

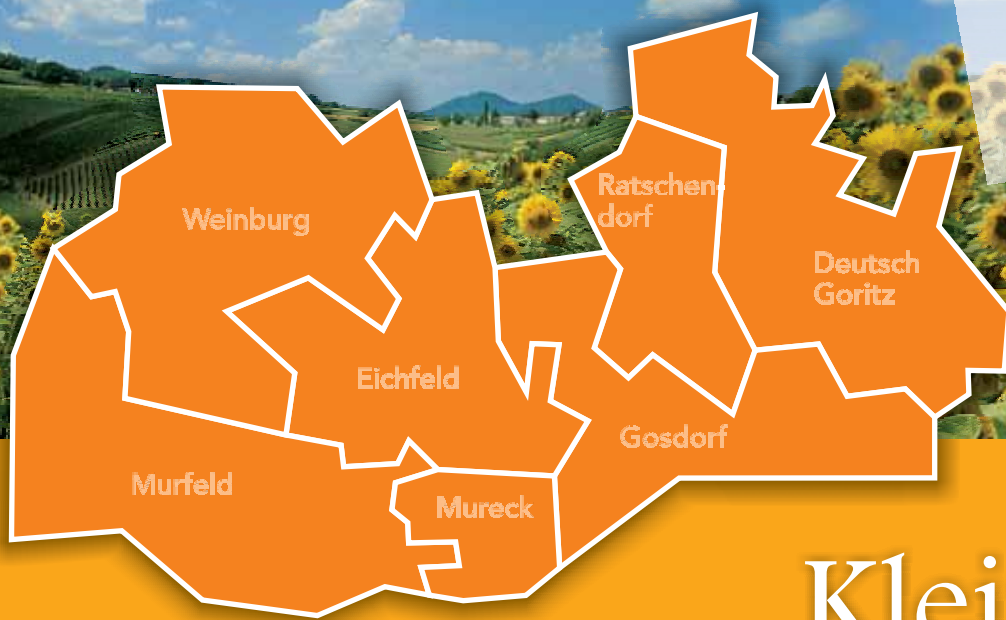
Dezember 2008
zugestellt durch Post.at

Regionextst
kopfstark. steiermark

Ergebnisübersicht Bestandserhebung

Vulkanland ist Kulinarik, ist Handwerk, ist Lebenskraft

„ mittun
mitbestimmen
mitgestalten “
Bestandserhebung der Gemeinden
des Steirischen Vulkanlandes



in der
Kleinregion

Eichfeld | Deutsch Goritz
Gosdorf | Mureck
Murfeld | Ratschendorf
Weinburg



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 Mureck** gehören die Gemeinden Deutsch Goritz (1.281 Einwohner), Eichfeld (946 Einwohner), Gosdorf (1.177 Einwohner), Mureck (1.592 Einwohner), Murfeld (1.695 Einwohner), Ratschendorf (603 Einwohner) und Weinburg am Saßbach (1.081 Einwohner). Im Sommer 2008 führten die Gemeinden der Kleinregion Mureck eine Bestandserhebung durch. Dabei wurden insgesamt 10.258 Fragebögen ausgeteilt, von denen 1.859 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!

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	2.767	4.911	977	616	273	169	545
Summe ausgefüllt	503	947	156	118	30	33	72
Rücklaufquote	18%	19%	16%	19%	11%	20%	13%

**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

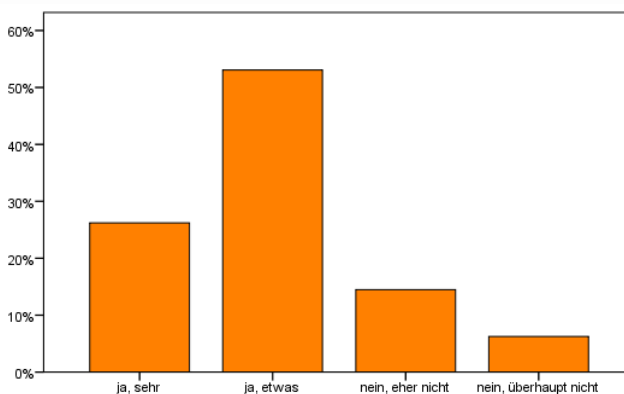
2.1 Öffentliche Einrichtungen

Aus Ihren Antworten gehen folgende Kernaussagen hervor:

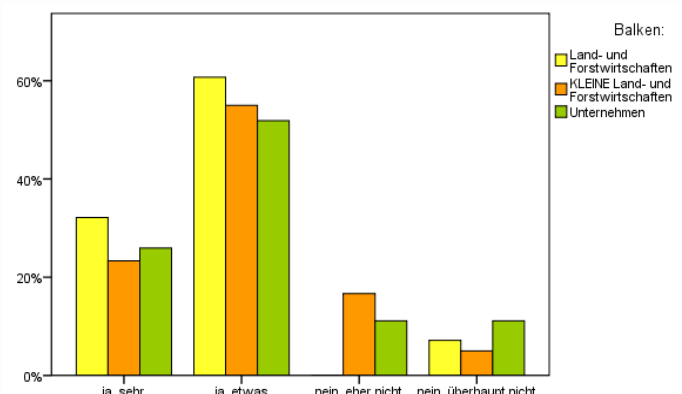
- ✓ die wichtigsten Geschäfte, Betriebe und Einrichtungen sind vorhanden; in der Versorgung fehlt vor allem ein Kinderarzt,
- ✓ das Kulturangebot, vor allem im Bereich der Volkskultur, ist gut und ausreichend,
- ✓ die Kinderbetreuung am Vormittag ist geregelt, Ausbaubedarf gibt es bei der Nachmittagsbetreuung,
- ✓ die Gemeinden leisten sehr gute Arbeit und genießen hohes Vertrauen in der Bevölkerung.

Wie überall könnte noch das eine oder andere das Angebot ergänzen, im Großen und Ganzen ist in der Region aber **alles vorhanden**. Am ehesten könnte im Gesundheitsbereich noch etwas nachgebessert werden, immerhin mehr als 35% der Befragten wünschen sich zusätzliche **Gesundheitseinrichtungen**, wie Fachärzte, Kinderärzte oder Alternativmediziner.

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 weiterer Bedarf besteht, wünscht sich mit 40% nahezu die Hälfte der betroffenen Menschen eine Nachmittagsbetreuung für ihre Kinder, 20% würden sich auch eine alterserweiterte Gruppe wünschen.



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



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



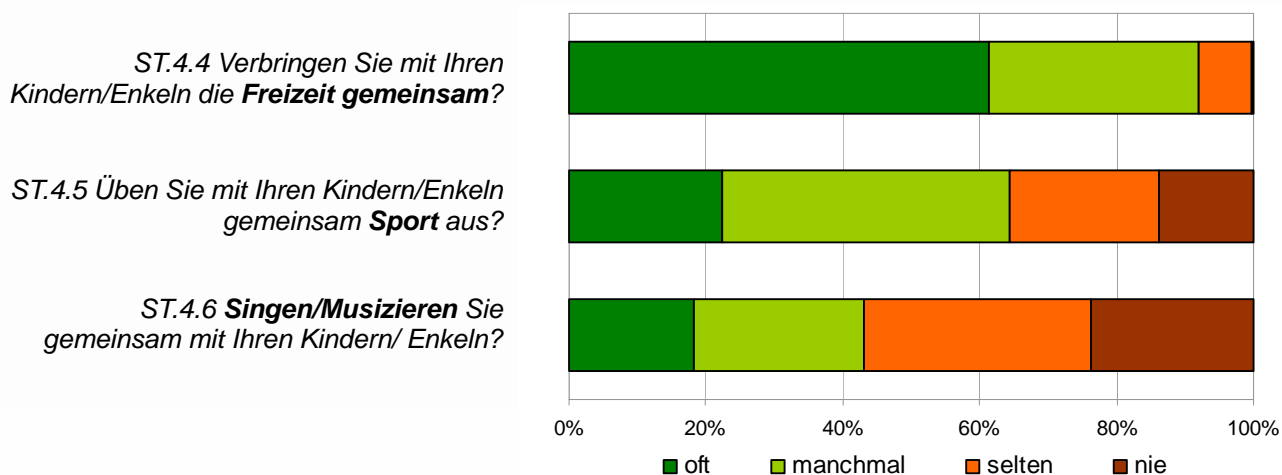
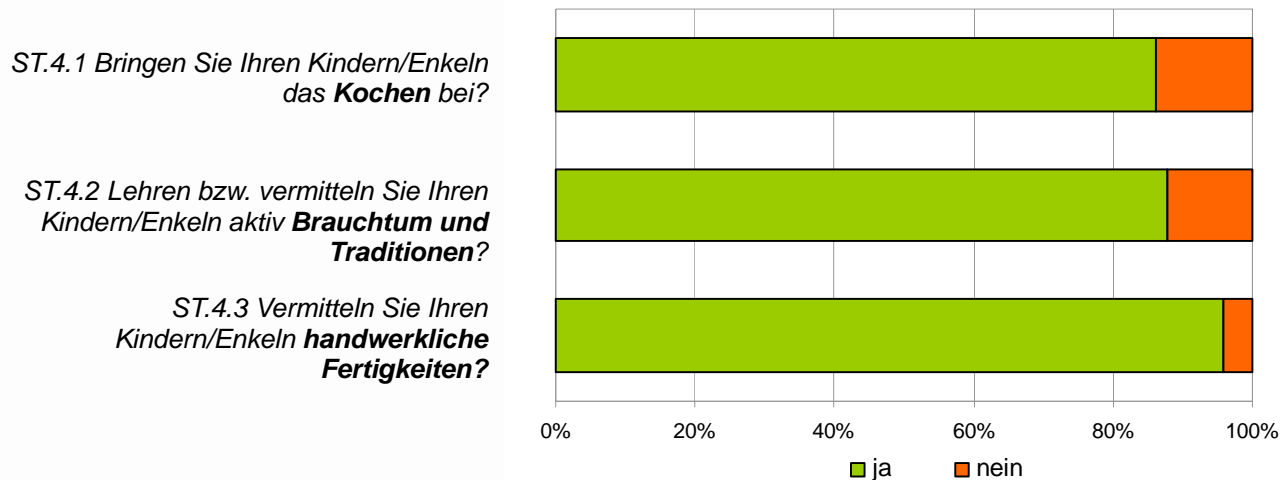
Ein großes Lob der Befragten geht an die **Gemeinden**: rund 75 bis 80% der Landwirte, Unternehmer und Privatpersonen fühlen sich von ihrer Gemeinde unterstützt! Der oder die BürgermeisterIn ist sowohl für Privatpersonen als auch für Unternehmer die erste Ansprechstelle.

Das **kulturelle Angebot** wird im Durchschnitt mit einer „Zwei“ nach dem Schulnotensystem als gut bezeichnet, mehr als 90% halten das Angebot für sehr gut bis befriedigend. Verbesserungswürdig ist das Angebot bei Konzerten (Jazz-Konzerte, Klassische Konzerte), Theater oder Kino.

