

KARAVANKE@PRIHODNOST.EU

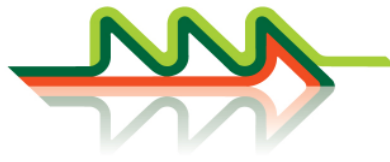
GOSPODARJENJE Z NARAVO V EVROPSKI REGIJI PRIHODNOSTI
NATURBASIERTE WIRTSCHAFT IN DER EUROPÄISCHEN ZUKUNFTSREGION

KARAWANKEN@ZUKUNFT.EU

**Arbeitspaket 1.3 - Identität des Karawankengebietes:
Berichtsteil: „Ausgewählte Aspekte und Vorüberlegungen
zur Kommunikations- und Marktstrategie“**

Oktober 2011





**Arbeitspaket 1.3 - Identität des Karawankengebietes:
Berichtsteil: „Ausgewählte Aspekte und Vorüberlegungen zur
Kommunikations- und Marktstrategie“**

Projektleitung:

a.o. Univ.-Prof. Mag. Dr. Norbert Wohlgemuth
Institut für Volkswirtschaftslehre, Universität Klagenfurt

Zusammenstellung:

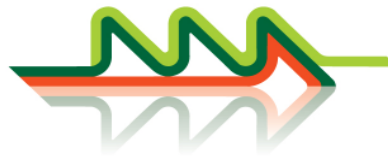
a.o. Univ.-Prof. Mag. Dr. Norbert Wohlgemuth
Institut für Volkswirtschaftslehre, Universität Klagenfurt
Dipl.-Ing. Daniel Zollner
E.C.O. Institut für Ökologie, Klagenfurt

Klagenfurt, Oktober 2011



INHALT

1	Einleitung und Fragestellung	5
2	Untersuchungsraum	6
3	Zusammenfassende Stärken-Schwächen-Darstellung der Karawanken-Region	7
3.1	Stärken	7
3.2	Schwächen	7
3.3	Chancen	8
3.4	Risiken	8
4	Entwicklungsstrategien, -nischen, -potentiale und Empfehlungen.....	9
5	Weitere Schritte	12
6	Anhang und Verzeichnisse	15
6.1	Beispiele zu grenzüberschreitenden Programmen, Marken und Aktivitäten	15
6.2	Literatur- und Quellen	18
6.3	Weiterführende Literatur	18
6.4	Abbildungen	21

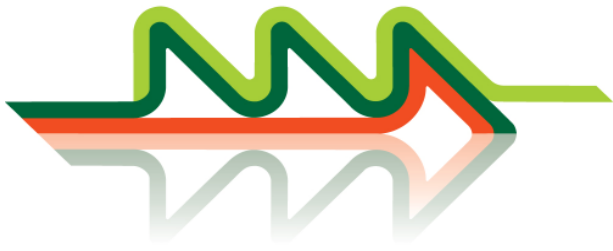


Danksagung:

Wir bedanken uns bei allen Projektpartner/innen, insbesondere bei B. Spehar, I. Schönherr und P. Skoberne, für die gute Zusammenarbeit und die Unterstützung bei der Erstellung des Berichts.

Haftungsausschluss:

Der vorliegende Bericht wurde auf Basis der guten wissenschaftlichen Praxis (good scientific conduct) mit der aktuell verfügbaren Methodologie erstellt. Alle Datenquellen wurden sorgfältig ausgewiesen. Der Autor kann jedoch keine Garantie für die Fehlerlosigkeit der Daten und Resultate des Berichts übernehmen. Für aus der Verwendung der Daten und Resultate sich ergebenden Folgen übernimmt der Autor keine Verantwortung. Das Urheberrecht liegt beim Autor, die weitere Verwendung ist an eine schriftliche Genehmigung durch den Autor gebunden. Die Schlussfolgerungen und Meinungen, die in diesem Bericht aufscheinen, sind nicht notwendigerweise jene der Universität Klagenfurt, der Projektpartner bzw. der Förderstellen.



KARAVANKE@PRIHODNOST.EU
GOSPODARJENJE Z NARAVO V EVROPSKI REGIJI PRIHODNOSTI
NATURBASIERTE WIRTSCHAFT IN DER EUROPÄISCHEN ZUKUNFTSREGION
KARAWANKEN@ZUKUNFT.EU

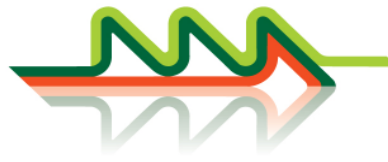
1 Einleitung und Fragestellung

Die folgende Abhandlung basiert auf bzw. ist eng mit den Studien zur Natur (AP 1.1), Wirtschaft (AP 1.2) und Identität (AP 1.3) verknüpft. Der Kurzbericht ist daher als Ergänzung zu den drei Teilstudien zu sehen. Ziel ist, auf Grundlage der zentralen Ergebnisse aus AP 1 ausgewählte Aspekte zur Etablierung einer Kommunikations- und Marktstrategie zu skizzieren.

Die Ergebnisse - vor allem jener der Wirtschaft und Identität - sind bereits Teil der Herangehensweise für eine zukünftige Markt- bzw. Kommunikationsstrategie. Die zentralen Aussagen aus diesen Studien werden daher nochmals vorangestellt. Darauf aufbauend wird ein kurzer Ausblick auf einige wesentliche Schritte bis hin zur Entwicklung einer Kommunikations- und Marktstrategie verfasst.

Die Marktstrategie bezeichnet im Allgemeinen die Gesamtheit der Überlegungen zur Nutzung der vorhandenen Marktpotenziale. Die Kommunikationsstrategie ist ein Teil der Marktstrategie und bezeichnet im Allgemeinen Maßnahmen, die zur Erreichung von Kommunikationszielen notwendig sind.

Der vorliegende Bericht wurde mit den österreichischen und slowenischen Leadpartnern hinsichtlich einer nachhaltigen Entwicklung der Region abgestimmt.



2 Untersuchungsraum

Die Karawanken-Region ist sowohl auf österreichischer (Kärntner) als auch slowenischer Seite durch eine periphere Lage charakterisiert. Aufgrund der historischen Entwicklung war diese Region über Jahrzehnte durch eine fast unüberwindliche Grenze zerschnitten, und manche der geschichtlichen „Altlasten“ werden auch heute noch spürbar.

Aus regionaler und regionalwirtschaftlicher Sicht ist diese periphere Lage durch eine vergleichsweise ungünstige Bevölkerungsentwicklung (überdurchschnittlicher Rückgang der Anzahl an jüngeren Einwohner/innen) sowie Wirtschaftsstruktur (unterdurchschnittlicher Anteil am tertiären (Dienstleistungs-Sektor) geprägt. Dazu kommt ein geringeres Wirtschaftswachstum und eine höhere Arbeitslosigkeit als dem jeweiligen Durchschnitt Kärntens bzw. Sloweniens entspricht.

