



EXPEDITION Heimat



expedition_heimat

PROJEKTBERICHT
2017-2019

Mit Unterstützung von Bund, Land und Europäischer Union

 Bundesministerium
Nachhaltigkeit und
Tourismus


LE 14-20
Entwicklung für den Ländlichen Raum

 Das Land
Steiermark
→ Regionen



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



Inhalt

Ausgangspunkt

Themenfelder

Seite **3**

expedition_heimat#1

Mobilität | Vereine | Bauern & Landwirtschaft

Seite **5**

expedition_heimat#2

Wildnis | Handwerk | Agenda Hieflau 2030

Seite **11**

expedition_heimat#3

Regionalpolitik | Denkwerkstatt 1-3

Seite **17**

Zusammenfassung

Seite **21**

Teilnehmer

Seite **22**

Danksagung & Impressum

Best Practice | Literaturhinweise

Seite **23**

VORBEMERKUNGEN

expedition_heimat war ein auf drei Jahre angelegtes Projekt (2017-2019), das darauf zielte, den heimatlichen Identitätsraum des Gesäuses zu erkunden und Szenarien für dessen Zukunft zu entwickeln – mit und durch die Menschen vor Ort und den politischen Verantwortungsträgern.

AUSGANGSPUNKT

Der in jüngerer Zeit wieder vieldiskutierte Heimatbegriff spielt in den Berggebieten eine besonders wichtige Rolle: durch ihn bzw. durch lokal- und regionalspezifische Heimatbilder und deren Geschichte werden regionale Identitätskonzepte wesentlich geprägt. Da diese wiederum den Rahmen für Zukunftshorizonte soziokultureller Entwicklungsprozesse wesentlich bestimmen ist eine reflexive Auseinandersetzung mit ihnen von großer Bedeutung und Bedingung dafür, dass die Auseinandersetzung mit den Herausforderungen einer global vernetzten Welt weder zum Verlust der eigenen Identität, noch zur Abschottung gegenüber Veränderungsmöglichkeiten führen, die eine Stärkung der lokalen und regionalen Identität im Sinne ihrer Bewahrung durch Offenheit für Wandel führen.

Expedition_heimat zielte vor diesem Hintergrund darauf, erfolgreiche Regionalentwicklung und die effektive Nutzung von kulturellen wie ökonomischen Ressourcen im Zusammenspiel der etablierten Strukturen – Gemeinden, Nationalpark, Vereine, Tourismusverband etc. – durch die Schaffung effektiver Resonanzräume zu befördern. Auf diese Weise sollten auf lokaler und regionaler Ebene gemeinsam landschaftliche, soziokulturelle und ökonomische Potentiale erkannt und Ideen für deren zukünftige Entwicklung erarbeitet werden.

In den ersten beiden Jahren der Projektlaufzeit wurden an je drei Tagen thematische Wanderungen durchgeführt, bei denen jeweils unterschiedliche Stakeholder der Region unter einem Motto zusammenkamen und gehend die entsprechende Thematik mit Blick auf wünschenswerte Zukunftsentwicklungen erörterten; dazu gehörten

– MOBILITÄT

– LANDWIRTSCHAFT

– WILDNIS

– VEREINE

– WERTSCHÖPFUNG

– ORTSENTWICKLUNG

HEIMAT IST NICHT DA ODER DORT.
HEIMAT IST IN DIR DRINNEN,
ODER NIRGENDS.

