

lead_Nordic-Mobilisierung_ARGE

Nordic SC

Projektdatenbank



Mobilisierung der nordischen
Bewegungssportarten im Bregenzerwald und
Montafon

Projektträger

Firma: ARGE Nordic SC Montafon-Bregenzerwald
Strasse: Bahnhof 740
PLZ / Ort: AT - 6870 Bezau
Email: j.erath@erathundpartner.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 Vlbj-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 € 900.000.-
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: € 4.108.000.-

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	0,00	61.400,00	0,00	61.400,00
AP2 Mobilisierungsprogramm für Vereine	0,00	0,00	4.000,00	30.000,00	0,00	34.000,00
AP3 Impulsprogramm durch Veranstaltungen	0,00	0,00	7.100,00	90.000,00	0,00	97.100,00
AP4 Projektmanagement, Koordination der Aktivitäten	0,00	0,00	8.000,00	90.000,00	0,00	98.000,00
	0,00	0,00	19.100,00	271.400,00	0,00	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 - Hilfe aus der Europäischen
Union für die ländlichen Gebiete





lead001_Energie-PS_arge

Projektdatenbank

Neues Service zur Schaffung besserer Rahmenbedingungen für Investoren für lokale Kleinproduktionsanlagen

Projektträger

Firma: AEEV- Arbeitsgemeinschaft Erneuerbare Energie Vorarlberg
 Strasse: Hof 19
 PLZ / Ort: AT - 6861 Alberschwende
 Telefon: +43 5579 83039
 Email: office@aeev.at
 Website: <http://www.aeev.at>

Kurzbeschreibung

Mit dem Leader-Projekt „Energie-PS“ (ProduzentenService), soll ein neues Service aufgebaut werden, das den vielen kleinen und lokal agierenden Produzenten von Energie aus erneuerbarer Ressource Erleichterungen in der Beschaffung und der Technischer Überwachung bringt und damit zu Produktivitätssteigerungen verhilft. Die auf Gemeinnutz ausgerichtete Servicestruktur soll auch wesentlich dazu beitragen, dass sich weitere Produzenten finden und so der Ausbau der Produktion von Energie aus erneuerbarer und lokaler Ressource beschleunigt.

Das Projekt konzentriert sich auf zwei Schlüsselaufgaben:

1. Monitoring System: „Zur Leistungs- und Garantiesicherung von Fotovoltaikanlagen“
2. Koordinationsstelle für Bürgerbeteiligungsanlagen: „Nutzung öffentlicher und privater Dach- und Fassadenflächen für den Solaren Ausbau“

Zu 1.: Erfahrungen zeigen, dass die Anlage bzw. Anlagenteile durchaus anfällig sind und es bei einer nicht dauerhaften Überwachung zu erheblichen Ausfällen kommt. Das diesbezügliche Produktivitätspotential wird auf 5-15% geschätzt. Im Rahmen des Projektes wird ein zentrales Überwachungssystem eingerichtet, das dieses Potential erschließt.

Zu 2.: Viele Bürger wohnen in Mehrfamilienhäusern und haben kein eigenes Dach wo sie ihre Fotovoltaikanlage errichten können. Kommunale Gebäude und Werkshallen stellen ein großes Flächenpotential für Anlagen mit Bürgerbeteiligung dar. Projekte mit Bürgerbeteiligung bedürfen einer Planung und einer Koordination von der Finanzierung bis zur technischen Umsetzung und Abrechnung. Im Rahmen dieses Projektes wird ein derartiger Service aufgebaut. Als Ergebnis stehen die aufgebaute Servicestruktur und 30 Planungen für Gemeinschaftsanlagen.

Ausgangslage

Der gemeinnützige Verein Arbeitsgemeinschaft Erneuerbare Energie Vorarlberg hat zum Ziel, die Rahmenbedingungen für die Erneuerbare Energie und deren Nutzung zu verbessern. Ein Schwerpunkt der Arbeiten bildete daher in der Vergangenheit die Bewusstseinsbildung für die verstärkte Nutzung lokaler Energieträger anstelle von globalen, fossilen und atomaren Erzeugungen. Der Umdenkprozess in der öffentlichen Meinung hat mittlerweile eingesetzt, vielfältige Maßnahmen zur Erschließung lokaler Ressourcen wurden in Angriff genommen und umgesetzt. Die Rahmenbedingungen für den forcierten Ausbau von Fotovoltaikanlagen sind in Österreich nicht die besten. Bedingt durch die niedrigen gesetzlichen Einspeisetarife im Vergleich zu anderen Ländern hält sich die Investitionstätigkeit in Grenzen. Zu diesem nationalen Nachteil kommt dazu, dass nicht jeder Bürger über ein(e) nach Süden ausgerichtetes Dach oder Fassade verfügt und sich daher in diesem Bereich nicht - auch wenn er wollte - engagieren kann. Ein weiteres Problem stellt die Kleinstrukturiertheit der Produktionsanlagen dar. Betreibern solcher Anlagen ist es vielfach nicht möglich, Leistungsausfälle zu registrieren und die nötigen Korrekturmaßnahmen vorzunehmen. Damit geht Produktionspotential verloren. Die ARGE Erneuerbare Energie erkennt zwei wichtige Handlungsfelder, um die Rahmenbedingungen in dem Segment und damit für die Nutzung der Erneuerbaren Energie zu setzen. Den in der lokalen Entwicklungsstrategie definierten Zielen der erneuerbaren Energie und Energieeffizienz soll sich mit dem vorliegenden Projekt Energie-PS (Produktionsservice) genähert werden.

Problemstellung: Schwerpunkt 1: „Monitoring System zur Leistungs- und Garantiesicherung“

900 Fotovoltaikanlagen mit einer durchschnittlichen Leistung von 8 kWp wurden mit öffentlicher Förderung in Vorarlberg errichtet. Hersteller haben in der Regel eine Garantie über 80 % der Modulleistung über 25 Jahre gegeben.

Nur ein Teil der Errichter von Anlagen verfolgen die Leistung ihrer Anlage regelmäßig, andere sehr selten bis gar nicht.

Erfahrungen zeigen, dass die Anlage bzw. Anlagenteile durchaus anfällig sind und bei einer nicht dauerhaften Überwachung zu erheblichen Ausfällen kommt. Das diesbezügliche Produktivitätspotential wird auf 5-15% geschätzt.

Ein weiteres Thema ist die Einforderung der Garantieleistungen durch den Hersteller. Nur wenige der Anlagenbesitzer nehmen den Hürdenlauf mit den Herstellern in Kauf, bzw. sind nicht in dem Maße erfolgreich, wie dies bei einer professionalisierten Garantieforderung der Fall sein könnte. Aus dieser Situation heraus ist eine laufende Überwachung mit möglichst geringem Aufwand eine entscheidende Maßnahme.

Problemstellung Schwerpunkt 2: „Nutzung öffentlicher und privater Dach- und Fassadenflächen für Solaranlagen durch Bürgerbeteiligungen“

Nicht jeder Bürger hat ein nach Süden ausgerichtetes Dach oder Fassade, wo er seine Produktionsanlage montieren kann. Über 80% der Bürger haben nicht die Möglichkeit und sind somit scheinbar davon ausgeschlossen, in Anlagen zur Nutzung der erneuerbaren Energie zu investieren und zur Eigenversorgung beizutragen. Aus diesem Grund sieht die AEEV dringenden Handlungsbedarf und die Notwendigkeit, bessere Rahmenbedingungen zu schaffen.

