

Allianz zur Entwicklung des Südalpenraums (ITAT 3029)

WP4 - Kommen und Bleiben

Handlungsleitfaden für regionale Akteure

Stand: 30.04.2021

Markus Dörflinger, Hermann Atz

Bozen, 2021

Dörflinger, M., H. Atz (2021): Bleiben & Kommen. Handlungsleitfaden für regionale Akteure.
Bozen: apollis.

Interne Projektnummer: 967

Projektleitung: Hermann Atz

Forschungsteam: Markus Dörflinger

Bozen 2021.

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangslage	6
2	Zielsetzung des Gesamtprojekts „Allianz zur Entwicklung des Südalpenraums“	7
3	Arbeitspaket „Bleiben & Kommen“: Ziel, Methodik und Durchführung	8
4	Themenfelder und Aufbau des Handlungsleitfadens	9
5	Ziel- und Akteursgruppen	10
5.1	Zielgruppen	10
5.2	Akteursgruppen	11
6	Themenfeld: Wohnen	12
6.1	Nachfrageseite Wohnungsmarkt	13
6.2	Leerstandsmanagement	13
6.3	Information und Beratung	16
6.4	Übersicht	18
7	Themenfeld: Arbeiten	20
7.1	Lehrberufe	20
7.2	Fachkräfte	21
7.3	Unternehmertum und Selbstständigkeit	21
7.4	Übersicht	24
8	Themenfeld: Anerkennungs- und Willkommenskultur	25
8.1	Unterstützung und Beratung	25
8.2	Gesellschaftliche Offenheit und Integration	27
8.3	Übersicht	30
9	Themenfeld: Vernetzung und Kommunikation	31

10	Quellenverzeichnis	33
	Anhang: Übersicht der Handlungsempfehlungen nach Akteursgruppen	34

1 Ausgangslage

Der inneralpine Südalpenraum hat sich in den letzten Jahren verzögert entwickelt, das notwendige Humanpotential fehlt. Entscheidend für die Wahl des Lebensmittelpunktes sind neben den harten Standortfaktoren emotionale „Triebfedern“ wie Familie, Freunde landschaftliche Bezugspunkte und vor Ort gelebte Werte. Auf beiden Ebenen, den Triebfedern und den Standortfaktoren, setzt das Interreg-Projekt „Allianz zu Entwicklung des Südalpenraums“ (ITAT 3029) an, an dem neben den Projektpartnern Regionsmanagement Osttirol und Regionalmanagement Pustertal auch vier Städte sowie die lokalen Aktionsgruppen (LAGs) der Region mitwirken.¹ Inhalt des Projekts ist es, die aus der jeweiligen Landessicht peripheren Bereiche Kärntens, Tirols, Südtirols, mit den Städten Spittal, Hermagor, Lienz und Bruneck zu einer gemeinsamen Plattform/Marke/Präsenz zusammenzuführen. Das Projekt ist der organisatorische und strategische Startpunkt, um den Südalpenraum regionsübergreifend aufzuwerten und zukunftsorientiert auszurichten (Regionalmanagement Pustertal 2019).

¹ Städte Lienz, Bruneck, Spittal an der Drau, Hermagor; LAG Region Hermagor, LAG Nockregion Oberkärnten, LAG Großglockner Mölltal-Oberdrautal, LAG Alto Belluno, LAG Open Leader, LAG Euro Leader

2 Zielsetzung des Gesamtprojekts „Allianz zur Entwicklung des Südalpenraums“

Das Projekt „Allianz für den Südalpenraum“ verfolgt folgende strategische Ansätze (Regionalmanagement Pustertal 2019):

- Eine klare Positionierung und Kommunikation des Raumes als lebenswerten Kontrapunkt zu den Ballungsräumen wie Bozen, Innsbruck oder Klagenfurt.
- Entwicklung von mindestens drei Themen, die künftig entlang der Hauptachse Spittal/Hermagor-Lienz-Bruneck gemeinsam verfolgt werden. So können zukünftig Themen wie höhere Bildung, Mobilität oder Wertschöpfungsnetzwerke gemeinsam bearbeitet bzw. dargestellt werden.
- Gemeinsame Aufbereitung des Themas Bleiben & Kommen (Stichwort: Humanpotential). Der räumliche Fokus wird auf die Achse Spittal/Hermagor-Lienz-Bruneck gelegt. Dies ist die Achse mit den stärksten verkehrstechnischen und funktionalen Verflechtungen.

Das 2019 gestartete Projekt umfasst vier Arbeitspakete: Projektmanagement, Kommunikation, Struktur & Kommunikation und Bleiben & Kommen. Das Projekt soll bis Mitte 2021 abgeschlossen werden. Das vorliegende Dokument befasst sich ausschließlich mit dem Thema „Bleiben & Kommen“.

3 Arbeitspaket „Bleiben & Kommen“: Ziel, Methodik und Durchführung

Ziel des Arbeitspakets „Bleiben & Kommen“ war die Ausarbeitung eines einheitlichen Handlungsleitfadens für die Teilregionen des Südalpenraums mit gültigen Handlungsempfehlungen, die sich an verschiedene Akteure in der Region richten. Dabei sollen Ansatzpunkte aufgezeigt werden, was konkret im Südalpenraum getan werden kann, um Bleiben, Rückkehren und (neu) Kommen zu fördern.

Innerhalb des Projektkonsortiums war das Regionalmanagements Pustertal für dieses Arbeitspaket zuständig. Es hat die entsprechenden Tätigkeiten an **apollis** aus Bozen und an **regional-Synergie** aus Innsbruck (Michael Beismann, Lisa Helminger) vergeben, welche die Arbeiten in enger Abstimmung mit dem Auftraggeber und untereinander durchführten. Im Rahmen des Arbeitspakets wurden zunächst auf Basis bestehender Studien und relevanter Datenbanken wichtige Grundlagendaten zur Region in einem umfassenden Bericht zusammengestellt. Dem folgte die Recherche, Auswahl und Analyse von Best-Practice-Beispielen zum Thema „Bleiben & Kommen“, die sowohl aus der Region als auch von außerhalb des Südalpenraums stammten. Ausgewählte Beispiele wurden dabei vertieft untersucht und für die folgenden Projektschritte aufbereitet. Im nächsten Schritt wurden vier 2- bis 2,5-stündige Online-Workshops (Online-Plattform Zoom) durchgeführt (vgl. Tabelle 1). Die thematische Schwerpunktsetzung der Workshops erfolgte in enger Abstimmung mit der Projektsteuerungsgruppe und deckt die vier Ansatzpunkte ab, welche sich beim Thema „Bleiben & Kommen“ im Südalpenraum am relevantesten darstellen. Die genaue Ausarbeitung des jeweiligen Workshopkonzepts erfolgte in Abstimmung mit den entsprechenden LAGs, die als verantwortliche „Gastgeber“ für die Workshops fungierten. Der Kreis der Teilnehmenden umfasste neben Mitgliedern der Projektsteuerungsgruppe verschiedene Akteure aus den einzelnen Teilregionen mit Expertise zum jeweiligen Thema. Die Einladung der Teilnehmenden erfolgte in Abstimmung mit der Projektsteuerungsgruppe.

<i>Themenfeld</i>	<i>Datum</i>	<i>Teilnehmende</i>	<i>Verantwortlich</i>
Anerkennungs- und Willkommenskultur	21.01.2021	16	LAG Hermagor
Arbeiten	04.02.2021	34	RM Pustertal
Wohnen	10.02.2021	28	LAG Nockregion Oberkärnten
Kommunikation und Vernetzung	03.03.2021	26	RM Osttirol

Tabelle 1: Durchgeführte Workshops

Die Ergebnisse der Workshops bilden zusammen mit der vorangehenden Grundlagenrecherche und Best-Practice-Analyse die Grundlage des vorliegenden Handlungsleitfadens.

