

die wirtschaft

Das Servicemagazin für Unternehmer und Manager

Best of Region

Die Sieger des WiR-Wettbewerbs **SEITE 7**

Editorial

Wirtschaft in der Region

FOTO CHRISTIAN MICHEL



Wettbewerb? Preisausschreiben? Irgendwie fehlt einem für die Initiative des Wirtschaftsverbandes "Wir – Wirtschaft in der Region" das richtige Wort. Stimmt, da wurden Wirtschaftstreibende aufgefordert, Projekte einzureichen. Mehr als 900 Zusendungen belegen, dass die Botschaft draußen angekommen ist. „Zeigt uns, was ihr tut, wie ihr zusammenarbeitet, was ihr in der Gemeinde, für die Gemeinschaft macht.“ Jetzt noch Projekte bewerten, reihen, Preise verteilen – eine mehr als schwierige Übung. Welches ist das "beste" Projekt? Das, das den meisten Ertrag für die Beteiligten verspricht, oder vielleicht doch eines, das Ertrag erst überhaupt ermöglicht? Die originellste Idee, oder die gängige, schon bewährte, zum wiederholten Mal? Muss man es nachmachen können? Braucht man bestimmte Personen dafür? Das große, oder das kleine Projekt? Das kurzfristige, oder das nachhaltige? Kommen kurzfristige Projekte überhaupt in Betracht? Na schön, sollen sich die Juroren ausschnapsen, wem sie einen Preis zuerkennen.

Das Preisausschreiben ist das Preisausschreiben der Ideen, draußen am Markt, in den Regionen. Wer hat die Glanzidee, die Überleben ermöglicht, ein besseres Leben verspricht, den Erhalt des Erreichten abzusichern hilft? Der Wettbewerb ist der mit den unsichtbaren globalen Mitspielern. Die mit ihren Produkten und Leistungen Märkte besetzen – manchmal weil sie schneller, manchmal weil sie billiger, manchmal auch, weil sie besser sind. Die aber den Zusatznutzen nicht bieten. Der heißt Wertschöpfung vor Ort, in der Heimat, Arbeitsplatz, lebendiges Umfeld, Lebensraum und Lebensmittel im wahrsten Sinne des Wortes. Der heißt auch Komfort – weil Service verfügbar ist, im Fall einer Panne nicht das Wegwerfen und der Neukauf die einzig leistbaren Alternativen sind.

Wirtschaft in der Region ist wohl mehr als eine Aktion. Das sehen auch die Initiatoren so. Wirtschaft in der Region soll Beispiel geben und Beispiele zeigen, ja. Aber sie soll auch eine Dokumentation sein dessen, was in den Städten und am flachen Land geleistet wird, von dieser Wirtschaft, der man allzu oft nachsagt, dass sie ausschließlich am Profit orientiert sei. Was durchaus richtig ist, wenn man den Begriff Profit nicht nur auf Geld auslegt. Auch geldeswerte Ergebnisse und Leistungen bedeuten Profit. Profit für den Lebensraum, Profit für die Menschen vor Ort. Wenn wir uns vom Internet abkoppeln, den globalen Markt verlassen, wo bleiben wir denn dann? Im virtuellen Raum?

Er streite nicht mit seinen Nachbarn, hat mir einmal ein alter Bauer gesagt. Das sei nicht gut. Die Leute träfe man doch jeden Tag. Und überhaupt: „Ein guter Nachbar ist mehr wert, als ein ferner Freund.“ Der intakte Lebensraum mehr als die schönste Urlaubserinnerung. Leben ist, für jeden von uns, zumeist Alltag. Wenn der gut gestaltet ist, ist das Leben schön. Und manchmal gewinnt man vielleicht noch bei einem Wettbewerb.

IHR ERNST SCHEIBL



Christoph Leitl: „Unsere Ziele sind es, den Nahversorgern Mut zu machen, den Konsumenten die Überzeugung geben, dass sie ihren Nahversorgern auch Umsatz zukommen lassen müssen, und wir müssen kommunizieren, dass Nahversorgung nicht nur die Gemüsefrau ums Eck bedeutet. Nahversorgung ist der Mittelstand in Österreich, davon leben wir, dieser Mittelstand beschäftigt, bildet aus, zahlt Steuern.“

Rot-Weiß-Roter Mittelstand

Die Aktion "Wirtschaft in der Region" des Österreichischen Wirtschaftsbundes soll den Kernbereich der heimischen Wirtschaft stärken. Wirtschaftsbund- und Wirtschaftskammerpräsident Christoph Leitl, sieht als Präsident der europäischen Wirtschaftskammer auch die Europa-Dimension dieser Initiative.

VON ERNST SCHEIBL e.scheibl@wirtschaftsverlag.at

FOTOS CHRISTIAN MICHEL

Herr Präsident, was war denn eigentlich der Anstoß für die Aktion "Wirtschaft in der Region"?

Leitl: Meine Erfahrung in der oberösterreichischen Landesregierung hat mir gezeigt, dass gerade die Nahversorgung im ländlichen Raum das ist, was die Menschen für die Sicherung ihrer Lebensqualität brauchen. Da geht es nicht nur um die Sicherung unternehmerischer Existenzen, da geht es auch um soziale Komponenten, wie die Einkaufsmöglichkeiten für Familien, für Leute ohne Auto, für ältere Menschen. Das hat auch ökologische Konsequenzen: Der hohe Anteil an versiegelten Flächen in Großeinkaufszentren oder die langen und häufigen Autoanfahrten. Zum einen ist Nahversorgung ein zutiefst ökonomisches, ökologisches und soziales Prinzip. Punkt zwei: Die Nahversorgung mit Gütern und Dienstleistungen ist uns im Wirtschaftsbund ein wichtiges Anliegen, drittens sind die Nahversorger aus meiner Sicht eine Art Humangärtner. Das sind Meeting Points, wo man kommuniziert. Gerade die menschliche Komponente in der Nahversorgung ist

typisch für Österreich und wichtig. Mein politischer Ziehvater, Altlandeshauptmann Ratzenböck, hat einmal gesagt: „Ein guter Wirt erspart drei Psychiater“.

Als Politiker und Präsident des Österreichischen Wirtschaftsbundes sind Sie aufgefordert, die passenden Rahmenbedingungen zu schaffen. Einer der Eckpunkte Ihrer Bemühungen ist der interkommunale Finanzausgleich, wie steht es da?

Welche Rahmenbedingungen brauchen wir? Als allerwichtigstes das Vertrauen der Konsumenten, auch, dass man die Zusammenarbeit mit anderen sucht, vor allem mit der Landwirtschaft. Das sind die gemeindeeigenen Rahmenbedingungen. Von Seiten der Länder muss man mit der Raumordnung besser umgehen. Was da oft mit Großeinkaufszentren gemacht wird! Wir haben heute in diesem Bereich Verkaufsflächen, die im Durchschnitt über denen in Deutschland und in der Schweiz liegen. Da ist höchste Alarmstufe angesagt. Und schließlich ist es der Bund selbst, der mit einer vernünftigen Steuerpolitik dafür

sorgen muss, dass Kleinexistenzen auch im unternehmerischen Bereich geschützt werden. Wir haben Einkommen bis 10.000 Euro pro Jahr gänzlich steuerfrei gestellt, die nächste Stufe steuerlich reduziert und haben drittens eine Halbierung der Steuer auf nicht entnommenen Gewinn erreicht, sodass man als Unternehmer das notwendige Kapital für Investitionen leichter beisammen hat.

Ein weiterer wichtiger, zu klärender Punkt ist die Unternehmensübergabe.

In den nächsten Jahren stehen bis zu 50.000 Unternehmensübergaben an. Hier gibt es einige Herausforderungen. Es muss auch eine Möglichkeit geben, in Würde, also zu vernünftigen Bedingungen, wieder auszusteigen und zu übergeben. Ich bin besonders stolz darauf, dass es uns gelungen ist, die Bedingungen des Neugründungs-gesetzes Neufög, auch für Betriebsübergeber und -übernehmer anwenden zu können. Als zweites hoffe ich, dass die steuerliche Diskriminierung bei der Schließung und anschließenden Weitervermietung von



Christoph Leitl: „Unser Ziel ist es, den Nahversorgern Mut zu machen, den Konsumenten die Überzeugung zu geben, dass sie ihren Nahversorgern auch Umsatz zukommen lassen müssen, und wir müssen kommunizieren, dass Nahversorgung nicht nur die Gemüsefrau ums Eck bedeutet. Wir brauchen Ruhepunkte, Punkte der Begegnung, und die sollten wir uns als Oasen des Lebens erhalten.“

Geschäftslokalen fällt. Derzeit ist die Wartezeit auf fünf Jahre festgesetzt.

Ein fast schon alter Hut ist die Senkung der Lohnnebenkosten...

Von diesem Programm haben wir die Hälfte abgearbeitet, wir haben Lohnnebenkosten im Bereich der über 56jährigen gesenkt, die Senkung der Lohnnebenkosten bei allen über 50jährigen ist der nächste Schritt. Damit soll die Beschäftigung älterer Menschen gesichert werden. Wir wollen auch eine Ausfallversicherung, wie schon bei Unfällen, auch im Krankheitsfall in kleineren Unternehmen durchsetzen. Das wäre eine zusätzliche betriebliche Absicherung, eine Senkung der Lohnnebenkosten.

Ist die Initiative "Wirtschaft in der Region" eigentlich auf den ländlichen Raum beschränkt?

Im Gegenteil, es sind ja gerade die größeren Orte durch die Großmärkte gefährdet. Da sterben die Innenstädte aus. Der Sinn des interkommunalen Finanzausgleiches ist: Wenn eine kleine Gemeinde durch ein Großeinkaufszentrum Einnahmen hat, dann soll sie einen Teil dieser Einnahmen abliefern, die dann für die Finanzierung von Nahversorgung, Zustelldiensten, Stadtmarketing, Parkraumbewirtschaftung, Umstellungsinvestitionen verwendet werden.

Wann können Sie sagen, dass Sie Ihr Ziel erreicht haben?

Unsere Ziele sind es, den Nahversorgern Mut zu machen, den Konsumenten die Überzeugung geben, dass sie ihren Nahversorgern auch Umsatz zukommen lassen müssen, und wir müssen kommunizieren, dass Nahversorgung nicht nur die Gemüsefrau

ums Eck bedeutet. Nahversorgung ist der Mittelstand in Österreich, davon leben wir, dieser Mittelstand beschäftigt, bildet aus, zahlt Steuern. Daher möchte ich die Rahmenbedingungen dieses gesunden Netzwerkes schrittweise verbessern. Das Ziel ist erreicht, wenn wir vom Wachstum des Nahversorgernetzes reden können.

Das heißt aber doch, dass diese Strukturen gefährdet sein könnten.

Ja. Aber wir brauchen Ruhepunkte, Punkte der Begegnung und die sollten wir uns als Oasen des Lebens erhalten. Das habe ich zehn Jahre lang als Landesrat umsetzen können. Auf Bundesebene bist du in den übergeordneten Bereichen tätig. Da muss die Zusammenarbeit zwischen den Ebenen funktionieren. Auch als europäischer Wirtschaftskammerpräsident obliegt es mir dafür zu sorgen, dass das Europatypische erhalten bleibt und nicht durch

Ideen als Auftrag

Entstanden ist die Idee irgendwo zwischen Vorarlberg, Oberösterreich und Wien: Einen Wettbewerb ins Leben rufen, der die Wirtschaft in den Regionen zum Thema hat.

VON THOMAS LANG t.lang@wirtschaftsbund.at

FOTO CHRISTIAN MICHEL

Die Ziele: Die besten Konzepte und die interessantesten Ideen für die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Gemeinden öffentlich machen – und die Bedeutung der kleinen und mittleren Betriebe für Österreich hervorheben. „Als der Wirtschaftsbund die Initiative WiR aus der Taufe hob, wussten Präsident Leitl und ich noch nicht, was wirklich daraus wird. Aber unser Ziel war klar: WiR muss einen Beitrag zur Stärkung der Wirtschaftsentwicklung und der Lebensqualität leisten“, erinnert sich Wirtschaftsbund-Generalsekretär Karlheinz Kopf.

Nun muss sich Österreich, was Wirtschaftsentwicklung und Lebensqualität betrifft, wahrlich nicht verstecken. In beiden Bereichen zählen wir zum internationalen Spitzenfeld. Dennoch werden die Klagen, dass „die Kleinen“ von „den Großen“ überrollt werden, nicht weniger. Die Ursachen dafür finden sich oftmals in den kleinsten Einheiten des Bundesgebietes, in den Gemeinden.

Wer etwa einen Blick an so manchen Ortsrand riskiert, weiß, warum dem so ist: Nähe zum Kunden, persönliches Service und beste Qualität reichen nicht immer aus, um die Kaufströme – inklusive Verkehrsströme – hin zum Mega-Einkaufserlebnis auf der „grünen Wiese“ einzudämmen. Klein- und mittelständische Unternehmerinnen und Unternehmer in den Ortskernen werden so zu wahren Überlebenskünstlern.

Fataler Egoismus

Die Kreativität der Politik in den Bundesländern und den Gemeinden, um dagegen wirksame Maßnahmen zu setzen, ist gesamthaft betrachtet eher endenwollend. Das eigene Hemd ist eben doch näher als der Rock. Wer verzichtet schon freiwillig – oder gar gerne – beispielsweise auf die Gelder der Kommunalabgabe aus den Einkaufszentren.

Lokaler Egoismus hat aber oft zur wirtschaftlichen Entsiedelung der Ortszentren beigetragen. Die Betriebe einer Region gehören jedoch zum Lebensraum der Menschen. Dort finden sie Arbeit und Einkommen, decken ihre Einkaufsbedürfnisse und erwirtschaften jenes Steueraufkommen, mit dem die Leistungen der Gemeinden mitfinanziert werden.