Ziele

Ziel des Projektes ist es, die Voraussetzungen für die Kleinunternehmen im Bereich der Energieproduktion zu verbessern, das Potential für die lokale Energieproduktion zu nutzen.

Zielsetzung für Schwerpunkt 1 „Monitoring System zur Leistungs- und Garantiesicherung“

Mit der Erfassung der Produktionsanlagen mittels einer Datenfernübertragung (Modem pro Gleichrichter) sollen die Daten in ein zentrales Monitoring erfasst werden. Abweichungen zu den Anlagen üblichen Werten werden gleich registriert und dementsprechende Maßnahmen eingeleitet.

Der Anlagenbetreiber verfügt damit über eine Fernüberwachung, die ihm eine höhere Produktivität ermöglicht. Je nach Vereinbarung organisiert die neu eingerichtete Monitoringstelle Servicemaßnahmen für die betreffenden Anlagen. Generell soll mit der Maßnahme eine Produktivitätssteigerung im Durchschnitt von 10-15% erreicht werden. Durch eine zentrale Organisation können dafür die Abläufe optimiert und effizient abgewickelt werden.

Zielsetzung zu Schwerpunkt 2 „Nutzung öffentlicher und privater Dach- und Fassadenflächen für Solaranlagen durch Bürgerbeteiligungen“

Hausbesitzer (Gemeinden, Firmen und Private) stellen ihre Dachflächen investitionswilligen Bürgern für die Errichtung einer Fotovoltaikanlage zur Verfügung. Die AEEV bietet sich als Treuhänder und Vermittler für die Umsetzung der Projekte an. Sie schließt mit den Hausbesitzern Flächennutzungsverträge ab. Dann werden diese Flächen Investoren angeboten, pro Anlage werden gegebenenfalls Gesellschaften gebildet (meist nach bürgerlichem Recht) oder entsprechende Vereinbarungen mit der AEEV als Anlagenbetreiber geschlossen. Seitens der AEEV sollen Modulweise Dienstleistungspakete in Anspruch angeboten werden, beginnend von der Projektentwicklung, der Baubegleitung, der finanziellen Abwicklung der Investition, der Anlagenüberwachung sowie der Vermarktung des Ökostroms. Die Abrechnung der Investition erfolgt unter anderem durch die Ökostrombörse (siehe Produktangebot „Öko-Plus-Invest“).

Inhalte

Schwerpunkt 1: „Monitoring System zur Leistungs- und Garantiesicherung“:

In diesem Projektabschnitt werden Datenfernübertragungen zu den beteiligten und bestehenden Anlagen installiert und die zentrale IT-Plattform eingerichtet. Auch werden Messinstrumente für die solare Einstrahlungsmesser vorgesehen und an ausgewählten Punkten installiert, um zukünftig für den Soll/Ist Vergleich aktuelle Messwerte zur Verfügung zu haben. Dies ermöglicht eine ständige Überwachung der Anlage. Im Zuge dieses AP soll auch die bestehende Dienstleistung „Solarcheck“, der sich bisher nur auf solarthermische Anlagen bezieht, auf die Leistungskontrolle von Solarstromanlagen weiterentwickelt und für den Vertrieb vorbereitet werden.

Zur Umsetzung sind mehrere Arbeitsschritte erforderlich:

- Erarbeitung Grundkonzept und Evaluierung der Technik
- Anschaffung der Geräte und Einrichtung der Datenfernübertragung
- Anschaffen und Errichten der zentralen IT-Plattform
- Schaffung der Schnittstellen, Web-Integration
- Einrichten der Monitoring Stelle

Schwerpunkt 2: „Nutzung öffentlicher und privater Dach- und Fassadenflächen für Solaranlagen durch Bürgerbeteiligungen“:

Um dies offensiv angehen zu können bedarf es einer Potentialerhebung in den Gemeinden mit ausführlichen Gesprächen mit den Gemeindeverantwortlichen, den e-5 Teams und der Durchführung von Informationsveranstaltungen.

Hier bietet sich die Zusammenarbeit mit dem Energieinstitut Vorarlberg an, welches in engem Kontakt mit den Gemeinden die e-5 Teams betreut.

Die Umsetzung dieses Schwerpunktes hat in mehreren Arbeitsschritten zu erfolgen. Mit der Umsetzung entwickelt die AEEV einen Servicebereich, der auch nach Abschluss des Projektes weiter entwickelt und angeboten wird. Diese Arbeiten sollen nach der Aufbauphase im Projekt eigenwirtschaftlich und projektorientiert betrieben werden können. Die Arbeitsschritte können in zwei Abschnitte gegliedert werden.

Abschnitt 1: vorhandene Dokumentation sichten, Objekte besichtigt, Bilddokumentation erstellt und die bautechnische Voraussetzung ermittelt. Bürger werden zur Beteiligung eingeladen

Abschnitt 2: rechtlichen Grundlagen für die Bürgerbeteiligung erstellen, Erstellen der Kommunikationsmittel für die Bürgerbeteiligung, Projektentwicklung in 30 Gemeinden, Objektnutzungsverträge, Öffentlichkeitsarbeit

Arbeitspakete

Arbeitspaket	Personal	Betrieb	Reise	Drittleistung	Investitionen	Summe
Allgemein	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
AP1 Monitoringsystem	80.000,00	3.000,00	3.200,00	125.800,00	0,00	212.000,00
AP2 Bürgerbeteiligung	110.000,00	3.500,00	3.000,00	149.500,00	0,00	266.000,00
	190.000,00	6.500,00	6.200,00	275.300,00	0,00	478.000,00

Allgemein |

AP1 | Monitoringsystem

Geplante Aktivitäten:

- Erarbeitung Grundkonzept und Evaluierung der Technik
- Anschaffung der Geräte und Einrichtung der Datenfernübertragung
- Neben der reinen Installation (Anschluss) der 200 vorgesehenen Anlagen, sind eine Reihe von Tests zur Sicherung der Qualität erforderlich.
- Beschaffung, Installation, Inbetriebnahme der IT-Plattform – Der dafür vorgesehene Server wird bei einem Internet-Provider respektive Serverhosting-Unternehmen eingerichtet.
- Schaffung der Schnittstellen, Web-Integration
- Einrichten des Monitoring Betriebs: Aufbau und Testbetrieb

Erwartete Ergebnisse:

Im Projektzeitraum werden 200 Anlagen im Monitoring System erfasst und deren Leistungen laufend überwacht. Dabei soll eine durchschnittliche Produktivitätssteigerung von 10% erreicht werden.
Nach Ende des Projektes sind die Abläufe weitgehend automatisiert.

AP2 | Bürgerbeteiligung

Geplante Aktivitäten:

Die Umsetzung dieses Arbeitspaketes hat in mehreren Arbeitsschritten zu erfolgen.

Abschnitt 1: Evaluierung der Objekte, Bereitwilligkeit von Bürgern feststellen, Technische kaufmännische und technische Abklärung.

