



MINISTERIUM
FÜR EIN
LEBENSWERTES
ÖSTERREICH



LOKALE ENTWICKLUNGSSTRATEGIE

LEADER 2014–2020

LIPIZZANERHEIMAT

LIPIZZANER
HEIMAT
Steiermark



ENDFASSUNG

April 2015

LAG Lipizzanerheimat
Conrad v. Hötzendorfstraße 14
8570 Voitsberg



MINISTERIUM
FÜR EIN
LEBENSWERTES
ÖSTERREICH



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



Das Land
Steiermark

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | BESCHREIBUNG DER LOKALEN AKTIONSGRUPPE | 1 |
| 1.1 | Festlegung des Gebietes und Beschreibung der Gebietscharakteristik | 1 |
| 1.2 | Angaben zur Bevölkerungsstruktur | 2 |
| 2 | ANALYSE DES ENTWICKLUNGSBEDARFS | 3 |
| 2.1 | Beschreibung der Region und der sozioökonomischen Lage | 3 |
| 2.1.1 | Regions- und Strukturdaten | 3 |
| | Demografie | 3 |
| | Wirtschaftsstruktur | 4 |
| | Tourismus | 6 |
| | Landwirtschaft | 6 |
| 2.2 | Reflexion und Erkenntnisse aus der Umsetzung von LEADER in der Periode 2007 bis 2013 | 7 |
| 2.3 | SWOT-Analyse der Region | 9 |
| 2.4 | Darstellung der lokalen Entwicklungsbedarfe | 13 |
| | Gender- und Diversitätsperspektive | 13 |
| | Jugend | 14 |
| | Daseinsvorsorge | 15 |
| | Lebenslanges Lernen | 16 |
| | LEADER - Dachmarke | 16 |
| | Wirtschaft | 16 |
| | Tourismus | 17 |
| | Landwirtschaft | 17 |
| | Aktionsfeld 1: Steigerung der Wertschöpfung in der Lipizzanerheimat | 17 |
| | Aktionsfeld 2: Natürliche Ressourcen und kulturelles Erbe festigen | 19 |
| | Aktionsfeld 3: Für das Gemeinwohl wichtige Strukturen und Funktionen stärken | 20 |
| 3 | LOKALE ENTWICKLUNGSSTRATEGIE | 22 |
| 3.1 | Aktionsfeld 1: Steigerung der Wertschöpfung in der Lipizzanerheimat | 23 |
| 3.1.1 | Dachmarke Lipizzanerheimat | 24 |
| | Ausgangslage | 24 |
| | Strategie: Die Dachmarke Lipizzanerheimat weiter entwickeln | 24 |
| | Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023) | 25 |
| | Aktionsplan (Maßnahmen) zur Erreichung der Resultate | 25 |
| 3.1.2 | Wettbewerbsfähigkeit Wirtschaft und Landwirtschaft | 26 |
| | Ausgangslage | 26 |
| | Strategie: Die Wettbewerbsfähigkeit der Klein- und Mittelbetriebe und Landwirtschaft verbessern | 27 |
| | Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023) | 28 |
| | Aktionsplan (Maßnahmen) zur Erreichung der Resultate | 28 |
| 3.1.3 | Bewusstsein und Markt für regionale Produkte u. Rohstoffe schaffen | 29 |
| | Ausgangslage | 29 |
| | Strategie: Bewusstsein und Markt für regionale Produkte und Rohstoffe schaffen | 29 |
| | Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023) | 30 |
| | Aktionsplan (Maßnahmen) zur Erreichung der Resultate | 30 |
| 3.1.4 | Wirtschaftliche Basis für Tourismus | 31 |
| | Ausgangslage | 31 |
| | Strategie: Die Wirtschaftliche Basis für den Tourismus der Region verbessern | 31 |
| | Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023) | 32 |
| | Aktionsplan (Maßnahmen) zur Erreichung der Resultate | 33 |
| 3.1.5 | Erfolgsindikatoren AF 1 | 33 |
| 3.1.6 | Beschreibung von Kooperationsaktivitäten | 34 |
| 3.1.7 | Zusammenfassende Darstellung der Wirkungsmatrix | 35 |
| 3.1.8 | Sensibilisierungsmaßnahmen AF 1 | 35 |
| 3.1.9 | Beschäftigungswirksamkeit AF 1 | 36 |
| 3.2 | Aktionsfeld 2: Natürliche Ressourcen und kulturelles Erbe festigen | 37 |
| 3.2.1 | Kunst und Kultur | 37 |
| | Ausgangslage | 37 |
| | Strategie: Kunst und Kultur stärken, vernetzen und erlebbar machen | 38 |
| | Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023) | 38 |
| | Aktionsplan (Maßnahmen) zur Erreichung der Resultate | 38 |
| 3.2.2 | Natur und Energie | 39 |

| | |
|---|-----------|
| <i>Ausgangslage</i> | 39 |
| <i>Strategie: Nachhaltiger Umgang mit Natur und Energie</i> | 39 |
| <i>Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023)</i> | 40 |
| <i>Aktionsplan (Maßnahmen) zur Erreichung der Resultate</i> | 40 |
| 3.2.3 Erfolgsindikatoren AF 2 | 41 |
| 3.2.4 Beschreibung von Kooperationsaktivitäten | 41 |
| 3.2.5 Zusammenfassende Darstellung in der Wirkungsmatrix gemäß Vorlage | 42 |
| 3.2.6 Sensibilisierungsmaßnahmen AF 2 | 42 |
| 3.2.7 Beschäftigungswirksamkeit AF 2..... | 42 |
| 3.3 Aktionsfeld 3: Für das Gemeinwohl Strukturen und Funktionen stärken | 43 |
| 3.3.1 Sozialen Zusammenhalt stärken | 43 |
| <i>Ausgangslage</i> | 43 |
| <i>Strategie: Sozialen Zusammenhalt stärken</i> | 44 |
| <i>Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023)</i> | 44 |
| <i>Aktionsplan (Maßnahmen) zur Erreichung der Resultate</i> | 44 |
| 3.3.2 Regionale Bildung und Beteiligung | 45 |
| <i>Ausgangslage</i> | 45 |
| <i>Strategie: Regionale Bildung und Beteiligung ausbauen</i> | 46 |
| <i>Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023)</i> | 46 |
| <i>Aktionsplan (Maßnahmen) zur Erreichung der Resultate</i> | 47 |
| 3.3.3 Erfolgsindikatoren AF 3 | 47 |
| 3.3.4 Beschreibung von Kooperationsaktivitäten | 48 |
| 3.3.5 Zusammenfassende Darstellung der Wirkungsmatrix | 48 |
| 3.3.6 Sensibilisierungsmaßnahmen AF 3 | 49 |
| 3.3.7 Beschäftigungswirksamkeit AF 3..... | 49 |
| 3.4 Aktionsfeld IWB (ohne Text) | 49 |
| 3.5 Aktionsfeld ETZ (ohne Text) | 49 |
| 3.6 Berücksichtigung der Ziele der Partnerschaftsvereinbarung und des Programms LE 2020 | 50 |
| 3.6.1 STRAT.AT 2020 | 50 |
| 3.6.2 LE 2020 | 51 |
| 3.7 Berücksichtigung der bundeslandrelevanten und regionspezifischen Strategien | 52 |
| 3.8 Erläuterung der integrierten, multisektoralen und innovativen Merkmale der Strategie | 54 |
| <i>Integrierte und multisektorale Merkmale</i> | 54 |
| <i>Innovation</i> | 56 |
| 3.9 Beschreibung geplanter Zusammenarbeit und Vernetzung | 57 |
| | |
| 4 STEUERUNG UND QUALITÄTSSICHERUNG | 59 |
| 4.1 Beschreibung der Vorkehrungen für Steuerung, Monitoring und Evaluierung der LAG-internen Umsetzungsstrukturen | 59 |
| 4.2 Beschreibung der Vorkehrungen für Steuerung, Monitoring und Evaluierung der Strategie- und Projektumsetzung inkl. Reporting an die Verwaltungsbehörde und Zahlstelle | 60 |
| <i>Controlling auf Projektebene:</i> | 60 |
| <i>Controlling auf LES-Ebene - Aktionsfeldcontrolling</i> | 61 |
| <i>Reporting an Verwaltungsbehörde</i> | 62 |
| | |
| 5 ORGANISATIONSSTRUKTUR DER LAG | 63 |
| 5.1 Rechtsform der LAG | 63 |
| <i>Organisationsstruktur LAG</i> | 63 |
| 5.2 Zusammensetzung der LAG | 64 |
| 5.3 LAG-Management | 65 |
| <i>Aufgaben des LEADER-Managements:</i> | 65 |
| <i>Kompetenzen des LEADER-Managements</i> | 66 |
| <i>Verantwortung</i> | 66 |
| 5.4 Projektauswahlgremium | 66 |
| 5.5 Ausschluss von Unvereinbarkeiten (Interessenskonflikten) | 67 |
| <i>Interessenskonflikte im LEADER Management</i> | 67 |
| | |
| 6 UMSETZUNGSSTRUKTUREN | 68 |
| 6.1 Arbeitsabläufe , Zuständigkeiten, Entscheidungskompetenzen | 68 |
| <i>Wirtschaftsoffensive WOF GmbH – LAG Lipizzanerheimat (Rechtsträger der LAG)</i> | 68 |
| <i>Steuerungsgruppe der LAG Lipizzanerheimat</i> | 68 |
| 6.2 Auswahlverfahren für Projekte (inklusive Projektauswahlkriterien) | 69 |

| | | |
|------------|--|-----------|
| 6.2.1 | Ablauf Projekteinreichung und Projektauswahl | 70 |
| | <i>Projektauswahlkriterien für Kleinprojekte</i> | <i>71</i> |
| 6.2.2 | Projektauswahlkriterien | 71 |
| | <i>Formalkriterien.....</i> | <i>72</i> |
| | <i>Qualitätskriterien</i> | <i>72</i> |
| | <i>Punkteschema - Übersicht.....</i> | <i>72</i> |
| | <i>Bewertungsschema</i> | <i>72</i> |
| 6.2.3 | Förderquoten und Förderhöhen | 73 |
| 6.3 | Darstellung der Transparenz der Entscheidungen | 74 |
| 7 | <u>FINANZIERUNGSPLAN</u> | 74 |
| 7.1 | Eigenmittelaufbringung der LAG | 74 |
| 7.2 | Budget für Aktionsplan | 75 |
| 7.3 | Budget für Kooperationen | 75 |
| 7.4 | Budget für LAG-Management und Sensibilisierung | 75 |
| | <i>Sensibilisierungsmaßnahmen.....</i> | <i>75</i> |
| 7.5 | Herkunft der Budgets für LAG eigene Projekte | 76 |
| 8 | <u>ERARBEITUNGSPROZESS DER ENTWICKLUNGSSTRATEGIE</u> | 77 |
| | <i>Prozessdauer und Beteiligung unterrepräsentierter Personengruppen:.....</i> | <i>77</i> |
| | <i>Schwerpunkte und Zielsetzung des Prozessdesigns</i> | <i>78</i> |
| 9 | <u>BEILAGEN</u> | 80 |

1 Beschreibung der Lokalen Aktionsgruppe

1.1 Festlegung des Gebietes und Beschreibung der Gebietscharakteristik

Die Region der LAG Lipizzanerheimat liegt im Südwesten der Steiermark und besteht aus 28 Gemeinden, wobei 25 Gemeinden zum Bezirk Voitsberg gehören und 3 Gemeinden zum Bezirk Graz-Umgebung.¹ Hervorzuheben ist in der Region der Kernraum des Bezirkes Voitsberg, der aus 5 Gemeinden, davon 3 Stadtgemeinden besteht, wobei sich die Orte in unmittelbarer Nähe von zwei bis vier Kilometer befinden. Die drei Städte umfassen mehr als die Hälfte der Einwohner des gesamten Bezirkes, in denen sich mehr als 60% der in der Region vorhandenen Arbeitsplätze konzentrieren². Am 1.1.2015 werden im Rahmen der Gemeindestrukturreform 25 Gemeinden auf 15 zusammengelegt.

Die LAG Lipizzanerheimat liegt überwiegend in der NUTS III Region West- und Südsteiermark, die Mitgliedsgemeinden des Bezirkes Graz-Umgebung befinden sich in der NUTS III Region Graz. Die Region liegt am Ostrand der Alpen, im Westen trennt die Pack- und die Koralpe die Region vom benachbarten Bundesland Kärnten.³ Entsprechend dem Landesentwicklungsleitbild (LEB) 2009 bzw. 2013 zählt die Region, gemeinsam mit den Bezirken Graz und Graz-Umgebung zum Steirischen Zentralraum. Die Zusammenarbeit zwischen der Stadt und dem Umland ist ein wichtiger Aspekt, der vor allem eine aktive Steuerung und kooperative Zusammenarbeit im Zusammenhang mit Bodenknappheit, Konkurrenzflächen, Nutzungskonflikten, Wohnraum- und Verkehrslösungen, etc. erforderlich macht.⁴

Rund 40% der Fläche der LAG Lipizzanerheimat gelten als **forstwirtschaftlich geprägtes Bergland**, dem neben der forstwirtschaftlichen Nutzung, eine wichtige Funktion als ökologische Ausgleichsfläche und als (Nah-)Erholungsgebiet für den Grazer

Raum zukommt. Teile des **Berglandes** und der Übergangsbereich des Voitsberger Beckens zum außeralpinen Hügelland bestehen überwiegend aus **Grünland**. Die Landschaftsstruktur im inneralpiner Becken ist durch Siedlungen, Siedlungssplitter und Verkehrsinfrastrukturen geprägt. Das **außeralpine Hügelland** umfasst den östlichsten Teil der Region, deren Landschaft von Ackerbau über Obstkulturen bis hin zu Waldgebieten wechselt. **Ackerbauprägte Talräume** finden sich im Kainachtal, im südöstlichen Teil der Planungsregion. Der Ballungsraum rund um die Städte Köflach und Voitsberg ist der Kategorie **Siedlungs- und Industrielandschaft** zuzuordnen, wobei rund ein Drittel der Bezirksfläche dem Dauersiedlungsraum zuzurechnen ist.^{5 6}



Abb. 1: Region LAG Lipizzanerheimat

- Generell kann festgestellt werden, dass insbesondere im Bergland durch den Rückgang der Berglandwirtschaft viele Grünbereiche von der Wiederbewaldung betroffen sind.

¹ Region lt. Stand 30.4.2014

² Arbeitsmarkprofil 2013 Voitsberg

³ Vgl. West- und Südsteiermark, NUTS 3-Profil, WIBIS Fact Sheet, Land Steiermark, 2014

⁴ Vgl. Landesentwicklungsleitbild Steiermark, Räumliche Strategie zur Landesentwicklung, Amt der Steiermärkischen Landesregierung, Abtlg. 7 Landes- und Gemeindeentwicklung, 2013

⁵ Regionsprofil Voitsberg, Land Steiermark

⁶ Dauersiedlungsraum: Katasterfläche ohne Wald, Almen, Gewässer und Ödland

- Gebiete mit Nahelage zu den Städten und zum Ballungsraum Graz sind, nicht zuletzt durch die Attraktivität der „Kulturlandschaft, als Bauland stark nachgefragt.
- Die Region hat einen besonderen Stellenwert als Gewerbe- und Industriegebiet, sowie als Ausflugsziel und Naherholungsgebiet.
- In den landwirtschaftlich bewirtschafteten Gebieten herrscht eher eine Kleinstrukturiertheit der bäuerlichen Betriebe vor, bei denen zudem der Trend zum Nebenerwerb bzw. überhaupt zur Aufgabe des Betriebes zunimmt.

1.2 Angaben zur Bevölkerungsstruktur

| Voitsberg | | | Fläche/km ² | Einwohner | Männer | Frauen |
|-------------------|----|----------------------------|------------------------|---------------|---------------|---------------|
| 61601 | 1 | Bärnbach | 17,3 | 5 224 | 2 515 | 2 709 |
| 61602 | 2 | Edelschrott | 65,7 | 1 583 | 811 | 772 |
| 61603 | 3 | Gallmannsegg | 32,8 | 305 | 158 | 147 |
| 61604 | 4 | Geistthal | 36,5 | 807 | 423 | 384 |
| 61605 | 5 | Gößnitz | 31,1 | 441 | 230 | 211 |
| 61606 | 6 | Graden | 22,9 | 475 | 225 | 250 |
| 61607 | 7 | Hirschegg | 60,0 | 653 | 321 | 332 |
| 61608 | 8 | Kainach b. Voitsberg | 34,7 | 664 | 315 | 349 |
| 61609 | 9 | Köflach | 20,4 | 9 567 | 4 523 | 5 044 |
| 61610 | 10 | Kohlschwarz | 16,0 | 702 | 354 | 348 |
| 61611 | 11 | Krottendorf-Gaisfeld | 17,1 | 2 433 | 1 251 | 1 182 |
| 61612 | 12 | Ligist | 34,6 | 3 207 | 1 573 | 1 634 |
| 61613 | 13 | Maria Lankowitz | 24,0 | 2 197 | 1 067 | 1 130 |
| 61614 | 14 | Modriach | 22,0 | 204 | 108 | 96 |
| 61615 | 15 | Mooskirchen | 18,0 | 2 106 | 1 023 | 1 083 |
| 61616 | 16 | Pack | 39,1 | 414 | 208 | 206 |
| 61617 | 17 | Piberegg | 14,3 | 367 | 192 | 175 |
| 61618 | 18 | Rosental a.d. Kainach | 6,5 | 1 687 | 844 | 843 |
| 61619 | 19 | Salla | 49,2 | 283 | 135 | 148 |
| 61620 | 20 | St. Johann-Köppling | 10,2 | 1 795 | 885 | 910 |
| 61621 | 21 | St. Martin a. Wöllmißb. | 25,8 | 811 | 411 | 400 |
| 61622 | 22 | Söding | 9,1 | 2 186 | 1 088 | 1 098 |
| 61623 | 23 | Södingberg | 16,1 | 823 | 432 | 391 |
| 61624 | 24 | Stallhofen | 27,3 | 3 130 | 1 552 | 1 578 |
| 61625 | 25 | Voitsberg | 28,6 | 9 535 | 4 549 | 4 986 |
| Ges. Voitsberg | | | 679,3 | 51 599 | 25 193 | 26 406 |
| Graz-Umgebung | | | | | | |
| 60637 | 26 | Rohrbach-Steinberg | 8,4 | 1 421 | 703 | 718 |
| 60639 | 27 | St. Bartholomä | 11,7 | 1 400 | 690 | 710 |
| 60641 | 28 | St. Oswald b. Plankenwarth | 11,8 | 1 225 | 609 | 616 |
| Ges. Gemeinden GU | | | 31,9 | 4 046 | 2 002 | 2 044 |
| GESAMT | | | 711,2 | 55 645 | 27 195 | 28 450 |

| Bezirk | Gemeinden Voitsberg | Gemeinden GGU | Gesamt |
|------------------------|---------------------|---------------|--------|
| Gemeinden | 25 | 3 | 28 |
| Stadtgemeinden | 3 | | 3 |
| Marktgemeinden | 5 | | 5 |
| Fläche km ² | 679,3 | 31,9 | 711,2 |
| Einwohner ges. | 51 599 | 4 046 | 55 645 |
| Männer | 25 193 | 2 002 | 27 195 |
| Frauen | 26 406 | 2 044 | 28 450 |

Insgesamt leben in der LEADER Region Lipizzanerheimat 55.645 EinwohnerInnen (Stand 1.1.2014), auf einer Fläche von 711,2 km² und in 28 Gemeinden, davon drei Stadtgemeinden und fünf Marktgemeinden.

Der Anteil an Frauen an der Wohnbevölkerung beträgt 51%. Fast ein Drittel der Bevölkerung ist der Altersgruppe der 20 bis 65jährigen zuzuordnen. Der Anteil der Bevölkerung über 65 Jahren beträgt rund 21% und der Anteil der Jugendlichen (Bevölkerung unter 20 Jahre) rund 18%.

2 Analyse des Entwicklungsbedarfs

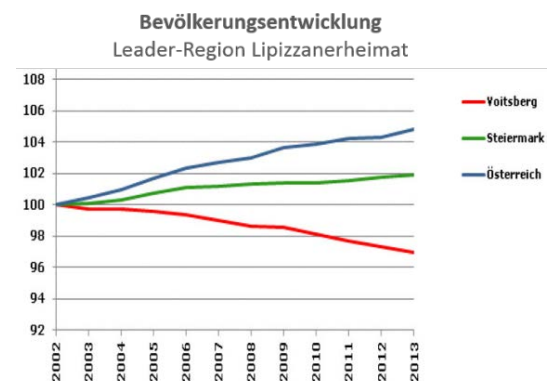
2.1 Beschreibung der Region und der sozioökonomischen Lage

Vor rund 250 Jahren begann der Aufstieg der Region zu einer prosperierenden Wirtschafts- und Industrieregion. Der Abbau von Braunkohle, die Erzeugung von Glas und zuletzt auch der Aufbau des Lipizzanergestütes waren die wesentlichen Entwicklungsfaktoren der Region. Um 1950 stammte z.B. die Hälfte der Gesamtförderung von Braunkohle aus der Region. Gegen Ende dieser Zeitspanne musste jedoch auch der Niedergang dieser Blütezeit erlebt und verkraftet werden. Dies brachte einen Strukturwandel in der Region mit sich, der bis heute noch wahrnehmbar ist und teilweise noch anhält. Industrie, Handel und Gewerbe sind wesentliche Bereiche der regionalen Wirtschaft. Die Bedeutung der Lipizzaner und des Lipizzanergestütes Piber haben auch als touristische Attraktion an Bedeutung gewonnen und geben heute letztendlich der Region bzw. auch der LAG ihren Namen. Auch die Glaserzeugung, mit historischen Wurzeln, ist heute noch ein wesentliches Element der regionalen Wirtschaft. Auf alten Bergbaugebieten wurden wirtschaftliche und touristische Einrichtungen geschaffen, wie z.B. der Technologie- und Gründerpark Rosental, die Freizeitanlage und der Badesee Piberstein, der Golfplatz Erzherzog Johann oder der Energie-Erlebnispark Zangtal. Der Bergbau hat als kultureller und sozialer Hintergrund noch immer einen Stellenwert in der Region. Der Tourismus entwickelt sich zu einem wichtigen zweiten Standbein, ergänzend zu Gewerbe, Industrie und Dienstleistung. Die Verbindung der bisherigen Schwerpunkte der Region, wie Energie, Glas und Lipizzaner mit Tourismus, Natur, Kultur und Kulinarik sowie die historische Bedeutung des Bergbaus und die heutige (touristische) Nutzung ehemaliger Bergbaugebiete bestätigen diese Entwicklung. Wesentlich für die Aufbruchsstimmung zur touristischen Entwicklung der Region waren der Bau des Kurhotels und der Therme Nova in Köflach, die sich in den letzten 10 Jahren als touristischer Vorzeigebetriebe etabliert haben.⁷

2.1.1 Regions- und Strukturdaten

Demografie

Der Bezirk Voitsberg zählt seit den 1970er Jahren zu den Bezirken mit konstant geringer negativen Bevölkerungsentwicklung. Zwischen 2002 und 2013 ging die Bevölkerungszahl um 3,1% zurück. (Steiermark: +1,9%, Österreich: +4,8%).⁸ Die Altersverteilung zeigt in sich wenig Veränderungen, der Anteil an Kindern geht stetig zurück und der Anteil an älteren Personen nimmt zu. Der Anteil der unter-15-Jährigen lag 2014 mit 12,8% unter dem steirischen Vergleichswert von 13,4%. 18% der BewohnerInnen sind unter 20 Jahre alt (2001: 21%) 61% der Menschen sind zwischen 20 und 65 Jahre alt (2001: 61%), und 21% der Menschen der Region sind älter als 65 Jahre (2001: 17,5%). Bis zum Alter von 64 Jahren überwiegt der Männeranteil in der Bevölkerung (in der Altersgruppe 0-59 Jahre um 5,7%), über 64 erhöht sich der Frauenanteil.



Relative Veränderung der Bevölkerungszahl 2002 (100%) - 2013, Bezirk Voitsberg. Zwischen 2002 und 2013 hat die Bevölkerungszahl im Bezirk um -3,1% abgenommen; (Steiermark: +1,9%, Österreich: +4,8%). Quelle: Arbeitsmarktprofil 2013 Voitsberg

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung; Quelle: Arbeitsmarktprofil Voitsberg, 2013

⁷ Vgl. *Vom braunen zum blauen Gold, Köflach im Wandel der Geschichte*, Hrsg. Gemeinde Köflach, 2008

⁸ Quelle: Arbeitsmarktprofil Voitsberg 2013

Die **Bevölkerungsprognose** errechnet für die Zukunft (2030) einen Rückgang der jüngeren Menschen unter 20 Jahre auf 16,4%. Im Vergleich zum Basisjahr 2008, also innerhalb von 22 Jahren, wird dies einen Rückgang um 2,6% bedeuten. Gleichzeitig wird der Bevölkerungsanteil der Menschen über 65 Jahre auf 28,4% prognostiziert, dies entspricht einer Zunahme von +8,6%.⁹

Die Geburten- und **Wanderungsbilanz** der LEADER-Region ergibt: die Wanderungsbilanz ist positiv, d.h. es gibt mehr Zuzüge (+93) als Wegzüge, die **Geburtenbilanz** ist dauerhaft negativ (-210).

Der **Anteil der ausländischen Wohnbevölkerung** lag in Voitsberg im Jahr 2013 mit 3,1% unter dem landesweiten Vergleichswert von 7,5% (Österreich: 11,9%).¹⁰

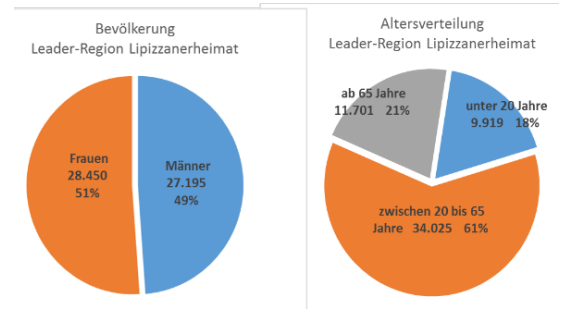
Das Bildungsniveau der Region Lipizzanerheimat zeigt: die Lehre hat einen hohen Stellenwert, rund 37% der Personen (über 15 Jahre alt) verfügen über einen Lehrabschluss, hier überwiegt der Männeranteil. Vergleichswerte: Steiermark rd. 35%, Österreichs 32%.

Die Anzahl der EinwohnerInnen mit Schulabschlüssen von mittleren (überwiegender Frauenanteil) bzw. berufsbildenden höheren Schulen nahm zu. Der Anteil an AbsolventInnen berufsbildender höherer Schulen liegt mit 8% über den Vergleichswerten der Steiermark 7,3% bzw. Österreich: 7,6%. Die Akademikerquote liegt bei rd. 4% und somit merklich unter den Vergleichswerten (Steiermark: 8,0% bzw. Österreich: 9,0%).¹¹

Wirtschaftsstruktur

Gemessen an der Anzahl der Beschäftigten stellen die Glaserzeugung, der Metall-, Elektro-, Maschinen- und Fahrzeugbau, die Herstellung von Automobilteilen sowie das Bauwesen die wesentlichsten Wirtschaftsbereiche dar.

Im Jahr 2011 zählte die LEADER-Region Lipizzanerheimat 22.887 unselbständig Beschäftigte, der Anteil an Frauen betrug rd. 46 %. Der Anteil der selbständig tätigen Personen beträgt 13% und jener der Frauen 5%.¹² Der produzierende Sektor hat hier überdurchschnittliche Bedeutung und liegt um 6 Prozentpunkte über dem steirischen Durchschnitt und sogar um rd. 10% höher als der Österreich-Wert. Der Anteil der Beschäftigten im primären Sektor liegt bei 0,8%. Im Dienstleistungssektor sind 63,2% der ArbeitnehmerInnen tätig, davon



Quelle: Landesstatistik Steiermark, Datenstand 2014, eigene Darstellung

Abb. 2: Bevölkerung und Altersverteilung, LEADER-Region, Landesstatistik Steiermark, Datenstand 2014, eigene Darstellung

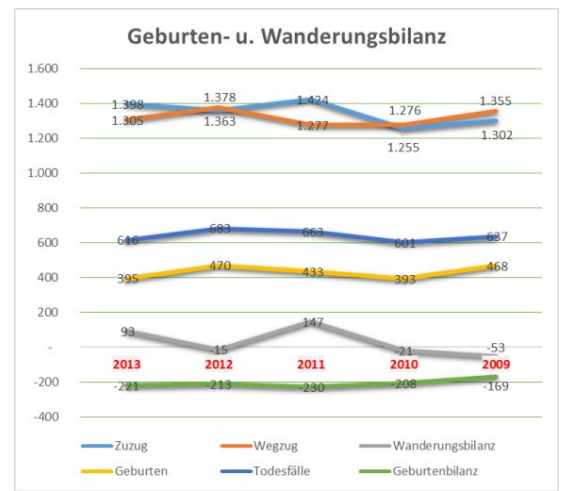
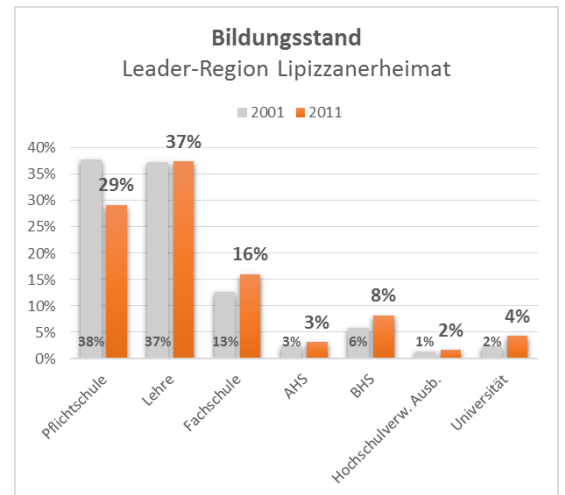


Tabelle 2: Geburten- u. Wanderungsbilanzen, LEADER-Region; Quelle: Landesstatistik Steiermark, Datenstand 1.1.2014, eigene Darstellung



Quelle: Landesstatistik Steiermark, eigene Darstellung (Daten: Registerzählung 2011)

Abb. 3: Bildungsstand LEADER-Region Lipizzanerheimat, 2011

⁹ Quelle: Bezirksprofil Voitsberg, 2014

¹⁰ Arbeitsmarktpprofil Voitsberg, 2013

¹¹ Landesstatistik Steiermark, Gemeindedaten, eigene Berechnung

¹² Landesstatistik Steiermark, Gemeindedaten, eigene Berechnung, Basis: Selbständige und unselbständig Beschäftigte in der LEADER-Region Lipizzanerheimat

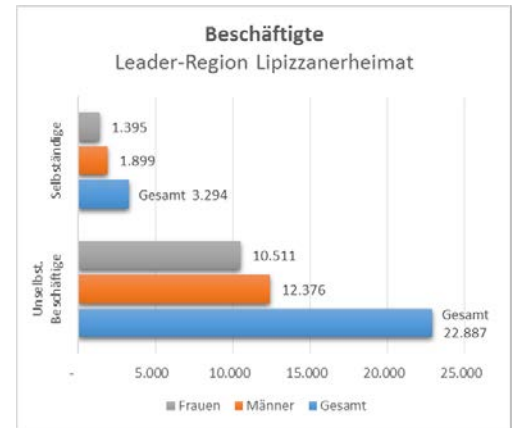
5,3% im Tourismus. Die Bereiche Handel, öffentliche Verwaltung und das Gesundheitswesen sind die größten Arbeitgeber.

Im Jahre 2013 gab es 1.292 **Arbeitgeberbetriebe** (Veränderung seit 2008 -1,0%). Den größten Anteil von rd. 86% stellen Kleinbetriebe mit 1 bis 9 Beschäftigte dar. Der Anteil von Kleinbetrieben beträgt 11%, von Mittelbetrieben rd. 2% und von Großbetrieben 0,2%¹³.

193 Betriebe bilden 530 **Lehrlinge**¹⁴ aus, pro 1.000 unselbstständig Beschäftigte ergibt das eine Zahl von 43,3 und liegt somit höher als die durchschnittliche Quote der Steiermark mit 37,6 und Österreichs mit 35,8.

Von den 146 weiblichen Lehrlingen sind rd. 16% im Einzelhandel/Lebensmittelhandel und von den 384 männlichen Lehrlingen rd. 20% Bereich Metalltechnik tätig. In den beiden angeführten Bereichen sind die jeweils meisten Lehrlinge tätig.

Die absolute Zahl der **Gründungen** lag in den Jahren 2009 bis 2013 bei insgesamt 1.090 Betrieben und macht somit einen Anteil von rd. 4,5% der Gründungen der Steiermark aus.



Quelle: Landesstatistik Steiermark, Datenstand 2014, eigene Darstellung

Abb. 4: Beschäftigte in LEADER-Region Lipizzanerheimat

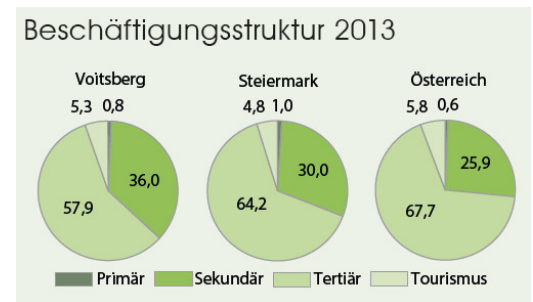


Abb. 5: Beschäftigungsstruktur Bezirk Voitsberg, 2013; Quelle: WIBIS Bezirksprofil

Die **Erwerbsquote** (wohntortbezogen) betrug im Bezirk im Jahr 2013 insgesamt 75,9% (Frauen: 74,0%, Männer: 77,5%) und lag damit deutlich über dem landesweiten Vergleichswert (Steiermark gesamt: 74,6%, Frauen: 72,2%, Männer: 76,7%).

Das Niveau der **Arbeitslosigkeit** entspricht etwa dem Österreich- und Landeswert. Die Arbeitslosenquote betrug 2013 7,6% (Steiermark: 7,4%, Österreich: 7,6%), die Männerarbeitslosigkeit lag dabei mit 8,2% deutlich über jener der Frauen (6,8%).¹⁵ Der Anteil von Frauen bei den geringfügig Beschäftigten liegt mit 69,5% über dem steirischen Durchschnitt (65,1%). Der Anteil jüngerer **Arbeitsloser** (bis 25 Jahre) liegt bei 16,2% und der Anteil von jungen Frauen ohne Arbeit beträgt 41,2%.¹⁶

Voitsberg ist ein Bezirk mit einem hohen Anteil an AuspendlerInnen und einem niedrigen Anteil an EinpendlerInnen aus anderen Arbeitsmarktbezirken. Von den rund 8.900 **Bezirksauspendlern** im Jahr 2011, (d.h. diese arbeiten in einem anderen Bezirk der Steiermark) pendelten 59% nach Graz, 26% nach Graz-Umgebung und rund 7% Menschen fahren in den Bezirk Deutschlandsberg zur Arbeit, der Rest in andere Bezirke.¹⁷

| | VO | Stmk. | Rang |
|-----------|-------|-------|------|
| Insgesamt | 2.164 | 2.263 | 7 |
| Frauen | 1.507 | 1.686 | 8 |
| Männer | 2.467 | 2.681 | 7 |

Abb. 6: Bruttomedianeinkommen Bezirk Voitsberg, Quelle: WIBIS

¹³ Quelle: WIBIS Voitsberg, 2014; Kleinbetrieb: 1-9 Beschäftigte, Kleinbetrieb: 10-49 Beschäftigte, Mittelbetrieb: 50-249 Beschäftigte, Großbetriebe: ab 250 Beschäftigte

¹⁴ Quelle: Arbeitsmarktprofil Voitsberg 2013

¹⁵ Arbeitsmarktprofil Voitsberg, 2013

¹⁶ WIBIS, Land Steiermark

¹⁷ Quelle: Statistik Austria, Registerzählung 2011

Die **Wirtschaftskraft der Region**, die sich an Parametern Brutto-Medianeinkommen, Kaufkraftindex und Steuerkopfquote darstellen lässt, liegt im Vergleich zu anderen Regionen eher im unteren Bereich.

Das auf den Bezirk Voitsberg bezogene **Medianeinkommen** liegt bei € 2.164,-, jenes der Frauen beträgt lediglich 70% des Bezirkswertes und ist um 39% geringer als der Medianwert der Männer. Der **Kaufkraftindex** (Österreich 2013 = 100) beträgt 87 und liegt hier ganz wesentlich unter dem steirischen Durchschnitt von 95. Die **Steuerkopfquote** des Bezirks beträgt im Jahre 2012 € 957,-. Dies ist die geringste Steuerkopfquote aller Bezirke der Steiermark.¹⁸

Tourismus

Ein **wichtiger Entwicklungsschwerpunkt der Wirtschaft der Region liegt im Bereich Tourismus**. Zuletzt wurden durch die Errichtung der Therme und des Hotels Nova in Köflach für den Tourismus wichtige Infrastruktureinrichtungen geschaffen.

Der Schwerpunkt des Tourismus liegt in der Lipizzanerheimat im Ausflugs- und Tagestourismus. Mit der Therme Nova wurde ein Angebot für Kur- und Wellnesstourismus ausgebaut, das sich auch in der Nächtigungsentwicklung bemerkbar macht. Im Vergleich zum Jahr 2009 ist ein eher geringer Nächtigungsrückgang feststellbar. Beim Nächtigungstourismus liegt die durchschnittliche Aufenthaltsdauer mit 3,6 Tagen über dem steirischen Durchschnitt (3,2 Tage). Dies ist insbesondere durch das Kurangebot der Therme bzw. des Hotels Nova begründet. Generell ist in der gesamten Region ein Rückgang von Beherbergungsbetrieben feststellbar, wobei jedoch gleichzeitig eine Nachfrage nach Qualitätsgästebetten gegeben ist (z.B. nachreisende Besucher von Kurgästen, etc.).

Landwirtschaft

Die LEADER-Region zählt **2.163 landwirtschaftliche Betriebe**, davon werden 640 im Haupterwerb und 1.523 im Nebenerwerb betrieben. Die landwirtschaftlich genutzte Fläche beträgt insgesamt 58.340 ha, davon werden 34% von der Landwirtschaft und 65% der Flächen von der Forstwirtschaft genutzt (Steiermark-Werte: Landwirtschaft 28,4%, Forstwirtschaft 59,4%).

Im Bezirk Voitsberg befinden sich **202 Biobetriebe**, das entspricht einem Anteil von 9,8% und liegt im Bereich des Steiermark-Wertes mit rd. 9%, aber unter dem Durchschnitt Österreichs (rd. 13%). Rund 200 Betriebe der LEADER-Region beschäftigen sich mit dem Marktfruchtanbau und Gartenbau.

Wie in der gesamten Landwirtschaft ist in der Region ebenso

| | 2013 | +/- 2009 |
|---|------------------|-----------------|
| Nächtigungen | 167.329 | - 5.643 / -0,8% |
| Ausländer | 40.675 | 2,20% |
| Inländer | 126.654 | -1,7 |
| Ankünfte | 45.844 | |
| Inländer | 33.872 | |
| Ausländer | 11.972 | |
| Aufenthaltsdauer | 3,6 (Stmk 3,2) | -0,10% |
| Anzahl Betriebe gewerbl. | 41 | -10,90% |
| 5/4 Stern | 2 | |
| 3 Stern | 26 | |
| 2/1 Stern | 13 | |
| Anzahl Betten gewerblich | 1.239 | -15,00% |
| 5/4 Stern | 322 | |
| 3 Stern | 757 | |
| 2/1 Stern | 160 | |
| Auslastung/Vollbelegstage gewerblich | 96 (Stmk 126) VT | 9,50% |
| 5/4 Stern | 193 (174) VT | -9,60% |
| 3 Stern | 72 (103) VT | 16,40% |
| 2/1 Stern | 12 (69) VT | |

Tabelle 3: Tourismusdaten Bezirk Voitsberg, Jahr 2013, Quelle: Bezirksprofil 2014

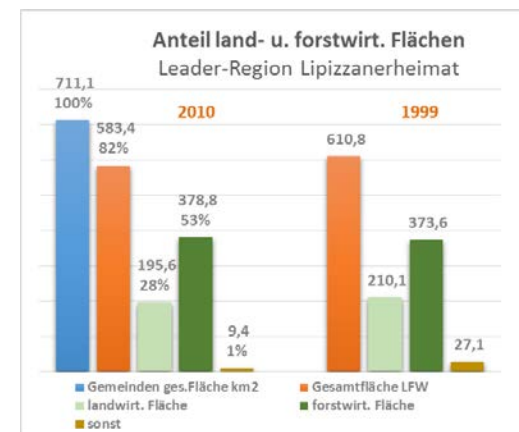
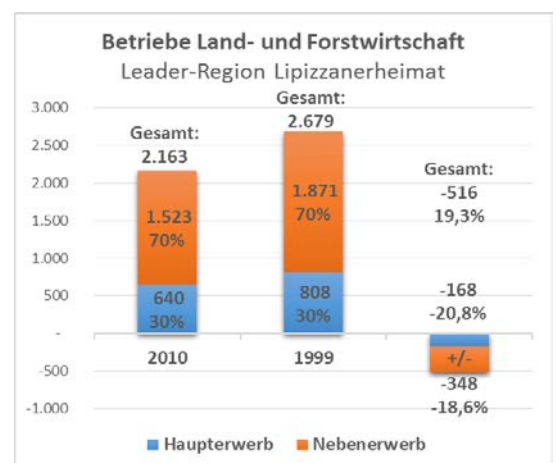


Abb. 7: Flächen Land- und Forstwirtschaft, Anteil an Gemeindeflächen. Quelle: Landesstatistik Steiermark, Agrarstrukturerhebung 2010, eigene Darstellung



Quelle: Landesstatistik Steiermark, eigene Darstellung (Daten: Agrarstrukturerhebung 2010)

Abb. 8: Betriebe Land- und Forstwirtschaft, Haupterwerb, Nebenerwerb. Quelle: Landesstatistik Steiermark, Agrarstrukturerhebung 2010, eigene Darstellung

¹⁸ Quelle: Steirische Statistiken, Heft 9/2013

ein Strukturwandel feststellbar. Die landwirtschaftlichen Betriebe im Haupterwerb haben seit 1999 um -21% und im Nebenerwerb um -19% abgenommen, d.h. absolut hat sich die Anzahl der landwirtschaftlichen Betriebe im Vergleichszeitraum um mehr als 500 Betriebe reduziert.

Die forstwirtschaftlichen Flächen haben um 1,3% leicht zugenommen, die landwirtschaftlichen Flächen um rd. 7% abgenommen.¹⁹

Nur 2% der Landwirtschaftsbetriebe der Lipizzanerheimat sind im Tourismus (Fremdenverkehr, Beherbergung und sonstige Freizeitaktivitäten) aktiv! Hier ist, mit Bezug auf den Vergleich mit der Steiermark mit 9% und mit Österreich mit 12%, wesentliches Potenzial zu verzeichnen. Im Bereich der Direktvermarktung (Verarbeitung und Verkauf landwirtschaftlicher Erzeugnisse) liegt der Bezirk mit einem Anteil von 11% im Vergleich zum Durchschnitt der Steiermark (14%) zurück.²⁰

2.2 Reflexion und Erkenntnisse aus der Umsetzung von LEADER in der Periode 2007 bis 2013

Der Bezirk Voitsberg war bereits von 2007-2013 und davor von 2000 bis 2006 (gemeinsam mit dem Bezirk Deutschlandsberg) LEADER-Region. Mit der Zielsetzung der **nachhaltigen Profilierung der Region als Natur-, Kultur-, Genuss- und Erlebnisregion** gelang es 2007 bis 2013 rund 40 Projekte mit rund 6,8 Mio. Euro Projektkosten und rund 3,5 Mio. Euro Förderungen mit tatkräftiger Unterstützung des Leader Managements in der LAG Lipizzanerheimat umzusetzen. Das übergeordnete Leitprojekt war die Entwicklung einer **regionalen Dachmarke**, mit der Zielsetzung alle Angebote und Leistungen der Region gemeinsam unter der Regionsmarke nach innen und außen zu vermarkten. Mit diesem Leitprojekt wurde ein wichtiger Beitrag für den Strukturwandel von einem alten Industriegebiet (ehemalige Bergbauregion u. Rückgang der Glasproduktion) in Richtung Aufbau einer Tourismusregion geleistet.

Unter der Dachmarke konnten auch die **Angebote für den Tages- und Ausflugs-tourismus**, die eine wesentliche **Stärke der Region** darstellen, **ausgebaut** werden. Projekte wie „Wandern in der Lipizzanerheimat“, „Genussradeln“, „Erzherzog Johann Genuss- und Sinnesgarten“, sowie auch der Energieerlebnispark Zangtal und die Kunststraßen, stellen weitere attraktive Angebote dar, die vor allem auch von den Gästen aus dem Großraum Graz gerne genutzt werden. Damit konnte die Lipizzanerheimat ihren **Stellenwert als beliebtes Naherholungsgebiet** mit ihrer einzigartigen Landschaftsvielfalt für Gäste aus nah und fern **weiter verbessern**.

Ein weiterer wichtiger Schritt war die Etablierung der Therme und des Hotels Nova als Kur- und Gesundheitsdestination. Damit konnten **mehr als 100 regionale Arbeitsplätze** geschaffen werden, die wieder eine Trendwende zum Verlust qualifizierter Arbeitsplätze aus der Bergbautätigkeit eingeleitet haben. Gemeinsam mit der Dachmarke konnten diese Projekte wesentlich zur **positiven Imagebildung der Region** beitragen. Die Therme und das Hotel Nova sind auch touristische Leitbetriebe, die die Bedeutung und die verstärkte Nachfrage nach regionalen Lebensmitteln erkannt haben und verstärkt mit regionalen Produzenten zusammenarbeiten, um diese steigenden Bedarfe abzudecken. Darunter sind auch viele Produzenten, die unter der Dachmarke neue kulinarische Produkte entwickelt haben (Brot, Käse, Wein, Säfte und viele andere Produkte), die auch über einen im Rahmen von Leader installierten Online-shop in Form von Geschenkpaketen erhältlich sind. Sehr erfreulich ist, dass diese Produkte auch immer stärker in die regionale Gastronomie Einzug halten. Durch diese **regionalen Wirtschaftskreisläufe können Arbeitsplätze** auf beiden Seiten gesichert **und der Gefahr der Abwanderung qualifizierter Männer und Frauen entgegengewirkt werden**.

