

## Marke-KäseStrasse

### Markenreorganisationsprozess mit kooperierenden Betrieben zur Stärkung der lokalen Marke und Sicherung der Käsekultur

Projektdatenbank

01.06.2015 - 30.06.2015



#### Projekträger:

**Name:** Käsestrasse Bregenzerwald GmbH  
**Adresse:** Zeihenbühl 423  
**Postleitzahl:** 6951  
**Ort:** Lingenau  
**Telefon:** +43 5513 42870 41  
**E-Mail:** info@kaesestrasse.at  
**http:** http://www.kaesestrasse.at/



#### Kurzbeschreibung:

Die KäseStrasse Bregenzerwald ist ein Verein zur Erhaltung und Förderung der Bregenzerwälder Käsekultur und wurde mit Unterstützung von EU-LEADER-Mittel 1998 gegründet. Ziel war es, ein regionales Leitprodukt für Landwirtschaft und Tourismus zu positionieren.

Die vereinbarte Lizenzzahlungen für die Markenapplication pro verkauftem Produkt führte systemisch bedingt zu einer zunehmenden Umgehungen der Markenauszeichnung „KäseStrasse Bregenzerwald“, was in den vergangenen Jahren die Handlungsfähigkeit der Markenorganisation zunehmend einschränkte und zu einem gewissen Unmut unter den Mitgliedern führte.

So wurden in der Blütezeit jährlich ca. 600 Tonnen mit dem Logo der KäseStrasse ausgezeichnet und damit lizenziert. Dieser damalige Marktanteil von 19% ist heute auf 2,5% gesunken und zeigt auf das die Endprodukt-Lizenzierung der falsche Weg für das Überleben einer regionalen Dachmarken-Organisation ist.

Die Neuorientierung ist nicht nur ein bedeutender Entwicklungs- und Konsolidierungsschritt, sondern stellt die Organisation vor die Herausforderung, ein völlig neues Markenkonzept zu erarbeiten und eine neue Markenorganisation zu implementieren. Mit dem vorliegenden Projekt soll die oben angedeutete strategische Weichenstellung zur Umsetzung gebracht werden. Die Anwendung der Wort-Bild-Marke soll von derzeit 2,5% - der von den im Bregenzerwald produzierenden Kernsennereien - auf 60% gesteigert werden und dadurch die geschlossene Heumilchregion Bregenzerwald zu erhalten.

#### Ausgangslage:

Die KäseStrasse Bregenzerwald ist ein Verein zur Erhaltung und Förderung der Bregenzerwälder Käsekultur und wurde mit Unterstützung von EU-LEADER-Mittel 1998 als umfassende Kooperation von Landwirten, Sennereien und Käsemachern, Tourismusbetrieben (Käsewirte), Handwerk und Vermarkter mit 150 Mitgliedern gegründet. Ziel war es, ein regionales Leitprodukt für Landwirtschaft und Tourismus zu positionieren. Die Markenarbeit konzentrierte sich auf zwei Handlungsfelder:

1. Die Entwicklung eines Käsesortiments und deren Positionierung am Markt: Als Alleinstellungsmerkmal wurde auf die silofreie Produktion hingewiesen, denn nur noch 2% der in der EU produzierten Milch ist aus silofreier Landwirtschaft. Der Bregenzerwald gilt als größte zusammenhängende silofreie Region der EU (Heumilchregion). Hinweis: von den 2,4 Mrd. Liter silofreier EU-Milch kommen 45 Mio. Liter allein aus dem Bregenzerwald!
2. Angebotsentwicklung im Erlebnis- bzw. Tourismussektor: Mit Angeboten, wie: Käsewirte, Käse & Wein, Käseherbst, Käsewanderwege, Alperlebnis, usw. wurde die Region als Erlebnis- und Kulinarik Region positioniert. Die regionale Erlebnismarke hat sich via Tourismus sehr rasch zu einer international bekannten Marke entwickelt. Der Bekanntheitsgrad „Bregenzerwald“ konnte maßgeblich gesteigert werden. Es ist anzunehmen, dass der hohe Bekanntheitsgrad und indirekt die KäseStrasse immer noch ein Kriterium für eine Buchungsentscheidung ist.

Die geschilderte Situation ist im Prinzip eine gute Voraussetzung für ein höherpreisiges Produkt.

Das Markenkonzept für das Käsesortiment sah in der Vergangenheit ein Lizenzmodell vor, welches auch gleichzeitig die Finanzierungsgrundlage für die Weiterentwicklung und Pflege der Marke bilden sollte. Das bedeutet, dass der Verkauf des Leitproduktes Käse, neben den Mitgliedsbeiträgen, die laufende Markenarbeit (Entwicklung von Erlebnisangeboten, Ausweitung Angebotssortiment Käse, Qualitätssicherung, Mitgliederbetreuung, usw.) finanzieren sollte. Um dies sicherzustellen, wurden Kooperationsverträge mit Handelspartner im (GV) Großverbrauchersektor und Endkundenbereich in Form von Lizenzverträgen vereinbart. Die Verträge wurden auch „Triangelverträge“ genannt, da es sich um eine Vereinbarung zwischen dem Hersteller, dem Handel und dem Markeninhaber handelte. Diese drei Player standen in einer vertraglichen Beziehung.

Die vereinbarte Lizenzzahlungen für die Markenapplication pro verkauftem Produkt führte systemisch bedingt zu einer zunehmenden Umgehungen der Markenauszeichnung „KäseStrasse Bregenzerwald“, was in den vergangenen Jahren die Handlungsfähigkeit der Markenorganisation zunehmend einschränkte und zu einem gewissen Unmut unter den Mitgliedern führte. Den Kunden wurde zunehmend Käse gleicher Herkunft ohne die Marke „KäseStrasse“, jedoch mit anderen Hinweisen zum Ursprung Bregenzerwald, angeboten und damit der Markenhalter KäseStrasse in finanzielle Bedrängnis gebracht. So wurden in der Blütezeit jährlich ca. 600 Tonnen mit dem Logo der KäseStrasse ausgezeichnet und damit lizenziert. Der Markenhalter bewarb jedoch die gesamte Käseregion mit einer Produktionsmenge von ca. 4.500 Tonnen. Dieser damalige Anteil von 19% ist heute auf 2,5% gesunken. Diese Situation macht deutlich, dass die Endprodukt-Lizenzierung der falsche Weg für das Überleben einer regionalen Dachmarken-Organisation ist.

Da jedoch alle Milchverarbeitenden Produzenten (Sennereien) von der Öffentlichkeits- und Markenarbeit der KäseStrasse profitieren, ist es notwendig geworden, Restrukturierungsmaßnahmen einzuleiten und einen neuen Finanzierungsansatz zu suchen. Der Erfolg der Marke ist unbestritten. Ein eindeutiger Hinweis dafür ist der Pro-Kopf Verbrauch von Käse in Österreich, welcher in den letzten 18 Jahren um 30% angestiegen ist. Eine Menge, die auch die vergangenen 10 Jahre angehalten hat. Zudem liegt im NUTS3 Vergleich der Bregenzerwald mittlerweile bei den höchsten Milchpreisen Europas. Ein Erfolg, der sich aus der Kooperation der Landwirte, Verarbeiter und Verbrauchern ergibt.

Zwischenzeitlich wurden die Lizenzverträge weitgehend gekündigt und mit den Sennerei Mitgliedern Einigkeit über die Werthaltigkeit der Markeninitiative KäseStrasse erzielt. Die 17 Dorfsennereien und 22 Alpsennereien (Kernmitglieder der KäseStrasse) haben mittlerweile beschlossen, die Finanzierung der Markenorganisation durch eine Sockelfinanzierung von € 0,003 pro kg Milch per anno abzusichern (Bemessungsgrundlage ist die Milchmenge von 26.667 kg - übersteigende Milchmenge des vergangenen Wirtschaftsjahres). So sollen Zahlungsumgehungen vermieden, die Anwendung der Marke wieder lukrativ und das gemeinsame Interesse an einer bedeutenden lokalen Marke gestärkt werden. Die angesprochene Neuorientierung ist nicht nur ein bedeutender Entwicklungs- und Konsolidierungsschritt, sondern stellt die Organisation vor die Herausforderung, ein völlig neues Markenkonzept zu erarbeiten und eine neue Markenorganisation zu implementieren. Mit dem vorliegenden Projekt soll die oben angedeutete strategische Weichenstellung zur Umsetzung gebracht werden. Die Anwendung der Wort-Bild-Marke soll von derzeit 2,5% - der von

den im Bregenzerwald produzierenden Kernsensennereien - auf 60% gesteigert werden und damit eine Vervielfachung an Marktpräsenz erreicht werden.

Anmerkung: Wenn von der Marke gesprochen wird, so ist nicht nur von der Wort-Bildmarke (Logo, Markenzeichen, Brand Mark) die Rede, sondern hinter der Marke verbirgt sich die Summe aller Maßnahmen, die das Leitprodukt der KäseStrasse in seiner Einzigartigkeit am Markt positioniert. Es betrifft daher (fast) alle Handlungen der Markenorganisation KäseStrasse.

#### Ziele/Wirkung:

Mit dem Projekt soll der Strategiewechsel vom Lizenzmodell zur Marken(Service)Organisation vollzogen werden. Mit Abschluss ist die Markenorganisation gestärkt und maßgebliches Bindeglied zwischen den 17 Dorfsennereien, den 22 Alpinsennereien und den Vermarktern. Nach Projektabschluss ist die Präsenz der Wort-Bildmarke von 2,5% (der von den Kernsensennereien im Bregenzerwald produzierten Käsemenge) auf 70% angestiegen. Zudem konnte das Marken-Sortiment durch Schafs- und Ziegenkäse als auch anderer Milchprodukte erweitert werden. Mit der implementierten Markenorganisation sind Maßnahmen eingeleitet, die zu einer laufenden Qualitätsverbesserung und stärkeren Zusammenarbeit der Betriebe führen.

Das Projekt konzentriert sich auf die Entwicklung der Markenorganisation „KäseStrasse“. Ein Schwerpunkt bildet dabei die Positionierung der Marke mit dem Leitprodukt Käse bzw. gentechnikfreien Heumilchprodukte; als Produktmarke = Qualitätsmarke und Gütesiegel.

Eine begleitende Maßnahme im Projekt bildet die Stärkung der Ursprungsmarke „aus der Region KäseStrasse Bregenzerwald“ bzw. „aus dem Bregenzerwald“. Im Bereich der Ursprungsmarke „Bregenzerwald“ wird im Rahmen des Projektes verstärkt die Zusammenarbeit mit den regionalen Player (Tourismus, Gastronomie, Handwerk, Handel) gesucht. An der Stelle sei betont, dass die Prägung der Ursprungsmarke ein gemeinsames Anliegen von: KäseStrasse Bregenzerwald, Tourismus Bregenzerwald, Werkraum Bregenzerwald, ehrlich Bregenzerwald usw. sein muss. Hier gilt es für alle Regionalmarkenvertretungen ein Maximum an Synergien für eine starke Ursprungsmarke zu nutzen. Ein diesbezüglicher Indikator sind die gemeinsamen Aktionen bzw. Auftritte der Organisationen auf Präsentationen, Messen, lokalen Veranstaltungen usw. Im Projektzeitraum werden mindestens 2 gemeinsame Aktionen pro Jahr ausgeführt.