2.2 Gesellschaftlicher Zusammenhalt

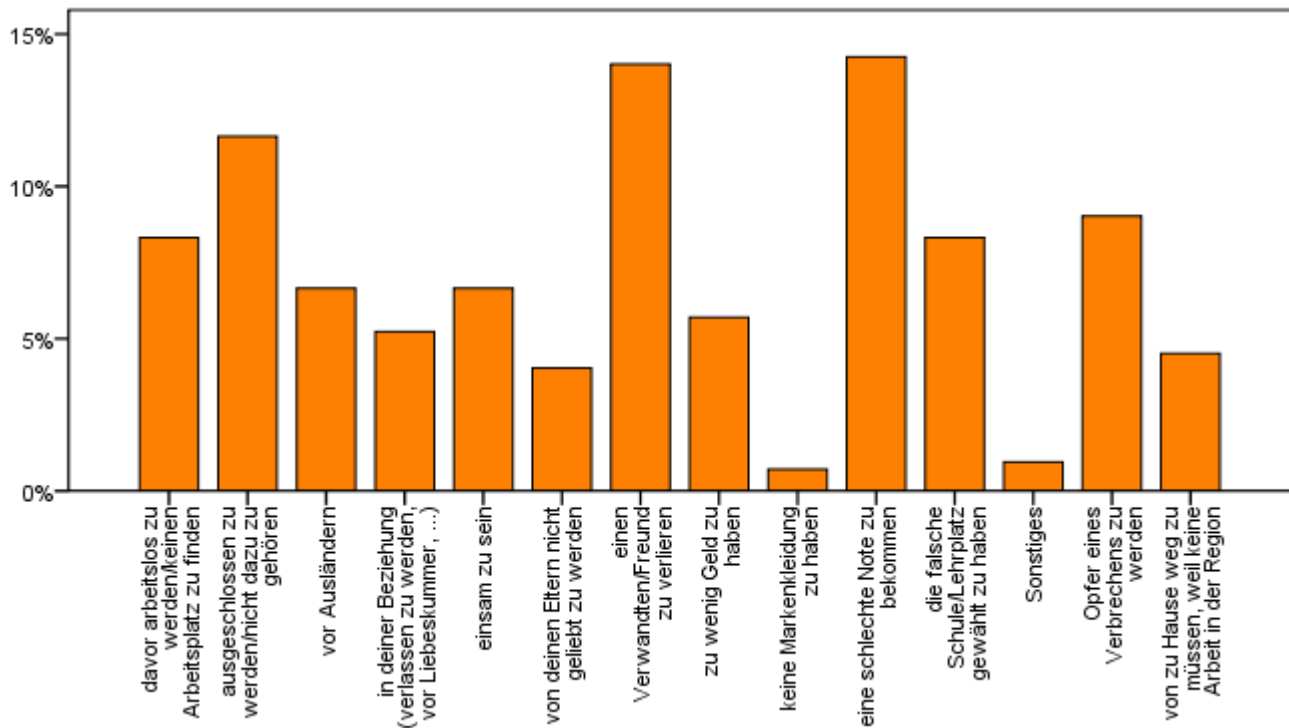
Aus Ihren Antworten gehen folgende Kernaussagen hervor:

- ✓ 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 aber nur teilweise ausreichend anerkannt und gewürdigt,
- ✓ das Interesse an anderen Kulturen ist mäßig.



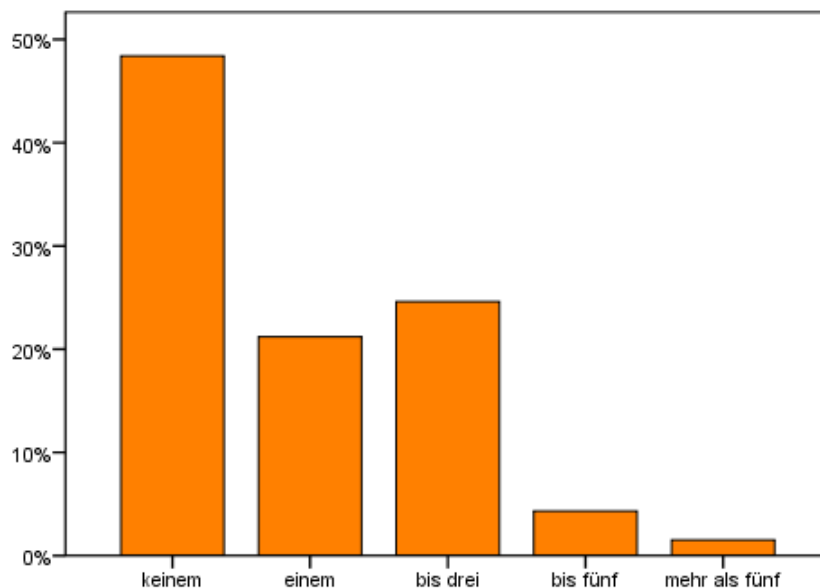


Die **Familie** trägt die Gesellschaft. Hier lernen Kinder und Jugendliche von ihren Eltern und Großeltern die „Dinge des Alltags“ und auch ein großer Teil der Freizeit wird in der Familie verbracht. Die Wirkung von gemeinsamem Singen und Musizieren auf den seelischen Zusammenhalt der Familie wird nur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



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

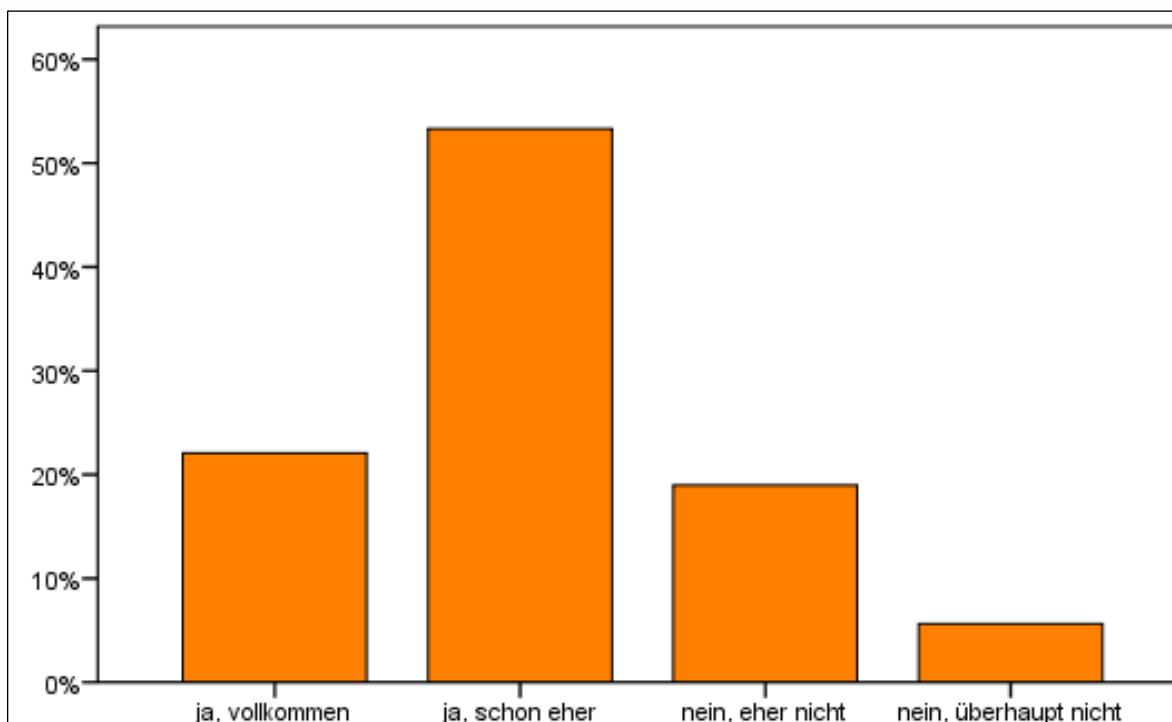
Den hohen Stellenwert von funktionierenden Beziehungen unterstreichen auch die Angaben von Jugendlichen, da sich ihre **Sorgen** neben den Schulnoten vor allem um den Verlust von Freunden oder Verwandten und das Alleinsein drehen. Diese Sorgen müssen alle Teile der Gesellschaft ernst nehmen.



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

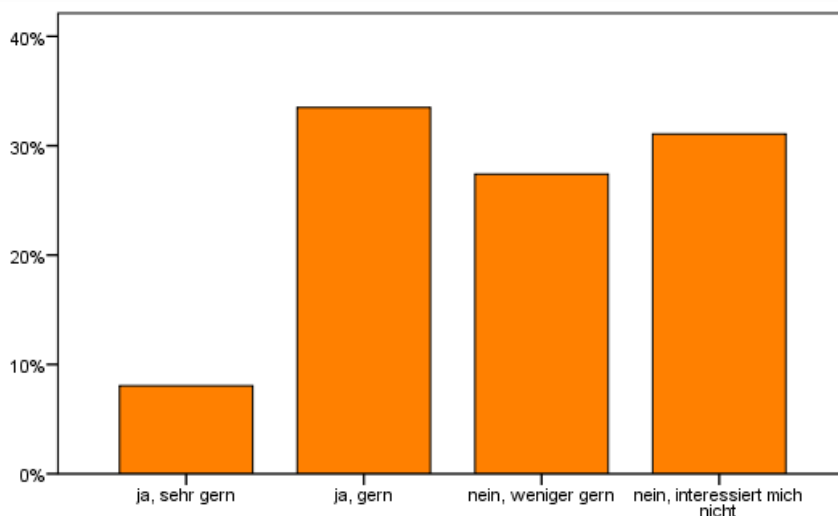


Über 50% der Befragten engagieren sich in einem **Verein**, fast zwei Drittel von ihnen sogar in mehreren Vereinen. Unternehmen sind ähnlich aktiv in Vereinen vertreten wie Privatpersonen und spielen außerdem eine wichtige Rolle als Sponsoren, die viele Aktivitäten finanziell erst ermöglichen. So fördern mehr als 85% der Unternehmen die regionalen Vereine mit zumindest € 200.-, 65% mit über € 1000.- 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 knapp zur Hälfte als zumindest „eher“ gewürdigt.



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 immerhin rund 70% für wichtig bis sehr wichtig. Von einigen werden aber die Chancen einer grenz- und kulturüberschreitenden Gesellschaft nicht ergriffen.



