaft-Handwerk, Landwirtschaft-Kultur, Landwirtschaft-Dienstleistungsbetriebe usw. Insgesamt soll das Projekt eine verstärkte Kooperation der Wirtschaftssektoren ermöglichen.

Ausgangslage

Die Regio Klostertal hat 2006 das Klostertaler Kistle entwickelt. Die Produkte werden von lokalen Anbietern bezogen, während die Tischlereibetriebe des Tales die Holzkistchen zur Verfügung stellen. Durch die gesteigerte Nachfrage ist die Regio nun an einem Punkt anbelangt, an dem professionelle Strukturen der Vermarktung gemeinsam mit den Produzenten entwickelt werden müssen. Wichtig ist eine professionelle Erhebung von Angebot und Nachfrage. Gleichzeitig gilt es, darüber hinaus gehende Angebote zu entwickeln und neue Kooperationen zu schaffen. Bei der zukünftigen Vermarktung wird angestrebt, auch Absatzmöglichkeiten an den Grenzen der Region Klostertal zu erschließen.

Ziele

1. Entwicklung eines regelmäßigen, organisierten Angebots von regionalen Produkten im Klostertal.
2. Aufbau einer Arbeitsstruktur zur Organisation von Produktion und Vertrieb
3. Schaffung von zusätzlichen Angeboten mit Produkten aus dem Klostertal
4. Aufbau von Kooperationen: Landwirtschaft-Tourismus, Landwirtschaft-Handwerk, Landwirtschaft-Kultur
5. Qualitätssicherung
6. Öffentlichkeitsarbeit zur verstärkten Bewerbung der Angebote

Inhalte

AP 1 Angebotsentwicklung

Prüfung von Angebot und Nachfrage; Entwicklung eines organisierten, ständig verfügbaren Angebots an Produkten

AP 2 Aufbau einer Organisationsstruktur

Entwicklung einer funktionierenden Arbeitsstruktur, welche sich um die Verfügbarkeit der Produkte und den Vertrieb kümmert

AP 3 Aufbau von Kooperationen

Entwicklung von Kooperationen: Landwirtschaft-Tourismus, Landwirtschaft-Handwerk, Landwirtschaft-Kultur usw.

AP4 Öffentlicher Auftritt

Entwicklung von Drucksorten, Öffentlichkeitsarbeit

AP 5 Best Practice Exkursionen

Exkursionen zu benachbarten Regionen

AP 6 Weiterbildung

Impulsreferate zur Fortbildung der TeilnehmerInnen

AP 7 Qualitätssicherung

Entwicklung eines Pflichtenkatalogs

AP 8 Projektleitung

Arbeitspakete

Arbeitspaket	Personal	Betrieb	Reise	Drittleistung	Investitionen	Summe
AP1 Angebotsentwicklung	1.440,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.440,00
AP2 Aufbau einer Organisationsstruktur	2.520,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2.520,00
AP3 Aufbau von Kooperationen	1.080,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.080,00
AP4 Öffentlicher Auftritt	1.260,00	0,00	0,00	8.000,00	0,00	9.260,00
AP5 Best Practice Exkursionen	1.440,00	0,00	0,00	2.000,00	0,00	3.440,00

AP6 Weiterbildung	900,00	0,00	0,00	5.000,00	0,00	5.900,00
AP7 Qualitätssicherung	900,00	0,00	0,00	0,00	0,00	900,00
AP8 Projektleitung	0,00	0,00	0,00	20.000,00	0,00	20.000,00
	9.540,00	0,00	0,00	35.000,00	0,00	44.540,00

AP1 Angebotsentwicklung |

AP2 Aufbau einer Organisationsstruktur |

AP3 Aufbau von Kooperationen |

AP4 Öffentlicher Auftritt |

AP5 Best Practice Exkursionen |

AP6 Weiterbildung |

AP7 Qualitätssicherung |

AP8 Projektleitung |

Erwartete Ergebnisse

Ein Klostertaler Produktsortiment, das in gleich bleibender Qualität zur Verfügung steht, wurde entwickelt. Eine Organisationsform, die sich dem Vertrieb der Produkte annimmt, wurde aufgebaut. Diese kümmert sich auch um die Schaffung darüber hinausgehender Angebote. Neue Kooperationen zwischen den Produzenten und Betrieben im Tal sind entstanden. Durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit hat sich die Akzeptanz von regionalen Produkten merklich gesteigert.