#### Wirkung:

Die am stärksten ersehnte Wirkung aus dem Strategiewechsel ist der Erhalt einer geschlossenen Heumilchregion Bregenzerwald, was ein unschätzbbares Alleinstellungsmerkmal darstellt. Es wird erwartet, dass 5 Jahre nach Projektabschluss weiterhin über 95% der milcherzeugenden Landwirte silofrei wirtschaften und gentechnik-freies Kraftfutter aus dem EU-Raum einsetzen (Anmerkung: ausgeschlossen sind Landwirte mit Mutterkuhhaltung). Das Projekt soll bewirken, dass die Bereitschaft der Produzenten zur Zusammenarbeit in Sachen Produktentwicklung, Qualitätssicherung und Vermarktung (ggfs. auch gemeinsamer zentraler Einkauf, Buchhaltung etc.) gestiegen ist. Durch den verstärkt gemeinsamen Auftritt wird die Marktposition des Bregenzerwälder-Käse weiter ausgebaut und der Milchpreis weiter stabilisiert. Durch die Markenarbeit wird mindestens eine 3% Milchpreissteigerung erwartet, was einer Wertschöpfungssteigerung von jährlich € 675.000.- bedeutet. Das Projekt leistet daher einen wichtigen Beitrag zur Stärkung (Steigerung der Kaufkraft, der Resilienz, Beitrag zum Erhalt der Kulturlandschaft) der Region.

#### Inhalte:

Auf Grund der eingangs erläuterten organisatorischen Umstrukturierung in der KäseStrasse (Kernmitglieder Sennerei) und der Fokussierung auf das Leitprodukt Käse und damit Kerngeschäft bedarf es umfassender Restrukturierungsmaßnahmen in der Markenorganisation. Allem voran gilt es, mit und für die Mitgliedsbetriebe, eine Markenstrategie zu akkordieren. Die Strategie beinhaltet Maßnahmen zur Sortimentsentwicklung, zur Qualitätssicherung und zur Anwendung der Wort-Bild-Marke. Das Markenmodell KäseStrasse wird in Form eines Leitfadens schriftlich vereinbart. Bei der Erarbeitung geht es um die Frage:

WELCHER Markt soll WIE angesprochen werden? WER kann für WELCHE Produkte und unter WELCHEN Bedingungen die Marke „KäseStrasse Bregenzerwald“ anwenden, oder unter WELCHEN Bedingungen verpflichtet sich der Produzent die Marke anzuwenden? WIE gestaltet sich das Anwendungsprozedere? WELCHES Service wird den Mitgliedern geboten?

Es geht vielfach um organisatorische und finanzielle Fragen, die im Rahmen des Projektes zwischen Mitglied, Markenorganisation und Vermarkter abgeklärt werden müssen.

Erst nach Klärung der oben erwähnten Fragen geht es um die Gestaltung. Um die Kontinuität wahren zu können, erfolgt eine sorgsame Weiterentwicklung des bereits bekannten Erscheinungsbildes.

#### Die Arbeitspakete:

- a. Markenstrategie: Prozess zur Gestaltung der Strategie
- b. Markendesign und Gestaltung der Kommunikation
- c. Sicherung der Marken- bzw. Produktqualität und deren Weiterentwicklung
- d. Pilotaktionen, Markentest und Vertrauensbildende Maßnahmen
- e. Koordination und Coaching des Prozesses

#### Arbeitspakete

##### Projektbudget

Arbeitspaket	Personal	Betrieb	Reise	Drittleistungen	Investitionen	Summe
AP1   Markenstrategie – Prozess zur Gestaltung der Strategie	9.000,00 €	4.000,00 €	3.000,00 €	30.000,00 €	0,00 €	46.000,00 €
AP2   Markendesign und Gestaltung der Kommunikation	8.000,00 €	3.000,00 €	3.000,00 €	30.000,00 €	0,00 €	44.000,00 €
AP3   Sicherung der Marken- bzw. Produktqualität u. deren Weiterentwicklung	9.000,00 €	3.000,00 €	1.000,00 €	25.000,00 €	0,00 €	38.000,00 €
AP4   Pilotaktionen und vertrauensbildende Maßnahmen:	10.000,00 €	3.000,00 €	1.000,00 €	15.000,00 €	0,00 €	29.000,00 €
AP5   Koordination und Coaching	4.000,00 €	2.000,00 €	0,00 €	20.000,00 €	0,00 €	26.000,00 €
<b>Summe</b>	<b>40.000,00 €</b>	<b>15.000,00 €</b>	<b>8.000,00 €</b>	<b>120.000,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>183.000,00 €</b>

AP1 | Markenstrategie – Prozess zur Gestaltung der Strategie

##### geplante Aktivitäten

Der Prozess zur Gestaltung der Strategie umfasst: die inhaltliche konzeptionelle Arbeit zur Definition von Abläufen, Marketingmaßnahmen und Regelungen zur

Anwendung der Marke, Ausarbeitung vertraglicher Regelungen zwischen den Mitgliedern und der Markenorganisation und eine Vielzahl an interner Abstimmung, Präsentationen und Workshops mit den Mitgliedern. Zur Sicherung von Synergien werden zur Entwicklung der Erlebnismarke KäseStrasse und zur Entwicklung der Kulinarik in der Region Kooperationen mit Tourismus, Gastronomie & Hotellerie, sowie dem Handwerk gesucht.

#### **erwartete Ergebnisse**

Vereinbarung zur Markenstrategie ist in Form eines Geschäftsplanes (Leitlinien zur Anwendung, Beschreibung der Services, Mengengerüst, Finanzplan) dokumentiert und mit den Mitgliedern vereinbart.

#### AP2 | Markendesign und Gestaltung der Kommunikation

##### **geplante Aktivitäten**

Die Gestaltung des Markendesigns und der Kommunikation beginnt mit der Erarbeitung eines Briefings welches neben den Zielgruppen und möglichen Inhalten die gewünschte Wirkung beschreibt.

##### **erwartete Ergebnisse**

Graphische Gestaltung, Kommunikationsdesign mit Beschreibung des Aufttritts nach Außen, Anforderungen an Prints und Funktionen der Homepage. Auch die graphische Umsetzung und die organisatorische Implementierung (für CD, CI: Verpackungen, Etiketten, Vlies....) ist ein Ergebnis des AP's.

#### AP3 | Sicherung der Marken- bzw. Produktqualität u. deren Weiterentwicklung

##### **geplante Aktivitäten**

Ein zentrales Anliegen ist die Sicherung der Marken- bzw. Produktqualität und deren Weiterentwicklung. Dazu werden Workshops mit den Mitgliedern durchgeführt und Qualitätssicherungsmaßnahmen vermittelt.

Es werden ausgewählte Seminare angeboten. Ein weiteres Anliegen ist die Kooperation mit den bestehenden regionalen Marken (Initiativen) im Bregenzerwald. Hervorzuheben sind die Erlebnis-touristischen (Kulinarik) Maßnahmen, die zweckmäßigerweise in Kooperation mit dem Tourismus oder anderen Organisationen erfolgen und dadurch ein Maximum an Synergie erreichen werden soll.

##### **erwartete Ergebnisse**

Die Qualitäts-sichernden Maßnahmen sind ebenfalls mit den Mitgliedern vereinbart und Strategien zur Weiterentwicklung und Diversifizierung aufgezeigt. In Kooperation mit dem Tourismus wurden Erlebnisbeispiel der KäseStrasse umgesetzt.

- Alptag / -Abtrieb in Schwarzenberg
- Jahresthemen mit unterschiedlichen Schwerpunkten (z.B. Jahr des Heu, Jahr der Milch....)
- Käseherbst - Tafeln im Bregenzerwald
- Kulinarisches Wandern

#### AP4 | Pilotaktionen und vertrauensbildende Maßnahmen:

##### **geplante Aktivitäten**

Was nutzt ein gutes Markenkonzept auf dem Schreibtisch? Erst die Umsetzung bringt das Konzept nutzenstiftend zur Entfaltung. Pilotaktionen und Markentests sind erforderlich um die notwendigen Impulse zu erreichen. Zudem sind nach Innen und nach Außen vertrauensbildende Maßnahmen umzusetzen. In diesem AP werden Aktionen geplant und umgesetzt.

Beispiele dafür sind:

- Marktforschung
- Controlling
- Abstimmung mit diversen Opinion Leadern (Land, Kammer, Behörden, Verbände, etc.)
- Machbarkeitsprüfung des Konzeptes
- Planung der organisatorischen, personellen und budgetären Ressourcen

Vertrauensbildende Maßnahmen:

- Präsentationen bei den Mitarbeitern und Funktionären der Kernsennereien
- Präsentation bei den sonstigen Mitgliedern
- Mitglieder/Mitarbeiter-Zeitung
- Einbindung von sozialen Netzwerken
- Regelmäßige Information der Mitglieder

##### **erwartete Ergebnisse**

- Feststellung der Umsetzbarkeit des Konzeptes
- Akzeptanz des Konzeptes bei den Mitgliedern und in der Öffentlichkeit
- Unterstützung und Mitarbeit der Kernsennereien
- Umsetzung des Konzeptes bei den Kernsennereien

#### AP5 | Koordination und Coaching

##### **geplante Aktivitäten**

Koordination und Coaching des Prozesses, Präsentationen, Moderation von Sitzung und deren Dokumentation

##### **erwartete Ergebnisse**

Prozess nach Projektmanagementplan abgewickelt

##### **Resultate:**

Als Ergebnis aus dem Projekt wird erwartet, dass 60% der von den Kernsennereien produzierten Käsemenge im Bregenzerwald unter der Marke „KäseStrasse Bregenzerwald“ vermarktet wird. Zudem konnte das Marken-Sortiment durch Schafs- und Ziegenkäse und anderer Milchprodukte erweitert werden.

Mit der implementierten Markenorganisation sind Maßnahmen eingeleitet, die zu einer laufenden Qualitätsverbesserung und stärkeren Zusammenarbeit der Betriebe führen.

Die Markenstrategie und das Kommitment sind in Form eines Geschäftsplanes dokumentiert und beinhalten Angaben zur: Differenzierung zum Mitbewerber, Regelungen zur Anwendung der Wort-Bild-Marke, Sicherung der Produktionsqualität, Strategien zur Weiterentwicklung der Dachmarke (Produktvielfalt, Diversifizierung, neue Absatzmärkte), Preisstrategien, Abrechnung und Finanzierung, Beschreibung zur graphischen Gestaltung, Kommunikationsdesign (Auftritt nach Außen, Prints und Homepage) usw..