4 Themenfelder und Aufbau des Handlungsleitfadens

Der Handlungsleitfaden stellt das zentrale Produkt des Arbeitspakets „Bleiben und Kommen“ im Rahmen des Gesamtprojekts „Allianz für den Südalpenraum“ dar. Er fasst die Ergebnisse der Sichtung ausgewählter Literatur, der Recherchen zu guten Beispielen, aber vor allem der thematischen Workshops mit Fachleuten und politischen Vertreterinnen und Vertretern aller beteiligten Regionen zusammen und leitet daraus Handlungsempfehlungen für die verschiedenen Ziel- und Akteursgruppen ab. Damit wird einerseits ein intensiver Prozess der Forschung, der Vernetzung und des Austauschs von Erfahrungen und Ideen dokumentiert, andererseits soll der Leitfaden die Grundlage für weiterführende Tätigkeiten aller am Thema interessierten Akteure und gesellschaftlichen Gruppierungen bilden, wobei der Fokus auf der Bündelung der Anstrengungen und der Abstimmung zwischen den Regionen des SAR liegt.

Damit will der Handlungsleitfaden generelle Orientierung und konkrete Anregungen bieten, die für eine gelingende Umsetzung der verschiedenen Vorschläge wichtig sind. Er darf aber nicht als Arbeitsprogramm oder Maßnahmenkatalog gesehen werden, denn ein solches müsste jeweils Verantwortliche, Zeiten und messbare Ziele benennen, Ressourcen zur Verfügung stellen und auf verbindlichen Beschlüssen politischer Gremien oder zuständiger Verwaltungen beruhen.

Der Handlungsleitfaden orientiert sich in seiner Struktur an den Themenfeldern der durchgeführten Workshops:

- Wohnen (Kapitel 6)
- Arbeiten (Kapitel 7)
- Anerkennungs- und Willkommenskultur (Kapitel 8)
- Kommunikation und Vernetzung (Kapitel 9)

In jedem Themenfeld werden verschiedene Handlungsfelder aufgezeigt und konkrete Empfehlungen formuliert. Diese richten sich dabei an verschiedene Akteursgruppen (vgl. Kapitel 5). Zwischen den Themenfeldern gibt es Überschneidungen und Querverbindungen, die sich da und dort in Wiederholungen und Verweisen ausdrücken. Am Ende eines jeden Kapitels findet sich eine Übersicht zu den Handlungsempfehlungen. Aufgeführt ist eine Kurzbeschreibung der Handlungsempfehlung sowie der Ausgangslage, die verantwortlichen Akteursgruppen, die Ebene (lokal, regional, überregional) und die Adressaten, an die sich die konkrete Empfehlung richtet (vgl. Kapitel 5). Im Anhang des Gesamtdokuments (S. 34) findet sich eine Gesamttabelle mit diesen Informationen aufgeschlüsselt nach verantwortlichen Akteursgruppen.

5 Ziel- und Akteursgruppen

5.1 Zielgruppen

Die vorliegenden Handlungsempfehlungen zur Förderung von Bleiben, Rückkehren und (neu) Kommen von Menschen in den Südalpenraum beziehen sich auf verschiedene Zielgruppen. Diese werden wie folgt definiert:

- Allgemeinbevölkerung:
 - ◆ Personen, die **in der Region** leben, unabhängig davon, ob die **aktiv** über das Bleiben bzw. Wegziehen nachdenken, in jüngster Zeit **zurückgekehrt** oder **zugezogen** sind.
- Bleibende:
 - ◆ Personen, die **in der Region leben** und **aktiv** über das Bleiben bzw. Wegziehen nachdenken.
- Rückkehrende:
 - ◆ Personen, die **einen nennenswerten Teil** ihres Lebens **in der Region gelebt** haben, aktuell **außerhalb der Region** leben und...
 - ◆ ... zu einer Rückkehr in die Region motiviert werden könnten oder
 - ◆ ... eine Rückkehr planen oder
 - ◆ ... sich bereits im Rückkehrprozess befinden oder
 - ◆ ... vor kurzem zurückgekehrt sind.
- Zuziehende:
 - ◆ Personen, die **keinen nennenswerten Teil** ihres Lebens **in der Region gelebt** haben, aktuell **außerhalb der Region** leben und...
 - ◆ ... zu einem Zuzug in die Region motiviert werden könnten oder
 - ◆ ... einen Zuzug planen oder
 - ◆ ... sich bereits im Zuzugsprozess befinden oder
 - ◆ ... vor kurzem zugezogen sind.
- Multilokal Wohnende:
 - ◆ Personen, die ihren Lebensmittelpunkt über einen längeren Zeitraum abwechselnd sowohl an einem **Wohnort innerhalb der Region** als auch an mindestens einem **Wohnort außerhalb der Region** haben.²

Manche der Empfehlungen des vorliegenden Handlungsleitfadens richten sich an die aufgeführten Zielgruppen, während es für manch andere sinnvoll ist, spezifischere Untergruppen zu definieren. So sind Ausheimische (als Untergruppe der Rückkehrenden) beispielsweise aus der Region stammende Menschen, die ständig in anderen Landesteilen oder im Ausland leben und als potenzielle Rückkehrende gesehen werden.

² Ein- und Auspendelnde und Personen, die einen der beiden Wohnorte nur zu Urlaubszwecken nutzen (Ferienwohnung), sind von dieser Definition ausgenommen.

5.2 Akteursgruppen

In den Handlungsempfehlungen werden stets auch die Akteure bzw. Akteursgruppen genannt, die an der Umsetzung der empfohlenen Maßnahmen beteiligt werden sollen. Es sind dies:

- Gemeindeverwaltung
- Bezirksverwaltung³
- Gemeindeverwaltung
- Landesverwaltung
- Bildungseinrichtungen
- Standort- und Regionalmarketing
- Arbeitgeber
- Wirtschaftskammern und -verbände
- Strukturen für Unternehmer/innen und Selbstständige
- Vereine

Nicht explizit als Akteure werden die Regionalmanagements und die lokalen Aktionsgruppen (LAGs) bzw. die direkt am Projekt Südalpenraum beteiligten Organisationen aufgeführt. Diese sollen als Initiatorinnen und Initiatoren bzw. Koordinatorinnen und Koordinatoren an der Umsetzung der aufgeführten Ideen und Maßnahmen in Zusammenarbeit mit den adressierten Akteursgruppen fungieren.

³ Die Verwaltung der Bezirksgemeinschaft Pustertal wird im Folgenden auch als Bezirksverwaltung adressiert.

6 Themenfeld: Wohnen

Die Suche nach einer passenden, attraktiven und gleichzeitig bezahlbaren Wohnung bzw. einem Haus stellt eine große Schwierigkeit für Zuziehende und Rückkehrende, aber auch für Bleibende beim Übergang in eine neue Lebensphase (wie z. B. bei Auszug aus dem Elternhaus oder Familiengründung) dar. Dies trifft dabei insbesondere auf die Städte, aber auch auf die ländlichen Gemeinden zu (vgl. Frötscher 2021, Corradini 2021, Streifeneder et al. 2017).

Folgende Kernherausforderungen können dabei im Südalpenraum identifiziert werden (**Angebot**):

- Hohes Preisniveau
- Geringe Auswahl und Verfügbarkeit
- Nicht-Passung des Angebots

Auf Seite der **Nachfrage** bestehen bei (potenziell) Zuziehenden und Rückkehrenden, aber auch bei Personen mit Bleibeabsicht individuell sehr unterschiedliche Wohnbedürfnisse, die wiederum im Zusammenhang mit der soziokulturellen Prägung, den demografischen Faktoren (Alter, Geschlecht, Familienstand) und dem sozioökonomischen Status (Bildungsniveau, Erwerbstätigkeit, Einkommen, Vermögen) stehen. Die wichtigsten Wohnbedürfnisse, welche die Nachfrage bestimmen, betreffen die folgenden Aspekte:

- Bauqualität
- Schnelle Verfügbarkeit
- Flexible Wohndauer
- Nutzung in Eigentum oder Miete
- Leistbarkeit
- Lage und Wohnumfeld (Nähe zum Arbeitsplatz, Verkehrsanbindung, Freizeitangebot, soziale Kontakte etc.)