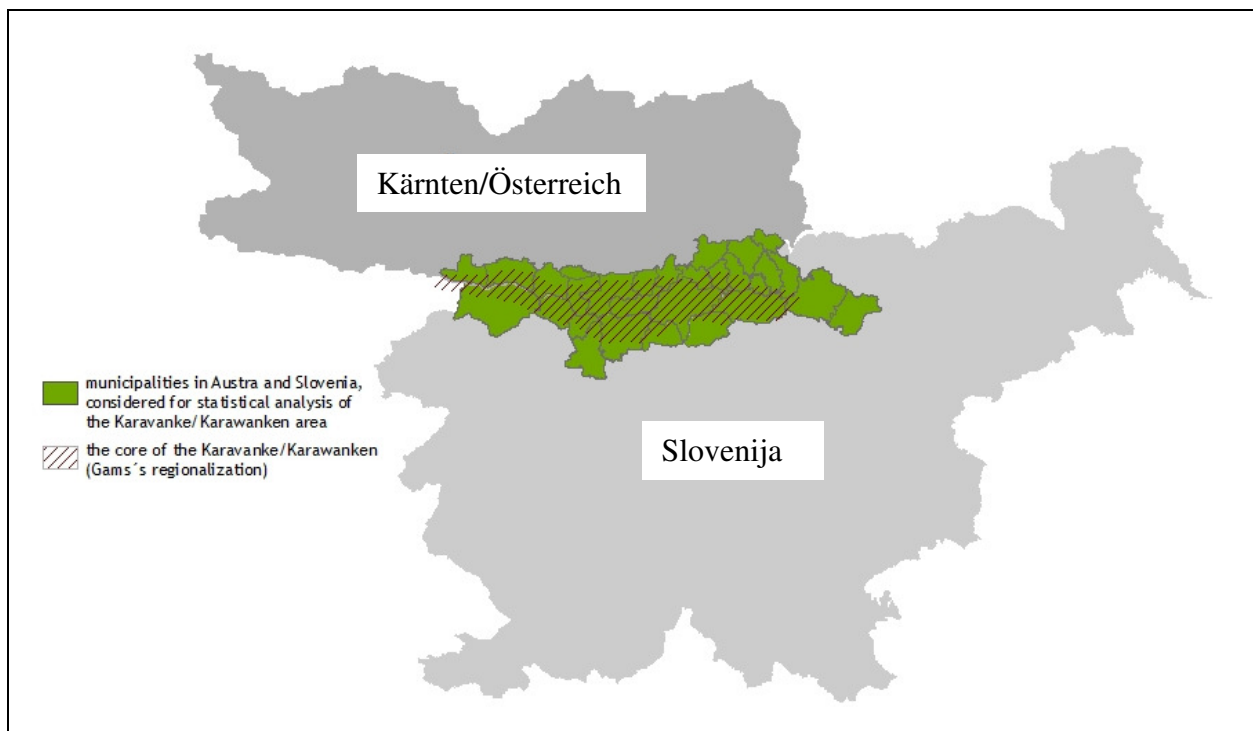
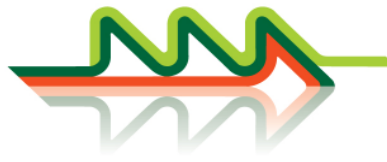


Abbildung 1: Untersuchungsgebiet - Übersicht.

Quelle: BSC Kranj. Grün: vorläufig definierte Karawanken-Region (Gemeindegebiete), strichliert: Karawanken-Gebirge (inkl. Steiner Alpen)



3 Zusammenfassende Stärken-Schwächen-Darstellung der Karawanken-Region

Auf Grundlage der sozio-ökonomischen Auswertung, regionaler Leitbilder, der Studie zu naturräumlichen Werten (Skoberne 2011), der Identitätsstudie (Merkac & Zollner 2011) und eines zusammenführenden Expertenworkshops kann zusammenfassend folgendes Bild der Region gezeichnet werden.

3.1 Stärken

Die Lage zwischen zwei wirtschaftlichen Zentren mit der Achse Klagenfurt-Villach auf österreichischer und der Achse Ljubljana-Kranj auf slowenischer Seite kann als eine sehr vorteilhafte Rahmenbedingung angesehen werden. Die Lage als Gebirges als weit hinausragender Fortsatz der Alpen hinein in eine flachere Umgebung bedingen eine hohe räumliche Dominanz der Karawanken (hohe „Strahlkraft“).

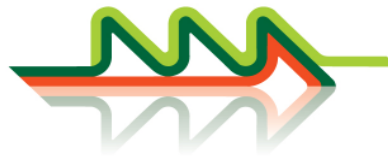
Die Karawanken besitzen eine hohe Vielfalt an natürlichen Ressourcen, angesichts der umgebenden Urbanisierung und globaler Entwicklungen mit stets steigendem Wert. Naturbelassene Landschaften, reines Wasser, naturnahe Wälder, geologischer Formenreichtum, hohe Biodiversität etc. sind hier in hohem Maße noch vorhanden und bilden einen starken Kontrast zu den urban geprägten und somit anthropogen stark beeinflussten Umgebungen.

Der kulturelle und geschichtliche Reichtum der Region (interkulturelle Region mit europäischer Geschichte) ist eine weitere Stärke. Als ein Beispiel ist die UNESCO-Anerkennung als Intangible Heritage zu nennen. Die Ausgangsbasis für eine touristische Entwicklung ist gegeben (Anteil des touristischen Sektors vergleichsweise gut), die breite Streuung von kleinen Anbietern (Betriebe) unterschiedlicher Leistungen und Produkte ist ebenfalls erwähnenswert.

3.2 Schwächen

Die große Längserstreckung (ca. 120-130 km) und die z.T. hohe Barrierewirkung des Gebirgskammes bedingen eine kleinteilige Fragmentierung des Gebietes und die Ausbildung verschiedener Teilidentitäten. Sie wird daher zwar als einheitliche Naturregion und Freizeitregion, aber nicht als zusammenhängender Lebensraum der Menschen oder Wirtschaftsraum wahrgenommen. Das Voranschreiten der ungünstigen sozio-ökonomischen Entwicklung (Auspendler, Bevölkerungsrückgang bzw. -wandel, Verlust sozialer Infrastrukturen etc.) bedingen ungünstige Voraussetzungen für eine regionalwirtschaftliche Entwicklung.