#### Zuordnung:

Maßnahme:

LES2020: 2.1.2 Entwicklungsbedarf – Landwirtschaft, 2.4 regionale Kooperationen stärken

3.1 Aktionsfeld1: Erhöhung der Wertschöpfung – 1WS.06 Regionale Kooperationen stärken

**Projektbudget:** 183.000,00 €

#### Projekt-Quantifizierung

<b>Typ</b>	Start-Quantifizierung
<b>Autor</b>	Wirth Stefanie
<b>Datum</b>	29.05.2015

	Start
	29.05.2015

#### Index für Wertschöpfung

##### Beschäftigung

Impulsaktionen*	Anzahl	6	Aktionen initiiert oder beteiligt an Publikumsaktionen in Kooperation mit Festspiele, Messen Eröffnungen
Neue Arbeitsplätze*	Anzahl	5	eine positive Preisentwicklung durch die aktive Markenarbeit bewirkt den Ausbau der Betriebstätigkeit, höherer Wertschöpfung, was zu höherem Arbeitsplatzangebot führt
Neue Kooperations- und Geschäftsverbindungen*	Anzahl	1	mindest eine neue Vertriebspartnerschaft wird entstehen
Neue Produkte, Dienstleistungen	Anzahl	5	Im Projektzeitraum wird sich das Sortiment um 5 Produkte erweitern
Produktionssteigerung	Mio. Euro	positiv	Eine gute Marke ermöglicht Preissteigerungen und eine steigende Nachfrage
Sicherung von Arbeitsplätzen	Anzahl	140	Die Sicherung des Milchpreises und des Käseabsatzes führt zu einer Arbeitsplatzsicherung eine Quantifizierung ist als Richtwert nur aus einem % der Beschäftigung abzuleiten. Derzeit sind 1400 Personen in der LW Beschäftigt. Die Wertschöpfung liegt mindestens in einer Bandbreite von 10% = 140 Personen

##### Wirtschaftsentwicklung Modularität (Resilienz)

Arbeitsplatzentwicklung	Veränderung	steigend	steigt geringfügig in der Verarbeitung und Vermarktung, die höhere Wertschöpfung in der Fertigung wird oft mit Rationalisierungsmaßnahmen bewältigt
Beschäftigungsentwicklung	Veränderung	steigend	Das Markenprojekt hat langfristige positive Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt
Entwicklung lokaler Kooperationen	Veränderung	steigend	Die Zusammenarbeit der Produzenten wird sich durch die Markenarbeit weiterentwickeln
Nächtigungsentwicklung	Veränderung	positiv	eine starke Ursprungsmarke soll auch die Buchungsentscheide positiv beeinflussen
Preisentwicklung für die landw. Grundproduktion	Veränderung	steigend	Milchpreisstabilisierung bzw. leichte Steigerung 3% wird erwartet,
Sektorübergreifende Wirtschaftskooperationen	Veränderung	steigend	die Kooperationen mit Tourismus und Handwerk soll neu belebt werden
Unternehmens- Gründungsintensität*	Veränderung	<input type="checkbox"/>	könnte in der Verarbeitung durch neue Produkte angeregt werden, Auswirkungen nicht verifizierbar
Wertschöpfungstiefe lokaler Produkte	Veränderung	steigend	Die Verarbeitungstiefe, Grad der Veredelung. Bei einer Preisveränderung von 3% des Milchpreises errechnet sich eine Wertschöpfungssteigerung von € 675.000.- pro Jahr

#### Index für Entwicklung kultureller Werte

##### Weiterentwicklung des kulturellen Erbes, Entwicklungsdynamik

Brauchtum (Transformation in den Zeitgeist)	Veränderung	positiv	Die Markenbeit hebt die lokale Tradition in der Landwirtschaft und der Zusammenarbeit hervor
<b>Entwicklungsdynamic Diversität (Resilienz)</b>			
Naturräumliche Vielfalt, Biodiversität	Veränderung	positiv	Heumilchregion - positiver Einfluss auf den Erhalt der Kulturlandschaft
<b>Index zur Erfüllung der Querschnittsthemen</b>			
<b>Beteiligung am Projekt</b>			
Eingebundene Betriebe/Organisationen	Anzahl	17	Alle Sennereien sind mit einbezogen, Mitglieder aus Handel und Gastronomie können noch dazukommen
Eingebundene Personen	Anzahl m/w und < 25	60	Mitarbeiter der Mitgliedsbetriebe bei Aktionen, Präsentationen
<b>Grad der Gleichstellung und deren Berücksichtigung</b>			
Gender	Projektbeteiligung, Auswirkung	neutral	Diversifizierung eröffnet neue Beschäftigung - möglicher positiver Einfluss
Jugend	Projektbeteiligung, Auswirkung	neutral	Stärkere Produkte motivieren eher zur Betriebsübernahmen
Umwelt	Projektgegenstand, Auswirkung	neutral	Heumilch-Wirtschaft ist vergleichsweise positiv im Umgang mit der Umwelt

**Regionalentwicklung Vorarlberg eGen**Hof 19, 6861 Alberschwende, +43 5579 7171, [www.regio-v.at](http://www.regio-v.at), [office@regio-v.at](mailto:office@regio-v.at)

## Willkommenskultur

### Entwicklung einer Willkommenskultur in Dörfern des ländlichen Raums

Projektdatenbank

01.06.2015 - 30.06.2015



#### Projekträger:

**Name:** Regionalentwicklung Vorarlberg eGen  
**Adresse:** Hof 19  
**Postleitzahl:** 6861  
**Ort:** Alberschwende  
**Telefon:** +43 5579 7171  
**E-Mail:** office@regio-v.at  
**http:** http://www.regio-v.at



#### Kurzbeschreibung:

Vorarlberg ist ein Einwanderungsland und würde ohne Zuwanderung aus dem Ausland an Bevölkerung verlieren. Die demographischen Daten weisen unmittelbar darauf hin. Die Bereitschaft in der Bevölkerung ist jedoch eine wichtige Voraussetzung für eine harmonische Entwicklung und für lebendige Dörfer. Der Druck ist groß. Es sind die Krisenherde, die steigende Arbeitslosigkeit in Europäischen Ländern und der Fachkräftemangel bei den Gewerbebetrieben im ländlichen Raum. Sinnvollerweise sollte man die Zuwanderung nicht dem Zufall überlassen, sondern die Dörfer sind gut beraten gute Rahmenbedingungen für Integration im Sinne einer friedlichen und harmonischen Entwicklung zu schaffen. Das Projekt stellt einen Pilotversuch dar, in einem pragmatischen Rahmen eine Willkommenskultur zu entwickeln. Anhand der Umsetzung in einem Pilotgebiet sollen die Möglichkeiten dargestellt werden, um auch weitere finanzielle Mittel für die Verbreitung in andere Gebiete zu mobilisieren und zu sichern. Die WITUS-Gemeinden stehen mit ihrer Kooperation der Tourismus-, Handels- und Gewerbebetriebe als Koordinationsplattform zur Verfügung.

#### Ausgangslage:

Vorarlberg ist ein Einwanderungsland und Migration ist historisch betrachtet kein neues Phänomen. Derzeit liegt Vorarlberg bei rund 14% Ausländeranteil der Bevölkerung, wobei davon 5,5% schon den österreichischen Pass besitzen. Zum Vergleich: Österreich verzeichnet einen Ausländeranteil von 15% und die Schweiz von 23%. Innerhalb Vorarlberg betrachtet gibt es allerdings große Unterschiede. Der überwiegende Anteil von Migranten zieht es in den Ballungsraum (Rheintal).

In der Studie „Potenziale entfalten – Migration und Integration in ländlichen Regionen Österreichs“ empfehlen die Autoren den Aufbau einer aktiven Willkommenskultur in ländlichen Gemeinden. Auch der letzte Integrationsbericht der österreichischen Bundesregierung (2014) fordert die Verankerung von Willkommenskultur in unterschiedlichen Organisationen des öffentlichen und privaten Bereichs. Ziel soll, laut Integrationsbericht, die Institutionalisierung einer Willkommenskultur in möglichst vielen bestehenden Strukturen sein, mit denen die ZuwanderInnen, aber auch die ortsanwesende Bevölkerung generell im täglichen Leben in Berührung kommen.

Migrations- und Integrationsprozesse sind kein Automatismus, sondern können durch lokale Akteure bewusst gestaltet werden. Aus diesem Grund hat das Thema in der LES2020 „Lebendige Dörfer“ seinen Niederschlag gefunden. Spezifisch wurde dafür die Maßnahme: GW02 „Geeignete Rahmenbedingungen für eine organisierte Zuwanderung schaffen“ definiert. Im Rahmen des Leader-Programmes sollen an Hand einzelner Projekte Modelle und Netzwerke für eine gesteuerte Zuwanderung entstehen.

WITUS ist eine sektorenübergreifende Organisation in der 5 Gemeinden (Bezau, Bizau, Mellau, Reuthe, Schnepfau), 150 Betriebe und eine Schule organisiert sind, stellt die ideale Plattform für ein Pilotprojekt „Willkommenskultur“ dar.

#### Ziele/Wirkung:

Das LEADER-Projekt soll als „Ermöglicher“ dienen. Da die Verbindung zwischen Integrations- und Regionalpolitik und die Auseinandersetzung mit gesellschaftlicher Vielfalt, Migration und Integration in ländlichen Regionen nach wie vor in den Anfängen steckt, ist es wichtig, Integrationsprozesse mit spezifischen lokalen und regionalen Entwicklungsmaßnahmen zu gestalten. Das vorliegende Projekt kann dazu beitragen, an Hand eines räumlich abgegrenzten Beispiels die Möglichkeiten und Anforderungen einer sinnvollen Vorgehensweise zur Etablierung einer Willkommenskultur im ländlichen Raum beispielgebend aufzuzeigen und weitere finanzielle Mittel für die Verbreitung der Erkenntnisse zu akquirieren.

Das Projekt baut auf bestehenden Strukturen und Maßnahmen auf und fördert die Entwicklung geeigneter Rahmenbedingungen für eine Willkommenskultur durch gezielte Informations-, Vernetzungs- und Unterstützungsstrukturen. Das Projekt ist auch als öffentlichkeitswirksame Maßnahme gedacht, die zu einer Bewusstseinsentwicklung der Bevölkerung beiträgt.

Die Zielgruppen und Akteure sind: Unternehmen (Handel, Handwerk, Gastronomie, landwirtschaftliche Verarbeitungsbetriebe), Gesundheits- und Pflegeberufe, Migranten und Migrantinnen, Migrantenorganisationen, Gemeinden, Zivilgesellschaftliche Akteure, Bildungsträger, Vereine.

#### Wirkung des Projektes:

1. Eine verbesserte Abstimmung zwischen den Akteuren durch die Einrichtung von längerfristigen Koordinationsmechanismen in den witus Gemeinden.
2. Eine Bewusstseinsentwicklung der handelnden Akteure in Bezug auf die positiven Potenziale der Zuwanderung.
3. Eine Steigerung in den witus Mitgliedsbetrieben von zugewanderten Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen, die sich längerfristig im Bregenzerwald niederlassen. Während der Projektlaufzeit sollen sich mindestens zusätzlich 100 ausländische Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen im Bregenzerwald niederlassen.

#### Inhalte:

Das Projekt umfasst die intensive Auseinandersetzung mit dem Themenfeld Willkommenskultur durch die Akteure (Unternehmen, Gemeinde, Zivilgesellschaft) selbst. Dies muss durch das Projektmanagement organisiert und koordiniert werden (AP3 Willkommenskultur-Akteurstreffen).

Ein wichtiger Bereich ist die vielschichtige und kulturelle Bildung für die Zuwanderer aber auch für Schlüsselpersonen in den Betrieben und der Bevölkerung. Dazu bedarf es der Zusammenarbeit mit Bildungs- und Kommunikationseinrichtungen, wo auf die Erfahrungen bestehender Integrations- Fachorganisationen zurückgegriffen wird (AP4 Bildung und Information).

Ein weiter Bereich in der Arbeit ist die Ausführung von interkulturellen Begegnungen und Aktionen zur stärkeren Einbindung der Bevölkerung (AP5 Aktionen für und mit der Bevölkerung).