Die Herausforderung im Südalpenraum besteht darin, ein Angebot zu schaffen, das diese Nachfrage bestmöglich bedient. Die folgenden **Handlungsfelder** sind hierfür relevant:

- Nachfrageseite Wohnungsmarkt
- Leerstandsmanagement
- Information und Beratung

6.1 Nachfrageseite Wohnungsmarkt

Erfassung der Bedürfnisse und Möglichkeiten der Nachfrageseite

Wie bereits beschrieben, bestehen sehr unterschiedliche individuelle Bedürfnisse und Möglichkeiten der (potenziellen) Bleibenden, Rückkehrenden und Zuziehenden. Um das Angebot ganz spezifisch auf die tatsächlichen Interessentinnen und Interessenten ausrichten zu können, sollten deren Bedürfnisse und Möglichkeiten vorab erfasst werden. Dies kann z. B. im Rahmen von Umfragen und Erhebungen geschehen, aber auch auf Basis informellen Erfahrungsaustausches zwischen Zuziehenden/ Rückkehrenden und der öffentlichen Verwaltung oder Arbeitgebern, wobei die Erkenntnisse systematisch zusammengetragen werden.

6.2 Leerstandsmanagement

Die (Re-)Aktivierung von Leerstand, also des ungenutzten bzw. unbewohnten Wohnraums, stellt ein enormes Potenzial zum Ausbau attraktiver Wohnmöglichkeiten dar. Dieses wird noch einmal erhöht, denkt man auch an die mögliche Umfunktionierung leerstehender Gewerbeflächen bzw. Wirtschaftsgebäude (z. B. aus der Landwirtschaft) in neuen Wohnraum.

Die Leerstandsaktivierung ermöglicht zum einen den allgemeinen Ausbau des Wohnungsangebots, ohne auf „Bauen auf der grünen Wiese“ angewiesen zu sein. Zum anderen kann die (Re-)Aktivierung von Leerständen in den Ortskernen dazu beitragen, die Attraktivität des innerstädtischen Raumes erheblich zu erhöhen. Dieser Aufwertungseffekt ergibt sich insbesondere, wenn Raum zur Entwicklung alternativer Wohn- und Nutzungsformen gegeben wird. So kann ein Teil der Bausubstanz beispielsweise durch eine kulturelle Nutzung wieder dem öffentlichen Leben zugänglich gemacht werden. Auch die Kombination aus Wohnungen und attraktiven Räumlichkeiten zum Arbeiten (vgl. Co-Working-Spaces, Kapitel 7) kann die Attraktivität des Ortes auf mehreren Ebenen steigern.

Die Einbindung der Bevölkerung im Rahmen eines partizipativen Prozesses zur Leerstandnutzung kann sich nicht nur die Ausgestaltung, Umsetzung, Akzeptanz und Nutzung des umgewandelten Leerstands günstig beeinflussen, sondern dient auch der allgemeinen Aktivierung der Bevölkerung und kann sich somit nachhaltig positiv auf die Dorfgemeinschaft sowie zukünftige Planungsprozesse auswirken.

Informations- und Vernetzungsveranstaltungen

Um in der Allgemeinbevölkerung ein Bewusstsein für das vielfältige Potenzial von Leerstand zu schaffen, bieten sich Veranstaltungen auf lokaler Ebene an, die sich an eine möglichst breite Öffentlichkeit richten sollten. Neben der Sensibilisierung dienen diese auch dem Wissensaustausch sowie der Vernetzung verschiedener Akteure. Besonders wirksam sind solche Veranstaltungen, wenn sie das Potenzial von Leerstand nicht nur theoretisch behandeln, sondern beispielsweise im Rahmen einer exemplarischen Zwischennutzung veranschaulichen (vgl. Best Practice 1).

Doch nicht nur in der Allgemeinbevölkerung gilt es, das Bewusstsein für das Potenzial von Leerstand zu schärfen, sondern auch in den Gemeindeverwaltungen, deren Engagement oft-

mals mitentscheidend für eine erfolgreiche Aktivierung von Leerstand ist. Auch hier sind beispielsweise Informationsveranstaltungen zur Sensibilisierung sinnvoll.

„USGNUTZT – Was im Leerstand möglich ist“	
<p>Ziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Zwischennutzung von Leerstand ■ Sensibilisierung ■ Vernetzung <p>Träger:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ LAG Vorderland-Walgau-Brudenz <p>Projektzeitraum:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ April-Juni 2017 <p>Beschreibung: Im Rahmen des Leader-geförderten Projekts wurde in einem leerstehendem Gebäude in der Gemeinde Röthis in Vorarlberg (Bezirk Feldkirch) ein dreitägiges Leerstandfestival veranstaltet. Dieses umfasste eine Ausstellung und verschiedenste Veranstaltungen. Angesprochen wurde dabei sowohl die all-</p>	<p>gemeine Bevölkerung als auch die Fachöffentlichkeit. Das Thema Leerstand war nicht nur in Form der beispielhaften Zwischennutzung des Gebäudes präsent, sondern wurde auch im Rahmen von Fachvorträgen und Diskussionsrunden behandelt.</p> <p>Wirkung: Das Projekt hat das Thema Leerstand in der Region präsenter gemacht und im Bewusstsein von Politik und Gesellschaft verankert. Neue Ideen und Strategien zur Reaktivierung von Leerstand wurden ausgetauscht und Netzwerke gebildet.</p> <p>Weitere Informationen: www.frausturn.at/usgnutzt www.zukunftsraumland.at/projekte/1836</p>

Best Practice 1: „USGNUTZT – Was im Leerstand möglich ist“

Leerstandsmonitoring

Um das lokal vorhandene Potenzial für die Leerstandsaktivierung zu identifizieren, sollten Leerstände im Rahmen einer Erhebung erfasst werden. Diese sollte dabei nicht nur einmalig durchgeführt werden, sondern im Rahmen eines Leerstandsmonitorings in regelmäßigen Abständen wiederholt werden, um Entwicklungen abbilden zu können. Der Fokus sollte dabei auf strukturellen Leerstand gelegt werden, also dauerhaft unbewohnte bzw. ungenutzte Gebäude. Angesichts der besonderen Wirkung, die mit der Wiederbelebung zentraler Leerstände verbunden ist, sollten insbesondere Leerstände in prominenter Lage gut erfasst werden. Die Grundlage eines Leerstandsmonitorings können Ver- und Entsorgerdaten oder Daten des Einwohnermeldeamts darstellen. In den meisten Fällen sollte für eine möglichst genaue Erhebung jedoch unbedingt das spezifische Wissen der lokalen Bevölkerung im Rahmen eines Wissensaustausch oder von Fragebögen genutzt werden.

Schnittstelle Leerstandsaktivierung

Sowohl für private Einzelpersonen als auch für Vereine oder Genossenschaften, die an der Umwandlung von Leerstand in Wohnraum mitwirken möchten, ist eine enge Abstimmung mit den lokalen Akteuren wichtig. Auch ist eine gute Beratung durch die lokale Verwaltung bei der Projektplanung und -umsetzung wichtig, da diese nicht das Wissen über die spezifischen Verwal-

tungsprozesse mitbringt, sondern auch die lokalen Akteurskonstellationen kennt. Hilfreich wäre daher die Einrichtung einer Schnittstelle auf Gemeindeebene, um die Projekte zur Leerstandsaktivierung zu vereinfachen und zu beschleunigen.

Leerstand in öffentlicher Hand

Eine Maßnahme, die direkt die Leerstandsaktivierung fördert, kann zudem die Bereitstellung von leerstehenden Gebäuden in öffentlicher Hand bzw. deren Verkauf zu zuvorkommenden Konditionen an Personen, Vereine oder Genossenschaften mit erfolgversprechenden Nutzungskonzepten sein. Die Gemeinde- oder Bezirksverwaltungen als Eigentümer des Leerstandes kann so gezielt Akzente für die lokale Entwicklung setzen. Bei der Gewinnung von privaten Investoren ist darauf Wert zu legen, eine Nutzung im Sinne des Gemeinwohls zu garantieren. Ein Modell zur Wiederbelebung von Leerstand ist auch die zeitweise Nutzungsüberlassung des Leerstandes in öffentlicher Hand an Personen und Gemeinschaften mit innovativen Nutzungsideen. Dabei ist zum einen eine Kombination mit Strukturen der Arbeitswelt denkbar (vgl. Kapitel 7). Zum anderen könnten neben Wohnen und Arbeiten auch offene Räume für soziale Begegnungen geschaffen werden, z. B. Vereinstreffpunkte, Kinder- und Jugendräume, Dorfläden, Bars oder Cafés, um Gemeinschaft und Sozialleben zu fördern (vgl. Kapitel 6).