Raunzen bringt nichts

„Es macht wenig Sinn, sich über diese Fehlentwicklungen bloß zu beklagen. Man sollte besser aufzeigen, dass es eine Menge guter und vor allem funktionierender Beispiele gibt, wo durch Eigeninitiative etwas Neues, Positives entstanden ist“, stellt dazu Kopf fest.



Wirtschaftsbund-
Generalsekretär
Karlheinz Kopf:
„Unternehmerische
Kreativität bringt das
Gemeinwesen vorwärts.“



Information

Die Initiative WiR hat aus über 900 eingereichten Projekten 30 Bundessieger ausgewählt. Zuvor wurden in den Bundesländern die Landespreisträger gekürt.

WiR prämierte die besten und innovativsten Projekte kommunaler Zusammenarbeit. Der Wettbewerb gliederte sich in drei Kategorien, in denen insgesamt 300.000 Euro Preisgeld vergeben werden.

Die Kategorien:

A – Initiativen in der Gemeinde: innerörtliche Zusammenarbeit von Betrieben, Vereinen und/oder der Gemeinde.

B – Initiativen in der Region: überörtliche Zusammenarbeit von Gemeinden und/oder Unternehmen.

C – Ideenpool für noch nicht realisierte Initiativen: Projektideen und –initiativen für den regionalen Wirtschaftsraum.

Mehr Infos zu den Projekten und WiR:

Vorbilder sind gute Motivationskünstler. Die Projekte, welche der Wettbewerb WiR erbracht hat, können diese Aufgabe übernehmen. Viele unter den mehr wie 900 eingereichten Konzepten wären gut übertragbar auf so manche Problemzonen in anderen Regionen des Landes. Sei es, weil sie bereits erprobt sind, oder weil die Idee die dahinter steckt zu gut ist, um nicht umgesetzt zu werden.

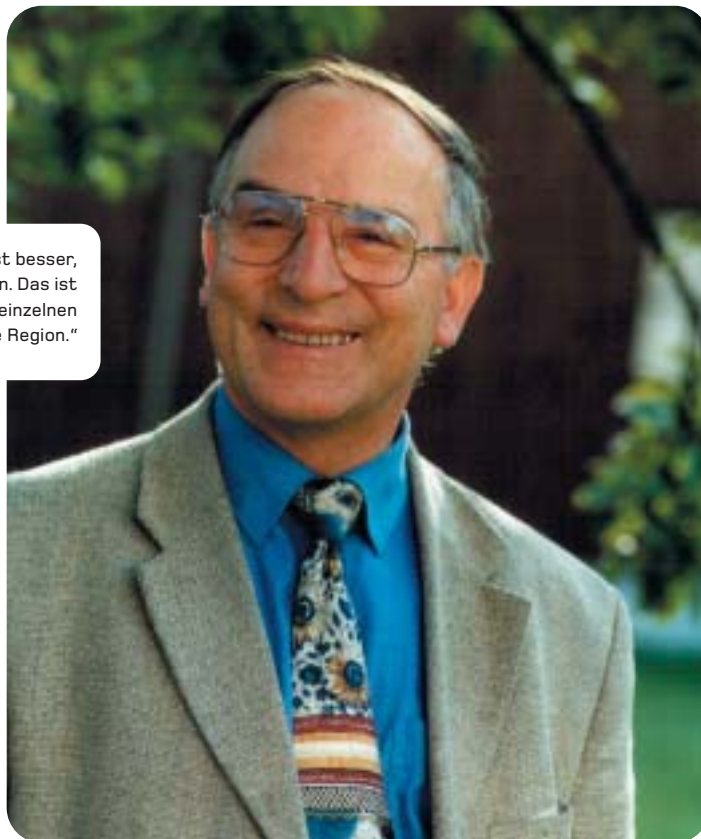
Karlheinz Kopf versteht das auch als Auftrag an die Politik, einen Beitrag zur Stärkung der Wirtschaftsentwicklung und der Lebensqualität zu leisten: „Wenn man sich in den Gemeinden und Bezirken ernsthaft mit dem, was WiR ans Tageslicht brachte auseinandersetzt, wäre schon viel erreicht. Unternehmerische Kreativität hat unser Gemeinwesen noch immer vorwärts gebracht.“

Wie funktioniert ein Biotop

Ein Bürgermeister aus dem Steyrtal und die Leute von Steinbach haben aus einem kleinen Ort ohne Zukunft einen kleinen Ort mit Lebensqualität gemacht.

VON ERNST SCHEIBL e.scheibl@wirtschaftsverlag.at

FOTO CHRISTIAN MICHEL



„Besser werden ist besser, als größer werden. Das ist sicherer für den einzelnen und für die Region.“

Eigentlich war die Geschichte von Steinbach/Steyr 1986 erzählt. Mit dem Niedergang der lokalen Messerindustrie waren die Arbeitsplätze weg, der Rest absehbar. Die ersten wandern ab, erste Handels- und Gewerbebetriebe machen zu. Wer woanders Arbeit findet, geht. Irgendwann gibt auch der Greissler auf. 1.800 Leute, 27 Betriebe, sonst nur Landwirtschaft. Das war das Jahr, in dem Karl Sieghartsleitner Bürgermeister wurde. „Einen Betrieb mit 100 Arbeitsplätzen hätten wir gebraucht.“ Den gab es nicht. „Heute weiß ich, es war ein Denkfehler. Ein Manager, der so einen Betrieb nach Steinbach gebracht

hätte, wär' ja nicht normal.“

Sieghartsleitner, bäuerlicher Herkunft, zuletzt Geschäftsführer eines Betriebes mit 180 Mitarbeitern in der Metallverarbeitung, brachte ein, was er in seinem Berufsleben als hilfreich erkannt hatte: Auf die Leute zugehen. „Du, ich brauch was von dir, du, dank dir schön, das hat mir sehr geholfen. Ein Bürgermeister“, sagt er, „kann so was ja nicht allein lösen, da müssen alle zusammenstehen“.

Das erste Anzeichen dafür war die Veränderung der politischen Kultur im Ort: „Wir haben zwischen den Parteien Regeln vereinbart, wie wir in Zukunft miteinander

umgehen wollen.“ Ein ganz wichtiger Punkt. „Weil“, so des Bürgermeisters Erkenntnis, „in einem kleinen Dorf die politischen Konflikte zwischen den Leuten in den Strukturen weiter gelebt werden.“ Beispiel: „Bei jeder Idee weiß der andere schon gleich, warum sie nicht funktioniert. Die Frage muss aber lauten: Was kann ich dazu tun, was traut ihr mir zu?“ Schwierig zu lernen, gibt er zu, aber es ist doch gelungen. „Die zwischenmenschlichen Beziehungen sind die Voraussetzung für die wirtschaftliche Entwicklung“, doziert er. Der Vergleich zu einem Feuchtbiotop kommt nicht von ungefähr. „Schotter, Steine, Sträucher, Wasser“ - wenn die Mischung stimmt, erfolgt die Besiedelung ohne weiteres Zutun. „Wir machen halt ein Soziotop. Das funktioniert, das sind die Erfahrungen, die ich in die Kommunalpolitik mitgebracht habe.“

Ein untypischer Bürgermeister? Jedenfalls. Der zweite Anlauf in der Politik. Schon 1980 ein Konzept für das mittlere Steyrtal, mit mitleidigem Lächeln honoriert. „Bist ein Träumer.“ Die selben Leute, mit denen man sonst vernünftig reden konnte - auf einmal ganz anders, nur weil sie in ihre politische Rolle schlüpfen. „Der ehrliche und offene Umgang miteinander, das ist das Rezept dagegen.“ Dazu gehört auch der Patentschutz der Ideen - „nicht was



FOTO: PHOTOS.COM



Information

Was braucht man für ein Soziotop?

Den Glauben, das man etwas ändern kann,
Zuhören,
Ideen mittragen
sich einbringen,
den Erfolg des andern anerkennen,
den andern um Unterstützung bitten,
nicht mit dem Erreichten zufrieden sein.

Information: vfe.steinbach@utanet.at

abschmettern und sich dann selbst draufsetzen“. Das hat etwa dem Vorarlberger Landeshauptmann so gut gefallen, dass er es in seine Landesverfassung aufgenommen hat. Sieghartsleitner: „Sicher, wenn man Erfolg hat, dann gibt das Mut. Das wahre Geheimnis ist, dass der Erfolgreiche nicht beneidet, sondern gelobt wird. Der ist ja unser Frequenzbringer, was kann er für uns machen? Und was wir für ihn?“

Was die Gemeinde machen kann, das tut sie. Dem Wirt Parkplätze vor dem Lokal herrichten, eine Unterschriftenliste herumgehen lassen, wer sich verpflichtet, bei einem Greissler im Ort einzukaufen, wenn es denn wieder einen gäbe – mit 200 Verpflichtungserklärungen zum Start gab es wieder einen. Der Wirt bietet regionale Menüs an, der Greissler verkauft Obst und Gemüse von den Steinbacher Bauern. „Bei uns sagt keiner, der Bus da verstinkt die Landschaft“, sondern da weiß jeder, wenn der Wirt heute 50 Portionen Schnitzel verkauft, kann ich morgen schon wieder liefern“.

Das Wirthaus allein ist es aber nicht. „Ein tüchtiger Mann, der mit seiner Frau startet, der kann bei uns auch leben. So wie unser Elektriker. Der hat nach fünf Jahren fünf Leute beschäftigt, nach zehn Jahren 42.“ Bei der Betriebseröffnung war der damalige

oberösterreichische Wirtschaftslandesrat Christoph Leitl dabei. „Der hat mich dann an der Schulter genommen und gesagt: Bürgermeister, über das müssen wir reden. Jetzt gleich. Mittagessen kann ich ein anderes Mal.“ Vielleicht ist das auch eine der Wurzeln von „WiR – Wirtschaft in der Region“.

Seither ist Sieghartsleitner dazu verdammt, sein Modell Gemeindevertretern, Regionalmanagern und Wissenschaftlern auseinanderzusetzen. „Entwicklungsarbeit wie diese lernt man nicht in der Ausbildung.“ In den letzten zehn Jahren besuchten 40.000 Besucher diesen „zweiten Bildungsweg“, Sieghartsleitner selbst hielt über 1.000 Vorträge, davon mehr als 100 im Ausland. 1995 erhielt die Gemeinde den Europäischen Dorferneuerungspreis. Die Dokumentation des „Steinbacher Weges“ gibt es als Broschüre auch in Englisch, Tschechisch, Ungarisch und auf Russisch.

Zu Ende ist der Weg nicht, auch wenn der Steinbacher Bürgermeister inzwischen Christian Dörfel heißt. Sieghartsleitner übergab ein wohlgeordnetes Gemeindewesen. Die Einwohnerzahl stieg – gegen den regionalen Trend – auf 2050 an, Steinbach hat heute 55 Gewerbe- und Handelsbetriebe.

Impressum wird eingebaut!

Perspektive für die Kleinen

Raumplanung ist, wenn die (auch langfristigen) Auswirkungen von Einzelprojekten auf das lokale und regionale Umfeld untersucht werden. Das geht von der Lärmentwicklung im Siedlungsgebiet bis zur Umsatzplanung beim lokalen Nahversorger. Warum die Raumplaner nicht immer die Rolle spielen, die ihnen zukommt, erzählt Christof Schremmer vom Österreichischen Institut für Raumplanung.

VON ERNST SCHEIBL e.scheibl@wirtschaftsverlag.at

FOTOS CHRISTIAN MICHEL

Welche Rolle hat die Raumplanung für die wirtschaftliche Entwicklung?

Aus Sicht der Raumplanung geht es darum, Rahmenbedingungen zu schaffen. Ein Teil ist die Beurteilung der räumlichen Wirkung. Zum Beispiel wird derzeit im Raum Wien-Bratislava Infrastruktur nachgebaut, die wir seit 20 Jahren haben sollten. Da geht es um die Frage, welche Standorte werden zum Beispiel mit Verkehrsmaßnahmen erschlossen, welche Siedlungsgebiete positiv oder negativ betroffen.

Die Vorlaufzeiten sind aber gerade bei diesen Projekten sehr lang.

Mit 10 bis 15 Jahren zwischen Planungsbeginn und Eröffnung muss man rechnen. Dass es so lange dauert, ist auch ein Indikator für die Wichtigkeit und Wertigkeit solcher Entscheidungen.

Wie lange ist die Lebensdauer einer raumplanerischen Entscheidung?

Das hängt von den wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und Zielsetzungen ab. Die Wirkung ist aber jedenfalls langfristig. Denken Sie an die Eisenbahn-Infrastruktur, die Mitte des 19. Jahrhunderts aus militärischen Gesichtspunkten angelegt wurde. Daher

stammt die Idee der Kopfbahnhöfe, die heute Wien Probleme bereitet.

Das heißt, die Raumplanung schaut sich nur mehr die Fehlentwicklungen der Vergangenheit an?

Nein. Wir haben im ganzen Land Flächen mit enormem Potenzial. Das sind alles Standorte, wo man mit Infrastruktur und den geeigneten Partnern im Immobilienbereich erst zu Lösungen kommen muss.

Stichwort Partner: Die Überbauung des Bahnhofs Wien Mitte gilt als gescheitert.