Schließlich werden die Karawanken wirtschaftlich oder planerisch nur selten als eine, zusammenhängende Entwicklungszone angesehen. Dies äußert sich beispielsweise in einer Vielzahl von Einzelprojekten und -aktivitäten, die nicht immer „bleibenden Eindruck“ hinterlassen und wenig aufeinander abgestimmt sind, oder beispielsweise in einer oft mangelnden Berücksichtigung des räumlichen Umfeldes (Karawanken als Randgebiete).



3.3 Chancen

Eine große Chance bietet sich im Bereich Ausbau der Naherholungsfunktion, als Freizeit-, Erholungs-, Nachdenk- oder Rückzugsraum zwischen den urbanen Zentren (sanfter Ökotourismus mit Wandern, Fischen, Wellness etc.). Durch eine verstärkte regionsübergreifende und grenzüberschreitende Zusammenarbeit wäre ein vielfältiges, ganzjähriges und qualitativ hochwertiges Gesamtangebot zu erzielen.

Eine weitere Art der Inwertsetzung liegt in einer nachhaltigen Gewinnung, Aufbereitung und Veredelung von (erneuerbaren) natürlichen Ressourcen (Holz, Wasser, Sonne, Bergheu, etc.) zu sehen, die in den Ballungszentren Verwendung finden können („Ressourcentankstelle“ für die Zentren). Dies könnte zur Ansiedlung neuer Betriebe führen.

Der naturräumliche Reichtum fördert die Entwicklung integrativer Schutzgebietskonzepte, mit Hilfe derer die Region oder Teile davon weitreichend und umfassend weiterentwickelt werden könnten. Aus geschichtlicher Perspektive hat die Region Anteil am mehrere Tausend Kilometer langen Green Belt. Dieser hat als „iron curtain/Eiserner Vorhang“ ausgedient, bedingt aber durch sein langes „Schattendasein“ ein einzigartiges, naturräumliches und kulturelles Erbe. Als kultureller Schmelztiegel kann das Karawankengebiet als Bindeglied zwischen zwei -am westlichen Rand sogar drei- großen europäischen Kulturen angesehen werden (germanisch, slawisch bzw. zusätzlich romanisch).

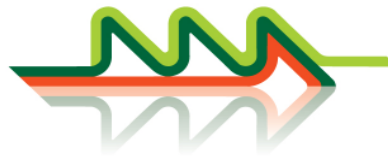
Der Wille zur grenzüberschreitenden Kooperation ist besonders gut ausgeprägt. Chancen am europäischen Markt wären vorhanden, wenn sich die Region zunächst als solche definiert (Dachmarke) und sich gemeinsam mit Nachbarregionen (zB. Triglav) an Marketingaktivitäten beteiligt.

3.4 Risiken

Mit dem weiteren, zT. global verschärften Voranschreiten einer ungünstigen sozioökonomischen Entwicklung könnte es zu massiven Kapazitätsengpässen (Finanzen, Personal, Strukturen...) kommen. Die uneinheitliche, kaum kollektive Wahrnehmung der Region und die noch vorhandenen „Grenzen im Kopf“ sind für eine gesamtheitliche und weiträumig abgestimmte Entwicklung ein nicht zu unterschätzendes Hemmnis. Der Entwicklung von innen heraus (Identitätsentwicklung) gilt dabei besonders Augenmerk.

Globale Trends schlagen in peripheren Regionen umso härter zu Buche. Dementsprechend hängt das Karawankengebiet auch sehr mit den nicht abschätzbaren globalen Entwicklungen zusammen. Großflächige Abwanderungen könnten die Folge sein.

Die Verzettelung (punktuelle Investitionen, einzelbetriebwirtschaftliche Interessen, unzureichende Bündelung der Kräfte etc.) der ohnehin rar werdenden finanziellen Ressourcen könnte schon bald zu einer Verschlechterung der Situation führen. Eine Politik und Planung, die -jeweils von ihrer Seite aus- die Karawanken als Randgebiet verstehen, könnte die Zukunftsaussichten maßgeblich trüben und die Identitäts- und Wohlstandsentwicklung beeinträchtigen. Die Region könnte in Teilbereichen zu einer unbelebten Wohngegend verkommen, in der das aktive zivil-gesellschaftliche Leben immer mehr zurückgeht.



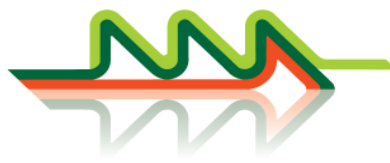
4 Entwicklungsstrategien, -nischen, -potentiale und Empfehlungen

Aufbauend auf das vorangegangenen Kapitel bzw. die oben zitierten Analysen zur Wirtschaft, Natur und Identität wurde versucht, die Bandbreite grundsätzlicher Entwicklungslinien der Region abzubilden. Dabei wurden fünf ineinander fließend übergehende Szenarien angedacht:

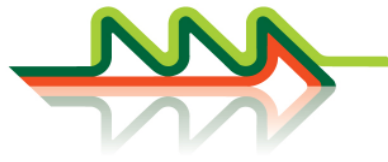
- „Natur pur“ (Wildnis, „passive Sanierung“);
- „geordneten Rückzug“ (bewusstes Auflassen von ausgewählten Infrastrukturen etc.),
- „weiter wie bisher“ (relativ passiv, Einzelprojektorientierung, Anerkennung des demografischen Wandels etc.);
- „integrative (Klein)Regionalentwicklung“ (aktiv, Fokus zum nahen Umfeld, Inwertsetzung etc.);
- „internationaler Player“ (wirtschaftsgeprägt, futuristisch, hohe Investitionen, große Marke).

Die „integrative (Klein)Regionalentwicklung“ -wenn auch mit fließenden Übergängen und/oder Überlagerungen- ist aus heutiger Sicht das wohl viel versprechendste Szenario. Vielfache Übereinstimmung findet dieses Szenario mit den Ausführungen des Grenzüberschreitenden Masterplans für Unterkärnten (Amt der Kärntner Landesregierung 2005). Wesentliche Facetten einer Karawanken-fokussierten, grenzüberschreitenden Entwicklung (Strategien, Nischen, Potentiale) sind wie folgt:

- **Stärkung des regionalen Wir-Gefühls / Identitätsbildung:** Die Region als Abbild einer kollektiven Auseinandersetzung mit dem Raum (Narodoslawsky 2009) steht und fällt vom gelebten Bezug der Akteure mit dem Lebensraum. Es gilt vornehmlich die zahlreichen Teilregionen, aber auch die Gesamtregion nach „innen“ zu entwickeln (Identitätsbildung, Selbstwertgefühl, Authentizität). Der Entwicklung einer starken Gesamtregion Karawanken im Sinne eines einheitlichen Lebens- und Wirtschaftsraumes sind dabei durch die festgesetzten Rahmenbedingungen (hohe Außenorientierung - Sog hin zu Zentren, verschiedene Barrieren zB. räumlich, geschichtlich etc.) relativ enge Grenzen gesetzt.
- **Das Konzept der Kleinregionen und Markenbildung:** Das Konzept der Kleinregionen bildet gerade für die Karawanken einen möglichen Weg ab. Dabei werden mehrere Gemeinden, die in vielerlei Hinsicht eine relative Einheit bilden (geschichtlich, wirtschaftlich, räumlich etc.), zu Betrachtungsregionen zusammengeführt. Diese Kleinregionen mit ihren individuellen Marken können wiederum unter einer überregionalen Dachmarke zusammen geschlossen werden. Die Einleitung eines Markenbildungsprozesses wirkt für ein geeintes Regionsmarketing unterstützend. Im Zuge eines Bürgerbeteiligungsverfahrens könnte die Entwicklung einer Vision/eines Leitbildes der erste fachliche Schritt sein.