Abschnitt 2: Definition der Dienstleistungsmodul für Gemeinschaftsanlagen, Erstellung der rechtlichen Grundlagen für die Bürgerbeteiligung, Sicherung der finanziellen Umsetzung unter Einbezug der Bankinstitute, Erstellen der Kommunikationsmittel für die Bürgerbeteiligung (Folder, etc.),

Erwartete Ergebnisse:

Nach Projektabschluss sind 15 Investitionsprojekte mit Bürgerbeteiligung umgesetzt. Im Zuge dieser Umsetzungsarbeiten wurden Erfahrungen gesammelt und Abläufe zum Teil institutionalisiert. Es sind Vorlagen für die Kommunikation solcher Vorhaben in Gemeinden geschaffen, Vertragsvorlagen, Vorlagen zur Ausschreibung und begleitenden Umsetzungsmaßnahmen, Förderanträge, usw. Dazu kommen ein bzw. mehrere eingespielte Finanzierungsmodelle zur erleichterten Umsetzung der Vorhaben. Das so entwickelte Service der AEEV wird auch nach Abschluss des Projektes als Dienstleistung angeboten und projektbezogen kostendeckend geführt. Entsprechend den Zielsetzungen werden so die Rahmenbedingungen zur Investition in die Erschließung erneuerbarer Energien verbessert.

Erwartete Ergebnisse

Globales Ergebnis: Produktivitätssteigerung um durchschnittlich 10% bei 200 Anlagen (8 kWp bei 900 h/a).

Nach Projektabschluss sind 30 Gemeinden bearbeitet und die Potentiale aufgezeigt, 15 Investitionsprojekte mit Bürgerbeteiligung sind umgesetzt.

Das so entwickelte Service der AEEV wird auch nach Abschluss des Projektes als Dienstleistung angeboten und projektbezogen kostendeckend geführt.

Bezug zum Programm

LES 4.6 Erneuerbare Energie, Energieeffizienz:

4.6.1 Ziele: Bürger beteiligen sich an der Investition von Produktionsanlagen;

4.6.2 Strategie: Neben der verstärkten Nutzung der Biomasse aus landwirtschaftlicher, forstwirtschaftlicher Produktion sollen vor allem die erneuerbaren Energieträger Wasser und Sonne zur Nutzung forciert werden; Investitionsprojekte mit Bürgerbeteiligung werden begleitet;

M413: 2.2.3.2 : Zur Bewusstmachung und materiellen Aufwertung des naturräumlichen und kulturellen Potenzials ländlicher Regionen insbesondere: Innovative Nutzung der natürlich vorhandenen Potenziale zur Erzeugung erneuerbarer Energien;

MIT UNTERSTÜTZUNG VON



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



Vorarlberg
unter Land



lebensministerium.at
Vorarlberger Sparkasse AG



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 des 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:

Als 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 des 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 Vermittlungsstrategie 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_Arge Dreiklang

Projektdatenbank



Dreiklang II – Umsetzung der Maßnahmen zum regionalen Angebot mit gemeinsamer Infrastruktur für Schnifis, Düns, Dünserberg

Projektträger

Firma: Sennerei Schnifis REG GenmbH
 Strasse: Jagdbergstraße 84
 PLZ / Ort: AT - 6822 Schnifis
 Telefon: +435524 2588
 Email: office@sennerei-schnifis.at
 Website: <http://www.sennerei-schnifis.at>



Kurzbeschreibung

In einem kleinregionalen Entwicklungsprozess mit starker Bürgerbeteiligung wurden 2008 Schwerpunkte für die gemeinsame Entwicklung in den drei Gemeinden Düns, Dünserberg und Schnifis formuliert. Aus der Basis heraus und mit den Bewohnern entwickelt, zeigt sich das Ergebnis des Leaderprojektes Dreiklang I umsetzungsorientiert und mit dementsprechend hoher Akzeptanz in der Bevölkerung.

Ziel des dreijährigen Umsetzungsprojektes Dreiklang II im Leader 07-13 ist die SCHAFFUNG EINER GEMEINSAMEN INFRASTRUKTUR zur nachhaltigen Organisation, Entwicklung und Vermittlung der drei profilbildenden Säulen in der Kleinregion:

- Landwirtschaftliche Marke(n) (Produkte der Sennerei Schnifis, Spezialitäten der Landwirte in der Kleinregion),
- Tourismus (Kulinarium und Landschaft) und
- Kultur.

Was bislang in den drei Gemeinden isoliert und einzeln initiiert wurde, soll über die UMSETZUNG DER MASSNAHMEN VON 2009-2011 FÜR EINE KLEINREGION MIT

- PRODUKTION UND ABSATZ DER LANDWIRTSCHAFTLICHEN MARKE(N)
 - UNVERWECHSELBAREM TOURISTISCHE ANGEBOT und
 - INTERESSANTEN KULTURELLEN SCHWERPUNKTEN
- entwickelt und in Zukunft professionell vermittelt werden.

In vier Arbeitspaketen und über vier Arbeitsgruppen wird die Umsetzung mittels Bürgerbeteiligung weiter geführt. Im Dreiklang warten die Bürger schon auf die Wiederaufnahme ihrer Arbeit zur Umsetzung der Maßnahmen aus dem gemeinsamen Entwicklungsprozess. Für alle vier Arbeitsgruppen sind inzwischen AnsprechpartnerInnen vor Ort definiert. Als Koordinationsgruppe zur Projektumsetzung haben sich bereits die Bürgermeister, der Sennereiboss und die Leiter der Arbeitsgruppen zur Unterstützung der Projektleitung vor Ort gefunden.

Als Träger des Projektes gründen die drei Gemeinden zusammen mit der Sennerei Schnifis die ARGE Dreiklang. Im mehrfachen Hinsicht sinnvoll zur Einrichtung einer gemeinsamen Infrastruktur bzw. Stelle zur Vermittlung des bis 2011 eingeführten kleinregionalen Angebots.

Arbeitschwerpunkte im Projekt Dreiklang II (Ergebnis der Maßnahmenformulierung im Entwicklungsprozess Dreiklang I) sind:

- A / Arbeitspaket 1: Einrichtung einer gemeinsamen Infrastruktur/Stelle zur Angebotsentwicklung und -vermittlung in der Kleinregion
- B / Arbeitspaket 2: Angebot an Landwirtschaftlichen Marke(n): Sennerei und kleinregionale Nischenprodukte / Spezialitäten
- C / Arbeitspaket 3: Touristisches Angebot über Landschaft und Kulinarium
- D / Arbeitspaket 4: Kulturelles Angebot durch Vernetzung und Entwicklung verschiedener Einzelinitiativen

Ausgangslage

Die Produkte der Sennerei Schnifis haben sich zu einer regionalen Marke der Gemeinden Düns, Dünserberg und Schnifis entwickelt. 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 und kulturellen Charakteristika. Bislang werden aber weder das Potential der regionalen Marke(n)/Spezialitäten noch das naturräumliche, kulturelle und kulinarische Profil der Kleinregion zur Sicherung von Gemeinden und Sennerei gemeinsam entwickelt. Es existiert bislang auch keine gemeinsame Organisation zur Vermittlung der touristischen Qualitäten im Dreiklang. Es war dies schließlich auch Anlaß für den kleinregionalen Entwicklungsprozess Dreiklang I mit Bürgerbeteiligung.