Das waren 15 Jahre Vorlaufzeit und dann scheitert das, weil die Prämisse falsch war. Das war ein aus der Kalkulation des Pachtzinses der ÖBB von unten nach oben entwickeltes Projekt. Da entstand eine städtebaulich untragbare, funktional zum Teil auch problematische Kubatur. Es braucht eine Riesenkatastrophe, wie das Veto der Unesco, um das Projekt zu relaunchen. Wenn sich das für die ÖBB nur mit einem 50.000 Quadratmeter großen Einkaufszentrum rechnet, das rundum die gesamte wirtschaftliche Infrastruktur niederbombt, dann ist das ein Problem. Public Private Partnership kann nicht heißen, dass die Stadt die Hosen

runterlassen muss und die wirtschaftliche Infrastruktur aufgeben muss, nur damit die Interessen des Investors bedient werden.

Das ist ein wichtiger Punkt. Was heißt das für die Raumplanung, die ja nicht selbständig tätig wird, sondern Auftragnehmer ist?

Unser Anliegen ist, die Fakten so auf den Tisch zu bringen, dass allen Verhandlungspartner klar ist, worüber verhandelt wird und im nächsten Schritt einen Lösungsbeitrag zu entwerfen, bei dem alle Interessen weitestgehend berücksichtigt werden. Dabei ist Transparenz die wichtigste Voraussetzung. Dann sieht auch jeder Partner, ob er da noch mit kann.

Gibt es eine Verpflichtung, Raumplanung in Anspruch zu nehmen?

Nein. Aber es gibt sehr wohl das Interesse mehrerer Auftraggeber, sich externe Expertise zu verschaffen. Es müssen ja alle die Zahlen glauben, die am Tisch liegen.

Hat die betroffene Gemeinde ein Mitspracherecht?

Beim Bahnhof Wien Mitte hat es zum Beispiel im Vorfeld keine Kommunikation gegeben. Es braucht aber vor dem

„Im Vergleich zu dem, was auf dem Spiel steht, sind die Kosten für Planung und Beratung marginal“, quittiert Christof Schremmer ein oft gehörtes Vorurteil, Raumplanung sei zu teuer.



Verwaltungsverfahren flexible Kommunikationsvorgänge, das war hier nicht gegeben.

Welche Bedeutung haben die Planungs- und Beratungskosten?

Die sind im Vergleich zu dem, was dann am Spiel steht, marginal. Im konkreten Fall braucht es jetzt ein Mediationsplanungsverfahren, um erst wieder dort hin zu kommen, wo man heute sein wollte. Das, was dazwischen passierte, hat Geld, Zeit und politischen Kredit gekostet.

Es gibt ja bei den Ländern Raumplanungsabteilungen. Reicht das nicht?

Auf Landesebene gibt es Raumplanungseinrichtungen, die Teil der Landesverwaltung sind. Die beschäftigen sich mit großräumigen Entwicklungen. Dann gibt es die Gemeindeplanungsaufsicht, welche die Gemeinden bei den örtlichen Planungsentscheidungen berät, beziehungsweise die Verfahren abwickelt. Das ist eine Flächenwidmungs- und Bebauungsplanung, wo die Gemeinden sehr autonom sind, da können nur grobe Verstöße gegen die Raumplanung beansprucht werden. Das ist auch schwierig

und passiert nicht oft. Die wenigsten Bundesländer haben es geschafft, hier klare Richtlinien beispielsweise bei Großmärkten durchzusetzen. Beispiel Graz-Seiersberg: Da wurde das insgesamt nicht akzeptable, weil zu große Projekt (fast so groß wie die Shopping City Süd und klar den Richtlinien widersprechend) so lange in Teilprojekte zerlegt, bis es gepasst hat und daher nicht geprüft werden muss. Ich muss die Wirkung in Summe prüfen und nicht in Teilen. Fachlich wäre die Raumplanung dazu in der Lage, aus politischen Gründen ist sie es oft nicht.

Was ist die Grundlage raumplanerischer Entscheidungen? Wo zeigt sich, ob ein Projekt Sinn macht, oder nicht?

Die Beurteilung der Raum- und Umweltverträglichkeit gehört zum Repertoire der Raumplanung. Bei objektiver Prüfung gibt es ein klares Ergebnis: Wie viele Betriebe sind betroffen, welche Auswirkungen auf die Umsätze ergeben sich, für wie viele Betriebe bedeutet dieses Projekt eine Bedrohung, wie lässt sich das Projekt mit der Zielsetzung einer flächenmäßigen Nahversorgung vereinbaren. Es gibt Beispiele, wo das gemacht wird. Es

gibt aber auch Beispiele dafür, dass die Prognose von dem Investor nahe stehenden Beratungsfirmen gemacht wird und dann fahren die drüber. Das geht ganz einfach. Wird das Einzugsgebiet groß genug definiert, dann haben die kein Problem, weil sie unter Annahme des statistisch nachweisbaren Umsatzzuwachses zeigen können, dass dem lokalen Handel nichts weggenommen wird. Das schaut anders aus, wenn man von den regionalen Kaufkraftpotenzialen ausgeht. Wenn ich mir Tulln anschau: Die Nachbargemeinde Langenrohr baut eine Einkaufsmeile - das ist für die existierende Handelsstruktur in Tulln natürlich ein schwerer Schlag. Der Aufschrei aus Tulln kam zu spät, weil das Ding längst gebaut war. Keine Frage, dass die Raumplanung eine regionale Abstimmung wünschen würde, das scheitert an den unterschiedlichen Interessenslagen der Gemeinden. Wenn da das Land nicht als Moderator auftritt kommt der Ausgleich nicht zustande. Zum Beispiel ist der interkommunale Finanzausgleich eine lang erhabene Forderung, die rechtstechnisch leicht bewältigt werden könnte. Es müssen nur die Voraussetzungen geschaffen werden. Wir hoffen, dass das im Österreich-Konvent durch geht. Das heißt aber noch lange nicht,



Christof Schremmer: „An und für sich vernünftige Lösungen scheitern oft daran, dass die Investoren einen direkten Zugang zu den höchsten politischen Ebenen haben und dort die Zusammenhänge verkürzt dargestellt werden.“



Information

Das Österreichische Institut für Raumplanung ist ein Verein, der sich mit der räumlichen Dimension in Politik und Gesellschaft befasst und durch Planung, Forschung und Beratung dazu beiträgt, innovative Lösungen zu finden und ins Bewusstsein der Öffentlichkeit zu bringen. DI Christof Schremmer ist Raumplaner und Obmann des Vereins ÖIR.

Info: www.oir.at

E-Mail: schremmer@oir.at

dass es in der Praxis passiert, weil die Gemeinde, die so ein Projekt vor hat, damit auch einverstanden sein muss. Da braucht es Vorgaben auf Landesebene. Da müsste es Größenbeschränkungen geben, Vorgaben über die Branchenstruktur, über das Verkehrsaufkommen und mehr. Das erfordert eine aktive Rolle des Landes. Man sieht aber nicht, dass das irgendwo auf Landesebene passiert oder auch nur in Gang kommt. Da muss der Aufschrei der kleinen Gemeinden schon sehr laut werden, damit da was passiert. Denken wir kurz zurück, wie lange die Vorlaufzeiten für solche Projekte sind und dass die Grundlage dafür Flächenwidmungen sind, die sehr oft schon entschieden wurden. So. dann habe ich die Fläche zur Verfügung und dann soll ich auf einmal nur die Hälfte oder ein Drittel realisieren? Das lässt sich kaum durchsetzen.

Woran liegt es, dass an und für sich vernünftige Lösungen nicht umgesetzt werden?

Sehr oft daran, dass die Investoren einen direkten Zugang zu den höchsten politischen Ebenen haben und dort die Zusammenhänge sehr verkürzt dargestellt werden. Zudem ist

die Rolle des Moderators politisch und fachlich schon extrem schwierig. Da müssen alle Betroffenheiten (auch der weiter entfernten Gemeinden) berücksichtigt und hochgerechnet werden, weil die Auswirkungen ja immer langfristig sind. Da tut man sich schwer, keine Frage. Es ist ja auch die Auswirkung auf die Standortgemeinde oft nicht geklärt. Was passiert mit dem eigenen Ortszentrum, welche Beeinträchtigungen sind zu erwarten, wie hoch liegen die Kosten für die Gemeinde tatsächlich, wie schauen die Erträge der Gemeinde in Wahrheit aus. Die Länder sind nicht sensibel genug für die Erkenntnis, dass sie erheblichen Kahlschlag in der lokalen und regionalen Infrastruktur schaffen. Manche sind der Meinung, es ist ohnehin schon egal, die Struktur ist ohnehin kaputt, daher kann man das machen. Diese Haltung wird auch durch die bestehende Nahversorgungsförderung bestätigt. Das ist keine strukturelle Förderung, die dem Nahversorger hilft, sich neu zu positionieren, oder auch nur anzupassen, die eine Kooperation zwischen den einzelnen Betrieben ermöglicht. Sie ermöglicht ihm nur, von Jahr zu Jahr weiter zu wursteln, wenn er bereit ist, persönliche Einschränkungen zu akzeptieren.

Aber wie soll es denn gehen, wenn Projektentscheidungen so lange dauern, dass nur die Großen den Atem haben, die Wartezeit auszuhalten?

Man sollte auf zwei Weisen vorzugehen. Großprojekte gehören im Regionalkontext gründlich geprüft. Das dauert sicher länger, aber ich muss ja auch lange mit den Auswirkungen leben. Für die kleinen Unternehmen ist es eine Anforderung des Landes und der Gemeinden, die Rahmenbedingungen zum Beispiel für Betriebsansiedlungen zu schaffen. Ich muss die Lage eines Gewerbebetriebes und das ganze Rundherum vorbereiten. Da sind, das muss man zugeben, kleine Gemeinden überfordert, andererseits ist Hilfestellung von Seiten des Regionalmanagements möglich. Es geht da auch um ganz kleine Sachen: Eine freie Fläche, ein leer stehendes Geschäftslokal, das gehört verwaltet. Andererseits habe ich Gründer, die viel Aufwand damit haben, überhaupt einmal einen Standort zu finden. Wenn es da in den Gemeinden einen Koordinator gäbe, der bis zur Eröffnung begleitet, dann wäre das ein wichtiger Beitrag für die Stärkung der KMU-Landschaft in Österreich.

Wer sind eigentlich die KMU?

Eine schwierige Definition, gibt Peter Voithofer von der KMU Forschung Austria zu. „Darunter fallen ja 99 Prozent der Betriebe.“ Als Gruppe repräsentieren sie jedenfalls „die österreichische Wirtschaft“. 65 Prozent der Arbeitnehmer sind bei KMU beschäftigt, das ist weit über dem Europa (der 15) Durchschnitt, bei der Ertragskraft liegen sie im europäischen Mittelfeld. Nur was die Eigenkapitalquote angeht, sind die heimischen KMU statistisches Schlusslicht.

VON ERNST SCHEIBL e.scheibl@wirtschaftsverlag.at

FOTOS KMU FORSCHUNG AUSTRIA



Peter Voithofer, KMU Forschung Austria: Die Eigenkapitaldecke der meisten Betriebe ist zu dünn. Das beeinflusst die Betriebsübergabe negativ.

Wie sehr die KMU die österreichische Wirtschaft darstellen, zeigt sich noch stärker bei der Betrachtung des ländlichen Raumes. 32 Prozent der KMU haben ihren Standort in ländlichen Gemeinden (zwischen 1995 und 2003 stieg die Zahl der Betriebe dort um 10,3 Prozent gegenüber einem Anstieg von 8,9 Prozent in den Städten). Die Dominanz als Arbeitgeber am Land dokumentieren sie mit einem Anteil von 27 Prozent (der gesamt-österreichischen Arbeitsplätze). Welche Kraft dahinter steckt, belegt Voithofer mit einer Studie: „Zwischen 1995 und 2003 sind die Beschäftigungszahlen im ländlichen Raum um rund 11 Prozent gestiegen, im urbanen Raum hingegen nur um etwa 2,1 Prozent. Im gleichen Ausmaß hilft die mittelständische Wirtschaft im Umkreis der Städte Pendlertum zu vermeiden, die Nahversorgung sicher zu stellen und damit die Lebensqualität zu verbessern. Die Sparten Gewerbe und Handwerk, Handel sowie Tourismus und Freizeitwirtschaft stehen hier ganz vorne.“

Alles eitel Wonne? „Nein“, bedauert der KMU-Forscher, „da gibt es schon ganz massive Probleme“. Bei den bestehenden Betrieben hängt sehr oft das Damoklesschwert der bevorstehenden Übergabe ziemlich knapp über den Köpfen. „Problematisch ist hier, dass die Zahl der nicht übergabefähigen Betriebe zwischen den Jahren 2000 und 2003 um knapp zwei Prozentpunkte (auf 9 Prozent) angestiegen ist.“ Da spielt die zu dünne Eigenkapitaldecke eine wesentliche Rolle: „Einen Betrieb, der über drei Jahre ein negatives Eigenkapital von mehr als 20 Prozent aufweist (das heißt, die Verbindlichkeiten übersteigen 20 Prozent des Gesamtvermögens), beziehungsweise der

jährlich einen 5 Prozent übersteigenden Verlust erwirtschaftet, kann ich nicht mehr übergeben.“ Was Folgen hat. Keine Übergabe, keine Arbeitsplätze, keine Nahversorgung, Schwächung der Kaufkraft, da die Übergabe meist im Familienkreis stattfindet, häufig auch noch Abwanderung, weil ja die Folgegeneration in der Region keinen Arbeitsplatz findet. „Ein Teufelskreis, der leider schnell in Gang kommt.“ Nachsatz: „Zwischen 2004 bis 2013 steht ein Viertel der heimischen Unternehmen zur Übergabe an.“

Wo es passiert ist, passiert auch Strukturbereinigung. „80 Prozent der möglichen Unternehmensnachfolgen haben tatsächlich stattgefunden, knapp vier von fünf dieser Übernahmen können als erfolgreich bezeichnet werden.“

Die Lücke sollen wohl die Gründer auffüllen. Aber ihnen (und auch den Ansiedlungswilligen) machen manchmal auch die Immobilienpreise zu schaffen.

