



Bildungsstrategie für das Südburgenland





Bildungsstrategie für das Südburgenland

Erstelldatum

30. Juli 2010

AutorInnen

Mag.^a Dr.ⁱⁿ Sigrid Nindl, Mag.^a Tanja Bacher, Mag. Günter Hefler

Unter Mitarbeit von

Monika Auzinger, Mag. Viktor Fleischer, Melek Hacıoglu,
Dr. Stefan Humpl, Daniel Maierhofer, Mag. Andreas Schranz

Projektleitung

Mag.^a Dr.ⁱⁿ Sigrid Nindl

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung zum methodischen Hintergrund und Aufbau der Bildungsstrategie	6
1.1 Methodischer Hintergrund	6
1.2 Aufbau der Bildungsstrategie	8
<hr/>	
2 Charakterisierung der Leader-Region Südburgenland	9
2.1 Demografische Struktur des Südburgenlands	9
2.2 Wirtschaftsstruktur des Südburgenlands	9
2.3 Aus- und Weiterbildungsanbieter im Südburgenland	11
2.4 Basisinformationen zur Weiterbildungsbeteiligung und zu Weiterbildungsinteressen im Burgenland bzw. im Südburgenland	12
<hr/>	
3 Lokale Entwicklungsstrategie der Leader-Region Südburgenland	15
3.1 Schwerpunkte bzw. Aktionsfelder der Lokalen Entwicklungsstrategie	15
3.2 Ziele der ausgewählten Schwerpunkte mit Bildungsbezug	15
3.3 SWOT-Analyse zu den Aktionsfeldern der Lokalen Entwicklungsstrategie	17
<hr/>	
4 Erarbeitungsprozess der Bildungsstrategie	23
4.1 Schwerpunkte der Bildungsstrategie	24
4.2 Recherche und Auswertung bestehender Informationen	24
4.3 Netzwerkbildung	25
4.4 Qualitative Befragungen in der Region	26
4.5 Fragebogen-Erhebung in der Region	28
4.5.1 Fragebogen-Erhebung bei EinwohnerInnen in der Region	28
4.5.2 Online-Fragebogenerhebung bei den Institutionen der Region	29
<hr/>	
5 Ergebnisse aus den qualitativen Befragungen zu den Schwerpunkten der Bildungsstrategie	30
<hr/>	
6 Zielsetzungen der Bildungsstrategie	37
6.1 Zielsetzungen im Zusammenhang mit den Aktionsfeldern der Lokalen Entwicklungsstrategie	37
6.2 Zielsetzungen zu den Grundleistungen des Programms „Lernende Regionen“	39
<hr/>	
7 Regionales Netzwerk zur Umsetzung der Bildungsstrategie	42
7.1 Bestehende Netzwerkstrukturen in der Region	42
7.2 Aufgaben und Ziele des Netzwerks	43
<hr/>	
8 Ansätze zur Sicherstellung der Grundziele Lernender Regionen	45
8.1 Gender Mainstreaming	45
8.2 Niederschwelligkeit	46
8.3 Barrierefreiheit	47
8.4 Qualitätssicherung	47
<hr/>	
9 Vorgaben für die Evaluierung der Zielsetzungen der Bildungsstrategie	48
<hr/>	
10 Ausblick auf mögliche Pilotthemen zur Umsetzung der Zielsetzungen der Bildungsstrategie	50

10.1 Merkmale von Pilot- oder Modellprojekten im Programm „Lernende Regionen“	50
10.2 Untersuchte Modellprojekte für die Umsetzung der Bildungsstrategie	53
10.3 Untersuchte beispielhafte Modellprojekte mit guter Umsetzbarkeit	58
10.4 Abschließende Bewertung der Abdeckung des Projektrasters	65
10.5 Qualifizierungsprojekte im Bereich Tourismus & Landwirtschaft & KMUs	66
<hr/>	
11 Grundsätze für regionales Bildungsmarketing im Südburgenland	67
11.1 Struktur des regionalen Bildungsmarketings	68
11.2 Informationsstand und Interesse an Beratung	71
11.3 Nachhaltigkeit des Bildungsmarketings	74
<hr/>	
A.1 Literaturverzeichnis	76
A.2 Hintergrund zum methodischen Rahmen des Projekts	77
A.3 Methodik der qualitativen Erhebungen	82
A.4 Methodik der quantitativen Erhebungen	88
A.5 Methodik der Überprüfung der Projektplausibilität	91
A.6 Details zur Institutionendatenbank	92
A.7 Zusatzmaterialien und Auswertungen	92
A.8 Zusatzmaterialien zur Netzwerkbildung	135

Abbildungs- & Tabellenverzeichnis

Abbildung 2.1	Weiterbildungsbeteiligung und -interessen nach Altersgruppen – Südburgenland	14
Tabelle 3.1	SWOT-Analyse zum Themenfeld „Allgemeines“	18
Tabelle 3.2	SWOT-Analyse zum Themenfeld „Gesellschaft“	18
Tabelle 3.3	SWOT-Analyse zum Themenfeld „Infrastruktur“	19
Tabelle 3.4	SWOT-Analyse zum Themenfeld „Landwirtschaft“	19
Tabelle 3.5	SWOT-Analyse zum Themenfeld „Tourismus“	20
Tabelle 3.6	SWOT-Analyse zum Themenfeld „Humankapital“	21
Tabelle 3.7	SWOT-Analyse zum Themenfeld „Wirtschaft“	22
Abbildung 4.1	Erhebungsphasen für die Erarbeitung der Bildungsstrategie	23
Tabelle 5.1	Ergebnisse für den Schwerpunkt „Ökoenergie“	31
Tabelle 5.2	Ergebnisse für den Schwerpunkt „Südburgenländischer Naturgenuss“	33
Tabelle 5.3	Ergebnisse für den Schwerpunkt „Lernen ohne Grenzen“	35
Tabelle 6.1	Zielsetzungen und deren Konkretisierung für den Schwerpunkt „Ökoenergie“	38
Tabelle 6.2	Zielsetzungen und deren Konkretisierung für den Schwerpunkt „Südburgenländischer Naturgenuss“	38
Tabelle 6.3	Inhaltliche Zielsetzungen und deren Konkretisierung für den Schwerpunkt „Lernen ohne Grenzen“	39
Tabelle 6.4	Zielsetzungen und deren Konkretisierung für Grundleistungen im Bereich „Regionales Bildungsmarketing“	40
Tabelle 6.5	Zielsetzungen und deren Konkretisierung für Grundleistungen im Bereich „Vernetzung / Stärkung des regionalen Netzwerks“	40
Tabelle 6.6	Zielsetzungen und deren Konkretisierung für Grundleistungen im Bereich „Umsetzung von Modellprojekten“	40
Tabelle 9.1	Messbare Zielsetzungen für die Schwerpunkte der Bildungsstrategie	48
Tabelle 9.2	Messbare Zielsetzungen für die Grundleistungen der Bildungsstrategie	49
Abbildung 10.1	Kernbestandteile von Modellprojekten in Lernenden Regionen	51
Tabelle 10.1	Kernbestandteile von Modellprojekten in Lernenden Regionen	53
Tabelle 10.2	Projektraster zur Bewertung der Gesamtstrategie für das Südburgenland	55
Abbildung 10.2	Interesse und Bedeutungseinschätzungen der Modellprojekte in der Leader-Region Südburgenland*	57
Tabelle 10.3	Potenzialschätzung für das Modellprojekt „Qualifizierungsverbund von Unternehmen“ (Arbeitstitel)	58
Tabelle 10.4	Potenzialschätzung für das Modellprojekt „Sommerakademie Ökoenergie im Südburgenland“ (Arbeitstitel)	59
Tabelle 10.5	Potenzialschätzung für das Modellprojekt „Sprachen des Gaumens“ (Arbeitstitel)	60
Tabelle 10.6	Potenzialschätzung für das Modellprojekt „Wissensbörse Naturgenuss“ (Arbeitstitel)	61
Tabelle 10.7	Potenzialschätzung für das Modellprojekt „Lernen in und über soziale Netzwerke“ (Arbeitstitel)	62
Tabelle 10.8	Potenzialschätzung für das Modellprojekt „Abschlussarbeitenfonds Südburgenland“ (Arbeitstitel)	63

Tabelle 10.9	Potenzialschätzung für das Modellprojekt „Revitalisierung des Vereinslebens“ (Arbeitstitel)	64
Tabelle 10.10	Projektraster zur Bewertung der Gesamtstrategie für das Südburgenland	65
Tabelle 10.11	Ziele der Bildungsstrategie im Bereich Ökoenergie und Südburgenländischer Naturgenuss	66
Abbildung 11.1	Teilnahme an beruflicher und freizeitbezogener Weiterbildung	69
Abbildung 11.2	Interesse an möglichen Themenbereichen für Lernfelder und Projektideen	70
Abbildung 11.3	Bewertung des Informationsstandes zu öffentlichen Förderungsmitteln	71
Abbildung 11.4	Interesse an Informationen und Beratung zum Thema Lernen und Weiterbildung	72
Abbildung 11.5	Informationsquellen zu Aus- und Weiterbildungsangeboten	73
Abbildung 11.6	Förderliche Rahmenbedingungen von Weiterbildung	74
Tabelle A.1	Lern- und Weiterbildungskontexte	80
Tabelle A.2	Verteilungsschlüssel für den Versand der Fragebögen im Südburgenland	88
Tabelle A.3	Alter der BefragungsteilnehmerInnen der Leader-Region Südburgenland, Angaben in %	90
Tabelle A.4	Höchste abgeschlossene Schulbildung der BefragungsteilnehmerInnen der Leader-Region Südburgenland, Angaben in %	90
Tabelle A.5	Grundlagen für die Gewichtung des Teilnahmeinteresses nach der höchsten abgeschlossenen Schulbildung	92
Tabelle A.6	Mitgliedsgemeinden der Leader-Region Südburgenland: Fläche, Bevölkerungsentwicklung (1951, 2001, 2009), Altersklassen	93
Tabelle A.7	Erwerbstätigkeitsstruktur, PendlerInnenströme, Beschäftigung nach Wirtschaftssektoren in den Mitgliedsgemeinden der Leader-Region Südburgenland	96
Tabelle A.8	Arbeitsstätten, land- und forstwirtschaftliche Betriebe in den 68 Mitgliedsgemeinden der Leader-Region Südburgenland	99
Abbildung A.1	Interessengebiete künftiger Weiterbildung: Südburgenland (NUTS3) – relativ zur Gesamtbevölkerung	102
Abbildung A.2	Weiterbildungsinteressen im Südburgenland (NUTS 3)	103
Abbildung A.3	Bereits umgesetzte Leader-Projekte zum Aktionsfeld „Ökoenergie“ im Südburgenland	115
Abbildung A.4	Bereits umgesetzte Leader-Projekte zum Aktionsfeld „Südburgenländischer Naturgenuss“ im Südburgenland	115
Abbildung A.5	Bereits umgesetzte Leader-Projekte zum Aktionsfeld „Südburgenländischer Naturgenuss“ im Südburgenland	116
Tabelle A.9	Interesse an Themenbereichen – Gesamt, Angaben in %	128
Tabelle A.10	Interesse an Themenbereichen – Männer, Angaben in %	129
Tabelle A.11	Interesse an Themenbereichen – Frauen, Angaben in %	129
Abbildung A.6	Verfügbare Zeit für Weiterbildungen, Angaben in %	130
Abbildung A.7	Maximale Anreisezeit zum Kursort, Angaben in %	130
Abbildung A.8	Günstige Tage für Kursbesuch, Angaben in %	131
Abbildung A.9	Günstige Tageszeiten für Kursbesuch, Angaben in %	131
Abbildung A.10	Preisbereitschaft für private Weiterbildungen, Angaben in %	132
Abbildung A.11	Teilnahme an freizeitbezogenen Kursen im letzten Jahr, Angaben in %	132
Abbildung A.12	Generell bereits erfolgte Teilnahme an beruflicher Weiterbildung, Angaben in %	133
Abbildung A.13	Zeitpunkt der letzten Nutzung einer beruflichen Weiterbildung unter Personen mit bereits besuchter beruflicher Weiterbildung, Angaben in %	133
Abbildung A.14	Anzahl an konsumierten beruflichen Weiterbildungen unter Personen mit bereits besuchter beruflicher Weiterbildung, Angaben in %	134
Abbildung A.15	Persönliche Nettoausgaben für Weiterbildung im vergangenen Jahr, Angaben in %	134

1 Einleitung zum methodischen Hintergrund und Aufbau der Bildungsstrategie

Im Programm „Lernende Regionen“ wird der Ansatz, das Lebenslange Lernen in der Bevölkerung zu stärken, mit eigenständiger Regionalentwicklung verbunden. Diese Fördermaßnahme wurde auf Initiative des Lebensministeriums im EU-Programm zur Entwicklung des Ländlichen Raumes 2007-2013 verankert und wird im Rahmen des ELER-Fonds¹ finanziert. Durch die Umsetzung der Bildungsstrategie in konkreten Projekten sollen in Zukunft neue, innovative Lernmöglichkeiten geschaffen und die Weiterbildungsbereitschaft und -teilnahme der Bevölkerung in der Region verstärkt werden. Neben den skizzierten Modellprojekten sind alle regionalen Lernprojekte im Südburgenland im Rahmen des Programms „Lernende Regionen“ umsetzbar, die nach Vorstandsbeschluss der Lokalen Entwicklungsstrategie entsprechen bzw. ihr nicht widersprechen.

1.1 Methodischer Hintergrund

Die Grundlage für die Erarbeitung der Bildungsstrategie stellt ein partizipatorischer Strategieentwicklungsprozess in Verbindung mit einer regionalen Bedarfserhebung dar. Letzterer kam zudem eine aktivierende Funktion zu, um Institutionen wie EinwohnerInnen der Regionen auf das Programm aufmerksam zu machen und für eine Teilnahme zu mobilisieren („Aktionsforschung“).

Ein Projektdesign für eine zuverlässige Erhebung des lokalen Weiterbildungsbedarfs musste auf diese Herausforderungen Antworten entwickeln. Aufgrund der Komplexität dieser Aufgabe wurde eine Methodentriangulation als Forschungsansatz gewählt und folgende Vorgehensweise verfolgt:

— *Nutzung bereits vorhandenen Wissens zu den Regionen*

Heranziehung von bestehendem Wissen aus der Lokalen Entwicklungsstrategie, der darin durchgeführten SWOT-Analyse und den Aktionsfeldern für die Ausarbeitung der inhaltlichen Zielsetzungen der Bildungsstrategie

Methodik: Desk Research (Lokale Entwicklungsstrategie, Studien zu Weiterbildungsteilnahme/-interessen, erfolgreiche Modellprojekte aus anderen Lernenden Regionen)

— *Erschließung nicht artikulierter Lern- und Weiterbildungsbedürfnisse durch das Matching von typischen Aufgaben in bestimmten Lebensphasen mit Lebenslagen (z.B. Migrationshintergrund, geringe formale Qualifikation, prekäres Erverhältnis etc.)*

Individuen können häufig keine Aussagen zu eigenen Weiterbildungsbedürfnissen machen. Somit wird gerade das Potenzial von Personen nicht erfasst, die bislang nicht oder kaum in Lern-/Weiterbildungsangebote integriert waren.

¹ ELER-Fonds = Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums.

Methodik: qualitative Interviews, Erarbeitung von Indikatoren für die Bedürfnislagen; Überprüfung im Rahmen einer quantitativen Fragebogenerhebung bei 2.500 EinwohnerInnen der Region; Abschätzung der Teilnahmebereitschaft an Modellprojekten durch Plausibilitätsüberprüfungen

— *Zusammenspiel und Komplementarität von Angebotsstrukturen (betriebliche, arbeitsmarktpolitische, individuelle Weiterbildung)*

Um die Nachfrage aufgrund einer Bedarfserhebung nicht zu überschätzen, mussten verschiedene Kontexte berücksichtigt werden. So können Personen im selben Zeitraum nur an einer begrenzten Anzahl von Lern- und Weiterbildungsaktivitäten teilnehmen, gleichzeitig sind für die einzelnen Kontexte unterschiedliche Förderstrukturen verfügbar, die für die längerfristige Umsetzung von Projekten relevant sind.

Methodik: Entwicklung einer Bewertungsmatrix zur Verknüpfung von Schwerpunkten und Zielgruppen der Bildungsstrategie mit Förderstrukturen; Ziel: Abdeckung der Matrix durch Modellprojekte, die der Umsetzung der Ziele der Bildungsstrategie dienen

— *Berücksichtigung des PendlerInnenverhaltens zur realistischen Bedarfsabschätzung*

Aufgrund der zentralen Bedeutung betrieblicher Weiterbildung für die Gesamtaktivität im Lebenslangen Lernen spielt das PendlerInnenverhalten eine wichtige Rolle.

Methodik: sekundärstatistische Recherche; Vernetzung mit Ergebnissen der quantitativen Erhebung in der Plausibilitätsüberprüfung

— *Erhebung des regional vorhandenen Angebots und vorhandener Kontexte für Lern- und Weiterbildungsmöglichkeiten (z.B. Freiwilligenarbeit in Vereinen); Erstellung einer Datenbank zu AkteurInnen als weitere Basis für spätere Vernetzungsaktivitäten*

Für den Weiterbildungsbedarf ist das Weiterbildungsangebot ebenso entscheidend wie die Bedürfnislagen und artikulierten Weiterbildungsbedürfnisse. Eine Bedarfserhebung muss daher auch die Angebotsseite einschließen.

Methodik: Informationsrecherche

— *Für die Tragfähigkeit des Programms „Lernende Regionen“ ist die Unterstützung von lokalen Institutionen/AkteurInnen zentral, die zu ihren Problemwahrnehmungen, Interessen und Zielen befragt wurden*

Die Angebotsstruktur wird in Regionen nicht nur von klassischen Erwachsenenbildungseinrichtungen, dem AMS und ArbeitgeberInnenbetrieben bestimmt, sondern durch eine hohe Anzahl anderer Institutionen (Vereine, Parteien, religiöse Gemeinschaften etc.). Diese AkteurInnen verfügen oft über einen starken Zugang zu Zielgruppen und bestimmen das regionale Angebot mit.

Methodik: qualitative Interviews, Veranstaltung von Bildungsstrategie-Workshops unter Einbindung von InteressentInnen, Erfassung von regionalen AkteurInnen in einer Datenbank, Online-Befragung der Institutionen der Region

Als mögliche Basis für die künftige Umsetzung der Bildungsstrategie wurden anhand von Modellprojekten Beispiele für Umsetzungsmöglichkeiten der Bildungsstrategie entwickelt. Deren Akzeptanz und Rahmenbedingungen wurden im Rahmen von

quantitativen Befragungen der Bevölkerung sowie der regionalen und überregionalen Institutionen überprüft.

1.2 Aufbau der Bildungsstrategie

Im Folgenden werden die Elemente der Bildungsstrategie im Detail dargestellt:

In Kapitel 2 werden Strukturindikatoren des Südburgenlands bzw. der Leader-Region Südburgenland und der zugehörigen 68 Mitgliedsgemeinden beschrieben: Hierzu zählen die demografische Struktur, die Wirtschaftsstruktur, die bestehenden Aus- und Weiterbildungsanbieter sowie Hintergrundinformationen zum Weiterbildungsverhalten und Weiterbildungsinteresse der Bevölkerung. Detailinformationen hierzu finden sich im Anhang.

In Kapitel 3 werden die Schwerpunkte und Zielsetzungen aus der Lokalen Entwicklungsstrategie für das Südburgenland beschrieben. Der Fokus wird dabei auf die für die Bildungsstrategie ausgewählten Schwerpunkte und damit verbundene Ziele sowie angestrebte Resultate mit explizitem Bildungsbezug gelegt.

In Kapitel 4 wird der Erarbeitungsprozess der Bildungsstrategie beschrieben. Auf Basis der Lokalen Entwicklungsstrategie (Aktionsfelder/Schwerpunkte, Zielsetzungen, SWOT-Analyse), der qualitativen Erhebungen in der Leader-Region sowie der Rückmeldungen aus den Workshops (Kap. 5) werden in Kap. 6 die inhaltlichen Zielsetzungen für die Bildungsstrategie abgeleitet.

In Kapitel 7 wird das regionale Netzwerk zur Umsetzung der Bildungsstrategie beschrieben, in Kapitel 8 werden die Lösungsansätze zur Sicherstellung der Grundziele (Gender Mainstreaming, Barrierefreiheit, Niedrigschwelligkeit, Qualitätssicherung) von Lernenden Regionen dargestellt. In Kapitel 9 werden mögliche Zielvorgaben für die Evaluierung der Zielsetzungen der Bildungsstrategie definiert.

Kapitel 10 liefert schließlich einen Ausblick auf die mögliche Umsetzung der Bildungsstrategie: Darin werden mögliche Modellprojekte in den drei Schwerpunktthemen „Ökoenergie“, „Südburgenländischer Natur-Genuss“ und „Lernen ohne Grenzen“ dargestellt. In Kapitel 11 wird der Strukturaufbau eines regionalen Bildungsmarketings beschrieben und auf relevante Ergebnisse aus der Befragung der Bevölkerung im Südburgenland eingegangen.

Im Anhang findet sich umfangreiches Zusatzmaterial zur Methodik, zu weiteren Ergebnissen und zu bisherigen Netzwerkveranstaltungen (Protokolle, TeilnehmerInnenlisten) des Projekts.

2 Charakterisierung der Leader-Region Südburgenland

Zur Leader-Region Südburgenland zählen die Bezirke Oberwart, Güssing und Jennersdorf, die sich im südlichen Burgenland befinden. Die Leader-Region Südburgenland beginnt südlich vom Günser Gebirge, das die Trennlinie zwischen Mittel- und Südburgenland bildet. Im Osten grenzt das Südburgenland an Ungarn, im Westen an die Steiermark und im Süden einige Kilometer lang an Slowenien.

2.1 Demografische Struktur des Südburgenlands

An der Leader-Region Südburgenland sind 68 Gemeinden mit 94.661 EinwohnerInnen (Stand: 2009) beteiligt. Die Gesamtfläche der Mitgliedsgemeinden beträgt rund 1.410 km². Zwischen den Volkszählungen von 1991 und 2001 konnte das Burgenland insgesamt einen Bevölkerungszuwachs von 2,5% verzeichnen, wobei anzumerken ist, dass die Bevölkerungszahlen im Südburgenland im gleichen Zeitraum um 1,3% abgenommen haben.

Einer der Gründe für die negative Bevölkerungsentwicklung im Südburgenland liegt in der sinkenden Geburtenrate, die auch durch Zuwanderung nicht ausgeglichen werden kann. Neueren Bevölkerungserhebungen zufolge zeigt sich, dass die Bevölkerung im Südburgenland zwischen 2002 und 2006 um weitere 0,4% abgenommen hat (vgl. LAG 2007, S. 6).

In der Tabelle A.6 im Anhang sind die 68 Gemeinden (in alphabetischer Reihenfolge), die jeweilige Fläche, die Anzahl der EinwohnerInnen sowie deren Geschlecht und Altersgruppenzugehörigkeit angeführt.

2.2 Wirtschaftsstruktur des Südburgenlands

2.2.1 Allgemeine Informationen zur Wirtschaftsstruktur

In der Leader-Region Südburgenland waren im Jahr 2005 insgesamt 21.494 Personen unselbstständig beschäftigt, das entspricht einem Beschäftigungszuwachs von 15,3% im Vergleich zum Jahr 1995. Diese positive Beschäftigungsentwicklung spiegelt sich auch im Bruttoregionalprodukt (BRP) des Südburgenlands wieder, dass zwischen 1995 und 2003 um 41,7% gestiegen ist. Dennoch bleibt anzumerken, dass diese relativ hohen Wachstumsraten in Zusammenhang mit dem relativ niedrigen Ausgangsniveau im Südburgenland zu betrachten sind (vgl. LAG 2007, S. 6).

Das Südburgenland ist eine der NUTS-III-Regionen in Österreich, das mit einem BIP pro Kopf von etwa 59% des österreichischen Durchschnittswerts im Jahr 2005 zu einer der wirtschaftlich schwächsten Regionen in Österreich zählt (vgl. AMS Oberwart 2007, S. 5). In absoluten Zahlen betrug das Bruttoregionalprodukt des Südbur-

genlands im Jahr 2003 1,58 Mio. EUR. Im Vergleich dazu war jenes des Nordburgenlands mit 3,13 Mio. EUR etwa doppelt so hoch (vgl. LAG 2007, S. 6).

Das Burgenland zählt zu jenen Bundesländern mit einem relativ hohen PendlerInnenanteil. Im Jahr 2001 waren in den Mitgliedsgemeinden der Leader-Region Südburgenland insgesamt 40.698 Personen erwerbstätig, davon waren 28.733 Personen außerhalb der Gemeindegrenze beschäftigt und 19.161 Personen pendelten von außerhalb in die Gemeinden ein (vgl. dazu Tabelle A.7 im Anhang). Diese PendlerInnenströme sagen allerdings relativ wenig darüber aus, wie viele der PendlerInnen die Leader-Region tatsächlich verlassen und wie viele von ihnen aus Gemeinden außerhalb der Leader-Region kommen und daher nicht Teil eines PendlerInnenstroms im Binnenverhältnis der Leader-Region Südburgenland sind. Die Steiermark (17%) sowie Wien und Niederösterreich (15%) stellen dabei die wichtigsten Zielgebiete südburgenländischer PendlerInnen dar (vgl. Huber 2005, S. 5).

Die regionale Wirtschaftsstruktur im Südburgenland ist hauptsächlich durch den Dienstleistungsbereich sowie die Landwirtschaft geprägt, in geringerem Maß durch den industriell-gewerblichen Sektor. Im Dienstleistungsbereich dominieren vor allem der Handel und das Beherbergungs- und Gaststättenwesen (vgl. AMS Jennersdorf 2007, S. 6). Dementsprechend ist in Bezug auf die Wirtschaftsentwicklung des Südburgenlands der Tourismus einer der wichtigsten Faktoren. Neben den traditionellen Erholungsgebieten rund um den Neusiedler See spielt der Wellnesstourismus eine wichtige Rolle (vgl. AMS Burgenland 2008). Im Zeitraum zwischen 1995 und 2005 hat sich die Zahl der Übernachtungen sehr positiv entwickelt: Diese sind im Vergleich zum Jahr 1995 um 48,1% gestiegen. Die positiven Entwicklungen in Bezug auf die Nächtigungszahlen sind allerdings auch in Zusammenhang mit den hohen, von der EU mitgetragenen Investitionen, vor allem im Thermal- und Wellnessbereich, zu sehen (vgl. LAG 2007, S. 7).

Die Zahl der Arbeitsstätten hat sich im Südburgenland ebenso positiv entwickelt: Im Jahr 1991 wurden insgesamt 3.459, im Jahr 2001 4.196 Arbeitsstätten registriert, was einer Zunahme von 21,3% entspricht. Insgesamt betrachtet, hat sich die Wirtschaftsstruktur des Südburgenlands recht positiv entwickelt. Der wirtschaftliche Aufschwung reicht allerdings bislang noch nicht aus, um mit wirtschaftlich stärkeren Regionen, wie beispielsweise dem Nordburgenland, mithalten bzw. zu konkurrieren (vgl. LAG 2007, S. 7). Das Südburgenland ist in Bezug auf die Branchenstruktur, die weiterhin eher auf niedrig qualifizierte Branchen spezialisiert ist, die Humankapitalausstattung, die Erreichbarkeit, den Anteil der international handelbaren Dienstleistungen, den Anteil der produktionsnahen Dienstleistungen sowie die Bevölkerungsdichte immer noch strukturell benachteiligt (vgl. Huber 2005, S. 2).

Die Agrarwirtschaft ist neben dem Tourismus ein weiterer wichtiger Wirtschaftssektor im Südburgenland: Die Anzahl der land- und forstwirtschaftlichen Betriebe lag im Jahr 2001 bei 6.208, wovon 938 als Haupterwerbsbetriebe registriert waren und 5.061 Betriebe die Land- und Forstwirtschaft lediglich als Nebenerwerb betrieben (siehe dazu Tabelle A.8 im Anhang). Zu den wichtigsten Agrargütern zählen Feldfrüchte, Wein sowie Produkte aus tierischer Erzeugung. Zukünftig soll die lokale Produktion und die regionale Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte im Südburgenland weiter ausgebaut werden. Zusätzlich soll auch das Image des Südburgenlands

als „entschleunigte“ Region gefördert werden, wovon man sich eine nachhaltige Steigerung der Gästefrequenz erwartet. Mit landwirtschaftlichen Projekten, wie etwa „Südburgenland – Ein Stück vom Paradies“ ®, dem „Zickentaler Moorochsen“ oder der „Weinidylle Südburgenland“ wurden diesbezüglich bereits erste Schritte eingeleitet bzw. konnten auch erste Erfolge verzeichnet werden.

Im Zentrum der zukünftigen wirtschaftlichen Entwicklung des Südburgenlands steht die Vernetzung einzelner Sektoren und Branchen, um dadurch die Wertschöpfungsmöglichkeiten weiter auszubauen und die Konkurrenzfähigkeit des Südburgenlands zu steigern. Positive Beschäftigungseffekte sollen durch die aktive Einbindung von Klein- und Mittelbetrieben in der Region sowie die Konzentration auf lokale Produkte, Produktveredelung und Vermarktung geschaffen werden. Als Kernzielgruppe wurden in der Lokalen Entwicklungsstrategie Betriebe/KMUs, Frauen, Jugendliche und „Zuigraste“ definiert (vgl. LAG 2007, S. 24).

Ganz generell wird eine verstärkte Vernetzung und Kooperation auf nationaler und europäischer Ebene angestrebt, die neue Kooperationspotenziale eröffnen sollen. Insbesondere die angrenzenden Lokalen Aktionsgruppen (LAG) der Oststeiermark, die burgenländische LAG mittelburgenland plus sowie die ländlichen Entwicklungsprozesse in den Grenzregionen zu Ungarn und Slowenien sind hier von zentralem Interesse und sollen einen gegenseitigen Lernprozess fördern sowie von gegenseitigem Nutzen sein (vgl. LAG 2007, S. 27).

2.3 Aus- und Weiterbildungsanbieter im Südburgenland

Die Aus- und Weiterbildungslandschaft im Südburgenland sowie in dessen näherer Umgebung wird, neben den Einrichtungen des ersten Bildungsweges, also des klassischen Schulwesens (siehe etwa www.lsr-bgld.gv.at, www.schule.at, www.bildungserver.com oder www.schulen-online.at), auch vom Hochschulwesen gestaltet. Dazu zählen beispielsweise Fachhochschulstudiengänge (siehe www.fb-burgenland.at) sowie die Friedensuniversität Stadtschlaining (siehe www.aspr.ac.at).

Andererseits gibt es Aus- und Weiterbildungsanbieter, die in verschiedenen Fachbereichen unterschiedliche (Weiter-)Qualifizierungsmöglichkeiten anbieten, bei denen nicht zwangsläufig ein formaler Abschluss im Vordergrund steht. Das auf Bundesebene tätige Internetportal www.erwachsenenbildung.at gibt dazu einen hervorragenden Überblick, ebenso die Internetseite der Burgenländischen Konferenz für Erwachsenenbildung (www.bukeb.at). Als wesentliche AkteurInnen sind für das Südburgenland das bfi (Berufsförderungsinstitut), die Burgenländischen Volkshochschulen, das Burgenländische Volksbildungswerk, das LFI Burgenland (Ländliches Fortbildungsinstitut Burgenland) sowie das WIFI (Wirtschaftsforschungsinstitut) zu nennen. Zudem beinhaltet die Weiterbildungsdatenbank des AMS (www.ams.at) viele Kurse und Seminare im Bereich der beruflichen Weiterbildung.

Darüber hinaus ergeben sich vielfältige Möglichkeiten, sich informell Wissen anzueignen, das auf einer fachlichen Bandbreite angesiedelt ist, welches nahezu alle Berei-

che des Lebens abdeckt. Dieses informelle Lernen kann beispielsweise in öffentlichen und privaten Bibliotheken, bei Vereinen, sozialen und religiösen Gruppierungen, auf Messen oder Ausstellungen oder bei Vorträgen erfolgen.

Die Informationen und Webseiten zu den verschiedenen Bildungsanbietern sowie die Internetseite der Burgenländischen Konferenz der Erwachsenenbildung (www.bukeb.at) bilden die Grundlage für die im Anhang (A.7.2) aufgelistete Auswahl von AnbieterInnen von Lern- und Weiterbildungsmöglichkeiten im Südburgenland.

In diesem Kontext ist darauf hinzuweisen, dass für den betrieblichen Weiterbildungsbereich, in dem intern Weiterbildungen organisiert werden, auch überregionale Anbieter tätig sind bzw. das lokale „offene Weiterbildungsprogramm“ das Gesamtangebot nur zum Teil wiedergibt.

2.4 Basisinformationen zur Weiterbildungsbeteiligung und zu Weiterbildungsinteressen im Burgenland bzw. im Südburgenland

Auf Basis der Erhebung zum Lebenslangen Lernen (vgl. Hammer/Moser/Klapfer 2004) lassen sich Grundaussagen zur Weiterbildungsbeteiligung im Burgenland sowie speziell für das Südburgenland formulieren.

Im Bereich des formalen Lernens, d.h. „das Lernen, das im regulären Schul- und Hochschulsystem stattfindet, strukturiert ist und zertifiziert wird“ (ebd., S. 25), zeigen die befragten BurgenländerInnen folgenden Bildungsstand:

39,1% verfügen als höchste abgeschlossene Schulbildung über einen Pflichtschulabschluss, 29,6% über einen Lehrabschluss, 11,9% absolvierten eine berufsbildende mittlere Schule (BMS), 4,6% eine allgemein bildende höhere Schule (AHS), 10,4% eine berufsbildende höhere Schule (BHS), 1,7% eine hochschulverwandte Lehranstalt (vor allem Pädagogische Akademien) und 2,7% eine Universität oder Hochschule. Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass die formale Schulbildung bei Frauen insgesamt niedriger ist als bei Männern, wobei sich dieses Verhältnis bei jüngeren Altersgruppen (bis 35 Jahre) teilweise bereits umgekehrt hat. Jüngere Befragte haben generell ein deutlich höheres Qualifikationsprofil als ältere Bevölkerungsgruppen.

Betrachtet man die vorhandenen Daten für das Südburgenland, so zeigt sich, dass das Bildungsniveau dort geringfügig niedriger ausfällt als im restlichen Burgenland. So verteilen sich die Bildungsabschlüsse der befragten SüdburgenländerInnen wie folgt:

- ___ 1,3% haben keinen Pflichtschulabschluss,
- ___ 31,5% haben als höchste abgeschlossene Schulbildung einen Pflichtschulabschluss vorzuweisen,
- ___ 32,2% einen Lehrabschluss,
- ___ 11,7% haben eine berufsbildende mittlere Schule (BMS) abgeschlossen,
- ___ 6,1% eine allgemein bildende höhere Schule (AHS),
- ___ 9,0% eine berufsbildende höhere Schule (BHS),

___ 2,9% haben eine hochschulverwandte Lehranstalt besucht,
___ 2,5% absolvierten ein Universitäts- bzw. Hochschulstudium.

Auch im Südburgenland ist der Bildungsstand von Frauen, v.a. bei älteren, etwas niedriger als jener von Männern, wobei sich auch hier das Verhältnis bei jüngeren Altersgruppen (bis 35 Jahren) teilweise bereits umgekehrt hat (Erhebung zum Lebenslangen Lernen – NUTS3 Südburgenland 2003).

Aus- und Weiterbildung, ob beruflich oder privat motiviert, findet nicht nur auf formaler Ebene statt, sondern auch und gerade im Bereich des non-formalen Lernens. Non-formales Lernen wird „üblicherweise nicht im regulären Schul- und Hochschulsystem“ umgesetzt, es wird nicht zertifiziert, ist aber dennoch als ein systematischer und zielgerichteter Lernprozess zu verstehen (vgl. Hammer/Moser/Klapfer 2004, S. 29).

Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass das Aus- und Weiterbildungsinteresse im Burgenland mit 31,7% relativ gering ist, wobei sich generell zeigt, dass das Interesse an Aus- und Weiterbildung – bundesweit betrachtet – mit steigendem Bildungsniveau zunimmt. Frauen zeigen in allen Bildungsabschlüssen – mit Ausnahme der PflichtschulabsolventInnen – ein höheres Interesse an Aus- und Weiterbildung als Männer (vgl. ebd., S. 65).

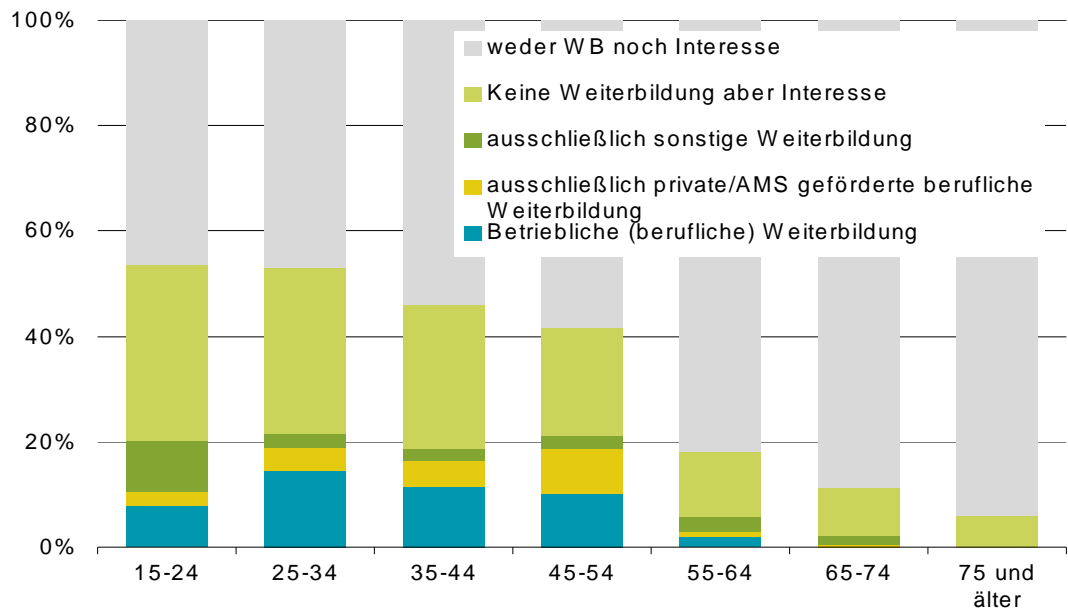
Im Burgenland wie auch auf Bundesebene ist das Interesse an Aus- und Weiterbildung lebensphasenabhängig: Aus- und Weiterbildung spielt v.a. in jüngeren Jahren eine vergleichsweise große Rolle, steigt mit zunehmendem Alter an und stagniert wieder ab dem 45. Lebensjahr (vgl. ebd., S. 30). Festzuhalten bleibt, dass das Burgenland, im Österreich-Vergleich, mit 15% das Bundesland mit der geringsten Teilnahme an Weiterbildungsmaßnahmen und Schulungen ist (vgl. ebd., S. 33).

In Bezug auf die Finanzierung von Aus- und Weiterbildungsangeboten gaben 30,8% der befragten BurgenländerInnen an, dass ihr jeweils zuletzt besuchter Kurs auf privater Basis finanziert wurde. Auch in Bezug auf die Förderung berufsbezogener Weiterbildung stellt das Burgenland, im Bundesländervergleich, das Schlusslicht dar: Berufliche Weiterbildungskurse werden dort größtenteils bei betriebsbezogenen Trägereinrichtungen (42,6%), beim BFI (9,7%), beim WIFI (10,5%) und bei sonstigen Bildungsanbietern (16,5%) belegt. Grundsätzlich überwiegt im Burgenland die berufsbezogene Weiterbildung. Freizeitbezogene Weiterbildungsmöglichkeiten werden kaum genutzt, lediglich die 15- bis 24-jährigen BurgenländerInnen sowie die Generation 60+ gaben eine Nutzung dieser an.

In der nachfolgenden Tabelle wird die Weiterbildungsbeteiligung und die Weiterbildungsinteressen im Südburgenland nach Altersgruppen grafisch dargestellt.

Abbildung 2.1

Weiterbildungsbeteiligung und -interessen nach Altersgruppen – Südburgenland



Quelle: Erhebung zum Lebenslangen Lernen 2003 (Ad-hoc-Modul zur Arbeitskräfteerhebung) – 3s Integriertes Berichtssystem Weiterbildung; NUTS3 Südburgenland N=2.158

Das Weiterbildungsinteresse im Südburgenland ist bei den Altersgruppen zwischen 15 und 24 Jahren sowie zwischen 25 und 34 Jahren am höchsten, mit zunehmendem Alter sinkt das Interesse. Die ausschließlich private bzw. vom AMS geförderte berufliche Weiterbildung ist in der Altersgruppe zwischen 45 und 54 Jahren am höchsten, gefolgt von den 34- bis 44-Jährigen. Betriebliche (berufliche) Weiterbildung ist demgegenüber bei der Altersgruppe zwischen 25 und 34 Jahren und den 34 bis 44-jährigen am höchsten. Mit dem Programm „Lernende Regionen“ sollen insbesondere jene Zielgruppen angesprochen werden, die in der Grafik in der Kategorie „keine Weiterbildung, aber Interesse“ aufscheinen, die also durch bisherige Angebote noch nicht angesprochen werden konnten.

3 Lokale Entwicklungsstrategie der Leader-Region Südburgenland

Die bereits im Rahmen der Lokalen Entwicklungsstrategie definierten Aktionsfelder und damit verbundene Ziele und Erfolgskriterien sind als Grundlage für die vorliegende Bildungsstrategie zu verstehen. Die Lokale Entwicklungsstrategie für das Südburgenland ist unter das übergeordnete Motto gestellt: „südburgenland plus – Mehr Lebensqualität für die SüdburgenländerInnen und ihre Gäste“ (LAG 2007, S. 14).

3.1 Schwerpunkte bzw. Aktionsfelder der Lokalen Entwicklungsstrategie

Die Lokale Entwicklungsstrategie der Leader-Region Südburgenland nimmt für die Leader-Periode 2007-2013 Schwerpunktsetzungen auf die folgenden fünf Bereiche vor (vgl. LAG 2007, S. 16):

- Behauptung der Führungsposition im Bereich der „Ökoenergie“
- Südburgenländischer Natur-Genuss
- Ökomobiles Südburgenland
- Multikulturelles Südburgenland
- Lernen ohne Grenzen

In einem Auftakt-Workshop zu „Nutzen und Zielen einer Bildungsstrategie für eine Lernende Region Südburgenland“, der am 19. Oktober 2009 in Neudauberg veranstaltet wurde, wurden vom Vorstand der Leader-Aktionsgruppe südburgenland plus für die Erarbeitung der Bildungsstrategie die folgenden drei Aktionsfelder als Schwerpunkte ausgewählt:

- Behauptung der Führungsposition im Bereich der „Ökoenergie“
- Südburgenländischer Natur-Genuss
- Lernen ohne Grenzen

In der Folge wird daher insbesondere auf die bildungsbezogenen Zielsetzungen dieser drei Schwerpunkte Bezug genommen, da auf ihnen auch die Ausarbeitung von inhaltlichen Zielsetzungen und möglichen Modellprojekten für die Bildungsstrategie basiert.

3.2 Ziele der ausgewählten Schwerpunkte mit Bildungsbezug

Aus- und Weiterbildung sowie lernförderliche Projekte können ein Instrument für die Umsetzung sämtlicher Zielsetzungen der Schwerpunkte der Lokalen Entwicklungsstrategie darstellen. Im Folgenden werden die Ziele angeführt, welche einen

Bildungsbezug beinhalten (vgl. LAG 2007, S. 16-24). Weitere Zielsetzungen siehe im Anhang in Kapitel A7.7.

Ziele des Aktionsfelds „Behauptung der Führungsposition im Bereich Ökoenergie“

- ___ Ausbau der Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten im Bereich Erneuerbare Energie
- ___ Multiplikation des „Modells Güssing“ im gesamten Südburgenland
- ___ Verstärkte Information und Einbindung der Betriebe, Gemeinden und der Bevölkerung in die Entwicklung Erneuerbarer Energien
- ___ Bewusstmachung der Möglichkeiten der Energieeinsparung als primäre Maßnahme
- ___ Schaffung eines hochwertigen Aus- und Weiterbildungsangebots im Bereich Erneuerbare Energie (Schwerpunkt Photovoltaik und Biomasse)

Angestrebte Resultate dieses Aktionsfelds mit Bildungsbezug sind:

- ___ Ausbildung von kommunalen EnergiemanagerInnen
- ___ Marktführerschaft in der Forschung und Entwicklung zur Erneuerbaren Energie
- ___ Konkrete Ansprache zumindest jeden 2. Haushalts über die Möglichkeiten der Energieeinsparung und Erneuerbaren Energie
- ___ Einrichtung eines Ausbildungszentrums für Erneuerbare Energie

Ziele des Aktionsfelds „Südburgenländischer Natur-Genuss“

- ___ Weiterentwicklung der landwirtschaftlichen Lebensmittelproduktion durch forcierte Produktveredelung
- ___ Breite Bekanntmachung der Lebensmittelvielfalt und deren Besonderheiten (Frische, Gesundheit, Klimaschutz) sowie der Vielfalt an touristischen Angeboten in der südburgenländischen Bevölkerung

Angestrebte Resultate dieses Aktionsfelds mit Bildungsbezug sind:

- ___ Zusammenarbeit der regionalen qualitativen Genussinitiativen aus AMA-Genussregionen, Naturparke, Südburgenland – Ein Stück vom Paradies, Weindidylle, echt guat – Buschenschenker
- ___ Qualitätsvolle Weiterentwicklung, Professionalisierung und Zusammenarbeit der naturtouristischen Anbieter (Naturparks, Waldpädagogik, Urlaub am Bauernhof, Lafnitztal, Zickentaler Moor, Natura-2000-Gebiete)

Ziele des Aktionsfelds „Lernen ohne Grenzen“

- ___ Forcieren der gemeindeübergreifenden Zusammenarbeit („von- und miteinander Lernen“) auf kleinregionaler Ebene
- ___ Aufbau von Unternehmenskooperationen zur Entwicklung von Gesamtangeboten und Stärkung des Wirtschaftsstandorts Südburgenland
- ___ Entwickeln des Selbstverständnisses als „Lernende Region“ und Aufbau der dafür erforderlichen strukturellen und geistigen Rahmenbedingungen

- ___ Initiieren und Pflegen von Erfahrungsaustausch und Know-how-Transfer mit anderen Leader-Regionen im Besonderen zu den Themen Nahversorgung und Kinder- und Altenbetreuung und anschließende Implementierung von Pilotmodellen in der Region
- ___ Erhöhung des Sozialkapitals durch gezielte Nutzung der unterschiedlichen Begabungen und Talente über Geschlechter, Altersgruppen und Kulturen hinweg. Besonderes Augenmerk ist auf die „Zuigroasten“ im Südburgenland zu legen
- ___ Entwicklung gemeinsamer regionaler Bildungsinitiativen (z.B. Sprache, Persönlichkeitsbildung, Wissen über das Südburgenland, Unternehmertum etc.)
- ___ Erschließung neuer Einkommens- und Beschäftigungsfelder (v.a. in der Landwirtschaft)
- ___ Nutzung der Potentiale in den jüngeren EU-Nachbarländern

Angestrebte Resultate dieses Aktionsfelds mit Bildungsbezug sind:

- ___ Die Bevölkerung ist zunehmend in die Gestaltung der regionalen Entwicklung involviert. Die LAG hat entsprechende Möglichkeiten („Ideenwerkstätten“) installiert.
- ___ Das Aus- und Weiterbildungsangebot im Südburgenland ist erweitert, attraktiver geworden und wird verstärkt in Anspruch genommen. Attraktive Sprachkurse, ein Coaching-Angebot für Kleinunternehmer und Netzwerke wurde entwickelt.
- ___ Leer stehende, ungenützte Räumlichkeiten werden für Bildungsinitiativen genutzt.
- ___ Es gibt zunehmend mehr AktivbürgerInnen mit Mut zur Eigeninitiative und geistiger Mobilität. Die Kooperationsfähigkeit ist gestiegen.
- ___ Besser qualifizierte junge Menschen mit größeren Chancen am Arbeitsmarkt.

3.3 SWOT-Analyse zu den Aktionsfeldern der Lokalen Entwicklungsstrategie

Im Rahmen der Lokalen Entwicklungsstrategie für die Leader-Periode 2007–2013 wurde die sozioökonomische Lage des Südburgenlandes analysiert. Diesbezüglich wurden zu den Themenfeldern „Allgemeines“, „Gesellschaft“, „Infrastruktur“, „Landwirtschaft“, „Tourismus“, „Humankapital“ und „Wirtschaft“ nachfolgend aufgelistete Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken definiert (vgl. LAG 2007, S. 7-13), welche auch für die ausgewählten Schwerpunkte der Bildungsstrategie relevant sind.

Tabelle 3.1

SWOT-Analyse zum Themenfeld „Allgemeines“

Stärken	Schwächen
<input type="checkbox"/> Gastfreundlichkeit	<input type="checkbox"/> geringes Wirtschaftsniveau
<input type="checkbox"/> Natur- und Kulturlandschaft	<input type="checkbox"/> unterdurchschnittliches BIP
<input type="checkbox"/> hohe Wohn- und Lebensqualität	<input type="checkbox"/> geringe Arbeitsplatzausstattung
<input type="checkbox"/> reiche historische Vergangenheit	<input type="checkbox"/> fehlendes innovatives Umfeld
<input type="checkbox"/> Öko-Energien/Erneuerbare Energien	<input type="checkbox"/> Abwanderung
<input type="checkbox"/> Wein, Naturparke	<input type="checkbox"/> mangelnde Infrastruktur
<input type="checkbox"/> Genussregion, Golf- und Thermenregion	
Chancen	Risiken
<input type="checkbox"/> Tourismus, Zuwanderung	<input type="checkbox"/> ZuwanderInnen-Konflikte
<input type="checkbox"/> Forschung Ökoenergie für qualifizierte Arbeitsplätze	<input type="checkbox"/> kein Nachwuchs – Schulschließungen

Quelle: 3s-Darstellung der SWOT-Analyse der LES (vgl. LAG 2007)

Im Bereich „Allgemeines“ werden ein Ausbau der Tourismusangebote, Zuwanderung sowie Forschung im Bereich Ökoenergie zur Schaffung qualifizierter Arbeitsplätze als Chance gesehen, um dem geringen Wirtschaftsniveau, der zu geringen Anzahl von Arbeitsplätzen, fehlenden Innovationen und der Abwanderung entgegenzuwirken.

Tabelle 3.2

SWOT-Analyse zum Themenfeld „Gesellschaft“

Stärken	Schwächen
<input type="checkbox"/> aktives Vereinsleben	<input type="checkbox"/> Nachwuchsmangel in Vereinen
<input type="checkbox"/> gute Ausbildungsmöglichkeiten	<input type="checkbox"/> schlechte Bausubstanz
<input type="checkbox"/> viele leerstehende alte Gebäude (z.B. Mühlen)	<input type="checkbox"/> ungünstige Bevölkerungsentwicklung
	<input type="checkbox"/> geringe Geburtenrate
	<input type="checkbox"/> Überalterung
	<input type="checkbox"/> passive Haltung der Bevölkerung
	<input type="checkbox"/> Bereitschaft zum Ehrenamt nimmt ab
	<input type="checkbox"/> Nachwuchsmangel in den Familien
	<input type="checkbox"/> negative Zukunftseinstellung
Chancen	Risiken
<input type="checkbox"/> Identifikation, Identität	<input type="checkbox"/> Ende des Ehrenamts
<input type="checkbox"/> Qualifikation der Jugend	<input type="checkbox"/> Abwanderung der gut Ausgebildeten
<input type="checkbox"/> innovative Nutzung leerstehender Gebäude	<input type="checkbox"/> Verfall und Verlust alter Bausubstanz
<input type="checkbox"/> hoher Freizeitwert (breites touristisches und kulturelles Angebot)	<input type="checkbox"/> Finanzierung Gemeindeinfrastruktur
<input type="checkbox"/> hochqualifizierte Altenbetreuung sowie im Sozialbereich bieten neue Arbeitsplätze insbesondere für Frauen	<input type="checkbox"/> Versorgungsprobleme mit sozialen Dienstleistungen sowie mit Gütern (Nahversorgung)
<input type="checkbox"/> Profilierung als Senioren-Eldorado	<input type="checkbox"/> Sicherung der Altenbetreuung für alle
<input type="checkbox"/> Nutzung der „Zuigroasten“ als WerberInnen, IdeenbringerInnen etc.	<input type="checkbox"/> Resignation, Aufgabe
	<input type="checkbox"/> Gegeneinander statt Miteinander (nicht die Sache, sondern der Konflikt, „dagegen sein“ stehen im Vordergrund)

Quelle: 3s-Darstellung der SWOT-Analyse der LES (vgl. LAG 2007)

Gesellschaftliche Themenfelder betreffen insbesondere die demografische Entwicklung hin zu einer Überalterung der Bevölkerung sowie den Nachwuchsmangel in Vereinen. Als Chancen werden demgegenüber die Qualifikation der Jugend, das touristi-

sche und kulturelle Angebot sowie neue Arbeitsplätze durch den steigenden Bedarf in der Altenbetreuung und im Sozialbereich bewertet.

Tabelle 3.3

SWOT-Analyse zum Themenfeld „Infrastruktur“

Stärken	Schwächen
<input type="checkbox"/> gut ausgebaute Infrastruktur (Wege, Wasser, Kanal) <input type="checkbox"/> Pläne zum Bau neuer Straßen <input type="checkbox"/> Energieinfrastruktur und teilweise hoher Versorgungsgrad mit erneuerbaren Energien <input type="checkbox"/> breites Angebot an qualitativ hochwertigem Wohnraum <input type="checkbox"/> teilweise verwirklichte Energieautarkie	<input type="checkbox"/> Kosten für den Erhalt <input type="checkbox"/> verkehrsmäßige Erreichbarkeit <input type="checkbox"/> unzureichender öffentlicher Verkehr <input type="checkbox"/> unzureichende grenzüberschreitende Erreichbarkeitsbedingungen <input type="checkbox"/> keine konkurrenzfähigen Bahnverbindungen, kein Flughafen
Chancen	Risiken
<input type="checkbox"/> Konzentration auf „Neues“ <input type="checkbox"/> bessere Anbindung an Verkehrsachsen <input type="checkbox"/> Ausbau des öffentlichen Verkehrs im ganzen Südburgenland für den Tourismus ohne Auto (z.B. von Wien oder Graz) <input type="checkbox"/> Entwicklung Flugplatz Punitz	<input type="checkbox"/> wenig finanzieller Spielraum <input type="checkbox"/> Umweltzerstörung, Transit, Lebensqualitätsverlust <input type="checkbox"/> Land sieht noch keinen Bedarf für dringende Maßnahmen im Südburgenland <input type="checkbox"/> „Verparteipolitisierung“ verhindert konstruktive Lösungen

Quelle: 3s-Darstellung der SWOT-Analyse der LES (vgl. LAG 2007)

Im Bereich „Infrastruktur“ werden insbesondere Chancen im Ausbau der öffentlichen Verkehrsverbindungen im Südburgenland gesehen, um bislang unzureichende Verkehrs- und Erreichbarkeitsbedingungen zu verbessern.

Tabelle 3.4

SWOT-Analyse zum Themenfeld „Landwirtschaft“

Stärken	Schwächen
<input type="checkbox"/> Direktvermarktung <input type="checkbox"/> gute Ackerböden in Tallagen <input type="checkbox"/> zahlreiche Biobetriebe, Tendenz steigend <input type="checkbox"/> Bauernläden fast flächendeckend vorhanden <input type="checkbox"/> „Der gläserne Landwirt“ – alles muss dokumentiert werden <input type="checkbox"/> Top-WinzerInnen <input type="checkbox"/> Gute Dichte und Qualität der Buschenschenker <input type="checkbox"/> Vielfalt an Vinotheken	<input type="checkbox"/> Zahl der DirektvermarkterInnen stagniert <input type="checkbox"/> Rückgang Landwirtschaft <input type="checkbox"/> Marketingkenntnisse <input type="checkbox"/> Logistikprobleme <input type="checkbox"/> oft keine realen Preise für Produkte erzielbar <input type="checkbox"/> Abhängigkeit von anderen Sektoren (Handel, Gewerbe) <input type="checkbox"/> mangelnde Veränderungsbereitschaft
Chancen	Risiken
<input type="checkbox"/> Markt wächst <input type="checkbox"/> BäuerInnen als EnergielieferantInnen <input type="checkbox"/> innovative landwirtschaftliche Spezialitäten <input type="checkbox"/> Veredelung und Vermarktung der Produkte <input type="checkbox"/> Spezialisierung der Betriebe, Anbieten von Dienstleistungen <input type="checkbox"/> Nutzung Erwerbskombinationen <input type="checkbox"/> Notwendigkeit der Vernetzung und gemeinsamer Organisation <input type="checkbox"/> steigende gemeinsame Vermarktung von Betrieben und/oder Produkten	<input type="checkbox"/> Überlastung, Überalterung <input type="checkbox"/> Problem Landschaftspflege <input type="checkbox"/> Fehlen der kritischen Masse <input type="checkbox"/> sinkende Preise <input type="checkbox"/> zu viele Einzelorganisationen <input type="checkbox"/> fehlende Logistik und Vertrieb

Quelle: 3s-Darstellung der SWOT-Analyse der LES (vgl. LAG 2007)

Im Bereich „Landwirtschaft“ soll auf innovative Produkte, Veredelung und zunehmende gemeinsame Vermarktung von Betrieben bzw. Produkten gesetzt werden, um Probleme dieses Sektors wie einem Rückgang der Landwirtschaft oder fehlenden Vertriebskenntnissen entgegenzuwirken.

Tabelle 3.5

SWOT-Analyse zum Themenfeld „Tourismus“

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ___ reiches touristisches Angebot ___ gepflegte Landschaft ___ kulinarischer Reichtum ___ touristische Leitbetriebe und innovative Projekte als Impulsgeber für regionale Wirtschaftsentwicklung (z.B. Gesundheitstourismus) ___ viele neue Hotels und Tourismusbetriebe ___ hohe Qualität einiger Hotels und Thermen ___ Nähe zu ungarischen städtischen Zentren ___ Kellerstöckl als Alleinstellungsmerkmal 	<ul style="list-style-type: none"> ___ wenig Arbeitsplätze ___ zu geringe regionale Ausstrahlung ___ mangelnde Vermarktung ___ Angebotsmängel in einzelnen Lagen ___ höhere Preise als Ost-Konkurrenz ___ Mangel an umsetzungsorientierten Leitkräften ___ Ausbildung ausbaufähig ___ schlechte internationale Erreichbarkeit ___ mangelnde finanzielle Mittel für Vermarktung ___ klare Positionierung fehlt ___ zu geringe Regionskenntnis (touristisches Angebot) der MitarbeiterInnen im Tourismus ___ Die verschiedenen Regionalentwicklungsprojekte sind kaum miteinander und mit dem Tourismus vernetzt
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ___ Ausflugstourismus ___ Tourismus, Zuwanderung ___ Kulinarik-Tourismus ___ Ausbau, Arbeitsplätze, Motor für Entwicklung ___ Potenziale in Bezug auf grenzüberschreitende Angebote (Steiermark, Wien, Niederösterreich, Ungarn, Slowenien, Slowakei) und damit Zugang zu neuen Gästegruppen ___ Qualitätssteigerung des Angebotes und Ausweitung des Angebotes (Ganzjährigkeit, Saisonverlängerung) ___ durch Ostöffnung und EU-Erweiterung zusätzliche Nachfrage nach touristischen Produkten und neue Märkte, Positionierung als Ausflugsregion für West-Ungarn ___ Auslösen einer positiven Dynamik und eines positiven Images (z.B. Rad- und Reitwegnetz, grenzüberschreitende Naturparke) ___ „sanfter“, intelligenter Tourismus ___ diverse Events professionell organisieren ___ Kooperation mit Landwirtschaft, Kultur ___ Authentizität der Menschen ___ engeres Zusammenarbeiten der Leader-Projekte und Tourismus (fehlt zurzeit) ___ zusätzliche Angebotsentwicklung (Aufenthaltsdauer), Ökotourismus 	<ul style="list-style-type: none"> ___ Abwanderung der Jugend ___ Tourismusgesinnung, geringe Gästebindung ___ EigentümerInnenwechsel bei den Betrieben ___ geringe Aufenthaltsdauer, wenig Bindung ___ Verlust Marktanteile ___ Trotz dynamischer Entwicklung und einiger Leitbetriebe bleibt das Qualitätsniveau der Beherbergungs- und Gaststättenbetriebe sowie des Freizeitangebots hinter dem österreichischen Niveau zurück ___ Konkurrenz in bestimmten Bereichen des touristischen Angebots im grenzüberschreitenden Zusammenhang ___ unklare, für Externe verwirrende touristische Organisationsstrukturen ___ geringe Verflechtung mit vor- und nachgelagerten Wirtschaftsbranchen, z.B. Kultur, Landwirtschaft, Gewerbe ___ fehlende Dienstleistungsorientierung und teilweise Defizite in der Qualifizierung ___ wachsende Konkurrenz auf traditionellen Märkten (z.B. Herkunftsmarkt beim Inlandsgast ist größtenteils Nahmarkt), neue Anbieter im Umfeld

Quelle: 3s-Darstellung der SWOT-Analyse der LES (vgl. LAG 2007)

Im Tourismus stehen einem reichen touristischen Angebot, kulinarischem Reichtum und vielen neuen Hotels und Betrieben mit hoher Qualität die zu geringe Anzahl von Arbeitsplätzen, fehlende Vermarktung und Vernetzung, zu wenig Ausbildungsmög-

lichkeiten und fehlende Positionierung gegenüber. Als Chance werden für diesen Bereich u.a. ein Ausbau des Kulinarik-Tourismus, die professionelle Organisation von Events, eine Verstärkung der Zusammenarbeit sowie die generelle Ausweitung des Angebots wie auch seiner Bekanntheit gesehen.

Tabelle 3.6

SWOT-Analyse zum Themenfeld „Humankapital“

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ___ Fachhochschule als Kompetenzschwerpunkt und Impulsgeber ___ Bildungsniveau bereits nahe am Österreich-Durchschnitt ohne Wien ___ qualitativ und quantitativ hochwertiges Aus- und Weiterbildungs- sowie Beratungsangebot auch im Bereich berufsbegleitendes Lernen ___ Mehrsprachigkeit, Minderheiten 	<ul style="list-style-type: none"> ___ wenig Konzentration auf kommunikative Fähigkeiten sowie Sprachkompetenz ___ starke Abhängigkeit vom Wiener Arbeitsmarkt (PendlerInnenproblematik, Gefahr des Imports von Arbeitslosigkeit) ___ Lohndifferenz gegenüber Nachbarstaaten ___ teilweise niedrigeres Lohnniveau als in anderen Bundesländern ___ Lehrstellenproblematik und im Österreich-Vergleich hohe Jugendarbeitslosigkeit ___ noch ausbaufähige Vernetzung Schule – Region ___ keine Hochschulausbildung in den Bezirken Jennersdorf und Güssing ___ Chance der Grenzöffnung wurde in der Breite noch nicht erkannt
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ___ wirtschaftliche Nutzung der Mehrsprachigkeit ___ Vernetzung der regionalen Stärken (Erneuerbare Energie, Technologiezentren) mit Schule und höherer Ausbildung ___ Erschließung und Bearbeitung neuer Märkte 	<ul style="list-style-type: none"> ___ Bewusstsein und Angebote für „Lebenslanges Lernen“ noch schwach ausgeprägt ___ trotz dynamischer Entwicklung Arbeitsplatzmangel höherqualifizierter Arbeitskräfte (Sogwirkung der Zentralräume) ___ steigende Arbeitslosigkeit (dem österreichischen Trend folgend) bei großen regionalen Unterschieden und saisonalen Schwankungen, gering qualifizierte Arbeitslose, hohe Jugendarbeitslosigkeit ___ geringes Qualifikationsniveau und geringe Bildungsbereitschaft in Kleinbetrieben (ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen) ___ mangelnde Beratung der Klein- und Mittelbetriebe

Quelle: 3s-Darstellung der SWOT-Analyse der LES (vgl. LAG 2007)

Als Stärken des Bildungsbereichs werden u.a. das bereits vorhandene hochwertige Aus-, Weiterbildungs- und Beratungsangebot sowie Impulsgeber wie die Fachhochschule mit ihrer Niederlassung in Pinkafeld gesehen. Schwächen liegen demgegenüber in dem geringen Lohnniveau, in fehlendem Lehrstellenangebot und der hohen Jugendarbeitslosigkeit sowie der hohen Abhängigkeit vom Wiener Arbeitsmarkt. Eine stärkere Vernetzung regionaler Stärken, wie im Energiebereich, mit regionalen Ausbildungsangeboten sowie auch die Nutzung der Grenzlage bzw. der Mehrsprachigkeiten werden als Chance für eine künftige Aufwertung des Humankapitals gesehen.

Tabelle 3.7

SWOT-Analyse zum Themenfeld „Wirtschaft“

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ___ Europäisches Zentrum für Erneuerbare Energie ___ Handelszentrum Oberwart- Unterwart ___ Nähe zu den EU-Mitgliedsländern ___ günstige und infrastrukturell gut ausgestattete Industrie- und Gewerbeflächen sowie Büroflächen ___ qualifizierte Arbeitskräfte ___ Kompetenzknoten (Technologie-, Innovations- und Gründerzentren) ___ internationale Reputation bestehender Forschungs- und Bildungseinrichtungen (Friedensforschungsinstitut Burg Schlaining, Europäisches Zentrum für Erneuerbare Energie – EZEE, FH Pinkafeld, Ludwig-Boltzmann-Institut Bad Tatzmannsdorf, Optoelektronik Jennersdorf) ___ internationaler Betrieb Stahlbau Unger 	<ul style="list-style-type: none"> ___ Erneuerbare Energie noch keine regionale Breitenwirkung ___ Aushöhlung Zentrum, Verkehr ___ wenig Ost-Sprachkenntnis ___ Ostkern-Sterben ___ Nahversorgung im Streubereich ___ sinkende Lehrstellenzahl ___ mangelhafte Erreichbarkeit des Ballungsraums Wien-Pressburg ___ schwach ausgeprägtes Innovationsbewusstsein bei KMUs ___ Fehlen von impulsgebenden, innovationsorientierten Leitbetrieben ___ Risikokapital wird bisher von kleineren und mittleren Betrieben nur in geringem Ausmaß angenommen (Problematik Basel II)
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ___ Energieautarkie, regionale Wertschöpfung ___ Arbeitsplätze, Multiplikator ___ Kooperation, Teilhaben am wirtschaftlichen Wachstum ___ Ökotourismus ___ technologische Infrastruktur relativ weit ausgebaut (Breitband) ___ Thermen- und Gesundheitstourismus ___ Genuss-Tourismus (Paradies-Moorochse) ___ Vernetzung Energie-Landwirtschaft mit Gewerbe zu bestimmten Themen ___ Erschließung internationaler Geldquellen 	<ul style="list-style-type: none"> ___ Shopping-Zentren Wien und Graz ___ Verfall, Identitätsverlust ___ Abwanderung, Kaufkraftverlust ___ junge PendlerInnen, FacharbeiterInnenmangel ___ unzureichende Nutzung der technischen Möglichkeiten

Quelle: 3s-Darstellung der SWOT-Analyse der LES (vgl. LAG 2007)

Kompetenzzentren im Bereich Energie bzw. Technologie, die Nähe zu EU-Mitgliedsländern sowie das Angebot günstiger und gut ausgestatteter Gewerbeflächen werden als Pluspunkte der Wirtschaft verzeichnet, welchen u.a. die eingeschränkte verkehrstechnische Erschließung zu Ballungsräumen, fehlendes Innovationsbewusstsein und fehlende Ostsprachkenntnissen gegenüberstehen. Chancen werden im Ausbau des Thermen-, Gesundheits- und Genusstourismus, im Ausbau von Kooperationen, im Schaffen neuer Arbeitsplätze und in der Erschließung internationaler, bislang kaum genutzter Geldquellen gesehen.

4 Erarbeitungsprozess der Bildungsstrategie

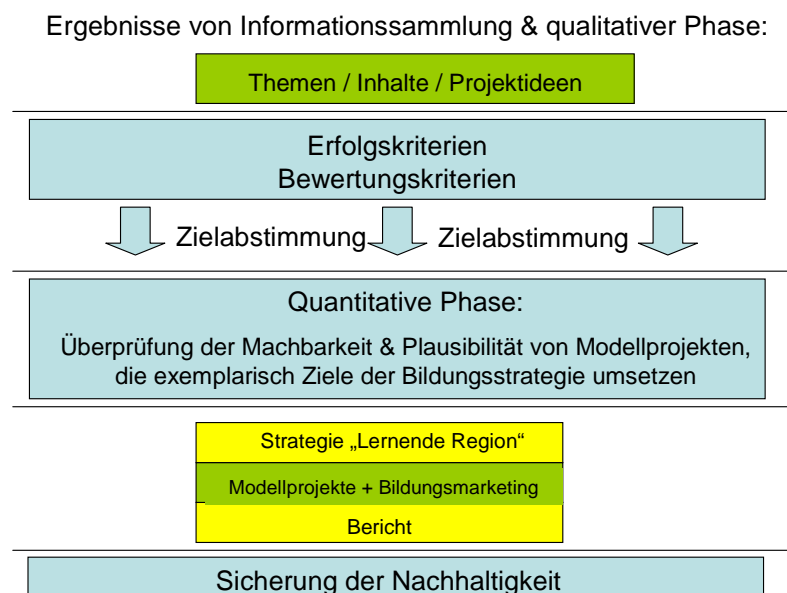
Die Bildungsstrategie basiert auf verschiedenen Erhebungsphasen: In einem ersten Schritt wurden in einem Workshop mit der Leader-Aktionsgruppe südburgenland plus die Schwerpunkte und besonders relevante Zielgruppen für die Bildungsstrategie ausgewählt. Die Vorbereitung dieses Workshops sowie die weitere Arbeit basierte auf der Grundlage bereits bestehender Informationen zur Leader-Region, insbesondere aus der Lokalen Entwicklungsstrategie, aus deren Aktionsfeldern die Auswahl der Schwerpunkte und Zielgruppen für die Bildungsstrategie erfolgte.

Dem folgen umfangreiche, theoretisch fundierte qualitative Befragungen von VertreterInnen der Schwerpunktbereiche aus der Region sowie von übergeordneten BildungsexpertInnen, zu berücksichtigenden Aspekten für die Bildungsstrategie sowie zu deren Einschätzung zu Modellprojekten. Um die Institutionen des Südburgenlands möglichst breit in die Erhebungen einzubinden und die Netzwerkarbeit zu aktivieren, wurden rund 800 Institutionen zu einer Online-Befragung zu ebendiesen Aspekten eingeladen. Durch eine quantitative Erhebung in Form einer Fragebogenerhebung bei 2.500 EinwohnerInnen der Region wurden Rahmenbedingungen für Bildungsprojekte abgefragt und gleichzeitig die Akzeptanz für mögliche Modellprojekte für die Umsetzung der Bildungsstrategie überprüft (vgl. Abb. 4.1).

Abbildung 4.1

Erhebungsphasen für die Erarbeitung der Bildungsstrategie

Unser Weg zur Bildungsstrategie



Quelle: 3s-Darstellung

Anhand der Datenbasis, die durch die verschiedenen Erhebungsstufen gewonnen wurde, wurden die inhaltlichen Zielsetzungen für die Bildungsstrategie in Form messbarer Ziele konkretisiert und im Rahmen einer quantitativen Erhebung anhand möglicher Pilotthemen, einer Überprüfung der Akzeptanz bzw. des Interesses bei der Bevölkerung bzw. der Unterstützungsbereitschaft bei den Institutionen einer Überprüfung unterzogen.

Im Folgenden sind die einzelnen Schritte zur Erarbeitung der Bildungsstrategie beschrieben, Details dazu finden sich auch im Anhang unter A.2.

4.1 Schwerpunkte der Bildungsstrategie

In einem Workshop zu „Nutzen und Zielen einer Bildungsstrategie für das Südburgenland“ am 19. Oktober 2009 wurden auf Basis der Lokalen Entwicklungsstrategie sowie dem bisherigen Datenstand zur Aus- und Weiterbildungsbeteiligung der südburgenländischen Bevölkerung von der Leader-Aktionsgruppe südburgenland plus die folgenden drei Schwerpunkte für die Bildungsstrategie ausgewählt:

- ___ Ausbau der Führungsposition im Bereich Ökoenergie
- ___ Südburgenländischer Natur-Genuss
- ___ Lernen ohne Grenzen

Als Zielgruppen, die es dabei insbesondere zu berücksichtigen gilt, wurden Jugendliche, Betriebe bzw. kleine und mittlere Unternehmen sowie ZuwanderInnen („Zuigraste“) definiert.

4.2 Recherche und Auswertung bestehender Informationen

Bei der Erarbeitung der Bildungsstrategie für das Südburgenland stand am Anfang eine Auseinandersetzung mit bereits vorhandenem Wissen aus der Leader-Region. Im Zuge dieser Auseinandersetzung wurden folgende Quellen berücksichtigt:

- ___ Lokale Entwicklungsstrategie: Schwerpunkte, Ziele und Aktionsfelder der Lokalen Entwicklungsstrategie der Leader-Region Südburgenland, unter besonderer Berücksichtigung des Bildungsbezugs
- ___ SWOT-Analysen: Berücksichtigung der in der Lokalen Entwicklungsstrategie vorgenommenen Analyse von Stärken/Schwächen/Chancen/Risiken der definierten Tätigkeitsfelder
- ___ bestehendes Wissen zu Weiterbildungsteilnahme und Weiterbildungsinteressen der Bevölkerung in der Region: Ergebnisse des Adult Education Survey zur Erwachsenenbildung in Österreich (vgl. Salfinger et al. 2009) sowie des Mikrozensus zum Lebenslangen Lernen in Österreich (vgl. Hammer et al. 2004)
- ___ Daten zur Wirtschaftsstruktur der Leader-Region Südburgenland

- ___ Erhebung des regional vorhandenen Angebots und vorhandener Kontexte für Lern- und Weiterbildungsmöglichkeiten (z.B. Freiwilligenarbeit in Vereinen) als Ausgangspunkt für die Erstellung einer Datenbank (siehe auch Punkt 2.2)
- ___ statistische Informationen zum PendlerInnenverhalten in der Region (vgl. im Anhang A.7.1)
- ___ erfolgreiche Projekte aus anderen Lernenden Regionen zur Entwicklung von Pilotthemen, die im Rahmen von Modellprojekten umgesetzt werden könnten

4.3 Netzwerkbildung

Für die Tragfähigkeit des Programms „Lernende Regionen“ ist die Unterstützung durch lokale AkteurInnen zentral. Das Netzwerk wird von der Leader-Aktionsgruppe südburgenland plus gebildet. Das Netzwerk wurde ergänzt durch zentrale AkteurInnen in der Bildungslandschaft der Region bzw. VertreterInnen der drei Schwerpunktbereiche und Zielgruppen der Bildungsstrategie, welche zu Bildungsstrategie-Workshops eingeladen wurden, um ihren Input einzuholen und die Vernetzung für die künftige gemeinsame Entwicklung und Umsetzung von Bildungsprojekten zu initiieren.

Ein wesentliches Element der Gründung des Netzwerks waren die mündlichen Interviews mit VertreterInnen der Bildungsinstitutionen, zwei Workshops im Rahmen der Erarbeitung der Bildungsstrategie sowie die schriftliche Befragung von Institutionen (Online-Befragung).

Neben regelmäßigen Abstimmungstreffen mit dem Leader-Management gab es im Projektverlauf vier Netzwerkveranstaltungen (siehe Protokolle und TeilnehmerInnenlisten im Anhang unter A.8):

- ___ Workshop zu „Nutzen und Zielen einer Bildungsstrategie für eine Lernende Region Südburgenland“ am 19. Oktober 2009 in Neudauberg; TeilnehmerInnen: Vorstandsmitglieder der Leader-Aktionsgruppe südburgenland plus
- ___ Workshop zur Bildungsstrategie für die Leader-Region Südburgenland am 25. Februar 2010; TeilnehmerInnen: Vorstandsmitglieder der Leader-Aktionsgruppe südburgenland plus
- ___ Bildungsstrategie-Workshop für die „Lernende Region Südburgenland“ am 7. April 2010 in Güssing; TeilnehmerInnen: Vorstandsmitglieder der Leader-Aktionsgruppe südburgenland plus, interessierte TeilnehmerInnen aus den qualitativen Befragungen: VertreterInnen der Schwerpunktbereiche „Öko-Energie“, „Südburgenländischer Natur-Genuss“, „Lernen ohne Grenzen“ sowie von Erwachsenenbildungsanbietern aus der Region
- ___ Bildungsstrategie-Workshop für die Lernende Region Südburgenland“ am 17. Juni 2010 in Güssing; TeilnehmerInnen: Vorstand der Leader-Aktionsgruppe sowie Mitglieder von südburgenland plus, interessierte TeilnehmerInnen/ExpertInnen aus den Schwerpunktbereichen „Öko-Energie“, „Südburgenländischer Natur-Genuss“, „Lernen ohne Grenzen“ sowie von Erwachsenenbildungsanbietern aus der Region

Darüber hinaus ist eine öffentliche Abschlussveranstaltung/Netzwerkveranstaltung zur Vorstellung der Bildungsstrategie für das Südburgenland geplant.

Als Ausgangspunkt für weitere Vernetzungsaktivitäten wurde im Rahmen des Projekts eine Datenbank der regionalen Lern- und Weiterbildungsanbieter erstellt. Diese Datenbank umfasst:

- ___ alle Institutionen der Erstausbildung (inklusive Vorschulbereich)
- ___ alle Erwachsenenbildungsinstitutionen (einschließlich als regelmäßige Anbieter auftretende soziale und politische Organisationen)
- ___ eine breite Auswahl sozialer Institutionen (z.B. Feuerwehren, Rettungsorganisationen, Nachbarschaftszentren usw.)
- ___ eine breite Auswahl aktiver Vereine (insbes. Sport- Kultur-, u Musikvereine) bzw.
- ___ eine breite Auswahl kirchlicher und politischer Institutionen sowie

Die Datenerhebung erfolgte dabei teils online, teils via Kontakt zu den regionalen Gemeinden. Die Datenbank enthält den Namen der Institution/der Organisation/des Vereines, die Zuordnung zum Ort bzw. zur Gemeinde, welcher die Institution zugeordnet wird; genaue Kontaktdaten wie Adresse, Homepage, Maillkontakt, ggf. vorhandene AnsprechpartnerInnen mit deren Kontaktdaten. Institutionen, die im Rahmen der Erhebungen angaben, sich an Projekten zu beteiligen, Unterstützung oder Infrastruktur hierfür bereitzustellen bzw. auch an künftiger Vernetzungsarbeit teilnehmen möchten, sind mit Hinweisen hierauf versehen. Die Datenbank wird nach Abschluss des Projekts dem Leader-Management zur Verfügung gestellt und kann als Ausgangsbasis für weitere Vernetzungsaktivitäten dienen. Aus der Leader-Region Südburgenland sind insgesamt 1.583 Datensätze in der Datenbank enthalten, davon 1.521 mit Benennung des Ansprechpartners bzw. der Ansprechpartnerin, 679 Datensätze mit Angabe des E-Mail-Kontakts.

4.4 Qualitative Befragungen in der Region

Da bestehende Erhebungen zur Weiterbildungsteilnahme und Weiterbildungsinteressen nur begrenzte Auskunft über die tatsächlichen Lern- und Weiterbildungsbedürfnisse von EinwohnerInnen geben, insbesondere von bildungsbenachteiligten bzw. bildungsfernen Personen, wurde an den Ausgangspunkt des Projekts eine qualitative Erhebungsphase gestellt.

Aufbauend auf dem ersten Workshop (19.10.2010) in dem die drei Schwerpunktthemen und zentralen Zielgruppen für die Bildungsstrategie ausgewählt wurden, entwickelte die 3s Unternehmensberatung mögliche Modellprojekte für die Region, basierend auf Erfahrungen aus anderen Lernenden Regionen.

In einer qualitativen Erhebungsphase wurden 21 leitfadengestützte Telefoninterviews durchgeführt, um Einschätzungen von VertreterInnen der drei Schwerpunktbereiche „Öko-Energie“, „Naturgenuss“ und „Lernen ohne Grenzen“ einzuholen.

Bei der Auswahl der befragten EinwohnerInnen der Region wurde auch auf eine gleichmäßige Verteilung der drei wichtigsten Zielgruppen (KMUs, Jugendliche und

„Zuigroaste“) geachtet. Vom Auftraggeber wurden bei der zu berücksichtigende InputgeberInnen benannt, um diese in den Erhebungen berücksichtigen zu können, z.B. RepräsentantInnen/VertreterInnen von:

- Weiterbildungsinstitutionen (BUKEB – Burgenländische Konferenz der Erwachsenenbildung)
- Vereinen (insbesondere Jugend-, Sport-, Kultur- und Musikvereinen)
- kirchlichen und politischen Institutionen
- sonstige informelle Bildungsanbieter
- Personen, die Erfahrungen mit (der Aus- und Weiterbildung bzw. Integration am Arbeitsmarkt von) bildungsfernen bzw. bildungsbenachteiligten Personen haben
- Personen, die einen regionalen Überblick zur Bildungsstruktur haben
- KMUs im Ökoenergiebereich bzw. im Bereich Südburgenländischer Natur-Genuss
- Jugendliche (LandeschulsprecherInnen)
- „Zuigroaste“

Der vollständige Leitfaden für die qualitativen Befragungen ist im Anhang im Punkt A.3 angeführt. Zentrale Themen der Befragung der EinwohnerInnen waren:

- Einschätzung der möglichen Modellprojekte für die Lernende Region Südburgenland
- Eigene Projektvorschläge für die Lernende Region
- Allgemeine Rückmeldungen zum Thema Aus- und Weiterbildung in der Region
- Fragen zu Bildungsinformation und Bildungsmarketing

Zentrale Themen der Befragung der Institutionen waren:

- aktuelle und relevante Themen in der Region, die für neue Aus-/Weiterbildungsangebote relevant sind (bisläng fehlende Kurse, zielgruppenspezifische Angebote)
- Einschätzung der möglichen Modellprojekte für die Lernende Region Südburgenland sowie für die eigene Organisation (Herausforderungen, Erreichbarkeit von Zielgruppen, Kooperations- und Unterstützungsinteresse etc.)
- Fragen zur Institution (Eckdaten zu Programm, Anzahl von MitarbeiterInnen, Lehrgängen, thematischen Schwerpunkten etc.)