Ein weiteres wichtiges Projekt im Rahmen der Dachmarke war die **Einführung des Regionsgutscheins** Lipizzanerheimat, der Unternehmen aus allen Bereichen, angefangen von den landwirtschaftlichen Di-

¹⁹ Agrarstrukturerhebung 2010, Steirische Statistiken: Land- und Forstwirtschaft: Agrarstrukturerhebungen 2010, Heft 2/2013, eigene Berechnung

²⁰ Quelle: alle Daten stammen von der Agrarstrukturerhebung 2010

rektvermarkten, Handel, Gewerbe, bis hin zum Tourismus und zur Kultur stärkt. Mit mehr als 250 Partnerbetrieben, wo der Gutschein eingelöst werden kann, wurden in nur einem Jahr **400.000 Euro Wertschöpfung in der Region** gehalten. Dies ist vor allem auch deshalb so wichtig, da die Region sehr viele BezirksauspendlerInnen verzeichnet und dadurch auch Kaufkraft abfließt.

Die Region hat auch eine **sehr lange Tradition als Energiestandort**. Bedingt durch den jahrzehntelangen Kohlebergbau, der jedoch bereits vor Jahren eingestellt wurde und wodurch viele Arbeitsplätze verloren gegangen sind, sind **innovative Ansätze** - weg von der fossilen - **hin zur erneuerbaren Energie** - gefragt. Mit der Etablierung des Energiecenter Lipizzanerheimat wurde eine wichtige regionale Institution geschaffen, die den verstärkten Einsatz von erneuerbarer Energie forciert und somit einen Beitrag zur Sicherung bestehender und zur Schaffung neuer regionaler Arbeitsplätze leistet. Ausgehend von einem **gemeinsam erarbeiteten, regionalen Energiekonzept** wurden in Kooperation mit regionalen Betrieben, Gemeinden und privaten Partnern mehr als **36 Mio. Euro in den letzten 4 Jahren in Projekte mit erneuerbarer Energie investiert. Mehr als 80% der Aufträge erhielten regionale Betriebe**, somit wurde ein wichtiger **Beitrag zur regionalen Wertschöpfung und zur Sicherung von Arbeitsplätzen in der Region** geleistet.

Leader hat aber auch die Beteiligung Jugendlicher und Älterer in der Regionalentwicklung erhöht. Mit den Projekten „**Generation Coin**“ und dem „**Zeit- und Hilfsnetz**“ wird einerseits Jugendlichen der Anreiz gegeben ihre Zeit und ihre Fähigkeiten in die Gesellschaft, vor allem für Ältere, einzubringen, wodurch sie auch für ihre Lebensführung profitieren. Andererseits wurde ein Netzwerk für Nachbarschaftshilfe aufgebaut, wo sich Ältere untereinander helfen, indem sie Stunden tauschen. Jeder bringt das ein, was er/sie gut kann und lässt sich dafür in einem anderen Bereich helfen. Diese Projekte tragen auch wesentlich dazu bei, dass Ältere neue Kontakte knüpfen, möglichst lange in ihrer gewohnten Umgebung bleiben können und nicht vereinsamen.

Durch Leader konnten 2007 bis 2013 die **vielfältigen Entwicklungsperspektiven der Region als Chance** gut genutzt werden. Die **regionalen Stärken**, wie Erweiterung des Kunst-, Kultur- und Tourismusangebotes zur **Attraktivierung der Region als beliebtes Naherholungsgebiet, die Nutzung regionaler Ressourcen für Produktentwicklungen und der Aufbau von Kooperationen zwischen Betrieben und Angebotsgruppen** wurden weiter ausgebaut.

Schwächen, wie **das Fehlen einer gemeinsamen Regionsmarke** und einer generell fehlenden gemeinsamen Vermarktung vorhandener Einzigartigkeiten wurden durch die **erfolgreiche Etablierung der Dachmarke Lipizzanerheimat und gemeinsame Vermarktungsmaßnahmen** nach innen und außen (Regionsgutschein, Onlineshop, gemeinsame Messeauftritte, gemeinsame Großveranstaltungen, wie Käsefest, Kultur- u. Brauchtumsfest etc.) behoben. Damit wurde die Wertschöpfung in der Region gesteigert und dem Trend des Kaufkraftabflusses entgegengewirkt.

Die **Tradition der Region als Energiestandort wird fortgesetzt**. Das fehlende regionale Energiekonzept wurde umgesetzt und ein **Investitionsimpuls in Richtung erneuerbare Energie mit PPP Finanzierungsmodellen** umgesetzt.

Die in der letzten Leader-Periode eingeschlagenen positiven Entwicklungen sollen 2014 bis 2020 fortgesetzt und um die Schwerpunkte KMUs, unternehmensnahe Qualifizierung und um den Bereich Sozialwirtschaft erweitert werden.

Leader ist eine große Herausforderung, aber auch eine Chance für eine **aktive, nachhaltige Weiterentwicklung der Region** unter möglichst optimaler Nutzung der Ressourcen aller hier lebenden Frauen und Männer in ihrer Diversität. Es geht nicht nur um die Förderung von Investitionen, sondern auch sehr viel um Innovationen und Kooperationen, um damit wieder neue Impulse in der Region auszulösen. Diese einmalige Chance will die Lipizzanerheimat auf alle Fälle nutzen.

2.3 SWOT-Analyse der Region

Die nachfolgende Darstellung ist eine Zusammenfassung der bisherigen Ergebnisse

Die angeführte SWOT-Analyse stellt in komprimierter Form die wesentlichen Analyseschwerpunkte der Region dar. Sie dient für alle Beteiligten als gemeinsames Bild der Region und zeigt Defizite, Rahmenbedingungen, Besonderheiten und Stärken der Region auf.

Die **Erstellung der SWOT** erfolgte in mehreren Schritten im Rahmen von Workshops unter Mitwirkung regionaler und überregionaler Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Die SWOT aus Leader 2007 bis 2013 bildete, mit den **Reflexionen, Erfolgsfaktoren und bisherigen Projektergebnissen aus der Umsetzung** und den ebenfalls in SWOT-Form formulierten Erkenntnissen der auslaufenden Periode die Ausgangslage für die Erarbeitung der SWOT. Unter Einbeziehung regionaler AkteurInnen wurden **Grundlagen für die SWOT** erarbeitet, diskutiert und ergänzt. In dieser Phase wurde besonders auf die **Berücksichtigung der LES-Pflichtthemen** im Sinne einer Querschnittsmaterie Wert gelegt. Zur Vorbereitung der weiteren Workshops wurde die **SWOT zu Themenbereichen zusammengefasst und mit regionalen EntscheidungsträgerInnen im Detail abgestimmt**. Die so erarbeitete SWOT bildete die Ausgangsposition für die zu erarbeitenden Entwicklungsschwerpunkte und die Erarbeitung der Entwicklungsstrategie. Bei der SWOT wurde besonders auf **Stellungnahmen von VertreterInnen spezieller Projekt- und Betreuungsorganisationen**, wie z.B. Jugendbeauftragter, Organisationen für Beschäftigungsprojekte für Männer und Frauen (Frauenservicestelle -akzente, Ausbildungsmanagement für Frauen –ZAM), oder die gemeinnützige Beschäftigungsgesellschaft BEST und Flower Power (Qualifizierungsprojekt für Jugendliche mit besonderen Bedürfnissen) die sich für benachteiligte Menschen einsetzen, **Wert gelegt**.

| | |
|---|---|
| NATUR, UMWELT; KULINARIK | |
| <p>STÄRKEN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Einzigartige Landschaftsvielfalt, ▪ Vielfalt an Natur- und Kulturerlebnissen ▪ Ruhige Lage (Naherholung) ▪ Gute klimatisch-morphologische Voraussetzungen in Landwirtschaft (Weinbau, Obstkulturen) ▪ Regionsspezifische Produkte von hoher Qualität, z.B. Milch, regionale Produkte | <p>SCHWÄCHEN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Rückgang landwirtschaftlicher Betriebe ▪ Zersiedelung ▪ mangelnde Qualitätsstrategie für regionale Produkte ▪ Typische regionale kulinarische Spezialitäten werden noch zu wenig geboten oder sind noch zu wenig bekannt |
| <p>RISKEN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nutzungskonflikte (Natur, Wohnen, Flächen f. wirtschaftliche Nutzung, etc.) ▪ Zunehmende Verwaltung | <p>CHANCEN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ KonsumentInnen tendieren immer mehr zu „regionalen“ Qualitätsprodukten. ▪ Ausbau eines Regionsshops, bessere Vermarktung regionaler Produkte ▪ Zunehmende Bedeutung der Erneuerbaren Energie ▪ Landschaftliche Vielfalt u. Schönheit; Naherholung, |
| TOURISMUS / KULTUR & KUNST | |
| <p>STÄRKEN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Touristische Highlights: Lipizzanergestüt Piber, Hundertwasser-Kirche und Glas, Wallfahrtskirche Maria Lankowitz, etc. ▪ Bergregion: Schifahren, Wandern ▪ Vielfältiges Freizeit- u. Erholungsangebot, z.B. Therme Köflach, Piberstein Badesee u. Golfplatz ▪ Charakter der Menschen: heimatverbunden, gesellig, engagiert und kreativ ▪ Traditionspflege, aktives Vereinsleben; Feiern von Festen ▪ Viele gute regionale Veranstaltungen (> Qualität steigern um Schubkraft zu bekommen) | <p>SCHWÄCHEN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zum Teil qualitative Defizite bei Tourismusbetrieben ▪ Bereitschaft/ Leidenschaft und Engagement fehlt bei den Betrieben oft (Tourismusgesinnung und Dienstleistungshaltung) ▪ Nicht ausreichendes Angebot Gastronomie und Beherbergung (keine großen Betriebe) ▪ Fehlende Buchungsplattform für gesamte Lipizzanerheimat ▪ Fehlende gesamtregionale Tourismusorganisation ▪ Initiativen in Richtung Naherholung / Tourismus wurden bis dato von den Gemeinden nicht gesetzt |

TOURISMUS / KULTUR & KUNST

RISKEN

- Saisonlastigkeit im Tourismus, Ausrichtung auf den Tagestourismus

CHANCEN

- attraktive Hauptanziehungspunkte für Gäste und Naherholungssuchende
- Positionierung als Region der Technologie und des Tourismus
- Steigender Trend von Wandern und Naturangeboten: z.B. Rucksackdörfer
- Stärkere touristische Annäherung an Graz

SOZIALES, BILDUNG, LEBENSLANGES LERNEN; DIVERSITÄT,

STÄRKEN

- Gutes Angebot höherer Schulen
- leistbares Wohnen in Region
- Nähe zu umfangreichem Bildungsangebot durch Nähe zu Großraum Graz und gute Erreichbarkeit durch öffentl. Verkehr
- Vernetzung von Einrichtungen im Gesundheits- und Pflegebereich
- MigrantInnen mit akademischen Abschlüssen (mehr Frauen als Männer)

SCHWÄCHEN

- Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche ab 16 gering
- Informationsstand der Jugendlichen über Region eher mittelmäßig
- Positive Einstellung der Unternehmen zu älteren ArbeitnehmerInnen fehlt
- Nutzung des Potenzials gut qualifizierter Migrantinnen und Migranten

RISKEN

- Abwanderung (Braindrain) vor allem auch von Hochqualifizierten, vor allem Frauen
- Stagnierende bzw. rückläufige Bevölkerungszahl
- Überalterung (-> vielleicht aber auch Chance?)
- Problem Armut/Wohnen: Teilzeit ist nicht existenzsichernd; Fortbildung oft nicht leistbar.

CHANCEN

- Charta der Vielfalt des Zusammenlebens in der Steiermark
- FH im Bereich erneuerbare Energie ansiedeln
- IKT - aufsuchende Bildungsarbeit für Frauen und Männer
- Angebote für SeniorInnen (Frauen und Männer)
- Arbeitsplätze für Menschen mit Einschränkungen (große regionale Erfahrung durch verschiedene Projekteumsetzungen in diesem Bereich)
- Trend zum Leben im ländlichen Raum

GENDERPERSPEKTIVE, FRAUEN

STÄRKEN

- Vielseitiges Bildungsangebot: 40 Schulen u. 31 weitere Bildungseinrichtungen (Kindergarten, Erwachsenenbildung, Musikschulen, etc.)
- Kinderbetreuung gut organisiert (eher in zentralen Orten)
- Frauenservicestelle (akzente)
- Ausbildungsmanagement für Frauen (ZAM)
- Unterstützung für arbeitslose Frauen (ZAM)
- Frauen- und Gleichstellungsstrategie 2020
- Sehr viele Absolventinnen v. höheren Schulen
- Vorhandenes Potential ungenützter Ressourcen von Frauen

SCHWÄCHEN

- Schwere Vermittelbarkeit von Frauen 45+
- segmentierte Berufswahl von Mädchen und Burschen

RISKEN

- Rückläufige Geburtenentwicklung
- Abwanderung von qualifizierten Frauen
- Geringes Angebot an hoch qualifizierten Arbeitsplätzen für Frauen

CHANCEN

- Unternehmen motivieren ältere Frauen und Personen anzustellen und weiterzubilden (motiviertes, ungenutztes Arbeitskräftepotential)
- Frauen- und Gleichstellungsstrategie 2020
- steigende Anzahl an Mädchen/Frauen und Burschen/Männer mit Matura

| | |
|--|---|
| <p>JUGEND</p> | |
| <p>STÄRKEN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Viele Vereine mit aktiver Jugendarbeit (Landjugend, Feuerwehr, Musikvereine, Sportvereine, etc.) und Vermittlung nonformaler Bildung ▪ Kinder u. Jugendliche bis 16 Jahren gut mit Angeboten der Region versorgt ▪ arbeitsmarktnahe Ausbildung für Jugendliche mit Lernschwäche (Berufsausbildungsassistenz) ▪ Ausbildungsverbund ▪ Überdurchschnittliche hohe Ausbildung von Lehrlingen ▪ Aktive Jugendzentren im Kernraum | <p>SCHWÄCHEN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wenig Beteiligungsmöglichkeiten auf Gemeinde- und Regionsebene ▪ Unzufriedenheit bei 16-20 Jährigen, wenig Perspektive in Region ▪ Abwanderung; bis 16 Jahre gut versorgt, dann verliert man sie ▪ Zu wenig Ausbildungsplätze/ Arbeitsplätze ▪ fehlendes Bewusstsein in Wirtschaft für jugendliche Randgruppen ▪ fehlendes Bewusstsein und Know-how zur Förderung von Geschlechtergleichstellung und Diversität ▪ wenig soziale Treffpunkte in Umlandgemeinden (stark an Interessen von Burschen orientiert) ▪ segmentierte Berufswahl von Mädchen und Burschen |
| <p>RISKEN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Fehlendes höheres Ausbildungsangebot nach Schule, z.B. FH ▪ Fehlendes positives Image der Lehre ▪ Geringes Angebot an hoch qualifizierten Arbeitsplätzen (vor allem für Frauen) | <p>CHANCEN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bildung in der Region um Jugendliche „da zu halten“ (Bildungsangebote für die Zeit nach der Matura) ▪ Viele Angebote mit Schnittstelle Übergang von Schule zu Beruf ▪ Ausbildungsverbund bildet über eigenen Bedarf aus ▪ Sensibilisierung der Eltern, Elternarbeit für Bildung, Lehre u. Entwicklungsmöglichkeiten in Region ▪ mehr Ausbildungsbetriebe ▪ steigende Anzahl an Mädchen/Frauen und Burschen/Männer mit Matura |
| <p>STANDORT / WIRTSCHAFT</p> | |
| <p>STÄRKEN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Region mit hohem Erholungswert, beliebte Naherholungsdestination für den Großraum Graz, Ausflugs- und Tagestourismus ▪ Verkehr/gute Erreichbarkeit der Zentralräume Köflach/Voitsberg ▪ gemeindeübergreifende Aktivitäten (z.B. im Bereich der Abfall- und der Wasserwirtschaft) ▪ viele Wohnsitzgemeinden mit hoher Lebensqualität - weitgehend ohne nennenswerte Umweltbelastungen ▪ Nischen für Betriebsansiedlungen: Standortwahl neuer Betriebe erfolgt vor allem aufgrund der Erreichbarkeit und Flächenverfügbarkeit ▪ Überdurchschnittliche Ausbildungsquote von Lehrlingen ▪ Stärkefeld Elektro-, Metall-, Maschinenbau ▪ Hohe Erwerbsquote von Männer u. Frauen | <p>SCHWÄCHEN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ zu geringer Kooperations-Vernetzungsgrad zwischen den einzelnen Akteuren ▪ Kaum Risikokapital und damit Finanzschwäche ▪ Fehlende Betriebsnachfolgen im gewerblichen Bereich und auch in der Landwirtschaft (Bergregion) ▪ Teilweise mangelnde innerregionale Anbindung an ÖV ▪ Geringstes Wohlstandsniveau (Einkommen im Steiermarkenschnitt unterdurchschnittlich) ▪ Innenstadtentleerung (Voitsberg, Köflach, Bärnbach) ▪ Keine Ganztagschulen und wenig Angebot an Ganztagskinderbetreuung (vor allem in der Peripherie) ▪ Hoher Anteil geringfügig beschäftigter Frauen |

STANDORT / WIRTSCHAFT

RISKEN

- Teilweise weite Wege zum Arbeitsplatz u. hoher Anteil an Auspendlern
- Fachkräftemangel in Tourismus, Technik, Verkauf/Dienstleistung, (-> Potenzial: Frauen)
- Betriebsnachfolge (-> bestehende Betriebe müssen unterstützt werden)
- „Verwundbarkeit“ durch einige wenige große Betriebe in der Region
- Fehlender Ausbau B70 (Autobahnzubringer)
- Geringer Kaufkraftindex u. Steuerkopfquote

CHANCEN

- Menschen aus dem Ballungsraum Graz suchen attraktive Naherholungsmöglichkeiten, wirksame Hauptanziehungspunkte für Gäste und Naherholungssuchende
- Ein gemeinsames Betriebsansiedlungsmanagement in Region. Vorteile der Region kommunizieren.
- Gemeinsame Entwicklungsstrategie
- Interkommunaler Finanzausgleich
- Energie, Region, Natur und Tradition: Themen mit viel Entwicklungspotenzial
- Strukturwandel durch Schließung Bergbau
- Aufbruchsstimmung Tourismus (Therme, Hotel Nova)

DACHMARKE LIPIZZANERHEIMAT

STÄRKEN

- Dachmarke Lipizzanerheimat: transportiert Besonderheiten der Region, schafft starkes Bewusstsein für Region
- Beginnende Kooperationsbereitschaft zur Vermarktung der Region
- Umgesetzte Projekte als Motivation und Multiplikator f. weitere Projekte
- Breite Produktpalette fördert die Vielfalt unter den AnbieterInnen

RISKEN

- Zunahme von Markenkonzepten, Konkurrenz
- Bürokratischer Aufwand für ProjektteilnehmerInnen

SCHWÄCHEN

- Mangelndes Selbstbewusstsein
- Vorhandene Einzigartigkeiten werden noch zu wenig genutzt
- Dachmarke Lipizzanerheimat: es fehlt teilweise an engagierten Umsetzungspartnern
- Ausbaufähige Interaktion zw. regionaler Gastronomie, Kultur u. Freizeiteinrichtungen

CHANCEN

- Viel Potenzial auf engstem Raum: vorhandene Einzigartigkeiten werden noch zu wenig genutzt
- Glas und Region: Inwertsetzung des Themas Glas
- Regionale Leitprodukte profilieren
- Beteiligung des Landes am Projektfonds der Region

LEADER LIPIZZANERHEIMAT 2007 – 2013

STÄRKEN

- Dachmarke Lipizzanerheimat erfolgreich implementiert und großes bestehendes Interesse dafür
- Alle Gemeinden stehen hinter der Dachmarke
- Attraktive Angebote für Naherholung umgesetzt (Genussradeln, Energieerlebnispark Zangtal, Wandern)
- Großes Potenzial der Betriebe für Produkt- und Angebotsentwicklung (unter Dachmarke viele Produkte entwickelt)
- Ein Regionsgutschein mit mehr als 250 Betrieben in der Region umgesetzt
- Viele kreative Ideen um das Image der Region unter der Dachmarke zu heben
- Gesteigerte Kooperationsbereitschaft zur gemeinsamen Vermarktung der Region (viele gemeinsame Veranstaltungen und Messebesuche erfolgreich durchgeführt)
- Umgesetzte Projekte als Motivation und Multiplikator f. weitere Projekte
- Viele gute regionale Veranstaltungen, wie Käsefest (Steir. Milchstraße), Lipizzaner Almbetrieb, Brauch-

SCHWÄCHEN

- Noch zu wenig Selbstbewusstsein für die eigenen Stärken
- Sektorübergreifende Kooperationen einzeln vorhanden, jedoch noch viel Potential für Ausbau in die Breite
- Gemeinsame professionelle Vermarktungsstrukturen fehlen (ein gemeinsamer Regionsshop)
- Mentalität der Region noch stark vom jahrzehntelangen Bergbau und der Glasindustrie geprägt – Tourismusgesinnung erst im Aufbau
- Fehlendes Risikokapital

| LEADER LIPIZZANERHEIMAT 2007 – 2013 | |
|--|---|
| <p>tumsfest, Lipizzanerheimatball etc., die viele auswärtige Besucher anlocken, als Impuls für Regionalentwicklung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gute Kooperationen mit Schulen, sodass Jugend aktiv in die Regionalentwicklung eingebunden werden kann (z.B. Energiecenter macht Schule) ▪ Regionales Energiekonzept umgesetzt und Energiemodellregion etabliert ▪ Neue Finanzierungsmodelle entwickelt (Regionaler Projektfonds) ▪ Regionsspezifische Produkte von hoher Qualität, z.B. Steirische Milchstraße, Käseakademie, Wein von Lipizzanerheimat Winzern ▪ Viel Potential für erneuerbare Energie | |
| <p>RISKEN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bürokratischer Aufwand für ProjektteilnehmerInnen ▪ Geringer Kaufkraftindex und geringe Steuerkopfquote der Region ▪ Abwanderung von hochqualifizierten Männern und Frauen aufgrund fehlender Arbeitsplatzangebote ▪ Rückgang landwirtschaftlicher Betriebe (zunehmende Verwaltung – schlecht für Tourismus) | <p>CHANCEN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Viel Potenzial auf engstem Raum für neue Entwicklungen ▪ Regionale Leitprodukte profilieren ▪ Beteiligung des Landes am Projektfonds der Region ▪ Steigende Nachfrage nach regionalen Produkten ▪ Umweltbewusstsein steigt – Chance für erneuerbare Energie (verstärktes Angebot für Energie aus Wasser, Wind und nachwachsenden Rohstoffen) ▪ Aufbruchsstimmung für Tourismus mit Ausbau der Therme und des Hotels Nova nutzen, sowie Vorbereitungen für Einreichung Weltkulturerbe Lipizzaner ▪ Viele erfahrene Projektträger ▪ Gute Basis der Zusammenarbeit über alle Parteigrenzen hinweg |

2.4 Darstellung der lokalen Entwicklungsbedarfe

Die nachstehenden Inhalte stellen Analysen und auch daraus abgeleitete Bedarfe der Region dar. Die Ausführungen sind daher als „Verbindungsglied“ zwischen den Kapiteln Analyse und regionale Entwicklungsbedarfe zu verstehen.

Folgende Entwicklungsnotwendigkeiten lassen sich aus der Regionsanalyse, den regionalen Daten, der SWOT, den regionalen Gegebenheiten und aus den Ergebnissen der Beteiligungsworkshops ableiten.

Gender- und Diversitätsperspektive

In der LEADER-Periode 07-13 war die Einbindung und Motivation zur Mitwirkung unterschiedlichster Interessens- und Beteiligungsgruppen ein wichtiges Anliegen. Im Sinne des **Gender Mainstreams und des Nationalen Aktionsplans für Gleichstellung von Frauen und Männern**²¹ steht die **Chancengleichheit und Einbindung von Frauen in die Berufswelt** im Mittelpunkt. Insbesondere vor dem Focus des Mangels an Facharbeitskräften soll Frauen neue Berufswege aufgezeigt werden. Die **Diversifikation der Ausbildungswege und der Berufswahl von Frauen** ist deshalb ein zentraler Ansatzpunkt.

Die politische Beteiligung von Frauen im Sinne der Repräsentanz in formalen regionalpolitischen Strukturen in der Region ist gar nicht bis wenig ausgebildet. Die Vertreter der Sozialpartner in der Region (AK, WK, LK, ÖGB) sind ausschließlich Männer, die AMS-Leitung ist mit einem Mann besetzt. Immerhin ist die für die Region zuständige Abgeordnete zum Nationalrat eine Frau. Außer dem AMS verfügen die ge-

²¹ Nationaler Aktionsplan. Leitpapier Gleichstellung von Frauen und Männer am Arbeitsmarkt. Bundeskanzleramt – Bundesministerin für Frauen und Öffentlichen Dienst, Wien 2009

nannten Institutionen (Sozialpartner, Gemeinden) auch über keine Gleichstellungsbeauftragten. Da regionalpolitische Gremien mit FunktionsträgerInnen aus oben genannten Organisationen besetzt sind, zeigt sich auf diesen Ebenen ebenfalls eine ausgeprägt männliche Dominanz.

*Die Interventionsmöglichkeiten in Richtung geschlechtergerechte Umsetzung von Leader liegen in der **Steuerung des Diskurses und in der Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen und Projekten und in Vorgaben.** Ein Prozess, der die Einnahme der Gender Perspektive von der Entwicklung bis zur Umsetzung (geschlechtsspezifische Analyse, die Formulierung von Gleichstellungszielen, gendersensible Moderation, Sicherung einer ausgeglichenen Repräsentanz in der Umsetzung) gewährleistet, dass die Projekte einen Beitrag zur Geschlechtergleichstellung leisten. Auch Vorgaben zur Zusammenstellung von Projektgruppen in Bezug auf eine ausgeglichene Repräsentanz (mit besonderer Beachtung der Aufgabenverteilung!) können im Rahmen der Steuerung von Leader-Aktivitäten gesetzt werden.*

Vorgaben und Diskurs in Leader sind so zu gestalten, dass eine ernsthafte Auseinandersetzung mit der Gleichstellungsfrage im Sinne der Qualität von Maßnahmen und Projekten passiert, durch Vorgaben zur geschlechtsspezifischen Analyse und dem Auftrag zur Formulierung von Gleichstellungszielen.

Die in der **Region befindlichen Einrichtungen** wie z.B. akzente oder das Zentren für Ausbildungsmanagement (zam) beschäftigen sich mit dieser Thematik und unterstützen durch **spezielle Maßnahmen die Gleichstellung von Frauen am Arbeitsmarkt und in allen Bereichen der Gesellschaft.** In der Region wurden Projekte realisiert, die sich mit der **Berufsorientierung, der Einbindung arbeitsloser, lernun- gewohnter oder bildungsbenachteiligter Frauen oder Migrantinnen beschäftigen**²², die auch in der kommenden LEADER-Periode weitergeführt bzw. weiterentwickelt werden.

Die LAG Lipizzanerheimat wird auch in LEADER 14-20 Strategien der Geschlechtergleichstellung und Diversität im Sinne einer Querschnittsmaterie in allen Bereichen und Projekten weiterverfolgen. Die Kriterien der Projektvergabe enthalten die Berücksichtigung dieser Ansätze. Die regionalen Ergebnisse der Gleichstellungsstrategie²³ haben Eingang in die SWOT und Aufgabenstellung der Region gefunden und werden bei der Umsetzung von Projekten berücksichtigt. Damit ist gewährleistet, dass Frauen und Männer aller Bevölkerungsgruppen gleichermaßen von den öffentlichen Geldern, die in Leader eingesetzt werden, profitieren. In Bereichen, in denen sich ein Gender Gap zeigt (Frauen am Arbeitsmarkt, in technischen Berufen, in der Mobilität, bildungsbenachteiligte ältere Frauen) kommen spezifische Frauenfördermaßnahmen im Sinne einer positiven Diskriminierung und zum Ausgleich bestehender Ungleichstellung zum Einsatz.

*Zum Thema Migration kann angeführt werden, dass der Anteil ausländischer Wohnbevölkerung in der Lipizzanerheimat mit 3,1% vergleichsweise gering ist (Steiermark: 7,5%; Österreich: 11,%) und unabhängig von den individuellen Bedürfnissen das Thema der **Migration** in der Region keinen großen Ansatzpunkt in der LES darstellt. Im Rahmen des überregionalen Vernetzungsprojekts „connecting.communities“ werden die Weiterbildungsbeteiligung von Migrantinnen sowie die interkulturelle Öffnung vor Ort angeregt.²⁴*

Jugend

Generell ist festzustellen, dass **Kinder und Jugendliche bis 16 Jahre gut mit Angeboten versorgt** sind und dass sie mit dem schulischen und außerschulischen Ausbildungsangebot, sowie mit dem Vereinsangebot zufrieden sind. Erst danach „verliert“ man sie in andere Regionen. Junge Menschen gehen zu Ausbildungs- bzw. zur Arbeitszwecken zumeist in den Ballungsraum nach Graz. **Immer weniger Jugendliche sehen ihre Lebensperspektive in der Region**, die Abwanderung ist oft die Folge. Es gibt jedoch in Kindergärten/Schulen und außerschulischen Bereichen einen **Aufholbedarf zur systematischen Förderung von Geschlechtergleichstellung und Vielfalt.** Hier setzt das geplante Projekt Berufserlebnistag Technik an, in

²² Vlg. www.akzente.or.at und www.zam-steiermark.at

²³ Steirische Frauen- und Gleichstellungsstrategie 2020. Die Steiermark am Weg zu mehr Fairness und Geschlechter-Gerechtigkeit. Land Steiermark, A6-Fachabteilung Gesellschaft und Diversität, 2014

²⁴ akzente, Jahresbericht 2013

dem 10 Unternehmen, 9 Schulen und 15 Gemeinden, sowie regionale Institutionen, wie Beschäftigungspakt, Wirtschaftskammer, Arbeiterkammer, Arbeitsmarktservice, etc. kooperieren. Ziel sind **Sensibilisierungsmaßnahmen durch Informations- und Öffentlichkeitsarbeit, Schul- und Elterninformationsveranstaltungen um Chancen und Perspektiven in der regionalen Wirtschaft für junge Mädchen und Bur-schen aufzuzeigen**, um zukünftigen Abwanderungstendenzen entgegenzuwirken.

Im Jahr 2012 wurde in der Region in der Kleinregion Kernraumallianz Voitsberg eine **umfassende Analyse über die Lebensqualität von Jugendlichen** durchgeführt. Die Befragung ergab, dass die Jugendlichen mit dem Freizeitangebot und Informationen über regionale Möglichkeiten eher mittelmäßig zufrieden sind. Das Mobilitätsangebot wird tagsüber an Wochentagen als gut, abends an Wochentagen und am Wochenende als eher schlecht beurteilt. Die wichtigsten gewünschten Mitbestimmungsthemen sind Freizeitgestaltung, Politik, Verkehr und Umweltschutz. Der Wunsch der Jugendlichen nach Ermäßigungen (Jugendkarte) ist groß, vor allem in den Bereichen Freizeit/Sport, Kultur und Mobilität.²⁵

Daseinsvorsorge

Die Überalterung der Bevölkerung, die Auflösung der Familienverbände, die Einbindung von sozial benachteiligten Menschen und Menschen mit Behinderungen erfordern in Zukunft neue Lösungen für die Lebens- und Betreuungssituation dieser Menschen. In der **LEADER Periode 07-13 wurden Maßnahmen und Projekte zur Beschäftigung benachteiligter Menschen und zum Thema Sozialwirtschaft erfolgreich durchgeführt**, wie z.B. ein Ausbildungs- und Qualifizierungsprojekt für Jugendliche mit Beeinträchtigung (Flower Power); die gemeinnützige Beschäftigungsgesellschaft BEST für vorrangig Langzeitbeschäftigungslose und arbeitsmarkferne Menschen; ReUse, Gebrauchtwarenmarkt und Beschäftigungsplätze für arbeitsmarktpolitische Zielgruppen; das Caritas Projekte IDA (Integration durch Arbeit), das niederschwellige Arbeit z.B. in einem Kräutergarten anbietet. Diese Projekte eröffnen Langzeitarbeitslosen oder Frauen und Männern mit besonderen Bedürfnissen neue Perspektiven, um einerseits wieder in den Regelarbeitsmarkt integriert zu werden, sowie andererseits durch Wertschätzung und Anerkennung ihrer Leistungen wieder ihren Platz in der Gesellschaft zu finden.

Freiwilligentätigkeit und Nachbarschaftshilfe tragen dazu bei, dass Ältere möglichst lange in ihrer gewohnten Umgebung bleiben können und mit einfachen Hilfsdiensten (Einkaufen, Vorlesen, Rasenmähen, etc.) unterstützt werden können. Durch die Umsetzung unterschiedlichster Projekte konnten in der Region umfangreiche Erfahrungen gesammelt und Kompetenzen aufgebaut werden, die im Rahmen eines weiteren Ausbau von Betreuungs- und Beschäftigungsangeboten, wie z.B. dem Zeit- und Hilfsnetz, Green care, etc. weitergeführt bzw. neu entwickelt werden sollen. Aber auch die Schaffung professioneller, sozialwirtschaftlicher Einrichtungen ist geplant.

Die Situation der **Nahversorgung** stellt in weiten Gebieten der Region keine besondere Problematik dar. Lediglich einige Dörfer in der Bergregion sind durch das Fehlen bzw. nicht zuletzt durch die „Abwanderung“ von Nahversorgungsbetrieben und auch anderer Einrichtungen, wie Banken, Post, Polizei hier benachteiligt. Dies trifft vor allem wenig mobile Menschen, im ländlichen Bereich auch vorrangig ältere Frauen, die auch oftmals über keinen Führerschein verfügen.

Da auch der **Verkehr** für die Daseinsvorsorge eine zentrale Rolle spielt, ist zu erwähnen, dass der Raum Köflach und Voitsberg durch eine Bundesstraße an die Südautobahn A2 (Wien-Villach) angeschlossen ist. Als Teil des steirischen S-Bahn-Netzes verbindet die Graz-Köflacher Bahn die Region mit dem Zentralraum Graz.²⁶ Themen des Verkehrs sind die Sicherung der Finanzierbarkeit des regionalen Verkehrssystems“, sowie die notwendige Erweiterung und Anpassung auf die Region, ausgehend von den Haltestellen und dem Endpunkt der S-Bahn in Köflach, damit die innerregionale Anbindung der Region vor allem zu den Freizeit- und Tourismusdestinationen durch den ÖV gewährleistet ist.

²⁵ Aspekte der Lebensqualität von Jugendlichen in der Kernraumallianz Voitsberg, Land Steiermark, A6 Bildung und Gesellschaft, Fachabteilung Gesellschaft und Diversität, Referat Jugend, 2012

²⁶ Vgl. Arbeitsmarkprofil Voitsberg 2013. Arbeitsmarktservice Österreich

Mit dem Energie Center und dem Energieforum Lipizzanerheimat stehen der **Region Einrichtungen zur Verfügung, die für Informationsarbeit, Bewusstseinsbildung und für Impulse zur effizienten Energienutzung und für die erneuerbare Energie** sorgen und damit auch einen wesentlichen Beitrag zum Klima- und Umweltschutz leisten. Die realisierten Projekte reichen von spezifischen Schulungsangeboten und Bewusstseinsbildungsmaßnahmen über Effizienzprojekte bis hin zu E-Mobilitätslösungen. Die Stadtgemeinde Voitsberg errichtete in Zusammenarbeit mit GKB und Verbund den Energie Erlebnis Park Zangtal. Der Park gilt als ein wichtiges Leitprojekt der Region und soll gleichzeitig, vor allem auch vor dem Hintergrund der Geschichte der Region als Kohlebergbauebiet, auf die Entstehung, Bedeutung und unterschiedliche Arten von Energie, sowie auf alternative Herstellungsformen von Energie hinweisen. Im Rahmen von LEADER 14-20 sind Pilotprojekte zur erneuerbaren Energie und Maßnahmen zur Bewusstseinsbildung geplant.

Lebenslanges Lernen

Insgesamt kann das Bildungsangebot der Region als gut bezeichnet werden. Viele Schulen und Bildungseinrichtungen sind auf engstem geografischem Raum anzufinden. Eine Reihe von **außerschulischen Bildungseinrichtungen, wie die Regionaleinrichtungen des Berufsförderungsinstituts (bfi), des Wirtschaftsförderungsinstituts (WIFI), des Ländlichen Fortbildungsinstituts (LFI) und der Volkshochschule** befinden sich in der Region. Darüber hinaus steht das **Zentrum für Ausbildungsmanagement (zam)** insbesondere für **Frauen und Unternehmen**, die Erwachsenenbildungseinrichtung akzentuieren als Expertenorganisation für **lebensbegleitendes Lernen** sowie die **Wirtschaftsoffensive (Wof) Voitsberg als Initiator und Vorreiter für Arbeitsstiftungen** und als kompetenter Träger und Impulsgeber für Aus- und Weiterbildung zur Verfügung. Durch die relative Nähe zur Landeshauptstadt Graz, die auch mittels öffentlichen Verkehrs gut erreichbar ist, steht auch das dort vorhandene umfangreiche Bildungsangebot zur Verfügung.

Lebenslanges Lernen bedeutet nicht nur das Bereitstellen konkreter Bildungsangebote, sondern bedarf auch der Sensibilisierung und Bewusstseinsbildung z.B. über die Bedeutung von Bildung, Ausbildung und Lehre sowie über die Notwendigkeit von Lebenslangem Lernen. Um näher an die Zielgruppe heranzukommen, sind in Zukunft „Zentrale Bildungsknoten“ in den Gemeinden geplant.

LEADER - Dachmarke

Bereits in den vergangenen LEADER Perioden standen die regionalen Ressourcen der Bereiche Natur, Kultur, Genuss, Energie und Erlebnis im Zentrum der Entwicklungen, wobei besonders die Dachmarke Lipizzanerheimat seit der letzten LEADER-Periode einen besonderen regionalen Stellenwert einnimmt. Die Marke spiegelt die Besonderheiten der Region, ihre touristischen Attraktionen, die erstklassigen landwirtschaftlichen Produkte und die Leistungsfähigkeit der regionalen Wirtschaft wider und unterstützt die regionale Weiterentwicklung und Vermarktung auf allen Ebenen. Auch in der neuen LEADER-Periode wird dieser eingeschlagene Weg, der sich 2007 bis 2013 sehr bewährt hat, fortgesetzt werden. Die Lipizzanerheimat ist einzigartig und hat eine fest mit der Region verbundene Positionierung. Die Grundlage für die Lokale Entwicklungsstrategie bilden einerseits die historische Entwicklung der Region, sowie andererseits jüngste Entwicklungsschritte und aktuelle Herausforderungen. Das macht diese Strategie für die gesamte Region, ihre AkteurInnen, Wirtschaftstreibende und BewohnerInnen so wichtig

Wirtschaft

*Allein die Wirtschaftskraft (niedriges Medianeinkommen, geringste Steuerkopffquote in der Steiermark, etc.) zeigt, dass dringender Handlungsbedarf besteht und die Region alles daran setzen muss, **Maßnahmen zur Sicherung und Stärkung der regionalen Wirtschaft** zu unternehmen. Wesentliche Ziele der Region sind die Stärkung und Sicherung der Wirtschaft und die Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen für Frauen und Männer in der Region. Ergänzend sind Lehrlings- und Fachkräfte auszubilden. Dazu sind in der LES entsprechende Maßnahmen durch Bildungsangebote, Qualifizierungsverbände und Wirtschaftskooperationen vorgesehen, die auch zur Erhöhung der Erwerbsquote und des Einkommens von Frauen in der Region beitragen sollen.*

Tourismus

Aktuell ist ein hoher Anteil an 2 und 3 Stern Betrieben vorhanden. Die Auslastung im 3 Stern Segment liegt mit 72 Vollbelegtagen weit unter dem Durchschnitt (Stmk: 103 VT / Ö: 129 VT). Da ein wirtschaftlicher Betrieb unter diesen Rahmenbedingungen nur sehr schwer möglich ist, wird auch hier früher oder später eine Bereinigung stattfinden. Das Angebot an Qualitätsgästebetten ist in der Region nicht ausreichend, weshalb auch in der LES Lipizzanerheimat Infrastrukturmaßnahmen vorgesehen sind, um dieses Angebot auszubauen. Ebenso der weitere **Ausbau der Freizeit- und Erlebnisangebote, vor allem als Naherholungsgebiet für den Großraum Graz**, stellt einen wichtigen Schwerpunkt der kommenden LEADER Periode dar, wobei die Vermarktung unter der Dachmarke Lipizzanerheimat eine zentrale Rolle spielt. Durch die im Rahmen von LEADER entwickelten **Angebote im Bereich Natur, Kunst, Kultur, Kulinarik und Veranstaltungen hat die Region neue Schwerpunkte** geschaffen, die von den Gästen der Region verstärkt nachgefragt werden. In diesem Zusammenhang sind auch regionale Wertschöpfungsketten, vom Landwirt über die Gastronomie bis zum Endverbraucher, weiter auszubauen, regionale Spezialitäten, wie z.B. Wein und Käse qualitativ weiter zu entwickeln noch stärker in den Vordergrund zu stellen und unter der Dachmarke zu vermarkten.

Ziel im Tourismus ist es, die **Lipizzanerheimat für die Gäste und auch die Bevölkerung der Region durch Erlebnis- und Freizeiträume noch stärker wahrnehmbar und erlebbar zu machen**. Ein wichtiges Ziel ist es, das Lipizzanergestüt Piber als Weltkulturerbe der UNESCO auszeichnen zu lassen.

Landwirtschaft

Auch hier ist Entwicklungsbedarf feststellbar und wird in der LES aufgegriffen. Der weitergehende Strukturwandel macht die **Diversifizierung der Betriebe in Richtung professioneller Produktentwicklung und Vermarktung** erforderlich. Da im Zusammenhang mit dem Nebenerwerb zumeist die Frauen die Tätigkeiten am Hof verrichten, werden im Rahmen von LEADER z.B. durch Green Care, **neue Produkte und Dienstleistungen entwickelt, die auch neue Einkommensmöglichkeiten für Frauen schaffen**.

Aktionsfeld 1: Steigerung der Wertschöpfung in der Lipizzanerheimat

Dachmarke Lipizzanerheimat weiter entwickeln – Entwicklungsbedarf:

In der vorangegangenen LEADER-Strategie stellte die Entwicklung der Dachmarke Lipizzanerheimat ein wesentliches Leitprojekt und auch eine Erfolgsgeschichte der Region dar. Der Entwicklungsprozess generell, die Erarbeitung der Marke, das Markenzeichen selbst und eine Reihe von flankierenden Maßnahmen im Bereich Marketing wurden dabei erfolgreich umgesetzt. Regionale Produkte wurden unter der Dachmarke entwickelt und zum Teil auch vermarktet. Eine wichtige Grundlage wurde geschaffen, die für weitere Entwicklungsschritte Potenzial hat.

In **Bezug auf die SWOT** zielt die Dachmarke Lipizzanerheimat darauf ab, die vorhandenen **Stärken**, wie den erfolgreichen Prozess der Dachmarkenentwicklung, die Einbindung weiterer PartnerInnen in die Produktentwicklung und beim Regionsgutschein, sowie die Inwertsetzung regionaler Themen, wie z.B. Weltkulturerbe Lipizzaner zur Stärkung der regionalen Identität und zum regionalen Bewusstsein weiter voran zu treiben. Damit kann man auch den **Schwächen** des mangelnden regionalen Selbstbewusstseins und der noch unzureichenden Nutzung der regionalen Besonderheiten und Einzigartigkeiten entgegenwirken. Trotz der **Risiken**, durch bereits bestehende Markenkonzeppte und zunehmender Konkurrenz, will die Region die **Chancen** des zunehmenden Interesses an der Region mit Entwicklungspotential für Wirtschaft, Lipizzaner, Natur, Kultur, Energie, Kulinarik, u. v. m. nachhaltig nutzen.

Die Dachmarke hat einen übergeordneten, sektorübergreifenden Charakter und vereint eine Reihe strategischer Zielsetzungen aus den anderen Aktionsfeldern. Ebenso entsprechen einige Themenschwerpunkte einer Querschnittsmaterie, die teilweise über mehrere Aktionsfelder wirksam wird.

| | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Weiterführung des bisher erfolgreichen Dachmarkenprozesses ▪ Bewusstsein und regionale Identität weiter ausbauen und stärken | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Schaffung von Leitprodukten, Produkte der Region, die kulinarischen Besonderheiten der Region darstellen und vermarkten |
|---|---|

| | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vernetzungspotenziale erkennen, weiter ausbauen und neue Möglichkeiten für Arbeit und Einkommen schaffen ▪ Qualitätsstrategie Lipizzanerheimat: Produkte und Regionalität schaffen ▪ Wertschöpfungsketten ausbauen und Wertschöpfung erzielen (Landwirtschaft, Wirtschaft, Tourismus) | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vielfältige Entwicklungspartner einbinden – Dachmarke als Vernetzungsprojekt und deren Einbindung durch Kleinprojekte ▪ Regionsgutschein Lipizzanerheimat - Vernetzung der Wirtschaft der Lipizzanerheimat und Bewusstsein für regionale Ressourcen und Produkte schaffen ▪ Aufbau eines Regionsshops Lipizzanerheimat – Logistik und Vermarktung |
|---|---|

Wettbewerbsfähigkeit der Klein- und Mittelbetriebe und der Landwirtschaft verbessern

In Bezug auf die SWOT werden die regionalen **Stärkefelder** Elektro-, Metall und Maschinenbau in einer intakten und lebenswerten Umwelt noch stärker fokussiert, wobei die Region auch als Unternehmensstandort mit hoher Ausbildungsquote von Lehrlingen und guter Erreichbarkeit, sowie mit ProduzentInnen hervorragender landwirtschaftlicher Produkte punkten kann. **Schwächen**, wie noch unzureichende Kooperationen und Vernetzungen, ebenso wie Fachkräftemangel in verschiedensten Bereichen und Innenstadtentleerung soll entgegengewirkt werden, damit ein Beitrag zur Hebung des Wohlstandsniveaus geleistet wird. Die **Chancen** der Qualifizierung von Facharbeitskräften, die innerbetriebliche Qualifizierung auch von Frauen, sowie das Erkennen des noch ungenützten Potentials von Frauen, für Arbeitsfelder in Naturwissenschaft, Technik und für Diversifizierung soll zur Standortsicherung beitragen und für aktives Betriebsansiedlungsmanagement genutzt werden und damit dem Risiko der Abwanderung bzw. des steigenden PendlerInnenaufkommens entgegenwirken.