Wenn es passt, dann ist der ländliche Raum (als „urbanen“, also städtischen Raum, bezeichnen Voithofer und seine Kollegen Siedlungsgebiete mit mehr als 2000 Einwohnern), kein schlechter Standort. Vor allem für Handwerker: „Denen kommt über die Handelsschiene oft zusätzliches Geschäft ins Haus“.

Weil wir schon beim Definieren sind: Was heißt eigentlich Nahversorgung? „Keinesfalls nur Lebensmittelhandel. Da müssen eben auch Handwerke und Gewerbebetriebe vertreten sein.“ Zwei aus jeder Sparte hält Voithofer für ein Minimum, soll der Wettbewerb nicht nur mit den großen Zentren stattfinden. „Ein entsprechend großes (von der Zahl her) Einzugsgebiet vorausgesetzt. Hat seine Vorteile: „Da braucht man nur an die Wegzeitkosten auf der Reparaturrechnung zu denken.“

Reifeprüfung für Autos



In der südöstlichsten Ecke des Salzburger Landes liegt der Lungau. Das Klima ist rau, der Frühling kommt spät, der Sommer ist kühl, und um das auszugleichen, kommt der Herbst früher als irgendwo in Österreich. Das alpine driving Center Lungau nützt gerade diese scheinbaren Nachteile und ist gleichzeitig eines der pfiffigsten Projekte des WIR-Wettbewerbs.

VON ERNST BRANDSTETTER

FOTOS ADC



„Sibirien des Obstbaus“, so bezeichnet eine Web-Site des Gymnasiums Tamsweg den Lungau. Mit einer durchschnittlichen Seehöhe von mehr als 1.000 Metern ist es auch nicht verwunderlich, dass der Lungau einer der Kältepole Österreichs ist. Zudem war dieser Teil Salzburgs lange Zeit eher eine abgeschiedene Gegend, nur mühsam zu erreichen. Bis zum Bau der Tauernautobahn 1975, waren die hohen Pässe des Lungau gefürchtet bei Automobilisten. Bereits vor über 60 Jahren wurden daher die ersten VW-Prototypen von Ferdinand Porsche hier unter alpinen Bedingungen erprobt. Doch auch heute noch sind die Bergstrecken des Lungau ein „Benchmark“ in der Fahrzeugentwicklung geblieben, die alle neuen Fahrzeugmodelle vor der Serienfreigabe erfolgreich zu absolvieren haben. Motoren, Getriebe, Kupplungen und Bremsen müssen hier ihre Dauerfestigkeit unter extremen Klima-, Höhen- und Streckenverhältnissen beweisen.

Hilfe für Testingenieure

Das merkten auch die Lungauer, allen voran Franz Lüftenegger von der Bezirksstelle Tamsweg der WKÖ. Er wollte den Lungau nicht nur als abgelegene Tourismusregion sehen, sondern „etwas ganz anderes probieren.“ Lüftenegger: „Dass hier von vielen Automarken, unter anderem BMW, Mercedes, Opel, Audi und Jaguar getestet wurde, war uns bekannt. Wir haben uns dann mit den Testingenieuren unterhalten, die dringend Hilfe brauchten.“ Was fehlte,



2002 wurde der Verein „alpine driving center Lungau“ gegründet. Die Initiatoren haben damit einen erfolgreichen Weg beschritten.



war vor allem Infrastruktur: ein Testzentrum, Hallen für die Fahrzeuge, IT-Infrastruktur, Serviceunternehmen und ein Wirtschaftsumfeld mit modernster Technologie. Lüftenegger suchte sich Verbündete und gründete 2002 den gemeinnützigen Verein „alpine driving center Lungau“. Ziel war es, Infrastruktur für Fahrzeug- und Reifentests sowie für Fahrtrainings und Events zu schaffen. Zudem sollte eine Organisationseinheit für die Tester und ihre Gäste bereit stehen und Klein- und Mittelbetrieben der Region die Chance auf Kooperationen mit der Auto- und Reifenindustrie gegeben werden.

Die Idee fiel auf fruchtbaren Boden. Das Land Salzburg unterstützte die Initiative bei der Einrichtung eines Winter-Testgeländes am Passegggen bei Tamsweg, das über alle nötigen Maschinen inklusive Schneekanone verfügt. Im Techno-Z Mariapfarr wurde ein Büro eingerichtet und umfangreiche Marketing- und Werbemaßnahmen gesetzt. Insgesamt sollen in den kommenden Jahren im Techno-Z in Mariapfarr mehr als eine Million Euro investiert und mittelfristig etwa 20 hoch qualifizierte Arbeitsplätze geschaffen werden.

Seit dem Vorjahr besteht darüber hinaus eine Kooperation mit dem Institut für Maschinenkonstruktionslehre und Kraftfahrzeugbau (mkl) der Universität Karlsruhe, das das wissenschaftliche Know-how beisteuert, um den Lungau als international anerkanntes Kompetenzzentrum für die Entwicklung von intelligenten Antriebstechnologien für Kraftfahrzeuge und mobile Arbeitsmaschinen unter alpinen Bedingungen zu positionieren. Der im Lungau geborene Fahrzeug-Experte Christian Schyr ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am mkl und wurde über die

Homepage des adc Lungau im Internet auf die Aktivitäten des Vereins aufmerksam. Er erkannte sofort das Potenzial: „In der Autozulieferindustrie gibt es großen Bedarf an hoch qualitativen Dienstleistungen für die Konstruktions-, Berechnungs- und Erprobungsphase. Durch die angestrebte enge Zusammenarbeit der Spezialisten aus den Bereichen Konstruktion und Berechnung, Regelung und Simulation sowie Elektronik und Softwareentwicklung bietet sich für das adc Lungau die Möglichkeit, als kompetenter Dienstleister am Markt erfolgreich zu sein“, erläutert Schyr, der in Zukunft den Ausbau des adc Lungau leiten soll.

Ziele der Forschungsaktivitäten

Den Rahmen dafür bildet das von Bund und Land geförderte Aktionsprogramm „Kompetenzzentrum-Netzwerk“, das eine Zusammenarbeit von Unternehmen und Forschungseinrichtungen forciert. Es sieht vor, dass vor allem auch Klein- und Mittelbetriebe an Hightech-Projekten teilnehmen können. Intensive Gespräche und Verhandlungen mit Magna Steyr und AVL List sowie mit Bund und Land haben dazu geführt, das das adc Lungau als Salzburger Knoten im bereits bestehenden Kompetenzzentrums-Netzwerk „Fahrzeugsantriebskonzepte der Zukunft“ integriert werden kann. Seit einiger Zeit werden mit wichtigen Industriepartnern vorwiegend aus dem Bundesland Salzburg (z.B. Liebherr, Kässbohrer, Palfinger, SAG Lend oder Rosenbauer) gemeinsame Projekte erarbeitet.

Anerkennung als Kompetenzzentrum

„Die beantragte Anerkennung als Kompetenzzentrum beim Wirtschaftsministerium sowie beim Forschungsförderungsfonds soll in wenigen Tagen

positiv erledigt sein“, ergänzt Lüftenegger. Die Aktivitäten des adc Lungau werden sich in nächster Zukunft neben dem Automobilbereich besonders auf den großen Bereich der mobilen Arbeitsmaschinen konzentrieren. Darunter fallen etwa Pistengeräte, Forstmaschinen, Stapler, Radlader oder Feuerwehr-Drehleitern. Konkret soll es in nächster Zeit darum gehen, mit Hilfe der Elektronik Fahrzeugkomponenten intelligenter zu machen. So könnte etwa ein Automatik-Getriebe über GPS (Global Positioning System) „wissen“, ob das Auto bergauf fährt und so ständige Gangwechsel verhindern. Durch dieses vorausschauende Betriebs- und Schaltverhalten von Getrieben kann nicht zuletzt auch eine Senkung des Kraftstoffverbrauches und der Abgasemissionen erreicht werden.

Virtuelle Fahrt durch den Lungau

Tests von Fahrzeugen und Komponenten im Lungau sollen in Zukunft nicht nur in der „Realität“ möglich sein. adc Lungau und Uni Karlsruhe haben gemeinsam einen digitalen Streckenatlas erstellt, der gewissermaßen ein elektronisches Modell, Land und Klima vereint. Dafür wurden Lungauer Bergstrecken zentimetergenau elektronisch „abgetastet“ und nach Steigung, Kurvenradien oder Höhenunterschieden kategorisiert. Diese Messungen wurden dann in eine Datenbank übertragen und ermöglichen am Prüfstand erste virtuelle Testfahrten. Der digitale Streckenatlas verbessert damit entscheidend die Möglichkeiten der Automobilindustrie, die Entwicklung neuer Fahrzeuge, Motoren oder Getriebe im Frühstadium am Computer zu testen und so zu beschleunigen. Das Interesse dafür ist bereits vor der Markteinführung vorhanden. So soll der Lungau bald nicht nur in Österreich zu finden sein, sondern überall, wo weltweit Fahrzeuge getestet werden.



WIR Info

Kategorie: A
Ansprechpartner: Dr. Franz Lüftenegger

Adresse: Wirtschaftskammer Salzburg,
Friedhofgasse 40, 5580 Tamsweg

TELEFON: +43 (0) 6474/2253

E-MAIL: FLUEFTENEGGER@WKS.AT

Verbindung aus Tradition und Zukunft



Handwerk ist keine aussterbende Kunst im Zeitalter computerisierter Fertigungsmethoden. Wenn beispielsweise Österreichs Schistars über die Piste brettern, dann hilft ihnen nicht nur High Tech, sondern auch solide Handwerksarbeit, erklärt Erika Kudweis von meister-stück, dem Netzwerk für feinste Maßarbeit.

VON ERNST BRANDSTETTER

FOTOS MEISTER-STÜCK



Damit die Gold-Beine auch richtig fest in den Schischuhen stecken, tragen Hermann Maier und Co. maßgefertigte Leder-Innenschuhe von einem renommierten österreichischen Handwerksbetrieb. Auch in vielen anderen Bereichen des täglichen Lebens spielt Handwerk wieder eine wichtigere Rolle. Der Bedarf und der Wunsch nach Maßarbeit wachsen mit dem steigenden Bedürfnis nach Individualität und Wertbeständigkeit. Handwerker, die Maßarbeit anbieten, besetzen dadurch erfolgreich eine Nische, in der ihnen auch der Handel nicht zur Konkurrenz wird. Ihre Probleme sind jedoch das Aussterben der Zulieferbetriebe bzw. die sinkende Qualität der zugekauften Rohmaterialien – und der akute Facharbeiter- und Nachwuchsmangel.

Gegenseitige Unterstützung

Vor genau einem Jahr hatte die PR-Expertin Kudweis, deren Gatte Maßschuhe herstellt, die Idee, einen Zusammenschluss der Meister verschiedenster Klassen zu initiieren. Kudweis: „Das Ziel war es, das exklusive Maßhandwerk aufzuwerten, die Handwerker dabei zu unterstützen, Kontakte zu knüpfen und interessierten Lehrlingen bessere Chancen zu bieten. Ich habe mit dieser Idee beim Best Business Plan Wettbewerb von Junior Chamber International (JCI) teilgenommen und erhielt auf Anhieb Platz 4 unter 70 weltweiten Einreichungen.“



Etwas schwieriger war dann die Umsetzung, „auch wenn und fast alle Türen weit offen standen“, erinnert sich Kudweis. Starttermin war Jänner 2003. Heute hat das Netzwerk bereits 30 Mitglieder. Die Palette reicht vom Floristen über Friseure, Goldschmiede, Hafner, Handschuhmacher, Modisten, Schuhmacher, Silberschmiede, Tapezierer, Taschner und Terrazzomacher bis hin zum Zimmermann – Berufe, von denen mancher überrascht sein wird, dass es sie überhaupt noch gibt. Kudweis: „Wir sehen in einigen Bereichen sogar wieder eine Renaissance.“

Empfehlung erwünscht

Mitglied bei meister-stück zu werden, ist gar nicht so einfach. Wer beitreten will, braucht eine schriftliche Empfehlung eines anderen Handwerksmeisters, der für die hohe Kompetenz des Kollegen bürgt. Kudweis: „Damit wollen wir sicherstellen, dass die Qualität auch stimmt. Denn nur mit bester Qualität wird es gelingen, dem Handwerk in Europa wieder eine tragfähige Basis für seinen Fortbestand und sein Wachstum zu schaffen.“ meister-stück versteht sich dabei vorrangig als Netzwerkplattform und als Serviceeinrichtung. Um aktive Öffentlichkeitsarbeit betreiben zu können, werden erfolgreiche Unternehmer der Jugend und der Gesellschaft als Identifikationsfiguren angeboten.

Wenn heute von vernetztem Denken gesprochen wird, erscheint das vielen schon als alter Hut. Kudweis: „Den Handwerkern muss dieser Gedanke und sein Nutzen teilweise erst näher gebracht werden.“ Sie waren früher stark mit den „verwandten“ Zünften und jenen, die als zuliefernde Betriebe arbeiteten vernetzt. Diese Beziehungen existieren aber vielfach nicht

mehr, und die Handwerker sind größtenteils auf sich alleine gestellt. Die notwendige Spezialisierung hat zudem dazu geführt, dass Lehrlinge oft gar nicht mehr alle Aspekte ihres Berufes kennen lernen können. In vielen Handwerksbereichen wird ein Großteil des Fachwissens von Generation zu Generation hauptsächlich mündlich weitergegeben. Da aber etliche Betriebe ohne einen Nachfolger einfach verschwinden, schwindet mit ihnen auch sehr viel an Wissen. Gemeinsame Reisen zu renommierten Betrieben im In- und Ausland und ein regelmäßiger Erfahrungsaustausch gehören daher zum Grundprogramm von meister-stück.