Personen, die im Rahmen dieser Erhebungen befragt wurden, wurden auch zum Bildungsstrategie-Workshop im April 2010 eingeladen (Protokoll und TeilnehmerInnenliste siehe im Anhang unter A.8). Zentrale Inhalte des zweiten Workshops war die Diskussion in Arbeitsgruppen zu den Themenfeldern „Ökoenergie“, „Südburgenländischer Natur-Genuss“ und „Lernen ohne Grenzen“, wobei diese auf den Ergebnissen aus den qualitativen Interviews aufbauten. Zentrale Inhalte der Diskussion in den Arbeitsgruppen waren:

- Wichtigste Erfolgsfaktoren bzw. Aspekte, die bei der Umsetzung der Projekte berücksichtigt werden sollten
- Institutionen, die Interesse haben sich an der Umsetzung dieser Projekte zu beteiligen
- Weitere Projektvorschläge

Darauf aufbauend gab es im Juni 2010 einen weiteren Bildungsstrategie-Workshop, der der weiteren Vernetzungsarbeit dienen sollte. Darin wurde über Fortschritte an der Arbeit der Bildungsstrategie informiert und in Arbeitsgruppen Konkretisierungen von Modellprojekten erarbeitet.

4.5 Fragebogen-Erhebung in der Region

4.5.1 Fragebogen-Erhebung bei EinwohnerInnen in der Region

2.500 EinwohnerInnen der Region Südburgenland wurden im Rahmen einer schriftlichen Fragebogenerhebung (Paper-Pencil-Verfahren) zum Gefallen und zur Teilnahmebereitschaft an den Modellprojekten befragt. Des Weiteren wurden dafür erforderliche Gestaltungsbedingungen (z.B. Kinderbetreuung, Niedrigschwelligkeit, Infrastruktur) erhoben. Die TeilnehmerInnen der Befragung wurden über das Melderegister von den jeweiligen Gemeinden per Zufallsabfrage ausgewählt, die Anzahl der jeweils zu verteilenden Fragebögen wurde von 3s vorgegeben (vgl. dazu Tab. A.2 im Anhang).

Zielgruppe der Befragung waren EinwohnerInnen der Leader-Region Südburgenland. Der Versand der Fragebögen erfolgte durch 3s bzw. über die Gemeinden, die Adressdaten der Befragten wurden ausschließlich für den Versand verwendet. Der Fragebogen wurde gemeinsam mit einem Anschreiben des Leader-Managements verschickt, um eine höhere Teilnahmebereitschaft in der Bevölkerung zu erreichen. Der Fragebogen umfasste zwei Seiten im A4-Format, die auf der Vorder- und Rückseite befüllt waren. Die Retournierung des Fragebogens war per Rückkuvert (Porto wurde bei Empfänger eingehoben) an 3s möglich.

Der Fragebogen umfasste im Wesentlichen die folgenden Aspekte:

- ___ Fragen zu Lernerlebnissen und Lerninteressen im Alltag
- ___ Fragen zum Interesse an möglichen Angeboten im Programm „Lernende Regionen“
 - ___ Interesse an Informationen und Beratung
 - ___ Bevorzugte Form der Information über Lern- und Weiterbildungsmöglichkeiten
 - ___ Inanspruchnahme von Beratung zu Weiterbildung, Akzeptanz und Weiterempfehlung von Beratungsangeboten
 - ___ Grad der Informiertheit über öffentliche Förderungsmöglichkeiten im Weiterbildungsbereich
 - ___ Interesse an verschiedenen Themenbereichen (gestützte Abfrage)
 - ___ Interesse an Beteiligung an neuen Projekten
 - ___ persönliches Interesse sowie Einschätzung der Bedeutung der Modellprojekte für das eigene Umfeld
- ___ Fragen zu bisheriger Weiterbildung und zu Weiterbildungsinteressen
 - ___ Besuch von beruflicher Weiterbildung (Aktualität, Inhalte, Anbieter, Dauer, Grund, Zeitpunkt der Weiterbildung)
 - ___ persönliche Ausgaben für Weiterbildung in den letzten 12 Monaten

- ___ Fragen zu Rahmenbedingungen von Weiterbildungen und Projektteilnahme
- ___ Vorhandenes Zeitbudget für Weiterbildung und Teilnahme an Projekten
- ___ Erforderliche Rahmenbedingungen von Weiterbildungen
- ___ Mobilität (Fahrzeug), maximale Anreisezeit zum Kursort, günstige Tage und Tageszeiten für Kursbesuche
- ___ Höhe von ggf. selbst bezahltem Betrag für private Weiterbildung
- ___ Fragen zum statistischen Hintergrund (soziodemografische Merkmale, z.B. Alter, Geschlecht, höchste abgeschlossene Schulbildung)

Von den 2.500 verschickten Fragebögen wurden 173 Fragebögen retourniert, was einem Rücklauf von 6,9% entspricht.

4.5.2 Online-Fragebogenerhebung bei den Institutionen der Region

An die Institutionen der Leader-Region Südburgenland erfolgte per E-Mail die Einladung zur Teilnahme an einer Online-Fragebogenerhebung zum Thema Lernen und Weiterbildung in ihrer Region. Der Link wurde an insgesamt 785 Institutionen verschickt. 317-mal wurde der Fragebogen aufgerufen, von 94 TeilnehmerInnen wurde der Fragebogen beantwortet (12,0%), 48 Institutionen haben ihre Kontaktdaten für weitere Information oder Interesse an künftiger Zusammenarbeit im Rahmen des Netzwerks hinterlassen.

Der Fragebogen diente in erster Linie dazu, Bedeutungs- und Interesseneinschätzungen für die Modellprojekte zu erfassen und aktives Unterstützungsinteresse vonseiten der Institutionen (durch die Mitarbeit als Netzwerkpartner, im Umsetzungsteam oder durch aktive Unterstützung der Projektidee, z.B. durch Bereitstellung von Ressourcen) zu vermerken.

Der Fragebogen erfasste im Wesentlichen die nachfolgenden Aspekte:

- ___ Informations- und Beratungsbedarf zu Weiterbildung, Personalentwicklung und öffentlichen Förderungsmöglichkeiten
- ___ Bewertung der Modellprojekte für die Lernende Region:
 - ___ persönliche Einschätzung der Bedeutung des Projekts
 - ___ Einschätzung der Bedeutung des Projekts für die eigenen Institution bzw. deren Mitglieder
 - ___ Mögliches Interesse der Institution, als Netzwerkpartner zu fungieren
 - ___ Mögliches Interesse an aktiver Mitarbeit im Umsetzungsteam
 - ___ Mögliches Interesse an aktiver Mitarbeit durch aktive Unterstützung der Projektidee (z.B. durch Bereitstellung von Ressourcen)
- ___ ggf. vorhandene eigene Projektvorschläge & Interesse an Netzwerkpartnern
- ___ Interesse an weiteren Informationen zu Lernenden Regionen und verwandten Themen

5 Ergebnisse aus den qualitativen Befragungen zu den Schwerpunkten der Bildungsstrategie

Die Ergebnisse zu den inhaltlichen Zielsetzungen und Aktionsfeldern der Lokalen Entwicklungsstrategie, der Analyse von Stärken/Schwächen-Analyse sowie ausgewählte, thematisch gebündelte Rückmeldungen aus den qualitativen, teilexplorativen Interviews und den Bildungsstrategie-Workshops wurden in einem nächsten Schritt den festgelegten Schwerpunkten der Bildungsstrategie für das Südburgenland zugeordnet. Eine ausführliche Dokumentation der Ergebnisse der qualitativen Erhebungen findet sich im Anhang in Kap. A.7.9.

Nachfolgend werden nun jedem Schwerpunkt das zugehörige Aktionsfeld aus der Lokalen Entwicklungsstrategie und damit verbundene bildungsbezogene Zielsetzungen, die Ergebnisse der SWOT-Analyse aus den jeweils relevanten Themenfeldern der Lokalen Entwicklungsstrategie und die gebündelten Rückmeldungen aus den Erhebungen zugeordnet. Die wichtigsten Ergebnisse der Befragungen sind im Begleittext zu jeder Tabelle erläutert.

Lesehilfe zu den nachfolgenden Tabellen:

- ___ *LES-Schwerpunkt/Aktionsfeld*: In diesem Feld ist der jeweilige Schwerpunkt aus der Lokalen Entwicklungsstrategie angeführt.
- ___ *Ziele in Lokaler Entwicklungsstrategie*: Hier sind die Ziele der Lokalen Entwicklungsstrategie, welche auch für die Ableitung inhaltlicher Zielsetzungen für die Bildungsstrategie relevant sind, angeführt.
- ___ *SWOT-Analyse Lokale Entwicklungsstrategie*: In diesem Feld sind die wichtigsten Ergebnisse der Analyse von Stärken/Schwächen/Chancen/Risiken (SWOT-Analyse) aus der Lokalen Entwicklungsstrategie zu Themenfeldern, die für den Schwerpunkt relevant sind, berücksichtigt.
- ___ *Resultate aus den Rückmeldungen der Befragungen*: In diesem Feld sind die diesem Schwerpunkt zugeordneten Resultate aus den Rückmeldungen der qualitativen Befragungen und Workshops dargestellt.

Tabelle 5.1

Ergebnisse für den Schwerpunkt „Ökoenergie“

LES-Schwerpunkt/ Aktionsfeld	Ausbau der Führungsposition im Bereich Ökoenergie
Ziele in Lokaler Entwicklungsstra- tegie	<ul style="list-style-type: none"> _Schaffung eines energieautarken Südburgenlands _Ausbau der Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten im Bereich Erneuerbare Energie _Multiplikation des „Modells Güssing“ im gesamten Südburgenland _Verstärkte Information und Einbindung der Betriebe, Gemeinden und der Bevölkerung in die Entwicklung Erneuerbarer Energien _Förderung des ökologischen Bauens und Wohnens _Bewusstmachung der Möglichkeiten der Energieeinsparung als primäre Maßnahme _Nutzung der Ökoenergie als Frequenzbringer für die touristische Entwicklung der Region _Kombinierung der Erneuerbaren Energie mit anderen Wirtschaftsbereichen zur Herstellung von Mehrwert- und Synergieeffekten: Klein- und Mittelunternehmen, Bildung, Land- und Waldwirtschaft, Mobilität _Schaffung eines hochwertigen Aus- und Weiterbildungsangebots im Bereich Erneuerbare Energie (Schwerpunkt Photovoltaik und Biomasse) _Mobilisierung noch nicht ausgeschöpfter Energiepotentiale (Biomasse, Wald, Solar...) _Steigerung der Effizienz der Energieerzeugung
SWOT-Analyse in Lokaler Entwick- lungsstrategie (v.a. aus Wirt- schaft, Infrastruk- tur, Tourismus)	<p>Stärken: Europäisches Zentrum für Erneuerbare Energie; Nähe zu den EU-Mitgliedsländern; günstige und infrastrukturell gut ausgestattete Industrie-/Gewerbeflächen; qualifizierte Arbeitskräfte; Kompetenzknoten (Technologie-, Innovations- und Gründerzentren); internationale Reputation bestehender Forschungs- und Bildungseinrichtungen</p> <p>Chancen: Energieautarkie, regionale Wertschöpfung; Arbeitsplätze; Kooperation; Ökotourismus; bessere Anbindung an Verkehrsachsen</p> <p>Schwächen: noch keine regionale Breitenwirkung der Erneuerbaren Energie; wenig Ost-Sprachkenntnisse; sinkende Lehrstellenzahl; mangelhafte Erreichbarkeit des Ballungsraums Wien-Pressburg; schwach ausgeprägtes Innovationsbewusstsein bei KMUs; Fehlen von impulsgebenden, innovationsorientierten Leitbetrieben; geringe Risikokapitalannahme bei KMUs; verkehrsmäßige Erreichbarkeit</p> <p>Risiken: junge PendlerInnen, FacharbeiterInnenmangel; Verfall, Identitätsverlust</p>
Resultate aus den Rückmeldungen der Befragungen	<ul style="list-style-type: none"> _Energie-/Naturgenuss als zentrale Stärken der Region → Kommunikation nach außen, um v.a. Jugendlichen Perspektiven zu vermitteln _Engagement in modernen Tätigkeitsfeldern wie Energie- oder Ökobereich fördern _Bewusstseinsbildung für Möglichkeiten/Perspektiven im Bereich Energie/Umwelt als Tätigkeitsbereich in der Region für Jugendliche _Fokussierung auf den Bereich Ökoenergie wird teilweise in Schulen umgesetzt, sollte aber ausgebaut werden _Bedarf allgemein an Weiterbildung im Bereich Ökoenergie wie auch an einer Kooperation von Betrieben zu diesem Thema ist gegeben _Vertrauen zwischen teilnehmenden Unternehmen bei Kooperationen muss sorgsam aufgebaut werden; Frage der Auswahl bei gleichzeitig wenig Unternehmen in der Region _klare thematische Ausrichtung von Weiterbildung im Bereich Ökoenergie, z.B. Energiesparen, Energieproduktion in ländlichen Gebieten (z.B. Heu, Abwärme, Reststoffe zu Energie verarbeiten), Photovoltaik, v.a. Energiespeicherung über längere Zeiträume, CO₂-Emissionen und Emissionshandel, Fördermöglichkeiten im Bereich Ökoenergie, Marktsituation bei Stromproduktionsanlagen _Weiterbildungsmarkt zu Ökoenergie ist groß: genaue Marktanalyse, welche Art von Angebot unterstützt werden soll _Erfordernis der Schaffung von qualifizierten Arbeitsplätzen in der Region _Zukunftsperspektive sind die Green-Jobs, landwirtschaftliche Produktion für Nahrungsmittel ist eher abnehmend _Qualifizierungsverbänden von Unternehmen könnten im Zuge ihres Weiterbildungsangebots Träger einer Sommerakademie werden _Ausbau der Überregionalität des Themas, z.B. in Richtung östliche Nachbarregionen _Einrichtung einer Clearing-Stelle/Pooling-Stelle _objektive Sammlung und Übersichtlichkeit von Informationen (Jour-fixe, Plattform) _Etablierung von Energieberatungsstellen in Gemeinden als innovatives Thema für Akademie zum Thema _Exkursionen: TeilnehmerInnen lernen vor Ort (im Wald, in den Anlagen) _Förderung Zusammenarbeit, Vernetzung und Kommunikation der verschiedenen AkteurInnen (z.B. Vernetzung Großbetriebe/KMUs, Vernetzung Gemeinden mit Vorbildgemeinden wie Güssing)

Quelle: 3s-Darstellung

Der Bereich Energie bzw. Ökoenergie wird als eines der zentralen Stärkefelder der Region gesehen. Damit einhergehend werden Weiterbildungsangebote in diesem Bereiche ausdrücklich begrüßt. Die Themenfelder sind vielfältig und reichen über Energieproduktionsverfahren im ländlichen Raum bis hin zur Energiespeicherung, weshalb eine sorgfältige Auswahl in Abstimmung mit bereits bestehenden Angeboten angeregt wurde.

Als wichtig wird die Bewusstseinsbildung für mögliche Tätigkeitsfelder im Energie- und Ökobereich gesehen, vor allem auch, um attraktive Qualifizierungsangebote und Perspektiven für Jugendliche in der Region zu schaffen. Dem sollte aber auf der anderen Seite das Angebot von qualifizierten Arbeitsplätzen in diesem Bereich gegenüberstehen; hier werden Defizite verzeichnet, die eine Abwanderung bzw. ein Auspendeln von qualifizierten Arbeitskräften bewirken.

Die Zusammenarbeit, Vernetzung und Kooperation verschiedener AkteurInnen in diesem Bereich wird begrüßt, um gemeinsam Weiterbildungsangebote zu initiieren, für welche kleinere und mittlere Unternehmen allein nicht über die entsprechenden Ressourcen verfügen. Die Voraussetzung für solche Kooperationen ist der Vertrauensaufbau zwischen den beteiligten Unternehmen und auch die Frage der Vorauswahl bei gleichzeitig eingeschränkter Anzahl von Firmen. Als zielführend wird z.B. auch die Vernetzung von Vorbildgemeinden wie Güssing mit anderen Gemeinden oder von Großbetrieben mit kleineren und mittleren Unternehmen gesehen.

Tabelle 5.2

Ergebnisse für den Schwerpunkt „Südburgenländischer Naturgenuss“

LES-Schwerpunkt/ Aktionsfeld	Südburgenländischer Naturgenuss
Ziele in Lokaler Entwicklungsstra- tegie	<ul style="list-style-type: none"> _Erhaltung der einzigartigen Natur-Kulturlandschaft _Flächendeckende Versorgung durch Direktvermarkter mit regionalen Produkten _Weiterentwicklung der landwirtschaftl. Lebensmittelproduktion durch forcierte Produktveredelung _Breite Bekanntmachung der Lebensmittelvielfalt & deren Besonderheiten (Frische, Gesundheit, Klimaschutz) sowie der Vielfalt an touristischen Angeboten in der sdbgld. Bevölkerung _Professionelle Vermarktung des Südburgenlands als Region mit hohem Natur-Genuss _Förderung der Akzeptanz der Leistungen der Landwirtschaft für Gesellschaft und Natur sowie Vermarktung biologischer Produkte _Steigerung der Gästefrequenz bei den Anbietern touristischer Dienstleistungen _Schaffung hochqualitativer Angebote und Angebotspakete, die den Bedürfnissen des modernen, anspruchsvollen Gasts entsprechen _Förderung des barrierefreien Zugangs zu den regionalen Angeboten _Bündelung der tourist. Leistungsvielfalt, zielgerichtete Vermarktung nach Alleinstellungsmerkmalen; _Schaffung und Transport eines Bildes der Region Südburgenland, das dem Gast die Einfachheit, Besinnung aufs Wesentliche und Entschleunigung bietet
SWOT-Analyse in Lokaler Entwick- lungsstrategie (v.a. aus Landwirtschaft, Tourismus)	<p>Stärken: Direktvermarktung; gute Ackerböden in Tallagen; viele Biobetriebe; Bauernläden; Top-WinzerInnen; gute Dichte/Qualität der Buschenschenker; Vinotheken-Vielfalt; kulinar. Reichtum</p> <p>Chancen: Marktwachstum; innovative landwirtschaftliche Spezialitäten; Veredelung und Vermarktung der Produkte; Spezialisierung der Betriebe, Anbieten von Dienstleistungen; Nutzung Erwerbskombinationen; Notwendigkeit der Vernetzung und gemeinsamer Organisation; steigende gemeinsame Vermarktung von Betrieben und/oder Produkten; Kulinarik-Tourismus; Potenzial grenzüberschreitender Angebote</p> <p>Schwächen: Zahl der DirektvermarkterInnen stagniert; Rückgang Landwirtschaft; Marketingkenntnisse; Logistikprobleme; oft keine realen Preise für Produkte erzielbar; Abhängigkeit von anderen Sektoren (Handel, Gewerbe); mangelnde Veränderungsbereitschaft</p> <p>Risiken: Überlastung, Überalterung; Problem Landschaftspflege; Fehlen der kritischen Masse; sinkende Preise; zu viele Einzelorganisationen; fehlende Logistik und Vertrieb</p>
Resultate aus den Rückmeldungen der Befragungen	<ul style="list-style-type: none"> _Berücksichtigung der saisonal unterschiedlichen Auslastung bei Bildungsprojekten: Frühling/Sommer – viel Arbeit in der Landwirtschaft, Winter als besserer Umsetzungszeitpunkt _Förderung der Kommunikation der verschiedenen AkteurlInnen _für Umsetzungen: Finanzierungsmöglichkeiten und ökonomischen Nutzen für die Region sichtbar machen; Zielgruppendefinition; Miteinbeziehung von lokaler Bevölkerung, Werbung _viele bestehende Initiativen (z.B. Schmankerlfeste): Berücksichtigung der Überschneidungen bzw. innovativer Charakter von neuen Projekten _Kommunikationsproblem/Sprachbarrieren als Hemmnis für sinnvollen kommunikativen Austausch zwischen Zuigroasten und Einheimischen _Natur als vorrangige Chance der Region, die aber oft nicht als solche geschätzt und nur wenig genutzt wird → Manko der Finanzierung bzw. fehlender Fördermöglichkeiten _Herausforderung der Umsetzung kultureller/bildungspolitischer Veranstaltungen in den Dörfern _Begriffsvielfalt Naturgenuss (z.B. Tradition, Kultur, spez. Regionsmerkmale) → klare Definition _Kooperation aller relevanten AkteurlInnen (Landwirtschaft, Wirtschaft, Dienstleistungssektor), um die Region gemeinsam zu vertreten und zu präsentieren _begrenzter Wachstum des Tourismus im Südburgenland _Fehlen professionelle BetreiberInnen im Südburgenland für die Tourismusentwicklung _Aufbau von Kompetenzen im professionellen Umgang mit Gästen _greifbare Wege der Wissensvermittlung aufzeigen _Themen u.a.: Weg von der „Sünde“ Ernährung, traditionelle Küche vs. moderne Diätetik, Verstehen von Speisekarten, generationenübergreifende „Oma“-Küche, neue Rezepte von GastronomInnen zur Verwertung von Obst- und Gemüsesorten-Raritäten; SeminarbäuerInnen/KräuterpädagogInnen _Berücksichtigung der Grenzregionen: ungarische/slowenische/burgenländische/steirische Küche/Produkte; Aufzeigen/Vermittlung der Vielfalt der regionalen Küchen _„Genuss der Natur“ → regionale Produkte (gesamte Wertschöpfungskette) prägen Region _Bezug zur Naturästhetik (Zusammenhänge begreifbar machen) _Potenzial der Bevölkerung nutzen → Integration breiter Gruppen _durch internationale Vernetzung zwar voneinander lernen, aber Wettbewerbssituation in Kooperationen berücksichtigen _Zusammenarbeit mit Schulen (z.B. Verkostungstag) für Nachhaltigkeit

Quelle: 3s-Darstellung

Im Bereich „Südburgenländischer Naturgenuss“ gibt es bereits zahlreiche, thematisch vielfältige Initiativen. So wurde z.B. auf regionale Schmankerlfeste oder die Ausbildung zu SeminarbäuerInnen und KräuterpädagogInnen hingewiesen. Grundsätzlich wird dieser Bereich als eine Stärke der Region gesehen, dessen Potenzial es weiterhin zu nutzen und auch stärker nach außen hin zu vermarkten gilt. Hierfür wird eine Förderung der Zusammenarbeit und Kooperation der relevanten AkteurInnen (aus den Bereichen Landwirtschaft, Wirtschaft etc.) als zielführend erachtet, um zu einer Markenbildung der „Genussregion Südburgenland“ beizutragen und auch den Kulinarik-Tourismus in der Region zu fördern. Für diesen Bereich werden gleichzeitig Kompetenzdefizite verzeichnet, z.B. was einen professionellen Ausbau des Tourismus (bei gleichzeitig als begrenzt eingeschätztem Wachstumspotenzial) sowie den Umgang mit Gästen betrifft.

Weiterbildungsangebote werden als sinnvoll erachtet, allerdings gilt es hier die saisonal unterschiedliche Auslastung potenzieller VeranstalterInnen sowie TeilnehmerInnen zu berücksichtigen: In den Frühjahrs- und Sommermonaten sind durch die hohe Arbeitsauslastung im Bereich der Landwirtschaft wenig Zeitressourcen vorhanden, so wurde der Winter als besserer Veranstaltungszeitpunkt angeregt (Abhängigkeit von der konkreten Zielgruppe und Ausrichtung eines Angebots).

Bemängelt wurde das zum Teil fehlende Verständnis der Natur und Naturprodukte als Chance für die Region. Hier wird Bewusstseinsbildung, das Aufzeigen des wirtschaftlichen Nutzens und das Aufzeigen von Finanzierungsmöglichkeiten für die Umsetzung von Projekten als wichtig erachtet.

Für die Nachhaltigkeit von Projekten sollte in Zukunft auch auf eine stärkere Einbeziehung der Grenzregionen, die internationale Vernetzung in Projekten (unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation) sowie die verstärkte Zusammenarbeit mit Schulen zur frühzeitigen Bewusstseinsbildung gesetzt werden.

Tabelle 5.3

Ergebnisse für den Schwerpunkt „Lernen ohne Grenzen“

LES-Schwerpunkt/ Aktionsfeld	„Lernen ohne Grenzen“
Ziele in Lokaler Entwicklungsstra- tegie	<ul style="list-style-type: none"> _Forcieren der gemeindeübergreifenden Zusammenarbeit auf kleinregionaler Ebene _Aufbau von Unternehmenskooperationen zur Entwicklung von Gesamtangeboten und Stärkung des Wirtschaftsstandorts Südburgenland _Entwickeln des Selbstverständnisses als „Lernende Region“ und Aufbau der dafür erforderlichen strukturellen und geistigen Rahmenbedingungen _Initiiieren und Pflegen von Erfahrungsaustausch und Know-how-Transfer mit anderen Leader-Regionen im Besonderen zu den Themen Nahversorgung und Kinder- und Altenbetreuung und anschließende Implementierung von Pilotmodellen in der Region _Erhöhung des Sozialkapitals durch gezielte Nutzung der unterschiedl. Begabungen/Talente über Geschlechter, Altersgruppen, Kulturen hinweg; mit bes. Augenmerk auf die „Zuigroasten“ _Entwicklung gemeinsamer regionaler Bildungsinitiativen (z.B.: Sprache, Persönlichkeitsbildung, Wissen über das Südburgenland, Unternehmertum etc.) _Erschließung neuer Einkommens- und Beschäftigungsfelder (v.a. in der Landwirtschaft) _Nutzung der Potenziale in den jüngeren EU-Nachbarländern
SWOT-Analyse in Lokaler Entwick- lungsstrategie (v.a. aus Humankapital, Allgemeines, Gesellschaft)	<p><u>Stärken:</u> FH als Kompetenzzentrum und Impulsgeber; hochwertiges Aus-, Weiterbildungs- und Beratungsangebot; Mehrsprachigkeit, Minderheiten; aktives Vereinsleben</p> <p><u>Chancen:</u> wirtschaftl. Nutzung der Mehrsprachigkeit; Vernetzung regionaler Stärken (Erneuerbare Energie, Technologiezentren) mit Ausbildung; Erschließung & Bearbeitung neuer Märkte; Forschung Ökoenergie für qualifizierte Arbeitsplätze; Qualifikation der Jugend; Nutzung der „Zuigroasten“ als WerberInnen/IdeenbringerInnen</p> <p><u>Schwächen:</u> kommunikative Fähigkeiten/Sprachkompetenz vernachlässigt; Abhängigkeit vom Wiener Arbeitsmarkt; tw. niedrigeres Lohnniveau; Lehrstellenproblematik; hohe Jugendarbeitslosigkeit, ausbaufähige Vernetzung Schule – Region; keine Hochschulausbildung in Jennersdorf und Güssing; Chance der Grenzöffnung noch zu wenig erkannt; geringe Arbeitsplatzausstattung</p> <p><u>Risiken:</u> Bewusstsein/Angebote für Lebenslanges Lernen schwach ausgeprägt; Arbeitsplatzmangel für höherqualifizierte Arbeitskräfte, Abwanderung der gut Ausgebildeten; steigende Arbeitslosigkeit (große regionale Unterschiede, saisonale Schwankungen), gering qualifizierte Arbeitslose, hohe Jugendarbeitslosigkeit; geringes Qualifikationsniveau, geringe Bildungsbereitschaft in Kleinstbetrieben; mangelnde Beratung der Klein- und Mittelbetriebe; kein Nachwuchs – Schulschließungen; Ende des Ehrenamts; Sicherung der Altenbetreuung für alle</p>
Resultate aus den Rückmeldungen der Befragungen	<ul style="list-style-type: none"> _Notwendigkeit verstärkter Kooperation aller relevanten Institutionen und der lokalen Bevölkerung zum Thema Weiterbildung _Berücksichtigung von Minderheiten (Menschen mit besonderen Bedürfnissen, mit Migrationshintergrund) in Bildungsangeboten _Entdecken und Fördern von Talenten/Fähigkeiten, Jugendlichen in Projekten Chancen bieten _fehlende berufliche Perspektiven im Südburgenland für Jugendliche _jugendgerechte Aufarbeitung von Themen / Erfahrungen von E-Learning an Schulen nutzen _Vernetzung aller Institutionen der Jugendarbeit _Verbesserung der Kommunikation der Unternehmen über Angebote für Lehrlinge _Berufsorientierungsangebote in und über Schulen _Bildungsabwanderung wird von der Grundschule an gefördert; Bildungs-/Qualifizierungsangebote müssen mit qualifizierten Arbeitsplätzen einhergehen, um Abwanderung zu verringern _Jugend macht Netzwerken vor – bestehende Generation lernt von Jugend _schwierige Vernetzung von Zuigroasten und Einheimischen _hohe Bedeutung der Etablierung niedrigschwelliger, barrierefreier, dauerhafter, gegenseitiger sozialer Netzwerke & Förderung von Kooperationen _Verbesserung der Kooperation der Vereine (auch mit Grenzregionen), bessere Vernetzung & Förderung der Transparenz zu Angebot (z.B. gemeinsame Werbung auf Homepage/Lernfesten) _Imagearbeit Vereine: klares Bild über die Vielfalt der Vereine vermitteln _fehlende Motivation der Menschen, um an Netzwerken/Vereinen/Gruppen teilzunehmen → Nutzen aufzeigen; soziales Punkte-/Kompetenzmodell (Ansätze zur Attraktivierung) _durch Vorbildwirkung Erwachsener Jugendliche zu ehrenamtlicher Arbeit motivieren _begrenzte Ressourcen ehrenamtlicher Arbeit bedenken _unterschiedliche Strukturen und Teilnahmekonzepte der Vereine beachten _Überalterungsproblem: Herausforderung längerfristiger Bindung junger Menschen an Vereine _Einrichtung einer Koordinationsstelle/-person für Projekt-/Abschlussarbeitenfonds _Themen u.a.: Gesundheitszentrum für Frauen und Mädchen, Gender-Werkstatt für Frauen und Männer, Vernetzung von Gleichstellungsthemen, neue Formen der Arbeitsbewertung, Geschichte und Kultur der Region, zielgruppenorientierte Weiterbildungen (z.B. Pflegewissenschaften)

Quelle: 3s-Darstellung

Zur Erhöhung der Bewusstseinsbildung für die Relevanz von Weiterbildung sowie zur Erhöhung der Weiterbildungsbeteiligung wird die verstärkte Kooperation aller relevanten Institutionen sowie der lokalen Bevölkerung als wichtig erachtet. Soziale Netzwerke zum gegenseitigen Austausch sollten niedrigschwellig, barrierefrei und nachhaltig gestaltet sein, mit Beachtung einer ausgewogenen Input-Output-Relation der Beteiligten. In der Konzeptionierung von Bildungsangeboten sollten Menschen mit besonderen Bedürfnissen, Menschen mit Migrationshintergrund und andere Minderheiten explizit berücksichtigt werden. Als schwierig wird bislang die Vernetzung von Zugewanderten bzw. Zugewanderten und Einheimischen der Region erachtet, eine Vernetzung erfolgt häufig innerhalb der Zugewandertengruppen.

Für die Zukunftsfähigkeit der Region müssen berufliche Perspektiven für Jugendliche geboten werden und eine jugendgerechte Aufarbeitung von Weiterbildungsthemen erfolgen. Um Jugendliche stärker einbeziehen zu können, wurde eine Vernetzung insbesondere aller Institutionen der Jugendarbeit und bessere Informationsarbeit zu vorhandenen Bildungs- und Tätigkeitsangeboten in der Region geleistet werden (z.B. Berufsorientierung an Schulen, Kommunikation von Angeboten in Unternehmen). Jugendlichen sollte in zielgruppenorientierten Projekten die Chance auf Einbringung geboten werden, um frühzeitig Talente und Fähigkeiten zu entdecken und fördern. Vor dem Hintergrund der Abwanderungsproblematik wurde auf die Notwendigkeit qualifizierter Arbeitsplätze hingewiesen, die mit einem entsprechenden Bildungs- und Qualifizierungsangebot insbesondere für Jugendliche bzw. junge Erwachsene einhergehen müssen.

Es wird eine fehlende Motivation verzeichnet, sich an Netzwerken, Vereinen bzw. ehrenamtlichen Tätigkeiten der Region zu beteiligen. Vor diesem Hintergrund werden Ansätze zur Attraktivierung (Soziale-Punkte-/Soziale-Kompetenz-Modelle) sowie eine Imagearbeit der Institutionen zur Vermittlung der Vielfältigkeit ihrer Tätigkeitsbereiche als wichtig erachtet. Eine bessere Vernetzung des bestehenden Angebots sowie erhöhte Transparenz, z.B. durch gemeinsame Werbung auf einer Plattform oder auf Lernfesten, ist erwünscht. Eine zentrale Herausforderung wird in der längerfristigen Bindung junger Menschen an Vereine gesehen, mit dem Abwandern bzw. Auspendeln aus der Region zu Arbeitsplätzen geht diese, häufig in Kindheits- oder Jugendjahren initiierte Bindung, oft verloren.

Eine Möglichkeit der erhöhten Bindung an die Region besteht in der Förderung von Abschluss- bzw. Projektarbeiten mit regionalen Themenstellungen. Hierbei wird insbesondere die Kooperation mit Unternehmen als notwendig erachtet, damit entsprechende Projekte auch mit dem Angebot adäquater Arbeitsplätze einhergehen.

6 Zielsetzungen der Bildungsstrategie

Auf Basis der relevanten Aktionsfelder, Zielsetzungen und SWOT-Analysen der Lokalen Entwicklungsstrategie sowie der Resultate aus den qualitativen Erhebungen wurden die inhaltlichen Zielsetzungen für die Schwerpunkte der Bildungsstrategie abgeleitet. Des Weiteren sollen durch die Bildungsstrategie auch die Grundleistungen des Programms „Lernende Regionen“ erfüllt werden: Dazu zählen die Netzwerkbildung, das regionale Bildungsmarketing sowie Pilotprojekte für die Umsetzung der Bildungsstrategie.

Für die Bildungsstrategie gilt es die damit in Verbindung stehenden allgemeinen Zielsetzungen zu erfüllen: Es sollen Bildungsangebote für alle Bevölkerungsgruppen geschaffen, bestehende Finanzierungsquellen für das Lebenslange Lernen regional erschlossen und Projekte auf Kooperationsbasis umgesetzt werden, die nicht durch individuelle AkteurInnen realisiert werden können und nicht in Konkurrenz zu bestehenden Angeboten stehen.

Zur Umsetzung der Strategieziele bedarf es insbesondere entsprechender Pilot- bzw. Modellprojekte. Neben den skizzierten Modellprojekten sind alle regionalen Lernprojekte im Südburgenland im Rahmen des Programms „Lernende Regionen“ umsetzbar, die nach Vorstandsbeschluss der Lokalen Entwicklungsstrategie entsprechen bzw. ihr nicht widersprechen. Damit kommt in weiterer Folge der Auswahl, Initiierung und Gestaltung von Pilotprojekten eine zentrale Bedeutung zu (vgl. hierzu Kap. 10).

6.1 Zielsetzungen im Zusammenhang mit den Aktionsfeldern der Lokalen Entwicklungsstrategie

Nachfolgend sind je Schwerpunkt die auf Basis der Lokalen Entwicklungsstrategie und Erhebungsergebnisse (vgl. Kap. 5) abgeleiteten inhaltlichen Zielsetzungen der Bildungsstrategie formuliert und durch messbare Ziele konkretisiert. Diese dienen in der Folge auch zur Evaluierung der Bildungsstrategie (vgl. dazu Kap. 9).

Tabelle 6.1

Zielsetzungen und deren Konkretisierung für den Schwerpunkt „Ökoenergie“

LES-Schwerpunkt/ Aktionsfeld	Ausbau der Führungsposition im Bereich Ökoenergie
Zielsetzungen für die Bildungsstrategie	<ul style="list-style-type: none"> _Förderung der Vernetzung, Kommunikation und Kooperation zwischen Unternehmen aus dem Bereich Ökoenergie _Qualifizierungsverbund von Unternehmen zur Einrichtung gemeinsamer Weiterbildungsangebote _Qualifizierungsangebote für BerufseinsteigerInnen (v.a. Jugendliche) _Bewusstseinsbildung für Tätigkeitsfelder im Ökoenergiesektor, v.a. für Jugendliche _Veranstaltungen/Weiterbildungsangebote zu energiebezogenen Themen (z.B. Photovoltaik, Biomasse) _Weiterbildungen zu für die Region relevanten Formen der Energiegewinnung und zu Naturressourcen (z.B. Energieverarbeitung aus Heu, Abwärme, Reststoffen) _Überregionale Vermarktung von Veranstaltungen/Weiterbildungen im Bereich Ökoenergie _regionalisierte Angebote zur Energieberatung und damit einhergehende Qualifizierungsmöglichkeiten
Konkretisierung (= messbare Ziele)	<ul style="list-style-type: none"> _mindestens 1 Projekt zur breiteren Erschließung von Finanzierungsquellen für berufliche Weiterbildung in Betrieben (→ „Qualifizierungsverbund von Unternehmen“) _Einbindung des Themas in zumindest 1 niedrigschwelliges, breit angelegtes Lernprojekt (→ siehe Beispiel „Sommerakademie Ökoenergie im Südburgenland“) _Verankerung und Abstimmung von Weiterbildungsangeboten im Bereich Ökoenergie im Rahmen des regionalen Bildungsmarketings zur Bündelung der Nachfrage & Information (z.B. Einführung eigener Rubrik in einem Bildungskatalog) _Unterstützung bei der Förderung und Umsetzung von zusätzlichen Weiterbildungsangeboten, die mit den Zielsetzungen des Schwerpunkts vereinbar sind

Quelle: 3s-Darstellung

Tabelle 6.2

Zielsetzungen und deren Konkretisierung für den Schwerpunkt „Südburgenländischer Naturgenuss“

LES-Schwerpunkt/ Aktionsfeld	Südburgenländischer Naturgenuss
Zielsetzungen für die Bildungsstrategie	<ul style="list-style-type: none"> _Förderung der gemeinsamen Vermarktung von Betrieben und/oder Produkten _Verbesserung der Markenidentifikation bzw. Markenbildung der „Genussregion Südburgenland“ _Bildungsangebote zur Vermarktung/Verarbeitung von regionalen Produkten und regionaler Küche _Veranstaltungen/Weiterbildungen zur Förderung des Kulinarik-Tourismus _Angebote, die zu einer Vernetzung und Kooperation von AkteurInnen im Bereich Naturgenuss und einem gemeinsamen Marketing für die Region nach außen führen _grenzüberschreitende Veranstaltungen/Weiterbildungen zum Thema Naturgenuss unter Berücksichtigung der Grenzregionen (Ungarn, Slowenien), zur Vermittlung der kulinarischen und kulturellen Vielfalt _Information über regional vorhandenes Veranstaltungs-/Bildungsangebot _verstärktes berufsbezogenes Weiterbildungsangebot (z.B. Direktvermarktung, Marketing, Fremdsprachen, Außenauftritt, z.B. Gestaltung von Produktinformationen)
Konkretisierung (= messbare Ziele)	<ul style="list-style-type: none"> _Einbindung des Themas in zumindest 1 niedrigschwelliges, breit angelegtes Lernprojekt (→ siehe Beispiel „Sprache des Gaumens“) _mindestens 1 Projekt zur breiteren Erschließung von Finanzierungsquellen für berufliche Weiterbildung in Betrieben (mit Schwerpunkt KMU) _Verankerung und Abstimmung von Weiterbildungsangeboten im Bereich Naturgenuss und regionale/überregionale Naturprodukte im regionalen Bildungsmarketing (z.B. durch eigene Rubriken in einem Bildungskatalog), um Nachfrage und Information zu diesen Themen zu bündeln _Unterstützung bei der Förderung und Umsetzung von zusätzlichen Weiterbildungsangeboten, die mit den Zielsetzungen des Schwerpunkts vereinbar sind

Quelle: 3s-Darstellung

Tabelle 6.3

Inhaltliche Zielsetzungen und deren Konkretisierung für den Schwerpunkt „Lernen ohne Grenzen“

LES-Schwerpunkt/ Aktionsfeld	Lernen ohne Grenzen
Zielsetzungen für die Bildungsstrategie	<ul style="list-style-type: none"> _Sensibilisierung für die Bedeutung von Lernen und Weiterbildung zur Verbesserung der sozialen Lage bzw. Entwicklungsmöglichkeiten der EinwohnerInnen der Region (z.B. durch Fallbeispiele/Nutzen der Vorbildwirkung) _Veranstaltungen/Weiterbildungen zur Erhöhung des Sozialkapitals durch gezielte Nutzung der unterschiedlichen Begabungen/Talente über Geschlechter, Altersgruppen, Kulturen hinweg; mit besonderem Augenmerk auf die „Zuigroasten“ _Entwicklung gemeinsamer regionaler Bildungsoffensiven (z.B. Sprachangebote zu den Grenzregionen, Persönlichkeitsbildung, Wissen über das Südburgenland, UnternehmerInnen, Tourismus etc.) _Erschließung neuer Einkommens- und Beschäftigungsfelder und Förderung damit einhergehender Weiterbildungsangebote in regionalen Stärkefeldern (Erneuerbare Energie, Technologie-/Innovationszentren, Landwirtschaft) _Qualifizierungsangebote mit niedrighschwelligem Zugang (z.B. Kinder- und Altenbetreuung) _Umschulungs- und Wiedereinstiegsangebote _Verbesserung der Lehrlingsausbildung (stärkere Vernetzung der Betriebe und des Angebots überbetrieblicher Lehrwerkstätten, Erweiterung des Angebots an Lehrberufen, verstärkte Informationsarbeit zu Ausbildungsberufen) _spezifische Aus- und Weiterbildungsangebote für Jugendliche in der Region _Schaffen von zusätzlichen freizeitbezogenen Angeboten für Jugendliche/junge Erwachsene _Nutzung der Vereinsstrukturen bzw. sozialer Einrichtungen (von Jugendlichen, anderen Zielgruppen) für das Etablieren weiterer Ausbildungsangebote für die Region & Abstimmung dieser Angebote _Information/Kommunikation bestehender Bildungsangebote über Vereine _Vernetzung von Vereinen durch gemeinsame Veranstaltungen _zielgruppen- und themenspezifische Kommunikation von Ausbildungsmöglichkeiten _Schaffen von niedrighschwelligem Zugangsmöglichkeiten (Kinderbetreuungsangebote, Refundierung von Weiterbildungskosten, Nutzen bestehender Infrastruktur/sozialer Treffpunkte) für Frauen, Jugendliche, Zugewanderte, Menschen mit besonderen Bedürfnissen
Konkretisierung (= messbare Ziele)	<ul style="list-style-type: none"> _Einbindung in zumindest 1 niedrighschwelliges, breit angelegtes Lernprojekt (→ siehe Beispiel „Revitalisierung des Vereinslebens“, „Lernen in und über soziale Netzwerke“) _mindestens 1 Projekt zur Schaffung eines zusätzlichen Angebots zur Verbesserung des Angebots & der regionalen Einbindung für Jugendliche/junge Erwachsene (→ siehe Beispiel „Abschlussarbeitenfonds Südburgenland“) _Verankerung und Abstimmung des Bildungsangebots im Bereich „Lernen ohne Grenzen“ bzw. gesondert auch von Vereinen nach Zielgruppen (z.B. Jugendliche, Frauen, Zugewanderte) und Themen im Rahmen des regionalen Bildungsmarketings (z.B. eigene Rubriken im Bildungskalender) zur Bündelung der Nachfrage & Information über Weiterbildungsangebote _Unterstützung bei der Förderung und Umsetzung von zusätzlichen Weiterbildungsangeboten, die mit den Zielsetzungen des Schwerpunkts vereinbar sind

Quelle: 3s-Darstellung

6.2 Zielsetzungen zu den Grundleistungen des Programms „Lernende Regionen“

Die Grundleistungen der Bildungsstrategie umfassen den Auf- und Ausbau des regionalen Bildungsmarketings (siehe Kap. 11), die Stärkung eines regionalen Netzwerkes zur Umsetzung der Bildungsstrategie (siehe Kap. 7) sowie die Durchführung von Modellprojekten (siehe Kap. 10). Die inhaltlichen Zielsetzungen und ihre Konkretisierung sind in den nachfolgenden Tabellen je Grundleistung aufgelistet.

Tabelle 6.4

Zielsetzungen und deren Konkretisierung für Grundleistungen im Bereich „Regionales Bildungsmarketing“

Grundleistung	Regionales Bildungsmarketing
Zielsetzungen für die Bildungsstrategie	<ul style="list-style-type: none"> _regionalspezifische Information über Angebote _Koordination von Angeboten zwischen Anbietern _Bündelung der Nachfrage über Vernetzung von sozialen AkteurInnen (Vereine, Kirchengemeinden usw.) _Realisierung von Projekten im Bereich des Bildungsmarketings (z.B. Regionaler Bildungskalender, Tag der offenen Tür in Weiterbildungsinstitutionen usw.)
Konkretisierung (= messbare Ziele)	<ul style="list-style-type: none"> _Einrichtung einer zentralen Koordinationsstruktur _mindestens Umsetzung von 1 konkretem Projekt im Bereich regionales Bildungsmarketing (z.B. regionale Bildungsberatung)

Quelle: 3s-Darstellung

Tabelle 6.5

Zielsetzungen und deren Konkretisierung für Grundleistungen im Bereich „Vernetzung / Stärkung des regionalen Netzwerks“

Grundleistung	Vernetzung / Stärkung des regionalen Netzwerks
Zielsetzungen für die Bildungsstrategie	<ul style="list-style-type: none"> _Verstärkung des regionalen Netzwerks durch Einbindung von klassischen Weiterbildungsanbietern und Institutionen und deren Mitgliedern (z.B. Vereinen, Pfarrgemeinden; Unternehmen; Schulen usw.) _Stärkung des Netzwerks auf Basis konkreter Kooperationen zwischen einzelnen AkteurInnen bei der Umsetzung von Vorhaben des Bildungsmarketings oder konkreter Modellprojekte
Konkretisierung (= messbare Ziele)	<ul style="list-style-type: none"> _Fortführung und Erweiterung des im Zuge der Strategieerarbeitung gegründeten Netzwerks unter Einbindung von geografisch über die Region verstreuten Institutionen (Vereine, Unternehmen, klassische Bildungseinrichtungen) zur weiteren Umsetzung der Bildungsstrategie; Einbindung von mindestens 20 weiteren AkteurInnen aus der Region

Quelle: 3s-Darstellung

Tabelle 6.6

Zielsetzungen und deren Konkretisierung für Grundleistungen im Bereich „Umsetzung von Modellprojekten“

Grundleistung	Umsetzung von Modellprojekten
Zielsetzungen für die Bildungsstrategie	<ul style="list-style-type: none"> _Schaffen niedrigschwelliger Lernmöglichkeiten _Umsetzung von für Lernende Regionen typischen Projektformaten (z.B. Lernfest, Veranstaltungsreihen, Austauschprogramme usw.) _Aufbau von lokalem Know-how bei der Nutzung dieser Projektformate _Erschließung bestehender Finanzierungsquellen für Lernen und Weiterbildung für die Umsetzung der Modellprojekte _Umsetzung von Modellprojekten soll alle Schwerpunkte und Zielgruppen der Bildungsstrategie abdecken _Umsetzung von Modellprojekten soll insgesamt dazu beitragen, bestehende Finanzierungsquellen für Bildungsprojekte in der Region besser zu nutzen
Konkretisierung (= messbare Ziele)	<ul style="list-style-type: none"> _Umsetzung von zumindest 3 Modellprojekten _Abdeckung aller Schwerpunkte/Zielgruppen durch diese Projekte _Erschließung von mindestens 2 der zentralen Finanzierungsquellen für das Lebenslange Lernen

Quelle: 3s-Darstellung

Ziel der Strategie ist es, Angebote zu schaffen, die wesentliche Beiträge zu diesen inhaltlichen Zielsetzungen liefern können. Im Rahmen des vorliegenden Strategieprojekts wurden die Grundlagen für ein regionales Bildungsmarketing entwickelt und abgestimmt. Für das Bildungsmarketing wurden im Rahmen einer Befragung Basisinformationen ermittelt (vgl. Kap. 11 und A.7.11). Als Grundlage für die Verstärkung von Netzwerkaktivitäten wurde eine Institutionendatenbank entwickelt und das Unterstützungsinteresse in den Erhebungen abgefragt.

In Abstimmung mit den genannten inhaltlichen Zielsetzungen wurden mögliche Pilotthemen in Form von Modellprojekten, die Beiträge zum Erreichen dieser Zielsetzungen liefern können und im Einklang mit dem Programm „Lernende Regionen“ stehen, skizziert. Diese wurden zudem einer Plausibilitätsüberprüfung (auf Basis der Befragungsergebnisse, sekundärstatistischer Analysen und Modellrechnungen) unterzogen und mit unterschiedlicher Priorität ausgewiesen (vgl. dazu im Detail Kap. 10).

7 Regionales Netzwerk zur Umsetzung der Bildungsstrategie

Die Verstärkung der Zusammenarbeit zwischen regionalen AkteurInnen ist für die Umsetzung der Zielsetzungen der Lernenden Region zentral. Dabei sollen zum einen Institutionen, die einen besonderen Zugang zu potenziellen TeilnehmerInnengruppen an Lern- und Weiterbildungsangeboten haben (z.B. Vereine, Unternehmen, Schulen), mit möglichen AnbieterInnen bzw. ProjektproponentInnen zu vernetzen. Die Nachfrage soll konkretisiert und gebündelt werden, damit zielgerichtete, effektive und kosteneffiziente Angebote entwickelt werden können. Zum anderen sollen Institutionen, die Lern- und Weiterbildungsangebote als Kerntätigkeit (z.B. regionale Volkshochschulen, Bildungswerke, erwerbsorientierte Anbieter) oder als punktuelles Betätigungsfeld (z.B. Unternehmen, Hilfsorganisationen) anbieten, miteinander vernetzt werden. Durch die Kooperation und die Abstimmung von Angeboten sollen Synergiepotenziale erschlossen und Konkurrenzeffekte (z.B. durch die Nichtabstimmung von Terminsetzungen), die potenziell zum Nichtzustandekommen von Angeboten führen, vermieden werden.

Im Rahmen des Strategieentwicklungsprozesses wurde das regionale Netzwerk bereits initiiert. Die Mitglieder des Netzwerks waren im Rahmen der Erarbeitung der Strategie regelmäßig in die Erhebungen eingebunden – so im Kontext der qualitativen Erhebungen, bei den quantitativen Erhebungen sowie bei zwei Bildungsstrategie-Workshops. Der Vorstand der Leader-Aktionsgruppe südburgenland plus war in die laufenden Erhebungen einbezogen und über Entscheidungen zu den Schwerpunkten, Zielgruppen und Modellprojekten für die Bildungsstrategie eingebunden.

7.1 Bestehende Netzwerkstrukturen in der Region

Das Netzwerk wird vom Vorstand der Leader-Aktionsgruppe südburgenland plus sowie den im Anhang (vgl. Kap. A.8) namentlich benannten VertreterInnen der Schwerpunktbereiche der Bildungsstrategie sowie von VertreterInnen übergeordneter Bildungseinrichtungen gebildet. Die organisatorische Leitung des Netzwerks obliegt dem Leader-Management. Für den weiteren Ablauf zur Umsetzung der Bildungsstrategie wird vorgeschlagen, Arbeitsgruppen zu jeweils einem bestimmten Thema einzurichten, die von einem Mitglied des Netzwerks geleitet werden.

Derzeit sind im Südburgenland 4 „Netzwerkgruppen“ im Aufbau, welche das (v.a. durch viele Projekte) aufgebaute Know-how zur langfristigen und nachhaltigen Weiterentwicklung der Region nutzen möchten. Die Gruppen beschäftigen sich mit folgenden Themenbereichen:

- ___ Zusammenführung von Problemstellungen aus der Dorferneuerung zu regionalen Projekten
- ___ Öko-Energie
- ___ Öko-Mobilität
- ___ Ein-Personen-Unternehmen und Kleinstunternehmen als tragende Säule der regionalen Wirtschaft

Diese Netzwerkgruppen bieten ebenfalls einen geeigneten Rahmen für die Konkretisierung und Umsetzung der Bildungsstrategie in Form künftiger Bildungsprojekte, insbesondere für Modellprojekte im Bereich Ökoenergie oder Südburgenländischer Naturgenuss.

Entscheidungsfindungen zur Bearbeitung bestimmter Themen werden aufgrund von Mehrheitsentscheidungen in der Gruppe demokratisch getroffen, Entscheidungen, die in den Kompetenzbereich der LAG fallen, werden vom dortigen Management bzw. Vorstand getroffen.

Für die Umsetzung der Bildungsstrategie steht darüber hinaus das Netzwerk übergeordneter BildungsanbieterInnen und sonstiger AkteurInnen im Rahmen der Leader-Aktionsgruppe südburgenland plus zur Verfügung. Im Rahmen der mündlichen Interviews sowie der schriftlichen Online-Befragung wurden weitere InstitutionenvertreterInnen nach ihrem Interesse an einer Vernetzung befragt (vgl. Kap. A.8). Dabei wurden insbesondere auch Institutionen berücksichtigt, die nicht schwerpunktmäßig im Bereich Weiterbildung tätig sind, sondern über eine hohe Mitgliederbasis (bzw. Beschäftigtenbasis, SchülerInnenbasis usw.) verfügen und/oder die punktuell aktiv Weiterbildungsaktivitäten initiieren (z.B. größere Unternehmen, Vereine) bzw. sich an lernförderlichen Projekten beteiligen. Für die Befragung wurde eine eigene Datenbank erstellt: Interessenbekundungen wurden in dieser Datenbank erfasst. Die Datenbank steht damit für die konkrete Fortführung und Intensivierung des Netzwerkprozesses zur Verfügung. Die im Anhang in Kap. A.8 aufgelisteten Institutionen und Personen sind nach Möglichkeit als PartnerInnen ins Netzwerk zu integrieren.

Aus der Leader-Region Südburgenland sind insgesamt 1.583 Datensätze in der Datenbank enthalten, davon 1.521 mit Benennung des Ansprechpartners bzw. der Ansprechpartnerin. Der Link wurde an insgesamt 785 Institutionen verschickt. 317-mal wurde der Fragebogen aufgerufen, von 94 TeilnehmerInnen wurde der Fragebogen beantwortet (12,0%), 48 Institutionen haben ihre Kontaktdaten für weitere Information oder Interesse an künftiger Zusammenarbeit im Rahmen des Netzwerks hinterlassen. Die Stellungnahmen aus den Erhebungen wurden in die Netzwerkdatenbank aufgenommen. Die erstellte Datenbank wird der Leader-Region vereinbarungsgemäß zur weiteren Verwendung zur Verfügung gestellt.

7.2 Aufgaben und Ziele des Netzwerks

Als Grundaufgaben des Netzwerkes sind die Bildungsinformation und Bildungsberatung, Öffentlichkeitsarbeit, Marketing sowie die Sicherung der Grundversorgung und Abstimmung der Bildungsangebote zu definieren. Auf Basis des bereits geschaffenen Netzwerks geht es im weiteren Verlauf darum, dieses zu vertiefen und laufend zu betreuen. Dem Strategieentwicklungsprozess wurde die Erfahrung zugrunde gelegt, dass sich stabile Netzwerkbeziehungen hauptsächlich auf Basis konkreter Kooperationserfahrungen im Rahmen von Modellprojekten bzw. im Rahmen konkreter Abstimmungs- und Marketingaktivitäten gewinnen lassen.

Im Rahmen des Strategieentwicklungsprojekts wurden bereits zwei Bildungsstrategie-Workshops zur Vernetzung von regionalen AkteurInnen (Institutionen aus den Schwerpunktbereichen und relevanten Zielgruppen, Weiterbildungsanbieter etc.) abgehalten, bei welchen die Erarbeitungsschritte der Bildungsstrategie vorgestellt und erste Vorleistungen für spätere Umsetzungsschritte durch die Bildung von Projektgruppen für die Schwerpunktbereiche geleistet wurden. Durch begleitende Presseaktivitäten zur Strategieentwicklung wurde auch die breitere Bevölkerung regelmäßig über das Projekt und die laufenden Arbeiten daran informiert.

Der weitere Vernetzungsprozess ist Bestandteil der Strategie und kann je nach Event mit konkreten Aufgabenstellungen (z.B. Umsetzung von Modellprojekten) ausgestattet werden. Für die weitere Vernetzung werden folgende Schritte vorgeschlagen:

- ___ eine Netzwerkveranstaltung für regionale AkteurInnen (Weiterbildungsanbieter, Vereine usw.), bei der die Ziele der Bildungsstrategie vorgestellt und Projektgruppen für Modellprojekte bzw. Projekte im Bereich des Bildungsmarketings gebildet werden (alternativ dazu: Bildung der Projektgruppen anhand der bereits geäußerten Interessensbekundungen); Vorbereitungen hierfür wurden durch die bisherige Netzwerkarbeit (Basisinformation zum Programm, Erhöhung der Aufmerksamkeit für die Zielsetzung der Lernenden Regionen, Einbeziehung potenzieller NetzwerkpartnerInnen für die Schwerpunktbereiche in Bildungsstrategie-Workshops) wurden dabei schon im Rahmen des Strategieentwicklungsprojekts geleistet.
- ___ die regelmäßige Durchführung von Vernetzungstreffen zu konkreten Themenstellungen (z.B. Aktivitäten und Projekte des Bildungsmarketings; Vorbereitung konkret bezeichneter Modellprojekte).

Die Initiierung und Durchführung der Vernetzungstreffen sollte – im Rahmen der bestehenden Möglichkeiten bzw. auf Basis eines definierten Zusatzprojekts – dem Leader-Management obliegen. Für das regionale Bildungsmarketing sollen

- ___ laufende Informationsaktivitäten in bestehende Marketingaktivitäten der Leader-Region integriert werden,
- ___ Kooperationen zum Bildungsmarketing mit den Gemeinden ausgehandelt werden,
- ___ die Vorbereitung und Förderung von Qualifizierungsprojekten in Abstimmung mit der Bildungsstrategie fortgeführt werden,
- ___ konkrete Projekte im Bereich des Bildungsmarketings definiert und umgesetzt werden (z.B. regionaler Bildungskalender, regionales Informationsportal, Informationsdienst für Gemeindezeitungen usw.),
- ___ AkteurInnen des Bildungsangebots und der Bildungsnachfrage im Rahmen des Vernetzungsprojekts abgestimmt und in die laufenden Aktivitäten einbezogen werden.

Es wird vorgeschlagen, das regionale Bildungsmarketing organisatorisch als Dauerstruktur auf der Ebene des Leader-Managements anzusiedeln (gestützt von Weiterbildungen zum Bildungsmarketing, z.B. im Rahmen der Angebote des Gesamtprogramms Lernende Regionen). Der Umfang der zusätzlich zu bestehenden Marketingaktivitäten umgesetzten Initiativen bleibt dabei von den verfügbaren Ressourcen abhängig. Zum Aufbau der Dauerstruktur sind v.a. (Klein-)Projekte für das Bildungsmarketing zu empfehlen, die im Rahmen des Programms „Lernende Regionen“ umgesetzt werden können.

8 Ansätze zur Sicherstellung der Grundziele Lernender Regionen

Um die Grundziele des Programms „Lernende Regionen“ zu erreichen, gilt es bei der Realisierung der Bestandteile dieser Strategie sowohl auf der Ebene der Gesamtstrategie als auch in der Detailplanung von Projekten weitere Grundleistungen zu berücksichtigen. Hierzu zählt die Umsetzung von Gender Mainstreaming (vgl. Kap. 8.1), die Einbeziehung von bildungsbenachteiligten Zielgruppen (vgl. Kap. 8.3), die Gewährleistung von Barrierefreiheit (vgl. Kap. 8.4) sowie Maßnahmen zur Qualitätssicherung (vgl. Kap. 8.5). Im Detail sei hierzu auf die Ausführung im Programmhandbuch verwiesen (BMLFUW 2008).

8.1 Gender Mainstreaming

Die Umsetzung der Zielsetzungen von Gender Mainstreaming ist bereits in der Lokalen Entwicklungsstrategie der Leader-Region Südburgenland festgehalten (vgl. LAG 2007, S. 24):

„Sowohl in der gemeinschaftlichen Erarbeitung der vorliegenden Entwicklungsstrategie als auch in deren Umsetzung wird sichergestellt, dass keine geschlechtsspezifischen direkten und indirekten Benachteiligungen entstehen. Die Vision, die Leitthemen und die strategischen Aktionsfelder sind geschlechtsspezifisch frei gestaltet und lassen somit die Chancengleichheit von Frauen und Männern sowie Jugendlichen im vollen Ausmaß zu. In der Erarbeitung der vorliegenden Entwicklungsstrategie waren Jugendliche und Frauen eine explizite Zielgruppe von Tiefeninterviews, wo sie um ihre Sicht der regionalen Zukunft gefragt wurden und die Ergebnisse flossen in die vorliegende Entwicklungsstrategie ein. Bei den Veranstaltungen im Rahmen der Strategieentwicklung waren Frauen gleichmäßig auch institutionell (Verein Frauen für Frauen – Frauenberatung) vertreten.“

Bei der Umsetzung der Modellprojekte sollten Aufgaben des Gender Mainstreaming (vgl. u.a. Bergmann/Pimminger 2004, Gindl/Hellmer/Hefler 2007a, 2007b, 2007c) in der Konzeption und Umsetzungsphase besondere Berücksichtigung finden, vor allem durch

- ___ die Überprüfung der Ausgewogenheit von im Rahmen eines Modellprojekts (z.B. Lernfest) realisierten Teilangeboten hinsichtlich der angenommenen Interessen von Männern und Frauen
- ___ die explizite Zielsetzung der Einbeziehung von Männern bzw. Frauen in Modellprojekte, die gemäß gesellschaftlicher Rollenzuschreibung schwerpunktmäßig von einem Geschlecht nachgefragt werden (z.B. Männer in Angeboten im Pflegebereich, Frauen in Angeboten im Energietechnikbereich) usw.
- ___ die explizite Widmung von Ressourcen zur Überwindung von Teilnahmebarrieren, die sich aus der gesellschaftlichen Arbeitsteilung von Erziehungs- und Familienarbeit ergeben (insbesondere Organisation von Kinderbetreuungsmöglichkeiten)

___ die Berücksichtigung von Grundsätzen gendersensibler Didaktik in der Gestaltung von Lernprojekten und Weiterbildungsangeboten. An externe Weiterbildungsanbieter wird die Anforderung gestellt, darzulegen, wie sie im Rahmen ihrer Projektbeiträge Gendersensibilität gewährleisten.

8.2 Niederschwelligkeit

Durch die Umsetzung von Modellprojekten sollen für lernbenachteiligte Personengruppen zusätzliche Möglichkeiten geschaffen werden, an Bildungsprojekten teilzunehmen, welche das Lernen fördern und die Lernmotivation steigern. Im Rahmen der Projektformate im Kontext des Programms „Lernende Regionen“ sollen positive Erfahrungen mit organisierten Formen des Lernens und der Weiterbildung gesammelt werden, um negative Einstellungsmuster abzuschwächen und akzeptable Zugangswege zu individuell zuträglichen, weiterführenden Beteiligungs- und Weiterbildungsformen zu finden.

Im Kapitel zum Bildungsmarketing sind Rahmenbedingungen skizziert, die zur Unterstützung der Niedrigschwelligkeit von Bildungsangeboten beitragen und bei der Konkretisierung von Modellprojekten berücksichtigt werden sollten (z.B. gute Erreichbarkeit, Kinderbetreuung; Möglichkeit, mit Begleitperson teilzunehmen) (vgl. Kap. 11.2, Abb. 11.6). Die Förderung der Niedrigschwelligkeit soll bei der Umsetzung von Modellprojekten (in Abstimmung mit dem Projekttyp, den damit verbundenen Inhalten und Zielgruppen) u.a. durch die folgenden Maßnahmen gefördert werden:

- ___ Festlegung einer Zielquote für die Teilnahme von bildungsbenachteiligten Personen und Definition der Maßnahmen, durch welche diese Quote erzielt werden kann (z.B. durch Kooperation mit ausgewählten sozialen Organisationen, in welchen diese Zielgruppen vertreten sind)
- ___ persönliche Einladung von VertreterInnen benachteiligter Zielgruppe über eigenes Netzwerk
- ___ explizites Ansprechen benachteiligter Zielgruppen in der Informations- und Marketingarbeit
- ___ Anführen von Argumenten, mit welchen auf Vorbehalte und Unsicherheiten von VertreterInnen benachteiligter Zielgruppen eingegangen werden kann
- ___ Erstellen von Richtlinien zur bevorzugten Aufnahme von VertreterInnen benachteiligter Zielgruppen
- ___ Förderung der sozialen Vernetzung von Mitgliedern benachteiligter Zielgruppen
- ___ Einplanung von Unterstützungsangeboten, um eine erfolgreiche Teilnahme von bildungsbenachteiligten Personen zu ermöglichen (z.B. begleitete Lerngruppen, individuelle Lernberatung)

Für die Berücksichtigung dieser Maßnahmen in der Projektkonzeption soll ein Aktionsplan erstellt werden, für den notwendige Ressourcen im Rahmen der Projektbudgetierung vorgegeben werden.

8.3 Barrierefreiheit

Die Gewährleistung von Barrierefreiheit ist eine weitere Zielsetzung in der Gestaltung von Modellprojekten und soll in jedem Aktionsplan explizit verankert werden (vgl. Diesenreiter 2008). Dabei gilt es die folgenden Gestaltungsaspekte zu berücksichtigen (vgl. Potter/MacKeracher/Suart 2006):

- ___ Kriterienliste für die Vermeidung möglicher infrastruktureller Teilnahmebarrieren (z.B. Ausschluss von Veranstaltungsräumen, die für Personen mit Gehbehinderung nicht zugänglich sind)
- ___ explizite (allgemeine, mit Beispielen unterstützte) Einladung an Personen mit besonderen Bedürfnissen, an den Bildungsangeboten teilzunehmen
- ___ Einplanung einer Unterstützungsstruktur (z.B. eine explizite, sensibilisierte Ansprechperson vor Ort), durch die auf Notwendigkeiten der Unterstützung vor Ort eingegangen werden kann (z.B. Bereitstellung von Hilfsmitteln für Personen mit eingeschränktem Hörvermögen, eingeschränkter Mobilität bei Ausflügen etc.)
- ___ explizites Gewinnen von Personen mit besonderen Bedürfnissen (z.B. mit eingeschränktem Sehvermögen, mit einer geistigen Behinderung) als TeilnehmerIn bzw. Ermöglichen einer Teilnahme für diese Zielgruppen (im Rahmen der Festlegung von weiterbildungsbenachteiligten Zielgruppen)

8.4 Qualitätssicherung

Maßnahmen, die zur Qualitätssicherung für die Gestaltung des regionalen Bildungsmarketing und die Konzeptionierung und Umsetzung von Modellprojekten beitragen, basieren auf hierfür erstellten Qualitätsplänen. Hierzu werden folgende Vorschläge getroffen:

- ___ In der Konzeptionsphase eines Projekts werden „Good Practice“-Beispiele, die dem eigenen Projektkonzept ähnlich sind, recherchiert und analysiert und als Qualitätsmaßstab für das eigene Projekt, zur Definition von Qualitätszielen und Ansätzen zur Erreichung dieser Ziele herangezogen
- ___ Qualitätskonzepte, die für das eigene Projektkonzept relevant sind, werden hierfür adaptiert
- ___ Handlungen der Mitglieder des Umsetzungsteams werden durch Qualitätsstandards geleitet, welche zuvor festgelegt worden sind
- ___ Entwicklung eines Konzepts, wie Rückmeldungen während der Projektdurchführung („Feedbackkultur“) und nach der Projektdurchführung („Evaluation“) erfolgen und wie positive wie auch negative Erfahrungen aufbereitet und für weitere Projekte vergleichbaren Typs zugänglich gemacht werden
- ___ Festlegung von Qualitätsstandards für mögliche KooperationspartnerInnen (v.a. Weiterbildungsanbieter) des Projekts
- ___ Festlegung von Kriterien zur Beurteilung der Umsetzung des Gender Mainstreamings
- ___ Festlegung von Kriterien zur Beurteilung der Erreichung benachteiligter Zielgruppen
- ___ Festlegung von Kriterien zur Beurteilung der Erreichung von Barrierefreiheit

9 Vorgaben für die Evaluierung der Zielsetzungen der Bildungsstrategie

In Form einer „Regionalen Lernbilanz“ soll überprüft bzw. evaluiert werden, inwieweit durch die Umsetzung der Bildungsstrategie in Form von Projekten das Lernen auf projektbezogener, organisationaler und regionaler Ebene tatsächlich stattfindet und die in der Bildungsstrategie festgelegten Ziele erreicht werden.

Die inhaltliche und messbare Ziele bzw. qualitativen und quantitativen Kriterien wurden bereits in Kapitel 6 erläutert. Die Umsetzung der Bildungsstrategie kann zusammengefasst anhand folgender konkreter messbarer Ziele evaluiert werden:

Tabelle 9.1

Messbare Zielsetzungen für die Schwerpunkte der Bildungsstrategie

Schwerpunkt	Messbare Ziele
Ökoenergie	<ul style="list-style-type: none"> _mindestens 1 Projekt zur breiteren Erschließung von Finanzierungsquellen für berufliche Weiterbildung in Betrieben (→ „Qualifizierungsverbund von Unternehmen“) _Einbindung des Themas in zumindest 1 niedrigschwelliges, breit angelegtes Lernprojekt (→ siehe Beispiel „Sommerakademie Ökoenergie im Südburgenland“) _Verankerung und Abstimmung von Weiterbildungsangeboten im Bereich Ökoenergie im Rahmen des regionalen Bildungsmarketings zur Bündelung der Nachfrage & Information (z.B. Einführung eigener Rubrik in einem Bildungskatalog) _Unterstützung bei der Förderung und Umsetzung von zusätzlichen Weiterbildungsangeboten, die mit den Zielsetzungen des Schwerpunkts vereinbar sind
Südburgenländischer Naturgenuss	<ul style="list-style-type: none"> _Einbindung des Themas in zumindest 1 niedrigschwelliges, breit angelegtes Lernprojekt (→ siehe Beispiel „Sprache des Gaumens“) _mindestens 1 Projekt zur breiteren Erschließung von Finanzierungsquellen für berufliche Weiterbildung in Betrieben (mit Schwerpunkt KMU) _Verankerung und Abstimmung von Weiterbildungsangeboten im Bereich Naturgenuss und regionale/überregionale Naturprodukte im regionalen Bildungsmarketing (z.B. durch eigene Rubriken in einem Bildungskatalog), um Nachfrage und Information zu diesen Themen zu bündeln _Unterstützung bei der Förderung und Umsetzung von zusätzlichen Weiterbildungsangeboten, die mit den Zielsetzungen des Schwerpunkts vereinbar sind
Lernen ohne Grenzen	<ul style="list-style-type: none"> _Einbindung in zumindest 1 niedrigschwelliges, breit angelegtes Lernprojekt (→ siehe Beispiel „Revitalisierung des Vereinslebens“, „Lernen in und über soziale Netzwerke“) _mindestens 1 Projekt zur Schaffung eines zusätzlichen Angebots zur Verbesserung des Angebots & der regionalen Einbindung für Jugendliche/junge Erwachsene (→ siehe Beispiel „Abschlussarbeitenfonds Südburgenland“) _Verankerung und Abstimmung des Bildungsangebots im Bereich „Lernen ohne Grenzen“ bzw. gesondert auch von Vereinen nach Zielgruppen (z.B. Jugendliche, Frauen, Zugewanderte) und Themen im Rahmen des regionalen Bildungsmarketings (z.B. eigene Rubriken im Bildungskalender) zur Bündelung der Nachfrage & Information über Weiterbildungsangebote _Unterstützung bei der Förderung und Umsetzung von zusätzlichen Weiterbildungsangeboten, die mit den Zielsetzungen des Schwerpunkts vereinbar sind

Quelle: 3s-Darstellung

Tabelle 9.2

Messbare Zielsetzungen für die Grundleistungen der Bildungsstrategie

Grundleistung	Messbare Ziele
Regionales Bildungsmarketing	_Einrichtung einer zentralen Koordinationsstruktur _mindestens Umsetzung von 1 konkretem Projekt im Bereich regionales Bildungsmarketing (z.B. regionale Bildungsberatung)
Vernetzung / Stärkung des regionalen Netzwerks	_Fortführung und Erweiterung des im Zuge der Strategieerarbeitung gegründeten Netzwerks unter Einbindung von geografisch über die Region verstreuten Institutionen (Vereine, Unternehmen, klassische Bildungseinrichtungen) zur weiteren Umsetzung der Bildungsstrategie; Einbindung von mindestens 20 weiteren AkteurInnen aus der Region
Umsetzung von Modellprojekten	_Umsetzung von zumindest 3 Modellprojekten _Abdeckung aller Schwerpunkte/Zielgruppen durch diese Projekte _Erschließung von mindestens 2 der zentralen Finanzierungsquellen für das Lebenslange Lernen

Quelle: 3s-Darstellung

Weitere quantitative Kriterien für die Evaluierung der Umsetzung der Ziele der Bildungsstrategie werden wie folgt definiert (und können im Verlauf des Umsetzungsprozesses noch konkretisiert werden):

- ___ Anzahl der durchgeführten Projekte
- ___ Akzeptanz der Projekte: Anzahl der geplanten & tatsächlichen TeilnehmerInnen
- ___ soziodemografische Struktur der TeilnehmerInnen (Alter, Geschlecht, Bildungsniveau, Beschäftigungsverhältnis, Migrationshintergrund), um zu evaluieren, inwiefern durch diese Projekte insbesondere von den strukturellen Voraussetzungen her eher bildungsbenachteiligte oder bildungsferne Personen angesprochen werden konnten
- ___ Anzahl der Netzwerk- bzw. KooperationspartnerInnen
- ___ geografische und institutionelle Verteilung der Netzwerk- bzw. KooperationspartnerInnen (Ziel einer möglichst breiten Abdeckung der Region & Einbindung unterschiedlicher NetzwerkpartnerInnen wie Vereine, Unternehmen etc.)
- ___ Anzahl investierter (bezahlte, freiwillige) Arbeitsstunden
- ___ Höhe des finanziellen Investitionsaufwand
- ___ Inanspruchnahme weiterer Förderprogramme & Höhe der Unterstützung

Basierend auf diesen Kriterien soll in einer Lernbilanz eine Evaluierung auf verschiedenen Ebenen erfolgen: Auf Ebene der Leader-Region Südburgenland wird die tatsächliche Realisierung und Nutzung von Projektangeboten evaluiert, auf organisationaler Ebene die Beteiligung von Netzwerk- bzw. KooperationspartnerInnen, auf projektbezogener Ebene die konkrete Teilnahme und TeilnehmerInnenstruktur, der finanzielle und personale Aufwand sowie die Ausschöpfung von Fördermitteln. Neben diesen quantitativen Kriterien empfiehlt sich eine Evaluierung in Form qualitativer Befragungen von stichprobenartig ausgewählten TeilnehmerInnen, Netzwerk- und KooperationspartnerInnen zu Qualitätsindikatoren (z.B. Teilnahmemotivation, Nutzen der Teilnahme, Zufriedenheit, Optimierungsvorschläge). Die Evaluierung der Bildungsstrategie fällt in den Aufgabenbereich des LAG-Managements und kann von diesem selbst oder in Form einer Beauftragung einer externen Beratungsfirma erfolgen.

10 Ausblick auf mögliche Pilotthemen zur Umsetzung der Zielsetzungen der Bildungsstrategie

Einen Schwerpunkt des Programms „Lernende Regionen“ stellt die Entwicklung von Bildungsprojekten dar, die auf Basis der Schwerpunkte und Zielsetzungen der Bildungsstrategie erfolgt. Ein Charakteristikum dieser Projekte ist, dass sie kaum durch einzelne AkteurInnen außerhalb des Programms initiiert werden können. Beispiele für typische Formate, die sich auch international bewährt haben, sind Lernfeste, Kooperationsprojekte zwischen Schulen und Unternehmen etc. Durch das Projektformat soll eine Konkurrenz zwischen neu initiierten Programmen und bestehenden Angeboten minimiert werden.

Die Umsetzung von Projekten durch lokale AkteurInnen führt zu einem nachhaltigen regionalen Kompetenzaufbau. Die zu entwickelnden Projekte und Initiativen sollen möglichst umfassend das Spektrum bestehender Finanzierungsquellen für Initiativen im Bereich der Beteiligung an Lernprozessen und Weiterbildung für die Region erschließen (vgl. Kap. 10.1.2).

10.1 Merkmale von Pilot- oder Modellprojekten im Programm „Lernende Regionen“

Pilot- oder Modellprojekte im Kontext des Programms „Lernende Regionen“ erfüllen folgende Merkmale:

- *Schaffen eines niedrigschwelligen Zugangs zu Lernmöglichkeiten:* Dadurch sollen vor allem Zielgruppen erreicht werden, die kaum an traditioneller Weiterbildung teilnehmen. Durch die Beteiligung an einem niedrigschwelligen Pilotprojekt können diese Zielgruppen eine positive Lernerfahrung machen, die ihnen den Weg zur weiteren Teilnahme an sozialen Aktivitäten (z.B. Mitarbeit in ehrenamtlichen Organisationen und Vereinen) und zu weiteren Weiterbildungsformen ebnet.
- *Ermöglichung und Förderung der Zusammenarbeit vieler verschiedener Organisationen:* Hier ist vor allem die Zusammenarbeit von Organisationen mit einer großen Mitgliederzahl mit Organisationen, die Erfahrung in der Gestaltung von besonderen Rahmenbedingungen für Lern- und Weiterbildungsangebote haben, vorteilhaft. Durch das gemeinsame Verwirklichen von Modellprojekten kann eine nachhaltige Vernetzung zwischen beiden Gruppen hergestellt werden.
- *Erschließung bestehender Finanzierungsquellen:* Hierbei sollen Finanzierungsinstrumente genutzt werden, welche die Lern- und Weiterbildungsbeteiligung bestimmter Zielgruppen im Rahmen regionaler Entwicklungsprojekte fördern.

— *Aufbau regionaler Kompetenzen für die Umsetzung von Projekten, die Lern- und Weiterbildungsmöglichkeiten fördern:* Daher sollen die Modellprojekte im Kern von regionalen AkteurInnen getragen werden: Diese können sich dadurch das notwendige Know-how aufbauen, wie bestehende Projektkonzepte im lokalen Kontext erfolgreich umgesetzt werden können.

Um den Zielen des Programms „Lernende Regionen“ gerecht zu werden, ist es wesentlich, Bildungsangebote zu schaffen, die alle Bevölkerungsgruppen ansprechen. Die Motivation, zu lernen und an konkreten Weiterbildungsveranstaltungen teilzunehmen, entsteht für Individuen im konkreten Lebenszusammenhang: Mit unterschiedlichen Lebensphasen sind typische Lern- und Weiterbildungsinteressen verbunden. In der Auswahl der Modellprojekte wird deshalb empfohlen, sicherzustellen, dass Angebote für Individuen in allen Lebensphasen erarbeitet werden.

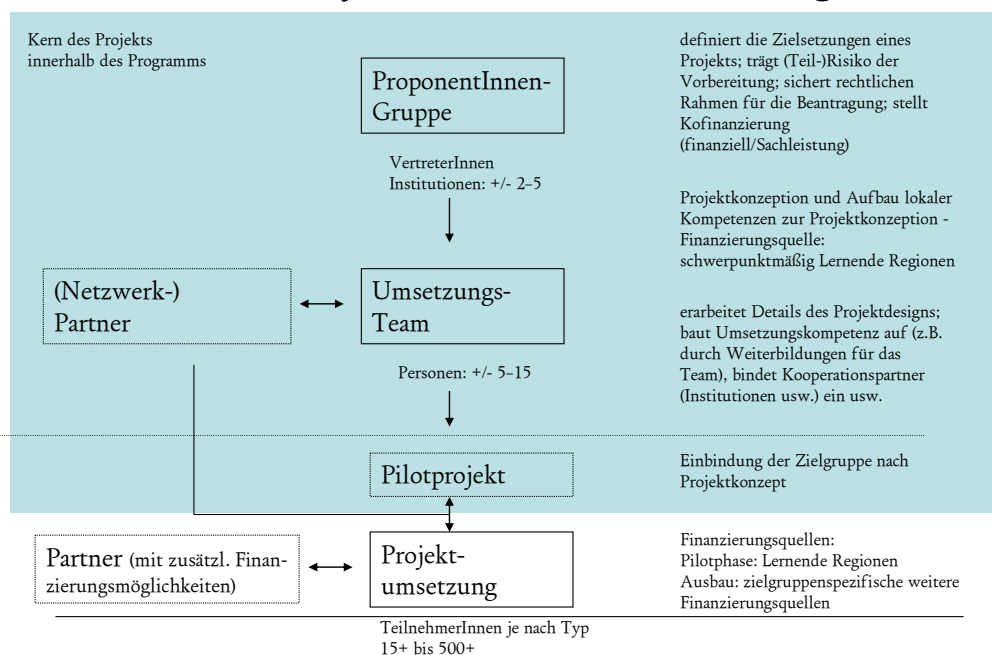
10.1.1 Kernbestandteile von Modellprojekten

In der nachfolgenden Abbildung sind die Kernbestandteile von Modellprojekten im Programm „Lernende Regionen“ schematisch dargestellt. Am Ausgangspunkt eines Projekts steht eine „ProponentInnengruppe“, welches dem Projekt den Anstoß gibt, die Ziele des Projekts definiert, den rechtlichen Rahmen für die Beantragung sichert und den Aufbau des Projekts durch eine Kofinanzierung, z.B. in finanzieller Form oder durch Bereitstellung von Infrastruktur, unterstützt.