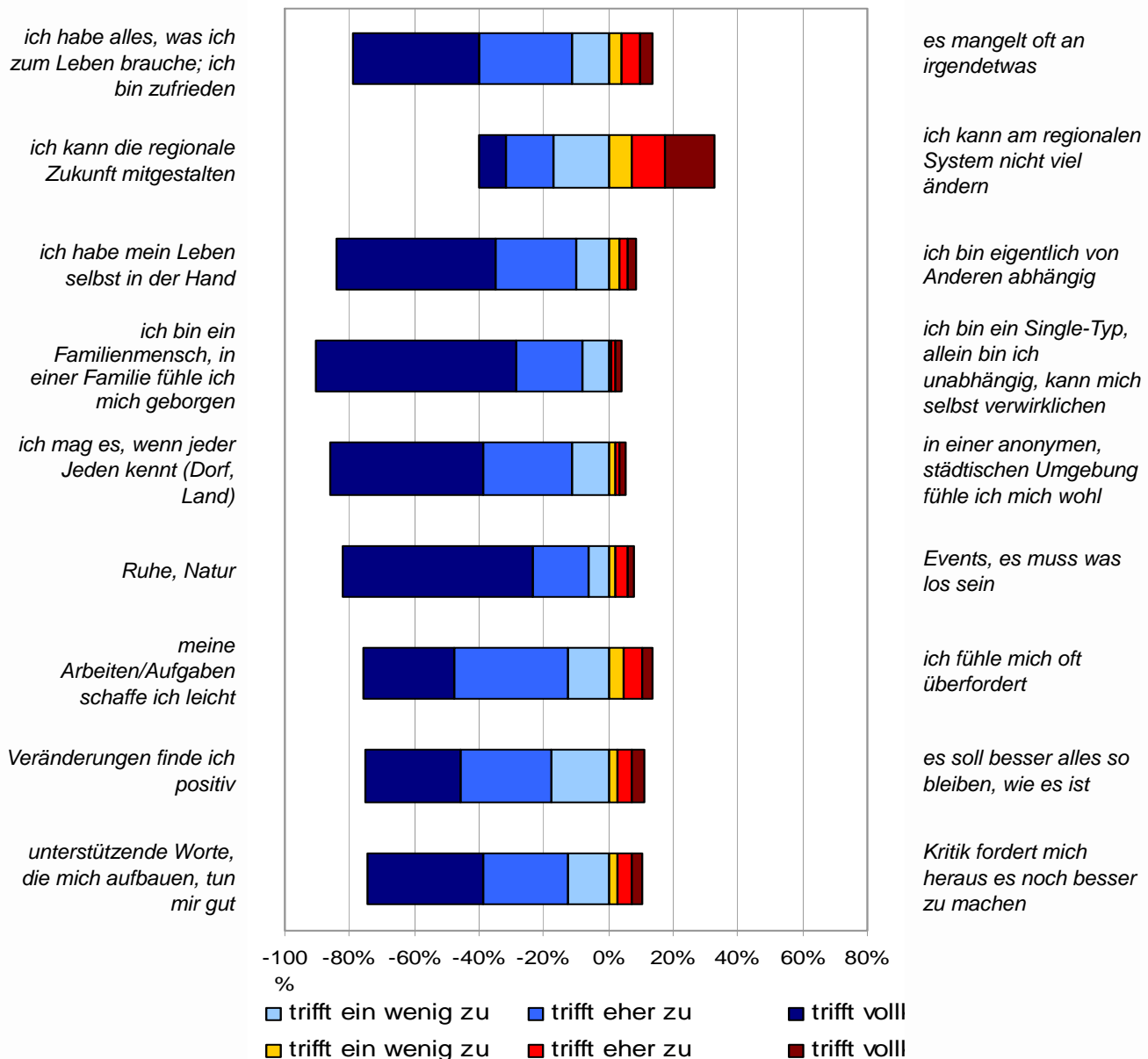
S.7.4 In unserer Region gibt es Menschen aus anderen Kulturen. Würden Sie eine Kulturveranstaltung von ihnen besuchen?



2.3 Zukunft

Aus Ihren Antworten gehen folgende Kernaussagen hervor:

- ✓ Familien und Dorfgemeinschaft geben Rückhalt,
- ✓ positive, zuversichtliche Zukunftssicht,
- ✓ Selbstgestaltung der Zukunft denkbar,
- ✓ Ausbildung und Förderung der Talente,
- ✓ beständige und besonnene Weiterentwicklung,
- ✓ mäßiger gesellschaftlicher und regionaler Gestaltungswille und –glaube.

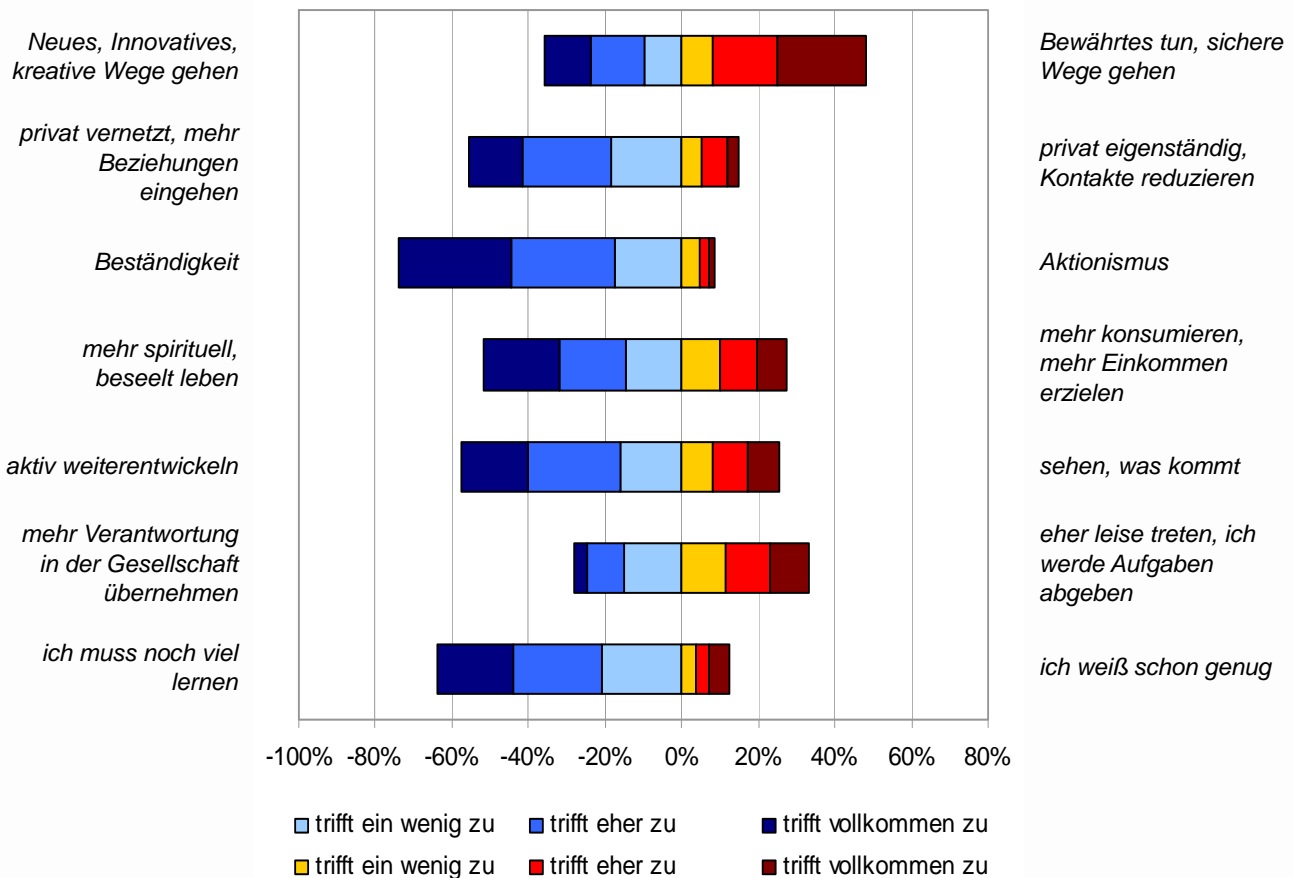


P.3.1 Was trifft auf Sie derzeit eher zu?

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 Zukunft aktiv selbst, die auf uns 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, eher gering.



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 45% der Befragten, die einen handwerklichen, praktischen Hintergrund haben. Auch die SchülerInnen möchten zu 25% einen Beruf aus den Bereichen Handwerk und Technik.

Vielleicht für einige doch überraschend ist die Tatsache, dass 92% 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 80% der Erwachsenen für sinnvoll. Die direkt davon betroffenen Schülerinnen und Lehrlinge sind da zwar etwas skeptischer, ausreichendes Interesse für ein konkretes Angebot wäre mit 58% der SchülerInnen bzw. 60% der Lehrlinge aber auf jeden Fall vorhanden.



3.2 Arbeits- und Ausbildungsplatz

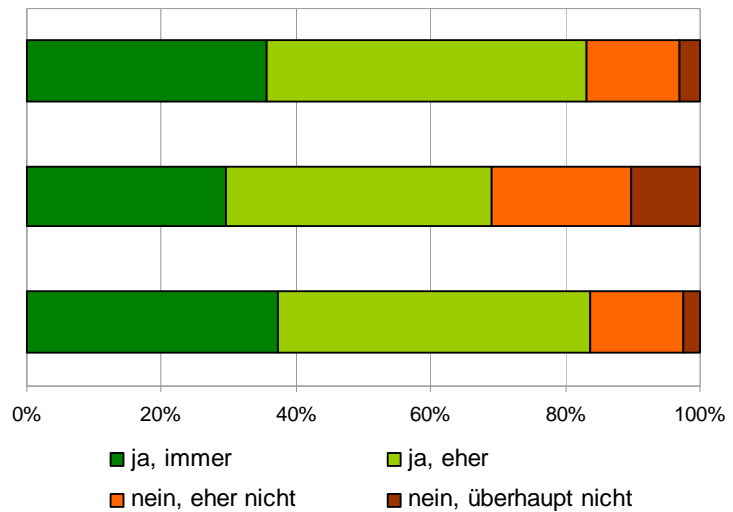
Aus Ihren Antworten gehen folgende Kernaussagen hervor:

- ✓ 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 Unternehmer arbeiten durchwegs zu viel.

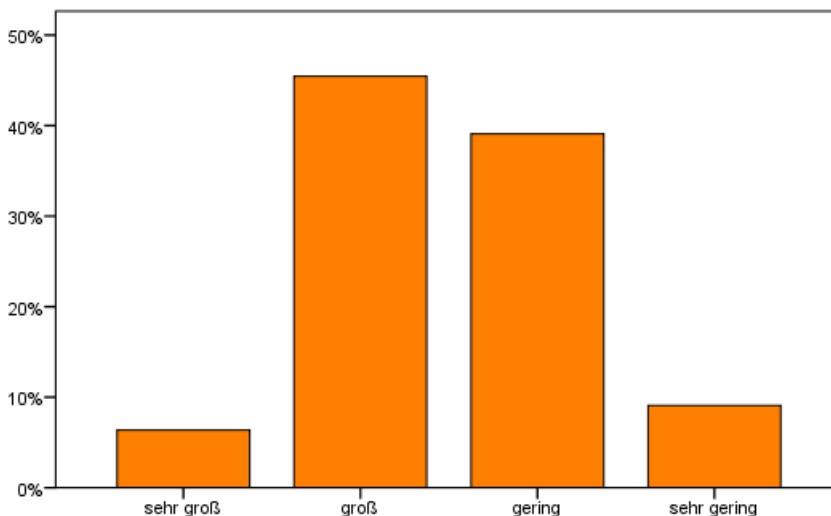
B.10.2 Werden Ihre Leistungen als MitarbeiterIn von Ihren/m Vorgesetzten/m anerkannt?

B.10.3 Wird Ihre spezifische Lebenssituation im Betriebsalltag berücksichtigt?

B.10.5 Herrscht an Ihrem Arbeitsplatz ein angenehmes Klima?



