

Dezember 2008
zugestellt durch Post.at

Regionextst
kopfstark. steiermark

Ergebnisübersicht Bestandserhebung

Vulkanland ist Kulinarik, ist Handwerk, ist Lebenskraft



in der
Kleinregion

Feldbach

Mitgliedsgemeinden der Kleinregion:

Gniebing-Weißbach | Feldbach

Raabau | Leitersdorf im Raabtal

Mühldorf | Paldau



www.vulkanland.at



Inhalt

1 Allgemeines / Einleitung.....	2
2 Gesellschaft und Lebenskultur.....	3
2.1 Öffentliche Einrichtungen	3
2.2 Gesellschaftlicher Zusammenhalt	4
2.3 Zukunft	7
3 Bildung und Beruf.....	8
3.1 Ausbildung.....	8
3.2 Arbeits- und Ausbildungsplatz	9
3.3 Weiterbildung	10
3.4 Ferialjob, Praktikum.....	11
4 Regionale Positionierung.....	12
5 Regionalwirtschaft.....	14
5.1 Sicht der BürgerInnen	14
5.2 Sicht der UnternehmerInnen	14
5.3 Standort.....	16
6 Unternehmen.....	18
6.1 Unsere Betriebe	18
6.2 Themen und Perspektiven	19
7 Energie.....	21
7.1 Heizung	21
7.2 Fuhrpark.....	22
7.3 Landwirtschaft	23
8 Wie es weitergeht.....	24

1. Allgemeines / Einleitung

Zur **Kleinregion Feldbach** gehören die Gemeinden Feldbach (4.766 Einwohner), Gniebing-Weißbach (2.206 Einwohner), Leitersdorf (614 Einwohner), Mühldorf (2.987 Einwohner), Paldau (2.043 Einwohner) und Raabau (579 Einwohner). Im Sommer 2008 führten die Gemeinden der Kleinregion Feldbach eine Bestandserhebung durch. Dabei wurden insgesamt 18.664 Fragebögen ausgeteilt, von denen 3.427 von Ihnen ausgefüllt retourniert wurden. Das entspricht einer Rücklaufquote von 18% oder anders formuliert: Ein Fünftel der BürgerInnen und Betriebe gestaltet die Zukunft der Kleinregion auf diesem Weg aktiv mit! Herausragendes Detail: in der Land- und Forstwirtschaft betrug die Rücklaufquote 29%.

Erhebungsbögen	Haushalts- vorstand	Erwach- sene ab 19 Jahren	Senioren ab 70 Jahren	Jugendliche zwischen 12 und 18 J.	Unter- nehmen	Land- und Forst- wirtschaften	KLEINE Land- und Forstwirt- schaften
Summe ausgeteilt	5.501	9.352	1.682	1.001	696	104	328
Summe ausgefüllt	1.003	1.698	341	204	97	30	54
Rücklaufquote	18%	18%	20%	20%	14%	29%	16%

**Durch diese hohe Beteiligung haben Sie dieser Befragung ein hohes Gewicht verliehen und für die Gemeinde, die Kleinregion und das Vulkanland steht eine aussagekräftige Grundlage zur Gestaltung der Zukunft zur Verfügung.
Herzlichen Dank!**



In diesem Bericht wird eine Zusammenfassung der Ergebnisse wiedergegeben. Die **komplette Auswertung der Ergebnisse** steht unter www.vulkanland.at/kleinregionen zum Download zur Verfügung.

Um die Kernaussagen zu verdeutlichen, wurden, wenn nicht anders angegeben, die Antworten „weiß nicht/keine Angabe“ nicht berücksichtigt, die Prozentsätze beziehen sich dann jeweils auf alle, die auf diese Frage geantwortet haben.

2. Gesellschaft und Lebenskultur

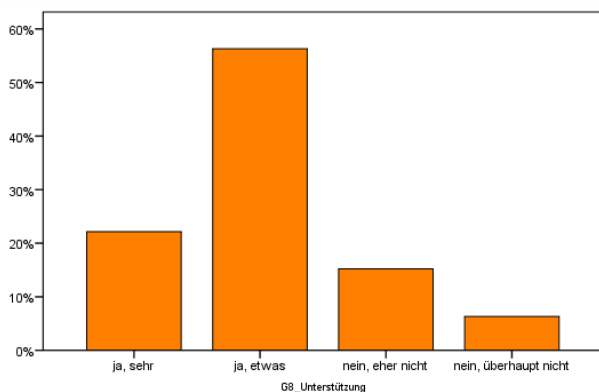
2.1 Öffentliche Einrichtungen

Aus Ihren Antworten gehen folgende Kernaussagen hervor:

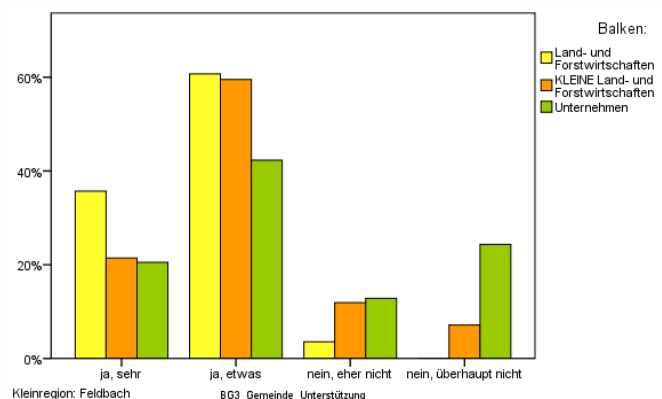
- ✓ die Gemeinden leisten sehr gute Arbeit und genießen hohes Vertrauen in der Bevölkerung
- ✓ die wichtigsten Geschäfte, Betriebe und Einrichtungen sind vorhanden
- ✓ das Kulturangebot ist für 91% befriedigend bis sehr gut; die Kleinregion hat eine rege Veranstaltungskultur
- ✓ die Kinderbetreuung am Vormittag ist geregelt. Ausbaubedarf gibt es bei der Nachmittagsbetreuung

Wie überall könnte man noch das eine oder andere das Angebot ergänzen, im Großen und Ganzen ist in der Region aber **alles vorhanden**. Am ehesten könnte bei Spezialangeboten nachgebessert werden. Bäckerei, bäuerliche und Bio-Produkte, Kinderfachgeschäft oder regionale Energie werden von den Bürgern genannt. Aber auch Alternativmediziner und Massage/Gesundheit wurden namhaft gemacht.

Eindeutiger wird das Ergebnis, wenn wir uns den Bereich der **Kinderbetreuung** ansehen: Während in den meisten Bereichen – wie etwa Gemeindekindergarten, Kinderkrippe, Hort oder Tagesmutter – das Angebot ausreicht oder kaum ein weiterer Bedarf besteht, wünscht sich die Hälfte der betroffenen Menschen eine Nachmittagsbetreuung für ihre Kinder.



G.8. (Erwachsene) Fühlen Sie sich von Ihrer Gemeinde unterstützt?



BG.3. Fühlen Sie sich von Ihrer Gemeinde unterstützt?



Ein großes Lob der Befragten geht an die **Gemeinden**: rund 75 bis 80% der Landwirte und Privatpersonen fühlen sich von ihrer Gemeinde unterstützt! Der oder die BürgermeisterIn ist sowohl für Privatpersonen als auch für Betriebe die erste Ansprechstelle. Bei den Unternehmern besteht allerdings Handlungsbedarf. 36 Prozent fühlen sich eher nicht oder überhaupt nicht unterstützt. Sie empfinden ihre Gemeinde nicht wirklich betriebs- und wirtschaftsfreundlich.

Das **kulturelle Angebot** wird von der Hälfte der Bürger mit einer „Zwei“ nach dem Schulnotensystem als gut bezeichnet, über 90% halten das Angebot für sehr gut bis befriedigend. Verbesserungswürdig ist das Angebot bei Konzerten (Jazz- und Rock-Konzerte, Klassische Konzerte), Theater, Kino, Vorträgen oder Brauchtum.

2.2 Gesellschaftlicher Zusammenhalt

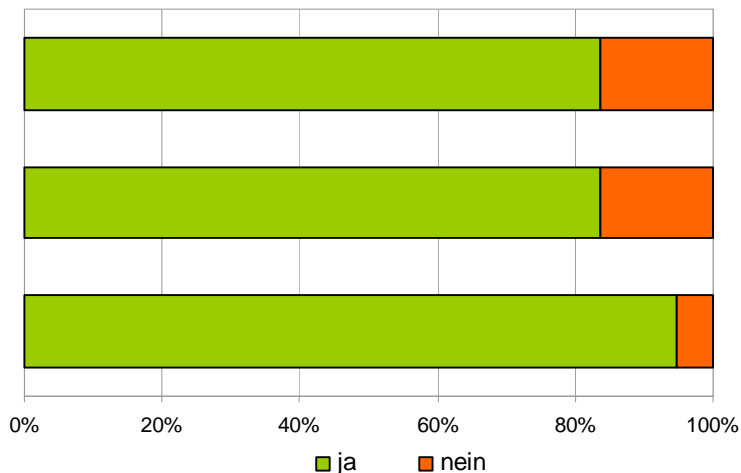
Aus Ihren Antworten gehen folgende Kernaussagen hervor:

- ✓ der Zusammenhalt in den Familien ist hoch, Kinder und Jugendliche sind gut und liebevoll eingebunden,
- ✓ viele engagieren sich in Vereinen; der ehrenamtliche Beitrag zur Gesellschaft wird zum Großteil anerkannt und gewürdigt,
- ✓ das Interesse an anderen Kulturen ist mäßig.

ST.4.1 Bringen Sie Ihren Kindern/Enkeln das **Kochen** bei?

ST.4.2 Lehren bzw. vermitteln Sie Ihren Kindern/Enkeln aktiv **Brauchtum und Traditionen**?

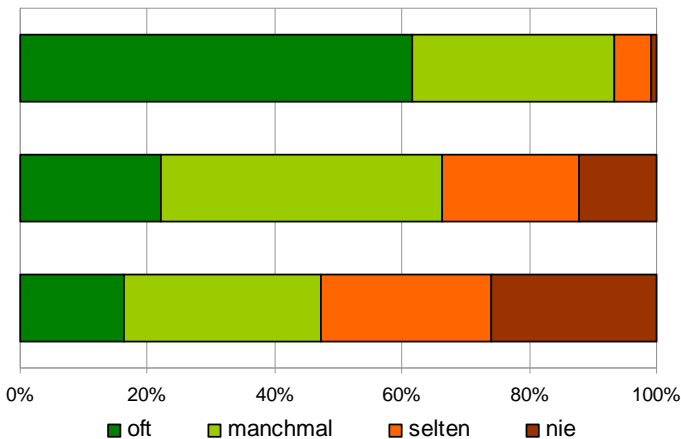
ST.4.3 Vermitteln Sie Ihren Kindern/Enkeln **handwerkliche Fertigkeiten**?



ST.4.4 Verbringen Sie mit Ihren Kindern/Enkeln die **Freizeit gemeinsam**?

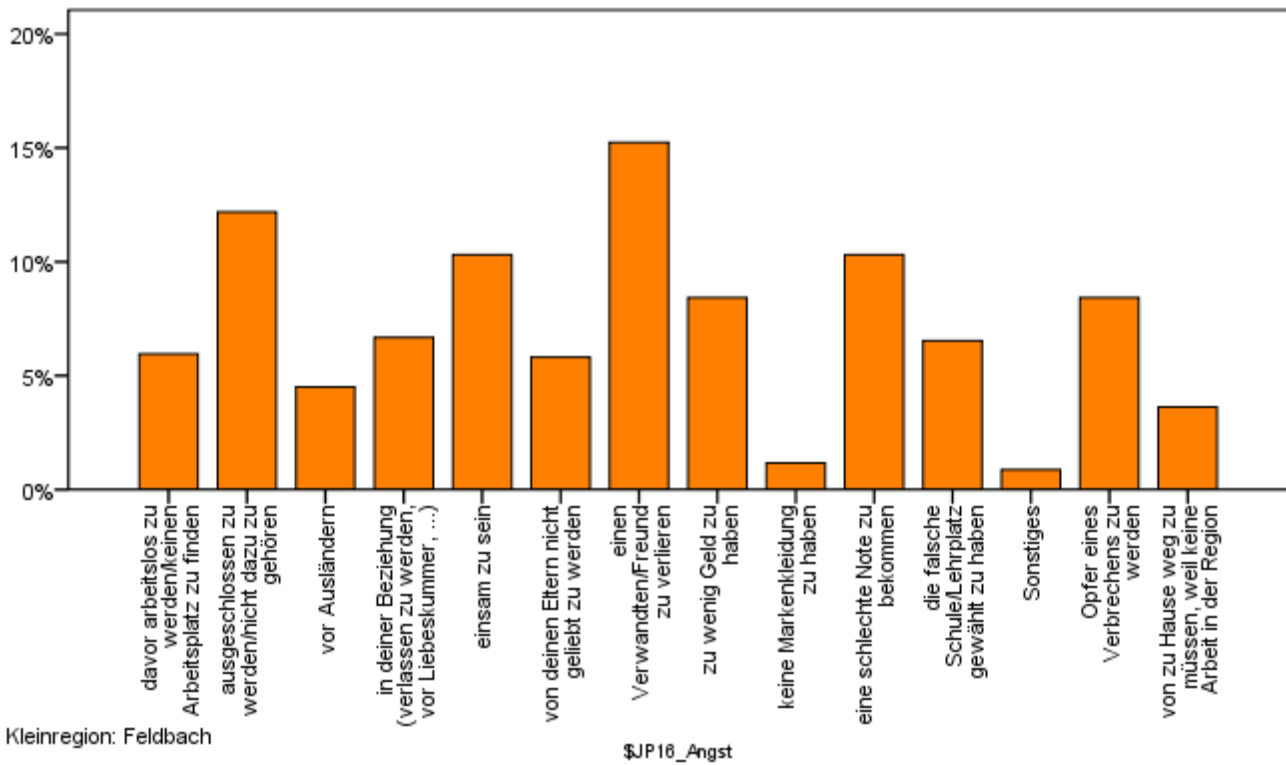
ST.4.5 Üben Sie mit Ihren Kindern/Enkeln gemeinsam **Sport** aus?