Abbildung 10.1

Kernbestandteile von Modellprojekten in Lernenden Regionen

Schema für Projekte in Lernenden Regionen



Quelle: 3s-Darstellung

Die ProponentInnengruppe unterstützt die Zusammenstellung eines regionalen „Umsetzungsteams“, welches das konkrete Projektdesign ausarbeitet. Zugleich bindet das Umsetzungsteam regionale NetzwerkpartnerInnen für die Unterstützung und Teilnahme am Projekt ein.

Ziel ist, dass dieses Umsetzungsteam regional das Wissen aufbaut, wie ein bestimmter Projekttyp erfolgreich umgesetzt werden kann. Für diese Arbeit erforderliche Kompetenzen des Umsetzungsteams können bei Bedarf auch durch entsprechende Weiterbildungen auf- bzw. ausgebaut werden (z.B. Projektmanagement, Veranstaltungsorganisation). Es kommt zur Umsetzung eines Pilotprojekts, in welches die für das jeweilige Projektkonzept relevanten Zielgruppen eingebunden werden (z.B. breite Bevölkerungsgruppen bei einem Lernfest).

Bei entsprechendem Erfolg und vorhandenen Ressourcen durch Kooperationen mit externen PartnerInnen sowie durch die Erschließung von zusätzlichen Finanzierungsmöglichkeiten können die Modellprojekte – unabhängig vom Programm“ Lernende Regionen“ – in eine Dauerstruktur überführt werden.

10.1.2 Erschließung weiterer Finanzierungsquellen

Aufgrund der begrenzten Verfügbarkeit von Mitteln im Rahmen des Programms „Lernende Regionen“ liegt ein Ziel der Strategie auch in der Erschließung weiterer bestehender Finanzierungsquellen zur Förderung von Lern- und Weiterbildungsaktivitäten für regionale Projekte.

Der nachfolgenden Tabelle ist zu entnehmen, dass die verschiedenen Finanzierungsquellen immer auch einzelnen Zielgruppen der regionalen Weiterbildungspolitik entsprechen, z.B. den Beschäftigten von kleinen und mittleren Unternehmen.

Bei der Auswahl und Entwicklung von Modellprojekten soll deshalb versucht werden, möglichst weitgehend bestehende zielgruppenspezifische Finanzierungsquellen zu erschließen. Im erstellten Bewertungsraster für die Gesamtstrategie bilden daher die Zielgruppen von (maßgeblichen) Finanzierungsquellen im Weiterbildungsbereich eine eigene Dimension.

Tabelle 10.1

Kernbestandteile von Modellprojekten in Lernenden Regionen

Zielgruppen	Kofinanzierungsquellen (Auswahl)
Weiterbildung/Lernen im Bereich Landwirtschaft	__ Leader __ Lernende Regionen
Betriebe/Klein- und Mittelbetriebe	__ Unternehmensverbände (ESF/AMS) __ Weiterbildung für Beschäftigte (+45 bzw. Frauen bis höchstens mittlerer Abschluss) (ESF-Ziel 2 / AMS) __ Weiterbildung im Tourismus (AMS Burgenland) __ Weiterbildung im Rahmen der Wirtschaftsförderung (z.B. Unternehmensstrategie)
Weiterbildung / Lernen für Beschäftigte	__ Weiterbildungsförderung __ Equal-Projekte/TEP-Projekte, Interreg __ Bildungskarenz
Weiterbildung / Lernen für Arbeitslose/-suchende	__ Weiterbildungsförderung des AMS (Individualförderung, Projektförderung) __ Equal-Projekte/TEP-Projekte
Weiterbildung/Lernen „am Wohnort“ (allgemein)	__ ESF-Förderung (Projektschiene BM:UKK) __ Lifelong Learning Program __ Jugend-Aktionsprogramm __ Leader __ Lernende Regionen __ Erwachsenenbildungsförderung (Institutionen)

Quelle: 3s-Darstellung

Die Erschließung von Finanzierungsquellen (z.B. im Rahmen von europäischen Programmen) kann dabei auch mit wesentlichen Vorleistungen verbunden sein, die im Modellprojekt geleistet werden müssen. Allerdings erfolgt dadurch zugleich auch ein nachhaltiger Kompetenzaufbau, der dauerhaft die regionale Nutzung vergleichbarer Programme erhöhen kann.

10.2 Untersuchte Modellprojekte für die Umsetzung der Bildungsstrategie

Im Rahmen der Erarbeitung der Bildungsstrategie wurden beispielhaft Modellprojekte entwickelt, die eine Realisierung der Ziele der Lokalen Entwicklungsstrategie bzw. der Bildungsstrategie in den gewählten Schwerpunktbereichen ermöglichen. Die Modellprojekte dienen einerseits dazu, unterschiedliche Typen für mögliche Projekte darzustellen (in Bezug auf die Herangehensweise, Zielgruppen, Erschließung von Finanzierungsquellen), andererseits um die Plausibilität bzw. Umsetzbarkeit im Rahmen der Erhebungen zu überprüfen (Teilnahmeinteresse, Unterstützungsinteresse von möglichen NetzwerkpartnerInnen).

Diese Modellprojekte sind dabei als „Skizzen“ zu verstehen, die Details sind variabel, womit sich die Plausibilitätsschätzungen auch auf ähnliche Projekte (mit ähnlichen Zielgruppen, ähnlichem Aufbau, ähnlichen Titeln etc.) übertragen lassen. Die konkrete Ausformulierung obliegt späterhin den für die Modellprojekte gebildeten Umsetzungsteams bzw. den von diesen eingebundenen NetzwerkpartnerInnen. Für die Erreichung der Zielsetzungen der Strategie ist es allerdings entscheidend, dass bei der Realisierung von Modellprojekten die Abdeckung der formulierten Zielsetzungen

gegeben bleibt. Für konkret realisierte Projekte wird daher empfohlen, zumindest die konkreten Aufgabenstellungen beizubehalten.

Neben den skizzierten Modellprojekten sind alle regionalen Lernprojekte im Südburgenland im Rahmen des Programms „Lernende Regionen“ umsetzbar, die nach Vorstandsbeschluss der Lokalen Entwicklungsstrategie entsprechen bzw. ihr nicht widersprechen.

Für die 3 Schwerpunktbereiche (bzw. Aktionsfelder der Lokalen Entwicklungsstrategie) wurden in Abstimmung mit den EntscheidungsträgerInnen insgesamt sieben Modellprojekte skizziert und einer Plausibilitätsüberprüfung unterzogen. Die Projekttitle sind Arbeitstitel, die variierbar sind:

Schwerpunkt „Ökoenergie“

- ___ Qualifizierungsverbund von Unternehmen
- ___ Sommerakademie Ökoenergie

Schwerpunkt „Südburgenländischer Natur-Genuss“

- ___ Sprachen des Gaumens
- ___ Wissensbörse Naturgenuss

Schwerpunkt „Lernen ohne Grenzen“

- ___ Lernen in und über soziale Netzwerke
- ___ Abschlussarbeitenfonds Südburgenland
- ___ Revitalisierung des Vereinslebens

Aus der nachfolgenden Tabelle ist ersichtlich, dass die Modellprojekte so ausgewählt wurden, dass durch sie alle relevanten Quellen der Weiterbildungsförderung für die Region erschlossen werden können und zugleich alle definierten Schwerpunkte und Zielgruppen der Bildungsstrategie abgedeckt sind.

Tabelle 10.2

Projektraster zur Bewertung der Gesamtstrategie für das Südburgenland

	Schwerpunkte			Zielgruppen		
Zielgruppen/ Quellen von Kofinanzierun- gen	Ökoenergie	Naturgenuss	Lernen ohne Grenzen	Jugend	Betriebe/KMU	Zugewanderte
Weiterbil- dung/ Lernen Landwirtschaft	Qualifizierungs- verbund Sommerakademie	Wissensbörse Sprachen des Gaumens	Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke Abschluss- arbeiten	Qualifizierungs- verbund Sommerakademie Abschlussarbeit. Sprachen des Gaumens Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke	Qualifizierungs- verbund Sommerakademie Abschluss- arbeiten Wissensbörse Sprachen des Gaumens Soz. Netzwerke	Qualifizierungs- verbund Sommerakademie Sprachen des Gaumens Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke
Betriebe/ Klein- und Mittelbetriebe	Qualifizierungs- verbund Sommerakademie	Wissensbörse Sprachen des Gaumens	Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke Abschluss- arbeiten	Qualifizierungs- verbund Sommerakademie Abschlussarbeit. Sprachen des Gaumens Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke	Qualifizierungs- verbund Sommerakademie Wissensbörse Abschluss- arbeiten Sprachen des Gaumens Soz. Netzwerke	Qualifizierungs- verbund Sommerakademie Sprachen des Gaumens Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke
Weiterbil- dung/ Lernen Beschäftigte	Qualifizierungs- verbund Sommerakademie	Wissensbörse Sprachen des Gaumens	Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke Abschluss- arbeiten	Qualifizierungs- verbund Sommerakademie Abschlussarbeit. Sprachen des Gaumens Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke	Qualifizierungs- verbund Sommerakademie Wissensbörse Abschluss- arbeiten Sprachen des Gaumens Soz. Netzwerke	Qualifizierungs- verbund Sommerakademie Sprachen des Gaumens Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke
Weiterbil- dung/ Lernen Arbeitslose/ Arbeitssu- chende	Qualifizierungs- verbund Sommerakademie	Sprachen des Gaumens	Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke	Qualifizierungs- verbund Sommerakademie Sprachen des Gaumens Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke	Qualifizierungs- verbund Sommerakademie Abschluss- arbeiten Sprachen des Gaumens Soz. Netzwerke	Qualifizierungs- verbund Sommerakademie Sprachen des Gaumens Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke
Weiterbil- dung/Lernen „am Wohnort“ (allgemein)	Sommerakademie	Sprachen des Gaumens	Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke Abschluss- arbeiten	Sommerakademie Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke Abschlussarbeit. Sprachen des Gaumens Soz. Netzwerke	Sommerakademie Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke Abschluss- arbeiten Sprachen des Gaumens	Sommerakademie Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke Sprachen des Gaumens

Quelle: 3s-Darstellung

Auf Basis der Ergebnisse einer quantitativen Befragung der Bevölkerung sowie der Abfrage des Interesses von möglichen NetzwerkakteurInnen in qualitativen Erhebungen sowie in einer Online-Befragung wurde die Umsetzbarkeit der skizzierten Modellprojekte abgeschätzt. Bei der Plausibilitätsüberprüfung wurden drei Aspekte eingeschätzt (Details zur Vorgehensweise finden sich im Anhang in Kap. A.5):

- ___ *Teilnahmeinteresse*: Auf Basis der Befragung wurde das Teilnahmeinteresse der je Projekt angestrebten Zielgruppen abgeschätzt und auf die jeweilige Gruppe in der Gesamtbevölkerung umgelegt. Dabei wurden möglichst strenge Kriterien angelegt, um eine Überschätzung des Interesses zu verhindern.
- ___ *Interesse möglicher NetzwerkpartnerInnen*: Auf Basis der Institutionenerhebung wurde erhoben, ob bei möglichen AkteurInnen prinzipielles Interesse an einer Projektbeteiligung besteht.
- ___ *Allgemeines Interesse und Bedeutungszuschreibung*: Für die Gewichtung von Projekten wurde zudem die – unabhängig von den Zielgruppen – zugeschriebene Bedeutung eines Modellprojekts berücksichtigt.

Entsprechend den Plausibilitätsüberprüfungen sind neben dem Bildungsmarketing, das als eigenständiges Kernprojekt definiert wird, die folgenden drei Projekte als gut umsetzbar zu bewerten:

- ___ Qualifizierungsverbund von Unternehmen
- ___ Sprachen des Gaumens
- ___ Revitalisierung des Vereinslebens

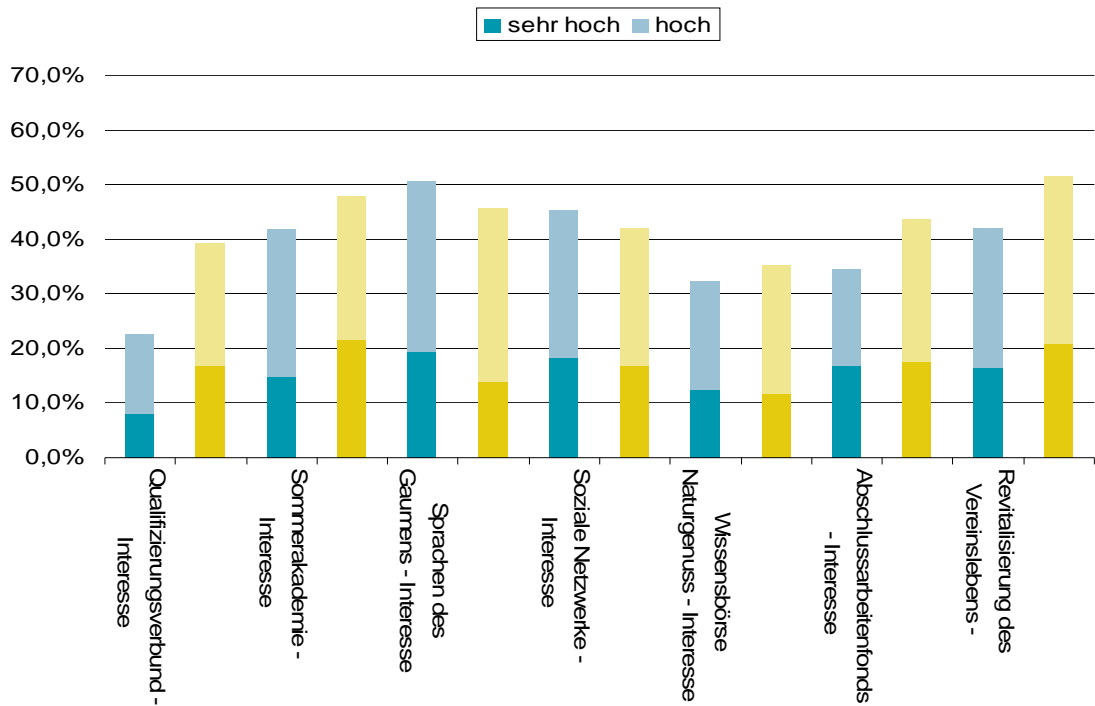
In Variationen im weiteren Strategieverlauf umsetzbar sind die folgenden Projekte:

- ___ Sommerakademie Ökoenergie im Südburgenland
- ___ Wissensbörse Naturgenuss
- ___ Lernen in und über soziale Netzwerke
- ___ Abschlussarbeitenfonds Südburgenland

Die nachfolgende Abbildung veranschaulicht das persönliche Interesse (jeweils 1. Balken) sowie die Einschätzung der Bedeutung der einzelnen Modellprojekte für das Umfeld (ArbeitgeberInnen etc.; jeweils 2. Balken) der befragten EinwohnerInnen des Südburgenlands. In der Abbildung sind jeweils sehr hohe und hohe Interessens- und Bedeutungseinschätzungen dargestellt. Dabei zeigen sich die hohen Zuschreibungen für das Modellprojekt „Sprachen des Gaumens“, für das 51% der Befragten hohes oder sehr hohes Interesse bekundeten. Die Bedeutung des Projekts für das eigene Umfeld schätzten 46% der Befragten als hoch oder sehr hoch ein.

Abbildung 10.2

Interesse und Bedeutungseinschätzungen der Modellprojekte in der Leader-Region Südburgenland*



Quelle: 3s-Darstellung

*) Zur Erklärung: Pro Modellprojekt sind zwei Balken angeführt: Der 1. Balken in Türkis gibt jeweils das persönliche Interesse der Befragten am Modellprojekt an (dunkel = sehr hohes Interesse, hell = hohes Interesse), der 2. Balken in Braun gibt jeweils die Einschätzung der Bedeutung für das eigene Umfeld wieder (dunkel = sehr hohe Bedeutung, hell = hohe Bedeutung).

Hohes Interesse verzeichneten auch die Modellprojekte „Lernen in und über soziale Netzwerke“ (45%) sowie „Revitalisierung des Vereinslebens“ (42%). Die Bedeutung für das eigene Umfeld wurde bei Letzterem mit 52% höher bewertet als bei „Lernen in und über soziale Netzwerke“ mit 42%. Höhere Bedeutungszuschreibungen für das eigene Umfeld erhielten auch die Projekte „Abschlussarbeitenfonds“ (44%; persönliches Interesse: 35%) und die „Sommerakademie Ökoenergie im Südburgenland“ mit 48% (persönliches Interesse: 42%). Aufgrund der eingeschränkten Repräsentativität der Zielgruppe unter den Befragten niedriger war das Interesse für den „Qualifizierungsverbund von Unternehmen“ (23%), die „Wissensbörse Naturgenuss“ (32%) und den „Abschlussarbeitenfonds“ (35%).

Die Werte zeigen, dass die Interpretation dieser Interessens- und Bedeutungszuschreibungen ohne Berücksichtigung der Repräsentativität der jeweiligen Kernzielgruppe in der Stichprobe verfehlt wäre. Für die Schätzung der Projektplausibilität wurde diese berücksichtigt. Nachfolgend sind nun die beispielhaften Modellprojekte mit guter Umsetzbarkeit (Kap. 10.3) sowie weitere beispielhafte Modellprojekte (Kap. 10.4) im Einzelnen beschrieben: Neben einer inhaltlichen Kurzcharakterisierung, wie sich das Projekt gestalten könnte, sind auch die Zielgruppen und potenzielle InteressentInnen für das Netzwerk für jedes Projekt dargestellt.

10.3 Untersuchte beispielhafte Modellprojekte mit guter Umsetzbarkeit

10.3.1 Modellprojekt „Qualifizierungsverbund von Unternehmen“ (Arbeitstitel)

In einem Pilotprojekt entwickeln Unternehmen gemeinsam neue Aus-/Weiterbildungsangebote für ihre MitarbeiterInnen. Durch diese Zusammenarbeit schaffen sie die Vertrauensbasis, um sich in der Folge für bestehende Förderprogramme für Innovations- und Weiterbildungsangebote zu bewerben (z.B. Förderung für Qualifizierungsverbünde). Vorgeschlagen wird ein Netzwerk von Dienstleistungsunternehmen im Bereich Ökoenergie und ein Netzwerk von Unternehmen, die Ökoenergie bereits nutzen bzw. künftig nutzen wollen.

Tabelle 10.3

Potenzialschätzung für das Modellprojekt „Qualifizierungsverbund von Unternehmen“ (Arbeitstitel)

Geplante TeilnehmerInnenzahl: notwendige Anzahl von zumindest 80 TN (2 „Proto-Verbünde“ x durchschnittlich 40 TeilnehmerInnen) Zielgruppe: Beschäftigte im Bereich Ökoenergie / mit Interesse an Ökoenergie	80		
Teilnahmeinteresse – Zielgruppe (Näherungsschätzung)	5,3%		
Schätzung*	interessiert	+ teilnahmebereit	
	660	430	
Geschätzte TeilnehmerInnenzahl entspricht dem x-fachen der geschätzten notwendigen TeilnehmerInnenzahl Auffälligkeiten Zugang: TeilnehmerInnenebene in dem Fall nicht vorrangig ausschlaggebend, wichtig ist Teilnahmebereitschaft auf Unternehmensebene	8	5	
Gesamteinschätzung Teilnahmeinteresse:	auf Individualebene nicht aussagekräftig		
Interesse an Trägerschaft und/oder Beteiligung**	BIO AUSTRIA – Burgenland, Haus der Begegnung, Josefinum Eberau, Landwirtschaftliches Bezirksreferat Oberwart, Marktgemeinde Großpetersdorf, Kernteam Dorferneuerung, peter pan communications; BFI Burgenland, Burgenländische Energieagentur, eENNOVATION, Energiestammtisch Südburgenland, Europäisches Zentrum für Erneuerbare Energie, LFI Burgenland, WIFI Oberwart		
Ähnliche Angebote/mögliche Konkurrenz (in Befragungen genannt)	Initiativen in Güssing, v.a. über Europäisches Zentrum für Erneuerbare Energie; Kooperationen mit BFI Burgenland		
Gesamteinschätzung Trägerschaft:	gute Grundlage		
Indikatoren zur allgemeinen Bedeutung (sehr großes/großes Interesse Teilnahme; sehr große/große Bedeutung)		Teilnahme	Bedeutung
	absolut	24%	37%
Gesamteinschätzung 3s:	Basisprojekt zur Mobilisierung von Finanzierungsquellen für den betrieblichen/beruflichen Weiterbildungsbereich		

Quelle: 3s-Darstellung

*) Basiert auf Angaben von Personen, die sehr hohes oder hohes Interesse am Modellprojekt geäußert haben. „Interessiert“ basiert auf sämtlichen Nennungen, „interessiert + teilnahmebereit“ nur auf den Personen, die bereits eine Weiterbildung absolviert haben, als Indikator für deren Zugänglichkeit für Weiterbildung. **) Hier sind jene Institutionen angeführt, die im Rahmen der Erhebungen bereits Interesse an dem Modellprojekt bekundeten. In Klammer namentlich angeführt sind ausgewählte Institutionen, meist mit sehr hohem Interesse.

10.3.2 Modellprojekt „Sommerakademie Ökoenergie im Südburgenland“ (Arbeitstitel)

Ein Pilotmodell für eine fünftägige Sommerakademie mit einem abschließenden eintägigen Lernfest zum Thema Ökoenergie wird entwickelt. Ziel ist es, regionales Wissen mit überregionaler Expertise zu vernetzen. In der Pilotphase wendet sich die Akademie an ein regionales Publikum: Mittelfristig soll eine Weiterbildungsveranstaltung von überregionaler Bedeutung geschaffen werden, die TeilnehmerInnen aus ganz Österreich sowie aus Südosteuropa an den Veranstaltungsort bringt.

Tabelle 10.4

Potenzialschätzung für das Modellprojekt „Sommerakademie Ökoenergie im Südburgenland“ (Arbeitstitel)

Geplante TeilnehmerInnenzahl: mindestens 120, um nach Drop-out auf 60 zu kommen Zielgruppe: Beschäftigte im Bereich Ökoenergie / Interesse an Ökoenergie	120	
Teilnahmeinteresse – Zielgruppe (Näherungsschätzung)	10,5%	
Schätzung*	interessiert	+ teilnahmebereit
	1.300	800
Geschätzte TeilnehmerInnenzahl entspricht dem x-fachen der geschätzten notwendigen TeilnehmerInnenzahl Auffälligkeiten Zugang: Ansprechen eines überregionalen Publikums ist möglich	11	7
Gesamteinschätzung Teilnahmeinteresse:	eingeschränkt	
Interesse an Trägerschaft und/oder Beteiligung**	BIO AUSTRIA – Burgenland, Josefinum Eberau, Landwirtschaftliches Bezirksreferat Oberwart, Marktgemeinde Großpetersdorf, Kernteam Dorferneuerung, peter pan communications; Burgenländisches Volksbildungswerk, Burgenländische Energieagentur, Europäisches Zentrum für Erneuerbare Energie, LFI Burgenland	
Ähnliche Angebote / mögliche Konkurrenz (in Befragungen genannt)	Initiativen in Güssing, v.a. Europäisches Zentrum für Erneuerbare Energie	
Gesamteinschätzung Trägerschaft:	gute Grundlage	
Indikatoren zur allgemeinen Bedeutung (sehr großes/großes Interesse Teilnahme; sehr große/große Bedeutung)		Teilnahme
	absolut	38%
Gesamteinschätzung 3s:	Projektumsetzung möglich; Notwendigkeit der Erschließung überregionaler Zielgruppen	

Quelle: 3s-Darstellung. *) Basiert auf Angaben von Personen, die sehr hohes oder hohes Interesse am Modellprojekt geäußert haben. „Interessiert“ basiert auf sämtlichen Nennungen, „interessiert + teilnahmebereit“ nur auf den Personen, die bereits eine Weiterbildung absolviert haben, als Indikator für deren Zugänglichkeit für Weiterbildung. **) Hier sind jene Institutionen angeführt, die im Rahmen der Erhebungen bereits Interesse an dem Modellprojekt bekundeten. In Klammer namentlich angeführt sind ausgewählte Institutionen, meist mit sehr hohem Interesse.

10.3.3 Modellprojekt „Sprachen des Gaumens“ (Arbeitstitel)

In einem groß angelegten Kochfest können TeilnehmerInnen die Küchen der Region – einschließlich der angrenzenden Regionen Ungarns und Sloweniens – kennenlernen. Kochkurse werden durch Schnupperangebote zum Sprachenlernen und andere Weiterbildungsangebote ergänzt. Das Kochfest erfüllt damit die Funktion typischer Lernfeste und bringt neue Zielgruppen mit Weiterbildungsangeboten in Kontakt. Regional wird das Kochfest in einem Schulprogramm vorbereitet. Das Kochfest spricht sowohl die lokale Wohnbevölkerung an, versteht sich aber auch als touristisches Angebot von überregionaler Bedeutung.

Tabelle 10.5

Potenzialschätzung für das Modellprojekt „Sprachen des Gaumens“ (Arbeitstitel)

Geplante TeilnehmerInnenzahl – 200 TeilnehmerInnen (Festcharakter) Zielgruppe: Gesamtbevölkerung	200	
Teilnahmeinteresse – Zielgruppe (Näherungsschätzung)	19,4%	
Schätzung*	interessiert	+ teilnahmebereit
	12.000	4.600
Geschätzte TeilnehmerInnenzahl entspricht dem x-fachen der geschätzten notwendigen TeilnehmerInnenzahl	60	23
Gesamteinschätzung Teilnahmeinteresse:	gegeben	
Interesse an Trägerschaft und/oder Beteiligung**	BIO AUSTRIA – Burgenland, Landwirtschaftliches Bezirksreferat Oberwart, Kernteam Dorferneuerung, Shu-Chen Sojahaus, Slow Food Burgenland, Verein „rund ums moor“, Weinbau Wukits, ideas4you Werbeagentur; Blumentalladen, Christopherushaus, LFI Burgenland, Seminarhaus „Die Scheune“, Weingut Grosz/Paradies-Betriebe, Weinidylle neu, WIFI Oberwart	
Ähnliche Angebote / mögliche Konkurrenz (in Befragungen genannt)	Kurse des LFI Burgenland – TN als potenzielle Zielgruppe; Pfarrfeste mit kulinarischem Schwerpunkt	
Gesamteinschätzung Trägerschaft:	gute Grundlage	
Indikatoren zur allgemeinen Bedeutung (sehr großes/großes Interesse Teilnahme; sehr große/große Bedeutung)		Teilnahme
	absolut	56%
Gesamteinschätzung 3s:	Umsetzung in geeignetem Konsortium als Lernfest empfohlen	

Quelle: 3s-Darstellung

*) Basiert auf Angaben von Personen, die sehr hohes oder hohes Interesse am Modellprojekt geäußert haben. „Interessiert“ basiert auf sämtlichen Nennungen, „interessiert + teilnahmebereit“ nur auf den Personen, die bereits eine Weiterbildung absolviert haben, als Indikator für deren Zugänglichkeit für Weiterbildung. **) Hier sind jene Institutionen angeführt, die im Rahmen der Erhebungen bereits Interesse an dem Modellprojekt bekundeten. In Klammer namentlich angeführt sind ausgewählte Institutionen, meist mit sehr hohem Interesse.

10.3.4 Modellprojekt „Wissensbörse Naturgenuss“ (Arbeitstitel)

Ein Weiterbildungsangebot für ExpertInnen im Bereich Naturgenuss (Produktion & Tourismus) wird entwickelt, um deren Stellung als MultiplikatorInnen in internationalen Kooperationen vorzubereiten. Zugleich werden Teilnahmeanträge in bestehenden Austausch- und Kooperationsprojekten vorbereitet und umgesetzt. Regionale ExpertInnen nehmen an internationalen Kooperationsprojekten teil und bringen neue Erfahrungen in die regionale Zusammenarbeit ein.

Tabelle 10.6

Potenzialschätzung für das Modellprojekt „Wissensbörse Naturgenuss“ (Arbeitstitel)

Geplante TeilnehmerInnenzahl – 15 TeilnehmerInnen (+ Drop-out); Zielgruppe: Naturgenuss-ExpertInnen		30	
Teilnahmeinteresse – Zielgruppe (Näherungsschätzung)		4,2%	
Schätzung*		interessiert	+ teilnahmebereit
		106	106
Geschätzte TeilnehmerInnenzahl entspricht dem x-fachen der geschätzten notwendigen TeilnehmerInnenzahl		4	4
Auffälligkeiten Zugang: eng definierte Zielgruppe, die in Befragungsgruppe unterrepräsentiert sein könnte; TN-Bereitschaft der entspr. Organisation ist entscheidend			
Gesamteinschätzung Teilnahmeinteresse:		eingeschränkt (aber nur bedingt über TN eruierbar)	
Interesse an Trägerschaft und/oder Beteiligung**	BIO AUSTRIA – Burgenland, Edelserpentin Habetler, Haus der Begegnung, Landwirtschaftl. Bezirksreferat Oberwart, Kernteam Dorferneuerung, Naturparkverein Markt-Neuhodis, RMB, Slow Food Burgenland, Weinbau Wukits, Dorferneuerung, ideas4you Werbeagentur; Blumentalladen, LFI Burgenland, Seminarhaus "Die Scheune", Shu-Chen Sojahaus, Obfrau Echt-Guat-Buschenschenke, Weingut Grosz/Paradies-Betriebe, Weindylle neu, WIFI Oberwart		
Ähnliche Angebote/mögliche Konkurrenz (in Befragungen genannt)	Ausbildungen zu SeminarbäuerInnen, Natur- und LandschaftsführerInnen – TN als Zielgruppe; "Weindylle College" als Projekt an Landwirtschaftsschule, von WKO geförderte Projekte (Genuss-Region)		
Gesamteinschätzung Trägerschaft:		gute Grundlage	
Indikatoren zur allgemeinen Bedeutung (sehr großes/großes Interesse Teilnahme; sehr große/große Bedeutung)		Teilnahme	Bedeutung
	absolut	34%	25%
Gesamteinschätzung 3s:		als Projekt umsetzbar, wenn Kerninstitutionen mitmachen	

Quelle: 3s-Darstellung

*) Basiert auf Angaben von Personen, die sehr hohes oder hohes Interesse am Modellprojekt geäußert haben. „Interessiert“ basiert auf sämtlichen Nennungen, „interessiert + teilnahmebereit“ nur auf den Personen, die bereits eine Weiterbildung absolviert haben, als Indikator für deren Zugänglichkeit für Weiterbildung. **) Hier sind jene Institutionen angeführt, die im Rahmen der Erhebungen bereits Interesse an dem Modellprojekt bekundeten. In Klammer namentlich angeführt sind ausgewählte Institutionen, meist mit sehr hohem Interesse.

10.3.5 Modellprojekt „Lernen in und über soziale Netzwerke“ (Arbeitstitel)

Ein Weiterbildungs- und Projektprogramm bietet Einblicke in die Welt der sozialen Netzwerke. Angebote werden nach den Bedürfnissen aller lokalen Zielgruppen (z.B. Kindern; Jugendlichen; Einpersonenernehmen usw.) ausgerichtet. Vereine können Veranstaltungen für ihre Mitglieder buchen. Thematisiert werden u.a. Fragen des Zusammenlebens im Ort, des Funktionierens des Arbeitsmarkts, von Ab- und Zuwanderung im Lebenszyklus und den Chancen der Peripherie in einer globalen Welt.

Tabelle 10.7

Potenzialschätzung für das Modellprojekt „Lernen in und über soziale Netzwerke“ (Arbeitstitel)

Geplante TeilnehmerInnenzahl – 160 TN erforderlich (8 x 20 TN)	160	
Zielgruppe: Gesamtbevölkerung		
Teilnahmeinteresse – Zielgruppe (Näherungsschätzung)	16,1%	
Schätzung*	interessiert	+ teilnahmebereit
	9.900	3.700
Geschätzte TeilnehmerInnenzahl entspricht dem x-fachen der geschätzten notwendigen TeilnehmerInnenzahl	62	23
Gesamteinschätzung Teilnahmeinteresse:	gegeben	
Interesse an Trägerschaft und/oder Beteiligung**	AK Burgenland, BFI Burgenland, BIO AUSTRIA – Burgenland, Haus der Begegnung, Josefinum Eberau, Kernteam Dorferneuerung, Marktgemeinde Markt Allhau, Seminarhaus „Die Scheune“, Weinbau Wukits, Dorferneuerung, peter pan communications; Burgenländische Volkshochschulen, Burgenländisches Volksbildungswerk, BFI Burgenland, Frauenberatungsstelle Oberwart, Katholisches Bildungswerk Burgenland, Gem. Burgauberg-Neudauberg	
Ähnliche Angebote/mögliche Konkurrenz (in Befragungen genannt)	Netzwerke für selbstständige Frauen (Güssing, Jennersdorf), Netzwerk Brustkrebs, AG Vereinbarkeit Familie – Beruf; Generationsnetzwerk-Projekt über Volksbildungswerk	
Gesamteinschätzung Trägerschaft:	gute Grundlage	
Indikatoren zur allgemeinen Bedeutung (sehr großes/großes Interesse Teilnahme; sehr große/große Bedeutung)		
	absolut	Teilnahme 44%
		Bedeutung 39%
Gesamteinschätzung 3s:	mögliches Thema für ein Vernetzung förderndes Bildungsprogramm bei geeignetem Projektkonsortium	

Quelle: 3s-Darstellung

*) Basiert auf Angaben von Personen, die sehr hohes oder hohes Interesse am Modellprojekt geäußert haben. „Interessiert“ basiert auf sämtlichen Nennungen, „interessiert + teilnahmebereit“ nur auf den Personen, die bereits eine Weiterbildung absolviert haben, als Indikator für deren Zugänglichkeit für Weiterbildung. **) Hier sind jene Institutionen angeführt, die im Rahmen der Erhebungen bereits Interesse an dem Modellprojekt bekundeten. In Klammer namentlich angeführt sind ausgewählte Institutionen, meist mit sehr hohem Interesse.

10.3.6 Modellprojekt „Abschlussarbeitenfonds Südburgenland“ (Arbeitstitel)

Projekt- und Abschlussarbeiten von Ausbildungen (Lehre, AHS, FH, Uni etc.) mit regionalem Bezug werden durch die Einrichtung eines Kleinprojektfonds gefördert. Die Projektvergabe erfolgt im Wettbewerb auf Basis zuvor festgelegter Kriterien (z.B. Umsetzung des Projekts in der Region, Einbindung regionaler AkteurInnen). Dadurch sollen insbesondere „AuspendlerInnen“ bzw. BildungsabwanderInnen verstärkt an die Region gebunden und motiviert werden, neue Ideen in der Region erstmals auszuprobieren. Für die längerfristige Einrichtung des Fonds werden weitere Finanzierungsquellen erschlossen.

Tabelle 10.8

Potenzialschätzung für das Modellprojekt „Abschlussarbeitenfonds Südburgenland“ (Arbeitstitel)

Geplante TeilnehmerInnenzahl – 20 TeilnehmerInnen Zielgruppe: SchülerInnen, Lehrlinge und Studierende im Alter von 18 bis 29 Jahren	20		
Teilnahmeinteresse – Zielgruppe (Näherungsschätzung)	27,4%		
Schätzung*	interessiert	+ teilnahmebereit	
	2.660	140	
Geschätzte TeilnehmerInnenzahl entspricht dem x-fachen der geschätzten notwendigen TeilnehmerInnenzahl	133	7	
Auffälligkeiten Zugang: Analyse des Interesses basiert auf Gesamtstichprobe, da keine Einschränkung anhand FB-Variablen möglich			
Gesamteinschätzung Teilnahmeinteresse:	ungesichert		
Interesse an Trägerschaft und/oder Beteiligung**	AK Burgenland, BFI Burgenland, BIO AUSTRIA – Burgenland, Caritas / ÖVP Pinkafeld, Josefinum Eberau, Marktgemeinde Markt Allhau, Musikverein Neuhaus/Klb., Seminarhaus „Die Scheune“, Vamos – Verein zur Integration, Weinbau Wukits, Dorferneuerung, peter pan communications; Bildungsinformation Burgenland, Burgenländ. Forschungsgesellschaft, Dachverband Frauen- und Mädchenberatungsstellen, Frauenberatungsstelle Oberwart		
Ähnliche Angebote/mögliche Konkurrenz (in Befragungen genannt)	Förderungen über bgld. Landesbibliothek, bgld. Wissenschaftspreis, Bgld. Forschungsgesellschaft (“Jourfixe”)		
Gesamteinschätzung Trägerschaft:	gute Grundlage		
Indikatoren zur allgemeinen Bedeutung (sehr großes/großes Interesse Teilnahme; sehr große/große Bedeutung)		Teilnahme	Bedeutung
	absolut	31%	40%
Gesamteinschätzung 3s:	Umsetzung in Varianten möglich, aber eher Kooperation mit bestehenden Angeboten im Rahmen des Bildungsmarketings		

Quelle: 3s-Darstellung

*) Basiert auf Angaben von Personen, die sehr hohes oder hohes Interesse am Modellprojekt geäußert haben. „Interessiert“ basiert auf sämtlichen Nennungen, „interessiert + teilnahmebereit“ nur auf den Personen, die bereits eine Weiterbildung absolviert haben, als Indikator für deren Zugänglichkeit für Weiterbildung. **) Hier sind jene Institutionen angeführt, die im Rahmen der Erhebungen bereits Interesse an dem Modellprojekt bekundeten. In Klammer namentlich angeführt sind ausgewählte Institutionen, meist mit sehr hohem Interesse.

10.3.7 Modellprojekt „Revitalisierung des Vereinslebens“ (Arbeitstitel)

Gemeinsam mit Vereinen werden Projekte entwickelt, die Beteiligungsmöglichkeiten für neue InteressentInnen bietet. Jugendliche und Zugewanderte bilden dabei einen besonderen Schwerpunkt. Eine Internetplattform bietet einen Überblick über Vereine, ihre Projekte und aktuelle Möglichkeiten, sich zu beteiligen. Durch die gemeinsame Werbung und Entwicklung von Projekten soll die Zusammenarbeit von Vereinen gestärkt und neue TeilnehmerInnen angesprochen werden.

Tabelle 10.9

Potenzialschätzung für das Modellprojekt „Revitalisierung des Vereinslebens“ (Arbeitstitel)

Geplante TeilnehmerInnenzahl – 5 Projekte x 30 TeilnehmerInnen	150		
Zielgruppe: Gesamtbevölkerung			
Teilnahmeinteresse – Zielgruppe (Näherungsschätzung)	17,6%		
Schätzung*	interessiert	+ teilnahmebereit	
	10.800	3.940	
Geschätzte TeilnehmerInnenzahl entspricht dem x-fachen der geschätzten notwendigen TeilnehmerInnenzahl	72	26	
Gesamteinschätzung Teilnahmeinteresse:	gegeben		
Interesse an Trägerschaft und/oder Beteiligung**	BIO AUSTRIA – Burgenland, Caritas / ÖVP Pinkfeld, Kernteam Dorferneuerung, Marktgemeinde Markt Allhau, Pfarre Jennersdorf, Seminarhaus „Die Scheune“, Weinbau Wukits; Bildungsinformation Burgenland, Katholisches Bildungswerk, Kulturverein Kukuk Bildein		
Ähnliche Angebote/mögliche Konkurrenz (in Befragungen genannt)	früheres Projekt des Landesjugendtreffs		
Gesamteinschätzung Trägerschaft:	Ansätze für eine Grundlage		
Indikatoren zur allgemeinen Bedeutung (sehr großes/großes Interesse Teilnahme; sehr große/große Bedeutung)		Teilnahme	Bedeutung
	absolut	44%	46%
Gesamteinschätzung 3s:	Umsetzung möglich		

Quelle: 3s-Darstellung

*) Basiert auf Angaben von Personen, die sehr hohes oder hohes Interesse am Modellprojekt geäußert haben. „Interessiert“ basiert auf sämtlichen Nennungen, „interessiert + teilnahmebereit“ nur auf den Personen, die bereits eine Weiterbildung absolviert haben, als Indikator für deren Zugänglichkeit für Weiterbildung. **) Hier sind jene Institutionen angeführt, die im Rahmen der Erhebungen bereits Interesse an dem Modellprojekt bekundeten. In Klammer namentlich angeführt sind ausgewählte Institutionen, meist mit sehr hohem Interesse.

10.4 Abschließende Bewertung der Abdeckung des Projektrasters

Aus der nachfolgenden Tabelle ist ersichtlich, dass die Abdeckung des Projektrasters, somit die verschiedenen Lebensphasen, Zielgruppen bzw. Quellen von Kofinanzierungen, auch gegeben ist, wenn man nur die priorisierten Projekte berücksichtigt.

Tabelle 10.10

Projektraster zur Bewertung der Gesamtstrategie für das Südburgenland

	Schwerpunkte			Zielgruppen		
Zielgruppen/ Quellen von Kofinanzierun- gen	Ökoenergie	Naturgenuss	Lernen ohne Grenzen	Jugend	Betriebe/KMU	Zugewanderte
Weiterbil- dung/ Lernen Landwirtschaft	Qualifizierungs- verbund	Sprachen des Gaumens	Revitalisierung Vereinsleben	Qualifizierungs- verbund Sprachen des Gaumens Revitalisierung Vereinsleben	Qualifizierungs- verbund Sprachen des Gaumens	Qualifizierungs- verbund Sprachen des Gaumens Revitalisierung Vereinsleben
Betriebe/ Klein- und Mittelbetriebe	Qualifizierungs- verbund	Sprachen des Gaumens	Revitalisierung Vereinsleben	Qualifizierungs- verbund Sprachen des Gaumens Revitalisierung Vereinsleben	Qualifizierungs- verbund Sprachen des Gaumens	Qualifizierungs- verbund Sprachen des Gaumens Revitalisierung Vereinsleben
Weiterbil- dung/ Lernen Beschäftigte	Qualifizierungs- verbund	Sprachen des Gaumens	Revitalisierung Vereinsleben	Qualifizierungs- verbund Sprachen des Gaumens Revitalisierung Vereinsleben	Qualifizierungs- verbund Sprachen des Gaumens	Qualifizierungs- verbund Sprachen des Gaumens Revitalisierung Vereinsleben
Weiterbil- dung/ Lernen Arbeitslose/ Arbeitssu- chende	Qualifizierungs- verbund	Sprachen des Gaumens	Revitalisierung Vereinsleben	Qualifizierungs- verbund Sprachen des Gaumens Revitalisierung Vereinsleben	Qualifizierungs- verbund Sprachen des Gaumens	Qualifizierungs- verbund Sprachen des Gaumens Revitalisierung Vereinsleben
Weiterbil- dung/Lernen „am Wohnort“ (allgemein)		Sprachen des Gaumens	Revitalisierung Vereinsleben	Revitalisierung Vereinsleben Sprachen des Gaumens	Revitalisierung Vereinsleben Sprachen des Gaumens	Revitalisierung Vereinsleben Sprachen des Gaumens

Quelle: 3s-Darstellung

Für die Realisierung der Modellprojekte wird folgendes Vorgehen vorgeschlagen:

- ___ Priorisierung von Modellprojektypen durch die relevanten Entscheidungsgremien
- ___ konkrete Einladung zur Bildung von Projektumsetzungsgruppen (vgl. Abb. 10.1) für die priorisierten Projekte unter Einbindung des Leader-Managements

10.5 Qualifizierungsprojekte im Bereich Tourismus & Landwirtschaft & KMUs

In der Bildungsstrategie sind auch Schwerpunkte und inhaltliche Zielsetzungen berücksichtigt, die sich auf die Bereiche Tourismus und Landwirtschaft beziehen und als Bildungsprojekte im Rahmen des Programms „Österreichischen Programms für die Entwicklung des ländlichen Raums 2007-2013“ geplant sind. Die inhaltlichen Zielsetzungen hierfür wurden in Kapitel 6 für die Schwerpunkte „Ökoenergie“ und „Südburgenländischer Naturgenuss“ konkretisiert und sind nachfolgend nochmals angeführt.

Tabelle 10.11

Ziele der Bildungsstrategie im Bereich Ökoenergie und Südburgenländischer Naturgenuss

Ökoenergie	<ul style="list-style-type: none"> _mindestens 1 Projekt zur breiteren Erschließung von Finanzierungsquellen für berufliche Weiterbildung in Betrieben (→ „Qualifizierungsverbund von Unternehmen“) _Einbindung des Themas in zumindest 1 niedrighschwelliges, breit angelegtes Lernprojekt (→ siehe Beispiel „Sommerakademie Ökoenergie im Südburgenland“) _Verankerung und Abstimmung von Weiterbildungsangeboten im Bereich Ökoenergie im Rahmen des regionalen Bildungsmarketings zur Bündelung der Nachfrage & Information (z.B. Einführung eigener Rubrik in einem Bildungskatalog) _Unterstützung bei der Förderung und Umsetzung von zusätzlichen Weiterbildungsangeboten, die mit den Zielsetzungen des Schwerpunkts vereinbar sind
Südburgenländischer Naturgenuss	<ul style="list-style-type: none"> _Einbindung des Themas in zumindest 1 niedrighschwelliges, breit angelegtes Lernprojekt (→ siehe Beispiel „Sprache des Gaumens“) _mindestens 1 Projekt zur breiteren Erschließung von Finanzierungsquellen für berufliche Weiterbildung in Betrieben (mit Schwerpunkt KMU) _Verankerung und Abstimmung von Weiterbildungsangeboten im Bereich Naturgenuss und regionale/überregionale Naturprodukte im regionalen Bildungsmarketing (z.B. durch eigene Rubriken in einem Bildungskatalog), um Nachfrage und Information zu diesen Themen zu bündeln _Unterstützung bei der Förderung und Umsetzung von zusätzlichen Weiterbildungsangeboten, die mit den Zielsetzungen des Schwerpunkts vereinbar sind

Quelle: 3s-Darstellung

11 Grundsätze für regionales Bildungsmarketing im Südburgenland

Regionales Bildungsmarketing zählt zu den Grundleistungen Lernender Regionen und bildet deshalb einen Kernbestandteil der Bildungsstrategie. Regionales Bildungsmarketing im Kontext einer Lernenden Region stellt vor die Herausforderung, „unterschiedliche Angebote für unterschiedliche Zielgruppen von unterschiedlichen Projektträgerorganisationen mit unterschiedlichen Intentionen“ (BMLUFW 2010, S. 24) zu vermarkten, mit der obersten Zielsetzung, das Bildungsbewusstsein, die Bildungsbeteiligung und insgesamt die Standortattraktivität für bestimmte Zielgruppen in der Region zu erhöhen (vgl. ebd., S. 25).

Regionales Bildungsmarketing umfasst – je nach Definition – klassische Marketingprojekte im engeren Sinn (u.a. Gestaltung von Werbemedien, Zielgruppenmarketing u.a.)² bis hin zu Konzeptionen „aufsuchender Bildungsarbeit“.³ Während klassische Marketingkonzepte an bereits bestehende Weiterbildungsinteressen anschließen, versucht „aufsuchende Bildungsarbeit“ Personengruppen anzusprechen, die sich bislang nicht oder kaum für Weiterbildungsaktivitäten interessiert haben. Daher wird für das regionale Bildungsmarketing im Rahmen dieser Strategie empfohlen, den Schwerpunkt vor allem auf Projekte zu legen, die neue TeilnehmerInnengruppen erschließen.

Dem Aufbau dauerhafter Strukturen für das regionale Bildungsmarketing – verstanden als eine verbesserte Koordination zwischen Bildungsbedürfnissen und dem Bildungsangebot – wird eine zentrale Rolle beigemessen. Die zu entwickelnden Projekte und Initiativen sollen insgesamt Angebote für alle Bevölkerungsgruppen schaffen: Angebote sollen Frauen und Männer in allen Lebensphasen in einem ausgewogenen Verhältnis ansprechen. Weiters sollen Aktivitäten auf Bereiche konzentriert werden, bei welchen der regionale Bezug als Ressource genutzt werden kann. Zu vermeiden gilt es insbesondere Aktivitäten, die Angebote oder Aktivitäten auf überregionaler Ebene tätigen (z.B. Weiterbildungsinformation, Weiterbildungsberatung) verdoppeln. Empfehlenswert erscheinen dagegen „Lokalisierungskonzepte“, bei denen überregionale Angebote lokal verankert und um regionale Schwerpunkte ergänzt werden.

Die Grundsätze für ein regionales Bildungsmarketing lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- ___ Nutzung der Nähe zu den Menschen und ihren Organisationen in der Region (im Sinne eines „regionalen“ Bildungsmarketings)
- ___ Vermeidung der Verdoppelung überregionaler Angebote durch gezielte Kooperation mit überregionalen Angeboten (Herstellung von Verknüpfungen zu lokalen AkteurInnen)
- ___ Schwerpunktsetzung auf die Förderung des Neuentstehens von Bildungsinteressen der Wohnbevölkerung und der Kreierung zusätzlicher Beteiligungs- und Weiterbildungsangebote (weniger auf der „Werbung“ für gut etablierte Angebote der Weiterbildung)

² Vgl. hierzu die Ansätze im „Handbuch Regionales Bildungsmarketing“ (hg. von BMLFUW 2010).

³ Siehe z.B. unter http://archive.niace.org.uk/information/Briefing_sheets/Outreach.htm.

- ___ Konzepte der „aufsuchenden Bildungsberatung“ oder der „Outreach Work“ beschreiben damit die Zielsetzungen besser als der Marketingbegriff
- ___ Ein regionales Bildungsmarketingprojekt besteht damit aus der „Lokalisierung“ bestehender Initiativen und aus der Nutzung von Pilotprojekten zur Erreichung der gesetzten Ziele (höheres Bewusstsein für die Bedeutung, die Vor- und Nachteile Lebenslangen Lernens, höhere Beteiligung)

In der Folge wird nun auf Aufgaben und Kernelemente eines regionalen Bildungsmarketings eingegangen, die vor dem Hintergrund der Befragungsergebnisse der EinwohnerInnen im Südburgenland dargestellt werden.

11.1 Struktur des regionalen Bildungsmarketings

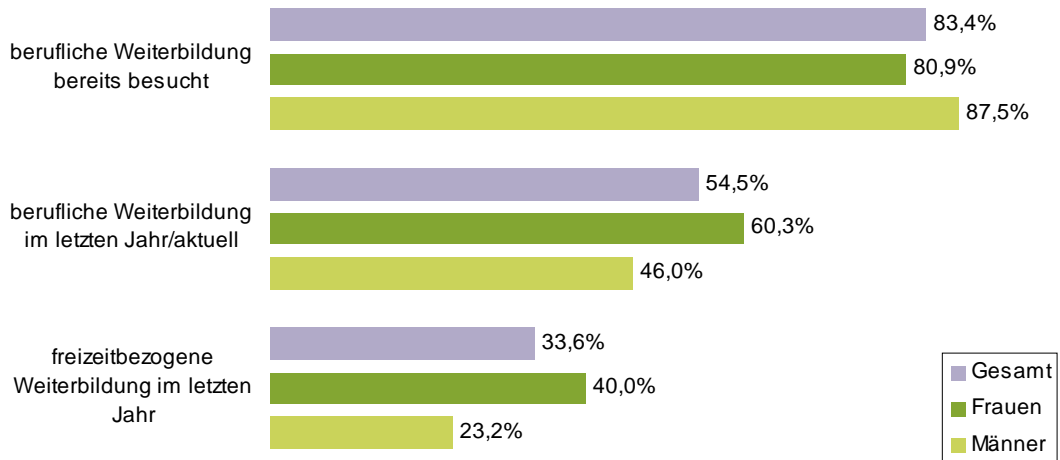
Ähnlich wie in anderen europäischen Staaten nimmt auch die österreichische Bevölkerung in einem beträchtlichen Ausmaß an Weiterbildungsangeboten teil. Dabei kommt es allerdings zu maßgeblichen Unterschieden im Zugang zur Weiterbildung für unterschiedliche Bevölkerungsgruppen. Je Erhebungszugang nimmt zwischen einem Viertel (vgl. Hammer/Moser/Klapfer 2004) und einem Drittel (vgl. Salfinger/Pauli/Sommer-Binder 2009) der österreichischen Bevölkerung im Alter zwischen 25 und 64 Jahren innerhalb eines Jahres an zumindest einer Weiterbildung im beruflichen oder privaten Bereich teil. Im Zugang zur Weiterbildung benachteiligte Personengruppen (wie z.B. Personen mit geringer formaler Qualifikation, niedrig qualifizierter Berufstätigkeit, Personen über 50 Jahren, Personen mit Migrationshintergrund u.a.) partizipieren daran allerdings in deutlich geringerem Ausmaß.

Im Rahmen der Erhebungen zur Erarbeitung der Bildungsstrategie (vgl. Abb. 11.1) gaben 83,4% der Befragten aus dem Südburgenland an, bereits eine berufliche Weiterbildung besucht zu haben (87,5% der Männer, 80,9% der Frauen). Innerhalb des letzten Jahres (bzw. aktuell laufend) haben 54,5% der Befragten eine berufliche Weiterbildung besucht (46,0% der Männer, 60,3% der Frauen). Im gleichen Zeitraum haben 33,6% eine freizeitbezogene Weiterbildung absolviert, hierbei Frauen mit 40,0% deutlich häufiger als Männer (23,2%).

Das Angebot betrieblicher Weiterbildung für PendlerInnen an Arbeitsplätzen in Zentralräumen sowie der vergleichsweise gute Ausbau regionaler Angebotsstrukturen führt dazu, dass der Unterschied in der Weiterbildungsbeteiligung zwischen ländlichen und städtischen Räumen in der Mehrheit der österreichischen Regionen schwach ausgeprägt ist. Trotz allem besteht in ländlichen Räumen Bedarf am gezielten Ausbau des lokal verfügbaren Bildungsangebots, vor allem für nicht erwerbstätige Bevölkerungsgruppen.

Abbildung 11.1

Teilnahme an beruflicher und freizeitbezogener Weiterbildung



Quelle: 3s-Darstellung, basierend auf Fragebogenerhebung bei EinwohnerInnen der Region (n=146), 5-6/2010

- Regionalem Bildungsmarketing kommt damit die Aufgabe zu,
- ___ zu einer besseren Abstimmung von Angebot und Nachfrage beizutragen,
 - ___ durch Maßnahmen (insbesondere Kofinanzierung auf Projektbasis) gezielt die Durchführung von stark nachgefragten, zusätzlichen, regional nicht verfügbaren Bildungsangeboten zu ermöglichen, die ohne Unterstützung von Weiterbildungsanbietern nicht angeboten werden können (z.B. aufgrund zu hoher Anlaufkosten, zu hohem Ausfallsrisiko usw.),
 - ___ die Schaffung von geeigneten Angeboten zur Überwindung von Teilnahmebarrieren zu unterstützen, die die konkreten Lebensumstände betreffen (sog. „situative Barrieren“, z.B. Angebote mit angeschlossener Kinderbetreuung für Frauen und Männer mit Betreuungspflichten, Bereitstellung von Hilfsangeboten für Personen mit Behinderungen usw.),
 - ___ Barrieren, die persönliche Einstellungen und Wertschätzungen betreffen (sog. „dispositionale Barrieren“; z.B. Ablehnung von allem, „was nach Schule riecht“; Angst vor Demütigungen usw.), durch geeignete Angebote zu lindern sowie
 - ___ Informations- und Beratungsdefizite bei Weiterbildungsinteressierten auszugleichen.

Die Leader-Region Südburgenland hat bereits in ihrer bisherigen Tätigkeit Akzente im regionalen Bildungsmarketing gesetzt, indem im Rahmen der allgemeinen Informationstätigkeit auch über Möglichkeiten regionaler Weiterbildungsangebote und Möglichkeiten zur Teilnahme an Lernmöglichkeiten eröffnenden Projekten informiert wurde und durch Projektfinanzierungen (Qualifizierungsprojekte) zur Schaffung zusätzlicher regionaler Angebote beigetragen wurde.

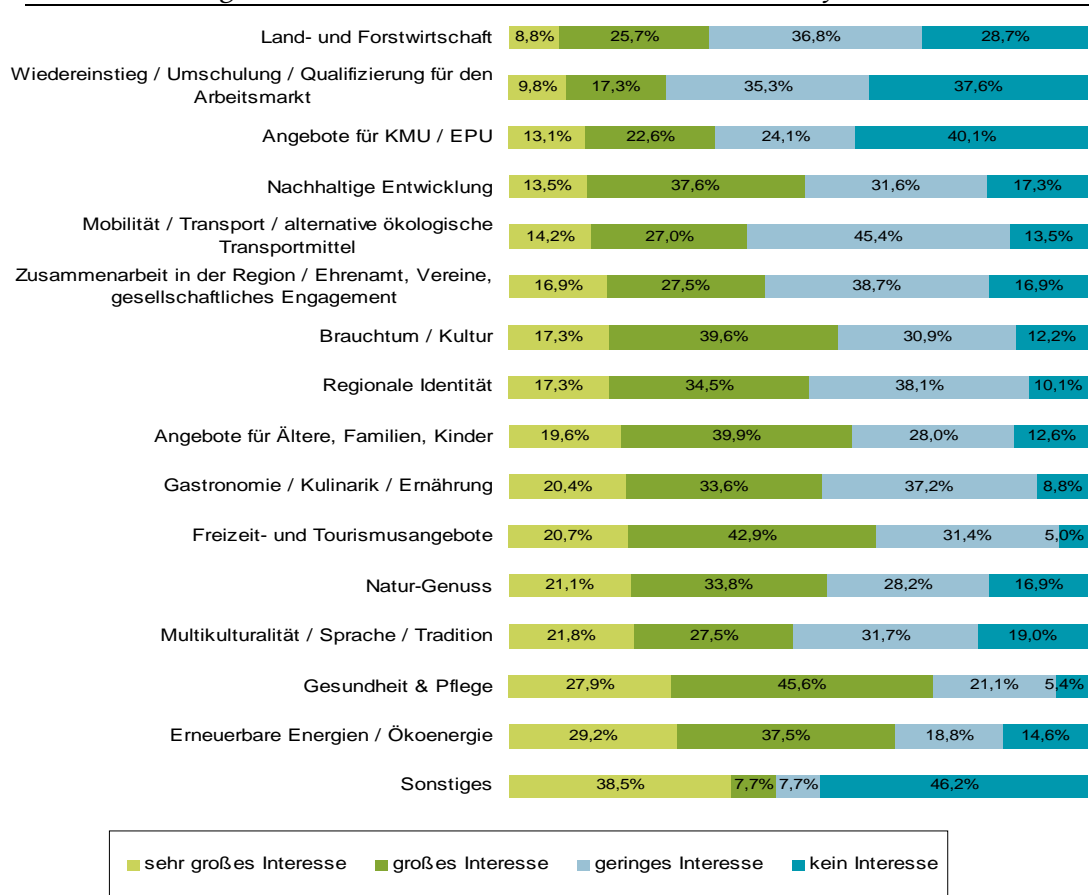
Als Kernbestandteil der Bildungsstrategie wird vorgeschlagen, die Aktivitäten im regionalen Bildungsmarketing stark auszubauen und als laufende Aufgabe auf Ebene des Leader-Managements zu verankern. Die Kernelemente des aufzubauenden regionalen Bildungsmarketings umfassen:

- ___ die Förderung der Vernetzung regionaler WeiterbildungsakteurInnen untereinander – insbesondere im Rahmen konkreter Vorhaben (z.B. regionaler Bildungskalender, Rabattaktionen/Preisnachlässe für bestimmte Bildungsangebote oder bei gleichzeitiger Anmeldung mehrerer Personen usw.),
- ___ die Vernetzung von WeiterbildungsakteurInnen mit anderen regionalen AkteurInnen (z.B. Vereinen, Schulen, Unternehmen bzw. Unternehmensgruppen zur Initiierung und Abstimmung von neuen Angeboten,
- ___ die Förderung von Qualifizierungsvorhaben (insbesondere, wenn diese im Rahmen der Lokalen Entwicklungsstrategien festgelegt sind) und
- ___ die Information über Weiterbildungs- und Beratungsmöglichkeiten, insbesondere in stark regionalisierten Informationsmedien (z.B. Gemeindezeitungen, Newsletter).

Weiters werden die Zielsetzungen des regionalen Bildungsmarketings durch die Umsetzung von Modellprojekten (vgl. Kap. 10) unterstützt. Die Weiterführung und Intensivierung von themenfeldspezifischen Qualifizierungsprojekten (unabhängig von der Umsetzung von Modellprojekten) ist durch die Ergebnisse gerechtfertigt. So zeigte sich im Rahmen der Erhebungen großes Interesse am Themenbereich „Erneuerbare Energien/Ökoenergie“, an welchen 66,7% der Befragten sehr großes oder großes Interesse zeigten, darunter die Männer mit 85,2% stärker als die Frauen mit 54,2%.

Abbildung 11.2

Interesse an möglichen Themenbereichen für Lernfelder und Projektideen



Quelle: 3s-Darstellung, basierend auf Fragebogenerhebung in der Region (n=133-147), 5-6/2010

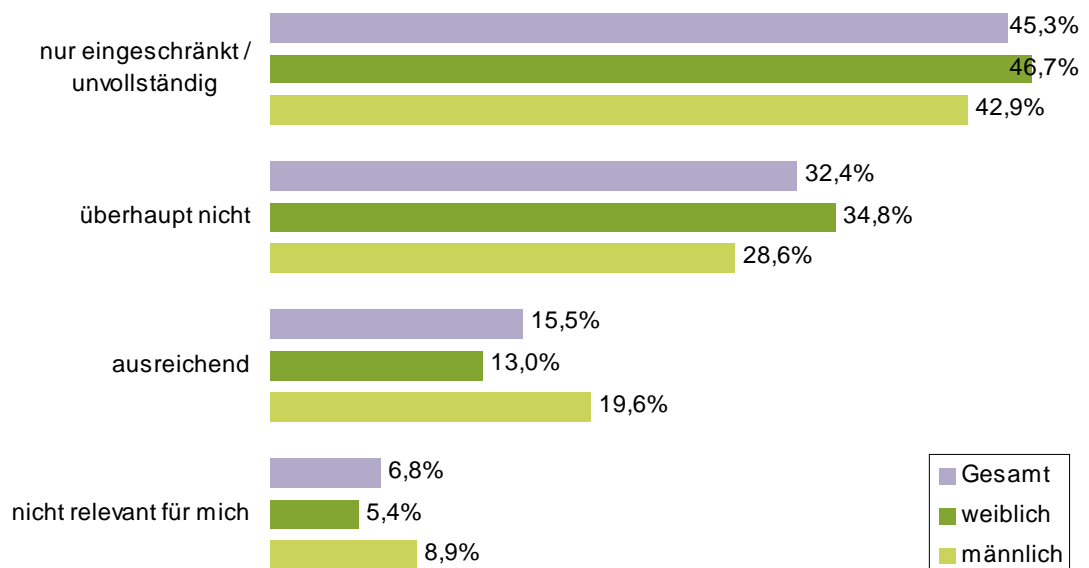
Dem Bereich „Gesundheit & Pflege“ sprachen 73,5% der Befragten sehr großes oder großes Interesse zu (55,6% der Männer bzw. 82,6% der Frauen). An dritter Stelle folgt der Bereich „Multikulturalität/Sprache/Tradition“, welchem 49,3% der Befragten sehr großes oder großes Interesse zusprachen (42,0% der Männer, 50,6% der Frauen). Dem Themenbereich „Zusammenarbeit in der Region / Ehrenamt, Vereine, gesellschaftliches Engagement“ wurde von 44,4% sehr großes oder großes Interesse zugesprochen – darunter von Männern mit 48,1% und von Frauen mit 41,0%.

11.2 Informationsstand und Interesse an Beratung

Die Ergebnisse der Befragung unterstreichen die Bedeutung, regional die Information zu Weiterbildung und Bildungsförderung zu verstärken und den Zugang zu bestehenden Angeboten der Bildungsberatung zu unterstützen bzw. im Rahmen von Modellprojekten (Teilleistungen) zu erweitern. So empfinden nur 15,5% der Befragten ihren Informationsstand zu öffentlichen Förderungsmöglichkeiten im Weiterbildungsbereich als ausreichend (19,6% der Männer; 13,0% der Frauen). Bei 45,3% sind Informationen nur eingeschränkt bzw. unvollständig vorhanden (42,9% der Männer, 46,7% der Frauen). 32,4% gaben an, überhaupt keine Informationen hierzu zu haben (28,6% der Männer, 34,8% der Frauen). Für 6,8% der Befragten ist das Thema nicht relevant (8,9% der Männer, 5,4% der Frauen).

Abbildung 11.3

Bewertung des Informationsstandes zu öffentlichen Förderungsmitteln



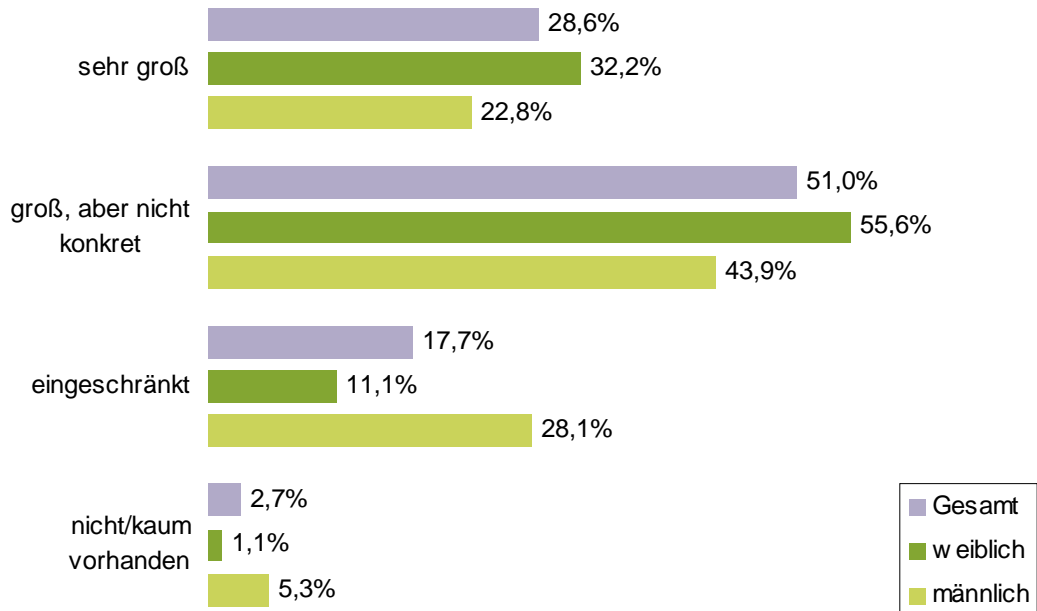
Quelle: 3s-Darstellung, basierend auf Fragebogenerhebung in der Region (n=148), 5-6/2010

Bei 79,6% der Befragten (66,7% der Männer, 87,8% der Frauen) ist sehr großes oder großes Interesse an Informationen und Beratung zum Thema Lernen und Weiterbildung vorhanden. 17,7% der Befragten gaben eingeschränktes Interesse an (28,1% der

Männer, 11,1% der Frauen). Nur bei 2,7% der Befragten (5,3% der Männer, 1,1% der Frauen) ist kein oder kaum Interesse vorhanden.

Abbildung 11.4

Interesse an Informationen und Beratung zum Thema Lernen und Weiterbildung



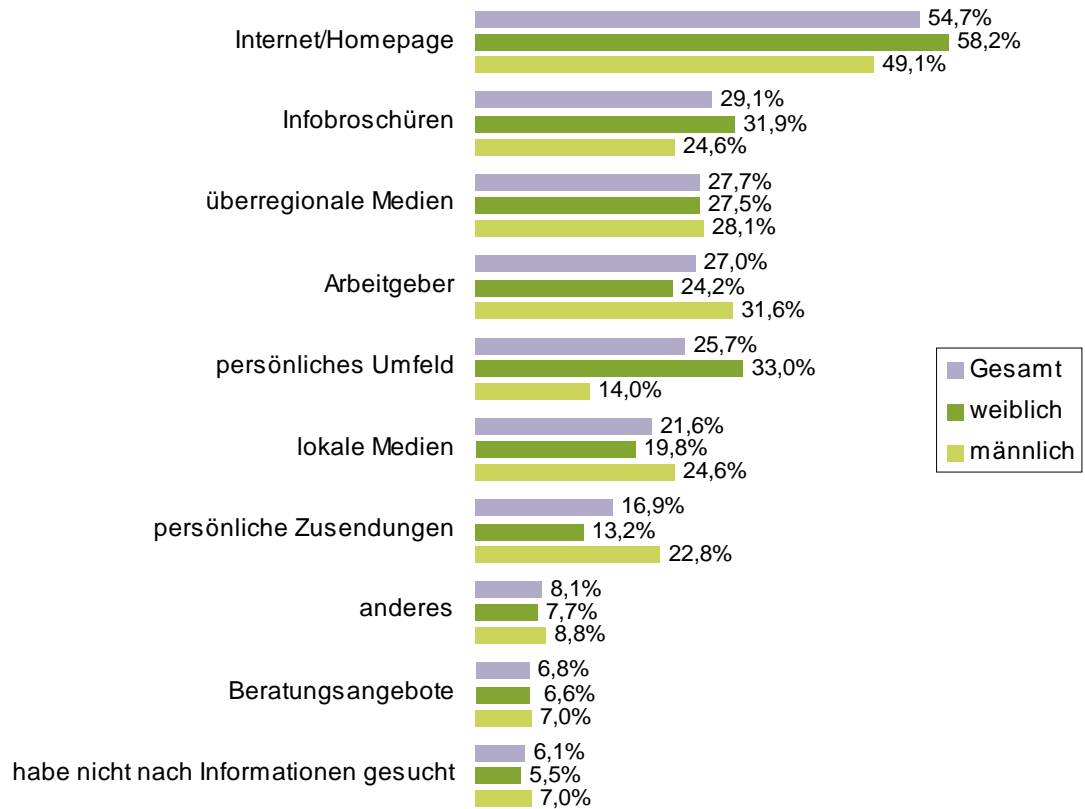
Quelle: 3s-Darstellung, basierend auf Fragebogenerhebung in der Region (n=147), 5-6/2010

39,5% gaben an, bereits Beratung zu Weiterbildung in Anspruch genommen zu haben (37,8% der Männer, 40,9% der Frauen). Hingegen war dem bislang bei 60,5% der Befragten noch nicht der Fall. 62,8% gaben an, ein persönliches, kostenloses und unabhängiges Beratungsangebot ganz sicher oder mit hoher Wahrscheinlichkeit zu akzeptieren (59,3% der Männer, 65,6% der Frauen). 80,6% gaben an, ein solches Angebot auch weiterzuempfehlen (78,4% der Männer, 82,4% der Frauen).

Als zentrales Informationsmedium, um sich über Lern- und Weiterbildungsmöglichkeiten zu informieren, dienen das Internet bzw. die Homepages von Bildungsanbietern: 54,7% der Befragten (49,1% der Männer, 58,2% der Frauen) gaben an, dieses Medium zu nutzen. Dem folgt die Information durch Informationsbroschüren: 29,1% der Befragten nannten dies als bevorzugte Informationsquelle (24,6% der Männer, 31,9% der Frauen). Häufiger genutzt wird weiters die Information durch überregionale Medien, die 27,7% der Befragten angaben (28,1% der Männer, 27,5% der Frauen) sowie Informationen durch den/die ArbeitgeberIn – von 27,0% (31,6% der Männer, 24,2% der Frauen). Im Rahmen des regionalen Bildungsmarketings gilt es vor allem, in Vernetzung mit den regionalen Weiterbildungsanbietern bzw. in der Umsetzung von Modellprojekten Initiativen zu setzen, die diesen bevorzugten Informationszugängen der Bevölkerung verstärkt entgegenkommen.

Abbildung 11.5

Informationsquellen zu Aus- und Weiterbildungsangeboten

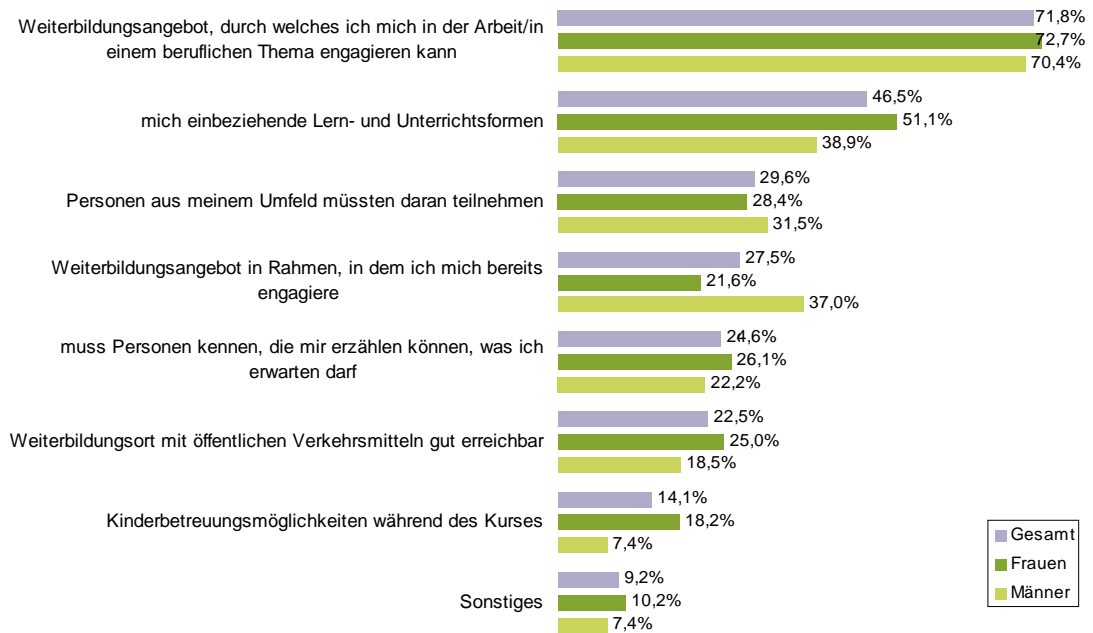


Quelle: 3s-Darstellung, basierend auf Fragebogenerhebung in der Region (n=148), 5-6/2010

Die Ergebnisse aus der Befragung der EinwohnerInnen der Region zeigen (vgl. Abb. 10.8), dass für 71,8% (70,4% der Männer, 72,7% der Frauen) wesentlich ist, dass es sich um ein Weiterbildungsangebot handelt, durch welches sie sich in der Arbeit bzw. in einem beruflichen Thema engagieren können. Für 46,5% spielen sie einbeziehende Lern- und Unterrichtsformen einen Entscheidungsfaktor für den Besuch einer Weiterbildung (38,9% der Männer, 51,1% der Frauen). Für 29,6% ist es wichtig, dass Personen aus ihrem Umfeld an der Weiterbildung teilnehmen (31,5% der Männer, 28,4% der Frauen). Für 27,5% ist es wichtig, dass das Weiterbildungsangebot in einem Kontext angeboten wird, in welchem sie sich bereits engagieren (z.B. in ihrem Verein), was von Männern mit 37,0% noch deutlicher gewichtet wird als von Frauen (21,6%).

Abbildung 11.6

Förderliche Rahmenbedingungen von Weiterbildung



Quelle: 3s-Darstellung, basierend auf Fragebogenerhebung in der Region (n=142), 5-6/2010

Weitere Rahmenbedingungen, die für das Bildungsmarketing relevant sind (wie z.B. maximale Anreisezeit zum Kursort, günstige Tage und Tageszeiten für den Kursbesuch) sind im Anhang in Kap. A.7.11 dargestellt.

11.3 Nachhaltigkeit des Bildungsmarketings

Im Südburgenland besteht bereits ein umfassendes Weiterbildungsangebot, auch in den Schwerpunktthemen der Leader-Region. Die Schwerpunkte des Bildungsmarketings liegen auf

- ___ eine Optimierung der Information über Angebote,
- ___ der besseren Abstimmung von Angeboten,
- ___ einer Regionalisierung und Personalisierung von Bildungsinformationen
- ___ sowie auf der Einbeziehung zusätzlicher, bislang kaum erreichter Bevölkerungsgruppen durch alternative Projektformate.

Das Netzwerk fungiert einerseits als Forum, das eine verstärkte Partizipation fördert und neue Zielgruppen anspricht. Andererseits soll es eine Plattform darstellen, auf der sich Ideen begegnen, unterschiedliche Andockmöglichkeiten geschaffen werden sowie Kooperationen angebahnt und realisiert werden können. Brach liegende und wieder zu entdeckende Ressourcen werden so aktiviert, gleichzeitig wird Raum geschaffen für Kreativität, Austausch und Innovation (vgl. BMLFUW 2008a).

ANHANG

A.1 Literaturverzeichnis

AMS (2007): Grafisches Arbeitsmarkt Informationssystem. Bezirksprofile 2007 – Arbeitsmarktbezirk 105 Oberwart.

AMS (2007): Grafisches Arbeitsmarkt Informationssystem. Bezirksprofile 2007 – Arbeitsmarktbezirk 107 Jennersdorf.

AMS (2008): Grafisches Arbeitsmarkt Informationssystem. Bundesprofile 2008 – Burgenland.

Bergmann, Nadja/Pimminger, Irene (2004): Praxishandbuch Gendermainstreaming: Konzept – Umsetzung – Erfahrung. GeM – Koordinationsstelle für Gendermainstreaming im ESF. Wien.

Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (BMLFUW) (Hg.) (2006): Ländliche Entwicklung 2007 – 2013. Nationaler Strategieplan Österreichs für die Entwicklung des ländlichen Raums 2007 – 2013. Stand: 17.09.2006.

Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (BMLFUW) (Hg.) (2007): Sonderrichtlinie des Bundesministers für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft zur Umsetzung von Maßnahmen im Rahmen des Schwerpunkts 4 des Österreichischen Programms für die Entwicklung des ländlichen Raums 2007 – 2013 „Leader“. BMLFUW-LE.1.1.23/0019-II/6/2007.

Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (BMLFUW) (Hg.) (2007): Sonderrichtlinie des Bundesministers für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft zur Umsetzung von Maßnahmen im Rahmen des Österreichischen Programms für die Entwicklung des ländlichen Raums 2007 – 2013 – „sonstige Maßnahmen“. BMLFUW-LE.1.1.22/0012-II/6/2007.

Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (BMLFUW) (Hg.) (2007): Österreichisches Programm für die Entwicklung des Ländlichen Raums 2007-2013. Stand: 14.09.2007.

Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (BMLFUW) (Hg.) (2008): Handbuch Lernende Regionen. Grundlagen.

Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (BMLFUW) (Hg.) (2008): Handbuch Lernende Regionen. Leitfaden – Strategieentwicklung.

Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (BMLFUW) (Hg.) (2008): Handbuch Lernende Regionen. Bundesweite Instrumente.

Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (BMLFUW) (Hg.) (2010): Für Bildung begeistern. Handbuch Regionales Bildungsmarketing.

Diesenreiter, Carina/Österreichisches Institut für Erwachsenenbildung (Hg.) (2008): Barrierefreie Erwachsenenbildung in Niederösterreich. Handbuch. Wien. Online: http://www.oieb.at/download/Handbuch_Barrierefreie_Erwachsenenbildung_in_NOe.pdf (31.07.2009).

Gindl, Michaela/Hefler, Günter/Hellmer, Silvia (2007): Leitfaden für gendersensible Didaktik – Teil 1: Grundlagen der Gendersensibilität in der Lehre, Wien.

Gindl, Michaela/Hefler, Günter/Hellmer, Silvia (2007): Leitfaden für gendersensible Didaktik – Teil 2: Gendersensibilität in der Lehre, Wien.

Gindl, Michaela/Hefler, Günter/Hellmer, Silvia (2007): Leitfaden für gendersensible Didaktik – Teil 3: Gendersensibilität organisieren, Wien.

Hammer, Gerald/Moser, Cornelia/Klapfer, Karin (2004): Lebenslanges Lernen. Ergebnisse des Mikrozensus. Juni 2003. Herausgegeben von Statistik Austria, Wien.

Hefler, Günter/Nindl, Sigrid (2008): Evaluierung der Leistungen zur „Förderung der beruflichen Entwicklungschancen“ 2007/2008 – Unveröffentlichter Projektbericht. Wien, 3s Unternehmensberatung.

Huber, Peter (2005): Beschäftigung und Arbeitslosigkeit im Südburgenland. Institut für Wirtschaftsforschung. Kurzfassung online: http://www.ams.at/_docs/beschaeftigung_arbeitslosigkeit_bgld_kurzfassung.pdf (10.02.2010).

LAG südburgenland pus (2007): Lokale Entwicklungsstrategie. Ländliche Entwicklung Leader 2007-2013.

Markowitsch, Jörg/Hefler, Günter (2007): Zur Logik der Segmentierung des österreichischen Weiterbildungsmarkts. In: Wirtschaftspolitische Blätter, 1/2007 (54. Jahrgang), 87-102.

MacKeracher, Dorothy/Suart, Theresa/Potter, Judith (2006): Barriers to Participation in Adult Learning. Online: <http://www.nald.ca/library/research/sotfr/barriers/cover.htm>.