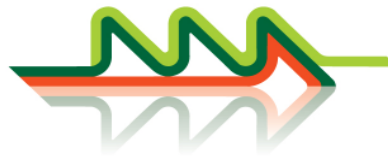


- **Politik der Inwertsetzung:** Wie beispielhaft im Steirischen Vulkanland dargestellt (Krotscheck et al. 2007, Krotschek & Ober 2009), soll die Entwicklung einer Region auf den vorhanden Stärken und Chancen aufgebaut werden (endogene Regionalentwicklung). Diese Konzentration hin zu dem „was da ist, was die Region kann“ bündelt Kräfte und Ressourcen, bezieht seine Innovations- und Entwicklungskraft aus „eigenen Quellen“ (intrinsische Motivation), und wirkt daher auch authentisch. Die nachhaltige Nutzung der natürlichen Ressourcen und deren gleichzeitige Schonung und Sicherung für die Zukunft ist Grundprinzip der Strategie.
- **Vielfältige kleinregionale Ansätze, eine übergeordnete Ausgangsbasis.** Die Vielfalt der Region ist ein wesentliches Beschreibungsmerkmal, und sollte sich daher in der Entwicklungsstrategie auch wieder finden. Den Teilregionen der Karawanken entsprechend können auch die Ausprägungen betreffend Entwicklungsansätze, Strukturen, Marketing, Nischenprodukte etc. vielfältig sein. Wichtig dabei ist nur, dass sich alle Ansätze im Gesamtkonzept für die Karawanken (Vision, Leitziele) wieder finden.
- **Vernetzung relevanter Akteure und Ausbau der Kooperationen:** Jede Weiterentwicklung ist auf eine möglichst große Abstimmung und Kooperationsbereitschaft verschiedenster Akteure angewiesen, ob zwischen Betrieben, verschiedenen Sektoren, Regionen oder auch Staaten. Dabei ist nicht die Konkurrenz, sondern das Teilen von Wissen und Erfahrungen eines der Erfolgskriterien für regionale Prosperität. Die im Zuge dieses Projektes gegründete „ARGE Freunde der Karawanken“ könnte wesentlich zu dieser Vernetzung beitragen. Vorhandene Ergebnis-Bausteine in der Region, die zB. im Zuge von Interreg oder Leader-Projekten getätigt wurden, sollten zusammengeführt werden.
- **Langfristigkeit:** Der Faktor Zeit ist für eine nachhaltige Entwicklung entscheidend. Dabei soll die Entwicklungsgeschwindigkeit an das Veränderungspotential der Region (Strukturen, Themendurchdringung, Identität etc.) angepasst werden; geht es zu schnell, kommt die Region nicht nach, geht es zu langsam, kommt das Rad nicht in Schwung. Bis sich erste Erfolge zeigen können, ist jedenfalls mit mehreren Jahren bis z.T. Jahrzehnten zu rechnen. Tiefgreifende und nachhaltige Regionalentwicklung kann nur schrittweise, konsequent und über längere Zeiträume hinweg passieren.
- **Herstellung eines Grundsatzentscheides der Politik und Planung:** Eine gesamtäumliche Entwicklung hat nur dann eine Chance, wenn Politik und Planung beidseits der Grenze die Karawanken nicht mehr als Randgebiete, sondern als zentrales Bindeglied einer grenzüberschreitenden Regionsentwicklung sehen. Dazu gehörten u.a. die Verstärkung eines positiven, wertschätzenden Klimas, die intensivierete Abstimmung der verschiedenen Planungs- und Entwicklungsdokumente auf allen Ebenen, oder eine ganzheitliche Rahmensetzung für das Förderwesen und die Projektausgestaltungen. Transparenz, Bürgerbeteiligung, Nachhaltigkeit, Schwerpunkt-Förderung etc. sollten als maßgebliche Kriterien der Entwicklung Berücksichtigung finden.
- **Karawanken als „Anziehungspunkt“ - Entwicklungsstrategie für Tourismus und Freizeitwirtschaft:** Das Gebiet eignet sich hervorragend als Naherholungs- und



Rückzugsgebiet. Der sanfte Tourismus bildet bereits jetzt eines der wichtigsten Standbeine in der Region. Ein Karawanken-Tourismusleitbild, abgestimmt mit den vorhandenen Leitbildern (zB. Markenhandbuch, div. regionale Leitbilder etc.) könnte Aktivitäten fokussieren und so auch einen maßgeblichen Rahmen für Vorgehensweisen der Landesstellen (Raumordnung, Landwirtschaft oder Kultur) bilden. Es gilt Kooperationen und Partnerschaften weiter auszubauen und so eine überregionale und grenzübergreifende Tourismusstrategie zu verfolgen.

- **Karawanken als “Ausstrahlungspunkt” - schonende Nutzung der natürlichen Ressourcen.** Neben dem Ansatz, dass Besucher in das Gebiet kommen und Lebensenergie tanken können, ist auch die nachhaltige Aufbereitung und Verteilung der vielfältigen natürlichen Ressourcen in die urbanen Zentren hinein denkbar. Die einzelnen lokalen Bausteine für erneuerbare Energien (Biomasse - vor allem Holz, Wasser, Sonne, Geothermie etc.) sollten auf ihre Verfügbarkeit sowie ihre Nutzung auf Natur- und Sozialverträglichkeit hin überprüft bzw. zusammenschauend dargestellt werden (Gesamtkonzept). Bei nachhaltiger Nutzung ausgewählter Ressourcen der Karawanken kann das wirtschaftliche Potenzial der umliegenden Zentren beidseits der Grenze „angezapft“ werden. Den Festlegungen von lokalen Entwicklungsleitbildern oder Erfordernissen von sensiblen Bereichen, wie etwa Schutzgebieten oder umweltmäßig stark belasteten Gebieten, ist dabei umfassend Rechnung zu tragen.