ST.4.6 **Singen/Musizieren** Sie gemeinsam mit Ihren Kindern/ Enkeln?



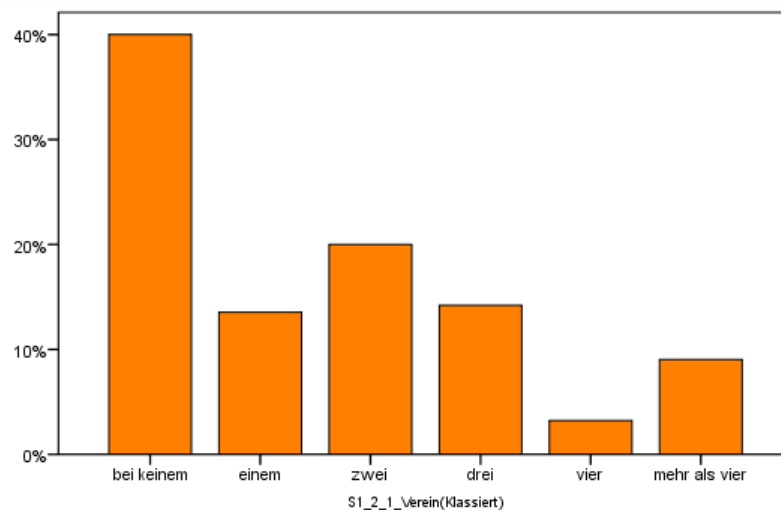


Die **Familie** trägt die Gesellschaft. Hier lernen Kinder und Jugendliche von ihren Eltern und Großeltern die „Dinge des Alltags“ und auch ein großer Teil der Freizeit wird in der Familie verbracht. Die Wirkung von gemeinsamem Singen und Musizieren auf den seelischen Zusammenhalt der Familie wird nur teilweise gewürdigt.



JP.16. Hattest du in deinem Leben schon manchmal Angst ...

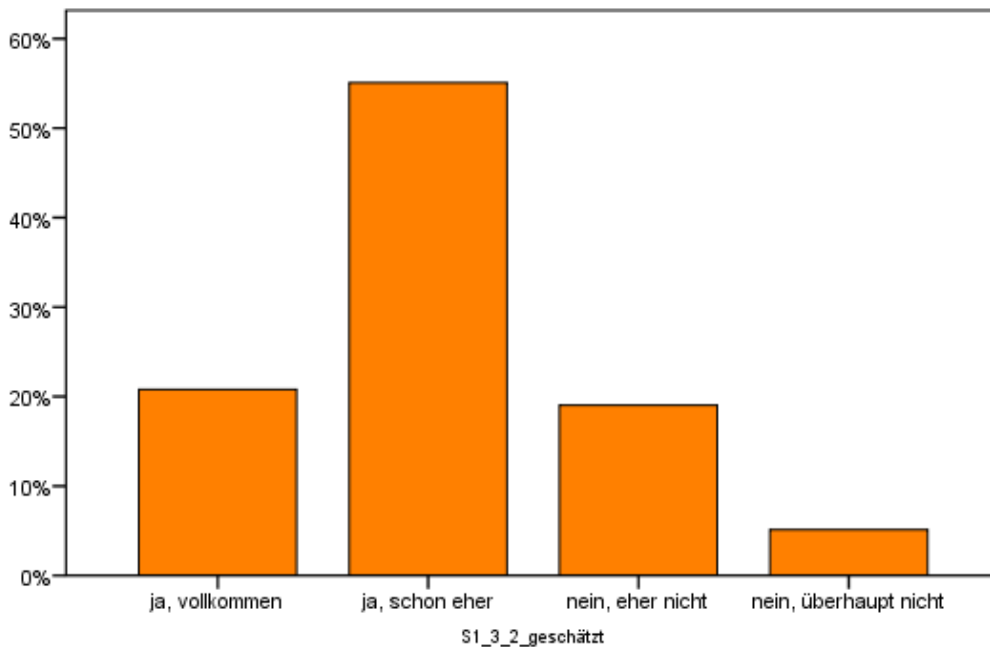
Den hohen Stellenwert von funktionierenden Beziehungen unterstreichen auch die Angaben von Jugendlichen, da sich ihre **Sorgen** neben den Schulnoten vor allem um den Verlust von Freunden oder Verwandten, ausgeschlossen zu werden oder nicht dazu zu gehoren und das Alleinsein drehen. Diese Sorgen müssen alle Teile der Gesellschaft ernst nehmen.



S.1.2.1 (Erwachsene) In wie vielen Vereinen/Verbänden sind Sie Mitglied?



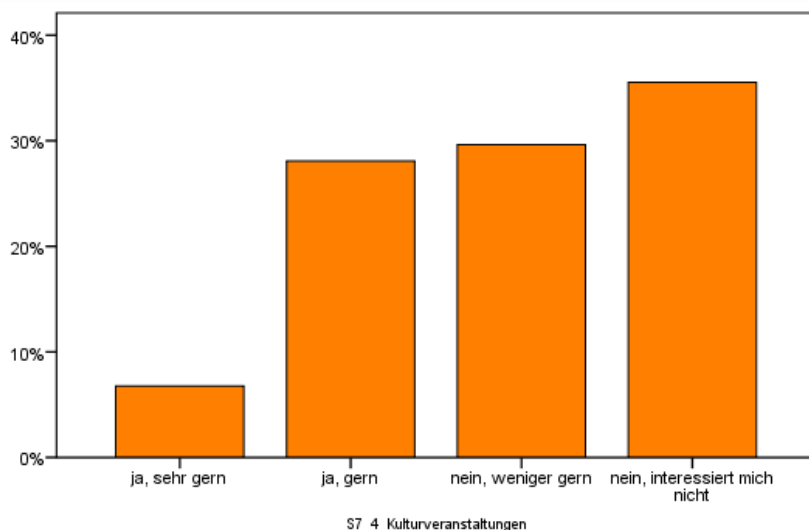
60% der Befragten engagieren sich in einem **Verein**, 45% von ihnen sogar in mehreren Vereinen. Ein beachtlich reges Vereinsleben. Unternehmen sind ähnlich aktiv in Vereinen vertreten (über 50% sind in Verbänden, Vereinen, Netzwerken) wie Privatpersonen und spielen außerdem eine wichtige Rolle als Sponsoren, die viele Aktivitäten finanziell erst ermöglichen. So fördern 30% bis 35% der Unternehmen die regionalen Vereine mit zumindest € 1.000.- bis € 6.000.- pro Jahr. Unterstützt wird dieses Engagement durch das Gefühl, dass die ehrenamtliche Arbeit von anderen Menschen auch dementsprechend gewürdigt wird, wobei aber die öffentliche Anerkennung dafür höher sein könnte. Unternehmer sehen ihren Beitrag zur Gesellschaft nur zu etwa 45% als zumindest „schon eher“ gewürdigt.



Kleinregion: Feldbach

S.1.3.2 Finden Sie, dass Ihre ehrenamtliche Arbeit gebührend geschätzt wird?

Obwohl die eigene Kultur und der gesellschaftliche Zusammenhalt eine wichtige Rolle spielen, scheint das Interesse oder die Offenheit für **andere Kulturen** nicht sehr ausgeprägt zu sein. Das Erlernen der Sprachen unserer Nachbarn halten rund 45% für wichtig bis sehr wichtig. Die Chancen einer grenz- und kulturüberschreitenden Gesellschaft werden vielfach nicht ergriffen.



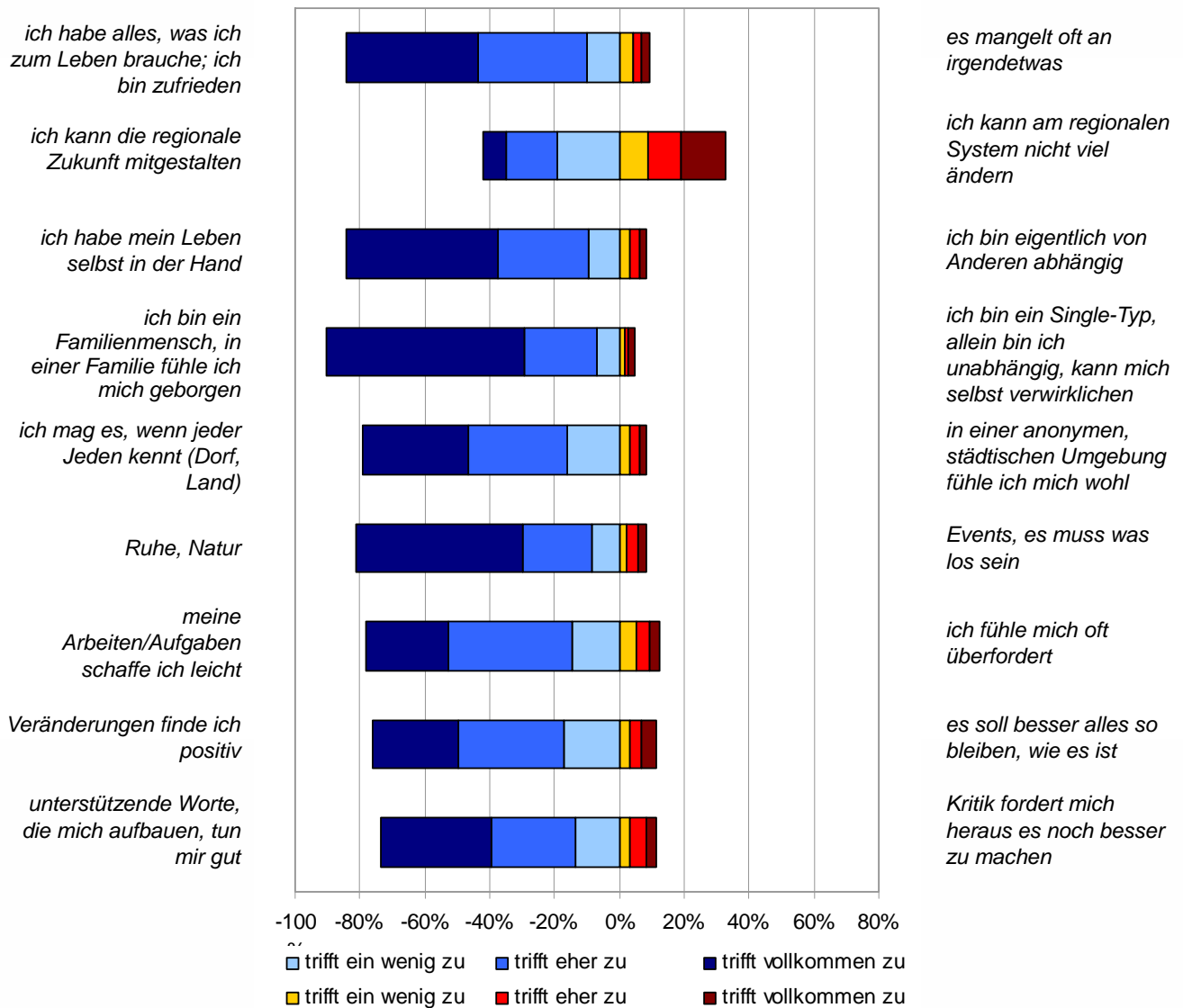
S.7.4 In unserer Region gibt es Menschen aus anderen Kulturen. Würden Sie eine Kulturveranstaltung von ihnen besuchen?