Salfinger, Brigitte/Pauli, Wolfgang/Sommer-Binder, Guido (2009): Erwachsenenbildung 2007. Ergebnisse des Adult Education Survey (AES). Herausgegeben von Statistik Austria. Wien.

A.2 Hintergrund zum methodischen Rahmen des Projekts

Als Ausgangspunkt für eine Erhebung zum regionalen Weiterbildungsbedarf müssen die folgenden Problemstellungen berücksichtigt werden:

- ___ Ein Großteil der Individuen kann keine Aussagen zu den eigenen Weiterbildungsbedürfnissen machen. Wenn nach einem „Bedarf“ gefragt wird, wird gerade das Potenzial von Personengruppen nicht erfasst, die bislang nicht oder nicht umfassend in Lern- und Weiterbildungsangebote integriert waren.
- ___ Individuen sind teilweise bereits in Weiterbildungsangebote eingebunden, vor allem im Zusammenhang mit ihrem Arbeitsplatz oder in Phasen der Erwerbslosigkeit im Rahmen von arbeitsmarktpolitischen Maßnahmen. Gleichzeitig wird allerdings nur eine begrenzte Anzahl von Bildungsvorhaben realisiert: In Phasen der Beteiligung in den genannten Weiterbildungsangeboten treten die individuell geäußerten Weiterbildungsbedürfnisse zumindest temporär zurück.
- ___ Aufgrund der zentralen Bedeutung der betrieblichen Weiterbildung für die Gesamtaktivität im Lebenslangen Lernen kommt dem PendlerInnenverhalten eine

zentrale Rolle zu, um die BewohnerInnen zu berücksichtigen, die Weiterbildungsangebote an ihrem Arbeitsplatz außerhalb der Region wahrnehmen.

- ___ Für den eigentlichen Weiterbildungsbedarf ist das Weiterbildungsangebot ebenso entscheidend wie die Bedürfnislagen und artikulierten Weiterbildungsbedürfnisse. Eine Bedarfserhebung muss damit immer die Angebotsseite einschließen und eruieren, welche Veränderungen in der Angebotslandschaft zu erwarten sind und wie diese bei der Konkretisierung der Bedürfnisse in einem manifesten Bedarf wirken.
- ___ Die für den Weiterbildungsbedarf mitentscheidende Angebotsstruktur wird in Regionen nicht nur von klassischen Erwachsenenbildungseinrichtungen, dem AMS und den ArbeitgeberInnenbetrieben bestimmt, sondern gerade durch eine hohe Anzahl anderer institutioneller AkteurInnen (Kommunen, religiöse Gemeinschaften, Kultur-, Sport- Musikvereine, Parteien und politischen Gruppierungen usw.). Diese AkteurInnen verfügen oft über einen starken Zugang zu Zielgruppen: Ihre Entscheidungen, Lern- und Weiterbildungsangebote zu schaffen, bestimmen das regionale Angebot mit. Zugleich können sie mit ihren Mitgliedern auch sicherstellen, dass die Angebote ihre TeilnehmerInnen finden.

Ein Projektdesign für die zuverlässige Erhebung des lokalen Weiterbildungsbedarfs muss daher auf diese Herausforderungen Antworten entwickeln:

- ___ Es müssen Optionen entwickelt werden, um die nicht artikulierbaren Weiterbildungsbedürfnisse für unterschiedliche Zielgruppen sichtbar zu machen.
- ___ Die Auswirkungen der Einbindung in betriebliche und arbeitsmarktpolitische Weiterbildungsaktivitäten auf das zusätzlich erzielbare, regionale Partizipationsverhalten müssen abgeschätzt werden.
- ___ Das PendlerInnenverhalten muss mitberücksichtigt werden. Auf dieser Basis können Rückschlüsse darüber gezogen werden, welcher Teil des Weiterbildungsbedarfs regional und welcher überregional gedeckt werden wird.
- ___ Eine umfassende Erhebung der regionalen Angebotsstruktur ist erforderlich.
- ___ Eine Erhebung der Intentionen kollektiver AkteurInnen – insbesondere auch über den Kreis traditioneller Erwachsenenbildungsanbieter hinausgehend – für künftige Angebote ist erforderlich.

Aufgrund der Komplexität dieser Aufgabenstellung wurde eine Methodentriangulation gewählt: Auf Basis einer insbesondere qualitative Ansätze kombinierenden Sondierungsphase konnten Indikatorenkonzepte für die regional entscheidenden Fragestellungen erarbeitet werden. Auf Basis dieser Konzepte, die auch eine indirekte Erschließung der Bildungsbedürfnisse für Zielgruppen, die in der Regel nicht direkt über diese Auskunft geben können, beinhaltet, konnte in der Folge eine quantitative Erhebung durchgeführt werden, die eine verlässliche Basis für die Entscheidung zwischen strategischen Alternativen bot. Beide Erhebungsphasen verstanden sich dabei als integrativer Teil des Strategieentwicklungsprozesses: Die Fragestellungen wurden dabei immer auf die konkreten Zielsetzungen der NetzwerkakteurInnen zugeschnitten, die in weiterer Folge auch die Projekte der Lernenden Regionen aktiv betreiben sollen.

Konkret wurde folgende Vorgehensweise verfolgt:

(1) Erschließung nicht artikulierter Lern- und Weiterbildungsbedürfnisse

Lern- und Weiterbildungsbedürfnisse („Wünsche“, „Interessen“ usw.) entstehen in der Regel in engem Zusammenhang mit typischen Aufgabenstellungen in Lebensphasen (z.B. im jungen Erwachsenenalter (20-29+) oder in der zweiten „Transformationsphase“ (z.B. 40-45+)). In diesen Phasen kommt es zu einer stark überdurchschnittlichen Weiterbildungsbeteiligung. Weiters tragen Lebenslagen zu Weiterbildungsbedürfnissen bei (hier insbesondere (Kinder-)Karenz, Migrationshintergrund, geringe formale Qualifikation, prekäres Erwerbsverhältnis, gesundheitliche/psychosoziale Einschränkungen, Einschränkungen der Mobilität). Lebenslagen tragen zudem häufig dazu bei, dass ein Bildungsbedürfnis nicht nur unerkannt bleibt, sondern auch kein Zugang zu Angeboten gefunden wird, bzw. keine geeigneten Unterstützungs-, Lern- und Weiterbildungsangebote bestehen. Das Konzept, Weiterbildungsinteressen und -aktivitäten auf Basis eines Lebensphasen- und Lebenslagenmodells zu erfassen, wurde von der 3s Unternehmensberatung z.B. erfolgreich in der Evaluierung der Weiterbildungsförderung für Beschäftigte des Wiener ArbeitnehmerInnenförderungsfonds umgesetzt (vgl. Hefler/Nindl 2008).

Im Rahmen von explorativen Interviews konnten für intendierte zentrale Zielgruppen der Bildungsstrategie entscheidende Bedürfnislagen eruiert werden, für die Lern- und Bildungsangebote eine mögliche Antwort darstellen. Zugleich konnten die Bereitschaften und notwendigen Vorbedingungen erhoben werden, mögliche Angebote tatsächlich auch umzusetzen. Für die Bedürfnislagen konnten Indikatoren erarbeitet werden, die in einer quantitativen Erhebung indirekt über das Ausmaß möglicher Weiterbildungsbedürfnisse Auskunft geben können.

(2) Zusammenspiel und Komplementarität von Angebotsstrukturen (betriebliche, arbeitsmarktpolitische, individuelle Weiterbildung)

Bei einer Weiterbildungsbedarfserhebung ist zu berücksichtigen, dass Personen im selben Zeitraum nur an einer begrenzten Anzahl von Lern- und Weiterbildungsaktivitäten teilnehmen können. Die artikulierten Weiterbildungsbedürfnisse führen tendenziell zu einer Überschätzung der zu erwartenden realisierten Nachfrage. Zentral dabei ist, dass Kontexte der Weiterbildungsteilnahme – global betrachtet – in einem hierarchisierten Verhältnis zueinander stehen. Individuelle Weiterbildung wird in Phasen oder von Personen forciert, die aktuell nicht in umfangreichem Ausmaß in betriebliche Weiterbildung integriert sind. In Phasen der Teilnahme an arbeitsmarktpolitischen Maßnahmen, die für die Individuen in der Regel verpflichtend sind, werden ebenso alle anderen Lernaktivitäten zurückgestellt. Eine Ausnahme sind nur klar dem Freizeitbereich zuordenbare Lern- und Weiterbildungsaktivitäten. Diese werden parallel zu anderen Weiterbildungen geführt. Für den Kontext ist zudem eine stark unterschiedliche Bedeutung des regionalen Bezugs anzunehmen.

Die nachfolgende Tabelle stellt die entscheidenden Kontexte in ihrer wechselseitigen Bedeutung und in ihrem regionalen Bezug vor.

Tabelle A.1

Lern- und Weiterbildungskontexte

Lern- und Weiterbildungskontext	Erläuterungen	Regionaler Bezug
A) Lernen am Arbeitsplatz bzw. arbeitsplatzbezogene bzw. betriebliche Weiterbildung	Hoher Anteil an allen Weiterbildungsaktivitäten – ganz/teilweise in der Arbeitszeit; ganz/teilweise finanziert durch den/die ArbeitgeberIn	Teilnahme: Ausschlaggebend ist der Arbeitsort (nicht der Wohnort) – Entscheidend ist hier das Verhalten der regionalen Betriebe (Weiterbildungskultur), auch wenn diese ihren Bedarf z.T. überregional decken
B) Weiterbildungsangebote in/vor Phasen der Erwerbsarbeitslosigkeit, initiiert, finanziert und supervidiert (Pflichtcharakter!) durch das Arbeitsmarktservice	Ca. ein Fünftel aller WeiterbildungsteilnehmerInnen in Österreich sind in diese Angebote integriert – starke Unterschiede zwischen sozialen Gruppen	Regionale Standorte der Maßnahmenträger dominierend
C) Allgemeine berufliche Weiterbildung, unabhängig vom aktuellen Arbeitsplatz (und mit dem häufigen Ziel eines Arbeitsplatzwechsels)	Großteils komplementär zu A und B	Bedeutung des regionalen Angebots abhängig vom Grad der Spezialisierung des gesuchten Bildungsangebots (je „seltener“ die Weiterbildung, desto „unwichtiger“ ist der regionale Bezug)
D) Formale Erwachsenenbildung mit dem Ziel einer Höherqualifizierung (v.a. Hauptschulabschluss, außerordentlicher Lehrabschluss, Abendschulformen, Vorbereitungskurse auf die Berufsmatura und Studienberechtigungsprüfung)	Formale Weiterbildungen sind (aufgrund ihres zumeist hohen Lernzeitaufwands) für die Phase ausschließlich und prioritär zu allen anderen Weiterbildungstypen – geringe Zahl an allen TeilnehmerInnen (konzentriert auf die Lebensphasen 15-24+ und 25-34+); hoher Anteil an allen Weiterbildungsstunden (4% der TeilnehmerInnen, 20% der Stunden)	Regionale Angebote sind entscheidend für alle nicht tertiären Angebote (Vereinbarkeit von Berufstätigkeit, Weiterbildung und familiäre Verpflichtungen) – oft jedoch ist der gewählte Ausbildungsort ebenfalls an den Arbeitsort gekoppelt
E) Allgemeine Erwachsenenbildung (z.B. Fremdsprachen, Kulturkunde, religionsbezogene Angebote, Angebote der politischen Bildung)	In der Regel niedrige Intensität – teilweise parallel zu A-C (aber: keine Verdoppelungen: wenn z.B. im Rahmen der betrieblichen Weiterbildung Sprachkurse angeboten werden, dann wird im selben Zeitraum kein Sprachkurs privat nachgefragt)	Regionales Angebot zentral
F) Freizeitbezogene Bildungsangebote (v.a. Kurse zu Musikinstrumenten, Sportaktivitäten, Tanzkurse, Kochkurse)	Nicht rivalisierend	Regionales Angebot zentral

Quelle: Eigene Darstellung

- A) Der Arbeitsplatz ist ein entscheidender Kontext für Lernen und Weiterbildung. Zugleich ist der regionale Bezug des Arbeitsplatzes, weniger der Wohnort der ArbeitnehmerInnen, entscheidend. Damit kommt den PendlerInnenströmen der Region eine wichtige Bedeutung zu. Betriebliche Weiterbildung verhält sich insbesondere komplementär zur privat initiierten beruflichen Weiterbildung: Personen nehmen eher an betrieblicher Weiterbildung teil als an privater beruflicher, wenn sie ihnen als Angebot offen steht.
- B) Die Weiterbildungsangebote des Arbeitsmarktservice stellen einen weiteren zentralen Kontext dar. Neben dem hohen Gesamtanteil an allen Weiterbildungen kommt hinzu, dass Personengruppen, die ein überdurchschnittliches Risiko tra-

gen, arbeitslos zu werden, auch überdurchschnittlich häufig an Schulungsangeboten des AMS teilnehmen bzw. auch teilnehmen müssen. Für einzelne Personengruppen (z.B. Personen mit geringer formaler Qualifikation, Personen mit gesundheitlichen Einschränkungen) stellen verpflichtende Maßnahmen das Modell für Weiterbildung schlechthin dar. Der regionale Bezug ist durch die Regionalisierung der beauftragten BildungsträgerInnen gegeben.

- C) Berufliche Weiterbildung wird von Individuen vor allem privat initiiert, wenn sie einen beruflichen Veränderungsprozess anstreben: Ein Arbeitsplatzwechsel ist dabei häufig eine implizite oder explizite Zielsetzung. Ob Weiterbildungsangebote nur regional gesucht werden oder überregionale Angebote gewählt werden, hängt insbesondere vom Spezialisierungsgrad der intendierten Weiterbildung ab.
- D) Personen, die an formaler Erwachsenenbildung teilnehmen, konzentrieren während der Ausbildungszeit ihre verfügbaren Ressourcen auf die Absolvierung der zumeist zeitintensiven Programme. Aufgrund der hohen Anforderungen an das Zeitbudget sind Angebote, die Wegzeiten kurz halten, zentral (regionale Angebote, Angebote mit geringer Präsenzzeit und langen E-Learning-Phasen u.Ä.).
- E) Bei Angeboten der allgemeinen Erwachsenenbildung ist eine regionale Versorgung entscheidend. Sie werden nur angenommen, wenn sie weder zeitlich noch finanziell zu große Opfer erfordern. Sie können auch ergänzend zur betrieblichen Weiterbildung besucht werden.
- F) Freizeitbezogene Bildungsangebote im engeren Sinn bilden eine Ausnahme, da sie – im Rahmen des verfügbaren Zeitbudgets – parallel zu allen anderen Angeboten fortgeführt werden. Sie werden in vielen Fällen nicht als „Weiterbildung“, sondern als „Freizeitbeschäftigung“ gesehen. Regionale Verfügbarkeit ist für ihre Inanspruchnahme entscheidend.

Für die Entwicklung einer Strategie der Lernenden Region war die Berücksichtigung und explizite Verzahnung aller sechs Kontexte elementar. Dies nicht nur, weil mögliche TeilnehmerInnen bereits in einzelnen Kontexten gebunden sein können, sondern auch, weil für die einzelnen Kontexte unterschiedliche Finanzierungs- und Supportstrukturen (z.B. Angebote zur Förderung der betrieblichen Weiterbildung auf Basis des Europäischen Sozialfonds oder des Europäischen Strukturfonds) verfügbar sind, deren verstärkte Nutzung Kernbestandteil jeder regionalen Strategieentwicklung sein muss.

(3) Berücksichtigung des PendlerInnenverhaltens

Für eine realistische Bedarfsabschätzung war zudem eine Berücksichtigung des PendlerInnenverhaltens zentral (BerufspendlerInnen, SchülerInnen/Studierende, die pendeln). Nur so lässt sich eine Überschätzung der regionalen Nachfrage verhindern (vgl. Kap. A.7.2).

(4) Erhebung des Angebots an Lern- und Weiterbildungsaktivitäten

Für eine Strategieentwicklung für eine Lernende Region ist eine möglichst umfassende Erfassung regionaler Lern- und Weiterbildungsmöglichkeiten zentral. Hier geht es insbesondere auch darum, vorhandene Kontexte, die Lernmöglichkeiten bieten (z.B. Freiwilligenarbeit in sozialen/karitativen Organisationen, Sport- und Kulturvereine)

zu erheben. Im Projektkontext wurde zudem eine Datenbank zu regionalen Lern- und Weiterbildungsanbietern erstellt (vgl. Kap. 4.3, Kap. 7.1 und Kap. A.6).

(5) Erschließung nicht artikulierter Lern- und Weiterbildungsbedürfnisse

Die Aktivitäten innerhalb der Projektlaufzeit der „Lernenden Regionen“ wird insbesondere von den Intentionen lokaler Institutionen abhängig sein, Angebote bestimmten Zuschnitts neu ins Leben zu rufen. Die Befragung der bestehenden AkteurInnen – insbesondere auch außerhalb der typischen Erwachsenenbildungsanbieter – zu ihren Problemwahrnehmungen, Interessen und mittelfristigen Zielen, war daher zentral.

Hierbei wurden in einem ersten Schritt im Rahmen leitfadengestützter ExpertInneninterviews qualitative Einschätzungen der VertreterInnen der Institutionen erhoben. Zu ausgewählten Kernfragen sowie zu einer Bewertung des Interesses an den Modellprojekten wurden dann alle in der unter Kap. 4.3, Kap. 7.1 und A.6 beschriebenen Datenbank erfassten RepräsentantInnen der Institutionen zu einer Online-Erhebung eingeladen, um so zu einer Stabilisierung der Befunde aus der qualitativen Phase zu kommen.

A.3 Methodik der qualitativen Erhebungen

A.3.1 Leitfaden zu den qualitativen Telefoninterviews

Mögliche Modellprojekte für die Lernende Region Südburgenland

(Abfrage der Modellprojekte, abhängig vom Schwerpunktbereich des/der befragten ExpertInnen)

- ___ Wie schätzen Sie persönlich die Bedeutung dieses Projekts für die Region bzw. für Ihre Institution ein? Bitte um Ihre Begründung.
- ___ Haben Sie bzw. Ihre Institution Interesse, sich an der weiteren Ausgestaltung dieses Projekts zu beteiligen?
- ___ Was sind Ihrer Meinung nach die Erfolgsbedingungen, um ein solches Projekt in Ihrer Region umzusetzen: Was muss dabei bedacht werden? Was sind mögliche Risiken? Gibt es bereits vergleichbare Ansätze dazu?
- ___ Gibt es bestimmte Personen/Institutionen, die sich an der Umsetzung dieses Projekts unbedingt beteiligen sollten, damit es gelingen kann?

Eigene Projektvorschläge für die Lernende Region

- ___ Möchten Sie bzw. Ihre Institution selbst ein Lern- oder Weiterbildungsprojekt vorschlagen, das im Rahmen des Programms „Lernende Regionen“ umgesetzt werden könnte?
- ___ In der Lernenden Region soll die Vernetzung in der Region gefördert werden: Gibt es ein bestehendes Lern- oder Weiterbildungsprojekt, für welches Sie noch NetzwerkpartnerInnen suchen?

Allgemeine Rückmeldungen zum Thema Aus- und Weiterbildung in der Region

- ___ Welchen Themen und Aufgaben sind aus Sicht Ihrer Institution besonders wichtig, um das Lernen in der Region zu unterstützen und die Zusammenarbeit der Institutionen zu stärken?
- ___ Welche Themen und Inhalte werden für die Region in Zukunft wichtig werden?
- ___ Welche Angebote fehlen aus Ihrer Sicht in der Region völlig?

Bildungsinformation & Bildungsmarketing

- ___ Wie groß ist aktuell – Ihrer Einschätzung nach – das Interesse in der Region an Informationen und Beratung zum Thema Lernen und Weiterbildung?
- ___ Wie informiert sich Ihre Organisation (bzw. Ihre MitarbeiterInnen, Mitglieder) Ihres Wissens nach über andere Weiterbildungsangebote?
- ___ Haben Sie als Organisation bereits Beratungsangebote zur Weiterbildung in Anspruch genommen bzw. bieten Sie Beratung für Ihre MitarbeiterInnen/Mitglieder an?
- ___ Würden Sie persönlich ein kostenloses und unabhängiges Beratungsangebot zu Lernen, Weiterbildung und Karriere in Ihrer Nähe in Anspruch nehmen?
- ___ Wie gut fühlen Sie sich über öffentliche Förderungsmöglichkeiten im Weiterbildungsbereich (z.B. Geldzuschüsse, kostenlos zugängliche Angebote usw.) informiert?

Fragen zur Institution

- ___ Art des Bildungsanbieters (Institutionen der Erstausbildung, Unternehmen, Verein, Arbeitsgemeinschaft, Kammer, Industriellenvereinigung, Gewerkschaft, landwirtschaftlicher Betrieb, Gesundheitseinrichtung, kirchliche Einrichtung, soziale Einrichtung, politische Einrichtung, Körperschaft/Gemeinde/Behörde, selbstständigeR TrainerIn/BeraterIn/Coach etc.)
- ___ Bei Institutionen/Unternehmen: Anzahl der MitarbeiterInnen
- ___ Bei Vereinen: Anzahl der Mitglieder / ehrenamtlichen MitarbeiterInnen
- ___ Gesamtzahl der Lehrgänge (Kurse, Seminare etc.) im letzten Jahr
- ___ An welche Zielgruppen richtet sich Ihr Bildungsangebot? (keine besondere Zielgruppe, Berufstätige, Jugendliche; ältere Menschen, PensionistInnen; WiedereinsteigerInnen, Kinder; Selbstständige, FreiberuflerInnen; Beschäftigungslose; Menschen mit besonderen Bedürfnissen; Frauen, Familien; ehrenamtliche MitarbeiterInnen; bestimmte Branchen)
- ___ Hat Ihr Weiterbildungsangebot einen inhaltlichen Schwerpunkt? Welche Themenbereiche decken Sie mit Ihrem Angebot ab?

Abschlussfragen

- ___ Abfrage des Interesses an Informationen über weitere Schritte zur Bildungsstrategie Südburgenland
- ___ Abfrage des Interesses an der Teilnahme am Bildungsstrategie-Workshop am 7. April 2010
- ___ Ausblick zur Online-Fragebogenerhebung bei Unternehmen/Institution/Vereinen der Region Südburgenland im März/April 2010 und Einladung, sich daran zu beteiligen

A.3.2 Kurzinformation zu den qualitativen Telefoninterviews

Vorweg zu den Telefoninterviews wurde den InterviewpartnerInnen zur Vorbereitung auf das Gespräch eine kurze Hintergrundinformation zum Projekt „Bildungsstrategie für das Südburgenland“ sowie zu den Modellprojekten geschickt. Diese ist nachfolgend angeführt.

A.4 Methodik der quantitativen Erhebungen

A.4.1 Fragebogenerhebung bei den EinwohnerInnen der Region

In der Leader-Region Südburgenland wurden 2.500 Fragebögen an die EinwohnerInnen der Mitgliedsgemeinden bzw. an die Gemeinden zur Verteilung verschickt. In der nachfolgenden Tabelle ist der Verteilungsschlüssel für den Versand aufgeschlüsselt (= Anzahl der Fragebögen gewichtet).

Tabelle A.2

Verteilungsschlüssel für den Versand der Fragebögen im Südburgenland

Gemeinde	Anzahl der EinwohnerInnen (EW)	EW/Verteilung in %	Anzahl Fragebögen gemäß EW-Verteilung	Anzahl Fragebögen gewichtet
Bad Tatzmannsdorf	1.327	1,4	35	36
Badersdorf	307	0,3	8	23
Bernstein	2.310	2,4	61	48
Bildein	322	0,3	9	23
Bocksdorf	796	0,8	21	29
Burgauberg-Neudauberg	1.407	1,5	37	37
Deutsch Kaltenbrunn	1.778	1,9	47	42
Deutsch Schützen-Eisenberg	1.113	1,2	29	33
Eberau	977	1,0	26	31
Eltendorf	991	1,0	26	32
Gerersdorf-Sulz	1.058	1,1	28	33
Grafenschachen	1.255	1,3	33	35
Großmürbisch	277	0,3	7	23
Großpetersdorf	3.540	3,7	93	64
Güssing	3.752	4,0	99	67
Güttenbach	961	1,0	25	31
Hackerberg	357	0,4	9	24
Heiligenbrunn	874	0,9	23	30
Heiligenkreuz	1.266	1,3	33	35
Heugraben	237	0,3	6	22
Inzenhof	317	0,3	8	23
Jabing	756	0,8	20	29
Jennersdorf	4.223	4,5	112	73
Kemetten	1.541	1,6	41	39
Kleinmürbisch	249	0,3	7	22
Kohfidisch	1.474	1,6	39	38
Königsdorf	714	0,8	19	28
Kukmirn	2.000	2,1	53	45
Litzelsdorf	1.151	1,2	30	34
Loipersdorf-Kitzladen	1.265	1,3	33	35
Mariasdorf	1.180	1,2	31	34
Markt Allhau	1.844	1,9	49	43
Markt Neuhodis	681	0,7	18	28

Tabelle A.2 (Fortsetzung)

Gemeinde	Anzahl der EinwohnerInnen (EW)	EW/Verteilung in %	Anzahl Fragebögen gemäß EW-Verteilung	Anzahl Fragebögen gewichtet
Minihof-Liebau	1.145	1,2	30	34
Mischendorf	1.726	1,8	46	41
Mogersdorf	1.162	1,2	31	34
Moschendorf	423	0,4	11	24
Mühlgraben	430	0,5	11	24
Neuberg	1.017	1,1	27	32
Neuhaus/Klausenbach	966	1,0	26	31
Neustift/Lafnitz	712	0,8	19	28
Oberdorf	1.039	1,1	27	32
Oberschützen	2.350	2,5	62	49
Oberwart	7.039	7,4	186	109
Olbendorf	1.396	1,5	37	37
Ollersdorf	973	1,0	26	31
Pinkafeld	5.396	5,7	143	88
Rauchwart	462	0,5	12	25
Rechnitz	3.114	3,3	82	59
Riedlingsdorf	1.650	1,7	44	40
Rohr/Burgenland	395	0,4	10	24
Rotenturm an der Pinka	1.431	1,5	38	37
Rudersdorf	2.166	2,3	57	47
Sankt Martin an der Raab	2.098	2,2	55	46
Schachendorf	792	0,8	21	29
Schandorf	289	0,3	8	23
St. Michael	1.051	1,1	28	32
Stadtschlaining	2.123	2,2	56	46
Stegersbach	2.480	2,6	65	51
Stinatz	1.392	1,5	37	37
Strem	918	1,0	24	31
Tobaj	1.445	1,5	38	37
Tschanigraben	67	0,1	2	20
Unterkohlstätten	1.045	1,1	28	32
Unterwart	921	1,0	24	31
Weiden/Rechnitz	862	0,9	23	30
Wolfau	1.393	1,5	37	37
Wörterberg	493	0,5	13	25
GESAMT	94.661	100,0	2.500	2.500

Quelle: 3s-Darstellung

Von den 2.500 verschickten Fragebögen wurden 173 Fragebögen retourniert, was einem Rücklauf von 6,9% entspricht. Die Stichprobe setzt sich im Hinblick auf Alter und abgeschlossene Schulbildung der Befragten folgendermaßen zusammen:

Tabelle A.3

Alter der BefragungsteilnehmerInnen der Leader-Region Südburgenland, Angaben in %

	männlich	weiblich	Gesamt
jünger als 18 Jahre	1,7	2,2	2,0
18-19 Jahre	-	5,4	3,3
20-29 Jahre	10,3	9,8	10,0
30-39 Jahre	10,3	28,3	21,3
40-49 Jahre	36,2	28,3	31,3
50-59 Jahre	20,7	16,3	18,0
60 J. und älter	20,7	9,8	14,0
Gesamt	100,0	100,0	100,0

Quelle: 3s-Darstellung (n=150), Mai 2010

Tabelle A.4

Höchste abgeschlossene Schulbildung der BefragungsteilnehmerInnen der Leader-Region Südburgenland, Angaben in %

	männlich	weiblich	Gesamt
Hochschule	28,1	26,4	27,0
BHS	29,8	20,9	24,3
Lehre	19,3	14,3	16,2
BMS	8,8	12,1	10,8
AHS	8,8	11,0	10,1
Pflichtschule	3,5	8,8	6,8
anderes	-	5,5	3,4
keine abgeschlossene Ausbildung	1,8	1,1	1,4
Gesamt	100,0	100,0	100,0

Quelle: 3s-Darstellung (n=148), Mai 2010

A.4.2 Online-Fragebogenerhebung bei den Institutionen der Region

Die Beschreibung der Methodik zum Online-Fragebogen ist in Kapitel 4.5.2 erörtert.

A.5 Methodik der Überprüfung der Projektplausibilität

Um das Teilnahmeinteresse der Bevölkerung und damit das TeilnehmerInnenpotenzial für die einzelnen Projekte einschätzen zu können, wurde auf Basis der im Fragebogen repräsentierten Stichprobe eine Schätzung für die Gesamtbevölkerung vorgenommen.

Ausgangspunkt für die *allgemeinen* Schätzungen waren die Antworten der in die Zielgruppe des jeweiligen Projekts fallenden Personen. Herangezogen wurde der Anteil jener Personen aus der Zielgruppe, die ihr persönliches Interesse am Projekt als „sehr hoch“ eingeschätzt haben. Der ermittelte Prozentsatz wurde mit der Anzahl der Personen in der Zielgruppe in der Grundgesamtheit multipliziert. Die Größe der Zielgruppe in der Realität wurde anhand von demografischen Daten (z.B. auf Basis der Mikrozensusdaten) näherungsweise geschätzt.

In einem weiteren Schritt wurde das ermittelte TeilnehmerInnenpotenzial mit dem Faktor 0,75 relativiert, da davon auszugehen ist, dass jene Personen, die den Fragebogen ausgefüllt und an die 3s Unternehmensberatung zurückgeschickt haben, tendenziell eben jene Personen sind, die sich für die vorgeschlagenen Projekte bzw. Weiterbildung im Allgemeinen interessieren. Mit dieser Relativierung wurde einer (auf dem sogenannten „self-selection bias“ basierenden) möglichen Überschätzung des Interesses in der Zielgruppe Rechnung getragen.

Im Vorfeld wurde auf der Grundlage erfahrungsbezogener Überlegungen festgelegt, dass das TeilnehmerInnenpotenzial für ein Projekt mindestens 20-mal so groß sein sollte wie die notwendige TeilnehmerInnenzahl, damit von einem ausreichenden Teilnahmeinteresse ausgegangen werden kann und die notwendige TeilnehmerInnenzahl auch wirklich zu erreichen bzw. über die gesamte Laufzeit zu halten ist.

Die Vorgangsweise bei der *restriktiveren* Schätzung des TeilnehmerInnenpotenzials unterschied sich gegenüber der allgemeinen Schätzung in zwei Punkten: Zum einen wurden nur die Antworten jener Personen in der Zielgruppe betrachtet, die im Fragebogen angegeben hatten, sich aktiv an neuen Projekten beteiligen zu wollen und in den letzten zwölf Monaten bzw. aktuell eine berufliche Weiterbildung besucht zu haben bzw. zu besuchen. Zum anderen wurde das Teilnahmeinteresse in der Zielgruppe dann als ausreichend beurteilt, wenn die geschätzte Zahl der InteressentInnen mindestens zehnmal so groß war wie die notwendige TeilnehmerInnenzahl.

Nachdem in der Stichprobe z.B. Personen mit Hochschulabschluss deutlich überrepräsentiert und Personen mit Pflichtschulabschluss deutlich unterrepräsentiert waren, wurden die Antworten zum Teilnahmeinteresse entsprechend gewichtet, um diese Verzerrung zu kompensieren. Die nachfolgende Tabelle zeigt zur Veranschaulichung einerseits die Verteilung der Personen nach der höchsten abgeschlossenen Schulbildung in der Stichprobe und andererseits, wie diese Verteilung laut Mikrozensusdaten im Falle einer optimalen Repräsentation der Gesamtbevölkerung aussehen sollte. Aus den Häufigkeiten ergaben sich jene Faktoren, anhand welcher dann die Gewichtung (Multiplikation mit diesen Faktoren) vorgenommen wurde.

Tabelle A.5

Grundlagen für die Gewichtung des Teilnahmeinteresses nach der höchsten abgeschlossenen Schulbildung

Höchste abgeschlossene Schulbildung	beobachtete Häufigkeiten	erwartete Häufigkeiten	Gewichtungsfaktoren
keine abgeschlossene Ausbildung	3	2,2	0,73
Pflichtschule	11	51,3	4,66
Lehre	27	52,4	1,94
berufsbildende mittlere Schule	17	19,1	1,13
berufsbildende höhere Schule	40	19,2	0,48
allgemein bildende höhere Schule	19	9,9	0,52
Akademie, FH, Universität	46	8,8	0,19
Gesamt	163	163	-

Quelle: 3s-Erhebung (n = 163), Mai 2010

A.6 Details zur Institutionendatenbank

Im Rahmen des Projekts wurde eine Datenbank der regionalen Lern- und Weiterbildungsanbieter erstellt. Diese Datenbank umfasst alle Institutionen der Erstausbildung (inklusive Vorschulbereich), alle Erwachsenenbildungsinstitutionen (einschließlich als regelmäßige Anbieter auftretende soziale und politische Organisationen), eine breite Auswahl sozialer Institutionen (z.B. Feuerwehren, Rettungsorganisationen, Nachbarschaftszentren usw.), eine breite Auswahl aktiver Vereine (vor allem Sport-, Kultur- und Musikvereine) bzw. eine breite Auswahl kirchlicher und politischer Institutionen. Von den Mitgliedsgemeinden der Leader-Region Südburgenland wurden hierzu Listen ihrer Institutionen übermittelt, welche durch Online-Recherchen ergänzt wurden. Die Datenbank enthält den Namen der Institution/der Organisation/des Vereines, die Zuordnung zum Ort bzw. zur Gemeinde, welcher die Institution zugerechnet wird; genaue Kontaktdaten wie Adresse, Homepage, Mailkontakt sowie (sofern genannt bzw. recherchiert) AnsprechpartnerInnen mit deren Kontaktdaten.

Institutionen, die im Rahmen der Erhebungen angaben, sich an Projekten zu beteiligen, Unterstützung oder Infrastruktur hierfür bereitzustellen bzw. auch an künftiger Vernetzungsarbeit teilnehmen möchten, werden mit Hinweisen hierauf versehen. Die Datenbank wird nach Abschluss des Projekts dem Leader-Management zur Verfügung gestellt und kann als Ausgangsbasis für weitere Vernetzungsaktivitäten dienen. Aus der Leader-Region Südburgenland sind insgesamt 1.583 Datensätze in der Datenbank enthalten, davon 1.521 mit Benennung des Ansprechpartners bzw. der Ansprechpartnerin, 679 Datensätze mit Angabe des E-Mail-Kontakts.

A.7 Zusatzmaterialien und Auswertungen

A.7.1 Tabellen zur demografischen und Wirtschaftsstruktur der Region Südburgenland

Tabelle A.6

Mitgliedsgemeinden der Leader-Region Südburgenland: Fläche, Bevölkerungsentwicklung (1951, 2001, 2009), Altersklassen*

Mitgliedsgemeinden	Fläche in km ²	Bevölke- rung 1951	Bevölke- rung 2001	Bevölkerung 2009	< 15 Jahre		15 - 59Jahre		> 60 Jahre	
					männlich	weiblich	männlich	weiblich	männlich	weiblich
Bad Tatzmannsdorf	11,6	847	1.316	1.327	103	105	393	415	123	177
Badersdorf	8,6	395	325	307	16	21	110	91	37	50
Bernstein	39,0	2.465	2.441	2.310	173	176	730	716	266	380
Bildein	16,0	658	373	322	23	27	108	94	47	74
Bocksdorf	10,0	970	791	796	52	52	226	227	106	128
Burgauberg-Neudauberg	10,9	1.355	1.319	1.407	113	102	417	403	126	158
Deutsch Kaltenbrunn	24,2	2.065	1.825	1.778	142	126	561	527	191	278
Deutsch Schützen-Eisenberg	28,5	1.727	1.189	1.113	74	75	359	326	142	213
Eberau	30,8	1.506	1.081	977	70	69	350	286	130	176
Eltendorf	20,6	1.267	1.017	991	80	87	307	277	126	140
Gerersdorf-Sulz	21,6	1.459	1.057	1.058	75	76	328	306	112	160
Grafenschachen	9,9	1.029	1.177	1.255	105	95	376	364	90	147
Großmürbisch	7,9	508	274	277	19	23	77	92	28	35
Großpeterdorf	31,4	2.967	3.546	3.540	259	258	1.129	1.061	343	496
Güssing	49,3	3.515	3.902	3.752	283	254	1.181	1.197	406	581
Güttenbach	15,9	1.056	1.026	961	65	63	309	299	135	155
Hackerberg	3,9	464	384	357	25	30	124	110	41	54
Heiligenbrunn	33,5	1.531	989	874	68	65	318	282	103	153
Heiligenkreuz	23,8	1.721	1.242	1.266	87	73	375	365	150	192
Heugraben	6,5	357	250	237	20	14	77	68	31	40
Inzenhof	5,8	612	336	317	12	26	104	84	50	60
Jabing	7,8	864	742	756	58	48	238	228	68	102
Jennersdorf	37,9	3.884	4.236	4.223	359	290	1.308	1.265	406	608
Kemetten	20,7	1.557	1.529	1.541	121	126	477	440	142	223

Fortsetzung Tabelle A.6

Mitgliedsgemeinden	Fläche in km ²	Bevölke- rung 1951	Bevölke- rung 2001	Bevölkerung 2009	< 15 Jahre		15 - 59Jahre		> 60 Jahre	
					männlich	weiblich	männlich	weiblich	männlich	weiblich
Kleinmürbisch	4,29	275	260	249	22	15	90	71	21	41
Kohfidisch	31,3	1.467	1.472	1.474	107	103	449	426	148	239
Königsdorf	15,7	882	757	714	41	40	237	239	91	109
Kukmirn	40,5	2.463	2.035	2.000	136	135	679	594	198	293
Litzelsdorf	13,9	1.259	1.151	1.151	87	92	373	321	103	175
Loipersdorf-Kitzladen	15,9	1.001	1.260	1.265	112	111	435	383	90	129
Mariasdorf	20,5	1.355	1.257	1.180	98	96	383	350	138	192
Markt Allhau	32,3	1.807	1.769	1.844	135	152	545	556	144	237
Markt Neuhodis	20,0	986	739	681	49	57	238	228	63	104
Minihof-Liebau	16,3	1.267	1.179	1.145	106	88	359	326	129	171
Mischendorf	26,2	1.994	1.744	1.726	122	124	534	534	180	250
Mogersdorf	12,8	1.699	1.213	1.162	91	89	373	335	136	189
Moschendorf	13,2	660	463	423	38	26	124	127	62	86
Mühlgraben	5,6	562	450	430	46	40	148	124	39	53
Neuberg	17,6	1.153	1.072	1.017	89	88	341	321	88	145
Neuhaus/Klb.	20,0	1.479	1.034	966	69	68	346	280	112	159
Neustift/Lafnitz	3,5	434	627	712	71	42	206	187	53	68
Oberdorf	9,3	1.133	1.102	1.039	91	96	355	313	104	143
Oberschützen	44,4	2.577	2.289	2.350	165	151	715	679	251	328
Oberwart	36,5	4.713	6.696	7.039	540	501	2.056	2.218	557	824
Olbendorf	17,4	1.573	1.394	1.396	76	69	450	376	185	238
Ollersdorf	8,9	939	983	973	75	65	314	281	112	136
Pinkafeld	27,4	3.753	5.181	5.396	494	441	1.502	1.581	445	718
Rauchwart	17,5	672	464	462	28	26	148	145	56	61
Rechnitz	43,8	3.387	3.237	3.114	229	223	973	928	333	551

Fortsetzung Tabelle A.6

Mitgliedsgemeinden	Fläche in km ²	Bevölke- rung 1951	Bevölke- rung 2001	Bevölkerung 2009	< 15 Jahre		15 - 59Jahre		> 60 Jahre	
					männlich	weiblich	männlich	weiblich	männlich	weiblich
Riedlingsdorf	16,1	1.537	1.633	1.650	166	141	484	486	141	215
Rohr	8,4	457	394	395	20	22	134	120	45	53
Rotenturm	17,0	1.365	1.378	1.431	110	100	424	428	139	177
Rudersdorf	21,4	1.889	2.089	2.166	166	182	624	617	211	289
Sankt Martin	43,0	2.725	2.095	2.098	148	139	673	615	216	304
Sankt Michael	18,4	1.190	1.100	1.051	75	72	347	316	126	164
Schachendorf	22,3	1.503	812	792	68	61	229	222	84	148
Schandorf	11,3	536	310	289	10	16	97	89	36	62
Stadtschlaining	42,1	2.424	2.093	2.123	156	148	660	631	217	281
Stegersbach	17,8	2.358	2.380	2.480	177	164	736	675	266	362
Stinatz	9,5	1.204	1.409	1.392	123	108	466	421	123	168
Strem	23,8	1.093	949	918	61	54	323	279	103	129
Tobaj	58,1	1.848	1.386	1.445	111	108	439	400	135	193
Tschanigraben	1,7	148	67	67	0	5	20	22	7	13
Unterkohlstätten	29,1	1.231	1.103	1.045	77	74	353	330	121	148
Unterwart	20,2	1.251	964	921	69	67	312	263	93	160
Weiden/Rechnitz	39,8	1.468	900	862	54	58	272	256	116	144
Wolfau	15,0	1.237	1.357	1.393	113	122	424	406	122	170
Wörterberg	4,8	486	495	493	33	43	153	147	56	63
Gesamt	1.410,7	100.219	95.109	94.661	7.256	6.903	29.525	28.169	9.594	13.662

Quelle: 3s-Darstellung nach einer Sonderauswertung von Statistik Austria (2009)

A.7.2 Tabellen zur Erwerbstätigkeitsstruktur und zu PendlerInnenströmen

Tabelle A.7

Erwerbstätigkeitsstruktur, PendlerInnenströme, Beschäftigung nach Wirtschaftssektoren in den Mitgliedsgemeinden der Leader-Region Südburgenland

Mitgliedsgemeinden	Erwerbstätige am Wohnort	AuspendlerInnen	EinpendlerInnen	Auspendelnde SchülerInnen	Einpendelnde SchülerInnen	Erwerbstätige am Arbeitsort
Bad Tatzmannsdorf	587	300	1.012	139	3	1.299
Badersdorf	150	126	17	35	0	41
Bernstein	1.019	757	181	184	33	443
Bildein	144	108	9	42	0	45
Bocksdorf	323	269	27	62	23	81
Burgauberg-Neudauberg	596	498	83	140	0	181
Deutsch Kaltenbrunn	740	622	66	190	1	184
Deutsch Schützen-Eisenberg	470	356	46	95	0	160
Eberau	416	306	95	77	72	205
Eltendorf	431	331	124	105	0	224
Gerersdorf-Sulz	448	369	58	114	2	137
Grafenschachen	502	392	150	113	0	260
Großmürbisch	123	106	6	33	7	23
Großpeterdorf	1.534	940	1.571	252	85	2.165
Güssing	1.742	741	1.722	166	909	2.723
Güttenbach	408	343	26	105	2	91
Hackerberg	176	154	10	37	0	32
Heiligenbrunn	431	345	46	147	107	112
Heiligenkreuz	520	328	411	110	5	603
Heugraben	101	94	1	31	0	8
Inzenhof	132	122	24	23	3	34
Jabing	305	273	29	88	1	61

Fortsetzung Tabelle A.7

Mitgliedsgemeinden	Erwerbstätige am Wohnort	AuspendlerInnen	EinpendlerInnen	Auspendelnde SchülerInnen	Einpendelnde SchülerInnen	Erwerbstätige am Arbeitsort
Jennersdorf	1.862	1.013	1.221	141	408	2.070
Kemetten	633	546	43	150	1	130
Kleinmürbisch	126	106	9	25	0	29
Kohfidisch	612	466	130	78	103	276
Königsdorf	348	284	30	93	67	94
Kukmirn	918	700	94	255	178	312
Litzelsdorf	494	404	96	122	1	186
Loipersdorf-Kitzladen	585	412	217	184	126	390
Mariasdorf	543	419	124	134	1	248
Markt Allhau	789	533	545	127	137	710
Markt Neuhodis	312	256	18	72	1	74
Minihof-Liebau	514	406	60	109	2	168
Mischendorf	717	627	71	172	2	161
Mogersdorf	484	402	66	122	0	148
Moschendorf	183	131	10	39	0	62
Mühlgraben	174	159	8	54	1	23
Neuberg	439	393	42	104	2	88
Neuhaus/Klb.	440	311	71	73	91	200
Neustift/Lafnitz	275	246	49	52	0	78
Oberdorf	462	411	29	104	0	80
Oberschützen	980	684	288	148	1.173	584
Oberwart	3.039	1.294	4.778	397	1.895	6.523
Olbendorf	583	509	54	118	2	128
Ollersdorf	423	340	76	80	4	159
Pinkafeld	2.140	1.190	1.796	327	1.662	2.745

Fortsetzung Tabelle A.7

Mitgliedsgemeinden	Erwerbstätige am Wohnort	AuspendlerInnen	EinpendlerInnen	Auspendelnde SchülerInnen	Einpendelnde SchülerInnen	Erwerbstätige am Arbeitsort
Rauchwart	228	202	10	50	0	36
Rechnitz	1.300	773	254	190	47	781
Riedlingsdorf	657	528	192	176	0	321
Rohr	194	179	9	40	0	24
Rotenturm	612	516	139	144	3	235
Rudersdorf	944	636	482	145	211	790
Sankt Martin	897	763	71	168	6	205
Sankt Michael	482	326	313	63	152	469
Schachendorf	303	228	107	69	9	182
Schandorf	133	116	6	44	0	23
Stadtschlaining	862	678	137	133	30	321
Stegersbach	1.019	637	915	102	640	1.297
Stinatz	566	483	46	183	0	129
Strem	416	303	90	90	0	203
Tobaj	616	491	94	163	1	219
Tschanigraben	31	29	0	8	0	2
Unterkohlstätten	490	408	96	118	0	178
Unterwart	383	310	481	100	1	554
Weiden/Rechnitz	371	303	30	73	0	98
Wolfau	606	517	36	143	1	125
Wörterberg	215	185	14	49	3	44
Gesamt	40.698	28.733	19.161	7.819	8.214	31.014

Quelle: 3s-Darstellung nach einer Sonderauswertung von Statistik Austria (2009).

A.7.3 Tabellen zu Arbeitsstätten sowie land- und forstwirtschaftlichen Betrieben

Tabelle A.8

Arbeitsstätten, land- und forstwirtschaftliche Betriebe in den 68 Mitgliedsgemeinden der Leader-Region Südburgenland

Mitgliedsgemeinden	Arbeits- stätten 1991	Arbeits- stätten 2001	Verände- rung in % 1991-2001	Arbeits- stätten mit <20 MA	Arbeits- stätten 20-99 MA	Arbeits- stätten >100 MA	land- und forstwirt. Betriebe	Haupt- erwerb	Neben- erwerb	Juristische Person
Bad Tatzmannsdorf	99	116	+17,2%	105	8	3	48	15	28	5
Badersdorf	8	6	-25,0%	6	0	0	22	9	12	1
Bernstein	110	101	-8,2%	97	4	0	210	15	184	11
Bildein	7	8	+14,3%	8	0	0	47	10	37	0
Bocksdorf	20	23	+15,0%	23	0	0	49	13	34	2
Burgauerg-Neudauberg	23	39	+69,6%	37	2	0	105	16	89	0
Deutsch Kaltenbrunn	36	43	+19,4%	42	1	0	126	13	112	1
Deutsch Schützen- Eisenberg	36	38	+5,6%	37	1	0	133	33	90	10
Eberau	37	35	-5,4%	33	2	0	93	16	72	5
Eltendorf	35	32	-8,6%	30	2	0	107	23	83	1
Gerersdorf-Sulz	21	29	+38,1%	27	2	0	100	12	84	4
Grafenschachen	35	39	+11,4%	36	3	0	61	6	54	1
Großmürbisch	6	8	+33,3%	8	0	0	48	3	42	3
Großpeterdorf	150	179	+19,3%	168	9	2	96	37	52	7
Güssing	253	310	+22,5%	278	29	3	186	15	160	11
Güttenbach	22	26	+18,2%	26	0	0	71	4	64	3
Hackerberg	7	13	+85,7%	13	0	0	21	5	16	0
Heiligenbrunn	15	15	0,0%	15	0	0	145	20	119	6
Heiligenkreuz	55	75	+36,4%	71	3	1	120	12	105	3
Heugraben	3	4	+33,3%	4	0	0	24	4	20	0
Inzenhof	10	10	0,0%	10	0	0	53	0	50	3
Jabing	14	16	+14,3%	16	0	0	37	0	36	1
Jennersdorf	180	232	+28,9%	214	16	2	283	29	253	1

Fortsetzung Tabelle A.8

Mitgliedsgemeinden	Arbeits- stätten 1991	Arbeits- stätten 2001	Verände- rung in % 1991-2001	Arbeits- stätten mit <20 MA	Arbeits- stätten 20-99 MA	Arbeits- stätten >100 MA	land- und forstwirt. Betriebe	Haupt- erwerb	Neben- erwerb	Juristische Person
Kemetten	32	39	+21,9%	39	0	0	68	1	65	2
Kleinmürbisch	2	6	+200,0%	6	0	0	27	3	24	0
Kohfidisch	49	63	+28,6%	62	1	0	74	12	59	3
Königsdorf	19	30	+57,9%	30	0	0	89	21	68	0
Kukmirn	55	56	+1,8%	55	1	0	232	56	170	6
Litzelsdorf	39	43	+10,3%	43	0	0	51	7	43	1
Loipersdorf-Kitzladen	38	42	+10,5%	38	4	0	64	19	42	3
Mariasdorf	30	43	+43,3%	41	2	0	108	21	82	5
Markt Allhau	76	99	+30,3%	91	8	0	138	29	104	5
Markt Neuhodis	14	19	+35,7%	19	0	0	63	15	45	3
Minihof-Liebau	32	35	+9,4%	34	1	0	120	12	106	2
Mischendorf	38	46	+21,1%	46	0	0	132	20	110	2
Mogersdorf	31	38	+22,6%	37	1	0	61	4	56	1
Moschendorf	7	7	0,0%	7	0	0	53	29	23	1
Mühlgraben	5	8	+60,0%	8	0	0	65	6	58	1
Neuberg	21	27	+28,6%	26	1	0	75	5	68	2
Neuhaus/Klb.	32	32	0,0%	30	2	0	169	26	139	4
Neustift/Lafnitz	12	14	+16,7%	14	0	0	32	5	27	0
Oberdorf	20	32	+60,0%	32	0	0	63	0	62	1
Oberschützen	90	78	-13,3%	73	5	0	185	47	132	6
Oberwart	496	635	+28,0%	575	53	7	117	12	101	4
Olbendorf	26	39	+50,0%	38	1	0	86	7	77	2
Ollersdorf	29	39	+34,5%	39	0	0	63	4	58	1
Pinkafeld	239	288	+20,5%	264	22	2	69	4	59	6
Rauchwart	11	10	-9,1%	10	0	0	55	8	46	1
Rechnitz	111	124	+11,7%	117	7	0	92	30	59	3

Fortsetzung Tabelle A.8

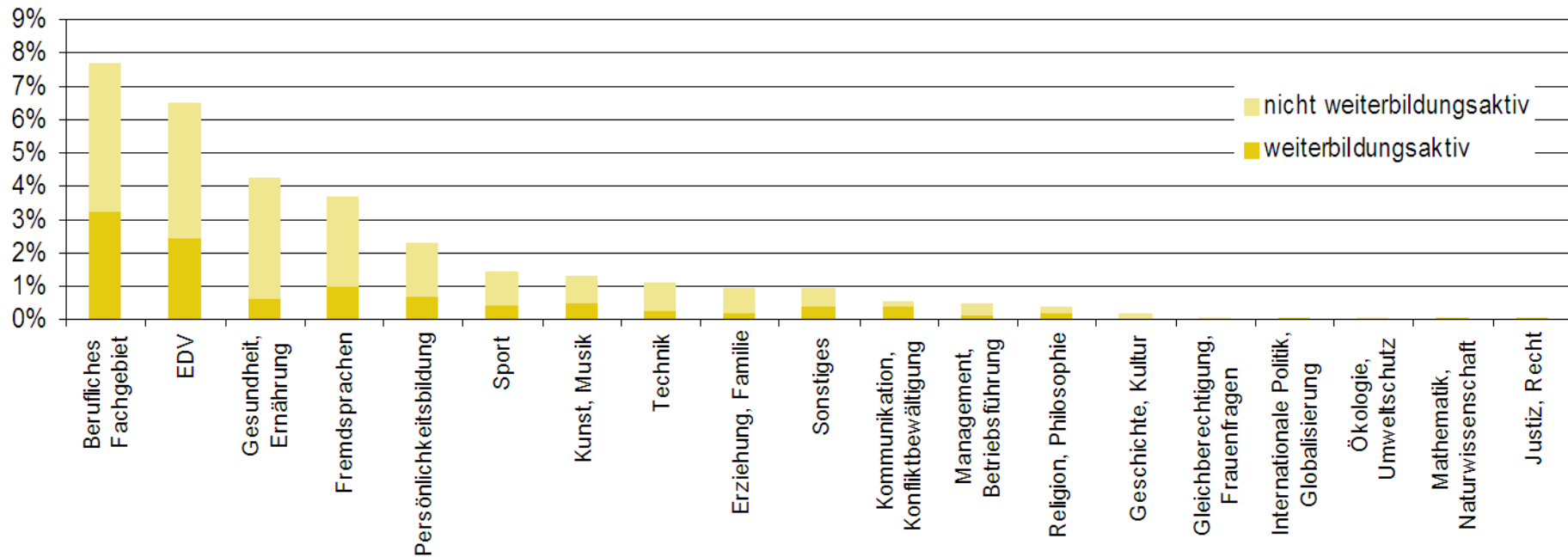
Mitgliedsgemeinden	Arbeits- stätten 1991	Arbeits- stätten 2001	Verände- rung in % 1991-2001	Arbeits- stätten mit <20 MA	Arbeits- stätten 20-99 MA	Arbeits- stätten >100 MA	land- und forstwirt. Betriebe	Haupt- erwerb	Neben- erwerb	Juristische Person
Riedlingsdorf	48	62	+29,2%	59	3	0	66	4	58	4
Rohr	4	6	+50,0%	6	0	0	41	8	33	0
Rotenturm	45	49	+8,9%	47	2	0	66	10	52	4
Rudersdorf	70	90	+28,6%	85	4	1	104	11	92	1
Sankt Martin	47	50	+6,4%	49	1	0	269	19	248	2
Sankt Michael	48	55	+14,6%	47	8	0	87	15	70	2
Schachendorf	25	32	+28,0%	30	2	0	48	17	30	1
Schandorf	7	11	+57,1%	11	0	0	32	19	12	1
Stadtschlaining	64	93	+45,3%	90	3	0	152	15	125	12
Stegersbach	139	167	+20,1%	157	7	3	70	6	63	1
Stinatz	35	49	+40,0%	49	0	0	51	0	49	2
Strem	29	30	+3,4%	29	1	0	109	20	85	4
Tobaj	33	40	+21,2%	39	1	0	165	33	124	8
Tschanigraben	1	1	0,0%	1	0	0	8	0	7	1
Unterkohlstätten	38	39	+2,6%	37	2	0	129	1	121	7
Untervart	34	54	+58,8%	48	6	0	69	6	62	1
Weiden/Rechnitz	19	23	+21,1%	22	1	0	93	30	51	12
Wolfau	28	39	+39,3%	39	0	0	65	8	55	2
Wörterberg	9	17	+88,9%	17	0	0	48	3	45	0
Gesamt	3.459	4.196	+21,3%	3.940	232	24	6.208	938	5.061	209

Quelle: 3s-Darstellung nach einer Sonderauswertung von Statistik Austria (2009)

A.7.4 Weiterbildungsinteressen im Südburgenland nach Themengebieten

Abbildung A.1

Interessengebiete künftiger Weiterbildung: Südburgenland (NUTS3) – relativ zur Gesamtbevölkerung

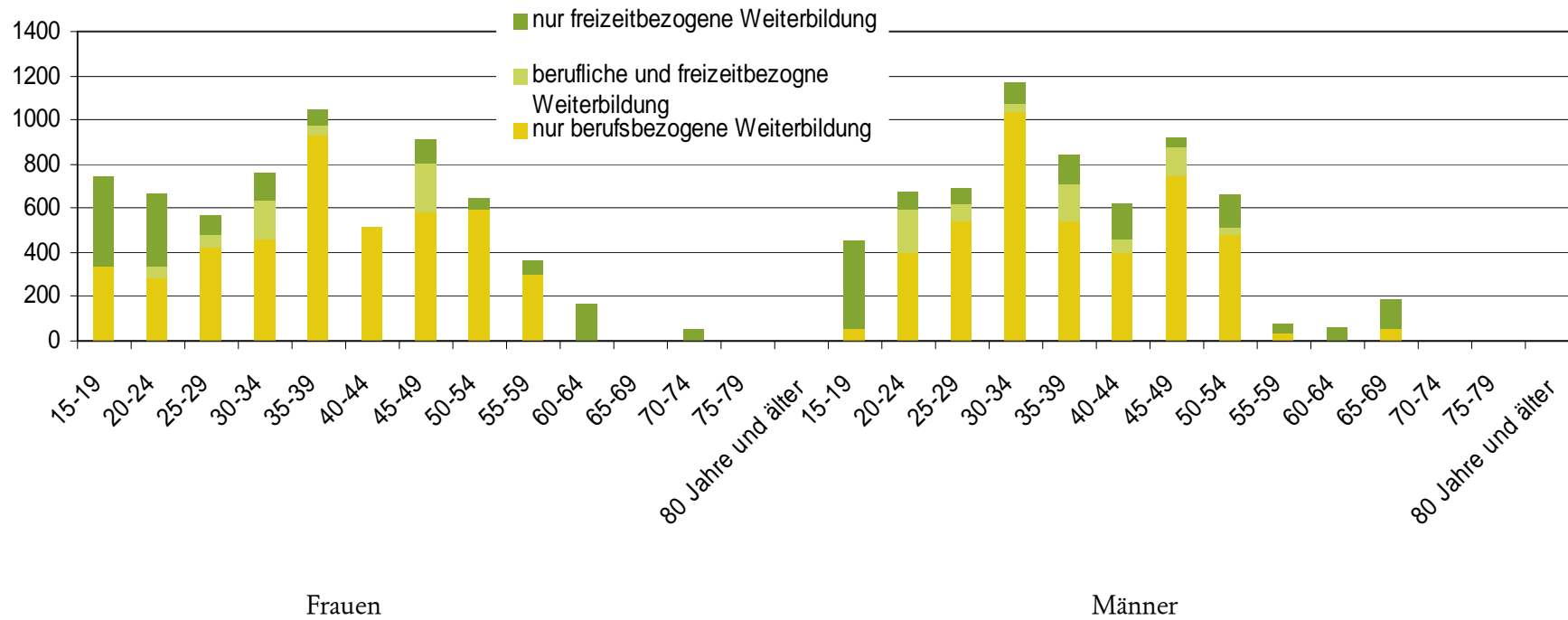


Quelle: Erhebung zum Lebenslangen Lernen 2003 (Ad-hoc-Modul zur Arbeitkräfteerhebung) – 3s Integriertes Berichtssystem Weiterbildung; NUTS3 Südburgenland N=2.158

A.7.5 Weiterbildungsinteressen im Südburgenland nach Altersgruppen und Geschlecht

Abbildung A.2

Weiterbildungsinteressen im Südburgenland (NUTS 3)



Quelle: Erhebung zum Lebenslangen Lernen 2003 (Ad-hoc-Modul zur Arbeitserhebung) – 3s Integriertes Berichtssystem Weiterbildung; NUTS3 Südburgenland N=2.158

A7.6 Überblicksdarstellung zu Lern- und Weiterbildungsmöglichkeiten im Südburgenland

Nachfolgend werden eine Auswahl der Lern- und Weiterbildungsmöglichkeiten im Südburgenland sowie Hinweise auf Qualifizierungsmöglichkeiten aus dem ganzen Burgenland überblicksmäßig dargestellt. Die Auswahl bezieht sich dabei auf die drei Schwerpunkte der Bildungsstrategie: Es werden Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten verschiedener AnbieterInnen in den Bereichen „Ökoenergie“, „Südburgenländischer Natur-Genuss“ sowie „Lernen ohne Grenzen“ dargestellt.

Für weitere Informationen ist auf den umfangreichen Überblick zu Aus- und Weiterbildungsangeboten für Erwachsene im Burgenland hinzuweisen, welchen die Burgenländische Konferenz der Erwachsenenbildung (BUKEB) auf ihrer Webseite www.bukeb.at bietet.

Die Auflistung der Aus- und Weiterbildungsanbieter bzw. -möglichkeiten erfolgt in alphabetischer Reihenfolge, wobei jeweils eine kurze Beschreibung der AkteurInnen, ein grober Überblick zum Kursangebot bzw. Arbeitsschwerpunkte sowie die Homepage für nähere Informationen angeführt sind.

Ökoenergie

___ Burgenländische Energieagentur (BEA): www.eabgld.at

Das Technologiezentrum der BEA befindet sich in Eisenstadt. Daneben gibt es lokale Sprechtag in den Bezirken Oberpullendorf, Oberwart, Güssing, Jennersdorf und Frauenkirchen. Auftrag der BEA ist die Förderung des sinnvollen und effizienten Einsatzes von Energie im privaten, gewerblichen sowie öffentlichen Bereich. Die Aufgaben der BEA sind die Energieförderung, die Energieforschung sowie die Nutzung neuer Technologien, insbesondere im Bereich der heimischen, erneuerbaren Energien. Die BEA bietet u.a. Informationen in Form von Veranstaltungen, umfassendes Informationsmaterial über die sinnvolle Anwendung von Energie, unterstützt bei der Planung, Koordination und Durchführung von Aus- und Weiterbildungsveranstaltungen für EnergieverbraucherInnen, fördert die Durchführung und Begleitung von Forschungs- und Pilotprojekten (z.B. in den Bereichen Bauphysik und gesundes Wohnen, Energietechnik, erneuerbare Energie und Energiewirtschaft). Zudem bietet die BEA eine kostenlose persönliche Energieberatung für Privatpersonen sowie für Firmen an.

___ Berufsförderungsinstitut Burgenland (bfi): www.bfi-burgenland.at

Das bfi Burgenland gibt es als selbstständige Landesstelle seit 1991. Mit seiner Gründung wurde die Möglichkeit geschaffen, die Aus- und Weiterbildung nach regionalen Gegebenheiten und Erfordernissen auszurichten. Das bfi Burgenland bietet praxisorientierte Schulungsmaßnahmen zu unterschiedlichsten Lebens- und Arbeitsbereichen an. Im Kursjahr 2010 werden beispielsweise unterschiedliche Kurse zu „Erneuerbaren Energie“ angeboten.

___ Burgenländisches Schulungszentrum (BUZ): www.buz.at

Das BUZ ist ein gemeinnütziger Verein, der vorwiegend Weiterbildungsmaßnahmen für das AMS anbietet. Ziel ist es, Angebote zu entwickeln und umzusetzen, die den aktuellen Bedarf der burgenländischen Wirtschaft sowie Trends am Arbeitsmarkt berücksichtigen. Es bietet beispielsweise das sozialökonomische Projekt „Die Weiche“ an, das in Zusammenarbeit mit dem Umweltdienst Burgenland durchgeführt wird, mit dem Ziel, langzeitarbeitslosen Männern und Frauen den Wiedereinstieg in die Arbeitswelt zu erleichtern.

___ Burgenländisches Volksbildungswerk (VBW): www.volksbildungswerk.at

Das VBW ist eine traditionsreiche Erwachsenenbildungseinrichtung, die es im Burgenland seit 1945 gibt. Das VBW ist ein freier, überparteilicher und überkonfessioneller Verein. Die Zentrale befindet sich in Eisenstadt, wobei es zwei Regionalstellen im Nord- und Südburgenland gibt. Der Auftrag besteht darin, Bildungsprozesse anzuregen und deren Durchführung fachkundig zu begleiten. Es werden insbesondere bildungsferne Gruppen miteinbezogen. Einer der Arbeitsschwerpunkte des VBW ist „Umweltbildung“.

___ Caritas Burgenland: www.caritas-burgenland.at

Die Caritas Burgenland bietet derzeit in Kooperation mit dem ÖkoEnergiewelt, Südburgenland plus und ELER-Landesrat Ing. Werner Falb-Meixner ein neues Sozialprojekt „Soziale Energie“ für das Südburgenland an. Im wachsenden Markt der erneuerbaren Energie sollen dadurch Chancen für Langzeitarbeitslose und sozial benachteiligte Menschen geschaffen werden.

___ Europäisches Zentrum für Erneuerbare Energie (EEE): www.eee-info.net

Das EEE entwickelt nachhaltige, regionale und kommunale Konzepte zur Energieeinsparung sowie Nutzung und Erzeugung von erneuerbarer Energie. Der Hauptsitz des EEE befindet sich in Güssing, wo auch ein Aus- und Weiterbildungszentrum betrieben wird. Dieses führt auf Anfrage individuell organisierte Aus- und Weiterbildungsveranstaltungen im Bereich erneuerbarer Energien durch. Das EEE engagiert sich zudem im Bereich Forschung und Entwicklung, indem es als Netzwerkpartner fungiert und die Wirtschaft, die AnlagenbauerInnen und schließlich die ForscherInnen zusammenbringt. Durch die steigende Anzahl von BesucherInnen hat das EEE auch den „Ökotourismus“ in Güssing eingeführt. Das EEE bildet staatlich geprüfte RegionsführerInnen aus, die danach Führungen durch verschiedene Anlagen anbieten können. Mit dem Projekt „Das ökoEnergiewelt“ hat das EEE ein gemeinsames Label für die Region entwickelt, das in der Tourismusbranche vertrieben werden kann.

___ FH Burgenland: www.fb-burgenland.at

Die Fachhochschulstudiengänge Burgenland haben zwei Studienzentren: eines in Eisenstadt und eines in Pinkafeld. Die FH Burgenland bietet im Studienzentrum Eisenstadt den Schwerpunkt „Wirtschaft“ sowie „Information, Medien und Kommunikation“ und im Studienzentrum Pinkafeld die Schwerpunkte „Energie- und Umweltmanagement“ sowie „Gesundheit“ an. Der dort geführte FH-Bachelorstudiengang „Energie- und Umweltmanagement“ dauert 6 Semester und ist als Vollzeitstudium organisiert. Die Studieninhalte umfassen insbesondere Gebäudetechnik, Energietechnik und Energiewirtschaft, Ökologie und Umwelttechnik, Wirtschaft, Recht, eine Fremdsprache sowie Wahlmodule. Es werden Spezialisierungsmöglichkeiten in Ge-

bäudetechnik, Energietechnik und Energiewirtschaft, Ökologie und Umweltmanagement angeboten. Das Studium wird mit dem Titel „Bachelor of Science in Engineering“ abgeschlossen. Darauf aufbauend wird auch der FH-Masterstudiengang „Energie- und Umweltmanagement“ angeboten, der 4 Semester dauert und ebenso in Vollzeitform organisiert ist. Die Studieninhalte umfassen Energie- und Umweltverfahrenstechnik, Energie- und Umweltmanagement, Persönlichkeitsbildung, Wirtschaft, Politik und Recht. Das Studium wird mit dem Titel „DiplomingenieurIn“ abgeschlossen. Zusätzlich werden 2 berufsbegleitende FH-Masterstudiengänge angeboten: „Gebäudetechnik und Gebäudemanagement“ sowie „Nachhaltige Energiesysteme“. Letzterer umfasst die Studienfächer Energietechnik und Energiemanagement, Wirtschaft, Umweltökonomie, Politik und Recht, Management, Persönlichkeitsbildung sowie eine mögliche Vertiefung in alternative Energien. Beide Studiengänge werden mit dem Titel „DiplomingenieurIn“ abgeschlossen.

___ Ländliches Fortbildungsinstitut Burgenland (LFI): www.lfi.at, www.bfu.at

Das LFI besteht seit 1972 und wird seit 1998 als eigenständiger Verein geführt, es ist das Bildungsunternehmen der Landwirtschaftskammer. Ziel ist es, ein Bildungsangebot zu offerieren, das auf die Bedürfnisse und Wünsche der Menschen (insbesondere Bäuerinnen und Bauern) im ländlichen Raum ausgerichtet ist. Das LFI hat im Bereich Energie einen Arbeitskreis zu „Biogas“ mit 10 Mitgliedern gegründet. Ziel ist es, Synergien zu schaffen, um daraus wirtschaftliche und technische Vorteile zu ziehen. Der Arbeitskreis „Biogas“ hat den Zweck, den Erfahrungsaustausch unter BiogasbetreiberInnen sowie mit Arbeitskreisen in anderen Bundesländern zu fördern.

___ Wirtschaftsforschungsinstitut Burgenland (WIFI): www.bgld.wifi.at

Das WIFI ist eine Serviceeinrichtung der Wirtschaftskammer Burgenland mit dem Auftrag, die in der Wirtschaft Tätigen zu unterstützen. Ziel ist eine Verbesserung der fachlichen und unternehmerischen Qualifikationen sowie Hilfestellung bei unternehmensspezifischen Fragen zu bieten. Im Burgenland hat das WIFI in Eisenstadt, Oberwart, Oberpullendorf und Neusiedl Standorte. Das WIFI Burgenland bietet im Bereich Energie im Kursjahr 2010/11 u.a. folgende Kurse an: „EnergieberaterIn“ – mit Kursinhalten wie z.B.: landesspezifische Rechts- und Förderungsgrundlagen, Energieberatung in Österreich, Energieverwertung und Energienutzung, Energiebegriffe und Energiedienstleistung, Energieverbraucher im Haushalt, Elektrische Energie. Der Kurs umfasst 90 Trainingseinheiten und findet in Eisenstadt statt. „Solartechnik/in“: Kursinhalte umfassen u.a. die Solarthermie, Photovoltaik sowie Biomasse. Der Kurs findet in Güssing und Eisenstadt statt und umfasst 220 Trainingseinheiten.

Südburgenländischer Natur-Genuss

___ AMS-Kursprogramm Burgenland: www.wbdb.ams.or.at

Das AMS bietet u.a. einen Weiterbildungskurs „Fachkräfteprogramm – RezeptionistIn mit Fidelio und Englisch“ an. Der Kurs richtet sich an Jugendliche, deren Berufsziel im Tourismus liegt. Ziele sind die Vermittlung von Fidelio-Kenntnissen in der Tourismusbranche sowie die Vermittlung von Kenntnissen des Aufgabengebietes eines/einer RezeptionistIn. Der Kurs findet im Technologiezentrum Güssing in Kooperation mit der Ibis Acam Bildungs GmbH statt und wird vom AMS gefördert.

___ Arbeitsgemeinschaft der Bauern und Bäuerinnen des Burgenlands:

www.agrarnet.info

Die Arbeitsgemeinschaft der Bauern und Bäuerinnen des Burgenlandes ist eine Organisation der Burgenländischen Landwirtschaftskammer und besteht seit 1997. Ziele sind die persönliche und berufliche Weiterbildung. Diesbezüglich wird ein umfangreiches Angebot an Veranstaltungen und Exkursionen, teilweise in Zusammenarbeit mit dem LFI Burgenland, angeboten. Die Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen bäuerlicher Familien sowie Förderung der Kultur und der Brauchtumpflege stehen dabei im Mittelpunkt.

___ Berufsförderungsinstitut Burgenland (bfi): *www.bfi-burgenland.at*

Das bfi Burgenland bietet im Bereich „Gesundheit, Ernährung, Wellness“ u.a. folgende Kurse an: „Medizinische R MasseurIn“, „Bioenergo-PraktikerIn“ oder „Asiatische Wellnessbehandlung“. In den Regionalstellen Güssing und Jennersdorf finden u.a. Kurse zu „Wildkräutern“ oder „Wein und alles, was dazugehört“ statt. Die Kurse sind von unterschiedlicher Dauer und allesamt kostenpflichtig.

___ FH Burgenland: *www.fb-burgenland.at*

Die FH Burgenland bietet am Standort Pinkafeld den FH-Bachelorstudiengang „Gesundheitsmanagement und Gesundheitsförderung“ an. Dieser dauert 6 Semester und umfasst u.a. die Studienfächer Gesundheitsförderung und Gesundheitsmanagement, Wirtschafts- und Rechtswissenschaften, Technik und Soziales. Der Studiengang wird mit dem Titel „Bachelor of Arts in Business“ abgeschlossen. Darauf aufbauend wird auch der FH-Masterstudiengang „Management im Gesundheitswesen“ angeboten, der 4 Semester dauert und folgende Studienfächer umfasst: Gesundheitsförderung, Gesundheitswissenschaften und Gesundheitskommunikation, Managementtechniken, Fremdsprachen („English for Healthmanager“). Das Studium wird mit dem Titel „Master of Arts in Buisness“ abgeschlossen.

___ Höhere Bundeslehranstalt und Fachschule für wirtschaftliche Berufe (ECOLE Güssing): *www.ecole.or.at*

In der Fachschule für wirtschaftliche Berufe (FW) wird der Ausbildungszweig „Tourismus, Mediendesign und Sport“, der 3 Jahre dauert, angeboten. Daneben gibt es in der Höheren Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe (HLW) drei Ausbildungszweige, die mit Tourismus in Zusammenhang stehen: „Tourismus-, Eventmanagement und Sport“, „Tourismus-, Eventmanagement und Sprachen“ sowie „Gesundheit, Wellness und Soziales“, die alle drei 5 Jahre dauern.

___ Landwirtschaftliche Fachschule Burgenland (LFS): *www.weinbauschule.at*

Die LFS ist eine berufsbildende mittlere Schule, die Aus- und Weiterbildung mit angewandter Forschungstätigkeit im agrarökonomischen Bereich (Wein-, Obst- und Feldbau) verbindet. Die Landwirtschaftliche Fachschule bietet einen Berufsabschluss für WinzerInnen und BetriebsleiterInnen. Die Studienfächer umfassen Marketing, soziale Kompetenzen und Präsentationstechniken sowie Verkauf von Produkten. Derzeit gibt es eine Schulkooperation zwischen der LFS Eisenstadt und der HAK Neusiedl am See. Durch den zusätzlichen Schwerpunkt „Weinbau- und Agrar-Management“ sollen hochqualifizierte PraktikerInnen zur Führung landwirtschaftlicher Betriebe ausgebildet werden.

___ Landwirtschaftliches Fortbildungsinstitut Burgenland (LFI): www.lfi.at,
www.bfu.at

Das LFI bietet im ländlichen (landwirtschaftlichen) Bereich eine Vielzahl von Kursen an. Im Themenschwerpunkt „Landwirtschaft“ werden Kurse in Pflanzenproduktion angeboten, beispielsweise der Zertifikatslehrgang „Bio-Weinbau“. Die Ausbildung hat zum Ziel, den TeilnehmerInnen die Produktionsformen einer ökologischen Bewirtschaftung im Weinbau umfassend näher zu bringen und kann daher Umstellungsbetrieben sehr gut als Entscheidungshilfe dienen. Der Kurs umfasst 120 Unterrichtseinheiten und ist mit Kosten in der Höhe von 370 Euro verbunden. Es werden aber auch Kurse im Bereich „Direktvermarktung“ angeboten, die sich beispielsweise mit der Haltbarmachung von Obst und Gemüse oder mit Kräuterpädagogik (Zertifikatslehrgang) befassen. Daneben gibt es auch den Zertifikatslehrgang „Seminarbäuerin/-bauer“: Der Lehrgang vermittelt die wesentlichen Kompetenzen (persönlich, sozial und fachlich), um KonsumentInnen sowie ProduzentInnen in Kursen und Seminaren über die Vorzüge heimischer Lebensmittel zu informieren. Der Lehrgang umfasst 130 Unterrichtseinheiten und kostet 370 Euro.

___ Quality Austria: www.qualityaustria.com

Die Quality Austria – Trainings, Zertifizierungs und Begutachtungs GmbH offeriert, neben mehreren Kursen und Ausbildungsmöglichkeiten im Gesundheitsbereich, eine staatlich anerkannte Lehrgangsreihe zum/zur Best Health Austria (BHA)-ExpertIn im Gesundheitstourismus.

___ Volkshochschule Burgenland (VHS): www.vhs-burgenland.at

1969 konstituierte sich der Landesverband burgenländischer Volkshochschulen. Die VHS Burgenland verfügt über 11 Regionalstellen, davon 2 im Südburgenland – eine Regionalstelle in Oberwart sowie eine für Güssing und Jennersdorf. Die Volkshochschule Burgenland bietet kostenlose Bildungsinformation und Bildungsberatung sowie ein umfangreiches (kostenpflichtiges) Kursprogramm an. Im Bereich „Gesundheit – Wellness – Tourismus“, bietet es eine Vielzahl an Weiterbildungskursen, die unterschiedlichste Themenbereiche abdecken. In der Regionalstelle Oberwart gibt es z.B. folgende Kursthemen: „Work-Life-Balance“ oder „Mit Kräutern Leben – vom Samenkorn bis zum Kochtopf“.

___ Wirtschaftsforschungsinstitut Burgenland (WIFI): www.bgld.wifi.at

Das WIFI Burgenland bietet im Bereich Tourismus, Ernährung und Wellness einige Kurse an, im Kursjahr 2010/11 sind dies z.B. „Ausbildung zum/zur diätisch geschulten Koch/Köchin“, „Ausbildung zum/zur diplomierten Wellness- und FitnesstrainerIn“, „Ausbildung zum/zur WeinexpertIn“, „Ausbildung zum/zur Somelier/Somelière“ oder eine „Ausbildung zum diplomierten Freizeit- und Outdoorguide“. Die Ausbildungen sind kostenpflichtig und finden größtenteils in Eisenstadt und Oberwart statt.

Lernen ohne Grenzen

___ AMS-Kursprogramm Burgenland: www.wbdb.ams.or.at

Das AMS-Kursprogramm im Burgenland bietet u.a. Kurse zu „Vermittlungshilfe für Jugendliche“ sowie „Vermittlungshilfe für Frauen“ in Güssing und in Oberwart an.

Der Kurs „Vermittlungshilfe für Jugendliche“ umfasst Berufsorientierung, Bewerbungstraining, Kommunikationstraining und Persönlichkeitsentwicklung, verbunden mit Praxisplätzen in öffentlichen und gemeinnützigen Einrichtungen. Im Kurs „Vermittlungshilfe für Frauen“ werden u.a. Kenntnisse in der Klärung der persönlichen und regionalen Berufsmöglichkeiten, in Eigenverantwortlichkeit oder professionellen Bewerbungsstrategien vermittelt. Beide Kurse werden in Kooperation mit den Regionalstellen des bfi in Güssing und Oberwart durchgeführt.

___ Berufsförderungsinstitut Burgenland (Bfi): www.bfi-burgenland.at

Das bfi bietet z.B. eine Vielzahl an verschiedenen Sprachkursen an, u.a. Ungarisch und Kroatisch.

___ Burgenländische Forschungsgesellschaft (BFG): www.forschungsgesellschaft.at

Die BFG wurde 1987 als außeruniversitäre Forschungs- und Bildungseinrichtung gegründet. Inhaltliche Schwerpunkte der BFG sind „Zeitgeschichte und politische Bildung“, „Grenzregionsforschung im regionalen und europäischen Rahmen“, „Erwachsenenbildungsforschung im Kontext des lebenslangen Lernens“, „Bildungsinformation und Bildungsberatung“, „Gender Studies, Frauenqualifikation und Frauenforschung“, „Arbeitsmarkt- und Regionalentwicklung“ sowie „Volksgruppen und Minderheiten“. Die BFG organisiert Symposien und Tagungen, gibt Publikationen und Projektberichte heraus und ist ein grenzüberschreitendes Informations-, Service- und Kompetenzzentrum für Studierende, WissenschaftlerInnen, ErwachsenenbildnerInnen sowie Kunst- und Kulturschaffende.

___ Burgenländisches Schulungszentrum (BUZ): www.buz.at

Das BUZ bietet u.a. das Projekt „Anlehre für Jugendliche“ zur Integration benachteiligter Jugendlicher an. Das Projekt bietet eine „Anlehre“ für die Bereiche Grünlandpflege, Raumpflege, Küchenarbeit oder handwerkliche Fertigkeiten im Bereich Metallrecycling an. Daneben wird in Zusammenarbeit mit dem AMS auch das Projekt „Come in“ angeboten. Ziele dieses Projekts sind die Integration von Jugendlichen am Arbeitsmarkt, die Sensibilisierung der Jugendlichen hinsichtlich ihrer künftigen beruflichen Tätigkeit sowie die Hilfestellung bei der Arbeits- bzw. Lehrstellensuche.

___ Burgenländisches Volksbildungswerk (VBW): www.volksbildungswerk.at

Das Burgenländische Volksbildungswerk bietet Weiterbildungen in den folgenden Arbeitsschwerpunkten an: „Persönlichkeitsbildung“, „Erstellung persönlicher Kompetenzportfolios“, „Elternbildung“, „Gemeinwesenarbeit und Politische Bildung“, „Dorf- und Regionalentwicklung“, „Erforschen von Lokal- und Regionalgeschichte“ sowie „Zielgruppenprogramme für SeniorInnen, Familien, Frauen, Jugendliche, die burgenländischen Volksgruppen und für bildungsferne und benachteiligte Gruppen“. Didaktisch greift das VBW dabei auf Vorträge und Diskussionsrunden, Kurse und Seminare, Bildungswochen und Bildungstage, Exkursionen und Begehungen sowie Kulturveranstaltungen zurück.