Chance für Lehrlinge

Lehrlingen ermöglicht das Netzwerk die Auswahl ihrer Lehrstelle nach ihren persönlichen Interessen. Sie haben die Gewissheit, dass alle teilnehmenden Betriebe überprüft wurden und dass die Lehrherren zu den Engagiertesten ihrer Branche gehören. Viele Handwerker klagen auch über den Umstand, dass die Gesellen gleich nach der Behaltfrist dazu neigen, in einen anderen Betrieb zu wechseln, um ihr Können zu vervollständigen. meister-stück organisiert daher für Lehrlinge internationale Praktika. Das dort erlernte Fachwissen sollen die Lehrlinge zu Papier bringen, um so eine Wissensbasis für die Zukunft zu schaffen – natürlich fern jeder Werksspionage, erklärt Kudweis. Um das gesammelte Wissen auch für die Allgemeinheit und die nachfolgenden Generationen zu erhalten, wird meister-stück an zentraler Stelle alles gesammelte Material archivieren und allen teilnehmenden Betrieben zur Verfügung stellen.

Erfahrungsaustausch über die Grenzen hinweg

Die Ausbildung im Maßhandwerk bietet Jugendlichen die Chance, durch handwerkliches Geschick und Kreativität Tradition und Moderne zu verbinden. Bevor sie sich spezialisieren, sollen sie einen Überblick gewinnen und die vielseitigen Facetten und Chancen des eigenen Berufs. Dazu erhalten die Jugendlichen über meister-stück das Angebot im 2. Ausbildungsjahr für 3 Monate ein Praktikum im Heimatland und im 3. Lehrjahr ein Praktikum im Ausland zu absolvieren.

Der Aufenthalt im Ausland ist mit genau definierten Aufgaben verbunden. Die Teilnehmer lernen einen anderen Betrieb, dessen Struktur und Arbeitsweise kennen, erwerben Fertigkeiten, die durch die Spezialisierung des Gastbetriebes ihr Spektrum erweitern und haben auf Wunsch auch die Möglichkeit sprachliche Fähigkeiten in der dortigen Landessprache zu erwerben bzw. zu vertiefen. Auch für junge Meister/innen gibt es die Möglichkeit, als Trainee die Strukturen und Identität eines anderen Handwerksbetriebes anzusehen und so einen Erfahrungsaustausch über die Grenzen hinweg zu erreichen, bevor ein Betrieb übernommen wird.



WIR Info

Kategorie: C

Ansprechpartner: Mag. Erika Kudweis

Adresse: Hauptstr. 36, A-3031 Rekawinkel

Telefon: +43 (0) 2233/57 023

E-MAIL: INFO@MEISTER-STUECK.ORG

INTERNET: WWW.MEISTER-STUECK.ORG

Sommerfrische neu erfunden

Der Berg und das Klima spielen eine entscheidende Rolle für die Attraktivität von Tirols erstem Luftkurort, Galtür. Drei Viertel der Urlaubsgäste wollen im Urlaub "etwas tun". Ein neues Netzwerk, basierend auf privater Initiative sorgt dafür, dass die Gäste mehr Lebensenergie tanken können und die Region attraktiver für Touristen wird.

VON ERNST BRANDSTETTER

FOTOS LUFTKURORT GALTÜR



Die junge Frau auf der grünen Almwiese vor dem Hintergrund eines bewaldeten Berghangs, der mit zunehmender Höhe in Bergwiesen und schließlich schroffen Fels übergeht, ist voll konzentriert: Von 10 bis 11.00 Uhr stehen in Galtür an "Kraftplätzen" Ganzkörperübungen aus verschiedenen Traditionen wie Yoga, Qigong oder Pilates an, die in der klaren Bergluft Geist und Körper erfrischen. Viele kommen hierher aber nicht verschlafen und müde, sondern besuchen schon die zweite Fitness-Station des Tages! Denn bereits um acht Uhr startet der Tag in den Berpower-Hotels mit "Morgenerwachen" der anderen Art. Energie und Atemübungen, die mobilisieren und den Geist zentrieren oder ein Stündchen Nordic Walking in frischer Bergluft ohne Stress und Leistungszwang. „Hier kann jeder mitmachen“, erklärt Hotelchefin Rosmarie

Ganahl, der gute Geist hinter all dem Treiben. Allerdings: Eine "gewisse Vitalität" setze ein derartiger Urlaub schon voraus. Auch Kneippen im Bergbach, Bergkräuterkunde das "Bergpowerfrühstück" und Grillfeste auf der Alm gehören zum Programm, das drei Familienbetriebe in Galtür zusammen mit dem lokalen Sporthandel bieten.

Aktives Erleben

In ihrer Diplomarbeit hatte sich Ganahl mit dem Gedanken auseinander gesetzt, wie man Wellness mit den alpinen Strukturen vereinen könnte. Die Menschen wollen aktiv erleben und etwas für ihren Körper tun, das zeige sich in jeder Gästebefragung. Doch nicht zu viel des Guten. Ganahl: "Wir wollen Natur und abgestimmte Programme für Energie und Lebensfreude vermitteln –



sozusagen die Sommerfrische neu erfinden. Selbstverständlich darf aber auch die Freude an der individuellen Entscheidung zum Mitmachen nicht fehlen."

Dieses Ziel wollte Ganahl ursprünglich mit dem ganzen Ort gemeinsam umsetzen, merkte aber bald, dass Engagement und Begeisterung der Beteiligten eine entscheidende Rolle spielen. Daher startete sie mit einer kleinen Gruppe, die gemeinsam auf Weiterbildung und Wissenstransfer setzt, aber mit dem Ziel den Kreis der Interessierten später schrittweise zu erweitern.

Wer mitmacht, verpflichtet sich zu jährlicher Aus- und Weiterbildung in Richtung Körperbewusstsein. Alle erworbenen Qualifikationen und Services werden gemeinsam genutzt und innerhalb des Kreises weiter gegeben. In Sachen Ernährung müssen die Partnerhotels zudem einen Kriterienkatalog einhalten und haben sich zu einer Einkaufsgemeinschaft für biologische Produkte zusammengeschlossen. Ganahl: „Die Leute verstehen, dass für die Zukunft etwas getan werden muss. Und wir können jetzt schon sagen, dass wir auf dem richtigen Weg sind.“

Die Soft-Ware Wellness ist nicht einfach zu programmieren und muss ständig gepflegt werden. Trends müssen erfüllt und verfolgt werden, umfassende Angebote sind nur durch möglichst vollständige Vernetzung der Strukturen zu erstellen. So kann ein Schneeballsystem entstehen, von dem alle profitieren. Gäste, Hotels, Sportanbieter, Gesundheit, Seilbahnen und Gastronomie. Waren früher immer extremere Sportarten

der dominierende Trend, tritt heute immer stärker die Suche nach inneren Erlebnissen, dem Sinn und der Stille in den Vordergrund. Ganahl: „Intensität, Introvertiertheit, Interaktion und Intimität sind die Schlagworte des neuen Bewusstseins.“

Synergieprodukt Wellness

Eingebunden ins System der alpinen Wellness sind auch noch zusätzliche Dienstleistungen. Kleidung und Sportgeräte gibt es vom örtlichen Fachgeschäft, das auch Spezialgetränke liefert. Wer will, erhält eine Betreuung durch den Gemeindefacharzt während des gesamten Aufenthalts. Das inkludiert beispielsweise EEG, EKG oder Messungen der Gehirnpotentiale. Fortschritte von Fitness und Wellness werden dokumentiert, und die Gäste erhalten Tipps und Programme, wie sie ihre neu erworbene Fitness auch zu Hause bewahren können. Und natürlich können die biologischen Nahrungsmittel auch zum Mitnehmen erworben werden. Alle diese Aspekte müssen im neuen Wellness-Trend beachtet und zu einem Synergieprodukt der Tourismusregion verschmelzen.

Drei Hotels, eine Idee

Drei Hotels mit jeweils mehr als dreißigjähriger Tourismuserfahrung sind die ersten Träger der Bergpower-Idee. Wohlfühlen ohne Stress – und für jeden etwas.

Das Hotel Bergfried beispielsweise gibt sich gar nicht karg, sondern ist eine Oase mit 4-Sterne Küche und wöchentlichem Gala-

Diner. Wer es gesund liebt, kann morgens aber auch unter 12 Sorten Müsli wählen und sich in der hauseigenen Sauna, im Dampfbad, im Fitnessraum und im Solarium entspannen.

Das Hotel Silbertaler sieht sich als Spezialist der vegetarischen Küche mit bereits 20 Jahren Erfahrung und spezieller Natur- und Kräuterküche, vergisst aber auch nicht auf Fleischliebhaber und bietet jeden Dienstag zünftige Sauhxan. Zusätzliche Attraktion: Bestes Quellwasser wird in jedes der geräumigen und hellen Zimmer geleitet.

Auf der Homepage vom Hotel Toni schließlich grüßt schon Frank Sinatra als tirolerisches Arrangement – ganz nach dem Wahlspruch des Hauses „die richtige Melodie für Sie“. Nach einem ausführlichen Besuch im großen Wellness-Bereich können sich Gäste hier auf einen Besuch in der „Hemingway's Bar“ freuen. Da macht es sich gut, dass es am kommenden Morgen wieder viel Frischluft in Galtür zu atmen gibt.



WIR Info

Kategorie: A
Ansprechpartner: Rosmarie Ganahl

Adresse: A-6563, Galtür 61a

TELEFON: +43 (0) 5443/8256

E-MAIL: SILBERTALER@GALTUER.AT

Pilotprojekte für Kärnten



Manfred Mitterdorfer,
Bürgermeister von Althofen

Für den Bürgermeister der Stadtgemeinde Althofen in Kärnten ist es gewissermaßen ein "Blick über den Kirchturm hinaus": 14 Gemeinden der strukturschwachen Region Mittelkärnten haben sich dazu aufgerufen, einen interkommunalen Gewerbe- und Industriepark ins Leben zu rufen, von dem alle profitieren sollen.

VON ERNST BRANDSTETTER

FOTOS GEMEINDE ALTHOFEN

Einfach war es nicht, beschreibt Bürgermeister Manfred Mitterdorfer. Aber: „Anstatt eifersüchtig auf die Einnahmen der anderen zu schießen, sind die Gemeinden über ihren Schatten gesprungen.“ Ein gemeinsamer Industriepark in günstiger Lage, der besser in der Lage ist, Investoren anzulocken und Marketing zu betreiben, wird mit EU-Unterstützung verwirklicht. Sobald der Park Gewinne abwirft, sollen alle beteiligten Gemeinden davon profitieren. Die Grundlagenstudie für den in Entstehung begriffene „Interkommunale Gewerbe- und Industriepark Althofen“ war Inhalt der Diplomarbeit des heute 28jährigen Diplomingenieurs Nikolaus Wlassits, die er 2002 auf Anregung der Stadtgemeinde Althofen, erstellte. Kern der Arbeit: Eine Machbarkeits- und Wirtschaftlichkeitsanalyse für den Interkommunalen Gewerbe- und Industriepark Althofen. Wlassits: „Zuerst habe ich untersucht, ob ein derartiges Zentrum aus unternehmerischer Sicht machbar ist. Zusätzlich befasste sich die Studie mit der Frage, wie sinnvoll regionale Kooperationen für dieses Projekt sind.“ Schließlich analysierte Wlassits noch

die regionalwirtschaftlichen Effekte für die Region und die Standortgemeinde Althofen. Anfang 2004 fiel dann der Startschuss für das Projekt und Wlassits avancierte zum Full-Time Projektbetreuer. In ein bis zwei Jahren sollen bereits erste Betriebe angesiedelt sein und ab 2010 könnte der Park Gewinne abwerfen.

Probleme bewältigen

Mit der Idee des gemeinsamen Wirtschaftsparks wollen die Kommunen Probleme bewältigen, die sie alleine nicht lösen können. Strukturprobleme und die Konjunkturflaute hatten in den vergangenen Jahren viele Gemeinden der Region in eine bedenkliche finanzielle Situation gebracht. Deshalb haben sich die beteiligten 14 Gemeinden zur Arbeitsgemeinschaft "Interkommunale Wirtschaftszusammenarbeit" zusammengeschlossen. Vorsitzender der ARGE ist Bürgermeister Mitterdorfer. Das regionale Zentrum Althofen, 15 Kilometer nördlich von St. Veit, ist mit seinen 4.764 Einwohnern und 3.582 Beschäftigten der wichtigste Wirtschafts- und Arbeitsort im strukturschwachen, von

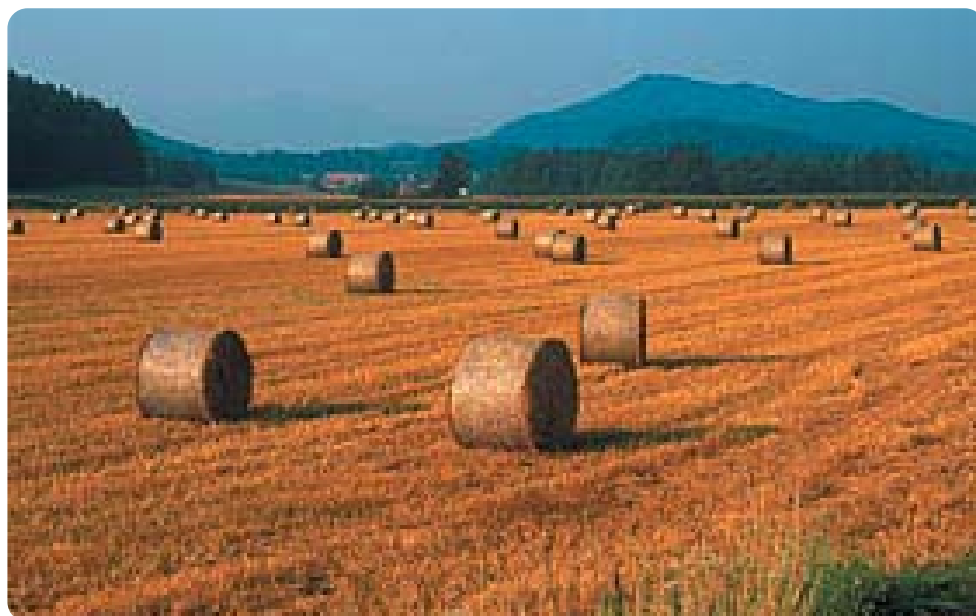
Abwanderung geprägten, nördlichen Bezirksbereich St. Veit. Die wichtigsten Leitbetriebe sind die Treibacher Chemischen Werke, das Sanatorium und die Kuranstalt Althofen, Flextronics International und die Tilly Holzindustrie. Dazu gibt es noch 58 Einzelhandels-Unternehmen und 34 Betriebe des Gaststätten- und Beherbergungswesens, eine dynamische regionale Entwicklung fehlte aber bisher.