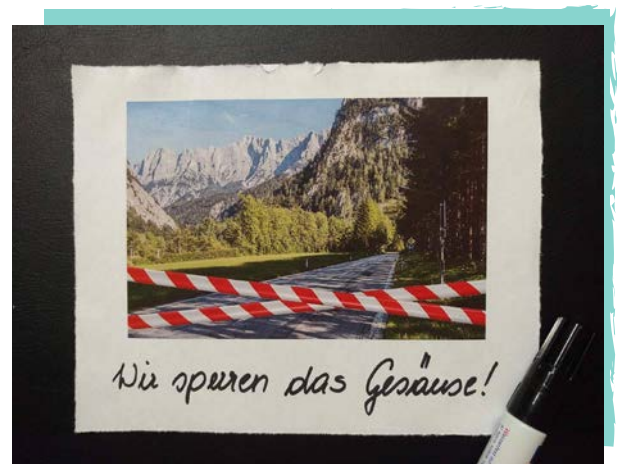
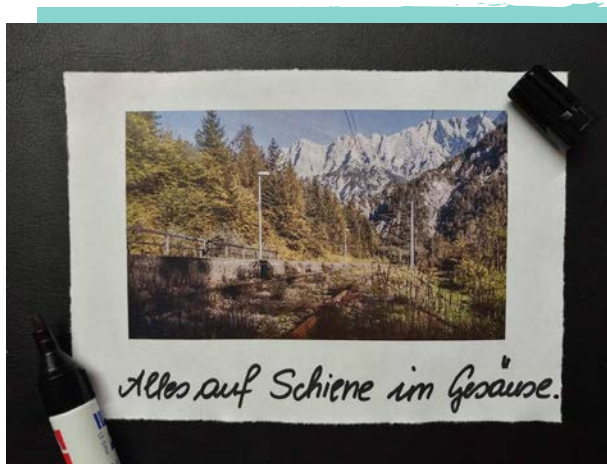
- HERMANN HESSE

expedition_heimat#1

ADMONT | JOHNSBACH | LANDL
22.-24.09.2017

Mobilität

Mobilität ist in Berggebieten ein Standardthema – und eine zentrale Herausforderung. Im Zuge der expedition_heimat ging es hauptsächlich aber nicht um die üblichen Themen wie öffentlicher Personennahverkehr, Belastung durch Transit oder Urlauberverkehr oder Ausbau von Straßen auch in abgelegene Gebiete. Wichtiger war zum einen die Frage, wie können diejenigen, die das Gesäuse zu Ausbildungszwecken verlassen, zur Rückkehr motiviert werden? Zudem wurde eine andere, für die Region Gesäuse besondere Frage diskutiert: wie können Berufspendler, die in den diversen Klein- und Mittelunternehmen der Region arbeiten aber dort bislang nicht wohnen, zum Zuzug bewegt werden?



Abbildungen: Ein Flughafen für Admont? Eine gesperrte Gesäusestraße? Polarisierende Szenarien sollten die Facebookuser im Zuge der Veranstaltungsbewerbung zum Nachdenken, diskutieren und vor allem zum Teilnehmen an der Veranstaltung anregen.

PROJEKTIDEE

Ein Netzwerk für abgewanderte Menschen aus dem Gesäuse z.B. nach dem Vorbild von **Südstern** in Graz und Wien (www.suedstern.org).

Promo-Tour „**Leben im Gesäuse**“ und „**new highlander-Agentur**“ für die Gewinnung neuer Bewohner für die Region (www.uibk.ac.at/newsroom/die-alpen-zwischen-veroedung-und-gentrifizierung.html.de).

Vereine

Vertreterinnen unterschiedlicher Vereine diskutierten, welche Rolle die Vereine als Träger des gesellschaftlichen Miteinanders spielen können. Konsens herrschte dazu, dass Vereine unverzichtbar in der konkreten Gestaltung des sozialen Miteinanders sind und elementare Leistungen für das Gemeinwesen erbringen. Zugleich aber sind Vereine auf das freiwillige Engagement ihrer Mitglieder angewiesen und zuweilen auch auf die Unterstützung der öffentlichen Hand. Und – sie dürfen nicht zu „Reparaturdienstleistern“ werden für die Übernahme von Aufgaben, die eigentlich den öffentlichen Einrichtungen obliegen. Hier wurde Unmut geäußert – und es entstand die Idee, dass die Vereine gemeinsam agieren sollten mit Blick darauf, wie die Bedeutung des Vereinswesens öffentlich markiert werden kann. Zugleich wurde darauf verwiesen, dass die Thematik „Abwanderung“ gerade auch für Vereine ein wesentliches Problem darstellt, da sie den Nachwuchs verlieren.