Im Projekt Dreiklang I, initiiert durch die Sennerei und bewilligt als Leader-Vorprojekt, formulierten von September 2008 bis Jänner 2009 insgesamt 20 GemeindevertreterInnen aus Schnifis, Düns und Dünserberg gemeinsam mit Sennereivertreter:

- MASSNAHMEN ZUR REGIONALENTWICKLUNG MIT DEN SCHWERPUNKTEN LANDWIRTSCHAFT
- KULTUR,
- KULINARIUM sowie
- LANDSCHAFT und den Anspruch zur
- EINFÜHRUNG EINER GEMEINSAMEN INFRASTRUKTUR/STELLE zur Vermittlung und Weiterentwicklung des kleinregionalen

Angebotes in den Bereichen

- => LANDWIRTSCHAFTLICHE MARKE / SPEZIALITÄTEN
- => TOURISMUS (KULINARIUM & LANDSCHAFT)
- => KULTUR

Der Erfolg des Entwicklungsprozesses 2008 zeigt sich mit der Gründung der ARGE Dreiklang als neue Trägerstruktur im Projekt Dreiklang II. Während im Entwicklungsprojekt Dreiklang I noch die Sennerei als Projektträger und integrativer Moment in der Kleinregion für das Projekt verantwortlich zeichnete, teilen sich diese Verantwortung zur Maßnahmenumsetzung die drei Gemeinden Düns, Dünserberg und Schnifis mit der Sennerei Schnifis in Zukunft gemeinsam. Diese Weiterentwicklung auch der strukturellen Grundlagen zum Projekt Dreiklang II ist die logische Konsequenz der Bewusstseinsentwicklung im Verständnis als Kleinregion im Projekt Dreiklang I.

Ziele

Die regionale Kooperation soll gestärkt und die sektorübergreifende Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft, Tourismus und Kultur soll zum kleinregionalen Angebot entwickelt werden. Vorhandene Marken sollen entwickelt und neue Spezialitäten sollen eingeführt werden. Für die Betreuung und Umsetzung soll dazu eine GEMEINSAME REGIONALSTELLE im Dreiklang installiert werden.

Über diese gemeinsame Infrastruktur / Stelle soll das Angebot und Profil der Kleinregion nachhaltig entwickelt und gesichert werden. Inhalt der einzurichtenden Struktur ist die Umsetzung der Maßnahmen aus dem kleinregionalen Entwicklungsprozess Dreiklang I. Die gemeinsame Infrastruktur bildet ein starkes Dach zu den profilstiftenden existenzsichernden Säulen

- LANDWIRTSCHAFTLICHE MARKE(N) / SPEZIALITÄTEN
- TOURISTISCHES ANGEBOT
- KULTURELLES LEBEN

LANDWIRTSCHAFTLICHE MARKE(N) / SPEZIALITÄTEN werden entwickelt und eingeführt.

Gemäß dem kleinregionalen Entwicklungsprozess soll die Sennerei in ihrer Existenz und mit ihrem Innovationswillen als wirtschaftlich bedeutsamer Standort in der Kleinregion nachhaltig gesichert werden. Zudem sollen auch die Angebote der Landwirte, die willens sind Spezialität der Region bereit zu stellen, aufgenommen und vermittelt werden.

Ein TOURISTISCHES ANGEBOT zur Landschaft und zum Kulinarium der Kleinregion wird aufgebaut.

Entsprechend der Zielformulierung im Bürgerbeteiligungsprozess sollen die landschaftlichen und kulinarischen Qualitäten der Kleinregion endlich in Wert gesetzt werden. Die Gastronomie soll ihr Angebot gemeinsam mit den Angeboten zum Erlebnis der Natur- und Kulturlandschaft in der Kleinregion ausbauen und damit auf eine langfristig existenzfähige Basis im Dreiklang stellen.

Das KULTURELLE LEBEN wird von den Menschen im Dreiklang gemeinsam praktiziert.

Im Entwicklungsprozess Dreiklang I sind zahlreiche Einzelinitiativen mit Beitrag zum kulturellen Leben in der Kleinregion zu Tage getreten. Eben dieses Bewusstsein um die kulturelle Bedeutung der Kleinregion soll bei den Menschen vor Ort gestärkt, entwickelt und auch als Angebot nach Aussen kommuniziert werden.

Inhalte

Die gesammelten Werte und Qualitäten, Bestand und Potentiale der Kleinregion definieren den Projektansatz zur Maßnahmenumsetzung im Dreiklang II. Über die Arbeitsschwerpunkte

- Arbeitspaket 1: Einrichtung einer gemeinsamen Infrastruktur/Stelle zur Angebotsentwicklung und -vermittlung in der Kleinregion
- Arbeitspaket 2: Angebot an Landwirtschaftlichen Marke(n): Sennerei und kleinregionale Nischenprodukte / Spezialitäten
- Arbeitspaket 3: Touristisches Angebot über Landschaft und Kulinarium
- Arbeitspaket 4: Kulturelles Angebot durch Vernetzung und Entwicklung verschiedener Einzelinitiativen

gewinnt das regionale Profil und die Angebotsstruktur im Dreiklang. Brachliegendes Wissen, vorhandene Qualitäten und bislang ungenutzte Fertigkeiten der Bewohner werden zum einzigartigen regionalen Kapital. Durch das endogene Bewusstsein im Dreiklang zu Landwirtschaft, Kulinarium, Landschaft und Kultur und dem damit verbundenen Angebot wird über das Projekt hinaus exogene Präsenz und Beachtung begründet.

Die Lebens- und Naherholungsqualität der Kleinregion im Dreiklang wird über die Einrichtung der gemeinsamen Infrastruktur / einer gemeinsamen Stelle langfristig gesichert.

Arbeitspakete

Arbeitspaket	Personal	Betrieb	Reise	Drittleistung	Investitionen	Summe
Allgemein	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
AP 1.1. Einführung der gemeinsamen Infrastruktur zur Angebotsvermittlung und Projektleitung	60.000,00	0,00	0,00	60.000,00	0,00	120.000,00
AP 1.2. Arbeitsgruppenführung	0,00	0,00	0,00	15.000,00	0,00	15.000,00
AP 1.3. Administration	0,00	0,00	0,00	30.000,00	0,00	30.000,00
AP 2.1. Bewusstseinsbildung für die Produkte der	20.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	20.000,00