Die Menschen arbeiten gerne! Über 90% können sich mit ihrer Arbeit identifizieren, über 55% sogar sehr. Außerdem fühlen sich 85% an ihrem **Arbeitsplatz** wohl und eben so viele erhalten auch Anerkennung für ihre Leistung. Dennoch hat rund ein Drittel das Gefühl, dass auf ihre persönliche Lebenssituation im Alltag nur wenig bis gar nicht Rücksicht genommen wird und 15% fühlen sich an ihrem Arbeitsplatz nicht wohl. An fast 30% der Arbeitsplätze kommt auch „Mobbing“, also das Schikanieren oder Heruntermachen durch Vorgesetzte oder Kollegen, vor.



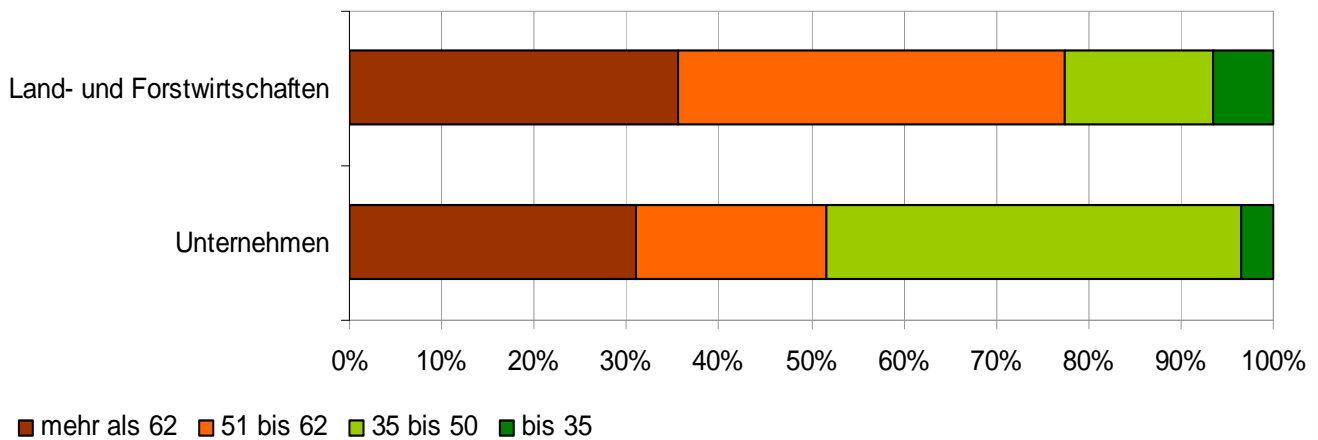
Sogar 100% der Lehrlinge haben eine **Lehrstelle** gefunden, die ihnen gefällt und immerhin rund 65% der SchülerInnen gehen gerne oder sehr gerne zur **Schule**, obwohl viele SchülerInnen und Lehrlinge den Druck am Ausbildungsplatz als groß bis sehr groß empfinden.

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 fast 60% der Beschäftigten! Dabei würden 82% von ihnen gerne in der Region arbeiten. Das heißt, fast 50% 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 vorherrschen.

Unternehmer können sich zwar weitgehend ihren Arbeitsplatz selbst aussuchen, arbeiten aber durchwegs zu viel, die Landwirte unter ihnen sogar noch etwas 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 (Visionen) 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:

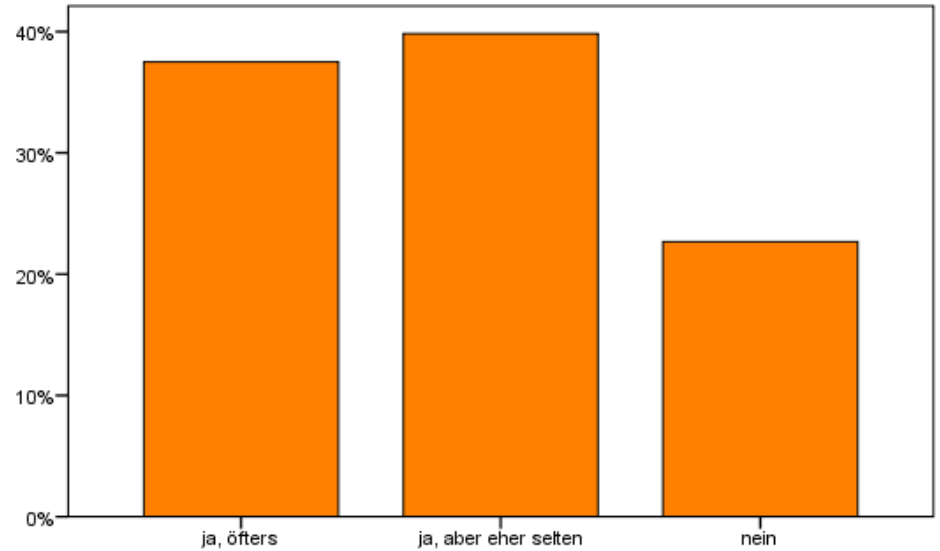
- ✓ Weiterbildung ist für die meisten Menschen ein Thema,
- ✓ Bildungsmaßnahmen könnten teilweise noch regelmäßiger und konsequenter durchgeführt werden.

Lebenslanges Lernen setzt sich durch: **Jährliche Weiterbildung** der MitarbeiterInnen ist für 75% der Unternehmer wichtig. Bei den Landwirten, die nur zu 20% auf die Weiterbildung ihrer MitarbeiterInnen achten, hat sich diese Einstellung noch nicht so weit durchgesetzt.

Dementsprechend unterstützen rund 60% der Unternehmer ihre Mitarbeiter immer in Form von Bildungsfreistellung, Ersatz von Kursgebühren oder ähnlichem und weitere 40% zumindest teilweise. Von den Mitarbeitern fühlen sich allerdings nur 30% dauerhaft unterstützt, insgesamt 65% fühlen sich von ihrem Unternehmen bei der Weiterbildung zumindest eher unterstützt.



Wenn wir den privaten und den beruflichen Bereich gesamt betrachten, so ist für knapp 80% der Menschen Weiterbildung ein Thema. Allerdings sind jene in der Mehrheit, die sich nur gelegentlich fortbilden, nur für ein gutes Drittel ist Fortbildung ein fixer Bestandteil ihres Lebens. Diejenigen, die sich nicht weiterbilden, geben zu mehr als 50% an, entweder zu alt zu sein oder keine Zeit zu haben.

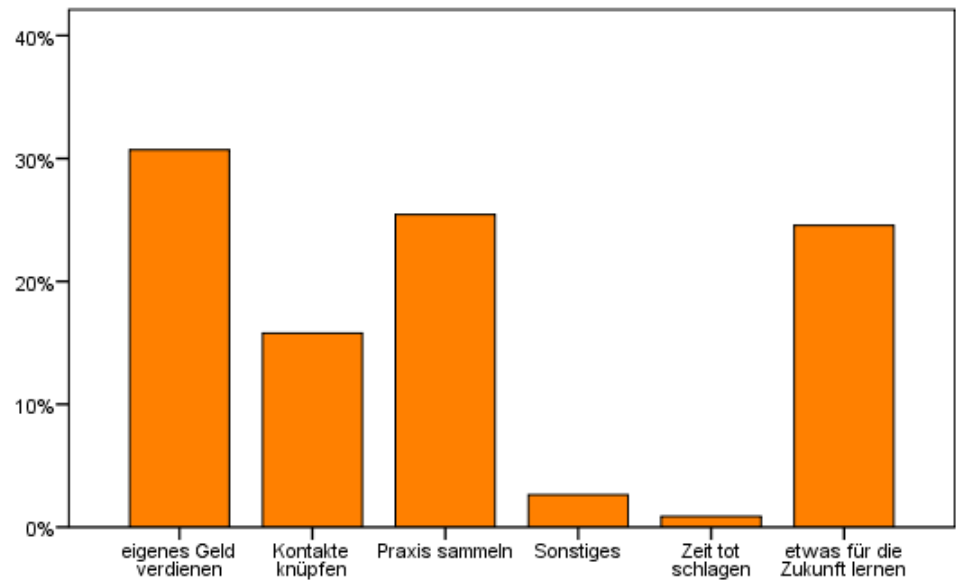


P.1. Bilden Sie sich weiter (sowohl privat als auch beruflich)?

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 Was ist dir bei einem Ferialjob wichtig?

Bei der Wahl eines **Ferialjobs** spielen mit rund 65% überwiegend zukunfts- und karriereorientierte Argumente eine Rolle, nur für rund 30% steht das Geld im Vordergrund. Allerdings ist die Suche nach einem Ferialjob nicht einfach, größtenteils müssen die Eltern behilflich sein. Schließlich vergeben

nur 10% der Unternehmen jährlich Ferialjobs und weitere 15% unregelmäßig. Rund 75% der Betriebe geben dem Praxissammeln der Jugend leider keine Chance.



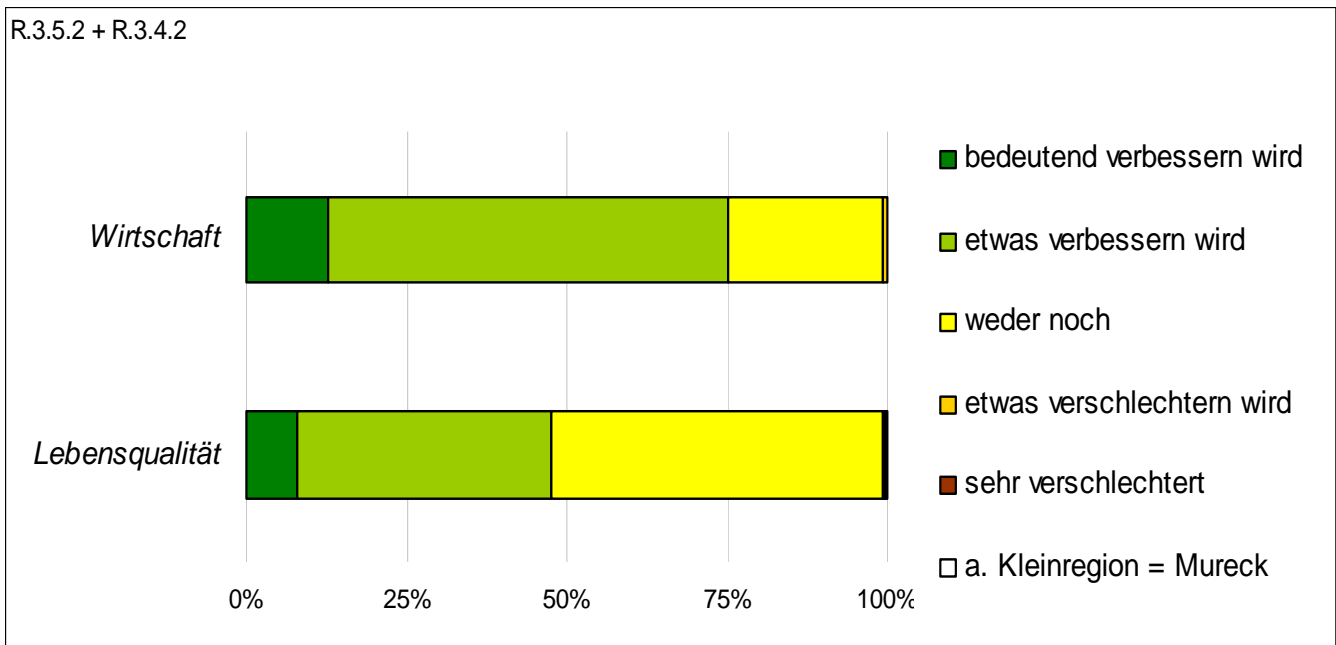


4. Regionale Positionierung

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 mit dem Vulkanland.