PROJEKTIDEE

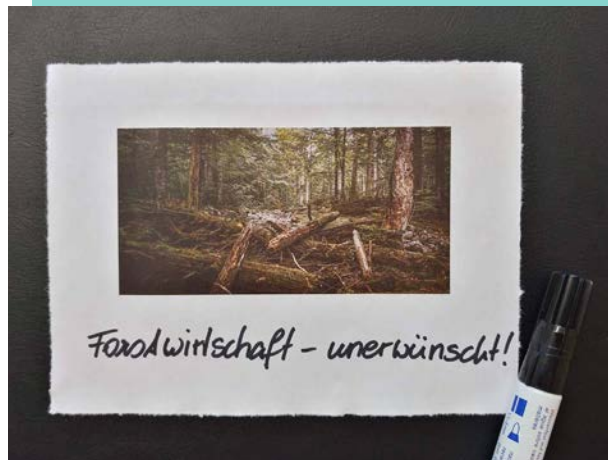
Flashmob der Vereine **„Wir sind Heimat“**; gemeinsames Auftreten der Vereine, zB gemeinsames Fest aller regionalen Vereine

Bauern & Landwirtschaft

Zu diesem Themenfeld wurde die Situation der regionalen Bauernschaft diskutiert und insbesondere die Frage verhandelt, wie der Anteil regionaler Produkte im regionalen Konsum gesteigert werden kann (bei der Bevölkerung gibt es übrigens ein weit größeres Potential als bei den Gästen!). Neben Maßnahmen zur Steigerung der Wertschätzung bäuerlicher Leistungen für die Region durch Informations- und Bildungsangebote auf den Höfen (wurde



Abbildungen: Was wenn es keine Freiwilligen mehr gibt. Eine Frage, die zu Diskussionen anregte.



Abbildungen: Was sind uns unsere Bauern wert? Und wie können wir sie unterstützen. Um diese Frage dreht sich Tag 3.

das Thema regionale Verarbeitung und Vermarktung diskutiert – und der Bedarf an einer entsprechenden Vernetzung der Betriebe und Entwicklung einer geeigneten Infrastruktur (Verarbeitung und Vertrieb) und einer entsprechend kommunizierten Regionalmarke (Heimatprodukt) geäußert. Als Ergänzung zur großen Genossenschaft (Landgenossenschaft Ennstal) kann es Sinn machen, wenn sich einige wenige Bauern mit Spezialitäten in neuen kleinen Genossenschaften (Produktion, lokaler Vertrieb) zusammenschließen (Verantwortung und Risiko teilen, Ideen und Kräfte vereinen).

PROJEKTIDEE

- Netzwerk „**Entdecke lokale Produzenten**“/ „**Landwirtschaft vermitteln**“ (ggf. mit der Fachschule Grabnerhof) für eine systematische Information und Sensibilisierung der lokalen/regionalen Bevölkerung für die Bedeutung der regionalen Landwirtschaft als Produzenten und Kulturlandschaftsträger.
- Gründung einer **Regionalgenossenschaft Gesäuse**, in dem Zusammenhang als erster Schritt Exkursion zum Kennenlernen von ähnlichen Initiativen. Beispiel: www.kaslabn.at

Rahmenprogramm der expedition_heimat #1

- Paulus Hochgatterer las aus seinen Büchern mit Gesäuse-Bezug. Bei der Veranstaltung wurden Spenden für das Wohnhaus der pro Juventute in Johnsbach gesammelt.
- Public Viewing „Heimatleuchten“ (Film von Servus TV über Persönlichkeiten aus dem Gesäuse)
- Vortrag von Roman Schmidt (Impulsgeber, Motivator, Bierbrauer und Multitalent aus dem Vulkanland).

Eindrücke aus drei Tagen...



THEMA : MOBILITÄT



THEMA : BAUERN



THEMA : VEREINE



VORTRAG ROMAN SCHMIDT & PAULUS HOCHGATTERER

DIE HEIMAT IST JA NIE SCHÖNER, ALS WENN MAN
IN DER FREMDE VON IHR SPRICHT.