Sennerei im Dreiklang als regionale Marke							
AP 2.2. Professionalisierung Verkauf / Vertriebsabwicklung zur regionalen Marke	0,00	0,00	0,00	30.000,00	0,00		30.000,00
AP 2.3. Entwicklung Produktdesign/Produktneuheiten im Dreiklang	0,00	0,00	0,00	30.000,00	0,00		30.000,00
AP 2.4. Entwicklung der barrierefreien Homepage für die Sennerei	0,00	0,00	0,00	10.000,00	0,00		10.000,00
AP 2.5. Imagearbeit für regionale Marken und Produkte zur Nahversorgung im Dreiklang	15.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00		15.000,00
AP 2.6. Vermittlung zur Qualitätssicherung und professionellen Vermarktung in der Kleinregion	0,00	0,00	0,00	20.000,00	0,00		20.000,00
AP 3.1. Die Erlebnisqualität (Wege, Infrastruktur, Qualität und Entwicklungsmöglichkeit zur Ruhe bzw. zum Erlebnis) im Dreiklang wird erhoben/dokumentiert.	5.000,00	0,00	0,00	10.000,00	0,00		15.000,00
AP 3.2. Maßnahmen zur Verbesserung der landschaftlichen Erlebnisqualität – resultierend aus der Bestandsaufnahme werden umgesetzt: z.B. Blindweg u. Lücken in fußläufigen Verbindungen werden geschlossen, Spiel- u. Sitzplätze, Aussichtspunkte angelegt	0,00	0,00	0,00	70.000,00	0,00		70.000,00
AP 3.3. Revitalisierung der historischen Mühle in Düns: Wasserrad, Mühlstein und Mahltechnik sollen für den Schaubetrieb funktionsfähig reaktiviert werden.	0,00	0,00	0,00	40.000,00	0,00		40.000,00
AP 3.4. Inhaltliche Erschließung der Qualitäten und Inhalte der Natur- und Kulturlandschaft im Dreiklang: Tafeln bzw. Objekte, Folder u. Karten, Dreiklang-Kulturlandschaftsführer, Wanderrouutenplanung digital unterstützt über GPS	0,00	0,00	0,00	70.000,00	0,00		70.000,00
AP 3.5. 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 3.6. Kulinarische Nahversorgung für die Menschen im Dreiklang: 2009 Kulinarische Vermittlung, 2010 Kulinarische Wanderung, 2011 Kulinarisches Genussjahr.	0,00	0,00	0,00	24.000,00	0,00		24.000,00
AP 4.1. Kultur & Käse (Kulturschwerpunkt 1): Rezeptsammlung u. Kochkurse zu den Käsespezialitäten der Sennerei, Ernährungsphysiologische Aufarbeitung der Rezepte v. Fanni Amann, Dokumentation und Publikation der Ergebnisse aus AP 4.1.	10.000,00	0,00	0,00	10.000,00	0,00		20.000,00
AP 4.2. Kultur & Holz (Kulturschwerpunkt 2): Wettbewerb Holzskulptur im Raum und Freiraum, Ausstellung mit Publikumsjury, Dokumentation und Publikation zur Umsetzung	0,00	0,00	0,00	20.000,00	0,00		20.000,00
AP 4.3. Kultur & Gemeinschaft (Kulturschwerpunkt 3): Schulprojekt (Volksschule und Kindergarten im Dreiklang) zur Auseinandersetzung mit Käse & Holz; Lehrer: Gemeinsamer Workshop zur Themenaufbereitung/Unterrichtsvorbereitung; Projektumsetzung Schüler	0,00	0,00	0,00	15.000,00	0,00		15.000,00
AP 4.4. Fotodokumentation Berufe im Dreiklang: Werkstätten, Arbeitstracht, Kleidung (IDENTITÄT) – vor der Kamera ortsansässiger Amateurfotographen, ev. in Kooperation als 2. Schul-/Kindergartenprojekt (vgl. 4.3.); Dokumentation und flexible Dauerausstellu	0,00	0,00	0,00	15.000,00	0,00		15.000,00
AP 4.5. Ländliches Lustspiel als kulturelles Angebot: „Vom Dreierlei zum Dreiklang ...“	0,00	0,00	0,00	10.000,00	0,00		10.000,00
	127.000,00	0,00	0,00	494.000,00	0,00		621.000,00

Allgemein |

AP 1.1. Einführung der gemeinsamen Infrastruktur zur Angebotsvermittlung und Projektleitung |

Geplante Aktivitäten:

Für die drei Säulen des regionalen Angebots Landwirtschaftliche Marke(n), Tourismus (Kultur & Kulinarium) und Kultur wird eine Infrastruktur/Stelle als Dachorganisation in der Kleinregion geschaffen. Inhalt der Stelle ist die Umsetzung der Maßnahmen in AP

2-4 zur Angebotseinführung von 2009-2011 (Projektlaufzeit Dreiklang II) sowie die Fortführung von Entwicklung und Vermittlung des Dreiklang-Angebotes nach Projektabschluss.

Erwartete Ergebnisse:

Die gemeinsame Entwicklung und Angebotsbewerbung im Dreiklang wird durch Einführung einer gemeinsamen Struktur auf eine nachhaltige, solide Basis gestellt. Der Fortbestand des gemeinsamen Angebotes und die Weiterentwicklung des gemeinsamen Profils ist über die Einrichtung der Dachstruktur im Dreiklang gesichert.

AP 1.2. Arbeitsgruppenführung |

Geplante Aktivitäten:

Zur Projektfortführung ausgehend vom Entwicklungsprozess Dreiklang I sind vor Ort Ansprechpartner zu den Projektschwerpunkten definiert. Sie unterstützen die Einführung der Dachstruktur und bietet als Ortsansässige wichtige Hilfestellung zur bürgernahen Umsetzung.

Erwartete Ergebnisse:

Die Entwicklung vom Projekt Dreiklang I über das Umsetzungsprojekt Dreiklang II hin zur gemeinsamen Dachstruktur verläuft kontinuierlich und gemeinsam mit den Bürgern vor Ort. Entsprechend hoch ist die Akzeptanz für die neue gemeinsame Stelle in der Kleinregion.

AP 1.3. Administration |

Geplante Aktivitäten:

Mit der Abwicklung der Projektabrechnung wird eine visierte Buchhalterin vor Ort - wie bereits im Projekt Dreiklang I - betraut. Sie wird im Koordinationsteam die Entscheidungen zur Umsetzungsfreigabe und Detailabstimmung von Maßnahmen mit verfolgen.

Erwartete Ergebnisse:

Eine reibungslose und nachvollziehbare Rechnungsabwicklung ist gewährleistet.

AP 2.1. Bewusstseinsbildung für die Produkte der Sennerei im Dreiklang als regionale Marke |

Geplante Aktivitäten:

Maßnahmen zur Imagearbeit für die Sennerei in der Kleinregion sollen forciert werden. Kinder und Familien sollen über die Bewerbung temporärer Angebote verstärkt angesprochen werden. Die Zusammenarbeit mit der Tourismusfachschule sowie die Kooperationen in Richtung Junges Gastgewerbe sollen ausgebaut werden. Besonders die Kundenkontakte innerhalb der Kleinregion sollen durch die Bewusstseinsbildung für den regionalen Standort gestärkt werden.

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 Lädle wird von den Einheimischen noch stärker praktiziert. Erholungssuchende Gäste verbinden kulturellen, landschaftlichen und kulinarischen Genuss mit dem Einkauf beim regionalen Veredelungsbetrieb. Die landwirtschaftliche Marke wird wichtiges Element im kleinregionalen Angebot.

AP 2.2. Professionalisierung Verkauf / Vertriebsabwicklung zur regionalen Marke |

Geplante Aktivitäten:

EDV-unterstützte Möglichkeiten zur Professionalisierung im Verkauf und zur Optimierung der Vertriebsabwicklung sollen ausgeschöpft werden. Freiwerdende zeitliche und personelle Ressourcen werden zur Kundenpflege zur Verwendung für eine höhere Wertschöpfung und erweiterten Betriebserfolg zugeführt.

Erwartete Ergebnisse:

Da Abläufe im Verkauf und Vertrieb der Sennerei sind im Sinne optimaler wirtschaftlicher Ergebnisse optimiert. Kapazitäten für persönlichen Kundenkontakt und Service werden frei. Der Auftritt der Sennerei mit ihren regionalen Markenprodukten gewinnt. Der Beitrag zur Angebotsentwicklung kann über die frei werdenden Kapazitäten erhöht werden.