Für die Wettbewerbsfähigkeit der KMUs und der Landwirtschaft besteht somit folgender Entwicklungsbedarf:

| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Wirtschaft stärken durch: Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit von Betrieben; Sicherung der Betriebsnachfolge; Zusammenarbeit u. Aufbau von Kooperationen; Verbesserung der Qualität; Ausbildungsmöglichkeiten für regionale Stärkefelder schaffen ▪ Qualifizierung und Weiterbildung ist in Region erforderlich – Motivation von Wirtschaftstreibenden und MitarbeiterInnen zur Qualifizierung und Weiterbildung; Sensibilisierung- und bewusstseinsbildende Maßnahmen | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Unternehmensnahe Ausbildung von Fachkräften: Zusammenarbeit von Wirtschaftsbetrieben der Region und Qualifizierungseinrichtung, insbesondere in den Stärkefeldern der Region, wie z.B. Metall, Elektrotechnik, Tourismus, etc. ▪ Das Arbeitsangebot und die Chancengleichheit für Frauen verbessern (nicht traditionelle Berufsfelder und innerbetriebliche Karriere) ▪ Innenstädte bzw. Ortszentren aufwerten und attraktiver gestalten ▪ Neue Erwerbsmöglichkeiten in den Bereichen Produktion und Direktvermarktung landwirtschaftlicher Spezialitäten und im Bereich sozialer Dienstleistungen, wie z.B. Green Care |
|--|--|

Bewusstsein und Markt für regionale Ressourcen und Lebensmittel schaffen

In Bezug auf die SWOT soll auf die **Stärken** von regionsspezifischen Produkten und Produktinnovationen von hoher Qualität aufgebaut werden, die Bekanntheit regionaler Produkte verbessert und eine langfristige Qualitätsstrategie eingeführt werden, um damit **Schwächen** wie den weiteren Rückgang von landwirtschaftlichen Betrieben und dem **Risiko** der zunehmenden Verwaldung entgegenwirken. Somit kann die Region auch den immer stärker werdenden Trend nach regionalen Produkten, nach regionaler Kulinarik, sowie der zunehmenden Bedeutung der erneuerbaren Energie und einer intakten und gesunden Umwelt als Lebens- und Naherholungsraum als **Chancen** nutzen. Somit besteht in diesem Bereich folgender Entwicklungsbedarf:

| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aktive Wissensvermittlung zu heimischen Produkten und Lebensmitteln für unterschied- | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Entwicklung neuer Produkte: Produktentwicklung und Innovation organisieren in Kooperation mit Universitäten und FH |
|--|--|

| | |
|--|--|
| <p>lichste Zielgruppen, wie z.B. Genuss- und Geschmacksschule für Kinder u. Erwachsene, Genuss- und Kulinarik Degustationen etc.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kulinarik und Region stärker in Zusammenhang bringen und entsprechend weiterentwickeln ▪ Förderung regionaler Wirtschaftskreisläufe |
|--|--|

Wirtschaftliche Basis für den Tourismus verbessern

In **Bezug auf die SWOT** soll auf die regionalen **Stärken**, insbesondere auf die touristischen Highlights wie Lipizzaner, Hundertwasserkirche, Therme Nova etc. sowie auf die Besonderheiten der regionalen Erlebnisräume, auf das vielfältige Freizeit- und Naherholungsangebot, angefangen von Wandern, Radfahren, Skifahren, natur- und tourismusrelevante Veranstaltungen bis zum Gesundheits- und Wellnesstourismus und noch vieles mehr, aufgebaut werden. Die **Schwächen**, wie qualitative Defizite im Bereich Infrastruktur, Gastronomie und Beherbergung sollen abgebaut und durch eine gesamtregionale Tourismusorganisation mit einer gemeinsamen Buchungsplattform vermarktet werden. Die **Risiken** der tagestouristischen Ausrichtung müssen erkannt und durch neue Angebote, auch gegen Saisonalität verringert werden. Mit der Nähe zum Großraum Graz ergeben sich durch den zunehmenden Trend der Regionalität neue **Chancen** für sanften Tourismus. Entwicklungsbedarf besteht in folgenden Bereichen:

| | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erlebnisräume Lipizzanerheimat weiter ausbauen ▪ Vernetzung von zielgruppenorientierten Angeboten ▪ Entwicklung attraktiver Tourismusangebote | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Entwicklung der touristischen Infrastruktur: Quantität und Qualität der touristischen Suprastruktur verbessern, Ausbau touristischer Infrastruktur ▪ Aufbau einer touristischen Vermarktungs- und Buchungsplattform für die gesamte Region |
|---|---|

Aktionsfeld 2: Natürliche Ressourcen und kulturelles Erbe festigen

Kunst und Kultur stärken und vernetzen

In **Bezug auf die SWOT** soll das **Stärkefeld** Lipizzaner als regionales Leitthema noch stärker ausgebaut werden und die qualitativ hochwertigen regionalen Kunst- und Kulturveranstaltungen durch eine ernsthafte, gemeinsame Vermarktung noch stärker als **Chance** und Schubkraft für regionale Entwicklung genutzt werden. Dazu müssen **Schwachstellen**, wie unzureichende Koordination und Abstimmung innerhalb der Region und die bessere gemeinsame Nutzung kultureller Infrastruktur in der Region beseitigt werden, wodurch auch das **Risiko** der gegenseitigen Konkurrenzierung minimiert wird.

Entwicklungsbedarf besteht in folgenden Bereichen:

| | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kultur und Kunst stärker vernetzen, Aufbau von Kooperationen und einer regionalen Kunst- und Kulturplattform, gemeinsame Vermarktung nach innen und außen | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lipizzaner als Weltkulturerbe – die Geschichte der Heimat der Lipizzaner besser kennenlernen und erlebbar machen, sowie sektorübergreifende Angebotsentwicklung Kultur & Kulinarik, Kultur & Natur etc. ▪ Ausbau und Weiterentwicklung von Museen, Attraktivierung und neue Wege der Kulturvermittlung |
|---|---|

Nachhaltiger Umgang mit Natur und Energie

In **Bezug auf die SWOT** kann die Region im Bereich Natur und Energie mit den **Stärken** einer unverwechselbaren Landschaft, eines vielfältigen und intakten Naturraumes, der von vielen Seiten aktiv geschützt und erhalten wird und einer jahrzehntelangen Tradition als Energiestandort punkten. Auf diese Stärken wird durch neue Erlebnisangebote, wie z.B. Erlebniswanderungen oder Genussradeln und Maßnahmen zur Bewusstseinsbildung für den nachhaltigen Umgang mit Natur und Energie in Kooperation mit Schulen (z.B. Energiecenter macht Schule) aufgebaut, bzw. sollen die bisherigen Erfahrungen und Ergebnisse als **Chance** genutzt werden und daraus weitere Pilotanwendungen für den nachhaltigen Umgang mit Natur als aktiven Beitrag zum Klima- und Naturschutz, aber auch für erneuerbare Energie und Mobilität entstehen. Daraus können regional auch Aufträge für die Wirtschaft entstehen, die zur Sicherung von

regionalen Arbeitsplätzen beitragen und dem Risiko der verstärkten Abwanderung von qualifizierten Fachkräften entgegenwirken. Entwicklungsbedarf besteht in folgenden Bereichen:

| | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sensibilisierung für nachhaltigen Umgang mit der Natur und Entwicklung von Erlebnisangeboten (Erlebniswanderungen mit Schulen zur Sensibilisierung für Umwelt- und Naturschutz) ▪ Sensibilisierung für erneuerbare Energie (Informationsarbeit, Bewusstseinsbildung), | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erlebnisräume Energie ausbauen und sektörübergreifende Angebotsentwicklung Energie & Kulinarik, Energie & Tourismus etc. ▪ Pilotumsetzung im Bereich erneuerbare Energie und Mobilität zur Stärkung der regionalen Wirtschaft und Sicherung von Arbeitsplätzen |
|--|---|

Aktionsfeld 3: Für das Gemeinwohl wichtige Strukturen und Funktionen stärken

Sozialen Zusammenhalt stärken

In **Bezug auf die SWOT** kann die Region auf die **Stärken** eines breiten Angebotes an Service- und Betreuungsstellen für benachteiligte Personengruppen, wie Frauen, Menschen mit Beeinträchtigungen und Behinderungen, Jugendliche, Ältere etc. aufbauen, ebenso auf ein großes regionales Engagement im Bereich Freiwilligentätigkeit, die einen wichtigen Baustein für das regionale Gemeinwohl darstellen. Durch das breite Bildungsangebot gibt es ein gut ausgebildetes Potential an Facharbeitskräften, das teilweise auf **Schwächen** wie fehlende oder nicht existenzsichernde Arbeitsplatzangebote und die teilweise mangelnde Bereitschaft von Unternehmen ältere ArbeitnehmerInnen oder Menschen mit Beeinträchtigung einzustellen, verbunden mit fehlenden Kinderbetreuungseinrichtungen gerade in peripheren Gebieten, stößt. Damit verbunden ergibt sich das **Risiko** der zunehmenden Abwanderung von hoch qualifizierten Männern und Frauen aus der Region, aber auch der zunehmenden Armutgefährdung von benachteiligten Personengruppen. Entwicklungsprozesse, wie die Frauen und Gleichstellungsstrategie, sowie die Charta der Vielfalt des Zusammenlebens zeigen **Chancen** auf, wie durch Förderung von Geschlechtergleichstellung und Diversität, durch Abbau der segmentierten Berufswahl von Mädchen und Burschen, sowie Nutzung des Potentials von Frauen und Migrantinnen mit akademischen Abschlüssen als (Fach)Arbeitskräfte Regionalentwicklung positiv vorangetrieben werden kann.

| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Den sozialen Zusammenhalt stärken und Maßnahmen organisieren ▪ Förderung eines geschlechterdemokratischen und antirassistischen Miteinander in Kommunen ▪ Generationenübergreifende Aktivitäten in Gemeinden und der Region unterstützen | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Entlastung von Familien (vor allem Frauen) in Kinderbetreuung und Pflege durch innovative Strukturen und Kooperationen (z.B. Förderung von Kinder/Altenbetreuung am Bauernhof) ▪ Soziales Engagement und Freiwilligentätigkeit unterstützen und organisieren ▪ Chancen für Jugend entwickeln ▪ Aufbau sozialer Wirtschaftseinrichtungen forcieren |
|--|--|

Regionale Bildung und Beteiligung

In **Bezug auf die SWOT** kann die Region mit den **Stärken** eines breiten regionalen Bildungsangebotes bis zur Matura, einem starken Engagement in der Lehrlingsausbildung (Ausbildungsverbund), sowie mit einem breiten Angebot an Vereinen mit aktiver Jugendarbeit und Vermittlung nonformaler Bildung für Kinder und Jugendliche bis 16 Jahren, sowie mit aktiven Jugendzentren im Kernraum punkten. Ebenso gut aufgestellt ist die arbeitsmarktnahe Ausbildung für Jugendliche mit Lernschwäche durch Angebote z.B. der Berufsausbildungsassistenz. Diesen Stärken stehen **Schwächen** wie Bildungsbenachteiligung von niedrig Qualifizierten oder Älteren, zu wenig Ausbildungs- und Arbeitsplätze, die segmentierte Berufswahl von Mädchen und Burschen, teilweise fehlendes Bewusstsein in der Wirtschaft für jugendliche Randgruppen und fehlendes Know-how zur Förderung der Geschlechtergleichstellung und Diversität, sowie zu wenig Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche ab 16 Jahren in den Gemeinden gegenüber. Um das **Risiko** der Abwanderung von Jugendlichen zu minimieren sind Maßnahmen der Sensibilisierung und Information in Richtung Jugend und Beteiligungsmöglichkeiten auf Gemeindeebene gefordert. Es müssen fehlende Bildungsangebote nach der Matura behoben und innovative Bildungsangebote für Lernferne und Ältere entwickelt werden. Die positiven Erfahrungen aus Projekten der Sozialwirtschaft,

der generationsübergreifenden Zusammenarbeit und zum Thema Lebenslanges Lernen werden als **Chance** genutzt, um die regionale Bildung und Beteiligung weiter voran zu treiben.

Handlungsbedarf besteht in folgenden Bereichen:

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">▪ Neue, lokale und niederschwellige Bildungsangebote für Menschen in der Region, insbesondere für bildungsbenachteiligte Frauen und Männer▪ Beteiligungsmöglichkeiten für junge Frauen und Männer in Kommunen und Regionen | <ul style="list-style-type: none">▪ Sensibilisierung für Bildung und Lebenslanges Lernen▪ Neue Formen der Informationsvermittlung der Beteiligung |
|---|--|

3 Lokale Entwicklungsstrategie

Aktionsfelder

Die Aktionsfelder sind die generellen Entwicklungsbereiche, auf die die LES abzielt. Auf der darunterliegenden Ebene sind die generellen, strategischen Zielsetzungen angeführt. Diese bilden den Strategie- und Umsetzungsrahmen für die LES und für die LAG Lipizzanerheimat. Innerhalb der Strategiebereiche erfolgt die Zuordnung der Projekte der Region, die wiederum einen wesentlichen Beitrag zur Erreichung der Zielsetzung leisten (müssen).



Aktionsfelder und Zielsetzungen

Die Zielsetzungen in den Aktionsfeldern entsprechen den Entwicklungsbedarfen, die sich aus der Analyse und der bisherigen Arbeit in LEADER-Projekten ergaben. Die für die Region wichtigen und impulssetzenden Zielsetzungen sind wesentliche Vorgaben für zukünftige Projekte, deren Ergebnisse eine Wirkung und einen besonderen Hebel zur Zielerreichung beinhalten müssen.



Projekte, Projektansätze

In der Beschreibung der Strategie und vor allem in der Darstellung der Aktivitäten sind vielfach konkrete Projekte bzw. Projektansätze angeführt, die bereits einen hohen Konkretisierungsgrad aufweisen. Sie sollen beispielhaft darstellen, wie die Strategie praktisch umgesetzt und die angestrebten Ziel realisiert werden können. Die Projektvorschläge stammen einerseits aus der bisherigen Arbeit in der LEADER-Region und stellen andererseits eine Auswahl aus der großen Zahl regionaler Projektideen dar, welche im Rahmen des Strategieprozesses gesammelt wurden. Die angeführten Projekte bedienen zentrale, dringliche Entwicklungsbedarfe der Region und weisen einen nachhaltigen und/oder innovativen Charakter auf. Die Liste aller Projektvorschläge, welche voraussichtlich durch zur Projektauswahl eingereicht werden und bei Zusage umgesetzt werden können, befindet sich in den Beilagen.

Strategien Genderperspektive – Ausgleich bestehender Benachteiligungen

Die Rahmenbedingungen in Leader werden so gestaltet, dass eine Auseinandersetzung mit der Gleichstellungsfrage im Sinne der Qualität von Maßnahmen und Projekten erfolgt. Dies erfolgt durch Vorgaben

zur geschlechtsspezifischen Analyse und dem Auftrag zur Formulierung von Gleichstellungszielen, z.B. Rahmen der Projektqualitätskriterien und speziellen Projekten.

Strategie 1: Gleichstellung von Frauen und Männern als Querschnittsthema

Auf übergeordneter Ebene sind ganz klar statistisch erkennbare Unterschiede z.B. im Einkommen, der Beteiligung an Macht, der Verteilung von Produktions- und Reproduktionsarbeit zu sehen. Aus diesen statistischen Unterschieden können auch übergeordnete Gleichstellungsziele abgeleitet werden. In der Entwicklung und Umsetzung von Projekten geht es jedoch darum, im jeweiligen Interventions- und Handlungsfeld geleitet vom Ziel des jeweiligen Vorhabens auf Basis einer geschlechtsspezifischen Analyse integrierte Gleichstellungsziele zu formulieren.

Maßnahmen:

- Sicherung der Verfolgung der Gleichstellung in allen Projekten (Projektkonzeptvorgaben, die eine geschlechtsspezifische Analyse, Gleichstellungsziele, Maßnahmen zur Erreichung der Gleichstellungsziele verlangen)
 - Vorgaben zur Zusammensetzung von Projektgruppen
- Sensibilisierungsmaßnahmen und Kompetenzaufbau zur Sicherung eines geschlechtersensiblen Diskurses in den Projektgruppen. z.B. Workshop für ProjektwerberInnen zur Genderthematik.

Strategie 2: Ausgleich bestehender Benachteiligung - Förderung frauenspezifischer Maßnahmen

Neben der integrierten Förderung von Gleichstellung als Querschnittsthema zeigen statistische Daten wie oben erwähnt auch in der Lipizzanerheimat, dass die Gleichstellung von Frauen noch bei weitem nicht erreicht ist. Dies wird in vielen Bereichen sichtbar, wie z.B. in der geringen Repräsentanz von Frauen in Machtpositionen in Institutionen und Unternehmen, im Bereich Arbeitsmarkt und Beschäftigung, in den Einkommensunterschieden, etc. (vgl. Regionsanalyse und SWOT).

Im Rahmen von Leader wird dieser bestehenden Ungleichstellung durch spezifische Projekte für Frauen und Kooperationen begegnet.

Maßnahmen:

- IKT-Lernwerkstatt zur Förderung der Bildungsbeteiligung von niedrig qualifizierten Frauen
- Einrichtung von lokalen Lernknotenpunkten für Frauen zur Verwirklichung niederschwelliger und wohnortnaher Bildung
- Förderung der Partizipation von Frauen im Rahmen des Freien Radios (Frauen werden im öffentlichen Raum sichtbar und hörbar)
- Kooperation mit frauenspezifischen Einrichtungen in der Region
- Sensibilisierungsmaßnahmen

3.1 Aktionsfeld 1: Steigerung der Wertschöpfung in der Lipizzanerheimat

| 1 Steigerung der Wertschöpfung in der Lipizzanerheimat | | | |
|--|---|---|--|
| Dachmarke Lipizzanerheimat weiter entwickeln | Wettbewerbsfähigkeit Klein- u. Mittelbetriebe und Landwirtschaft verbessern | Bewusstsein u. Markt für regionale Produkte u. Rohstoffe schaffen | Wirtschaftliche Basis f. Tourismus der Region verbessern |
| DACHMARKE LIPIZZANERHEIMAT | WIRTSCHAFT STÄRKEN | BEWUSSTSEINSBILDUNG FÜR REGIONALE PRODUKTE | ERLEBNISRÄUME LIPIZZANERHEIMAT |
| REGIONSGUTSCHEIN LIPIZZANERHEIMAT | UNTERNEHMENSNAHE QUALIFIZIERUNG | PRODUKT-ENTWICKLUNG | BUCHUNGS-PLATTFORM |
| LIPIZZANERHEIMAT GENUSS SHOP | | GENUSS & REGION | TOURISMUS-ENTWICKLUNG ORGANISATION & INFRASTRUKTUR |

3.1.1 Dachmarke Lipizzanerheimat

Ausgangslage

Die Dachmarke Lipizzanerheimat ist eine in den letzten Jahren erfolgreich eingeführte Regionalmarke. Sie ist Erkennungszeichen für die Region von besonderen Produkten, Leistungen und Angeboten der Region und für die Tourismusregion und ihrer Betriebe. Weiters kennzeichnet die Marke Produkte aus der Region. Bisher wurden 28 Produkte speziell für die Marke entwickelt. Die Marke soll einen größeren Wiedererkennungswert innerhalb und außerhalb der Region sicherstellen und zur Imagesteigerung und Identitätsstiftung beitragen.

Die Dachmarke dient als wichtiges Vernetzungsinstrument, mit dem man die Markenlizenznehmer zur Zusammenarbeit und Mitwirkung in Netzwerken gewinnen will. Im innerregionalen Marketing wird die Marke für Regionstafeln und im Rahmen der Informationsarbeit verwendet.

Der Regionsgutschein, der unter der Dachmarke und in Zusammenarbeit mit rd. 250 Betrieben eingeführt wurde, erzielte bereits im ersten Jahr eine erfolgreiche Nachfrage bei den Wirtschaftstreibenden als Gutscheinpartnerbetrieb und bei den Konsumenten. Der Regionsgutschein Lipizzanerheimat wurde erstmals im Jahre 2013 eingeführt und erzielte in einem Jahr eine regionale Wertschöpfungsbindung in der Höhe von rd. 400.000,- Euro.

Strategie: Die Dachmarke Lipizzanerheimat weiter entwickeln



Die **Dachmarke ist ein Stärkefeld der Region**. Die bisherige Strategie der Dachmarke ist weiter zu entwickeln und zu intensivieren. Die Dachmarke schafft starkes Bewusstsein für die Region und deren Identität. In einigen Bereichen sind die regionalen Einzigartigkeiten und Ressourcen noch zu wenig genutzt und stellen somit Potenzial für zukünftige Entwicklungen dar.

Die **Dachmarke ist ein wichtiges Element zur breiten Vernetzung der Region**. Die Einbindung wesentlicher Bereiche der Region, wie Landwirtschaft, Tourismus, Kultur und Wirtschaft werden verstärkt und intensiviert. Neue Partner tragen dazu bei, dass die Marke weiterhin an Bedeutung gewinnt und ihren Stellenwert in der Region festigt. Durch den **Aufbau von Kooperationen entlang der Wertschöpfungskette sind gemeinsame Aufgaben, wie Vermarktung, Lagerhaltung, Logistik und ein gemeinschaftliches Marketing** als „arbeits-

und kostenteilige Leistungen“ möglich. Die Synergien der Zusammenarbeit bewirken Verringerungen des Aufwandes der individuellen Leistungsträger, bringen mehr Professionalität und generelle Kostenvorteile für alle Beteiligten. Nicht zuletzt geht es beim Aufbau von Wertschöpfungsketten um **Diversifizierungsmöglichkeiten** der Landwirtschaft und um Möglichkeiten neues bzw. zusätzliches **Einkommen** zu erwirtschaften.

Das Fehlen einer **Qualitätsstrategie** bei den regionalen Produkten wurde als Schwäche, aber gleichzeitig auch als Chance festgehalten, da die Nachfrage nach regionalen Qualitätsprodukten steigt. Die Einführung einer Qualitätsschiene ist in Planung, die die **nachweisliche Qualität und Herkunft der Produkte** garantiert. Mit dieser Strategie wird das Ziel verfolgt, die Bekanntheit, Nachfrage und den Verkauf der Produkte zu steigern, denn Produkte mit Qualität haben Potenzial für **höhere Erträge und bessere Wertschöpfung**. Für die Konsumenten ist die nachhaltige und regionale Wirkung des Kaufs regionaler Produkte entsprechend darzustellen, wie z.B. Beiträge zur Stärkung der regionalen Landwirtschaft und Wirtschaft, die Ökologie der kurzen Beschaffungswege, etc.

Als wichtige Ausrichtung unserer Vorhaben verfolgen wir die Strategie, **Leitprodukte und Leitbetriebe der Region** hervorzuheben, mehr **Bewusstsein für regionale Produkte zu schaffen** und eine **Erhöhung der Wertschöpfung** durch **regionale, wertvolle Produkte zu schaffen** zu erzielen.

Die **Weiterentwicklung des Regionsgutscheines** ist ein wichtiges Vorhaben in LEADER 2014-2020. Im Sinne des Grundsatzes „Stärken weiterentwickeln“ wird das Gutscheinsystem weiter ausgebaut. Über ein zukünftiges LEADER Kooperationsprojekt mit den LAGs Schilcherland, Naturpark Südsteiermark und Almenland werden die Erfahrungen ausgetauscht und gemeinsame Entwicklungsschritte unternommen.

Die Schwerpunkte der geplanten Maßnahmen sind, neben dem Ziel die Auflage der Gutscheine zu erhöhen, das Verwaltungs- und Abrechnungssystem zu professionalisieren.

Darüber hinaus wird die **Vermarktung der Lipizzanerheimat-Produkte forciert**. Mit einem **Genuss-Shop**, als Onlineshop oder/und als reales Geschäft, werden Marktplätze für heimische Produkte geschaffen. Für den professionellen Verkauf sind auch vor- und nachgelagerte Bereiche der Vertriebskette, wie Lagerhaltung und Logistik aber auch das Marketing zu professionalisieren. Unter der Dachmarke ist die Entwicklung innovativer Produkte mit regionalem Bezug aus den verschiedensten Bereichen, wie Handwerk, Gewerbe, Kulinarik, etc. geplant.

Im Rahmen der Markenstrategie werden auch zukünftig **Marketingmaßnahmen** verfolgt, die zur Steigerung des Bekanntheitsgrades in und außerhalb der Lipizzanerheimat beitragen. **Die Dachmarke stellt durch die Einbindung aller wesentlichen Partner der Region einen wichtigen Beitrag zur Vernetzung, Regionalentwicklung und Identitätsstiftung dar.**

Kleinere Pilotprojekte im non-profit-Bereich können z.B. in Form von **Kleinprojekten** erfolgen. Dafür werden entsprechende formale und finanzielle Rahmenbedingungen geschaffen.

Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023)

- Die Dachmarke hat in der Region, bei Betrieben und den Gemeinden wesentlich an Bedeutung gewonnen und das Interesse an der Mitwirkung, sowie die aktive Teilnahme an Maßnahmen und Aktivitäten sind wesentlich gestiegen.
- Unter der Dachmarke sind alle wesentlichen Bereiche der Region, wie Tourismus, Wirtschaft, Landwirtschaft, Kultur und die Gemeinden zusammengefasst und vernetzt. (Die Zusammenarbeit steht auf einer soliden Basis und ist Motor und Impulsgeber für weitere Projekte. Das Interesse an der Mitgliedschaft bzw. Mitwirkung unter der Dachmarke ist groß und Mitgliedschaften werden selbständig nachgefragt.) 100 neue Mitgliedsbetriebe sind hinzugekommen (EI = lt. Erfolgsindikatoren).
- Die Kleinprojekte waren wichtige Impulsgeber für weiterführende Maßnahmen und Projekte. Das für Kleinprojekte vorgesehene Budget ist aufgebraucht. 5 Kleinprojekte setzen Impulse für die Dachmarke (EI)
- Die Qualitätsmarkenstrategie wurde erarbeitet (EI). Regionale Qualitätsprodukte werden mit der Marke als Qualitätslabel ausgezeichnet. Die Qualität und das Preisniveau regionaler Produkte sind gestiegen.
- Aufgrund der Dachmarke wurden neue Produkte, die speziell für die Lipizzanerheimat stehen, entwickelt und über die Vertriebswege der Dachmarke vermarktet. 5 neue Produkte sind entstanden (EI).
- Neue Erwerbsmöglichkeiten, insbesondere für Frauen aus dem Bereich Landwirtschaft.
- Sieben Jahre nach seiner Einführung ist der Regionsgutschein bestens etabliert und nachgefragt. Das Abwicklungs- und Verrechnungssystem wurde professionalisiert und wird von anderen Regionen übernommen. Neues Abrechnungssystem wurde entwickelt und Kooperationen mit andern LAGs aufgebaut (EI)
- Ein Shop für regionale Produkte und Spezialitäten ist eingerichtet (EI) und bietet eine professionelle Logistik inklusive Lagerhaltung und Vermarktung an.
- Durch die Dachmarke sind 8 neue Arbeitsplätze geschaffen worden, beim Regionsgutschein wurde die Anzahl der Partnerbetriebe auf 300 aufgebaut (EI).
- Motivation von Projektträgerorganisationen für Menschen mit Behinderungen und Benachteiligungen zur Teilnahme an Projekten, z.B. der Übernahme von Vertriebs- und Logistikmaßnahmen, wie Lebenshilfe, Projekt IDA (Integration durch Arbeit).
- Sensibilisierungsmaßnahmen wurden durchgeführt und Beschäftigungseffekte wurden erzielt, Details dazu unter Pkt. 3.1.8 und 3.1.9.

Aktionsplan (Maßnahmen) zur Erreichung der Resultate

- Weiterentwicklung des Systems der Dachmarke. Informationsmaßnahmen, Workshops, Veranstaltungen und individuelle Gespräche zur Einbindung neuer bzw. wichtiger Partner aus allen Bereichen der Region und von Leitbetrieben.

Mögliche ProjektpartnerInnen und Akteure: LAG Lipizzanerheimat; Betriebe und Akteure aus der Region

- Entwicklung einer Qualitätsstrategie und eines Qualitätsmanagement mit Partizipation von ProduzentInnen. Motivation von Produzenten zur Umsetzung der Qualitätsstrategie. Einbindung bestehender Zertifizierungsstellen.

Mögliche ProjektpartnerInnen und Akteure: LAG; Wirtschaftsoffensive (WOF), Zertifizierungsstellen

- Konzeption und Analyse, Klärung der Anforderungen und Rahmenbedingung für einen Genuss-Shop (Shopsystem, Standort, Lager, etc.) bzw. Onlineshop. Entwicklung eines Shops (Online oder reales Geschäft) und insbesondere der Einrichtung eines Lagers und der Vertriebslogistik.
Mögliche ProjektpartnerInnen und Akteure: Verein Produkte aus der Lipizzanerheimat; landwirtschaftliche und gewerbliche Betriebe aus der Region, Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe, Logistikpartner.
- Weiterführung des Regionsgutscheines: Aufgrund der zunehmenden Nachfrage wird ein professionelles Verrechnungssystem aufgebaut.
Mögliche ProjektpartnerInnen und Akteure: LAG-Lipizzanerheimat; LEADER-Kooperationsprojekt mit den LAGs Schilcherland und Naturpark Südsteiermark
- Unterstützung von Interessenten bei der Entwicklung und Beantragung von Kleinprojekten. Für Kleinprojekte wird der höchstmögliche Budgetansatz kalkuliert. Hier soll eine größtmögliche und breite Beteiligung erzielt werden.
Mögliche ProjektpartnerInnen und Akteure: LAG Lipizzanerheimat, non-profit Organisationen, Einrichtungen und Privatpersonen
- Verschiedene imagebildende Maßnahmen in der Region, z.B. durch Veranstaltungen, Verkostungen, Feste der Lipizzanerheimat, Informations- und Marketingmaßnahmen zur Imagebildung und Bewerbung der Dachmarke, Sensibilisierungsarbeit

3.1.2 Wettbewerbsfähigkeit Wirtschaft und Landwirtschaft

Ausgangslage

Gewerbe- und Industriebetriebe sind für die Region wichtige Wirtschaftsfaktoren. Die Region hat die Schwerpunkte im Metall-, Fahrzeug, Elektro- und Maschinenbau, sowie in der Herstellung von Automobilteilen. Darüber hinaus hat die Region in der Glaserzeugung eine Jahrhundert alte Tradition. Der Anteil an Klein- und Mittelbetrieben beträgt 76%, die einen wesentlichen Anteil an der Wirtschaftsleistung aufbringen. Sie sind in der Region wichtige Arbeitgeber und Ausbildungsstellen. Die Betriebe der Region verzeichnen eine höhere Lehrlingsausbildungsquote als der Steiermarkdurchschnitt. Der Druck durch den nahen Zentralraum Graz, der Sog der daraus auch auf Arbeitskräfte aus der Region wirkt, sind laufende Herausforderungen der Region, die einigermaßen gut gemeistert werden. Die Region ist als Wirtschaftsstandort von der Attraktivität des Zentralraumes und von Abwanderungsdruck in den Großraum gefordert, andererseits stellt die Region ein attraktives Wohngebiet dar, das durch die gute Anbindung durch den öffentlichen Verkehr an Bedeutung gewinnt. Die Region hat einen hohen Pendleranteil, rund 9.000 Menschen pendeln zur Arbeit außerhalb des Bezirks.

Der Mangel an Facharbeitskräften vor allem in den Stärkebereichen der Region, wie z.B. Metall, Elektro ist evident. Informationsarbeit, Bewusstseinsbildung bereits im Ausbildungsbereich, maßgeschneiderte Qualifizierungsmaßnahmen, Möglichkeiten für Frauen sich als Fachkräfte zu qualifizieren und auch zu arbeiten, usw. sind Lösungsansätze um den Fachkräftemangel zu entgegnen. Die Zusammenarbeit von Wirtschaft und Ausbildungsstellen ist gefordert, um bedarfsorientierte Qualifizierungsmaßnahmen z.B. für junge Mädchen und Burschen, Frauen, etc. zu erstellen.

Im Bereich Landwirtschaft zählt die Region rd. 2.100 Betriebe, mehr als zwei Drittel davon werden im Nebenerwerb betrieben. Ein Drittel aller bäuerlichen Betriebe sind Landwirtschaftsbetriebe, zwei Drittel zählen zur Forstwirtschaft. 9% der landwirtschaftlichen Betriebe sind Biobetriebe. Nur 2% der Landwirtschaftsbetriebe sind im Nebenerwerb im Bereich Tourismus oder Dienstleistung tätig und der Anteil der Direktvermarktung liegt bei 11%.

Dies sind Rahmenbedingungen, die eine ständige Stärkung der Region, die Sicherung des Wirtschaftsstandortes und der damit verbundenen Arbeitsplätze, insbesondere auch für jüngere Menschen erforderlich machen. Begleitet werden müssen diese Zielsetzungen durch gute Qualifizierungsangebote und durch Rahmenbedingungen, die die Region als attraktiven Lebens- und Wohnraum erhalten.

Strategie: Die Wettbewerbsfähigkeit der Klein- und Mittelbetriebe und Landwirtschaft verbessern



Maßnahmen zur **Stärkung der Region und deren Wirtschaft** zielen auf die nachhaltige Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit von KMUs und von landwirtschaftlichen Betrieben ab. Durch **Zusammenarbeit, durch horizontale und/oder vertikale Kooperationen** (z.B. mit Betrieben aus den Bereichen Landwirtschaft, Wirtschaft und Tourismus, etc.) kann die Leistungsfähigkeit und die Ausweitung des Absatzmarktes erhöht werden. Der **Erhalt bzw. die Sicherung bestehender Betriebe** durch BetriebsnachfolgerInnen wird weiter forciert, um die wirtschaftliche Vielfalt, die regionale Angebotspalette und Betriebe als Arbeits- und Ausbildungsstätte für junge Menschen zu erhalten.

Ein weiteres Ziel ist, das **Image der Region als Wirtschaftsstandort** zu verbessern. Bewusstseinsbildungs- und Informationsmaßnahmen stärken das Image der Region, den Stellenwert der regionalen Wirtschaft, insbesondere auch des Handwerks, aber auch die Bedeutung des Einkaufs in der Region. Die Leistungsfähigkeit der regionalen Wirtschaft, ihrer Vielfalt und Qualität sind durch attraktive Präsentationsmöglichkeiten wirksam aufzuzeigen und den Konsumenten näher zu bringen.

Ein weiterer Schwerpunkt ist die **Entwicklung von Produkten mit regionaltypischen Roh- oder Werkstoffen** (nicht-landwirtschaftliche Produkte). Der Werkstoff Glas hat in der Region große Tradition. Durch Zusammenarbeit von (Leit-)Betrieben der Region und von Kunst und Design sollen z.B. durch neue Werkstoffkombinationen neue Produkte geschaffen werden.

In den Workshops und auch in den Analysen der Wirtschaftskammer wurde mehrmals darauf hingewiesen, dass sich die Zentren der Städte, aber auch der kleineren Orte zusehends zugunsten der Peripherie entleeren. Es sind Akzente zu setzen, um diesem Trend entgegenzuwirken und den **Zentren und Ortskernen neue, attraktive Funktionen für die Gesellschaft** zuzuweisen. Die Nutzung der Städte und Ortskerne ist neu zu überdenken, **Potenziale anderer Nutzungen, neben Handel und Gewerbe, sind anzudenken**. Leerstände können temporär und attraktiv genutzt werden. Maßnahmen zur dauerhaften Nutzung und Belebung von Leerständen sind anzudenken. Die Zentren der Ortschaften können als Projektionsfläche der Region genutzt werden und dienen so z.B. als Ort für Veranstaltungen der (Teil)Regionen, für Messen, Märkte (mit regionalen Produkten), Ausstellungen, usw.

Für die regional wichtigsten Stärkefelder des Industrie- und Gewerbebereichs, aber auch für andere Bereiche, wie z.B. Tourismus sind Maßnahmen zur **unternehmensnahen Ausbildung und Qualifizierung von Lehrlings- und Fachkräfte** aufzubauen. **Spezielle Maßnahmen** zur Nutzung des weiblichen Arbeitskräftepotenzials (z.B. auch in technische Berufe), die Motivation von Wirtschaftstreibenden und ArbeitnehmerInnen zur Qualifizierung und Weiterbildung sind zu berücksichtigen. Regional angepasste Bildungsangebote, Qualifizierungsverbünde und Wirtschaftskooperationen sind zu entwickeln um das Fachkräfteangebot in der Region zu verbessern. Letztendlich wollen wir durch diese Strategien die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaftsbetriebe und die Arbeits- und Lebensqualität der Menschen der Region verbessern.

Landwirtschaft

Der soziale Wandel bringt eine Reihe von Änderungen und Herausforderungen für den ländlichen Raum und für die landwirtschaftlichen Betriebe mit sich. **Neue Unternehmen für neue Herausforderungen** werden entstehen, Menschen mit speziellen Ausbildungen und Fähigkeiten, wie z.B. Pflegedienste, AltenbetreuerInnen, etc. finden die Möglichkeit **einer wirtschaftlichen Existenzgründung**. So werden z.B. bei Green Care pädagogische, therapeutische und pflegerische Dienstleistungen im Bereich der sozialen Arbeit in land- und forstwirtschaftlichen Betrieben in der Lipizzanerheimat entwickelt und nachhaltig implementiert.

Nur 2% der Landwirtschaftsbetriebe der Lipizzanerheimat sind im Nebenerwerb im Bereich Tourismus tätig und der Anteil der Direktvermarktung liegt bei 11%. Beide Werte sind wesentlich unter den Durch-

schnittswerten der Steiermark. Einerseits stellen beide Bereiche wichtige Grundlagen für die Diversifizierung des Einkommens von landwirtschaftlichen Betrieben dar, andererseits lässt sich aus der Analyse keine besondere Dynamik in Richtung der beiden Bereiche erkennen. Trotzdem oder gerade deswegen ist es wichtig, eine **stärkere Motivation in die Entwicklung der Bereiche Tourismus und Direktvermarktung** zu legen. Mit der Ausrichtung der Dachmarke, der stärkeren touristischen Orientierung als Ausflugs- und Naherholungsgebiet lassen sich, bei entsprechender professioneller Ausrichtung, Entwicklungs- und Einkommenspotenziale ableiten. Der anhaltende Strukturwandel macht die **Diversifizierung der Betriebe in Richtung z.B. professioneller Produktentwicklung und Vermarktung oder in Richtung Tourismus bzw. soziale oder wirtschaftliche Dienstleistungen** erforderlich.

Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023)

- Die Region verfügt über gute und bedarfsorientiert ausgebildete Facharbeitskräfte, insbes. in wirtschaftlichen Stärkefeldern und zukünftigen Hoffnungsfeldern der Region. 90 neue Ausbildungsplätze im Metall- u. Elektrobereich wurden geschaffen und 300 (zusätzliche) Jugendliche absolvierten eine Zusatzausbildung, 10 neue Maßnahmen unternehmensnaher Qualifizierung werden angeboten (EI = Ziel lt. Erfolgsindikatoren).
- Die gleichberechtigte Teilhabe an den Ausbildungsangeboten wurde erreicht. Zusätzlich wurden Mädchen und Frauen zum Einstieg in nicht-frauentypische Berufe animiert und qualifiziert, mit dem Ziel, neue Fachkräfte auszubilden und neue und bessere Arbeits- und Einkommensmöglichkeiten für Frauen zu schaffen. Die Erhöhung des Mädchenanteils in techn. Lehrberufen ist von 8% auf 12% gestiegen (EI).
- Betrieben sind die Möglichkeiten und Potenziale von Kooperationen, insbesondere jener entlang von Wertschöpfungsketten von Landwirtschaft und Wirtschaft, bewusst. Unterstützende Maßnahmen zum Aufbau von Kooperationen wurden durchgeführt und das Interesse an Kooperationen geweckt (EI).
- Das Image und die Bedeutung der Region als Wirtschaftsstandort mit guter Lebensqualität sind gestiegen und die Leistungsfähigkeit und das Angebot der regionalen Wirtschaft werden regional und überregional wahrgenommen.
- Die regionalen Potenziale zur Diversifizierung der land- und forstwirtschaftlichen Betriebe wurden analysiert und die Chancen für neue bzw. zusätzliche Erwerbsmöglichkeiten, insbes. in den Bereichen der Produktion und Direktvermarktung landwirtschaftlicher Spezialitäten, im Tourismus und im Bereich sozialer Dienstleistungen, wie z.B. Green Care wurden aufgezeigt (EI). Neue Erwerbsmöglichkeiten schaffen für Bäuerinnen und Bauern die Grundlagen zum Erhalt landwirtschaftlicher Betriebe in der Region.
- Die Chancen und Entwicklungsmöglichkeiten für die Landwirtschaft durch die Herstellung neuer Rohstoffe und landwirtschaftlicher Produkte und Spezialitäten wurden analysiert und aufgezeigt. Potenzialanalyse wurde durchgeführt (EI).
Neue Produkte bzw. die Veredelung landwirtschaftlicher Produkte schaffen höhere und neue Erwerbsmöglichkeiten sowie Möglichkeiten der betrieblichen Diversifizierung, bis hin zur gewerblichen Produktion. 10 Maßnahmen zur Wissensvermittlung, sowie ein Kooperationsaufbau mit der Universität wurden durchgeführt (EI)
- Die Leitprodukte der Region wurden stärker in den Vordergrund gerückt, sowie durch die Einbindung regionaler Leitbetriebe und Kooperationen mit EntwicklungspartnerInnen (Designer, Werkstofftechniker, etc.) wurden Konzepte und Grundlagen für den Ausbau und Entwicklung neuer Produkte geschaffen. 10 Leitbetriebe der Region sind eingebunden (EI).
- Sensibilisierungsmaßnahmen wurden durchgeführt und Beschäftigungseffekte wurden erzielt, Details dazu unter Pkt. 3.1.8 und 3.1.9.

Aktionsplan (Maßnahmen) zur Erreichung der Resultate

- Aufbau von Qualifizierungsverbänden in Stärkefeldern und anderen erforderlichen Bereichen wie z.B. im Tourismus, durch die Kooperation von regionalen Wirtschaftsbetrieben mit Ausbildungseinrichtungen
Mögliche ProjektpartnerInnen und Akteure: Wirtschaftsbetriebe, Leitbetriebe der Region, Qualifizierungseinrichtungen,
- Präsentation der regionalen Wirtschaft. Im Rahmen einer regionalen Leistungsschau werden die Produkte und Leistungsfähigkeit, sowie die Vorteile der regionalen Wirtschaft in den Vordergrund gestellt. Ziel sind, das Image und die Bedeutung der Wirtschaft in und für die Region zu steigern, die Stärkung der Nahversorgung und die Bindung der Kaufkraft in der Region.
Mögliche ProjektpartnerInnen und Akteure: Verein Leistungsschau, regionale Wirtschaftsbetriebe, Wirtschaftskammer, Arbeitsmarkteinrichtungen.

- Forcierung von der Entwicklung von „Green Care“ Angeboten. Darunter sind Maßnahmen und Angebote aus dem pädagogischen, therapeutischen und pflegerischen Bereich auf land- und forstwirtschaftlichen Betrieben zusammengefasst.

Mögliche ProjektpartnerInnen und Akteure: Landwirtschaftskammer Steiermark, Sozialeinrichtungen und Sozialträgerorganisationen, Bauerinnen und Bauern der Region.

- Ausbau eines Kindergartens am Bauernhof. Schaffung einer Begegnungsstätte bzw. Betreuungsstätte für Menschen im Sinne der Inklusion am Bauernhof, Schaffung von Arbeitsplätzen durch die Verbindung Landwirtschaft und Soziales (Green Care), Weiterbestand einer kleinstrukturierten Landwirtschaft.

Mögliche ProjektpartnerInnen und Akteure: Tiererlebnis Krones, Sozialeinrichtungen der Region

- Masterpläne zur Attraktivierung von Ortszentren zur Stärkung des Handels, der Kundenbindung an die Region, Nutzungen von Leerständen, z.B. von Jugendlichen.

Mögliche ProjektpartnerInnen und Akteure: Gemeinden, Städte, Jugend, Kreativwirtschaft, Handwerk, regionale Kooperationen, Wirtschaftsoffensive, Regionalmanagement, Wirtschaftskammer, Land.

- Aufbau eines Handwerksparcs durch den organisatorischen und räumlichen Zusammenschluss von Handwerksbetrieben bzw. von Kooperationen unter Handwerkern. Durch die Flexibilität und Kooperation kleinerer Unternehmen können spezielle und größere Aufträge von mehreren kleineren Firmen erbracht werden.

Mögliche ProjektpartnerInnen und Akteure: Handwerksbetriebe, Wirtschaftsoffensive, Wirtschaftskammern, Gemeinden.

- Entwicklung neuer Leitprodukte der Region, die auf den Stärkefeldern aufbauen. So hat der Werkstoff Glas in der Region eine lange und große Tradition. In Zusammenarbeit mit der Kunstfabrik Bärnbach, mit Handwerk- und Kunsthandwerksbetrieben sowie mit KünstlerInnen und DesignerInnen sollen neue Produkte geschaffen werden.

Mögliche ProjektpartnerInnen und Akteure: Kunstfabrik Lipizzanerheimat, Glasfabrik, Kreativwirtschaft, Handwerksbetriebe, Kunsthandwerk, Wirtschaftsoffensive.