2.3 Zukunft

Aus Ihren Antworten gehen folgende Kernaussagen hervor:

- ✓ Familien und die Dorfgemeinschaft geben Rückhalt
- ✓ Positive, zuversichtliche Zukunftssicht
- ✓ Unternehmerischer Selbstgestaltungswille ist vorhanden
- ✓ Ausbildung und Förderung der Talente wesentlich
- ✓ Beständige und besonnene Weiterentwicklung
- ✓ Mäßiger gesellschaftlicher und regionaler Gestaltungswille und -glaube

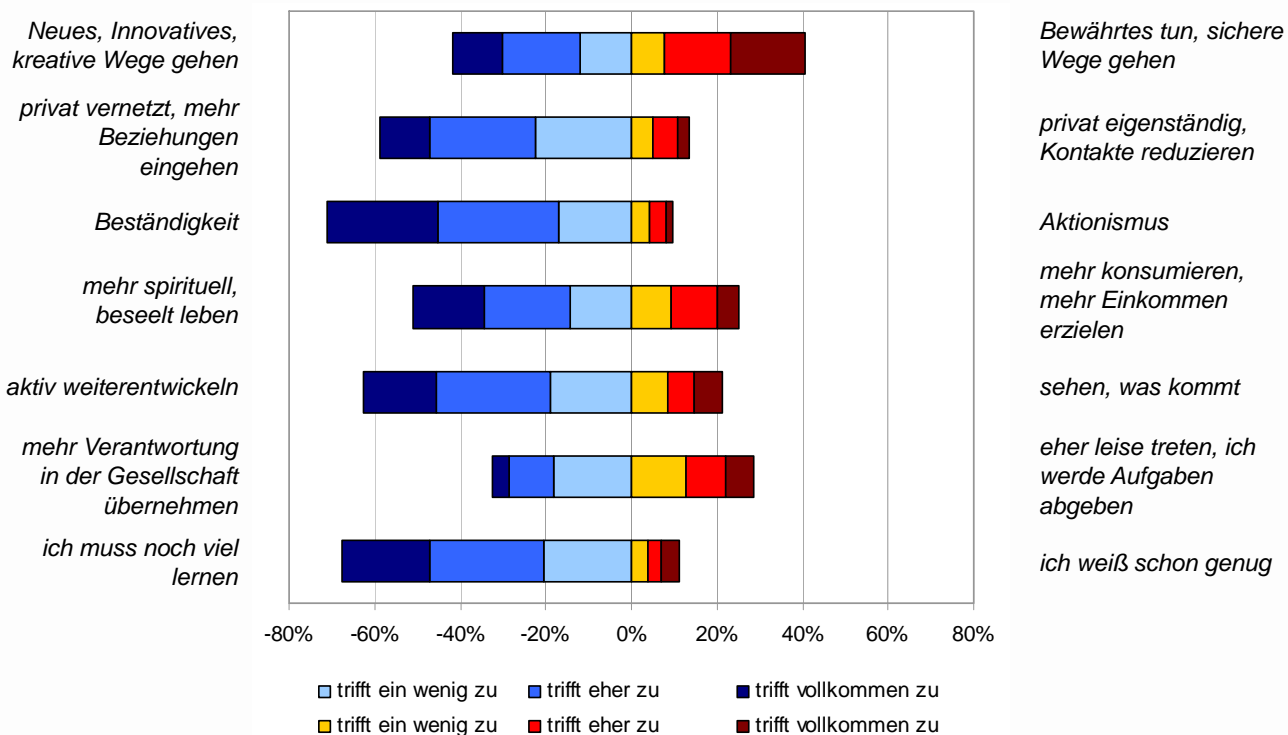


P.3.1 Was trifft auf Sie derzeit eher zu?

Die Befragten sind gesund, zufrieden und freuen sich am Leben, sie gehen optimistisch in die Zukunft! Mit starkem Rückhalt von der Familie und der Dorfgemeinschaft bestimmen und gestalten die meisten Menschen ihre eigene Zukunft aktiv selbst, die auf die Gesellschaft zukommenden Veränderungen werden als Herausforderungen gesehen. Die Menschen suchen ihr Glück immer mehr in seelischen Werten, das „immer größer“ und „immer mehr“ der reinen Konsumgesellschaft verliert seine Anziehungskraft.



Die eigenen Talente werden weiter geschult, um gemeinsam mit anderen respektvoll und besonnen das vorhandene materielle und kulturelle Erbe beständig weiterzuentwickeln. Lediglich der Glaube, durch das eigene Verhalten die regionale Zukunft mitgestalten zu können, fehlt vielen und daher ist der Wunsch, sich aktiv in die gesellschaftliche Entwicklung einzubringen mäßig. Viele Bürger befinden sich im Spannungsfeld zwischen Konsum, Rückzug, an Bewährtem festhalten und beharrlicher Eigen- & Gesellschaftsverantwortung.



P.3.2 In welche Richtung wollen Sie sich in Zukunft entwickeln?

3. Bildung und Beruf

3.1 Ausbildung

Insgesamt haben die meisten Menschen eine Lehrabschlussprüfung als **höchste abgeschlossene Ausbildung**. Rechnet man die Meister dazu, so sind es rund 40% der Befragten, die einen handwerklichen, praktischen Hintergrund haben. Auch die SchülerInnen möchten zu 25% einen Beruf aus den Bereichen Handwerk und Technik ergreifen.

Vielleicht für einige doch überraschend ist die Tatsache, dass 96% der **Schüler** glauben, dass sie in der Schule etwas Wichtiges für die Zukunft lernen. Die seit einigen Jahren in Diskussion stehende Variante die **Lehrausbildung** mit der **Matura** zu kombinieren halten über 85% der Erwachsenen für sinnvoll. Die direkt davon betroffenen Schülerinnen und Lehrlinge sind da zwar etwas skeptischer, ausreichendes Interesse für ein konkretes Angebot wäre mit 53% der SchülerInnen bzw. 57% der Lehrlinge aber auf jeden Fall vorhanden.



3.2 Arbeits- und Ausbildungsplatz

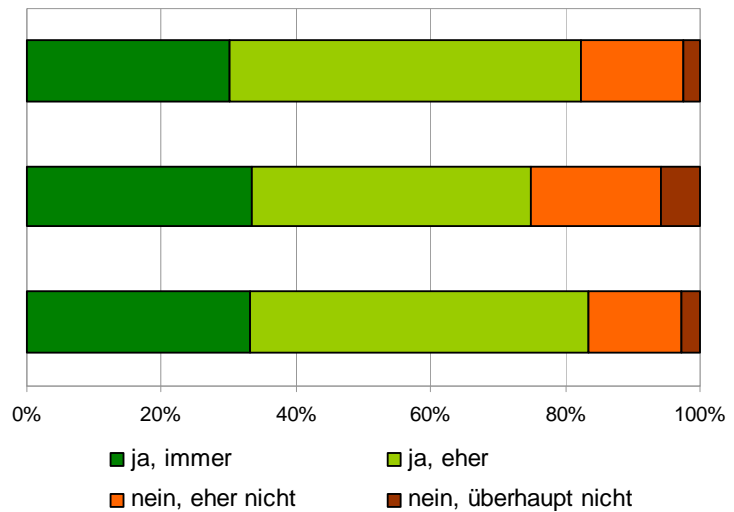
Aus Ihren Antworten gehen folgende Kernaussagen hervor:

- ✓ die Menschen arbeiten gerne; an einigen Arbeitsplätzen könnte das Klima aber verbessert werden,
- ✓ die Lehrlinge sind mit ihren Lehrstellen sehr zufrieden,
- ✓ die Mehrheit der SchülerInnen geht gerne zur Schule, trotz hohem Stress,
- ✓ die Selbstständigen arbeiten durchwegs zu viel.

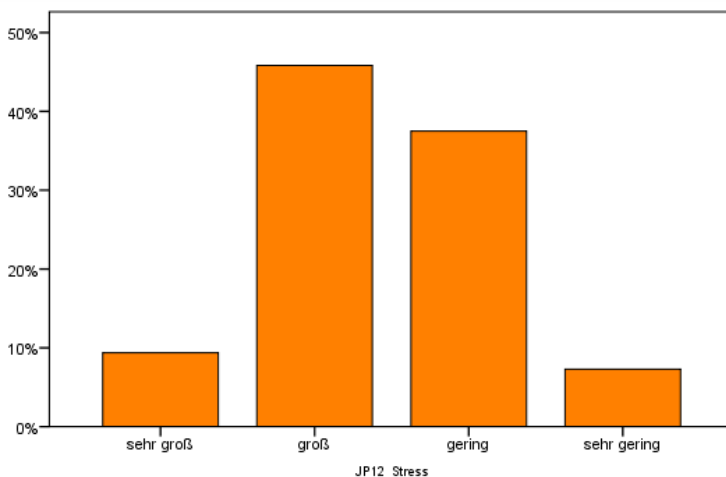
B.10.2 Werden Ihre Leistungen als MitarbeiterIn von Ihren/m Vorgesetzten/m anerkannt?

B.10.3 Wird Ihre spezifische Lebenssituation im Betriebsalltag berücksichtigt?

B.10.5 Herrscht an Ihrem Arbeitsplatz ein angenehmes Klima?



Die Menschen arbeiten gerne! Rund 90% können sich mit ihrer Arbeit identifizieren, über 50% sogar sehr. Außerdem fühlen sich 80% an ihrem **Arbeitsplatz** wohl und eben so viele erhalten auch Anerkennung für ihre Leistung. Dennoch hat knapp ein Viertel das Gefühl, dass auf ihre persönliche Lebenssituation im Betriebsalltag nur wenig bis gar nicht Rücksicht genommen wird. Rund 15% fühlen sich an ihrem Arbeitsplatz nicht wohl. An 25% der Arbeitsplätze kommt auch „Mobbing“, also das Schikaniaeren oder Heruntermachen durch Vorgesetzte oder Kollegen, vor.



Auch 95% der Lehrlinge haben eine **Lehrstelle** gefunden, die ihnen gefällt und immerhin rund 70% der SchülerInnen gehen gerne oder sehr gerne zur **Schule**, obwohl viele SchülerInnen und Lehrlinge den Druck am Ausbildungsplatz als groß bis sehr groß empfinden.

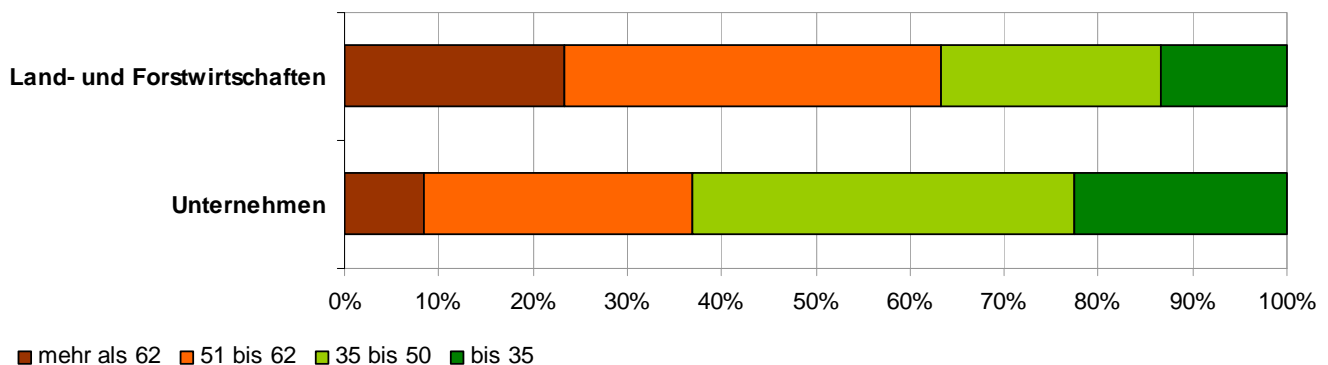
Kleinregion: Feldbach

JP.12. Wie groß ist der Stress/Druck, den dir die Schule/deine Ausbildung bzw. Lehre bereitet?



Ein großes Thema in der Kleinregion sind die **Berufspendler**, zu ihnen gehören 41% der Beschäftigten! Dabei würden 83% von ihnen gerne in der Region arbeiten. Das heißt, über 30% der unselbständig Beschäftigten arbeiten unfreiwillig außerhalb der Heimatregion und würden bei einem entsprechenden Arbeitsplatz ihre Arbeitskraft gerne der Heimat zur Verfügung stellen. Um wieder in der Region eine Beschäftigung anzunehmen, müsste der Arbeitsplatz für sie vor allem interessant und gut bezahlt sein, sowie ein gutes Betriebsklima herrschen.