AP 2.3. Entwicklung Produktdesign/Produktneuheiten im Dreiklang |

Geplante Aktivitäten:

Produktdesign und Produktneuheiten im Dreiklang werden entwickelt. Regionale Marken und Spezialitäten bilden die Basis zur kulinarischen Angebotserweiterung. Eine Abstimmung des Marktauftrittes in der Kleinregion wird koordiniert.

Erwartete Ergebnisse:

Die Landwirtschaft wird als wichtiger Produzent regionaler Marken und Spezialitäten in der Kleinregion wahrgenommen. Damit gewinnt die Standortsicherung für landwirtschaftliche Betriebe regionalwirtschaftlich an Bedeutung. Der regelmäßiger Einkauf regionaler Produkte bei den Nahversorgern wird von Privathaushalten und der Gastronomie noch stärker praktiziert. Erholungssuchende Gäste verbinden kulturellen, landschaftlichen und kulinarischen Genuss mit dem Einkauf beim regionalen Veredelungsbetrieb und den Direktvermarktern.

AP 2.4. Entwicklung der barrierefreien Homepage für die Sennerei |

Geplante Aktivitäten:

Die Homepage der Sennerei soll nach dem Vorbild einer barrierefreien Gemeindehomepage behindertengerecht entwickelt werden. Es erfolgt die vollständig durchgängigen Verlinkung mit den Gemeindehomepages und damit die Vernetzung der Angebotspublikation innerhalb der Kleinregion.

Erwartete Ergebnisse:

Die Sennerei wird als wichtiger Produzent einer regionalen Marke in der Kleinregion wahrgenommen. Eine vollständig

durchgängigen Verlinkung mit den Gemeindehomepages und damit der Vernetzung innerhalb der Kleinregion steht demzufolge nichts mehr im Wege. Dadurch wird die Standortsicherung und Bewerbung des Angebots zusätzlich unterstützt.

AP 2.5. Imagearbeit für regionale Marken und Produkte zur Nahversorgung im Dreiklang |

Geplante Aktivitäten:

Für die Imagearbeit und Publikation regionaler Marken und Produkte zur Nahversorgung im Dreiklang werden Folder und Präsentationsclips erstellt. Ein Clip als virtuelles Dach zu allen Produkten der Kleinregion soll ein Angebot für die breite Zielgruppe von Einheimischen und Gästen präsentieren. Emotionale Inhalte schaffen die Atmosphäre zur Verkaufsförderung und Kundenbindung.

Erwartete Ergebnisse:

Die Landwirtschaft wird als wichtiger Produzent einer regionalen Marke in der Kleinregion wahrgenommen. Damit gewinnt die Standortsicherung regionalwirtschaftlich an Bedeutung. Regelmäßiger Einkauf bei den Nahversorgern und Direktvermarktern wird von den Einheimischen und Gästen noch stärker praktiziert.

AP 2.6. Vermittlung zur Qualitätssicherung und professionellen Vermarktung in der Kleinregion |

Geplante Aktivitäten:

Möglichkeiten und Chancen von Maßnahmen zur Qualitätssicherung und professionellen sowie kundenorientierten Vermarktung werden den Produzenten laufend vermittelt. Es ist damit die nachhaltige Basis für ein hochwertiges Angebot mit landwirtschaftlichen Produkten zur Bewerbung im Dreiklang gesichert.

Erwartete Ergebnisse:

Die Landwirte sind laufend zu den jüngsten Erfordernissen hochwertiger Produkte aus der Region informiert. Damit steht die Existenz der Betriebe auf einer sicheren Basis. Einheimische und erholungssuchende Gäste verbinden mit dem Einkauf im Dreiklang höchste Qualität und kundenorientierte Standards.

AP 3.1. Die Erlebnisqualität (Wege, Infrastruktur, Qualität und Entwicklungsmöglichkeit zur Ruhe bzw. zum Erlebnis) im Dreiklang wird erhoben/dokumentiert. |

Geplante Aktivitäten:

Von landschaftskundigen Ortsansässigen zusammen mit Fachleuten (z.B. Helmut Tiefenthaler, Johann Peer, Georg Rauch etc.) wird die Landschaft im Dreiklang entlang der aktuellen und historischen Wegverbindungen auf Werte, Qualitäten und Potentiale hin aufgenommen und dokumentiert. Die Aufnahme erfolgt in enger Zusammenarbeit mit den Wegewarten von Düns, Dünserberg und Schnifis sowie in dauernder Abstimmung mit den Bewohnern und Anrainern im Dreiklang. Die Ergebnisse können in der Folge auch zur Optimierung des Wanderwegenetzes Walgauhans süd zur Verfügung gestellt werden.

Erwartete Ergebnisse:

Es liegt in der Folge eine detaillierte Grundlage vor, welche eine gemeinsame und vernetzte Erschließung, Vermittlung und erforderlichenfalls Aufwertung der Landschaft zuläßt. Durch eine darauf aufbauende, schrittweise Bewusstseinsbildung für die Natur- und Kulturlandschaft im Dreiklang gewinnt die Kleinregion bei Einheimischen und Gästen gleichermaßen. Die Basis für landschaftsgebundene Angebote zur Lebensqualität und Naherholung im Dreiklang ist begründet.

AP 3.2. Maßnahmen zur Verbesserung der landschaftlichen Erlebnisqualität – resultierend aus der Bestandsaufnahme werden umgesetzt: z.B. Blindweg u. Lücken in fußläufigen Verbindungen werden geschlossen, Spiel- u. Sitzplätze, Aussichtspunkte angelegt |

Geplante Aktivitäten:

Spielplätze, bevorzugt in Kombination mit Naturerlebnis werden angelegt. Mittels einfacher Eingriffe entstehen gemeinsame Ruhe- und Rastplätze sowie Aussichtspunkte im Dreiklang. Über eine durchgängige Infrastruktur, z.B. einheitliche Bank- bzw. Sitzmodelle wird die Orientierung in der Kleinregion erleichtert. Bedarfsweise werden Teilabschnitte von alten Wegverbindungen wieder revitalisiert bzw. saniert.

Erwartete Ergebnisse:

Auf die Besonderheiten und Qualität der Kulturlandschaft und des Naturraumes wird aufmerksam gemacht. Über einfache Maßnahmen zur Verbesserung der Infrastruktur wird die Aufenthaltsqualität gemeindegrenzenübergreifend stark verbessert. Die fußläufige Verbindung zwischen den drei Gemeinden Düns, Dünserberg und Schnifis wird auf Basis alter Wegverbindungen verbessert. Die Dorfkerne werden gut erreichbar gemacht / gehalten. Schulwege im Dreiklang werden belebt und Blindwege / Lücken dazu geschlossen.

AP 3.3. Revitalisierung der historischen Mühle in Düns: Wasserrad, Mühlstein und Mahltechnik sollen für den Schaubetrieb funktionsfähig reaktiviert werden. |

Geplante Aktivitäten:

Zum bestehenden, privat initiierten, familiären Gastronomiebetrieb soll auch die historische Mühle revitalisiert werden. Dazu werden Wasserrad, Mühlstein und Mahltechnik von Fachleuten wieder repariert und neu funktionsfähig entwickelt. Für Schauzwecke und als Ausflugsziel bzw. Station für Exkursionen im Dreiklang soll der historische Mahlbetrieb vorgeführt werden.