Das Vulkanland ist eine lebenswerte Region! 98% der Erwachsenen und eben so viele Jugendlichen leben gerne im Steirischen Vulkanland. Zudem glauben 75% der Erwachsenen, dass sich ihre wirtschaftliche Situation durch das Vulkanland weiter verbessern wird. Auch rund 30% der Unternehmer und 40% der Landwirte sehen ihre Marktchancen durch das Vulkanland steigen. Vor allem aber die Jugend glaubt an die Wirkung des Vulkanlands: 89% 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.



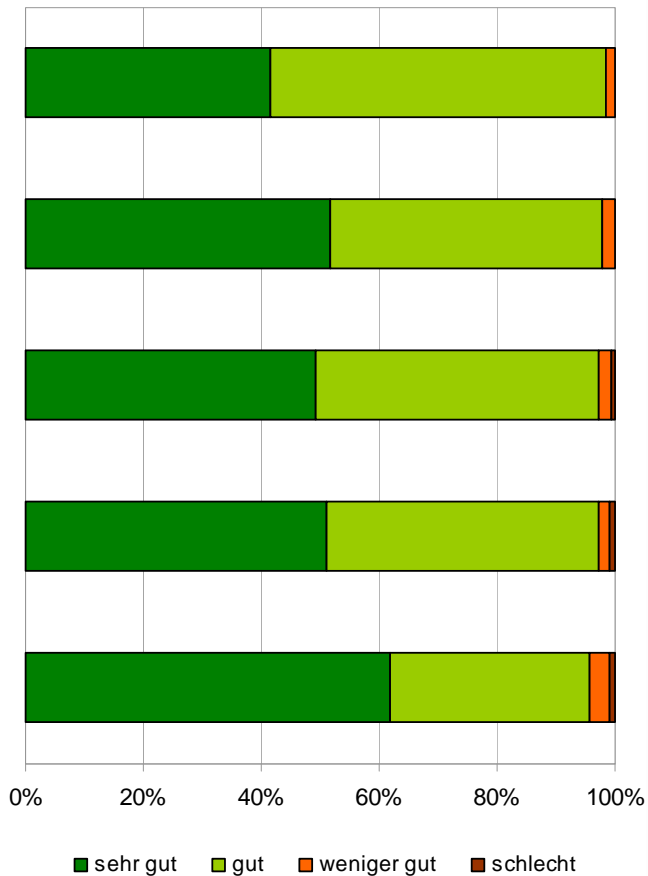
R.3.7.1 Das Steirische Vulkanland will eine „**innovative, lebenswerte Region**“ werden.
Empfinden Sie das als ...

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 ...



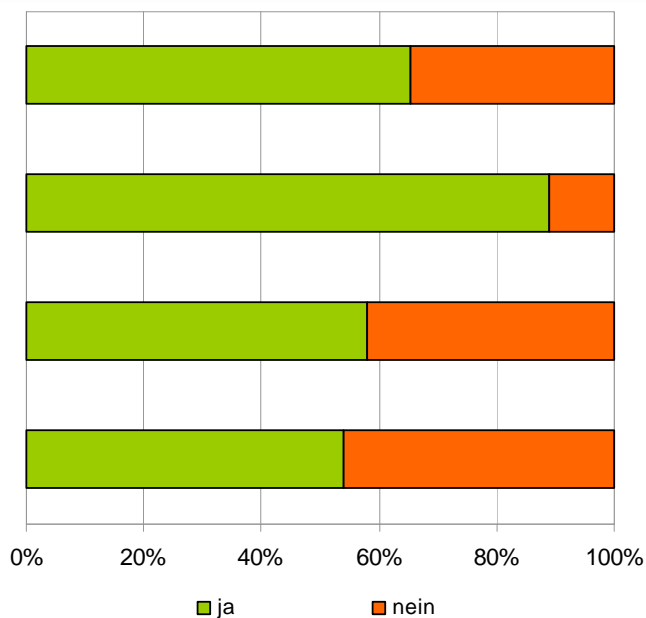
Dementsprechend hoch ist auch die Zustimmung zur **Zusammenarbeit** auf der Ebene der Kleinregion und vor allem des Vulkanlandes. Auch eine Zusammenarbeit mit anderen steirischen Regionen können sich viele gut vorstellen. Sobald es aber über die steirischen Grenzen hinausgeht, ins Südburgenland oder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

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?



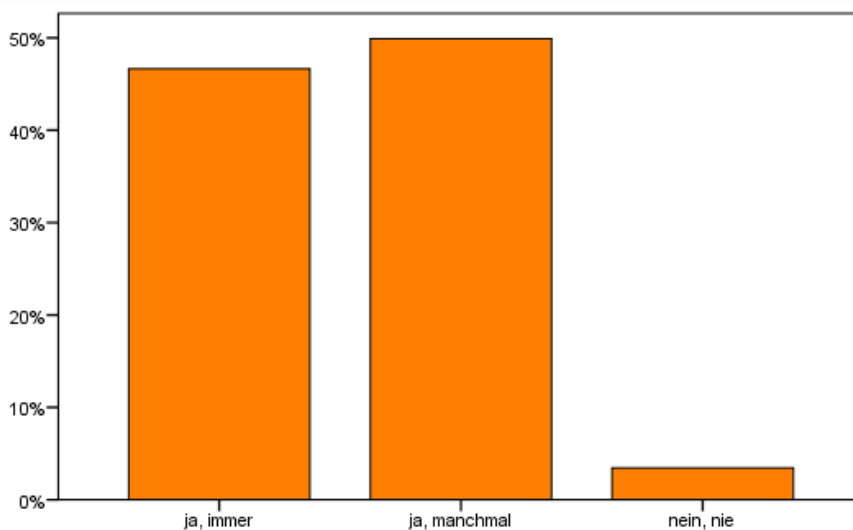


5. Regionalwirtschaft

5.1 Sicht der BürgerInnen

Aus Ihren Antworten gehen folgende Kernaussagen hervor:

- ✓ regionale Produkte sind im Trend,
- ✓ regionale Betriebe unterstützen statt Großbetriebe von außen ansiedeln,
- ✓ eine neue Festkultur macht sich bemerkbar.



70% der Befragten glauben, dass sie mit Ihren Konsumausgaben Arbeitsplätze schaffen, 45% der Befragten bevorzugen bereits konsequent **regionale Produkte** beim Einkauf. Wenn nun auch die restlichen 25%, die an die Kraft ihrer Kaufentscheidung glauben, konsequent regionale Produkte bevorzugen, kann damit die Regionalwirtschaft enorm gestärkt werden! Die Aussage von über 75%, 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 über 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 einigen Menschen am Herzen: Rund die Hälfte der Befragten sind für diese Variante.

5.2 Sicht der UnternehmerInnen

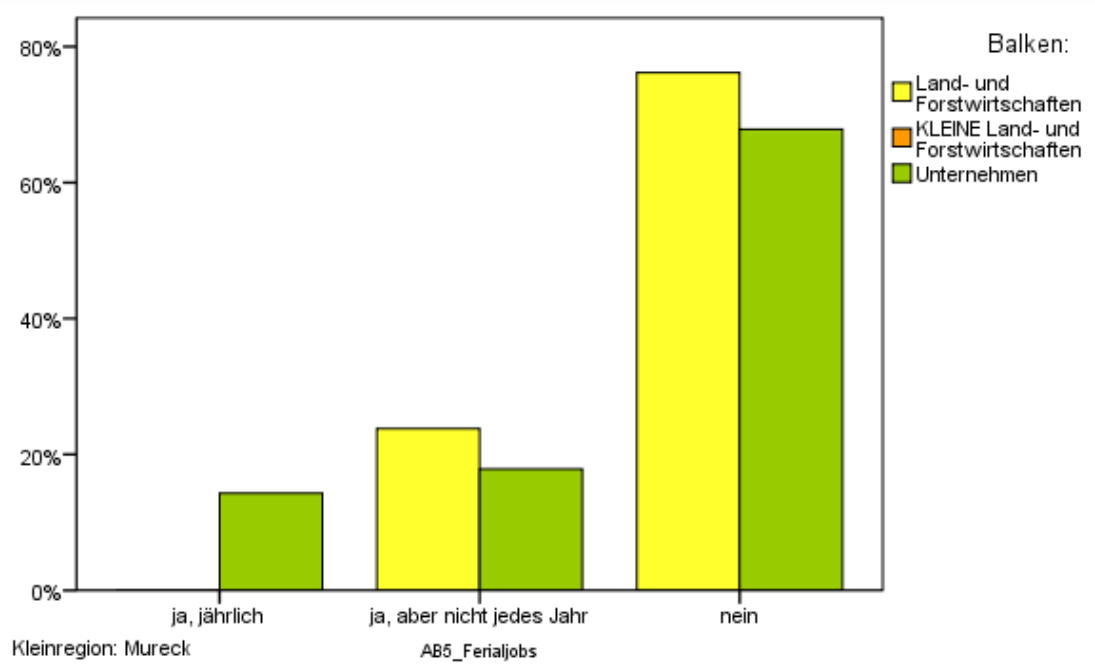
Aus Ihren Antworten gehen folgende Kernaussagen hervor:

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

Die regionalen Land- und Forstwirte schaffen **Arbeitsplätze!** Rund 30% der Unternehmen und über 10% der Land- und Forstwirtschaften haben in den letzten 8 Jahren MitarbeiterInnen aufgenommen, bei den Unternehmern waren es im Durchschnitt 10. Im selben Zeitraum

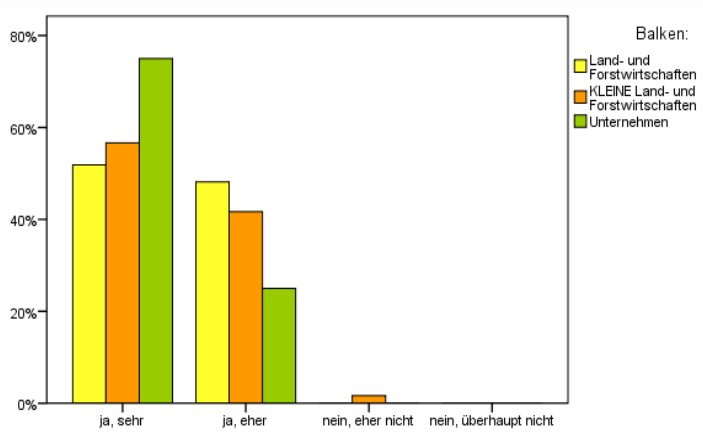


wurden durchschnittlich nur 3 MitarbeiterInnen abgebaut, so konnten also zahlreiche Arbeitsplätze geschaffen werden! Bei der Hälfte der Unternehmen und über 90% der land- und forstwirtschaftlichen Betriebe ist der Mitarbeiterstand gleich geblieben.