Regionale Entwicklung

Um gemeinsam mehr erreichen zu können, wollte man auf dem bestmöglichen Areal der Region, finanziert mit einem Kredit des Kärntner Bodenbeschaffungsfonds, einen Wirtschaftspark errichten. Allein wäre es für eine Gemeinde ein zu großer Brocken gewesen, denn schon die Investitionskosten betragen rund neun Millionen Euro. Läuft aber alles glatt, sollen in Zukunft jährlich Einnahmen von 400.000 Euro anfallen, denen laufende Ausgaben von nur 130.000 Euro für Management und Standortmarketing gegenüber stehen. Die Gemeinde Althofen trägt die Kosten für die



Nikolaus Wlassits erstellte im Rahmen seiner Diplomarbeit eine Machbarkeits- und Wirtschaftlichkeitsanalyse für den Interkommunalen Gewerbe- und Industriepark Althofen.



Aufschließung, die kommunalen Steuererträge sollen in Zukunft auf alle beteiligten Gemeinden aufgeteilt werden. Zusätzliche Betriebsansiedlungen bringen aber nicht nur höhere Steuern, sondern auch indirekte Benefits. So steigt die Kaufkraft vor Ort, die Wohnbevölkerung nimmt zu und für je drei Arbeitsplätze in einem neuen Betrieb entsteht ein zusätzlicher Arbeitsplatz – natürlich nicht auf eine einzelne Gemeinde beschränkt. Am Beispiel der Projektregion, kann davon ausgegangen werden, dass das regionale Baugewerbe zu 25 Prozent an den Aufträgen zur Errichtung der Betriebsgebäude beteiligt ist. Insgesamt können je nach Branche im Schnitt 40 Prozent der Ausgaben der angesiedelten Betriebe in der Region verbleiben. Wenn dann auch die neuen Einnahmen gerecht geteilt werden, haben so alle etwas davon.

Interkommunaler Finanzausgleich

Das Finanzverfassungsgesetz sowie das Finanzausgleichsgesetz verbieten Gemeinden die Abtretung oder Verpfändung ihrer Hoheitsrechte auf Erhebung von Abgaben. Aber die Gemeinden können

selbstverständlich frei über ihre Einnahmen verfügen und Mittel an Partnergemeinden weiter leiten, was allerdings ein regionalpolitisches Novum in Kärnten ist. Dabei wird sich die Gemeinde Althofen verpflichten, erhöhte Aufkommen an Kommunalsteuer und Grundsteuer von den Betriebsansiedlungen an die anderen beteiligten Gemeinden weiterzugeben. 30 Prozent der eingenommenen Mittel bleiben in Althofen, man die Infrastrukturinvestitionen trägt, der Rest wird auf die anderen Gemeinden entsprechend den Bevölkerungszahlen aufgeteilt.

Besser gemeinsam

Im Bereich der kommunalen Infrastruktur, wie beispielsweise im Rahmen eines Abwasserverbands, sind Kooperationen von Gemeinden weit verbreitet. Im Vergleich dazu ist die Kooperationsbereitschaft in Bereichen, bei denen sich die Gemeinden Nettoerträge erwarten, wesentlich geringer, insbesondere bei der Ansiedlung von Betrieben. Stark zunehmende Anforderungen an die kommunale Infrastruktur und der Rückgang der Landwirtschaft haben

viele Gemeinden dazu gebracht, Gewerbegebiete auszuweisen und Betriebe anzusiedeln um in einem oft harten Konkurrenzkampf zusätzliche Einnahmen zu erhalten. Die Folge: Parallelinvestitionen, nicht immer optimale Standorte und mangelnde Nachfrage. Weiters haben einzelne Gemeinden oft nicht die finanziellen Möglichkeit, ihre Standorte professionell zu vermarkten. Mit einem gemeinsamen Gewerbegebiet, verlieren die Gemeinden zwar an Entscheidungskompetenz, gewinnen aber an Schlagkraft und können so eher auf Erfolge hoffen.



WIR Info

Kategorie: B
Ansprechpartner: DI Nikolaus Wlassits

Adresse: Stadtgemeinde Althofen,
Hauptplatz 8, 9330 Althofen

TELEFON: +43 (0) 664/1326668
E-MAIL: N.WLASSITS@GMX.AT

Neues Leben für die Stadt

Wenn auf der Landstraße Hauptstraße vom 25. bis 30. Oktober Hexen und Gespenster ihr Unwesen treiben, in der Wieden die Kürbisse tief fliegen oder wenige Tage später die Gumpendorfer Straße im Sound der 70er erzittert, dann ist immer ein Partner dabei – das weltweit erfolgreichste Stadtmarketing.

VON ERNST BRANDSTETTER

FOTOS WIENER EINKAUFSTRASSEN



gelingen, ein derartiges Projekt über einen so langen Zeitraum und in Zusammenarbeit mit so vielen Unternehmern zu erhalten und weiter zu entwickeln. Nirgendwo sonst wurde mehr Budget in die Umsetzung der Aktivitäten investiert." Seit 1992 investierten die Wirtschaftskammer Wien, die Stadt Wien und die Einkaufsstraßenvereine rund Euro 75 Millionen. Jedes Jahr werden für die Einkaufsstraßen in ganz Wien individuelle Marketingkonzepte erstellt und trotz der Wien-weiten Zusammenarbeit erhält sich jede Straße, jedes Viertel und jedes Grätzl seine individuelle "Note".

Umfassendes Service

Die Wiener Einkaufsstraßen arbeiten auf drei Ebenen: die Unternehmensebene, die Einkaufsstraßenvereine und die Ebene der Stadt Wien. Schwerpunkte der Arbeit sind die Bereiche Qualitätsverbesserung, Vermarktung und Lobbying. Die Qualitätsverbesserung wird mittels eines Qualitätspaketes, das den Unternehmern in den Einkaufsstraßen angeboten wird, umgesetzt. Dieses Paket enthält ein Infogespräch mit einem Unternehmensberater des WIFI Wien, eine Basis Check des Unternehmens, Mystery

Über hundert Einkaufsstraßen zählt die Bundeshauptstadt, viel zu viel für den Einzelnen, um sie im Auge behalten zu können. Dafür gibt es das Internetportal der Wiener Einkaufsstraßen www.einkaufsstrassen.at. „Das Internetportal wurde Anfang 2002 ins Leben gerufen und soll schon bald die größte Produktsuchmaschine Europas werden“, freut sich Projektleiter Helmut Mondschein. Inkludiert werden sollen alle Produkte und Leistungen der Wiener Wirtschaft. Ausgehend davon, dass Kunden kaum mehr Geschäfte, sondern bestimmte Produkte suchen, bietet dieses Portal dem Konsumenten die Möglichkeit, entweder in

ganz Wien, in bestimmten Bezirken oder Einkaufsstrassen ein Produkt oder eine Dienstleistung zu suchen. Man braucht lediglich einen Suchbegriff einzugeben, den gewünschten Bezirk auszuwählen und erhält sofort eine Liste der Bezugsquellen. An die 900 Unternehmen sind in den Einkaufsstraßen zusammen geschlossen. Interessierten bietet das Portal Links zu über 500 Homepages von beteiligten Unternehmen. Zusätzlich informiert das Portal täglich über Aktionen, Straßenfeste und Neuigkeiten. Manager Mondschein hält mit seinem Stolz nicht hinterm Berg: "In keiner anderen vergleichbaren Großstadt ist es bis jetzt



Shopping und die Erstellung eines Stärken/Schwächen-Profiles.

In der Vermarktung werden die Instrumente Medienpaket, Gemeinschaftsaktionen, Internetportal und Events eingesetzt. Gemeinschaftsaktionen werden sechsmal jährlich zu diversen Anlässen wie Muttertag, Schulanfang, etc. durchgeführt. Alle Aktionen der Wiener Einkaufsstraßen werden von einer breit angelegten Bewerbung und Öffentlichkeitsarbeit begleitet.

Leer stehende Geschäftslokale in Wien werden vom Service Center Geschäftslokale betreut. Unternehmer, die ein Geschäftslokal suchen, können so genaue Informationen über die Standorte erhalten und leichter ein optimales Lokal suchen. Bisher wurden rund 1800 Lokale wieder belebt. Eine Nachfolgebörse hilft seit 1. Jänner 2004, bestehende Betriebe, deren Eigentümer in Pension gehen, zu erhalten.

Wirtshauskultur

Zum Einkaufen gehört auch die Sorge ums leibliche Wohl. Die Einkaufsstraßen kooperieren daher mit ihrem gastronomischen Pendant, den Wiener Wirt'n – Wiener Gastlichkeit. Die Wiener Gastlichkeit ist eine Kooperation von rund 340 so genannten "Wiener Wirt'n", die vom Einkaufsstraßen-Management im Bereich der Vermarktung betreut wird. Schwerpunkt

der Aktivitäten sind fünf Aktionen pro Jahr, von denen drei bestimmte Speisen und Produkte wie Fisch, Maibock, Wild und Wiener Wein bewerben. Die Wiener Wirt'n bürgen für gepflegte Gastlichkeit und gute Qualität – Grundbestandteile einer gepflegten Wirtshauskultur. Neue Lokale und Trends werden zudem auf der Homepage der Einkaufsstraßen präsentiert.

Grätzel und Viertel

Grätzel und Viertel sorgen zusätzlich zu den Einkaufsstraßen durch Kooperationen für ein lebendiges Wien. So haben beispielsweise die Unternehmer des Karmeliter Viertels seit 2002 eine Kooperation mit den vielen ansässigen Schulen geschlossen, um in der Adventzeit gemeinsame Projekte für die Weihnachtsdekoration in den Auslagen zu initiieren. Heute machen bereits vier Schulen des Karmeliter Viertels beim Weihnachtsschmuck mit. Weil das auch Eltern und Verwandten, Lehrer und Institutionen mobilisiert, entsteht eine immense Mundpropaganda, die das ganze Viertel erfasst und den Zusammenhalt der Bewohner verstärkt.

Waldviertler in Wien

Einen anderen Weg beschritt das Stuwerviertel mit seinen über 600 Unternehmern und über 130 besetzten Geschäftslokalen. Um ein Gegengewicht zu den dortigen Image-

problem zu schaffen, haben die Unternehmer den "Waldviertler Tog" eingeführt, der das schöne Wohnviertel nahe zum Prater aufwertet. Auftakt der Kooperation, die auf mehrere Jahre angelegt ist, war ein zweitägiges Fest mit großem Rahmenprogramm, das einen Bogen vom Kinderprogramm des Nationalparks Thayatal, inklusive Geistergeschichtenerzähler, einem durchgehenden Musikprogramm, Tombola und Hüpfburg bis hin zu einer Vielzahl von Schmankerlständen schlug.

Mitgliedsbetriebe aus dem Stuwerviertel machten den Max Winter Platz zum Freilufttheurigen mit Eventbühne – zu Freude aller, vom angereisten Waldviertler-Lieferanten bis hin zu den Einwohnern des Grätzels. Das Waldviertel soll auf diese Weise Jahr für Jahr wieder im Stuwerviertel zu Gast sein, um die gegenseitigen Beziehungen zu vertiefen.



WIR Info

Kategorie: B
Ansprechpartner: Helmut Mondschein

Adresse: Wiener Einkaufsstraßen,
Schottenfeldgasse 59, 1070 Wien

TELEFON: +43 (0) 1/522 03 66-0
E-MAIL: WEGHOFER@WIFIWIEN.AT

Netzwerk rund ums Bauen

Vor rund sechs Jahren hatte der Grieskirchner Installateurmeister Muggenhumer die Idee, aus einer guten Gewohnheit ein tragfähiges System zu machen. Gute Handwerksbetriebe, die häufig zusammenarbeiten, sollen diese Zusammenarbeit zu einer Marke machen und den Kunden gemeinsam besseres Service bieten.

VON ERNST BRANDSTETTER

FOTOS HIH

Wer ein Haus baut oder renoviert, Küche oder Bad erneuert, steht bald vor dem Problem, die verschiedenen Handwerker zu koordinieren. Termine müssen vereinbart werden, technische Fragen zwischen unterschiedlichen Firmen abgesprochen werden. Und dennoch: Häufig passiert etwas und einer schiebt die Schuld auf den anderen und bei Gewährleistungsfragen gibt es Streit. Nicht so in Grieskirchen: Dort sorgt die HIHwerker Grieskirchner Handwerker Gruppe dafür, dass alles glatt geht.