-HORST WOLFRAM GEISSLER

expedition_heimat#2

JOHNSBACH | ST. GALLEN | HIEFLAU
5.-7.10.2018

Wildnis und Kulturlandschaft

Beim Gang durch wegloses Gelände und „gelassene/wiedergelassene“ Natur stand die Frage im Zentrum, welche Bedeutung Wildnis heute für uns hat und warum die Mischung aus Faszination und Bedrohung des unkontrollierten Werdens für viele Menschen so reizvoll ist: Ist es die Gegenwelt zum kontrollierten Alltag und vermittelt sich hier eine Hoffnung, dass auch für das eigene Leben Gelassenheit und weniger Kontrolle eine stärkere Rolle spielen könnte? Diskutiert wurde aber auch, wie die konkreten Folgen dieser Faszination – Stichwort Outdoor-Boom – für die realen Wildnisräume zu bewerten sind, wie Konflikte zwischen Naturschutz und Freizeitnutzung in Wildnisarealen gehandelt werden können und wie im Nationalpark mit dem Spannungsfeld zwischen der Zulassung einer unvermittelten Wildniserfahrung und den Zielen einer aufmerksamkeitslenkenden Naturvermittlung produktiv umgegangen werden kann – und welche Rolle dem Nationalpark dabei zukommen kann.



Abbildungen: Was bezeichnen wir als Wildnis? Und ist „echte“ Wildnis überhaupt noch erwünscht? Auch 2018 wurde über Facebook polarisiert. Ob's gefällt oder nicht, mitreden war hier gefragt.

Gestaltung. Der Welt Form geben.

Am zweiten Tag stand im Kontrast dazu die Kultur im Vordergrund, genauer die regionale Handwerkskultur und deren Potential, durch neue Komplizenschaften mit zeitgenössischen Gestaltern ein impulsstiftendes Milieu zu schaffen. Es wurde dabei ausgelotet, wie neue Lebens- und Arbeitsformen – Mehrheimischkeit, digitale Arbeitsstrukturen und die damit verbundene Entkoppelung und Arbeits- und Lebensort – zu einem Klima der Zukunftsoffenheit und des Aufbruchs in der Region führen können. Zugleich wurde auch gefragt, welche Anreize aus der Region heraus gesetzt werden könnten, um eine solche Entwicklung zu befördern.

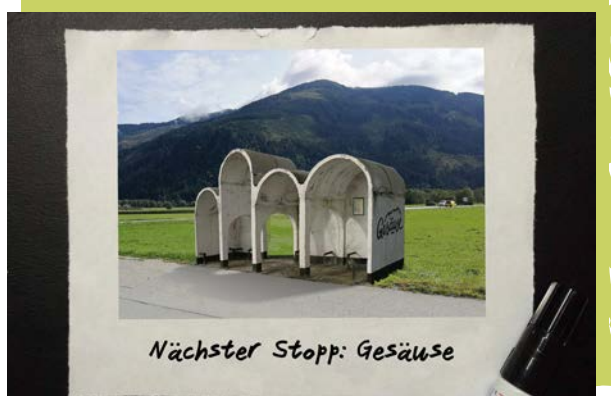


Abb: Wie entwickeln wir uns in der Region? Welche Rolle spielt dabei Gestaltung? Design ist ein Thema, bei dem jeder eine Meinung hat. Also wurde via Facebook auch danach gefragt.

Agenda Hieflau 2030. Modelle für die Zukunft

Im Zuge einer Ortsbegehung von Hieflau – als einem Beispiel für stark abwanderungsgeprägte Gemeinden – wurde der Frage nachgegangen, wie der Ort sich ein neues, motivierendes „Narrativ“ - also eine zukunftsgerichtete, positiv gefärbte Erzählung – geben und damit gerade auch für die junge Generation und mögliche Neubürger_innen Motivationen zur Entwicklung des Ortes auslösen kann. Dazu wurden einige Beispiele für gestalterische Maßnahmen diskutiert, die im Vorfeld von Studierenden der TU Graz im Frühjahr entwickelt worden waren.



Abb: Wie wird wohl unser Hieflau 2030 aussehen? Metropole oder ein grüner Fleck auf der Karte? Mehr Gedanken haben sich die Studenten der TU Graz gemacht. Die Fotos sollten dazu anregen, sich die Ideen anzuhören und mitzureden.