5 Weitere Schritte

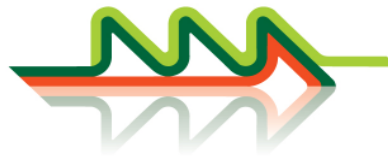
Wie im Bericht zum Naturraum des vorliegenden Forschungsprojektes deutlich wird (vgl. Skoberne et.al. 2011), sind in der Region einzigartige Ressourcen vorhanden, die zu einer verbesserten regionalen Entwicklung beitragen können. Einerseits kann als Ressource die teilweise bereits vorhandenen Kompetenz im Bereich der nachwachsenden Rohstoffe (insb. Holz) angesehen werden, andererseits ist im naturnahen und ökologisch nachhaltigen Tourismus in Verknüpfung mit den geologischen und historischen Gegebenheiten der Region die wichtigste ökonomisch bedeutsame Entwicklungslinie erkennbar. Die Ausrichtung auf das nahe Umfeld ist dabei der Erfolg versprechendste Weg, nicht zuletzt im Hinblick auf nachhaltige, regionale Kreisläufe.

Die „Zukunft der Karawanken“ ist nicht vorhersehbar, gerade deshalb muss der Weg in die Zukunft aktiv gestaltet werden. Dieser prozessorientierte und ergebnisoffene Ansatz ist die einzige Möglichkeit einer wünschenswerten Zukunft möglichst nahe zu kommen. Im Folgenden werden ausgewählte, vorbereitende Schritte skizziert, die der gezielten Verlegung von Pflastersteinen gleich einen tragfähigen Weg in die Zukunft zeichnen sollen. Die Schritte bauen zum Teil aufeinander auf, sind jedoch weder thematisch noch chronologisch klar trennbar bzw. in fließendem Übergang begriffen. Inwieweit man sich mit diesen Themen tatsächlich auseinandersetzen wird, ist nicht zuletzt eine (regional)politische Entscheidung.

- **Region:** Was ist die Region? Wie soll der Regionsbegriff zukünftig definiert werden? Das Karawankengebiet wird zwar als einheitliche Freizeit- und Naturraumregion, jedoch nicht als einheitlicher Wirtschafts- oder Lebensraum wahrgenommen. Letztere zwei gelten weder aus grenzüberschreitender Sicht noch bezogen auf den Betrachtungsraum innerhalb der Staatsgrenzen. Vielmehr bedingen die Teilidentitäten auch kleinregionale Ansätze, die sich im Wesentlichen den Hauptverkehrsachsen bzw. den Hauptballungsräumen beidseits der Grenze, Klagenfurt-Villach bzw. Ljubljana-Kranj, zuwenden. Die Definition der Region (Ausmaß der internationalen Ausrichtung, Festlegung des abgrenzbaren Raumes, Ausmaß der gewünschten Veränderung vom IST-Zustand, Art und Ausmaß der Identitätsstiftung...) beeinflusst alle weiteren Schritte maßgeblich.

To do → Definition des gemeinsamen Entwicklungsraumes Karawanken und der Zielrichtung

- **Rahmenbedingungen:** Mit welchen Entscheidungsträgern (Land (Ktn) bzw. Bund (SI), Gemeinden...) und auf Grundlage welcher Entscheidungsmechanismen soll ein etwaiger gemeinsamer Prozess gestaltet, koordiniert, abgestimmt werden? Die Karawanken sind derzeit in Teilregionen entsprechend den Zuständigkeiten der Regionalmanagements bzw. Entwicklungsagenturen eingeteilt. Überregionale, grenzüberschreitende Agenden werden aktuell im Zuge von Treffen einzelner Regionalentwicklungsagenturen behandelt. Die Art und Weise der zukünftigen Zusammenarbeit zwischen den beiden Ländern als auch zwischen den Zuständigen für die Regionalentwicklung und den jeweiligen



Entscheidungsträgern ist auf Grundlage der Regionsdefinition und dem politischem Willen in einen klaren und transparenten Rahmen zu stellen.

To do → Festlegung der Aufgabenzuteilungen sowie Entscheidungsmechanismen

- **Prozess und Netzwerk:** Welche weiteren, für die erfolgreiche Abwicklung maßgeblichen Akteure müssen beigezogen werden? Wie kann die regionale Identität Berücksichtigung finden? Wie soll der Entwicklungsprozess aussehen? (Endziel/Vision, Meilensteine/Phasen, Rollenverteilung, Art und Ausmaß der Bürgerbeteiligung, Beachtung der Transformationsregeln etc.) Derzeit herrscht eine starke Projektorientierung vor, die neben den vielen konkreten, positiven Effekten jedoch viel Synergiepotential im Dunkeln lässt. Dies könnte durch die Bündelung der Kräfte in einem ganzheitlichen, prozessorientierten, also langfristigen Design sichergestellt werden.

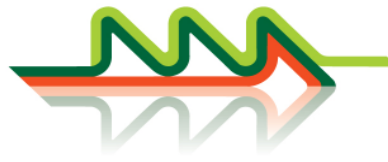
To do → Erstellung eines ganzheitlichen, abgestimmten Prozessdesigns unter Berücksichtigung des Regional Corporate Identity Ansatzes

- **Dachmarke/Führungsmarke:** Soll es eine gemeinsame Dachmarke/Führungsmarke geben? Wie könnte diese lauten/aussehen? Als eine Dachmarke wird die übergeordnete Marke einer sog. Markenfamilie bezeichnet, die sich durch einen besonders hohen Wiedererkennungswert (Reichweite) und i.d.R. eine große Akzeptanz in der Zielgruppe auszeichnet und selbst keine eigentlichen Leistungen (Produkte/Dienste) bewirbt. Die Dachmarke integriert dabei eine unbestimmte Anzahl von sog. Monomarken. Die Karawanken selbst besitzen kein Dachmarke, sehr wohl gibt es jedoch für Teilräume, Teilaktivitäten Labels und Marken, die es langfristig unter einem Dach zusammenzuführen gilt. Der Erfolg einer Marke beruht im Wesentlichen auf deren einzigartiger Identität. Die Marke gibt zudem die langfristige Entwicklung der Region durch die weitgehend gemeinsame, abgestimmte Ausrichtung der Sektoren vor, sie muss daher mit den (in diesem Prozess zu definierenden) Qualitäten der Karawanken-Region (USP bzw. Potenziale, Visionen und Leitziele, Selbst/Wunschbild und Identitäten, Netzwerkkapital, Liquiditäten, Sozialkapital etc.) übereinstimmen (Regional Corporate Identity).