„Bei uns ist es egal, welches Mitglied der Gruppe Sie zuerst kontaktieren, jeder kann als Generalunternehmer für Kunden tätig werden“, beschreibt Installateurmeister Thomas Muggenhumer das System. Zehn Profifirmen, alle Topanbieter in ihrem Bereich, haben sich zusammengeschlossen, um ein umfassendes Service für Sanierung, Neubau, Umbau und Ausbau anzubieten. Das Angebot reicht von der Planung bis hin zur Einrichtung der fertigen Objekte. Und damit die Menschen auch merken, dass sie es mit einem funktionierenden Netzwerk zu tun haben, bieten sie ihre Leistungen unter einem gemeinsamen Logo an.



Vorteile für Kunden

Muggenhumer: „Die Vorteile für die Kunden sind klar – nur ein Ansprechpartner, daher weniger Zeitaufwand. Schnellere Reaktion auf Kundenanfragen als bei Einzelbetrieben, daher rascherer Baubeginn möglich. Gewährleistung durch eine Gruppe, die alle Teilbereiche umfasst.“ Für die Unternehmen hat sich das auch gelohnt. Neben der stärkeren Präsenz nach außen ergab sich ein kontinuierlicheres Auftragsbild und ein stärkeres Wachstum. Heute beschäftigen die zehn Mitgliedsbetriebe der HIH Grieskirchen insgesamt 257 Mitarbeiter/innen, 39 Lehrlinge und bis zu 50 Leasing-arbeiter. Der gemeinsame Umsatz

betrug zuletzt 31,5 Millionen Euro im Jahr.

Tatsächlich gegründet wurde die Werbe- und Arbeitsgemeinschaft mit eigenen Statuten 1999. Muggenhumer: „Wir kannten uns aus den letzten Kooperationen der vorhergehenden Jahre. Dennoch haben wir uns fixe Regeln gegeben, die auch für neu hinzukommende Unternehmen gelten.“ Wer in die Gruppe aufgenommen wird, entscheidet die Gruppe gemeinsam bei einem der regelmäßigen Treffen.

Kommunikation

Kommunikation spielt überhaupt eine wichtige Rolle bei der HIH. Regelmäßige Sitzungen und Beratungen dienen der



Weniger Mühe und Zeitaufwand für den Bauherrn, wenn es um Sanierung, Neubau, Um- oder Ausbau geht: Das ist die Idee hinter der Gruppe HIHwerker Grieskirchen, die alles aus einer Hand anbieten.

Abstimmung der Vorhaben und eigenen Zukunftsprojekten. So wurde beispielsweise eine Aktion zur Lehrlings- und Facharbeiterausbildung ins Leben gerufen, auch mit den Grieskirchner Schulen kooperiert die HIH. Mit anderen Trägerorganisationen vor Ort veranstaltet die HIH Diskussionsforen zum Thema Arbeit, Wirtschaft und Beschäftigung.

Zehn Profis

Die zehn Profis der ersten Stunde bei HIH Grieskirchen umfassen ein breites Leistungsspektrum. Die Firma Muggenhuber ist der Installations- und Sanitärerperte der Gruppe, für Bau und Möbeltischlerei zeichnet die Firma Pachner verantwortlich. Aus der Verwandtschaft des Gründers kommt das Elektro-TV-Service Karl Muggenhuber, als Baumeister und Zimmerer ist K&J Weixelbaumer dabei. Für Bau und Metallbau zeichnet die Firma Hartl verantwortlich, Experte für Dach und Wand ist die Firma Kornhuber, Dazu kommen noch Trockenbau Hofer, Malermeister Reif, Parkettspezialist Stadlmayr und Kachelöfen und Fliesen gibt's von der Firma Reiter. Muggenhuber: „Wir unterstützen und gegenseitig und bisher läuft alles bestens. Jede Firma hat durch diese Zusammenarbeit gewonnen.“

Regionaler Profit

Profit bringt die Kooperation aber auch für die gesamte Region. Durch das höhere Auftragsvolumen werden vor Ort Arbeitsplätze gesichert und damit das Steueraufkommen erhöht, was insgesamt die Wirtschaft in der Region ankurbelt. Eine eigene Jobbörse auf der Homepage sorgt zudem, dass frei werdende Stellen rasch besetzt werden können. Insgesamt stärken sich so mittlere und kleinere Betriebe im Wettbewerb mit Großunternehmen und können auf diese Weise konkurrenzfähig bleiben.

Schwerpunkte durch Spezialisierung

Spezialisierung für bestimmte Fachgebiete ist eines der Ziele der Bau-Generalisten aus Grieskirchen. So hat sich die HIH bereits jetzt umfangreiches Know How im Bereich behindertengerechtes Bauen erworben und will diesen Schwerpunkt in den kommenden Jahren weiter ausbauen. Dazu wird eng mit Krankenhäusern zusammen gearbeitet, aber auch Kooperationen mit Sozialinitiativen werden gepflegt. Der Bedarf in diesem Bereich ist groß und wird durch die längere Lebenserwartung der Österreicher in Zukunft weiter steigen, erwartet die Gruppe. Durch eigene Marktanalysen und Umfra-

gen sind die innovativen Handwerker zudem in der Lage künftig weitere Marktnischen zu erschließen. Hier sollen innovative Angebote, die speziell auf die Wünsche genau definierter Kundengruppen abgestimmt sind, für einen Wettbewerbsvorteil sorgen. Um Ausbildung und die Suche nach innovativen Produkten zu stärken, arbeitet die Gruppe auch mit Fachschulen zusammen. So wurde beispielsweise bereits ein innovatives Parkett erfolgreich auf den Markt gebracht. Intensiviert werden soll zuletzt auch die Kooperation mit der Gruppe "die Vier", einem Zusammenschluss von Statiker, Architekt, Geometer und Wasserwirtschaftsexperten in Grieskirchen.



WIR Info

Kategorie A
Ansprechpartner: Ing. Thomas Muggenhuber

Adresse: Trattnachtalstraße 9, 4710
Grieskirchen

TELEFONNUMMER: +43 (0) 7248/64633
E-MAIL: OFFICE@MUGGENHUBER.AT



Best of Region

Eigentlich gibt es nur Sieger – denn jede Idee und Initiative des WiR-Wettbewerbs ist es wert, erwähnt zu werden. Weitere ausgezeichnete Projekte finden Sie auf den nächsten Seiten, kurz und bündig präsentiert.



ARGE 50plus

Die Tourismusverbände und Gemeinden des "Sagenhaften Zirbenlandes" in der Steiermark, Amering, Eppenstein, Maria Buch/Feistritz, Resstrasse, St. Anna am Lavantegg, St. Wolfgang/Klenberg und Weißkirchen entwickeln ein gemeinsames spezialisiertes Angebot für die wachsende Altersgruppe 50plus. Ziele sind eine bessere Vermarktung, die Entwicklung eines Qualitätsmanagementsystems und eine Steigerung der Wertschöpfung in der Region. Ergänzt wird das Konzept durch Schulung und Weiterbildung.

CCS Plattform

Wird die Verkehrs- und Umweltbelastung in der Zukunft im gleichen Maße ansteigen, wie in den letzten 20 Jahren, so werden die städtischen Wirtschaftsstandorte zusammenbrechen. Durch die Verkehrsintensität wird es zu völligen Stillständen kommen. Damit keine Sperre für LKW nötig wird, sollen Fahrten zusammengelegt und damit auch Kosten eingespart werden. Basis dafür ist ein völlig neuartiges EDV-System, das von CCS entwickelt wird. Damit können die vorhandenen Ressourcen optimal genutzt werden.



ARGE mittleres Enns- und Paltental

Die Region mittleres Enns- und Paltental will die Gründung neuer Unternehmen und die Entwicklung bestehender Klein- und Mittelbetriebe gemeinsam fördern. 8 Gemeinden haben sich zu einer Arbeitsgemeinschaft zusammengeschlossen, vier weitere Gemeinden unterstützen die ARGE. Ziel sind optimales Standortmarketing, Flächenbereitstellung an den besten Standorten, Gründungsförderung und ein gemeinsames Finanzausgleichsmodell auf Basis eines für alle gültigen Leitbilds.



WIR Info

Kategorie C
Anspruchspartner: Bernd Pfandl
Adresse: Fisching 9,
8741 Weißkirchen in der Steiermark
TELEFONNUMMER: +43 (0) 676/3514775
E-MAIL: PFANDL@50PLUSURLAUB.AT



WIR Info

Kategorie C
Anspruchspartner:
Komm.-Rat Hermann Mitteregger
Adresse: CCS Spedition GMBH, 1060 Wien,
Hornbostelgasse 3/21
TELEFONNUMMER: +43 (0)1/ 595 40 00
E-MAIL: MITTEREGGER@C-C-S.AT



WIR Info

Kategorie B
Anspruchspartner: Bgm. Ludwig Kopf
Adresse: Stadtgemeinde Rottenmann,
8786 Rottenmann
TELEFONNUMMER: +43 (0) 3614/2411-0
E-MAIL: STADT@ROTTENMANN.AT

Güssinger Online Shopping Mall

Dieses virtuelle Einkaufszentrum ist eine Sammlung von Internetshops der verschiedenen Gewerbetreibenden der Stadt Güssing. Potenzielle Kunden können sich mit wenigen Mausclicks über Angebote, Preise und Aktionen der lokalen Wirtschaft informieren und auch online kaufen. Das Projekt ist ein wesentlicher Grundstein für eine gemeinsame Strategie der Güssinger Gewerbetreibenden, zugleich soll das Bedürfnis nach einem effektiven Binnenmarketing befriedigt werden.



WIR Info

Kategorie C
Ansprechpartner: Mag. Roland M. Kobald
Adresse: Europastraße 1, 7540 Güssing
TELEFONNUMMER: +43
E-MAIL



Multifunktionaler Nahversorger

Nach einem Konkurs stand die Gemeinde St. Koloman ohne Nahversorger da, was zu einer deutlichen Beeinträchtigung des Dorflebens führte. In einem Erweiterungsbau des Lagerhauses wurde ein neuer Nahversorger etabliert, der Lebensmittel, Waren des täglichen Bedarfs, Lagerhausartikel, Getränke, aber auch Baustoffe anbietet und eine Tankstelle betreibt. Damit bleiben sowohl Arbeitsplätze als auch Kaufkraft im Ort erhalten. Mit einem Internet-Service wurde zudem eine Kommunikationsdrehscheibe etabliert.



WIR Info

Kategorie A
Ansprechpartner: Bgm Ing. Christian Struber
Adresse: Am Dorfplatz 29
TELEFONNUMMER: +43 (0) 6241/222-10
E-MAIL: CHRISTIAN.STRUBER@STKOLOMAN.AT



Interkommunales Betriebsgebiet Hürm

Der Gemeindeverband Betriebsgebiet Hürm (Bischofstetten, Hürm, Kilb, Kirnberg, Mank, Texingtal) bewirtschaftet 24 Hektar Betriebsgebiet zur Infrastrukturbereitstellung, Flächenbewirtschaftung und Ansiedlung von Firmen. Die kommunalen, raumordnungsrelevanten und finanziellen Projektauswirkungen wurden in Abstimmung mit dem Land evaluiert. Informationen über verschiedene Betreiberlösungen für kommunale Betriebsansiedlung führten zu einer transparenten Willensbildung.



WIR Info

Kategorie B
Ansprechpartner: DI Ilse Derfler
Adresse: Gemeindeamt Hürm, Nr. 13, 3383 Hürm
TELEFON: +43 (0) 664/9167960
E-MAIL: ILSE.DERFLER@AON.AT

Netzwerk Mölltaler Almlärchenholz

Der traditionelle Rohstoff "Mölltaler Almlärchenholz" geht neue Wege am internationalen Markt. Im Netzwerk entstehen unter Einbeziehung einer Region, ihrer Rohstoffe, der Forst- und Handwerksbranche in Zusammenarbeit mit Designern unvergleichbare Produkte. Durch die neue Interpretation und die Aufarbeitung vom Erdstamm bis zur Krone wird eine besonders hohe Wertschöpfung erzielt. Das bringt eine Entlastung des heimischen Markts und neue Chance für die Holzindustrie.



WIR Info

Kategorie B
Ansprechpartner: Siegfried Egger
Adresse: Holz-Design-Egger GmbH, Tratten 12, 9815 Kolbnitz,
TELEFONNUMMER: +43 (0) 4783/2575
ODER +43 (0) 676/4203810
E-MAIL: INFO@LAERCHENHOLZ.AT

Dienstleistungszentrum Pichl

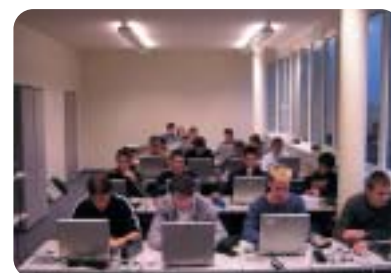
Nach der Schließung des örtlichen Lagerhauses hat die Gemeinde Pichl die frei werdende Grundfläche im Ortszentrum erworben. Dort entsteht jetzt ein Dienstleistungszentrum mit Bäckereiverkauf, Personalvermittler, Rechtsanwaltskanzlei,



WIR Info

Kategorie C
Ansprechpartner: Bgm. Johann Doppelbauer
Adresse: Gemeindeplatz 7, 4632 Pichl bei Wels
TELEFONNUMMER: +43 (0) 7247/8555-10
E-MAIL: GEMEINDE@PICHL.OOE.GV.AT

einem Planungsbüro und einem Präsentationsraum der Pichler Wirtschaft. In dieser Initiative sind 13 Gewerbebetriebe zusammen geschlossen, die damit die Chance haben, kostengünstig ihre Produkte und Leistungen zu präsentieren.