PROJEKTIDEE:

Partizipative Entwicklung einer konkreten Vision für ein lebendiges und lebenswertes Hieflau, Verkehrsberuhigung und Neugestaltung des Dorfplatzes als attraktive und belebte Mitte des Ortes; Schaffung von neuen Freizeitangeboten; Nutzung von Leerstand als Quartier für kultur- und kreativwirtschaftliche start up-Projekte und als Innovationshub (Co-Working Space etc.).

Rahmenprogramm der expedition_heimat #2

Heimat_Los: unter Leitung von Ass. Prof. Wolfgang Dokonal haben Studierende der Universität Graz, Institut für Städtebau, eine Woche (23.-27. April) in Hieflau verbracht und dabei Ideen für eine ganzheitliche Ortsentwicklung erörtert. Am 23. Juni wurden die Ideen der Bevölkerung vorgestellt und diskutiert. Bis Ende September waren die Entwürfe der Studierenden im Hieflauer Schneckenhaus dann ausgestellt.



EXPEDITION_HEIMAT#2

WEITER. GEHEN.

Wir brauchen dich! Komm mit uns zur EXPEDITION_HEIMAT#2.
Wir wandern und diskutieren dabei über die Zukunft unserer
Region und wie wir leben wollen.

Freitag, 05.10.: Zum Verhältnis von Wildnis und Kulturlandschaft
Über bestoßene und verfallene Almen im Nationalpark
6 Stunden Gehzeit (teilweise anspruchsvolles Gelände)

Samstag, 06.10.: Der Welt Form geben. Ein Wandergespräch über Gestaltung
Wanderoute in St. Gallen (Teufelskirche und Spitzenbach) | 3 Stunden Gehzeit

Sonntag, 07.10.: Hieflau 2030. Modelle für die Zukunft
Eine Wanderung rund um Hieflau | 1,5 Stunden Gehzeit

Einführung zu den Themen und Moderation der Gespräche: Jens Badura

Teilnahme FREI. Gratis An- und Abreise mit dem Gesäuse Sammeltaxi (im Aktionsradius). Buchung erforderlich.
Programm und Anmeldung (begrenzte Teilnehmerzahl) für Veranstaltung und Taxi unter:
info@nationalpark.co.at | +43 3613 211 60 20
WWW.GESAEUSE.AT/EXPEDITION_HEIMAT2

MIT UNTERSTÜTZUNG VON BUND, LAND UND EUROPÄISCHER UNION

BUNDESMINISTERIUM FÜR NACHHALTIGKEIT UND TOURISMUS

LE 14-20

Das Land Steiermark
Regionen

Logo of the European Union

Abbildung: Das Veranstaltungsplakat der expedition_heimat#2 von 2019 sollte die regionsansässige Bevölkerung zum Mitmachen animieren.

Eindrücke aus drei Tagen...



THEMA : WILDNIS



THEMA : GESTALTUNG



THEMA : HIEFLAU 2030



PRÄSENTATIONEN DER STUDENTEN

HEIMKEHR ZUR WURZEL HEISST: STILLE.
STILLE HEISST: RÜCKKEHR ZUR BESTIMMUNG.
RÜCKKEHR ZUR BESTIMMUNG HEISST: EWIGKEIT.
ERKENNEN DES EWIGEN HEISST: ERLEUCHTUNG.

-LAO TSE

expedition_heimat#3

ST. GALLEN
27.-28.09.2019

Im dritten Jahr wurde das ursprünglich geplante Konzept der philosophischen Wanderungen zugunsten eines abschließenden und gemeinsamen Workshops mit den Bürgermeister*innen und Gemeinderäten von Admont, Landl und St. Gallen geändert. Auf Basis der Ergebnisse der vorherigen Etappen waren zentrale Herausforderungen definiert und es wurden konkrete Maßnahmen zu deren Bewältigung entwickelt.