To do → Initiierung eines Markenentwicklungsprozess

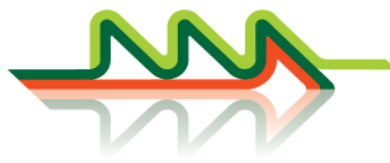
- **Märkte und Produkte:** Was ist der (thematische) Markt? Welche Zielgruppen sollen angesprochen werden? Welche räumliche Ausdehnung wird anvisiert? Was sind die Leitprodukte, -dienstleistungen, -angebote aus der Region? Orientiert man sich an die herkömmliche Produkt-Markt-Matrix nach Ansoff, dann geht es in den Karawanken sowohl um den Aufbau eines neuen Marktes als auch um den Aufbau von neuen Produkten. Dies erfordert jedenfalls eine langfristige Perspektive, um aufbauend auf die Vision/die Dachmarke die entsprechenden Märkte und Produkte zu definieren und zu entwickeln.

To do → Marktanalyse und Produktentwicklung



- **Marketing und Kommunikation:** Die Aufgabe des Marketings ist, das „Sein der Region“ ansprechend zu verpacken und in Wert zu setzen. Die Aufgabe der Kommunikation ist im Wesentlichen, Werte und Informationen nach „innen“ (regionale Bevölkerung) und nach „außen“ (Besucher, Konsumenten etc.) zu transportieren. Durch ein Corporate Design (CD) und eine Corporate Communication (CC) sollen jene Kanäle und Instrumente gewählt werden, die die entsprechenden Werte und Informationen auf abgestimmte Weise zu den Zielgruppen bringt.

To do → Erstellung eines Marketing- und Kommunikationskonzeptes

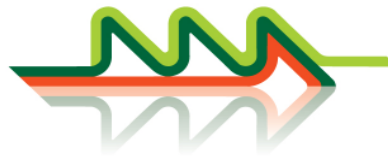


6 Anhang und Verzeichnisse

6.1 Beispiele zu grenzüberschreitenden Programmen, Marken und Aktivitäten

Es besteht eine Vielzahl von wirtschaftlichen Beziehungen im Bereich Tourismus und Regionalentwicklung zwischen den beiden Ländern. Vor allem durch den Beitritt Sloweniens zur EU hat die Zusammenarbeit einen maßgeblichen Aufschwung erfahren. Beispielhaft ist das „Operational Programme Slovenia-Austria 2007-2013“ (Interreg IV A) angeführt, das die Stärkung des wirtschaftlichen und sozialen Zusammenhalts in der Europäischen Union anhand der Förderung grenzübergreifender Zusammenarbeit und eines ausgewogenen räumlichen entwicklungsstrukturellen Aufbaus zum Ziel hat. Beispielhaft seien in alphabetischer Reihenfolge einige Projekte angeführt:

- ADVENTURE PETZEN : Entwicklung der Petzen als grenzüberschreitender Erlebnisberg
- AIN-DJN: Grenzüberschreitender barrierefreier Tourismus
- CROSS INNO Grenzüberschreitendes Netzwerk für Innovation und technologische Zusammenarbeit
- Ecojoints - Joints Ventures für Umwelt und Wirtschaft - Slowenien
- EFFICIENT EFFECTIVE SMART: Competence Region Renewable Energies and Sustainable Technologies
- EURESUN Efficient use of renewable energy for a sustainable nature
- FUTURE IDEAS KARAWANKS: Innovative, nachhaltige Unternehmensentwicklung
- GEOPARK: die Errichtung eines grenzüberschreitenden Geoparks zwischen der Petzen und der Koschuta
- GOAL: Aktivitierung grenzüberschreitender Einsatzleistungen bei Katastrophen und Unfällen
- GREMA - Grenzüberschreitender Masterplan für Südkärnten
- Grenzenlos - Brezmejnost: Kulturprojekt zwischen Kärnten und Slowenien
- Hemma-Pilgerweg:
- Interregionaler Kooperationslehrgang Kärnten/Koroška
- Karafish: Höhenverbreitung der Bachforelle und Vorkommen der Koppe in den Karawanken
- No borders for clean Energy (Klima ohne Grenzen) - Grenzüberschreitende Zusammenarbeit im Rahmen von Klimaschutz (Fair Trade, ökologische Landwirtschaft, erneuerbare Energie), Know-how-Transfer
- Nature Experience: Zusammenarbeit von Schutzgebieten in Slowenien, Kärnten und der Steiermark
- REACT : "Touristisches Juwel Karawanken
- SEPiRAP - Sustainable Energy Project interRegional Action Programme (März 2003 bis Oktober 2004)
- SOSED/NACHBAR - Lokale Medienkooperation

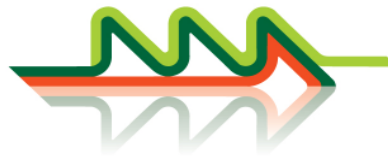


- TRANSTHERMAL - Geothermie der Ostalpen Hydrogeologie der Karawanken, Abschnitt Petzen (Jänner 2002 - November 2003)

Die vollständigen Listen sowie Detailbeschreibungen finden sich unter http://www.si-at.eu/projects_de.

Es besteht derzeit keine Dach- und Gesamtmarke für die Karawankenregion. Es gibt jedoch einige Regionalverbände, die touristische Aktivitäten bewerben und regionale Produkte unter einem Label zusammenführen. Vor allem über die Interreg-Schiene ist die Abwicklung grenzüberschreitender Projekte möglich. Die Karawanken sind im Zuständigkeitsbereich folgender Regionalverbände:

- Die an die Karawanken angrenzenden slowenischen Regionalverbände Gorenjska, Koroska und Savinjska haben im Wesentlichen die Förderung der regionalen und lokalen Wirtschaft, des sozialen Bereichs, der technologischen Entwicklung sowie der räumlichen Planung zum Ziel. Es sind non-profit und NGO-Organisationen. Etwaige Gewinne werden direkt in Entwicklungsprogramme und -projekte investiert.
 - Der slowenische Regionalverband Gorenjska (BSC Ltd) beispielsweise ist eine Regionalentwicklungs-Agentur und eine regionale Einrichtung zur Unterstützung der wirtschaftlichen und unternehmerischen Entwicklung der Region Gorenjska. BSC kommt die Rolle eines Verbindungsglieds zwischen Unternehmern, Gemeinden, Institutionen, Ministerien und anderen Institutionen zu.
- In Kärnten bemühen sich der Verein Carnica Region Rosental, der Verein Regionalentwicklung Südkärnten, das Regionalmanagement Lavanttal (alle Leader Regionalkooperation Unterkärnten) sowie die Stadt-Umland Regionalkooperation Villach (Leader Region Villach-Hermagor) um Aspekte einer nachhaltigen Entwicklung in den Karawanken. Ein wesentliches Aktionsfeld ist aufgrund der geographischen Lage in der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit gegeben.
 - Der Kärntner „Regionalverein Carnica Rosental“ beispielsweise, zu dem sich 10 Gemeinden zusammengeschlossen haben, versteht sich als Koordinationsdrehscheibe und Innovationsorganisation zur Nutzung des endogenen Potentials der Region und Verbesserung der wirtschaftlichen Situation. Unter seinem Dach werden Produkte aus der Region aus allen Themenbereichen (Tourismus, Landwirtschaft, Kunst & Kultur, ect) vermarktet.
 - Der „Verein Regionalentwicklung Südkärnten“ umfasst acht Gemeinden und hat folgende Ziele: Entwicklung und Vermarktung gemeinsamer Wirtschaftszonen am geeigneten Standort, Verwendung erneuerbarer Energie, Weiterentwicklung des umfangreichen Kulturangebotes, Etablierung als touristisch vermarktbar Naturregion, Bedarfsgerechter Ausbau der Verkehrsinfrastruktur und die Wertschöpfung in der Land- und Forstwirtschaft durch verstärkte Kooperation, Produktentwicklung, Veredelung, Vermarktung, Aus- und Weiterbildung sowie Diversifizierung absichern.



Des Weiteren gibt es (gab es) viele weitere Partnerkooperationen, Arbeitsgemeinschaften oder übergeordnete Initiativen mit Bezug zu den Karawanken. Beispielhaft seien angeführt:

- Arge Alpe Adria: Am 20. November 1978 wurde die Arbeitsgemeinschaft Alpen-Adria in Venedig gegründet. Die regionalen Regierungschefs von Bayern, Friaul-Julisch Venetien, Kärnten, Kroatien, Oberösterreich, Salzburg (Aktiver Beobachter), Slowenien, Steiermark, Veneto unterzeichneten eine gemeinsame Erklärung, in der informelle Freundschaftsbeziehungen zwischen Grenzregionen in eine Organisation mit klar definierten Aufgaben und Zielen festgehalten sind. Arge aktuell im Umbruch.
- Verein „Grenzenlos“: Der Verein bemüht sich um die Kooperation mit den Nachbarländern Italien-Slowenien - sowohl im Tourismus, als auch im kulturellen Bereich. Schwerpunkte unserer Zusammenarbeit mit Kärnten- Slowenien und Friaul-Julisch-Venetien sind aktuelle Projekte, wie etwa der Hemma-Pilgerweg, die Transromanica und der Ausbau der bereits bestehenden regionalen Verbindungen.
- Verein Kärnten Grenzenlos. Der Verein sieht die größten Zukunftschancen in der intensiven Zusammenarbeit über die Grenzen hinweg, vor allem mit den Nachbarn Slowenien und Italien. Der Verein organisiert Veranstaltungen, ua. wurde heuer ein „Kärnten Grenzenlos“ - Ideenwettbewerb ausgeschrieben.
- Die Landwirtschaftskammer Kärnten hat einen Koordinator für grenzüberschreitende Zusammenarbeit (INTERREG, LEADER). Seit 1997 koordiniert eine eigene Beratungs- und Servicestelle gemeinsam mit dem Amt der Kärntner Landesregierung (Abt. 10 L - Landwirtschaft) Aktivitäten mit den Partnern in Slowenien und Italien.
- Der Slowenische Wirtschaftsverband ist der wirtschaftliche Dachverband der slowenischen Volksgruppe in Kärnten und setzt sich unter anderem auch für die Förderung eines gemeinsamen Alpen-Adria Wirtschaftsraumes ein.
- Die „ARGE Crossboarder Regionale Partnerschaft Kärnten“ war Ansprechpartner für die Zusammenarbeit zwischen Kärnten und den slowenischen Regionen Gorenjska, Koroska und Savinjska. In der ARGE arbeiteten die jeweiligen Regionalmanagerinnen und Regionalmanager zusammen. Arge in dieser Form nicht mehr aktiv.



6.2 Literatur- und Quellen

Amt der Kärntner Landesregierung (2005): Grenzüberschreitender Masterplan für Unterkärnten. Interreg Projekt GREMA.

Eigner, Ch., Krotscheck, Ch., Narodoslowsky, M., Ober, J., Ritter, M., & Wlattnig, W. (Hrsg.) (2009). Zukunft: Regionalwirtschaft! Ein Plädoyer. 356 S.

Krotscheck, Ch., Schmidt, R., Ober, J., Lenz, B., Gerstl, B., Fend, M., Wlattnig, W. (2007). Politik der Inwertsetzung. 12 Entscheidungen zur Überwindung der Zuvielisation. 109 S.

Merkac, Št. & Zollner, D. (2011). Erhebung ausgewählter Aspekte zum Selbst-, Fremd- und Wunschbild einer Grenzregion mittels qualitativer Interviews. Bericht zum Arbeitspaket „Identität des Karawankengebietes“ im Rahmen des Interreg-Projektes karawanken@zukunft.eu“. Klagenfurt, 2011.

Narodoslowsky, M. (2009). Die Region - Versuch einer Definition. In: Eigner, Ch., Krotscheck, Ch.,

Skoberne, P., M. Getzner, H. Kirchmeir, 2011: Analiza naravnih značilnosti na območju Karavank. INTERREG IV A Slovenija-Avstrija, projekt Karavanke@prihodnost.eu; Gospodarjenje z naravo v evropski regiji prihodnosti, Univerza v Ljubljani, Biotehniška fakulteta, Ljubljana. Struger, K. (1998).

6.3 Weiterführende Literatur

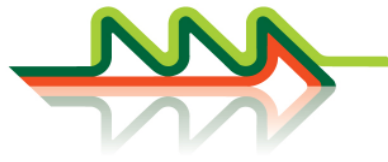
Abels, H. (2006). Identität. Über die Entstehung des Gedankens, dass der Mensch ein Individuum ist, den nicht leicht zu verwirklichenden Anspruch auf Individualität und die Tatsache, dass Identität in Zeiten der Individualisierung von der Hand in den Mund lebt. Wiesbaden VS Verlag

Amt der Kärntner Landesregierung (2005). Grenzüberschreitender Masterplan für Unterkärnten. Interreg Projekt GREMA

Bäuerliche Bildungsgemeinschaft/ Kmecka izobraževalna skupnost (2010). Leben in den Karawanken 2020/ Življenje v Karavankah 2020. Präsentationsunterlagen aus dem Fachsymposium in Tainach/Tinje.

BSC Kranj (2010). Regional Development Programme for the Gorenjska Region. BSC Kranj, Kranj (www.bsc-kranj.si, 12 April 2010).