Alternative Wohnformen im Leerstand haben ein besonderes Potenzial, zur Attraktivitätssteigerung der Region beizutragen, alternative und kreative Köpfe anzulocken und zum Abbau von Ungleichheiten beim Zugang zum Wohnmarkt beizutragen. Unter alternativen Wohnformen werden beispielsweise Mehrgenerationenhäuser, selbstverwaltete Wohngemeinschaften oder Co-Housing-Projekte verstanden. Diese Wohnformen bieten insbesondere ein soziales Gefüge am Wohnort sowie Beteiligungsmöglichkeiten und sind für verschiedenste Zielgruppen sehr attraktiv. Unabhängig von der letztlich angestrebten Nutzung ist es sinnvoll, die Allgemeinbevölkerung in den Prozess der Leerstandsaktivierung miteinzubeziehen (vgl. oben Informations- und Vernetzungsveranstaltungen).

Umwidmung und kommunale Nutzungskonzepte

Ein weiterer Ansatzpunkt auf Ebene der Gemeindeverwaltung ist die Schaffung günstigerer Rahmenbedingungen, so dass überhaupt mehr Leerstand für Wohnraum nutzbar gemacht werden kann. So könnte die Umwidmung gewerblicher Flächen in Wohnraum im Rahmen kommunaler Nutzungskonzepte erleichtert werden. Dies könnte beispielsweise die Umfunktionalisierung von leerstehenden Erdgeschosszonen in den Innenstädten zu Wohneinheiten unterstützen und so sowohl für attraktiven Wohnraum sorgen als auch zur Attraktivitätssteigerung der Innenstädte beitragen.

Unterstützung für Leerstandsnutzung

Um die dauerhafte Nutzung von ehemals leerstehenden Gebäuden auch dauerhaft zu unterstützen und um interessierten Personen, Vereinen oder Genossenschaften mit Ideen zur Leerstandsaktivierung auch eine längerfristige Unterstützung zu bieten, könnten auch finanzielle Anreize im Rahmen der Möglichkeiten der Gemeinde- und Bezirksverwaltungen geschaffen werden. Dies wäre beispielsweise durch eine Reduzierung der kommunalen Abgaben für aufgewerteten Leerstand möglich. Darüber hinaus sollten rechtliche bzw. formale Hürden abge-

baut werden, die der Selbstverwaltung alternativer Wohnprojekte durch Vereine oder Kooperativen im Wege stehen.

Anreize für Eigentümerinnen und Eigentümer

Zusätzlich sollten weitere Anreize für Eigentümerinnen und Eigentümer geschaffen werden, Leerstand in vermieteten Wohnraum umzuwandeln. Ein wichtiger Hinderungsgrund, weshalb bestehende Wohneinheiten nicht dem Mietmarkt zugeführt werden, sind hierbei oftmals Bedenken der Eigentümer/innen bezüglich der Mietsicherheit und des Aufwandes, der mit einer Vermietung verbunden ist. Denkbar ist beispielsweise eine Garantieübernahme für Mietausfälle oder die Abwicklung von Formalia zur Reduzierung des Verwaltungsaufwandes für die Vermieter/innen durch die öffentlichen Verwaltung bei einem gleichzeitig gedeckelten Mietzins (vgl. Best Practice 2).

„Sicher vermieten“	
<p>Ziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Reaktivierung von Leerstand ■ Überführung in günstigen Wohnraum <p>Träger:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Land Vorarlberg ■ Vorarlberger gemeinnützige Wohnungsbau- und Siedlungsgesellschaft ■ Vorarlberger Eigentümervereinigung <p>Entstehung:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ seit 2008: Idee und Planung ■ seit 2015: Start in der Stadt Dornbirn ■ 2021: Ausweitung auf ganz Vorarlberg <p>Beschreibung: Wohneigentümerinnen und -eigentümer (Privatpersonen) werden durch die Schaffung günstiger Bedingungen dazu angeregt, leerstehende Wohnungen und Einfamilienhäuser (wieder) dem Mietmarkt zuzuführen. Zum einen werden ihnen die regelmäßigen Mieteinkünfte durch eine Garantieübernahme</p>	<p>der Projektträger gesichert. Zum anderen reduziert sich der Verwaltungsaufwand für die Vermieterinnen und Vermieter, indem sowohl die Mietersuche als auch die vertragliche Abwicklung und die allgemeine Kommunikation mit diesen von der Plattform übernommen wird. Mieterinnen und Mietern wird dabei ein gedeckelter Mietzins zugesichert, der unter dem ortsüblichen Mietspiegel liegt.</p> <p>Wirkung: Mehr Eigentümerinnen und Eigentümer vermieten leerstehenden Wohnraum wieder. Dieser steht auf dem Wohnungsmarkt zu vergleichsweise günstigen Konditionen zur Verfügung. Wohnungssuchende sowie Mieterinnen und Mieter profitieren zudem von der zentralen Akquise und Abwicklung über die Plattform.</p> <p>Weitere Informationen: www.vogewosi.at vev.or.at</p>

Best Practice 2: „Sicher vermieten“

6.3 Information und Beratung

Anlauf- und Informationsstelle Wohnungsmarkt

Unabhängig vom vorhandenen Angebot stellt der Zugang zu Informationen über den Wohnungsmarkt ein potenzielles „Flaschenhals-Kriterium“ dar. Insbesondere durch eine verbesser-

te Information von Zuziehenden, die kaum spezifisches Vorwissen über den lokalen bzw. regionalen Wohnmarkt mitbringen, aber auch von (potenziellen) Rückkehrenden können Hürden bei Zuzug bzw. Rückkehr abgebaut werden.

Es ist daher sinnvoll, eine lokale Informations- und Anlaufstelle zu schaffen, an die sich Zuziehende und Rückkehrende mit den folgenden Fragen wenden können: Wo finde ich ein Zimmer/eine Wohnung/ein Haus, das zu mir passt? Welche Möglichkeiten gibt es neben Anmietung und Kauf (Neubau, Renovierung)? Welche Fördermöglichkeiten gibt es und wie greife ich darauf zu?

Neben der Hilfestellung bei der Orientierung auf dem oftmals unübersichtlichen Wohnmarkt kann in diesem Rahmen auch Unterstützung bei der Bewältigung bürokratischer Notwendigkeiten bei Anmietung, Kauf, Neubau oder Renovierung geleistet werden.

Plattform zur Vernetzung von Angebot und Nachfrage

Wohnangebote werden über viele verschiedene digitale Plattformen und analoge Wege publiziert. Einen Überblick über die Angebotslandschaft zu gewinnen, ist daher insbesondere für Auswärtige schwierig. Es könnte also sehr hilfreich sein, eine zentrale Plattform zu schaffen, um die Nachfrageseite mit den Angeboten verkaufsbereiter Eigentümerinnen und Eigentümer bzw. der Vermieterinnen und Vermieter zusammenzuführen.