___ Die Scheune - Freiraum für Entfaltung: www.diescheune.at

Die Scheune bietet einen Raum, in dem Menschen der Hektik des Alltags und dem Druck des täglichen Lebens entfliehen können. Es werden u.a. Kräuterworkshops, Seminare zu Konfliktmanagement oder Persönlichkeitsfindung angeboten.

___ Evangelisches Bildungswerk Burgenland (EBB): www.evangelische-burgenland.at
Ziel der evangelischen Bildungsarbeit ist die Entfaltung des/der Einzelnen und der Gesellschaft in Richtung einer verantwortlichen, partnerschaftlich gestalteten Öffentlichkeit. Das EEB bietet u.a. Veranstaltungen zu Nationalsozialismus, zu Weltreligionen oder Elternseminare an.

___ eza.at: www.eza.at
Das eza.at ist ein Service der Österreichischen Forschungsstiftung für Internationale Entwicklung und bietet eine Weiterbildungsdatenbank (mit einer Suchauswahl für das Burgenland) mit einem großen Angebot an Veranstaltungen und Kursen in den Themenbereichen Interkulturalität, Rassismusbekämpfung und Sensibilisierung.

___ Frauenberatungsstelle Oberwart: www.frauenberatung-oberwart.at
Die Frauenberatungsstelle Oberwart bietet Frauen- und Mädchenberatung an, sie bietet Informationen über rechtliche Ansprüche (Familienrecht, Scheidungsrecht) und sonstige Ressourcen (Bildungsangebote etc.) sowie Unterstützung und Begleitung bei der Umsetzung gemeinsam formulierter Ziele. Die Beratungsstelle bietet auch ein Kursprogramm u.a. zu folgenden Themen an: „Als südburgenländische Frau auf Arbeitssuche“, „Bauchtanz“ oder „Yoga“.

___ Haus der Begegnung – Bildungshaus der Diözese Eisenstadt (HdB): www.hdb-eisenstadt.at
Das HdB befindet sich in Eisenstadt und bietet Seminare, Kurse, Exerzitien, Kreativveranstaltungen sowie Eigen- und Gastveranstaltungen an.

___ Katholische ArbeitnehmerInnen Bewegung (KAB): www.martinus.at
Die KAB in Eisenstadt bietet beispielsweise den Kurs „Integrative Ausbildung für arbeitslose Mädchen“ an. Ausbildungsinhalte sind Kommunikations- und Gruppentraining, Förderung der persönlichen Eigenständigkeit über Haushaltsführung, Bewerbungstraining sowie Schnupper- und Praxistage.

___ Katholisches Bildungswerk der Diözese Eisenstadt (KBW): www.martinus.at
Das KBW richtet sich an alle Bildungsinteressierten und bietet Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten in den Bereichen Glaubens-, Persönlichkeits- und Bewusstseinsbildung an. Diesbezüglich werden Vortrags- und Seminarreihen sowie Studienreisen (mit-)organisiert. Das Forum Erwachsenenbildung des KBW bietet beispielsweise einen Kurs zu „Leben in Beziehungen im mehrsprachigen Burgenland“ sowie den darauf aufbauenden Kurs „Leben in Beziehungen II“ an.

___ KUGA – Kulturna zadruga: www.kuga.at
Der Verein KUGA ist ein interkulturelles Zentrum in Großwarasdorf und wurde 1982 gegründet, um das mangelnde Kulturangebot sowie die zunehmende Abwanderung aus der Region zu kompensieren. Ziele des Vereins sind die Förderung der Mehrsprachigkeit im Burgenland, die Organisation von Kulturveranstaltungen, die Ausweitung des Kultur- und Bildungsangebots in der Region, die Förderung des kreativen Schaffens sowie die Förderung der interkulturellen Kommunikation durch Kurse, Workshops und Diskussionen. Es werden u.a. Veranstaltungen in den Bereichen Musik, Folklore, Kabarett und Theater umgesetzt und es finden regelmäßige Kurse zu Erwachsenenbildung (Sprachen, Sport, Elternbildung usw.) statt.

— Österreichisches Studienzentrum für Frieden und Konfliktlösung (ÖFSK):
www.aspr.ac.at

Das ÖFSK wurde 1982 gegründet – mit dem Ziel, zur weltweiten Förderung des Friedens und zur Förderung einer friedlichen Konfliktlösung auf allen Ebenen beizutragen. Es werden u.a. Kurse zu folgenden Themenbereichen angeboten: „Training for Civilian Crisis Mission“, „Region Specific Contributions to Conflict Management“ oder „Friedenserziehung“.

— Verein zur Förderung der Bildungsinformation und Bildungsberatung im Burgenland: *www.bildungsberatung-burgenland.at*

Der nicht auf Gewinn ausgerichtete Verein fördert Initiativen und Maßnahmen zur Vernetzung von bestehenden Bildungsinformations- und Bildungsberatungsangeboten im Burgenland. Das Beratungsangebot steht Personen jeden Alters, jeder Vorbildung und mit jeglichem Bildungsziel oder Bildungsanliegen zur Verfügung und orientiert sich an den Bedürfnissen der Beratung suchenden Personen.

— Verein KuKuK Bildein: *www.kukuk.at*

KuKuK steht für „Kunst, Kultur und Kommunikation“. Der Verein wurde 1997 von 24 Jugendlichen gegründet und versteht sich als offene Plattform, an der sich alle beteiligen können, denen die „Dorfkultur“ am Herzen liegt. Der Verein bemüht sich, eine dörfliche Veranstaltungskultur im Pinkaboden aufzubauen. Es werden u.a. Musik-, Theater-, Kino- und Kabarettprogramme umgesetzt. Zudem finden im Sommer seit längerem grenzübergreifende Musikfestivals statt.

— Verein Roma Oberwart: *www.verein-roma.at*

Der Verein Roma Oberwart wurde 1989 gegründet, um bestehende Vorurteile zu hinterfragen und für deren Abbau einzutreten, die Kinder und Jugend im schulischen sowie im freizeitpädagogischen Bereich zu fördern, den kulturellen Austausch zwischen Roma und Nicht-Roma sowie die Integration der Roma in die Gesellschaft unter Beibehaltung ihrer eigenen Kultur zu fördern. Um diese Ziele zu erreichen, wurde 1990 die Roma-Beratungsstelle in Oberwart gegründet. Diese bietet ein Beratungs- und Betreuungsangebot ergänzend zum Angebot des Arbeitsmarktservice. Mit dessen Unterstützung werden serviceunterstützende Maßnahmen umgesetzt, die die Beseitigung jener Faktoren zum Ziel haben, die den erfolgreichen Einstieg in Ausbildung, Beruf oder Arbeit erschweren bzw. Arbeitsplätze gefährden.

— Volkshochschule Burgenland (VHS): *www.vhs-burgenland.at*

Die VHS Burgenland bietet eine Vielzahl an Kursen in den Bereichen „Politik, Gesellschaft, Kultur“ an, z.B. Kurse zu „1000 Jahre gemeinsam / Interkulturális szakkör-1000 évig együtt“ oder „Migration – Integration – Radikalismus“ an. Daneben gibt es auch spezielle Angebote für Kinder und Jugendliche sowie ein breites Angebot an Bildungsberatung.

A.7.7 Schwerpunkte der Lokalen Entwicklungsstrategie, Ziele und angestrebte Resultate

Nachfolgend sind zu den drei Schwerpunkten der Lokalen Entwicklungsstrategie, die als Schwerpunkte für die Bildungsstrategie definiert wurden, alle Zielsetzungen sowie angestrebten Resultate angeführt (in Kap. 3.2 wurden nur Zielsetzungen mit explizitem Bildungsbezug angeführt).

Aktionsfeld „Behauptung der Führungsposition im Bereich Ökoenergie“

- ___ Schaffung eines energieautarken Südburgenlands
- ___ Ausbau der Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten im Bereich Erneuerbare Energie
- ___ Multiplikation des „Modells Güssing“ im gesamten Südburgenland
- ___ verstärkte Information und Einbindung der Betriebe, Gemeinden und der Bevölkerung in die Entwicklung Erneuerbarer Energien
- ___ Förderung des ökologischen Bauens und Wohnens
- ___ Bewusstmachung der Möglichkeiten der Energieeinsparung als primäre Maßnahme
- ___ Nutzung der Ökoenergie als Frequenzbringer für die touristische Entwicklung der Region
- ___ Kombinierung der Erneuerbaren Energie mit anderen Wirtschaftsbereichen zur Herstellung von Mehrwert- und Synergieeffekten:
 - ___ Klein- und Mittelunternehmen
 - ___ Bildung
 - ___ Land- und Waldwirtschaft
 - ___ Mobilität
- ___ Schaffung eines hochwertigen Aus- und Weiterbildungsangebots im Bereich Erneuerbare Energie (Schwerpunkt Photovoltaik und Biomasse)
- ___ Mobilisierung noch nicht ausgeschöpfter Energiepotenziale (Biomasse, Wald, Solar...).
- ___ Steigerung der Effizienz der Energieerzeugung

Angestrebte Resultate

- ___ Energieautarke Region 2013
- ___ Existenz von umfassenden Energiekonzepten in den südburgenländischen Gemeinden
- ___ Ausbildung von kommunalen EnergiemanagerInnen
- ___ Marktführerschaft in der Forschung und Entwicklung zur Erneuerbaren Energie
- ___ Konkrete Ansprache zumindest jedes zweiten Haushalts über die Möglichkeiten der Energieeinsparung und Erneuerbaren Energie
- ___ Ausbildungszentrum für Erneuerbare Energie
- ___ Schaffung eines Gütesiegels für regionale Produktion

Aktionsfeld „Südburgenländischer Natur-Genuss“

- ___ Erhaltung der einzigartigen Natur-Kulturlandschaft
- ___ flächendeckende Versorgung durch DirektvermarkterInnen mit regionalen Produkten
- ___ Weiterentwicklung der landwirtschaftlichen Lebensmittelproduktion durch forcierte Produktveredelung
- ___ breite Bekanntmachung der Lebensmittelvielfalt und deren Besonderheiten (Frische, Gesundheit, Klimaschutz) sowie der Vielfalt an touristischen Angeboten in der südburgenländischen Bevölkerung
- ___ professionelle Vermarktung des Südburgenlands als Region mit hohem Natur-Genuss
- ___ Förderung der Akzeptanz der Leistungen der Landwirtschaft für Gesellschaft und Natur sowie Vermarktung biologischer Produkte
- ___ Steigerung der Gästefrequenz bei den AnbieterInnen touristischer Dienstleistungen
- ___ Schaffung hochqualitativer Angebote und Angebotspakete, die den Bedürfnissen des modernen, anspruchsvollen Gasts entsprechen
- ___ Förderung des barrierefreien Zugangs zu den regionalen Angeboten
- ___ Bündelung der touristischen Leistungsvielfalt und zielgerichtete Vermarktung nach Alleinstellungsmerkmalen
- ___ Schaffung und Transport eines Bildes der Region Südburgenland, das dem Gast die Einfachheit, Besinnung aufs Wesentliche und „Entschleunigung“ bietet

Angestrebte Resultate

- ___ Regionaler Versorgungsgrad an landwirtschaftlichen Produkten ist gestiegen
- ___ Regionale Leitprodukte (z.B. Obst, Säfte) sind in den Schulen erhältlich
- ___ Durch einheitlichen Auftritt nach innen und außen als Region erkannt werden
- ___ Steigerung der touristischen Kenndaten (Nächtigung, Tagesankünfte)
- ___ Schaffung weiterer Arbeitsplätze durch Veredelung und Logistik in der Landwirtschaft sowie durch den Gästeanstieg im Tourismus
- ___ Zusammenarbeit der regionalen qualitativen Genussinitiativen aus AMA-Genussregionen, Naturparke, Südburgenland – Ein Stück vom Paradies, Weindidylle, echt guat – Buschenschenker
- ___ qualitätsvolle Weiterentwicklung, Professionalisierung und Zusammenarbeit der naturtouristischen Anbieter (Naturparks, Waldpädagogik, Urlaub am Bauernhof, Lafnitztal, Zickentaler Moor, Natura-2000-Gebiete)
- ___ Schaffung und Ausbau regionstypischer Angebote bei Lebensmitteln, in der Gastronomie, der Beherbergung sowie bei den Ausflugsdestinationen

Aktionsfeld „Lernen ohne Grenzen“

- ___ Forcieren der gemeindeübergreifenden Zusammenarbeit („von- und miteinander Lernen“) auf kleinregionaler Ebene
- ___ Aufbau von Unternehmenskooperationen zur Entwicklung von Gesamtangeboten und Stärkung des Wirtschaftsstandorts Südburgenland
- ___ Entwickeln des Selbstverständnisses als „Lernende Region“ und Aufbau der dafür erforderlichen strukturellen und geistigen Rahmenbedingungen.

- ___ Initiieren und Pflegen von Erfahrungsaustausch und Know-how-Transfer mit anderen Leader-Regionen im Besonderen zu den Themen Nahversorgung und Kinder- und Altenbetreuung und anschließende Implementierung von Pilotmodellen in der Region
- ___ Erhöhung des Sozialkapitals durch gezielte Nutzung der unterschiedlichen Begabungen und Talente über Geschlechter, Altersgruppen und Kulturen hinweg; mit besonderem Augenmerk auf die „Zuigroasten“ im Südburgenland
- ___ Entwicklung gemeinsamer regionaler Bildungsinitiativen (z.B. Sprache, Persönlichkeitsbildung, Wissen über das Südburgenland, UnternehmerInnentum etc.)
- ___ Erschließung neuer Einkommens- und Beschäftigungsfelder (v.a. in der Landwirtschaft)
- ___ Nutzung der Potenziale in den jüngeren EU-Nachbarländern

Angestrebte Resultate

- ___ Die Bevölkerung ist zunehmend in die Gestaltung der regionalen Entwicklung involviert. Die LAG hat entsprechende Möglichkeiten („Ideenwerkstätten“) installiert.
- ___ Das Aus- und Weiterbildungsangebot im Südburgenland ist erweitert, attraktiver geworden und wird verstärkt in Anspruch genommen. Attraktive Sprachkurse, ein Coaching-Angebot für KleinunternehmerInnen und Netzwerke wurden entwickelt.
- ___ Leer stehende, ungenützte Räumlichkeiten werden für Bildungsinitiativen genutzt.
- ___ Es gibt zunehmend mehr AktivbürgerInnen mit Mut zur Eigeninitiative und geistiger Mobilität. Die Kooperationsfähigkeit ist gestiegen.
- ___ Besser qualifizierte junge Menschen mit größeren Chancen am Arbeitsmarkt.

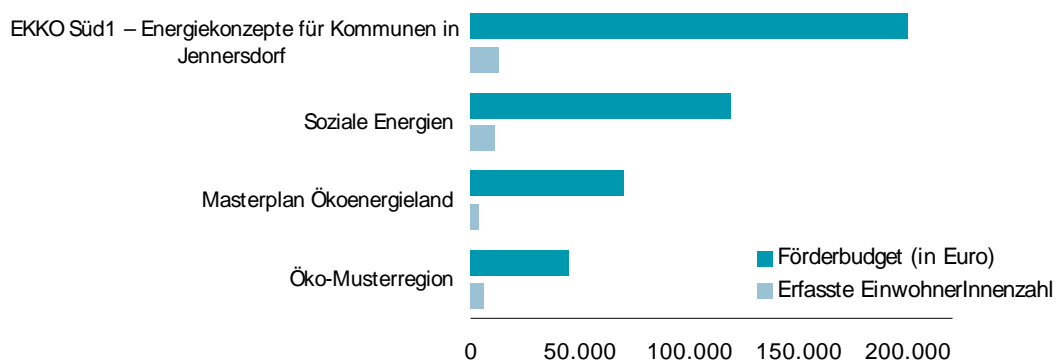
Weitere Schwerpunkte der Lokalen Entwicklungsstrategie, welche allerdings nicht als Schwerpunkte für die Bildungsstrategie definiert wurden, umfassen die beiden Aktionsfelder „Ökomobiles Südburgenland“ und „Multikulturelles Südburgenland“.

A.7.8 Leader-Projekte zu den Schwerpunktbereichen der Lokalen Entwicklungsstrategie

Bereits über das Leader-Programm geförderte Projekte wurden in der Ausarbeitung von Modellprojekten für die Bildungsstrategie berücksichtigt, um inhaltliche Überschneidungen zu vermeiden. In den nachfolgenden Abbildungen sind ausgewählte Projekte im Südburgenland angeführt, die über das Programm Leader gefördert wurden bzw. werden und einem der drei Schwerpunkte der Bildungsstrategie zugeordnet werden können. Um die Größenordnung der Projekte zu veranschaulichen, ist auch jeweils das Förderbudget dargestellt.

Abbildung A.3

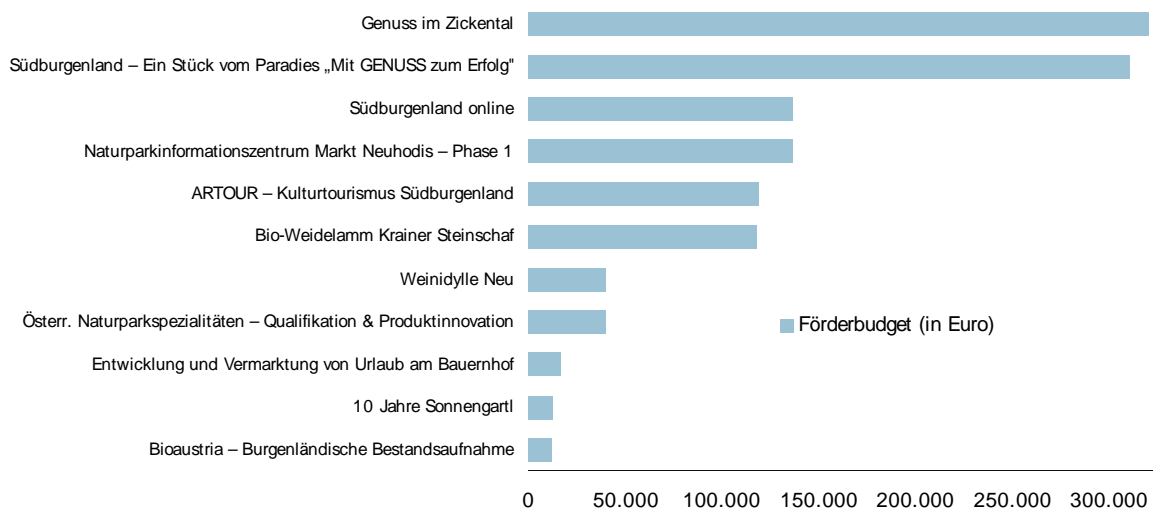
Leader-Projekte zum Aktionsfeld „Ökoenergie“ im Südburgenland



Quelle: 3s-Darstellung

Abbildung A.4

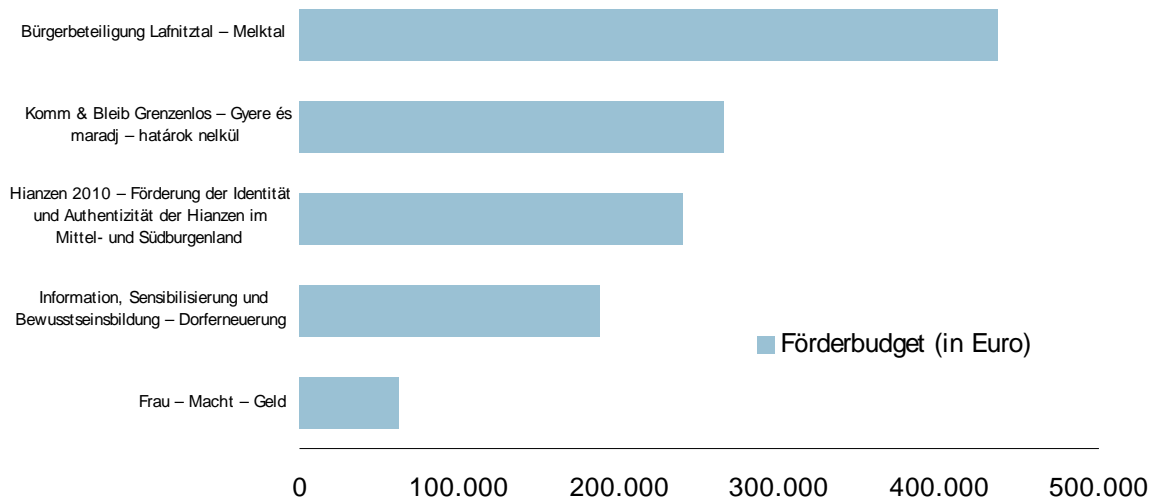
Leader-Projekte zum Aktionsfeld „Südburgenländischer Natur-Genuss“ im Südburgenland



Quelle: 3s-Darstellung

Abbildung A.5

Leader-Projekte zum Aktionsfeld „Lernen ohne Grenzen“ im Südburgenland



Quelle: 3s-Darstellung

A.7.9 Ergebnisse aus den qualitativen Erhebungen

In der nachfolgenden Tabelle sind die wichtigsten Ergebnisse aus Desk-Research sowie aus den verschiedenen qualitativen Erhebungsphasen (leitfadengestützte, teilexplorative Telefoninterviews mit RepräsentantInnen von Institutionen/Vereinen/Organisationen der Schwerpunkte und Zielgruppen der Bildungsstrategie sowie mit RepräsentantInnen von übergeordneten Erwachsenenbildungseinrichtungen; Bildungsstrategie-Workshops) nach Schwerpunktthemen zusammengefasst. Darunter finden sich auch bereits realisierte Projektvorhaben zu den Schwerpunktbereichen. Gesondert werden darüber hinaus die Rückmeldungen zu den einzelnen Modellprojekten für eine künftige Umsetzung der Bildungsstrategie sowie mögliche ProponentInnen hierfür angeführt.

Tabelle A.9

Ergebnisse und Rückmeldungen zu den Schwerpunkten und Modellprojekten der Bildungsstrategie

Rückmeldungen aus den Erhebungen zu den drei Schwerpunkten der Bildungsstrategie

SCHWERPUNKTE	Vorhandene Projekte in der Region (Auswahl)	Anmerkungen/Themen/Vorschläge aus der Lokalen Entwicklungsstrategie	Anmerkungen/Themen aus dem Workshop 1 (Vorstand der Leader-Aktionsgruppe südburgenland plus)	Befragung ExpertInnen (qualitativ) - nach Zielgruppen
<p>Schwerpunkt: Behauptung der Führungsposition im Bereich der „Ökoenergie“</p>	<p>„Das ÖkoEnergieLand: Masterplan ÖkoenergieLand“ „Regionalverband Güssing Stegersbach: „Öko-Musterregion Güssing- Stegersbach“ „RP: Burgenländische Energieagentur: „EKKO Süd“ - Energiekonzepte für Kommunen in Jennersdorf“ „RP: Caritas der Diözese Eisenstadt: „Soziale Energien“</p>	<p>„Zielseetzungen: Schaffung eines energieautarken Südburgenlands, Ausbau der Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten im Bereich Erneuerbare Energie, Multiplikation des „Modells Güssing“ im gesamten Südburgenland; verstärkte Information und Einbindung der Betriebe, Gemeinden und der Bevölkerung in die Entwicklung von Konzepten zu Erneuerbarer Energie; Förderung des ökologischen Bauens und Wohnens, Bewusstmachung der Möglichkeiten der Energieeinsparung als primäre Maßnahme, Nutzung der Ökoenergie als Frequenzbringer für die touristische Entwicklung der Region, Kombination der Erneuerbaren Energie mit anderen Wirtschaftsbereichen zur Herstellung von Mehrwert- und Synergieeffekten (Klein- und Mittelunternehmen, Bildung, Land- und Waldwirtschaft, Mobilität). Schaffung eines hochwertigen Aus- und Weiterbildungsangebotes im Bereich Erneuerbare Energie (Schwerpunkt Photovoltaik und Biomasse), Mobilisierung noch nicht ausgeschöpfter Energiepotenziale (Biomasse, Wald, Solar ...). Steigerung der Effizienz der Energieerzeugung. „mögliche (angestrebte) Resultate: Energieautarke Region 2013, Entwicklung und Umsetzung von umfassenden Energiekonzepten in den südburgenländischen Gemeinden, Ausbildung von kommunalen EnergiemanagerInnen, Marktführerschaft in der Forschung und Entwicklung zu Erneuerbarer Energie, konkrete Ansprache zumindest jeden 2. Haushalts über die Möglichkeiten der Energieeinsparung und Erneuerbaren Energie, Etablierung eines Ausbildungszentrums für Erneuerbare Energie, Schaffung eines Gütesiegels für regionale Produktion „SWOT-Analyse: Stärken: Europäisches Zentrum für Erneuerbare Energie, Nähe zu den EU-Mitgliedsländern, günstige und infrastrukturell gut ausgestattete Industrie-/Gewerbeflächen, qualifizierte Arbeitskräfte, Kompetenzknoten (Technologie-, Innovations- und Gründerzentren), internationale Reputation bestehender Forschungs- und Bildungseinrichtungen. Chancen: Energieautarkie, regionale Wertschöpfung, Arbeitsplätze, Kooperation, Ökotourismus, bessere Anbindung an Verkehrsachsen. Schwächen: keine regionale Breitenwirkung der Erneuerbaren Energie, wenig Ost-Sprachkenntnisse, sinkende Lehrstellenzahl, mangelhafte Verkehrsanbindung, schwach ausgeprägtes Innovationsbewusstsein bei KMUs, Fehlen von impulsgebenden, innovationsorientierten Leitbetrieben, Risikokapitalannahme bei KMUs ist gering; verkehrsmäßige Erreichbarkeit. Risiken: junge PendlerInnen, FacharbeiterInnenmangel; Verfall, Identitätsverlust</p>	<p>„mögliche Zielgruppen: arbeitslose ArbeitnehmerInnen, Unternehmensnetzwerk, Kleinstbetriebe, Großbetriebe, Haushalte/Betriebe zu erneuerbarer Energie, Jugend (inkl. Jugendliche + Genuss, Jugendliche + Energie), Zuwanderer/„Zuigroaste“, BürgermeisterInnen, ProjektträgerInnen (häufigste Nennungen: Jugendliche und KMUs) „mögliche Ziele: Ökoenergie, Mobiles Südburgenland, Führungsposition Erneuerbare Energie, effiziente Energienutzung, Energiesparen, Ökoenergie = häufigste Nennungen bei Zielen „angesprochene Ideen zu Lernprojekten: Experimentierwerkstatt im Kindergarten, Lernfest, Erziehen (Elternschule), Naturschutz & Schule „Effekte/Nutzen für die Region: Lernen, richtig zu lernen; Aufbau eines Heimmarkts für Erneuerbare Energieträger und Dienstleistungen der Erneuerbaren Energie, Erreichung neuer Zielgruppen, Umsetzungsunterstützung LES, Optimieren und vernetzen von Know-how und Ressourcen „mögliche Risiken: Theorie/Praxis-Diskrepanz, zeitliche Machbarkeit des Netzwerkmanagements, Sicherstellung der Nachhaltigkeit „Anmerkungen zum Masterplan Ökoenergie: im Ökobereich in der Region bereits einiges vorhanden müssen, d.h. Vermittlung dieser Stärkekelder, um v.a. Jugendlichen (Arbeitsmarkt) Perspektiven zu</p>	<p>„IT: Fokussierung auf den Bereich Ökoenergie; wird zwar teilweise in Schulen umgesetzt, sollte aber ausgebaut werden (ZG KMU) „IT: Anlehnung an die Lokale Entwicklungsstrategie ist zu stark, keine Überschneidung zwischen den Bereichen Ökoenergie sowie Südburgenländischer Naturgenuss und den inhaltlichen Zielsetzungen der VHS Burgenland (ZG BUKEB) „ES: Engagement in modernen Tätigkeitsfeldern wie Energie- oder Ökobereich fördern; Bewusstseinsbildung für Möglichkeiten/Perspektiven im Bereich Energie/Umwelt als Tätigkeitsbereich in der Region für Jugendliche „ES: klare thematische Ausrichtung von Weiterbildung im Bereich Ökoenergie „ES: Zukunftsperspektive sind die Green-Jobs (landwirtschaftliche Produktion für Nahrungsmittel ist eher abnehmend) „ES: Ausbau der Überregionalität des Themas, z.B. in Richtung östliche Nachbarregionen</p>
<p>Schwerpunkt: Südburgenländischer Natur-Genuss</p>	<p>„IT: Kochfeste gibt es in der Region teilweise schon (aber noch keine Verknüpfung mit Lernen und Weiterbildung) „RP: Verein Sonnengartl: „10 Jahre Sonnengartl“ „RP: Südburgenland Tourismus: „ARTOUR - Kulturtourismus im Südburgenland“ „RP: Landesverband bäuerlicher Vermierer: „Entwicklung und Vermarktung von Urlaub am Bauernhof“ „RP: Verein rund ums Moor: „Genuss im Zickental (Südburgenland)“ „RP: Südburgenland plus: „Südburgenland - Ein Stück vom Paradies. Mit GENUSS zum Erfolg“ „RP: Verband Weinidylle Südburgenland: „Weinidylle Neu“</p>	<p>„Zielseetzungen: Erhaltung der einzigartigen Natur-Kulturlandschaft, flächendeckende Versorgung durch DirektvermarkterInnen mit regionalen Produkten, Weiterentwicklung der landwirtschaftlichen Lebensmittelproduktion durch forcierte Produktveredelung, breite Bekanntmachung der Lebensmittelvielfalt und deren Besonderheiten (Frische, Gesundheit, Klimaschutz) sowie der Vielfalt an touristischen Angeboten in der südburgenländischen Bevölkerung, professionelle Vermarktung des Südburgenlands als Region mit hohem Natur-Genuss, Förderung der Akzeptanz der Leistungen der Landwirtschaft für Gesellschaft und Natur sowie Vermarktung biologischer Produkte, Steigerung der Gästefrequenz bei den Anbietern touristischer Dienstleistungen; Schaffung hochqualitativer Angebote und Angebotspakete, die den Bedürfnissen des modernen, anspruchsvollen Gasts entsprechen; Förderung des barrierefreien Zugangs zu den regionalen Angeboten, Bündelung der touristischen Leistungsvielfalt und zielgerichtete Vermarktung nach Alleinstellungsmerkmalen; Schaffung und Transport eines Bildes der Region Südburgenland, das dem Gast die Einfachheit, Besinnung aufs Wesentliche und „Entschleunigung“ vermittelt „mögliche (angestrebte) Resultate: regionaler Versorgungsgrad an landwirtschaftlichen Produkten ist gestiegen, regionale Leitprodukte (z.B. Obst, Säfte) sind in den Schulen erhältlich, durch einheitlichen Auftritt nach Innen und Außen als Region erkannt werden, Steigerung der touristischen Kenndaten (Nächtigung, Tagesankünfte), Schaffung weiterer Arbeitsplätze durch Veredelung und Logistik in der Landwirtschaft sowie durch den Gästeanstieg im Tourismus, Zusammenarbeit der regionalen qualitativen Genussinitiativen aus AMA-Genussregionen, Naturparke, Südburgenland – Ein Stück vom Paradies, Weinidylle, echt gut – Buschenschker, qualitätsvolle Weiterentwicklung, Professionalisierung und Zusammenarbeit der naturtouristischen Anbieter (Naturparks, Waldpädagogik, Urlaub am Bauernhof, Lafnitztal, Zickentaler Moor, Natura-2000-Gebiete), Schaffung und Ausbau regionstypischer Angebote bei Lebensmitteln, in der Gastronomie, der Beherbergung sowie bei den Ausflugsdestinationen „SWOT-Analyse: Stärken: Direktvermarktung, gute Ackerböden, viele Biobetriebe, Bauernläden, Top-WinzerInnen, gute Dichte/Qualität der Buschenschker, Vintotheken-Vielfalt, kulinarischer Reichtum. Chancen: Marktwachstum, innovative landwirtschaftliche Spezialitäten, Veredelung und Vermarktung der Produkte, Spezialisierung der Betriebe, Nutzung Erwerbskombinationen, Notwendigkeit der Vernetzung und gemeinsamer Organisation, Kulinarik-Tourismus, Potenzial grenzüberschreitender Angebote. Schwächen: Zahl der DirektvermarkterInnen stagniert, Rückgang Landwirtschaft, fehlende Marketingkenntnisse, Logistikprobleme, Abhängigkeit von anderen Sektoren (Handel, Gewerbe), mangelnde Veränderungsbereitschaft. Risiken: Überlastung, Überalterung, Problem Landschaftspflege, Fehlen der kritischen Masse, sinkende Preise, fehlende Logistik und Vertrieb</p>	<p>„mögliche Zielgruppe: KMUs, DirektvermarkterInnen, Gewerbebetriebe „mögliche Zielsetzungen: Ausbau Südburgenländischer Naturgenuss (häufigste Nennung bei Zielen), Ausbau Paradiesmarke „Anmerkungen aus der Diskussion: „Paradies“-Projekt als Beispiel dafür, dass Betriebe durch ein erfolgreiches Praxisprojekt und „Learning by doing“ viel Wissen erworben haben</p>	<p>„IT: Anlehnung an die Lokale Entwicklungsstrategie ist zu stark, keine Überschneidung zwischen den Bereichen Ökoenergie sowie Südburgenländischer Naturgenuss und den inhaltlichen Zielsetzungen der VHS Burgenland (ZG BUKEB) „ES: wichtig für Umsetzungen: Finanzierungsmöglichkeiten und ökonomischen Nutzen für die Region sichtbar machen, Zielgruppendefinition, Miteinbeziehung von lokaler Bevölkerung, Werbung/Medien „ES: Herausforderung der Umsetzung kultureller oder bildungspolitischer Veranstaltungen in den Dörfern „ES: Kooperation aller relevanten AkteurInnen (Landwirtschaft, Wirtschaft und Dienstleistungssektor), um die Region gemeinsam zu vertreten und zu präsentieren „ES: Berücksichtigung der Grenzregionen (ungarische/slowenische/burgenländische/steirische Küche/Produkte) und Aufzeigen/Vermittlung der Vielfalt der regionalen Küchen „ES: internationale Beispiele: durch Vernetzung voneinander lernen + Kooperation mit Schulen</p>
<p>Schwerpunkt: Lernen ohne Grenzen</p>	<p>„RP: Dachverband burgenländischer Frauen- und Mädchenberatungsstellen: „Frau-Macht-Geld“ „RP: REUJS Regionaler Entwicklungsverband unteres Pinka- und Stremtal: „Komm & Bleib Grenzenlos - Gyere és maradj - határok nélkül“ „RP: „Die Scheune Freiraum für Gestaltung“ „WS II: Frauenberatungsstelle Oberwart (seit 20 Jahren in Netzwerkbildung im Einsatz; bieten auch Netzwerkarbeit/-bildung für Frauen an)</p>	<p>„Zielseetzungen: Forcieren der gemeindeübergreifenden Zusammenarbeit („von- und miteinander Lernen“) auf kleinregionaler Ebene, Aufbau von Unternehmenskooperationen zur Entwicklung von Gesamtangeboten und Stärkung des Wirtschaftsstandorts Südburgenland, Entwickeln des Selbstverständnisses als „Lernende Region“ und Aufbau der dafür erforderlichen strukturellen und geistigen Rahmenbedingungen, Initiieren und Pflegen von Erfahrungsaustausch und Know-how-Transfer mit anderen LEADER-Regionen (Nahversorgung, Kinder- und Altenbetreuung und anschließende Implementierung von Pilotmodellen in der Region), Erhöhung des Sozialkapitals durch gezielte Nutzung der unterschiedlichen Begabungen und Talente über Geschlechter, Altersgruppen und Kulturen hinweg (v.a. „Zuigroaste“ im Südburgenland), Entwicklung gemeinsamer regionaler Bildungsoffensiven (z.B.: Sprache, Persönlichkeitsbildung, Wissen über das Südburgenland, Unternehmertum etc.), Erschließung neuer Einkommens- und Beschäftigungsfelder (v.a. in der Landwirtschaft), Nutzung der Potenziale in den jüngeren EU-Nachbarländern. „mögliche (angestrebte) Resultate: Bevölkerung ist zunehmend in die Gestaltung der regionalen Entwicklung involviert, LAG hat entsprechende Möglichkeiten („Ideenwerkstätten“) installiert (Aus- und Weiterbildungsangebot im Südburgenland sowie verstärkte Inanspruchnahme (attraktive Sprachkurse, ein Coaching-Angebot für KleinunternehmerInnen); leer stehende, ungenutzte Räumlichkeiten werden für Bildungsinitiativen genutzt; es gibt mehr AktivbürgerInnen mit Mut zur Eigeninitiative und geistiger Mobilität (gestiegene Kooperationsfähigkeit), besser qualifizierte junge Menschen mit größeren Chancen am Arbeitsmarkt „SWOT-Analyse: Stärken: FH als Kompetenzzschwerpunkt und Impulsgeber; hochwertiges Aus-, Weiterbildungs- und Beratungsangebot; Mehrsprachigkeit, Minderheiten, aktives Vereinsleben. Chancen: wirtschaftliche Nutzung der Mehrsprachigkeit, Vernetzung regionaler Stärken (Erneuerbare Energie, Technologiezentren) mit Ausbildung, Erschließung & Bearbeitung neuer Märkte, Forschung Ökoenergie für Lehrstellenproblematik und hohe Jugendarbeitslosigkeit, ausbaufähige Vernetzung Schule – Region, keine Hochschulausbildung in Jennersdorf und Güssing, Chance der Grenzöffnung noch zu wenig erkannt. Risiken: Angebote für Lebenslanges Lernen schwach ausgeprägt, Arbeitsplatzmangel für höherqualifizierte Arbeitskräfte, Abwanderung der gut Ausgebildeten, steigende (Jugend-) Arbeitslosigkeit (große regionale Unterschiede, saisonale Schwankungen), gering qualifizierte Arbeitslose, geringes Qualifikationsniveau, geringe Bildungsbereitschaft in Kleinstbetrieben, mangelnde Beratung der Klein- und Mittelbetriebe, kein Nachwuchs – Schulschließungen</p>	<p>„mögliche Zielgruppen: Jugendliche - „Zuigroaste“ - KMUs, Aktionsfeld 5; Lernen ohne Grenzen wurde als Schwerpunkt ausgewählt (Lernen ohne Grenzen: häufigste Nennung bei Zielen) „Anmerkungen aus der Diskussion: Naturschutz und Schule: angesprochenes Beispielprojekt, über welches Zugang zu Schulen ermöglicht wird (ca. 60 Führungen pro Jahr), Entdecken und Fördern von Talenten/Fähigkeiten, um Kapital für Region zu fördern; Jugendlichen in Projekten Chancen bieten, Problem der Abwanderung von Jugendlichen bei gleichzeitigem Zuzug von älteren Personen, „Komm und bleib“: Berücksichtigung von Input aus diesem Projekt (zum Thema „ZuwanderlerInnen“)</p>	<p>„ES: Notwendigkeit der verstärkten Kooperation aller relevanten Institutionen und der lokalen Bevölkerung zum Thema Weiterbildung „ES: Berücksichtigung von Minderheiten: Menschen mit besonderen Bedürfnissen, mit Migrationshintergrund in Bildungsangeboten „ES: fehlende berufliche Perspektiven im Südburgenland für Jugendliche, jugendgerechte Aufarbeitung von Themen und deren Vermittlung, Vernetzung aller Institutionen der Jugendarbeit „ES: Bildungs-/Qualifizierungsangebote müssen mit Schaffen qualifizierter Arbeitsplätze einhergehen, um Bildungsabwanderung zu verringern „ES: schwierige Vernetzung von Zuigroasten und Einheimischen „ES: Imagearbeit Vereine: klares Bild über die Vielfältigkeit der Vereine vermitteln (z.B. projekt-/aktivitätsbezogene Schnuppertage bei Vereinen) „ES: soziales Punktmodell/Kompetenzmodell - Ansätze zur Attraktivierung von Vereinstätigkeit „ES: Problem der Überalterung bei vielen Vereinen (junge Menschen an Vereine binden = schwierig)</p>

MODELL-PROJEKTE	Vorhandene Projekte in der Region (Auswahl)	Befragung ExpertInnen (qualitativ) - nach Zielgruppen	Anmerkungen/Themen aus den Workshops 2, 3 und 4
<p>Modellprojekt: Qualifizierungsverbund von Unternehmen</p>	<p>_IT: bestehende Initiativen in Güssing, v.a. Europäisches Zentrum für Erneuerbare Energie (Hr. Reinhard Koch, z.B. in Kooperation mit bfi) _IT: Ländliches Fortbildungsinstitut Burgenland: Benutzerschulungen mit Bauern/BäuerInnen zu Biogasanlagen (derzeit baut das LFI + die Burgenländische Landwirtschaftskammer einen Arbeitskreis für "Biogas-AnlagenbetreiberInnen" auf (IBQ) _IT: Qualifizierungsverbünde bestehen an sich bereits (keine genaueren Angaben) _IT: Mobilitätswochen mit Schulen</p>	<p>_IT: Großteil der Befragten schätzt das Projekt als sehr interessant ein (ZG KMU, ZG Jugendliche, ZG Zuigroaste, ZG BUKEB) _IT: Bedarf ist gegeben: sowohl allgemein an Weiterbildung im Bereich Ökoenergie als auch an einer Kooperation von Betrieben zu diesem Thema (ZG KMU) _IT: Vertrauen zwischen den teilnehmenden Unternehmen muss sorgsam aufgebaut werden (ZG KMU) _IT: weitreichende, zeitlich vorgelagerte Informationskampagne zum Projekt und zu seinem Zweck für einzelne Unternehmen notwendig (ZG KMU) _IT: thematische Ausrichtung der Weiterbildung im Bereich Ökoenergie muss klar sein: z.B. Energiesparen (ZG KMU) _IT: Weiterbildungsmarkt zu Ökoenergie ist groß; genaue Marktanalyse, welche Art von Angebot unterstützt werden soll (ZG KMU) _IT: HandwerkerInnen als mögliche Zielgruppe, da sie am ehesten Energieeffizienz umsetzen können (im privaten Bereich) (ZG KMU) _IT: VerbundmanagerInnen zur Koordination zu empfehlen (ZG KMU) _IT: Lernen und Weiterbildung sollten klar im Zentrum positioniert werden (ZG BUKEB) _IT: größeres Ziel sollte die Schaffung von qualifizierten Arbeitsplätzen in der Region sein (ZG BUKEB) _IT: konkrete Anknüpfungspunkte von Lernen/Weiterbildung/Qualifizierung im Bereich Ökoenergie finden (ZG BUKEB) _IT: fehlender Forschungszusammenhang des Burgenländischen Forschungsinstituts, daher kein Interesse, sich am Projekt zu beteiligen (ZG BUKEB) _IT: Risiko: Verzettelung in der Thematik Ökoenergie (ZG BUKEB) _IT: Zukunftsperspektive sind die Green-Jobs, landwirtschaftliche Produktion für Nahrungsmittel ist eher abnehmend (ZG BUKEB) _IT: Idee, einen Verbund für Unternehmen zu schaffen, ist gut und wahrscheinlich auch durchführbar; Hinweis auf Problem, dass es in der Region nicht sehr viele Unternehmen gibt (ZG BUKEB) _IT: aufgrund der fehlenden bzw. wenigen Unternehmen stellt sich die Frage, wer sich an dem Projekt beteiligen soll (ZG BUKEB)</p>	<p>_WS II: 3-Jahres-Plan von Vernetzung/Erfahrungs- und Vertrauensaufbau bis zur Umsetzung konkreter Qualifizierungsverbünde/Kooperationsprojekte (Lern- und Weiterbildung: Bedarfs- und Themenklärung, Pilotnetzwerke, Pilotprojekte und -aktivitäten, Abklärung Fördermöglichkeiten, Gründung Qualifizierungsverbünde und Einreichung internationaler Kooperationsprojekte) _WS III: Aspekte, die bei der Umsetzung berücksichtigt werden sollten: Clearing-Stelle/Pooling-Stelle, objektive Sammlung und Übersichtlichkeit der Information (Jour-fixe, Plattform), Vorteile für UnternehmerInnen/MitarbeiterInnen kommunizieren, Vertrauen zwischen Unternehmen aufbauen, Informationskampagne zu Projekt und Zweck, Bedarf feststellen (unter Leitbetrieben) _WS III: Risiko: Förderungen verdeckter Schwächen, Vernetzung Großbetriebe und KMUs _WS III: Vernetzung Gemeinden (ausgehend von Güssing) mit Vorbildgemeinden _WS IV: Bedarf in der Region wecken, Nutzung regionaler Ressourcen + regionale Übersicht, wo sich Cluster befinden _WS IV: Zielgruppe festlegen, z.B. Kurzweiterbildung von InstallateurInnen, und Musterangebote für spezielle Zielgruppen schaffen _WS IV: Ideen zur Umsetzung: Plattform als offenes Angebot, Schauraum/Schauhaus für KleinunternehmerInnen, Energieberatung auf KundInnenebene, "Innovationsnetzwerk" als Titel passend</p>
<p>Modellprojekt: Sommerakademie Ökoenergie im Südburgenland</p>	<p>_IT: bestehende Initiativen in Güssing, v.a. Europäisches Zentrum für Erneuerbare Energie</p>	<p>_IT: Verknüpfung des Projekts mit Qualifizierungsverbänden von Unternehmen; könnten im Zuge eines Weiterbildungsangebots Träger der Sommerakademie werden (ZG KMU) _IT: Idee wird positiv bewertet, wenn auch größere Skepsis als bei Qualifizierungsverbund (ZG KMU) _IT: Erfolgsfaktor: Festlegung auf bestimmtes Thema der Ökoenergie; z.B. Energieproduktion in ländlichen Gebieten (z.B. aus Heu, Abwärme, Reststoffe zu Energie verarbeiten), Photovoltaik, v.a. Energiespeicherung über längere Zeiträume, CO2-Emissionen und Emissionshandel, Fördermöglichkeiten im Bereich Ökoenergie, Marktsituation bei Stromproduktionsanlagen (ZG KMU) _IT: Kooperation: bei Einhalten der Erfolgsfaktoren (siehe obiger Punkt) große Bereitschaft vorhanden (ZG KMU) _IT: Thema sollte möglicherweise durch Vorerhebung geklärt werden (ZG KMU) _IT: mit Thema im Zusammenhang steht auch die entsprechende Zielgruppe: Zielgruppe klar definieren (ZG KMU, ZG BUKEB) _IT: Klärung: wie viel ExpertInnenwissen muss für Teilnahme vorhanden sein (ZG KMU) _IT: Privatpersonen könnten erste Zielgruppe sein: z.B. zum Thema alternative Energiesysteme für Privathaushalte (ZG KMU) _IT: Innovationscharakter der Akademie notwendig: z.B. die Etablierung von Energieberatungsstellen in Gemeinden (ZG KMU) _IT: Exkursionen: TeilnehmerInnen müssten rausgehen in den Wald oder Anlagen anschauen (ZG KMU) _IT: Überregionalität: z.B. mit östlichen Nachbarregionen (ZG KMU) _IT: Befürchtung wegen Termins im Sommer: Hochsaison für manche KMUs bzw. Urlaub (ZG KMU) _IT: Zusammenarbeit und Vernetzung der verschiedenen AkteurInnen, Kommunikation untereinander fördern (ZG Zuigroaste) _IT: vor dem Hintergrund des Lebenslangen Lernens sollten Lernen und Weiterbildung im Zentrum stehen (ZG BUKEB) _IT: größeres Ziel sollte die Schaffung von qualifizierten Arbeitsplätzen in der Region sein (ZG BUKEB) _IT: fehlender Forschungszusammenhang für burgenländisches Forschungsinstitut, daher kein Interesse, sich am Projekt zu beteiligen (ZG BUKEB) _IT: Risiko: Verzettelung in der Thematik Ökoenergie; bloße Diskussion von Pro/Kontra von Ökoenergie oder Klimawandel nicht sinnvoll (ZG BUKEB)</p>	<p>_WS II: 3-Jahres-Plan von der Konzeptentwicklung bis zur Umsetzung einer jährlich wiederholten Veranstaltung (Koordination lokaler AkteurInnen, Entwicklung MultiplikatorInnenmodell, Pilotschulen, Vorbereitung Pilotakademie, Vorbereitung erste Sommerakademie mit regionalen und überregionalen TeilnehmerInnen _WS III: Aspekte, die bei der Umsetzung berücksichtigt werden sollten: kleine Betriebe präsentieren sich, für regionale BürgerInnen - niederschwelliges Angebot, Messecharakter, Klarheit zur Zielgruppe, z.B. ExpertInnen, LaiInnen, ÖkotouristInnen, Klarheit über Thema, z.B. Energieproduktion, Energiespeicherung, Förderlandschaft, Mitbeobachten (wissenschaftlich) -> Interessen erheben, Überregionalität, v.a. östliche Nachbarn _WS III: Risiko: in einer kleinen Region sind Interesse und Möglichkeiten begrenzt _WS IV: Koordinationsstelle wird als wichtig angesehen, um die Fülle an Angeboten im Bereich Ökoenergie zu sammeln und miteinander in Kontakt zu bringen</p>

Rückmeldungen aus den Erhebungen zu den Modellprojekten

MODELL-PROJEKTE	Vorhandene Projekte in der Region (Auswahl)	Befragung ExpertInnen (qualitativ) - nach Zielgruppen	Anmerkungen/Themen aus den Workshops 2, 3 und 4
<p>Modellprojekt: Sprachen des Gaumens</p>	<p>_IT: Ländliches Fortbildungsinstitut Burgenland bietet Ausbildungen an, deren TeilnehmerInnen hier durchaus mitmachen könnten (z.B. SeminarbäuerInnen: Kochkurse, regionale Küche und Produkte; KräuterpädagogInnen: könnten für Kochkurse eingesetzt werden; Natur- und LandschaftsführerInnen, Schule am Bauernhof)</p> <p>_IT: Pfarrfeste „Feste schöpfungsfreundlich feiern“</p> <p>_IBQ: "Kochtheater" von Martin Schuster (Bulthaup Küchen in Oberwart)</p>	<p>_IT: Projekt wurde vom Großteil der Befragten als sehr interessant eingeschätzt (ZG KMU, ZG Jugendliche, ZG Zuigroaste, ZG BUKEB)</p> <p>_IT: Idee, mit Kindern zu kochen und dieses Projekt länderübergreifend zu gestalten, wurde sehr gut aufgenommen (ZG KMU)</p> <p>_IT: Winter wäre ein besserer Zeitpunkt für die Umsetzung des Projekts, da es im Frühling/Sommer in der Landwirtschaft viel Arbeit gibt (ZG KMU)</p> <p>_IT: Werbung/Medien und lokale Bevölkerung miteinbeziehen (ZG KMU)</p> <p>_IT: verschiedenen AkteurInnen, Kommunikation untereinander fördern (ZG KMU)</p> <p>_IT: Interesse, sich an der Ausgestaltung des Projekts zu beteiligen, ist beim Großteil der Befragten da (ZG KMU)</p> <p>_IT: Projekt muss gut geplant und konzipiert werden (ZG KMU)</p> <p>_IT: Finanzierung und ökonomischen Nutzen für die Region sichtbar machen (ZG KMU)</p> <p>_IT: starke Überschneidungen mit bestehenden Initiativen (Schmankerlfeste) (ZG KMU)</p> <p>_IT: innovativer Charakter (Verbindung mit Weiterbildung) müsste herausgearbeitet werden (ZG KMU)</p> <p>_IT: Frage, ob das auch mit Weiterbildung (Sprachkurse) in Verbindung gebracht werden kann bzw. wer konkret die Zielgruppe sein soll, welcher Nutzen dahintersteckt, z.B. für die Landwirtschaft, Wirtschaft, und wie dadurch der pannonische Raum gestärkt und das Südburgenland positioniert werden kann (ZG KMU)</p> <p>_IT: Kochkurse und Sprachenlernen zu verbinden, wird als tolle Idee bewertet (ZG Jugendliche)</p> <p>_IT: Zusammenarbeit und Vernetzung der verschiedenen AkteurInnen, Kommunikation untereinander fördern (ZG Zuigroaste)</p> <p>_IT: Risiko: Kommunikationsproblem/Sprachbarrieren; dass es zu keinem sinnvollen kommunikativen Austausch aufgrund von Verständnisproblemen kommt (ZG Zuigroaste)</p> <p>_IT: mangelnde Kommunikation zwischen den verschiedenen AkteurInnen könnte zum Problem werden (ZG Zuigroaste)</p> <p>_IT: Natur ist die vorrangige Chance der Region, wird aber oft nicht als solche geschätzt und nur wenig genutzt; Manko ist auch hier die Finanzierung bzw. fehlende Fördermöglichkeiten (ZG Zuigroaste)</p> <p>_IT: konkrete Anknüpfungspunkte von Lernen/Weiterbildung/Qualifizierung im Bereich Naturgenuss finden (ZG BUKEB)</p> <p>_IT: Risiko: Verzettelung in der Thematik Naturgenuss (ZG BUKEB)</p> <p>_IT: Ziel- und Lerngruppen, die angesprochen werden sollen, genau definieren (ZG BUKEB)</p> <p>_IT: Frage, was es bestimmten Gruppen bringen kann, wenn man auf diesen Bereich fokussiert, und was in diesem Bereich konkret in Bezug auf Lernen und Weiterbildung umgesetzt werden soll, sollte zentral sein (ZG BUKEB)</p> <p>_IT: Umsetzung kultureller oder bildungspolitischer Veranstaltungen in den Dörfern ist sehr schwierig (ZG BUKEB)</p>	<p>_WS III: Aspekte, die bei der Umsetzung berücksichtigt werden sollten: greifbare Wege der Wissensvermittlung aufzeigen, innovative Aspekte im Vergleich zu ähnlichen Initiativen herausstreichen, Kommunikation/Kooperation zwischen AkteurInnen fördern, Weg von der "Sünde" Ernährung, traditionelle Küche - moderne Diätetik, Integration des Potenzials der Bevölkerung, Ungarisch/Slowenisch/Burgenländisch/Steirisch, Verbindung mit Märkten - Zielgruppe?, "Oma"-Küche -> generationenübergreifend, SeminarbäuerInnen/KräuterpädagogInnen, Obst- und Gemüsesorten-Raritäten - neue Rezepte von GastronomInnen</p> <p>_WS IV: Beispiel Raab - Kochen aus drei Regionen (ca. 150-200 TeilnehmerInnen)</p> <p>_WS III: Themenstellung: Erweiterung um Kulturtechniken (Landwirtschaft, Gewerbe usw.)</p> <p>_WS III: Nutzung regionalen Wissens</p> <p>_WS III: Überlappung mit bestehenden Angeboten berücksichtigen</p> <p>_WS IV: in Lernfest haben TeilnehmerInnen aller Altersgruppen und Interessengebiete ein breit gefächertes Angebot an "Mitmachmöglichkeiten" und können die unterschiedlichsten Lernsituationen und Interessengebiete ausprobieren</p> <p>_WS IV: vom Thema "Regionale Küchen" ist zu anderen Leitthemen der Region bzw. des Lernens überzuleiten (Naturlandschaft, Kulturtechniken, Soziale Arbeit in der Region usw.)</p>
<p>Modellprojekt: Wissensbörse Naturgenuss</p>	<p>_IT: Ausbildung zu Seminarbauern bzw. -bäuerinnen; TeilnehmerInnen lernen Präsentationstechniken (Wissensvermittlung) und erhalten nach Abschluss des Lehrgangs ein Zertifikat (Vorträge über regionspezifische Lebensmittel oder (Heil-)Kräuter)</p> <p>_WS III: FacharbeiterInnen im Rahmen des Projekts "Weinidylle" (53 Abende Weiterqualifizierung in Weinbau und Kellerei; Verbesserung der Weinqualität und der Arbeitsweise der WeinbäuerInnen)</p> <p>_WS III: Natur- und LandschaftsführerInnen</p> <p>_WS III: VeranstalterInnen von "Schule am Bauernhof"</p> <p>_IT: Landwirtschaftsschule: Wissensprojekt "Weinidylle College", Leader-Projekt mit den Inhalten: Weinanbau, Steigerung der Qualität; Lösungsansätze für das Problem der WinzerInnen, die oft nur im Nebenerwerb im Weinbau tätig und dadurch international nicht sehr konkurrenzfähig sind</p>	<p>_IT: wurde vom Großteil der Befragten als sehr interessant eingestuft (ZG KMU, ZG Jugendliche, ZG Zuigroaste, ZG BUKEB)</p> <p>_IT: Schulungen zu Präsentationstechniken bzw. zum Halten von Vorträgen ist eine gute Idee (ZG KMU)</p> <p>_IT: Naturgenuss muss klarer definiert sein, was genau fällt darunter (z.B. Tradition, Kultur oder spezifische Merkmale der Region) (ZG KMU)</p> <p>_IT: Interesse, sich an der Ausgestaltung des Projekts zu beteiligen ist, beim Großteil der Befragten da (ZG KMU)</p> <p>_IT: Marktsegmente und Zielgruppen müssen berücksichtigt werden (ZG KMU)</p> <p>_IT: Wettbewerbssituation mit anderen in internationalen Kooperationsprojekten (ZG KMU)</p> <p>_IT: Sinn des Projekts schwer vermittelbar (ZG KMU)</p> <p>_IT: Erfolgskriterium: Aufklärungsarbeit zu Sinn des Projekts (ZG KMU)</p> <p>_IT: Schwierigkeit, nicht reine Produktwerbung zu betreiben (und Sinn davon zu vermitteln) (ZG KMU)</p> <p>_IT: ECOLE Güssing hat einen Tourismusweig, indem auch Wissen über Schmankerl-Wirte oder Thermenbetriebe vermittelt wird; eine zusätzliche Qualifizierung, um die Region besser zu vertreten bzw. das Südburgenland zu präsentieren, wird als sehr gute Idee bewertet (ZG Jugendliche)</p> <p>_IT: Erfolgsfaktor: Zusammenarbeit und Vernetzung der verschiedenen AkteurInnen fördern; Kommunikation ist sehr wichtig bei der Umsetzung von Projekten (ZG Jugendliche)</p> <p>_IT: Alle relevanten AkteurInnen sollten kooperieren (Landwirtschaft, Wirtschaft und Dienstleistungssektor), um die Region gemeinsam zu vertreten und zu präsentieren; eine Kooperation dieser Art gibt es im Moment nicht (ZG Zuigroaste)</p> <p>_IT: Kommunikation zwischen den verschiedenen AkteurInnen fördern (ZG Zuigroaste)</p> <p>_IT: konkrete Anknüpfungspunkte zwischen Lernen/Weiterbildung und Naturgenuss suchen (ZG BUKEB)</p> <p>_IT: Risiko: Verzettelung in der Thematik Naturgenuss (ZG BUKEB)</p> <p>_IT: Wertschöpfung eines solchen Projektes wird als sehr gering eingeschätzt, der Tourismus wird im Südburgenland zukünftig nicht mehr sehr viel wachsen (ZG BUKEB)</p> <p>_IT: der Tourismusentwicklung fehlen auch professionelle BetreiberInnen, die lokalen GastwirtInnen bzw. die Bevölkerung haben oft wenig Ahnung vom adäquaten Umgang mit Gästen (professionelle Begegnung Gastwirt und Gäste; bodenständige Freundlichkeit der SüdburgenländerInnen, aber mangelnder professioneller Umgang) (ZG BUKEB)</p>	<p>_WS III: Aspekte, die bei der Umsetzung berücksichtigt werden sollten: "Genuss der Natur" - regionale Produkte (gesamte Wertschöpfungskette) prägen Region, Sinn der Wissensbörse gut vermitteln, Werbung für lokale Bevölkerung, Bezug zur Naturästhetik (Zusammenhänge begreifbar machen), relevante AkteurInnen einbinden: Landwirtschaft, Wirtschaft, Dienstleistung; Kommunikation, Potenzial der Bevölkerung nutzen -> Integration breiter Gruppen, Fokus Lernen und Qualifizierung; internationale Beispiele - Vernetzung voneinander lernen!, unterschiedliche Marktsegmente und Zielgruppen. SeminarbäuerInnen/KräuterpädagogInnen, Küche/gastronomische Fachschulen, Zusammenarbeit mit Schulen (z.B. Verkostungstag) - Nachhaltigkeit, SpezialistInnen - 1/2-Tages-Seminare / Vielfalt der regionalen Küche</p>

Rückmeldungen aus den Erhebungen zu den Modellprojekten

MODELL-PROJEKTE	Vorhandene Projekte in der Region (Auswahl)	Befragung ExpertInnen (qualitativ) - nach Zielgruppen	Anmerkungen/Themen aus den Workshops 2, 3 und 4
<p>Modellprojekt: Lernen in und über soziale Netzwerke</p>	<p>_IT: Netzwerk für selbstständige Frauen in Güssing und Jennersdorf (Thema sanfter Tourismus) _IT: Netzwerk Brustkrebs (Gesundheitsbereich) _IT: Arbeitsgruppe Vereinbarkeit Familie – Beruf _IT: Volkshilfswerk hatte ähnliches Projekt, um die verschiedenen Generationen wieder zusammenzuführen (um das Altwerden im Dorf zu diskutieren & das Thema Alt/Krank/Behindert (v.a. in Jennersdorf und Güssing); Ziel war es, die ältere Bevölkerung wieder aktiver einzubinden und ihr ein gutes Leben zu ermöglichen (viel Arbeitsaufwand: im Südburgenland ist es schwierig, Netzwerke aufzubauen)</p>	<p>_IT: soziale Netzwerke zu etablieren und Kooperationen zu fördern, wird als sehr wichtig eingestuft (ZG KMU) _IT: Projekt wird vom Großteil der Befragten als sehr interessant eingestuft (ZG KMU, ZG Jugendliche, ZG Zuigroaste, ZG BUKEB) _IT: geht über rein technisches Lernen hinaus (ZG KMU) _IT: Erfolgsbedingung: nicht neue Netzwerke draufsetzen, sondern klassische Netzwerke nutzen: Besprechungen zwischen Unternehmern im „Wirtshaus“ (ZG KMU) _IT: Möglichkeit zur Vernetzung darf nicht von Betriebszugehörigkeit, sozialer Stellung oder Geschlecht abhängen (ZG KMU) _IT: Risiko: Netzwerke müssen dauerhaft lebensfähig gehalten werden (ZG KMU) _IT: Risiko: zu viel Investitionsbedarf der Organisationen in Netzwerke bei zu wenig Output (ZG KMU) _IT: generell ist die Jugend sehr interessiert, Ideen einzubringen bzw. sich an der Umsetzung zu beteiligen, aber nur, wenn Interesse am Projekt da ist und es in einem Zusammenhang mit ihren Aktivitäten steht (ZG Jugendliche) _IT: Risiko: Finanzierung muss abgesichert sein; oft scheitern gute Projekte aufgrund mangelnder Finanzierungsmöglichkeiten (ZG Zuigroaste) _IT: Bewerbung bestimmter Aktivitäten kostet viel Geld (ZG Zuigroaste) _IT: Motivation der Menschen, um an Netzwerken/Vereinen/Gruppen teilzunehmen (ZG Zuigroaste) _IT: Netzwerke aufzubauen bzw. zu betreiben, ist in der Region sehr schwierig; Konkurrenz sehr groß (ZG Zuigroaste) _IT: Risiko: fehlende soziale Kompetenzen, kein Geben und Nehmen, sondern nur Nehmen: „Jedes Netzwerk ist nur so stark wie sein schwächstes Glied“ (ZG Zuigroaste) _IT: Schwierigkeit, als „Zuigroaste“ den Kontakt mit Einheimischen aufzubauen, meist Netzwerke mit anderen „Zuigroasten“ (ZG Zuigroaste) _IT: ohne ökonomische Anreize für die Menschen ist es schwierig, sie zu motivieren, sich zu engagieren (ZG Zuigroaste) _IT: Nutzen für die Menschen klar sichtbar machen (ZG Zuigroaste) _IT: bei einem Projekt wie „In und über soziale Netzwerke lernen“ nicht nur die sozialen Aspekte, sondern auch Geschichte, kulturelle Identität usw. mitreflektieren (ZG BUKEB)</p>	<p>_WS III: Aspekte, die bei der Umsetzung berücksichtigt werden sollten: Vernetzung aller relevanten Institutionen zum Thema Weiterbildung, TeilnehmerInnen den Nutzen deutlich machen (auch finanziell), Kooperation mit (ungarischen) Vereinen oder Gemeinden, Balance von Geben & Nehmen, Rahmenbedingungen für Frauen, jugendgerechte Aufarbeitung des Themas, Erfahrungen von E-Learning an Schulen nutzen; Eröffnung zielgruppenorientierter Weiterbildung, z.B. Pflegewissenschaften; Jugend macht Netzwerken vor - bestehende Generation lernen von Jugend; Frauen- und Mädchen-Denkwerkstatt; Gender-Werkstatt für Frauen und Männer, Studienzirkel für Frauen, Gesundheitszentrum für Frauen und Mädchen, Input-Output-Relation muss für alle stimmen; 5-Sektoren-Modell der Gesamtwirtschaft - neue Sicht auf Wirtschaft; Vernetzung von Gleichstellungsthemen, Planstellen in den Gemeinden (Einrichtungen) schaffen, Sensibilisierung für neue Formen der Arbeitsbewertung, längerfristige Finanzierung, soziale Beständigkeit, Politikerinnen-Schmiede; parteipolitisch freie Kommunikation, z.B. durch öffentliche Internetzugänge _WS III: schwierige Vernetzung von Zuigroasten und Einheimischen, Konkurrenzsituation verschiedener Vernetzungsiniziativen, bestehende Ungleichheiten (Geschlecht, sozial) nicht fortsetzen</p>
<p>Modellprojekt: Abschlussarbeiten-fonds Südburgenland</p>	<p>_IT: burgenländische Landesbibliothek fördert Abschlussarbeiten, die einen thematischen Bezug zum Südburgenland haben _IT: burgenländischer Wissenschaftspreis fördert Abschlussarbeiten; Problem, dass es oft zu wenige Einreichungen gibt (spärliche Informationen + eine verinnerlichte Haltung, dass es in Bezug auf Wissenschaft und Forschung im Burgenland ohnehin keine Möglichkeiten gibt) _IT: Burgenländische Forschungsgesellschaft hatte ein ähnliches Projekt: „Jourfixe“: Abschlussarbeiten mit thematischem Zusammenhang zum Burgenland wurden der Bevölkerung bzw. lokalen ExpertInnen präsentiert; Ziel war es, Wissen in die Region rückzukoppeln (Erfahrung: sehr zeitaufwändig und arbeitsintensiv) _IT: vergleichbares Projekt für Nordburgenland oder gesamtes Burgenland: Bons/Zuschuss für Uni-Abschlussarbeiten mit burgenlandbezogenem Thema (Titel konnte nicht genau benannt werden) _IT: Versuche der Frauenberatungsstelle Oberwart: Arbeitsplätze für einzelne Frauen in der Region schaffen; Problem: Geschwindigkeit/Vorlaufzeit solcher Initiativen</p>	<p>_IT: wird von allen Befragten sehr begrüßt (ZG KMU, ZG Jugendliche, ZG Zuigroaste, ZG BUKEB) _IT: die Durchsetzbarkeit gegenüber anderen Fördermöglichkeiten für Abschlussarbeiten wird angezweifelt (bzw. Informationsaspekt betont) (ZG KMU) _IT: Interesse, sich am Projekt zu beteiligen, ist generell gegeben, aber themenabhängig (ZG KMU) _IT: Erfolgsbedingung: Information potenzieller TeilnehmerInnen (ZG KMU) _IT: Erfolgsbedingung: Inhalt und Ergebnis der Arbeit müssen in der Region genutzt werden können (ZG KMU) _IT: Erfolgsbedingung: Information potenzieller TeilnehmerInnen (ZG KMU) _IT: fehlende berufliche Perspektiven im Südburgenland (ZG Jugendliche) _IT: generell ist die Jugend sehr interessiert, Ideen einzubringen bzw. sich an der Umsetzung zu beteiligen (ZG Jugendliche) _IT: Information über diese Initiative müsste gut beworben werden (ZG Jugendliche) _IT: Bildungsabwanderung wird von der Grundschule an gefördert (ZG Zuigroaste) _IT: Unterstützung von Studierenden, sich mit relevanten Thematiken des Burgenlands zu beschäftigen, wird als sehr sinnvoll erachtet (ZG BUKEB) _IT: Ziel, AuspendlerInnen bzw. BildungsabwanderInnen durch dieses Projekt verstärkt an die Region zu binden, wird ohne generelle strukturelle Veränderungen (Schaffung von Arbeitsplätzen) nicht möglich sein (ZG BUKEB) _IT: Brain-drain zurück ins Burgenland anzuregen, ist sehr gut (ZG BUKEB) _IT: finanzielle Nachhaltigkeit sicherstellen, damit das Projekt auch längerfristig laufen kann (ZG BUKEB) _IT: qualifizierte Arbeitsplätze schaffen, um Bildungsabwanderung zu verringern (ZG BUKEB) _IT: ohne qualifizierte Arbeitsangebote danach wird das Projekt nicht den erwünschten Effekt haben (ZG BUKEB) _IT: grundlegendes Problem: die fehlenden, v.a. höher qualifizierten Arbeitsplätze im Anschluss an ein Studium, davon sind bereits AbsolventInnen von HTLs betroffen (ZG BUKEB) _IT: organisatorisch-administrativ große Herausforderung: eine Person müsste angestellt werden, die sich um Recherche der Abschlussarbeiten kümmert und das Projekt koordiniert (ZG BUKEB) _IT: auch wenn das Interesse an burgenländischen Themen vorhanden ist, so finden AkademikerInnen hier keine Arbeitsplätze (ZG BUKEB) _IT: Burgenländische Forschungsgesellschaft; kann bei diesem Projekt Expertise und Erfahrungen bzw. Inputs geben (ZG BUKEB) _IT: Erfolgsfaktor: Nachhaltigkeit sicherstellen: Wie können daraus Arbeitsplätze geschaffen werden? Ein großes Problem des Südburgenlands ist es, dass die Themen Schaffung von Arbeitsplätzen und Qualifizierung ignoriert werden (ZG BUKEB) _IT: Frage, ob dieses Projekt über die Projektebene hinaus tragbar ist, welche Richtung man fördert und welchen konkreten Nutzen man sich von diesen Abschlussarbeiten erwartet (ZG BUKEB) _IT: Verwertbarkeit der Abschlussarbeiten muss ganz klar im Vordergrund stehen (ZG BUKEB)</p>	<p>_WS III: Aspekte, die bei der Umsetzung berücksichtigt werden sollten: längerfristig finanzielle Absicherung der Arbeiten, Vorprägung in Richtung Abwanderung bereits in Schulzeit beachten, Berufsorientierung in und über Schulen, Kooperationen mit Schulen der Sekundarstufen I und II, Hinaustragen in Gemeinden bzw. zu den Personen, qualifizierte Arbeitsplätze müssen anschließen, Konkurrenzsituation bei der Unterstützung von Abschlussarbeiten beachten, eigene Koordinationsstelle/-person für Fonds, Kommunikation der Unternehmen über Angebot für Lehrlinge, Werbung unter potenziellen TeilnehmerInnen, Einbindung von Unternehmen verschiedenster Branchen, regionale Verwertbarkeit der Inhalte und Produkte, Kulturprojekte als eigenes Förderungsthema, angemessene Vergabekriterien für Frauen & Männer - gleiche Förderung, geschlechtergerechte Gesellschaft, Arbeiten über neue Wirtschaftstheorien & neue Formen der Arbeitsbewertung, Gendermedizin, Gleichstellung von Frauen und Männern bei der Fördervergabe / spezielle Förderung von Frauen, Ideen nicht aufsetzen</p>

MODELL-PROJEKTE	Vorhandene Projekte in der Region (Auswahl)	Befragung ExpertInnen (qualitativ) - nach Zielgruppen	Anmerkungen/Themen aus den Workshops 2, 3 und 4
<p>Modellprojekt: Wiederbelebung des Vereinslebens</p>	<p>ähnliches Projekt vom Landesjugendtreff; Problem waren die unterschiedliche Struktur der Vereine sowie die zeitlichen Möglichkeiten/Ressourcen, da einige Vereinsmitglieder auch in anderen Vereinen tätig sind</p>	<p>_IT: Interesse an diesem Projekt durchwegs vorhanden (ZG KMU) _IT: Strukturierung des Vereinswesens wird als sehr sinnvoll erachtet (ZG KMU, ZG Jugendliche, ZG Zuigroaste, ZG BUKKEB) _IT: Kooperation der Vereine verbessern und Angebote besser vernetzen sowie die Transparenz fördern, wird sehr positiv bewertet (ZG KMU) _IT: viele Vereine arbeiten kontraproduktiv (ZG KMU) _IT: Problem: Struktur der Vereine; oft sind Vereinsmitglieder in mehreren Vereinen tätig und im Endeffekt wird nichts richtig gut gemacht; d.h., nicht alle Vereine sind gleichermaßen konzipiert, um sich an einem solchen Projekt zu beteiligen (ZG KMU) _IT: unterschiedliche Struktur der Vereine erschwert Kooperation (ZG KMU) _IT: in Dörfern dringend notwendig (ZG KMU) _IT: Interesse, sich am Projekt zu beteiligen, ist generell gegeben, allerdings sehen wenige Institutionen konkrete Anknüpfungspunkte für ein solches Angebot (ZG KMU) _IT: Erfolgsfaktoren: bestehende übergeordnete Organisationen nutzen (Dachverbände) (ZG KMU) _IT: möglich wäre eine gemeinsame Darstellung von Vereinen auf einer Homepage oder auf Lernfesten (ZG KMU) _IT: generell ist die Jugend sehr interessiert, Ideen einzubringen bzw. sich an der Umsetzung zu beteiligen, aber das Interesse muss da sein; kommt auch darauf an, welche Aspekte in einem solchen Projekt genau thematisiert werden (z.B. ob Jugendliche eine zentrale Zielgruppe sind) (ZG Jugendliche) _IT: Finanzierung des Projekts, Werbungskosten usw. muss abgeklärt sein (ZG Jugendliche) _IT: Idee, eine Homepage zu entwickeln, auf der man sich die unterschiedlichen Angebote ansehen kann und eventuell auch in einen Verein „reinschnuppern“ kann, ist sehr positiv (ZG Zuigroaste) _IT: ökonomische Anreize bieten, um die Menschen für Mitarbeit/Teilnahme zu motivieren; auf freiwilliger Basis oft sehr schwierig (ZG Zuigroaste) _IT: Problem: mangelnde Motivation, sich ehrenamtlich zu betätigen (ZG Zuigroaste) _IT: Aufbau von Kontakten: wie kommt man beispielsweise zu Vereinen, sehr schwierig; MultiplikatorInnen wichtige AkteurInnen, die Ahnung über die Region, die Geschichte usw. haben und die Ideen dann in die Gemeinden tragen (ZG BUKKEB) _IT: Grundidee ist gut, aber die Frage ist, wie das Ganze dann in der Praxis aussieht und umgesetzt werden kann (ZG BUKKEB) _IT: Das Vereinsleben steht und fällt mit den beteiligten Personen: Motivation schaffen und das Vereinsleben zu revitalisieren, ist schwierig (ZG BUKKEB) _IT: Erfolgsbedingung: verstärkte Kooperation aller relevanten Institutionen und der lokalen Bevölkerung (ZG BUKKEB) _IT: Problem von Vereinen im Südburgenland ist, dass sie junge Menschen nicht binden können, die Jungen bleiben einem Verein vielleicht bis zum Alter von 20/22 Jahren erhalten, aber spätestens dann verlassen sie die Region auf der Suche nach Arbeit, d.h., die Herausforderung ist es, junge Menschen längerfristig an Vereine zu binden (ZG BUKKEB) _IT: Problem der Überalterung von Vereinen (ZG BUKKEB)</p>	<p>_WS III: Aspekte, die bei der Umsetzung berücksichtigt werden sollten: Soziales Punktemodell/Kompetenzmodell - Ansätze zur Attraktivierung von Vereinstätigkeit, durch Vorbildwirkung Erwachsener Jugendliche zur Teilnahme motivieren, Schnuppertage bei Vereinen - projekt-/ aktivitätsbezogen, Imagearbeit Vereine: klares Bild über die Vielfältigkeit der Vereine vermitteln (häufig nur vage und einseitige Vorstellungen zu "Vereinen" vorhanden), übersichtliche Darstellung bestehender Angebote schaffen, Minderheiten berücksichtigen: MigrantInnen, Menschen mit Behinderung; unterschiedliche Strukturen und Teilnahmekonzepte der Vereine beachten, Vernetzung aller Institutionen der Jugendarbeit, Geschichte und Kultur der Region mitreflektieren, begrenzte Ressourcen ehrenamtlicher Arbeit bedenken; bestehende Organisationen nutzen, v.a. Dachverbände; starke Bewerbung unter bestehenden Vereinen, Kooperationen mit z.B. ungarischen Vereinen - Grenzregionen, Jahresberichte: Erfolge / erreichte Ziele darstellen _WS IV: Image-Politik für Verein bzw. Ehrenamt ist allgemein erforderlich _WS IV: Bewusstsein für Aufgaben von Vereinen/Ehrenamt _WS IV: "Stärkung" statt "Revitalisierung" des Vereinslebens _WS IV: Entrümpelung, Imagesteigerung des Vereinslebens (Vereine als Kommunikationsplattform zur Stärkung der sozialen Kompetenz) + Bewusstseinsbildung der Vereinsverantwortlichen _WS IV: Anreizsysteme für Ehrenamt (Wirtschaftsgutscheine für Jugend) _WS IV: Politische Bildung/Basisbildung /Kompetenzfeststellung (Burgenländische Volkshochschulen)</p>

Rückmeldungen aus den Erhebungen zu den Modellprojekten

MODELL-PROJEKTE	Anmerkungen/Themen aus der Institutionen-Befragung (Online-Befragung)	Interesse an Kooperation, Umsetzung	als möglicheR PartnerInnen empfohlen/benannt
<p>Modellprojekt: Qualifizierungs- verbund von Unternehmen</p>	<p>_Vorteile für Unternehmen kommunizieren _Kommunikation der Vorteile an die MitarbeiterInnen vermitteln, trotz komplizierter Materie _Zielgruppe muss in der Angebotsgestaltung klar definiert sein (Spezialangebote auch für kleinere Zielgruppen) _Kostenfaktor: Leistbarkeit für InteressentInnen _nur wirtschaftlich erfolgreiche Ansätze werden sich durchsetzen (Verzicht auf Fördergelder kann die wahre Wirtschaftlichkeit eines Projekts zeigen) _Einbindung sämtlicher Energieträger (Holz, Sonne, Wasser, Wind) + E-Mobilität (z.B. Car-Sharing) _gemeindeübergreifende Zusammenarbeit _Gleichbehandlung von Groß- und Kleinbetrieben _Unterstützung von Schulen beim Erhalt des Siegels als Naturparkschule</p>	<p>Teilnahmeinteresse WS III: _Beispiel Lichtregion / Leitbetrieb als Vorbild _Landwirtschaftliche Fachschule /Schulen _Privatpersonen _Wirtschaftskammer Teilnahmeinteresse WS IV: _BIO AUSTRIA Burgenland _Haus der Begegnung _Josefinum Eberau _Landwirtschaftliches Bezirksreferat Oberwart _Marktgemeinde Großpetersdorf _Kernteam Dorferneuerung _peter pan communications _BFI Burgenland _Burgenländische Energieagentur _Europäisches Zentrum für Erneuerbare Energie _LFI Burgenland _WIFI Oberwart</p>	<p>_IT: Institutionen der Erwachsenenbildung (VHS, BFI, WIFI) - bessere Vernetzung der Angebote _IT: Schulen, die einen Schwerpunkt auf Ökoenergie gesetzt haben, z.B. Gymnasium Güssing, Landwirtschaftliche Fachschule _IT: Wirtschaftskammer und Arbeiterkammer _IT: Landwirtschaftskammer _IT: Europäisches Zentrum für Erneuerbare Energie: erster Ansprechpartner – auch derzeit schon für Gemeinden zum Thema Ökoenergie _IT: Land Burgenland: EnergieberaterInnen als gute Kontaktpersonen für kleinere Unternehmen und Privatpersonen _IT: Burgenländische Energieagentur _IT: Entwicklung ländlicher Raum ELA _IT: Förderung für Energieregionen vom Bund _IT: Leader-Region Südburgenland _IT: Ländliches Fortbildungsinstitut Burgenland (Hr. Scheffknecht, Hr. Stummer (Forstberater)) _IBQ: Landwirtschaftliches Bezirksreferat Güssing _IBQ: Gewerbebetriebe _IBQ: Interessenverbände _IBQ: Hr. Ing. Reinhard Koch _IBQ: Umweltausschuss der Gemeinde Großpetersdorf _FirmenvertreterInnen</p>
<p>Modellprojekt: Sommerakademie Ökoenergie im Südburgenland</p>	<p>_Zielpublikum ist nicht ganz klar _Ökoenergie breites Thema, nur begrenzte Möglichkeiten für gemeinsame Veranstaltungen (BiogasanlagenbetreiberIn braucht ganz andere Kenntnisse wie FernwärmeversorgerIn) = genaue Bedarfsanalyse der Zielgruppe _Exkursionstag/Ausflugstag anbieten, der einen Überblick über die Erneuerbare Energie und deren Bedeutung für die Region gibt (z.B. Besichtigung von Anlagen) _deutlich erkennbare Ausbildungsschiene, die breit gefächert angelegt ist, mit Zertifikatscharakter und Lehrplan _Bewusstseinschaffung, dass benötigte Energie selbst erzeugt werden kann _für Landwirte Termin im Sommer schwierig</p>	<p>Teilnahmeinteresse WS III: _Gemeinden _HTLs/Schulen _KMUs _Land- und Forstwirte _Wirtschaftskammer _ZiviltechnikerInnen _Kooperation mit HTBL Pinkafeld (Prof. Rudi Jauschowitz führt seit Jahrzehnten energietechnische Seminare mit gutem Ruf in Pinakfeld durch) _Gewerbebetriebe _Ing. Reicher, BR Güssing _Burgenländische Energieagentur _LFS Güssing Teilnahmeinteresse WS IV: _BIO AUSTRIA – Burgenland _Josefinum Eberau _Landwirtschaftliches Bezirksreferat Oberwart _Marktgemeinde Großpetersdorf _Kernteam Dorferneuerung _peter pan communications _Burgenländisches Volksbildungswerk _Europäisches Zentrum für Erneuerbare Energie _LFI Burgenland</p>	<p>_IT: Institutionen der Erwachsenenbildung, aber Angebote sollten mehr vernetzt werden _IT: Schulen, die einen Schwerpunkt auf Ökoenergie gesetzt haben, z.B. Gymnasium Güssing _IT: Wirtschaftskammer und Arbeiterkammer _IT: Landwirtschaftskammer _IT: Qualifizierungsverbände _IT: im Bereich Ökoenergie kommt man um Güssing (Bürgermeister usw.) nicht herum _IT: Volksbildungswerk _IT: Europäisches Zentrum für Erneuerbare Energie: erster Ansprechpartner – auch derzeit schon für Gemeinden zum Thema Ökoenergie _IT: Ländliches Fortbildungsinstitut Burgenland (Hr. Cheffknecht, Hr. Stummer (Forstberater)) _IT: Land Burgenland: EnergieberaterInnen als gute Kontaktpersonen für kleiner Unternehmen und Privatpersonen _IT: Burgenländische Energieagentur _IT: Abteilung für Umweltfragen der Diözese Eisenstadt _IBQ: Gewerbebetriebe aus diesem Sektor _IBQ: Ing. Reicher BR Güssing _IBQ: LFS Güssing</p>