Selbstständige können sich zwar weitgehend ihren Arbeitsplatz selbst aussuchen, arbeiten aber durchwegs zu viel, die Landwirte unter ihnen noch um einiges mehr. Das birgt einige gesundheitliche und soziale Gefahren, von **Überarbeitung** über Burnout bis zu Verlusten in der Beziehungs- und Lebenskultur. Die Überarbeitung ist bei UnternehmerInnen mit langfristigen, schriftlichen Zukunftsvorstellungen (Vision) geringer.



BP.8.2 Wie viel Arbeitsstunden arbeiten Sie in der Regel pro Woche im Betrieb?

3.3 Weiterbildung

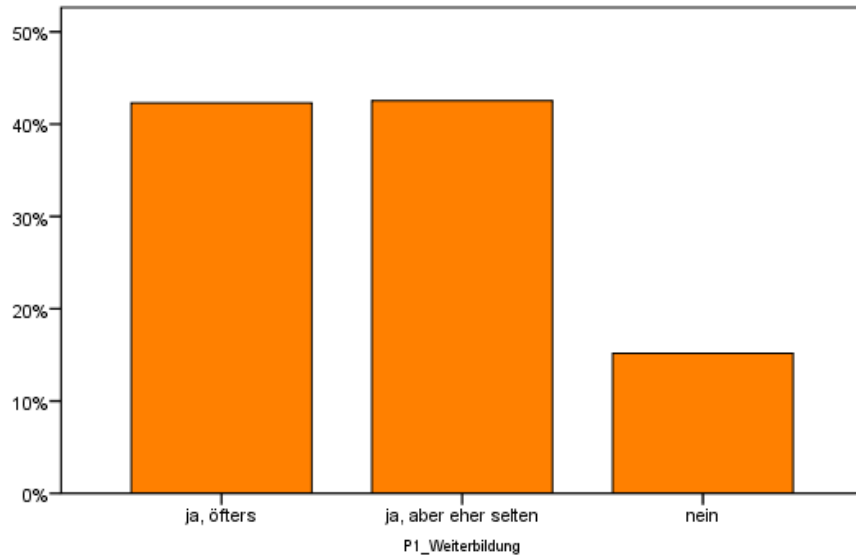
Aus Ihren Antworten gehen folgende Kernaussagen hervor:

- ✓ Weiterbildung ist für die meisten Menschen ein Thema,
- ✓ Bildungsmaßnahmen könnten teilweise noch regelmäßiger und konsequenter durchgeführt werden.

Lebenslanges Lernen setzt sich durch: **Jährliche Weiterbildung** der MitarbeiterInnen ist für 60% der Unternehmer wichtig. Unter den Landwirten, die nur zu 5% auf die Weiterbildung ihrer MitarbeiterInnen achten, hat sich diese Einstellung noch nicht so weit durchgesetzt. Dementsprechend unterstützen rund 40% der Unternehmer ihre Mitarbeiter immer in Form von Bildungsfreistellung, Ersatz von Kursgebühren oder ähnlichem und weitere 50% zumindest teilweise. Von den Mitarbeitern fühlt sich allerdings nur ein Drittel dauerhaft unterstützt, insgesamt 40% fühlen sich von ihrem Unternehmen bei der Weiterbildung zumindest eher unterstützt.



Wenn wir den privaten und den beruflichen Bereich gesamt betrachten, so ist für 85% der Menschen Weiterbildung ein Thema. Allerdings halten sich jene, die sich nur gelegentlich fortbilden, mit den sich öfters Fortbildenden die Waage. Von jenen, die sich nicht weiterbilden, geben mehr als 60% an, entweder keine Zeit zu haben oder gar zu alt zu sein.

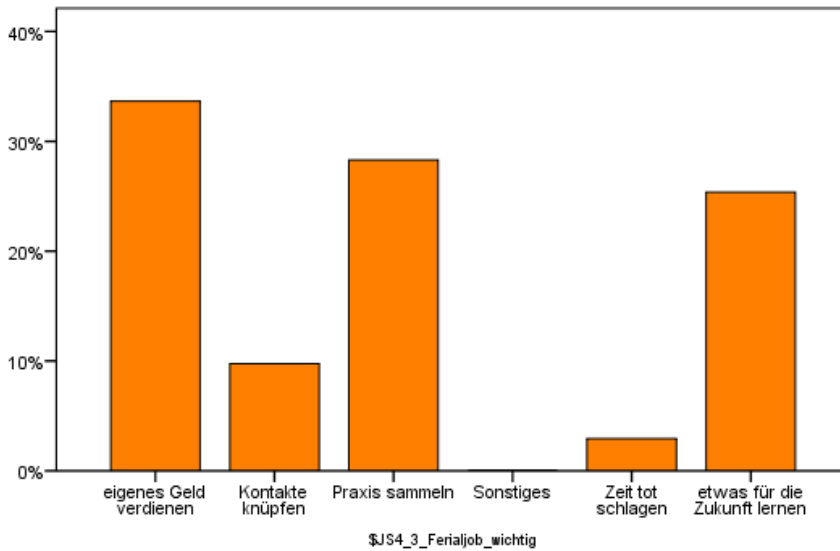


P.1. Bilden Sie sich weiter (sowohl privat als auch beruflich)?

3.4 Ferialjob, Praktikum

Aus Ihren Antworten gehen folgende Kernaussagen hervor:

- ✓ Wahl des Ferialjobs erfolgt vorwiegend zukunftsorientiert,
- ✓ nur wenige Unternehmen stellen Praktikanten ein.



JS.4.3 (Jugendliche) Was ist dir bei einem Ferialjob wichtig?

Bei der Wahl eines **Ferialjobs** spielen mit rund 60% überwiegend zukunfts- und karriereorientierte Argumente eine Rolle, nur für ein Drittel der Befragten steht das Geldverdienen im Vordergrund. Allerdings ist die Suche

nach einem Ferialjob nicht einfach, großteils müssen die Eltern behilflich sein. Schließlich vergeben nur 20% der Unternehmen jährlich Ferialjobs und weitere 25% unregelmäßig. Fast 60% der Betriebe geben dem Praxissammeln der Jugend leider keine Chance.



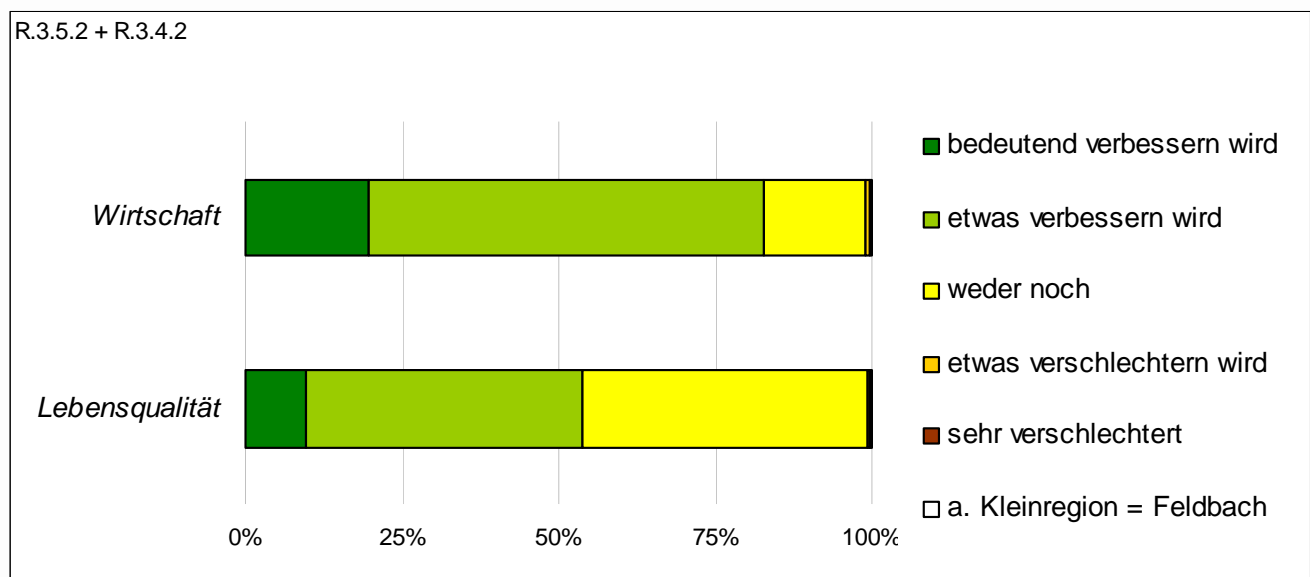
4. Regionale Positionierung

Aus Ihren Antworten gehen folgende Kernaussagen hervor:

- ✓ die Identität und Heimatverbundenheit ist stark, die Menschen fühlen sich vor Ort wohl,
- ✓ hohe Zustimmung zu den Wirtschaftsthemen Handwerk, Kulinarik, Lebenskraft, Energie, Nahversorgung,
- ✓ hohes Vertrauen in das Vulkanland, die wirtschaftliche Situation und die Lebensqualität vor Ort zu verbessern,
- ✓ hohe Zustimmung zur Zusammenarbeit der Gemeinden in der Kleinregion und mit dem Vulkanland.

Das Vulkanland ist eine lebenswerte Region! 100% der Erwachsenen und 98% der Jugendlichen leben gerne im Steirischen Vulkanland.

Zudem glauben rund 80% der Erwachsenen, dass sich ihre wirtschaftliche Situation durch das Vulkanland weiter verbessern wird. Auch rund 50% der Unternehmer und 75% der Landwirte sehen ihre Marktchancen durch das Vulkanland steigen. Und auch die Jugend glaubt an die Wirkung des Vulkanlands: 70% glauben, dass es Vulkanländer besser haben.



R.3.4.2 und R.3.5.2 Glauben Sie, dass sich Ihre Lebensqualität/die wirtschaftliche Situation (allgemein) in der Zukunft durch das Steirische Vulkanland ...

Eine Vision wächst mit den Menschen, die hinter ihr stehen. Die Zustimmung zu den regionalen Zielen und Themen ist groß, jeweils über 95% empfinden die Entwicklung zu einer innovativen, lebenswerten Region, zur Kulinarischen Region, zur Europäischen Handwerksregion, zur Region der Lebenskraft und zur Selbstversorgung mit 100% regionaler Energie als gut oder sehr gut.



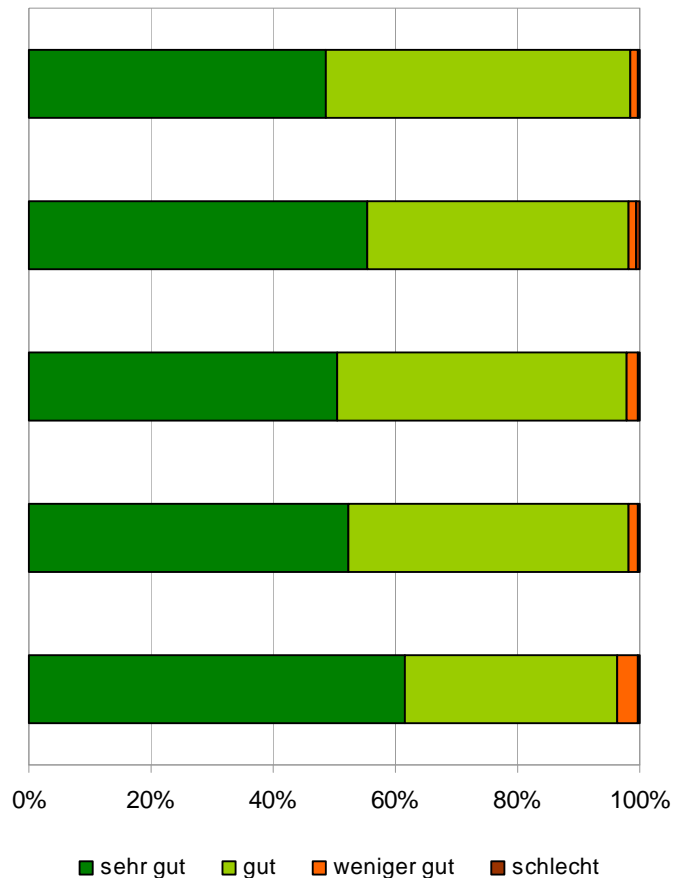
R.3.7.1 Das Steirische Vulkanland will eine „**innovative, lebenswerte Region**“ werden.
Empfinden Sie das als ...

R.3.7.2 Das Steirische Vulkanland ist unter dem Motto „Was hier wächst, hat Wert“ unterwegs zur „**Kulinarischen Region**“.
Empfinden Sie das als ...

R.3.7.3 Das Steirische Vulkanland ist unter dem Motto „Handwerker schaffen Lebensqualität“ auf dem Weg zur „**Europäischen Handwerksregion**“.
Empfinden Sie das als ...

R.3.7.4 Das Steirische Vulkanland ist unter dem Motto „Verschmelzung von Mensch und Landschaft“ auf dem Weg zur „**Region der Lebenskraft**“.
Empfinden Sie das als ...