6.4 Übersicht

Handlungsfeld: Handlungsempfehlung	Ausgangslage	Akteure	Ebene	Adressaten
Nachfrageseite Wohnungsmarkt: Erfassung der Bedürfnisse und Möglichkeiten	Ungleichgewicht zwischen Bedürfnissen und Möglichkeiten der Nachfrageseite und Angebot des Wohnungsmarktes	Gemeindeverwaltungen Bezirksverwaltungen	regional lokal	Arbeitgeber Forschungseinrichtungen
Leerstandsmanagement: Informations- und Vernetzungsveranstaltungen zu Leerstand	Mangelndes Bewusstsein über das Potenzial von Leerstand in Allgemeinbevölkerung und Verwaltung	Gemeindeverwaltungen	lokal	Allgemeinbevölkerung Gemeindeverwaltungen
Leerstandsmanagement: Leerstandsmonitoring	Fehlende Informationsgrundlage über lokalen Leerstand	Gemeindeverwaltungen	lokal	Gemeindeverwaltungen
Leerstandsmanagement: Schnittstelle Leerstandsaktivierung	Für die erfolgreiche Umwandlung von Leerstand ist eine enge Abstimmung zwischen den Akteuren, die das Projekt umsetzen möchten, und der lokalen Verwaltung wichtig.	Gemeindeverwaltungen	lokal	Personen/Vereine/ Genossenschaften mit Ideen zur Leerstandsaktivierung
Leerstandsmanagement: Aktivierung von Leerstand in öffentlicher Hand	Leerstehende Gebäude in öffentlicher Hand	Gemeindeverwaltungen Bezirksverwaltungen	lokal	Personen/Vereine/ Genossenschaften mit Ideen zur Leerstandsaktivierung
Leerstandsmanagement: Umwidmung und kommunale Nutzungskonzepte	Leerstand gewerblicher Flächen, der nicht für Wohnraum genutzt werden kann	Gemeindeverwaltungen	lokal	Personen/Vereine/ Genossenschaften mit Ideen zur Leerstandsaktivierung
Leerstandsmanagement: Unterstützung für Leerstandsnutzung	Formale und finanzielle Hürden für die Umwandlung und Nutzung von Leerstand	Gemeindeverwaltungen Bezirksverwaltungen	regional lokal	Personen/Vereine/ Genossenschaften mit Ideen zur Leerstandsaktivierung
Leerstandsmanagement: Vermietungsanreize für Eigentümer/innen	Persönliche Bedenken seitens der Eigentümer/innen, den leerstehenden Wohnraum zur Miete anzubieten	Landesverwaltungen	regional	Eigentümer/innen von leerstehendem Wohnraum
Information & Beratung: Anlauf- und Informationsstelle Wohnungsmarkt	Unübersichtliche Informationslandschaft über den lokalen und regionalen Wohnungsmarkt	Gemeindeverwaltungen	lokal	Wohnungssuchende

Information & Beratung: Plattform zur Vernetzung von Angebot und Nachfrage	Unübersichtliche Informationslandschaft über den lokalen und regionalen Wohnungsmarkt	Bezirksverwaltungen	regional	Wohnungsanbieter/innen Wohnungssuchende
--	---	---------------------	----------	--

Tabelle 2: Handlungsempfehlungen „Wohnen“

7 Themenfeld: Arbeiten

Sowohl für Rückkehrende als auch für Zuziehende sind attraktive Arbeitsmöglichkeiten eine entscheidende Voraussetzung für einen Umzug in den Südalpenraum (vgl. Frötscher 2021, Aigner-Walder et al. 2015). Auch für viele Personen, die aus der Region wegziehen, ist der Antritt einer Arbeitsstelle ein wichtiges Motiv (Aigner-Walder et al. 2015). Im Umkehrschluss heißt dies, dass man auch zur Förderung von Bleiben genau an diesem Punkt ansetzen sollte. Das Potenzial einer Attraktivitätssteigerung des Arbeitsmarktes der Region liegt also auf der Hand. Das bestehende Arbeitsplatzangebot ist im Südalpenraum regional sehr unterschiedlich ausgeprägt. Gemein ist den Teilregionen jedoch, dass ein erhöhtes Arbeitsplatzangebot in bestimmten Berufsfeldern bzw. für bestimmte Qualifikationen besteht. Dieses Potenzial könnte vermehrt genutzt werden, um Einheimische zum Bleiben und Auswärtige zum Rückkehren oder Zuziehen zu motivieren. Vor dem Hintergrund des regionalen Arbeitsplatzangebotes ergeben sich zwei wichtige Handlungsfelder: **Lehrberufe** und **Fachkräfte**.

Neben (abhängig) Beschäftigten von bestehenden Betrieben sind jedoch auch viele Menschen heutzutage als **Unternehmerinnen** und **Unternehmer** bzw. als **Selbstständige** tätig. Die Attraktivität des Südalpenraums als Arbeitsort kann daher auch gestärkt werden, indem diesen Menschen attraktive Arbeitsmöglichkeiten geboten werden.

7.1 Lehrberufe

Betriebe verschiedenster Branchen suchen im Südalpenraum Arbeitskräfte mit einem Ausbildungsabschluss in technisch-praktischen Berufen. Naheliegend ist es daher, die Lehrberufe zu fördern und zu bewerben, um so den einheimischen jungen Menschen attraktive Ausbildungs- sowie in der Folge Arbeitsplätze zu bieten und diese so in der Region zu halten.

Information und Werbung in Schulen

Während immer mehr Jugendliche eine Schullaufbahn mit Matura-Abschluss und ein späteres Studium anstreben, bleiben Ausbildungsangebote oft unbeachtet. Deshalb sollte die Information über Lehrberufe und entsprechende Ausbildungsstätten an der Sekundarstufe I (Mittelschule in Italien, Hauptschule oder Neue Mittelschule in Österreich) intensiviert werden, wobei es wichtig wäre, auch die Eltern einzubeziehen. Des Weiteren haben Schülerinnen und Schüler höherer Schulen oftmals nicht vor Augen, dass eine Lehre auch nach Abschluss der Matura erstens möglich ist und zweitens interessante berufliche Optionen bietet. Wichtig wären hier also Informationsangebote an allen Sekundarschulen, die explizit auf die Möglichkeiten und Vorteile einer Lehre aufklären.

Darüber hinaus könnten Schülerinnen und Schüler durch Besuchstage und Schnupperpraktika in verschiedenen Betrieben für Lehrberufe begeistert werden. So könnten außerdem auch diejenigen Schülerinnen und Schüler, die nach ihrem Schulabschluss bereits eine Lehre anstreben, Kontakte zu lokalen Ausbildungsbetrieben knüpfen und so für eine Ausbildung vor Ort gewonnen werden.

7.2 Fachkräfte

Neben der Förderung von Lehre und anderen mittleren beruflichen Ausbildungsgängen gilt es auch, die Wahrnehmung des Südalpenraums als attraktiven Arbeitsort für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer mit abgeschlossener beruflicher Qualifikation zu fördern.

Marketing und Kommunikation

Die Außen- und Innendarstellung des Südalpenraumes als Arbeitsort sollte durch eine gemeinsame, strukturierte Marketing- und Kommunikationsarbeit nach innen und außen geleitet werden, welche sich die vorhandenen Vorteile, im Südalpenraum zu arbeiten, zunutze macht. Dafür braucht es entsprechende Initiativen auf Ebene der Unternehmen, der Wirtschaftsverbände, der Einrichtungen des Arbeitsmarktservice bzw. der Arbeitsvermittlung und der Gemeinden, die durch Vernetzung und Sensibilisierung verstärkt werden können.

Als regionale Stärken können zum einen die bestehenden Aufstiegs- und Entfaltungsmöglichkeiten in verschiedenen Branchen beworben werden. Hierfür könnten auch die regional vorhandenen Arbeitgeber internationaler Bedeutung als „Zugpferde“ genutzt sowie das internationale Arbeitsumfeld (vgl. Kapitel 8) betont werden. Zum anderen könnte der Fokus auf attraktiven Arbeitsbedingungen wie flexiblen Arbeitszeitmodellen und den Möglichkeiten für Homeoffice und Coworking liegen.

Auch weitere Angebote seitens der Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber, beispielsweise Unterstützungsleistungen beim Zuzug, um in der Region „Fuß zu fassen“, oder betriebsinterne Kinderbetreuung, können zur Attraktivitätssteigerung beitragen. Auch die vorhandenen Vorteile des Natur- und Kulturräumens der Region könnten im Zusammenhang mit dem Thema Arbeit herausgehoben werden. So sorgen kurze Wege zwischen Arbeitsplatz, Wohnort und Freizeitmöglichkeiten für eine Reduzierung der Fahrtzeiten und tragen so zu einer besseren Work-Life-Balance und höherer Lebensqualität bei.

Vernetzung von Arbeitgebern

Die Vernetzung von Arbeitgebern zum Thema der Anwerbung und Bindung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist sinnvoll, um den Austausch zum Umgang mit Zuziehenden und Rückkehrenden zu fördern. Auch Initiativen einzelner Arbeitgeber zur Stärkung der Anerkennungs- und Willkommenskultur (vgl. Kapitel 8) könnten innerhalb eines Netzwerkes erweitert werden.