Erwartete Ergebnisse:

Zusammen mit der privaten, familiär geführten Gastronomie wird die historische Mühle in Düns zu einem Ausflugstipp für Technik-, Kultur-, Geschichts- und Genussbegeisterte Menschen. Vollständige revitalisiert wird das historische Gebäude in Düns zum Treffpunkt oder je nachdem auch Rückzugsort für Gäste und Bewohner im Dreiklang. Historische Identität und Regionalkultur in der Gegenwart wird für die Menschen vor Ort erfahrbar.

AP 3.4. Inhaltliche Erschließung der Qualitäten und Inhalte der Natur- und Kulturlandschaft im Dreiklang: Tafeln bzw. Objekte, Folder u. Karten, Dreiklang-Kulturlandschaftsführer, Wanderroutenplanung digital unterstützt über

GPS |**Geplante Aktivitäten:**

Entsprechend den Ergebnissen der Bestandsdokumentation (AP 3.1.) werden an ausgewählten Punkten Informationstafeln mit kurzen Beschreibungen und Skizzen zu den landschaftlichen und baulichen Besonderheiten angebracht. Das Tafeln werden als durchgängiges System im Dreiklang gemeinsam entwickelt. Zusätzlich zu den Tafeln wird ein Folder sowie Karten zur Angebotsbewerbung gefertigt. Landschaftskundige Bewohner im Dreiklang werden für die Angebotsentwicklung mit geführten Wanderungen gewonnen. Als zusätzliche Möglichkeit zum Einstieg in das Natur- und Landschaftserlebnis im Dreiklang werden über GPS Möglichkeiten zur digital unterstützte Wanderroutenplanung entwickelt.

Erwartete Ergebnisse:

Der Dreiklang spricht mit unterschiedlichen Angebotsschwerpunkten / Vermittlungsmedien eine breite Zielgruppe zur Naherholung an. Je nach Alter, Familiensituation und Konstitution können verschiedene Möglichkeiten zum Erlebnis und zur Erfahrung der Natur- und Kulturlandschaft im Dreiklang genutzt werden. Die Kleinregion schöpft mit einem Angebot in der Nische, vermittelt über eine gemeinsame Infrastruktur touristisch neues Potential.

AP 3.5. 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:

Saisonal und zur Angebotseinführung über drei Jahre sollen in einer kulinarischen Veranstaltungsreihe die landwirtschaftlichen Produkte der Kleinregion in den Mittelpunkt vom Dreiklang treten. Im Frühjahr soll jeweils zum Thema Käse & Wein ein Schwerpunkt in der Sennerei ausgerichtet werden. Der Sommer steht im Zeichen der Produktvielfalt aus der Landschaft. Eine Veranstaltung auf einem Bauernhof in der Kleinregion bietet herbstlichen Einblick in die kulinarischen Möglichkeiten von Obst. Im Winter lädt dann die Gastronomie zu einem Genussschwerpunkt mit einem Menü unter dem Motto Fleisch und Käse im Dreiklang.

Erwartete Ergebnisse:

In der Bevölkerung ist das Bewusstsein um das regionale Kulinarium stärker entwickelt. Die Angebotsentwicklung über 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 und Angebot der Kleinregion in der Nische.

AP 3.6. Kulinarische Nahversorgung für die Menschen im Dreiklang: 2009 Kulinarische Vermittlung, 2010 Kulinarische Wanderung, 2011 Kulinarisches Genussjahr. |
Geplante Aktivitäten:

Zur Einführung eines regelmäßigen kulinarischen Angebotes für die Menschen im Dreiklang werden von 2009-2011 viermal jährlich kleine Veranstaltungen zum gesellschaftlichen Erlebnis vom Kulinarium im Dreiklang ausgeschrieben. Die Veranstaltungsschwerpunkte 2009 sind auf die Vermittlung vom kleinregionalen Kulinarium, 2010 auf kulinarische Wanderungen im Dreiklang und 2011 auf Degustationen zu den kulinarischen Spezialitäten im Dreiklang ausgerichtet.

Erwartete Ergebnisse:

In der Bevölkerung wird das Bewusstsein um das regionale Kulinarium stärker entwickelt. Die Nahversorgung mit kulinarischen Besonderheiten in der Kleinregion erfährt höhere Wertschätzung. Regionale Produzenten werden motiviert, ihr Angebot weiter zu entwickeln. Von der Basis der Bewohner vor Ort heraus erfahren und verstanden, entwickelt das kulinarische Profil nachhaltige Anerkennung und Tiefe.

AP 4.1. Kultur & Käse (Kulturschwerpunkt 1): Rezeptsammlung u. Kochkurse zu den Käsespezialitäten der Sennerei, Ernährungsphysiologische Aufarbeitung der Rezepte v. Fanni Amann, Dokumentation und Publikation der Ergebnisse aus AP 4.1. |
Geplante Aktivitäten:

Rezepte zur den Markenprodukten der Sennerei in der Kleinregion werden über die drei Projektjahre gesammelt. Begleitend gibt es gemeinsame Kochkurse zum Austausch über die Verwendung der Käsespezialitäten im Dreiklang. Durch Fachleute erfolgt ergänzend eine ernährungsphysiologische Abhandlung über weithin bekannten Rezepte von Fanni Amann. Die Ergebnisse bzw. Erkenntnisse aus AP 4.1. werden laufend dokumentiert und schließlich publiziert.

Erwartete Ergebnisse:

Die Käsespezialitäten in der Kleinregion rücken in den Mittelpunkt der Küchenkultur im Dreiklang. Synergien mit der gastronomischen Entwicklung und dem kulinarischen Angebot im Dreiklang entstehen. Bewohner und Gäste treten in Dialog und Austausch zur Käsekultur von Düns, Dünserberg und Schnifis - den Ursprungsgemeinden der Milch welche zu den Markenprodukten der Sennerei Schnifis verarbeitet wird.

AP 4.2. Kultur & Holz (Kulturschwerpunkt 2): Wettbewerb HolzSkulptur im Raum und Freiraum, Ausstellung mit Publikumsjury, Dokumentation und Publikation zur Umsetzung |
Geplante Aktivitäten:

Mit einem Wettbewerb unter dem Titel HolzSkulptur in ausgewählten Gebäuden und in der Landschaft im Dreiklang wird die Kultur mit dem Material vor Ort vertieft. Nach dem Leitbild in AP 4 "Kultur die zum Menschen tritt" erfolgt die Bewertung der Arbeiten durch eine Publikumsjury. Eine Dokumentation und Publikation zur Umsetzung, zur Entwicklung bzw. Verwitterung der HolzSkulpturen belegt die Möglichkeiten und Eigenschaften des bedeutsamen Naturmaterials eindrucksvoll.

Erwartete Ergebnisse:

Holz als bedeutsames Element in der historischen Alltagsarchitektur und in der Kulturlandschaft im Dreiklang wird durch die künstlerische Auseinandersetzung neu erfahren. Aus der Bevölkerung entwickelt und mit den regionalen Akteuren realisiert tritt Holz als Kultur neu zum Menschen. Von Interessierten und Amateuren in der Kleinregion 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. Als gemeinsames Angebot vermittelt erfährt es Beachtung auch von Außen.