Weiterer Inhalt ist die Einrichtung einer Netzwerkstruktur bzw. eines Koordinationsmechanismus, für die Organisation der Beherbergung, der Integration in Vereine, der Hilfestellung für die täglichen Bedürfnisse der Zuwanderer, etc. Hier geht es um eine Art Integrationsverantwortlichen-Struktur (AP6 Integrations-Netzwerk).

Ein zentraler Inhalt des Projektes ist auch die Öffentlichkeitsarbeit und die zielgerichtete Kommunikation mit den verschiedenen Zielgruppen bezüglich der Projekthalte (AP1 Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation).

**Arbeitspakete**

**Projektbudget**

<b>Arbeitspaket</b>	<b>Personal</b>	<b>Betrieb</b>	<b>Reise</b>	<b>Drittleistungen</b>	<b>Investitionen</b>	<b>Summe</b>
AP1   Projektmanagement und Koordination	10.400,00 €	0,00 €	0,00 €	7.360,00 €	0,00 €	17.760,00 €
AP2   Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation	2.800,00 €	0,00 €	0,00 €	6.900,00 €	0,00 €	9.700,00 €
AP3   Willkommenskultur-Akteurstreffen	2.400,00 €	0,00 €	0,00 €	4.680,00 €	0,00 €	7.080,00 €
AP4   Bildung und Information	2.000,00 €	0,00 €	0,00 €	2.500,00 €	0,00 €	4.500,00 €
AP5   Aktionen für und mit der Bevölkerung	8.000,00 €	0,00 €	0,00 €	5.680,00 €	0,00 €	13.680,00 €
AP6   Integrations-Netzwerk	10.400,00 €	0,00 €	0,00 €	3.680,00 €	0,00 €	14.080,00 €
<b>Summe</b>	<b>36.000,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>30.800,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>66.800,00 €</b>

**AP1 | Projektmanagement und Koordination**

**geplante Aktivitäten**

Projektmanagement und Koordination finden während der gesamten Projektlaufzeit statt. Falls notwendig, werden Leistungen für dieses AP zugekauft. Geplante Aktivitäten: Koordination und Projektsitzungen, Projektberichte und Projektabrechnungen, Mobilisierung Fördergelder Kofinanzierungen, Entwicklung weiterführender Projekte und deren Finanzierung

**erwartete Ergebnisse**

Umsetzung des Projektes nach Zeitplan und Budget

**AP2 | Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation**

**geplante Aktivitäten**

Zielgruppengerechte Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation finden während der gesamten Projektlaufzeit statt. Falls notwendig werden Leistungen für dieses AP zugekauft. Erarbeitung einer Kommunikationsstrategie, Öffentlichkeits- Pressearbeit, Einladungen für Veranstaltungen

**erwartete Ergebnisse**

Zielgruppengerechte Kommunikation, Projektnews im witus-Newsletter , 4 Presseaussendungen

**AP3 | Willkommenskultur-Akteurstreffen**

**geplante Aktivitäten**

Dieses Arbeitspaket ermöglicht die Abklärung der Bedürfnisse der Akteure sowie deren Koordination und Mobilisierung. 6 Akteurstreffen im ersten Jahr: Es findet zuerst je ein Treffen pro Zielgruppe statt. Danach sind zwei Treffen mit allen Akteuren zur Vernetzung geplant. Impulsvorträge zur Klärung von Konzepten und Begrifflichkeiten (Willkommenskultur, Migranten, etc.) und zur Vermittlung von Best-Practice Beispielen. Die Impulsvorträge werden, wenn möglich, mit den Akteurstreffen kombiniert.

**erwartete Ergebnisse**

Die Teilnehmer an den Akteurstreffen erkennen die Öffnung für Vielfalt und Zuwanderung als Chance für die Beteiligten. Die Vernetzungsarbeit in den Akteurstreffen führt zu konkreten Aktivitäten, die in den AP 4,5,6 weiterverfolgt werden.

**AP4 | Bildung und Information**

**geplante Aktivitäten**

Die genauen Inhalte von AP4 werden teilweise durch die Ergebnisse der Akteurstreffen in AP3 bestimmt. Wo möglich werden die Aktivitäten (z.B. Sprachförderung) mit Einbindung von Freiwilligen, Kümmerer und der Kompetenzteams (AP6) umgesetzt. Das AP4 baut auf bestehenden Bildungsangeboten und Modulen auf und macht diese zugänglich für die Zielgruppen.

Aktivitäten: themenspezifischer Workshops und Vorträge, Vermittlung von Schulungen und Bildungsangeboten für Akteure.

**erwartete Ergebnisse**

Personalverantwortliche und Mitarbeiter aus 10 Betrieben nehmen an den Aktivitäten teil, Akteure haben Zugang zu Schulungen und Bildungsangeboten, Zuwanderer haben Zugang zu Sprachkursen und Berufsausbildung

**AP5 | Aktionen für und mit der Bevölkerung**

**geplante Aktivitäten**

Wo möglich werden die Aktivitäten in diesem AP mit Einbindung von Freiwilligen und Kümmerer umgesetzt bzw. durch diese unterstützt. Die Aktionen dienen hauptsächlich der Bewusstseinsentwicklung und der Wahrnehmung der positiven Potenziale der Zuwanderung. Geplante Aktivitäten: 2 Veranstaltungen mit der Bevölkerung (z.B während des Bezauer „Gallomat“ oder der Kilbe in Bizau). Diese Veranstaltungen sollen interkulturelle Begegnungen und Interaktion ermöglichen und die Zuwanderer sichtbar machen in der Gemeinde, Begrüßungsrituale, Aktionstage.

**erwartete Ergebnisse**

1000 Personen werden durch öffentliche Veranstaltungen und Aktionen sensibilisiert, das soziale Klima in den Gemeinden hat sich verbessert, die Aufnahmebereitschaft der einheimischen Bevölkerung hat sich verstärkt

AP6 | Integrations-Netzwerk

**geplante Aktivitäten**

Dieses Arbeitspaket dient der institutionellen Verankerung der Projektaktivitäten und der Schaffung einer innovativen Willkommensstruktur in den witus Gemeinden. Wo möglich werden auch Freiwilligen-Strukturen, wie z.B. Kümmerer und das Projekt engagiert-sein, in das Netzwerk eingebunden. Geplante Aktivitäten: Gründung von Kompetenzteams. Die Kompetenzteams dienen dazu, das in den Betrieben, Gemeinden, bei Bildungsanbietern und sozialen Organisationen vorhandene Know-how und Potenzial optimal zu nutzen.

**erwartete Ergebnisse**

Institutionelle Verankerung von wichtigen Integrationsaufgaben in flexiblen Kompetenzteams und einem Koordinierungsnetzwerk.

**Resultate:**

Am Ende der Projektlaufzeit zeichnet sich das Pilotgebiet durch eine gut verankerte Willkommenskultur und eine innovative Willkommensstruktur aus. Als Ergebnis des 3-jährigen Projektes wird erwartet, dass sich das Pilotgebiet durch eine überdurchschnittliche Zunahme an gut integrierten Bürgern aus anderen Gebieten und Herkunftsländern auszeichnet. Dies kommt in der Beschäftigungszunahme und der Zunahme der gemeldeten Einwohner zum Ausdruck. Im geplanten Zielgebiet werden 50 Mehrbeschäftigte und eine Zunahme an Einwohnern aus anderen Gebieten von 100 Personen erwartet.

Ein wichtiges Ergebnis des Projektes ist auch die erfolgreiche Akquise weiterer finanzieller Mittel zur Verbreitung der Erkenntnisse und der Anwendung in weiteren Gebieten.

**Zuordnung:**

- Maßnahme: 3GW.02 Geeignete Rahmenbedingungen für eine organisierte Zuwanderung schaffen
- Integrationsleitbild des Landes Vorarlberg
- Initiative der WKV

**Projektbudget:** 66.800,00 €

**Projekt-Quantifizierung**

<b>Typ</b>	Start-Quantifizierung
<b>Autor</b>	Steurer Peter
<b>Datum</b>	11.06.2015

	Start 11.06.2015
--	---------------------

**Index für Wertschöpfung**

**Beschäftigung**

Ausgelöste Investitionen*	Mio. Euro	positiv	Durch Förderung der Zuwanderung und Linderung des Fachkräftemangels haben Unternehmer Anreize zur Investition bzw Betriebsweiterführung, die Höhe der ausgelösten Investitionen ist nicht quantifizierbar.
Impulsaktionen*	Anzahl	3	Mit dem Projekt werden Impulse in Richtung Bildung, Integration bzw. Anteilnahme Bevölkerung und Sensibilisierung Betriebe gesetzt
Neue Arbeitsplätze*	Anzahl	10	Im Projekt sind mindestens 10 Betriebe aktiv eingebunden, es darf angenommen werden, dass mindestens 10 neue Arbeitsplätze durch die Aktion geschaffen werden bzw auf die Bemühungen zurückzuführen sind
Sicherung von Arbeitsplätzen	Anzahl	positiv	Die Zuwanderung führt zu einer Steigerung des Arbeitskräfteangebots und verhindert dadurch Betriebsschließungen aufgrund von Fachkräftemangel.
Vernetzte Know-How Träger für Regionalität*	Anzahl	4	Mit dem Projekt werden Gemeinde und Organisationen zu gemeinsamen Handeln zusammengeführt, das Projekt ist interdisziplinär angelegt

**Wirtschaftsentwicklung Modularität (Resilienz)**

Arbeitsplatzentwicklung	Veränderung	positiv	Die Verfügbarkeit von ausreichend Fachkräften stellt eine Anreiz für Unternehmen dar, neue Arbeitsplätze zu schaffen.
Beschäftigungsentwicklung	Veränderung	positiv	Die Verfügbarkeit von ausreichend Fachkräften stellt eine Anreiz für Unternehmen dar, neue Arbeitsplätze zu schaffen.
Entwicklung lokaler Kooperationen	Veränderung	positiv	Durch das Projekt entstehen aus den Unternehmen lokale Kompetenzteams, die sich um den Themenbereich Willkommenskultur kümmern.
Sektorübergreifende Wirtschaftskooperationen	Veränderung	positiv	Durch das Projekt entsteht ein sektorenübergreifendes Integrationsnetzwerk an dem sich Gemeinden, Betriebe und zivilgesellschaftliche Organisationen beteiligen.

## Index für Entwicklung kultureller Werte

### Aktivitäten und Strukturen

Begegnungsräume	Anzahl	positiv	Durch das Projekt entstehen Begegnungsmöglichkeiten zwischen Einheimischen und Zuwanderern zum Beispiel im Rahmen öffentlicher Veranstaltungen.
-----------------	--------	---------	---

### Entwicklungsdynamik Diversität (Resilienz)

Soziale Vielfalt	Veränderung	positiv	Das Projekt unterstützt die Öffnung der Gemeinden für eine gesteuerte Zuwanderung.
Vielfalt Lebensstile und kulturelle Ausdrucksformen	Veränderung	positiv	Das Projekt unterstützt bzw. fördert die Bewusstseinsentwicklung für eine pluralistische Grundhaltung sowie die Wertschätzung der Bevölkerung für vielfältige Lebensstile und kulturelle Ausdrucksformen.