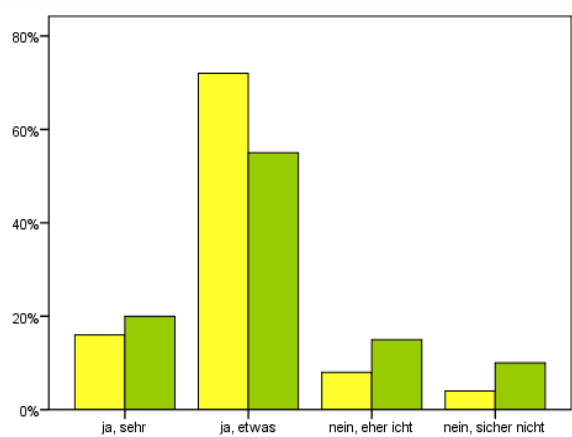


AB.5. Vergeben Sie regelmäßig Ferialjobs bzw. Praktikantenstellen?

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. Auch bei Betriebsausflügen wird von nur 15% der Unternehmen regelmäßig das regionale Angebot genutzt.

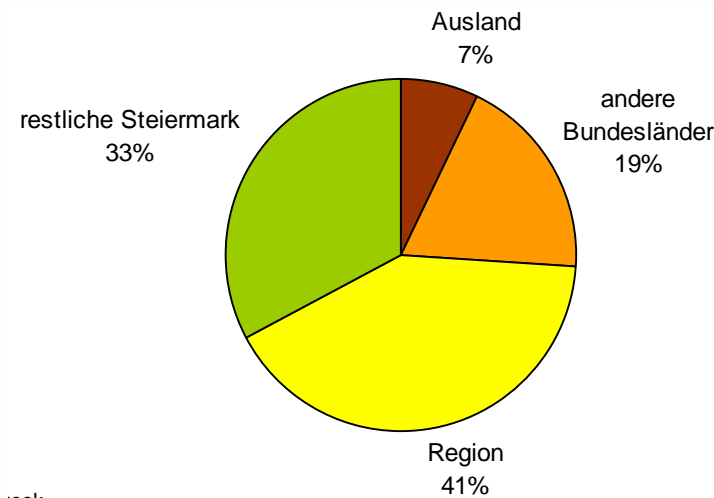


BW.6. Ist es für Sie wichtig, dass das Bewusstsein für die Regionalwirtschaft gestärkt wird, und dass dadurch Menschen aus der Region verstärkt vor Ort einkaufen?



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





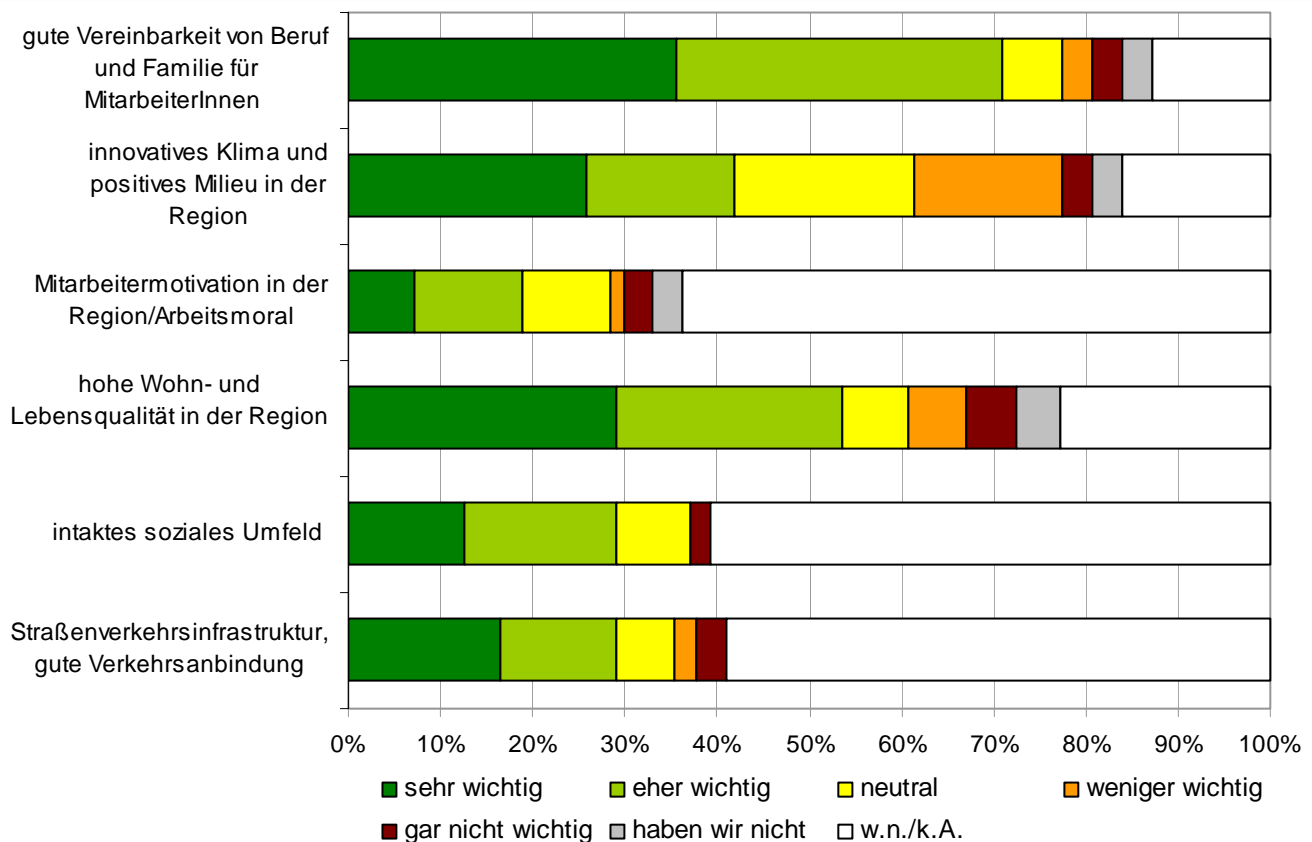
Dennoch wird bereits fast die Hälfte des Umsatzes in der Region gemacht, der Export macht nur 7% aus und ist somit für die regionalen Unternehmen kaum von Bedeutung. Die Unternehmer könnten hingegen beim Einkauf durchaus noch mehr Rohstoffe und Vorprodukte aus der Region beziehen, sie begründen ihren 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 Vereinbarkeit von Familie und Beruf sind die wichtigsten Standortfaktoren



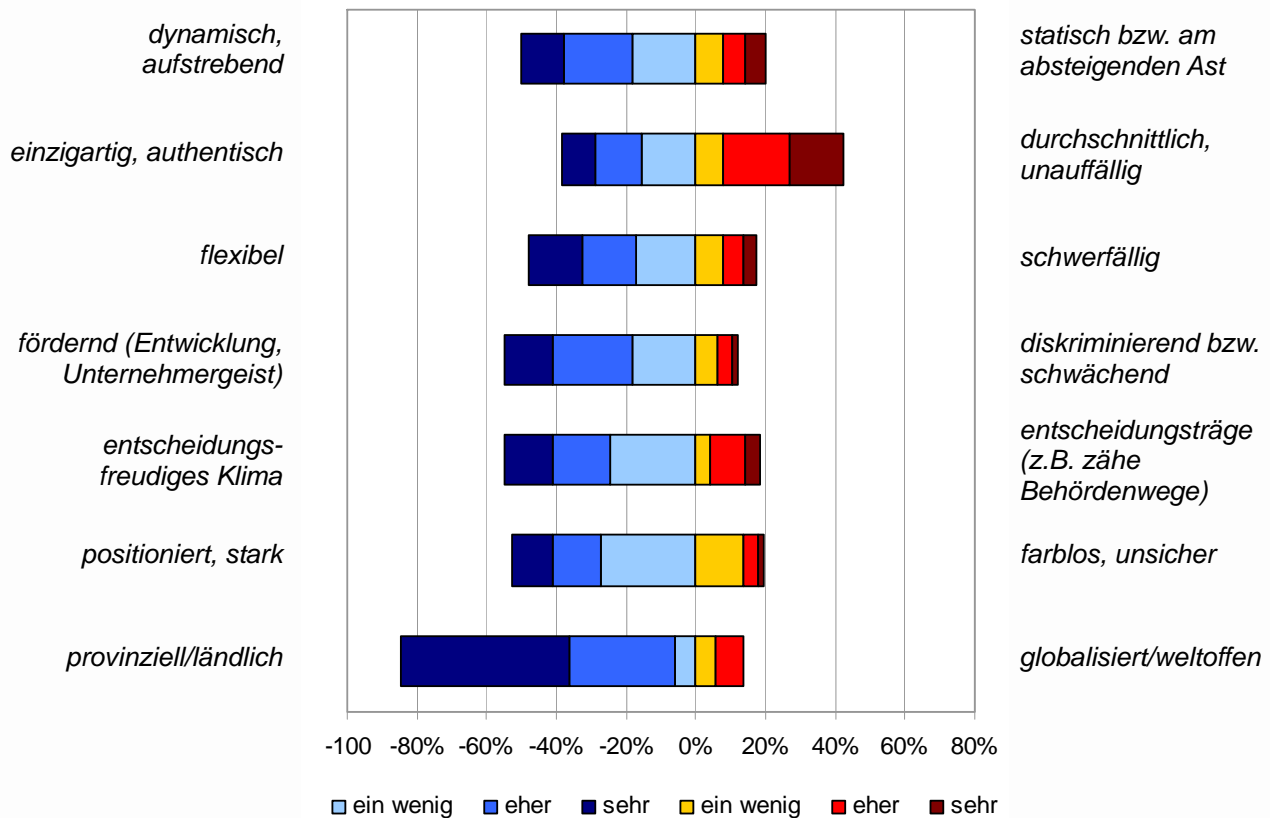
BG.4. Welche Standortfaktoren sind für Ihren Betrieb (falls vorhanden) derzeit besonders wichtig? (Auswahl)



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.