R.3.7.5 Das Steirische Vulkanland ist mit der **Energievision** auf dem Weg zur 100 % Selbstversorgung mit erneuerbarer Energie aus der Region.
Empfinden Sie das als ...



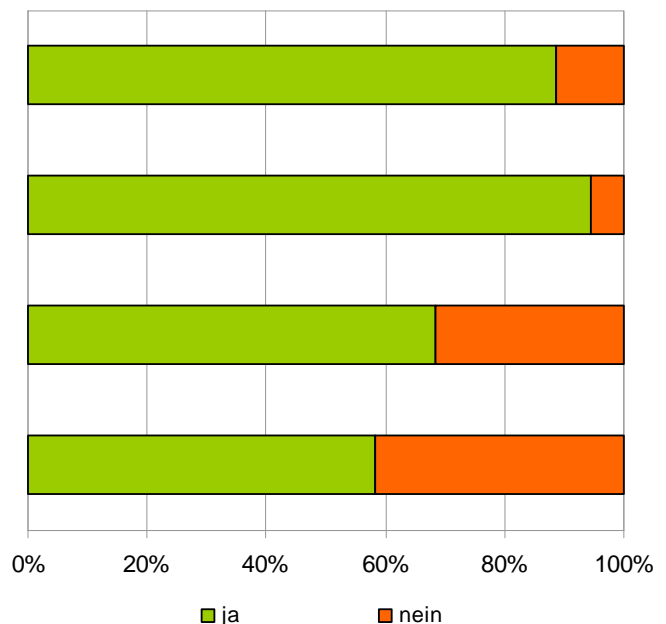
Dementsprechend hoch ist auch die Zustimmung zur **Zusammenarbeit** auf der Ebene der Kleinregion und des Vulkanlandes. Auch eine Zusammenarbeit mit anderen steirischen Regionen können sich viele gut vorstellen. Sobald es aber über die steirischen Grenzen hinausgeht, ins Südburgenland oder gar in die Nachbarstaaten, wird eine Zusammenarbeit wesentlich skeptischer betrachtet bzw. abgelehnt.

Z.3.1 Möchten Sie, dass sich Ihre Gemeinde an der Zusammenarbeit im Rahmen der **Kleinregion** beteiligt?

Z.3.2 Möchten sie, dass sich Ihre Gemeinde an der Zusammenarbeit im Rahmen der **Region „Steirisches Vulkanland“** beteiligt?

Z.3.4 Möchten Sie, dass das Steirische Vulkanland mit Regionen im **Südburgenland** zusammenarbeitet?

Z.3.5 Möchten Sie, dass das Steirische Vulkanland mit **slowenischen oder ungarischen Regionen** zusammenarbeitet?



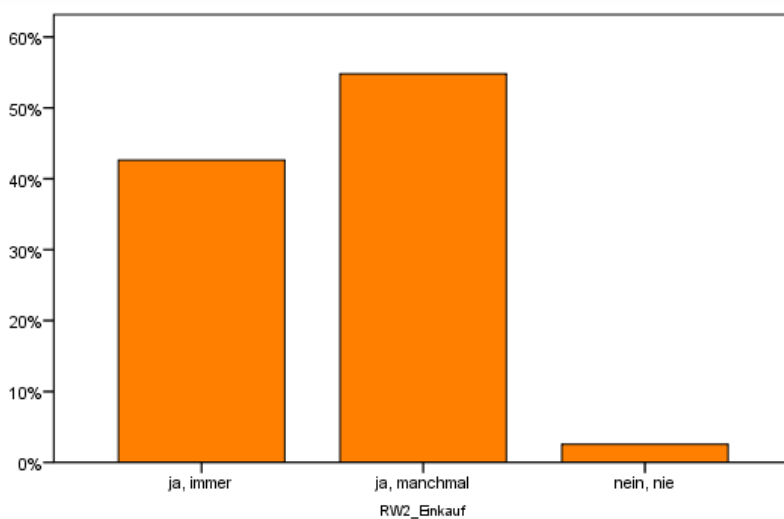


5. Regionalwirtschaft

5.1 Sicht der BürgerInnen

Aus Ihren Antworten gehen folgende Kernaussagen hervor:

- ✓ regionale Produkte sind im Trend,
- ✓ bestehende regionale Betriebe unterstützen statt Großbetriebe von außen ansiedeln – das erwarten sich 95% der Betriebe und 90% der BürgerInnen,
- ✓ eine neue qualitätsvolle Festkultur setzt sich durch.



77% der Befragten glauben, dass sie mit Ihren Konsumausgaben Arbeitsplätze schaffen, über 40% der Befragten bevorzugen bereits konsequent **regionale Produkte** beim Einkauf. Wenn nun auch die restlichen 60%, die an die Kraft ihrer Kaufentscheidung glauben, konsequent regionale Produkte bevorzugen, kann damit die Regionalwirtschaft enorm gestärkt werden! Die Aussage von fast 80%, dass sie in Zukunft mehr auf die regionale

RW.2. Bevorzugen Sie beim Einkauf regionale Produkte?

Herkunft der Produkte achten wollen, lässt diesbezüglich einiges an Wirtschaftsdynamik erwarten, die allen zu Gute kommt.

Auch die **Festkultur** ändert sich: Wer in Zukunft bei Veranstaltungen und Festen nicht auf regionale Produkte setzt, muss mit Einbußen rechnen, denn für 95% der Befragten gehören regionale Produkte unbedingt dazu! Auch ein familienfreundlicher, früherer Beginn und ein dementsprechend früheres Ende, zum Beispiel um 1 Uhr nachts, liegt den Menschen am Herzen: Rund 70% der Befragten sind für diese Variante.

5.2 Sicht der UnternehmerInnen

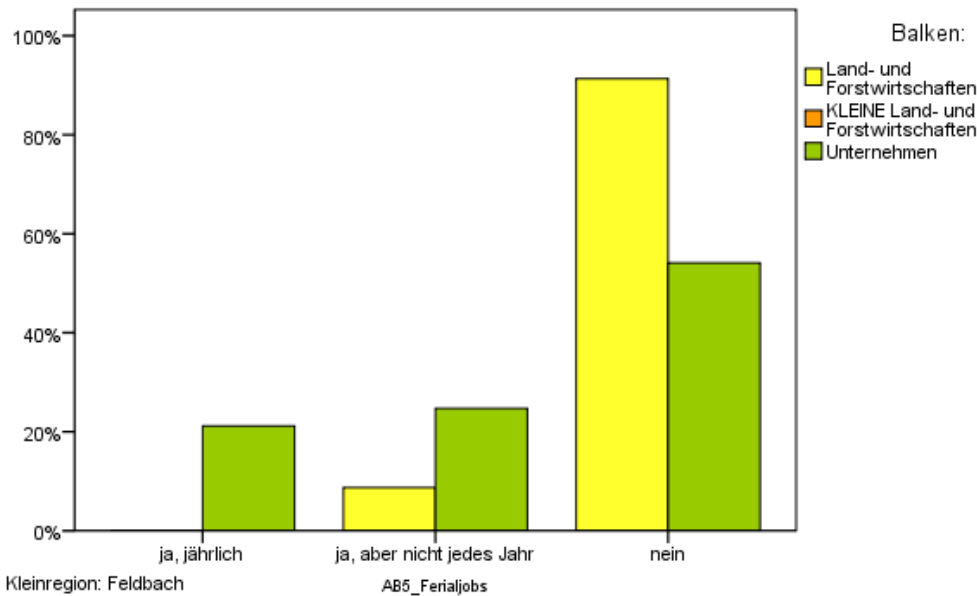
Aus Ihren Antworten gehen folgende Kernaussagen hervor:

- ✓ regionale Unternehmen schaffen Arbeitsplätze
- ✓ Ferialjobs werden nur zögerlich vergeben
- ✓ mehr Einkauf von Rohstoffen und Betriebsmitteln in der Region birgt noch viel Potential
- ✓ fast die Hälfte des Umsatzes wird in der Region gemacht.

Die regionalen Unternehmen schaffen **Arbeitsplätze**! Rund 65% der Unternehmen haben in den letzten 8 Jahren MitarbeiterInnen aufgenommen, im Durchschnitt 5. Im selben Zeitraum wurde von weniger als 5% der Unternehmen durchschnittlich 1 Arbeitsplatz abgebaut. Das

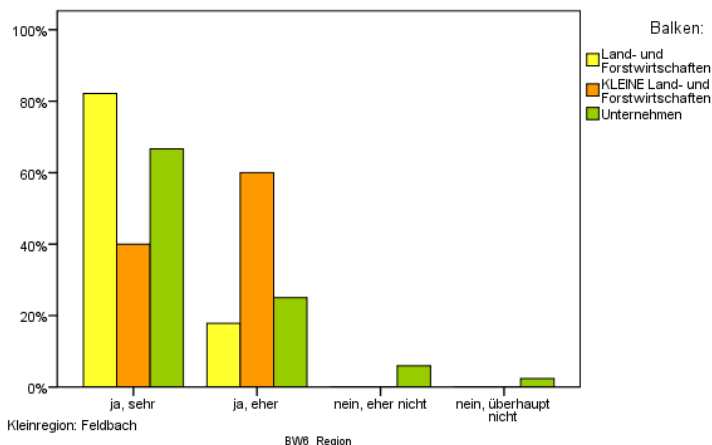


heißt, dass die regionalen Betriebe in Summe in den letzten Jahren zahlreiche neue Arbeitsplätze schufen. Nur ca. 20% der Betriebe vergeben jährlich Ferialjobs bzw. Praktikantenstellen, 25% vergeben Praktikumsplätze je nach Arbeitsanfall unregelmäßig.

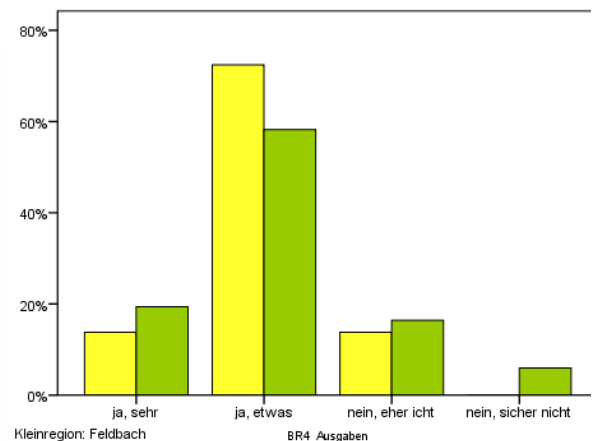


AB.5. Vergeben Sie regelmäßig Ferialjobs bzw. Praktikantenstellen?

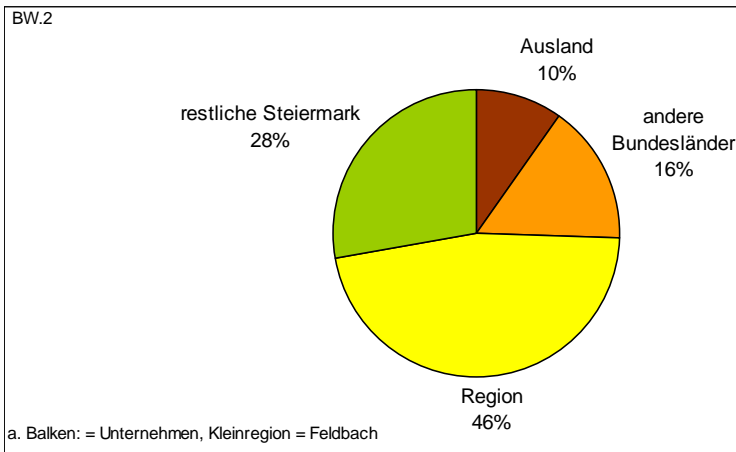
Wenig überraschend ist es für die Unternehmer sehr wichtig und ein Auftrag an alle, das **Bewusstsein für die Regionalwirtschaft** und somit für die regionale Kaufentscheidung zu stärken. Allerdings haben sie dabei einen Großteil auch selbst in der Hand, da jedes Unternehmen natürlich auch bei anderen Unternehmen Rohstoffe, Betriebsmittel und dergleichen einkauft. Und hier scheint der Anteil regionaler Produkte nur zögerlich zu wachsen. Bei Betriebsausflügen wird immerhin schon von einem Viertel der Unternehmen regelmäßig das regionale Angebot genutzt.



BW.6. Ist es für Sie wichtig, dass das Bewusstsein für die Regionalwirtschaft gestärkt wird, und dass dadurch Menschen aus der Region verstärkt vor Ort einkaufen?



BR.4. Haben Sie vor, in Zukunft bei Ihren Ausgaben den Anteil für regionale Produkte und Angebote/Dienstleistungen zu erhöhen?