Vortrag von Jens Badura und Diskussion

DREI HERAUSFORDERUNGEN HABEN SICH DABEI HERAUSKRISTALLISIERT:

- Eine Verbesserung der allgemeinen Stimmungslage in der Region (und damit verbunden auch das Image) nach innen und außen als Motivation zur aktiven Zukunftsgestaltung Attraktivitätsargument
- Die Schaffung von Anreizen für innovative Unternehmensgründer, insbesondere durch geeignete und günstige Räumlichkeiten und der Bereitstellung von attraktiven Infrastrukturen (Coworking Spaces) und damit verbunden der Aufbau von Stadt-Land-Kooperationen
- Eine Sicherstellung des dauerhaften Kontakts mit den ausbildungsbedingt abwandernden jungen Menschen und die gezielte Abfrage und Einbeziehung von deren Bedürfnissen/Interessen in die regionale Planung.

Diese Themen bildeten dann den Ausgangspunkt von Denkwerkstätten.

Denkwerkstatt 1: Stadt-Land-Kooperationen

In der Denkwerkstatt – wie auch bei der Plenumsveranstaltung am Tag zuvor – wurde dem Thema Stadt-Land-Kooperation ein hoher Stellenwert eingeräumt.

– sowohl dahingehend, dass die Städte (Graz, Linz, Wien) bevorzugte Destinationen für die Ausbildung der jungen Generation aus dem Gesäuse sind und das Halten des Kontakts zu ihnen wichtig ist, um immer wieder auch die Potentiale aufzuzeigen, die die Region für sie nach der Ausbildung bietet. Dazu ist vor allem auch notwendig, entsprechende Gestaltungsspielräume zu eröffnen.

– als dahingehend, dass in den Städten aktiv für die Vorteile der Region als Lebens- und Arbeitsort geworben wird, um Neuansiedelungen (Einwohner_innen, Unternehmen) zu lancieren.

MASSNAHMEN:

- Kontakt zur wegziehenden Jugend halten (Lehrlinge, Maturanten, Alumni)
- Meinungsbild der jungen Generation einholen. Systematisches Erfragen der Bedürfnisse und Wünsche der jungen Generation für eine dauerhafte (Wieder-)Ansiedlung in der Region (-> Umfrage)
- proaktives Regionsmarketing: die Region und ihr Potential als Lebens- und Wirtschaftsraum nach außen kommunizieren (-> Messeauftritte etc.) und Förderstrukturen für Neuansiedler schaffen (-> Gründerservice, Raumvermittlung, Coworking Spaces, etc.,)
- in Zusammenarbeit mit lokalen Unternehmen systematische Kompetenzcluster bilden und nach außen kommunizieren („wo sind wir stark“)
- einen „Gesäuse Innovationspreis“ ausschreiben
- gezielte Konfrontation mit best practice. Was haben andere Gemeinden zu diesem Thema umgesetzt?

Denkwerkstatt 2: Perspektiven der Arbeitswelt

MASSNAHMEN:

- Absolventen-Fest (die Region feiert (ihren) Nachwuchs nach der Schul- und Berufsausbildung und baut ein Kontaktnetzwerk auf;
- Systematische Erhebung von Arbeitsangeboten und -engpässen.
- Kommunikationsinitiative der Wirtschaftsförderung und Schaffung maßgeschneiderter Beratungs- und Förderangebote für die unterschiedlichen Adressatenkreise (Absolventen, Gründer_innen, unselbstständig Beschäftigte etc.)
- Nachfrage nach Arbeitskräften für ansässige Unternehmen feststellen/verfügbares Arbeitsplatzangebot überregional kommunizieren
- Leerstandsmanagement und Aufbau von Coworking-Strukturen
- Kampagne zur Ansiedelung kreativer Milieus (Kreativwirtschaft zieht Dynamik und Umsatz nach sich)

Denkwerkstatt 3: Stimmungen

Die Marke „Gesäuse“ wird als starker Identifikationsfaktor gesehen, der ein Zugehörigkeitsgefühl zur Region über Gemeindegrenzen hinweg erzeugt. In dem Zusammenhang trug auch die konsequente Verwendung einer neuen Bildsprache dazu bei, dass die ansässige Bevölke-

rung die Region anders zu sehen beginnen und so neue Perspektiven entstehen. Dies ist umso wichtiger, als dass eine von mehreren Teilnehmern beklagte „Kultur des Jammerns“ weit verbreitet ist und nicht selten aus Unkenntnis der Sachlage heraus betrieben wird. Hier gilt es, ein positives Selbstbild zu entwickeln als Bedingung für ein „Strahlen“ auch nach außen.