Bezug zum Programm

LES 4.1 Land-und Forstwirtschaft, Kulturlandschaft: 4.1.1 Ziele: Sektorübergreifende Zusammenarbeit, z.B. Landwirtschaft und Tourismus; Landwirtschaft und Energie, fördern und festigen; 4.1.2 Strategie: Vorhandene Marken und Vertriebsstrukturen sollen durch Leader-Aktionen gestärkt und weiter etabliert werden; 4.1 Land-und Forstwirtschaft, Kulturlandschaft; 4.1.3 Angestrebte Resultate: Die regionale landwirtschaftliche Direktvertriebsstruktur wurde ausgebaut; es bestehen neue Kooperationen in Produktion und Vermarktung; z.B. regionale Produkte, gegebenenfalls Bioprodukte, beim Einzelhandel in den Regalen;

Durch das Klostertaler Kistle werden neue Absatzmöglichkeiten für regionale landwirtschaftliche Produkte genutzt und eine neue regionale Marke etabliert, deshalb erfolgt die Zuordnung unter dem Aktionsfeld 4.1.

MIT UNTERSTÜTZUNG VON



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



lead_Nahversorgung aktiv_VDLuN

Projektdatenbank



Nahversorgung aktiv: konkrete Hilfestellungen umsetzen

Projektträger

Firma: Verein dörfliche Lebensqualität und Nahversorgung
 Strasse: HNr. 11
 PLZ / Ort: AT - 6822 Düns



Kurzbeschreibung

Der Verein „Dörfliche Lebensqualität und Nahversorgung“ versteht sich als Interessensvertretung der dörflichen Nahversorgung. Im Rahmen des bereits laufenden Leaderprojektes „Pro Nahversorgung“ wird die Organisationsstruktur des Vereines aufgebaut und die Vereinsarbeit im Sinne des Lobbying und der Bewusstseinsbildung für dörfliche Nahversorgung unterstützt.

Der Verein „Dörfliche Lebensqualität und Nahversorgung“ hat erkannt, dass es vielerorts ganz konkrete Hilfestellungen für die einzelnen Nahversorgungsgeschäfte braucht, um den Betreibern kurzfristig Mut zu machen und die Geschäfte langfristig zu sichern. Der Verein wird laufend mit verschiedenen Problemfällen und Problemsituationen bei Nahversorgern konfrontiert, für welche konkrete Problemanalysen und Hilfeleistungs-Vorschläge erstellt werden.

Auf Basis dieser Problemanalyse und Hilfeleistungs-Vorschläge werden durch das gegenständliche Projekt „Nahversorgung aktiv“ konkrete Maßnahmen wie z.B. durch Bereitstellung von qualifiziertem Personal im Rahmen von Personalpools, Mitarbeiterschulungen und Beratungsdienstleistungen umgesetzt. Mit Hilfe dieser Maßnahmen soll dem Dorfladensterben entgegengetreten und folgende Ziele erreicht werden:

1. In ihrer Existenz bedrohte Nahversorger sollen durch konkrete Hilfestellungen neue Perspektiven erhalten, welche bestandssichernd wirken.
2. Orte ohne Nahversorger erhalten konkrete Hilfestellungen, wenn eine Initiative einen neuen Dorfladen betreiben will.
3. Die Einbeziehung örtlich relevanter Akteure, Verantwortliche und potentielle Kunden in die Maßnahmenplanung.
4. Schaffung von Synergien, welche für den Fortbestand von Nahversorgern von Vorteil sind (Einkauf, Werbung...)

Das Projekt „Nahversorgung aktiv“ ist ein bedeutender Meilenstein in der praktischen Hilfestellung für einzelne Nahversorgungsgeschäfte und sorgt für deren Überleben.

Ausgangslage

Im Bundesland Vorarlberg sind bereits 9 Gemeinden ohne Lebensmittelnahversorger. Weitere 42 Gemeinden weisen nur noch 1 Nahversorger aus, welcher zum Großteil nur noch durch finanzielle Zuschüsse seitens des Landes und der jeweiligen Standortgemeinde am Leben erhalten bleiben können. Die Tendenz zeigt, dass die Zuschüsse ansteigend sind und die wirtschaftlichen Erträge trotz vielfacher Bemühungen der Akteure vor Ort immer weniger den gewünschten Erfordernissen entsprechen.

Der Verein „Dörfliche Lebensqualität und Nahversorgung“ versteht sich als Interessensvertretung der dörflichen Nahversorgung. Im Rahmen des bereits laufenden Leaderprojektes „Pro Nahversorgung“ wird die Organisationsstruktur des Vereines aufgebaut und die Vereinsarbeit im Sinne des Lobbying und der Bewusstseinsbildung für dörfliche Nahversorgung unterstützt.

Der Verein ist Drehscheibe für alle Aktivitäten im Netzwerk der Nahversorgung. Mit dem einzigartigen, methodischen Ansatz, welcher alle notwendigen und relevanten Handlungsebenen in die Arbeit mit einbezieht, ist der Verein prädestiniert, Lösungsmodelle zur nachhaltigen Sicherung der Nahversorgung zu entwickeln und zu initiieren.