Burtscher, S. (1999): Regionale, nationale und europäische Identität: Ergebnisse eines Lehr-Forschungsprojektes in der Steiermark, Vorarlberg und Wien / erstellt von: Simon Burtscher, Projektlgt.: Max Haller - Graz : Inst. f. Soziologie an d. Karl-Franzens-Univ., - X, 347 Bl.



Hettlage, R., Vogt, L. (Hrsg.) (2000): Identitäten in der modernen Welt. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.

Institut für Angewandte Ökologie (Komposch, C., Kowatsch, J. & Jungmeier M.), (1996). Biosphären - Region Südöstliche Kalkalpen. Naturschutzkonzept Gebiet Karawanken-Steiner Alpen als Grundlage des bilateralen Entwicklungsprogrammes AT-SLO im Rahmen Gemein

Jungmeier, M., Zollner, D., Herzog, E. & Unglaub, R. (2003). Naturparkstudie Karawanken. Teil 1: Machbarkeitsstudie Verein Regionalentwicklung Südkärnten, Bearbeitung: E.C.O. Institut für Ökologie, Klagenfurt, 59 + Anhang.

Keusch, C., Kirchmeir, H. & Jungmeier, M. (2010). Zwischenbericht - Karawanken-Heu - Im Rahmen des Projekts karawanken@future.eu - Naturbasierte Wirtschaft in der europäischen Zukunftsregion Karawanken, Bearbeitung: E.C.O. Institut für Ökologie, Klagenfurt, 12 S.

Kirchmeir, H. & Jungmeier, M. (2001). Grossräumige Waldbewertung aus naturschutzfachlicher Sicht für die Modellregion Karawanken. In: UMWELTBUNDESAMT (HRSG.): WaldNaturSchutz - Workshop zum Thema "Geschützte Wälder in Österreich" UBA Tagungsberichte Confer

Kirchmeir, H., & Jungmeier, M. (2000). Naturraumkarte Karawanken und Steiner Alpen. Studie im Auftrag von: Amt der Kärntner Landesregierung Abt. 20, Unterabteilung Naturschutz. ARGE Südöstliche Kalkalpen (Hrsg.), Bearbeitung: E.C.O. Institut für Ökologie,

Landesplanung Kärnten (2007b). Raum Villach: Raum sichern und gestalten. Abteilung 20, Amt der Kärntner Landesregierung, Klagenfurt.

Landesplanung Kärnten (2007c). Carnica-Region Rosental: Räume für Tradition und Zukunft schaffen. Abteilung 20, Amt der Kärntner Landesregierung, Klagenfurt.

Ministry of the Environment, Spatial Planning and Energy (2004). Spatial Development Strategy of Slovenia. Office for Spatial Planning, Ljubljana.

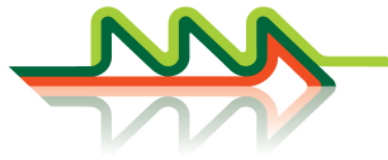
Narodoslawsky, M., Ober, J., Ritter, M., & Wlattnig, W. (Hrsg.) (2009). Zukunft: Regionalwirtschaft! Ein Plädoyer. Landesplanung Kärnten (2007a). Völkermarkt: Raum für gemeinsame Entwicklung. Abteilung 20, Amt der Kärntner Landesregierung, Klagenfurt.

OGM (2005). Weißbuch Tourismus Kärnten. Entwicklungsplan für Tourismus und Freizeit 2005-2015. Wien, 364 S.

Oschmautz, F. (2003). Grenzüberschreitender Naturpark Ostkarawanken - Steiner Alpen : konzeptive Gedanken / Friedrich Oschmautz, 225 Bl.

Palme, G. [Hrsg.]. Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung : Wirtschaftskonzept Kärnten: Studie des Österreichischen Instituts für Wirtschaftsforschung im Auftrag des Amtes der Kärntner Landesregierung / Gerhard Palme (Koord.). - Wien : WIFO

Petzl, M. (2011). On Branding, Communication and PR. Presentation documents in the course of the Management of Protected Areas Programme, Klagenfurt, March 2011.



Pilz, I. (2002). Sie drängen sich nicht auf, sie wollen entdeckt werden. Die Karawanken-West. Alpenverein Nr. 4, 41-43.

Reiterer, A. F. . Regionale Wirtschaft, Wirtschaftspolitik und Minderheitenfrage / Albert F. Reiterer

Roblek, I. (2000). Chancen für Südkärnten im Hinblick auf grenzüberschreitende Regionalentwicklung nach einem EU-Beitritt Sloweniens / Igor Roblek, . - Getr. Zählung

RRA Koroška (2010). Regional Development Programme for the Koroška Region. RRA Koroška, Dravograd (www.rra-koroska.si, 15 April 2010).

Schuhbauer, J. (1996). Wirtschaftsbezogene regionale Identität / J. Schuhbauer. - Mannheim : Geograph. Inst. d. Univ., XI, 227 S.

Die Kärntner Wirtschaft : eine Bestandsaufnahme und Wege in die Zukunft am Beispiel des Handels / eingereicht von: Katrin Struger, - 114 Bl.

Unterköfler, A. M. (2009). Brand Analysis for Austrian National Parks. Master Thesis of the Management of Protected Areas Programme, University of Klagenfurt, 124 p.

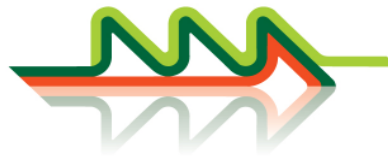
Verhounig, E. (2000). Jauntaler Kooperationsatlas: Unternehmen in Südkärnten; Zahlen - Daten - Fakten / Elfriede Verhounig. Technologieland Kärnten GmbH - Wolfsberg : Theiss, 248 S.

Wagner, H. (2006). Bezugspunkte europäischer Identität. Territorium, Geschichte, Sprache, Werte, Symbole, Öffentlichkeit - Worauf kann sich das Wir-Gefühl der Europäer beziehen? LIT Verlag.

WIFO (2010). WIFO-Datenbank, Auszug. WIFO (Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung), Wien.

Wutte, J. (2005). Zweisprachige Kleinregionen und ihre Identität. Welchen Stellenwert hat die Identität heute noch? Fallbeispiel des zweisprachigen Kindergartens in Ferlach / Borovlje - 118 Bl.

Zöhrer, B. (2004). Neue Ansätze des Regionalmanagement in der Region Südkärnten unter der Berücksichtigung der EU-Rahmenbedingungen : ein Evaluierungsversuch / Bettina Zöhrer, 247 Bl.



6.4 Abbildungen

Abbildung 1: Untersuchungsgebiet - Übersicht.6