MASSNAHMEN:

- Bestehende Angebote/Lösungen deutlicher, besser und positiver kommunizieren! Die Rahmenbedingungen werden oft schlechter wahrgenommen als sie sind (zB Verkehr und Gesundheitswesen).
- die Schaffung eines „Gesäuse Parlaments“, in dem die für die Region als Ganze relevanten Fragen öffentlich im Zusammenhang diskutiert werden;
- die Schaffung eines „Gesäuse Kulturkalenders“, um die Bevölkerung der Region über die kulturellen Aktivitäten der Einzelgemeinden zu informieren und so einen „organischen“ Austausch und Kooperationen zu fördern.
- die Einführung einer gemeinsamen Rubrik „aus der Region“ in den Gemeindezeitungen der Gesäuse-Gemeinden (gemeinsam gestaltet, gemeindeübergreifender Inhalt, in allen Zeitungen gleich abgedruckt), um einen gemeinsamen Einblick in die Geschehnisse der Region zu ermöglichen und das positive Wir zu stärken. Mögliche Inhalte dieser Rubrik: Porträt von Unternehmen/Familie, die neu in Region sind (neues Unternehmen, zugezogene Familie); „Blick über den Zaun“: Beispiel für Gemeindeentwicklung anderswo.

Gemeinsame Sache

Vor diesem Hintergrund wurde insbesondere auch vorgeschlagen, Kontakt mit dem Regionalmanagement Liezen aufzunehmen. Die folgenden konkreten Maßnahmen könnten von dieser Seite unterstützt bzw. umgesetzt werden:

- **Best Practice Programm für BM und Gemeinderäte** (und interessierte Bürger). Gute Beispiele für Gemeindeentwicklung besuchen. (Nicht zu einseitig branchenspezifische, breit aufgestellte Beispiele; zB Hinterstoder und das Netzwerk Zukunftsorte).
- **Standortmarketing in Linz, Graz, Wien** (da leben die meisten „Ehemaligen“). Zum Beispiel Regions-Stand auf einer Technologiemesse.

- Alle neuen **Absolventen** (Lehre, Uni, höhere Schule, mit Herkunft oder Wohnsitz in der Region **zu einem Treffen einladen**, ev. in Verbindung mit Ideenwettbewerb oder Umfrage (was wünschst du dir um hierzubleiben oder später wiederzukommen).

Zusammenfassende Einschätzung

expedition_heimat war ein Experiment – und im Ergebnis zwiespältig. Die Teilnahme an den einzelnen Veranstaltungen wie auch die aktive Mitwirkung der Teilnehmenden war sehr unterschiedlich ausgeprägt. Auch der Charakter – eher den status quo erschließend oder auf konkrete Maßnahmen hin orientiert – wechselte stark. Wenig ausgeprägt war die verbindliche „Übernahme“ von Ideen durch die lokalen Akteure im Anschluss an die Veranstaltungen und in Folge war die Nachhaltigkeit der Expeditionen nicht so ausgeprägt wie erhofft. Insgesamt war zu bemerken, dass die Gesamtstimmung hinsichtlich der zukünftigen Entwicklung der Region bei vielen Akteuren oft eher pessimistisch war. Ein Denken in Problemen überwog das in Potentialen. Ein Geist der zukunftsgestaltenden Selbstermächtigung zu neuen Initiativen stand im Hintergrund. Hier wäre es dringend notwendig, aus der Region heraus ein mobilisierendes Narrativ zu entwickeln. Anknüpfungspunkte bietet hier vor allem der Markenprozess „Gesäuse“.