### Weiterentwicklung des kulturellen Erbes, Entwicklungsdynamik

Integrationskultur	Veränderung	positiv	Durch die Schaffung einer Willkommenskultur trägt das Projekt direkt bei zur Integrationskultur in den Dörfern.
--------------------	-------------	---------	---

## Index für Gemeinwohl und Stabilität, Resilienz

### Demographische Entwicklung

Bevölkerungsbewegung (Bilanz)	Anzahl Personen	positiv	Bevölkerungszuwachs durch Zuwanderung. Die Zahlen können nach Projektende aus den Gemeindestatistiken erhoben werden.
Zunahme Haushaltgründungen*	Anzahl	20	Es wird angenommen, dass durch die Projektinitiative mindestens 20 Haushalte neu in der Region ansiedeln
Zuzug im Rahmen des Pilotbetriebes*	Anzahl	150	Bevölkerungszuwachs durch Zuwanderung. Die Zahlen können nach Projektende aus den Gemeindestatistiken erhoben werden.

### Freiwilliges Engagement, Solidaritätsbereitschaft

Neues Ehrenamt	Anzahl	positiv	Im Rahmen der durch das Projekt angeschobenen Kompetenzteams bringen sich Bürger ehrenamtlich ein, um eine Willkommenskultur in den Gemeinden zu gestalten.
Personen als Begünstigte*	Anzahl	300	Unternehmer, Personal in beteiligten Betrieben, Zuwanderer

### Soziale Netzwerkstruktur

Begegnungsräume*	Anzahl	1	Durch das Projekt soll ein permanentes Integrationsnetzwerk in den witus Gemeinden entstehen.
Inklusionsfälle (Personen oder Gruppen)	Anzahl Personen	positiv	Das Projekt unterstützt durch zivilgesellschaftliches Engagement die Eingliederung von Zuwanderern in den Gemeinden.
Eigenverantwortlichkeit und Grad der Selbstorganisation	Veränderung	positiv	Das Projekt mobilisiert das Sozialkapital in den Gemeinden und fördert das zivilgesellschaftliche Engagement.

### Entwicklungsdynamik Reflexivität (Resilienz)

Offenheit und Toleranz	Veränderung	positiv	Durch eine Reihe von Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit wirbt das Projekt für Offenheit und Toleranz in den beteiligten Gemeinden.
Entwicklungsgrad Soziales Netzwerk	Veränderung	positiv	Durch das Projekt soll ein permanentes Integrationsnetzwerk in den Gemeinden entstehen.

### Gesellschaftliche Entwicklung

#### Grad der Gesellschaftspolitischen Bildung

Know-how für gesellschaftlichen Zusammenhänge	Beitrag	positiv	Das Projekt bietet Impulsvorträge zum Thema Willkommenskultur an und steigert dadurch das Know-how für gesellschaftliche Zusammenhänge in den Gemeinden.
Multikulturelles Verständnis	Beitrag	positiv	Das Projekt bietet Impulsvorträge zum Thema Willkommenskultur an und steigert dadurch das multikulturelle Verständnis.

#### Grad inhaltlicher und finanzieller Beteiligung in Entwicklungsfragen

Kommunale und interkommunale Zusammenarbeit	Veränderung	positiv	Im Projekt arbeiten 5 Gemeinden gemeinsam an dem Thema und es entsteht ein gemeindeübergreifendes Integrationsnetzwerk.
<b>Transformationsdynamik (Anpassungsfähigkeit)</b>			
Bereitschaft zum Loslassen, Offenheit für neu Anforderungen	Beitrag	positiv	Das Projekt fördert durch Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit die Bewusstseinsentwicklung hin zu mehr Offenheit.
<b>Kulturelle Buntheit in lokalen Gesellschaften</b>			
Assimilationsdynamik	Veränderung	positiv	Das Projekt bietet Zuwanderer konkrete Hilfestellungen zur Integration in den Gemeinden.
Umgangskultur mit Minderheiten	Veränderung	positiv	Durch öffentliche Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit fördert das Projekt eine positive Umgangskultur mit Minderheiten.
Zuwanderungs- und Integrationsdynamik	Veränderung	positiv	Das Projekt fokussiert auf die positiven Potenziale der Zuwanderer für die Gemeinden.
Reichtum und Vielfalt an sozialer Interaktion	Veränderung	positiv	Durch öffentliche Veranstaltungen fördert das Projekt die Möglichkeiten zur sozialen Interaktion mit Zuwanderer.
Serviceorientierung öffentlicher Verwaltungsstrukturen	Veränderung	positiv	Das Projekt unterstützt die Entstehung neuer Services in den Gemeinden.
<b>Index zur Erfüllung der Querschnittsthemen</b>			
<b>Beteiligung am Projekt</b>			
Eingebundene Gemeinden/Städte	Anzahl	5	Die 5 witus Gemeinden (Bezau, Bizau, Mellau, Reuthe, Schnepfau)
Eingebundene Personen	Anzahl m/w und < 25	350	Unternehmer, Personal in Betrieben, Zuwanderer, Kompetenzteams
<b>Grad der Gleichstellung und deren Berücksichtigung</b>			
Inklusion	Projektgegenstand, Auswirkung	positiv	Das Projekt wirkt sich direkt positiv auf die Inklusion von Zuwanderern aus.

**Regionalentwicklung Vorarlberg eGen**Hof 19, 6861 Alberschwende, +43 5579 7171, [www.regio-v.at](http://www.regio-v.at), [office@regio-v.at](mailto:office@regio-v.at)

# GesundMofo

## Gesund Aufwachsen im Montafon

Projektdatenbank

01.06.2015 - 30.06.2015

### Projektträger:

**Name:** Stand Montafon  
**Adresse:** Montafonerstraße 21  
**Postleitzahl:** 6780  
**Ort:** Schruns  
**Telefon:** +43 5556 7213 2  
**E-Mail:** info@stand-montafon.at  
**http:** http://www.stand-montafon.at



### Kurzbeschreibung:

*Gesund Aufwachsen im Montafon* bildet den richtungsweisenden Auftakt für eine Entwicklung des Montafons hin zu einem gesunden und familienfreundlichen Lebensraum. Das Projekt soll „Ermöglicher“ sein, um aktive Gesundheitsprävention bei Kindern und Jugendlichen in den relevanten Institutionen (Familien, Kinderbetreuungseinrichtungen, Kindergärten, Volksschulen) umzusetzen. Gemeinsam mit Beteiligten aus diesen verschiedenen Institutionen werden prozesshaft Umsetzungsmaßnahmen entwickelt, die schlussendlich in eben diesen Einrichtungen verankert werden.

### Ausgangslage:

Die teilweise bedenkliche Fitness unserer Kinder hat Ausmaße angenommen, die zum Handeln verpflichtet. Wir haben heute zum Beispiel die am meisten sitzende Kindergeneration. Bewegungsmangel, ungesunde Ernährung (Fett, Zucker, Fastfood, Fertiggerichte und Snacks), zu viel Internet- und Fernsehkonsum zeigen deutliche Auswirkungen der „Zuvielisation“.

Wir leben zwar stets länger, aber nicht gesünder, denn trotz steigender durchschnittlicher Lebenserwartung wird die Anzahl der gesunden Lebensjahre weniger. Diese Zahl muss höher werden. Der nachhaltigste Schlüssel dafür liegt in der Gesundheitsprävention in den frühen Lebensjahren, also in der Familie, in Kindergärten, in Schulen und Vereinen. Für Kinder ist es relativ einfach, gesundes Verhalten zu lernen, wenn die Verhältnisse und Rahmenbedingungen passen und sie profitieren auch am längsten davon. Zentral ist hierbei der ganzheitliche Gesundheitsbegriff: körperliches, psychisches, mentales und soziales Wohlbefinden sind miteinander verknüpft und vollkommen unabhängig voneinander betrachtet werden.

Die meisten Mitwirkenden an dem geplanten Beteiligungsprozess sind bereits informiert und haben ihre Teilnahme bereits bestätigt. Die oben angeführten Missstände beim Gesundheitszustand von Kindern und Jugendlichen machen jeder/m Einzelnen ihrer/ seiner Arbeit zu schaffen und der Vorschlag, hier koordiniert und abgestimmt vorzugehen, stößt auf offene Ohren und eine große Bereitschaft zur Mitwirkung.

### Ziele/Wirkung:

Im Vordergrund der Zielsetzung bzw. der Wirkung dieses Entwicklungsprojekts sind in bestehende Institutionen integrierte Maßnahmen, die zusammen mit (Bewegungs-) Kindergartenpädagoginnen, ErnährungsexpertInnen, LehrerInnen, Eltern und ExpertInnen zuständiger Institutionen und Vereine (z. B. aks, Gesundes Tschagguns, verschiedene Kinderbetreuungseinrichtungen aus dem Montafon, Verein der Tagesmütter etc.) ausgearbeitet werden. Die Wirkungen dieser Maßnahmen konzentrieren sich vor allem auf folgende 4 Bereiche:

- o regelmäßige Bewegung
- o gesunde (ausgewogene) Ernährung
- o Entschleunigung („Weniger ist mehr“)
- o Rituale (geregelt Abläufe, Anstrengung/Entspannung)

### **Im Vordergrund steht ein ausgewogener Mix um das übergeordnete Ziel einer ganzheitlichen Gesundheit von Kindern und Jugendlichen (körperliches, seelisches, mentales und soziales Wohlbefinden) zu erreichen**

Der Einfluss der Familie auf das spätere Gesundheitsverhalten spielt von frühester Kindheit an eine wesentliche Rolle. Daneben sind auch Kleinkindbetreuung, Kindergarten, Schule, Freunde und Vereine für einen gesundheitsförderlichen Lebensstil von wesentlicher Bedeutung. Kindergärten und Schulen als zentrale Vermittler von Bildung, von Fähigkeiten und Fertigkeiten in frühen Lebensjahren haben großen Einfluss auf ein nachhaltiges Gesundheitsverhalten. Besonders wichtig dabei ist eine gute Zusammenarbeit von BetreuerInnen und PädagogInnen in Kinderbetreuung, Kindergarten und Schule mit Eltern, Vereinen sowie Gemeinden und Region. Ziel und Wirkung des Projektes ist es deshalb, diese Institutionen in einem Beteiligungsprozess zusammenzuführen und sie selbst – basierend auf ihren Erfahrungen und ihrer Expertise – mit entsprechend professioneller Begleitung Maßnahmen ausarbeiten zu lassen.

### Inhalte:

Das Projekt strebt eine langfristige Wirkung und Umsetzung in Folgeprojekten an, das (Fern)Ziel ist somit jenes, dass schlussendlich ein ganzer Ausbildungszyklus der Montafoner Kinder - von der Kinderbetreuung bis zum Pflichtschulabschluss - von entsprechenden altersgerechten Maßnahmen zur Gesundheitsprävention begleitet werden kann. Inhalt dieses LEADER-Projekts ist es, zusammen mit den relevanten Institutionen und Personen in einem Beteiligungsprozess Umsetzungsmaßnahmen zu erarbeiten, die von der Kinderbetreuung bis zur Volksschule reichen und in diesen Institutionen verankert werden. Die Ausarbeitung der Maßnahmen erfolgt in einer dreiteiligen Workshop Reihe im Herbst 2015:

1. „**aufmachen**“: Grundlagen-, Erfahrungs- und Erkenntnisaustausch, Ideensammlung und Zielformulierung
2. „**zusammenführen**“: Präzisieren und Strukturieren der Ergebnisse, Etappenziele für die Umsetzung erarbeiten, Priorisierungen vornehmen
3. „**reflektieren**“: konkrete Modellierung der einzelnen Maßnahmen - Wer? Wann? Wie? Wo?