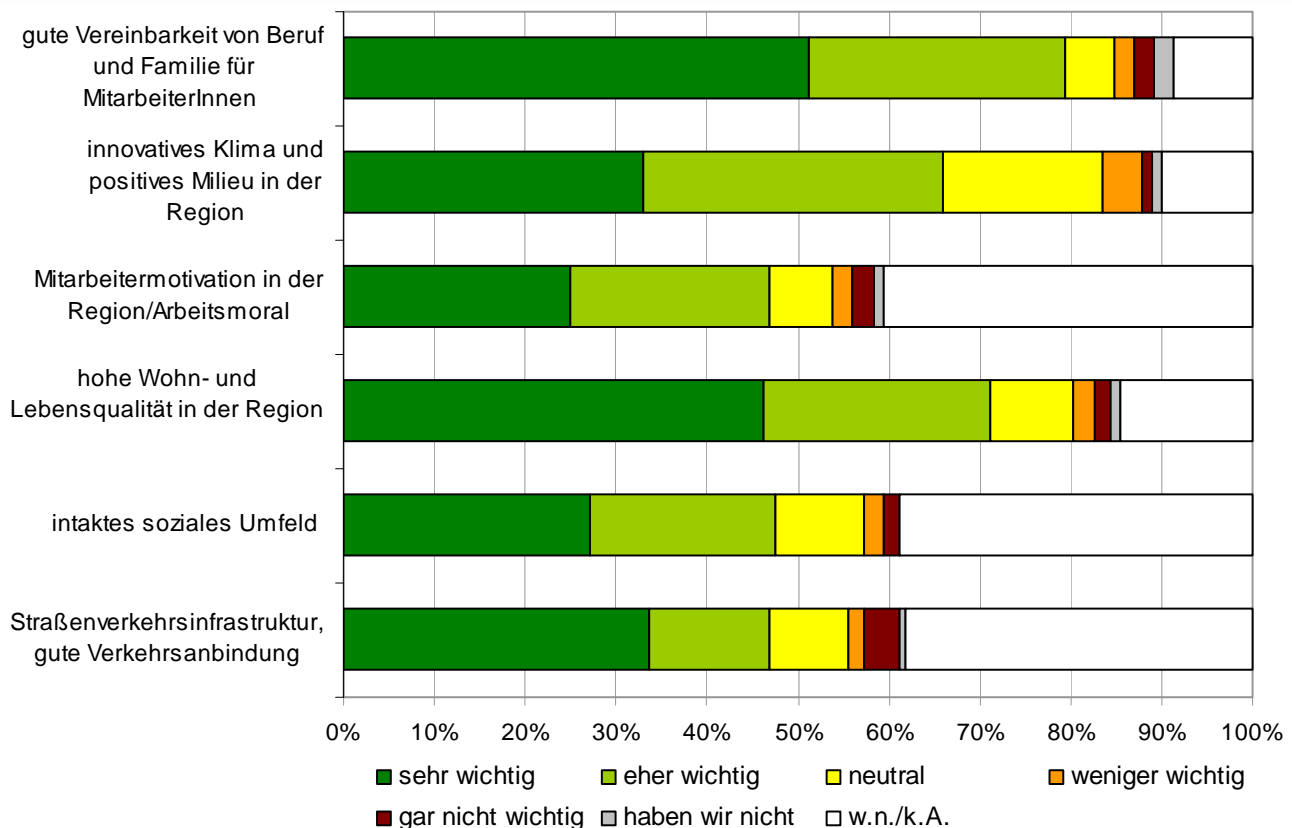
Dennoch wird bereits fast die Hälfte des Umsatzes in der Region gemacht, der Export macht nur 10% aus und ist somit für die regionalen Unternehmen von geringer Bedeutung. Die Unternehmer könnten hingegen beim Einkauf durchaus noch mehr Rohstoffe und Vorprodukte aus der Region beziehen, sie begründen ihren teilweise geringen regionalen Anteil beim Einkauf vor allem mit fehlenden Anbietern.

BW.2. Woher erhalten Sie Ihre Aufträge bzw. wohin liefern Sie in etwa an Ihre Kunden? (gewichtet mit den Umsätzen der Unternehmen)

5.3 Standort

Aus Ihren Antworten geht folgende Kernaussage hervor:

- ✓ die Lebensqualität in der Region und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf sind die wichtigsten Standortfaktoren



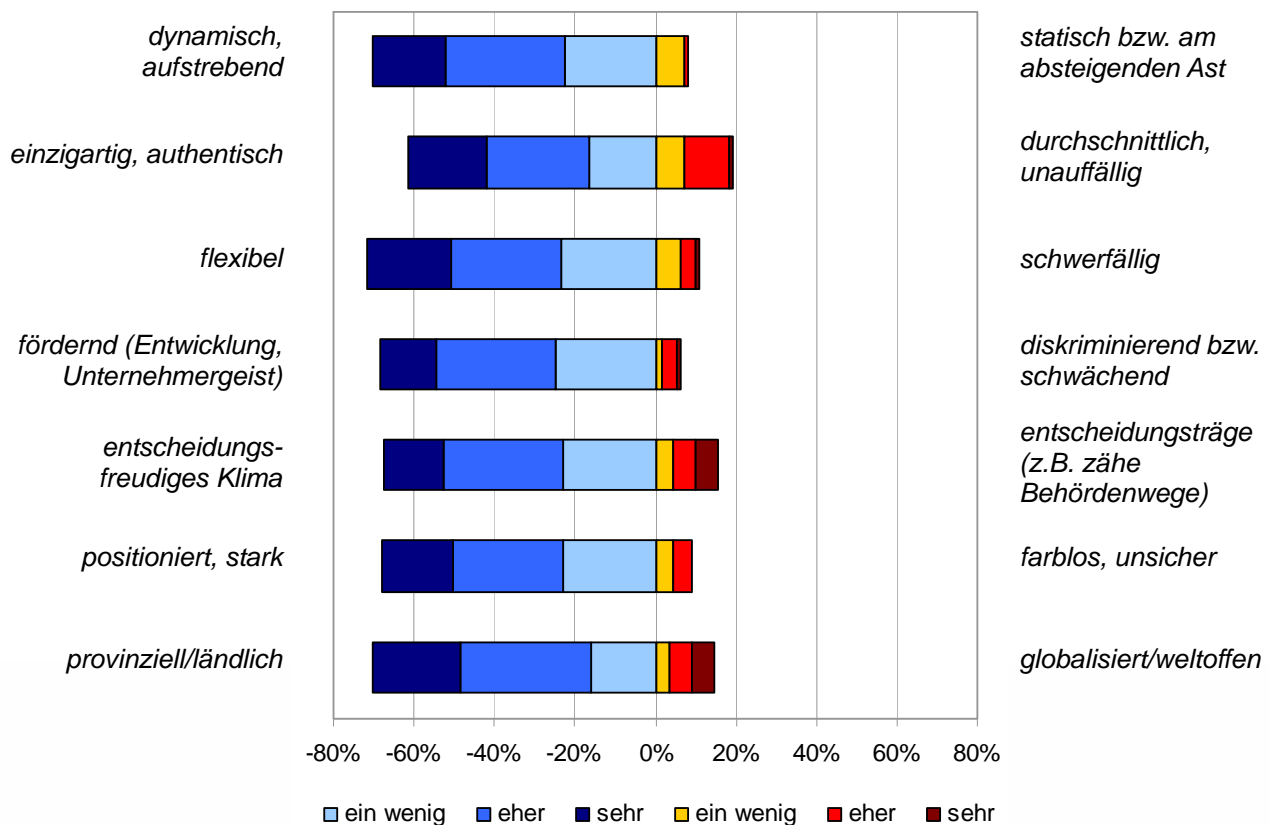
BG.4. Welche Standortfaktoren sind für Ihren Betrieb (falls vorhanden) derzeit besonders wichtig? (Auswahl)



Wer glaubt, die wichtigsten Standortfaktoren seien billige Infrastruktur und Arbeitskräfte sowie die Autobahn vor der Haustür, hat sich getäuscht! Unser **Betriebsstandort** ist vor allem durch weiche Faktoren gekennzeichnet: gute Vereinbarkeit von Beruf und Familie und eine hohe Lebensqualität sind die entscheidenden Gründe, dazu kommt noch die konkrete Unterstützung der Behörden und Gemeinden und ein innovatives, positives Milieu.

Bei den technologierelevanten Fragen, wie etwa Forschungseinrichtungen, einer Wissensplattform oder ähnlichem scheiden sich die Geister: für einige sind solche Einrichtungen sehr wichtig, für andere wiederum gar nicht wichtig.

Die Institutionen, mit denen die landwirtschaftlichen und gewerblichen UnternehmerInnen gut und regelmäßig **zusammenarbeiten**, sind vor allem die jeweilige Gemeinde, die Kammern und das Steirische Vulkanland, bei den Landwirten kommt noch der Maschinenring dazu.

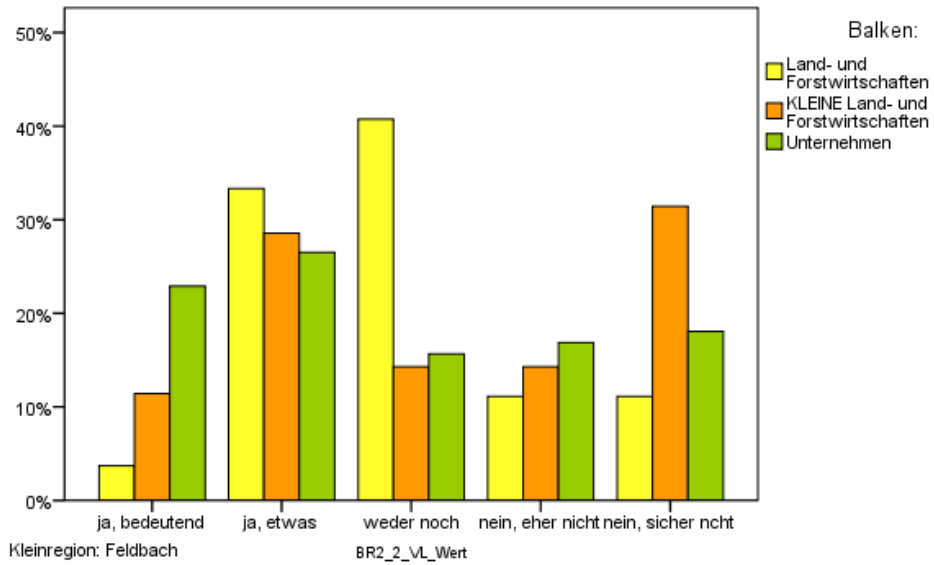


BG.6. Wie empfinden Sie Ihren Betriebsstandort?

Die meisten Unternehmer nehmen ihren Standort als wirtschaftsfreundlich, stark, dynamisch, flexibel und vor allem ländlich wahr – offenbar kein Widerspruch. Allerdings wird der Standort von vielen auch als durchschnittlich und unauffällig bezeichnet.

Da aber die meisten Unternehmer an die positive Wirkung des Steirischen Vulkanlandes auf ihren Standort glauben und die Themen Einzigartigkeit und Authentizität im Zentrum der Positionierung des Vulkanlandes stehen, dürfte sich auch dieser Wert in Zukunft wesentlich verbessern.





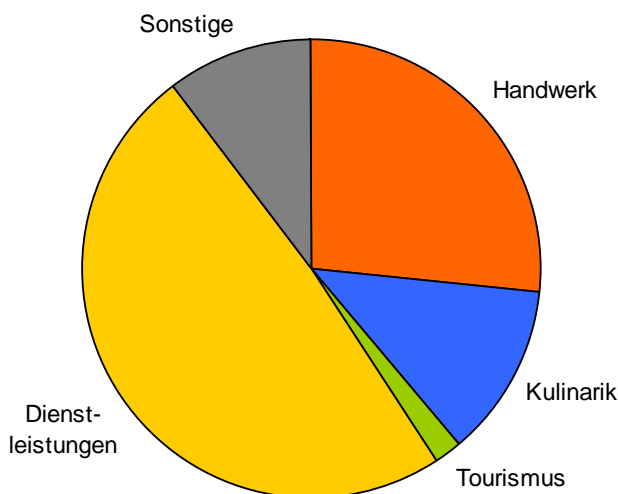
BR.2.2 Ist in Ihren Augen Ihr Betrieb/Ihr Standort durch das Steirische Vulkanland im Wert gestiegen?

6. Unternehmen

6.1 Unsere Betriebe

Aus Ihren Antworten gehen folgende Kernaussagen hervor:

- ✓ die meisten Betriebe sind im Dienstleistungsbereich (Schwerpunkt Handel und Information & Consulting) tätig, gefolgt von Handwerk und Kulinarik,
- ✓ den Unternehmen geht es größtenteils sehr gut,
- ✓ bei den land- und forstwirtschaftlichen Betrieben gibt es Gewinner und Verlierer.