3.1.3 Bewusstsein und Markt für regionale Produkte u. Rohstoffe schaffen

Ausgangslage

Auf längere Sicht bestehen für viele landwirtschaftliche Produzenten wenige Möglichkeiten, vom regionalen Absatzmarkt ausreichend Einkommen zu erzielen. In einer Zeit, in der regionale Produkte in guter Qualität, die nachvollziehbare Herkunft und das Argument der kurzen Beschaffungswege immer stärker an Bedeutung gewinnen, soll das Bewusstsein der Bevölkerung für Produkte aus der Region gesteigert werden. Derzeit bestehen keine Kooperationen entlang der Wertschöpfungskette zwischen Produzenten und gewerblichen AbnehmerInnen.

28 Produkte aus der Region werden mit der Marke Lipizzanerheimat gekennzeichnet (gebrandet) und unter der Dachmarke bekannt gemacht. Im Rahmen von LEADER 14-20 sollen weitere, innovative Produkte entwickelt werden. Die steigende Nachfrage nach regionalen Produkten (als Beispiel sei die slow food Bewegung angeführt), aber auch die zunehmende Bereitschaft, Geld für gute Qualität auszugeben, bilden eine gute Basis für Maßnahmen, die auf regionale Produkte und Lebensmittel aufmerksam machen.

Strategie: Bewusstsein und Markt für regionale Produkte und Rohstoffe schaffen

Die Regionalität von Produkten hat bereits jetzt bei qualitäts- und nachhaltigkeitsorientierten Konsumenten einen hohen Stellenwert. Durch **bewusstseinsbildende Maßnahmen** und Aktivitäten wird auf die Nutzung heimischer Ressourcen, auf die Herkunft, Qualität und Entstehung regionaler Lebensmittel hingewiesen. Die bewusstseinsbildenden Maßnahmen werden in unterschiedlicher Form und Methode, entsprechend den unterschiedlichen Zielgruppen konzipiert und durchgeführt.

Im Rahmen der Produktentwicklung setzen wir auf das Ziel, weitere, **einzigartige Produkte bzw. Spezialitäten aus der Lipizzanerheimat zu entwickeln**. Dies erfordert professionelle Entwicklungsarbeit für besondere Produktinnovationen. Bei der Produktentwicklung ist die Zusammenarbeit mit Universitäten,

Bewusstsein u. Markt
für regionale Produkte
u. Rohstoffe schaffen

BEWUSSTSEINSBILDUNG
FÜR REGIONALE
PRODUKTE

PRODUKT-
ENTWICKLUNG

GENUSS & REGION

wie z.B. mit Universitäten bzw. Fachhochschulen vorgesehen. Im Bereich der Lebensmittelherstellung ist eine Zusammenarbeit mit dem Studiengang für „Nachhaltiges Lebensmittelmanagement“ der Fachhochschule Joanneum in Graz vorgesehen. Eine wesentliche Weiterentwicklung stellt die **Qualitätslinie bei Produkten aus der Lipizzanerheimat** dar. Vorrangiges Ziel ist, mit den neuen Produkten höhere Absatzpreise und höhere Verkaufszahlen erzielen zu können. Für die Lipizzanerheimat entstehen neue Produkte mit entsprechender Qualität und neue „Botschafter für die Region“.

Der Genuss in der Region, die Region als Genuss. Die Strategie setzt sich zum Ziel, die Region mit ihren Köstlichkeiten zu präsentieren. Eine Vielzahl von Aktivitäten, Projekten, Veranstaltungen usw. werden sich diesem Schwerpunkt widmen. Mit den Aktivitäten soll eine möglichst breite Beteiligung und eine nachhaltige Veränderung im Kauf- und Konsumverhalten der Menschen erreicht werden. Geplant sind zahlreiche Maßnahmen, wie z.B. Degustationen, Geschmackserlebnisse, Auflage von Kochbüchern, Einrichtung von Bauernmärkten oder Genussfeste, usw. Einen weiteren Schwerpunkt stellen Konzeptionen und Maßnahmen zur Profilierung der Region in Richtung genussreiche Region dar.

Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023)

- Das Interesse bei ProduzentInnen, Handel und Gastronomie zur Entwicklung regionaler Produkte in Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen ExpertInnen wurden geweckt. Produzenten, Verarbeiter, Gastronomen und Handel haben sich über ihre jeweiligen Anforderungen und Rahmenbedingungen ausgetauscht. Die Beteiligten sind über die Rahmenbedingungen und Potenziale regionaler Wertschöpfungsbeziehungen informiert. 4 Aktivitäten zum Informationstransfer wurden durchgeführt, das Interesse an Zusammenarbeit ist gestiegen (EI).
- Durch aktive Wissensvermittlung wurde auf regionale heimische Produkte und Lebensmittel aufmerksam gemacht und eine Sensibilisierung der Konsumenten über ihr Einkaufsverhalten erreicht. Die durchgeführten Sensibilisierungsmaßnahmen stehen im engen Zusammenhang mit Aktivitäten zu Genuss & Region.
- Sensibilisierungsmaßnahmen wurden durchgeführt und Beschäftigungseffekte wurden erzielt, Details dazu unter Pkt. 3.1.8 und 3.1.9.

Aktionsplan (Maßnahmen) zur Erreichung der Resultate

- Zur Informationsarbeit und Bewusstseinsbildung sind unterschiedliche Maßnahmen für unterschiedliche Zielgruppen vorgesehen, z.B. Informationsveranstaltungen, Verkostungen, Betriebsbesuche, Geschmacksschulen bzw. Geschmackserlebnisse, usw.
Mögliche ProjektpartnerInnen und Akteure: Bäuerinnenorganisation des Bezirks Voitsberg, Bezirkskammer für Land- und Forstwirtschaft, Schulen, regionale Veranstalter.
- Durch Informationsveranstaltungen und Workshops werden die Möglichkeiten der regionalen Zusammenarbeit entlang von Wertschöpfungsketten aufgezeigt. Die Veranstaltungen dienen auch dazu, die erforderlichen Rahmenbedingungen, zu erheben.
Mögliche ProjektpartnerInnen und Akteure: Landwirtschaftskammer, Produzenten, Gastronomie u. Handel, LAG
- Durch Informationsveranstaltungen und Workshops werden die Möglichkeiten der regionalen Zusammenarbeit in Wertschöpfungsketten aufgezeigt.
Mögliche ProjektpartnerInnen und Akteure: Landwirtschaftskammer, Produzenten, Gastronomie und Handel, LAG und Wirtschaftskammer
- Aufbau eines Projekts zur Entwicklung neuer Produkte unter Mitwirkung von ExpertInnen und Kooperation mit Universitäten und/oder Fachhochschule. Neue Produkte und neue Möglichkeiten der Zusammenarbeit werden geschaffen.
Mögliche ProjektpartnerInnen und Akteure: Bäuerinnen und Bauern, Landwirtschaftskammer, Gastronomie, ExpertInnen aus den für die Produktentwicklung und -gestaltung verschiedensten Bereichen, Wirtschaftskammer
- Zum Themenschwerpunkt Genuss & Region, der auch eng mit den bewusstseinsbildenden Maßnahmen in Verbindung steht, sind eine Reihe von Aktivitäten und Projekte vorgesehen. Beispielhaft sind einige davon angeführt, wie z.B.: Genuss- und Kulinarik-Degustationen, Käseakademie & Käsefest der Steirischen

Milchstrasse, Genussschule für Kinder und Erwachsene, Kulinarik-Wanderungen, Wein & Käse Kulinarik, Einrichtungen von Bauernmärkten, die Zusammenarbeit mit Weinbauern, sowie Genussfeste und -märkte, etc.

3.1.4 Wirtschaftliche Basis für Tourismus

Ausgangslage

Die Region ist ein touristisches Ausflugs- und Naherholungsgebiet, der Tagestourismus hat einen wichtigen Stellenwert. In den letzten Jahren erfolgte ein merklicher Rückgang an Beherbergungskapazitäten. Auch hier vollziehen sich ein Strukturwandel und eine im Tourismus generell wahrnehmbare Strukturberreinigung. Gastronomie und Beherbergungsbetriebe mit geringer Qualität verschwinden vom Markt. Leider folgen keine neuen Betriebe mit entsprechend ausreichender Qualität. Aktuell ist ein hoher Anteil an 2 und 3 Stern Betrieben vorhanden. Die Angebotssituation an Gästebetten ist bereits jetzt angespannt. Hier ist Handlungsbedarf erforderlich, zumal die Nachfrage nach qualitativ hochwertigen Unterkünften gegeben ist.

Für den Tages- und Ausflugstourismus sind regionale Identitätsanker und überregionale Anziehungspunkte vorhanden (siehe Analyse Tourismus). Der Ausflugstourismus beinhaltet Potenzial. Bringt man ihn mit kulinarischen, regionalen Produkten in Verbindung, so trifft er den Kern aktueller Nachfrage-trends. Nachweislich fahren die Menschen „auf’s Land“ um hier neben den landschaftlichen Schönheiten auch kulinarische Köstlichkeiten zu genießen.

Die Zusammenarbeit von Betrieben untereinander und mit anderen Einrichtungen hat noch Entwicklungspotenzial. Dies soll neue Angebote und Erlebnisse für die BewohnerInnen und Gäste der Region mit sich bringen. Bereits als Schwäche der Region festgehalten ist das Fehlen einer regionsweiten Tourismusorganisation. In der Lipizzanerheimat existiert derzeit keine der Regionsdefinition entsprechende Tourismusorganisation. Somit besteht keine wirksame, regionsweite Struktur, die im Sinne des Destinationsgedankens Infrastruktur und Produkte (Angebote) entwickelt und als Vermarktungseinheit in Richtung Gästemarkt auftritt. Auf dieser Ebene ist der Aufbau einer Vermarktungs- und Buchungsplattform erforderlich.

Strategie: Die Wirtschaftliche Basis für den Tourismus der Region verbessern



Die **Erlebnissräume**, die die Lipizzanerheimat noch wesentlich stärker wahrnehmbar, erlebbar und spürbar werden lassen, sind zu entwickeln. Der weitere **Ausbau von Freizeit- und Erlebnisangeboten** stellen für die Region wichtige Maßnahmen dar. Die Marke Lipizzanerheimat ist mit Elementen der regionalen Besonderheiten, mit kulinarischen und kulturellen Angeboten noch stärker zu vernetzen, mit Leben zu befüllen und entsprechend in Wert zu setzen. Durch die stärkere Zusammenarbeit verschiedener Leistungsträger sind neue Angebote zu schaffen, die eine höhere Wertschöpfung aus dem Ausflugs- und Naherholungstourismus ermöglichen. In diesem Zusammenhang sind regionale Wertschöpfungsketten, vom Landwirt über die Gastronomie zum Endverbraucher weiter auszubauen, regionale Spezialitäten, wie Käse noch (weiter) qualitativ zu entwickeln und als attraktive **Erlebnissräume der Dachmarke Lipizzanerheimat** zu vermarkten.

Wie viele andere Regionen auch, steht die Lipizzanerheimat vor der Herausforderung **Infrastruktureinrichtungen zu erneuern** und an technische und nachfrageorientierte Standards anzupassen. Im Bereich der touristischen **Suprastruktur**²⁷ bedarf es in Zukunft einer entsprechenden **Weiterentwicklung und eines Qualitätssprunges**. Um dieses Ziel zu erreichen, werden Maßnahmen der Bewusstseinsbildung und vorsichtig, gezielte Ausbaumaßnahmen angestrebt. In einem ersten Schritt sind die **Potenziale für**

²⁷ Suprastruktur erfasst die Einrichtungen zur Befriedigung der touristischen Basisbedürfnisse – Essen, Trinken, Schlafen, Information -, d.h. also Hotellerie und Gastronomie, Tourismusverbände, Reisebüros etc.

Investitionen bzw. Investoren auszuloten, die eine solide Grundlage für zukünftige Interessenten darstellen sollen. Ein bisheriges Projekt mit der Zielsetzung der nachhaltigen Nutzung leerstehender Pfarrhöfe als Beherbergungsangebot, sowie ein Ideenwettbewerb für innovative Beherbergungsformen dienen als Basis um ungewöhnliche Beherbergungsangebote entstehen zu lassen.

Die **Angebotsentwicklung im Tourismus** ist weiter auszubauen. Weitere Ziele sind die Entwicklung neuer Tourismusangebote, der Aufbau bzw. die Weiterentwicklung touristischer Einrichtungen und entsprechender Infrastruktur. Leitbetriebe wie die Therme Nova oder Piber, etc. und Leitthemen der Region, wie Kulinarik, Genuss, Kultur, Wandern und Radfahren, etc. sind von Bedeutung und werden entsprechend miteingebunden.

Zur Forcierung und Abwicklung der touristischen Nachfrage, zur Entwicklung und Bewerbung von Urlaubs- und Naherholungsangeboten sind entsprechende organisatorische **Strukturen und Kommunikations- und Vermarktungsplattformen einzurichten**. Wichtige touristische Leistungspartner und Leitbetriebe sind zu vernetzen und die Kooperation mit den Bereichen Landwirtschaft sowie die Zusammenarbeit mit der Regionalmarke zu intensivieren.

Vor allem der **Herkunftsmarkt Großraum Graz**, der noch stärker zu erschließen und zu bewerben ist, bietet Potenzial für Naherholungs- und Ausflugs Gäste. Attraktive, kombinierte „Erlebnisangebote“ (Anreise, Kulinarik, Natur- und Kulturerlebnisse) werden auf die Region aufmerksam machen. Durch die Zusammenarbeit mit Tourismusverband Graz bzw. Graz-Umgebung ist die Angebotslinie für Tagesgäste, Naherholung Suchende und Kurzurlauber zu vertiefen. Die Ausflugsziele sind, ausgehend von den Haltestellen des öffentlichen Verkehrs, durch innerregionale Micro-ÖV-Lösung oder e-Mobility-Lösungen anzubinden.

Ziel aller Entwicklungsmaßnahmen sind attraktive, authentische Freizeitangebote für die Menschen und die BesucherInnen der Region, die durch die Verknüpfung mit anderen Bereichen (Kulinarik, regionale Produkte, etc.) der Region gestärkt werden sollen.

Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023)

- Die Lipizzanerheimat wurde durch regionstypische Erlebnisräume für die Bewohner und Gäste besonders interessant und auch entsprechend nachgefragt. Im Rahmen der Entwicklung regionaler Erlebnisräume erfolgte eine Bündelung und gleichzeitig Profilierung touristischer Angebote. Die Erlebnisräume bilden den vermarktungstechnischen und auch planerischen Rahmen für die bestehenden und neu entwickelten Tourismusangebote. Dadurch wurden die Region und ihr touristisches Angebotsspektrum klar erkennbar und attraktiv. Mehr und neue Gäste (Tages- und Nächtigungsgäste) besuchen die Region, die dadurch gestiegene Wertschöpfung bedeutet auch zunehmend wirtschaftliche Grundlagen für weitere Entwicklungen und Investitionen. Durch die Zusammenarbeit mit der Tourismusorganisation von Graz und Graz-Umgebung wird der nahe Gästemarkt erschlossen. Attraktive Ausflugs- und Naherholungsangebote und Gästepackages wurden dafür entwickelt. Eine Potenzialanalyse, eine Zimmerinitiative, sowie ein Ideenwettbewerb für neue Beherbergungskapazitäten wurden durchgeführt (EI).
- Mit der regionsweiten Buchungsplattform wurde das regionale Angebot vernetzt, ist gemeinsam nach außen wahrnehmbar und buchbar, bzw. gewährleistet eine professionelle Vermarktung der Region. Vor dem Hintergrund dieser Buchungsplattform fand die Vernetzung der tourismus- und freizeitrelevanten Leistungspartner statt. Die gesamtregionale Buchungsplattform mit Vernetzung von Tourismusbetrieben wurde aufgebaut (EI).
- Eine gesamtregionale Tourismusorganisation wurde aufgebaut und stellt die organisatorische und operative Grundlage für die touristische Entwicklung und das Tourismusmarketing dar (EI). Eine die Region überspannende Tourismusstrategie (siehe auch Erlebnisräume) und mit der Dachmarke abgestimmte Marketingstrategie spielt dabei eine zentrale Rolle. Dachmarke und Tourismus verfolgen gemeinsame Zielsetzungen und arbeiten eng zusammen.
- Regionale Leistungspartner und Leitbetriebe, wie Therme, Gestüt Piber, etc. sind in der Angebotsentwicklung sowie in der Weiterentwicklung der Region eingebunden und bringen ihre Potenziale aktiv ein.
- Für die Schaffung neuer und qualitativ höherwertiger Beherbergungsangebote wurden Impulse gesetzt und das Interesse für potenzielle Entwickler von gewerblichen Beherbergungsbetrieben, Privatzimmer- und Urlaub am Bauernhof Anbieter auf die Region gelenkt. Dafür wurden die Potenziale für Beherbergungsangebote analysiert und Maßnahmen zur Kreation neuer, innovativer Beherbergungsideen durchgeführt (EI).
- Die Lipizzanerheimat wurde durch regionstypische Erlebnisräume für die Bewohner und Gäste besonders interessant und auch entsprechend nachgefragt. 5 neue Erlebnisräume Lipizzanerheimat wurden geschaffen (EI).

- Bei der Neuerrichtung von touristischen Infrastruktureinrichtungen und der Neugestaltung von Erlebnisräumen wurde die barrierefreie Ausgestaltung berücksichtigt.
- Sensibilisierungsmaßnahmen wurden durchgeführt und Beschäftigungseffekte wurden erzielt, Details dazu unter Pkt. 3.1.8 und 3.1.9.

Aktionsplan (Maßnahmen) zur Erreichung der Resultate

- Entwicklung von typischen Erlebnisräumen der Lipizzanerheimat und Ausbau touristischer Angebote für BewohnerInnen und Gäste der Region. Der benachbarte Markt des Großraumes Graz stellt eine wichtige Herkunftsregion dar. Die Zusammenarbeit möglichst aller relevanten touristischen Leistungsträger und Anbieter ist erforderlich.

Mögliche ProjektpartnerInnen und Akteure: Dachmarke Lipizzanerheimat, LAG; Tourismusverbände, touristische Leistungsträger, Anbieter von Ausflugszielen und Freizeitangeboten.

- Die Möglichkeiten und wirtschaftlichen Potenziale für neue Beherbergungsangebote sind zu analysieren und potenziellen Interessenten darzulegen. Ziel ist die Schaffung von Beherbergungsangeboten im 4-Sterne Bereich, aber auch im gehobenen Privatzimmerbereich, wobei auf die barrierefreie Ausgestaltung zu beachten ist. Durch Informationsveranstaltungen, Workshops und persönliche Gespräche werden Rahmenbedingungen und Entwicklungsmöglichkeiten dargelegt.

Mögliche ProjektpartnerInnen und Akteure: LAG, Wirtschaftsoffensive, Wirtschaftskammer, Tourismusorganisationen, touristische Leitbetriebe.

- Durchführung eines Ideenwettbewerbs für innovative Unterkünfte und Unterkunftsformen. Mit dem Wettbewerb werden ArchitektInnen und VertreterInnen der Kreativwirtschaft eingeladen, Ideen und Planungen für innovative, aber realisierbare neue Beherbergungsmöglichkeiten zu entwickeln. Neben dem beabsichtigten Impuls neue Beherbergungsformen zu entwickeln, soll die Problematik fehlender Unterkünfte aufgezeigt und diskutiert werden.

Mögliche ProjektpartnerInnen und Akteure: LAG, Kreativwirtschaft, ArchitektInnen

- Aufbau einer regionalen Tourismusorganisation. In der Region fehlt ein gesamtregionaler Verband, der die Agenden der Entwicklung und Vermarktung für die gesamte Lipizzanerheimat übernimmt. Rahmenbedingungen und die Interessenslage sind in der Region und in den Leitbetrieben zu erheben und vorbereitende Maßnahmen einzuleiten. Weiters ist eine Strategie zu entwickeln, damit die Erlebnisräume und Angebote gezielt aufgebaut, vermarktet und in die notwendige Buchungsplattform auf regionaler Ebene implementiert werden können.

Mögliche ProjektpartnerInnen und Akteure: LAG, Dachmarke, Tourismusverband, Akteure aus den Bereichen Tourismus, Wirtschaft und Kultur, Gemeinden und BürgermeisterInnen.

- Im Rahmen der zukünftigen Aktivitäten werden Vorbereitungsarbeiten, Planungen und die Einführung einer regionalen Buchungsplattform geplant. Durch die Vermarktungsplattform soll die Bekanntheit aller Beteiligten gesteigert werden. Die Region soll wesentlich von der Präsenz der Plattform und der begleitenden Marketing- und Öffentlichkeitsarbeit profitieren.

Mögliche ProjektpartnerInnen und Akteure: Tourismusverbände, Gemeinden, LAG, Dachmarke, alle wesentlichen Partner aus den Bereichen Tourismus, Kultur, Freizeit, Gastronomie, Direktvermarkter, Produzenten regionaler Produkte und viele mehr.

- Ausbau und Neuerrichtung touristischer Infrastruktur. Im Mittelpunkt stehen zukünftige Investitionen zum Ausbau touristischer Freizeit- und Sport- und Erlebnisinfrastruktur, wie z.B. Freizeiteinrichtungen, Infrastruktur in Wintersportgebieten und der Ausbau von Erlebnisangeboten, die unter anderem im Zusammenhang mit regionalen Themen, wie Glas (Glaswelt), Energie (Energie Erlebnis Park), etc. stehen. Im Bereich Ausbau touristischer Infrastruktur liegen mehrere Projektvorhaben vor, wie z.B. das Tourismuskonzept und Infrastrukturmaßnahmen Region Gaberl-Altes Almhaus sowie Infrastrukturmaßnahmen Packer Höhe.

3.1.5 Erfolgsindikatoren AF 1

| INDIKATOR | BASIS-WERT | SOLL-WERT |
|---|------------|-----------|
| Dachmarke Lipizzanerheimat wurde weiter entwickelt | | |
| Anzahl neuer Botschafter der Dachmarke (wichtig ist die Anzahl der Botschafter für die Dachmarke zu erhalten bzw. neue zu gewinnen) | 200 | 300 |

| | | |
|---|-----|-----|
| Anzahl regionaler Produkte die unter der Dachmarke neu entstanden sind und vermarktet wurden | 0 | 5 |
| Eine gemeinsame Grundlagen für Qualitätsstrategie der Dachmarke wurde erarbeitet | 0 | 1 |
| Anzahl der Maßnahmen zur organisatorischen Weiterentwicklung Regionsgutscheines, Verbesserung des Abrechnungssystems | 0 | 1 |
| Anzahl neuer Gutschein-Partnerbetriebe (inkl. alte Gutscheinpartnerbetriebe halten) | 250 | 300 |
| Anzahl der LAG Vernetzungsprojekte zur Dachmarke (LEADER Kooperationsprojekt) | 0 | 1 |
| Anzahl von Kleinprojekten für Impulse der Dachmarkenstrategie | 0 | 5 |
| Anzahl Veranstaltungen und Feste im Zusammenhang mit Lipizzanerheimat | 3 | 20 |
| Anzahl Medienberichterstattung über die Dachmarke, Region und deren Image | 0 | 20 |
| Anzahl der errichteten (eingerrichteten) Lipizzanerheimat-Shops (Online-Shop oder reales Geschäft) | 0 | 1 |
| Neu geschaffene Arbeitsplätze durch Dachmarke, Regionsshop, Regionsgutschein, Produktentwicklung, Kooperationsprojekte | 0 | 8 |
| Wettbewerbsfähigkeit v. Klein- u. Mittelbetrieben u. d. Landwirtschaft wurden verbessert | | |
| Anzahl der Maßnahmen zur Motivation von Wirtschaftstreibenden und ArbeitnehmerInnen zur Qualifizierung und Weiterbildung | 0 | 6 |
| Neue Ausbildungsplätze im Metall- und Elektrotechnikbereich | 0 | 90 |
| Anzahl unternehmensnaher Qualifizierungsmaßnahmen | 0 | 10 |
| Absolvierte neue Zusatzausbildungen von Jugendlichen | 0 | 300 |
| Anzahl Informationsmaßnahmen zum reg. Arbeitsmarktpotenzial f. Mädchen u. Frauen | 0 | 3 |
| Erhöhung des Mädchenanteils in technischen Lehrberufen | 8% | 12% |
| Anzahl der Maßnahmen zum Wissensaufbau für Wirtschaftskooperationen entlang der Wertschöpfungskette Produzent, Handel, Gastronomie, Endkunde | 0 | 3 |
| Anzahl der entwickelten Maßnahmen zur Darstellung der Leistungsfähigkeit der regionalen Wirtschaft | 0 | 1 |
| Anzahl der eingebundenen, regionalen Leitbetriebe | 0 | 10 |
| Anzahl der interessierten Landwirte für Direktvermarktung, Tourismus, soziale Dienstleistung (Green Care), etc. | 0 | 15 |
| Potenzialanalyse für landwirtschaftliche Produkte und regionale Spezialitäten, Vernetzungspotenziale wurde durchgeführt | 0 | 1 |
| Bewusstsein und Markt für regionale Produkte u. Rohstoffe sind aufgebaut | | |
| Anzahl der Maßnahmen zur Initiierung neuer Produkte | 0 | 6 |
| Anzahl der Kooperationsaufbau mit Universität oder FH zur Produktentwicklung | 0 | 1 |
| Anzahl d. durchgeführten Maßnahmen zur Wissensvermittlung für regionale Lebensmittel | 0 | 10 |
| Anzahl von Genusspaketen für den Lipizzanerheimat-Shop | 0 | 10 |
| Anzahl von Maßnahmen zum Informationstransfer zwischen Produzenten, Gastronomie und Handel mit dem Ziel regionale Wertschöpfungsketten aufzubauen | 0 | 4 |
| Wirtschaftliche Basis für den Tourismus weiter entwickelt | | |
| Anzahl Potenzialanalyse Beherbergung in der Lipizzanerheimat | 0 | 1 |
| Anzahl an Interessenten für die Schaffung neuer Beherbergungskapazitäten im Rahmen einer Zimmer-Initiative (gewerblich und privat) | 0 | 15 |
| Ideenwettbewerb für neue Unterkünfte und Unterkunftsformen wurde durchgeführt | 0 | 1 |
| Anzahl durchgeführter Maßnahmen zur Installierung einer gesamtregionalen Tourismusorganisation | 0 | 8 |
| Gemeinsame regionale Buchungsplattform für die Lipizzanerheimat ist umgesetzt | 0 | 1 |
| Anzahl neuer geschaffener Erlebnisräume (Angebote) in der Lipizzanerheimat | 0 | 5 |
| Vernetzung mit Tourismus Graz u. Umgebung (ev. auch andere Zielgebiete) ist aufgebaut | 0 | 1 |
| Anzahl neu geschaffener Erlebnispakete für Gäste aus dem Großraum Graz | 0 | 7 |

3.1.6 Beschreibung von Kooperationsaktivitäten

Im Rahmen dieses Aktionsfeldes gibt es eine Vielfalt von Kooperationspotenzial für Projekte und deren AkteurInnen.

Die **Dachmarke selbst bildet ein wichtiges Dach für Kooperations- und Vernetzungsaktivitäten**. Sie stellt die Verbindungsstelle zu allen wesentlichen Einrichtungen der Region her. Unter der Dachmarke

sind Gemeinden, Betriebe aus Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Sozialwirtschaft, sind regionale Organisationen und Einrichtungen, die Sozialpartner und viele mehr eingebunden. Gleichzeitig stellt die Dachmarke auch das Verbindungselement zu Projekten und Projektmitwirkenden der Region dar.

Der Aufbau von Wertschöpfungsketten beinhaltet die **Zusammenarbeit regionaler Leistungsträger** aus verschiedensten Bereichen. Im Wesentlichen macht das die Zusammenarbeit von Wirtschaftstreibenden und Akteuren aus den Bereichen **Landwirtschaft, Wirtschaft, Kultur und Tourismus** erforderlich. Die Zusammenarbeit der Dachmarke mit dem Tourismus bzw. den Tourismustreibenden und landwirtschaftlichen Produzentinnen erfolgt durch konkrete Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband und touristischen Leistungsträgern, die Zusammenarbeit der Landwirtschaft zeigt sich durch die bäuerlichen Betriebe, die das Markenzeichen verwenden und spezielle Produkte unter der Marke entwickeln und vertreiben. Mit dem Lipizzanerheimat-Shop wird eine stärkere wirtschaftliche Verknüpfung erfolgen. Hier werden gemeinsame Maßnahmen zur Lagerung, der Vermarktung und des Vertriebes erfolgen.

Im Rahmen der Entwicklung von neuen Produkten und in der Bewusstseinsbildung für regionale Produkte ist die Zusammenarbeit verschiedenster Einrichtungen und ExpertInnen erforderlich. Zum Aufbau von Wertschöpfungsketten ist die Mitwirkung von Produzenten, der Wirtschaft (Handel und Tourismus) und den dazwischengeschalteten Dienstleistern, die die Lagerhaltung und Logistik bewerkstelligen, erforderlich.

Im Rahmen der Produktentwicklung und des Aufbaus von Wertschöpfungsketten ist die Zusammenarbeit mit Universitäten bzw. auch mit dem Studiengang für „Nachhaltiges Lebensmittelmanagement“ der **FH Joanneum** in Graz geplant. Der Fachstudiengang bringt für diese Zielsetzung umfangreiche Kompetenzen und Expertise ein: LebensmittelmanagerInnen sind überall dort einsetzbar, wo Grundlagenwissen, praktische Erfahrungen, technisches, organisatorisches und wirtschaftliches Anwendungswissen sowie die nötigen sozialen Fähigkeiten benötigt werden, um integrierte Lösungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette von Lebensmitteln zu entwickeln und zu verantworten.

Für eine konsequente und qualitätsorientierte Produktentwicklung sind die Mitwirkung von ExpertInnen und wissenschaftlichen Einrichtungen von **Universitäten und Fachhochschulen** vorgesehen.

Eine **Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Graz und Graz-Umgebung** wird die Grundlage für die Entwicklung gemeinsamer Angebotspakete für Bewohner und Gäste des Großraumes Graz darstellen. Der **Regionsgutschein Lipizzanerheimat erfährt eine regionale Erweiterung durch die LAGs Schilcherland und Naturpark Südsteiermark**. Die beiden Regionen werden von den bisherigen Erfahrungen und dem bisher entwickelten System profitieren. Einen Schwerpunkt wird die Abwicklung und Verrechnung der Gutscheine durch ein professionelleres, gemeinsames Verwaltungs- und Abrechnungssystem sein.

3.1.7 Zusammenfassende Darstellung der Wirkungsmatrix

Die zusammenfassende Darstellung liegt als Anhang A bei.

3.1.8 Sensibilisierungsmaßnahmen AF 1

| Maßnahmen |
|--|
| Dachmarke Lipizzanerheimat |
| Verschiedene imagebildende Maßnahmen in der Region, z.B. durch Vorträge, Informationsveranstaltungen, Informations- und Marketingmaßnahmen zur Imagebildung, Sensibilisierungsarbeit für Leader und Region |
| Entwicklung eines Spieles zur Region, um damit die Besonderheiten und Stärken der Region kennenzulernen. Zusammenarbeit mit Universität Graz geplant |
| Unterstützung von Interessenten bei der Entwicklung und Beantragung von Kleinprojekten |
| Informationsveranstaltungen und persönliche Gespräche zur Einbindung neuer Partner und Leitbetriebe aus allen Bereichen der Region |
| Wettbewerbsfähigkeit von Klein- u. Mittelbetrieben u. der Landwirtschaft |
| Wert und Bedeutung von regionalen Wertschöpfungsketten für Landwirtschaft, Wirtschaft und Region; Vorstellung von Best-practice Projekten, Exkursionen, Vorträge |

| |
|---|
| Informationsmaßnahmen für regionale Produkte und deren Qualität, Motivation zum Kauf regionaler Produkte und des Regionsgutscheins, Produktpräsentationen, Verkostungen, etc. |
| Informationsmaßnahmen; Informationsveranstaltungen über Wert, Bedeutung und Potenziale regionaler Kooperationen (horizontale und vertikale Kooperationsformen) |
| Medienberichterstattung über die Dachmarke, Region und deren Image |
| Maßnahmen zur Motivation von Wirtschaftstreibenden und ArbeitnehmerInnen zur Qualifizierung und Weiterbildung, durch Einzelgespräche, Aufbau von Qualifizierungsverbänden |
| Bewusstsein und Markt für regionale Produkte u. Rohstoffe |
| Bewusstseinssteigerung für Produkte aus der Region und Sensibilisierung der Konsumenten über ihr Einkaufsverhalten und Wert der Nachhaltigkeit und Wertschöpfung regionaler Produkte. Die bewusstseinsbildenden Maßnahmen werden in unterschiedlicher Form und Methode (z.B. Informationsveranstaltungen, Verkostungen, Betriebsbesuche, Geschmacksschulen bzw. Geschmackserlebnisse), entsprechend den unterschiedlichen Zielgruppen (Erwachsene, Jugendliche, SchülerInnen, etc.) konzipiert und durchgeführt |
| Informationsveranstaltungen und Workshops zum Aufzeigen von Möglichkeiten der regionalen Zusammenarbeit entlang von Wertschöpfungsketten |
| Motivation zur Zusammenarbeit mit Ausbildungs- und wissenschaftlichen Einrichtungen. Niederschwellige Kontaktaufnahme und Informationsveranstaltungen für potenzielle Projektpartner |
| Veranstaltungen, wie z.B. Verkostungen, Käseakademie, etc. als bewusstseinsbildende Maßnahmen für Qualität und Genuss regionaler Produkte |
| Wirtschaftliche Basis für den Tourismus |
| Informationsveranstaltungen, Workshops und persönliche Gespräche zur Darlegung von Rahmenbedingungen und Entwicklungsmöglichkeiten im Tourismusbereich |
| Ideenwettbewerb für innovative Unterkünfte und Unterkunftsformen. Neben dem beabsichtigten Impuls neue Beherbergungsformen zu entwickeln, soll die Problematik fehlender Unterkünfte aufgezeigt werden |
| Sensibilisierungsmaßnahmen für Gender- u. Gleichstellungsthematik oder spezielle Zielgruppen, wie Frauen, Jugend, ältere Menschen, Menschen mit Behinderungen, etc. |
| Besondere Motivation von Frauen, von Projektträgerorganisationen für Menschen mit Behinderungen und Benachteiligungen zur Teilnahme an Projekten, der Herstellung von regionalen Produkten bzw. der Übernahme von Vertriebs- und Logistikmaßnahmen |
| Orientierungsmaßnahmen für Kinder und Jugendliche für rd. 1.800 Schülerinnen und Schüler im Bereich Naturwissenschaft und Technik, z.B. Berufspraktische Tage in den Betrieben, Berufserlebnistage |
| Sensibilisierungs- und Informationsmaßnahmen zur Motivation von Mädchen und Frauen zum Einstieg in nicht-frauentypische Berufe bzw. zur gleichberechtigten Teilhabe von Frauen und Männer an Qualifikationsmaßnahmen durch Berufserlebnistag-Technik, Elterninformation, Peergroups-Treffen Jugendliche, MentorInnen-System Frauen. |
| Information über neue Erwerbsmöglichkeiten, insbesondere für Bäuerinnen aus der Region in den Bereichen der Wertschöpfungsketten, von Green Care Projekten, etc. durch Erfahrungsberichte, Exkursionen, Best-practice-Beispiele |

3.1.9 Beschäftigungswirksamkeit AF 1

Angestrebte Beschäftigungsmöglichkeiten (Erhalt/Schaffung) von Arbeitsplätzen (für gesamte Leaderperiode)

Angestrebte Beschäftigungsmöglichkeiten: qualitativ und quantitativ

- Generell sind alle **Maßnahmen auf die Verbesserung der Lebensqualität und den Erhalt bzw. der Schaffung neuer Arbeitsplätze** ausgerichtet.
- Die Dachmarke ist zentrale Vermarktungsschiene der Region, mit Zielsetzung alle Produkte und Dienstleistungen darunter zu vermarkten und Wertschöpfung in der Region zu halten. Durch Regionsgutschein will man bis 2023 **1,5 Mio. Euro Wertschöpfung** in Region behalten; geplant sind **300 Mitgliedsbetriebe**. Damit leistet man einen Beitrag zur Sicherung der Klein- und Mittelbetriebe und der Beschäftigten in der Region, dies entspricht einem Beitrag zur **Sicherung von rd. 50 Arbeitsplätzen in den Sektoren Handel, Gewerbe, Tourismus, Landwirtschaft. Ca. 3 neue Arbeitsplätze ergeben sich durch die Neuschaffung von Vertriebsstellen, Messebetreuung, etc. Hier erfolgt die Zusammenarbeit mit sozialen Einrichtungen die für Menschen mit Behinderungen, für Wiedereinsteigerinnen, Landwirtinnen, etc. neue Arbeitsplätze schaffen.**
- Sicherstellung von **2 Lehrwerkstätten** mit Bereitstellung von Ausbildnern und Lehrlingsplätzen, insges. ca. **30 Arbeitsplätze**.
- Im Bereich der KMUs werden **90 neue Ausbildungsplätze im Bereich Metall- und Elektrotechnik** geschaffen.

- Durch **10 Betriebe des Ausbildungsverbundes Metall und deren Qualifizierungsmaßnahmen wird der Beschäftigungsstand von insges. 1.800 Männer und Frauen** gesichert.
- Der **Mädchenanteil in den technischen Lehrberufen wird von 8% auf 12% erhöht.**
- **Zusatzausbildungen für 300 Jugendliche** im Bereich unternehmensnahe Qualifizierung.
- **Neue Beschäftigungsmöglichkeiten, insbesondere für Frauen und Menschen mit Beeinträchtigungen, bei der Entwicklung neuer Produkte im Bereich Landwirtschaft (Diversifizierung) und (Kunst)Handwerk.**
- **Neue Arbeitsplätze durch das Angebot neuer Dienstleistungen**, z.B. Green Care, Kinder- und Altenbetreuung am Bauernhof, Behindertentagesstätten, etc. Z.B. durch geplante Pilotumsetzung von Green Care entstehen ca. 5 Arbeitsplätze.
- Sicherung bzw. Schaffung neuer Beschäftigungsmöglichkeiten durch den **Aufbau von Wertschöpfungsketten, Entwicklung neuer Produkte und durch die Zusammenarbeit mit neuen Markt- und Absatzpartnern** wie z.B. Therme Nova, Gastronomiebetriebe (Kooperationen mit Direktvermarktern) und Versorgung von Großveranstaltungen durch regionale Produkte und Ressourcen. Sicherung des Erhalts von Arbeitsplätzen in landwirtschaftlichen Betrieben durch Diversifizierung.
- Durch **neue Angebote im Tourismus**, wie z.B. Erlebnisräume „Weltkulturerbe Lipizzaner“ kommen zusätzliche Gäste in die Region und leisten somit einen Beitrag zum Erhalt der Arbeitsplätze bzw. zu zusätzlichen Arbeitsplätzen.
- Durch neue Tourismusangebote und Erlebnisräume werden neue Arbeitsplätze im Bereich der **Ausgestaltung und des laufenden Betriebes der Buchungsplattform, etc. ca. 5 Arbeitsplätze** geschaffen.

Entwicklungsfelder/-optionen für Beschäftigungsmöglichkeiten:

- Vermarktung der Region nach innen und außen, mit allen Produkten und Dienstleistungen.
- Diversifizierung in Richtung neue Dienstleistungen, Green Care, Betreuung, etc.
- Aufbau von Wertschöpfungsketten.
- Fachkräftesicherung durch Ausbildungsverbund Metall, Zusatzausbildung für Jugendliche, Erhöhung Mädchen- und Frauenanteil in technischen Berufen.
- Attraktive Lehrausbildung durch unternehmensnahe Qualifizierung
- Neue Beschäftigungsmöglichkeiten durch sozialwirtschaftliche Betriebe, wie z.B. Flower Power, Lebenshilfe, IDA, Caritas, BEST Beschäftigungsgesellschaft
- Höherqualifizierung von Frauen in bestehenden Beschäftigungsverhältnissen zur Sicherung der Arbeitsstellen bzw. Erlangung eines vollwertigen Arbeitsplatzes (statt Nebenbeschäftigung).

3.2 Aktionsfeld 2: Natürliche Ressourcen und kulturelles Erbe festigen

3.2.1 Kunst und Kultur

Ausgangslage

Die Region bietet eine Vielzahl und unterschiedlichste Kulturangebote. Veranstaltungen, Konzerte, Theater, Kunsthaus und eine Reihe von Museen sind Zeugnis einer regen Kulturtätigkeit. Das Kulturangebot wird von öffentlichen und privaten Kulturträgern organisiert. Die rund 20 Museen der Region bilden entweder die Grundlage für die Vermittlung historischer Entwicklungen in der Region oder beschäftigen sich mit Kunst und Kultur der Gegenwart. Die Friedensreich Hundertwasser-Kirche, der Ernst Fuchs-Brunnen und das Arik Brauer-Rathaus sind markante Highlights aus der neueren Zeit der Lipizzanerheimat.

Museen spielen eine wichtige Rolle bei der gesellschaftlichen, insbesondere kulturellen Standortbestimmung und Strukturentwicklung. Museen sind lehrende und lernende Institutionen, welche immer wieder einer aktuellen Positionierung bedürfen. Bei einigen Museen sind Erneuerungen bzw. Erweiterungen des Kulturangebots in Planung, wobei es einerseits um den Ausbau von Räumlichkeiten und andererseits um die Weiterentwicklung des Vermittlungsangebotes geht. Eine regionale Koordination der Kulturangebote und Kulturveranstaltungen ist nicht vorhanden.

Das Bundesgestüt in Piber beherbergt die in Österreich einzigartige Zucht der Lipizzanerpferde. Die Lipizzaner geben der Region ihren Namen und die Region hat eine damit verbundene klare Positionierung. Seit fast 100 Jahren haben die Pferde ihre Heimat in der Region. Die weißen Pferde sind ein unverwechselbares Aushängeschild Österreichs. Das im Gestüt befindliche Museum stellt die historische Bedeutung und Entwicklung der Lipizzaner und des Gestüts dar. Die Umgestaltung und attraktivere Gestaltung

des Museums ist vorgesehen. Aktuell ist die Aufnahme der Lipizzaner in das UNESCO-Kulturerbe geplant.

Strategie: Kunst und Kultur stärken, vernetzen und erlebbar machen

| |
|---|
| Kunst u. Kultur stärken, vernetzen u. erlebbar machen |
| KUNST- & KULTUR- IN DER LIPIZZANERHEIMAT VERNETZUNG/NEUE ANGEBOTE |
| INFRASTRUKTUR FÜR MUSEEN UND KULTURVERMITTLUNG |

Die Dachmarke steht für möglichst alle Bereiche der Region. Zur stärkeren Wahrnehmbarkeit des beachtenswerten Kulturangebots ist dessen stärkere **Vernetzung und Koordination erforderlich**. Die Vernetzung soll aber auch die Zusammenarbeit mit jungen Kunst- und Kulturschaffenden in Form von Austausch, Veranstaltungen und durch die Realisierung gemeinsamer Projekte erfolgen. Im Sinne der Dachmarke und der Vernetzung mit anderen Bereichen der Region ist die Zusammenarbeit mit dem Tourismus und der regionalen Informations- und Buchungsplattform in besonderer Weise erforderlich. Die Region verfügt über zahlreiche Kulturorganisationen, einige davon sind über die Region hinaus bekannt. Ziel ist eine bessere Koordination des gesamten Angebots innerhalb der Region und eine bessere Vermarktung inner- und außerhalb der Lipizzanerheimat.

Das Verständnis und die Identität einer Region hängen stark mit ihrer Geschichte und Kultur zusammen. Die historischen Kulturzeugnisse gilt es zu bewahren, neue Kultur und Kunstangebote sind zu schaffen. Daher wird auf die Kulturangebote und eine attraktive Kulturvermittlung Wert gelegt. Einige Einrichtungen stehen vor der Aufgabe, ihr Angebot einer **zeitgemäßen Kulturvermittlung** anzupassen und sind gefordert, entsprechende **Infrastrukturmaßnahmen**, wie Umbau oder Ausbau von Museen, durchzuführen.

Die Lipizzaner haben eine Geschichte und besondere Bedeutung in der Region. Durch den Ausbau der **Museumsinfrastruktur und touristischer Erlebnisräume** soll auf die Geschichte und Besonderheiten verwiesen werden. Die Heimat der Lipizzaner ist in besonderer Form, durch Feste und Veranstaltungen, durch Natur- und Kulturangebote, erlebbar zu machen. Durch Umstrukturierung und Umgestaltung des Museums soll ein Mehrwert/Nutzen für den Besucher des Lipizzanergestütes Piber entstehen. Durch diese Maßnahme kann das Gestüt Piber, als wichtiges Ausflugsziel der Region, die gesamte Region für Gäste interessanter machen.

Die Heimat der Lipizzaner mit dem Gestüt in Piber gilt es als regionales Stärkefeld noch stärker zu nutzen als bisher. Ziel ist, die Anerkennung der **Lipizzaner als UNESCO-Weltkulturerbe** zu erreichen. Daraus lassen sich für die Zukunft eine Reihe - nicht zuletzt durch die Vernetzung aller Angebote und Leistungsträger - wirtschaftliche und touristische Möglichkeiten und Wertschöpfungsmöglichkeiten ableiten. Beim Ausbau infrastruktureller Einrichtungen (Museen, etc.) und Erlebnisangebote sind die barrierefreie Ausgestaltung der baulichen Maßnahmen, sowie Kommunikationsmaßnahmen (Website, Folder, Informationsstafeln, etc.) zu berücksichtigen.

Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023)

- Durch die Vernetzung der Kultureinrichtungen entstand ein wahrnehmbares, regionales Kulturangebot der Lipizzanerheimat. Durch die Kooperation regionaler Kultureinrichtungen und regionaler Kulturschaffender wurden neue Angebote, tlw. mit internationaler Vernetzung, entwickelt. Die Grundlagen wurden aufbereitet, eine Analyse durchgeführt und Rahmenbedingungen für eine regionale Kulturplattform geschaffen (EI = Zielsetzungen lt. Erfolgsindikatoren). Für junge Menschen wurden 6 neue Arbeitsplätze im Bereich Kultur geschaffen (EI).
- Die regionale Infrastruktur von Museen wurde aufgewertet und ausgebaut. Neue Kulturvermittlungsangebote schaffen einen innovativen, attraktiven Zugang zu Kunst und Kultur. Aus- und Umbauten von 3 Kultureinrichtungen wurden durchgeführt (EI).
- Ein Projekt „Urlaub am Pfarrhof“ (nationales Leader-Kooperationsprojekt) zur nachhaltige Nutzung kultureller Bauten wurde durchgeführt (EI)
- Beschäftigungseffekte wurden erzielt und Sensibilisierungsmaßnahmen wurden durchgeführt, Details dazu unter Pkt. 3.2.6 und 3.2.7.