Das Bündel vorgeschlagener Maßnahmen aus den drei Denkwerkstätten böte ein großes Potential zu Mobilisierung der Region. Unverzichtbar ist aber eine entsprechend personell und finanziell ausgestattete Koordinationsstelle, die das Zusammenspiel der Maßnahmen von der Entwicklung an begleitet und steuert sowie immer wieder auch die Stakeholder aktiviert. Wie in anderen Regionen wäre zudem die Arbeit mit best practice-Beispielen wichtig: wie haben andere Regionen auf ähnliche Herausforderungen reagiert, was davon wäre für das Gesäuse übersetzbar, wie müssten sich die Gemeinden der Region politisch und soziokulturell organisieren, um hier entsprechende Schlagkraft und Motivation aufzubauen.

Mitgeredet haben...

Jens Badura	Hannes Leinweber	Siegfried Schönegger
Karl Buder	Barbara Mader-Bock	Stefan Schröck
Fritz Dirninger	Benjamin Mader-Bock	Petra Schuster
Wolfgang Dokonal	Alexander Maringer	Elfriede Stachl
Adalbert Egger	Ulrich Matlschweiger	Rainer Stoll
Gerti Forstner	Franz Maunz	Elfriede Stubenschrott
Christian Forstner	Hannes Mayer	Studierende der TU Graz
Armin Forstner	Stefan Mayer	Hermann Thaller
Christian Fürnholzer	Rosi Mayr	Herbert Traisch
Monika Fürnholzer	Franz Mayr	Manuela Tramberger
Elfriede Gindele	Alex Michtner	Rainer Tramberger
Wolfgang Göschl	Theres Moosbrugger	Max Unterberger
Hubert Held	Bernhard Moser	Sarah Vierthaler
Wolfgang Hintsteiner	David Osebik	Armin Wagenhofer
Paulus Hochgatterer	Elke Pichler	Ralf Wagner
Andreas Hollinger	Stefan Prantl	Hermann Watzl
Roland Kals	Martina Prantl	Susanne Weissensteiner
Peter Kettner	Michael Reimelt	Christian Weissensteiner
Heidi Kleewein	Wolfgang Riedl	Katharina Wolf
Adolf Kleewein	Bianca Rohrer	Josef Wolf
Jennifer Kolb	Hans-Peter Scheb	Herbert Wölger
Wolfgang Langmaier	Roman Schmidt	

Danksagung und Impressum

Die expedition_Heimat wurde gemeinsam vom Nationalpark Gesäuse, dem Tourismusverband Gesäuse und dem berg_kulturbüro aus Ramsau / Berchtesgaden gestaltet. Wir bedanken uns bei allen Teilnehmern an den Veranstaltungen und den Bürgermeister*innen der Nationalparkgemeinden. Ein besonderer Dank gilt Jens Badura, dem Leiter des berg_kulturbüros für seine anregenden Einführungen, Diskussionsbeiträge und Moderationen. Ein weiterer großer Dank gelten LEADER (Leader Region Liezen – Gesäuse) und dem Regionalmanagement Liezen für die großzügige finanzielle Unterstützung und Hilfe bei der Förderungsabwicklung.

PROJEKTRÄGER, HERAUSGEBER DIESES BERICHTES UND FÜR DESSEN INHALT VERANTWORTLICH:

Nationalpark Gesäuse GmbH, Weng 2, 8913 Admont | Dezember 2019

TEXT Jens Badura

GESTALTUNG Sarah Vierthaler | TVB Gesäuse

Best Practice

REGIONALENTWICKLUNG

<https://www.zukunftsorte.at>

<https://www.vulkanland.at>

<http://www.oekomodell.de>

START UP KULTUR

<https://basis.space>

<https://www.miaengiadina.ch>

LANDWIRTSCHAFT/KULINARIK

<https://www.kaslabn.at>

<https://slyrs.com>

<http://www.alpenkaviar.at>

HANDWERK

<http://werkraum.at>

Literaturhinweise

„Das Buch vom Land“ - <http://www.buchvomland.at/home.html>

„Kreative Pioniere in ländlichen Räumen“ - <https://www.steinbeis-inre.de/publikation-kreative-pioniere-in-laendlichen-raeumen/>

„Urbane Dörfer – wie digitales Arbeiten Städter aufs Land bringen kann“ - https://www.berlin-institut.org/fileadmin/user_upload/Urbane_Doerfer/BI_UrbaneDoerfer_Online.pdf