Rückmeldungen aus den Erhebungen zu den Modellprojekten

MODELL-PROJEKTE	Anmerkungen/Themen aus der Institutionen-Befragung (Online-Befragung)	Interesse an Kooperation, Umsetzung	als möglicheR PartnerInnen empfohlen/benannt
<p>Modellprojekt: Sprachen des Gaumens</p>	<p>_Tourismus Burgenland setzt in allen Regionen fast nur mehr auf Wein und Speisen; neueste Entwicklungen zeigen, dass dieser Trend rückläufig ist: Essen gehört zum Leben und muss nicht unbedingt zum "Um und Auf" des Lebens hochstilisiert werden. Das heißt für das Südburgenland: wertige (keine überzogenen "Hochwertigen") Kulturprojekte, die von der Basis getragen werden; ordentliche Unterkünfte und eine regionale Verpflegung, die sich nicht als das Nonplusultra präsentiert, sondern einfach da ist</p> <p>_Einbeziehung von Kindern und Jugendlichen in einer Extragruppe</p> <p>_Kochen von Kindern und Müttern</p> <p>_Kochen und Verkosten für Erwachsene</p> <p>_Einbindung der Paradies-Gastronomie: Slow Food ist neben der Arche Noah und Bio Austria</p> <p>Projektpartner der österreichischen „Arche des Geschmacks“</p> <p>_Problem: Kinder sind kaum daran gewöhnt, neue Speisen zu verkosten</p>	<p>Teilnahmeinteresse WS III:</p> <p>_Dorferneuerung (Kernteam)</p> <p>_ideas4you Werbeagentur</p> <p>_Katholisches Bildungswerk / Christopherushaus</p> <p>_Landesverband bäuerliche Direktvermarkter</p> <p>_Ländliches Fortbildungsinstitut</p> <p>_Landwirtschaftliches Bezirksreferat Oberwart/Güssing/Jennersdorf</p> <p>_LFI Burgenland</p> <p>_Shu-Chen Sojahaus</p> <p>_Slow Food Burgenland</p> <p>_Verein "rund ums moor"</p> <p>_Weingut Erika und Paul Grosz - Paradiesbetriebe</p> <p>Teilnahmeinteresse WS IV:</p> <p>_BIO AUSTRIA – Burgenland</p> <p>_Landwirtschaftliches Bezirksreferat Oberwart</p> <p>_Food Burgenland</p> <p>_Weinbau Wukits</p> <p>_Blumentalladen</p> <p>_Seminarhaus „Die Scheune“</p> <p>_Weindylle neu</p> <p>_WIFI Oberwart</p>	<p>_IT: Institutionen der Erwachsenenbildung, aber Angebote sollten mehr vernetzt werden</p> <p>_IT: Schulen, die einen Schwerpunkt auf Tourismus gesetzt haben</p> <p>_IT: LFI</p> <p>_IT: Landwirtschaftliche ProduzentInnen</p> <p>_IT: Paradiesbetriebe</p> <p>_IT: Burg Güssing</p> <p>_IT: Tourismusverbände</p> <p>_IT: Katholisches Bildungswerk: Chistopherushaus</p> <p>_IBQ: (Seminar-)BäuerInnen, KochlehrerInnen und normale Hausfrauen</p> <p>_IBQ: Einbindung Schmankerl-WirtInnen</p> <p>_IBQ: Gewerbebetriebe</p> <p>_IBQ: Richard Sampl (GH Sampl)</p> <p>_IBQ: Südburgenland - Ein Stück vom Paradies + Paradiesbetriebe</p> <p>_IBQ: Regionale Betriebe (DirektvermarkterInnen)</p> <p>_IBQ: HauswirtschaftslehrerInnen</p> <p>_IBQ: Josef Jugovits aus Schachendorf</p> <p>_IBQ: LFS Güssing</p>
<p>Modellprojekt: Wissensbörse Naturgenuss</p>	<p>_Es gibt fast nichts, was im touristischen Bereich nicht schon ausprobiert worden wäre: Erweiterung des schon bestehenden Angebotes ist sicherlich gut</p> <p>_Großteil der Bevölkerung muss sich hinter touristische Maßnahmen stellen, damit die Region erfolgreich auftreten kann</p> <p>_wirtschaftliche Stärkung des Südburgenlands in allen Bereichen</p> <p>_Tourismus nimmt eine eher kleine Position in der Wertschöpfung des Südburgenlands ein</p> <p>_ "Sanfter Tourismus"</p> <p>_Zusammenarbeit mit Schulen mit jährlich wiederkehrendem Verkostungs- und Informationstag</p>	<p>Teilnahmeinteresse WS III:</p> <p>_Die Scheune (Freiraum für Entfaltung)</p> <p>_Dorferneuerung (Kernteam)</p> <p>_Edelserpentin Habetler</p> <p>_Haus der Begegnung</p> <p>_Ideas4you Werbeagentur</p> <p>_Landwirtschaftliches Bezirksreferat Oberwart/Güssing/Jennersdorf</p> <p>_LFI Burgenland</p> <p>_RMB</p> <p>_Shu Chen Sojahaus</p> <p>_Slow-Food Rohrer</p> <p>_Weingut Erika und Paul Grosz, Buschenschenker Obfrau + Paradiesbetriebe</p> <p>_Weindylle neu</p> <p>Teilnahmeinteresses WS IV:</p> <p>_BIO AUSTRIA – Burgenland</p> <p>_Edelserpentin Habetler</p> <p>_Kernteam Dorferneuerung</p> <p>_Naturparkverein Markt-Neuhodis</p> <p>_RMB</p> <p>_Weinbau Wukits</p> <p>_Blumentalladen</p> <p>_Seminarhaus "Die Scheune"</p> <p>_WIFI Oberwart</p>	<p>_IT: Institutionen der Erwachsenenbildung, aber Angebote sollten mehr vernetzt werden</p> <p>_IT: Schulen, die einen Schwerpunkt auf Tourismus gesetzt haben + Kindergärten (IBQ)</p> <p>_IT: LFI</p> <p>_IT: Landwirtschaftliche ProduzentInnen</p> <p>_IT: Paradiesbetriebe</p> <p>_IT: Burg Güssing</p> <p>_IT: Tourismusverbände</p> <p>_IT: Josefinum Eberau (burgenländisch/ungarische Schule)</p> <p>_IT: lokale Bevölkerung miteinbeziehen</p> <p>_IT: Angebot des BFI müssten hier näher angeschaut werden</p> <p>_IBQ: KlassenlehrerInnen</p> <p>_IBQ: LFS Güssing</p> <p>_IBQ: Ludwig Gruber vom Verein biohotels</p> <p>_IBQ: Obmann Hubert Reschl</p>

Rückmeldungen aus den Erhebungen zu den Modellprojekten

MODELL-PROJEKTE	Anmerkungen/Themen aus der Institutionen-Befragung (Online-Befragung)	Interesse an Kooperation, Umsetzung	als mögliche PartnerInnen empfohlen/benannt
<p>Modellprojekt: Lernen in und über soziale Netzwerke</p>	<p>_jugendgerechte Aufarbeitung des Themas: Lernen über Netzwerke passiert im Schulbereich; oft über E-Learning; dort gemachte Erfahrungen können Grundlage für das Lernen über Netzwerke im Erwachsenenbereich bilden _für Umsetzung ist parteipolitisch freie Kommunikation nötig + guter Internetzugang im öffentlichen Raum, Internetcafés _Eventcharakter solcher Veranstaltungen (Erlebnis, Spiel und Freizeitspaß, Eltern-Kind- oder Großeltern-Enkel-Quiz, Schullandtage); sonst schwierig, Zielgruppe zu motivieren _zielgruppenorientierte Weiterbildungsmöglichkeiten eröffnen (Pflegewissenschaft, Erziehungsmodelle, Elternbildung) _Rahmenbedingungen fehlen, um neue Arbeitsplätze in der Region zu schaffen (z.B. dass von privater Seite Firmen gegründet werden; Zusammenarbeit mit Forschungseinrichtungen - Entwicklung intelligente oder grüner Produkte) _in Volksschulen beginnen: z.B. jeweils an einem Nachmittag pro Woche sollten die Kinder mit LehrerInnen, Mitgliedern des Musikvereines, Sportvereines, Feuerwehr, Jägerschaft, Gemeindevertretung, Kirche, Naturpark etc. zusammengebracht werden, Spaßfaktor sollte vor Lernfaktor stehen (positive Effekte: Bindungen zu den Vereinen und zum Ort, weg vom Computer hin zu Aktivitäten in der Gemeinschaft) _durch Bildungsveranstaltungen können verschiedenste Zielgruppen die wesentlichen Vorzüge des Biolandbaus und der Bioprodukte kennen lernen</p>	<p>Teilnahmeinteresse WS III: _BFI Burgenland _Bibliotheken als Wissensträger _Frauenberatungsstelle Oberwart _Haus der Begegnung _Katholisches Bildungswerk _Kernteam Dorferneuerung _Schulen Teilnahmeinteresse WS IV: _AK Burgenland _BFI Burgenland _BIO AUSTRIA – Burgenland _Josefinum Eberau _Marktgemeinde Markt Allhau _Seminarhaus „Die Scheune“ _Weinbau Wukits _peter pan communications _Burgenländische Volkshochschulen _Burgenländisches Volksbildungswerk</p>	<p>_IT: Institutionen der Erwachsenenbildung, aber Angebote sollten besser vernetzt werden _IT: große bzw. bedeutende Institutionen wie BFI oder WIFI sollten miteinbezogen werden _IT: Gemeinden _IT: Gewerbebetriebe (Sponsoring) _IT: Volksbildungswerk _IT: BFI Burgenland _IT: Frauen in der Wirtschaft _IT: Frauenberatungsstelle Oberwart bzw. Dachverband Frauen- und Mädchenberatungsstellen _IT: Erwachsenenbildungsstellen: z.B. VHS, BFI _IT: Katholisches Bildungswerk _IBQ: Vernetzung aller, mit bestimmter Problematik befasster, Institutionen und auch regionaler Gemeinde- bzw. ParteivertreterInnen _IBQ: Kulturträger einer Gemeinde, sportliche Gruppierungen, Volkshochschule etc. _IBQ: BUKEB _IBQ: Bürgermeister Hermann Pferschy + Katrin Koch + Elke Marktsteiner-Ninaus _IBQ: KlassenlehrerInnen, MediatorInnen, Friedensburg Stadt Schläining _IBQ: LFS Güssing _IBQ: Unis, FHs, Zukunftswerkstätten; große Unternehmen, die Ableger im Südburgenland gründen</p>
<p>Modellprojekt: Abschlussarbeiten-fonds Südburgenland</p>	<p>_"Praktikanten" benötigen Zeit und viel Aufmerksamkeit, auch von BetriebsinhaberInnen; das ist die Hürde (FH und Uni/Boku haben schon ähnliche Projekte durchgeführt) _Sicherstellung der Nachhaltigkeit der Finanzierung _Hinterland ist kleinstrukturiert (gute Idee, Unternehmen verschiedenster Sparten einzubinden) _lückenlose Kommunikation der einzelnen Firmen über das Angebot für die Lehrlinge _Weitergabe der Informationen auch an die weiterführenden Schulen _Interesse von passenden Firmen, Studierenden, eine Projektarbeit zu ermöglichen _Personalaufwand, der durch die Mithilfe bei Abschlussarbeiten über ein bestimmtes Maß hinaus notwendig ist, sollte finanziell abgegolten werden (Problem oft entstehender ehrenamtlicher Mehraufwand) _sowohl im Produktions- als auch im Vermarktungsbereich gäbe es hier einige Themen, die bearbeitet und weiter vertieft werden könnten _Fragen: Wer trägt die Verantwortung, wer erstellt die Terminliste? _Bedarf an Informationsaustauschbörsen _Gemeinden wissen nicht, wo die abgewanderten Jugendlichen sind, was sie machen, ob sie aus der Stadt zurückkehren wollen, ob sie überhaupt in der Region arbeiten möchten</p>	<p>Teilnahmeinteresse WS III: _BFI Burgenland _Bildungsinformation Burgenland _Burgenländische Forschungsgesellschaft _Caritas / ÖVP Pinkafeld _Dachverband Frauen- und Mädchenberatungsstellen _Frauenberatungsstelle Oberwart Teilnahmeinteresse WS IV: _AK Burgenland _BIO AUSTRIA – Burgenland _ Josefinum Eberau, _Marktgemeinde Markt Allhau _ Musikverein Neuhaus/Kib., _Seminarhaus „Die Scheune“ _Vamos – Verein zur Integration _Weinbau Wukits _Dorferneuerung _peter pan communications</p>	<p>_IT: Institutionen der Erwachsenenbildung _IT: Burgenländische Forschungsgesellschaft _IT: Gemeinden _IT: Land _IT: Frauen in der Wirtschaft _IT: Frauenberatungsstelle Oberwart bzw. Dachverband Frauen- und Mädchenberatungsstellen _IT: Burgenländische Bildungsberatung _IT: Bildungsinformation Burgenland _IT: AMS Burgenland _IT: einzelne Landesreferate (z.B. Gesundheitsreferat für medizinische Themen) _IT: FHs, Universitäten _IT: bestehende Tourismusverbände _IBQ: Firmen, die in der Forschung arbeiten; Betriebe, die innovative Produkte erzeugen (Genussregion, Ökologie, Energiesparmaßnahmen) _IBQ: ImmobilienmaklerInnen, Tourismusbetriebe, SelbstvermarkterInnen und kleine ideelle Betriebe _IBQ: Boku, Institut für Ökolandbau, Christian Vogl, Bioforschung Austria, Wilfried Hartl _IBQ: LEX Franz (Gemeindeschreiber in Neuhaus/Kib. und Naturparkgelehrter); Holzmann Wolfgang (Obmann des Sportvereines) _IBQ: LFS Güssing</p>

Rückmeldungen aus den Erhebungen zu den Modellprojekten

MODELL-PROJEKTE	Anmerkungen/Themen aus der Institutionen-Befragung (Online-Befragung)	Interesse an Kooperation, Umsetzung	als möglicheR PartnerInnen empfohlen/benannt
<p>Modellprojekt: Wiederbelebung des Vereinslebens</p>	<p>_Jugendliche sollten mehr von der Gemeinde wahrgenommen werden (Beteiligung am Gemeindegeschehen, mehr Mitspracherecht) _organisiertes Vereinswesen ist nicht mehr zeitgemäß, aufgrund von Arbeitszeiten, Familienorganisation und ständig wechselnden Ansprüchen an die Freizeitgestaltung _vorhandene Ansätze für Bildungsk Kooperationen im schulischen Bereich, z.B. mit dem Naturpark Raab (Vorbildwirkung von engagierten Erwachsenen kann die Motivation Jugendlicher, sich ehrenamtlich zu engagieren, steigern - in Verbindung mit überzeugendem Angebot (z.B. Benefizveranstaltungen) _für Jugendliche gibt es wenige bis keine Aktivitäten bzw. kein Programm, keine Räumlichkeiten (Vernetzung aller mit Jugendarbeit beschäftigten Vereine, SOS Kinderdorf, ansässigen Schulen, Schulpsychologin etc.) _Modell für Pinkafeld entwickeln, betreute Jugendarbeit, eventuell in Anlehnung an Modell Oberwart) _Vereine in den kleinen Dörfern kämpfen ums Überleben oder haben es aufgegeben (Problem: wenig Zeit, wenig junge Menschen, viele alte Menschen, die nicht mehr agil genug sind) _Vereine können der Abwanderung entgegenwirken, sozialer Kontakt bindet _viele, die sich im Südburgenland ansiedeln, sind in hohem Maße bioaffin eingestellt: große Chance für einen Brückenschlag zu den Einheimischen über die Brücke der bestehenden Biobauern/Biobäuerinnen in der Region</p>	<p>Teilnahmeinteresse WS III: _BFI Burgenland _Bildungsinformation Burgenland _Caritas / ÖVP Pinkafeld _Katholisches Bildungswerk _Kernteam Dorferneuerung _Kukuk Bildein / Kulturverein Teilnahmeinteresse WS IV: _BIO AUSTRIA – Burgenland _Marktgemeinde Markt Allhau _Pfarre Jennersdorf _Seminarhaus „Die Scheune“ _Weinbau Wukits</p>	<p>_IT: Institutionen der Erwachsenenbildung _IT: Burgenländische Forschungsgesellschaft _IT: Gemeinden _IT: Land _IT: Bildungsinformation Burgenland _IT: VHS _IT: Volksbildungswerk _IT: KUGA - Kulturvereinigung - Kulturna Zadruha Kuga _IT: Katholisches Bildungswerk _IT: örtliche Vereine oder kulturelle Vereine _IBQ: jeder Verein muss sich die Frage stellen, wie er neue Mitglieder requirieren kann, welches Angebot zur Teilnahme motiviert, z.B. Menschen, die mit einem Handicap zu kämpfen haben (körperliche oder geistige Behinderung, MigrantInnen) _IBQ: Joachim Tajmel, Jennersdorf _IBQ: Katrin Koch, Elke Marktsteiner-Ninaus _IBQ: Tourismusobmänner, Lehrer, BetriebsführerInnen</p>

Rückmeldungen aus den Erhebungen: Projektvorschläge zu den Schwerpunktbereichen angesprochene übergeordnete Themen

PROJEKT-VORSCHLÄGE	Befragung ExpertInnen (qualitativ) - nach Zielgruppen	Anmerkungen/Themen aus dem Workshop 3	Interesse an Kooperation, Umsetzung
Ökoenergie	<p>_IT: Ökoenergiemanager; landwirtschaftliche Schule denkt über ein solches Angebot nach (ZG KMU)</p> <p>_IT: Initiativen in Güssing, v.a. Europäisches Zentrum für Erneuerbare Energie (Hr. Reinhard Koch, z.B. in Kooperation mit bfi) (ZG KMU)</p> <p>_IT: Ländliches Fortbildungsinstitut Burgenland: BenutzerInnen Schulungen mit Bauern/Bäuerinnen zu Biogasanlagen (ZG KMU)</p> <p>_IT: Qualifizierungsverbände bestehen an sich bereits (keine genaueren Angaben) (ZG KMU)</p> <p>_IT: Ausbildung und Einsatz von EnergietrainerInnen: bieten für Unternehmen als ersten Einstieg z.B. in einem Bezirk kurze Seminare zu Energieeffizienz an (ZG KMU)</p> <p>_IT: Informationskampagnen und Erneuerung der Informationsmaterialien im Bereich Ökotourismus (z.B. im Umfeld von Ökoenergieanlagen) (ZG KMU)</p> <p>_IT: sämtliche EKKO-Projekte der Burgenländischen Energieagentur: http://www.eabgld.at/index.php?id=807 könnten Vorbildwirkung haben (ZG KMU)</p>	<p>_Ausbildung und Einsatz von EnergietrainerInnen/-managerInnen (geben Unternehmen als ersten Einstieg z.B. in einem Bezirk Tipps, kurze Seminare zu Energieeffizienz, Fuhrpark, Energiesparen im Büro); Vorbild: InnovationsmanagerInnen des Business Innovation Center BIC; ausgebildete EnergieberaterInnen heranziehen) - Burgenländische Energieagentur</p> <p>_Ausbildung von gemeinsamen EnergietechnikerInnen (beauftragt von Gemeinden, Gemeindeverbänden) - würde Arbeitsplätze bringen, wäre lokal verankert (Burgenländische Energieagentur)</p> <p>_Informationskampagnen & Erneuerung von Informationsmaterialien im Bereich Ökotourismus (z.B. Infopulte bei Ökoenergieanlagen), Führungen, Demonstrationsanlagen</p> <p>multimediale Ausrichtung der Information (Europäisches Zentrum für Erneuerbare Energie)</p>	<p>_ IT: Ausbildung zum/zur ÖkoenergiemanagerIn: Arbeiterkammer, Landwirtschaftskammer und Wirtschaftskammer wären gefragt, um ein Anforderungsprofil für den Beruf Ökoenergiemanager zu entwickeln, dass dann in einen Lehrplan übersetzt werden kann</p>
Südburgenländischer Natur-Genuss	<p>_IT: Projekte rund um Wein und Zusatzqualifizierungen für WeinbäuerInnen (ZG KMU)</p> <p>_IT: Tourismus: z.B. Angebot eines Ökoenergie-Urlaubs (ZG KMU)</p> <p>_IT: Südburgenländischer Naturgenuss; Kooperationen mit Hotels fördern, Besuche zu ProduzentInnen lokaler Lebensmittel anbieten (ZG Zuigroaste)</p>	<p>_thematische Überschneidungen mit Pfarrfesten "Feste schöpfungsfreundlich feiern", Produkte aus der Region bzw. Fair Trade kommen zum Einsatz</p> <p>_Kochkurse der Burg Güssing</p> <p>_"Kochtheater" von Martin Schuster (Bulthaup-Küchen in Oberwart)</p> <p>_Naturparkakademie</p>	k.A.
Lernen ohne Grenzen	<p>_IT: Einrichtung eines Zentrums für Frauen- und Mädchenmedizin: Medizin einseitig auf Männer ausgerichtet (ZG KMU)</p> <p>_IT: Frauen – Macht – Geld: neue Bewertung von Arbeit, wirtschaftlicher Erfolg, Gender Budgeting, neuer Sprachgebrauch in der Wirtschaft, Männerbildung (ZG KMU)</p> <p>_IT: Kooperation mit ungarischen Vereinen ausbauen bzw. mit angrenzenden Regionen (grüne Grenze ist in den Köpfen immer noch verankert), Ansätze in diese Richtung sind bereits vorhanden (Kukuk Bildein) (ZG Jugendliche)</p> <p>_IT: Lernen ohne Grenzen und das neuerliche Zusammenrücken der Nachbarländer, Sprachen wieder erlernen (ZG Jugendliche)</p> <p>_IT: Projekte mit Kindern/Jugendlichen im Bereich Natur, Wahrnehmung und Umgang mit Natur; derzeit „Verbildung“ und „Entwurzelung“ der Kinder, d.h. Bildungsabwanderung wird bereits in der Schule gefördert; hier wäre Potenzial darin vorhanden, den schonenden Umgang mit Natur in der Schule zu erlernen und dadurch nachhaltig den Bezug zur Region fördern (ZG Zuigroaste)</p> <p>_IT: momentan noch kein greifbares Projekt, aber an dem Bereich zeitgemäße Lebensberatung und natürliche Lebensweise besteht großes Interesse (ZG Zuigroaste)</p> <p>_IT: Schulen und Betriebe näher zusammenbringen, Schnupperangebote einrichten; SchülerInnen können sich oft nicht vorstellen, wie es ist, in einem bestimmten Beruf zu arbeiten (ZG Zuigroaste)</p> <p>_IT: Schulung der Kreativität, Improvisation und Selbstverantwortung; alles, was mit Persönlichkeitsentwicklung zu tun hat; ist auch wichtig, um die Nachhaltigkeit der Projekte sicherzustellen, da dafür eine bestimmte Persönlichkeitshaltung notwendig ist (ZG Zuigroaste)</p> <p>_IT: kein konkretes Projekt, aber die Bereiche Sprachen und politische Bildung sind sehr wichtig und werden auch zukünftig immer wichtiger werden (ZG BUKKEB)</p> <p>_IT: bei politischer Bildung geht es auch darum, aktives Handeln und das Engagement der Leute zu fördern (ZG BUKKEB)</p> <p>_IT: im Sprachbereich sollte ein Schwerpunkt auf die Sprachen der angrenzenden Regionen gelegt werden, v.a. Ungarisch, aber auch Slowenisch (ZG BUKKEB)</p> <p>_IT: zukünftig werden im Südburgenland Fragen zu Migration/Integration/Asyl immer wichtiger werden, also hier wäre es sicher auch sinnvoll, sich über Projekte hierzu Gedanken zu machen (ZG BUKKEB)</p>	<p>_Vermittlung von Kompetenzen an Jugendliche zur Erschließung neuer Förderungen (und Weitervermittlung dieser Kompetenzen an andere Jugendliche), z.B. für Programme wie "Jugend in Aktion"</p>	k.A.
ÜBERGEORDNETE THEMEN			
Mobilität	<p>_IT: Thema Mobilität, z.B. zum Erreichen von Weiterbildungsangeboten (ZG KMU)</p> <p>_IT: Problem/Bildungsteilnahmemerkmale bei Frauen: Kosten und Mobilität (ZG KMU)</p> <p>_IT: Kooperation mit ungarischen Vereinen ausbauen bzw. mit angrenzenden Region (Kukuk Bildein) (ZG Jugendliche)</p> <p>_IT: Dörfer fallen immer mehr auseinander, die Mobilität zerstreut das Zusammenleben, der Zusammenhalt im Dorf ist nicht mehr so wie früher, die Nachbarn kennen einander nicht mehr, die Generationen kennen sich untereinander nicht mehr, da wäre es sicher wichtig, die Dörfer und v.a. die Leute wieder mehr zusammenzuführen (ZG BUKKEB)</p> <p>_IT: Ideen für Zukunftsprojekte (Flexibilität, Offenheit im Denken, Mobilität) sammeln (ZG BUKKEB)</p> <p>_IT: auch die Verkehrsanbindung im Südburgenland wäre ein wichtiges Thema, weil es ein Hemmnis für die Inanspruchnahme von Bildungsangeboten bzw. Lernen darstellt, dass man zu wenig mobil ist, d.h., wenn ein Kurs am Abend besucht wird, muss es auch eine Möglichkeit geben, im Anschluss daran wieder nach Hause zu kommen (ZG BUKKEB)</p>	k.A.	k.A.
Niederschwellige Angebote für Frauen in der Region	<p>_IT: bei Frauen vorhandenes Interesse an Weiterbildung (ZG KMU)</p> <p>_IT: Fokussierung auf die Spezialgruppe Frauen (Niedriglohnjobs); Frauenqualifizierung und das Mitdenken dieser Problematik wäre in allen Modellprojekten sinnvoll (ZG BUKKEB)</p> <p>_IT: Frauenarbeitslosigkeit ist sehr hoch in der Region; hängt meist nicht mit mangelnder Qualifizierung, sondern mit fehlenden qualifizierten Arbeitsplätzen zusammen; das Arbeitsmarktproblem muss zukünftig mehr mitreflektiert werden (ZG BUKKEB)</p> <p>_IT: sehr viele hochqualifizierte Frauen im Burgenland, die teilweise zwei Hochschulabschlüsse haben, aber wenn sie nicht pendeln oder abwandern wollen, dann wird der Berufseinstieg schwierig (ZG BUKKEB)</p>	k.A.	k.A.
Niederschwellige Angebote für Jugendliche in der Region	<p>_IT: Ausbildung zum Ökoenergiemanager sollte eingeführt werden (ZG KMU)</p> <p>_IT: Fokussierung auf den Bereich Ökoenergie; wird zwar teilweise in Schulen umgesetzt, sollte aber ausgebaut werden (ZG KMU)</p> <p>_IT: Angebote zu Sprachkursen oder spezifischen Aktivitäten für Jugendliche (ZG Jugendliche)</p> <p>_IT: Fachhochschul-Studiengänge zu regionsspezifischen Themengebieten, wie z.B. Tourismus (ZG Jugendliche)</p>	k.A.	k.A.

Rückmeldungen aus den Erhebungen: Projektvorschläge zu den Schwerpunktbereichen angesprochene übergeordnete Themen

PROJEKT-VORSCHLÄGE	Befragung ExpertInnen (qualitativ) - nach Zielgruppen	Anmerkungen/Themen aus dem Workshop 3	Interesse an Kooperation, Umsetzung
Niederschwellige Angebote für Menschen mit besonderen Bedürfnissen in der Region	_WS III: "Alte"/PensionistInnen lernen von den "Jungen" (z.B. Einführung in die PC-Welt) (ZG KMU) _IT: spezifische Informationen zu Angeboten für Altersgruppe zwischen 25 und 40 nur wenig vorhanden (ZG Jugendliche) _IT: Pflegebereich wird sicher in Zukunft eine Herausforderung für das Burgenland sein: wie man gut ausgebildete Jugendliche besser in die Region integrieren kann, aber auch einedamit einhergehende Schaffung qalifizierter Arbeitsplätze im Südburgenland (ZG BUKEB) IT: Verhältnis zwischen Ausbildung und Arbeitsplätzen muss ins Lot gebracht werden (ZG BUKEB)	k.A.	k.A.
Angebot für Ältere	_IT: spezifische südburgenländische Angebote im Bereich Pflege/Gesundheit/Wellness-Bereich, die keine niedrig qualifizierten, sondern höher qualifizierte Positionen fördern (ZG KMU) _IT: in der Region sind viele ältere Personen, aber wenig Angebote (ZG Zuigroaste) _IT: Problem der Überalterung der Gesellschaft betrifft auch das Südburgenland (ZG BUKEB)	k.A.	k.A.
Schaffung von Arbeitsplätzen in der Region	_IT: Tourismus wichtigster Wirtschaftsfaktor im Südburgenland, wird auch in Zukunft immer wichtiger werden (ZG KMU) _IT: Projektidee: Aufbau eines Netzwerkes, in dem sich Menschen, die Arbeit suchen, im Südburgenland registrieren und Betriebe (Ein-Mann-/Ein-Frau-Betriebe) in eine Art Fonds einzahlen und dann in einer Notsituation Aushilfskräfte zur Verfügung gestellt werden; da könnte man sich als Betrieb z.B. ein Stundendepot anlegen, z.B. dass man 50 Stunden erwirbt und dann in Notsituationen Unterstützung erhält; daraus würden dann auch neue Arbeitsplätze geschaffen werden (ZG KMU) _IT: Tourismus wird immer wichtiger werden als Arbeitgeber (Arbeitsplätze im Südburgenland meist im Tourismus) (ZG Jugendliche) _IT: Wellness/Gesundheit (gesunde Ernährung)/Krankheit/ Pflege/Arbeiten mit Menschen mit Behinderung/Kinder wird zukünftig immer wichtiger werden; Empfehlung: in diesen Bereichen die Position des Südburgenlands ausbauen und qualifizierte Arbeitsplätze schaffen (ZG Zuigroaste) _IT: Schaffung von (höher) qualifizierten Arbeitsplätzen wäre für die Region sehr wichtig (ZG BUKEB) _IT: Einbindung der lokalen Bevölkerung sehr wünschenswert; Berücksichtigung der lokalen Ressourcen und Kompetenzen der Bevölkerung (ZG BUKEB)	k.A.	k.A.
Vernetzung/Weiterbildungsmöglichkeiten bzw. -information	_IT: für Hobbybereich (VHS) und Gesundheit/Wellness ist einiges vorhanden (ZG KMU) _IT: Übertragung der Energieversorgung in Gemeindeverantwortung (z.B. mittels Vereinen, Verbänden) (ZG KMU) _IT: ausreichendes Angebot von Netzwerken; Qualität von bestehenden Netzwerken sichern (ZG KMU) _IT: Weiterbildungsbewusstsein gehört allgemein gestärkt: Sinnhaftigkeit erklären, Angebote darstellen (ZG KMU) _IT: Ökoenergie/Landwirtschaft: Interesse an Anwendungs- und Weiterbildungsthemen ist gegeben (ZG KMU) _IT: Problem: bestehende Kursangebote für Privatpersonen zu Ökoenergie wurde nicht gut angenommen (kein Kostenproblem) (ZG KMU) _IT: starke Nachfrage im Naturbereich: z.B. Natur- und LandschaftsführerInnen (ZG KMU) _IT: Weiterbildung orientiert sich am individuellen Interesse (ZG KMU) _IT: viele betreiben ihre Landwirtschaft nur im Nebenerwerb und sind im Haupterwerb wo anders beschäftigt, da spielt auch die (kaum) verfügbare Zeit, um sich weiterzubilden, eine wichtige Rolle (ZG KMU) _IT: Weiterbildungen meist nur, wenn es um die klassische Berufsausbildung geht (ZG Jugendliche) _IT: Kostenfaktor von Weiterbildungen ist als Entscheidungsfaktor nicht zu unterschätzen (ZG Jugendliche) _IT: Interesse, sofern auch ökonomischer Nutzen sichtbar ist, d.h., dass nach einer Zusatzqualifizierung auch Arbeitsplätze vorhanden sind (ZG BUKEB) _IT: spezifische Informationen zu Angeboten für Altersgruppe zwischen 25 und 40 Jahren sollten angeboten werden (ZG Jugendliche) _IT: Weiterbildung sollte im kleinen Rahmen angeboten werden, z.B. Diskussionen im Rahmen von Stammtischen (ZG Jugendliche) _IT: nicht so starre Strukturen bei Weiterbildungsmaßnahmen würden das Interesse sicher steigern, d.h., dass man aktiv daran teilnimmt und nicht nur passiv aufnimmt (ZG Zuigroaste) _IT: Kooperationen mit anderen Jugendlichen bzw. Vereinen in anderen Gemeinden gibt es z.B. in Gaas; teilweise bereits Kooperationen könnten zusätzlich ausgebaut werden (ZG Jugendliche) _IT: Information sollte besser gebündelt werden, oft gibt es einiges, aber man weiß nichts davon (ZG Zuigroaste) _IT: Information ist oft schwierig zu bekommen (ZG Zuigroaste) _IT: Gemeinde oft die einzige Anlaufstelle in der Region, aber häufig dort kein wirkliches Informationsangebot vorhanden (ZG Zuigroaste) _IT: Undurchsichtigkeit des Informationsangebots (ZG Zuigroaste) _IT: Projekte müssen sich im Prozess entwickeln und mit der lokalen Bevölkerung und lokalen Institutionen abgestimmt sein (ZG BUKEB) _IT: wichtig für die Region ist, dass Ressourcen zur Verfügung gestellt und gebündelt werden (z.B. Schaffung von Lernorten, bessere Einbindung bildungsferner Schichten) (ZG BUKEB)	k.A.	k.A.

A.7.10 Zusatzauswertungen: Interesse an Themenbereichen

Tabelle A.9

Interesse an Themenbereichen – Gesamt, Angaben in %

	sehr großes Interesse	großes Interesse	geringes Interesse	kein Interesse
Angebote für Ältere, Familien, Kinder	19,1	39,7	28,7	12,5
Angebote für KMU/EPU	13,7	22,9	24,4	38,9
Erneuerbare Energien/Ökoenergie	29,2	37,2	19,7	13,9
Gastronomie/Kulinarik/Ernährung	19,2	33,1	38,5	9,2
Gesundheit & Pflege	27,1	45,0	22,1	5,7
Land- und Forstwirtschaft	8,5	25,6	38,0	27,9
Nachhaltige Entwicklung	13,5	36,5	33,3	16,7
Regionale Identität	16,7	34,1	39,4	9,8
Natur-Genuss	20,0	33,3	29,6	17,0
Wiedereinstieg/Umschulung/ Qualifizierung für den Arbeitsmarkt	10,2	17,3	35,4	37,0
Zusammenarbeit in der Region/Ehren- amt, Vereine, gesellschaftliches Engage- ment	15,6	28,1	39,3	17,0
Brauchtum/Kultur	17,4	37,1	32,6	12,9
Freizeit- und Tourismusangebote	20,3	41,4	33,1	5,3
Mobilität/Transport/alternative ökologische Transportmittel	13,5	25,6	46,6	14,3
Multikulturalität/Sprache/Tradition	20,7	26,7	32,6	20,0
Sonstiges	38,5	7,7	7,7	46,2

Quelle: 3s-Darstellung (n=126-140, Sonstiges=13), 5-6/2010

Tabelle A.10

Interesse an Themenbereichen – Männer, Angaben in %

	sehr großes Interesse	großes Interesse	geringes Interesse	kein Interesse
Angebote für Ältere, Familien, Kinder	8,0	38,0	40,0	14,0
Angebote für KMU/EPU	13,7	29,4	25,5	31,4
Erneuerbare Energien/Ökoenergie	38,9	46,3	7,4	7,4
Gastronomie/Kulinarik/Ernährung	10,0	26,0	54,0	10,0
Gesundheit & Pflege	16,7	38,9	38,9	5,6
Land- und Forstwirtschaft	12,2	22,4	49,0	16,3
Nachhaltige Entwicklung	22,4	38,8	32,7	6,1
Regionale Identität	18,4	32,7	38,8	10,2
Natur-Genuss	16,0	26,0	38,0	20,0
Wiedereinstieg/Umschulung/ Qualifizierung für den Arbeitsmarkt	4,2	14,6	39,6	41,7
Zusammenarbeit in der Region/Ehrenamt, Vereine, gesellschaftliches Engagement	19,2	28,8	32,7	19,2
Brauchtum/Kultur	12,2	38,8	32,7	16,3
Freizeit- und Tourismusangebote	15,7	45,1	37,3	2,0
Mobilität/Transport/alternative ökologische Transportmittel	13,7	29,4	47,1	9,8
Multikulturalität/Sprache/Tradition	14,0	28,0	36,0	22,0
Sonstiges	25,0	12,5	12,5	50,0

Quelle: 3s-Darstellung (n=48-54, Sonstiges=8), 5-6/2010

Tabelle A.11

Interesse an Themenbereichen – Frauen, Angaben in %

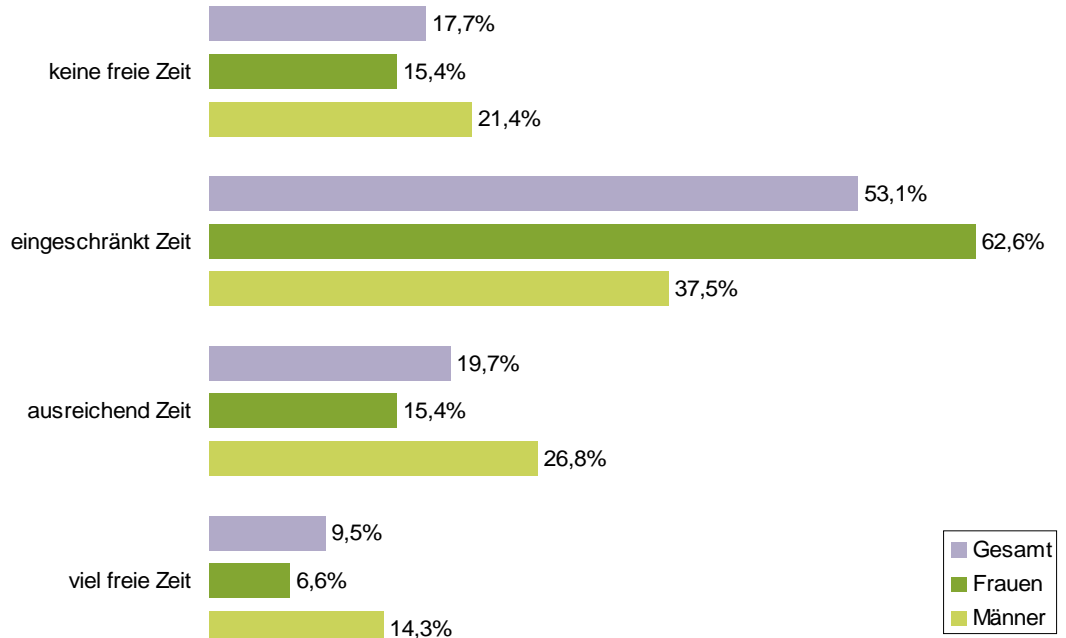
	sehr großes Interesse	großes Interesse	geringes Interesse	kein Interesse
Angebote für Ältere, Familien, Kinder	25,6	40,7	22,1	11,6
Angebote für KMU/EPU	13,8	18,8	23,8	43,8
Erneuerbare Energien/Ökoenergie	22,9	31,3	27,7	18,1
Gastronomie/Kulinarik/Ernährung	25,0	37,5	28,8	8,8
Gesundheit & Pflege	33,7	48,8	11,6	5,8
Land- und Forstwirtschaft	6,3	27,5	31,3	35,0
Nachhaltige Entwicklung	7,8	35,1	33,8	23,4
Regionale Identität	15,7	34,9	39,8	9,6
Natur-Genuss	22,4	37,6	24,7	15,3
Wiedereinstieg/Umschulung/ Qualifizierung für den Arbeitsmarkt	13,9	19,0	32,9	34,2
Zusammenarbeit in der Region/Ehrenamt, Vereine, gesellschaftliches Engagement	13,3	27,7	43,4	15,7
Brauchtum/Kultur	20,5	36,1	32,5	10,8
Freizeit- und Tourismusangebote	23,2	39,0	30,5	7,3
Mobilität/Transport/alternative ökologische Transportmittel	13,4	23,2	46,3	17,1
Multikulturalität/Sprache/Tradition	24,7	25,9	30,6	18,8
Sonstiges	60,0	-	-	40,0

Quelle: 3s-Darstellung (n=77-86, Sonstiges=5), 5-6/2010

A.7.11 Zusatzauswertungen: Rahmenbedingungen für Weiterbildung

Abbildung A.6

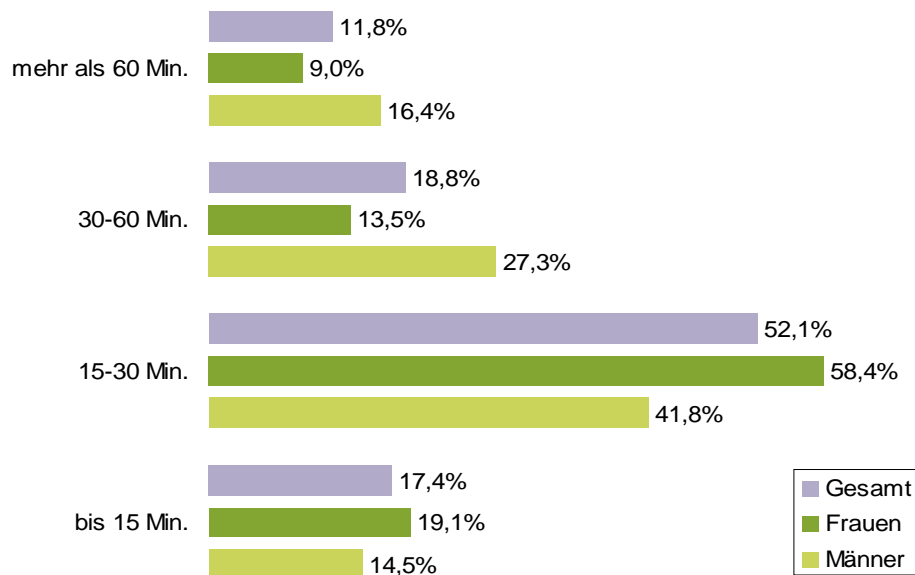
Verfügbare Zeit für Weiterbildungen, Angaben in %



Quelle: 3s-Darstellung (n=147), 5-6/2010

Abbildung A.7

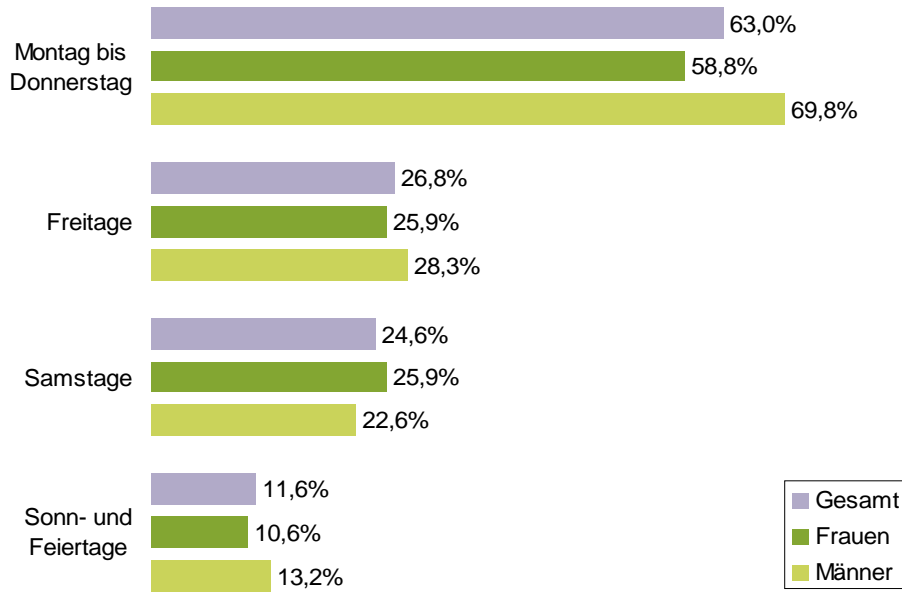
Maximale Anreisezeit zum Kursort, Angaben in %



Quelle: 3s-Darstellung (n=144), 5-6/2010

Abbildung A.8

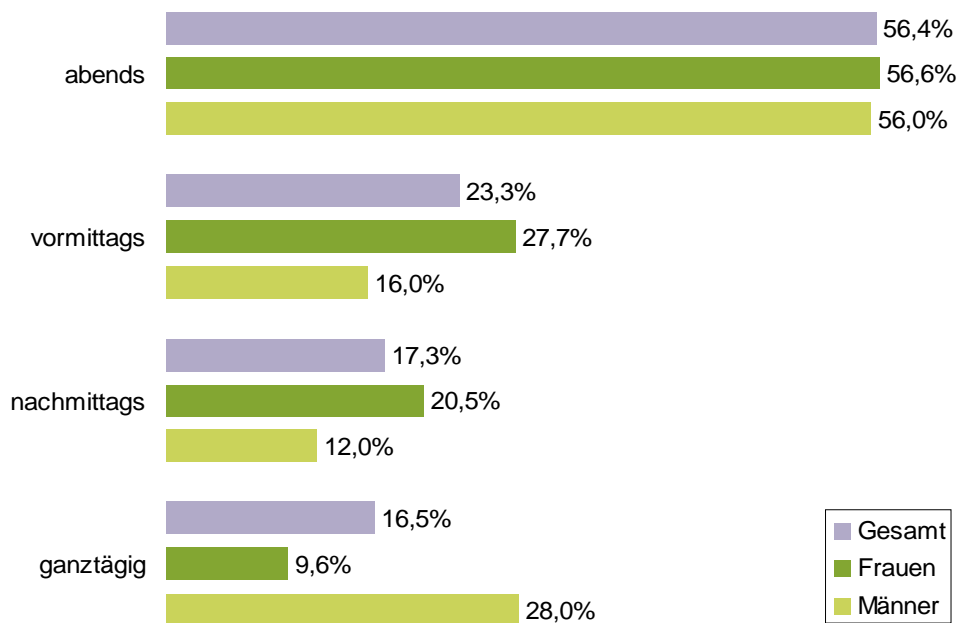
Günstige Tage für Kursbesuch, Angaben in %



Quelle: 3s-Darstellung (n=138), 5-6/2010

Abbildung A.9

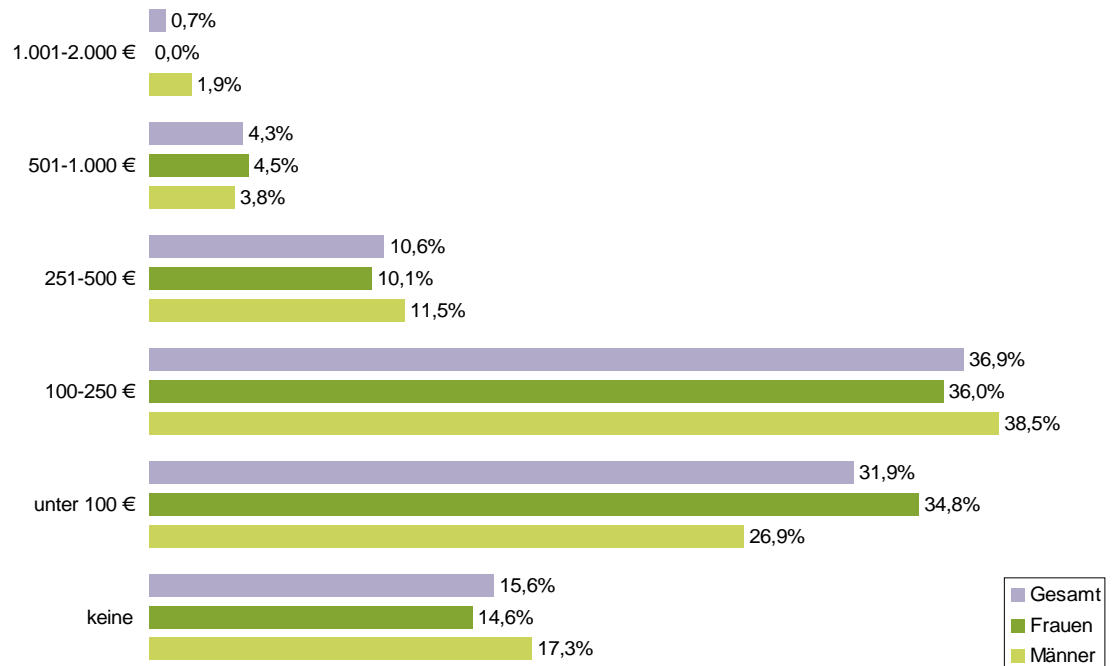
Günstige Tageszeiten für Kursbesuch, Angaben in %



Quelle: 3s-Darstellung (n=133), 5-6/2010

Abbildung A.10

Preisbereitschaft für private Weiterbildungen, Angaben in %

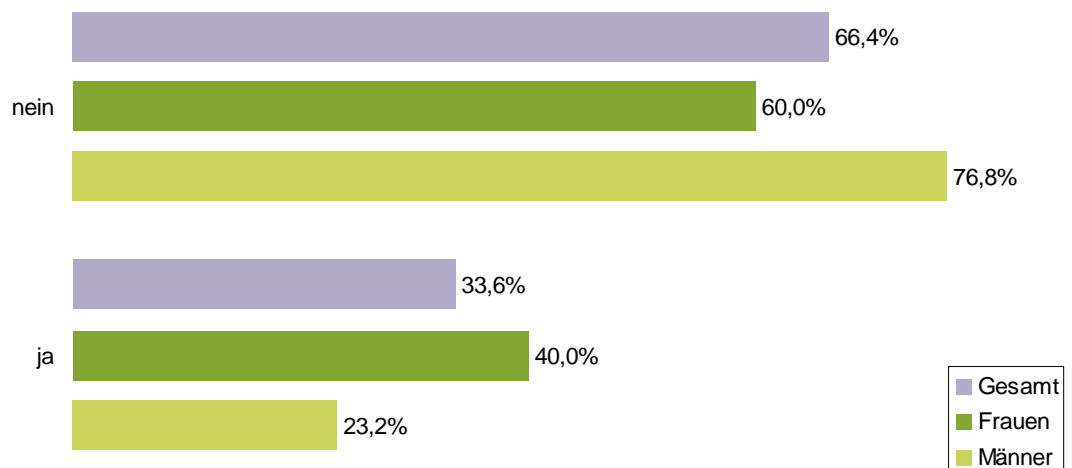


Quelle: 3s-Darstellung (n=141), 5-6/2010

A.7.12 Zusatzauswertungen: bisherige Teilnahme an Weiterbildung

Abbildung A.11

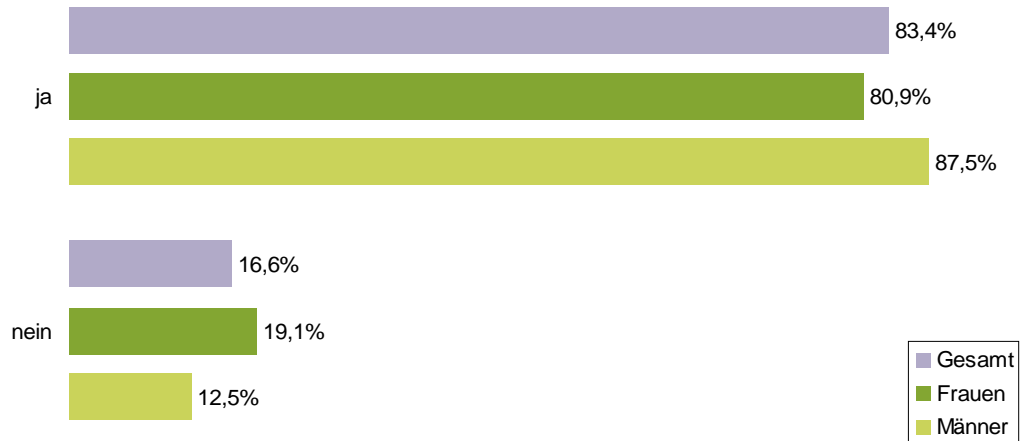
Teilnahme an freizeitbezogenen Kursen im letzten Jahr, Angaben in %



Quelle: 3s-Darstellung (n=146), 5-6/2010

Abbildung A.12

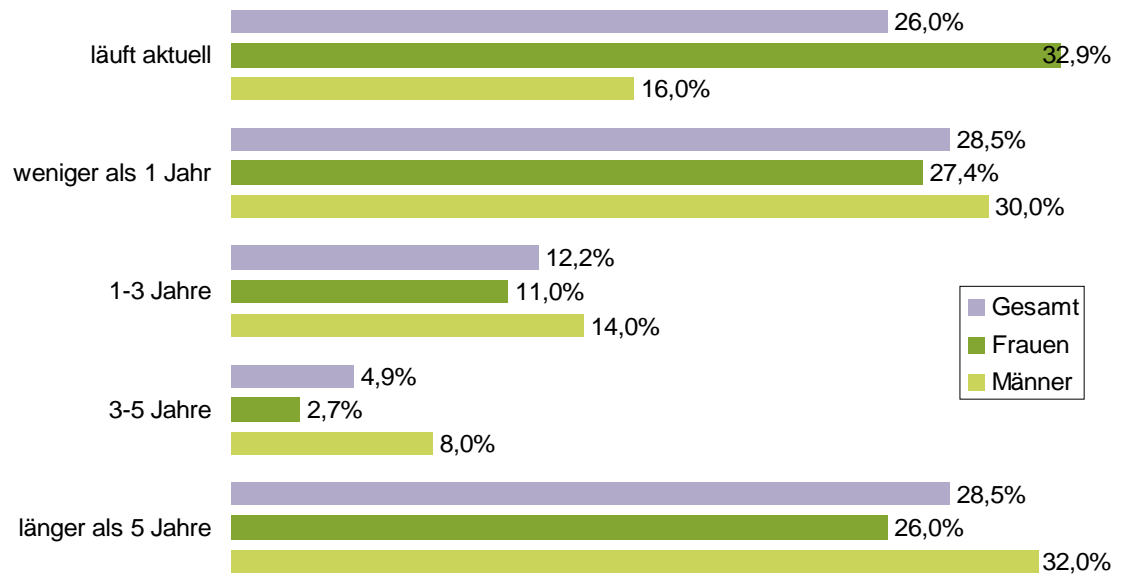
Generell bereits erfolgte Teilnahme an beruflicher Weiterbildung, Angaben in %



Quelle: 3s-Darstellung (n=145), 5-6/2010

Abbildung A.13

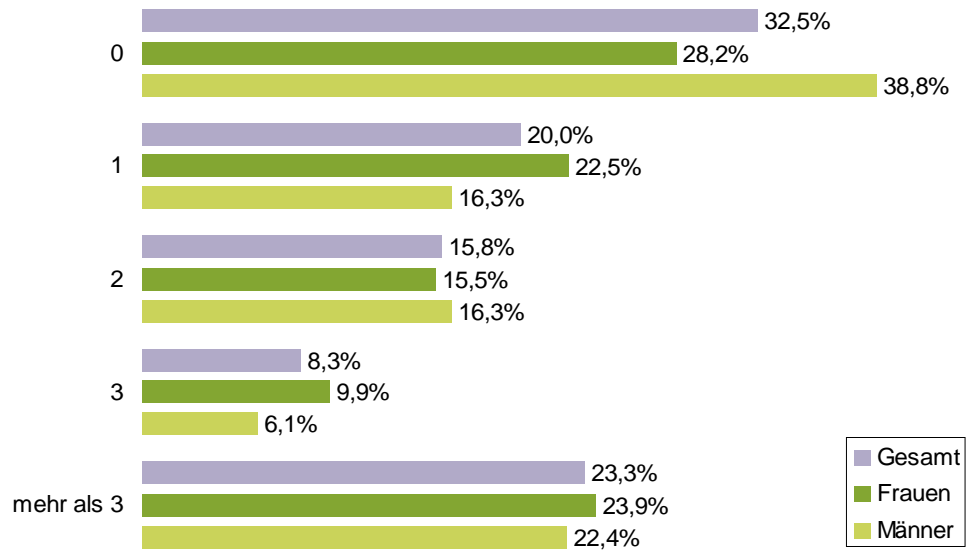
Zeitpunkt der letzten Nutzung einer beruflichen Weiterbildung unter Personen mit bereits besuchter beruflicher Weiterbildung, Angaben in %



Quelle: 3s-Darstellung (n=123), 5-6/2010

Abbildung A.14

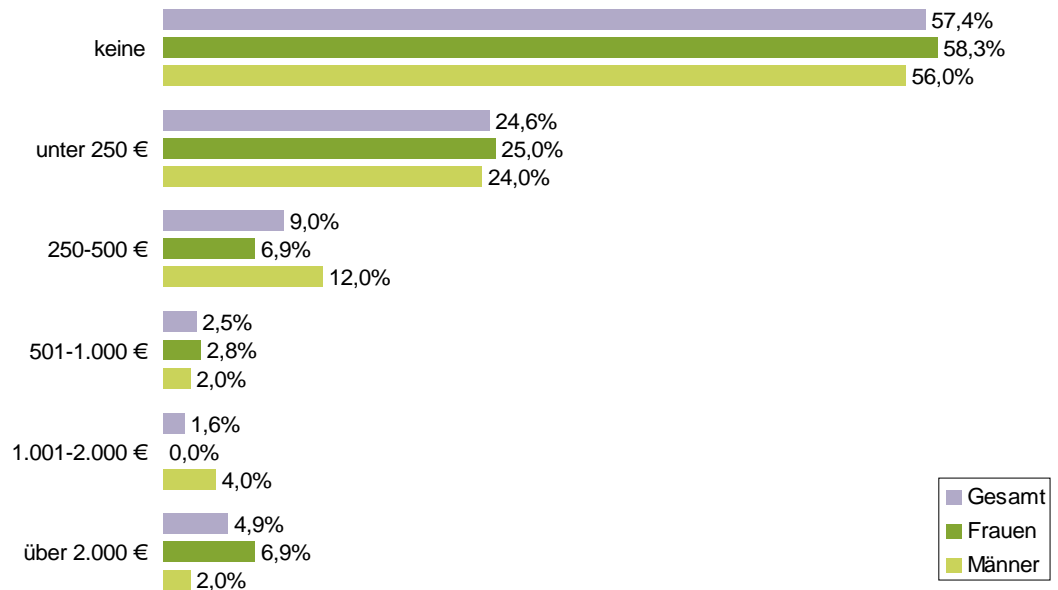
Anzahl an konsumierten beruflichen Weiterbildungen unter Personen mit bereits besuchter beruflicher Weiterbildung, Angaben in %



Quelle: 3s-Darstellung (n=120), 5-6/2010

Abbildung A.15

Persönliche Nettoausgaben für Weiterbildung im vergangenen Jahr, Angaben in %



Quelle: 3s-Darstellung (n=122), 5-6/2010

A.8 Zusatzmaterialien zur Netzwerkbildung

A.8.1 Mitgliederliste des Netzwerks

Nachfolgend sind die Vorstandsmitglieder der Leader-Aktionsgruppe südburgenland plus aufgelistet

- ___ Obm. BR. Bgm. Walter Temmel, Bürgermeister Bildein
- ___ Obm.-Stv. LAbg. Bgm. Gerhard Pongracz, Bürgermeister Oberwart
- ___ OAM Thomas Schreiner, Weinbau-Vertreter
- ___ Mag. Thomas Novoszel, Wirtschaftskammer-Vertreter
- ___ Bgm. Ing. Willibald Höchtl, Bürgermeister Rauchwart
- ___ Bgm. Ing. Reinhard Knaus, Bürgermeister Mühlgraben
- ___ Bgm. Wilhelm Thomas, Bürgermeister Jennersdorf
- ___ Bgm. LAbg. Norbert Sulyok, Bürgermeister Kohfidisch
- ___ Ing. Maria Thek, Landwirtschaftskammer-Vertreterin
- ___ Hans Peter Neun, Tourismus-Vertreter
- ___ AR Josef W. Fleck, Kultur-Vertreter
- ___ DI Dr. Jürgen Frank
- ___ Mag. Christian Drobits, Arbeiterkammer-Vertreter
- ___ Dir. Gabriele Haidwagner, Chancengleichheits-Vertreterin
- ___ Kristina Schranz, Jugend-Vertreterin
- ___ DI Ursula Maringer, Geschäftsführerin

A.8.2 TeilnehmerInnen der Bildungsstrategie-Workshops

TeilnehmerInnen der Bildungsstrategie-Workshops am 07.04.2010 (1. Workshop) und 17.06.2010 (2. Workshop)

Name	Institution/Unternehmen	Schwerpunkt	1. Workshop	2. Workshop
Böhm Thomas, DI	RMB / Arge Naturparke	Natur-Genuss	x	
Brenner Alfred	AK-Oberwart	Ökoenergie	x	
Chou Hui-Chen	Shu-Chen-Sojahaus	Natur-Genuss	x	
Chuang Shu-Chen	Shu-Chen-Sojahaus	Natur-Genuss	x	
Drobits Christian, Mag.	AK-Vertreter	Lernen ohne Grenzen	x	x
Ebner Heinz, Mag.	Ebner GmbH	Ökoenergie	x	
Fetz Anton	BFI	Lernen ohne Grenzen	x	
Fleck Josef W.	Gemeinde Markt-Allhau, Verein JUKUKU	Lernen ohne Grenzen	x	x
Frank Jürgen, DI Dr.	Vorstandsmitglied	Natur-Genuss	x	
Freudelsperger-Sagl Johanna	vamos	Lernen ohne Grenzen		x
Goger Renate, Dr.		Lernen ohne Grenzen	x	
Goger Sandra	Urlaub am Bauernhof im Burgenland			x
Hacker Daniela	BFI Burgenland	Lernen ohne Grenzen		x
Hacker Joachim, Ing.	EEE	Ökoenergie	x	

Name	Institution/Unternehmen	Schwerpunkt	1. Workshop	2. Workshop
Haidwagner Gabi	Thermenwelt Bgld.	Natur-Genuss	x	
Höchtl Willibald, Ing. Bgm.	Bgm. Rauchwart	Ökoenergie	x	
Holpfer Renate	Verein "Frauen für Frauen-Burgenland"	Lernen ohne Grenzen	x	x
Huterer Gabriele	vamos	Lernen ohne Grenzen		x
Jäger Doris	Bgld. Volksbildungswerk	Lernen ohne Grenzen	x	x
Karner Josef	Marktgemeinde Rudersdorf	Ökoenergie		x
Knaus Reinhard, Ing. Bgm.	Bgm. Mühlgraben	Ökoenergie	x	x
Maringer Ursula, DI	südburgenland plus	Lernen ohne Grenzen	x	
Marksteiner-Ninaus Elke	Dorferneuerung / Rotes Kreuz	Lernen ohne Grenzen	x	x
Moser Fred	Moser Baumanagement	Ökoenergie	x	x
Müllner Gerhard, Ing.	Weinidylle, LFS-Güssing	Lernen ohne Grenzen/Naturgenuss	x	
Neun Hans Peter	Tourismus-Vertreter	Natur-Genuss	x	x
Novoszel Thomas, Mag.	Wirtschaftskammer Bgld.	Ökoenergie	x	
Patronovits Maria	Bgld. Landwirtschaftskammer	Natur-Genuss		x
Popofsits Harald	Tourismusregion Güssing-Stegersbach	Ökoenergie	x	
Pötz Johann, DI	Ländl. Fortbildungsinstitut Bgld.	Natur-Genuss	x	
Reicher Christian, Ing.	LWK Burgenland	Ökoenergie	x	x
Rohrer Kerstin	Slow Food Burgenland	Natur-Genuss	x	
Schindler Franz	Gem. Burgauberg-Neudauberg	Lernen ohne Grenzen		x
Schlögl Gerhard, DI	-	Natur-Genuss Lernen ohne Grenzen	x	x
Schmalnauer Rita	Bgld. Volkshochschulen	Lernen ohne Grenzen		x
Schmögner Petra	LVBB	Lernen ohne Grenzen	x	x
Schranz Kristina	Jugend-Vertreterin	Lernen ohne Grenzen	x	
Schreiner Thomas	Weinbau-Vertreter	Ökoenergie	x	
Schweiger Manfred	WIFI Burgenland	Ökoenergie	x	x
Stampf Peter	Peter Pan Communications	Lernen ohne Grenzen		x
Sulyok Norbert, LAbg. Bgm.	Bgm. Kohfidisch	Natur-Genuss	x	x
Tallian Rudolf	Fleischerei Tallian	Natur-Genuss		x
Thek Maria	LWK Burgenland	Natur-Genuss	x	
Veit Doris	Die Scheune	Lernen ohne Grenzen		x
Wachter Franz, Bgm.	Gemeinde Deutsch Schützen - Eisenberg	Natur-Genuss		x
Wechsler Anna	BFI Burgenland	Lernen ohne Grenzen		x
Wilhelm Thomas	Bgm. Jennersdorf	Ökoenergie	x	x
Wunderer Alexander, DI DI (FH)	eENNOVATION	Ökoenergie		x

A.8.3 Interesse aus der Online-Befragung

Die folgenden Personen haben im Rahmen der Online-Befragung von Institutionen Interesse an der Beteiligung am Netzwerk bzw. der Entwicklung und Umsetzung künftiger Bildungsprojekte zur Umsetzung der Bildungsstrategie bekundet:

Institution/Unternehmen	Name AnsprechpartnerIn
BFI Burgenland	Anna Schneemann
Arbeiterkammer Burgenland	Bildungsreferent Peter Vargyas
BIO AUSTRIA – Burgenland	DI Gerhard Bruckner
Landw. Bezirksreferat Oberwart	DI Richard Matyas
RMB	DI Thomas Böhm
Haus der Begegnung	Dir. DP Engelbert Marakovits
Seminarhaus Die Scheune	Doris Veit
Marktgemeinde Großpetersdorf	Günter PHILIPP
Vamos - Verein zur Integration	Gabriele Huterer
Sprecher des "Kernteam Dorferneuerung"	Heinzel Johann
Josefinum Eberau	Hildegard Rath
Naturparkverein Markt-Neuhodis	Hubert Reschl
Verein "rund ums moor"	Jürgen Frank
Weinbau	Johann Wukits
Slow Food Burgenland	Mag. Kerstin Rohrer
-	Manuela Hatzl
Musikverein Neuhaus/Klb.	Martin Preininger
Kräuter & mehr	Monika Kleinschuster
Marktgemeinde Markt Allhau	OAR Josef Werner Fleck
Edelserpentin Habetler	Renate Habetler
Shu-Chen Sojahaus	Shu-Chen Chuang
Caritas / ÖVP Pinkafeld	Sonja Kleinrath
Kindergarten	Susanne Rotter
ideas4you Werbeagentur GmbH	Thomas Klepits
Pfarre Jennersdorf	Willi Brunner
Dorferneuerung	Otto Pfeiffer
peter pan communications	Peter Stampf

A.8.4 Qualitative Befragungen

Folgende Personen wurden im Zuge der qualitativen Erhebung zu den Modellprojekten der drei Aktionsfelder befragt:

Aktionsfeld „Ökoenergie“

- ___ Joachim Hacker, Europäisches Zentrum für Erneuerbare Energie, Güssing
- ___ DI Johann Binder, Burgenländische Energieagentur, Eisenstadt
- ___ Mag. Wolfgang Zöttl, Caritas Burgenland, Eisenstadt
- ___ Dietrich Wertz, Energiestammtisch, Oberwart

Aktionsfeld „Lernen ohne Grenzen“

- ___ Renate Holpfer, Frauenberatungsstelle Oberwart, Oberwart
- ___ Thomas Dunst, Kukuk Bildein, Eberau
- ___ Doris Veit, Die Scheune, Weiden bei Rechnitz

Aktionsfeld „Südburgenländischer Natur-Genuss“

- ___ Paul Grosz, Weingut Erika & Paul Grosz, Gaas
- ___ Ulrike Poller, Obfrau Echt-Guat-Buschenschenker, Eberau
- ___ Heidi Hagenauer, Blumentalladen, Großpetersdorf
- ___ Chuang Shu Chen, Shu Chen Sojahaus, Rotenturm
- ___ Ing. Gerhard Müllner, Weinidylle neu, Moschendorf
- ___ Astrid Sommer, Landesschulsprecher-Stv. HBLA Güssing (ECOLE)

Des Weiteren wurden Interviews mit VertreterInnen der BUKEB (Burgenländische Konferenz der Erwachsenenbildung) zu den 3 Aktionsfeldern geführt:

- ___ Peter Meier, BFI Burgenland, Oberwart
- ___ Mag. Johann Artner, Katholisches Bildungswerk, Eisenstadt
- ___ DI Johann Pötz, Ländliches Fortbildungsinstitut Burgenland, Eisenstadt
- ___ Mag. Wolfgang Winkler, Bildungsinformation Burgenland, Eisenstadt
- ___ Alfred Lang, Burgenländische Forschungsgesellschaft, Eisenstadt
- ___ Mag. Hans Lunzer, Burgenländisches Volksbildungswerk, Eisenstadt
- ___ Dr. Christine Teuschler, Burgenländische Volkshochschule, Eisenstadt
- ___ Mag. Manfred Schweiger, WIFI Burgenland

A.8.5 TeilnehmerInnen des Workshops am 19. Oktober 2009

Die nachfolgende Liste entspricht den TeilnehmerInnen des Workshops zu „Nutzen und Zielen einer Bildungsstrategie für eine Lernende Region Südburgenland“ am 19. Oktober 2009 in Neudauberg, der als Entscheidungsgrundlage zur Durchführung des Projekts „Lernende Region Südburgenland“ durchgeführt wurde. Die TeilnehmerInnen waren Mitglieder der Leader-Aktionsgruppe südburgenland plus:

- ___ Obm. BR Bgm. Walter Temmel
- ___ OAM Thomas Schreiner
- ___ Mag. Thomas Novoszel
- ___ Bgm. Ing. Willibald Höchtl
- ___ Bgm. Ing. Reinhard Knaus
- ___ DI Dr. Jürgen Frank
- ___ Mag. Christian Drobits
- ___ DI Ursula Maringer
- ___ DI Gerhard Schlögl (als externer Teilnehmer)

A.8.6 Protokolle von Netzwerkveranstaltungen

- ___ Workshop zu „Nutzen und Zielen einer Bildungsstrategie für eine Lernende Region Südburgenland“ am 19. Oktober 2009 in Neudauberg:
 - ___ Protokoll zum Workshop
- ___ Workshop zur Bildungsstrategie für die Leader-Region Südburgenland am 25. Februar 2010
 - ___ Präsentationsunterlagen zum Workshop
- ___ Bildungsstrategie-Workshop für die „Lernende Region Südburgenland“ am 7. April 2010 in Güssing
 - ___ Präsentationsunterlagen
 - ___ Protokoll zum Workshop
- ___ Bildungsstrategie-Workshop für die Lernende Region Südburgenland“ am 17. Juni 2010 in Güssing
 - ___ Präsentationsunterlagen
 - ___ Protokoll zum Workshop



Protokoll zum Workshop „Nutzen und Ziele einer Bildungsstrategie für eine Lernende Region Südburgenland Plus“

Datum, Zeit

19.10.2009, 17:00–21:00 Uhr

Ort

Hotel „Das Gogers“ in 8292 Neudauberg 240

Moderation, Dokumentation

3s Unternehmensberatung GmbH: Mag. Günter Hefler, Mag.^a Dr.ⁱⁿ Sigrid Nindl

TeilnehmerInnen

Mag. Christian Drobits, DI Dr. Jürgen Frank, Bgm. Ing. Willibald Höchtl, Bgm. Ing. Rainhard Knaus, DI Ursula Maringer, Mag. Thomas Novoszel, DI Gerhard Schlögl, OAM Thomas Schreiner, LAbg. Bgm. Walter Temmel

Ablaufplan zum Workshop

17.00-17.20 Uhr: Eingangsphase

- ___ Kurzbefragung zu persönlichen Lern- und Projekterfahrungen und Interessen (Einzelarbeit, ca. 5-10 Minuten; zur Überbrückung der Wartephase; Auswertung im zweiten Teil nach Durchsicht durch das Workshopleitungsteam in der Pause)
- ___ Begrüßungs- und Vorstellungsrunde (max. 2 Sätze je TeilnehmerIn)
- ___ Vorstellung des Teams und des Workshopprogramms

17.20-18.00 Uhr: Input zu „Lernende Regionen“: Programm, Projektbeispiele, Umsetzungsmöglichkeiten

- ___ Grundideen des Programms Lernende Regionen
- ___ Der österreichische Weg: Das Programm Lernende Regionen als neues Instrument zur Umsetzung der Lokalen Entwicklungsstrategien
- ___ Lernen und Weiterbildung im Südburgenland: Was wissen wir darüber?
- ___ Beispiele von Strategien und Projekten für Lernende Regionen
- ___ Von Zielen der Lokalen Entwicklungsstrategie zu konkreten Projekten: Wie können Projekte in Lernenden Regionen aussehen?

18.00-18.15 Uhr: Diskussion des Inputs – Verständnisfragen

18.15-18.30 Uhr: Pause

18.30-19.00 Uhr: Gruppenarbeit

- ___ 4-Stationen-Weg: Was kann das Programm für die Region bringen? Welche Ziele der LES möchte man im Programm Lernende Regionen umsetzen? Welche Vorstellungen/vagen Projektideen usw. zu Lernprojekten habe/kenne ich, die mir verfolgenswert erscheinen? Welche Themen sind zentral für die Region / sollten auf jeden Fall umgesetzt werden?

19.00-19.30 Uhr: Diskussion der Ergebnisse der Gruppenarbeit im Plenum

19.30-19.40 Uhr: Kurzinput: Wie soll der Strategieentwicklungsprozess aussehen? – Konkretes Projektdesign

19.40-19.50 Uhr: Nachfragen zum Kurzinput

19.50-20.00 Uhr: Schlussrunde – Feedback zum Workshop

Eingangsphase: Fragen zu persönlichen Lernerfahrungen

Den TeilnehmerInnen des Workshops wurden einleitend Fragen zu ihren persönlichen Lernerfahrungen und Lerninteressen gestellt, um sich auf das Workshopthema einzustimmen. Diese Antworten wurden nicht in das Protokoll aufgenommen, da sie der persönlichen Einstimmung auf das Thema des Workshops dienen.

Nachfolgend sind die Fragen hierzu angeführt, die Antworten hierzu werden nicht protokolliert.

Die folgenden Fragen dienen nur für Ihre persönliche Einstimmung auf das Thema des Workshops. Ihre Angaben werden nicht in der Gruppe veröffentlicht!

1a) Wann haben Sie zuletzt das Gefühl gehabt, etwas besonders Wichtiges gelernt zu haben? Bitte geben Sie Ihr letztes wesentliches Lernerlebnis an!

1b) Bitte geben Sie den Lebensbereich (z.B. Arbeit, Familie, ehrenamtliche Tätigkeit, Freizeitaktivität usw.) dieser Lernerfahrung an!

2) Wie oft lernen Sie im Lauf Ihrer beruflichen Tätigkeit etwas Neues dazu? Bitte geben Sie an, welche der Einschätzungen auf Ihre Situation zutrifft:

- o (nahezu) täglich
- o nicht täglich, aber mehrmals wöchentlich
- o nicht sehr häufig, aber mehrmals im Monat
- o selten bzw. nur in besonderen Situationen

3a) Gibt es einen Bereich (ein konkretes Thema, ein anstehendes Problem usw.), wo Sie sagen: Da möchte ich im nächsten Jahr etwas dazulernen, da möchte ich weiterkommen! Wenn ja, benennen Sie bitte das Thema!

3b) Bitte geben Sie den Lebensbereich (z.B. Arbeit, Familie, ehrenamtliche Tätigkeit, Freizeitaktivität usw.) dieser Lernerfahrung an!

4) Haben Sie in den letzten drei Jahren an einer Weiterbildung (an Weiterbildungen) teilgenommen? Wenn ja, dann nennen Sie bitte diese bzw. maximal drei Weiterbildungen, die Sie besucht haben!

Fragen zur Einstimmung auf den Workshopteil

In einem zweiten Befragungsteil wurden die TeilnehmerInnen auf den Workshopteil eingestimmt. Die TeilnehmerInnen wurden gebeten, ihre Antworten auf Karten zu schreiben und abzugeben.

Die folgenden Fragen dienen zur Einstimmung auf den Workshopteil, in dessen Rahmen noch mehr Zeit bestehen wird, dazu zu arbeiten!

1) Welche Ziele der Lokalen Entwicklungsstrategie sollen – aus Ihrer Sicht – in jedem Fall durch Projekte im Rahmen des Programms Lernende Regionen unterstützt werden?

Bitte schreiben Sie jedes Ziel auf eine eigene Karte!

2) Welche erfolgversprechenden Beispiele für Projekte, die das Lernen in Regionen fördern, kennen Sie?

Bitte schreiben Sie jedes Beispiel auf eine eigene Karte!

3) Welche Zielgruppen (z.B. Jugendliche, ZuwanderInnen, Kleinstbetriebe usw.) sollten aus Ihrer Sicht in jedem Fall in zumindest eines der Projekte eingebunden werden?

Bitte schreiben Sie jedes Beispiel auf eine eigene Karte!

4) Welche (konkreten oder noch sehr vagen) Ideen zu Projekten, die das Lernen fördern, haben Sie?

Bitte schreiben Sie jedes Beispiel auf eine eigene Karte!

5) Welche Erwartungen für die Region knüpfen Sie an eine mögliche Teilnahme am Programm Lernende Regionen?

Bitte schreiben Sie jedes Beispiel auf eine eigene Karte!

6) Welche Befürchtungen verbinden Sie mit einer möglichen Teilnahme am Programm Lernende Regionen?

Bitte schreiben Sie jedes Beispiel auf eine eigene Karte!

Begrüßungs- und Vorstellungsrunde

Kurzvorstellung des 3s-Teams sowie der Workshop-TeilnehmerInnen und ihr Bezug zum Thema „Lernende Regionen“

Input zu „Lernende Regionen“: Programm, Projektbeispiele, Umsetzungsmöglichkeiten

Siehe Powerpoint-Präsentation

Flipchart: Welche Ziele der Lokalen Entwicklungsstrategie sollen im Programm Lernende Regionen umgesetzt werden?

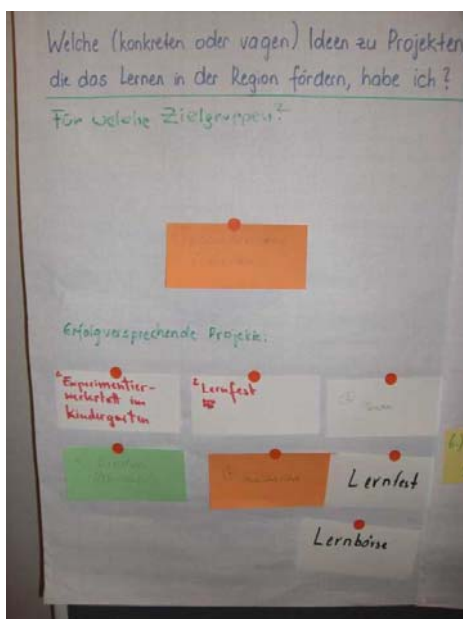


- Ökoenergie, Mobiles Südburgenland
- Ökoenergie
- Führungsposition Erneuerbare Energie
- Effiziente Energienutzung, Energiesparen
- Ökoenergie
- Aktionsfeld 4, Multikultur, Identität
- Südburgenländischer Naturgenuss 2
- In jedem Aktionsfeld gibt es passende Ansatzpunkte
- Genuss aus der Region
- AF 3, Ökomobiles Südburgenland
- Aktionsfeld 5, Lernen ohne Grenzen
- Lernen ohne Grenzen
- Aktionsfeld 5: Sozialkapital, Nutzung Begehungen

Häufigste Nennungen für die Aktionsfelder 1, 2 und 5:

- Ausbau der Führungsposition im Bereich „Ökoenergie“
- Südburgenländischer Natur-Genuss
- Lernen ohne Grenzen

Welche (konkreten oder vagen) Ideen zu Projekten, die das Lernen in der Region fördern, habe ich?