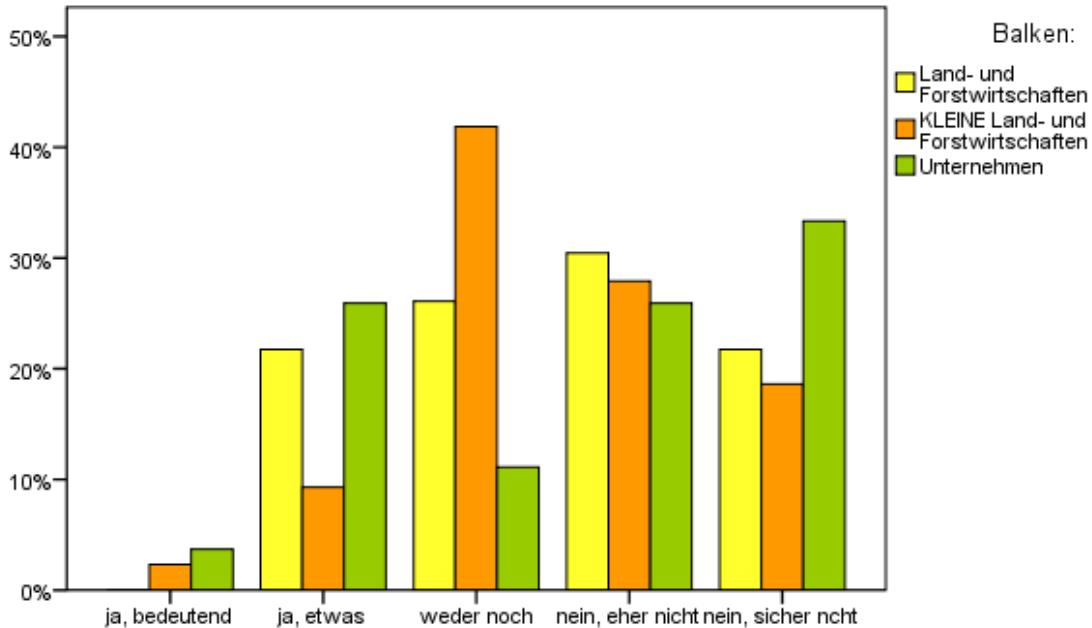
Die Institutionen, mit denen die landwirtschaftlichen und gewerblichen UnternehmerInnen gut und regelmäßig **zusammenarbeiten**, sind vor allem die jeweilige Gemeinde und die Kammern, bei den Landwirten kommt noch der Maschinenring hinzu.



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 bereits ein Viertel der Unternehmer an die positive Wirkung des Steirischen Vulkanlandes auf ihren Standort glaubt und die Themen Einzigartigkeit und Authentizität im Zentrum der Positionierung des Vulkanlandes stehen, dürfte sich auch dieser Wert in Zukunft wesentlich verbessern.



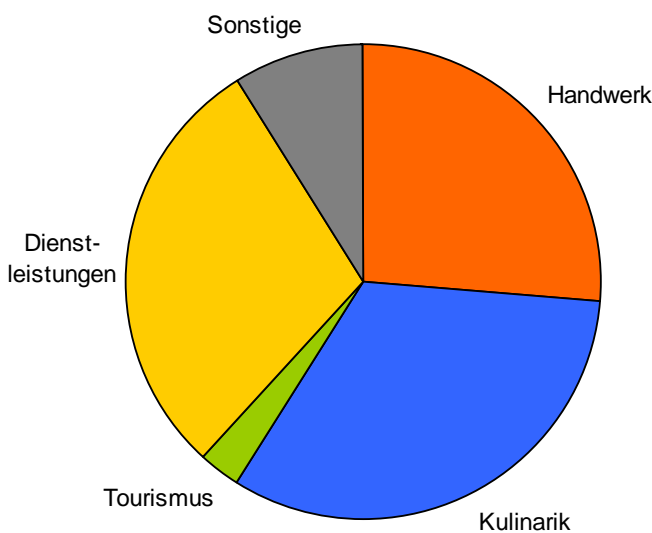
BR.2.2 Ist in Ihren Augen Ihr Betrieb/Ihr Standort durch das Steirische Vulkanland im Wert gestiegen?

6. Unternehmen

6.1 Unsere Betriebe

Aus Ihren Antworten gehen folgende Kernaussagen hervor:

- ✓ die meisten Betriebe sind in der Gastronomie tätig, gefolgt vom Handel und den Nahrungs- und Genussmittelherstellern,
- ✓ den Unternehmen geht es größtenteils sehr gut.

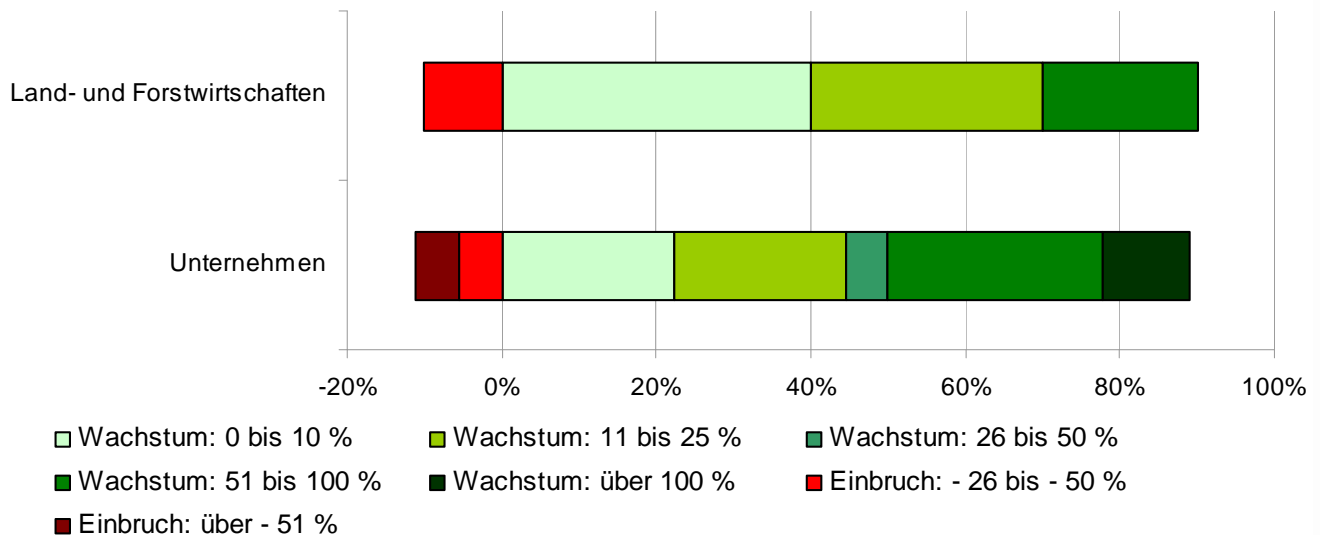


Die größte Zahl der Betriebe ordnet sich der Kulinarik zu, hier dominiert vor allem die Gastronomie. Den zweitgrößten Bereich stellen die Dienstleistungen, unter ihnen gehören viele zum Handel. Die wichtigsten Handwerksbereiche sind Tischler, Stahlbau/Spengler und Kfz.

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



Erfreulich ist, dass die meisten Unternehmen in den letzten 7 Jahren **Umsatzzuwächse** verzeichnen konnten, über 40% sogar mehr als 25% (Zuwachs). Auch die land- und forstwirtschaftlichen Betriebe konnten sehr stark zulegen, wenn auch nicht im selben Ausmaß wie die anderen Unternehmen. Nur rund 10% der Land- und Forstwirtschaften sowie der anderen Unternehmen hatte mit Umsatzeinbußen zu kämpfen.



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 gehen folgende Kernaussagen hervor:

- ✓ Qualität und Kundenorientierung stehen im Mittelpunkt,
- ✓ es herrscht ein angenehmes, kooperatives Wirtschaftsklima,
- ✓ Zusammenarbeit und Konzentration auf die Region sind die Themen der Zukunft,
- ✓ ein Viertel der landwirtschaftlichen Kleinbetriebe steht vor der Betriebsstilllegung.

Die Unternehmer sehen ihre **Stärken** vor allem in drei Bereichen: in der Qualität, in der Kundennähe/im persönlichen Bezug zum Kunden, sowie in der flexiblen und innovativen 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 über 60% 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, obwohl die Mehrheit glaubt, das „Wirtschaftssystem“ teilweise mitgestalten zu können. Ansonsten ist der Großteil der Betriebe für Innovationen offen und setzt 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 Betrieb 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

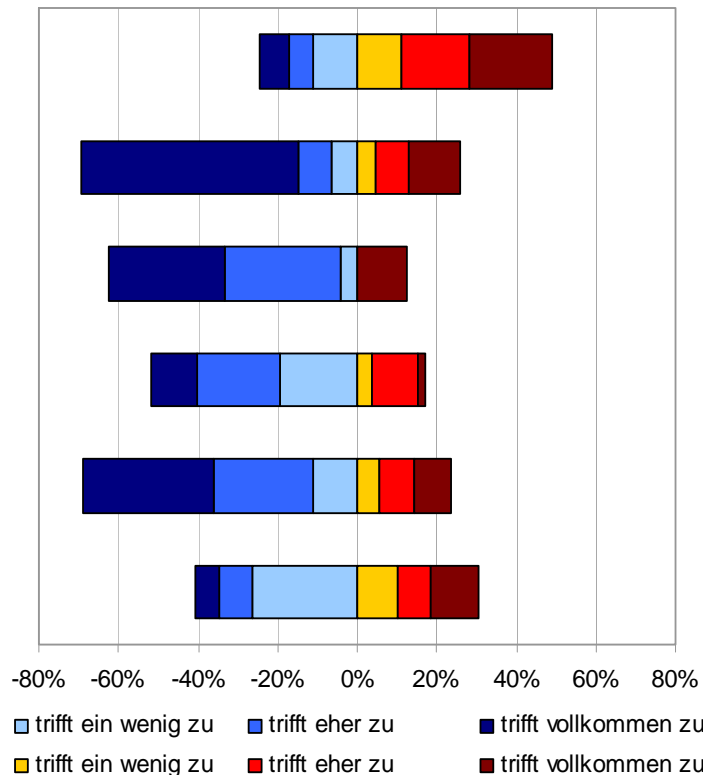
erneuerbare Energie aus der Region sollten konkurrenzfähig sein

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 hochwertigen Rohstoffen werden hochqualitative Innovationen entwickelt, rund die Hälfte der Befragten will expandieren. Wer mit seinen Produkten die Staatsgrenzen überschreitet, sieht seine Chancen ausschließlich im „Osten“. Und: die laut Kap. 3.2 mehrheitlich Burnout gefährdeten 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

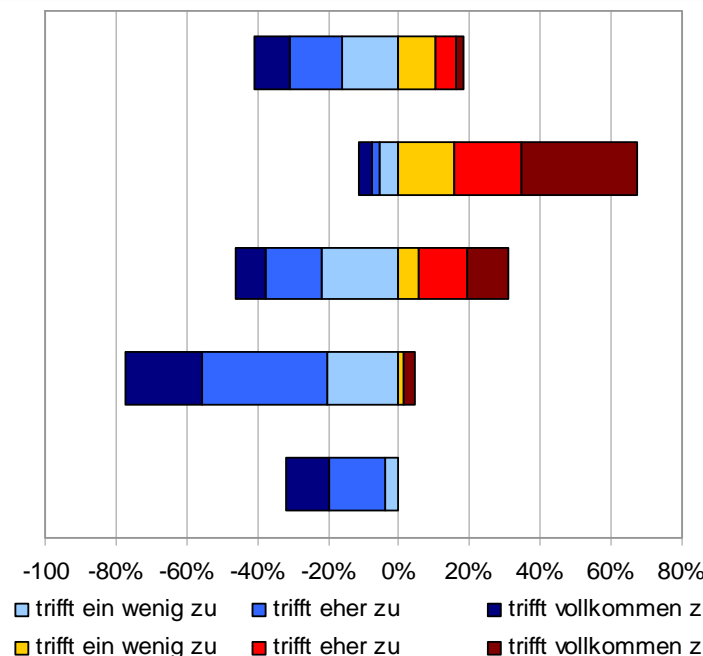
wir werden verstärkt in Maschinen und Anlagen investieren

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. Dabei sind gerade die Kleinbetriebe für nachhaltige Bewirtschaftungsformen offen, Experimente mit neuen Kulturen überlassen sie aber eher den Großbetrieben. Beides wird ihre Ertragschancen in Zukunft am steigenden Regionalmarkt mit Direktabsatz wesentlich verbessern.