Aktionsplan (Maßnahmen) zur Erreichung der Resultate

- Bereits in der Zielsetzung des geplanten Kulturprojekts steht die Vernetzung von Kultureinrichtungen und Kulturinitiativen, aber auch die Vernetzung zu Kulturschaffenden im Mittelpunkt. Die Zielsetzung der

Vernetzung von Kunst und Kultur erfordert eine möglichst breite Zusammenarbeit aller Kultur- und Kulturveranstaltungsanbieter der Region. Ziel ist ein zeitliches, aber vor allem inhaltlich abgestimmtes Kulturangebot in der Region zu realisieren.

Mögliche ProjektpartnerInnen und Akteure: Kulturplattform, Lipizzanercult 2.0 – styrianArt, Kunsthaus Köflach, Galerie Voitsberg, Städte des Zentralraums, etc.

- Veranstaltungen zu Kultur und Volkskultur: Regionale Veranstaltungen in Verbindung mit Kultur, Volkskultur, z.B. Brauchtumsfeste, etc.;
- Mögliche ProjektpartnerInnen und Akteure: Landwirtschaft, LFI, Gastronomie, Gemeinden, Vereine*
- Die Museen sind das Spiegelbild der Region und ihrer Menschen und das Gedächtnis des kulturellen Erbes der Gesellschaft. In diesem Sinne wird auf die Weiterentwicklung dieser Einrichtungen Wert gelegt, dies umfasst die Erhaltung und den Ausbau der Infrastruktur, sowie neue Formen der Kulturvermittlung. Ein weiteres Ziel ist die Nutzung kultureller Bauten. Im Rahmen der LES-Vorbereitung wurden einige Projektvorschläge eingebracht und sind hier exemplarisch angeführt:
- Das Museum Köflach soll neu konzipiert und ausgestaltet werden. Ziel ist, ein wichtiges Museum in der Lipizzanerheimat zu werden.
- Das Lipizzanermuseum im Gestüt Piber soll als zusätzliche Attraktion für eine touristische Nutzung adaptiert und die Arena als Veranstaltungszentrum ausgebaut werden.
- Mögliche ProjektpartnerInnen und Akteure: Spanische Hofreitschule – Bundesgestüt Piber GÖR., Kunsthaus Köflach, Stadtgemeinde Köflach.*
- Alte, leerstehende Pfarrhöfe werden durch Revitalisierungs- und Modernisierungsmaßnahmen adaptiert und als touristische Unterkünfte angeboten.
- Mögliche ProjektpartnerInnen und Akteure: Diözese Graz-Seckau, Das Projekt ist als Kooperationsprojekt mit anderen LAGs und in der Weiterführung als Transregionales Vernetzungsprojekt geplant.*
- Buchhaus: Revitalisierung eines spätmittelalterlichen Bauwerks im Ortszentrum und Nutzung als Dorf- bzw. Kultur- und Kommunikationszentrums, der Einrichtung eines Museums zur regionalen Geschichte und Kultur.
- Mögliche ProjektpartnerInnen und Akteure: Gemeinde Geistthal, Gastronomie, Vereine, LFI.*

3.2.2 Natur und Energie

Ausgangslage

Die Region hat mit dem Braunkohlekraftwerk, das mit der Kohle aus den Bergwerken der Region betrieben wurde, bereits seit Beginn der 1950er Jahre eine lange Tradition in der Herstellung von Energie. Nach etwas mehr als 50 Jahren wurde der Betrieb geschlossen, trotzdem soll diese Tradition im Zusammenhang mit neuen nachhaltigen Energieformen beibehalten werden. Das Energie Center Lipizzanerheimat und das Energieforum beschäftigen sich mit der Informationsarbeit, dem Aufbau von Projekten zur Nutzung erneuerbarer Energie und effizienter Energieverwendung.

Ein wesentlicher Schwerpunkt wurde in der Sensibilisierung zu diesem Themenbereich gesetzt. Verschiedenste Aktionen und Veranstaltungen wurden bereits durchgeführt, um die Bevölkerung für aktuelle klima- und energierelevante Fragestellungen zu sensibilisieren und zu nachhaltigem Denken und Handeln anzuregen. Für jüngere Menschen wurde das Projekt „Energie Center macht Schule“ ins Leben gerufen, in dem den „Entscheidungssträgern von morgen“ aktuelle und zukünftige Fragestellungen zum Klima- und Umweltschutz sowie der Umgang mit natürlichen Ressourcen näher gebracht werden. Regionale Produkte stellen ein besonderes Entwicklungsziel im Rahmen dieser Strategie dar.

Strategie: Nachhaltiger Umgang mit Natur und Energie

Die bisherigen Maßnahmen zur Information und Weiterentwicklung zur Nutzung neuer Energieformen sollten auch in LEADER 2014-2020 weitergeführt werden. Ein wesentlicher Schwerpunkt liegt in der Bewusstseinsbildung und **Sensibilisierung für einen nachhaltigen Umgang mit der Natur und der Energie.**

Nachhaltiger Umgang
mit Natur u. Energie

SENSIBILISIERUNG FÜR
NATUR & ENERGIE

ERLEBNISRÄUME
ENERGIE & NATUR

PILOTUMSETZUNGEN
ERNEUERBARE ENERGIE

Den Menschen der Region und den Konsumenten soll in diesem Zusammenhang die schonende Nutzung natürlicher Ressourcen und der Umwelt ins Bewusstsein gebracht werden. Energiesparen, die Steigerung der Energieeffizienz, sowie der Umstieg auf Erneuerbare Energieformen sind wichtige Themenstellungen für Sensibilisierungsmaßnahmen, die in Form von Öffentlichkeitsarbeit, Vorträgen, Informationsgesprächen und Besichtigungen von Herstellern erneuerbarer Energie erfolgen. Bestehende Angebote für SchülerInnen, junge Menschen, etc. werden zielgruppengerecht weiterentwickelt. Die Kooperation mit Schulen wird weiter ausgebaut und gemeinsame Projekte durchgeführt.

Dass Sensibilisierung auch Spaß machen kann, soll im Rahmen von **erlebnisorientierten Freizeiteinrichtungen und Erlebnisräumen zum Thema Natur und Energie** (im weitesten Sinne) erfahrbar werden. Auf spannende und leicht erlebbare Art sollen wesentlich Grundlagen über den Naturraum und über Energie vermittelt werden. Das Ziel besteht darin, einerseits bestehende Angebote weiterzuentwickeln, wie z.B. den Energie Erlebnis Park Zangtal, sowie andererseits neue Erlebnisräume zu schaffen, wie z.B. einen Almlehrpfad. Insgesamt steht hier eine Reihe von Projektvorschlägen zur Verfügung.

Ein weiteres Ziel liegt in der **Umsetzung von Pilotprojekten** zur Erzeugung, Speicherung und zum effizienten Verbrauch erneuerbarer Energie. In pilothaften Versuchsprojekten werden insbesondere Lösungen in der Speicherung von erneuerbarer Energie angestrebt.

Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023)

- Die Bedeutung des nachhaltigen Umgangs mit Natur und Energie wurden erkannt und Formen der nachhaltigen Energienutzung sind bekannt. 6 Sensibilisierungsmaßnahmen für einen nachhaltigen Umgang mit der Natur und Energie, des Klimaschutzes und Anpassungen zum Klimawandel wurden durchgeführt (EI = Zielsetzungen lt. Erfolgsindikatoren).
- Die regionalen Potenziale für die Nutzung erneuerbarer Energie wurden erkannt und werden angewandt. 3 pilothafte Projekte zur erneuerbaren Energie wurden umgesetzt (EI).
- 3 neue Erlebnis- und Lernräume zum Thema Energie, Klimaschutz, etc. wurden geschaffen (EI).
- Beschäftigungseffekte wurden erzielt und Sensibilisierungsmaßnahmen wurden durchgeführt, Details dazu unter Pkt. 3.2.6 und 3.2.7.

Aktionsplan (Maßnahmen) zur Erreichung der Resultate

- Im Rahmen der klassischen Sensibilisierungsarbeit sind unterschiedliche Maßnahmen vorgesehen. Neben der Informationsarbeit von Energieeinrichtungen der Region sind Projekte in Schulen und Kooperationen mit Schulen vorgesehen. Ein Projekt wird hier exemplarisch angeführt:
- Energie Center macht Schule: Das Projekt dient zur Sensibilisierung Jugendlicher zu den Themen erneuerbare Energie, Energieeffizienz und nachhaltige Mobilität. Spezielle Themenstellungen werden im Laufe des Schuljahres bearbeitet und werden vom Energie Center in Form von Inputs, Vorträgen, Workshops und Exkursionen unterstützt.
ProjektpartnerInnen und Akteure: Energie Center Lipizzanerheimat, Schulen, Erzeuger und Nutzer erneuerbarer Energie, Wirtschaftsbetriebe.
- In der Entwicklung und Ausgestaltung von Erlebnisräumen im Zusammenhang mit Natur und Energie ist die Region dabei einen Schwerpunkt aufzubauen. Im Rahmen der LES-Entwicklung wurden eine Reihe von Projekten vorgeschlagen. Einige stellen die Weiterentwicklung eines bereits durchgeführten Vorprojekts dar, einige Projektvorschläge entwickeln neue Angebote. Die Erlebnisräume stehen zumeist in einem starken Zusammenhang mit dem Tourismus und werden auch eher über diese Schiene angeboten. Einige Projekte sind hier exemplarisch angeführt:
- Energie Erlebnis Park Zangtal: Bereits die 1. Projektphase wurde durch LEADER unterstützt, und gilt als Leitprojekt im Zusammenhang von Erlebnis und Wissensvermittlung. Die 2. Projektphase ist in Planung.
ProjektpartnerInnen und Akteure: Gemeinde Voitsberg, Verbund und GKB.
- Stromwelt Energie: Mit dem Ziel der Bewusstseinsbildung zum Thema Stromerzeugung aus erneuerbarer Energie werden unterschiedliche Erlebniselemente angeboten. Die Erlebniselemente der „Stromwelt Arnstein“

bestehen aus „Kraftwerksführungen“, z.B. durch ein historisches Kraftwerk oder eine Staumauer; aus dem „Lerngarten Strom“, hier können Schüler- und Jugendgruppen einschlägige naturwissenschaftliche Experimente und „Forschertätigkeiten“ durchführen. Ein weiteres Element sind E-Bike Touren zur Sensibilisierung für E-Mobilität.

ProjektpartnerInnen und Akteure: Energieforum Lipizzanerheimat, Schulen, Gemeinden.

- Darüber hinaus ist eine Weiterentwicklung und Vertiefung zum Thema Wasser und Energie im Haus der Natur geplant.

ProjektpartnerInnen und Akteure: ARGE Naturerlebnisland Lipizzanerheimat, Verbund.

- Almlehrpfad und Almfest: Errichtung eines Lehrpfades zum Thema Almwirtschaft und deren Bedeutung für Fauna & Flora. Beim Almfest steht die Aufklärungsarbeit über die Wichtigkeit und Nachhaltigkeit der Almwirtschaft im Vordergrund.

ProjektpartnerInnen und Akteure: ARGE Steirische Bergbauern.

- Natur-Dorf: BesucherInnen und ExpertInnen bauen gemeinsam ein Dorf aus Naturmaterialien. Das Dorf unterliegt dem Jahreskreislauf und verändert sich laufend.

ProjektpartnerInnen und Akteure: Gemeinden, Flower-Power

- Naturerlebnisland Lipizzanerheimat: weiterer Ausbau des Naturlehrpfades von der Pack bis in den Kernraum der Region

3.2.3 Erfolgsindikatoren AF 2

| INDIKATOR – Aktionsfeld 2 | BASIS-WERT | SOLL WERT |
|--|------------|-----------|
| Kunst und Kultur sind gestärkt, vernetzt und erlebbar | | |
| Analyse der Grundlagen und Bereitschaft zum Aufbau einer regionalen Kunst- und Kulturplattform (Vernetzung und Vermarktung der Kunst- und Kulturangebote) wurde durchgeführt | 0 | 1 |
| Anzahl der Maßnahmen zur Förderung der kulturellen Vielfalt und des interkulturellen Dialoges (neue Kulturangebote und Kunst- und Kulturvermittlung) | 0 | 5 |
| Anzahl der auf- bzw. ausgebauten Infrastrukturmaßnahmen um regionale Geschichte, Kunst und Kultur erlebbar zu machen | 0 | 3 |
| Neue Beschäftigungsmöglichkeiten für Jugendliche im Bereich Kultur | 0 | 6 |
| Projekt zur nachhaltige Nutzung kultureller Bauten; LEADER Kooperationsprojektes „Urlaub im Pfarrhof“ wurde weitergeführt | 1 | 1 |
| Nachhaltiger Umgang mit Natur und Energie erzielt | | |
| Anzahl von durchgeführten Sensibilisierungsmaßnahmen für einen nachhaltigen Umgang mit Natur und erneuerbare Energie | 0 | 6 |
| Anzahl geschaffener Erlebnisräume zum Themenschwerpunkt Energie und Natur | 0 | 3 |
| Anzahl der initiierten Pilotumsetzungen zur erneuerbaren Energie | 0 | 3 |

3.2.4 Beschreibung von Kooperationsaktivitäten

Die Vernetzung der Kulturanbieter schafft eine gemeinsame und vor allem regionale Grundlage für weiterführende Maßnahmen, wie eine bessere Koordination der Angebote innerhalb der Region, eine bessere zeitliche Abstimmung und vor allem eine gemeinsame Darstellung und Vermarktung innerhalb und außerhalb der Region über eine Kulturplattform der Lipizzanerheimat.

Die komprimierte Wahrnehmbarkeit des Kulturangebots schafft weiters die Grundlage neue Zielgruppen auch außerhalb der Region zu erreichen. Durch die Kooperation mit Kunst- und Kulturschaffenden entstehen neue Angebote (auch für jüngere Menschen), die international vernetzt werden können. Die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männer, die Beteiligung jüngerer Menschen ist ein wichtiges Prinzip.

Darüber hinaus erfolgt im Rahmen des Leader-Kooperationsprojektes „Urlaub im Pfarrhof“ die Zusammenarbeit mit anderen LAGs (Nutzung leerstehender Pfarrhöfe als Beherbergungsangebot).

Eine weitere Zusammenarbeit ergibt sich im Bereich Energie, durch Kooperationsprojekte vom Energie Center, Energieforum und Schulen.

3.2.5 Zusammenfassende Darstellung in der Wirkungsmatrix gemäß Vorlage

Beilage Anhang A

3.2.6 Sensibilisierungsmaßnahmen AF 2

| Maßnahmen |
|---|
| Kunst und Kultur stärken, vernetzen und erlebbar machen |
| Veranstaltungen zur regionalen Kultur und Volkskultur Bedeutung über regionale, historische Baukultur und deren Erhaltung, Einbindung von GemeindebürgerInnen |
| Nachhaltiger Umgang mit Natur und Energie |
| Sensibilisierung der Bevölkerung für aktuelle klima- und energierelevante Fragestellungen bzw. zu nachhaltigem Denken und Handeln anzuregen |
| Es sind unterschiedliche Maßnahmen zur Sensibilisierung geplant, neben der Informationsarbeit von Energieeinrichtungen der Region sind Projekte in Schulen und Kooperationen mit Schulen vorgesehen |
| Informationsarbeit und Wissensvermittlung im Rahmen von Erlebnisangeboten, zu Themenbereichen wie Energie, Natur, etc. Beispiele: Energie Center macht Schule, Energie Erlebnispark Zangtal, Stromwelt Energie, Naturerlebnisland Lipizzanerheimat, Almlehrpfad, Natur-Dorf (die Projekte sind im nachstehenden Aktionsplan kurz beschrieben). Als Zielgruppen gelten in erster Linie SchülerInnen (regional und überregional). Die Erlebnisangebote richten sich letztendlich an alle Menschen, mit dem Ziel mehr Bewusstsein für die angeführten Themenbereiche und den nachhaltigen Umgang mit der Energie (Erzeugung, Verbrauch, etc.), Natur und der Umwelt zu erzielen. |
| Sensibilisierungsmaßnahmen für Gender- u. Gleichstellungsthematik oder spezielle Zielgruppen, wie Frauen, Jugend, ältere Menschen, Menschen mit Behinderungen, etc. |
| Sensibilisierungsmaßnahmen und Einbindung von Menschen mit Behinderungen bei barrierefreien Ausbaumaßnahmen, z.B. im Rahmen von Revitalisierungsarbeiten, bei der Ausgestaltung von Museen und öffentlichen Einrichtungen |
| Einbindung jüngerer Menschen z.B. im Projekt „Energie Center macht Schule“. Umfangreiches Sensibilisierungsprojekt für Jugendliche (vom Kindergarten bis zu höheren Schulen) zu den Themen Klimaschutz, Umweltschutz, z.B. plastikfreie Region; ökologische Nachhaltigkeit, Einkaufen in der Region, etc. Einbindung aller Schulen der Region, große Abschlussveranstaltung mit mehr als 500 TeilnehmerInnen bei der Projektergebnisse und konkrete Maßnahmen vorgestellt werden |
| Gewinnung von Jugendlichen als Multiplikatoren und Wissensvermittler für Umwelt- und Klimaschutz. Jugendliche werden in Rahmen von Exkursionen , Informationsveranstaltung sensibilisiert und geschult |
| Sensibilisierung Jugendlicher für Entwicklung der Region durch Kulturprojekte, generationsübergreifender Kultur- und Geschichtsvermittlung |

3.2.7 Beschäftigungswirksamkeit AF 2

Angestrebte Beschäftigungsmöglichkeiten (Erhalt/Schaffung) von Arbeitsplätzen (für gesamte Leaderperiode)

Angestrebte Beschäftigungsmöglichkeiten: qualitativ und quantitativ

- Beschäftigung Jugendlicher im Bereich der Kultur. Stärkere Vernetzung von beschäftigungslosen Jugendlichen (Projekt Styrian Art) mit regionalen Museen zur Bestandsaufnahme und Archivierung regionaler Kulturgüter.
- Aufbau gemeinsamer Vermarktungsmaßnahmen regionaler Museen durch gemeinnütziges Beschäftigungsprojekt für Jugendliche im Kulturbereich. **Beschäftigungsprojekt für Jugendliche, ca. 6 Beschäftigungsplätze**
- **Aufbau und laufende Betreuung der Kulturplattform**
- Energie Center Lipizzanerheimat , Sensibilisierung für Themen Klima, Umweltschutz, Energieeffizienz, Umstieg auf erneuerbare Energie. Umfangreiches Projekt mit Einbindung aller Schulen der Region. **Bei Umsetzung des Projekts ca. Beschäftigung von 5 Personen. Indirekte Beschäftigungseffekte durch Umsetzungsprojekte mit regionalen Betrieben, z.B. 30 Mio. Umsatz im Rahmen von Umsetzungsprojekten der Energiemodellregion**

- Zusammenwirken von Kultur und Kulinarik , z.B. bei regionalen Großveranstaltungen durch Einbindung regionaler Produkte und Produzenten, **zusätzlicher Markt und neue Einnahmequellen**

Entwicklungsfelder/-optionen für Beschäftigungsmöglichkeiten:

- Neue Beschäftigungsmöglichkeiten Jugendlicher durch **Zusammenarbeit von Beschäftigungsprojekten (für Jugendliche) und Kultur**
- Gestaltung von Erlebnissräumen im Bereich Natur und Energie, sowie Entwicklung und Umsetzung gemeinsamer Energieprojekte. **Direkte und indirekte Beschäftigungseffekte durch regionale Organisationen, wie Energie Center, Energieforum Lipizzanerheimat, Energieerlebnispark, Stadtwerke, etc. und regionale Wirtschaftsbetriebe**
- Kombination von Natur- und Erlebnissräumen zu bestimmten regionalen Themenschwerpunkten, wie Energie, Alm, Kulinarik und Tourismus. **Schaffung neuer Angebotelemente und dadurch zusätzliches Gästeaufkommen, Wertschöpfung und Beschäftigungsmöglichkeiten für regionale Anbieter.**

3.3 Aktionsfeld 3: Für das Gemeinwohl Strukturen und Funktionen stärken

Das Aktionsfeld umfasst folgende Aktionsfeldthemen:



3.3.1 Sozialen Zusammenhalt stärken

Ausgangslage²⁸

Das soziale Engagement und die Freiwilligenarbeit sind wesentlicher Bestandteil des gesellschaftlichen Zusammenlebens und des sozialen Zusammenhalts. Rd. 46% der SteirerInnen (ist ident mit dem Österreichwert; ab dem 15. Lebensjahr) leisten in irgendeiner Form Freiwilligenarbeit. Im Rahmen von ehrenamtlicher Tätigkeit werden Leistungen erbracht, die den sozialen, kulturellen, politischen und ökologischen Zusammenhalt und die wechselseitige Unterstützung von Menschen fördern. 45% der Jugendlichen und 23% der älteren Menschen (ab 65 Jahre; Österreichwerte) sind in der Freiwilligenarbeit engagiert. Zu den vorrangigen Tätigkeitsbereichen zählen Kultur/Kunst/Freizeit, Religion, Katastrophenhilfe und Sport. Die Nachbarschaftshilfe (als nicht organisierte bzw. informelle Freiwilligenarbeit) wird von 59% der Menschen praktiziert. Die ehrenamtliche und Freiwilligenarbeit ist ein wichtiger Bereich gesellschaftlicher Wertschöpfung, wirkt durch ihr Sinnstiftungspotenzial auf die Akteurinnen und Akteure zurück und trägt überdies zu soziokultureller Integration bei.²⁹

Maßnahmen zum sozialen Zusammenhalt haben in der Region eine lange Tradition. In der Region fanden in den vergangenen Jahren eine Reihe von Projekten und Maßnahmen statt. Träger der Maßnahmen waren regionale Einrichtungen (z.B. Caritas Projekt IDA, BEST ReUse Markt, Flower Power, etc.). Der demografische Wandel der Bevölkerung erfordert in Zukunft neue Lösungen des Zusammenlebens und der Versorgung älterer Menschen. Ebenso sind Angebote zur Inklusion Benachteiligter in den Lebensalltag und in die Berufswelt erforderlich. Hier sind in der Region einige engagierte Projekte entstanden, die die Ausbildung von Jugendlichen mit Beeinträchtigungen, die Einbindung arbeitsmarktfremmer und langzeitarbeitsloser Menschen zum Ziel haben.

²⁸ Im Rahmen der SWOT-Analyse wurde ausführlich auf die Aspekte des Gemeinwohls eingegangen.

²⁹ 1. Bericht zum freiwilligen Engagement in Österreich. Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz, Wien 2009 bzw. www.freiwilligenweb.at bzw. Statistik Österreich und Landesstatistik Steiermark

Strategie: Sozialen Zusammenhalt stärken



Einige Leistungen innerhalb der Gesellschaft werden durch **soziales Engagement und Freiwilligenarbeit** erbracht. Sie stellen ein wichtiges Element des sozialen Zusammenhalts einer Gesellschaft, aber auch einer Region dar. Die Lipizzanerheimat wird in Wertschätzung der freiwillig Tätigen, aber auch in der Notwendigkeit, Rahmenbedingungen für die Freiwilligentätigkeit zu schaffen, Akzente setzen. Durch belohnende, formell organisierte Hilfsstrukturen werden nachbarschaftliche Hilfsleistungen angeboten. Durch die Hilfsleistungen erhalten Menschen mit unterschiedlichsten Voraussetzungen und Bedürfnissen (ältere Menschen, Familien, etc.) Hilfestellungen im täglichen Leben. In einer organisierten Form werden hilfeschuchende und hilfeschere Menschen in Gemeinden bzw. in der Region zusammengeführt. Die Entlohnung erfolgt durch Zeit, die durch Leistungen anderer Freiwilliger ausgeglichen werden kann. Ziel ist auch, junge Menschen in dieses Netzwerk einzubinden und sie schon frühzeitig für freiwilliges Engagement in den Gemeinden zu interessieren.

Vereine spielen eine wesentliche Rolle im Zusammenhalt einer Gesellschaft. Ihre Leistungen in diesem Bereich werden oft nicht wahrgenommen und gelten oft als selbstverständlich. Im Rahmen geplanter Aktivitäten in LEADER 2014-2020 werden diese Leistungen aufgezeigt und vor allem das Angebot dieser Vereine insbesondere für jüngere Menschen dargestellt.

Ein weiteres Ziel ist der Einsatz von **Freiwilligenarbeit junger Menschen** in verschiedenen sozialen und gemeinnützigen Einrichtungen im Rahmen des Projekts „Generation Coin“. Durch ein Belohnungssystem soll ein Anreiz zu einem, dem Gemeinwohl dienenden, sozialen, zumeist auch generationenübergreifenden Engagement geschaffen werden.

Menschen mit körperlichen und geistigen Beeinträchtigungen werden dabei unterstützt, am gesellschaftlichen Leben teilzunehmen. Maßnahmen zur **Barrierefreiheit** und Inklusion sind zwei wesentliche Grundsätze, die in der Region verfolgt werden, um Menschen mit besonderen Bedürfnissen miteinzubinden. Für benachteiligte Menschen werden neue Optionen zur Integration in die Gesellschaft und in den Arbeitsmarkt geschaffen. **Maßnahmen zur Armutsbekämpfung**, Tätigkeiten und Leistungen im Bereich der **Sozialwirtschaft** (z.B. Gebrauchtwarenmarkt) sind wesentliche Zielrichtungen der geplanten Aktivitäten, so sollen z.B. Potenzial und Rahmenbedingungen für eine regionale Küche als Sozialbetrieb für größere Abnehmergruppen analysiert werden.

Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023)

- Durch wertschätzende Anerkennung(en) und durch Projekte und Rahmenbedingungen wurden wahrnehmbare Impulse für die Freiwilligentätigkeit und das soziale Engagement in der Lipizzanerheimat geschaffen. Maßnahme zur Sichtbarmachung sozialer Einrichtungen, etc. hat stattgefunden, die Beteiligung am Zeit-Hilfs-Netzwerk hat um 20 Personen zugenommen, im Bereich der Betreuung älterer Menschen wurde eine generationenübergreifende Kooperation (Zeit-Hilfs-Netz und Jugendprojekt Generation Coin) aufgebaut (EI = Zielsetzung lt. Erfolgsindikatoren).
- Benachteiligte Menschen wurden, unabhängig von Ihrer Einschränkung und Behinderungen, in die Gesellschaft und vor allem auch in den Arbeitsmarkt eingebunden. Alle Maßnahmen dazu beruhen auf einer selbstbestimmten Teilhabe. Insgesamt wurden 3 längerfristige Maßnahmen bzw. Projekte zur Einbindung benachteiligter Menschen und Sozialwirtschaft durchgeführt (EI).
- Sensibilisierungsmaßnahmen wurden durchgeführt und Beschäftigungseffekte wurden erzielt, Details dazu unter Pkt. 3.3.6 und 3.3.7.

Aktionsplan (Maßnahmen) zur Erreichung der Resultate

Im Rahmen der Umsetzung der LEADER-Strategie wollen wir das soziale Engagement und die Freiwilligentätigkeit verstärken und honorierende Rahmenbedingungen für die Hilfsleistungen festlegen. Es werden Hilfsnetzwerke aufgebaut, die als Drehscheibe und Clearingstelle zwischen hilfeschubenden und hilfeschuchenden vermitteln. Durch gesonderte Maßnahmen wollen wir insbesondere Jugendliche dazu animieren im sozialen Bereich freiwillig tätig zu sein.

Aus heutiger Sicht ist die Einführung folgender zweier Netzwerke geplant:

- **Zeit-Hilfs-Netz:** Das Zeit-Hilfs-Netz führt hilfeschuchende und hilfeschere Menschen in Gemeinden und Regionen zusammen, die sich gegenseitig unterstützen. Abgegolten werden diese Hilfestellungen mit Zeit. Der Rahmen des Zeit-Hilfs-Netzes Steiermark ist darauf ausgerichtet, dass alle Menschen mitmachen können. Dadurch entstehen auch generationenübergreifende Hilfestellungen und Wissensweitergabe. Älteren Menschen wird ein längerer Verbleib in ihrer gewohnten Umgebung ermöglicht und für Familien kann das Zeit-Hilfs-Netz oft ein zusätzliches Sicherheitsnetz bieten.

ProjektpartnerInnen und Akteure: Landentwicklung Steiermark, Gemeinden

- Im Rahmen integrativer Jugendbeteiligungsmaßnahmen ist das Projekt Generation Coin in Vorbereitung. Hier liegt der Schwerpunkt an der Beteiligung junger Menschen an der Freiwilligen-Tätigkeit. Es werden Möglichkeiten für junge Menschen geschaffen, sich bei sozialen Aktivitäten oder bei regionalen Aktivitäten, die dem Gemeinwohl dienen, einzubringen. Das Projekt beruht auf einem Bonussystem, bei dem erarbeitete Punkte gegen bestimmte Gegenleistungen eingetauscht werden können. Freiwilligentätigkeit, soziales Engagement, generationenübergreifendes Engagement sind Zielsetzungen die damit verfolgt werden.

ProjektpartnerInnen und Akteure: Die Realisierung des Projekts wird im Rahmen eines Kooperationsprojekts mit der LAG Hügelland-Schöcklland, dem JUKO Köflach und dem Regionalem Jugendmanagement durchgeführt.

- Gleichzeitig wollen wir das umfassende Leistungsangebot der freiwilligen Einrichtungen, ihre Bedeutung in der Region und vor allem die Menschen, die dahinter stehen, aufzeigen. Die soll zur Information über das Angebot, aber auch als Angebot für interessierte Menschen jeden Alters hier tätig zu werden, dienen. Der Tag der Vereine stellt eine soziale Leistungsschau von Vereinen und freiwilligen Einrichtungen, etc. dar und zeigt Leistungen und Angebote auf, die für (junge) Menschen interessant sein können. Der Tag der Vereine richtet sich primär an junge Menschen.
- Im Rahmen der Sozialwirtschaft werden Maßnahmen zur Inklusion benachteiligter Menschen in die Gesellschaft und in den Arbeitsprozess zusammengefasst. Die Grundsätze der gleichberechtigten und selbstbestimmten Teilhabe spielt hier eine wesentliche Rolle. Nachstehend ist eine Auswahl von Projektvorschlägen angeführt:
- **Rezepte gegen Armut:** Beinhaltet Maßnahmen für Frauen zur Bewusstseinsbildung, zum Kompetenzaufbau, zur Optimierung der individuellen Haushaltsführung und Budgetverwaltung.

ProjektpartnerInnen und Akteure: Verein akzente, Gemeinden der Region.

- **ReUse:** ist ein sozialökonomisch geführter Gebrauchtwarenmarkt. Ein Re-Use Shop handelt mit gebrauchten bzw. reparierten Gütern.

ProjektpartnerInnen und Akteure: BEST, Gemeinden der Region

3.3.2 Regionale Bildung und Beteiligung

Ausgangslage

In einer Wissensgesellschaft ist die Fähigkeit zu lernen und sich permanent neues Wissen anzueignen keine Frage des Wollens sondern eine Notwendigkeit. Zumeist sind individuelle Lernneigungen und Lernangebote mit dem Beruf und mit beruflicher Weiterbildung verknüpft. Durch die Fokussierung auf berufliche Weiterbildung erfolgt eine Zielgruppeneinengung, die nicht-berufstätige Personen (Hausfrauen, SeniorInnen) oder niedrig qualifizierte und prekär Beschäftigte aus Bildungsprozessen strukturell ausgrenzt. Ebenso zeigt sich aber auch, dass Faktoren wie ein niedriger formaler Bildungsgrad oder mangelnde Erreichbarkeit von Bildungseinrichtungen sich negativ auf Bildungsbeteiligung auswirken. Im Sinne der lernenden Region und der LLL-Strategie geht es darum, Lernen als integrierten Bestandteil jeglicher Entwicklung zu begreifen - auf individueller Ebene ebenso wie auf Regionsebene.

Besondere Projekte wurden mit dem Ziel, älteren Menschen den Zugang zu den Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) zu erleichtern geschaffen, um so auch Grundlagen für neuen Informationszugang und zum lebenslangen Lernen zu erwerben. Weiters fanden Maßnahmen statt, die sich auf die Berufsorientierung und Einbindung arbeitsloser, lernungewohnter und bildungsbenachteiligter Frauen und MigrantInnen bezogen. Die Region hat in Form von Workshops an der Erarbeitung der Frauengleichstellungsstrategie für die Steiermark teilgenommen und dabei diesbezügliche Schwächen, Potenziale und Entwicklungsmöglichkeiten erarbeitet.

Analysen zur Lebensqualität Jugendlicher in der Region zeigen, dass junge Erwachsene nicht oder falsch wahrgenommen werden und über entsprechende Angebote und Beteiligungsmöglichkeiten für junge

Menschen nicht zufrieden und zum Teil nicht ausreichend informiert sind. Generell sind einige Möglichkeiten vorhanden, jedoch gibt es „Lücken“ im Miteinander mit Jugendlichen und den Kommunen und der Region. Zusätzlich werden oftmals unkoordiniert Angebote von verschiedenen Einzelorganisationen angeboten, daher sollte das Ziel zukünftiger Entwicklung eine regional abgestimmte Strategie für junge Menschen in der Region sein.

Strategie: Regionale Bildung und Beteiligung ausbauen

| |
|---|
| Regionale Bildung & Beteiligung |
| SENSIBILISIERUNG / LEBENSLANGES LERNEN |
| INNOVATIVE REGIONALE BILDUNGSANGEBOTE |
| REGIONALE BETEILIGUNG |

Im Rahmen dieses Schwerpunktes werden **Sensibilisierungsmaßnahmen** über die Bedeutung von Bildung und Lebenslanges Lernen für die Menschen der Region angeboten. Lernferne und nicht-berufstätige Personengruppen, sowie ältere Menschen stellen besondere Zielgruppen dar.

In der Region werden **innovative Bildungsangebote** weitergeführt oder entwickelt, um möglichst viele Menschen in das Bildungsangebot integrieren zu können. So werden z.B. mit der IKT-Lernwerkstatt Lernangebote im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologie in Form eines aufsuchenden Bildungsangebotes in die Nähe der Menschen gebracht. Weiters werden in Form von Lernknotenpunkten in den Gemeinden Bildungsangebote an die Menschen herangebracht und nahe, lernspezifische und strukturelle Rahmenbedingungen für lebensbegleitendes Lernen geschaffen. Als besonders berücksichtigte Ziel-

gruppen gelten Frauen von landwirtschaftlichen Betrieben und des ländlichen Raums, sowie bildungsbenachteiligte Personen und ältere Menschen. Konkret erfordert gerade die Vermarktung von regionalen Produkten von den ProduzentInnen und AnbieterInnen oft Kenntnisse im Umgang mit IKT, um wettbewerbsfähig zu sein. Darüber hinaus werden auch übergeordnete Zielsetzungen der LES und der Region, wie Lebenslanges Lernen, die Einbindung von Frauen und älteren Menschen, die Förderung von Arbeitsmarkt und Beschäftigung sowie der ländlichen Entwicklung unterstützt.

Die LES verfolgt auch das Ziel, eine höhere Beteiligung junger Menschen am gesellschaftlichen und regionalen Leben zu erreichen. Junge Menschen werden als Potenzial und Chance gesehen, welche es in der Region zu halten und zu nutzen gilt. Durch die Umsetzung einer **regionalen bzw. lokalen Partizipationsstrategie für die Jugend** werden Mitwirkungsmöglichkeiten für junge Menschen forciert und Möglichkeiten zur Beteiligung und Entwicklung eigenständiger Projekte auf kommunaler und regionaler Ebene geschaffen. Durch die Mitwirkung und Teilhabe am Entwicklungsprozess und den daraus entstehenden Projekten soll die Attraktivität der Region für Jugendliche gesteigert werden. Der Nutzen der Maßnahme liegt im Aufbau einer Beziehung, in der Kommunikation und im Kontakt zwischen Gemeinde/Region und den Jugendlichen, aber auch im Wahrnehmen von Partizipationsmöglichkeiten innerhalb der Region und in der Erkenntnis, dass man selbst an der Gestaltung der Region und der Gemeinde wirkungsvoll mitwirken kann. Jugendliche erleben durch ihr Mitwirken Veränderung. Das erzeugt Verbundenheit zur Gemeinde bzw. Region und kann letztendlich helfen, Abwanderungstendenzen entgegenzuwirken.

Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023)

- Die Bedeutung von Bildung und Lebenslangem Lernen wurde erkannt. Die Menschen der Region wurden für die Bedeutung der Bildung als eine wichtige Voraussetzung für ihren Lebens- und Berufsweg sensibilisiert. 5 Sensibilisierungsmaßnahmen wurden durchgeführt (EI = Zielsetzungen lt. Erfolgsindikatoren).
- Es wurde ein Bildungsangebot geschaffen, an dem sich möglichst viele Menschen beteiligten. Es richtet sich an Menschen und Zielgruppen im ländlichen Raum, denen ein Zugang zu Bildung aus verschiedensten Gründen nicht immer möglich ist. 5 Lernknotenpunkte in versch. Gemeinden wurden eingerichtet, 2 weitere Projekte für bildungsbenachteiligte Personen bzw. für aufsuchende Bildung (Leader-Kooperationsprojekt) wurden durchgeführt (EI).
- Orientierungsmaßnahmen für Jugendliche im Bereich Naturwissenschaft und Technik wurden durchgeführt, 1.800 Schülerinnen und Schüler haben teilgenommen (EI).
- Die Beteiligung junger Menschen an regionalen Entwicklungsprozessen sowie die Verbundenheit mit der Region wurden gesteigert. Strategie für Einbindung der Jugend in Region wurde erstellt (EI).
- Sensibilisierungsmaßnahmen wurden durchgeführt und Beschäftigungseffekte wurden erzielt, Details dazu unter Pkt. 3.3.6 und 3.3.7.

Aktionsplan (Maßnahmen) zur Erreichung der Resultate

Der Schwerpunkt beinhaltet folgende Maßnahmen:

- Die Mobile-IKT-Werkstatt ist ein innovatives Lernangebot im ländlichen Raum, das das Lernen in die unmittelbare Nähe der Menschen bringt. Bildungsinhalte sind der Umgang mit dem Computer und die Nutzung des Internets. Das Angebot richtet sich an Frauen mit niedrigem formalen Bildungsabschluss, geringen IKT-Kenntnissen und bisher geringer Beteiligung an beruflicher Weiterbildung.
ProjektpartnerInnen und Akteure: akzente - Zentrum für Gleichstellung und regionale Zusammenarbeit.
- Radio Cavallo nennt sich das Radio, mit dem Ziel neue Zielgruppen in einen Entwicklungsprozess miteinzubinden, die bislang zu wenig gehört wurden. Das Radio greift Themen der regionalen Entwicklung auf und wird, neben der Informationsvermittlung als Medium der Beteiligung und des Diskurses genutzt.
ProjektpartnerInnen und Akteure: akzente, LFI, WOF, regionaler Beschäftigungspakt
- Lernknotenpunkte in Gemeinden - ein lokaler Lernknotenpunkt ist an eine lokale Struktur, die mit Lernen in Verbindung gebracht wird, angebunden. Bevorzugt sind in Gemeinden örtliche Bibliotheken und Vereinslokale, wo Interessenten und Bildungsangebote zusammengebracht werden. Die Lernknoten weisen ein kontinuierliches Bildungsprogramm auf. Es lässt sich jedoch auf spezifische Zielgruppen ausrichten. Ziele sind die Forcierung des lebensbegleitenden Lernens für Erwachsene und bildungsbenachteiligte Personen.
ProjektpartnerInnen und Akteure: akzente – Zentrum für Gleichstellung und regionale Zusammenarbeit
- „Jugendliche Regionalentwicklung“ - Entwicklung und Umsetzung einer regionalen/lokalen Jugendpartizipationsstrategie. Das Projekt umfasst einen umfangreichen, längerfristigen Entwicklungsprozess unter Beteiligung junger Menschen (detaillierte Beschreibung, siehe Strategie).
ProjektpartnerInnen und Akteure: Kooperationsprojekt Regionaljugendmanagement Steirischer Zentralraum und Ländliches Fortbildungsinstitut (LFI) Steiermark
- Beim „Ideenwettbewerb Jugend“ werden junge Menschen der Region eingeladen ihre Ideen, unabhängig von irgendwelchen Vorgaben, einzubringen. Das Siegerprojekt erhält einen Geldpreis, mit dem das Projekt realisiert werden kann.
ProjektpartnerInnen und Akteure: JUKO Köflach
- Ganz allgemein ist ein Rückgang von richtigem Verhalten, Höflichkeit und Respekt in der Gesellschaft festzustellen. Unternehmer sind oft mit den Umgangsformen ihrer MitarbeiterInnen unzufrieden. Auch international werden jeweils richtige, dem Land entsprechende, Verhaltensformen, erwartet. Mit dem Projekt „Lipizzanerheimat-Etikette“ wird ein Grundwissen über zeitgemäße Verhaltensweisen an Kinder, Schüler und Jugendliche vermittelt.
ProjektpartnerInnen und Akteure: Tanzschule Gider, Kindergärten, Schulen, Unternehmen der Region
- Im Bildungs- und Berufsorientierungsprozess von Kindern und Jugendlichen ist es heute mehr denn je wichtig die Eltern aktiv in diese Prozesse mit einzubinden, da sie großen Einfluss auf Entscheidungsprozesse ihrer Kinder haben. Durch entsprechende Maßnahmen der Elternbildung und durch Kooperationen Schulen und Unternehmen sollen regionale Bildungs- und Berufsmöglichkeiten vor allem im naturwissenschaftlich technischen Bereich, ein Stärkefeld mit erhöhtem Bedarf an qualifizierten Fachkräften in der Lipizzanerheimat, aufgezeigt werden. In diesem Zusammenhang wird besonders auf genderorientierte Arbeit mit Eltern und PädagogInnen Wert gelegt.
ProjektpartnerInnen und Akteure: LFI, akzente, WOF

3.3.3 Erfolgsindikatoren AF 3

| INDIKATOREN – Aktionsfeld 3 | BASIS-WERT | SOLL-WERT |
|---|------------|-----------|
| Sozialen Zusammenhalt stärken | | |
| Anzahl durchgeführter Maßnahmen zur Stärkung des sozialen Engagements und der Freiwilligentätigkeit | 0 | 3 |
| Maßnahme zur Sichtbarmachung sozialer Einrichtungen, Netzwerke und Vereine in der Region (Wertschätzung für ehrenamtliche Tätigkeiten) wurde durchgeführt | 0 | 1 |
| Steigerung der am Zeit-Hilfs-Netzwerk beteiligten Personen zur Betreuung älterer Menschen, sowohl von AnbieterInnen als auch LeistungsbezieherInnen | 20 | 40 |
| Aufbau einer generationsübergreifender Kooperation von Zeit-Hilfs-Netz und Jugendprojekt Generation Coin zur Betreuung älter Menschen (70+) | 0 | 1 |

| | | |
|--|---|-------|
| Anzahl durchgeführter Maßnahmen zur Einbindung benachteiligter Menschen in die Gesellschaft und in den Arbeitsmarkt – Sozialwirtschaft | 0 | 3 |
| Regionale Bildung und Beteiligung | | |
| Strategie zur Beteiligung junger Menschen an regionalen Entwicklungsprozessen wurde durchgeführt | 0 | 1 |
| TeilnehmerInnen an Orientierungsmaßnahmen für Schülerinnen und Schüler im Bereich Naturwissenschaft und Technik | 0 | 1.800 |
| Anzahl durchgeführter Sensibilisierungsmaßnahmen f. Bildung u. Lebenslanges Lernen | 0 | 5 |
| Maßnahmen für bildungsbenachteiligte Zielgruppen wurde durchgeführt | 0 | 1 |
| Projekt „Aufsuchende Bildung für den ländlichen Raum durch Mobile IKT-Lernwerkstätten - LEADER-Kooperationsprojekt wurde durchgeführt | 0 | 1 |
| Installierte Lernknotenpunkte in den Gemeinden | 0 | 5 |

3.3.4 Beschreibung von Kooperationsaktivitäten

Zur Umsetzung der Maßnahmen erfolgt die Zusammenarbeit mit sozialen Einrichtungen der Region, mit Institutionen, die in der Beratung von Unternehmen, Arbeitskräften und Frauen tätig sind, sowie mit Einrichtungen der Jugendarbeit.

Wesentliche Partner dieser Zusammenarbeit sind und waren bereits auch in der aktuellen Periode der Verein akzente, der im Bereich der Gleichstellung von Frauen und Männern tätig ist und in den Themenbereichen Gleichstellung, Regionalentwicklung und Lebenslanges Lernen, Maßnahmen und Projekte realisiert; das Ländliche Fortbildungsinstitut LFI, das sich seit Jahren mit den Themen Elternbildung und Sensibilisierung von Kindern und Jugendlichen für das Thema Naturwissenschaft & Technik beschäftigt, das Zentrum für Ausbildungsmanagement, das im Auftrag des AMS und des Landes Steiermark arbeitet und die Förderung der beruflichen Chancen von Frauen in der Arbeitswelt zum Ziel hat; ein weiterer wichtiger Partner ist das Regionale Jugendmanagement, das im Auftrag des Landes Steiermark in den jeweiligen Regionalmanagements angesiedelt ist und für die Kinder- und Jugendarbeit der Kommunen und der Region zuständig ist, die Wirtschaftsoffensive WOF, die mit Flower-Power und vielen Arbeitsstiftungen wichtige regionale Projekte mit breiter Beteiligung umgesetzt hat.