Im Zuge des bestehenden Projektes „Pro Nahversorgung“ wird der Verein mit verschiedenen Problemfällen und Problemsituationen bei Nahversorgern konfrontiert, für welche konkrete Problemanalysen und Hilfeleistungs-Vorschläge erstellt werden.

Zur Bearbeitung dieser Problemanalysen bei Nahversorgern bedarf es konkreter Dienstleistungsinstrumente, welche kurzfristig, gezielt und punktgenau zum Einsatz kommen, um damit der drohende Sperrung des einzelnen Nahversorgungsgeschäftes entgegen zu wirken. An diesem Punkt setzt das gegenständliche Projekt „Nahversorgung aktiv“ an und unterstützt die Nahversorger mit konkreten Hilfestellungen wie z.B. durch Bereitstellung von qualifiziertem Personal im Rahmen von Personalpools, Mitarbeiterschulungen und Beratungsdienstleistungen.

Ziele

Das Ziel des Projektes „Nahversorgung aktiv“ besteht darin, die bestehenden Nahversorgungsstrukturen zu erhalten. Dies soll durch den Einsatz von flexiblen Instrumenten geschehen, welche auf die Problemstellung des einzelnen Nahversorgers individuell angepasst sind.

Solche Instrumente sind dabei vorrangig:

- * Schaffung eines Personalpools für temporäre, stundenweise, qualifizierte Geschäftsführung bei Genossenschafts- bzw. auf Vereinsbasis geführten Läden. Temporäre Bereitstellung von qualifiziertem Verkaufspersonal in personellen Notlagen.
- * Bereitstellung von Schulungstools für fachliche Schulungsangebote für MitarbeiterInnen in den Geschäften
- * Best practices – Anwendungsmodule betriebswirtschaftliche Handlungsempfehlungen für notleidende Betriebe
- * Strategische Kommunikation abgestimmt auf ein überregionales / regionales Kommunikationskonzept soll Aufmerksamkeit und Kundenbindung mit geeigneten Kommunikationsmitteln verbessert werden

Inhalte

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass nur solche Nahversorger Zugang zu den Hilfestellungs-Instrumenten dieses Projektes erhalten, die unter die Nahversorgungsrichtlinie des Landes Vorarlberg fallen und zugleich Mitgliedsgemeinde der LAG Vorarlberg sind.

Im Projekt „Pro Nahversorgung“ sind bereits zahlreiche Anfragen an den Verein herangetragen worden, auf welche mit den zu schaffenden Instrumenten aus dem Projekt „Nahversorgung aktiv“ flexibel und individuell reagiert werden soll.

Angedachte Modelle:

- * Für 2-3 im näheren Einzugsgebiet liegende Nahversorgungsgeschäfte sollen für eine jeweils zu vereinbarende Wochenstundenverpflichtung (4-13 Wochenstunden) ein qualifizierter Geschäftsführer vom Verein angestellt und den Läden zur Verfügung gestellt werden.
 - * Eine Personalressource – beispielsweise der o.a. Geschäftsführer soll für den Zeitraum von 3 Monaten für ein zusammenhängendes Gebiet – mehrere Nachbarschaftsorte - einen auf die Läden abgestimmten Wareneinkauf und Warenaustausch initiieren und anleiten.
 - * In einem Personalpool stehen qualifizierte VerkäuferInnen auf Abruf und Antrag für personelle Notsituationen den Nahversorgungsgeschäften zur Verfügung.
 - * Aus verschiedenen – vom Projekt „Pro Nahversorgung“ entwickelten Schulungstools für VerkäuferInnen werden lokale und regionale Schulungen durchgeführt.
 - * Ein Rahmenkommunikationskonzept – welches vom Projekt „Pro Nahversorgung“ entwickelt wird, sieht drei Ebenen der Kommunikation vor:
 - überregional
 - regional
 - lokal
- Für die lokale Ebene werden konkrete Hilfen zur Umsetzung wirkungsvoller Kommunikationsinstrumente gewährt.

Arbeitspakete

Arbeitspaket	Personal	Betrieb	Reise	Drittleistung	Investitionen	Summe
Allgemein	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
AP1 Personalpool	280.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	280.000,00
AP2 Schulungstools	0,00	0,00	0,00	30.000,00	0,00	30.000,00
AP3 best practices - Anwendung	0,00	0,00	0,00	58.000,00	0,00	58.000,00
AP4 Strategische Kommunikation	0,00	0,00	0,00	30.000,00	0,00	30.000,00
	280.000,00	0,00	0,00	118.000,00	0,00	398.000,00

Allgemein |

AP1 Personalpool |

Geplante Aktivitäten:

Im Personalpool sind geeignete Geschäftsführer und geeignetes Verkaufspersonal, welche in betroffenen Geschäften – nach Antragsprüfung und vorliegender Voraussetzungen – mit klaren Zielvorgaben für ihren Auftrag zum Einsatz kommen. Die beim Verein angestellten MitarbeiterInnen verrichten ihre Tätigkeit beim Nahversorger.