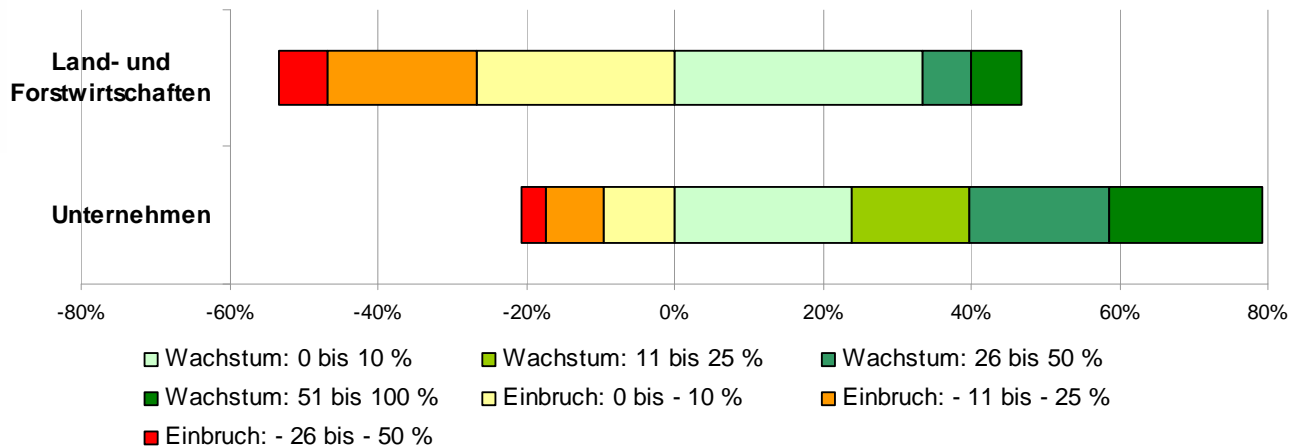


Die weitaus größte Zahl der Betriebe ordnet sich den Dienstleistungen zu, hier dominiert vor allem der Handel. Den zweitgrößten Bereich stellt das Handwerk und hier vor allem die Bauwirtschaft dar, gefolgt von Bekleidung/Textil und Elektro. Eine weitere wichtige Sparte stellen etwa die Bereiche Nahrungs- und Genussmittel bzw. Gaststätten und Restaurants dar.

AB.2.2 Welcher Wirtschaftssparte/Innung gehört Ihr Unternehmen an?



Erfreulich ist, dass über drei Viertel der Unternehmen in den vergangenen 7 Jahren **Umsatzzuwächse** verzeichnen konnten, 40% sogar mehr als 25% (Zuwachs). Auch die land- und forstwirtschaftlichen Betriebe konnten zulegen, wenn auch nicht im selben Ausmaß wie die anderen Unternehmen. Die Hälfte der Land- und Forstwirte hatte mit Umsatzeinbußen zu kämpfen. Die Umsätze verlagern sich also von einem Betrieb zum anderen, halten sich in Summe aber die Waage. 15% der Land- und Forstwirte erreichten ein Umsatzwachstum über 25%. Ein Drittel immerhin noch über 10%.



AB.6.2 und AB.6.3 Wie hoch war das Umsatzwachstum bzw. der Umsatzeinbruch seit dem Jahr 2000 (bzw. falls jünger seit Ihrem Gründungsjahr) bis einschließlich 2007?

6.2 Themen und Perspektiven

Aus Ihren Antworten geht folgende Grundaussage hervor:

- ✓ Qualität und Kundenorientierung stehen im Mittelpunkt,
- ✓ es herrscht ein angenehmes, kooperatives Wirtschaftsklima,
- ✓ Zusammenarbeit und Konzentration auf die Region sind die Themen der Zukunft,
- ✓ Bei knapp einem Drittel der Unternehmen steht eine Betriebsübergabe in den nächsten 5 Jahren an. Bei 40 % ist die Übergabe noch nicht geregelt.

Die Unternehmer sehen ihre **Stärken** vor allem in drei Bereichen: in der Kundenorientierung/im persönlichen Bezug zum Kunden, in der Qualität, sowie in der flexiblen, innovativen und individuellen Positionierung ihres Unternehmens.

In den Betrieben herrscht mehrheitlich eine freundliche **Stimmung**, auch mit der Konkurrenz kommt man gut aus und kann voneinander lernen. Dementsprechend ist auch für rund 50% eine Öffnung des Betriebs für KundInnen (Gläserne Manufaktur) vorstellbar. Eine große Gefahr für ihr Unternehmen sehen viele in den hohen Energiepreisen. Die Möglichkeit und die positiven Effekte einer regionalen Energieversorgung werden von der Mehrheit noch nicht erkannt, sie akzeptieren weiterhin die Abhängigkeit vom internationalen Ölmarkt und hoffen auf ein Sinken der Energiepreise. 70% der Betriebe sind davon überzeugt, die Regionalwirtschaft mitgestalten zu können. Zudem setzt man bewusst auf Qualitätsprodukte.



wir sehen andere Unternehmen der selben Branchen als Konkurrenz

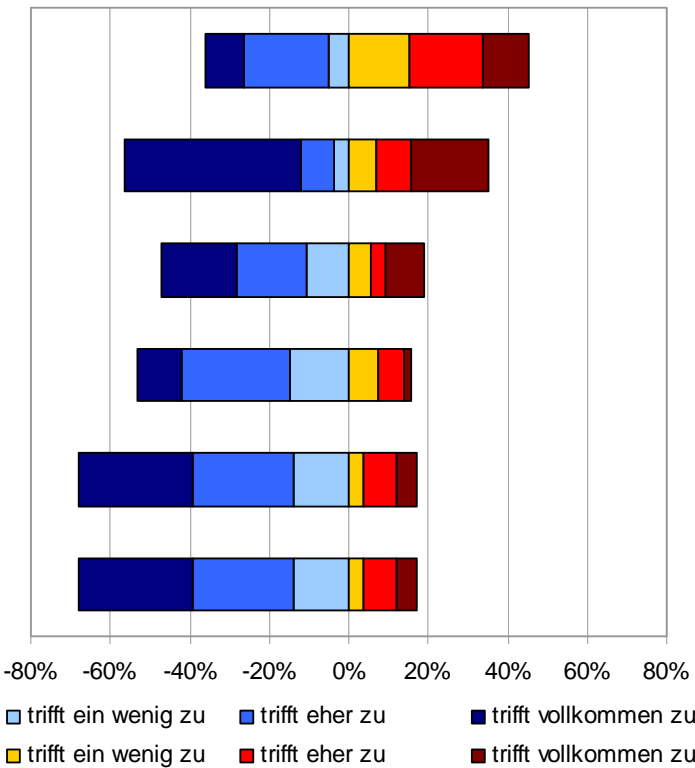
die Preise für Öl und Erdgas müssen wieder sinken

wir öffnen unsere Manufaktur/unsere Betriebe für KundInnen

das Potenzial für neue Produktideen in unserem Marktsegment ist hoch

Qualität ist für uns wichtiger als der Preis

wir können die Regionalwirtschaft teilweise mitgestalten



wir sehen andere Unternehmen der selben Branchen als Verbündete und lernen voneinander

erneuerbare Energie aus der Region sollten konkurrenzfähig sein

bei uns kommt kein Unbefugter in die Produktion

in unserem Marktsegment sind Innovationen riskant

der Preis ist für uns das wichtigste Verkaufskriterium

wir können am System nicht viel ändern

ZP.1 Was trifft auf Ihren Betrieb/Ihr Unternehmen bzw. auf Sie eher zu?

Die Zeichen stehen auf Regionalwirtschaft! Für die **Zukunft** stehen vor allem zwei Dinge hervor: die Unternehmen wollen mehr zusammenarbeiten und sich stärker auf den Regionalmarkt konzentrieren. Mit gut ausgebildeten Mitarbeitern und hochwertigen Rohstoffen werden Innovationen entwickelt. Die Tendenz Ostmärkte oder in Zukunft stärker in Westeuropa Zukunftsmärkte anzusprechen, ist nicht signifikant ausgeprägt. Und: die laut Kap. 3.2 mehrheitlich Burnout gefährdete Unternehmer wollen ihre Arbeitszeit reduzieren.

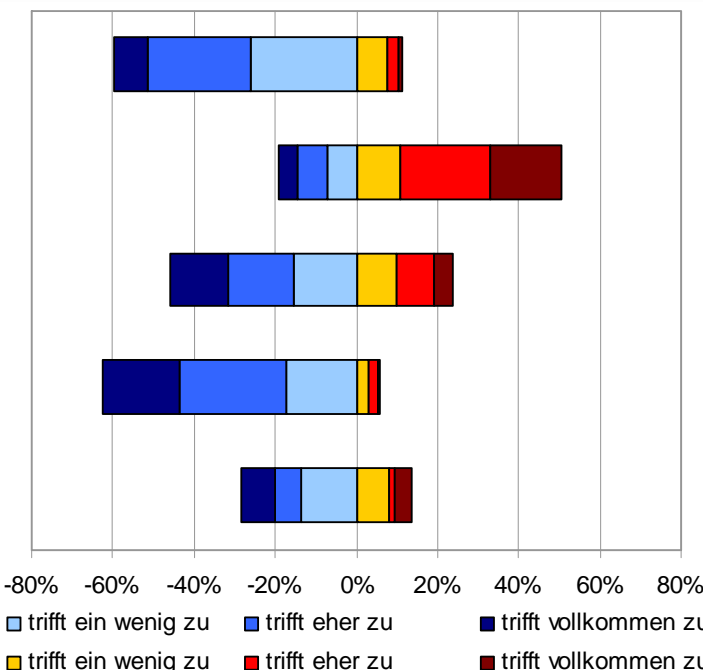
wir werden mehr in die Ausbildung der Mitarbeiter investieren

den Export bzw. die Internationalisierung forcieren

aktiv in Richtung neuer Innovationen entwickeln

mehr Kooperationen in der Region eingehen

der „Osten“ (z.B. Ungarn, Slowenien) bietet für mein Unternehmen interessante Märkte



wir werden verstärkt in Maschinen und Anlagen investieren

den Regionalmarkt verstärkt bearbeiten

Produktentwicklung eindämmen und auf Bewährtes setzen

aus Kooperationen aussteigen

Zukunftsmärkte für mein Unternehmen liegen eher in „Westeuropa“ (z.B. GER, Italien)

ZP.2 In welche Richtung wollen Sie sich bzw. soll sich Ihr Betrieb/Unternehmen in Zukunft entwickeln?



Die **land- und forstwirtschaftlichen Betriebe** haben keine größeren Veränderungen ihrer Schwerpunkte vor, alarmierend ist aber der hohe Anteil an Kleinbetrieben, die ihren Betrieb stilllegen wollen (20%). Dabei sind gerade die Kleinbetriebe für nachhaltige Bewirtschaftungsformen offen. Das Experimentieren mit neuen Kulturen überlassen sie aber eher den Großbetrieben. Beides wird Ertragschancen in Zukunft am steigenden Regionalmarkt mit Direktabsatz wesentlich verbessern.

7. Energie

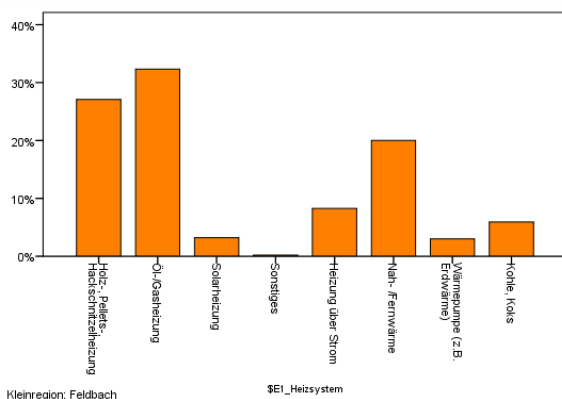
Die Energievision des Steirischen Vulkanlands lautet: 100% Selbstversorgung mit erneuerbarer Energie aus der Region. Das heißt, es werden 100% der Wärme, 100% des Treibstoffes für unsere Mobilität und 100% der nötigen Elektrizität umweltfreundlich im Steirischen Vulkanland erzeugt. Dabei gilt es vor allem:

- als erstes Gebäude gut zu dämmen, dann die Heizung auf Holz (Scheiter, Pellets, ... auch Fernwärme), thermische Solaranlage oder agrarische Reststoffe umzustellen,
- Fahrzeuge mit Biogas, Ökostrom oder Pflanzenöl zu betreiben,
- die Stromversorgung auf Ökostrom (aus Wind-, Wasserkraft, später auch Photovoltaik) umzustellen.