Beim Vorhaben der „Jugendlichen Regionalentwicklung“ sind folgende Zielgruppen als Betroffene und Beteiligte sowie als KooperationspartnerInnen geplant: das Regionale Jugendmanagement als strategische und operative Koordinationsstelle der Maßnahmen zur Umsetzung der steirischen Strategie Kinder- und Jugendarbeit 2020; Kommunale Verantwortungs- und EntscheidungsträgerInnen, wie z.B. GemeindegendrätlInnen/Gemeindegendausschüsse; MultiplikatorInnen in der Jugendarbeit / Stakeholder zum Thema Jugend z.B. Vereine, Jugendorganisationen, Jugendseelsorger, Schulen, Unternehmen, etc. sowie Jugendliche und junge Erwachsene der Region (14- 24jährige), SchülerInnen, Lehrlinge, StudentInnen, etc.

Im Rahmen von **LEADER 14-20 werden in diesem Bereich drei von fünf Kooperationsprojekten** mit anderen LEADER-Regionen vorbereitet:

- Die Einführung eines **Zeit-Hilfs-Netzes** erfolgt in der Lipizzanerheimat in Kooperation mit der LAG Naturpark Südsteiermark und LAG Wirtschaft leben, weitere Kooperationen mit anderen LAGs sind geplant.
- Die **IKT-Lernwerkstätte**, ein in der Region bereits erfolgreich durchgeführtes, generationenüberschreitendes Projekt, wird gemeinsam mit den LAGs Schilcherland und Naturpark Südsteiermark weitergeführt.
- Das **Projekt „Generation coin“**, eine Maßnahme zur Einbindung junger Menschen in die Freiwilligenarbeit und in gemeinschaftliche und soziale Hilfeleistungen. Ziel ist das generationenübergreifende, soziale Engagement Jugendlicher mit einem Bonussystems zu belohnen. Der Bonus kann bei Freizeiteinrichtungen und mitwirkenden Partnerfirmen eingelöst werden. Kooperationspartner bzw. LEADER-Region, die dieses System in Kooperation mit dem JUKO Köflach ebenfalls eingeführt wird, ist die LAG Hügelland-Schöcklland.

3.3.5 Zusammenfassende Darstellung der Wirkungsmatrix

Befindet sich im Anhang A

3.3.6 Sensibilisierungsmaßnahmen AF 3

| |
|--|
| Maßnahmen |
| Sozialen Zusammenhalt stärken |
| Maßnahmen zur Bewusstseinsbildung für Freiwilligenarbeit |
| Aufzeigen des Leistungsangebots freiwilliger Einrichtungen, ihre Bedeutung in der Region und der darin agierenden Menschen |
| Regionale Bildung und Beteiligung ausbauen |
| Radio Cavallo – freies Radio, mit dem Ziel neue Zielgruppen in einen Entwicklungsprozess miteinzubinden, die bislang zu wenig gehört wurden. Das Radio greift Themen der regionalen Entwicklung auf und wird, neben der Informationsvermittlung als Medium der Beteiligung und des Diskurses genutzt |
| Sensibilisierung und Informationsarbeit durch Berichterstattung in den Gemeindemedien, Berichte über Erfahrungen und Erfolge beteiligter Personen |
| Maßnahmen zur Bewusstseinsbildung und Informationsarbeit auf Ebene der Eltern und durch Kooperationen von Schulen und Unternehmen zum Aufzeigen regionaler Bildungs- und Berufsmöglichkeiten vor allem im naturwissenschaftlich technischen Bereich - einem Stärkefeld mit erhöhtem Bedarf an qualifizierten Fachkräften |
| Sensibilisierungsmaßnahmen für Gender- u. Gleichstellungsthematik oder spezielle Zielgruppen, wie Frauen, Jugend, ältere Menschen, Menschen mit Behinderungen, etc. |
| Sensibilisierung der Bevölkerung zu erforderlichen Maßnahmen in den Bereichen des demografische Wandels, des Zusammenlebens und der Versorgung älterer Menschen, zur Inklusion benachteiligter und Menschen mit Behinderungen in den Lebensalltag und in die Berufswelt |
| Sensibilisierungsmaßnahmen über die Bedeutung von Bildung und Lebenslangem Lernen, spezielle Zielgruppe sind Lernferne und nicht-berufstätige Personengruppen, sowie ältere Menschen |
| Informationsarbeit für „Jugendliche Regionalentwicklung“ - Entwicklung und Umsetzung einer regionalen/lokalen Jugendpartizipationsstrategie |

3.3.7 Beschäftigungswirksamkeit AF 3

Angestrebte Beschäftigungsmöglichkeiten (Erhalt/Schaffung) von Arbeitsplätzen (für gesamte Leaderperiode)

Angestrebte Beschäftigungsmöglichkeiten: qualitativ und quantitativ

- Neue **Arbeitsplätze aus dem Kreativbereich für Freies Radio Cavallo 2 Personen**
- Aufbau der Initiative für Lebensbegleitendes Lernen für Erwachsene und bildungsbenachteiligte Personen durch Aufbau von Bildungsangeboten und lokaler Lernknotenpunkte, **2 Personen. Indirekte Beschäftigungswirksamkeit durch bessere Ausbildung , durch Steigerung des Selbstbewusstseins bildungsferner Personen und dadurch Verbesserung der Chancen zur Integration am Arbeitsmarkt.**
- **Beschäftigungsmöglichkeiten für Menschen mit Behinderungen, benachteiligte Jugendliche, langzeitarbeitslose Frauen und Männer durch sozialwirtschaftliche Beschäftigungs- und Qualifizierungsprojekten sowie durch eine gemeinnützige Beschäftigungsgesellschaft: 15 Personen**

Entwicklungsfelder/-optionen für Beschäftigungsmöglichkeiten:

- Sozialwirtschaftliche Beschäftigungsprojekte
- Generationenübergreifende Projekte
- Bildungsprojekte

3.4 Aktionsfeld IWB (ohne Text)

3.5 Aktionsfeld ETZ (ohne Text)

3.6 Berücksichtigung der Ziele der Partnerschaftsvereinbarung und des Programms LE 2020

3.6.1 STRAT.AT 2020

Die Lokale Entwicklungsstrategie der LEADER-Region Lipizzanerheimat 2014-2020 zielt auf die Förderung einer nachhaltigen Weiterentwicklung der Region ab und trägt darüber hinaus zur Realisierung übergeordneter Ziele bei. Die Zusammenhänge und Verbindung der LES zu den Zielen der Partnerschaftsvereinbarung im Rahmen von STRAT.AT sowie dem Programm für Ländliche Entwicklung in Österreich 2014-2020 (LE 2020) werden in folgenden beiden Tabellen dargestellt.³⁰

| | Legende in Kurzbezeichnungen: 1.1 Dachmarke, 1.2 Wettbewerbsfähige Wirtschaft u. Landwirtschaft, 1.3 Regionale Produkte, 1.4 Tourismus; 2.1 Kunst und Kultur, 2.2 Natur und Energie; 3.1 Sozialer Zusammenhalt, 3.2 Regionale Bildung und Beteiligung | Wert-schöpfung | | | | Natur u. Kul-tur | | Ge-mein-wohl | |
|-----------|---|----------------|-----|-----|-----|------------------|-----|--------------|-----|
| | | 1.1 | 1.2 | 1.3 | 1.4 | 2.1 | 2.2 | 3.1 | 3.2 |
| | STRAT.AT 2020 | | | | | | | | |
| | Beiträge ELER | | | | | | | | |
| 1 FTEI | <ul style="list-style-type: none"> Stärkung der Kooperationsbeziehungen zwischen Forschung, Innovation und LuF-Betrieben sowie anderen Betrieben der Nahrungsmittelkette | | | X | | | | | |
| 2 IKT | <ul style="list-style-type: none"> Ausbau der IKT-Nutzung im ländlichen Raum | | | | | | | | X |
| 3 KMU | <ul style="list-style-type: none"> Steigerung des Anteils LuF-Betriebe: die Restrukturierungsmaßnahmen auf Grundlage nachhaltiger Betriebsstrategien vornehmen und damit Steigerung des LuF Einkommens Steigerung des Anteils von Qualitätsprodukten, auch unter Berücksichtigung des Tierwohls Steigerung der Beschäftigungschancen im ländlichen Raum Nachhaltige Steigerung d. Anteils an nachwachsenden Rohstoffen Nachhaltige Strategie für Risikomanagement u. -prävention | X | | X | | | | | X |
| 4 CO2 | <ul style="list-style-type: none"> Verstärkter Einsatz erneuerbarer Energien | | | | | | X | | |
| 5 KLIM A | <ul style="list-style-type: none"> Verringerung klimaschädlicher Gase Verbesserung des Risikobewusstseins und -managements Steigerung der Ressourceneffizienz | | | | | | X | | |
| 6 UMW /RE | <ul style="list-style-type: none"> Steigerung des LuF-Flächenanteils, der unter Biodiversitätsmaßnahmen fällt Forcierung der biologischen Produktion Verringerung gewässerschädlicher Einträge durch die Land und Fischereiwirtschaft Beitrag zu Erosionsschutz und Bodengesundheit | | | X | | | | | |
| 8 EMPL | <ul style="list-style-type: none"> Steigerung der Erwerbs- und Beschäftigungschancen durch Diversifizierung und Gründung neuer Kleinbetriebe | | X | X | X | | | | X |
| 9 POV | <ul style="list-style-type: none"> Verbesserte Nutzung der endogenen Potentiale des Ländlichen Raums u. Erhöhung der Beschäftigungschancen im ländlichen Raum, insbes. durch Förderung integrierter, sektorübergreifender und lokaler Entwicklungsinitiativen | X | | X | X | | | | |
| 10 LLL | <ul style="list-style-type: none"> Steigerung des Anteils gut ausgebildeter Personen in der LuF, einschließlich Fischereiwirtschaft | | | | | | | | X |
| | IWB / EFRE (hier werden nur jene Felder angeführt, mit denen überwiegend eine Verbindung besteht) | | | | | | | | |

³⁰ Legende in Kurzbezeichnungen: 1.1 Dachmarke, 1.2 Wettbewerbsfähige Wirtschaft u. Landwirtschaft, 1.3 Tourismus; 2.1 Regionale Produkte, 2.2 Kunst und Kultur, 2.3 Natur und Energie; 3.1 Sozialer Zusammenhalt, 3.2 Regionale Bildung und Beteiligung

| Legende in Kurzbezeichnungen: 1.1 Dachmarke, 1.2 Wettbewerbsfähige Wirtschaft u. Landwirtschaft, 1.3 Regionale Produkte, 1.4 Tourismus; 2.1 Kunst und Kultur, 2.2 Natur und Energie; 3.1 Sozialer Zusammenhalt, 3.2 Regionale Bildung und Beteiligung | | Wertschöpfung | | | | Natur u. Kultur | | Gemeinwohl | |
|---|---|---------------|-----|-----|-----|-----------------|-----|------------|-----|
| STRAT.AT 2020 | | 1.1 | 1.2 | 1.3 | 1.4 | 2.1 | 2.2 | 3.1 | 3.2 |
| 6 UMW /RE | <ul style="list-style-type: none"> Sicherung des kulturellen Erbes und Verbesserung der städtischen Umwelt, z.B. durch nachhaltige Mobilität | | | | | | X | | |
| 9 POV | <ul style="list-style-type: none"> Förderung integrierter nachhaltiger Stadtentwicklung und ggf. integrierter Regionalentwicklung Stärkung von integrierten und innovativen Lösungsansätzen im Bereich Risikoprävention und Risikomanagement (CLLD) | X | X | | | | | X | X |
| 11 GOV | <ul style="list-style-type: none"> Stärkung der integrierten regionalen Entwicklung sowie der Stärkung der Innovationskapazitäten | X | X | | | | | | |
| Beiträge ESF | | | | | | | | | |
| 8 EMPL | <ul style="list-style-type: none"> Steigerung der Arbeitsmarktbeteiligung von Frauen Steigerung d. Arbeitsmarktbeteiligung älterer ArbeitnehmerInnen | | X | | | | | | X |
| 9 POV | <ul style="list-style-type: none"> Verstärkte aktive Eingliederung gefährdeter Bevölkerungsgruppen, um die Zahl der von Armut und sozialer Ausgrenzung drohten Personen weiter und auch langfristig zu senken | | | | | | | X | |
| 10 LLL | Steigerung der Arbeitsmarktbeteiligung von Jugendlichen, von Personen mit Migrationshintergrund und Niedrigqualifizierten | | X | | | | | X | X |

3.6.2 LE 2020

| Legende in Kurzbezeichnungen: 1.1 Dachmarke, 1.2 Wettbewerbsfähige Wirtschaft u. Landwirtschaft, 1.3 Regionale Produkte, 1.4 Tourismus; 2.1 Kunst und Kultur, 2.2 Natur und Energie; 3.1 Sozialer Zusammenhalt, 3.2 Regionale Bildung und Beteiligung | | Wertschöpfung | | | | Natur u. Kultur | | Gemeinwohl | |
|---|---|---------------|-----|-----|-----|-----------------|-----|------------|-----|
| LE 2020 | | 1.1 | 1.2 | 1.3 | 1.4 | 2.1 | 2.2 | 3.1 | 3.2 |
| Priorität 1: Förderung von Wissenstransfer u. Innovation in der Land- u. Forstwirtschaft und den ländlichen Gebieten | | | | | | | | | |
| 1 A | <ul style="list-style-type: none"> Förderung der Innovation und Wissensbasis in ländlichen Gebieten | | X | X | | | | | X |
| 1 B | <ul style="list-style-type: none"> Stärkung der Verbindungen zwischen Land- und Forstwirtschaft und Forschung und Innovation; | | | X | | | | | |
| 1 C | <ul style="list-style-type: none"> Förderung des lebenslangen Lernens und der beruflichen Bildung in der Land- und Forstwirtschaft | | X | | | | | | X |
| Priorität 2: Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit aller Arten von Landwirtschaft und der Rentabilität der landwirtschaftlichen Betriebe | | | | | | | | | |
| 2A | <ul style="list-style-type: none"> Erleichterung der Umstrukturierung landwirtschaftlicher Betriebe mit erheblichen strukturellen Problemen, insbesondere von Betrieben mit geringer Marktbeteiligung, marktorientierten Betrieben in bestimmten Sektoren und Betrieben, in denen eine landwirtschaftliche Diversifizierung erforderlich ist | | X | | | | | | |
| 2B | <ul style="list-style-type: none"> Erleichterung der allgemeinen Erneuerung im Agrarsektor | | X | X | | | | | |
| Priorität 3: Förderung einer Organisation der Nahrungsmittelkette u. Förderung d. Risikomanagements in der Landwirtschaft | | | | | | | | | |

| Legende in Kurzbezeichnungen: 1.1 Dachmarke, 1.2 Wettbewerbsfähige Wirtschaft u. Landwirtschaft, 1.3 Regionale Produkte, 1.4 Tourismus; 2.1 Kunst und Kultur, 2.2 Natur und Energie; 3.1 Sozialer Zusammenhalt, 3.2 Regionale Bildung und Beteiligung | | Wertschöpfung | | | | Natur u. Kultur | | Gemeinwohl | |
|---|--|---------------|-----|-----|-----|-----------------|-----|------------|-----|
| LE 2020 | | 1.1 | 1.2 | 1.3 | 1.4 | 2.1 | 2.2 | 3.1 | 3.2 |
| 3A | ▪ bessere Einbeziehung der Primärerzeuger in die Nahrungsmittelkette durch Qualitätssicherungssysteme, die Verkaufsförderung auf lokalen Märkten und kurze Versorgungswege, Erzeugergruppierungen und Branchenorganisationen | X | X | X | | | | | |
| Priorität 4: Wiederherstellung, Erhaltung und Verbesserung der von der Land- und Forstwirtschaft abhängigen Ökosysteme | | | | | | | | | |
| 4A | ▪ Wiederherstellung und Erhaltung der biologischen Vielfalt, auch in Natura-2000-Gebieten sowie landwirtschaftlicher Systemen von hohem Naturschutzwert, und des Zustands der europäischen Landschaften | | | X | | | | X | |
| Priorität 5: Förderung der Ressourceneffizienz und Unterstützung des Agrar-, Ernährungs- und Forstsektors beim Übergang zu einer kohlenstoffarmen und klimaresistenten Wirtschaft | | | | | | | | | |
| 5C | ▪ Erleichterung der Lieferung und Verwendung von erneuerbaren Energiequellen, von Nebenerzeugnissen, Abfällen, Rückständen und anderen Non-Food-Ausgangserzeugnissen für die Biowirtschaft | | | | | | | X | |
| Priorität 6: Förderung der sozialen Eingliederung, der Armutsbekämpfung und der wirtschaftlichen Entwicklung in den ländlichen Gebieten | | | | | | | | | |
| 6A | ▪ Erleichterung der Diversifizierung, Gründung neuer Kleinbetriebe und Schaffung von Arbeitsplätzen; | | X | | | | | | X |
| 6B | ▪ Förderung der lokalen Entwicklung in ländlichen Gebieten | X | X | | | | | | |
| 6C | ▪ Förderung des Zugangs zu, des Einsatzes und der Qualität der Informations- und Kommunikationstechnologien (ICT) in ländlichen Gebieten. | | | | | | | | X |

3.7 Berücksichtigung der bundeslandrelevanten und regionsspezifischen Strategien

Landesentwicklungsleitbild Steiermark 2013, Wirtschaftsstrategie 2020, Agrarkonzept Land Steiermark

Das Landesentwicklungsleitbild (LEB) enthält Bezüge zur Wirtschaftsstrategie und zum Agrarkonzept des Landes Steiermark, die hier berücksichtigt werden. Zu den Strategien des Landes finden sich folgende Anknüpfungspunkte:

- In der Ausrichtung der Bildung und Lehre als wesentlicher Beitrag zur Entwicklung der Leistungsfähigkeit von Betrieben und zur Wettbewerbsfähigkeit des Wirtschaftsstandortes.
- Im Rahmen der geplanten Zusammenarbeit mit Forschungseinrichtungen und mit Fachhochschulen soll ein niederschwelliger Zugang zu den Hochschulen erreicht und Innovationen entwickelt werden.
- Qualifizierungsmaßnahmen reagieren auf die demografische Entwicklung. Sie sind auf die Ausbildung von Schlüssel- und Facharbeitskräften ausgerichtet und berücksichtigen die Diversitätsthematik.
- Mit der LES werden Zielsetzungen zur Verbesserung der Beschäftigungschancen von spezifischen Zielgruppen verfolgt. Wichtige Ziele sind: die Gleichstellung von Frauen und Männer, die Berufsorientierung und Ausbildung von Jugendlichen, die Erweiterung des Berufsangebots und Qualifizierung für Frauen, die Integration von MigrantInnen und Menschen mit Behinderungen in allen Lebensbereichen und am Arbeitsmarkt.
- Die bedarfsorientierte Qualifizierung von bzw. zu Fachkräften und Einbindung von Beschäftigungspakten in Aktivitäten der Beschäftigungspolitik.

- Die Strategie beinhaltet Zielsetzungen und Maßnahmen für die Entwicklung der Landwirtschaft. Die Landwirtschaft als multifunktionaler Leistungsanbieter umfasst neben der Produktion von Rohstoffen und Nahrungsmitteln u.a. auch die hochwertige Veredelung von landwirtschaftlichen Produkten, die Vernetzung zu anderen Wirtschaftsbereichen wie Tourismus und Freizeit, Energie, etc.
- Die Maßnahmen zur Weiterentwicklung der Zu- und Nebenerwerbsmöglichkeiten durch Qualifizierung und Diversifizierung der landwirtschaftlichen Tätigkeit nehmen Bezug auf das im Leitbild angeführte steirische Agrarkonzept.
- Ebenso findet sich der Bezug im Zusammenhang mit dem Ausbau von horizontalen und vertikalen Kooperationsformen zur Verarbeitung und Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte.
- Die Verbindung zum Tourismus ergibt sich durch die Ausrichtung in Richtung Genuss und Kulinarik sowie in der Zielsetzung zum Ausbau qualitätsorientierter Beherbergungskapazitäten.
- Eine Anknüpfung findet sich auch in der Energie- und Mobilitätsstrategie des Landes, die z.B. in der erneuerbaren Energie eine Chance für regionale Wertschöpfung sieht.
- Ein weiterer Bezug besteht zur Strategie des Lebenslangen Lernens (LLL-Strategie des Landes), die den Zugang zu Maßnahmen zum lebensbegleitenden Lernen beinhaltet.
- Maßnahmen und Strategien der LES folgenden Grundsätzen der integrierten Regionalentwicklung, die nicht zuletzt in den jeweiligen Leitbildern als Grundlage für den Entwicklungsansatz zu finden sind.

Regionales Leitbild des Steirischen Zentralraumes (Graz, Graz-Umgebung und Voitsberg)

Die LEADER-Region Voitsberg ist ein Teilraum des Steirischen Zentralraumes. Die Planungsmaßnahmen der LEADER-Strategie erfolgen zeitgleich und in Abstimmung mit der Entwicklung des Leitbildes. Die Zielsetzungen und die Projektideen der LES haben in das Leitbild Eingang gefunden, ebenso wie die übergeordnete Zielsetzung des Leitbildes im Rahmen der LEADER-Strategie berücksichtigt sind.

Wesentliche Schwerpunkte bzw. Verbindungen ergeben sich in den Themenbereichen Verkehr, Standortentwicklung, Qualifizierung und Fachkräftethematik.

Steirische Frauen- und Gleichstellungsstrategie 2020 sowie Nationaler Aktionsplan Gleichstellung von Frauen und Männern am Arbeitsmarkt

Die LEADER-Strategie der Lipizzanerheimat verfolgt die Zielsetzungen der Frauen- und Gleichstellungsstrategie. Mit den Maßnahmen wird die Zielsetzungen der Gleichstellung von Frau und Mann im gesellschaftlichen Leben und im Arbeitsmarkt verfolgt. Spezielle Schulungsmaßnahmen für Frauen sind darauf ausgerichtet als Facharbeitskräfte in eher männerdominierten Bereichen Arbeit zu finden. Die Sensibilisierung und Qualifizierung von arbeitsmarktfernen Personen, insbesondere von Frauen und Wiedereinsteigerinnen, stellen eine wichtige Zielsetzung der Strategie und geplanter Maßnahmen dar. Weiters wurden die für LEADER relevanten, regionsspezifischen Ergebnisse des Workshops, die im Rahmen der Erarbeitung der Gleichstellungsstrategie erarbeitet wurden als Zielsetzungen und Maßnahmen in die LES integriert.

Strategie der Ausrichtung der Kinder und Jugendarbeit 2020 – Regionales Jugendmanagement

Die Entwicklung des LES erfolgte unter Mitwirkung des regionalen Jugendmanagements. Die Analysen und Schwerpunkte, sowie relevante Ergebnisse einer Analyse der Lebensqualität Jugendlicher (von der Kernraumallianz Voitsberg) wurden in die Strategie übernommen. Zwei Projekte mit dem Schwerpunkt Jugend bzw. regionale Entwicklung für junge Menschen sind als wichtige Umsetzungsprojekte im Rahmen von LEADER 2014-2020 geplant. Zwei Kooperationsprojekte mit anderen LEADER-Regionen befassen sich ausschließlich mit Maßnahmen und Projekten für die jugendliche Bevölkerung.

Umsetzung der UN-Behindertenrechtskonvention Aktionsplan des Landes Steiermark und Nationaler Aktionsplan Behinderung 2012-2020

Die LES nimmt Bezug auf die beiden Aktionspläne zur Umsetzung der Behindertenrechtskonvention. Die LES berücksichtigt die generellen Grundsätze der Aktionspläne und setzt innerhalb von geplanten Projekten (z.T. in Strategie beschrieben) auf Maßnahmen, die im Zusammenhang mit der gleichberechtigten Teilhabe benachteiligter Personen bzw. von Menschen mit Behinderung am gesellschaftlichen Leben und am Arbeitsplatz, am Ausbildungs- und Qualifizierungsangebot stehen. Weiters sind Projekte mit der Schaffung von Arbeitsplätzen für Menschen mit Behinderungen vorgesehen (z.B. Sozialwirtschaft, Qualifizierungsangebote, etc.). Generell steht der Grundsatz der Inklusion von Menschen mit Behinderungen

im Vordergrund und verfolgt den „Diversity“-Ansatz, der keine Unterteilung in Gruppen vornimmt und die individuellen Unterschiede aller Menschen grundsätzlich als Normalität ansieht.

3.8 Erläuterung der integrierten, multisektoralen und innovativen Merkmale der Strategie

Integrierte und multisektorale Merkmale

Die Strategie der **Dachmarke birgt wesentliche integrierte und auch multisektorale Ansätze in sich**. Die Dachmarke gilt als wesentliches Element der Zusammenarbeit und somit als Drehscheibe für viele Projekte. Sie spürt Vernetzungspotenziale auf und bringt diese in Verbindung. Es werden Maßnahmen und Projekte realisiert, die alle oder viele Sektoren miteinander verbinden und in gleicher Weise auch die regionalen AkteurInnen aus diesen Bereichen vernetzen. Die Dachmarke ist ein wichtiges Element zur breiten Vernetzung der Region. In besonderer Weise werden die **Bereiche Tourismus, Landwirtschaft, Wirtschaft und Kultur in gemeinsamen Produktentwicklungsprozessen, der Vermarktung und der gemeinsamen Bewerbung und Öffentlichkeitsarbeit** zusammenarbeiten: Projektbeispiele: Regionsgutschein zur Wertschöpfungsbindung in der Region mit beteiligten Betrieben aus allen Sektoren inklusive der Miteinbindung sozialwirtschaftlicher Projekte. Aufbau eines **Genuss-Shops** in der Region mit der **Beteiligung von landwirtschaftlichen Betrieben, Kunst und Kunsthandwerk und gewerblich, produzierenden Betrieben der Region**, wie z.B. Alpenbrot Jechart, Gutes vom Bauernhof Zach, Winzer der Lipizzanerheimat, Trachtenmoden Pachatz, Glaskunstwerk Prehal, Kräuterprodukte vom Caritas Projekt IDA u. v. m. Die Strategie der Dachmarke ist somit auch wesentlicher Impulsgeber für eine integrierte Regionalentwicklung. Viele strategische Zielsetzungen innerhalb der LES setzen auf das Zusammenwirken verschiedenster Sektoren oder verbinden aufeinander abgestimmte, regionale Ansätze ökonomischer, ökologischer und sozialer Entwicklungsziele. **Vorschläge lt. Aktionsplan:** Weiterentwicklung Dachmarke unter Einbindung weiterer, neuer Partner und Bereiche; Aufbau Genuss-Shop; Weiterentwicklung Regionsgutschein; Informationsarbeit und Sensibilisierungsmaßnahmen für Region, Wirtschaft und regionale Produkte; vielfältige Maßnahmen zum Themenbereich Genuss und Region unter Miteinbindung unterschiedlichster Bereiche, wie z.B. Landwirtschaft, Regionalentwicklung, Kulinarik, etc.

Mit dem **Aufbau von Kooperationen entlang spezieller Wertschöpfungsketten** arbeiten Betriebe und AkteurInnen aus den Bereichen Landwirtschaft, Tourismus und Wirtschaft zusammen. Die Diversifizierungsmöglichkeiten der Landwirtschaft schaffen neue Erwerbs- und Beschäftigungsmöglichkeiten im Bereich der Wirtschaft. **Projektbeispiele:** Genuss-Shop mit Produkten und Dienstleistungen aus verschiedenen Sektoren: wie z.B. verschieden Produkte (siehe oben), gewerbliche Lagerhaltung und Logistik, sowie Vermarktung und Marketingleistungen.

Vorschläge lt. Aktionsplan: z.B. Aufbau regionaler Wertschöpfungsketten mit Kooperationen aus Landwirtschaft, Wirtschaft, Tourismus, Kultur, etc.

Bei der **Entwicklung von regionalen Produkten ist die Zusammenarbeit von Landwirtschaft und Wissenschaft bzw. die Zusammenarbeit mit Universitäten und Fachhochschulen** vorgesehen. **Vorschläge lt. Aktionsplan:** z.B. Entwicklung neuer (landwirtschaftlicher) Produkte erfolgt in Zusammenarbeit mit Bildungseinrichtungen und wissenschaftlichen Einrichtungen (Universität Graz, Fachhochschule Joanneum, etc.).

Die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit von Wirtschaft und Landwirtschaft verfolgt in besonderer Weise den **Aufbau von horizontalen und vertikalen Kooperationen**. **Projektbeispiele:** Hier stehen die **Zusammenarbeit von Leitbetrieben und Wirtschaftsbetrieben der Region mit Bildungseinrichtungen**, insbes. im Rahmen von unternehmensnahen Ausbildungs- und Qualifizierungsverbänden, die Entwicklung von Produkten mit regionaltypischen Roh- und Werkstoffen, die Entwicklung neuer Werkstoffkombinationen durch Zusammenarbeit unterschiedlicher Firmen und von Kunst und Design im Fokus. Das Zusammenwirken von Landwirtschaft und Wirtschaft (insbes. Handel) mit der Stadtentwicklung soll zur Attraktivierung der Innenstädte durch regionale Märkte, neue Geschäftsnutzungen und Projektionsflä-

chen der Region beitragen. **Projektvorschläge lt. Aktionsplan:** z.B. Masterpläne für Ortszentren, Handwerkspark, Leitprodukte zur Zusammenarbeit von Wirtschaft, Kunst und Design; Imagebildende Maßnahmen für Region und Wirtschaft.

Ein für die Region besonders wichtiger integrierter Ansatz besteht in **Qualifizierungsmaßnahmen für regionale, wirtschaftliche Stärkefelder**. **Projektbeispiele:** Mit dem Ziel unternehmensnahe, bedarfsorientierte Ausbildungsmaßnahmen zu entwickeln, arbeiten Unternehmen und Ausbildungseinrichtungen eng zusammen. Im Rahmen von Ausbildungsmaßnahmen, wie z.B. Ausbildungsverbänden, werden darüber hinaus auch soziale Zielsetzungen, wie die Schaffung von Qualifizierungsmaßnahmen und Arbeitsplätzen für Frauen und/oder junge Menschen verfolgt. **Projektvorschläge lt. Aktionsplan:** z.B. Aufbau von Qualifizierungsverbänden durch Kooperation von Wirtschaft und Ausbildungseinrichtungen.

Im Rahmen der Diversifizierungstendenzen der **Landwirtschaft** sind Vorhaben des Einkommenserwerbs im Bereich **sozialer Dienstleistungen** geplant. **Projektbeispiele:** pädagogische, therapeutische und pflegerische Dienstleistungen im Rahmen von Green Care, der Aufbau eines Kindergartens am Bauernhof oder im Tourismus (Entwicklung hochwertiger Beherbergungsangebote am Bauernhof) oder aber auch die Diversifizierung in Richtung Gewerbe (wie z.B. Lebensmittelproduktion) in Planung. **Vorschläge lt. Aktionsplan:** z.B. Forcierung von Green Care Angeboten; Ausbau Kindergarten, Alten- und Behindertenbetreuung am Bauernhof.

Ein über verschiedene Bereiche, wie z.B. **Energie und Wirtschaft, Sensibilisierung, Bildung, Tourismus, verknüpfendes Vorhaben** stellt der Ausbau sogenannter Erlebnisräumen dar. Dabei werden Angebots-elemente geschaffen, die auf die regionalen Stärkefelder und Besonderheiten aufbauen. So sind die (Weiter)Entwicklungen von Erlebnisräumen geplant, die erlebnisorientiert Wissensvermittlungen zu bestimmten Themenbereichen entwickeln. **Vorschläge lt. Aktionsplan:** z.B. zu den Themen Erneuerbare Energie (Energie Erlebnispark Zangtal, Stromwelt Arnstein) und Natur (z.B. Almerlebnis und Almerhaltung) zum Ziel haben; Aufbau einer multisektoralen Tourismusorganisation und Buchungsplattform; Aufbau touristischer Infrastruktur unter Einbindung der regionalen Stärkefelder wie z.B. Energie, Glaswirtschaft und Landwirtschaft (Almwirtschaft).

Touristische Angebote und Dienstleistungen erfolgen insbesondere durch Zusammenarbeit von Anbietern aus dem Bereich Tourismuswirtschaft und Landwirtschaft, der Energiewirtschaft und von Bildungseinrichtungen. Hier werden z.B. der Ausbau der Erlebnisangebote zum Thema Lipizzaner, wie z.B. Piber und Naturerlebnisland Lipizzanerheimat; Informations- und Sensibilisierungsarbeit im Bereich Natur und Energie, durch den Ausbau des Energie Erlebnisparcs Zangtal, der Stromwelt Energie oder der Weiterentwicklung des Projekts „Energiecenter macht Schule“ angestrebt. Das für die Region typische Produkt Glas wird durch die Zusammenarbeit von Tourismuswirtschaft und Leitbetrieben der Region eine weitere Aufwertung erfahren.

Im Rahmen der **Zusammenarbeit von Kultur und Tourismus** sind regionale relevante Vorhaben vorgeschlagen. **Vorschläge lt. Aktionsplan:** die gemeinsame Buchungsplattform von Tourismus, Kultur und Freizeitwirtschaft, der Ausbau von Museen als touristische Attraktionsbringer, Aufbau und Vermarktung für die Region typischer touristischer Angebote in Form von Gästepackages im Zusammenarbeit der Tourismusbetrieben und Kultureinrichtungen; Revitalisierung und (touristische) Nutzung historischer Bausubstanz (z.B. Pfarrhöfe, historischer Bauwerke in Gemeinden).

Wesentliche integrierte Ansätze ergeben sich auch im Rahmen der **Zusammenarbeit der Wirtschaft und des Sozialbereiches** (Sozialwirtschaft, Jugend, etc.), durch die **Schaffung von Ausbildungs- und Arbeitsplätzen in sozialwirtschaftlichen Betrieben für benachteiligte Menschen oder in der „Jugendlichen Regionalentwicklung“, die für die Jugend wesentliche Themenbereiche der Regionalentwicklung, von Lebensqualität und Beschäftigung bis hin zu Governance**, aufgreift. **Vorschläge lt. Aktionsplan:** Jugend- und Freiwilligenarbeit mit Unterstützung der Wirtschaft (z.B. Generation Coin, Zeit-Hilfs-Netz, etc.). Projekte Sozialwirtschaft z.B. Rezepte gegen Armut, ReUse (sozialökonomischer Gebrauchtwarenhandel), Flower Power, etc.

Innovation

Bei der Darstellung der innovativen Ansätze für die Region wird von der Frage ausgegangen, welche Strategieansätze bis jetzt noch nicht bzw. nicht in der Form vorliegenden Form herangezogen wurden.

Ein völliger neuer Bereich bzw. eine neue Aufgabenstellung ergibt sich mit der **konsequenten Ausrichtung auf das Thema Jugend**. Die Jugend war schon mehrmals Gegenstand von Befragungen und Analysen. Man kennt die grundlegende Problematik der Abwanderung Jugendlicher. Jetzt sind in der Strategie Zielsetzungen enthalten, die **zielgruppengerechte Beteiligung und Kommunikation vorsehen, Selbstbestimmung und Verantwortung beinhalten** und darauf abzielen nachhaltige Entwicklungsmaßnahmen gemeinsam mit der Jugend zu entwerfen.

Erlebnissräume machen die Region erlebbar. Die Region steht seit mehr als 200 Jahren für die Erzeugung von Energie. Erneuerbare Energie war auch in der letzten LEADER-Periode ein Thema. Jetzt nähert man sich verstärkt diesem Thema (und auch dem Thema Natur) in einer erlebnisorientierten, für viele Menschen leicht zugänglichen Art. In ansprechend gestalteten Erlebnissräumen erfolgt spannende Wissensvermittlung. Die Innovation besteht hier vor allem auch darin, über erfolgreich umgesetzte Projekte zu motivieren und Vorbild für die Entwicklung weiterer Themenfelder zu sein. Ein „historischer“ Erlebnisraum besteht mit dem Lipizzanergestüt in Piber. Diese und andere Potenziale sind in Zukunft verstärkt zu nutzen.

Ein anderer Bereich der Strategie beschäftigt sich mit der **Entwicklung neuer Produkte bzw. landwirtschaftlicher Spezialitäten. Universitäten bzw. Fachschulen sollen dazu beitragen neue und innovative Produktentwicklungen zu unterstützen und begleiten**. Innovativ ist die Zusammenarbeit mit diesen Institutionen, innovativ sollen auch die Produkte sein, die dadurch entstehen.

Die Region beschäftigt sich mit der Problematik zurückgehender bzw. fehlender Beherbergungskapazitäten. Viele Gastbetriebe haben geschlossen. Durch Erfahrungsaustausch mit anderen Regionen sollen neue Impulse geschaffen werden. Im Rahmen eines **Ideenwettbewerbs sollen neue, innovative Beherbergungsmöglichkeiten** entworfen werden.

Ein innovatives Element im Bereich der Bildung wurde mit der **aufsuchenden Bildung** bereits in der letzten LEADER-Periode aufgebaut, wird aber nun weiterentwickelt. Die Maßnahme steht für neue Zugänge zu Bildung und lebenslangem Lernen. In Form von „aufsuchender Bildung“ ist das Ziel, vor allem im ländlichen Raum, möglichst nahe an die Zielgruppe heranzukommen. Damit entsteht ein niederschwelliger Zugang zu Bildungsangeboten. Das aktuelle Angebot richtet sich auch an benachteiligte und lernferne Menschen.

Bei **internen Prozessen werden vor allem im Bereich der Kommunikation mit der Region, mit Interessenten und Stakeholdern und vor allem mit besonderen Zielgruppen**, wie z.B. jüngeren Menschen neue Formen erprobt werden. Geplant ist ein Internet-Regionalradio, das ganz wesentlich die interaktive und beteiligungsorientierte Kommunikation innerhalb der Region bedienen soll. Die Zielsetzungen der geplante Radio Cavallo sind:

- Förderung von Partizipation zur regionalen Identitätsbildung mit dem Instrument „Freies Radio“
- Das geplante Radio soll als Instrument genutzt werden, um BürgerInnen, die bis dato in der Region zu wenig gehört wurden, verstärkt in Regionalentwicklungsprozesse einzubeziehen und ihre Meinungen, Ideen, Vorstellungen aber auch Sorgen und Ängste um die Zukunft der Region kund zu tun, um daraus einen Diskurs zu starten, wie man gemeinsam die Region mit all ihren Ressourcen und Potentialen zukunftsfähig gestalten kann.
- Ansprache neuer, medienaffiner Zielgruppen, insbesondere wird die Mitarbeit von Jugendlichen und jüngeren Frauen und Männern forciert
- Berichterstattung über LEADER-spezifische Themen und Projekte. Radio Cavallo dient in besonderer Weise auch der Informations- und Sensibilisierungsarbeit innerhalb und außerhalb der Region. Das Radio dient auch als Informationsmedium für Menschen die aus der Region weggezogen sind und sich weiterhin über das Leben in der Region informieren wollen.

3.9 Beschreibung geplanter Zusammenarbeit und Vernetzung

Die Zusammenarbeit und Vernetzung erfolgt auf und über verschiedenen Ebenen.

Innerregionale Vernetzung

Viele der in der Region befindlichen Einrichtungen, Institutionen, Interessensvertretungen, Service- und Beratungseinrichtungen aus den verschiedensten Bereichen sowie ProjektträgerInnen haben sich an der Erarbeitung der LES aktiv beteiligt. In diesem informellen Netzwerk befinden sich Partner aus den unterschiedlichsten Bereichen. Dieses regionale Netzwerk stellt den **integrierten und sektorübergreifenden Anspruch an die Strategie** und an die Umsetzung der geplanten Vorhaben sicher und stellt einen wesentlichen Erfolgsfaktor für die **erfolgreiche und nachhaltigen Umsetzung der Strategie, ihrer Zielsetzungen und der regionalen Projekte** dar.

Aus diesem Partnerkreis hat sich bereits in der LEADER-Periode 2007-2013 ein wesentlicher Teil von ProjektträgerInnen und aktiven ProjektpartnerInnen zusammengesetzt. Dies wird auch in der neuen Leader Periode 2014 bis 2020 so sein. Dieses über Jahre aufgebaute Netzwerk wird weiterhin gepflegt bzw. ausgebaut und wird sich mindestens 2 x jährlich zum Informations- und Erfahrungsaustausch treffen.

Die detaillierten Beschreibungen der intraregionalen und regionalen Vernetzungen befinden sich bei den jeweiligen Aktionsfeldern, insbes. in den Kapiteln 3.1.5; 3.2.4 und 3.3.4.

Regionale Vernetzung

Auf Ebene der Region Steirischer Zentralraum erfolgt die Zusammenarbeit neben den politisch zusammengesetzten Regionsstrukturen (Regionalversammlung, Regionalvorstand etc.) mit dem Regionalmanagement Graz & Graz-Umgebung. Auf dieser Regionsebene wurde zeitgleich zur LES-Erstellung an der Erarbeitung eines Regionalen Entwicklungsleitbildes gearbeitet. Die Ergebnisse beider Strategien wurden aufeinander abgestimmt und sind in die jeweils anderen Strategien eingeflossen. Auf dieser regionalen Ebene ist auch der Vertreter des Regionalen Jugendmanagements angesiedelt, der auch an der Entwicklung der LES mitgewirkt hat und bei zukünftigen Entwicklungen und Projekten aktiv tätig sein wird bzw. mit dem es zumindest 1 x pro Monat eine Abstimmung mit Leader geben wird. Zusätzlich wird im Frühjahr auch eine Person für Diversitätsmanagement angestellt, mit der es ebenfalls eine enge Zusammenarbeit und zumindest monatliche Abstimmung im Bereich Leader geben wird. Im Steirischen Zentralraum befindet sich mit dem Hügelland-Schöcklland eine weitere LAG, mit der in bestimmten Themenbereichen zusammengearbeitet wird. Wie in der letzten Leader-Periode ist auch ein LAG übergreifendes Projekt geplant. Mit dem Regionalvorstand und der Regionalkonferenz Steirischer Zentralraum wird es zumindest 1- bis 2-mal pro Jahr ein Abstimmungs- und Vernetzungstreffen geben, um über die Entwicklungen und Erfahrungen im Bereich Leader zu informieren.

Kooperationsprojekte

Wie bereits bei den jeweiligen Unterkapiteln der Strategie angeführt, verfolgt die LAG eine Reihe von Kooperationsprojekten mit anderen LAGs. Die LAG Lipizzanerheimat plant fünf Kooperationsprojekte auf nationaler Ebene. Im Rahmen von LEADER 14-20 werden folgende Kooperationsprojekte mit anderen LEADER-Regionen vorbereitet, bei diesen Kooperationsprojekten geht es um folgende Inhalte:

- **REGIONSGUTSCHEIN:** Stärkung der Wertschöpfung durch die Weiterentwicklung der Regionsgutscheine: Geplante Schwerpunkte: Erhöhung der Auflage an Gutscheinen, Professionalisierung des Verwaltungs- und Abrechnungssystem, Erfahrungsaustausch. **Partner:** LAGs Schilcherland, Almenland.
- **ZEIT-HILFS-NETZ:** dient zur Förderung des Gemeinwohls durch generationsübergreifende Projekte. **Partner:** LAGs Naturpark Südsteiermark, Wirtschaft leben, weitere Kooperationen mit anderen LAGs sind geplant.
- **IKT LERNWERKSTÄTTE:** Weiterführung und -entwicklung der IKT-Lernwerkstätte, ein in der Region bereits erfolgreich durchgeführtes, generationenüberschreitendes Projekt mit aufsuchendem Bildungsangeboten und Lernknotenpunkten in Gemeinden. **Partner:** LAGs Schilcherland, Naturpark Südsteiermark
- **PROJEKT „GENERATION COIN“:** ist eine Maßnahme zur Einbindung junger Menschen in die Freiwilligenarbeit und in gemeinschaftliche und soziale Hilfeleistungen. Ziel ist das generationenübergreifende, soziale Engagement Jugendlicher mit einem Bonussystem zu belohnen. (Ältere und Jugendliche unterstützen sich wechselsei-

tig und profitieren von einander – eine neue Form der Nachbarschaftshilfe entsteht, Ältere können damit so lange wie möglich in ihrer gewohnten Umgebung bleiben und Jugendliche erwerben soziale Kompetenzen. Der Bonus kann bei Freizeiteinrichtungen und mitwirkenden Partnerfirmen eingelöst werden.

Partner: LAG Hügelland-Schöcklland, Kooperationspartner JUKO Köflach

- **URLAUB AM PFARRHOF:** Erhalt des kulturellen Erbes und historischer Bausubstanz durch eine nachhaltige Nutzung leerstehender Pfarrhöfe für eine besondere Urlaubsform mit „Energietanken und der Ruhe vom gestressten Alltag finden“ durch Urlaub am Pfarrhof

Partner: LAGs Mariazellerland-Mürztal, Naturpark Südsteiermark, Thermenland-Wechselland

- **In Vorbereitung: Entwicklung eines transnationalen Projekts zum THEMENBEREICH LIPIZZANER und WELTKULTURERBE; Details dazu sind unter Punkte internationale Kooperation angeführt.**

Um diese Projekte gemeinsam weiter zu entwickeln wird es regelmäßige Projekttreffen (2 bis 4 x jährlich) geben.

Nationale Vernetzung

Auf nationaler Ebene ist wie in der Vergangenheit auch die Vernetzung und Zusammenarbeit mit der nationalen Leader-Netzwerkstelle und auch mit den für LEADER und für die integrierte Regionalentwicklung zuständigen Landes- und Bundesstelle geplant. Die LAG Lipizzanerheimat wird auf alle Fälle auch weiterhin an den vierteljährlichen Vernetzungstreffen der steirischen LAGs teilnehmen und auch die Angebote der nationalen Leader-Netzwerkstelle (Weiterbildungsmaßnahmen, Exkursionen) nutzen, damit weiterhin ein reger Informations- und Erfahrungsaustausch passiert und man wechselseitig von den Erfahrungen und vom aufgebauten Know-how profitieren kann.

Europäische Leader Netzwerke

Die LAG Lipizzanerheimat war bereits in der Vergangenheit eine LAG, die von ausländischen LAGs im Rahmen von Exkursionen sehr gerne besucht wurde und für einen regen Informations- und Erfahrungsaustausch zur Verfügung gestanden ist. Das in der Vergangenheit aufgebaute Know-how wird an andere Projektträger sehr gerne weiter gegeben, damit neue oder noch nicht so erfahrene LAGs davon profitieren können bzw. um Best-Practice Projekte auch in andere Regionen zu transferieren. Für den Know-how-Transfer werden Informationen zu Best Practice Projekten auch sehr gerne für nationale und internationale Leader-Projektbanken zur Verfügung gestellt.