Im Februar 2016 findet eine Abschluss- und gleichzeitige Auftaktveranstaltung für das Umsetzungsprojekt 2016-2020 statt, für welches dieses Entwicklungsprojekt „Ermöglicher“ sein soll.

## Arbeitspakete

## Projektbudget

Arbeitspaket	Personal	Betrieb	Reise	Drittleistungen	Investitionen	Summe
AP1   Koordination und Management	800,00 €	0,00 €	0,00 €	1.470,00 €	0,00 €	2.270,00 €
AP2   Kommunikation und Administration	1.600,00 €	0,00 €	0,00 €	2.160,00 €	0,00 €	3.760,00 €
AP3   Veranstaltungen	2.080,00 €	0,00 €	50,40 €	8.856,00 €	0,00 €	10.986,40 €
AP4   Umsetzung und Dokumentation	0,00 €	0,00 €	0,00 €	2.268,00 €	0,00 €	2.268,00 €
AP5   Durchführung Workshop 3: "reflektieren"	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Summe	<b>4.480,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>50,40 €</b>	<b>14.754,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>19.284,40 €</b>

## AP1 | Koordination und Management

**geplante Aktivitäten**

Vorbereitung der Workshops: Einladungen, Konkretisierung des Ablaufs, klare Aufgabenverteilung unter den Mitwirkenden, Einrichtung der Koordinationsstruktur (Projektplan, Monitoring, Zuständigkeiten, Förderabwicklung)

**erwartete Ergebnisse**

Die Projektstruktur und Aufgabenverteilung ist den Beteiligten (Entscheidungsträgern, Moderation, Projektleitung) klar, in festgelegten Besprechungen wird Stand und Fortschritt des Projekts überprüft.

## AP2 | Kommunikation und Administration

**geplante Aktivitäten**

Erstellung des internen und externen Kommunikationsplans: wie kommunizieren wir an unsere Expertinnen/TeilnehmerInnen? Wie kommunizieren wir nach außen und informieren das externe Umfeld? Kommunikationsmedien werden sich für diese Phase 1 auf internen Email-Verkehr, Websiteauftritte (auf bestehenden Websites, z. B. Stand Montafon), Berichte in regionalen und lokalen Medien und (evtl.) kleine Auftritte in sozialen Medien beschränken.

Erstellung von Zwischen- und Abschlussbericht(en), Präsentationen, Protokollen und Dokumentationen; Sitzungsteilnahmen zur Abstimmung mit Entscheidungsträgern und zur projektinternen Abstimmung von externer Begleitung und interner Projektleitung des Standes Montafon.

**erwartete Ergebnisse**

ProjektteilnehmerInnen, Entscheidungsträger sowie die regionale Bevölkerung sind informiert über die Maßnahmenentwicklung bzw. Workshopergebnisse sowie über die Umsetzung der Maßnahmen in einem separaten Projekt.

## AP3 | Veranstaltungen

**geplante Aktivitäten**

Durchführung von drei Workshops („aufmachen“ „zusammenführen“ und „reflektieren“) mit jeweils ca. 20-25 TeilnehmerInnen aus dem Gesundheits- und Bildungsbereich inner- und außerhalb des Montafons.

Im Februar 2016 findet eine Abschluss- und gleichzeitige Auftaktveranstaltung für das Umsetzungsprojekt 2016-2020 statt, für welches dieses Entwicklungsprojekt „Ermöglicher“ sein soll.

**erwartete Ergebnisse**

WS1: Grundlagensammlung: Was wird bereits durchgeführt? Was soll beibehalten, was verändert, was gelassen werden (love it - change it - leave it) sowie gemeinsame Zielformulierung. Aufarbeitung und Auswertung der Ergebnisse.

WS2: Präzisierung und Strukturierung der Ergebnisse von Workshop 1. Die dort gesammelten Ideen für Maßnahmen werden der Zielsetzung gemäß geclustert und bewertet. Die Ergebnisse werden diskutiert und entsprechend angepasst und adaptiert.

WS3: Die ausgearbeiteten Maßnahmen werden präsentiert und von den TeilnehmerInnen reflektiert und - falls notwendig - erneut an die aktuellen Anforderungen angepasst. Die finalisierten Maßnahmen werden in konkrete „To Do´s“ umgewandelt: Wer macht was wann wie mit wem und welcher Aufwand ist damit verbunden?

Abschluss und Auftaktveranstaltung zur Präsentation der Ergebnisse im Frühjahr 2016. Die Maßnahmen und ihre Implementierung werden bei der Abschlussveranstaltung der Öffentlichkeit vorgestellt, wobei die Durchführenden/TeilnehmerInnen der Workshopreihe ihre Ideen selber vorstellen (sollen).

## AP4 | Umsetzung und Dokumentation

**geplante Aktivitäten**

Im Projekt wird zumindest eine Umsetzungsmaßnahme als Pilotinitiative im zweiten Halbjahr des Projektes getestet. Hieraus werden wichtige Erfahrungen für das Folgeprojekt gesammelt und "Stellschrauben" identifiziert und daraus ein Leitfaden zur Umsetzung erstellt.

Die Umsetzung der Maßnahmen selbst sowie deren Begleitung (Monitoring, Dokumentation, Evaluierung etc.) werden hauptsächlich in einem separaten Folgeprojekt durchgeführt, für welches um Förderung aus anderen Fördertöpfen (z. B. Vorarlberger Gesundheitsfonds) angesucht wird.

**erwartete Ergebnisse**

Leitfaden zur Umsetzung von Maßnahmen zur Gesundheitsprävention für auf das Projekt folgende Umsetzungsprojekte.

## AP5 | Durchführung Workshop 3: "reflektieren"

**geplante Aktivitäten**

Durchführung Workshop 3 und Abschlussveranstaltung

#### erwartete Ergebnisse

Die ausgearbeiteten Maßnahmen werden präsentiert und von den TeilnehmerInnen reflektiert und - falls notwendig - erneut an die aktuellen Anforderungen angepasst. Die finalisierten Maßnahmen werden in konkrete „To Do´s“ umgewandelt: *Wer macht was wann wie mit wem und welcher Aufwand ist damit verbunden?* Diese Maßnahmen und ihre Implementierung werden bei der Abschlussveranstaltung der Öffentlichkeit vorgestellt, wobei die Durchführenden/TeilnehmerInnen der Workshopreihe ihre Ideen selber vorstellen (sollen).

#### Resultate:

Das Montafon möchte neue Entwicklungsschwerpunkte im Bereich Gesundheit und Familienfreundlichkeit setzen und dieses Projekt bildet einen Auftakt dazu und steht am Anfang einer Vision: Gesunder Lebensraum Montafon.

Hierzu wird in diesem Projekt vorerst die Handlungs- und Selbstkompetenz der Prozessbeteiligten (Kindergartenpädagoginnen, LehrerInnen, Vereinsmitglieder, Tagesmütter, BetreuerInnen etc.) gestärkt, die bei der Ausarbeitung der Maßnahmen mitarbeiten. Sie bekommen Werkzeuge in die Hand um BotschafterInnen einer neuen Bewegungs- und Ernährungskultur im Montafon zu werden. Sie sind authentische TrägerInnen dieser neuen Kultur, da sie an ihr mitarbeiten und sie gleichzeitig auch umsetzen.

Das Resultat des LEADER-Projektes sind Umsetzungsmaßnahmen zur Umsetzung in Folgeprojekten. Im Projekt wird zumindest eine Umsetzungsmaßnahme als Pilotinitiative im zweiten Halbjahr des Projektes getestet. Hieraus werden wichtige Erfahrungen für das Folgeprojekt gesammelt und "Stellschrauben" identifiziert und daraus ein Leitfadens zur Umsetzung erstellt.

Die Umsetzung der Maßnahmen selbst sowie deren Begleitung (Monitoring, Dokumentation, Evaluierung etc.) werden hauptsächlich in einem separaten Folgeprojekt durchgeführt, für welches um Förderung aus anderen Fördertöpfen (z. B. Vorarlberger Gesundheitsfonds) angesucht wird.

#### Zuordnung:

##### Vorarlberg

- LES2020: 3GW.07: Wissen zur Gesundheitsprävention vermitteln und beispielgebend Maßnahmen umsetzen
- Gesundheitsförderungsstrategie Vorarlberg 2013-2022
- Regierungsprogramm Land Vorarlberg 2014-2019
- Sportkonzept Vorarlberg 2009-2015

##### Österreich

- Rahmenziele 3, 6, 7, 8 und 9 der 10 Rahmen-Gesundheitsziele Österreich (= Programm der österreichischen Bundesregierung)
- Kinder und Gesundheitsstrategie
- Nationaler Aktionsplan Bewegung
- Nationaler Aktionsplan Ernährung
- Projekt Gesundheitsfördernde Schule
- Kompetenzen für Pädagog/innen
- Umsetzung 10 Punkte Programm Bewegung und Sport
- Schwerpunktbereich 1C der LE2020 in Österreich: Im Bereich der lokalen Entwicklung bietet sich die Möglichkeit sektorübergreifende Bildungsmaßnahmen mit regionalem Ansatz zu entwickeln und zu forcieren. Gerade in den entlegenen Gebieten kann durch entsprechende dezentrale Angebote der Ansatz des lebensbegleitenden Lernens umgesetzt werden. Dabei ist es wichtig, auf Lernbedarfe differenziert einzugehen und entsprechend bedarfsorientierte Angebote zu schaffen.

##### EU

- Rahmenkonzept für Gesundheitspolitik in der EU: „Health 2020“
- Ottawa Charta zur Gesundheitsförderung 1986
- Beitrag zu Thematischen Zielen (TZ) der ESI: (10) LLL – Bildung, Kompetenzen und Lebenslanges Lernen

**Projektbudget:** 19.284,40 €

#### Projekt-Quantifizierung

<b>Typ</b>	Start-Quantifizierung
<b>Autor</b>	Ebster Marion
<b>Datum</b>	10.06.2015

	Start
	10.06.2015

### Index für Entwicklung kultureller Werte

#### Entwicklungsdynamik Diversität (Resilienz)

Unterschiedliche Formen des Wissens	Veränderung	Anstieg	Wissen zu Gesundheit, Ernährung und Bewegung wird in unterschiedlichen Formen und altersgerechten Formaten an Kinder bis 10 in Kindergärten, Schulen und Betreuungseinrichtungen weitergegeben.
-------------------------------------	-------------	---------	---