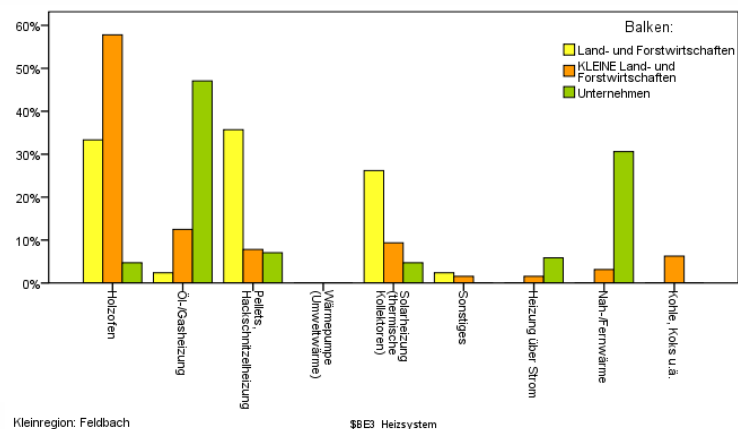
7.1 Heizung

Aus Ihren Antworten gehen folgende Kernaussagen hervor:

- ✓ Holz und Öl sind mit Abstand die wichtigsten Brennstoffe,
- ✓ die Bereitschaft zur Umstellung der Öl- bzw. Gasheizungen ist hoch,
- ✓ großes Energiesparpotential liegt in der thermischen Sanierung (Dämmung) der Häuser und Betriebe,
- ✓ gut für die Energieversion ist die geringe Anzahl an geplanten Klimaanlage



E.1. (Haushalte) Welche Heizsysteme haben Sie in Gebrauch?



BE.3. (Betriebe) Welche Heizsysteme haben Sie in Gebrauch?



Insgesamt wird am meisten mit Holz **geheizt**, gefolgt von einem nach wie vor sehr hohen Anteil an Ölheizungen. Hier gehen die landwirtschaftlichen Betriebe mit gutem Beispiel voran und verwenden statt Öl verstärkt Stückholz, Pellets und Solarheizungen. Bei einem entsprechenden Angebot würden die Privathaushalte allerdings schnell aufholen: Jene, die noch nicht mit erneuerbarer Energie heizen, würden zu 40% innerhalb der nächsten 3 Jahre auf erneuerbare Energie umstellen, in 10 Jahren wären fast 90% der Haushalte mit erneuerbarer Energie beheizt. Aber auch 65% der Unternehmen wären unter diesen Bedingungen bereit, innerhalb von 10 Jahren umzustellen. Knapp 20 % der Unternehmen würden aber auch dann nicht umstellen.

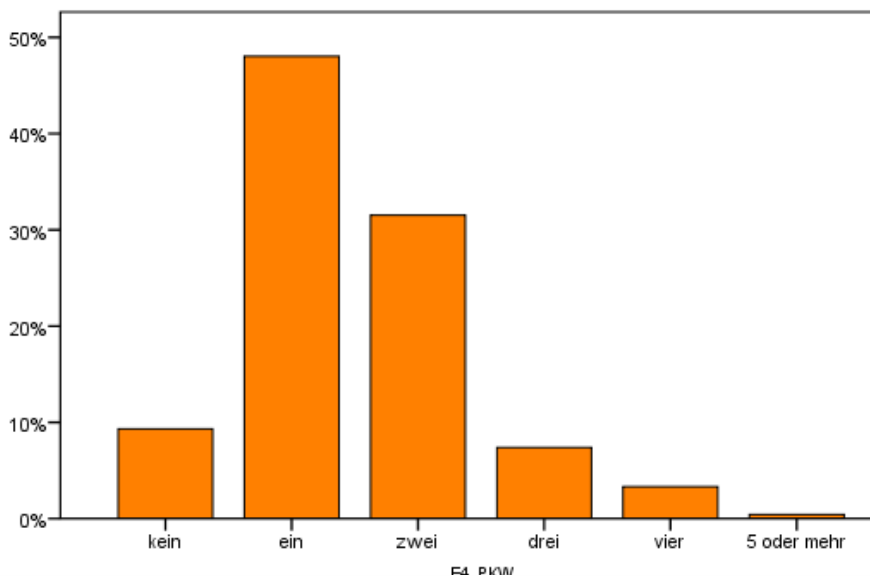
Nicht zufällig haben die Unternehmer die letzte **energetische Sanierung** größtenteils erst vor kurzem durchgeführt – schließlich fällt ihnen das enorme Energiesparpotential in der Bilanz konkret auf. So haben über 40% der Betriebe ihre letzte Sanierung nach dem Jahr 2000 durchgeführt, knapp 40% sanierten zwischen 1990 und 2000. Die Privathaushalte liegen mit ihrer letzten Sanierung nur zu rund 30% in diesem Jahrtausend, außerdem gibt es hier auch einige, deren letzte energetische Verbesserungen schon vor 1980 stattfanden. Im Regelfall kann bei einem seit 25 Jahren nicht mehr sanierten Haus von einem Einsparungspotential von 50% ausgegangen werden.

Zudem kann durch eine energetische Sanierung die eventuell geplante Anschaffung einer sehr energieintensiven **Klimaanlage** eingespart werden, die für rund 90% der Privathaushalte kein Thema ist, allerdings bei 30% der Unternehmer in den nächsten 3 Jahren überlegt wird.

7.2 Fuhrpark

Aus Ihren Antworten gehen folgende Kernaussagen hervor:

- ✓ enorm hohe Motorisierung, das Zweitauto ist „normal“,
- ✓ die Bereitschaft zur Umstellung auf umweltfreundliche, erneuerbare Treibstoffe ist hoch.



Ein großer Anteil der Energie fließt in die **Mobilität**. Es gibt bereits über 40% Haushalte mit zwei oder mehr Pkws. Allerdings wären 80% der Befragten bei einem entsprechenden Angebot bereit, ihr Auto in den nächsten fünf Jahren auf erneuerbare Energie umzustellen, in 10 Jahren könnten sogar knapp 90% der Autos mit erneuerbarer Energie betrieben werden.

E.4. Wie viele Pkws sind in Ihrem Haushalt in Gebrauch?

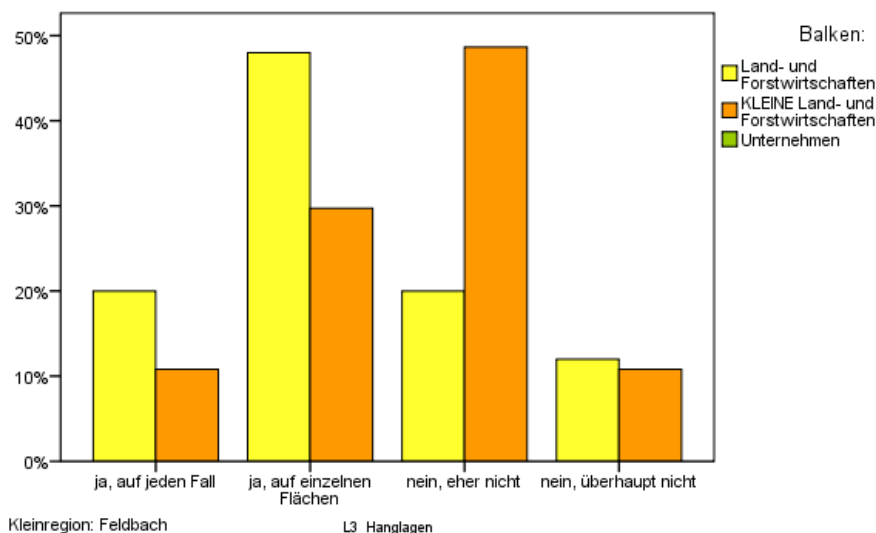


7.3 Landwirtschaft

Aus Ihren Antworten gehen folgende Kernaussagen hervor:

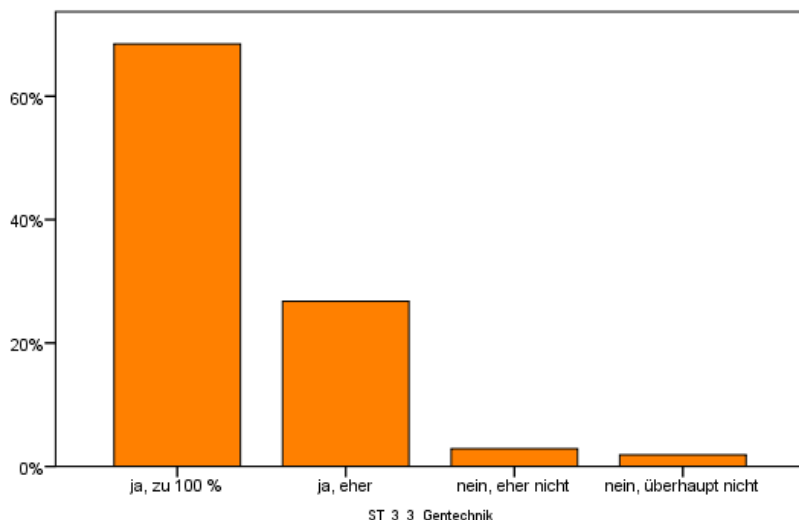
- ✓ die Landwirtschaft wird zum regionalen Energieversorger,
- ✓ Humusqualität wird entscheidender Qualitätsfaktor,
- ✓ die Menschen wünschen sich eine gentechnikfreie Region Vulkanland.

Durch die bevorstehenden Veränderungen unserer Energieversorgung hin zu erneuerbarer regionaler Energie, bekommt die Landwirtschaft eine neue Rolle als **regionaler Energieversorger**. Bereits jetzt können es sich rund 40% der kleinen und knapp 70% der großen Betriebe vorstellen, erosionsanfällige Hanglagen zur Energieerzeugung zu nutzen.



L.3. Haben Sie Interesse auf Ihren Hanglagen für die Energieerzeugung mehrjährige Kulturen anzubauen?

Eine weitere Auswirkung unseres Energieverbrauchs ist der Klimawandel, der die Landwirte besonders schnell und direkt trifft. Vor diesem Hintergrund glauben weit über 90% der Landwirte, dass die **Humusqualität** auf ihren Feldern zum entscheidenden Ertragsfaktor wird.



ST.3.3 Soll das Steirische Vulkanland eine gentechnikfreie Region werden?

70% der BewohnerInnen wünschen sich eine zu 100% gentechnikfreie Region Steirisches Vulkanland.





8. Wie es weitergeht

Die Ergebnisse der Befragung sind Grundlage für die Erstellung des Kleinregionalen Entwicklungskonzepts (KEK). Dafür werden die Daten in den nächsten Monaten genau interpretiert und schließlich von Arbeitsgruppen in der Kleinregion in eine Strategie gegossen. Sie wird zeigen, in welchen Bereichen es noch etwas nachzubessern gilt und vor allem, wie die Kleinregion ihre Stärken im Rahmen der gemeinsamen Vision einer innovativen, lebenswerten Region am Besten umsetzen kann und welchen Beitrag die Kleinregion an der Entwicklung des Vulkanlandes leisten will. In Form des KEKs wird diese Strategie bis zum Sommer 2009 dann festgeschrieben und als Grundlage für die weitere Entwicklung der Kleinregion und ihrer Gemeinden dienen.

Die einzelnen Schritte in der kleinregionalen Entwicklung:

1. Erhebung und Auswertung (Juni – November 2008)
2. Bürgerinformation (dieses Heft)
3. Bildung von Arbeitsgruppen zu den fünf Themen: Natur- & Raumordnung; Regionalwirtschaft; Kultur, Gesundheit & Soziales; technische Infrastruktur; Verwaltung.
4. Erarbeitung des KEKs durch die Kleinregion auf Basis der Bürger- und Betriebsbefragung (bis Juni 2009)
5. Alle Gemeinderäte der Gemeinden (Kleinregionsforum) beschließen das KEK
6. Bürgerinformation über das KEK (Sommer 2009)
7. Umsetzung des KEK ab 2009 bis 2015

DANK

Die Gemeinden der „Kleinregion Feldbach“, Feldbach, Gniebing-Weißbach, Leitersdorf, Mühldorf, Paldau und Raabau, sowie deren Bürgermeister und das Steirische Vulkanland danken Ihnen herzlichst für die aktive Teilnahme an dieser umfassenden und schwierigen Erhebung!

Ihre Antworten zeigen, dass wir in einer **bestens ausgestatteten Umgebung** und in einer **intakten Gesellschaft** leben. Die Menschen leben gerne im Steirischen Vulkanland und sie sind sich einig, wie sie die regionale Zukunft gestalten wollen: Die Vision einer innovativen, lebenswerten Region findet über 95% Zustimmung und mehr als 90% wollen sie in unserem Steirischen Vulkanland langfristig umsetzen. Ebenso begrüßt wird die Regionalwirtschaft und Positionierung als Standort mit den Wirtschaftsthemen Kulinarische Region, Europäische Handwerksregion, Region der Lebenskraft und Energievision 2025.