Internationale Kooperation

Darüber hinaus wird die LAG Lipizzanerheimat auch die Erfahrungen von anderen LAGs auf europäischer Ebene nutzen (Lernen von den Besten) und auch bei thematisch zur Region passenden Exkursionen, Partnertreffen und Weiterbildungsmaßnahmen teilnehmen. Bildungs- und Vernetzungsangebote und Netzwerktreffen der Europäischen Netzwerkstelle spielen somit eine wichtige Rolle in der Zusammenarbeit auf internationaler Ebene und werden gemäß der jeweiligen thematischen Ausrichtung gerne in Anspruch genommen.

In der Lipizzanerheimat läuft zurzeit gerade der Prozess zur Bewerbung der Lipizzaner als Weltkulturerbe, wobei ein **Kooperationsprojekt mit allen Lipizzanergestüten** innerhalb der EU aufgebaut werden soll. Einerseits geht es dabei um Forschung- und Entwicklung im Bereich Zucht, sowie andererseits um sektorübergreifende Regionalentwicklung in Kooperation mit den Gestüten. Dazu werden gerade auch die Möglichkeiten eines europäischen LEADER-Projektes ausgelotet bzw. passende Förderinstrumente gesucht, um diese sektorübergreifenden Kooperationen zwischen den Europäischen Gestüten zu entwickeln. Mögliche Kooperationspartner sind: Lipizza – LAG Ovtar v Slovenskih goric, Slowenien; Topolciany - LAG Nitra, Slowakei; Silvasvarad, LAG in Ungarn. Für diesen Entwicklungsprozess sind jetzt in der **Bewerbungsphase mindestens vierteljährliche Vernetzungstreffen**, dann bei der Umsetzung zumindest **halbjährliche Vernetzungstreffen** vorgesehen.

4 Steuerung und Qualitätssicherung

4.1 Beschreibung der Vorkehrungen für Steuerung, Monitoring und Evaluierung der LAG-internen Umsetzungsstrukturen

Die LAG internen Umsetzungsstrukturen sind einerseits die LAG-Steuerungsgruppe, sowie andererseits das LAG-Management. Zwischen diesen Bereichen gibt es eine klare Kompetenzverteilung welche in einer Geschäftsordnung verankert ist. Die LAG Lipizzanerheimat ist an einer kontinuierlichen Verbesserung und Weiterentwicklung von Prozessen und Abläufen bemüht, weshalb sie sich auch zumindest 1 x jährlich einer Selbstevaluierung LAG interner Umsetzungsprozesse, sowie auch der regionalen Strategie- und Projektumsetzung unterzieht.

Zur möglichst hohen Absicherung der Strategieerfüllung und Entwicklungsqualität können dafür ExpertInnen, wie z.B. Jugendbeauftragte(r), Gender- und Diversitätsauftragte(r), ExpertIn für Barrierefreiheit, etc. miteingebunden werden.

Bezüglich des jährlichen Evaluierungszeitpunktes orientiert sich die LAG Lipizzanerheimat am Evaluierungszyklus im Rahmen des verpflichtenden Reportings an die Verwaltungsbehörde bzw. Zahlstelle das jährlich mit Ende Februar übermittelt wird. Erstmalig erfolgt die Berichterstellung im Februar 2017.



LAG-Management

Steuerung: Die Steuerung des LAG-Managements findet per Definition des LEADER-Programmes durch die Steuerungsgruppe statt. Diese ist verantwortlich für die inhaltlich/strategischen Vorgaben an das LAG Management, sowie für die Beschlussfassung zu Budget und Projekten.

Monitoring: Das LAG-Management verwendet zur laufenden Dokumentation ein seitens des Landes bzw. des BMWFLUW vorgegebenes Projekt- und Qualitätsmanagement Tool. Die Erfassung der Arbeitszeit erfolgt entsprechend der seitens des Landes vorgegebenen Leistungsindikatoren.

Evaluierung: Auf Basis der am Ende des Jahres zur Verfügung gestellten Unterlagen (geleistete Arbeitsstunden, Ist-Budget, Plan-Budget, Ausschöpfungsstände,...) obliegt es der Steuerungsgruppe, die Arbeit des LAG-Managements intern zu evaluieren und entsprechende Änderungsvorgaben für das nächste Jahr zu machen.

LAG-Steuerungsgruppe

Steuerung: Die Steuerungsgruppe der LAG Lipizzanerheimat sieht ihre Hauptaufgabe darin die Umsetzung der LES-Lipizzanerheimat zu begleiten bzw. voranzutreiben. Wichtig ist dabei die Sensibilisierung und Mobilisierung des endogenen Potentials (z.B. Jugend, Männer, Frauen, Behinderte etc.) zur Beteiligung bei Leader, sowie den Aufbau von Kooperationen zu unterstützen, wobei dies sowohl Aufgabe der Steuerungsgruppe, als auch vom Leader Management ist.

Monitoring: Die Steuerungsgruppe hat jederzeit das Recht in die durch das LAG-Management zu gewährleistende Dokumentation Einsicht zu nehmen.

Evaluierung: Einmal pro Jahr unterzieht sich die LAG-Steuerungsgruppe einer Selbstevaluierung. Dabei wird anhand der erarbeiteten LOG-Frame Matrix der Umsetzungsstand der LES diskutiert und zu setzende Aktionen beschlossen. Zusätzlich erfolgt auch die Evaluierung der Finanzen der LAG (LAG Budget, Mittelausschöpfung, Liquidität etc.)

Sämtliche Daten, die für die Evaluierung notwendig sind, werden vom Leader-Management aufbereitet und zumindest 2 Wochen vor dem Evaluierungstermin der Steuerungsgruppe zur Verfügung gestellt.

Schwerpunkte zur Steuerung und Evaluierung von LAG-internen Umsetzungsstrukturen

Folgende Aufgabenerfüllung bzw. Zielerreichungen sind wesentliche Bestandteile der Evaluierung:

- **Erfüllung der Organfunktionen:** Überprüfung einer optimal abgestimmten Erfüllung der jeweiligen Funktionen, Aufgaben, Pflichten und Rechte der Organe der LAG, wie Vorstand, Vorsitzende/r, Geschäftsführung, LAG-Management, Projektauswahlgremium, QS-Ausschuss, Projektträger)
- **Sensibilisierung & Mobilisierung:** Zielerreichung, Maßnahmen- und Erfolgskontrolle von Sensibilisierungs- und Mobilisierungsmaßnahmen (z.B. durch Medienpräsenz, Akzeptanz und Bekanntheit bei potenziellen Projektträgern, Beteiligung Jugend, Männer/Frauen, Gemeinden, etc.)
- **Kooperationen:** Qualität und Quantität von innerregionalen und interregionalen Kooperationen (KooperationspartnerInnen, Aktionen und Projekte, etc.), Beteiligungen am nationalen und europäischen LEADER-Netzwerk, Beteiligung an nationalen und transnationalen Kooperationsprojekten)
- **LAG-Budget / Finanzen / Liquidität:** Budget und Finanzen der LAG, Mittelausschöpfung, etc.
- **Programm- und Projektmanagement:** organisatorische und operative Performance des LAG-Büros, (wie z. B. Ressourcen, Zufriedenheit Mitarbeiter, Fortbildung, etc.)

4.2 Beschreibung der Vorkehrungen für Steuerung, Monitoring und Evaluierung der Strategie- und Projektumsetzung inkl. Reporting an die Verwaltungsbehörde und Zahlstelle

Auch der Fortschritt in der Strategie- und Projektumsetzung bedarf entsprechender Maßnahmen in Bezug auf Steuerung, Monitoring, Evaluierung und Reporting. Dabei sind die nachfolgenden 3 Ebenen angesprochen:

- auf Projektebene durch den Projektträger
- auf Aktionsfeld-Ebene durch die LAG
- auf Bundesebene durch die Verwaltungsbehörde (BMLFUW, Abt. II/6)

Die Ergebnisse des Controllings (Umsetzung und Wirkung) werden auf 3 Ebenen zusammengetragen und interpretiert. Für das Leader-Programm ist es erforderlich, dass das Controlling System zwischen den Ebenen durchgängig ist, d.h.

- die Ergebnisse des Projektcontrollings auf LAG-Ebene aussagekräftig zusammengefasst werden können und dass
- die Ergebnisse des Aktionsfeld-Controllings der LAG auf Bundesebene aussagekräftig zusammengefasst werden können.

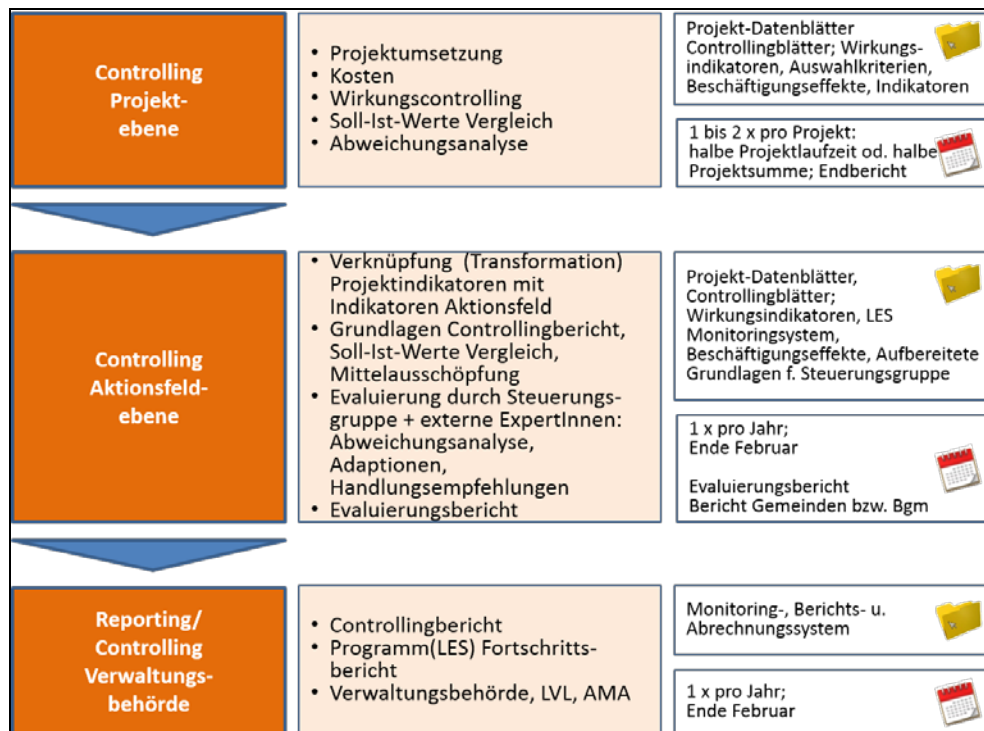
Neben dem klassischen, bereits praktizierten Umsetzungscontrolling der Leader-Projekte (Soll-Ist Vergleiche, Kostenprüfung, Resultate etc.), wird in dieser Periode zusätzlich ein Wirkungscontrolling eingeführt. Zur Kontrolle der Projektumsetzungen bzw. Wirkungen der Projekte wird ein Projektdatenblatt seitens der LAG eingesetzt, das zu Beginn sowie bei Bedarf während der Projektlaufzeit und am Ende des Projektes vom Projektträger vorzulegen ist. Dieses stützt sich auf das bereits in der Planung der LES angewandte Wirkungsmodell LogFrame.

Dem Projektträger wird eine Liste mit zu beachtenden Formalkriterien (Publizitätsvorschriften, Vergabevorgaben, Abrechnungsvorgaben etc.) erläutert und zusätzlich schriftlich übermittelt. Diese unterstützenden Unterlagen sind auch online auf der Homepage der LAG zu jeder Zeit einsehbar.

Controlling auf Projektebene:

- Das mit jedem Projektvorschlag (Projektantrag, Projektbeschreibung) verbindlich einzureichende Projektblatt (Projektportfolio) beinhaltet an Planungsdaten bestenfalls eine Wirkungsmatrix für das Projekt; jedenfalls aber sind im Text der Projektbeschreibung folgende Projektplanungsdaten dargestellt:
 - Zugehörigkeit zu einem Aktionsfeld

- Zugehörigkeit zu mindestens einem Resultat (Output) im Aktionsfeld
- Dieser Output des Aktionsfeldes wird zum Wirkungsziel (Outcome) des Projektes
- Eventuell eigener Projekt-Outcome
- 1 - X Outputs (Resultate)
- Indikatoren mit Basis- und Sollwerten für Outcomes und Outputs, welche sich an den korrespondierenden LES-Indikatoren orientieren
- Für den operativen Vollzug des Controllings, d.h. für das Ausfüllen des Projektblatts, ist der Projektträger zuständig. Das Projektcontrolling ist jeweils zu Projektende fällig. Bei länger währenden Projekten sind auch Zwischenstatusmeldungen an das LAG Management zu übermitteln, die als Umsetzungscontrolling dienen.



- Das Controlling auf Projektebene hat zu zwei Zeitpunkten zu erfolgen:
 - Zum ersten Mal während der Projektumsetzung – entweder bei der Hälfte der Projektlaufzeit oder nach Abrechnung der halben Projektsumme (je nachdem was früher eintritt). Zu diesem Zeitpunkt können noch notwendige Kurskorrekturen gemeinsam mit dem Projektträger besprochen und vereinbart werden.
 - Der zweite Controllingzeitpunkt liegt am Ende des Projekts – spätestens 30 Tage nach Projektabschluss. An beiden Controllingzeitpunkten ist vom Projektträger ein von der LAG bereitgestelltes Projektcontrolling-Formular an die LAG zu übermitteln. Im Rahmen dieser Projektcontrolling-Berichte erfolgen sowohl das Umsetzungs- als auch das Wirkungscontrolling, indem Basis-, Soll- und Ist-Werte verglichen sowie Abweichungen dargestellt werden.
- Das ausgefüllte Projektdatenblatt wird mit dem Antrag auf Schlusszahlung an die Förderungsstelle und zusätzlich, gemeinsam mit einem Projektendbericht, an die LAG übermittelt.

Controlling auf LES-Ebene - Aktionsfeldcontrolling

- Die kumulierten Projektcontrolling-Berichte fließen in das Controlling auf Aktionsfeldebene ein.
- Das LAG-Management verknüpft die Soll-Ist-Werte der Indikatoren der Projekte, die von den ProjektträgerInnen in ihrem Projektcontrolling-Berichten an die LAG gemeldet werden, mit den in der LES definierten Soll-Ist-Werten der Indikatoren auf Aktionsfeldebene. Das LAG-Management erstellt einen Aktionsfeld-Controlling-Rohbericht, in dem Ergebnisse dargestellt, interpretiert und Handlungsoptionen abgeleitet werden können.
- Die Steuerungsgruppe (QM-Aufgabe) der LAG erörtert, diskutiert und erstellt auf Basis des Rohberichts einen zusammenfassenden Controlling-Endbericht für jedes Aktionsfeld (Umfang 2-3 Seiten) mit dem Titel: „Bericht über die Strategie- und Projektumsetzung; LAG xxxx für das Jahr xxxx“.

Zur möglichst hohen Absicherung der Strategieerfüllung und Entwicklungsqualität der Querschnittsmaterien Gender- bzw. Gleichstellungs- und Diversitätsperspektive, Barrierefreiheit können dafür ExpertInnen, wie z.B. Jugendbeauftragte(r), Gender- und Diversitätsbeauftragte(r), ExpertIn für Barrierefreiheit, etc. miteingebunden werden.

Aus dem Endbericht werden erforderliche Empfehlungen und Steuerungsmaßnahmen abgeleitet, die in das weitere Arbeitsprogramm und in die Projektarbeit einfließen. Die Steuerungsgruppe entscheidet über steuerungsrelevante Maßnahmen aufgrund des Controlling Endberichtes.

Reporting an Verwaltungsbehörde

- Der Controlling Bericht je Aktionsfeld (Umsetzungs- und Wirkungscontrolling) wird gemeinsam mit einem „Programm-(LES) Fortschrittsbericht der Leader Region Lipizzanerheimat bis 28. Februar jedes Jahres an die Verwaltungsbehörde (BMLFUW, Abt. II/6) übermittelt (zur Information an die jeweils zuständige LVL). Erstmalig erfolgt diese Berichtslegung am 28.02.2017.
- Die Verwaltungsbehörde ist das BMLUWF (Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft).
- Wie in den vorigen Perioden wird die Agrarmarkt Austria (AMA) als Auszahlungsstelle für das Leader-Programm Österreich dienen. Dies bedingt die Eingabe der Projekte in die AMA-Datenbank durch die LEADER-verantwortliche Landesstelle (LVL).
- Zusätzlich wird es ein landesintern vorgegebenes Projektmanagement-Tool zur Qualitätssicherung geben, das eine einheitliche Abrechnungsmethodik gewährleistet und jedenfalls vorgegebene Indikatoren des Bundes integrieren wird. Aus diesem System heraus werden für das LAG-Management und die Projektträger auch Berichtsvorlagen zur Verfügung stehen.

Zusammenfassend deckt die Steuerungs- und Qualitätssicherung folgendes ab:

- Ausgehend von den Basiswerten wird jährlich einmal die Entwicklung der Ist-Werte beurteilt und dokumentiert.
- Bei Abweichungen werden mögliche Ursachen geprüft, Auswirkungen diskutiert, Maßnahmen zur Korrektur und Erreichung der Soll-Werte der Steuerungsgruppe vorgeschlagen. Nach ausführlicher Diskussion in der Steuerungsgruppe wird die weitere Vorgehensweise beschlossen.
- Sollten Indikatoren aufgrund veränderter Rahmenbedingungen, die von der LAG Lipizzanerheimat nicht beeinflussbar sind, nicht mehr erfüllbar sein, so kann die Steuerungsgruppe auch notwendige Änderungen der Indikatoren vorschlagen. Entscheidungen über etwaige Änderungen von Indikatoren trifft ausschließlich die Steuerungsgruppe.
- Die Steuerungsgruppe hat auch die Aufgabe, jährlich die Ausschöpfung des im Rahmen des Auswahlprozesses zuerkannten Regionsbudgets zu überprüfen und zu dokumentieren. Die Darstellung der Mittelausschöpfung beinhaltet das seitens des Ministeriums genehmigte Regionsbudget, sowie die bereits genehmigten und die bereits ausgeschöpften, abgerechneten Mittel. Das LAG-Management hat darauf zu achten, dass Projektträger kontinuierlich Projektabrechnungen (mindestens 1 Abrechnung pro Jahr) für genehmigte Projekte durchführen, sodass stets eine realistische Mittelbindung vorhanden ist.
- Die Bürgermeister der LAG werden zumindest 1 x jährlich im Rahmen der Bürgermeisterkonferenz über die Umsetzung der LES inklusive der Ergebnisse der Selbstevaluierung informiert.

5 Organisationsstruktur der LAG

5.1 Rechtsform der LAG

Die LAG Lipizzanerheimat wird in der neuen LEADER Periode 2014 bis 2020 in der Rechtsform einer GmbH einreichen und zwar über die

**Wirtschaftsoffensive-WOF GmbH
LAG Lipizzanerheimat**

Die Rechtsform der LAG entspricht dem vom Bundeslandes Steiermark entwickelten und mit dem für LEADER zuständigen Ministerium abgestimmten Organisationsmodell zur Integration von LEADER in regionale Entwicklungsgesellschaften.

Details der Zusammenhänge zwischen Verein LAG Lipizzanerheimat – Verein Wirtschaftsoffensive und Wirtschaftsoffensive WOF-GmbH - LAG Lipizzanerheimat:

Der Verein LAG Lipizzanerheimat wurde im Jahr 2000 gegründet. Alle Gemeinden der LEADER-Region Lipizzanerheimat sind Mitglied im Verein.

Der Verein LAG Lipizzanerheimat ist auch Mitglied im Regionalentwicklungsverein Wirtschaftsoffensive, den es bereits seit 1989 in der Region gibt und der 2011 als 100% Gesellschafter die Wirtschaftsoffensive WOF GmbH gegründet hat.



Organisationsstruktur LAG

Lt. Beschluss der Region soll die LEADER-Einreichung 2014 bis 2020 nicht über den Verein LAG Lipizzanerheimat sondern über die Wirtschaftsoffensive – WOF GmbH erfolgen.

Innerhalb der Wirtschaftsoffensive – WOF GmbH wird die LAG Lipizzanerheimat als eigenständiger Geschäftsbereich, mit eigener Finanzierung, eigenen Konten und Zeichnungsberechtigungen angelegt, wo auch das Personal (Geschäftsführung und Assistenz für das LEADER-Management) für die LAG angestellt ist und in weiterer Folge das Management für die LAG Lipizzanerheimat für die neue LEADER Förderperiode 2014 bis 2020 abgewickelt wird.

Die Kompetenzen der LEADER-Steuerungsgruppe wurden im Gesellschaftsvertrag der Wirtschaftsoffensive WOF GmbH eingearbeitet und in einer **Geschäftsordnung** konkretisiert.

Die Details dazu sehen wie folgt aus:

- Die Beschlussfassung betreffend LEADER erfolgt ausschließlich durch die LEADER Steuerungsgruppe, deren Zusammensetzung der EU-Verordnung entspricht (49% öffentliche Mitglieder, 51% nicht öffentliche Mitglieder, sowie mindestens 30% Frauenquote).
- Die Kompetenzen der Generalversammlung (Gesellschafterversammlung) der Wirtschaftsoffensive WOF GmbH werden in LEADER-Angelegenheiten auf die LEADER-Steuerungsgruppe als Organ der GmbH übertragen. Das heißt, die LEADER-Steuerungsgruppe ist in LEADER-Angelegenheiten das zentrale Beschlussorgan und fungiert insoweit wie eine Gesellschafterversammlung. Durch die Einräumung einer Handlungsvollmacht gemäß § 54 Unternehmensgesetzbuch (UGB) erhält der/die Vorsitzende(n) der LEADER-Steuerungsgruppe sowie der/die LEADER-Manager(in) unbeschadet der gesetzlichen Aufgaben und Verantwortlichkeiten der Geschäftsführerin bzw. des Geschäftsführers der GmbH eine klare Vertretungsbefugnis der GmbH für alle LEADER-Angelegenheiten nach außen.

5.2 Zusammensetzung der LAG

Das zentrale Organ der LAG Lipizzanerheimat ist die Steuerungsgruppe.

Die Steuerungsgruppe besteht aus 10 beschlussfähigen Mitgliedern, wobei 3 Mitglieder aus dem öffentlichen Bereich und 7 Mitglieder aus dem nicht öffentlichen Bereich kommen.

4 Mitglieder der Steuerungsgruppe sind Frauen.

| STEUERUNGSGRUPPE LAG LIPIZZANERHEIMAT | | | | | |
|---------------------------------------|-----------------------------|----------|------------|------------------------------------|--|
| | Name | Öffentl. | Nicht öff. | Funktion | Thematische Schwerpunkte bzw. Themenverantwortlichkeiten |
| 1. | LAbg. Bgm. Erwin Dirnberger | X | | Landtagsabgeordneter | Förderung des Gemeinwohls und sozialer Strukturen |
| 2. | LAbg. Karl Petinger | X | | REV Voitsberg | Förderung des Gemeinwohls und sozialer Strukturen |
| 3. | Ing. Erhard Kohlbacher | | X | privat | Barrierefreiheit, Vergaberecht |
| 4. | Ing. Stefanie Riedler | | X | BK f. Land- u. Forstwirtschaft | Steigerung Wertschöpfung – Landwirtschaft & Jugend |
| 5. | Mag. Elke Brandstätter | | X | Therme Nova | Steigerung Wertschöpfung – Tourismus |
| 6. | Claudia Hajek | | X | TV Lipizzanerheimat | Steigerung Wertschöpfung - Dachmarke Lipizzanerheimat |
| 7. | Johann Schmid | | X | Steirische Rucksackdörfer | Natürliche Ressourcen und kulturelles Erbe |
| 8. | Bgm. Franz Feirer | X | | Marktgemeinde Stallhofen | Förderung des Gemeinwohls und sozialer Strukturen |
| 9. | Gerhard Streit | | X | Wirtschaftskammer RegSt. Voitsberg | Steigerung Wertschöpfung - KMU |
| 10. | Mag. Eveline Oswald | | X | Verein voitsberg.com | Natürliche Ressourcen und kulturelles Erbe |

Zur Erweiterung der fachlichen Kompetenz der Steuerungsgruppe gibt es kooptierte Mitglieder. Diese haben kein Stimmrecht, sondern nur beratende Funktion.

| Kooptierte Mitglieder der Steuerungsgruppe (ohne Stimmrecht): | | Thematischer Schwerpunkt |
|---|--------------------------------|---|
| Sonja Hutter | Ausbildungsverbund Metall | Gender Mainstreaming, Lebensl. Lernen |
| Johannes Binder | Energiecenter Lipizzanerheimat | Natürliche Ressourcen u. kulturelles Erbe |
| Kurt Riemer | Citymanagement Köflach | Steigerung Wertschöpfung-Dachmarke |
| Dr. Max Dobretsberger, | Bundesgestüt Piber | Natürliche Ressourcen u. kulturelles Erbe |
| Franz Jechart, | Bäckermeister | Steigerung Wertschöpfung KMU |
| Bgm. Heribert Uhl | Bürgermeister | Förderung des Gemeinwohls |
| DI Hans Jürgen Reinprecht | Landwirtschaftskammer | Steigerung Wertschöpfung Landwirtschaft |
| Ing. Adi Kern | Tourismusverband | Steigerung Wertschöpfung-Dachmarke |
| Rechnungsprüfer | | |
| Bgm. Ernst Meixner | | |
| Bgm. Engelbert Huber | | |
| Bgm. Ing. Wilhelm Zagler | | |

Zur möglichst hohen Absicherung der Strategieerfüllung und Entwicklungsqualität werden dafür weitere ExpertInnen, die Arbeit der Steuerungsgruppe im Bereich Jugend, Berufs- und Bildungsorientierung, sowie Gender, Diversität und Barrierefreiheit mit ihrem Know-how unterstützen wie z.B. Regionaler Jugendmanager für den Steirischen Zentralraum, die Koordinatorin für Berufs- und Bildungsorientierung, sowie auch der/die Diversitätsmanager/in des Steirischen Zentralraums, die/der im Frühjahr installiert wird.

5.3 LAG-Management

Das LAG Management setzt sich aus einer/einem hauptamtlichen LAG-Managerin/Manager und einer Assistenz des Managements zusammen. Die/der LAG ManagerIn ist zu 100% bei der LAG-Organisation beschäftigt und übt somit auch keine weiteren Nebentätigkeiten im Regional-, Tourismus- oder Schutzgebietsmanagement aus. Die LAG-Managementassistentin ist ebenfalls bei der LAG-Organisation beschäftigt.

Der Gesamtbeschäftigungsumfang von Management und Assistenz beträgt insgesamt 60 Wochenarbeitsstunden und entspricht in der gesamten Laufzeit dem Vollzeitbeschäftigungsäquivalent von 1,5. Zusätzlich können bedarfsbezogen externe ExpertInnen beigezogen werden. Es wird zu jedem Zeitpunkt die Erfüllung von mindestens 60 Personalstunden und somit eines professionellen und effizienten LAG-Managements gewährleistet.

Das LAG-Management ist mit der ordentlichen Geschäftstätigkeit der LAG Lipizzanerheimat betraut und unterstützt mit der Zielsetzung der Förderung einer nachhaltigen integrativen Regionalentwicklung unter breiter regionaler Beteiligung die Umsetzung der LEADER Entwicklungsstrategie 2014-2020 der Lipizzanerheimat.

Aufgaben des LEADER-Managements:

Unterstützung der LEADER Steuerungsgruppe, der LEADER Arbeitsgruppen und der einzelnen Projektträger bei der

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Information (LES und Projekte) und Moderation ▪ Förderungsberatung potentieller ProjektträgerInnen ▪ Strategie- bzw. -weiterentwicklung und laufende Abstimmung ▪ Steuerung der regionalen Entwicklung ▪ Analyse und Unterstützung Projektentwicklungen ▪ Unterstützung Förderungseinreichung und Begleitung Projektumsetzung und Förderungsabrechnung ▪ Sicherstellung der Informationsflüsse zwischen den Organen und nach außen ▪ regionalen Vernetzungsarbeit ▪ Förderung der Zusammenarbeit, sowie des Wissens- und Erfahrungsaustausches (LEADER Netzwerke) ▪ finanziellen Abwicklung der LEADER Mittel für die LAG ▪ Projektentwicklung/-koordination im Sinne der Lokalen Entwicklungsstrategie und des Regionalen Leitbildes; Abstimmung der Projekte mit der LES und dem Leitbild ▪ Umsetzung von LAG-internen Projekten ▪ Abstimmung mit anderen Förderungsprogrammen ▪ Koordination und Kommunikation mit den Förderstellen und ProjektträgerInnen | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Abwicklung aller operativen Tätigkeiten für die LAG und Gewährleistung einer ordentlichen Finanzgebahrung ▪ Vorbereitung, Moderation und Dokumentation der Sitzungen, sowie Unterstützung bei der Projektbewertung ▪ Vorprüfung und Unterstützung von Projektabrechnungen und Projektdokumentationen ▪ Sensibilisierungsmaßnahmen für unterschiedliche Zielgruppen / beim Innenmarketing ▪ PR-Arbeit/Außenmarketing, Öffentlichkeitsarbeit ▪ Evaluierung, Monitoring, Qualitätssicherung ▪ Betreuung des EDV gestützten Qualitätsmanagementsystems ▪ Dokumentation aller Entwicklungen ▪ Unterstützung der Verfolgung der Gleichstellungs- und Diversitätsstrategie ▪ Bewerbung und Verbreitung der Lokalen Entwicklungsstrategie (bei Förderwerberrn) ▪ Monitoring und die Evaluierung der LES und von Projekten ▪ Unterstützung der Verfolgung der Gleichstellungs- u. Diversitätsstrategie |
|---|--|

Das LEADER-Management sieht sich als erste Anlaufstelle für AkteurInnen in allen Fragen zu LEADER und gewährleistet bestmögliche Unterstützung aller ProjektträgerInnen.

Das LAG Management ist verantwortlich für die laufende Information nach innen und außen und erhält seine Aufträge von der Steuerungsgruppe bzw. ist dieser rechenschaftspflichtig.

Kompetenzen des LEADER-Managements

Seitens der LAG werden folgende Anforderungen (Mindestqualifikationen) an das LAG Management den/die hauptverantwortliche LAG-ManagerIn gestellt:

| | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Angemessene fachliche Ausbildung und Wissen in spezifischen Gebieten, die für die Regionalentwicklung (Hauptaugenmerk Leader) wichtig sind ▪ Fundierte Kenntnisse in Betriebswirtschaft (bevorzugt Hochschulabschluss), sowie unternehmerisches Denken und Handeln ▪ Gute Englischkenntnisse ▪ Gute EDV-Kenntnisse (MS Office – ECDL Niveau) ▪ Langjährige Berufserfahrung im Bereich Projektmanagement und Fördermanagement, sowie vernetztes strategisches Handeln und Denken ▪ Eigeninitiative, sowie Teamfähigkeit und Verhandlungsgeschick ▪ Moderations- und Präsentationsfähigkeiten ▪ Fundierte Kenntnisse der Region und ihrer Entwicklungspotentiale als Grundlage der notwendigen Netzwerkarbeit ▪ Kenntnisse der regionalen Verantwortlichkeiten und Entscheidungswege ▪ Kenntnisse über die AkteurInnen der Region („who is who“) und darüber hinaus | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bereitschaft sich mit Idealismus für die regionale Entwicklung einzusetzen ▪ Verbindlichkeit, klares Bekenntnis zur Arbeit und zur Leistungsbereitschaft ▪ Kenntnisse des Förder- und Subventionswesens auf Landes-, Bundes- und EU-Ebene ▪ Kenntnisse im Bereich der Regionalentwicklung (städt. und ländliche Räume) und in der Entwicklung von regionalen und überregionalen Projekten ▪ Fähigkeit zur Projektberatung, Projektentwicklung und Projektbegleitung ▪ Fähigkeit zur selbständigen Abwicklung aller im Rahmen einer LAG GmbH anfallenden operativen Tätigkeiten ▪ Fähigkeit Informationen zielgruppenspezifisch aufzubereiten und zu vermitteln ▪ Dialogfähigkeit, Fähigkeit zum Zuhören, Moderieren, Vermitteln und zum diplomatischen Agieren ▪ Kommunikationsfähigkeit mit Menschen unterschiedlicher sozialer Herkunft ▪ Fähigkeit für marktorientierte Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit |
|--|---|

Erforderliche Kompetenzen für Assistenz

- Hohe Einsatzbereitschaft und Belastbarkeit
- Kommunikationsstärke und Kontaktfähigkeit
- EDV-Kenntnisse; MS Office, weitere Computerkenntnisse erwünscht
- Organisationsfähigkeiten
- Teamfähigkeit

Verantwortung

Zusammen mit der Steuerungsgruppe wird von Seiten des LAG Managements die Prozess-Steuerung und Netzwerkentwicklung der LAG Lipizzanerheimat weiter vorangetrieben. In der Verantwortung der Steuerungsgruppe und des LAG Managements liegt es darauf zu achten, dass die beschlossene und eingereichte LEADER-Entwicklungsstrategie unter Einhaltung der Vorgaben des Nationalen Strategieplan Österreichs für die Entwicklung des ländlichen Raums 2014 bis 2020 umgesetzt wird.

5.4 Projektauswahlgremium

Die STEUERUNGSGRUPPE der LAG LIPIZZANERHEIMAT fungiert als PROJEKAUSWAHLGREMIIUM.

Die bereits dargestellte Zusammensetzung der Steuerungsgruppe stellt auch die für das Projektauswahlgremium geforderte Zusammensetzung sicher.

Das Projektauswahlgremium / die LEADER-Steuerungsgruppe setzt sich zusammen aus:

insgesamt 10 beschlussfähigen Mitglieder

- **davon stammen 3 Mitglieder aus dem öffentlichen Bereich**
- **7 Mitglieder stammen aus dem nicht öffentlichen Bereich**
- **4 Mitglieder der Steuerungsgruppe bzw. des Projektauswahlgremiums sind Frauen**

Die Steuerungsgruppe kann durch derzeit acht nominierte, kooptierte Mitglieder erweitert werden. Die kooptierten Mitglieder haben nur beratende Funktion und verfügen über kein Stimmrecht.

Sicherstellung des Quorums bzw. der Frauenquote:

Für die Beschlussfähigkeit müssen mindestens 50% der Mitglieder der Steuerungsgruppe anwesend sein. Zur Erfüllung der Quoren müssen davon mindestens 1/3 Frauen sein und mehr als die Hälfte aus dem Nicht-öffentlichen Bereiche stammen. Die Beschlussfassung hat lt. Geschäftsordnung der Steuerungsgruppe LAG Lipizzanerheimat (lt. Beilage) mit einer 2/3 Mehrheit zu erfolgen.

Die Sicherstellung des Quorums bzw. der Frauenquote bei der Auswahlentscheidung (Abstimmung):

- **Quorum bei Befangenheit:** Befangene Person zählt beim Quorum für die Beschlussfähigkeit (bzw. Anwesenheit), darf aber nicht mitstimmen (wird protokolliert).
- **Quorum z.B. bei bei Verhinderung** (z.B. Erkrankung etc.)
 - **Übertragung Stimmrecht** z.B. von einer Frau, öffentlich zu öffentlich (aber nur eine Stimme zusätzlich pro Person). Die Übertragung des Stimmrechtes von einer Frau ist nur an eine Frau möglich. Primär erfolgt die Übertragung des Stimmrechts an eine stellvertretungsbefugte Frau aus der jeweiligen Organisation, ansonsten an die kooptierten weiblichen Mitglieder der Steuerungsgruppe
 - oder **schriftliche Beschlussfassung** (lt. VO (EU) Nr. 1303/13 Art. 34 Abs. 3 lit. b), Lt. Verordnung ist auch eine schriftliche Beschlussfassung (Umlaufverfahren) möglich. Das bedeutet fehlende Stimmen können schriftlich eingeholt werden.

Sofern Frauenquorum (1/3), oder auch Quorum öffentlich/privat (50:50) bei Verhinderung einzelner Personen/Frauen sowieso erfüllt wird (z.B. gibt es von vorneherein eine Frauenquote von 50%) ist eine Übertragung der Stimmrechte nicht notwendig bzw. kann eine Frauenstimme auch auf einen Mann übertragen werden.

5.5 Ausschluss von Unvereinbarkeiten (Interessenskonflikten)

Unvereinbarkeiten bestehen dort, wo Interessenskonflikte zwischen der Funktion als Mitglied des Projektauswahlgremiums und der Entscheidung über eine Projektförderung im Rahmen des LEADER-Programmes entstehen.

Sollte der Fall eintreten, dass ein Mitglied der Steuerungsgruppe der LAG Lipizzanerheimat selbst als Projektwerber auftritt, so ist sicherzustellen, dass die betroffene Person nach erfolgter Projektvorstellung weder an den Diskussionen noch an der Abstimmung teilnimmt und währenddessen den Raum verlässt. Interessenskonflikte hat das betroffene Steuerungsgruppenmitglied bei Bekanntwerden dem Vorsitzenden des Projektauswahlgremiums anzuzeigen.

Interessenskonflikte für die Beziehung von Projektträgern zu einem Mitglied des Projektauswahlgremiums können in folgenden Situationen auftreten:

- FörderwerberIn (ProjektträgerIn) ist gleichzeitig Mitglied des Projektauswahlgremiums und würde über LAG-interne Projektauswahl mitentscheiden.
- enge Verwandtschaftsverhältnisse (EhepartnerIn, Kinder und Geschwister)
- Verantwortliche politische VertreterInnen der Gemeinde, die in einem Projekt als ProjektträgerIn auftritt. Der/die BürgermeisterIn darf nicht über Projekte seiner eigenen Gemeinde entscheiden, sehr wohl aber über Projekte, die in seiner/ihrer Gemeinde geplant sind aber über andere FörderwerberInnen eingereicht werden.

In diesen angeführten Fällen, tritt die vorher angeführte Regelung ein.

Befangene Person zählt beim Quorum für die Beschlussfähigkeit (bzw. Anwesenheit), darf aber nicht mitstimmen (wird protokolliert).

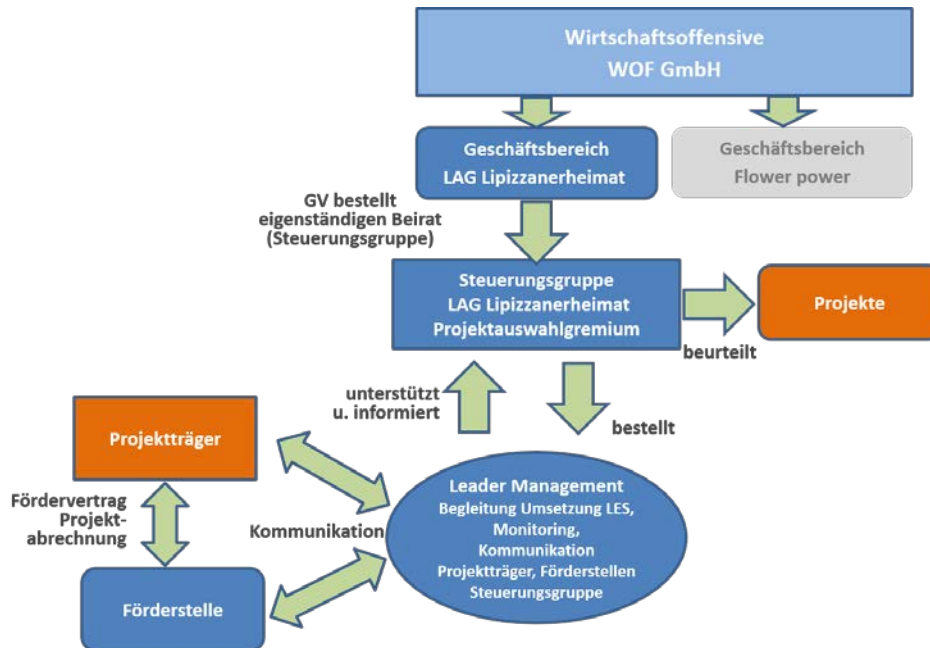
Interessenskonflikte im LEADER Management

Der/die LEADER-ManagerIn darf nicht als FörderwerberIn in einem LEADER-Projekt auftreten. Weiters dürfen keine bezahlten Aufträge für andere ProjektwerberInnen übernommen werden, die innerhalb des Aufgabengebietes der LAG Lipizzanerheimat liegen.

Die Mitglieder des Projektauswahlgremiums verpflichten sich ebenso wie das LAG Management zur vertraulichen Behandlung von sensiblen Projektdaten, Daten von FörderwerberInnen und ProjektträgerInnen sowie von vertraulichen Informationen in den Sitzungen des Projektauswahlgremiums. Die Transparenz der Entscheidungen ist dennoch zu gewährleisten, dies wird in Kapitel 6.3. präzisiert.

6 Umsetzungsstrukturen

6.1 Arbeitsabläufe , Zuständigkeiten, Entscheidungskompetenzen



Die Umsetzungsstrukturen für LEADER werden durch folgende Gremien sichergestellt:

- Wirtschaftsoffensive WOF GmbH – LAG Lipizzanerheimat (Rechtsträger der LAG)
- Steuerungsgruppe der LAG Lipizzanerheimat
- Management der LAG Lipizzanerheimat
- Arbeitsgruppen

Wirtschaftsoffensive WOF GmbH – LAG Lipizzanerheimat (Rechtsträger der LAG)

Innerhalb der Wirtschaftsoffensive – WOF GmbH wird die LAG Lipizzanerheimat als eigenständiger Geschäftsbereich, mit eigener Finanzierung, eigenen Konten und Zeichnungsberechtigungen angelegt, wo auch Personal (Geschäftsführung und Assistenz für das LEADER-Management) angestellt ist und in weiterer Folge das Management für die LAG Lipizzanerheimat für die neue LEADER Förderperiode 2014 bis 2020 abgewickelt wird. (Siehe dazu 5.1, 5.2)

Steuerungsgruppe der LAG Lipizzanerheimat

Für den Geschäftsbereich LAG Lipizzanerheimat gibt es in der WOF GmbH eine eigene Steuerungsgruppe, die zu max. 49% mit Personen aus dem öffentlichen Bereich und zu 51% mit Personen aus dem nicht öffentlichen Bereich besetzt ist. Außerdem sind 1/3 der Steuerungsmitglieder Frauen. (Siehe dazu 5.3). In der GmbH erfolgen Beschlussfassungen betreffend LEADER ausschließlich durch die LEADER-Steuerungsgruppe. Außerdem wird dem/r Vorsitzenden der LEADER-Steuerungsgruppe und dem/r LEADER-Manager(in) eine Handlungsvollmacht zur Vertretung von LEADER-Angelegenheiten nach außen eingeräumt. Dies wurde in den Gesellschaftsvertrag der Wirtschaftsoffensive WOF GmbH eingearbeitet,

in einer eigenen Geschäftsordnung festgeschrieben und von der Gesellschafterversammlung beschlossen. (Anhang B und C)

Die Arbeitsabläufe, Aufgaben, Zuständigkeiten und Entscheidungskompetenzen der LEADER Steuerungsgruppe, des LEADER Managements und von LEADER Arbeitsgruppen wurden in einer eigenen Geschäftsordnung geregelt. (Siehe Anhang B)

Beratende AkteurInnen

Neben den Vorstandsmitgliedern können an den Sitzungen des Vorstandes mit beratender Stimme sogenannte beratende AkteurInnen teilnehmen, wie z.B. Gender Mainstreaming Experte/in, Regionaler Jugendmanager für den Steirischen Zentralraum, die Koordinatorin für Berufs- und Bildungsorientierung, sowie auch der/die Diversitätsmanager/in des Steirischen Zentralraums, u.a.

Zur Unterstützung des LEADER-Managements können externe BeraterInnen herangezogen werden, dies besonders dann, wenn

- eine neutrale Sicht- und Handlungsweise notwendig ist (z.B. Evaluierung)
- besonderes ExpertInnenwissen benötigt wird
- Tätigkeiten das Arbeitsvolumen des LAG Managements sprengen würden

Arbeitsgruppen

Arbeitsgruppen können als ein „ExpertInnengremium“ – im Sinne der Einbindung aller relevanten AkteurInnen – von der Steuerungsgruppe eingesetzt werden. Eine solche Arbeitsgruppe ist gegenüber der Steuerungsgruppe berichtspflichtig. Die Aufgaben und Ziele der jeweiligen Arbeitsgruppe hängen von ihrem Auftrag ab. Grundsätzlich sollen sie zu einem bestimmten Thema an konkreten Ergebnissen arbeiten, die auf die Ziele der LEADER Entwicklungsstrategie unterstützend wirken (z.B. Erarbeiten von umsetzungsreifen Projekten)

LEADER Management

Zur Unterstützung der Steuerungsgruppe und der Arbeitsgruppen wird ein LEADER- Management, im Ausmaß von zumindest 60 Wochenstunden (LEADER-Manager/in plus Assistenz) installiert, das den Informationsfluss mit der Steuerungsgruppe und den Arbeitsgruppen sicherstellt, die Verbindungsstelle zwischen Projektträgern und Steuerungsgruppe darstellt, aber auch Abstimmungen und den Informationstransfer zu den Förderstellen auf Bundes- und Landesebene wahrnimmt.

Vom LEADER – Management wird mit Unterstützung der LEADER Steuerungsgruppe ein seitens der LVL-Stelle vorgegebenes Monitoring-, Reporting- und Evaluierungssystem betreut und mit Daten beschickt, damit anhand von quantitativen und qualitativen Kenngrößen die Zielerreichung der LAG bewertbar wird und wenn notwendig direkt in die Prozesssteuerung eingegriffen werden kann.

Die Aufgaben des LEADER-Managements sind unter Pkt. 5.4 beschrieben.