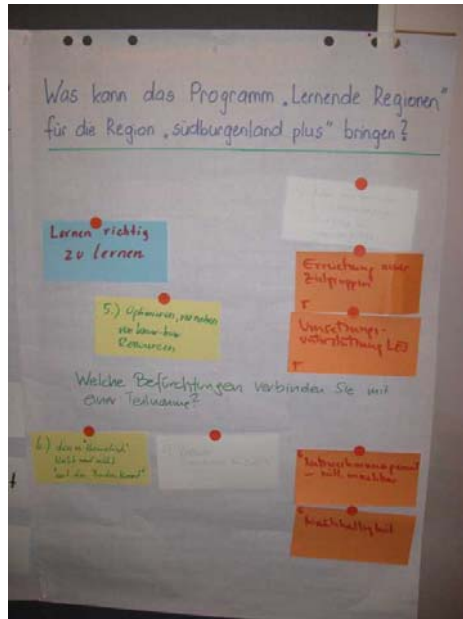
Für welche Zielgruppen?

Erneuerbare Energie, Energiesparen

Erfolgsversprechende Projekte:

- Experimentierwerkstatt im Kindergarten
- Lernfest: 2
- Lernbörse
- Paradies
- Erziehen (Elternschule)
- Naturschutz & Schule

Was kann das Programm „Lernende Regionen“ für die Region „südburgenland plus“ bringen?



- ___ Lernen richtig zu lernen
- ___ Aufbau eines Heimmarkts für Erneuerbare Energieträger und Dienstleistungen der Erneuerbaren Energie
- ___ Erreichung neuer Zielgruppen
- ___ Umsetzungsunterstützung LES
- ___ Optimieren, vernetzen von Know-how, Ressourcen

Welche Befürchtungen verbinden Sie mit einer Teilnahme?

- ___ dass es „theoretisch“ bleibt und nicht „auf den Boden kommt“
- ___ Vorwurf: Themendiebstahl des BUKEB
- ___ Netzwerkmanagement - zeitlich machbar
- ___ Nachhaltigkeit

Zentrale Punkte der Gruppendiskussion

Zielgruppen einer Bildungsstrategie bzw. von „Lernende Region“-Projekten:

- ___ zentrales Problem in der Region: arbeitslose Jugendliche
- ___ Problematik der Reintegration von Jugendlichen
- ___ Beispiel für Projekt aus der Bodensee-Region dazu gefällt
- ___ Erschließung der Zielgruppe muss über andere Projekte erfolgen, welche nicht per se als „Jugendprojekt“ tituliert sind, z.B. Filmprojekt

Masterplan Ökoenergieland/Energiebereich:

- ___ Ökobereich bereits sehr breit vorhanden – es ist aber möglich, das als Themenfeld in den Projekten zu berücksichtigen
- ___ Energie-/Naturgenuss werden als zentrale Stärken der Region hervorgehoben, die man nach außen kommunizieren kann – Vermittlung dieser Stärkefelder, um v.a. Jugendlichen Perspektiven zu vermitteln
- ___ Engagement in modernen Tätigkeitsfeldern wie Energie- oder Ökobereich fördern (überschneidet sich nicht mit bisherigen Tätigkeiten der älteren Generation)
- ___ Ausweichmöglichkeiten in der Region sind begrenzt, einige große Betriebe haben zugesperrt
- ___ bei Jugendlichen: kein Interesse an Politik, entstandene Ängste
- ___ Jugendberufshilfe + Living Books werden als ansprechende Projekte bewertet
- ___ Verknüpfung der Zielgruppe „Jugendliche“ (15–24 Jahre) mit dem Thema Energie als Tätigkeitsbereich als möglicher Rahmen für Projekte (weil es sich beim Thema Energie/Umwelt um ein Thema handelt, das einerseits Interesse bei dieser Zielgruppe hervorruft und andererseits auch Arbeitsmarktperspektiven ermöglichen kann)

- ___ Bewusstseinsbildung für Möglichkeiten/Perspektiven in der Region für Jugendliche (oft erst möglich, wenn man außerhalb der Region war, um die Anwendungsmöglichkeiten in der Region zu entdecken)

Für die Erarbeitung einer Bildungsstrategie werden in der Gruppendiskussion die Aktionsfelder 1, 2 und 5 ausgewählt:

- ___ Ausbau der Führungsposition im Bereich „Ökoenergie“
- ___ Südburgenländischer Natur-Genuss
- ___ Lernen ohne Grenzen

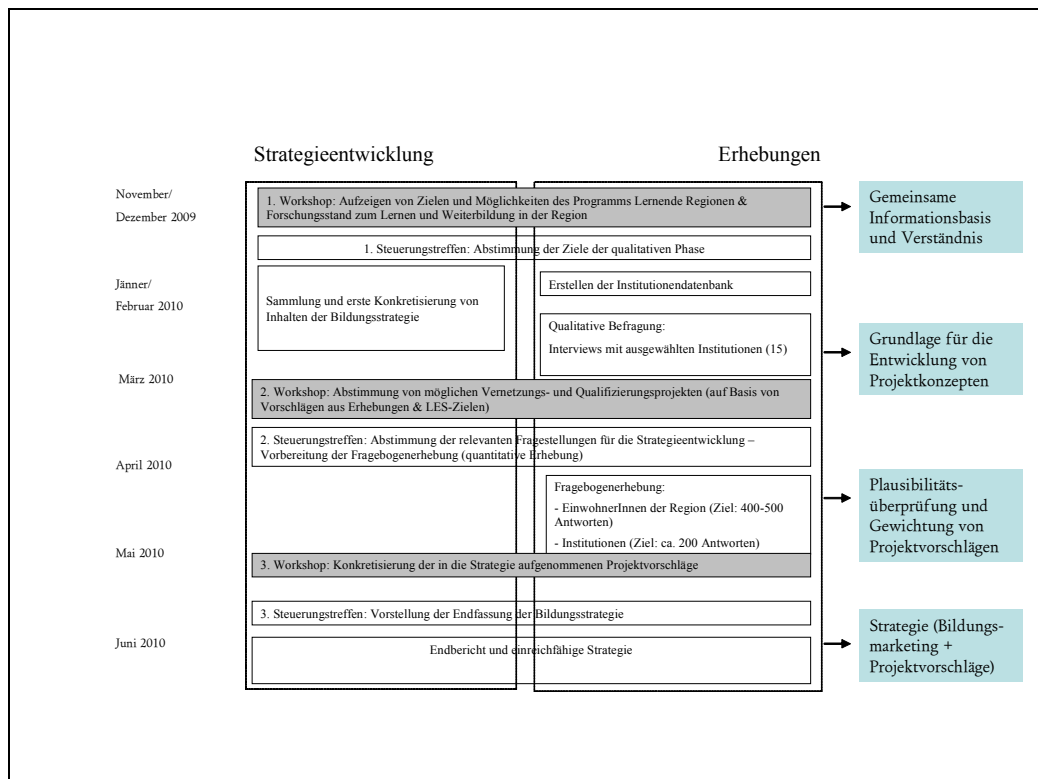
Als zentrale Zielgruppen werden folgende festgelegt:

- ___ Jugendliche an erster Stelle
- ___ Betriebe/KMUs an 2. Stelle
- ___ Zuwanderer (Schnittstelle zu Jugendlichen) als weitere Gruppe

Anmerkungen hierzu:

- ___ „Komm und bleib“: Berücksichtigung von Input aus diesem Projekt (zum Thema „Zuwanderer“)
- ___ Zuagroaste: häufig ältere Personen, die sich nach Pensionierung z.B. ein Haus im Südburgenland kaufen, z.B. aus Tirol; wird allerdings vermerkt, dass dies nicht als eigenes Schwerpunktthema erforderlich ist
- ___ Problem der Abwanderung von Jugendlichen bei gleichzeitigem Zuzug von älteren Personen
- ___ Naturschutz und Schule: angesprochenes Beispielprojekt von Hrn. Frank, über welches Zugang zu Schulen ermöglicht wird (ca. 60 Führungen pro Jahr)
- ___ „Paradies“-Projekt als Beispiel dafür, dass Betriebe durch ein erfolgreiches Praxisprojekt und „Learning by doing“ viel Wissen erworben haben
- ___ wichtig: Jugendliche sollten wieder eine Vision haben / Auswahl einer Strategie zu dieser Vision
- ___ Entdecken und Fördern von Talenten/Fähigkeiten, um Kapital für Region zu fördern; Jugendlichen in Projekten Chancen bieten
- ___ Bildungsstrategie: Orientierung an der LES sowie an vergleichbaren Projekten
- ___ Diskussion zeigt: Gestaltungsbedingungen für Lernen spielen eine wichtige Rolle; Jugendlichen soll ermöglicht werden, selbst Wissen zu erwerben, sich Wissen anzueignen
- ___ Elternschule – Problematik des richtigen Umgangs mit Kindern als Grundlage für die Erziehung
- ___ Auswahl von erfolgreichen Beispielprojekten mit der Zielgruppe Jugendliche als Grundlage für die Weiterarbeit (erster Schritt in der Sammlung und Konkretisierung von Inhalten der Bildungsstrategien) → Versuch, Jugendlichen durch Auseinandersetzung mit zukunftssträftigem Thema mehr Perspektiven und berufliche Orientierungsmöglichkeiten zu geben; gleichzeitig soll mit solchen Projekten letztendlich ein Rahmen dafür geboten werden, Inhalte der Bildungsstrategie in Modellprojekten sowie erweiterten Qualifizierungsprojekten zu konkretisieren

Auf dem Weg zur Lernenden Region: Zentrale Schritte zur Erarbeitung einer Bildungsstrategie für die Leader-Region Südburgenland Plus



Aus der obigen Grafik ist nicht ersichtlich, dass Workshop und Steuerungstreffen immer an einem Tag stattfinden können. Im Anschluss an den Workshop mit einem ggf. größeren TeilnehmerInnenkreis soll das Steuerungstreffen mit dem Entscheidungsgremium für dieses Projekt jeweils zur Festlegung/Abstimmung des weiteren Projektablaufs dienen.

Es wird diskutiert, den 1. Workshop, welcher auch als Informations- und Auftaktveranstaltung für Institutionen gedacht war, wegzulassen. Das Sammeln relevanter Ausgangsinformationen (Auswahl von Aktionsfeldern und Zielgruppen) ist im Rahmen dieses Workshops bereits erfolgt. Es wird befürchtet, dass der erste Workshop zu allgemein wird und TeilnehmerInnen den 2. Workshop nicht besuchen. Als Alternative wird besprochen und festgelegt, anstelle des 1. Workshops eine Aussendung durch das Leader-Management vorzubereiten, welches über den Start und die Inhalte des Projekts informiert.

Abschluss/Ausblick

- ___ Von den anwesenden Mitgliedern des Leader-Vorstands für die Zustimmung für das Projekt erteilt.
- ___ Die Ergebnisse des Workshops werden von 3s protokolliert, damit durch den Vorstand auf dieser Basis ein Beschluss gefasst werden kann.
- ___ 3s benötigt eine schriftliche Auftragsbestätigung, damit das Projekt „Erarbeitung einer Bildungsstrategie“ starten kann.
- ___ 3s erstellt einen adaptierten Ablaufplan des Projekts.

Bildungsstrategie für die LEADER-Region „südburgenland plus“

Mag. Günter Hefler, Dr.ⁱⁿ Sigrid Nindl
3s Unternehmensberatung GmbH
www.3s.co.at

25. Februar 2010

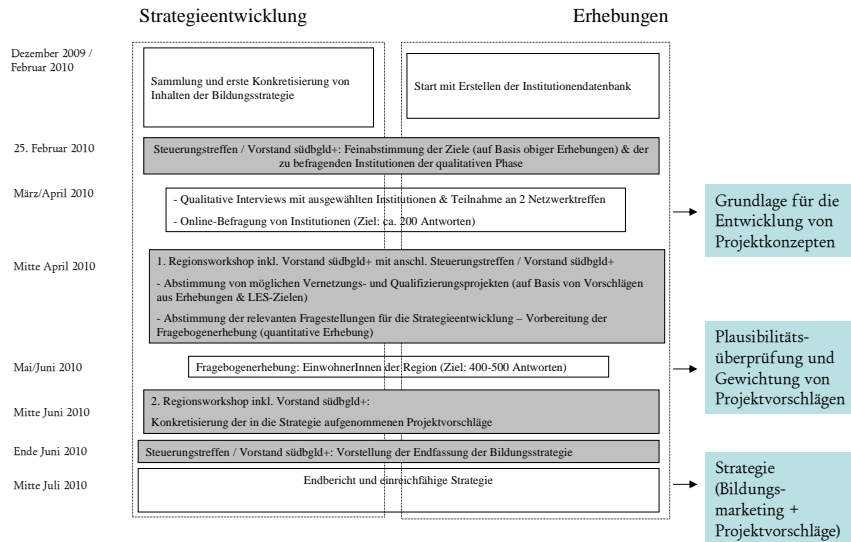


Inhalte der Präsentation

- __ Bisherige Schritte zur Erarbeitung der Bildungsstrategie
- __ Beispiele für die mögliche Umsetzung von Zielsetzungen der Bildungsstrategie
- __ Abstimmung der Relevanz der Umsetzungsbeispiele
- __ Ausblick: Nächste Schritte & Abstimmung der weiteren Erhebungen

3s Unternehmensberatung, www.3s.co.at

Zeitplan: Bildungsstrategie



3s Unternehmensberatung, www.3s.co.at

Ergebnisse Workshop 19.10.2009: LES-Schwerpunkte & Zielgruppen für die Bildungsstrategie

Inhaltliche Schwerpunkte:

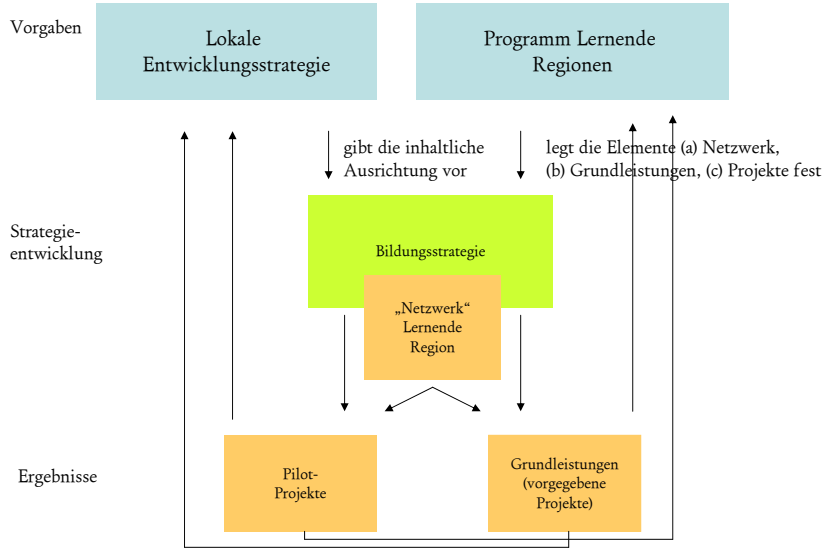
- __ Behauptung der Führungsposition im Bereich „Ökoenergie“
- __ Südburgenländischer Naturgenuss
- __ Lernen ohne Grenzen

Zielgruppen:

- __ Jugendliche
- __ Betriebe/KMUs
- __ Zugewanderte/“Zuagroaste“ (Schnittstelle zu Jugendlichen)

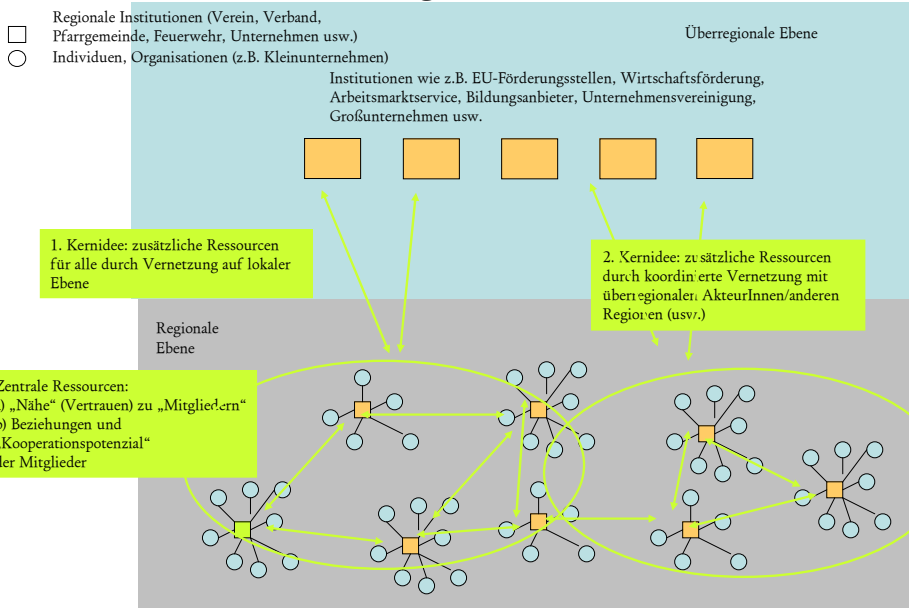
3s Unternehmensberatung, www.3s.co.at

Konzept Lernende Regionen (1)

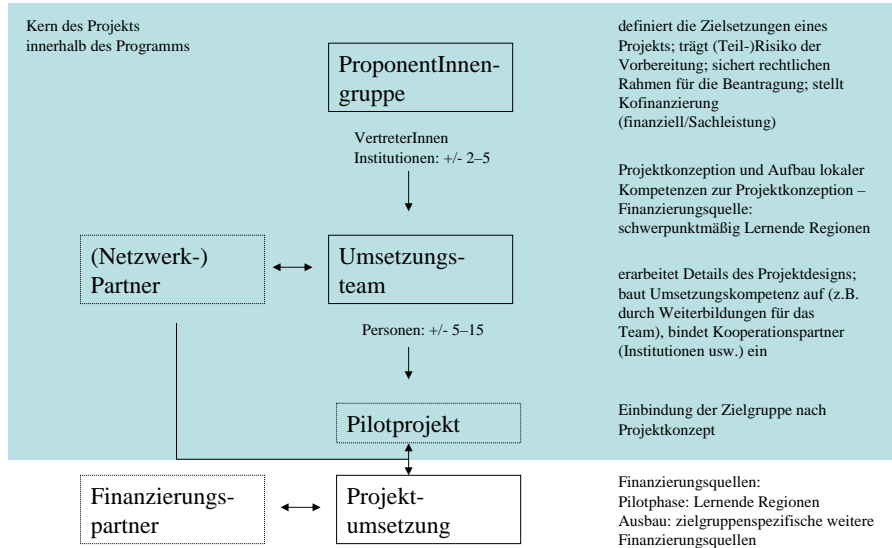


3s Unternehmensberatung, www.3s.co.at

Konzept Lernende Regionen (2)

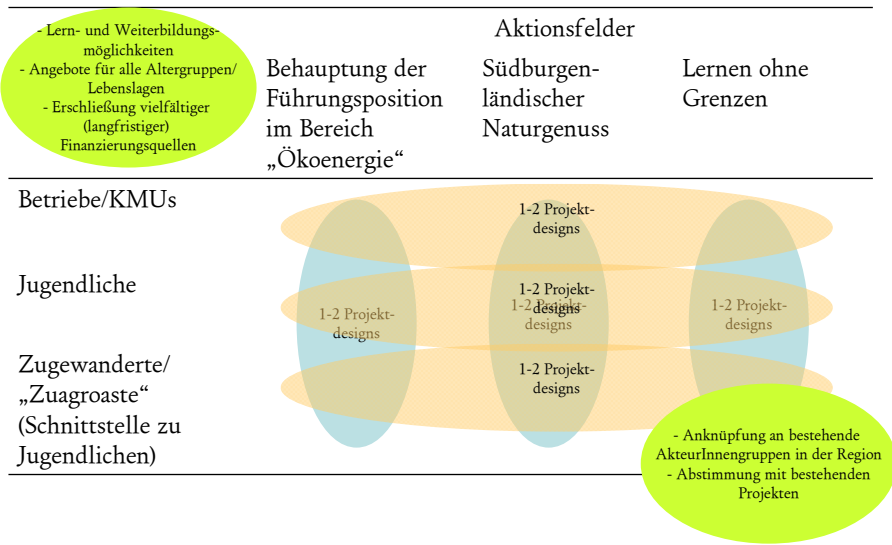


Schema für Projekte in Lernenden Regionen

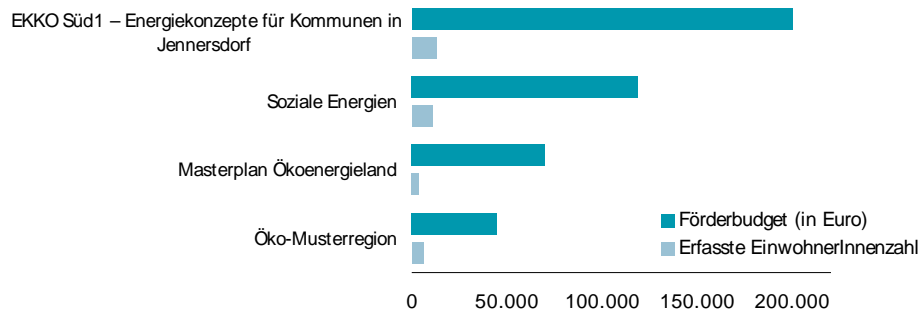


3s Unternehmensberatung, www.3s.co.at

LES-Schwerpunkte & Zielgruppen für die Bildungsstrategie



Projekte „Ökoenergie“ im Südburgenland



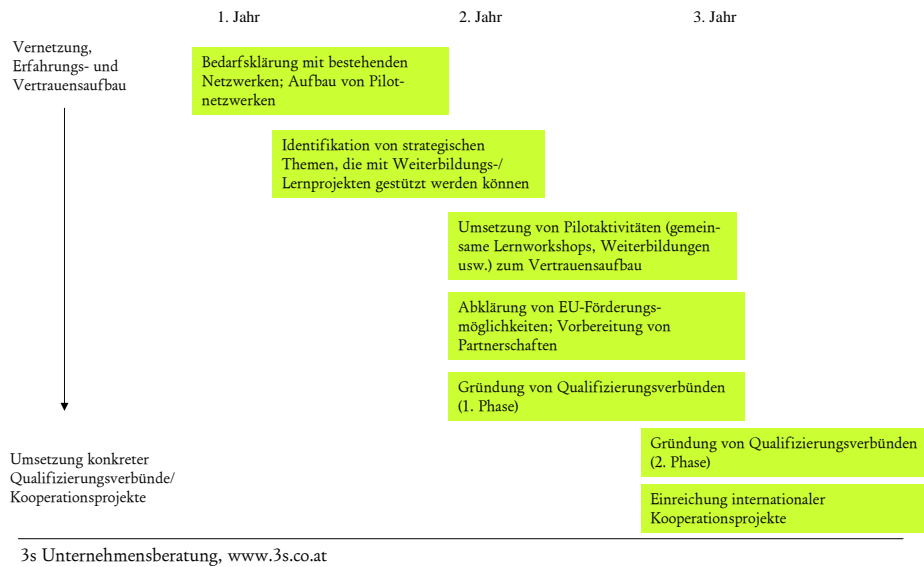
3s Unternehmensberatung, www.3s.co.at

Modelle für Projekte im Aktionsfeld: Ökoenergie

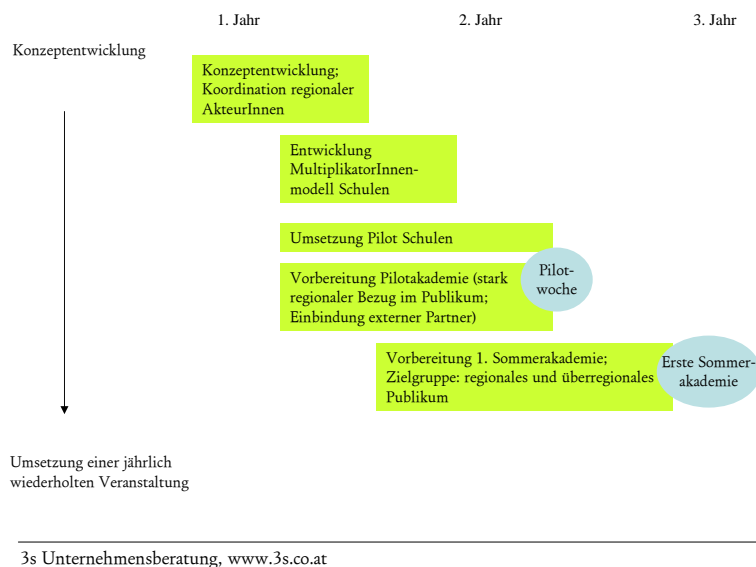
M1: Vernetzungsbasis Qualifizierungsverbund

M2: Sommerakademie Ökoenergie Südburgenland

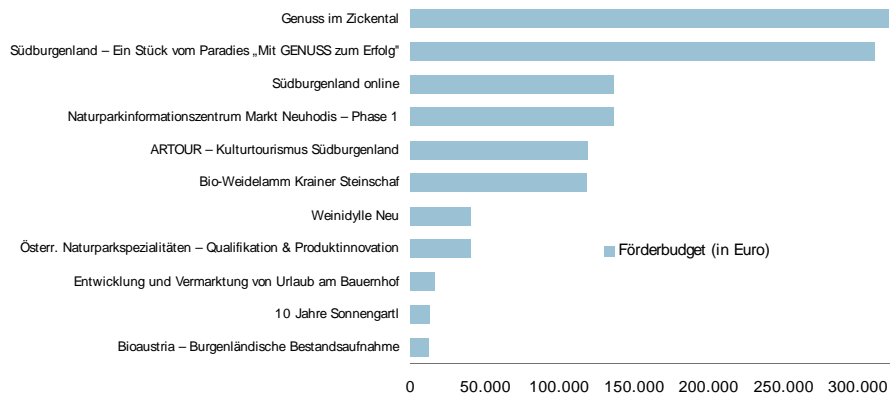
M1: Vernetzungsbasis Qualifizierungsverbund



M2: Sommerakademie Ökoenergie Südburgenland



Projekte „Südburgenländischer Naturgenuss“



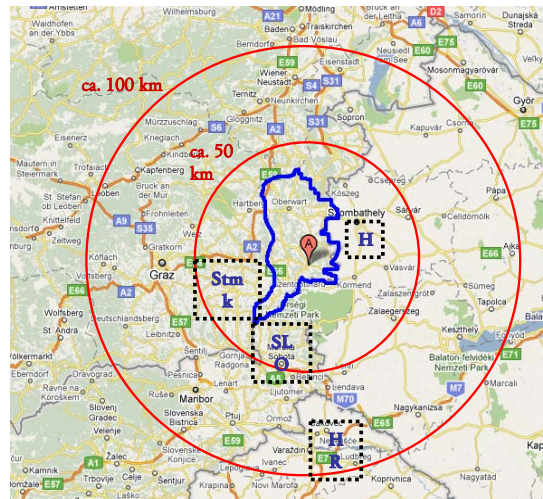
3s Unternehmensberatung, www.3s.co.at

Modelle für Projekte im Aktionsfeld: Naturgenuss

M3: „Sprachen des Gaumens“

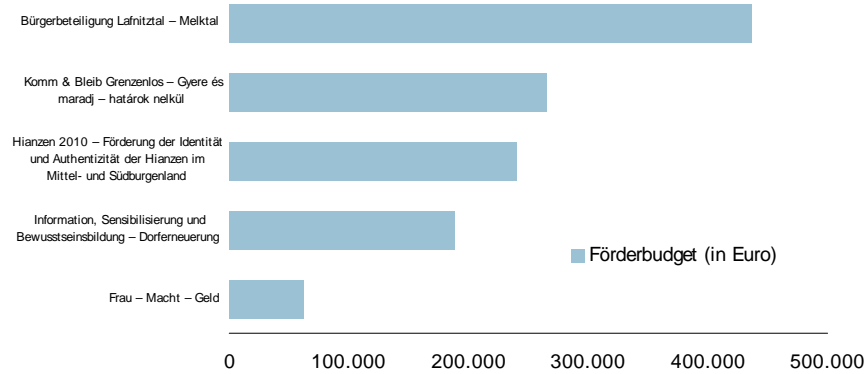
M4: Wissensbörse Naturgenuss

„Einzugsgebiet“ Südburgenland



3s Unternehmensberatung, www.3s.co.at

Projekte „Lernen ohne Grenzen“



3s Unternehmensberatung, www.3s.co.at

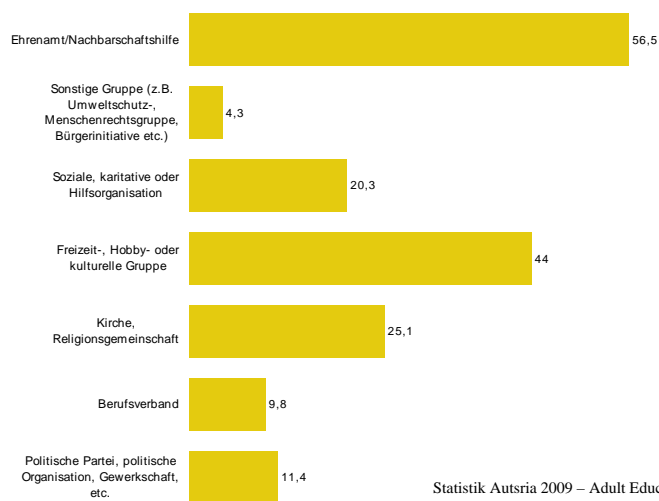
Modelle für Projekte im Aktionsfeld: Lernen ohne Grenzen

M5: Im Zentrum der Peripherie

M6: Abschlussarbeitenfonds Südburgenland

M7: „Du fehlst bei uns“ – Revitalisierung des Vereinslebens

Soziale Beteiligung (25-64 Jahre) – Ländlicher Raum (2007)



3s Unternehmensberatung, www.3s.co.at

LES-Schwerpunkte & Zielgruppen für die Bildungsstrategie

	Behauptung der Führungsposition im Bereich „Ökoenergie“	Aktionsfelder	
		Südburgenländischer Naturgenuss	Lernen ohne Grenzen
Betriebe/KMUs	M1: Qualifizierungsverbund M2: Akademie	M4: „Wissensbörse“	
Jugendliche (15-24 Jahre)	M1: Qualifizierungsverbund M2: Akademie	M3: „Sprachen des Gaumens“	M6: „Kleinprojektfonds“ M5 „Soziale Netzwerke“
Zugewanderte/ „Zuagroaste“ (Schnittstelle zu Jugendlichen)		M3: „Sprachen des Gaumens“	M6: „Kleinprojektfonds“ M5: „Soziale Netzwerke“

3s Unternehmensberatung, www.3s.co.at

Ausblick: nächste Schritte

März/April 2010:

- __ qualitative Interviews mit ausgewählten Institutionen
- __ Gestaltung & Abstimmung der Erhebungsunterlagen
- __ Auswahl relevanter AnsprechpartnerInnen
- __ Fertigstellung der Institutionendatenbank
- __ Zusammenspielen & Ergänzung der Gemeinde-Informationen
- __ Online-Befragung bei Institutionen in der Region
- __ Gestaltung & Abstimmung des Fragebogens

3s Unternehmensberatung, www.3s.co.at

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Mag. Günter Hefler
hefler@3s.co.at, 01/5850915-32

Dr.ⁱⁿ Sigrid Nindl
nindl@3s.co.at, 01/5850915-36

3s Unternehmensberatung GmbH
www.3s.co.at



Bildungsstrategie-Workshop für die „Lernende Region Südburgenland“

Mag. Viktor Fleischer
Dr. Stefan Humpl
Dr.ⁱⁿ Sigrid Nindl

3s Unternehmensberatung GmbH
www.3s.co.at

7. April 2010



MIT UNTERSTÜTZUNG VON BUND, LAND UND EUROPÄISCHER UNION



Ablauf des Workshops

- 15.00 – 15.15 Uhr: Begrüßung & Einleitung
- 15.15 – 16.00 Uhr: Projekt „Lernende Region Südburgenland“
- 16.00 – 16.15 Uhr: Kaffeepause
- 16.15 – 17.15 Uhr: Arbeitsgruppen
- 17.15 – 17.45 Uhr: Zusammenfassung & Diskussion im Plenum
- 17.45 – 18.00 Uhr: Ausblick, Termine & Feedback zum Workshop

Zum Abschluss: Südburgenländische Jause

Lernende Region Südburgenland

- Das Konzept der „Lernenden Region“
- Lernen und Weiterbildung im Südburgenland:
Was wissen wir darüber?
- Schwerpunkte der Bildungsstrategie
- Modellprojekte für das Südburgenland:
Bisherige Rückmeldungen & Überleitung zu den Arbeitsgruppen



3s Unternehmensberatung, www.3s.co.at

The screenshot shows a web browser displaying the website 'Lernende Regionen in Österreich'. The page features a navigation menu with categories like 'Netzwerk Land', 'Landwirtschaft und Markt', 'Forstwirtschaft', 'OPUL und Umwelt', 'Zukunft Land', and 'Leader'. The main content area is titled 'Lernende Regionen in Österreich' and includes a sub-header 'LERNEN ALS THEMA IN DER REGION STRATEGISCH ENTWICKELN'. Below this, there is a paragraph discussing the importance of learning and education in the region, followed by a section titled 'LERNENDE REGIONEN ermöglichen das Thema „Bildung“ in der Region strategisch zu entwickeln'. The page also includes a sidebar with a 'Lernende Regionen News' section and a footer with logos for the European Union and LE 07-13.

Verständnis einer „Lernenden Region“ in Österreich

Wichtige Einrichtungen einer Region in Bezug auf das Thema „Lernen“ bilden ein *Netzwerk*, erarbeiten eine *regionale Strategie* in Bezug auf „Lernen“ und setzen diese Strategie gemeinsam um.

Im Rahmen des Netzwerkes werden *Bedarfe*, *Möglichkeiten* und *Synergien* sichtbar.

Grundlegend ist die Herausbildung von *Vertrauen* im Netzwerk.

3s Unternehmensberatung, www.3s.co.at

Wer lernt in der Lernenden Region?

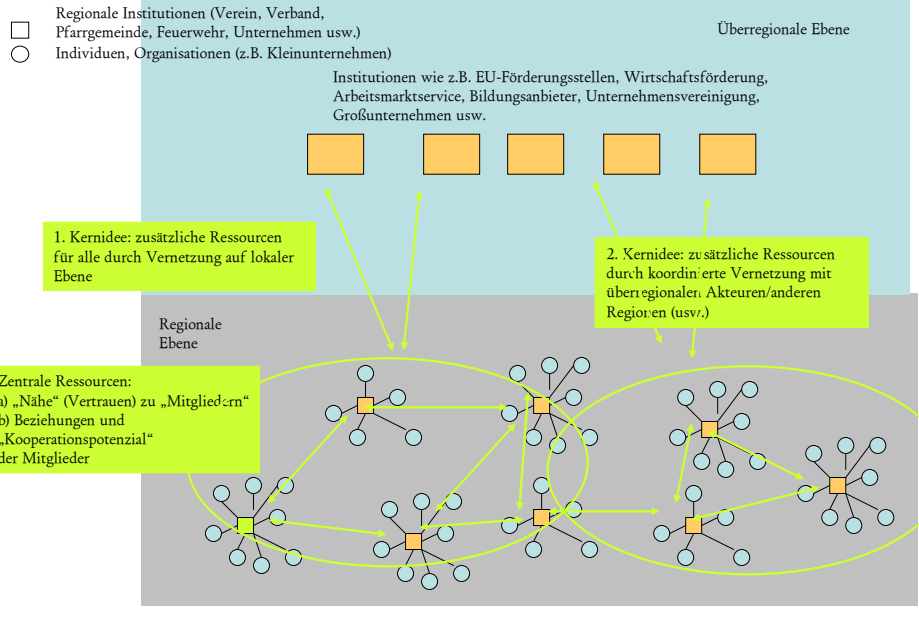
__die BewohnerInnen der Region

__die Institutionen im Netzwerk

__die Region als Ganze

3s Unternehmensberatung, www.3s.co.at

Vernetzung in Lernenden Regionen



Ziele der Lernenden Region

- ___ „Lernen“ in der Region strategisch verankern
- ___ gemeinsam spannende Bildungsprojekte entwickeln und umsetzen
- ___ Bewusstsein für Lernen in der Bevölkerung erhöhen

3 Phasen einer Lernenden Region



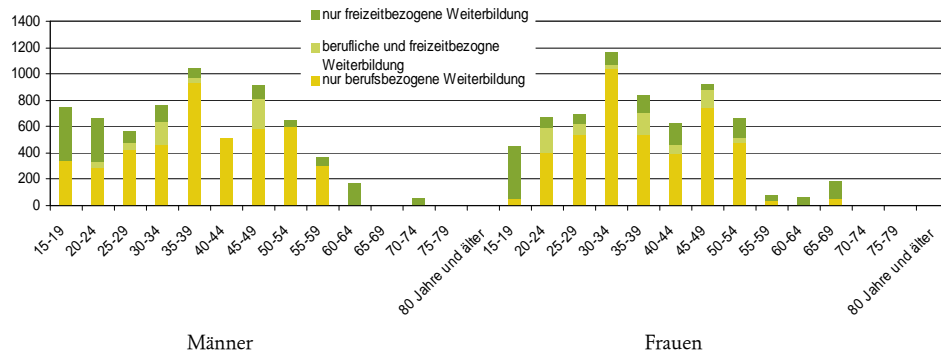
3s Unternehmensberatung, www.3s.co.at

Grundelemente einer Lernenden Region in Österreich

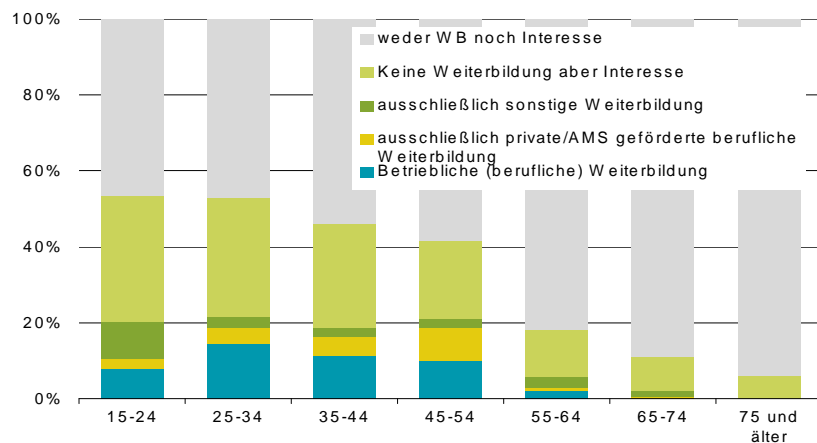
- __ Bildung eines Netzwerks „Lernende Region“: Bildungseinrichtungen, öffentliche Einrichtungen, Unternehmen, Vereine, Kirchen usw.
- __ Umsetzung von „Grundleistungen“
- __ Umsetzung von Modellprojekten, die einen wesentlichen Beitrag zum Lebenslangen Lernen ermöglichen und einen strategischen Beitrag zur regionalen Bildungsstrategie bieten

3s Unternehmensberatung, www.3s.co.at

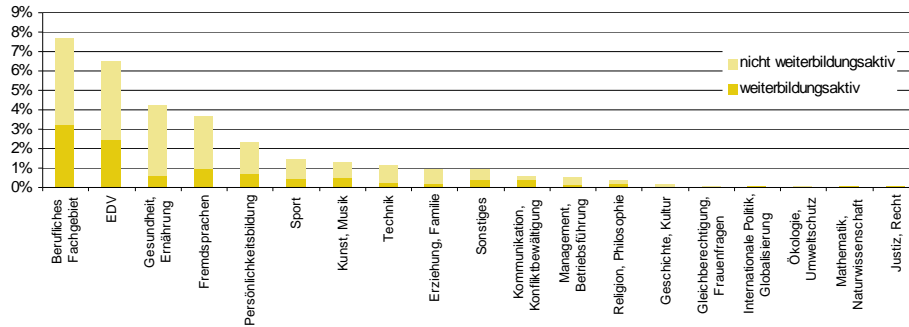
Weiterbildung Südburgenland (NUTS3)



Weiterbildung Südburgenland (NUTS3) – Gesamt



Weiterbildung Südburgenland (NUTS3) – Interessengebiete

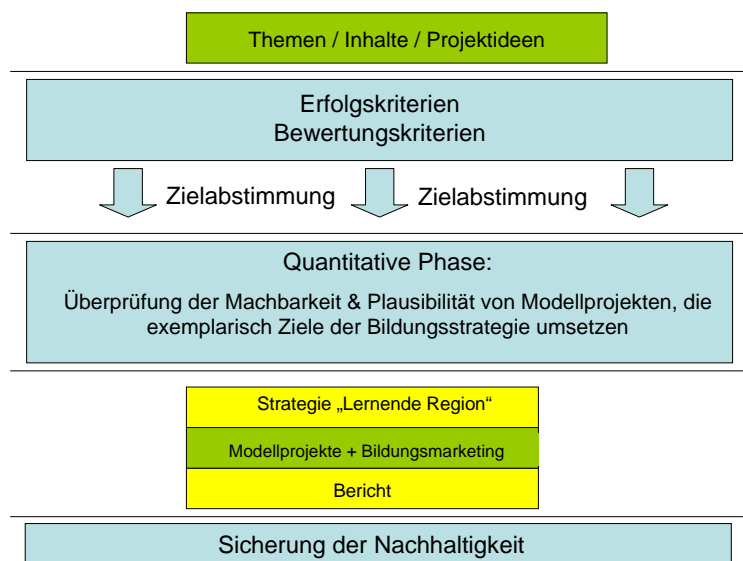


Quelle: Erhebung zum Lebenslangen Lernen 2003 (Ad-hoc-Modul zur Arbeitserhebung) – 3s Integriertes Berichtssystem Weiterbildung; NUTS3 Südburgenland N=2.158

3s Unternehmensberatung, www.3s.co.at

Unser Weg zur Bildungsstrategie

Ergebnisse von Informationssammlung & qualitativer Phase:



Themenschwerpunkte & Zielgruppen für die Bildungsstrategie

Inhaltliche Schwerpunkte:

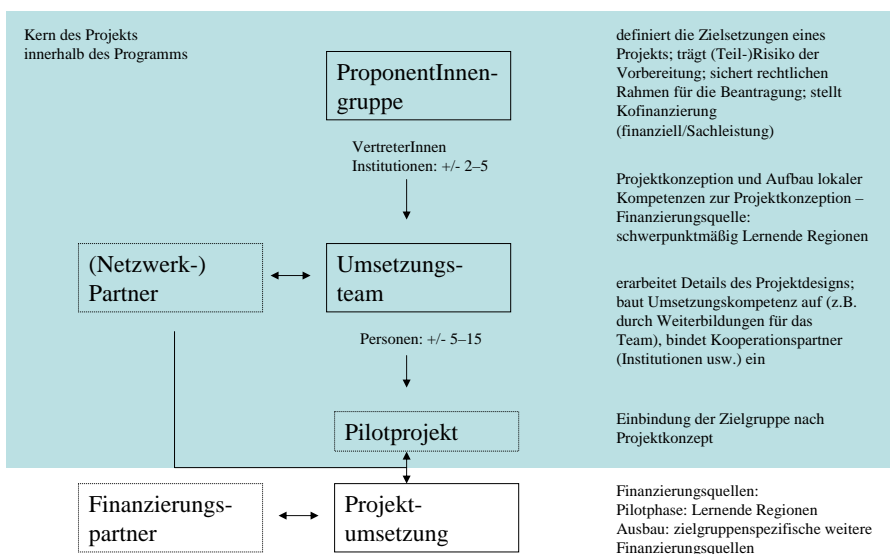
- __ Behauptung der Führungsposition im Bereich „Ökoenergie“
- __ Südburgenländischer Naturgenuss
- __ Lernen ohne Grenzen

Zielgruppen:

- __ Jugendliche
- __ Betriebe/KMUs
- __ Zugewanderte/“Zuaigroaste“ (Schnittstelle zu Jugendlichen)

3s Unternehmensberatung, www.3s.co.at

Schema für Projekte in Lernenden Regionen



3s Unternehmensberatung, www.3s.co.at

Erschließung längerfristiger Finanzierungsquellen

	Schwerpunkte			Zielgruppen		
	Öko-energie	Natur-genuss	Lernen ohne Grenzen	Jugend	Betriebe/ KMU	Zuge-wanderte
Weiterbildung/ Lernen Landwirtschaft						
Betriebe/Klein- und Mittelbetriebe						
Weiterbildung/Lernen Beschäftigte						
Weiterbildung/ Lernen Arbeitslose/ Arbeitssuchende						
Weiterbildung/ Lernen „am Wohnort“ (allgemein)						

Ziel: Erschließung weiterer Finanzierungsquellen für die Region

Modellprojekte: Ökoenergie

Qualifizierungsverbund von Unternehmen

- __ Unternehmen entwickeln gemeinsam Aus-/Weiterbildungsangebote
- __ Schaffen der Vertrauensbasis für künftige Bewerbung um Förderungen

Sommerakademie Ökoenergie im Südburgenland

- __ 5-tägige Sommerakademie mit abschließendem Lernfest zur Vernetzung regionalen Wissens
- __ Aufbau einer Weiterbildung mit überregionaler Bedeutung

Modellprojekte: Südburgenländischer Natur-Genuss

Sprachen des Gaumens

- __Kochfest zum Kennenlernen der Küchen der (Grenz-)Region, begleitet von Schnupperangeboten für Sprach- und andere Kurse
- __Ansprechen neuer Zielgruppen für Weiterbildungen

Wissensbörse Naturgenuss

- __Weiterbildung für ExpertInnen im Bereich Naturgenuss
- __Vorbereitung auf internationale Austausch-/Kooperationsprojekte

3s Unternehmensberatung, www.3s.co.at

Modellprojekte: Lernen ohne Grenzen

Lernen in und über soziale Netzwerke

- __Weiterbildungen/Projekte zu sozialen Netzwerken für alle lokalen Zielgruppen (Kinder, Jugendliche, Frauen, EPUs ...)

Abschlussarbeitenfonds Südburgenland

- __Projekt-/Abschlussarbeiten mit regionalem Bezug werden über Kleinprojektefonds gefördert
- __Ausschreibung über Wettbewerb & festgelegte Kriterien
- __verstärktes Binden von AuspendlerInnen/BildungsabwanderInnen an die Region

Revitalisierung des Vereinslebens

- __gemeinsame Werbung und Entwicklung von Projekten für Stärkung der Zusammenarbeit und Ansprechen neuer Mitglieder

3s Unternehmensberatung, www.3s.co.at

Ausblick: nächste Schritte

__April - Mai 2010: Konkretisierung & Plausibilitätsüberprüfung von Projektkonzepten

__Juni 2010: 2. Bildungsstrategie-Workshop
Vorstellung von Befragungsergebnissen der Bevölkerung & Auswahl der Projekte für die Bildungsstrategie

__Juni/Juli 2010: Fertigstellung der Bildungsstrategie

3s Unternehmensberatung, www.3s.co.at

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Kontakt zum Projekt:

Dr.ⁱⁿ Sigrid Nindl
nindl@3s.co.at, 01/5850915-36

3s Unternehmensberatung GmbH
www.3s.co.at



MIT UNTERSTÜTZUNG VON BUND, LAND UND EUROPÄISCHER UNION



Protokoll zum Bildungsstrategie-Workshop für die „Lernende Region Südburgenland“

Datum, Zeit

07.04.2010, 15:00 – 18:00 Uhr

Ort

Aktivpark Güssing, 7540 Güssing, Schulstraße 21

Moderation, Dokumentation

3s Unternehmensberatung GmbH

TeilnehmerInnen

Siehe TeilnehmerInnenliste

Programm des Workshops

15.00 – 15.15 Uhr: Begrüßung & Einleitung:

Begrüßung und Darlegung der Inhalte & Ziele des Workshops durch:

- ___ ELER-LR Ing. Werner Falb-Meixner
- ___ LAbg. Bgm. Walter Temmel, Obmann südburgenland plus
- ___ DI Ursula Maringer, Geschäftsführerin südburgenland plus
(→ siehe dazu die Präsentation)

15.15 – 16.00 Uhr: Präsentation des Projekts „Lernende Region Südburgenland“

von Dr.ⁱⁿ Sigrid Nindl, 3s Unternehmensberatung GmbH

- ___ Das Konzept der „Lernenden Region“
Lernen und Weiterbildung im Südburgenland: Was wissen wir darüber?
- ___ Schwerpunkte der Bildungsstrategie
- ___ Modellprojekte für das Südburgenland:
- ___ Bisherige Rückmeldungen & Überleitung zu den Arbeitsgruppen
(→ siehe dazu die Präsentation)

16.00 – 16.15 Uhr: Kaffeepause

16.15 – 17.15 Uhr: Arbeitsgruppen

- ___ Arbeitsgruppe „Öko-Energie“: moderiert von Mag. Viktor Fleischer, 3s
- ___ Arbeitsgruppe „Südburgenländischer Natur-Genuss“, moderiert von Dr. Stefan Humpl, 3s
- ___ Arbeitsgruppe „Lernen ohne Grenzen“, moderiert von Dr.ⁱⁿ Sigrid Nindl, 3s

17.15 – 17.45 Uhr: Zusammenfassung & Diskussion im Plenum

17.45 – 18.00 Uhr: Ausblick, Termine & Feedback zum Workshop

Arbeitsgruppen zu den drei Schwerpunkten der Bildungsstrategie

Zu den drei Schwerpunkten der Bildungsstrategie gab es beim Workshop drei Arbeitsgruppen, zu welchen sich die TeilnehmerInnen des Workshops vorweg angemeldet haben:

- Öko-Energie
- Südburgenländischer Natur-Genuss
- Lernen ohne Grenzen

In den Arbeitsgruppen konnten in einer offenen Diskussion konkrete Ideen, Vorstellungen und Umsetzungsmöglichkeiten zu den Schwerpunkten bzw. Beispielprojekten für die Bildungsstrategie Südburgenland eingebracht werden:

- Wie werden die vorgestellten Ansätze bewertet?
- Wie könnte eine Umsetzung aussehen? Was sollte dabei berücksichtigt werden?
- Wer würde sich an einem Netzwerk zur Umsetzung beteiligen?
- Gibt es alternative Projektvorschläge?

Als Ausgangspunkt für diese Diskussion wurden die bisherigen Rückmeldungen aus den qualitativen Befragungen und der Online-Befragung zu den Modellprojekten vorgestellt (→ siehe dazu die Informationsunterlage zum Workshop, die den TeilnehmerInnen vorweg geschickt wurde). Die TeilnehmerInnen des Workshops wurden um ihr Feedback zu obigen Fragen gebeten. Die nach Ansicht der TeilnehmerInnen wichtigsten Erfolgsfaktoren wurden auf Flip-Charts gesammelt bzw. hervorgehoben.

Sollten Sie noch Ergänzungen oder Anmerkungen zu den nachfolgend angeführten Erfolgsfaktoren der einzelnen Modellprojekte haben, sind uns diese natürlich herzlich willkommen! Schicken Sie diese bitte per Mail an Frau Dr.ⁱⁿ Sigrid Nindl unter nindl@3s.co.at.

Rückmeldungen der Arbeitsgruppe „Öko-Energie“

Modellprojekt: Qualifizierungsverbund von Unternehmen

In einem Pilotprojekt entwickeln Unternehmen gemeinsam neue Aus-/Weiterbildungsangebote für ihre MitarbeiterInnen. Durch diese Zusammenarbeit schaffen sie die Vertrauensbasis, um sich in der Folge für bestehende Förderprogramme für Innovations- und Weiterbildungsangebote zu bewerben (z.B. Förderung für Qualifizierungsverbünde). Vorgeschlagen wird ein Netzwerk von Dienstleistungsunternehmen im Bereich Ökoenergie und ein Netzwerk von Unternehmen, die Ökoenergie bereits nutzen bzw. künftig nutzen wollen.

Wichtigste Erfolgsfaktoren bzw. Aspekte, die für die Umsetzung eines solchen Projekts berücksichtigt werden sollten:



- __ Clearing-Stelle/Pooling-Stelle
- __ Objektive Sammlung und Übersichtlichkeit der Information (Jour-fixe, Plattform)
- __ Vorteile für UnternehmerInnen / MitarbeiterInnen kommunizieren
- __ Vertrauen zwischen Unternehmen aufbauen
- __ Informationskampagne zu Projekt und Zweck
- __ Bedarf feststellen (unter Leitbetrieben)
- __ Risiko: Förderungen verdecken Schwächen
- __ Vernetzung Großbetriebe - KMUs
- __ Vernetzung Gemeinden (ausgehend von Güssing) / Vorbildgemeinden

Institutionen, die Interesse bekundet haben, sich an der Umsetzung zu beteiligen, bzw. hierfür empfohlen wurden:

- __ Beispiel Lichtregion / Leitbetrieb als Vorbild
- __ Landwirtschaftliche Fachschule / Schulen
- __ Privatpersonen
- __ Wirtschaftskammer

Modellprojekt: Sommerakademie Ökoenergie im Südburgenland

Ein Pilotmodell für eine fünftägige Sommerakademie mit einem abschließenden ein-tägigen Lernfest zum Thema Ökoenergie wird entwickelt. Ziel ist es, regionales Wissen mit überregionaler Expertise zu vernetzen. In der Pilotphase wendet sich die Akademie an ein regionales Publikum: Mittelfristig soll eine Weiterbildungsveranstaltung von überregionaler Bedeutung geschaffen werden, die TeilnehmerInnen aus ganz Österreich sowie aus Südosteuropa an den Veranstaltungsort bringt.

Wichtigste Erfolgsfaktoren bzw. Aspekte, die für die Umsetzung eines solchen Projekts berücksichtigt werden sollten:



- __ Kleine Betriebe präsentieren sich → Breite
- __ Für regionale BürgerInnen → niederschwellig → Messecharakter
- __ Klarheit zur Zielgruppe, z.B. ExpertInnen, LaiInnen, ÖkotouristInnen
- __ Klarheit über Thema, z.B. Energieproduktion, Energiespeicherung, Förderlandschaft
- __ Mitbeobachten (wissenschaftlich) → Interessen erheben
- __ Überregionalität, v.a. östliche Nachbarn
- __ Risiko: kleine Region → Interesse begrenzt

Institutionen, die Interesse bekundet haben, sich an der Umsetzung zu beteiligen, bzw. hierfür empfohlen wurden:

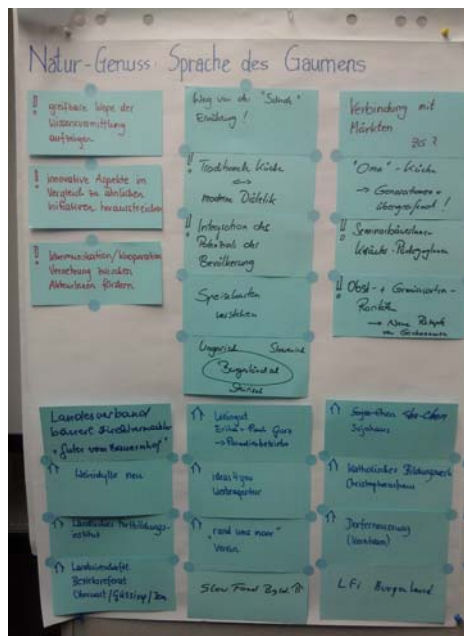
- __ Gemeinden
- __ HTLs/Schulen
- __ KMUs
- __ Land- und Forstwirte
- __ Wirtschaftskammer
- __ ZiviltechnikerInnen

Rückmeldungen der Arbeitsgruppe „Südburgenländischer Natur-Genuss“

Modellprojekt: Sprachen des Gaumens

In einem groß angelegten Kochfest können TeilnehmerInnen die Küchen der Region – einschließlich der angrenzenden Regionen Ungarns und Sloweniens – kennenlernen. Kochkurse werden durch Schnupperangebote zum Sprachenlernen und andere Weiterbildungsangebote ergänzt. Das Kochfest erfüllt damit die Funktion typischer Lernfeste und bringt neue Zielgruppen mit Weiterbildungsangeboten in Kontakt. Regional wird das Kochfest in einem Schulprogramm vorbereitet. Das Kochfest spricht sowohl die lokale Wohnbevölkerung an, versteht sich aber auch als touristisches Angebot von überregionaler Bedeutung.

Wichtigste Erfolgsfaktoren bzw. Aspekte, die für die Umsetzung eines solchen Projekts berücksichtigt werden sollten:



- ___ Greifbare Wege der Wissensvermittlung aufzeigen
- ___ Innovative Aspekte im Vergleich zu ähnlichen Initiativen herausstreichen
- ___ Kommunikation/Kooperation zwischen AkteurInnen fördern
- ___ Weg von der „Sünde“ Ernährung
- ___ Traditionelle Küche – moderne Diätetik
- ___ Integration des Potenzials der Bevölkerung
- ___ Speisekarten verstehen
- ___ Ungarisch/Slowenisch/Burgenländisch/Steirisch
- ___ Verbindung mit Märkten – Zielgruppe?
- ___ „Oma“-Küche → generationenübergreifend
- ___ SeminarbäuerInnen/KräuterpädagogInnen
- ___ Obst- und Gemüsesorten-Raritäten – neue Rezepte von GastronomInnen

Institutionen, die Interesse bekundet haben, sich an der Umsetzung zu beteiligen, bzw. hierfür empfohlen wurden:

- ___ Dorferneuerung (Kernteam)
- ___ Ideas4you Werbeagentur
- ___ Katholisches Bildungswerk / Christopherushaus
- ___ Landesverband bäuerliche Direktvermarkter
- ___ Ländliches Fortbildungsinstitut
- ___ Landwirtschaftliches Bezirksreferat Oberwart / Güssing / Jennersdorf
- ___ LFI Burgenland
- ___ Shu-Chen Sojahauss
- ___ Slow Food Burgenland
- ___ Verein „rund ums moor“
- ___ Weingut Erika und Paul Grosz → Paradiesbetriebe
- ___ Weindylle neu

Modellprojekt: Wissensbörse Naturgenuss

Ein Weiterbildungsangebot für ExpertInnen im Bereich Naturgenuss (Produktion & Tourismus) wird entwickelt (z.B. SeminarbäuerInnen, KräuterpädagogInnen etc.), um deren Stellung als MultiplikatorInnen in internationalen Kooperationen vorzubereiten. Zugleich werden Teilnahmeanträge in bestehenden Austausch- und Kooperationsprojekten vorbereitet und umgesetzt. Regionale ExpertInnen nehmen an internationalen Kooperationsprojekten teil, können dort ihr Wissen im Bereich Naturgenuss einbringen und gleichzeitig durch den Austausch neues Wissen und neue Erfahrungen aus den internationalen Kooperationsprojekten in ihre Region bringen.

Wichtigste Erfolgsfaktoren bzw. Aspekte, die für die Umsetzung eines solchen Projekts berücksichtigt werden sollten:



- „Genuss der Natur“ → regionale Produkte (gesamte Wertschöpfungskette) prägen Region
- Sinn der Wissensbörse gut vermitteln
- Werbung für lokale Bevölkerung
- Bezug zur Naturästhetik (Zusammenhänge begreifbar machen)
- Relevante AkteurInnen einbinden: Landwirtschaft, Wirtschaft, Dienstleistung → Kommunikation
- Potenzial der Bevölkerung nutzen → Integration breiter Gruppen“
- Fokus Lernen und Qualifizierung
- Internationale Beispiele - Vernetzung - voneinander lernen!
- Unterschiedliche Marktsegmente und Zielgruppen
- SeminarbäuerInnen / KräuterpädagogInnen

- Köche / gastronomische Fachschulen
- Zusammenarbeit mit Schulen (z.B. Verkostungstag) → Nachhaltigkeit
- SpezialistInnen → ½-Tages-Seminare / Vielfalt der regionalen Küche

Institutionen, die Interesse bekundet haben, sich an der Umsetzung zu beteiligen, bzw. hierfür empfohlen wurden:

- Die Scheune (Freiraum für Entfaltung)
- Dorferneuerung (Kernteam)
- Edelserpentin Habetler
- Haus der Begegnung
- Ideas4you Werbeagentur
- Landwirtschaftliches Bezirksreferat Oberwart / Güssing / Jennersdorf
- LFI Burgenland
- RMB
- Shu Chen Sojahauss
- Slow-Food Rohrer
- Weingut Erika und Paul Grosz → Paradiesbetriebe
- Weindylle neu

Rückmeldungen der Arbeitsgruppe „Lernen ohne Grenzen“

Modellprojekt: Lernen in und über soziale Netzwerke

Ein Weiterbildungs- und Projektprogramm bietet Einblicke in die Welt der sozialen Netzwerke. Angebote werden nach den Bedürfnissen aller lokalen Zielgruppen (z.B. Kindern; Jugendlichen; Einpersonunternehmen usw.) ausgerichtet. Vereine können Veranstaltungen für ihre Mitglieder buchen. Thematisiert werden u.a. Fragen des Zusammenlebens im Ort, des Funktionierens des Arbeitsmarkts, von Ab- und Zuwanderung im Lebenszyklus und den Chancen der Peripherie in einer globalen Welt.

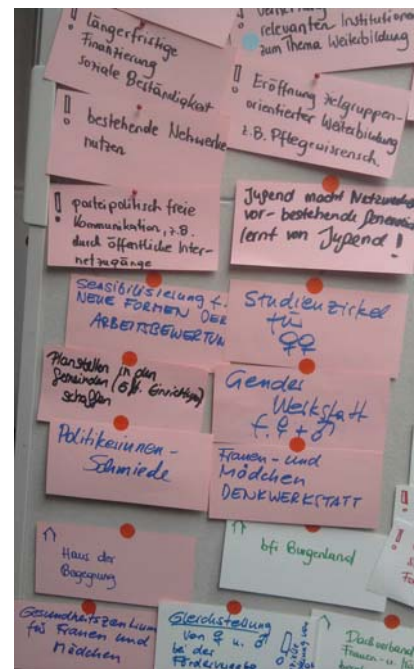
Wichtigste Erfolgsfaktoren bzw. Aspekte, die für die Umsetzung eines solchen Projekts berücksichtigt werden sollten:



- Vernetzung aller relevanten Institutionen zum Thema Weiterbildung
- TeilnehmerInnen den Nutzen deutlich machen (auch finanziell)
- Kooperation mit (ungarischen) Vereinen oder Gemeinden
- Balance von Geben & Nehmen

Weitere Faktoren:

- Rahmenbedingungen für Frauen
- Jugendgerechte Aufarbeitung des Themas
- Erfahrungen von E-Learning an Schulen nutzen
- Eröffnung zielgruppenorientierter Weiterbildung, z.B. Pflegewissenschaften
- Jugend macht Netzwerken vor – bestehende Generation lernt von Jugend
- Frauen- und Mädchen-Denkwerkstatt
- Gender-Werkstatt für Frauen und Männer
- Studienzirkel für Frauen
- Gesundheitszentrum für Frauen und Mädchen
- Input-Output-Relation muss für alle stimmen
- 5-Sektoren-Modell der Gesamtwirtschaft – neue Sicht auf Wirtschaft
- Vernetzung von Gleichstellungsthemen
- Planstellen in den Gemeinden (Einrichtungen) schaffen
- Sensibilisierung für neue Formen der Arbeitsbewertung
- Längerfristige Finanzierung, soziale Beständigkeit



- __ Politikerinnen-Schmiede
- __ Parteipolitisch freie Kommunikation, z.B. durch öffentliche Internetzugänge
- __ Schwierige Vernetzung von Zugroasten und Einheimischen
- __ Konkurrenzsituation verschiedener Vernetzungsinitiativen
- __ Bestehende Ungleichheiten (Geschlecht, sozial) nicht fortsetzen

Institutionen, die Interesse bekundet haben, sich an der Umsetzung zu beteiligen, bzw. hierfür empfohlen wurden:

- __ BFI Burgenland
- __ Bibliotheken als Wissensträger
- __ Frauenberatungsstelle Oberwart
- __ Haus der Begegnung
- __ Katholisches Bildungswerk
- __ Kernteam Dorferneuerung
- __ Schulen

Modellprojekt: Abschlussarbeitenfonds Südburgenland

Projekt- und Abschlussarbeiten von Ausbildungen (Lehre, AHS, FH, Uni etc.) mit regionalem Bezug werden durch die Einrichtung eines Kleinprojektfonds gefördert. Die Projektvergabe erfolgt im Wettbewerb auf Basis zuvor festgelegter Kriterien (z.B. Umsetzung des Projekts in der Region, Einbindung regionaler AkteurInnen). Dadurch sollen insbesondere „AuspendlerInnen“ bzw. BildungsabwanderInnen verstärkt an die Region gebunden und motiviert werden, neue Ideen in der Region erstmals auszu-probieren. Für die längerfristige Einrichtung des Fonds werden weitere Finanzierungsquellen erschlossen.

Wichtigste Erfolgsfaktoren bzw. Aspekte, die für die Umsetzung eines solchen Projekts berücksichtigt werden sollten:



- __ Längerfristig finanzielle Absicherung der Arbeiten
- __ Vorprägung in Richtung Abwanderung bereits in Schulzeit beachten
- __ Berufsorientierung in und über Schulen
- __ Kooperationen mit Schulen der Sekundarstufen I und II
- __ Hinaustragen in Gemeinden bzw. zu den Personen
- __ Qualifizierte Arbeitsplätze müssen anschließen

Weitere Erfolgsfaktoren:

- ___ Konkurrenzsituation bei der Unterstützung von Abschlussarbeiten beachten
- ___ Eigene Koordinationsstelle/-person für Fonds
- ___ Kommunikation der Unternehmen über Angebot für Lehrlinge
- ___ Werbung unter potenziellen TeilnehmerInnen
- ___ Einbindung von Unternehmen verschiedenster Branchen
- ___ Regionale Verwertbarkeit der Inhalte und Produkte
- ___ Kulturprojekte als eigenes Förderungsthema
- ___ Angemessene Vergabekriterien für Frauen & Männer → gleiche Förderung
- ___ Geschlechtergerechte Gesellschaft
- ___ Arbeiten über Neue Wirtschaftstheorien & Neue Formen der Arbeitsbewertung
- ___ Gendermedizin
- ___ Gleichstellung von Frauen und Männern bei der Fördervergabe / spezielle Förderung von Frauen
- ___ Ideen nicht aufsetzen



Institutionen, die Interesse bekundet haben, sich an der Umsetzung zu beteiligen, bzw. hierfür empfohlen wurden:

- ___ BFI Burgenland
- ___ Bildungsinformation Burgenland
- ___ Burgenländische Forschungsgesellschaft
- ___ Caritas / ÖVP Pinkafeld
- ___ Dachverband Frauen- und Mädchenberatungsstellen
- ___ Frauenberatungsstelle Oberwart

Modellprojekt: Revitalisierung des Vereinslebens

Gemeinsam mit Vereinen werden Projekte entwickelt, die Beteiligungsmöglichkeiten für neue InteressentInnen bietet. Jugendliche und Zugewanderte bilden dabei einen besonderen Schwerpunkt. Eine Internetplattform bietet einen Überblick über Vereine, ihre Projekte und aktuelle Möglichkeiten, sich zu beteiligen. Durch die gemeinsame Werbung und Entwicklung von Projekten soll die Zusammenarbeit von Vereinen gestärkt und neue TeilnehmerInnen angesprochen werden.

Wichtigste Erfolgsfaktoren bzw. Aspekte, die für die Umsetzung eines solchen Projekts berücksichtigt werden sollten:



- Soziales Punktemodell/Kompetenzmodell - Ansätze zur Attraktivierung von Vereinstätigkeit
- Durch Vorbildwirkung Erwachsener Jugendliche zur Teilnahme motivieren
- Schnuppertage bei Vereinen - projekt-/aktivitätsbezogen
- Imagearbeit Vereine: klares Bild über die Vielfältigkeit der Vereine vermitteln (häufig nur vage und einseitige Vorstellungen zu „Vereinen“ vorhanden)

Weitere Faktoren:

- Übersichtliche Darstellung bestehender Angebote schaffen
- Minderheiten berücksichtigen: MigrantInnen, Menschen mit Behinderung
- Unterschiedliche Strukturen und Teilnahmekonzepte der Vereine beachten
- Vernetzung aller Institutionen der Jugendarbeit
- Geschichte und Kultur der Region mitreflektieren
- Begrenzte Ressourcen ehrenamtlicher Arbeit bedenken
- Bestehende Organisationen nutzen, v.a. Dachverbände
- Starke Bewerbung unter bestehenden Vereinen
- Kooperationen mit z.B. ungarischen Vereinen → Grenzregionen
- Jahresberichte: Erfolge / erreichte Ziele darstellen

Institutionen, die Interesse bekundet haben, sich an der Umsetzung zu beteiligen, bzw. hierfür empfohlen wurden:

- BFI Burgenland
- Bildungsinformation Burgenland
- Caritas / ÖVP Pinkafeld
- Katholisches Bildungswerk
- Kernteam Dorferneuerung
- Kukuk Bildein / Kulturverein

Weiterer Projektvorschlag:

- ___ Vermittlung von Kompetenzen an Jugendliche zur Erschließung neuer Förderung (und Weitervermittlung dieser Kompetenzen an andere Jugendliche), z.B. für Programme wie „Jugend in Aktion“

Ausblick auf den weiteren Projektverlauf

- ___ April – Mai 2010: Konkretisierung & Plausibilitätsüberprüfung von Projektkonzepten
 - ___ Fortsetzung der Online-Befragung im April 2010: VertreterInnen von Bildungseinrichtungen, Vereinen, Unternehmen oder anderen Institutionen sowie Privatpersonen, die sich in der Entwicklung und Gestaltung von Projektideen zu „Lernen & Regionalentwicklung im Südburgenland“ engagieren möchten, sind bis 20. April herzlich dazu eingeladen, sich an dieser Befragung zu beteiligen:
http://www.3s.co.at/lernende_region_suedburgenland
 - ___ Befragung in der Bevölkerung im Mai 2010, um das Interesse bzw. die Akzeptanz der bis dahin ausgearbeiteten Projektvorschläge zu testen
- ___ 17. Juni 2010: 2. Bildungsstrategie-Workshop
 - ___ Vorstellung von Befragungsergebnissen der Bevölkerung & Auswahl der Projekte für die Bildungsstrategie
 - ___ Termin/Einladung wird vom Vorstand südburgenland plus ausgeschildet
- ___ Juni/Juli 2010: Fertigstellung der Bildungsstrategie

Laufende Informationen zum Projekt finden sich auch unter:

<http://www.suedburgenlandplus.at>

Bildungsstrategie-Workshop für die „Lernende Region Südburgenland“

Mag. Viktor Fleischer
Mag. Günter Hefler
Dr.ⁱⁿ Sigrid Nindl

3s Unternehmensberatung GmbH
www.3s.co.at

17. Juni 2010



Ablauf des Workshops

- 15.00 – 15.15 Uhr: Begrüßung & Einleitung
- 15.15 – 16.00 Uhr: Projekt „Lernende Region Südburgenland“
- 16.00 – 16.15 Uhr: Kaffeepause
- 16.15 – 17.45 Uhr: Arbeitsgruppen
- 17.45 – 18.00 Uhr: Pause
- 18.00 – 18.45 Uhr: Zusammenfassung & Diskussion im Plenum
- 18.45 – 19.00 Uhr: Ausblick

Zum Abschluss: Südburgenländische Jause



Übersicht zur Präsentation

- __ Grundelemente der „Lernenden Region“
- __ Weg zur Bildungsstrategie für das Südburgenland
- __ Grundzüge eines regionalen Bildungsmarketings & relevante Befragungsergebnisse
- __ Vorstellung der regionalen Lernprojekte für das Südburgenland & von Plausibilitätsüberprüfungen zu den Modellprojekten



Ziele der Lernenden Region

- __ „Lernen“ in der Region strategisch verankern
- __ gemeinsam spannende Bildungsprojekte entwickeln und umsetzen
- __ Bewusstsein für Lernen in der Bevölkerung erhöhen



Grundelemente einer Lernenden Region in Österreich

- Bildung eines Netzwerks „Lernende Region“: Bildungseinrichtungen, öffentliche Einrichtungen, Unternehmen, Vereine, Kirchen usw.
- Umsetzung von „Grundleistungen“ – insbesondere „Regionales Bildungsmarketing“
- Umsetzung von Modellprojekten, die einen wesentlichen Beitrag zum lebenslangen Lernen ermöglichen und einen strategischen Beitrag zur regionalen Bildungsstrategie leisten



Unser Weg zur Bildungsstrategie

Ergebnisse von Informationssammlung & qualitativer Phase:

Themen / Inhalte / Projektideen

Erfolgskriterien
Bewertungskriterien

↓ Zielabstimmung ↓ Zielabstimmung ↓

Quantitative Phase:

Überprüfung der Machbarkeit & Plausibilität von Modellprojekten,
die exemplarisch Ziele der Bildungsstrategie umsetzen

Strategie „Lernende Region“

Modellprojekte + Bildungsmarketing

Bericht

Sicherung der Nachhaltigkeit



Inhaltliche Schwerpunkte & Zielgruppen der Bildungsstrategie

Inhaltliche Schwerpunkte:

- __Behauptung der Führungsposition im Bereich „Ökoenergie“
- __Südburgenländischer Naturgenuss
- __Lernen ohne Grenzen

Zielgruppen:

- __Jugendliche
- __Betriebe/KMUs
- __Zugewanderte/„Zuaigroaste“ (Schnittstelle zu Jugendlichen)



Was ist regionales Bildungsmarketing?

Enge Definition von Bildungsmarketing

Weiterbildungsmarketing bezeichnet einen Prozess der KundInnen/
NutzerInnen-Perspektive einschließenden Planung und Durchführung

- __des Preismanagements,
- __der Werbeaktivitäten,
- __und des Vertriebs (Angebotsformen usw.)

von Weiterbildungsaktivitäten. Ein latenter Bedarf bei „KundInnen“ nach vorstrukturierten „Produkten“ wird dabei jeweils vorausgesetzt.

Alternative Konzepte:

„Outreach Work“ (oder „Aufsuchende/Sozialraumorientierte Bildungsarbeit“, „Empowerment“) hilft bei der Formulierung von Lernzielen, die in unterschiedlicher Form (eventuell mit Weiterbildung) verfolgt werden können.