## Index für Gemeinwohl und Stabilität, Resilienz

Eigenverantwortlichkeit und Grad der Selbstorganisation	Veränderung	Anstieg	Die Fähigkeit zum Selbstmanagement von Kindern wird gesteigert: Lebens-, Persönlichkeits- und Handlungskompetenz. Was ist gut für mich!
<b>Freiwilliges Engagement, Solidaritätsbereitschaft</b>			
Personen als Begünstigte*	Anzahl	40	Begünstigte sind Kinder aus Kindergarten, Schule oder Betreuungseinrichtung welche an der Pilotinitiative im 2. Halbjahr des Projektes teilnehmen.
<b>Soziale Netzwerkstruktur</b>			
Pilotinitiativen	Anzahl	1	Im Projekt entsehten 5-10 Implementierungsmaßnahmen, welche dann in einem Folgeprojekt 2016-2020 finanziert aus anderen Quellen "Gesundheitsförderungsstrategie Vorarlberg" umgesetzt werden. Im LEADER-Projekt wird mindestens eine Maßnahme in einer Pilotinitiative bereits getestet und bewertet.
<b>Entwicklungsdynamik Reflexivität (Resilienz)</b>			
Suffizienz Gedankengut und Verbreitung	Veränderung	Anstieg	Kompetenzbildung der Kinder im Bereich der Gesundheitsprävention führt zu mehr Suffizienz-Gedankengut. Bsp. Gesunder Umgang mit Ernährung, Medien (TV, Internet, Handy) und Bewegungsverhalten (z.B. weniger Taxi Mama und mehr Fahrrad fahren)
<b>Gesellschaftliche Entwicklung</b>			
<b>Grad der Gesellschaftspolitischen Bildung</b>			
Systematische Mehrung und Nutzung von Wissen	Beitrag	Anstieg	Wissen zur Gesundheitsprävention wird in teilnehmenden Bildungs- und Betreuungsinstitutionen altersgerecht über ausgearbeitete Maßnahmen verankert
Know-how für gesellschaftlichen Zusammenhänge	Beitrag	Anstieg	Zusammenhänge in puncto Ernährung, (ganzheitliche) Gesundheit und Bewegung werden den Kindern in der Pilotinitiative vermittelt
<b>Grad inhaltlicher und finanzieller Beteiligung in Entwicklungsfragen</b>			
Kommunale und interkommunale Zusammenarbeit	Veränderung	Anstieg	Institutionen im Montafon erarbeiten gemeinsam Talweite Maßnahmen zur Gesundheitsprävention für Kinder.
<b>Präventionsbereitschaft</b>			
Gesundheit	Veränderung	Anstieg	Durch die erarbeiteten und in den Pilotinitiativen wird die Gesundheitskompetenz nachhaltig gesteigert.
Serviceorientierung öffentlicher Verwaltungsstrukturen	Veränderung	Anstieg	Involvierte Institutionen bieten verstärkt Services zur Gesundheitsprävention an.
<b>Index zur Erfüllung der Querschnittsthemen</b>			
<b>Beteiligung am Projekt</b>			
Eingebundene Betriebe/Organisationen	Anzahl	15	Stand Montafon, Verein Gesundes Tschagguns, AKS, Verein Tagesmütter., Montafoner Schulen und Kindergärten, versch. Kinderbetreuungseinrichtungen
Eingebundene Personen	Anzahl m/w und < 25	30	TeilnehmerInnen in den Workshops ca. 80 Prozent weiblich
Geleistete Stunden	Anzahl	450	Durchschnittlich arbeiten WorkshopteilnehmerInnen 15h an drei Workshops und Abschluss- bzw. Auftaktveranstaltung
<b>Grad der Gleichstellung und deren Berücksichtigung</b>			
Jugend	Projektbeteiligung, Auswirkung	Anstieg	Bewusstseinsbildung und Förderung der eigenen Entscheidungskompetenz im Hinblick auf die eigene Gesundheit von Jugendlichen

### Regionalentwicklung Vorarlberg eGen

Hof 19, 6861 Alberschwende, +43 5579 7171, www.regio-v.at, office@regio-v.at

## Pfarrhof-Thal

### Neue öffentliche Nutzung alter Bausubstanz im Zentrum von Thal

Projektdatenbank

01.06.2015 - 30.06.2015

#### Projekträger:

**Name:** Pfarre Sulzberg-Thal  
**Adresse:** Thal 8  
**Postleitzahl:** 6934  
**Ort:** Sulzberg-Thal



#### Kurzbeschreibung:

Pfarrer Martin Sinz (1830-1911) gilt als Dorfvater von Thal. Im Verlauf es ein ganzes Dorfzentrum (Kirche, Pfarrhaus, Mesner Haus - und anlehnend an die Architektur entstanden weitere Häuser) zu errichten und ein reges Vereinsleben zu organisieren. Mit der Pfarre entstand ein lebendiges Dorf. Die Gründung der Pfarre war ein entscheidender Entwicklungsschritt, zumal die Siedlung 10 km vom Gemeindezentrum Sulzberg entfernt liegt. Ein Selbsthilfeverein organisiert und gestaltet zusammen mit den weiteren Vereinen heute das Dorfgeschehen. Das Pfarrhaus, das Herzstück der Gebäude, ist in die Jahre gekommen und ist durch die Eingliederung der Pfarre Thal in eine Pfarrgemeinschaft nicht mehr im ursprünglichen Sinne genutzt. Die Dorfgemeinschaft erkennt die Chance, durch die Sanierung und Adaptierung des Hauses die Zusammenarbeit im Dorf wesentlich auszubauen und an der Geburtsstätte der Ortsgründung und Gründung einiger Vereine neuen Schwung in das Dorfleben zu bringen. Die VertreterInnen der Pfarre, der Vereine und der Politik haben sich zusammengeschlossen und ihre Vision des gemeinsamen Hauses definiert. Ein Grobkonzept mit öffentlicher und pfarrlicher Nutzung (im Geiste des Ortsgründers) liegt vor, eine Ausgestaltung der Zusammenarbeit und eine Detaillierung der baulichen Anforderungen stehen noch an. Das dorfrägende Gebäude bedarf einer sensiblen Gesamtsanierung und einer Funktionalen Anpassung (Innenräume). Vom Projekt können wesentliche Impulse für ein lebendiges und familienfreundliches Dorf ausgehen.

#### Ausgangslage:

„Dorfvater“ Martin Sinz (1830-1911): Mit ihm tritt uns eine der eindrucksvollsten Gestalten der Vorarlberger Geschichte des 19. Jahrhunderts entgegen. Diesem Geistlichen verdankt Thal die Entwicklung zu einem eigenen Dorf. Sinz stammt aus einer kinderreichen Familie eines Maurers in Sulzberg-Thal. Wegen der Entlegenheit der Siedlung im Thal fasste der 1868 zum Priester geweihte den Entschluss eine eigene Pfarrei zu gründen. Mit einem großen Sendungsbewusstsein setzte er diesen Plan mit Spendengeldern und Überlassungen (von Wendelin Pfanner) um. Bereits 1874 wurde mit dem Kirchenbau begonnen, 1881 wurde die Pfarre eingerichtet und Sinz selbst mit ihrer Leitung betraut.

Martin Sinz war aber noch lange nicht am Ziel. Er wollte der Bevölkerung mit verschiedenen Maßnahmen eine bessere Lebensbasis geben: Durch den Erwerb des bis heute genutzten 18 ha großen Kirchenwaldes ersparte er den Pfarrangehörigen alle Kirchenabgaben. Mit der Einführung der Heimstickerei hatten sie erstmals eine gute Verdienstmöglichkeit. Durch den Bau einer Straße mit der von ihm selbst finanzierten Martinsbrücke über die Rotach schloss Sinz das Dorf an die Straßen nach Bregenz und Weiler an. Er gründete zudem mehrere Vereine, um das öffentliche Leben zu stärken. Hoch verehrt stirbt „Dorfvater“ Sinz am 9. April 1911.

Sinz ließ einen ganzen Dorfkern erbauen: Kirche mit Friedhof und Kirchplatz sowie Pfarrhof und Mesner Haus - mit großen Gärten. Es ist ein in sich geschlossenes, harmonisches Ensemble aus der Spätbiedermeierzeit, das zudem ausgezeichnet erhalten ist.

Der Pfarrhof selbst wurde 1877 erbaut, die Pläne stammten von Architekt Johann Mayer aus Luzern. Das Haus wirkt im Gesamtensemble geradezu in Szene gesetzt: Es steht zentral, durch ein Kellergeschoss in die Höhe gehoben, und so neben der Kirche, dass dazwischen ein Platz gebildet ist und die Achse der Kirchtüre direkt hinüberführt - zum imposanten Stiegen Bau, der zur Pfarrwohnung führt.

Das derzeit leerstehende Gebäude bedarf einer sensiblen Generalsanierung innen und außen. Der äußerliche Charakter soll dabei erhalten bleiben. Der Pfarrhof wird, wenn er in neuem Glanz erstrahlt, den architekturgeschichtlich wertvollen Thaler Dorfkern noch stärker zur Geltung bringen.

Die Dynamik von Pfarrer Martin Sinz scheint sich fortgesetzt zu haben. Der Herzschlag des Dorfgeschehens geht immer noch von den vielen aktiven Vereinen aus. Viele der Vereine sehen die Sanierung und Adaptierung des Pfarrhofes als die Möglichkeit den Ort kreativ, authentisch für die Ausübung unterschiedlichster gesellschaftlicher Engagements und das Haus im Sinne des Gründers zu nutzen. In Sitzungen mit den Vereinen des Ortes zeichnet sich ein breiter Strauß an Nutzungsanforderungen ab, die im Rahmen eines LEADER-Projekts akkordiert und optimiert werden sollen. Die Vereine erkennen im Projekt auch die Chance einer verstärkten und vereinsübergreifenden Zusammenarbeit, die sich durch die gemeinsame Nutzung des Objektes verstärken soll. In den Gesprächen wird der Wunsch nach Koordination, Zusammenarbeit und ein Ort, wo man zu Hause ist, deutlich.

#### Ziele/Wirkung:

Oberstes Ziel ist es den Pioniergeist des Gründers im Ort aufrecht zu erhalten. Nirgendwo kann dies besser und authentischer erfolgen wie an jenem Ort und in jenen Räumlichkeiten von wo er ausgegangen ist. Die vom Gründer initiierten Vereine sollen von dem Haus ihrer Geburt aus in die Zukunft wirken, ihr Tun beflügeln und ihre Zusammenarbeit stärken. Die dörflichen Aktivitäten brauchen eine Koordination und einen Ort, von dem diese ausgeht.

#### Erwartungen, Ziele und Wirkungen der Vereine:

Thaler Aktionsteam: Seit das „Aktionsteam“ den Jugendraum in der „Krone“ einer jüngeren Generation übergeben hat, ist er heimatlos geworden. Das Team ist überzeugt, dass es in den renovierten Räumlichkeiten im Pfarrhof mit neuem Elan und mit vielen kreativen Ideen durchstarten wird.

Das Thaler Chörle: Bislang mussten die Proben in den unterschiedlichsten Provisorien abgehalten werden. Mit der Revitalisierung des Pfarrhauses wird das Chörle endlich den mit Freude erwarteten Raum für Proben, Materialien und Instrumente erhalten. Die gemeinsame Singstunde wird wieder Spaß machen und viele soziale Kontakte und das Miteinander ermöglichen.

Der Kirchenchor: Um die wöchentlichen Proben abzuhalten muss der Chor sich immer wieder in Provisorien treffen (Privathaus, Klassenzimmer der Volksschule, Pfarrraum im akustisch ungeeigneten Untergeschoss, derzeit im Turnsaal). Der Chor braucht auf längere Sicht bessere Bedingungen, um den Nachwuchs auch abzusichern. Mit der Adaptierung des Pfarrhauses scheint das in erreichbare Entfernung gerückt zu sein.

Der Männerchor: Der Männerchor nimmt auch gerne das neue Probenlokal im Pfarrhof in Besitz und wird die Stuben bei gewissen Anlässen mit weltlichen Liedern erfüllen. Dies soll auch jüngere Jahrgänge in den Verein locken.