Kremstaler Technische Lehrakademie

Weil alle Versuche zur Schaffung einer technischen Ausbildungsmöglichkeit im Bezirk Kirchdorf gescheitert sind, haben zehn Firmen der Region gemeinsam ein neuartiges Ausbildungsprojekt auf der Kremstaler Technische Lehrakademie geschaffen. Es basiert auf einem trialen System (Lehre, Berufsschule und HTL-Ausbildung). Vorteil für Firmen: Mitarbeiter sind ab dem ersten Tag voll im Betrieb einsetzbar. Vorteil für Lehrlinge: Sie machen in jedem Fall den Lehrabschluss.



WIR Info

Kategorie B
Ansprechpartner: Ing. Manfred Rumzucker
Adresse: Hausmanning 22, 4560 Kirchdorf
TELEFON: +43 (0) 7582/61 761 210 ODER
0664/2642630
E-MAIL: OFFICE@TIZ-KIRCHDORF.AT

Oststeirische Städtekooperation

Die acht oststeirischen Städte Fehring, Feldbach, Friedberg, Fürstenfeld, Gleisdorf, Hartberg, Weiz und Bad Radkersburg kooperieren seit 2003 in Arbeitskreisen bezüglich Stadtmarketing, Kultur, und Innovationen. Alle Städte profitieren von diesem Wissensaustausch und erreichen durch gemeinsames Marketing Effizienzsteigerungen. Zudem werden die regionalen KMU gefördert und ein regionales Bewusstsein für die Städte unterstützt, die dadurch gemeinsam bessere Zukunftschancen haben.



Kooperatives Innenstadtentwicklungsprojekt "Obere Altstadt"

Auf Initiative und mit Unterstützung der Stadtgemeinde Lienz etablierte sich ein Private-Public-Partnership-Projekt zur Revitalisierung des Handels- und Wirtschaftsstandorts Obere Altstadt Lienz. 31 Unternehmer der Oberen Altstadt haben sich zu einer Marketinggesellschaft zusammengeschlossen. Alle Partner finanzieren gesichert auf drei Jahre ein Centermanagement mit einem fixen Organisations- und Marketingbudget. Gemeinsam sorgen Stadt und Wirtschaft für die Umgestaltung und Belebung des Standorts.



WIR Info

Kategorie A
Ansprechpartner: Oskar Januschke

Adresse: Stadtmarketing Lienz,
Hauptplatz 7, A-9900 Lienz

TELEFONNUMMER: +43 (0) 4852/600 204
E-MAIL: MARKETING@STADT-LIENZ.AT



WIR Info

Kategorie A
Ansprechpartner: Hannelore Kaffer

Adresse: Mühlgasse 26/9, 1040 Wien

TELEFONNUMMER: +43 (0) 664/2108480
E-MAIL: GEORG.KARGL@SILVERSERVER.AT



WIR Info

Kategorie B
Ansprechpartner: Walter Hammerer

Adresse: SBS Plattform, Leo-Neumayer-
Platz 1, 5600 St. Johann/Pongau.

TELEFONNUMMER: +43 (0) 6412/8630
ODER +43 (0) 664/5135316
E-MAIL: INFO@J01.AT



Ortskernbelebung St. Marienkirchen bei Schärding

Das Projekt Ortskernbelebung "Modell St. Marienkirchen Vital" wurde Ende 2002 ins Leben gerufen. Partner der Kommune St. Marienkirchen bei Schärding war die Josef Frauscher Privatstiftung, die einen Betrieb am Ortsrand hat. Das Projekt brachte eine dauerhafte Belebung des Ortskerns und nützte der Gemeinde, der Bevölkerung und den Betrieben. Die Planung erfolgte in Übereinstimmung mit den größten Gebäudeeigentümern im Ortszentrum (Gemeinde und Fa. Frauscher).



WIR Info

Kategorie A
Ansprechpartner Bgm. Ing. Fischer Bernhard

Adresse: Gemeindeamt, Schärdingenstraße 1,
4774 St. Marienkirchen

TELEFON: +43 (0) 664/1253727,
E-MAIL: BERNHARD.FISCHER@ST-
MARIENKIRCHEN-SCHAERDING.OOE.GV.AT



Weinerlebnis Purbach

Purbach hat nur einen prominenten Winzer, dafür können aber Weininteressierte selbst zum Winzer werden. Wer will, mietet 100 Weinstöcke der besten Lage zum Preis von 800 Euro für eine Saison. Dafür gibt es an sechs Terminen Winzerarbeit live und 100 Flaschen vom eigenen Wein mit persönlichem Etikett. Spitzenwinzer begleiten die Hobby-Winzer durch das Weinjahr. Zum Programm gehören auch Degustationen von Spitzenweinen und theoretische Unterweisung im Weinbau.



WIR Info

Kategorie A
Ansprechpartner: Ing. Richard Hermann
Adresse: Stadtmarketing Purbach,
7083 Purbach
TELEFONNUMMER: +43 (0) 2683/5920
E-MAIL: INFO@PURBACH.AT

Stärkung kleinregionaler Zentren

In diesem Projekt haben sich zehn Gemeinden zusammengetan, um ein gemeinsames Konzept zur Stärkung aller beteiligten Kommunen umzusetzen. Mit der Stärkung dieses kleinregionalen Zentrums in der Steiermark soll der Abwanderungstendenz von Konsumenten, aber auch Firmen und Institutionen gegengesteuert werden. Das Projekt umfasst ein Maßnahmenbündel in den Bereichen Nahversorgung, Kommunikation sowie der Aus- und Weiterbildung und der Schaffung und Erhaltung von Jobs.



WIR Info

Kategorie B
Ansprechpartner: Fritz Hubmann
Adresse: Verein zur Stärkung der
kleinregionalen Zentren, 8510 Stainz
TELEFONNUMMER: +43 (0) 3463/210698
E-MAIL: FRITZ@HUBMANN.CO.AT

Soma – Sozialmarkt für Menschen mit geringem Einkommen

Der Verein Soma will das angespannte Budget von Familien, die knapp an der oder unterhalb der Armutsgrenze leben, entlasten, indem sie lebensnotwendige Produkte zu äußerst günstigen Preisen einkaufen können. Derzeit hat der Soma rund 3000 Kunden, die bei Nachweis ihrer Bedürftigkeit mit einem Ausweis dreimal in der Woche jeweils maximal um 8 Euro einkaufen dürfen. Die in Linz entstandene Idee haben schon mehrere heimische Städte übernommen.



WIR Info

Kategorie A
Ansprechpartner: Mag. Gerhard Steiner
Adresse: Verein Soma, Lustenauerstraße 28,
4020 Linz
TELEFON: +43 (0) 732/2836
E-MAIL: KONTAKT@SOZIALMARKT.AT



Tullner Masterplan

Ziel des Tullner Masterplans ist, zum einen die wirtschaftliche Weiterentwicklung der ortsansässigen Betriebe zu sichern. Weiters soll dieses Projekt den Branchenmix durch Neuansiedlungen (heimische und internationale Betriebe) stärken, damit die Bevölkerung in der Stadt einkaufen kann sowie die bestehenden Arbeitsplätze langfristig sichern und neue Jobs schaffen. Ein Fokus des Tullner Masterplans ist ein Maßnahmenbündel zur Hebung der Attraktivität der Stadt als Einkaufszentrum.



WIR Info

Kategorie C
Ansprechpartner: Markus Urban
Adresse: Tullner StadtMarketingClub,
Hauptplatz 17, 3430 Tulln
TELEFONNUMMER: +43 (0) 664/443 42 39
E-MAIL: STADTMARKETING@TULLNINFO.AT



IT-Region Tennengau

Das Projekt IT-Region Tennengau zielt auf eine laufende Qualitäts- und Kostenoptimierung im IT-Bereich. Koordiniert wird das Vorhaben durch den Regionalverband Tennengau mit Unterstützung durch die harlander ITM GmbH. Folgende Nutzen hat das Projekt: Die regionale Steuerung bringt auf Gemeinde- und regionaler Ebene erhebliche Informations- und Kostenvorteile, die einheitliche Koordination aller EDV-Projekte auf Gemeindeebene ermöglicht eine Orientierung der Prioritäten am Bedarf.



WIR Info

Kategorie C
Ansprechpartner: Christian Steiner
Adresse: Regionalverband Tennengau
Mauttorpromenade 8, 5400 Hallein
TELEFONNUMMER: +43 (0) 6245/7005050
E-MAIL: REGIONALVERBAND@TENNINGAU.COM

Schneebergland Qualitätsbetriebe Schneeberg/Hohe Wand/Biedermeiertal

Der auch Schneebergland genannte Verein ist eine Kooperation von Firmen aus unterschiedlichen Branchen (Gastronomie, Landwirtschaft, Gewerbe, Kultur), die die Qualität in der Region heben und sichern wollen. Im Zuge des Projekts werden folgende Maßnahmen umgesetzt: Einbindung regionaler Marken und Produkte in die Angebotsgestaltung und eine enge Kooperation mit den Tourismusorganisationen auf Gemeinde-, Regions- und Landesebene.



WIR Info

Kategorie B
Ansprechpartner: Josef Schmutzer
Adresse: Verein Qualitätsbetriebe
Schneeberg, 2374 Puchberg/Schneeberg
TELEFON: +43 (0) 2638/22237
E-MAIL: GASTHAUS-SCHMUTZER@AON.AT



Hauseigentümer Genossenschaften zur Belebung von Stadtvierteln

Stadtkerne verlieren gegenüber Einkaufszentren an Konkurrenzfähigkeit, weil nicht ausreichend große Mietflächen zur Verfügung gestellt werden können, wie sie für Frequenzbringer mit großem Flächenbedarf benötigt werden. Durch den Zusammenschluss von Hauseigentümern in Einkaufsstrassen zu einer Vermieter-Genossenschaft, die Lokale zusammenlegen kann, wird es möglich, attraktive Leitbetriebe anzusiedeln und damit ganze Stadtviertel zu beleben.



WIR Info

Kategorie C

Ansprechpartner: Mag. Martin Sonntag

Adresse: Burgstallweg 22, 4040 Linz-Urfahr

TELEFONNUMMER: +43 (0) 732/7570 9530

E-MAIL: MARTIN.SONNTAG@MSV.AT

Vienna-Tunes Vermark- tungsagentur für Wiener Independent Musik mit internationalem Fokus

Um das vorhandene musikalische Potential stärker zu vermarkten, wurde die Firmenplattform Vienna-Tunes gegründet. Ziel ist, die internationale Vermarktung der Wiener Musik zu professionalisieren sowie weitere Teilprojekte umzusetzen, die für den digitalen Vertrieb nötig sind. Die zu entwickelnden Marketingmaßnahmen für die Vermarktung sollen den einzelnen Labels und Produzenten als Dienstleistung angeboten werden.



WIR Info

Kategorie C

Ansprechpartner: Mag. Georg Wagner

Adresse: Spirit Design, Consulting & Services GmbH, Silbergasse 8, 1190 Wien

TELEFONNUMMER: +43 (0)1/ 367 79 790

E-MAIL: GEORG.WAGNER@SPIRITDESIGN.AT



"Xundwärts" – das Lauf- & Bewegungszentrum

Mit der Philosophie "Xund sein und xund bleiben" setzt die Waldviertler Xundheitswelt mit den Leitbetrieben Moorheilbad Harbach und Herz-Kreislauf-Zentrum Groß-Gerungs neue Maßstäbe in der Gesundheitsvorsorge. Neben klassischen therapeutischen Behandlungen positioniert sich die Xundheitswelt auch als Kompetenzzentrum für Lauf- und Walkingbegeisterte. Laufen und Nordic Walking im Waldviertler Oberland, gepaart mit Sportmedizin und Diagnostik, ist das Erfolgsrezept.

Wirte 3100

Wirte 3100 ist eine Arbeitsgemeinschaft Sankt Pöltner Gastwirte mit annähernd 50 Mitgliedsbetrieben. Diese gastronomische Arbeitsgemeinschaft soll als gleichwertiger Partner im touristischen und gewerblichen Bereich anerkannt werden. Der Verein sieht seine Aufgabe im Veranstaltungsberreich darin, ein positives Gesprächsforum mit den Behörden und den Veranstaltern zu finden, Ziel ist es auch, die Qualität von Veranstaltungen zu heben und die heimische Gastronomie verstärkt einzubinden.



WIR Info

Kategorie A

Ansprechpartner: Obmann Leo Graf

ADRESSE: WIRTE 3100, 3100 ST. PÖLTEN

TELEFON +43 (0) 664/3387130



WIR Info

Kategorie C

Ansprechpartner: Mag. Daniel Predota

Adresse: ARGE Öko-Tourismus-Projekt Moorbad Harbach, Harbach 3970 Moorbad

TELEFONNUMMER: +43 (0) 2858/5255-1650

E-MAIL: DANIEL.PREDOTA@XUNDHEITSWELT.AT

Damit Sie heute schon wissen, mit wem Sie morgen erfolgreich Geschäfte machen!



60.000 erfolgreiche Unternehmer und Entscheidungsträger wissen es bereits, denn sie lesen regelmäßig **die wirtschaft** – das Service-Magazin für die österreichische Wirtschaft mit Schwerpunkt KMU.

Erfolgreiche Menschen lesen **die wirtschaft**

LAE

die wirtschaft KOMPETENZ
SICHERT ERFOLG

MF 6/WIO INS 170

Testen Sie jetzt 6 Ausgaben **gratis** und profitieren Sie persönlich von den Inhalten der Wirtschaft!

Fordern Sie Ihren Gratisbezug gleich an:

www.die-wirtschaft.at

T (01) 795 00-69

F (01) 795 00-12

E aboservice-oevw@redmail.at