Mögliche Aufträge für den Geschäftsführer:

- Warenpositionierung
- Renner / Penner Wartung
- Einkaufsstrategien
- Verkaufsstrategien
- Personalführung
- Maßnahmen zur Rentabilitätssteigerung
- u.v.a.

Personalpool heisst:

- Mehrere MitarbeiterInnen auf Teilzeitbasis – auf Planstellen gerechnet

werden zwei MitarbeiterInnen-Stellen neu geschaffen

Erwartete Ergebnisse:

- a) Jene Geschäfte, welche vom Dienstleistungsangebot Gebrauch machen, sind mittelfristig gesichert, da ihre Ertragslage verbessert wurde und die organisatorischen Eingriffe nachhaltig verbessertes Wirtschaften ermöglichen.
- b) Die dokumentierten Erfahrungswerte sind Vorbild für weitere Projekte in der Nahversorgung.

AP2 Schulungstools |

Geplante Aktivitäten:

Aufgrund von Anfragen durch Nahversorger werden Personalschulungsvorschläge ausgearbeitet, welche einerseits keine Hemmschwelle für die MitarbeiterInnen bedeuten und andererseits nicht zur finanziellen Belastung für den einzelnen Betrieb werden dürfen.

Die Schulungen werden wenn möglich in der Region – den Bedürfnissen entsprechend - angeboten.

Fachkundige Referenten werden mit der Durchführung der Schulungen vom Verein beauftragt.

Erwartete Ergebnisse:

- Die Motivation der MitarbeiterInnen sowie deren Fachlichkeit werden erhöht, was eine Verbesserung der Attraktivität des einzelnen Geschäftes mit sich bringt
- Handlungskompetenzen für MitarbeiterInnen werden erhöht
- Diese Arbeitsplätze gewinnen an Attraktivität für das Personal
- Arbeitsplätze werden dadurch gesichert

AP3 best practices - Anwendung |

Geplante Aktivitäten:

Aufgrund der individuellen Betriebs- und Ortsstruktur werden für die einzelnen Nahversorger betriebswirtschaftliche Handlungsempfehlungen ausgearbeitet. Diese Expertise wird von Fachleuten erstellt, welche dazu vom Verein beauftragt werden.

Erwartete Ergebnisse:

Betriebswirtschaftliche Erfolge der beratenen Nahversorger

AP4 Strategische Kommunikation |

Geplante Aktivitäten:

Abgestimmt auf ein überregionales / regionales Kommunikationskonzept soll Aufmerksamkeit und Kundenbindung mit geeigneten Kommunikationsmitteln verbessert werden. Externe Experten werden vom Verein mit dieser Aufgabe betraut.

Erwartete Ergebnisse:

Verbesserte Wahrnehmung des Nahversorgers im örtlichen Umfeld und verhindern von Abwandern der Einkaufsströme

Erwartete Ergebnisse

Mit dem Projekt „Nahversorgung aktiv“ setzen wir einen wichtigen Meilenstein in der praktischen Hilfestellung für einzelne Nahversorgungsgeschäfte und sorgen für deren Überleben.

Bezug zum Programm

4.3 Raumentwicklung, Infrastruktur, Mobilität

4.3.1 Ziele

1 Die Lebensqualität am Lande zu steigern und die Nah-/Freiraumqualität in den Dörfern – für alle Bevölkerungsgruppen verbessern

4.3.2 Strategie

1 Es werden Maßnahmen ergriffen um die Lebensqualität im Ort zu erhöhen, - Schwerpunkte dabei sind: Wohnraum, sichere Schul- und Einkaufswege, Betreuungseinrichtung

4.3.3 Angestrebte Resultate

1 Anstieg des Anteils junger Familien in den Dörfern.

LES Zuordnung ausschließlich unter dem Titel „Nahraumqualität“ in 4.3 möglich, da das Thema Nahversorgung eigentlich in der Konzeption des LES auf Grund von Parallelitäten mit dem Programm „Regionale Wettbewerbsfähigkeit“ bewusst ausgespart wurde.

MIT UNTERSTÜTZUNG VON



Europäischer Landwirtschaftsfonds
für die Entwicklung des ländlichen
Raums, über Investiert Europa in
die ländlichen Gebiete