AP 4.3. Kultur & Gemeinschaft (Kulturschwerpunkt 3): Schulprojekt (Volksschule und Kindergarten im Dreiklang) zur Auseinandersetzung mit Käse & Holz; Lehrer: Gemeinsamer Workshop zur Themenaufbereitung/Unterrichtsvorbereitung; Projektumsetzung Schüler |

Geplante Aktivitäten:

Schüler und Kindergärtler im Dreiklang setzten sich unter pädagogischer Anleitung mit den land- bzw. forstwirtschaftlichen Produkten Holz & Käse auseinander. Zur Vorbereitung der LehrerInnen wird ein gemeinsamer Workshop über die Gemeindegrenzen hinweg veranstaltet. Die Schüler erhalten in der Folge eine Aufgabenstellung zur kreativen sprachlichen, handwerklichen oder zeichnerischen Auseinandersetzung mit Holz und/oder Käse.

Erwartete Ergebnisse:

Über die kreative Auseinandersetzung mit dem Material / dem Produkt werden vielfältige Zugänge für die Kinder und Jugendlichen kultiviert. Durch das Gespräch zwischen den Generationen über die Ergebnisse wird Wissen und Erfahrung als Identität im Dreiklang transportiert. Initiiert durch einen gemeinsamen Workshop der LehrerInnen / Pädagogen aller drei Gemeinden wird auch auf schulischer Ebene Zusammenarbeit im Dreiklang kultiviert. Über kreative Prozesse dieser Art wird langfristig die Basis für die Fortführung der kulturellen Initiativen im Dreiklang geschaffen.

AP 4.4. Fotodokumentation Berufe im Dreiklang: Werkstätten, Arbeitstracht, Kleidung (IDENTITÄT) – vor der Kamera ortsansässiger Amateurfotografen, ev. in Kooperation als 2. Schul-/Kindergartenprojekt (vgl. 4.3.); Dokumentation und flexible Dauerausstellu |

Geplante Aktivitäten:

Handwerklich vielfältig und spannend präsentiert sich die Geschichte der Dreiklanggemeinden. In alten Werkstätten und Häusern liegen noch die Zeugen handwerklicher Arbeit: diese sollen fotografisch dokumentiert und fokussiert werden. Auch das aktuelle wirtschaftliche Profil soll im spannenden Vergleich dazu dokumentiert werden. Eine Erweiterung könnte die fotografische Dokumentation über ein weiteres Projekt der Schulen zu diesem Thema erfahren. Handwerkliche Identität im Dreiklang und Berufswahl des Individuums könnten in Verbindung treten. Die Ergebnisse sollen öffentlich zugänglich z.B. bei Gewerbe-, Dienstleistungs-, Handwerks- und Hotelleriebetrieben in der Region in wechselnder Kombination ausgestellt werden.

Erwartete Ergebnisse:

Werkstätten, Arbeitstracht und Kleidung werden als Motiv zum Spiegel strukturellen Wandels und zum Zeugnis historischer und aktueller Realität / Identität im Dreiklang. Bewusstsein für die Arbeits- und Wirtschaftskultur werden Einheimischen und Gästen in Erinnerung gerufen. Die Region bietet eine weitere spannenden Komponente ihres Profils zur Betrachtung.

AP 4.5. Ländliches Lustspiel als kulturelles Angebot: „Vom Dreierlei zum Dreiklang ...“ |

Geplante Aktivitäten:

Aus einer Sammlung von sozialen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Begebenheiten und Anekdoten aus der gemeinsamen Geschichte der Gemeinden Düns, Dünserberg und Schnifis soll ein unterhaltsames Kulturdokument geschaffen werden. Ein Volkstheaterstück von professioneller Seite verfasst soll von den Laiendarstellern in der Region authentisch vorgetragen werden.

Erwartete Ergebnisse:

Aus der Bevölkerung entwickelt und mit den regionalen Akteuren realisiert tritt Kultur zum Menschen. Von Interessierten und Amateuren in der Region erlebt, gedacht sowie entwickelt wird Geschichte zur gemeinsamen Identität und zum sozialen Moment der Angebotsentwicklung im Dreiklang.

Erwartete Ergebnisse

Drei Gemeinden etablieren sich als Kleinregion im Bewusstsein der Menschen. Der dreijährige Bottom-up Prozess zur Maßnahmenrealisierung entwickelt und sichert das unverwechselbare Profil von Düns, Dünserberg und Schnifis über drei starke Säulen:

- Landwirtschaftliche Marke(n) (Produkte der Sennerei Schnifis, Spezialitäten der Landwirte in der Kleinregion),
- Tourismus (Kulinarium und Landschaft) und
- Kultur.

Die gemeinsame Infrastruktur wird Anlaufstelle zur Vermittlung des kleinregionalen Angebotes und Drehscheibe zur weiteren Entwicklung mit den Bewohnern vor Ort. Die Kleinregion etabliert sich nachhaltig durch eine Dachstruktur zur langfristigen Sicherung und Entwicklung.

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; 4.1.3 Angestrebte Resultate: Konkrete Einrichtungen zur Nahversorgung in Kombination mit Landwirtschaft und Tourismus sind entstanden; z.B. ein Biosphärenparkhaus und Ähnliches;

Projektteile auch im LES unter 4.3 Raumentwicklung, Infrastruktur, Mobilität und 4.4 Soziales und Gesellschaft zuordenbar, die Markenstärkung und der Aufbau einer gemeinsamen regionalen Einrichtung (Anlaufstelle) werden aber als vorrangig erachtet.

MIT UNTERSTÜTZUNG VON



Europäischer Landwirtschaftsfonds
Für die Entwicklung des ländlichen
Raums, hier besonders Europa in
den ländlichen Gebieten.



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 Bregenzerwald 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 Bregenzerwälder Genussstage	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 Bregenzerwald 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 | Bregenzerwälder Genussstage**Geplante Aktivitäten:**

Das Arbeitspaket beinhaltet die detaillierte Planung, Koordination und Durchführung der jährlich stattfindenden Veranstaltung. Dabei geht es um dreieinhalb Genussstage im Bregenzerwald. 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:

a) Kochen, Essen und Trinken mit dem „Koch des Jahrzehnts“ Jörg Wörther und Winzer Roland Velich u. a. mit einer „Gala vom

ganzen Kalb“

b) Symposium mit einem Vortragsblock zum Thema „Vom wahren Wert der guten Dinge“. Dazu sind Vorträge geplant, die den Genuss aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchten.

c) kulinarische Begegnung Bregenzerwald mit Gastregion zum Beispiel „Käsknöpfe & Risotto“

d) Käse und Wein, Jörg Wörther kocht mit den Jungköchen in der Tourismusfachschule

e) 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. Mehr Innovation Europa in
den ländlichen Gebieten.



lchessministerium.at



Vorarlberger Käsewerk AG



Raiffeisen
Meine Bank

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 Alping 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

Fronddienst 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 Maisäßbewirtschaftung 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, Gmewerch, 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 Landschaftspflegeschlägen 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. WOOF) 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 Alppenossen), 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 Maisäbberwirtschaftung 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. Hier werden Europas Mittel
für die Entwicklung des ländlichen
Raums.



lead_Klostertaler Bauern Tafel_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 Holzkestchen 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 (ERDF) 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 Hilfestellungs-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 practice - 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:

- Jene Geschäfte, welche vom Dienstleistungsangebot Gebrauch machen, sind mittelfristig gesichert, da ihre Ertragslage verbessert wurde und die organisatorischen Eingriffe nachhaltig verbessertes Wirtschaften ermöglichen.
- 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 practice - 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. Hier investiert Europa in
die ländlichen Gebiete.



Vorarlberg
Land



Lebensministerium.at



Raiffeisen
Meine Bank