7. Energie

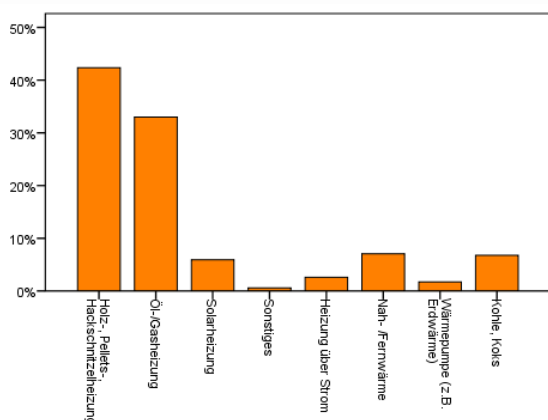
Die Energievision des Steirischen Vulkanlands lautet: 100% Selbstversorgung mit erneuerbarer Energie aus der Region. Das heißt, es werden 100% der Wärme, 100% des Treibstoffes für unsere Mobilität und 100% der nötigen Elektrizität umweltfreundlich im Steirischen Vulkanland erzeugt. Dabei gilt es vor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

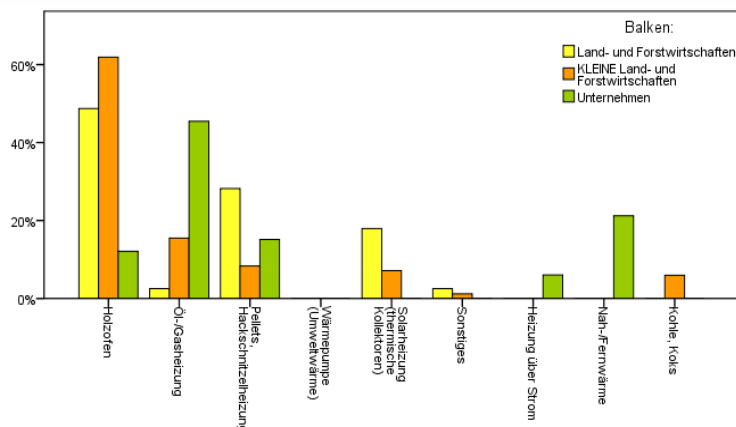
7.1 Heizung

Aus Ihren Antworten gehen folgende Kernaussagen hervor:

- ✓ Holz und Öl sind mit Abstand die wichtigsten Brennstoffe,
- ✓ die Bereitschaft zur Umstellung der Ölheizungen 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. (Erwachsene) Welche Heizsysteme haben Sie in Gebrauch?



BE.3. Welche Heizsysteme haben Sie in Gebrauch?



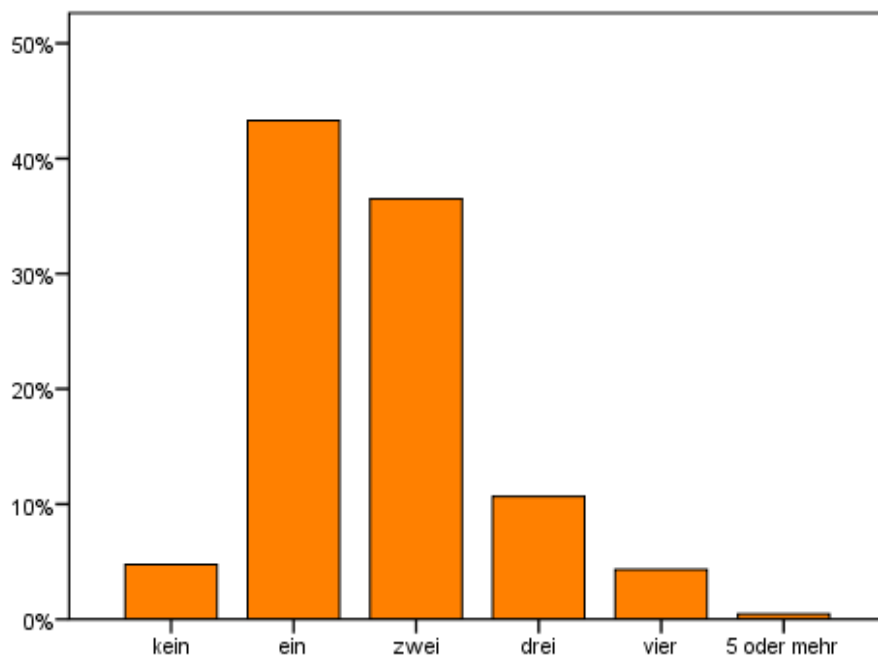
Insgesamt wird am Meisten mit Holz **geheizt**, dicht gefolgt von einem nach wie vor sehr hohen Anteil an Ölheizungen. Hier gehen die landwirtschaftlichen Betriebe mit gutem Beispiel voran und verwenden statt Öl fast nur Stückholz, Pellets und Solarheizungen. Bei einem entsprechenden Angebot würden die Privathaushalte allerdings schnell aufholen: Jene, die noch nicht mit erneuerbarer Energie heizen, würden zu 50% innerhalb der nächsten 3 Jahre auf erneuerbare Energie umstellen, in 10 Jahren wären rund 85% der Haushalte mit erneuerbarer Energie beheizt. Aber auch die Betriebe wären unter diesen Bedingungen in 10 Jahren zu rund 90% umgestellt.

Nicht zufällig haben sämtliche Unternehmer die letzte **energetische Sanierung** erst vor kurzem durchgeführt – schließlich fällt ihnen das enorme Energiesparpotential in der Bilanz konkret auf. So haben 100% der Betriebe ihre letzte Sanierung nach dem Jahr 2000 durchgeführt! Die Privathaushalte liegen mit ihrer letzten Sanierung nur zu knapp 40% in diesem Jahrtausend, zudem 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 auch die eventuell geplante Anschaffung einer sehr energieintensiven **Klimaanlage** eingespart werden, die aber für rund 90% der Privathaushalte und eben so viele Unternehmer ohnehin kein Thema ist.

7.2 Fuhrpark

Aus Ihren Antworten gehen folgende Kernaussagen hervor:

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



Ein großer Anteil der Energie fließt in die **Mobilität**, es gibt bereits annähernd so viele Haushalte mit zwei PKW als mit „nur“ einem. 15% der Haushalte haben sogar drei oder mehr PKW. Allerdings wären über 70% der Befragten bei einem entsprechenden Angebot bereit, ihr Auto in den nächsten fünf Jahren auf erneuerbare Energie umzustellen, in 10 Jahren könnten sogar 85% der Autos mit erneuerbarer Energie betrieben werden.

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

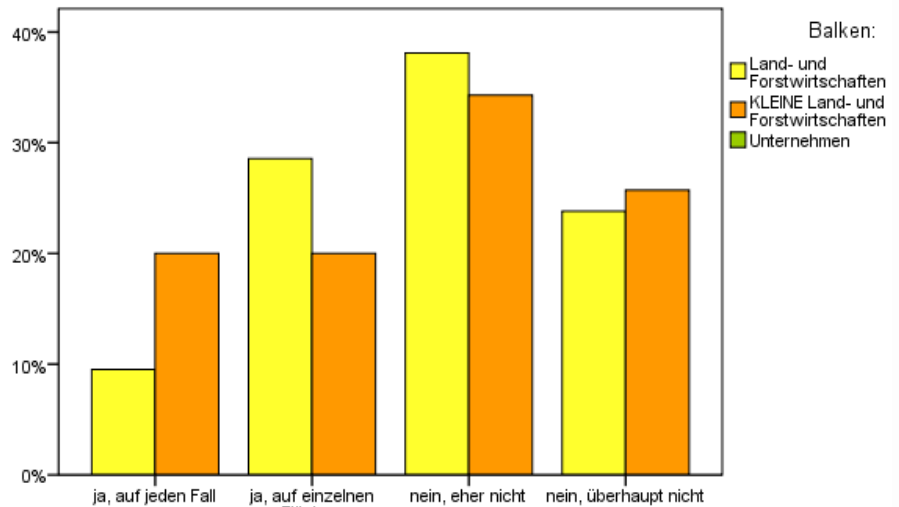


7.3 Landwirtschaft

Aus Ihren Antworten gehen folgende Kernaussagen hervor:

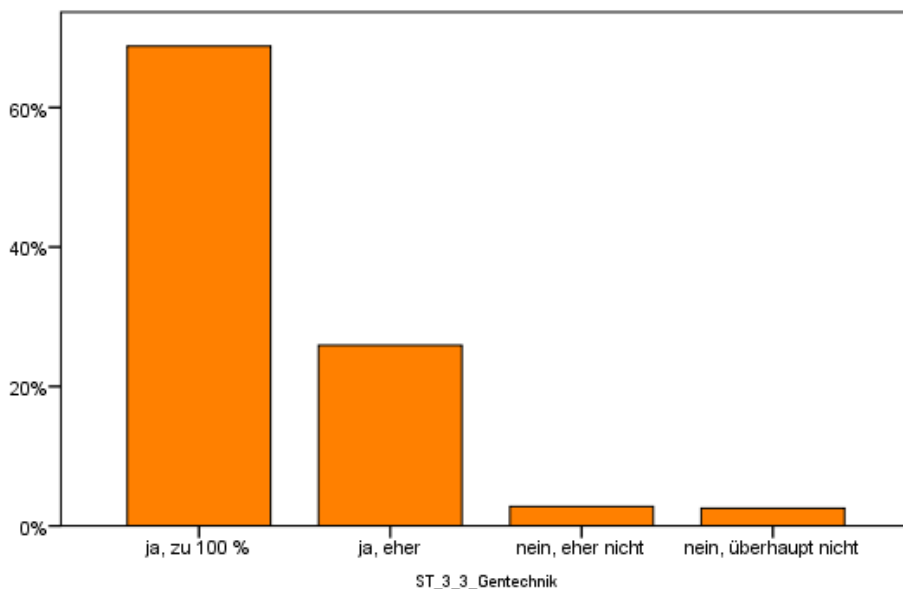
- ✓ die Landwirtschaft wird zum regionalen Energieversorger
- ✓ Humusqualität wird entscheidender Qualitätsfaktor
- ✓ die Menschen wünschen sich eine gentechnikfreie Region Vulkanland

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 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 rund 95% der Landwirte, dass die **Humusqualität** auf ihren Feldern zum entscheidenden Ertragsfaktor wird.



Kleinregion: Mureck

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

Fast 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 Vulkanlands 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 Deutsch Goritz, Eichfeld, Gosdorf, Mureck, Murfeld, Ratschendorf und Weinburg am Saßbach, sowie deren Bürgermeisterinnen und 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.