7.3 Unternehmertum und Selbstständigkeit

Die Schaffung eines fruchtbaren Bodens für unternehmerisches Denken und Selbstständigkeit ist für die Attraktivitätssteigerung des Südalpenraums als Arbeitsort von besonderer Bedeutung. Zum einen kann so die Abwanderung kreativer Köpfe mit innovativen Ideen verhindert und neue Unternehmerinnen und Unternehmer von außerhalb an- bzw. zurückgelockt werden. Zum anderen könnte eine vermehrte Unternehmertätigkeit mittel- und langfristig auch zur Schaffung neuer und attraktiver Arbeitsplätze beitragen.

Sensibilisierung an Schulen

Unternehmerisches Handeln gedeiht am besten in einem gesellschaftlichen Klima, das von Offenheit gegenüber neuen Ideen sowie Akzeptanz von unternehmerischem Risiko und ggf. auch

gegenüber Scheitern in der Umsetzung neuer Ideen geprägt ist. Damit geht auch einher, dass Personen dazu angestoßen werden, befreit Ideen zu entwickeln und Unternehmergeist zu zeigen. Dieses unternehmerfreundliche Klima sollte im Südalpenraum gefördert werden. Hierfür sollte die Zusammenarbeit zwischen Schulen und Unternehmerinnen und Unternehmern gestärkt werden. Durch das Aufzeigen der Möglichkeiten und spannende Testimonials könnten junge Menschen schon früh darin unterstützt werden, eigene Ideen zu verfolgen, auch wenn diese möglicherweise vom klassischen, vorgegebenen Weg abweichen. Auch entsprechende schulische Projekte (etwa Übungsfirmen) wirken in diese Richtung ermutigend.

Schaffung neuer Infrastruktur

Innovative Macherinnen und Macher benötigen nicht nur ein offenes Klima, sondern auch eine gewisse Infrastruktur. Diese umfasst Räumlichkeiten zum Verwirklichen ihrer Ideen, die beispielsweise aus Leerstand entstehen können (vgl. Kapitel 6). Bei der Umwandlung von Leerstand in entsprechend nutzbare Räumlichkeiten ist es dabei wichtig, die späteren Nutzerinnen und Nutzer sowie die Allgemeinbevölkerung in den Planungs- und Umsetzungsprozess einzubinden. Dabei ist es zum einen möglich, die Räumlichkeiten den kreativen Nutzerinnen und Nutzer zur (zeitweisen) Nutzung zu überlassen, ohne dass ein elaboriertes Nutzungskonzept von Nöten ist. So wird ein Maximum an Freiraum ermöglicht und Eigeninitiative gefördert. Darüber hinaus sind auch Nutzungskonzepte wie Coworking Spaces oder Inkubatoren/Gründungszentren interessant, die bereits eine gewisse Infrastruktur (z. B. ausgestaltete Arbeitsplätze) vorsehen (vgl. Best Practice 3).

Bei der Umsetzung ist dabei insbesondere auf die Möglichkeiten zum Austausch (siehe oben) und die digitale Infrastruktur zu achten, die in der heutigen Arbeitswelt essentiell ist.

Öffentlichkeitsarbeit bestehender Infrastruktur

Auch die Öffentlichkeitsarbeit bereits bestehender Projekte und Strukturen sollte gestärkt werden, um diese in der Bevölkerung bekannter und greifbarer zu machen. Sinnvoll ist in diesem Sinne auch, dass Einrichtungen wie Coworking Spaces ein möglichst breites Publikum ansprechen. Dies kann zum einen durch einen umfassenden Ansatz bewerkstelligt werden, der sich nicht nur an bestimmte Zielgruppen (z. B. Altersgruppen, Tätigkeitsfelder) richtet. Hilfreich ist zum anderen auch die Öffnung bestehender Strukturen für Veranstaltungen verschiedenster Art, z. B. zur Weiterbildung oder aus Kunst und Kultur (vgl. Best Practice 3).

BASIS Vinschgau Venosta	
<p>Ziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Innovation und Vernetzung ■ Aktivierung der Gesellschaft ■ Regionale Entwicklung <p>Träger:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Verein „BASIS Vinschgau Venosta“ ■ Gemeinde Schlanders ■ Land Südtirol <p>Geschichte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ bis 2013: Bürgerbeteiligungsprozess und Konzeptentwicklung ■ 2014: Übergang der Kaserne von Staats- in Landesbesitz; Nutzungsüberlassung an die Gemeinde Schlanders ■ 2016-2020: Projekt-Finanzierung aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) ■ 2019: Gründung des Trägervereins <p>Beschreibung: Die BASIS belebt ein altes Kasernengelände in Schlanders (Südtirol) wieder und bietet nicht nur Arbeitsplätze im Co-Working Space, sondern eine vielfältige Infrastruktur zur Ver-</p>	<p>wirklichung von Ideen (Werkstätten etc.). Im Fokus stehen dabei Gemeinschaft und Vernetzung. Co-Workerinnen und Co-Workern werden auch Wohnmöglichkeiten vor Ort geboten. Darüber hinaus werden Veranstaltungen aus den Bereichen Bildung, Soziales und Wirtschaft durchgeführt sowie Kunst- und Kulturevents organisiert, so dass die BASIS nicht nur den Co-Workerinnen und Co-Workern offensteht, sondern allen Interessierten.</p> <p>Wirkung: Die Schaffung eines attraktiven Arbeitsklimas vor Ort trägt zu Rückkehr und Zuzug kreativer Köpfe in die Region bei. Der rege Ideenaustausch quer über verschiedene Berufsfelder hinweg sorgt für Innovation. Durch den offenen Charakter der BASIS und die enge Einbindung der lokalen Bevölkerung wird gesellschaftliche Offenheit gegenüber neuen Ideen und kreativen Menschen angeregt.</p> <p>Weitere Informationen: basis.space</p>

Best Practice 3: BASIS Vinschgau Venosta

Beratung von Unternehmerinnen/Unternehmern und Selbstständigen

(Potenzielle) Unternehmerinnen und Unternehmer können auch durch den Ausbau von Beratungsleistungen seitens des Standort- und Regionalmarketing sowie der Wirtschaftskammern und -verbände unterstützt werden. Die Beratung sollte dabei beispielsweise Fragen zur Unternehmensgründung beantworten und Hilfestellung bei bürokratischen Abläufen seitens der Verwaltung umfassen.

Vernetzung von Unternehmerinnen/Unternehmern und Selbstständigen

Vernetzung spielt eine entscheidende Rolle bei Innovationstätigkeit, Unternehmertum und Selbstständigkeit. So ist es sinnvoll, etablierte Unternehmerinnen und Unternehmer mit solchen zusammenzubringen, die sich noch in der Phase der Ideenentwicklung oder zu Beginn der Umsetzung befinden. So kann der Austausch von wichtigem Know-how gefördert werden. Allgemein sollte die enge Vernetzung von innovativen Akteuren – unabhängig vom Entwicklungsstand der unternehmerischen Idee – unterstützt werden, beispielsweise in den Coworking Spaces oder durch die Organisation regelmäßiger Netzwerktreffen. Dies fördert neben dem Wissenstransfer auch den Ideenaustausch und die Entstehung neuer Ideen durch gegenseitige Befruchtung.