Der Pfarrgemeinderat: Die Erstellung von Plänen für Liturgie, Lektoren u. Kantoren, sowie die Mitgestaltung von Gottesdiensten und verschiedener Feste gehören zu den Aufgaben des PGR. Dazu werden regelmäßig Sitzungen abgehalten, wo alles besprochen, geplant und vorbereitet wird. Der PGR freut sich auf eigene Räumlichkeiten, wo auf Unterlagen zurückgegriffen und Gastfreundschaft gepflegt werden kann (Agapen, Einkehrtage, Bibel- und Gebetsstunden, Vorträge und vieles mehr). – positive Auswirkungen auf die Dorfgemeinschaft.

Der Fraktionsvorstand von Thal: „Wer zehn Kilometer Fahrweg vom Gemeindeamt entfernt ist, muss sich auf eigene Beine stellen“. Die Thaler haben diesen Weg seit den Tagen von Pfarrer Sinz, der 1880 die Pfarre begründete, mutig beschritten und alle Institutionen aufgebaut, die ein ansprechendes Dorfleben ermöglichen. Die Nutzung des Hauses über das pfarrliche hinaus gehend, ganz im Sinne des Gründers, wird neue Impulse für die Zusammenarbeit im Ort setzen.

Kirchenschmückerinnen: Blumengestecke sind auch Handwerkskunst, und Handwerk braucht Raum. Daran hat es bislang gefehlt. Der renovierte Pfarrhof wird dem Abhilfe verschaffen: ein Arbeitsraum kann eingeplant werden und damit die ehrenamtliche Tätigkeit beflügeln und neue kreative Kräfte gewinnen.

Ministranten: Auch ihnen fehlt bislang ein einladender, gemütlicher Treffpunkt. Die Ministranten sind in der Lage den Pfarrhof auf eigene Weise zu beleben, wie das nur Kinder und Jugendliche können.

Thaler Senioren: Die Seniorennachmittage sollten sich nicht nur im Gasthaus abspielen, eine „Hoschtube“ und ein Kartenspiel sollte auch im „hochwürdigen“ Haus erfolgen können. Die ältere Generation freut sich schon darauf, sich in einer hellen, freundlichen Stube treffen zu können.

## Inhalte:

Der Pfarrhof, 1877 mit Spendengeldern errichtet, war das erste Bürgerhaus in den von landwirtschaftlichen Gebäuden geprägten Parzellen von Thal. Es wurde stilbildend für all jene Bürgerhäuser, die bis zum Ende der Zwischenkriegszeit gebaut wurden, aber auch für die neue Volksschule (1936). Das Gebäude bedarf einer sensiblen Generalsanierung innen und außen. Der äußerliche Charakter soll dabei erhalten bleiben. Der Pfarrhof soll, wenn er in neuem Glanz erstrahlt, den architekturgeschichtlich wertvollen Thaler Dorfkern noch stärker zur Geltung bringen. Die Vereine, benötigen eine Koordination und eine Anlaufstelle, die im Pfarrhof ihren Platz finden soll.

Inhalt des Projektes lässt sich in die Arbeitspakete gliedern:

AP1 Nutzungskonzept und Ansätze für die Koordination erarbeiten

AP2 Planliche Ausführung

AP3 Baumaßnahmen ausführen

AP4 Eröffnungsveranstaltung.

Arbeitspakete

Projektbudget

Arbeitspaket	Personal	Betrieb	Reise	Drittleistungen	Investitionen	Summe
AP1   Nutzungskonzept, und Koordinationskonzept erarbeiten	0,00 €	0,00 €	0,00 €	14.000,00 €	0,00 €	14.000,00 €
AP2   Planliche Ausführung	0,00 €	0,00 €	0,00 €	122.760,00 €	0,00 €	122.760,00 €
AP3   Baumaßnahmen ausführen	0,00 €	0,00 €	0,00 €	70.000,00 €	842.030,00 €	912.030,00 €
AP4   Eröffnungsveranstaltung	0,00 €	0,00 €	0,00 €	12.000,00 €	0,00 €	12.000,00 €
Summe	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>218.760,00 €</b>	<b>842.030,00 €</b>	<b>1.060.790,00 €</b>

AP1 | Nutzungskonzept, und Koordinationskonzept erarbeiten

**geplante Aktivitäten**

In moderierten Sitzungen werden die Anforderungen der einzelnen und beteiligten Vereine und Initiativen erhoben und für die Planung detailliert zu Papier gebracht. In der Sache Vereins- oder Ortskoordination werden Aufgaben und Anforderung erarbeitet.

**erwartete Ergebnisse**

Akkordierte Anforderungen an die Detailplanung für den Pfarrhof; Definierte Anforderung an die Verwaltung des Hauses, der Koordination zur Unterstützung der Vereine in Form eines Organisations- und Finanzierungskonzeptes

AP2 | Planliche Ausführung

**geplante Aktivitäten**

Detailplanung unter Einbindung der Betroffenen und zukünftigen Nutzer; Abklärungen mit der Diözese, behördliche Abstimmung und Klärung mit dem BDA. Klärung der Finanzierung im Detail. Ausführungsplanung, Ausschreibung und Vergabe der Leistungen

**erwartete Ergebnisse**

Baufreigabe

AP3 | Baumaßnahmen ausführen

**geplante Aktivitäten**

Bauausführung und Baubegleitung, Abrechnung

**erwartete Ergebnisse**

Saniertes Gebäude

AP4 | Eröffnungsveranstaltung

**geplante Aktivitäten**

Alle Vereine beschäftigen sich bereits im Vorfeld mit der Gestaltung zukünftiger Zusammenarbeit.

**erwartete Ergebnisse**

Das ehemalige Pfarrhaus hat sich zum gemeinsamen Dach der örtlichen Initiativen ganz im Sinne des Gründervaters Sinz gewandelt und wirkt als Herzstück eines pulsierenden Dorfes. Die Vereine, unter gemeinsamen Dach, führen die dörfliche Gemeinschaft in eine neue und mit Zuversicht getragene Zukunft.

**Resultate:**

Ein blühender Treffpunkt der Ortsvereine und Impulsgeber für die örtliche Zusammenarbeit

**Zuordnung:**

Maßnahme LES2020, 2NH04 Alte Bausubstanz in Dorfzentren kreativ nutzen

Mit Auswirkungen auf folgende Maßnahmen:

3GW01 Dörfer für junge Familien attraktiv gestalten

3GW03 Strukturen für gesellschaftliches, soziales Engagement ausbauen

**Projektbudget:** 1.060.790,00 €

Projekt-Quantifizierung

Typ	Start-Quantifizierung
-----	-----------------------

<b>Autor</b>	Steuerer Peter		
<b>Datum</b>	11.06.2015		
			Start 11.06.2015
<b>Index für Wertschöpfung</b>			
<b>Beschäftigung</b>			
Ausgelöste Investitionen*	Mio. Euro	1	Die Sanierung erfordert samt Planungsleistung und Einrichtung ca 1 Mio. Euro.
Impulsaktionen*	Anzahl	2	Durch das Projekt werden neue Impulse im Dorf ausgelöst, z.B. Dorfgärten, Chorivent, Leseabende und ähnliches. Mindestens 2 werden angenommen.
Neue Arbeitsplätze*	Anzahl	1	Der Betrieb besteht hauptsächlich im bürgerschaftlichen Ehrenamt. Durch die Investition entsteht mindestens ein Arbeitsplatz, ob der Ortskoordinator zu einer dauerhaften Anstellung erwächst ist noch offen.
<b>Wirtschaftsentwicklung Modularität (Resilienz)</b>			
Entwicklung lokaler Kooperationen	Veränderung	positiv	Der renovierte Pfarrhof wirkt sich positiv auf die Zusammenarbeit der Vereine aus.
<b>Index zur nachhaltigen Nutzung natürlicher Ressource</b>			
<b>Nutzung (Systemeffizienz)</b>			
In Studie eingeschlossene Leerstands-Objekte*	Anzahl	1	Der Pfarrhof Thal wird neu belebt.
Nutzung Alter Bausubstanz Fläche*	Fläche m²	272	Nutzfläche Pfarhof Thal
Nutzung Alter Bausubstanz Objekte*	Anzahl	1	Pfarrhof Thal
Planungsprozesse*	Anzahl	1	Es erfolgt ein gemeinsamer Planungsprozess mit den Akteuren und Vereinen.
<b>Index für Entwicklung kultureller Werte</b>			
<b>Aktivitäten und Strukturen</b>			
Begegnungsräume	Anzahl	4	Mit der Investition entstehen Multifunktionsräume, shared rooms, für Vereine und Initiativgruppen des Ortes.
Kulturelle Einrichtungen	Anzahl	1	Das Pfarrhaus kann mit dem Begegnungsangebot und der Beheimating Kulturschaffender als kulturelle Einrichtung bezeichnet werden.
Neue Kooperationen in der Kulturszene	Anzahl	positiv	Das Projekt kann positiven Einfluss nehmen, derzeit ist das Ausmaß nicht bekannt.
<b>Weiterentwicklung des kulturellen Erbes, Entwicklungsdynamik</b>			
Baukultur	Veränderung	positiv	Erhalt des örtlichen Ensembles
<b>Index für Gemeinwohl und Stabilität, Resilienz</b>			
<b>Gesellschaftliche Entwicklung</b>			
<b>Grad der Gesellschaftspolitischen Bildung</b>			
Prozesskompetenz (Dialogbereitschaft)	Beitrag	indirekt	indirekter Einfluss
Systematische Mehrung und Nutzung von Wissen	Beitrag	indirekt	indirekter Einfluss
Bürgersuverän und politisches Engagement	Beitrag	positiv	Die Bürgersuveränität wird durch das gemeinsame Dach der örtlichen Gruppen positiv beeinflusst.
<b>Grad inhaltlicher und finanzieller Beteiligung in Entwicklungsfragen</b>			
aktives Bürgerkapital - finanziellen Beteiligung	Beitrag	positiv	Zur Finanzierung ist Bürgerkapital erforderlich

Kommunale und interkommunale Zusammenarbeit	Veränderung	positiv	Es sind positive Auswirkungen in der innerörtlichen Gesellschaft zu erwarten.
<b>Entwicklungsdynamik Reflexivität (Resilienz)</b>			
Offenheit und Toleranz	Veränderung	positiv	Die Zusammenarbeit der Ortsvereine und Initiativgruppen wirken sich vorteilhaft auf Toleranz aus.
<b>Qualitatives Wachstum - Gemeinwohlökonomie</b>			
Eingesetztes Bürgergeld*	Euro	<input type="checkbox"/>	Sponsoren sind gesucht und Bausteinaktionen werden ausgeführt um Bürgerkapital für die Umsetzung zu erreichen.
Reichtum und Vielfalt an sozialer Interaktion	Veränderung	positiv	Projekt hat positive Ausstrahlung auf den sozialen Zusammenhalt.
<b>Soziale Netzwerkstruktur</b>			
Kinderbetreuung	Anzahl	1	Ein Eltern-Kind Begegnungsraum ist angedacht.
<b>Index zur Erfüllung der Querschnittsthemen</b>			
<b>Beteiligung am Projekt</b>			
Eingebundene Betriebe/Organisationen	Anzahl	6	Es sind mindestens 6 Vereine und Initiativgruppen in das Projekt eingebunden.
Eingebundene Gemeinden/Städte	Anzahl	1	Gemeinde Sulzberg
Eingebundene Personen	Anzahl m/w und < 25	80	80 Personen aus mehreren Vereinen sind aktiv in die Projektentwicklung eingebunden.

**Regionalentwicklung Vorarlberg eGen**

Hof 19, 6861 Alberschwende, +43 5579 7171, www.regio-v.at, office@regio-v.at