6.2 Auswahlverfahren für Projekte (inklusive Projektauswahlkriterien)

Für die Einreichung von LEADER Projekten sind einerseits die von der LAG Lipizzanerheimat und von der LEADER Förderstelle vorgegebenen Qualitätskriterien zu erfüllen, sowie das Prozedere der Projekteinreichung einzuhalten. Die Qualitätskriterien sind Grundlage für den von ProjektträgerInnen auszuarbeitenden Projektantrag. Im Rahmen eines Erstberatungsgesprächs beim LEADER-Management erhalten potenzielle ProjektträgerInnen Detailinformationen zur Orientierung für die Konkretisierung und Beschreibung von Projektideen. Die auszufüllenden Punkte im Antragsformular sind im Wesentlichen den einzelnen Projektauswahlkriterien zugeordnet, so kann einer/em ProjektträgerIn bereits vor Konkretisierung des Projektes und Verschriftlichung der Inhalte genau aufgezeigt werden, worauf das regionale Auswahlgremium bei der Beurteilung achten wird.

Durch das Erstberatungsgespräch soll die nötige Transparenz, Effizienz und Klarheit in der Kommunikation mit den ProjektträgerInnen gewährleistet werden. Neben der Orientierungsfunktion für ProjektträgerInnen werden die regionalen Qualitätskriterien von der Steuerungsgruppe zur Entscheidung für Förderempfehlungen für potentielle LEADER-Projekte in der Region herangezogen.

6.2.1 Ablauf Projekteinreichung und Projektauswahl

Das Prozedere für die Projekteinreichung und für die Projektauswahl sieht wie folgt aus:

Die Phasen des Auswahlverfahrens:

1. Erstberatungsgespräch mit der LEADER-Managementstelle, Übergabe Checkliste (Checkliste befindet sich im Anhang)
2. Vorlage des Projektkonzeptes und Projektantrages lt. vorgegebenen Formal- und Qualitätskriterien
3. Prüfung auf Vollständigkeit der Antragsunterlagen durch das LEADER-Management
4. Begutachtung des Projektes in der Steuerungsgruppe
5. Förderungsempfehlung/Förderungsablehnung
6. Fördereinreichung LEADER-Verantwortlicher Landesstelle (LVL) Land Steiermark / Nachbesserung der Antragsunterlagen

Kurzinformation zu den einzelnen Phasen:

Phase 1: Erstberatungsgespräch mit der LEADER Managementstelle

Das LAG-Management führt ein erstes Beratungsgespräch mit dem/r potentiellen Projektträger/in:

- Infos zu Rahmenbedingungen für LEADER-geförderte Projekte
- Einordnung des Projektvorhabens in die Lokale Entwicklungsstrategie 2014-2020
- Beratung über Erarbeitung des Projektkonzeptes sowie des Projektantrags (Informationen wie der Projektinhalt und die Formal- und Qualitätskriterien beschrieben werden müssen), Übergabe einer Checkliste mit Detailinformationen

Phase 2: Vorlage des Projektkonzeptes und Projektantrages lt. vorgegebenen Formal- und Qualitätskriterien

- Entwicklung des Projektkonzeptes und Erstellung des vorgefertigten Projektantrags sowie Vorlage der Dokumente bei der LEADER Managementstelle

Phase 3: Prüfung auf Vollständigkeit der Antragsunterlagen durch das LEADER-Management

- Die LEADER Managementstelle überprüft die eingereichten Unterlagen auf Vollständigkeit. Sind die Unterlagen vollständig, werden sie an die Steuerungsgruppe zu einer Förderentscheidung weiter geleitet. Sind die Unterlagen mangelhaft, gehen sie an den Projektträger mit der Aufforderung, die Antragsunterlagen zu vervollständigen, zurück.

Phase 4: Begutachtung des Projektes in der Steuerungsgruppe

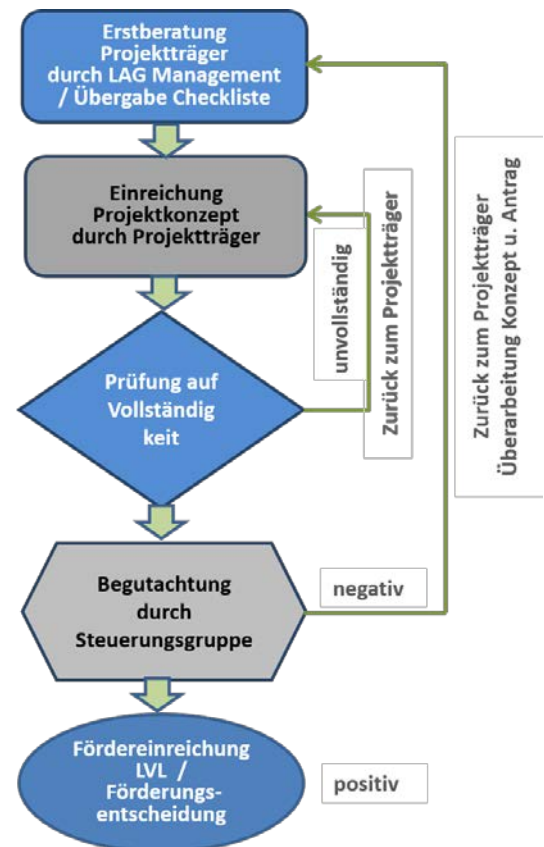
- Das Projektkonzept und der Projektantrag sind aufbereitet und werden als Informationsgrundlage zur Begutachtung an die Mitglieder des Projektauswahlgremiums (Steuerungsgruppe) gesendet. Die Steuerungsgruppe begutachtet das eingereichte Projekt an Hand der vorgegebenen Formal- und Qualitätskriterien.

Phase 5: Förderungsempfehlung durch die Steuerungsgruppe

- Entspricht das eingereichte Projekt den geforderten Kriterien, spricht die Steuerungsgruppe eine inhaltliche Förderungsempfehlung aus. Dem/der Projektträger/in wird die Entscheidung der Steuerungsgruppe schriftlich mitgeteilt. Mit einer positiven Förderungsempfehlung kann der/die Projektträger/in das Projektvorhaben bei der zuständigen Förderstelle/LVL des Landes Steiermark einreichen.
- Sollte die Förderungsempfehlung negativ ausfallen, ist dies dem/r Projektträger/in mit entsprechender Begründung schriftlich mitzuteilen. Es besteht jedoch die Möglichkeit das Projekt mit den geforderten Nachbesserungen nochmals einzureichen.

Phase 6: Förderungseinreichung LVL & Förderungsentscheidung

- Mit der positiven Förderungsempfehlung durch die Steuerungsgruppe kann der/die Projektträger/in das Projektvorhaben bei der zuständigen Förderstelle/LVL des Landes Steiermark zur Förderung einreichen. Nach der



fachlichen Begutachtung durch die Förderstelle erfolgt die Förderungsentscheidung, die dem/der Projektträger/in und in Kopie auch dem LEADER Management schriftlich mitgeteilt wird.

- Bei Projekten bei denen die LAG als Projektträger auftritt, erfolgt um etwaige Unvereinbarkeiten zu vermeiden, die fachliche Überkontrolle des Auswahlverfahrens durch die bewilligende Stelle bzw. LVL.

Es wird darauf verwiesen, dass alle im Laufe der Periode eingereichten Projekte, denselben hier dargestellten Auswahlprozess durchlaufen müssen und etwaige Leitprojekte bzw. LAG Eigenprojekte gegenüber anderen Projekten nicht bevorzugt werden.

Auswahlverfahren für Kleinprojekte

Die Kleinprojekte dienen der administrativen Erleichterung durch Anerkennung der Abrechnung von Pauschalbeträgen für nicht wettbewerbsrelevante Kleinprojekte mit maximalen Kosten von 5.700 Euro. Die Projektkostenuntergrenze beträgt 1.000,- Euro. Als entsprechende ProjektträgerInnen kommen ausschließlich gemeinnützige Organisationen bzw. NGOs oder Gruppen nicht organisierter Personen mit einem gemeinnützigem Ansinnen in Frage. Im Falle einer nicht organisierten Gruppe übernimmt ein Mitglied dieser Gruppe die Rolle des Vertreters bzw. der Vertreterin und ist im Namen der Gruppe verantwortlich. Die LAG oder Gemeinden als Trägerinnen von Kleinprojekten sind nicht vorgesehen. Im Rahmen der Maßnahmen für Kleinprojekte können nur Vorhaben unterstützt werden, die inhaltlich zur LES passen und die zur Erreichung der in der LES festgelegten Wirkungsindikatoren beitragen. Maximal 5% des Gesamtbudget der LAG Lipizzanerheimat können für die Anwendung von Pauschalbeträgen verwendet werden. Zur Auslösung der Zahlung muss ein Tätigkeitsbericht mit ausreichender Dokumentation über die Durchführung des Kleinprojekts vorliegen. Es ist jedoch keine Überprüfung von Belegen oder Kostennachweisen vorgesehen. Dem/der gleichen Projektträger/in können max. 3 Kleinprojekte in der Förderungsperiode bewilligt werden.

Für die eingereichten Kleinprojekte trifft auch die Steuerungsgruppe eine Förderungsentscheidung. Grundlage der Förderungsentscheidung sind die Plausibilität der Kosten, Orientierung an der LES und Beitrag zur Umsetzung regionaler Zielsetzungen durch das Kleinprojekt. Der Beschluss zur Empfehlung erfolgt nach den Vorgaben in der Geschäftsordnung der Steuerungsgruppe. Förderung im Ausmaß von max. 80% ist möglich.

Projektauswahlkriterien für Kleinprojekte

| Auswahlkriterien für Kleinprojekte | |
|------------------------------------|--|
| 1 | Das Projekt leistet einen Beitrag zu den Zielen der LES und zur Erreichung der in der LES festgelegten Wirkungsindikatoren |
| 2 | Die beantragten Kosten für das Projekt sind durch eine Kostenkalkulation plausibel dargestellt |
| 3 | Die Gesamtkosten des Vorhabens betragen maximal 5.700 Euro (inkl. Ust) |
| 4 | Projektträger sind ausschließlich gemeinnützige Organisationen/Nicht-Regierungsorganisationen oder Gruppen nicht organisierter Menschen mit einem gemeinnützigem Ansinnen. |
| 5 | Das Projekt ist nicht wettbewerbsrelevant |
| 6 | Ein Projektträger kann maximal drei Kleinprojekte (während einer Förderperiode) genehmigt bekommen |
| 7 | Die Projektkosten Untergrenze für Kleinprojekte beträgt zumindest € 1.000,- |

Die Förderungsentscheidung für Kleinprojekte trifft die Steuerungsgruppe. Alle weitere Vorgaben seitens Ministerium, LVL und AMA werden in der Folge berücksichtigt.

6.2.2 Projektauswahlkriterien

Alle Projekte, die im Rahmen der LAG Lipizzanerheimat eingereicht werden, müssen einerseits die Formalkriterien erfüllen, sowie andererseits auch vorgegebene Qualitätskriterien.

Die Steuerungsgruppe beurteilt die eingereichten Projekte an Hand der nachstehend festgelegten Kriterien:

Formalkriterien

| | Formalkriterien | Punkte | max | min |
|----|--|---------------|------------|------------|
| F1 | Das Projekt passt zur Entwicklungsstrategie der LAG Lipizzanerheimat | | 3 | 3 |
| F2 | Das Projekt leistet einen Beitrag zur Umsetzung der LES | | 3 | 3 |
| F3 | Projektkosten sind in Relation zu den Zielen der LES und zum Leader-Budget angemessen und nachvollziehbar und die Kosten für die Projektvorfinanzierung, sowie die not-wendigen Eigenmittel sind gesichert | | 3 | 3 |
| F4 | Nachweis der fachlichen Qualität der Maßnahmen und fachliche Qualität des Projektträgers vorhanden | | 3 | 3 |
| F5 | Darstellung der Wirtschaftlichkeit des Projektes (bei Projekten mit Marktorientierung ist ein Businessplan verpflichtend) | | 3 | 3 |
| F6 | Einhaltung des Vergaberechts, sofern dieses anzuwenden ist (Vergleichsangebote für externe Vergaben) | | 3 | 3 |
| | Punkte Gesamt | | 18 | 18 |

Die Formalkriterien sind von allen Projektträgern zu 100% erfüllen.

Qualitätskriterien

| | Qualitätskriterien | Punkte | max |
|----|---|---------------|------------|
| Q1 | Ökologische Nachhaltigkeit, das Projekt wirkt sich positiv auf die Umwelt aus | | 3 |
| Q2 | Das Projekt leistet positiven Beitrag zum Klimaschutz und zur Anpassung an Klimawandel | | 3 |
| Q3 | Soziale Nachhaltigkeit; das Projekt unterstützt sozialen Zusammenhalt in der Region - Jugend-Ältere-Menschen mit Behinderung-Frauen | | 3 |
| Q4 | Ökonomische Nachhaltigkeit, das Projekt schafft Wertschöpfung bzw. positive Beschäftigungseffekte in der Region, nach Auslaufen der Förderung ist das Projekt weiterhin lebensfähig | | 3 |
| Q5 | Das Projekt ist mulitsektoral angelegt, zumindest 2 Wirtschafts- oder Gesellschaftsbe- reiche arbeiten zusammen | | 3 |
| Q6 | Innovationsgrad; das Projekt schafft etwas Neues in der Region, das die Weiterent- wicklung der Region fördert | | 3 |
| Q7 | Kooperation: das Projekt ist auf Kooperationen aufgebaut - regional - national - trans- national | | 3 |
| Q8 | Gleichstellungsorientierung, Maßnahmen zur Gleichstellungsorientierung sind vorge- sehen | | 3 |
| Q9 | Barrierefreiheit bei baulichen Maßnahmen und Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit | | 3 |
| | Punkte Gesamt | | 27 |

Die maximal erreichbare Punktezahl bei den Qualitätskriterien liegt bei 27 Punkten. Für eine positive Beurteilung müssen zumindest 1/3 der Punkte (9 Punkte) erreicht werden.

Punkteschema - Übersicht

| Punkteübersicht | Punkte | max | min |
|---|------------------------------|------------|------------|
| Formalkriterien | | 18 | 18 |
| Qualitätskriterien | | 27 | 9 |
| Ein Projekt kann max. 45 Punkte erreichen | Maximale Punkteanzahl | 45 | |
| Ein Projekt braucht für eine Förderungsempfehlung mindestens 27 Punkte | Mindestpunkteanzahl | | 27 |

Bewertungsschema

Die Bewertung der angeführten Formalkriterien und Qualitätskriterien erfolgt mit Punkten von 0 bis 3, wobei die Punkte folgendes aussagen:

| Bewertungsschema | Punkte |
|--|--------|
| Das Projekt hat keine bzw. neutrale Auswirkung auf das Kriterium | 0 |
| Das Projekt hat leicht positive Ansätze zur Erfüllung des jeweiligen Kriterium | 1 |
| Das Projekt trägt zur Erfüllung des jeweiligen Kriteriums bei | 2 |
| Das geplante Projekt erfüllt das jeweilige Kriterium optimal | 3 |

In begründeten Fällen können die Auswahlkriterien im Laufe der Periode abgeändert werden. Sie werden der Verwaltungsbehörde zur Kenntnis gebracht. Jede Änderung wird im Sinne der Transparenz veröffentlicht. Die Veröffentlichung der Änderungen erfolgt auf der Website, auf den Informations- bzw. Projektblättern zum Projektantrag.

6.2.3 Förderquoten und Förderhöhen

Generell gestalten sich die Basis-Fördersätze für LEADER-Projekte der LAG Lipizzanerheimat wie folgt:

- Direkt einkommenschaffende Maßnahmen (direkt wertschöpfende Maßnahmen):
40 % für Studien, Konzepte wie auch die Umsetzung eines Projektes, wie z.B. Investitions-, Sach- und Personalkosten unter Einhaltung der de minimis'-Regel lt. Richtlinie.
- Nicht direkt einkommenschaffende Maßnahmen (indirekt wertschöpfende Maßnahmen):
60 % für Studien, Konzepte wie auch die Umsetzung eines Projektes (Investitions-, Sach- und Personalkosten)
- Bildung (Konzeptionierung und Durchführung, Lernende Regionen und Lebenslanges Lernen) sowie Projekte zu folgenden Querschnittszielen: Jugendliche, Gender/Frauen, Migrantinnen und Migranten, Menschen mit besonderen Bedürfnissen, Klima und Umwelt, Demographie, regionale Kultur und Identität
80 % Förderung für Konzeption, Prozessbegleitung, Bewusstseinsbildung; nicht für investive Maßnahmen
- Kleinprojekte lt. Richtlinie:
80 % Förderung. Eine Projektkostenuntergrenze in der Höhe von 1.000,- Euro wird festgelegt.

Es gelten die Bestimmungen des Beihilfenrechts lt. Sonderrichtlinie³¹.

Projektträger haben die Möglichkeit, unbare Eigenleistungen einzubringen. Dabei gelten die Bestimmungen lt. Punkt 45.5.5 der Sonderrichtlinie.

Generalklausel „Andere Ländliche Entwicklung (LE)-Projektförderungen“

Sofern ein LEADER Projekt einer Spezialmaßnahme (aus der Sonderrichtlinie Projektförderung, einer LE-spezifischen Landesrichtlinie oder direkt aus dem Programm) entspricht, werden die Einschränkungen der Spezialmaßnahmen in Bezug auf die Förderintensität angewandt.

Die Förderquoten werden für alle FörderwerberInnen transparent zugänglich gemacht. Die Kundmachung erfolgt über die Website der LAG und die schriftlichen Projektunterlagen für ProjektwerberInnen. Projekte und FörderwerberInnen werden unter Einhaltung und Berücksichtigung der Auswahlkriterien im Sinne des Gleichheitsgrundsatzes gleich behandelt.

Nationale und transnationale Kooperationsprojekte

Nationale Kooperationsprojekte finden innerhalb Österreichs (inter-territoriale Kooperation) statt.

Transnationale Kooperationsprojekte werden zwischen mehreren Mitgliedstaaten oder zwischen einem Mitgliedstaat und einem Drittstaat durchgeführt. Unterstützung in dieser Maßnahme ist jedoch auf die österreichischen PartnerInnen der Kooperation beschränkt.

Förderfähig sind die **Anbahnung und Vorbereitung von nationalen oder transnationalen Kooperationsprojekten** mit dem konkreten Ziel der Planung eines Umsetzungskonzepts sowie die Umsetzung von Kooperationsprojekten. Für die **Anbahnung nationaler und transnationaler Kooperationsprojekte sowie**

³¹ http://www.bmfuw.gv.at/land/laendl_entwicklung/SRL.html

die Umsetzung nationaler Kooperationsprojekte gelten die dargestellten Auswahlkriterien sowie der dargestellte Auswahlprozess. Die Erfüllung von 100% der Formalkriterien ist notwendig.

Der Fördersatz für Anbahnung nationaler und transnationaler Kooperationsprojekte sowie die Umsetzung nationaler Kooperationsprojekte beträgt in allen Fällen 80%.

6.3 Darstellung der Transparenz der Entscheidungen

Förderungsentscheidungen durch die Steuerungsgruppe sind transparent und nachvollziehbar zu dokumentieren und den ProjektträgerInnen mit dem Auszug aus dem Sitzungsprotokoll mitzuteilen. Vor allem bei Ablehnungen sind konkrete Begründungen anzuführen, damit Nachbesserungen und eine neuerliche Einreichung möglich sind. Dazu kann den ProjektträgerInnen auch ein neuerliches Beratungsgespräch mit dem LEADER Management angeboten werden, um Potenziale für Verbesserungen und Wiedereinreichungen zu erörtern.

Im Zuge der Projektbeurteilungen durch die Steuerungsgruppe müssen Daten der ProjektträgerInnen im Sinne der Wahrung des Datenschutzes vertraulich und sensibel behandelt werden. Dennoch gibt es einen legitimen Anspruch der Öffentlichkeit auf möglichst transparente und nachvollziehbare Information über die Projektauswahl im Zuge der Umsetzung der mit breiter regionaler Beteiligung erarbeiteten Lokalen Entwicklungsstrategie 2014-2020.

Folgende Grundsätze sollen bei der Veröffentlichung von Projektinformationen beachtet werden:

- Es werden keine Daten zu Fördersummen, Projektsummen und Förderquoten eines einzelnen Projektes veröffentlicht oder außerhalb des Projektauswahlgremiums diskutiert.
- Die in der Steuerungsgruppe positiv behandelten Projekte werden anhand eines einheitlichen Schemas auf der Website der LAG vorgestellt.
- Daten zu Projekten der gesamten Lokalen Aktionsgruppe oder zu einzelnen Aktionsfeldern werden kumuliert auf der Website veröffentlicht, unter der Voraussetzung, dass aufgrund einer ausreichenden Anzahl von vorgestellten Projekten keine Rückschlüsse auf einzelne Projekte möglich sind.

Geheimhaltungsvereinbarung für die Mitglieder der Steuerungsgruppe als Projektauswahlgremium

Um allen Mitgliedern der Steuerungsgruppe die Bedeutung einer vertraulichen Behandlung von Daten und Informationen zu vermitteln, inkludiert die Geschäftsordnung der Steuerungsgruppe eine Geheimhaltungsvereinbarung (siehe Beilage C).

7 Finanzierungsplan

7.1 Eigenmittelaufbringung der LAG

Die Eigenmittel der LAG werden von den Mitgliedsgemeinden aufgebracht. Über die beteiligten Gemeinden erfolgt eine Basisfinanzierung von 0,59 Cent pro Einwohner und Jahr. Bei 55.645 EinwohnerInnen in der LAG Lipizzanerheimat ergibt sich somit eine jährliche Basisfinanzierung von 32.830,55 Euro. Zusätzlich gibt es jährlich aus dem Projektfonds der Gemeinden einen Finanzierungsbeitrag von mindestens 15.000 Euro. Dieser Betrag kann nach oben auch aufgestockt werden, sollte sich durch zusätzliche Maßnahmen ein weiterer Finanzierungsbedarf ergeben. Somit beträgt der jährliche Eigenmittelanteil der beteiligten Gemeinden zur Finanzierung des Leader-Managements inkl. Sensibilisierungsmaßnahmen 47.830,500 Euro. Hochgerechnet auf die gesamte Leader Laufzeit 2015 bis 2023 betragen die Eigenmittel 430.474,95 Euro.

Die Aufbringung der Mittel wurde von den Mitgliedsgemeinden in Gemeinderatsbeschlüssen beschlossen.

7.2 Budget für Aktionsplan

Das Budget für den Aktionsplan beträgt rund 5.700.000 Euro macht somit einen Anteil von 76,3 % des Gesamtbudgets aus.

Für die Abwicklung von Kleinprojekten wird der mögliche Rahmen von 5% der Gesamtkosten angesetzt und beträgt in Summe 373.500,00 Euro.

Das geplante Gesamtbudget beträgt 7.470.000 Euro und setzt sich wie folgt zusammen:

| Gesamtfinanzplan Periode 2015 bis 2023 | | | | | |
|--|----------------------|---------------------------------------|--------------------|-----------------------------|-------------------------|
| Bezeichnung der LAG: | LAG Lipizzanerheimat | | | | |
| Positionen | Kosten | öffentliche Mittel LEADER-Programm | Eigenmittel LAG | Eigenmittel Projekträger | davon Gemeindemittel |
| LAG Management inkl. Sensibilisierung | 1.370.000,00 | 959.000,00 | 411.000,00 | | 411.000,00 |
| davon Sensibilisierung | 140.000,00 | | | | |
| Umsetzung der Strategie | 5.700.000,00 | 3.148.000,00 | 250.000,00 | 2.302.000,00 | 250.000,00 |
| Aktionsfeld 1 | 2.260.000,00 | 1.250.000,00 | | | |
| Aktionsfeld 2 | 1.760.000,00 | 968.000,00 | | | |
| Aktionsfeld 3 | 1.680.000,00 | 930.000,00 | | | |
| Kooperationen | 400.000,00 | 320.000,00 | | 80.000,00 | |
| IWB | | | | | |
| ETZ | | | | | |
| Summe | 7.470.000,00 | 4.427.000,00 | 661.000,00 | 2.382.000,00 | 661.000,00 |
| Anteil LAG Management an der LES | | 21,66% | | | |

7.3 Budget für Kooperationen

Das Budget für Kooperationen beträgt € 400.000,- für die Dauer der gesamten Programmperiode.

7.4 Budget für LAG-Management und Sensibilisierung

Die durchgängige Beschäftigung von mindestens 1,5 Vollzeitbeschäftigungsäquivalent für das LAG-Management ist für die gesamte Programmperiode vorgesehen.

Das LAG-Management besteht, wie bereits bisher, aus 2 Personen, der Geschäftsführerin der LAG und einer Assistentin. Die Beschäftigung des Managements entspricht in der gesamten Laufzeit dem Vollzeitbeschäftigungsäquivalent von 1,5.

Die Kosten für das Leader-Management betragen inkl. Kosten für Sensibilisierung, sowie Sachaufwand und Gemeinkosten, sowie Reisekosten des LAG Managements 1.370.000,00 Euro.

Hochgerechnet auf die LES ergibt das Management einen Anteil von 21,66 %.

Das Budget für Sensibilisierung beträgt 140.000,- Euro. Darüber hinaus werden auch in den Projekten Sensibilisierungsmaßnahmen vorgesehen und budgetiert.

Sensibilisierungsmaßnahmen

Sensibilisierungsmaßnahmen sind in allen Aktionsfeldern vorgesehen. Das Ziel ist, Menschen aus der Region anzusprechen und für Themen der Regionalentwicklung zu sensibilisieren. Ein weiteres Ziel ist, Frauen und Männer zur Mitarbeit an der Realisierung der Lokalen Entwicklungsstrategie zu gewinnen. Ein wesentliches Augenmerk liegt dabei auf der möglichst breiten Mitwirkung von Frauen. In themenspezifischen Initiativ- und Arbeitsgruppen wird an der Umsetzung der Entwicklungsstrategie gearbeitet. Es werden unterschiedliche Kanäle und Formen der Kommunikation genutzt werden, wobei die persönliche Ansprache bzw. gender- und zielgruppengerechte Ansprache bzw. geschlechtergerechte Kommunikation berücksichtigt wird. Zielgruppen dieser Sensibilisierungsmaßnahmen sind Männer und Frauen aller Bevölkerungsgruppen, wobei Mainstreaming-Aspekte (z. B. Gender Mainstreaming, Mainstreaming von Menschen mit Behinderungen, etc.) besondere Berücksichtigung finden werden.

Eine wichtige Grundlage bilden die „Standards für Öffentlichkeitsbeteiligung“, die im Rahmen einer ministeriellen Arbeitsgruppe unter Beteiligung von Interessenvertretungen, NGOs und externen FachexpertInnen im Auftrag des Bundeskanzleramtes und des Lebensministeriums erarbeitet und vom Ministerrat am 2. Juli 2008 beschlossen wurden. Daraus abgeleitete Aspekte, wie z.B. Transparenz und Nachvollziehbarkeit, Verständlichkeit der Sprache oder Ausgewogenheit und Chancengleichheit (Chancengleichheit der beteiligten Gruppen und gleichwertige Einflussmöglichkeiten werden angestrebt. Alle Zielgruppen werden in ausgewogener Weise angesprochen.)³². Barrierefreie Kommunikation wird angestrebt.

Folgende Maßnahmen sind vorgesehen:

- Einzelgespräche, in welchen man zielgruppenspezifisch auf die Bedürfnisse des Gesprächspartners, der Gesprächspartnerin eingeht
- Erstellung einer Homepage mit allen wesentlichen Informationen zur LES, zu Projekten, zu den Auswahlkriterien von Projekten etc. sowie auch den zielgruppenspezifischen Beteiligungsmöglichkeiten im Rahmen der LES Lipizzanerheimat
- Medienkooperationen mit regionalen Zeitungen bzw. Medien
- Berichterstattungen in reg. Zeitungen durch Pressekonferenzen, Presseausendungen etc.
- Sensibilisierungsmaßnahmen über das Regionalfernsehen und über regionales Radio – Information und Sensibilisierung für die in der LES enthaltenen Aktionsfelder, Beteiligungsmöglichkeiten für alle Bevölkerungsgruppierungen
- Sensibilisierungsmaßnahmen über eine eigene Zeitung, die 1 x jährlich über aktuelle Projektentwicklungen, Beteiligungsmöglichkeiten und auch Projektfortschritte berichtet
- Workshops in Kooperation mit NGO, Interessensvertretungen und anderen regionalen und überregionalen Projektpartnern, um für bestimmte Themen zu sensibilisieren
- Kooperationen mit den Gemeinden, damit diese in ihren Gemeindezeitungen und auf ihren Homepages auch Sensibilisierungsmaßnahmen der LAG Lipizzanerheimat zu unterstützen
- Organisation und Durchführung von Seminaren zur Sensibilisierung für bestimmte Themen der LES
- Infokampagnen über einen längeren Zeitraum
- Herausgabe von Folder und Informationsbroschüren
- Exkursionen zu Best-Practice Projekten, die zur Sensibilisierung für Entwicklungsnotwendigkeiten beitragen
- Umsetzung von eigenen Projekten zur Sensibilisierung für bestimmte Themen (z.B. Notwendigkeit des lebenslangen Lernens, Chancen der Ausbildung von Mädchen in technischen Berufen); Begleitung und Unterstützung von Schulprojekten
- Teilnahme an Messen, Ausstellungen

In der gesamten Laufzeit von Leader sind 140.000 Euro für Sensibilisierungsmaßnahmen budgetiert. In der Startphase der kommenden Periode sind mehr Mittel für Sensibilisierungsmaßnahmen vorgesehen, als gegen Ende der Programmlaufzeit.

7.5 Herkunft der Budgets für LAG eigene Projekte

Für die Umsetzung von Projekten, die unter der Trägerschaft der LAG laufen, werden die Eigenmittel über die Gemeinden und den regionalen Projektfonds aufgebracht.

³² Vgl. Standards der Öffentlichkeitsbeteiligung (2008; vom Ministerrat beschlossen am 2. Juli 2008)

8 Erarbeitungsprozess der Entwicklungsstrategie

Die Entwicklungsstrategie Lipizzanerheimat wurde in enger und laufender Abstimmung mit der Erstellung des Regionalen Entwicklungsleitbildes für den Steirischen Zentralraum erarbeitet. Die Erarbeitung der Entwicklungsstrategie wurde von der **ÖAR Regionalberatung GmbH (Hermann Gigler und Michael Fischer) begleitet**. Wesentliche Aufgabenbereiche waren die Prozessbegleitung sowie Planung und Durchführung der Beteiligungsveranstaltungen (Round Tables, Workshops, Abstimmungstreffen). Unter breiter Einbindung der Region wurde die Entwicklungsstrategie mit Beteiligung folgender Personengruppen im Rahmen von einer Auftaktveranstaltung, 2 Workshop Runden und mehreren Sitzungen mit regionalen EntscheidungsträgerInnen, sowie im Rahmen vieler Einzelgesprächen mit Männern und Frauen aus den unterschiedlichen Bereichen (Jugendorganisationen, Frauenorganisationen, Behinderteneinrichtungen, Natur- und Klimaschutzeinrichtungen) erarbeitet und dann vom Leader Management gemeinsam mit der externen Projektbegleitung ÖAR Regionalberatung in der LES zusammengefasst.

Prozessdauer und Beteiligung unterrepräsentierter Personengruppen:

Der gesamte Erarbeitungsprozess erstreckte sich über einen Zeitraum von mehr als einem Jahr. (August 2013 bis Oktober 2014). Auch die Ergebnisse der im Vorfeld erarbeiteten Frauenstrategie 2020, sowie die Befragung Jugendlicher durch die Kernraumallianz sind bei der Strategieerstellung berücksichtigt worden.

Beteiligte AkteurInnen beim Strategiefindungsprozess der LES Lipizzanerheimat

Im Rahmen des Strategiefindungsprozesses wurden alle wesentlichen PartnerInnen, potenzielle ProjektträgerInnen, Entwicklungs- und Unterstützungsorganisationen und Interessenten der Region zur Mitarbeit eingeladen: z.B. Gemeinden Lipizzanerheimat, Vorstand Lipizzanerheimat, Wirtschaftskammer, Arbeiterkammer, Landwirtschaftskammer, ÖGB, VertreterInnen von Leitbetrieben der Region, Wirtschaftsoffensive, Bezirkshauptmann, Regionalvorstand und Regionalversammlung Steirischer Zentralraum, Ausbildungsverbund Metall (Verein bestehend aus den Leitbetrieben der Region, die gemeinsam Maßnahmen zur Qualifizierung Jugendlicher setzen), Verein akzente (Förderung der Gleichstellung von Frauen in der Region), Flower Power (Projekträger zur Förderung von Menschen im Behindertum, im speziellen Jugendliche), Steirische Milchstraße (Verein aus gewerblichen und bäuerlichen Produzenten im Bereich Milch & Käse), Energiecenter Lipizzanerheimat (Organisation zur Förderung von Maßnahmen, die dem Klimaschutz dienen), Energieforum Lipizzanerheimat (Verein zur Förderung der Energieeffizienz im Sinne des Klima- u. Umweltschutzes), Bäuerinnenorganisation, Gemeinnützige Beschäftigungsgesellschaft BEST (NGO zur Förderung der Reintegration von älteren Männern und Frauen in den Arbeitsmarkt), EU-Regionalbüro Voitsberg, Regionalentwicklungsverein Voitsberg, Citymanagement Köflach und Citymanagement Voitsberg, Steirische Rucksackdörfer, ARGE Naturerlebnisland Lipizzanerheimat (Verein zur Förderung von Maßnahmen zum Erhalt einer intakten Umwelt - Bewusstseinsbildung für Mädchen und Burschen zum Erhalt einer intakten Umwelt), Tourismusverband Lipizzanerheimat, Regionale Produkte Lipizzanerheimat, EU-Leitungsgremium, Bildungseinrichtungen, sowie interessierte Einzelpersonen.

Im Gesamtprozess wurden folgende Veranstaltungen/Beteiligungsmöglichkeiten geboten:

Kick off Veranstaltung

Die Auftaktveranstaltung zur LES 2014 bis 2020 fand im Oktober 2013 gemeinsam mit der Auftaktveranstaltung „Entwicklungsleitbild Steirischer Zentralraum“ statt. Wesentliches Ziel der Veranstaltung war der operative Start der Erarbeitung der Entwicklungsstrategie, sowie die Information über den Prozess und die Beteiligungsmöglichkeiten. An die 100 Personen aus den unterschiedlichsten Bereichen (Gemeinden, Institutionen, Unternehmer, NGOs, Abgeordnete, Projektträger etc.) wurden im Rahmen dieser Auftaktveranstaltung über die Vorbereitungen für die LES 2014 bis 2020 informiert, der geplante Erarbeitungsprozess wurde vorgestellt und es erging ein allgemeiner Aufruf zur breiten Beteiligung am Strategiefindungsprozess für die Leader 2014 bis 2020. Die Anwesenden erhielten Projektblätter, wo sie ihre Projektideen und auch die Ansprechpartner einbringen konnten. Die genannten Personen wurden in weiterer Folge auch zu den Folgeveranstaltungen, sowie auch zu Einzelgesprächen eingeladen, um

ihre Projektideen zu konkretisieren, damit diese in die LES integriert werden konnten. In besonderer Weise wurde zur Mitwirkung von Frauen und das Einbringen von (Projekt)Vorschlägen für benachteiligte Menschen aufgerufen.

Prozesserklärung und Beteiligungsmöglichkeiten schriftlich an alle Gemeinden

Darüber hinaus erhielten auch alle Gemeinden umfangreiche Informationen zum geplanten Strategieentwicklungsprozess der LES 2014 bis 2020 und den Beteiligungsmöglichkeiten, bzw. wurden sie aufgefordert diese Informationen auch innerhalb ihrer Gemeinden weiter zu verbreiten und Projektideen für die LES 2014 bis 2020 einzubringen. Informationen über den Leader-Strategiefindungsprozess wurden auch auf der Homepage der LAG Lipizzanerheimat und des EU-Regionalbüros Voitsberg veröffentlicht.

Schwerpunkte und Zielsetzung des Prozessdesigns

Kick-off Veranstaltung:

Auftaktveranstaltung für Leader- und Leitbildprozess. Information über Beteiligungsmöglichkeiten, Einladung zur Mitarbeit an Strategieentwicklung und Einbringen von Projektideen. Auftakt des Beteiligungsprozesses. TeilnehmerInnen lt. beiliegender TeilnehmerInnenliste.

Round Tables:

Nach der Auftaktveranstaltung wurde mit 3 Round Tables (jeweils halbtags) gestartet, deren Ergebnisse in die zweite und dritte Workshop Runde zur Erstellung der LES eingeflossen sind. Die TeilnehmerInnen konnten ihre Standpunkte, Strategieschwerpunkte und Projektvorschläge einbringen. 3 Veranstaltungen, TeilnehmerInnen lt. beiliegender TeilnehmerInnenliste.

Themenschwerpunkte der Round-Tables:

- **Lebensqualität (Tourismus, Naherholung, Gesundheit und Kultur)**
- **Standortentwicklung (Arbeitsmarkt, Beschäftigung, Wirtschaft, F & E)**
- **Mobilität & Umwelt**

1. Workshop Runde:

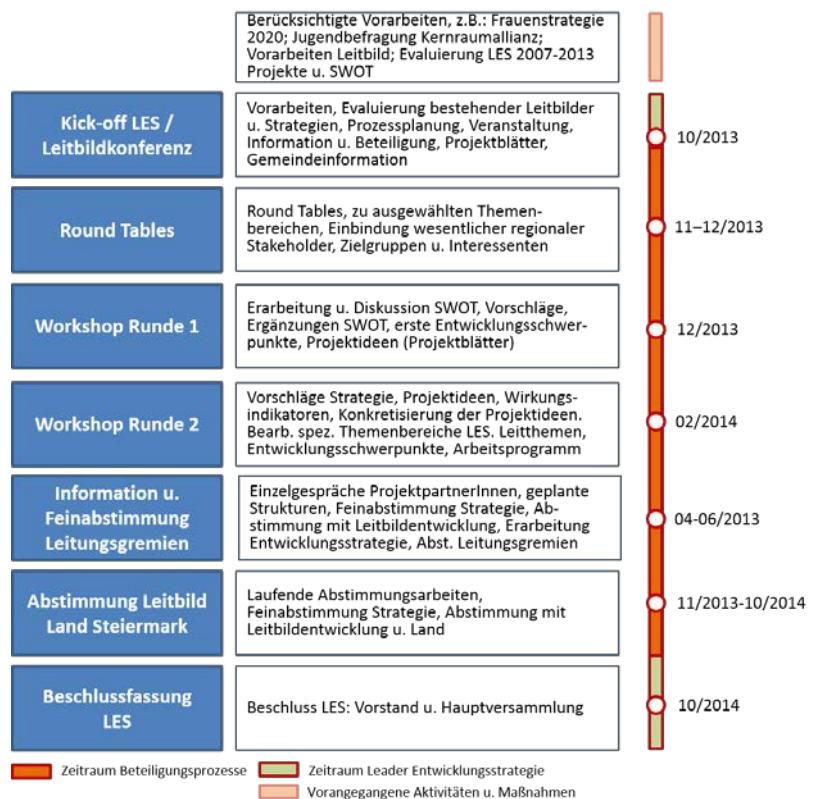
Die Ergebnisse der Round Tables sind in die vertiefenden Workshops zur Erstellung der LES eingeflossen, Im Rahmen der 1. Workshop Runde wurden die Ergebnisse Leader 2007-2013 diskutiert und reflektiert, sowie die SWOT erstellt. Darüber hinaus erfolgten die Strategieentwicklung in den einzelnen Themenbereichen, sowie eine erste Diskussion von Projektideen, die teilweise auch aus den Round Tables entstanden sind. TeilnehmerInnen lt. beiliegender TeilnehmerInnenliste.

2. Workshop Runde:

Die 2. Workshop Runde stand im Zeichen der Weiterentwicklung der Strategie, der Definition der Wirkungsindikatoren, sowie der Konkretisierung der Projektideen und der notwendigen Budgetmittel. TeilnehmerInnen lt. beiliegender TeilnehmerInnenliste.

Begleitende Aktivitäten und Maßnahmen

Begleitend dazu fanden laufend Abstimmungs- und Informationsrunden mit der Leader Steuerungsgruppe, mit dem EU-Leitungsgremium, mit der Bürgermeisterkonferenz, mit dem Regionalvorstand Steirischer Zentralraum und mit dem Regionalmanagement Graz & Graz-Umgebung zur Abstimmung mit



dem Regionsleitbild statt, sowie zahlreiche Einzelgespräche mit den betroffenen Gemeinden, mit NGOs und mit potentiellen Leader-Projektträgern.

Beschlussfassung Leader Vorstand und Leader Jahreshauptversammlung

Im Oktober 2014 wurde die LES nach Abstimmung mit dem Land finalisiert und im Vorstand der LAG Lipizzanerheimat sowie in der Jahreshauptversammlung beschlossen.

Der Zeitrahmen für den Bottom-up Prozess (Beteiligungsformate, Einzelgespräche, Projektinformationen und Projektideen startete im Oktober 2013 und lief bis Ende September 2014, die restliche Zeit wurde für die schriftliche Verfassung der LES und den finalen Abstimmungsarbeiten verwendet.

Ablauf der Erarbeitung der Entwicklungsstrategie

| | | |
|------------|---|---------------------|
| 08/09 2013 | Prozessdesign u. Prozessplanung LES, Evaluierung Leader 2007-2013 | |
| 23.10.2013 | Auftaktveranstaltung „Entwicklungsleitbild Steirischer Zentralraum mit integrierten Leader-Entwicklungsstrategien“ | Söding |
| 25.11.2013 | Round Table Lebensqualität (Tourismus, Naherholung, Gesundheit, Kultur) | Graz |
| 27.11.2013 | Round Table Standortentwicklung (Arbeitsmarkt & Beschäftigung, Wirtschaft, F&E) | Stallhofen |
| 04.12.2013 | 1. Workshop Leader Entwicklungsstrategie 2014+ | Voitsberg |
| 05.12.2013 | Round Table Mobilität, Umwelt | Feldkirchen |
| 06.02.2014 | 2. Workshop Leader Entwicklungsstrategie 2014+ | St. Johann-Köppling |
| 04.04.2014 | Sitzung EU-Leitungsgremium, Vorstellung und Diskussion der Leader-Entwicklungsstrategie 2014 + | Voitsberg |
| 22.04.2014 | Bürgermeisterkonferenz, Vorstellung und Beschlussfassung Leader-Entwicklungsstrategie 2014 + | Voitsberg |
| 30.04.2014 | Vorstandssitzung LAG Lipizzanerheimat, Diskussion und Weiterentwicklung Rohentwurf Leader-Entwicklungsstrategie 2014 + | Voitsberg |
| 26.06.2014 | Sitzung des Regionalvorstandes Steirischer Zentralraum – Beschlussfassung der LES Lipizzanerheimat im Rahmen der Leitbildentwicklung | Graz |
| 10.10.2014 | Sitzung EU-Leitungsgremium, Absegnung der Struktur für die Einreichung LES 2014+ | Voitsberg |
| 23.10.2014 | Beschlussfassung LES – Vorstandssitzung und Jahreshauptversammlung der LAG Lipizzanerheimat | Voitsberg |

Die Erarbeitung der Leader Entwicklungsstrategie für den Steirischen Zentralraum erfolgte in enger und laufender Abstimmung mit der Entwicklung des Leitbildes für den Steirischen Zentralraum. Dazu hat es nachfolgende Abstimmungstermine gegeben:

- 6. November 2013, Regionalmanagement (RM) Graz & GU
- 18. Dezember 2013, RM Graz & GU
- 06. Februar 2014, RM Graz & GU
- 10. März 2014, RM Graz & GU
- 07. Mai 2014, RM Graz & GU
- 11. September 2014, RM Graz & GU
- 13. Oktober 2014, RM Graz & GU

9 Beilagen

| Bez. | Anhang | Überarbeitet u. neu beigelegt |
|-----------------|--|----------------------------------|
| Anhang A | ▪ Wirkungsmatrix | X |
| Anhang B | ▪ Gesellschaftsvertrag WOF ▪ Handlungsvollmacht gemäß § 54 HGB | |
| Anhang C | ▪ Geschäftsordnung Steuerungsgruppe im Rahmen der WOF GmbH | X |
| Anhang D | ▪ Liste der Mitglieder der Steuerungsgruppe der LAG Lipizzanerheimat | |
| Anhang E | ▪ Gesamtfinanzplan LAG 2015-2023 | X |
| Anhang F | ▪ Gemeinderatsbeschlüsse | |
| Anhang G | ▪ Einladungen und Teilnehmerlisten Workshops und Arbeitssitzungen – Breite Einbindung der Region zur Erarbeitung der LES Lipizzanerheimat | |
| Anhang H | ▪ Liste mit den Projektideen zur Umsetzung der LES | |
| Anhang I | ▪ Checkliste für potenzielle Projektträger | X |
| Anhang J | ▪ Änderungsprotokoll LES Überarbeitung | X |
| Anhang K | ▪ Protokoll Sitzung Steuerungsgruppe LAG Lipizzanerheimat 9.4.2015 Beschlussfassung der Nachreichungen zur LES | X |
| Anhang L | ▪ Zusammenfassender Überblick Aktionsfelder LES Lipizzanerheimat | X |

Gesamtfinanzplan Periode 2015 bis 2023

Bezeichnung der LAG:

LAG Lipizza nerheimat

| Positionen | Kosten | öffentliche Mittel LEADER-Programm | Eigenmittel LAG | Eigenmittel Projektträger | davon Gemeindemittel |
|---------------------------------------|---------------------|---------------------------------------|-------------------|------------------------------|-------------------------|
| LAG Management inkl. Sensibilisierung | 914.285,00 | 640.000,00 | 274.285,00 | | 274.285,00 |
| davon Sensibilisierung | 30.000,00 | | | | |
| Umsetzung der Strategie | 2.407.000,00 | 1.600.000,00 | 185.000,00 | 622.000,00 | 250.000,00 |
| Aktionsfeld 1 | 923.000,00 | 600.000,00 | | | |
| Aktionsfeld 2 | 770.000,00 | 500.000,00 | | | |
| Aktionsfeld 3 | 714.000,00 | 500.000,00 | | | |
| nationale Kooperationen | 250.000,00 | 200.000,00 | | 50.000,00 | |
| Kleinprojekte | 151.250,00 | 121.000,00 | | 30.250,00 | |
| transnationale Kooperationen | 400.000,00 | | | 80.000,00 | |
| Summe | 4.122.535,00 | 2.561.000,00 | 459.285,00 | 782.250,00 | 524.285,00 |
| Anteil LAG Management an der LES | | 24,99% | | | |