7.4 Übersicht

Handlungsfeld: Handlungsempfehlung	Ausgangslage	Akteure	Ebene	Adressaten
Lehrberufe: Information und Werbung an Schulen	Geringe Attraktivität von Lehrberufen bei Schüler/innen	Bildungseinrichtungen Arbeitgeber	lokal	Schüler/innen
Fachkräfte: Marketing und Kommunikation	Hohes Potenzial für regionale Vermarktung als Arbeitsort	Standort- und Regionalmarketing Arbeitgeber Wirtschaftskammern und -verbände Gemeindeverwaltungen	regional	(Potenzielle) Arbeitnehmer/innen
Unternehmertum & Selbstständigkeit: Sensibilisierung an Schulen	Hohes unternehmerisches Potenzial bei jungen Erwachsenen	Bildungseinrichtungen Arbeitgeber Selbstständige	lokal	Schüler/innen
Unternehmertum & Selbstständigkeit: Schaffung neuer Infrastruktur	Weiterer Bedarf an Infrastrukturen für Unternehmer/innen und Selbstständige	Gemeindeverwaltungen	lokal	Allgemeinbevölkerung Unternehmer/innen Selbstständige
Unternehmertum & Selbstständigkeit: Öffentlichkeitsarbeit bestehender Infrastruktur	Potenzial bzgl. Öffnung bestehender Infrastruktur für Allgemeinbevölkerung	Strukturen für Unternehmer/innen und Selbstständige	lokal	Allgemeinbevölkerung Unternehmer/innen Selbstständige
Unternehmertum & Selbstständigkeit: Beratung von Unternehmer/innen und Selbstständigen	Beratungsbedarf von (neuen) Unternehmerinnen/Unternehmern und Selbstständigen	Standort- und Regionalmarketing Wirtschaftskammern und -verbände	regional	Unternehmer/innen Selbstständige
Unternehmertum & Selbstständigkeit: Vernetzung von Unternehmer/innen und Selbstständigen	Beratungsbedarf von (neuen) Unternehmerinnen/Unternehmern und Selbstständigen	Strukturen für Unternehmer/innen und Selbstständige Wirtschaftskammern und -verbände	lokal	Unternehmer/innen Selbstständige

Tabelle 3: Handlungsempfehlungen „Arbeiten“

8 Themenfeld: Anerkennungs- und Willkommenskultur

Bei der Entscheidung, in die Region zurückzukehren oder neu zuzuziehen, spielt neben den Themen Arbeiten und Wohnen auch die Anerkennungs- und Willkommenskultur eine wichtige Rolle. Darunter ist eine Grundhaltung von Offenheit und Akzeptanz zu verstehen, die sich nicht nur auf Menschen mit ausländischen Wurzeln, sondern auf alle anderen Zuziehenden und Rückkehrenden bezieht. Anerkennungs- und Willkommenskultur umfasst dabei nicht nur formalrechtliche Regelungen („Wer darf kommen?“), sondern betrifft v. a. das „Wie“: Wie geht eine Region mit ihren neuen Einwohnerinnen und Einwohnern in Vorbereitung auf einen Zuzug oder eine Rückkehr und in der Zeit danach um? Die Bedürfnisse zuziehender bzw. rückkehrender Personen sind dabei sehr unterschiedlich und hängen u. a. von Herkunft, Sprachkenntnissen, Lebensphase, Familienstand, Wohn- und Arbeitssituation und persönlichen Interessen ab.

Eine Anerkennungs- und Willkommenskultur bezieht sich aber nicht nur auf Rückkehrende und Zuziehende, sondern beschreibt auch ein gesellschaftliches Klima, dass von Offenheit gegenüber neuen Ideen geprägt ist und es allen Menschen erlaubt, ihr persönliches Potenzial zu entfalten.

8.1 Unterstützung und Beratung

Kommunale Beratungsstelle

In Vorbereitung auf einen Zuzug in eine Gemeinde oder unmittelbar nach dem erfolgten Zuzug kommen je nach Kenntnissen des Landes bzw. der Region und der Sprache ganz unterschiedliche individuelle Fragen auf. Auch Rückkehrende können einen solchen Informationsbedarf aufweisen. Wichtig ist daher neben der Bereitstellung schriftlicher Informationen eine Anlaufstelle in der Gemeindeverwaltung, bei der die entsprechenden Personen persönlich vor Ort beraten werden. Diese Stelle soll zum einen direkte Hilfestellung bei administrativen Abläufen (z. B. Wohnsitzanmeldung) geben. Darüber hinaus sollen Fragen zu den individuell relevanten Themen beantwortet werden oder bei weitergehenden Fragen der direkte Kontakt zu den entsprechenden Angeboten und Kanälen hergestellt werden. Die wichtigsten der von der Beratungsstelle abzudeckenden Themen sind:

- Arbeiten
- Wohnen
- Kinderbetreuung
- Schulbildung
- Weiterbildung
- Freizeit
- Gesundheit
- Administrative Aspekte

Bestehende Informations- und Beratungsangebote in den Gemeinden werden oftmals nicht von allen Personen wahrgenommen, die einen tatsächlichen Bedarf aufweisen. Von großer Be-

deutung ist daher eine allgemein hohe Bekanntheit und eine gute Vernetzung der kommunalen Beratungsstellen mit denjenigen Akteuren, die im Kontakt insbesondere mit Zugezogenen stehen (z. B. Sozialdienste), so dass Personen ggf. an die Beratungsstellen verwiesen werden können. Auf der anderen Seite ist eine gute Einbettung der Beratungsstelle in die lokale Akteurslandschaft auch wichtig, um bei weitergehenden Fragen auch in die Gegenrichtung direkt den Kontakt zu den entsprechenden Stellen herstellen zu können.

Schließlich sollte die Beratungsstelle nicht nur auf einmaliges Beratungsangebot ausgerichtet sein, sondern vielmehr eine dauerhafte Anlaufstelle mit längerfristiger Betreuung darstellen. Im Vordergrund sollte dabei eine empathische, persönliche und individuelle Beratung stehen.

Regionale Willkommenzentren

Plant man eine Rückkehr oder einen Zuzug ist man oftmals mit einer Fülle an Informationsmöglichkeiten konfrontiert. Wichtig ist es daher, eine zentrale Plattform zu schaffen, auf der erstens die wichtigsten regionsspezifischen Informationen zu finden sind und zweitens Beratung für Zuziehende geboten wird. Im Grunde werden dabei die gleichen Themenfelder abgedeckt, wie es auch bei den kommunalen Beratungsstellen in den Einzelgemeinden der Fall ist. Ergänzend zu diesen bieten regionale Willkommenszentren durch regionale Bündelung die Chance, verschiedene Akteure zu vernetzen und erweiterte Angebote wie beispielsweise zum Spracherwerb zu integrieren (vgl. Best Practice 4). Idealerweise ist das Angebot eines regionalen Willkommenszentrums mindestens zweisprachig (Deutsch, Englisch) ausgebaut, um möglichst viele Personen zu erreichen. Zudem ist es wichtig, dass die Einrichtung gut mit den kommunalen Stellen in der Region vernetzt ist.

Carinthian International Center (CIC)	
<p>Ziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Beratung und Information für zugezogene Arbeitnehmer/innen und deren Angehörige ■ Vernetzung von zugezogenen und einheimischen Arbeitnehmer/innen <p>Träger:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Verein „Carinthian International Center“; Mitglieder: Unternehmen, Wirtschaftsverbände und Bildungsinstitutionen aus Kärnten <p>Geschichte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 2009: Vereinsgründung <p>Beschreibung: Das CIC als Plattform stellt Informationen (Deutsch, Englisch) für Personen vor und nach der Zuwanderung bereit und bietet Beratungsleistungen für internationale Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von in Kärnten ansässigen Unternehmen und Bildungsinstitutionen. Das Angebot richtet sich dabei explizit auch an die Angehörigen dieser Personen.</p>	<p>Die Kernleistungen des CIC umfassen u. a. Willkommenspakete, individuelle Beratung (u. a. zu den Themen Arbeiten und Wohnen) und Vernetzungsveranstaltungen, die sich sowohl an die zugezogenen Personen als auch an die lokale Gesellschaft richten. Darüber hinaus bietet das CIC auch Karriereberatung sowie Sprachkurse und andere Weiterbildungsmöglichkeiten.</p> <p>Wirkung: Das CIC erleichtert durch Information und Beratung den Zuzug aus dem Ausland in die Region, trägt zur Integration der internationalen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern am Arbeitsplatz und in der Gesellschaft bei und vernetzt verschiedene Personengruppen.</p> <p>Weitere Informationen: www.cic-network.at</p>

Best Practice 4: Carinthian International Center

Sprachkurse

Sprachkenntnisse stellen eine enorm wichtige Voraussetzung für gesellschaftliche Teilhabe von nicht deutschsprachigen Zugewanderten dar. Es sollte daher lokal ein regelmäßiges Angebot zum Sprachenlernen geben. Dieses sollte sich dabei nicht nur an Erwerbstätige richten, sondern auch an die Familienmitglieder, die möglicherweise weniger Kontaktmöglichkeiten mit der Aufnahmegesellschaft haben. Oftmals sind dies Mütter minderjähriger Kinder. Die Teilnahme an einem Sprachkurs sollte von der Gemeinde aktiv angestoßen werden. Um einen niedrighschwelligem Zugang zu ermöglichen, ist auch eine Reduzierung der Kurskosten durch eine öffentliche Förderung sinnvoll.