Ebenen von Weiterbildungsmarketing

Bereich	Kurzcharakteristik	Bevölkerungsanteil
A) Realisierung bestehender Weiterbildungsinteressen	Weiterbildung wird bereits als Möglichkeit, Ziele in bestimmten Lebensbereichen/ Lebensphasen zu erreichen, gesehen; mehr oder minder umfangreiche Unterstützung bei der erfolgreichen Umsetzung von Weiterbildungsplänen notwendig	ca. ein Viertel bis ein Drittel; mehrheitlich hohes Bildungsniveau und gute berufliche Integration
B) Verknüpfung von individuellen Interessen mit Lernmöglichkeiten	Verknüpfung von be- bzw. entstehenden Wünschen, „etwas zu verändern“, „ein Problem zu lösen“ usw., mit konkreten Beteiligungsmöglichkeiten (z.B. Projekten) oder Weiterbildungsangeboten	ca. die Hälfte der Bevölkerung mit ausreichender sozialer Beteiligung und Ressourcen
C) Grundlegung von Lerninteressen/-möglichkeiten durch Beteiligung an sozialen Aktivitäten	zusätzliche Angebote zur Beteiligung; individuell gewählte, soziale Beteiligungsmöglichkeiten zur Überwindung einer bestehenden Isolation; zusätzliche Ressourcen für langfristige individuelle Entwicklungsmöglichkeiten	ca. ein Viertel bis ein Fünftel der Bevölkerung; häufig geringes Bildungsniveau; häufig prekäre berufliche Situation bzw. Migrationshintergrund



Konzepte & AkteurInnen von Bildungsmarketing (1)

Bereich	Konzepte (Beispiele)	AkteurInnen
A) Realisierung bestehender Weiterbildungsinteressen	<ul style="list-style-type: none"> ___ Werbung (allgemein, anbieter-/produkt-spezifisch); Print/TV usw. ___ „Customizing“ auf differenzierte Zielgruppen (Altersgruppen, Aus-bildungshintergründe, Lebensstile usw.) ___ Bildungsberatung (Auswahl zwischen Angeboten, Anbietern usw.) ___ finanzielle Förderungen (Teilnahmeförderung) 	<ul style="list-style-type: none"> ___ Weiterbildungsanbieter (Non-Profit; kommerziell) ___ Institutionen der LLL-Politik (Bildungsministerium; Arbeitsmarktservice/Europäischer Sozialfonds) ___ regionale Institutionen der LLL-Politik (v.a. Förderungsstellen mit LLL)
B) Verknüpfung von individuellen Interessen mit Lernmöglichkeiten	<ul style="list-style-type: none"> ___ Erfahrungsaustausch und Mentoring ___ Karriere- und Lebensberatung ___ Lernfeste ___ niedrigschwellige Projektarbeit ___ „Embedded Learning“-Angebote vor Ort ___ Einbeziehen bestehender sozialer Communities 	breites Spektrum von Projektträgern im Bereich von „Outreach Work“ (u.a. traditionelle Erwachsenenbildung)
C) Grundlegung von Lerninteressen/-möglichkeiten durch Beteiligung an sozialen Aktivitäten	<ul style="list-style-type: none"> ___ aufsuchende Sozialarbeit ___ Gemeinwesenarbeit und Sozialraumarbeit ___ Stärkung der Aufnahmefähigkeit von sozialen Institutionen ___ sozialökonomische Betriebe 	<ul style="list-style-type: none"> ___ Institutionen der Arbeitsmarktpolitik (sozialökonomische Betriebe usw.), ___ Institutionen der sozialen Arbeit ___ Organisationen (Vereine, Kirchen usw.), die Beteiligungsmöglichkeiten bieten (v.a. auch für Zielgruppen wie z.B. Jugendliche, Menschen mit besonderen Bedürfnissen, Ältere)



Vorgeschlagene Grundsätze für regionales Bildungsmarketing

- __Nutzung der Nähe zu den Menschen und ihrer Organisationen in der Region (Betonung liegt auf „regional“)
- __Vermeidung der Verdoppelung überregionaler Angebote – gezielte Kooperation mit überregionalen Angeboten (Verknüpfungen zu lokalen AkteurInnen herstellen)
- __Schwerpunkt liegt auf der Förderung des Neuentstehens von Bildungsinteressen der Wohnbevölkerung und der Kreierung zusätzlicher Beteiligungs- und Weiterbildungsangebote (weniger auf der „Werbung“ für gut etablierte Angebote der Weiterbildung)
- __Konzepte der „Aufsuchenden Bildungsberatung“ oder der „Outreach Work“ beschreiben damit die Zielsetzungen besser als der Marketingbegriff
- __Ein regionales Bildungsmarketingprojekt besteht damit aus der „Lokalisierung“ bestehender Initiativen und aus der Nutzung von Pilotprojekten zur Erreichung der gesetzten Ziele (höheres Bewusstsein für die Bedeutung, die Vor- und Nachteile Lebenslangen Lernens; höhere Beteiligung)



Konzepte & AkteurInnen von Bildungsmarketing (2)

Bereich	Überregionale Angebote	Regionale Angebote
A) Realisierung bestehender Weiterbildungsinteressen	Image-Werbung a) allgemein b) aufgabenorientiert	„Lokalisieren“ – Erfahrungsberichte lokaler AkteurInnen (TeilnehmerInnen, WeiterbildnerInnen) in lokalen Medien (Gemeindezeitungen usw.)
	Information zu Feldern der Erwachsenenbildung	„Spiegeln“/Einbinden bestehender Angebote in lokale Informationsangeboten
	Weiterbildungsdatenbanken (AMS, eduvista; Weiterbildungsdatenbank Burgenland)	__„Ergänzen“ um Lokales __„Fokussieren“ __Angebotskoordination (Termine; Angebotsschwerpunkte usw.)
	Weiterbildungsberatung	__lokale Verknüpfungen zu überregionalen Angeboten (Angebote für bestehende Gruppen) __MultiplikatorInnenweiterbildung
	Weiterbildungsförderungen	__lokale Verknüpfung __Zusatzförderung von lokalen Gemeinschaften („Bring deine Nachbarin“; „Fußball lernt Ungarisch“)



Konzepte & AkteurInnen von Bildungsmarketing (3)

Bereich	Überregionale Angebote	Regionale Angebote
B) Verknüpfung von individuellen Interessen mit Lernmöglichkeiten	<ul style="list-style-type: none"> — Projekte auf EU-, Bundes- und Landesebene — bestehende zivilgesellschaftliche Beteiligungsangebote 	<ul style="list-style-type: none"> — Initiierung ausgewählter lokaler Pilotprojekte — „Karteografierung“ und Sichtbarmachung lokaler Beteiligungsmöglichkeiten — Vernetzung von Bereichen über die Feldgrenzen hinweg („Schule“, „Jugendarbeit“, Angebote für Menschen mit besonderen Bedürfnissen, Sozialarbeit, Angebote für SeniorInnen usw.)
C) Grundlegung von Lerninteressen/-möglichkeiten durch Beteiligung an sozialen Aktivitäten	<ul style="list-style-type: none"> — überregionale Angebote der Arbeitsmarktpolitik (z.B. sozialökonomische Betriebe, gemeinnützige Arbeitsüberlassung) und der beruflichen Rehabilitation — überregionale psychosoziale Angebote 	<ul style="list-style-type: none"> — Stärkung der „Aufnahmefähigkeit“ bestehender Angebote (vgl. auch Projektvorschlag „Revitalisierung des Vereinslebens“)

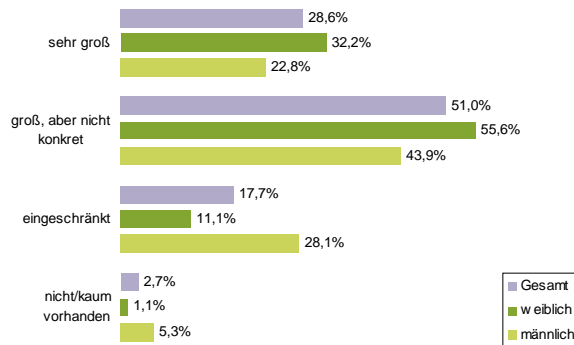


Rücklauf der Befragung

- Befragung der Bevölkerung im Südburgenland:
Versand von 2.500 Fragebögen, Rücklauf von 173 Fragebögen (= 6,9%)
- *Self-selection-effect* wird bei der Plausibilitätsschätzung berücksichtigt
- Datenqualität für die Plausibilitätsabschätzung zufriedenstellend
- Potenzial der Erhebungsergebnisse für weitere Schritte im regionalen Bildungsmarketing



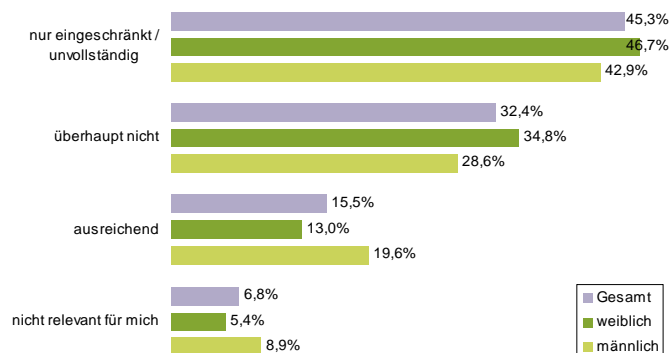
Interesse an Informationen und Beratung zum Thema Lernen & Weiterbildung



Quelle: 3s-Darstellung, basierend auf Fragebogenerhebung bei EinwohnerInnen der Region, n=147, 5-6/2010



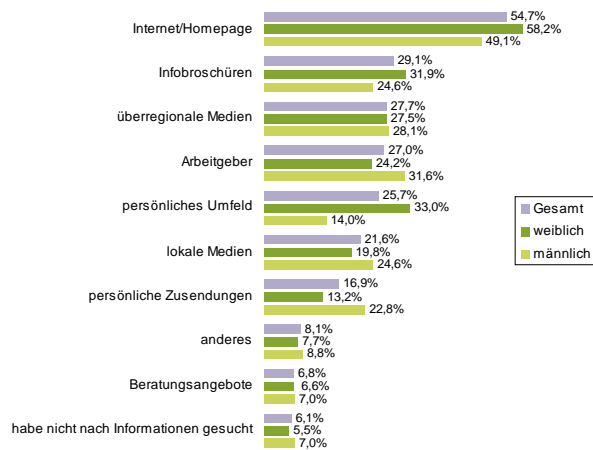
Informationsstand zu öffentlichen Fördermöglichkeiten im Weiterbildungsbereich



Quelle: 3s-Darstellung, basierend auf Fragebogenerhebung bei EinwohnerInnen der Region, n=148, 5-6/2010



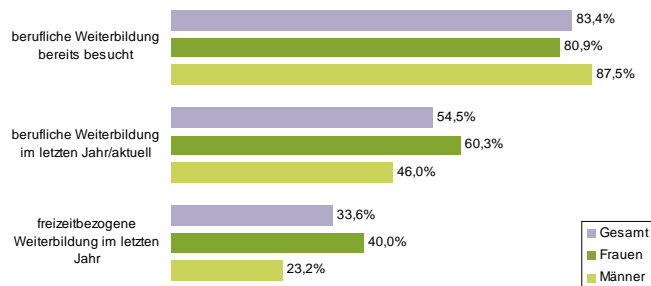
Informationswege zu Lern- und Weiterbildungsmöglichkeiten



Quelle: 3s-Darstellung, basierend auf Fragebogenerhebung bei EinwohnerInnen der Region, n=148, 5-6/2010



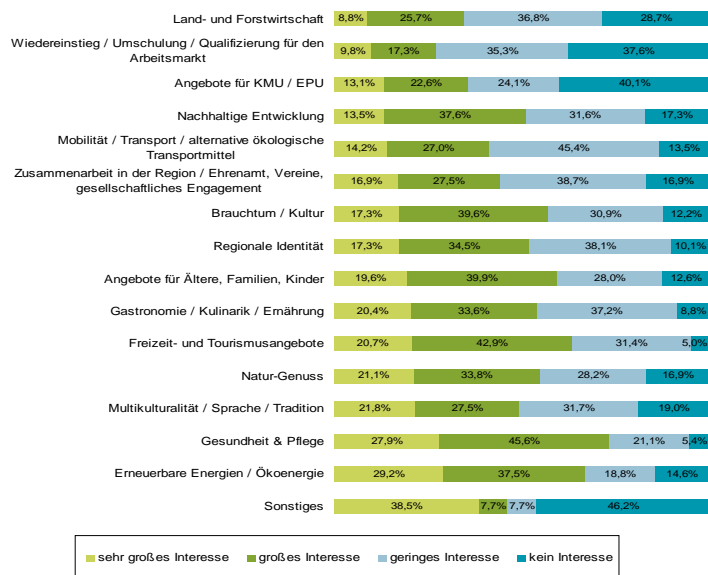
Berufliche und freizeitbezogene Weiterbildung



Quelle: 3s-Darstellung, basierend auf Fragebogenerhebung bei EinwohnerInnen der Region, n=146, 5-6/2010



Interesse an verschiedenen Themenbereichen



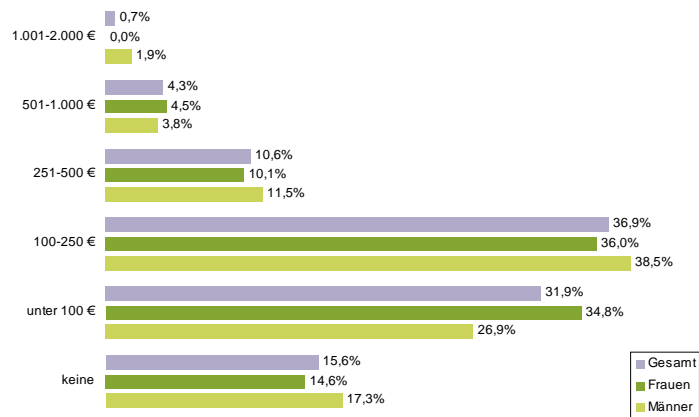
Quelle: 3s-Darstellung, basierend auf Fragebogenerhebung bei EinwohnerInnen der Region, n=133-147, 5-6/2010

Allgemeine Rahmenbedingungen von Weiterbildung



Quelle: 3s-Darstellung, basierend auf Fragebogenerhebung bei EinwohnerInnen der Region, n=142, 5-6/2010

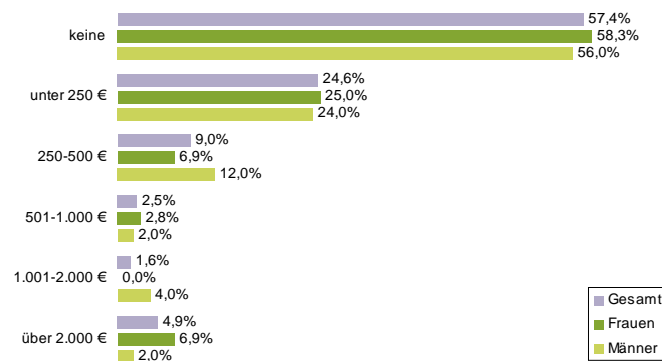
Bereitschaft, für private Weiterbildung zu bezahlen



Quelle: 3s-Darstellung, basierend auf Fragebogenerhebung bei EinwohnerInnen der Region, n=141, 5-6/2010



Persönliche Netto-Ausgaben für Weiterbildung im letzten Jahr



Quelle: 3s-Darstellung, basierend auf Fragebogenerhebung bei EinwohnerInnen der Region, n=122, 5-6/2010

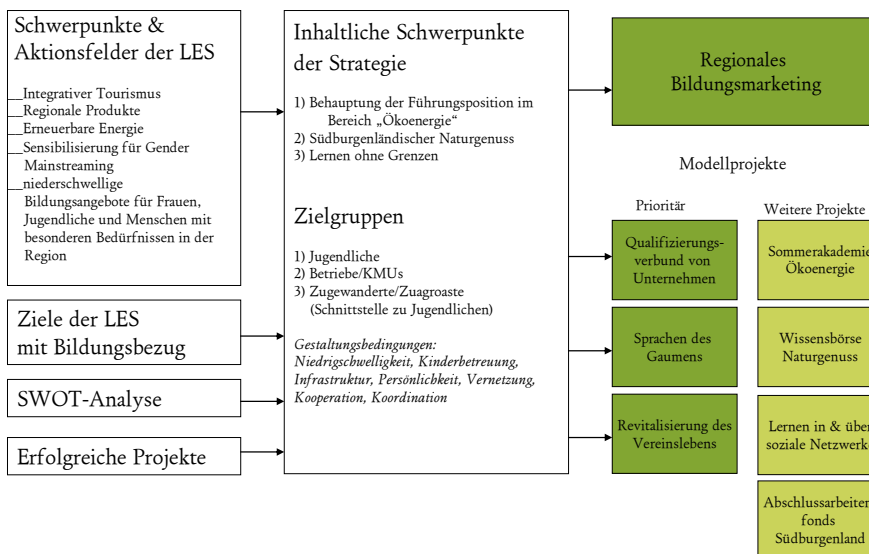


Erfolgskriterien für die Projekte bzw. die Gesamtstrategie

- __Variationen in den Projektdesigns sind gewünscht und notwendig
- __Die Projektdesigns müssen jedoch
 - __Ansätze zur Erschließung der geplanten Finanzierungsquellen aufzeigen
 - __Ansätze zur Inklusion der „hard-to-reach“-Anteile ihrer Zielgruppen erarbeiten
 - __Barrierefreiheit sicherstellen
 - __Gender-Aspekte reflektieren und Ansätze zum Ausgleich erarbeiten
 - __zu einem lokalen Aufbau von Umsetzungs-Know-how führen
 - __einen Beitrag zur Vernetzung regionaler AkteurInnen bieten



Zusammenhang zwischen LES & Bildungsstrategie



Projektraster zur Bewertung der Gesamtstrategie

	Schwerpunkte			Zielgruppen			Bildungsmarketing für alle Gruppen
	Öko-energie	Naturgenuss	Lernen ohne Grenzen	Jugend	Betriebe/ KMU	Zuge-wanderte	
	Finanzierungsquellen	Qualifizierungs-verbund Sommerakademie	Wissensbörse Sprachen des Gaumens	Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke Abschlussarbei.	Qualifizierungs-verbund Sommerakademie Abschlussarbei. Sprachen des Gaumens Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke	Qualifizierungs-verbund Sommerakademie Abschlussarbei. Wissensbörse Sprachen des Gaumens Soz. Netzwerke	
Weiterbildung/ Lernen Landwirtschaft	Qualifizierungs-verbund Sommerakademie	Wissensbörse Sprachen des Gaumens	Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke Abschlussarbei.	Qualifizierungs-verbund Sommerakademie Abschlussarbei. Sprachen des Gaumens Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke	Qualifizierungs-verbund Sommerakademie Abschlussarbei. Sprachen des Gaumens Soz. Netzwerke	Qualifizierungs-verbund Sommerakademie Sprachen des Gaumens Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke	
Betriebe/Klein- und Mittelbetriebe	Qualifizierungs-verbund Sommerakademie	Wissensbörse Sprachen des Gaumens	Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke Abschlussarbei.	Qualifizierungs-verbund Sommerakademie Abschlussarbei. Sprachen des Gaumens Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke	Qualifizierungs-verbund Sommerakademie Wissensbörse Abschlussarbei. Sprachen des Gaumens Soz. Netzwerke	Qualifizierungs-verbund Sommerakademie Sprachen des Gaumens Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke	
Weiterbildung/Lernen Beschäftigte	Qualifizierungs-verbund Sommerakademie	Wissensbörse Sprachen des Gaumens	Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke Abschlussarbei.	Qualifizierungs-verbund Sommerakademie Abschlussarbei. Sprachen des Gaumens Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke	Qualifizierungs-verbund Sommerakademie Wissensbörse Abschlussarbei. Sprachen des Gaumens Soz. Netzwerke	Qualifizierungs-verbund Sommerakademie Sprachen des Gaumens Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke	
Weiterbildung/ Lernen Arbeitslose/ Arbeitssuchende	Qualifizierungs-verbund Sommerakademie	Sprachen des Gaumens	Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke	Qualifizierungs-verbund Sommerakademie Sprachen des Gaumens Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke	Qualifizierungs-verbund Sommerakademie Abschlussarbei. Sprachen des Gaumens Soz. Netzwerke	Qualifizierungs-verbund Sommerakademie Sprachen des Gaumens Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke	
Weiterbildung/ Lernen „am Wohnort“ (allgemein)	Sommerakademie	Sprachen des Gaumens	Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke Abschlussarbei.	Sommerakademie Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke Abschlussarbei. Sprachen des Gaumens Soz. Netzwerke	Sommerakademie Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke Abschlussarbei. Sprachen des Gaumens	Sommerakademie Revitalisierung Vereinsleben Soz. Netzwerke Sprachen des Gaumens	

Modellprojekte: Ökoenergie (1)

Qualifizierungsverbund von Unternehmen

- __ Unternehmen entwickeln gemeinsam Aus-/Weiterbildungsangebote
- __ Schaffen der Vertrauensbasis für künftige Bewerbung um Förderungen

Qualifizierungsverbund von Unternehmen

Aktionsfeld	Ökoenergie
Zielgruppen	Klein- und Mittelbetriebe; Beschäftigte in KMUs; junge Erwachsene (15-24 Jahre)
Kurzcharakteristik	Aufbau einer Vernetzungsstruktur, die auf Basis von Pilotweiterbildungsprojekten die Basis schafft für die Gründung von Qualifizierungsverbänden (ESF-Förderung) und/oder internationalen Lernkooperationen (LLL-Projekt; Forschungs- und Innovationsförderung; andere Programme, die sich an KMU-Netzwerke richten) - mindestens ein „Proto-Verbund“ von Unternehmen aus dem Feld Ökoenergie - mindestens ein „Proto-Verbund“ von Unternehmen, die Innovationsprojekte im Feld Ökologie umsetzen wollen
Mögliche ProponentInnengruppe	bestehende Kooperationen zu Ökoenergie
Umsetzungsteam (Mitglieder, Aufgabenstellungen)	3-5 Personen; Erarbeitung von Strukturen und Modellschulungsprojekten, die demonstrieren, wie Unternehmensverbände erfolgreich arbeiten können; Unterstützung bei der Vorbereitung der Verbände
Mögliche NetzwerkpartnerInnen	Betriebe, AMS, nationale Förderagenturen für EU-Programme, Weiterbildungsanbieter (auch überregional)
Finanzierungsquellen	Pilot: Lernende Regionen; Umsetzung: ESF/AMS; Anschubfinanzierung für unterschiedliche Programme; EU-Programme



Qualifizierungsverbund von Unternehmen – Plausibilitätsüberprüfung

Geplante TeilnehmerInnenzahl: notwendige Anzahl von zumindest 80 TN (2 „Proto-Verbände“ x durchschnittlich 40 TeilnehmerInnen)	80
Zielgruppe: Beschäftigte im Bereich Ökoenergie / mit Interesse an Ökoenergie	
Teilnahmeinteresse – Zielgruppe (Näherungsschätzung)	5,3%
Schätzung	interessiert + teilnahmebereit
	660 430
Geschätzte TeilnehmerInnenzahl entspricht dem x-fachen der geschätzten notwendigen TeilnehmerInnenzahl	8 5
Auffälligkeiten Zugang: TeilnehmerInnenebene in dem Fall nicht vorrangig ausschlaggebend, wichtig ist Teilnahmebereitschaft auf Unternehmensebene	
Gesamteinschätzung Teilnahmeinteresse:	auf Individualebene nicht aussagekräftig
Sehr hohes/hohes Interesse an Trägerschaft und/oder Beteiligung	BIO AUSTRIA – Burgenland, Haus der Begegnung, Josefinum Eberau, Landwirtschaftliches Bezirksreferat Oberwart, Marktgemeinde Großpetersdorf, Kernteam Dorferneuerung, peter pan communications; BFI Burgenland, Burgenländische Energieagentur, Europäisches Zentrum für Erneuerbare Energie, LFI Burgenland, WIFI Oberwart
Ähnliche Angebote/mögliche Konkurrenz (in Befragungen genannt)	Initiativen in Güssing, v.a. über Europäisches Zentrum für Erneuerbare Energie; Kooperationen mit BFI Burgenland
Gesamteinschätzung Trägerschaft:	gute Grundlage
Indikatoren zur allgemeinen Bedeutung (sehr großes/großes Interesse Teilnahme; sehr große/große Bedeutung)	Teilnahme Bedeutung
absolut	24% 37%
Gesamteinschätzung 3s:	Basisprojekt zur Mobilisierung von Finanzierungsquellen für den betrieblichen/beruflichen Weiterbildungsbereich

Modellprojekte: Ökoenergie (2)

Sommerakademie Ökoenergie im Südburgenland

- __5-tägige Sommerakademie mit abschließendem Lernfest zur Vernetzung regionalen Wissens
- __Aufbau einer Weiterbildung mit überregionaler Bedeutung



Sommerakademie Ökoenergie im Südburgenland

Aktionsfeld	Ökoenergie
Zielgruppen	Klein- und Mittelbetriebe; Beschäftigte in KMUs; Allgemeinbevölkerung; Schulen/SchülerInnen
Kurzcharakteristik	Entwicklung und Aufbau einer Bildungswoche (teilnahmegebührenpflichtig) und eines angeschlossenen eintägigen „Lernfests“ (Samstag) zum Thema Ökoenergie; überregionale Bedeutung des Lehr-/Workshopangebots; Inhalte ca. 50:50 durch lokale und überregionale AkteurInnen (insbes. auch überregionale Universitäten) bereitgestellt; regional ausgerichteter Pilot (Mobilisierung der Wissensbasis), überregional ausgerichteter Hauptdurchgang mit Zielsetzung einer jährlichen Wiederholung; Sonderzielgruppe: Lehrende an Pflicht-/weiterführenden Schulen; Unterrichtsmodelle zur Ökoenergie; Initiierung von Schulprojekten zur Abstützung der „Sommerakademie“ bzw. des Lernfests
Mögliche ProponentInnengruppe	bestehende Kooperationen zu Ökoenergie (für den MultiplikatorInnenanteil: Schulen)
Umsetzungsteam (Mitglieder, Aufgabenstellungen)	5+ Personen; Erarbeitung des regionalen Pilots; Abklärung des Rahmens (Standort, Kalenderwoche usw.); Konkurrenzanalyse; Aufbau des Umsetzungsnetzwerks für den Pilot- und den Hauptdurchgang; Einbindung überregionaler KooperationspartnerInnen; Abklärung möglicher FinanzierungspartnerInnen
Mögliche NetzwerkpartnerInnen	regionale/überregionale AkteurInnen im Feld Ökoenergie; lokale Tourismusverbände und -betriebe
Finanzierungsquellen	Pilot: Lernende Regionen + teilnehmende AkteurInnen mit wirtschaftlichen Interessen (Ökoenergie, Tourismus); WB-Förderung für Betriebe, WB-Förderung für Individuen



Sommerakademie Ökoenergie – Plausibilitätsüberprüfung

Geplante TeilnehmerInnenzahl: mindestens 120, um nach Drop-out auf 60 zu kommen	120
Zielgruppe: Beschäftigte im Bereich Ökoenergie / Interesse an Ökoenergie	
Teilnahmeinteresse – Zielgruppe (Näherungsschätzung)	10,5%
Schätzung	interessiert + teilnahme- bereit
	1.300 800
Geschätzte TeilnehmerInnenzahl entspricht dem x-fachen der geschätzten notwendigen TeilnehmerInnenzahl	11 7
Auffälligkeiten Zugang: Ansprechen eines überregionalen Publikums ist möglich	
Gesamteinschätzung Teilnahmeinteresse: eingeschränkt	
Sehr hohes/hohes Interesse an Trägerschaft und/oder Beteiligung	BIO AUSTRIA – Burgenland, Josefinum Eberau, Landwirtschaftliches Bezirksreferat Oberwart, Marktgemeinde Großpetersdorf, Kernteam Dorferneuerung, peter pan communications; Burgenländisches Volksbildungswerk, Burgenländische Energieagentur, Europäisches Zentrum für Erneuerbare Energie, LFI Burgenland
Ähnliche Angebote / mögliche Konkurrenz (in Befragungen genannt)	Initiativen in Güssing, v.a. Europäisches Zentrum für Erneuerbare Energie
Gesamteinschätzung Trägerschaft: gute Grundlage	
Indikatoren zur allgemeinen Bedeutung (sehr großes/großes Interesse Teilnahme; sehr große/große Bedeutung)	Teilnahme Bedeutung absolut 38% 44%
Gesamteinschätzung 3s: Projektumsetzung möglich; Notwendigkeit der Erschließung überregionaler Zielgruppen	

Modellprojekte: Südburgenländischer Natur-Genuss (1)

Sprachen des Gaumens

- ___Kochfest zum Kennenlernen der Küchen der (Grenz-)Region, begleitet von Schnupperangeboten für Sprach- und andere Kurse
- ___Ansprechen neuer Zielgruppen für Weiterbildungen

Sprachen des Gaumens

Aktionsfeld	Naturgenuss Südburgenland
Zielgruppen	Klein- und Mittelbetriebe (Landwirtschaft, Gastronomie, Tourismus); Allgemeinbevölkerung; Schulen/SchülerInnen + Eltern/Großeltern; Weiterbildungsanbieter (Schwerpunkt regionale Sprachen); Integration
Kurzcharakteristik	Kombination eines Koch- und Sprachlernprojekts an regionalen Schulen (in der Erweiterung: auch in benachbarten Regionen in Ungarn und Slowenien) und eines überregional (touristisch) angelegten „Kochfestes“; Kochenlernen (regionale Küchen) mit regionalen Produkten und in regionalen Sprachen; unterschiedliche Formate für Schulen bzw. Kinder und Jugendliche unterschiedlicher Altersgruppen; regionale ExpertInnen als „GastdozentInnen“ (= Berufskunde); Höhepunkt der Schulaktivitäten ist ein Lernfest „Sprachen des Gaumens“, rund um die regionalen Küchen und Sprachen als überregionalem touristischen Angebot
Mögliche ProponentInnenengruppe	bestehende Netzwerke/Projekte Naturgenuss; Tourismusverbände; bestehende Schulnetzwerke
Umsetzungsteam (Mitglieder, Aufgabenstellungen)	5+ Personen; Teilprojekt 1: Erarbeitung des regionalen Schulprogramms; Aufbau von Kooperationen für überregionales Schulprogramm; Teilprojekt 2: Vorbereitung und Umsetzung des Kochfestes; ProduzentInnen lokaler Produkte; lokale Gastronomiebetriebe
Mögliche NetzwerkpartnerInnen	Schulen; regionale/überregionale AkteurInnen im Bereich landwirtschaftliche Produkte; lokale Tourismusbetriebe
Finanzierungsquellen	Pilot: Lernende Regionen + teilnehmende AkteurInnen mit wirtschaftlichen Interessen (Ökoenergie, Tourismus); EU-Förderungen für grenzüberschreitende Schulprojekte; Fonds Gesundes Österreich



Sprachen des Gaumens – Plausibilitätsüberprüfung

Geplante TeilnehmerInnenzahl – 200 TeilnehmerInnen (Festcharakter)	200
Zielgruppe: Gesamtbevölkerung	
Teilnahmeinteresse – Zielgruppe (Näherungsschätzung)	19,4%
Schätzung	interessiert + teilnahmebereit
	12.000 4.600
Geschätzte TeilnehmerInnenzahl entspricht dem x-fachen der geschätzten notwendigen TeilnehmerInnenzahl	60 23
Gesamteinschätzung Teilnahmeinteresse: gegeben	
Sehr hohes/hohes Interesse an Trägerschaft und/oder Beteiligung	BIO AUSTRIA – Burgenland, Landwirtschaftliches Bezirksreferat Oberwart, Kernteam Dorferneuerung, Shu-Chen Sojahaus, Slow Food Burgenland, Verein „rund ums moor“, Weinbau Wukits, ideas4you Werbeagentur; Blumentalladen, Christopherushaus, LFI Burgenland, Seminarhaus „Die Scheune“, Weingut Grosz/Paradies-Betriebe, Weinidylle neu, WIFI Oberwart
Ähnliche Angebote / mögliche Konkurrenz (in Befragungen genannt)	Kurse des LFI Burgenland – TN als potenzielle Zielgruppe; Pfarrfeste mit kulinar. Schwerpunkt
Gesamteinschätzung Trägerschaft: gute Grundlage	
Indikatoren zur allgemeinen Bedeutung (sehr großes/großes Interesse Teilnahme; sehr große/große Bedeutung)	Teilnahme Bedeutung
Absolut	56% 42%
Gesamteinschätzung 3s: Umsetzung in geeignetem Konsortium als Lernfest empfohlen	

Modellprojekte: Südburgenländischer Natur-Genuss (2)

Wissensbörse Naturgenuss

- __ Weiterbildung für ExpertInnen im Bereich Naturgenuss
- __ Vorbereitung auf internationale Austausch-/Kooperationsprojekte



Wissensbörse Naturgenuss

Aktionsfeld	Naturgenuss Südburgenland
Zielgruppen	Klein- und Mittelbetriebe (Landwirtschaft, Gastronomie, Tourismus); Allgemeinbevölkerung; Beschäftigte; junge Erwerbstätige
Kurzcharakteristik	Gestaltung eines Weiterbildungs- und Austauschprogramms für ExpertInnen („AktivistInnen“) im Bereich Naturgenuss (Produktion und Tourismus); Weiterentwicklung der individuellen Kompetenz als FachtrainerIn/MultiplikatorIn; Entwicklung von Präsentationsformaten über die regionalen Erfahrungen für Dritte; Aufbau von Netzwerkpartnerschaften zu anderen Regionen in der EU; Austauschprogramme und kooperative Entwicklungsprojekte; Entwicklung von „Innovationsworkshops“ auf Basis der über die Kooperationen gesammelten Erfahrungen; Teilziel ist der Kompetenzaufbau in der Nutzung von EU-Austausch-, Kooperations- und Entwicklungspartnerschaften
Mögliche ProponentInnengruppe	bestehende Netzwerke/Projekte Naturgenuss; Tourismusverbände
Umsetzungsteam (Mitglieder, Aufgabenstellungen)	5+ Personen; Erarbeitung eines Weiterbildungsangebots für lokale AktivistInnen/MultiplikatorInnen; Aufbau von mehreren Kooperationsprojekten auf Basis von zwei bis drei unterschiedlichen EU-Förderungsschienen; mindestens eine erfolgreiche Kooperation
Mögliche NetzwerkpartnerInnen	regionale/überregionale AkteurInnen im Feld landwirtschaftliche Produkte; lokale Tourismusbetriebe
Finanzierungsquellen	Aufbau: Lernende Regionen und Förderstellen; Weiterbildungsförderung für Beschäftigte; unterschiedliche EU-Programme



Wissensbörse Naturgenuss – Plausibilitätsüberprüfung

Geplante TeilnehmerInnenzahl - 15 TeilnehmerInnen (+ Drop-out); Zielgruppe: Naturgenuss-ExpertInnen		30	
Teilnahmeinteresse - Zielgruppe (Näherungsschätzung)		4,2%	
Schätzung		Interessiert	+ teilnahme- bereit
		106	106
Geschätzte TeilnehmerInnenzahl entspricht dem x-fachen der geschätzten notwendigen TeilnehmerInnenzahl		4	4
Auffälligkeiten Zugang: eng definierte Zielgruppe, die in Befragungsgruppe unterrepräsentiert sein könnte; TN-Bereitschaft der entspr. Organisation ist entscheidend			
Gesamteinschätzung Teilnahmeinteresse:		eingeschränkt (aber nur bedingt über TN eruierbar)	
Sehr hohes/hohes Interesse an Trägerschaft und/oder Beteiligung	BIO AUSTRIA – Burgenland, Edelserpentin Habetler, Haus der Begegnung, Landwirtschaftl. Bezirksreferat Oberwart, Kernteam Dorferneuerung, Naturparkverein Markt-Neuhodis, RMB, Slow Food Burgenland, Weinbau Wukits, Dorferneuerung, ideas4you Werbeagentur; Blumentalladen, LFI Burgenland, Seminarhaus "Die Scheune", Shu-Chen Sojahaus, Obfrau Echt-Guat- Buschenschenke, Weingut Grosz/Paradies-Betriebe, Weindylle neu, WIFI Oberwart		
Ähnliche Angebote/mögliche Konkurrenz (in Befragungen genannt)	Ausbildungen zu SeminarbäuerInnen, Natur- und LandschaftsführerInnen – TN als Zielgruppe; "Weindylle College" als Projekt an Landwirtschaftsschule, von WKO geförderte Projekte (Genuss-Region)		
Gesamteinschätzung Trägerschaft:		gute Grundlage	
Indikatoren zur allgemeinen Bedeutung (sehr großes/großes Interesse Teilnahme; sehr große/große Bedeutung)	absolut	Teilnahme 34%	Bedeutung 25%
Gesamteinschätzung 3s:		als Projekt umsetzbar, wenn Kerninstitutionen mitmachen	

Modellprojekte: Lernen ohne Grenzen (1)

Lernen in und über soziale Netzwerke

__ Weiterbildungen/Projekte zu sozialen Netzwerken für alle lokalen
Zielgruppen (Kinder, Jugendliche, Frauen, EPUs ...)

Lernen in und über soziale Netzwerke

Aktionsfeld	Lernen ohne Grenzen (Stärkung regionaler Identität; Initiativen gegen Brain-Drain und Abwanderung)
Zielgruppen	Allgemeinbevölkerung; junge Erwachsene; Schulen/SchülerInnen; Klein- und Mittelbetriebe
Kurzcharakteristik	<p>Veranstaltungsprogramm (Vorträge, Workshops) und Abfolge von Kleinprojekten zum Thema Soziale Netzwerke, u.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vernetzung und „Kleine-Welt-Theorem“ („Six Degree“-Theorem) - Soziale Ressourcen in Nachbarschaftsnetzwerken sichtbar machen - Die Bedeutung „schwacher“ Beziehungen am Arbeitsmarkt - „Living Libraries“-Projekte - Regional ungebundene („virtuelle“) Wertschöpfungsnetzwerke - Soziale Beziehungen im Lebensverlauf: Beziehungsnetzwerke bei regionaler Mobilität erhalten - Soziale Netzwerke über Landesgrenzen hinweg - Hin und Her: Wanderungsprozesse über den Lebenszyklus; <p>Veranstaltungskatalog, der sich an Institutionen mit Multiplikatorenfunktion wendet</p>
Mögliche ProponentInnengruppe	bestehende Netzwerke
Umsetzungsteam (Mitglieder, Aufgabenstellungen)	3-5 Personen; Entwicklung eines Programmkonzepts mit ExpertInnen; Entwicklung unterschiedlicher Formate für Zielgruppen; Aufbau eines Veranstaltungskatalog und frei buchbarer Angebote; Entwicklung von Workshopdesigns; Klärung von Vertiefungsbedarf; Initiierung von Anschlussprojekte (insbesondere im Schulbereich)
Mögliche NetzwerkpartnerInnen	Schulen; alle MultiplikatorInnen
Finanzierungsquellen	Lernende Regionen; Förderung individueller/betriebl. Weiterbildung



Lernen in und über soziale Netzwerke – Plausibilitätsüberprüfung

Geplante TeilnehmerInnenzahl – 160 TN erforderlich (8 x 20 TN)	160								
Zielgruppe: Gesamtbevölkerung									
Teilnahmeinteresse – Zielgruppe (Näherungsschätzung)	16,1%								
Schätzung	<table border="1"> <tr> <td>interessiert</td> <td>+ teilnahme-</td> </tr> <tr> <td>9.900</td> <td>bereit</td> </tr> <tr> <td>62</td> <td>3.700</td> </tr> <tr> <td></td> <td>23</td> </tr> </table>	interessiert	+ teilnahme-	9.900	bereit	62	3.700		23
interessiert	+ teilnahme-								
9.900	bereit								
62	3.700								
	23								
Geschätzte TeilnehmerInnenzahl entspricht dem x-fachen der geschätzten notwendigen TeilnehmerInnenzahl	62								
Gesamteinschätzung Teilnahmeinteresse:	gegeben								
Sehr hohes/hohes Interesse an Trägerschaft und/oder Beteiligung	AK Burgenland, BFI Burgenland, BIO AUSTRIA – Burgenland, Haus der Begegnung, Josefinum Eberau, Kernteam Dorferneuerung, Marktgemeinde Markt Allhau, Seminarhaus „Die Scheune“, Weinbau Wukits, Dorferneuerung, peter pan communications; Burgenländische Volkshochschulen, Burgenländisches Volksbildungswerk, BFI Burgenland, Frauenberatungsstelle Oberwart, Katholisches Bildungswerk Burgenland								
Ähnliche Angebote/mögliche Konkurrenz (in Befragungen genannt)	Netzwerke für selbstständige Frauen (Güssing, Jennersdorf), Netzwerk Brustkrebs, AG Vereinbarkeit Familie – Beruf; Generationsnetzwerk-Projekt über Volksbildungswerk								
Gesamteinschätzung Trägerschaft:	gute Grundlage								
Indikatoren zur allgemeinen Bedeutung (sehr großes/großes Interesse Teilnahme; sehr große/große Bedeutung)	<table border="1"> <tr> <td></td> <td>Teilnahme</td> <td>Bedeutung</td> </tr> <tr> <td>absolut</td> <td>44%</td> <td>39%</td> </tr> </table>		Teilnahme	Bedeutung	absolut	44%	39%		
	Teilnahme	Bedeutung							
absolut	44%	39%							
Gesamteinschätzung 3s:	mögliches Thema für ein Vernetzung förderndes Bildungsprogramm bei geeignetem Projektconsortium								

Modellprojekte: Lernen ohne Grenzen (2)

Abschlussarbeitenfonds Südburgenland

- _Projekt-/Abschlussarbeiten mit regionalem Bezug werden über Kleinprojektfonds gefördert
- _Ausschreibung über Wettbewerb & festgelegte Kriterien
- _verstärktes Binden von AuspendlerInnen/BildungsabwanderInnen an die Region



Abschlussarbeitenfonds Südburgenland

Aktionsfeld	Lernen ohne Grenzen
Zielgruppen	junge Erwachsene (Lehrausbildung; höhere Sekundarstufe; Fachhochschule; Universität) + Zielgruppen der Kleinprojekte
Kurzcharakteristik	Schaffung eines Fonds für Kleinprojekte mit hochqualifizierter Tätigkeit (als „Ersatz“ für typische StudentInnenjobs) (Dotierung von z.B. 50.000 Euro pro Jahr = 10-15 Kleinprojekte); für Projekte werden Globalaufgabenstellungen (Forschung; Entwicklung und Umsetzung) definiert; Projekte müssen zugleich als Prüfungs- oder Abschlussarbeit in einem Ausbildungsprogramm (formal oder nonformal) anrechenbar sein; pauschale Förderung der Projekte (z.B. ca. 3.500 Euro für Zwei-Personen-Teams, 6.000 Euro für Drei-Personen-Teams); Projektvergabe erfolgt im Wettbewerb und auf Basis von Programmkriterien; Projekte müssen in der Region umgesetzt werden und ein Mindestmaß regionaler AkteurInnen einbinden; Bewerbung insbesondere unter „AuspendlerInnen“ bzw. BildungsabwanderInnen
Mögliche ProponentInnengruppe	bestehende Netzwerke/Projekte
Umsetzungsteam (Mitglieder, Aufgabenstellungen)	5+ Personen; Definition der Kriterien und Projektorganisation; Erschließung zusätzlicher Finanzierungsquellen für Kleinprojektfonds
Mögliche NetzwerkpartnerInnen	regionale/überregionale Bildungseinrichtungen (höhere Sekundarstufe, Fachhochschulen, Universität)
Finanzierungsquellen	Lernende Regionen +Sponsoren und sonstige Drittpartner (z.B. nach dem Prinzip „Wissenschaftsladen“)



Abschlussarbeitenfonds Südburgenland – Plausibilitätsüberprüfung

Geplante TeilnehmerInnenzahl – 20 TeilnehmerInnen		20	
Zielgruppe: SchülerInnen, Lehrlinge und Studierende im Alter von 18 bis 29 Jahren			
Teilnahmeinteresse – Zielgruppe (Näherungsschätzung)		27,4%	
Schätzung	interessiert	+ teilnahme-	
			bereit
	2.660	140	
Geschätzte TeilnehmerInnenzahl entspricht dem x-fachen der geschätzten notwendigen TeilnehmerInnenzahl		133	7
Auffälligkeiten Zugang: Analyse des Interesses basiert auf Gesamtstichprobe, da keine Einschränkung anhand FB-Variablen möglich			
Gesamteinschätzung Teilnahmeinteresse:		ungesichert	
Sehr hohes/hohes Interesse an Trägerschaft und/oder Beteiligung	AK Burgenland, BFI Burgenland, BIO AUSTRIA – Burgenland, Caritas / ÖVP Pinkafeld, Josefinum Eberau, Marktgemeinde Markt Allhau, Musikverein Neuhaus/Klb., Seminarhaus „Die Scheune“, Vamos – Verein zur Integration, Weinbau Wukits, Dorferneuerung, peter pan communications; Bildungsinformation Burgenland, Burgenländ. Forschungsgesellschaft, Dachverband Frauen- und Mädchenberatungsstellen, Frauenberatungsstelle Oberwart		
Ähnliche Angebote/mögliche Konkurrenz (in Befragungen genannt)	Förderungen über bgld. Landesbibliothek, bgld. Wissenschaftspreis, Bgld. Forschungsgesellschaft ("Jourfixe")		
Gesamteinschätzung Trägerschaft:		gute Grundlage	
Indikatoren zur allgemeinen Bedeutung (sehr großes/großes Interesse Teilnahme; sehr große/große Bedeutung)		Teilnahme	Bedeutung
	absolut	31%	40%
Gesamteinschätzung 3s:		Umsetzung in Varianten möglich, aber eher Kooperation mit bestehenden Angeboten im Rahmen des Bildungsmarketings	

Modellprojekte: Lernen ohne Grenzen (3)

Revitalisierung des Vereinslebens

—gemeinsame Werbung und Entwicklung von Projekten für
Stärkung der Zusammenarbeit und Ansprechen neuer Mitglieder

Revitalisierung des Vereinslebens

Aktionsfeld	Lernen ohne Grenzen
Zielgruppen	junge Erwachsene, ZuwanderInnen, allgemeine Bevölkerung
Kurzcharakteristik	Schaffung eines Überblicks zu Beteiligungsmöglichkeiten an konkreten Projekten („Beteiligungsserver“); kooperative Entwicklung und Bewerbung von Kleinprojekten, die Ziele im Vereinsleben umsetzen und zugleich Möglichkeiten zur Beteiligung für neue TeilnehmerInnen ermöglichen; Beratung für Vereine zur Gewinnung neuer ehrenamtlicher MitarbeiterInnen, Entwicklung von Projekten in der Jugendarbeit der Vereine; Zertifizierung von informell erworbenen Kompetenzen
Mögliche ProponentInnengruppe	bestehende Netzwerke/Projekte
Umsetzungsteam (Mitglieder, Aufgabenstellungen)	5+ Personen; Aufbau Informationsbasis; Design von Kleinprojekten; Aufbau und Verbreitung von Beratungs-Know-how; Schnittstelle zu überregionalen Einrichtungen im Bereich Ehrenamt
Mögliche NetzwerkpartnerInnen	lokale Vereine, Hilfsorganisationen, Kirchengemeinden
Finanzierungsquellen	Lernende Regionen, Förderungen für Organisationen im Bereich Ehrenamt



Revitalisierung des Vereinslebens – Plausibilitätsüberprüfung

Geplante TeilnehmerInnenzahl – 5 Projekte x 30 TeilnehmerInnen	150	
Zielgruppe: Gesamtbevölkerung		
Teilnahmeinteresse – Zielgruppe (Näherungsschätzung)	17,6%	
Schätzung	interessiert	+ teilnahme- bereit
	10.800	3.940
Geschätzte TeilnehmerInnenzahl entspricht dem x-fachen der geschätzten notwendigen TeilnehmerInnenzahl	72	26
Gesamteinschätzung Teilnahmeinteresse:	gegeben	
Sehr hohes/hohes Interesse an Trägerschaft und/oder Beteiligung	BIO AUSTRIA – Burgenland, Caritas / ÖVP Pinkafeld, Kernteam Dorferneuerung, Marktgemeinde Markt Allhau, Pfarre Jennersdorf, Seminarhaus „Die Scheune“, Weinbau Wukits; Bildungsinformation Burgenland, Katholisches Bildungswerk, Kulturverein Kukuk Bildein	
Ähnliche Angebote/mögliche Konkurrenz (in Befragungen genannt)	früheres Projekt des Landesjugendtreffs	
Gesamteinschätzung Trägerschaft:	Ansätze für eine Grundlage	
Indikatoren zur allgemeinen Bedeutung (sehr großes/großes Interesse Teilnahme; sehr große/große Bedeutung)	absolut	Teilnahme 44% Bedeutung 46%
Gesamteinschätzung 3s:	Umsetzung möglich	

Priorisierung der Projekte

Priorität:

- Qualifizierungsverbund von Unternehmen
- Sprachen des Gaumens
- Revitalisierung des Vereinslebens

In Variationen umsetzbar, aber nicht prioritär:

- Sommerakademie Ökoenergie im Südburgenland
- Wissensbörse Naturgenuss
- Lernen in und über soziale Netzwerke
- Abschlussarbeitenfonds Südburgenland

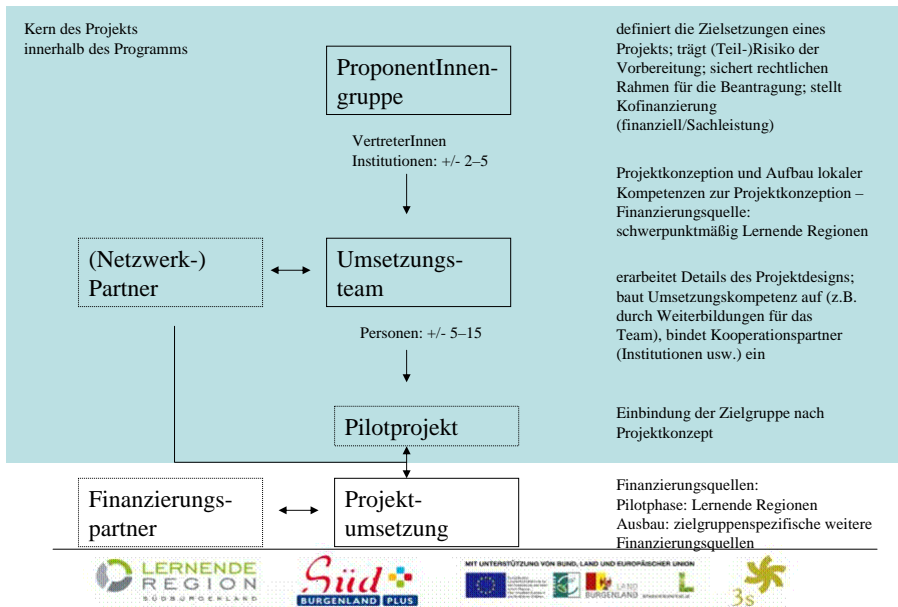


Projektraster zur Bewertung der Gesamtstrategie

	Schwerpunkte			Zielgruppen			Bildungsmarketing für alle Gruppen
	Öko-energie	Naturgenuss	Lernen ohne Grenzen	Jugend	Betriebe/ KMU	Zuge-wanderte	
	Qualifizierungs-verbund	Sprachen des Gaumens	Revitalisierung Vereinsleben	Qualifizierungs-verbund Sprachen des Gaumens Revitalisierung Vereinsleben	Qualifizierungs-verbund Sprachen des Gaumens	Qualifizierungs-verbund Sprachen des Gaumens Revitalisierung Vereinsleben	
Finanzierungsquellen	Weiterbildung/ Lernen Landwirtschaft						
	Betriebe/Klein- und Mittelbetriebe						
	Weiterbildung/Lernen Beschäftigte						
	Weiterbildung/ Lernen Arbeitslose/ Arbeitssuchende						
	Weiterbildung/ Lernen „am Wohnort“ (allgemein)						



Schema für Projekte in Lernenden Regionen



Ausblick

__Juni/Juli 2010: Fertigstellung der Bildungsstrategie

__Abschlusspräsentation der Bildungsstrategie

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Kontakt zum Projekt:

Dr.ⁱⁿ Sigrid Nindl
nindl@3s.co.at, 01/5850915-36

3s Unternehmensberatung GmbH
www.3s.co.at



Protokoll zum Bildungsstrategie-Workshop für die „Lernende Region Südburgenland“

Datum, Zeit

17.06.2010, 15:00 – 19:00 Uhr

Ort

Aktivpark Güssing, 7540 Güssing, Schulstraße 21

Moderation, Dokumentation

3s Unternehmensberatung GmbH

TeilnehmerInnen

Siehe TeilnehmerInnenliste

Programm des Workshops

15.00 – 15.15 Uhr: Begrüßung & Einleitung

15.15 – 16.15 Uhr: Projekt „Lernende Region Südburgenland“

- Kurzvorstellung des Projekts
- Vorstellung der Grundzüge eines regionalen Bildungsmarketings
- Vorstellung der regionalen Lernprojekte für das Südburgenland
- Vorstellung der Befragungs-Ergebnisse zu diesen Modellprojekten und zu Rahmenbedingungen für deren Umsetzung

16.15 – 16.30 Uhr: Kaffeepause

16.30 – 18.00 Uhr: Workshop

- Arbeitsgruppen zu Modellprojekten der Bildungsstrategie-Schwerpunkte „Ökoenergie“, „Natur-Genuss“ und „Lernen ohne Grenzen“
 - Arbeitsgruppe „Öko-Energie“: moderiert von Mag. Viktor Fleischer, 3s
 - Arbeitsgruppe „Südburgenländischer Natur-Genuss“, moderiert von Mag. Günter Hefler, 3s
 - Arbeitsgruppe „Lernen ohne Grenzen“, moderiert von Dr.ⁱⁿ Sigrid Nindl, 3s

18.00 – 18.15 Uhr: Pause

18.15 – 19.00 Uhr: Zusammenfassung & Diskussion im Plenum

Kurzvorstellung des Projekts: Bildungsstrategie für das Südburgenland

(vgl. dazu die Präsentationsfolien 4-7)

Im Programm „Lernende Regionen“ wird der Ansatz, das Lebenslange Lernen in der Bevölkerung zu stärken, mit eigenständiger Regionalentwicklung verbunden. Diese Fördermaßnahme wurde auf Initiative des Lebensministeriums im EU-Programm zur Entwicklung des Ländlichen Raumes 2007-2013 verankert. Durch die Umsetzung der Bildungsstrategie in konkreten Projekten sollen in Zukunft neue, innovative Lernmöglichkeiten geschaffen und die Weiterbildungsbereitschaft und -teilnahme der Bevölkerung in der Region verstärkt werden.

Die Ziele der Lernenden Region liegen in der strategischen Verankerung von Lernen in der Region, in der gemeinsamen Entwicklung und Umsetzung von spannenden Bildungsprojekten und in der Erhöhung des Bewusstseins für die Bedeutung von Lernen in der Bevölkerung.

Lernen in der Region strategisch zu verankern bedeutet, dass Bildung und Lernen nicht nur als Begleitmaßnahme zu regionalen Schwerpunktbereichen (z.B. Weiterbildungen zu Tourismus, Gesundheit etc.) verstanden werden, sondern als eigenes Themenfeld strategisch entwickelt werden. Dazu zählen Möglichkeiten, die Bildungsbeeteiligung in der Region zu steigern, das Image von Lernen zu erhöhen, neue Zielgruppen anzusprechen und zur Bewusstseinsbildung beizutragen.

Gründzüge eines regionalen Bildungsmarketings

(vgl. dazu die Präsentationsfolien 8-13)

Regionales Bildungsmarketing zählt zu den Grundleistungen Lernender Regionen und bildet deshalb einen Kernbestandteil jeder Bildungsstrategie. Regionales Bildungsmarketing reicht – je nach Definition – von klassischen Marketingprojekten im engeren Sinn (u.a. Gestaltung von Werbemedien, Zielgruppenmarketing u.a.) bis hin zu Konzeptionen „aufsuchender Bildungsarbeit“ bzw. „Outreach Work“.¹

Während klassische Marketingkonzepte an bereits bestehende Weiterbildungsinteressen anschließen, versucht „aufsuchende Bildungsarbeit“ Personengruppen anzusprechen, die sich bislang nicht oder kaum für Weiterbildungsaktivitäten interessiert haben.

Während klassisches Marketing für Aktivitäten im Rahmen der Lernenden Regionen seine Berechtigung hat (vgl. hierzu das „Handbuch Regionales Bildungsmarketing“),² wird für das regionale Bildungsmarketing empfohlen, den Schwerpunkt insbesondere auf Projekte zu legen, die neue TeilnehmerInnengruppen erschließen.

Weiters wird vorgeschlagen, Aktivitäten auf Bereiche zu konzentrieren, wo der besondere Bezug zur Region als Ressource genutzt werden kann. Zu vermeiden gilt es insbesondere Aktivitäten, die Angebote auf überregionaler Ebene (z.B. Weiterbildungsinformation, Weiterbildungsberatung) verdoppeln. Empfehlenswert erscheinen dagegen „Lokalisierungskonzepte“, bei denen überregionale Angebote lokal verankert und um regionale Schwerpunkte ergänzt werden.

¹ Siehe z.B. unter http://archive.niace.org.uk/information/Briefing_sheets/Outreach.htm.

² Vgl. Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (BMLFUW) (Hg.) (2010): Für Bildung begeistern. Handbuch Regionales Bildungsmarketing. Online unter: <http://www.leader-austria.at/leader/news/fuer-bildung-begeistern-handbuch-regionales-bildungsmarketing>.

Befragungsergebnisse für das Bildungsmarketing

(vgl. dazu die Präsentationsfolien 15–22)

2.500 EinwohnerInnen der Region Südburgenland wurden im Rahmen einer schriftlichen Fragebogenerhebung zu notwendigen Gestaltungsbedingungen (z.B. Kinderbetreuung, Niedrigschwelligkeit, Infrastruktur) für Bildungsprojekte sowie zur Akzeptanz und Teilnahmebereitschaft an den Modellprojekten befragt. Von den 2.500 verschickten Fragebögen wurden 173 Fragebögen retourniert, was einem Rücklauf von 7% entspricht.

Ausgewählte Ergebnisse für das Bildungsmarketing im Überblick:

- ___ Bei 80% der Befragten (67% der Männer, 88% der Frauen) ist sehr großes oder großes Interesse an Informationen und Beratung zum Thema Lernen und Weiterbildung vorhanden.
- ___ Nur 16% der Befragten empfinden ihren Informationsstand zu öffentlichen Förderungsmöglichkeiten im Weiterbildungsbereich als ausreichend. Bei 45% sind Informationen nur eingeschränkt bzw. unvollständig vorhanden; 32% gaben an, überhaupt keine Informationen hierzu zu haben.
- ___ Zentrales Informationsmedium über Lern- und Weiterbildungsmöglichkeiten ist das Internet bzw. die Homepages von Bildungsanbietern: 55% der Befragten gaben an, dieses Medium zu nutzen, gefolgt von Informationsbroschüren (29%), überregionalen Medien (28%) und Informationen durch den/die ArbeitgeberIn (27%).
- ___ Die gestützte Abfrage vom Interesse an bestimmten Themenbereichen zeigte bei 67% sehr großes bzw. großes Interesse am Thema „Erneuerbare Energien/Ökoenergie“ (bei Männern mit 85% deutlich stärker als bei Frauen mit 54%), gefolgt vom Bereich „Gesundheit & Pflege“ (74% mit sehr großem bzw. großem Interesse; 56% der Männer bzw. 83% der Frauen) und „Multikulturalität/Sprache/Tradition“ (49% mit sehr großem/großem Interesse).
- ___ Für 72% der Befragten ist für die Teilnahme an einer Weiterbildung wesentlich, dass es sich um ein Angebot handelt, durch welches sie sich in der Arbeit bzw. in einem beruflichen Thema engagieren können. Für 47% spielen einbeziehende Lern- und Unterrichtsformen einen Entscheidungsfaktor für den Besuch einer Weiterbildung (39% der Männer, 51% der Frauen). Für 30% ist es wichtig, dass Personen aus dem eigenen Umfeld an der Weiterbildung teilnehmen (32% der Männer, 28% der Frauen).

Befragungsergebnisse zu den Modellprojekten und zu Rahmenbedingungen für deren Umsetzung

(vgl. dazu die Präsentationsfolien 23–48)

Für die Bildungsstrategie wurden beispielhaft Modellprojekte entwickelt, die eine Umsetzung der Ziele der Lokalen Entwicklungsstrategie bzw. der Bildungsstrategie in den Schwerpunktbereichen Ökoenergie, Südburgenländischer Naturgenuss und Lernen ohne Grenzen ermöglichen. Die Modellprojekte dienen einerseits dazu, unterschiedliche Typen für mögliche Projekte darzustellen (in Bezug auf die Herangehensweise, Zielgruppen, Erschließung von Finanzierungsquellen), andererseits dazu, die Umsetzbarkeit im Rahmen der Erhebungen zu überprüfen (Teilnahmeinteresse, Unterstützunginteresse von möglichen NetzwerkpartnerInnen). Diese Modellprojekte sind als „Skizzen“ zu verstehen, die Details sind variabel, womit sich die Plausibilitätsschätzungen auch auf ähnliche Projekte (mit ähnlichen Zielgruppen, ähnlichem Aufbau, ähnlichen Titeln etc.) übertragen lassen. Die konkrete Ausformulierung obliegt späterhin den für die Modellprojekte gebildeten Umsetzungsteams bzw. den von diesen eingebundenen NetzwerkpartnerInnen.

Auf Basis der Ergebnisse der quantitativen Befragung der Bevölkerung sowie der Abfrage des Interesses von möglichen NetzwerkakteurInnen wurde die Umsetzbarkeit der skizzierten Modellprojekte bewertet. Bei der Plausibilitätsüberprüfung wurden drei Aspekte eingeschätzt:

- ___ *Teilnahmeinteresse:* Auf Basis der Befragung wurde das Teilnahmeinteresse der je Projekt angestrebten Zielgruppen abgeschätzt und auf die jeweilige Gruppe in der Gesamtbevölkerung umgelegt. Dabei wurden möglichst strenge Kriterien angelegt, um eine Überschätzung des Interesses zu verhindern und überrepräsentierte (z.B. Personen mit Hochschulabschluss) sowie unterrepräsentierte Gruppen (z.B. Personen mit Pflichtschulabschluss) in der Befragung zu berücksichtigen.
- ___ *Interesse möglicher NetzwerkpartnerInnen:* Auf Basis der Befragung von Institutionen wurde erhoben, ob bei möglichen AkteurInnen prinzipielles Interesse an einer Projektbeteiligung besteht.
- ___ *Allgemeines Interesse und Bedeutungszuschreibung:* Für die Gewichtung von Projekten wurde zudem die – unabhängig von den Zielgruppen – zugeschriebene Bedeutung eines Modellprojekts berücksichtigt.

Entsprechend den Plausibilitätsüberprüfungen sind neben dem Bildungsmarketing, das als eigenständiges Kernprojekt definiert wird, die folgenden drei Projekte als gut umsetzbar zu bewerten:

- ___ Qualifizierungsverbund von Unternehmen (Schwerpunkt „Öko-Energie“)
- ___ Sprachen des Gaumens (Schwerpunkt „Südburgenländischer Natur-Genuss“)
- ___ Revitalisierung des Vereinslebens (Schwerpunkt „Lernen ohne Grenzen“)

In Variationen im weiteren Strategieverlauf umsetzbar sind die folgenden Projekte:

- ___ Sommerakademie Ökoenergie im Südburgenland
- ___ Wissensbörse Naturgenuss
- ___ Lernen in und über soziale Netzwerke
- ___ Abschlussarbeitenfonds Südburgenland

Arbeitsgruppen zu Modellprojekten der drei Schwerpunkte der Bildungsstrategie

In drei Arbeitsgruppen zu den Schwerpunktbereichen der Bildungsstrategie wurden in einem Brainstorming der TeilnehmerInnen mögliche Inhalte, Aktivitäten und Rahmenbedingungen zu den drei priorisierten Projekten diskutiert, um diese weiter zu konkretisieren:

1) *Was können Inhalte/Aktivitäten über den 3-Phasen-Zeitraum eines Pilotprojekts sein?*

- ___ Initialprojekt (nach ca. 6 Monaten – 1 Jahr)
- ___ Hauptprojekt (nach ca. 1 bis 1 ½ Jahren)
- ___ Anschlussprojekt/Nachhaltigkeit (nach Ende der Förderperiode)

2) *Wie kann eine Besetzung der Projektfunktionen aussehen?*

- ___ PromotorInnen: Wer möchte als PromotorIn auftreten? Welche Ressourcen stellen diese bereit? Wer sollte hierfür angesprochen werden?
- ___ Projektkernteam: Wer möchte (als Person) Teil des Entwicklungsteams sein, mit welchen Funktionen/Zeitressourcen? Wie sollten die Rollen gestaltet sein? Welche Kompetenzen sind hierfür erforderlich / stehen hierfür zur Verfügung? Wie kann die Arbeit in den 3 Phasen Initialprojekt/Hauptprojekt/Anschlussprojekt erfolgen?
- ___ KooperationspartnerInnen: Wer möchte als KooperationspartnerIn auftreten, in welchen Funktionen und mit welchen Ressourcen? Wer sollte in jedem Fall für die Mitwirkung am Projekt gewonnen werden?
- ___ KooperationspartnerIn mit Finanzierungsfunktion: Welche KooperationspartnerInnen, die Teilfinanzierungen für die Projektphase übernehmen können, können angesprochen werden? Welche FinanzierungspartnerInnen kommen für die Fortführung der Anschlussprojekte infrage? Wie kann das „Geben“ und „Nehmen“ mit den Organisationen, die Finanzierungsbeiträge bereitstellen, gestaltet werden?

3) *Konkretisierung: Welche Maßstäbe sollten bei der Entscheidung zu Projekten angelegt werden?*

- ___ Diskussionspunkte: Inhalte/Ziele, Sicherstellung der Nachhaltigkeit, Anforderungen an PromotorInnen/Projektkernteam/KooperationspartnerInnen, Eckpunkte von Kooperationen

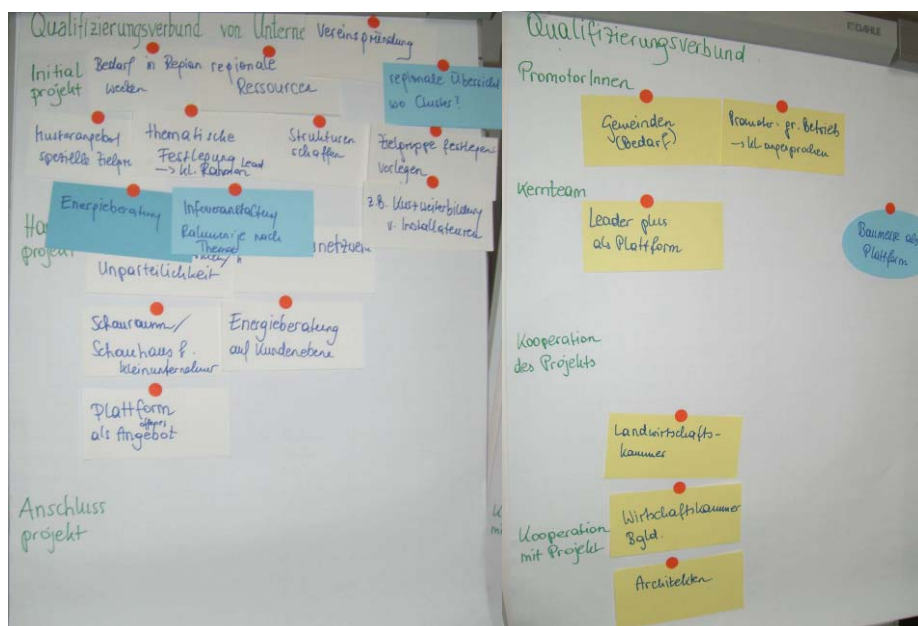
Die Rückmeldungen hierzu wurden von diesen stichwortartig notiert und auf Flip-Charts gesammelt. **Sollten Sie noch Ergänzungen oder Anmerkungen dazu haben, schicken Sie diese bitte per Mail an Frau Nindl unter nindl@3s.co.at. Vielen Dank!**

Arbeitsgruppe „Öko-Energie“

Modellprojekt: Qualifizierungsverbund von Unternehmen

Kurzbeschreibung des Modellprojekts (Details siehe Präsentationsunterlagen):
 In einem Pilotprojekt entwickeln Unternehmen gemeinsam neue Aus-/Weiterbildungsangebote für ihre MitarbeiterInnen. Durch diese Zusammenarbeit schaffen sie die Vertrauensbasis, um sich in der Folge für bestehende Förderprogramme für Innovations- und Weiterbildungsangebote zu bewerben (z.B. Förderung für Qualifizierungsverbünde). Vorgeschlagen wird ein Netzwerk von Dienstleistungsunternehmen im Bereich Ökoenergie und ein Netzwerk von Unternehmen, die Ökoenergie bereits nutzen bzw. künftig nutzen wollen.

Flipchart aus der Gruppenarbeit „Qualifizierungsverbund von Unternehmen“



Inhalte/Aktivitäten für den 3-Phasen-Zeitraum eines Pilotprojekts

- ___ Ideen/Anmerkungen zu „Initialprojekt“:
 - ___ Bedarf in der Region wecken
 - ___ Regionale Ressourcen
 - ___ regionale Übersicht, wo sich Cluster befinden
 - ___ Zielgruppe festlegen: vorlegen, z.B. Kurzweiterbildung von InstallateurInnen
 - ___ Musterangebot für spezielle Zielgruppe schaffen, z.B. Energieberatung
 - ___ Thematische Festlegung Leader → in kleinem Rahmen treffen
 - ___ Strukturen schaffen
 - ___ Vereinsgründung
 - ___ Infoveranstaltung / Rahmen: je nach Thema
- ___ Ideen/Anmerkungen zu „Hauptprojekt“:
 - ___ Plattform als offenes Angebot
 - ___ Berücksichtigung: Konkurrenzdenken/Unparteilichkeit

- ___ Schauraum/Schauhaus für KleinunternehmerInnen
- ___ Energieberatung auf KundInnenebene
- ___ „Innovations“netzwerk als Titel passend

Mögliche Besetzung von Projektfunktionen

- ___ Anmerkungen zu „PromotorInnen“: Gemeinden (Bedarf), Promoter → großer Betrieb als Leitbetrieb; dadurch werden auch kleinere Betriebe angesprochen
- ___ Anmerkungen zu „Kernteam“: Leader südburgenland plus als Plattform
- ___ Baumesse als mögliche Plattform
- ___ Anmerkungen zu „KooperationspartnerInnen“: Landwirtschaftskammer, Wirtschaftskammer Burgenland, ArchitektInnen

Mögliche Auswahlkriterien

- ___ Initialprojekt: regionale Übersicht, wo sich Cluster befinden
- ___ Initialprojekt: Energieberatung
- ___ Initialprojekt: Infoveranstaltung / Rahmen: je nach Thema
- ___ Baumesse als mögliche Plattform

Zusammenfassung

Am Anfang der Diskussion der Arbeitsgruppe „Ökoenergie“ wurde die Möglichkeit eines Qualifizierungsverbunds mit der Zielgruppe kleinerer und mittlerer Unternehmen grundsätzlich diskutiert. Für die Unternehmen ist es wichtig, dass die Wirtschaftlichkeit und der Nutzen eines solchen Verbundes erkenntlich sind. Eine Erhebung der regionalen Ressourcen sowie die Berücksichtigung des regionalen Bedarfs der EndkundInnen sollte in einer Initialphase Berücksichtigung finden. Dazu müsste eine thematische Eingrenzung zu einem speziellen Untergebiet der Ökoenergie vorgenommen werden. Eine breit angelegte Diskussion dazu sahen die TeilnehmerInnen der Arbeitsgruppe nicht als zielführend an – die Entscheidung sollte eher von einer Koordinationsstelle für den geplanten Verbund getroffen werden. Eine Koordinationsstelle wird allgemein als wichtig angesehen, um die Fülle an Angeboten im Bereich Ökoenergie zu sammeln und miteinander in Kontakt zu bringen. Die Unparteilichkeit einer solchen Einrichtung wurde als wichtig beschrieben. Sie könnte z.B. vom Management der Leader-Region südburgenland plus umgesetzt werden.

Ein an die Initialphase anschließender Musterverbund von einigen wenigen KMUs zu einem bestimmten Thema könnte der Initialphase folgen und als Ausgangsbasis z.B. auf der Baumesse beworben werden. Inhaltlich schlugen die DiskussionsteilnehmerInnen vor, die Ausbildung eines/einer EnergieberaterIn in den teilnehmenden Unternehmen zu ermöglichen, um damit kompetente AnsprechpartnerInnen in den Unternehmen für mögliche Kooperationen zu erhalten bzw. aufzubauen. Auch eine Kurzausbildung von InstallateurInnen der Region wurde als mögliches Angebot in Erwägung gezogen.

Große Leitbetriebe aus dem Bereich Ökoenergie sollten bei einem Qualifizierungsverbund nicht außer Acht gelassen werden. Sie könnten kleine Unternehmen zur

Teilnahme motivieren – immer unter der Prämisse, dass kein teilnehmendes Unternehmen allein oder vorwiegend vom Verbund profitiert.

Bezüglich der Zielgruppe ist auch die Grundsatzentscheidung zu treffen, ob man eher in eine anwendungsorientierte Ausrichtung des Qualifizierungsverbunds für Kleinunternehmen geht oder ob man sich für eine forschungsorientierte Zusammenarbeit für größere Unternehmen entscheidet. Daneben wurden die Landwirtschaftskammer im Hinblick auf die EndverbraucherInnen und KundInnen sowie die Wirtschaftskammer als Kontaktmöglichkeit zu den Unternehmen als wichtige Institutionen genannt. Der Verein eENNOVATION wurde als ein Beispiel dafür genannt, in welcher Form die Koordination des Qualifizierungsverbundes organisiert sein könnte.

Arbeitsgruppe „Südburgenländischer Natur-Genuss“

Modellprojekt: Sprachen des Gaumens

Kurzbeschreibung des Modellprojekts (Details siehe Präsentationsunterlagen):
 In einem groß angelegten Kochfest können TeilnehmerInnen die Küchen der Region – einschließlich der angrenzenden Regionen Ungarns und Sloweniens – kennenlernen. Kochkurse werden durch Schnupperangebote zum Sprachenlernen und andere Weiterbildungsangebote ergänzt. Das Kochfest erfüllt damit die Funktion typischer Lernfeste und bringt neue Zielgruppen mit Weiterbildungsangeboten in Kontakt. Regional wird das Kochfest in einem Schulprogramm vorbereitet. Das Kochfest spricht sowohl die lokale Wohnbevölkerung an, versteht sich aber auch als touristisches Angebot von überregionaler Bedeutung.

Flipchart aus der Gruppenarbeit „Sprachen des Gaumens“



Inhalte/Aktivitäten für den 3-Phasen-Zeitraum eines Pilotprojekts

- ___ Ideen/Anmerkungen zu „Initialprojekt“:
 - ___ Beispiel Raab – Kochen aus drei Regionen (ca. 150-200 TeilnehmerInnen)
 - ___ „Viele Gemeinden versammeln“
 - ___ Netzwerk von Kleinprojekten zur Vorbereitung
 - ___ Themenstellung: Erweiterung um Kulturtechniken (Landwirtschaft, Gewerbe usw.)
 - ___ Kleinere Vorprojekte notwendig
- ___ Ideen/Anmerkungen zu „Hauptprojekt“:
 - ___ Nutzung regionalen Wissens
 - ___ Wie werden die Produkte hergestellt?
 - ___ Ein Stück vom Paradies (allen von allem etwas anbieten)

- Vielfältiges Programm
- Überlappung mit bestehenden Angeboten

Mögliche Besetzung von Projektfunktionen

- Viele mögliche Beiträge

Mögliche Auswahlkriterien

- Initialprojekt: kleinere Vorprojekte notwendig
- Hauptprojekt: Wie werden Innovationen umgesetzt?
- Überlappung mit bestehenden Angeboten berücksichtigen
- Veranstaltungsort(e) als zentrale Frage
- Leader-Management als Kernteam
- Zusammensuchen von „Playern“ + Übertragen von Verantwortung
- Gruppenvortreffen, z.B. von Erwachsenenbildungseinrichtungen, Kochschulen etc.
- „Geldtöpfe“ (z.B. aus dem Tourismus) kommen erst bei bzw. mit Erfolg

Zusammenfassung

In der ersten Phase des Workshops wurde das zugrunde liegende Konzept des Lernfests erörtert. Als Beispiele für Lernfeste wurden das Tölzer Lernfest³ und das Lernfest in der Steiermark auf Stift St. Lambrecht⁴ genannt. Bei einem Lernfest finden TeilnehmerInnen aller Altersgruppen und Interessensgebiete ein breit gefächertes Angebot an „Mitmach“-Möglichkeiten und können die unterschiedlichsten Lernsituationen und Interessensgebiete ausprobieren. Zentral ist, dass sich eine möglichst große Anzahl an Weiterbildungsinstitutionen, Vereinen, Unternehmen usw. mit Aktivitätsangeboten am Lernfest beteiligt und eine hohe TeilnehmerInnenzahl (500 und mehr TeilnehmerInnen) erreicht werden kann.

Bei Lernfesten machen TeilnehmerInnen erste Erfahrungen mit neuen Weiterbildungsgebieten und -formen und lernen Lehrende (TrainerInnen, ExpertInnen usw.) persönlich kennen. Lernfeste unterscheiden sich von „Bildungsmessen“, bei denen der Verkauf bestehender Produkte (anstatt der Mitmachmöglichkeiten) im Vordergrund steht. Sie unterscheiden sich von anderen Festen durch ihr breites Programm an Lernmöglichkeiten, das im Mittelpunkt steht.

Das Titelbeispiel „Sprache des Gaumens“ wurde in seinen Vor- und Nachteilen erörtert. Kochen und Essen haben hohe Attraktivität – zugleich bestehen viele andere Angebote, die stark auf kulinarischen Genuss setzen, sodass klare Alleinstellungsmerkmale notwendig erscheinen. Zentral erschien, vom Thema „Regionale Küchen“ zu anderen Leitthemen der Region bzw. des Lernens überzuleiten (Naturlandschaft, Kulturtechniken, Soziale Arbeit in der Region usw.). Andere Leitthemen könnten für das Lernfest ebenso in Erwägung gezogen werden. Ein großes Lernfest ist insbesondere von der Verfügbarkeit eines geeigneten Veranstaltungsorts abhängig (gebrauchtes

³ Vgl. <http://www.lrtl.de/lernfest.php>.

⁴ Vgl. <http://www.lernfest.at/>.

Beispiel: Burg Schlaining). Das Lernfest sollte mit vorbereiteten, regionalen Projekten gekoppelt sein (z.B. Schulprojekte). Durch die Vorprojekte erscheint zudem die mögliche Regionalisierung möglich. Alternativ könnte auch eine Reihe von kleineren, regionalen Lernfesten angedacht werden. Ein schrittweises Vorgehen – z.B. durch kleinere Pilotveranstaltungen – erscheint jedenfalls notwendig.

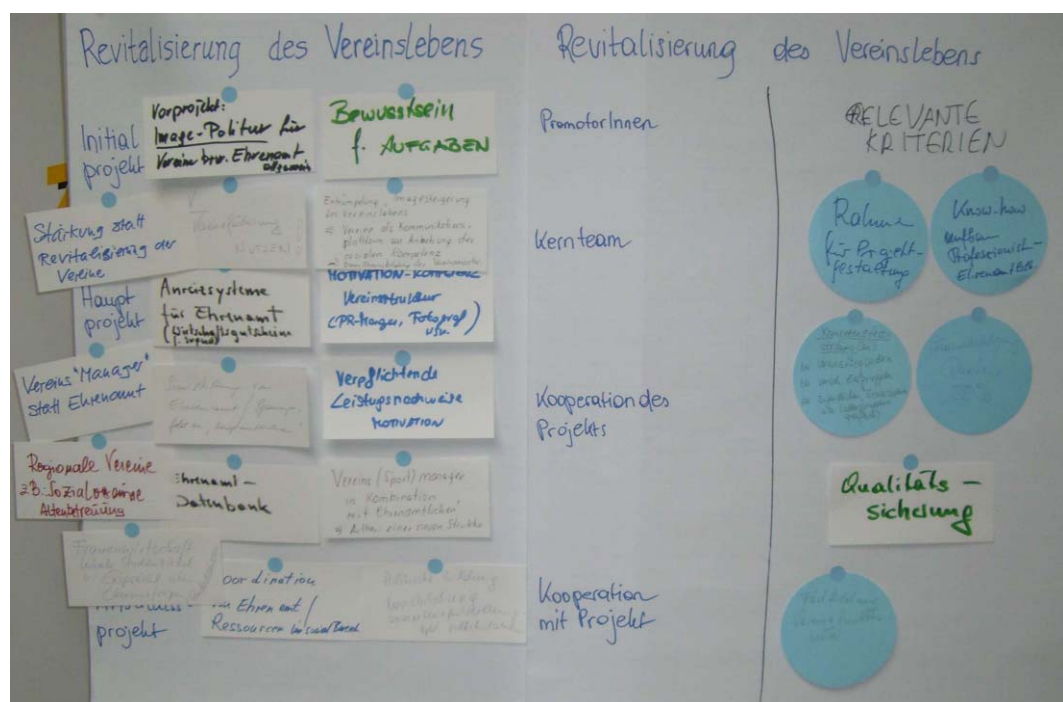
Für die anwesenden Organisationen erscheint eine Kooperation im Rahmen eines Lernfestprojekts möglich. Die Rolle des Kernteams, dass die Projektorganisation übernimmt, wird als schwer zu besetzen erachtet. Es wird angeregt, dass diese Funktion durch das Regionalmanagement übernommen wird.

Arbeitsgruppe „Lernen ohne Grenzen“

Modellprojekt: Revitalisierung des Vereinslebens

Kurzbeschreibung des Modellprojekts (Details siehe Präsentationsunterlagen):
Gemeinsam mit Vereinen werden Projekte entwickelt, die Beteiligungsmöglichkeiten für neue InteressentInnen bietet. Jugendliche und Zugewanderte bilden dabei einen besonderen Schwerpunkt. Eine Internetplattform bietet einen Überblick über Vereine, ihre Projekte und aktuelle Möglichkeiten, sich zu beteiligen. Durch die gemeinsame Werbung und Entwicklung von Projekten soll die Zusammenarbeit von Vereinen gestärkt und neue TeilnehmerInnen angesprochen werden.

Flipchart aus der Gruppenarbeit „Revitalisierung des Vereinslebens“



Inhalte/Aktivitäten für den 3-Phasen-Zeitraum eines Pilotprojekts

- ___ Ideen/Anmerkungen zu „Initialprojekt“:
 - ___ Image-Politur für Verein bzw. Ehrenamt allgemein erforderlich
 - ___ Bewusstsein für Aufgaben von Vereinen/Ehrenamt
 - ___ „Stärkung“ statt Revitalisierung der Vereine als geeigneter Titelempfehlung
 - ___ Burgenländischer Tennisverband (BTV) – Vereinsförderung nutzen
 - ___ Entrümpelung, Imagesteigerung des Vereinslebens: Vereine als Kommunikationsplattform zur Anhebung der sozialen Kompetenz, Bewusstseinsbildung der Vereinsverantwortlichen
- ___ Ideen/Anmerkungen zu „Hauptprojekt“:
 - ___ Einrichtung einer Ehrenamt-Datenbank
 - ___ Anreizsysteme für Ehrenamt (Wirtschaftsgutscheine für Jugend)
 - ___ Regionale Vereine, z.B. Sozialvereine, Altenbetreuung

- Vereins(Sport)managerInnen in Kombination mit Ehrenamtlichen! → Aufbau einer neuen Struktur
- Frauenwirtschaft / lokale Studienzirkel und Gespräche über Ökonomiefragen
- Vereins“ManagerIn“ statt Ehrenamt
- Sinnstiftung von Ehrenamt / Spannungsfeld zu „Hauptamtlichen“
- Verpflichtende Leistungsnachweise/Motivation
- Ideen/Anmerkungen zu „Anschlussprojekt“:
 - Koordination von Ehrenamt / Ressourcen im sozialen Bereich
 - Politische Bildung / Basisbildung / Kompetenzfeststellung – Burgenländische Volkshochschulen

Mögliche Besetzung von Projektfunktionen

- Kann erst mit Ausschreibung/Projekt konkretisiert werden

Mögliche Auswahlkriterien

- Rahmen für Projektgestaltung
- Know-how-Aufbau ProfessionistInnen / Ehrenamtliche
- Qualitätssicherung
- Kompetenzfeststellungen
 - bei Vereinsmitgliedern
 - bei verschiedenen Zielgruppen
 - bei Jugendlichen, Erwachsenen u.a. (altersgruppenspezifisch)
- Frauenbeteiligung: Quote 50%
- Fortbildung Vereinsfunktionäre

Zusammenfassung

Nach Vorstellung des 3-Phasen-Konzepts wurde über mögliche Initial-, Haupt- und Anschlussprojekte für das Modellprojekt „Revitalisierung des Vereinslebens“ diskutiert. Zum Arbeitstitel gab es die Hinweise auf eine Änderung in „Stärkung“ statt „Revitalisierung“ und die Erweiterung des Begriffs „Vereins“ auf die „ehrenamtliche Arbeit“. Grundsätzlich gilt es die unterschiedlichen Strukturen und Teilnahmekonzepte von Vereinen bzw. ehrenamtlichen Einrichtungen zu berücksichtigen, auch ist nicht in allen Fällen der Wunsch einer Erweiterung der Mitglieder gegeben.

Bei der Bevölkerung besteht häufig ein falsches bzw. sehr eingeschränktes Bild über vereinsbezogene/ehrenamtliche Tätigkeiten. Am Ausgangspunkt sollte daher die Bewusstseinsbildung für die Vielfalt der Angebote (von sozialen bis hin zu sportbezogenen Tätigkeiten) sowie entsprechende Image-Arbeit für Vereine/Ehrenamt stehen. Die mit der Vereins-/Ehrenamtstätigkeit verbundenen Kompetenzen (z.B. der Erwerb sozialer Kompetenzen) sollte besser kommuniziert und vermarktet werden.

Um die Transparenz zum bestehenden Angebot zu erhöhen, wird die Einrichtung einer Vereinsdatenbank als adäquates Mittel gesehen. Auf dieser können sich Vereine und ehrenamtliche Einrichtungen mit ihren Leistungen, Angeboten und Zugangsvoraussetzungen präsentieren, um einerseits Informationen über ihre Tätigkeiten zu bie-

ten, andererseits den Zugang für die Bevölkerung zu erleichtern. Mögliche Anreizsysteme zur Erhöhung der Motivation, sich am ehrenamtlichen Leben zu beteiligen, liegen in der Schaffung von Sozialen-Punkte-Modellen (z.B. ehrenamtliche Arbeit im Tausch gegen Gutscheine für die Region) bzw. Kompetenznachweisen, die z.B. in Bewerbungen eingebracht werden können. Der Aufbau neuer Vereinsstrukturen, in welchen professionelle „VereinsmanagerInnen“ (mit der Verpflichtung zu Leistungsnachweisen & Qualitätssicherung ihrer Tätigkeit) in Verbindung mit ehrenamtlichen MitarbeiterInnen (unter Berücksichtigung der daraus entstehenden Spannungsfelder) tätig sind, wurde als weitere Möglichkeit zur künftigen Aufwertung und Professionalisierung der Vereinstätigkeit besprochen.

Für die konkrete Besetzung von Projektfunktionen ist der inhaltliche Rahmen für die Projektgestaltung (z.B. Aufbau einer Datenbank) relevant. Rahmenbedingungen wie eine Frauenbeteiligungsquote von 50% im Projektkonsortium, die Sicherstellung von Ansätzen der Qualitätssicherung sowie die Ausrichtung des Projekts zum Kompetenzaufbau bei bestehenden Mitgliedern und Ansätzen zur Kompetenzfeststellung durch die vereinsbezogene bzw. ehrenamtliche Arbeit werden als sinnvoll erachtet.

Diskussion im Forum

Im Forum wurden die Rückmeldungen aus den Arbeitsgruppen von den 3 Moderato-
rInnen kurz zusammengefasst. In einer offenen Diskussion wurde die thematische
Eingrenzung der Bildungsstrategie diskutiert.

Die Schwerpunkte der Bildungsstrategie wurden gemäß den Vorgaben des Programms
„Lernende Regionen“ in Übereinstimmung mit den Schwerpunkten der „Lokalen
Entwicklungsstrategie“ gewählt. Die 3 Schwerpunkte „Öko-Energie“, „Südburgen-
ländischer Naturgenuss“ und „Lernen ohne Grenzen“ wurden vom Vorstand be-
schlossen. Die Modellprojekte sind Skizzen für die mögliche künftige Umsetzung der
Zielsetzungen und Schwerpunkte der Bildungsstrategie.

Ausblick

- ___ Ende Juni/Juli 2010: Fertigstellung der Bildungsstrategie
- ___ Veröffentlichung nach Abnahme/Freigabe der Bildungsstrategie auf der Homepa-
ge von südburgenland plus

Laufende Informationen zum Projekt finden sich unter:

<http://www.suedburgenlandplus.at>