8.2 Gesellschaftliche Offenheit und Integration

Kommunikationsleitfaden für die Verwaltung

Nicht nur bei den kommunalen und regionalen Anlaufstellen, die sich direkt an Zuziehende richten, sollte eine offene Grundhaltung im Sinne der Anerkennungs- und Willkommenskultur

herrschen, sondern auch in allen anderen lokalen Institutionen. Diese lässt sich durch einen Kommunikationsleitfaden fördern, der sich an alle Angestellten der öffentlichen Verwaltung richtet. Darin festzuhalten sind allgemeine Grundsätze und konkrete Richtlinien, die eine offener Kommunikation mit allen Bürgerinnen und Bürgern unterstützen. So kann die Hemmschwelle gegenüber Behörden und Ämtern reduziert und das Gefühl des „Willkommenseins“ gestärkt werden.

Offizieller Empfang von Zugezogenen

Eine offizielle und individuelle Begrüßung nach dem erfolgreichen Zuzug vermittelt die Wertschätzung seitens der Gemeinde und stärkt das Gefühl des Willkommenseins. Hierbei sind beispielsweise ein einfaches Begrüßungsschreiben von Seiten der Gemeinde oder aber eine persönliche Begrüßung in Form eines regelmäßig stattfindenden Empfangs für Neubürgerinnen und Neubürger sein. Auch ein individueller Willkommensbesuch von Gemeindevertreterinnen und Gemeindevertretern bei zugezogenen Familien wird in manchen Gemeinden erfolgreich praktiziert.

Offene Vereinsarbeit

Das soziale Leben in vielen Orten wird stark von Vereinen geprägt. Es ist daher besonders wichtig, dass die Vereinsarbeit offen gestaltet wird. Das heißt, dass unter Umständen starre und traditionelle Regeln des Vereinslebens gelockert und erweitert werden sollten, um mehr Personen ansprechen zu können. Insbesondere für Zugezogene ist die Einbindung in Vereinen von großer Bedeutung. Es ist daher wichtig, dass Vereine aktiv auf Zugezogene zugehen und einen niedrigschwelligen Zugang zu ihren Angeboten ermöglichen. Spezielle Schnuppertage können zudem helfen, auf das Angebot aufmerksam zu machen und dieses zu bewerben. Eine derartige Strategie der Öffnung und aktiven Anwerbung bringt auch den Vereinen Vorteile, zumal solchen, denen es an Nachwuchs mangelt: Sie erweitern ihr Rekrutierungspotenzial und werden so u. U. auch für jüngere Menschen attraktiver.

Interkulturelle Begegnungsmöglichkeiten

Um die Aufnahmegesellschaft stärker für Zuwanderung und das interkulturelle Zusammenleben zu sensibilisieren, sollten verstärkt interkulturelle Begegnungsmöglichkeiten geschaffen werden, die das gegenseitige Kennenlernen ermöglichen. Denkbar sind hierbei verschiedene Formate. Zum einen könnten seitens der Gemeinden Veranstaltungen angestoßen werden, die gezielt Zugezogene involvieren und eine breite Einbindung der Allgemeinbevölkerung anstreben. Zum anderen könnten auch in aktiviertem Leerstand Treffpunkte mit Fokus auf Interkulturalität entstehen (vgl. Kapitel 6).

Sensibilisierung an Bildungseinrichtungen

Ein weiterer Ansatzpunkt, um langfristig zur Stärkung der gesellschaftlichen Offenheit beizutragen, ist die Bildungsarbeit mit Kindern und Jugendlichen. Schon früh können Bildungseinrichtungen stark zur Sensibilisierung beitragen, indem Zuwanderung, Interkulturalität und Diskriminierung thematisiert werden, beispielsweise in der Projektarbeit (vgl. BMBWF 2017). In Verbin-

derung mit der Vermittlung von Wissen über die Region und ihre kulturellen Besonderheiten kann dadurch gleichzeitig das regionale Identitätsbewusstsein gestärkt werden.

Interkulturelle Öffnung von Arbeitgebern

Unternehmen und andere Arbeitgeber sollten ihre Bemühungen ausbauen, die Anerkennungs- und Willkommenskultur am Arbeitsplatz zu stärken. Entsprechende Maßnahmen können auf Ebene der Einzelunternehmen, aber auch in Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen entwickelt werden, beispielsweise über eine eigene externe Struktur (vgl. Best Practice 4). Die Maßnahmen können dabei vielfältig sein: Sprachkurse, interkulturelle Trainings, internationale Stammtische etc. Auch Antidiskriminierungsmaßnahmen sind in diesem Zusammenhang wichtig, z. B. in der Rekrutierung oder in Form von Beschwerdestrukturen (vgl. Wladasch & Liegl 2010). Im Rahmen eines *Diversity Management* werden dabei nicht nur Zugezogene angesprochen, sondern auch andere Gruppen (je nach Alter, Behinderung, Geschlecht, sexueller Orientierung oder Religion). Ein solcher Zugang bringt auch den Arbeitgebern selbst Vorteile in der Bindung ihrer bisherigen und in der Anziehungskraft für neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (vgl. Kapitel 7). In Österreich besteht die Möglichkeit für Unternehmen und Organisationen, sich den Qualitätsstandard „Diversity Management“ (ÖNORM S 2501) vom TÜV zertifizieren zu lassen (TÜV Austria 2021).

8.3 Übersicht

Handlungsfeld: Handlungsempfehlung	Ausgangslage	Akteure	Ebene	Adressaten
Unterstützung & Beratung: Informationsplattform	Beratungs- und Unterstützungsbedarf vor und nach Zuzug	Bezirksverwaltungen	regional	Zuziehende Rückkehrende
Unterstützung & Beratung: Kommunale Beratungsstelle	Beratungs- und Unterstützungsbedarf vor und nach Zuzug	Gemeindeverwaltungen	lokal	Zuziehende Rückkehrende
Unterstützung & Beratung: Regionale Willkommenszentren	Beratungs- und Unterstützungsbedarf vor und nach Zuzug	Bezirksverwaltungen	regional	Zuziehende Rückkehrende
Unterstützung & Beratung: Sprachkurse	Geringe Sprachkenntnisse als Hürde für gesellschaftliche Teilhabe	Gemeindeverwaltungen Bildungseinrichtungen	lokal	Zuziehende
Gesellschaftliche Offenheit & Integration: Kommunikationsleitfaden für die Verwaltung	Potenzial bzgl. offener Kommunikation mit Zugezogenen in der Verwaltung	Bezirksverwaltungen Gemeindeverwaltungen	regional lokal	Bezirksverwaltungen Gemeindeverwaltungen
Gesellschaftliche Offenheit & Integration: Offizieller Empfang von Zugezogenen	Mangelndes Gefühl des „Willkommenseins“ seitens Zugezogener	Gemeindeverwaltungen	lokal	Zuziehende Rückkehrende
Gesellschaftliche Offenheit und Integration: Offene Vereinsarbeit	Hohes Potenzial für Integration durch Vereine	Vereine	lokal	Allgemeinbevölkerung Zuziehende
Gesellschaftliche Offenheit & Integration: Interkulturelle Begegnungsmöglichkeiten	Mangelnde gesellschaftliche Offenheit und geringe Kontakte zwischen neuen und alteingesessenen Bürgerinnen und Bürgern	Gemeindeverwaltungen Vereine	lokal	Allgemeinbevölkerung
Gesellschaftliche Offenheit & Integration: Sensibilisierung an Bildungseinrichtungen	Hohes Potenzial durch Vermittlung von Interkulturalität bei Kindern und Jugendlichen	Bildungseinrichtungen	lokal	Kinder und Jugendliche Bezirksverwaltungen Gemeindeverwaltungen
Gesellschaftliche Offenheit & Integration: Interkulturelle Öffnung von Arbeitgebern	Hohes Potenzial für Interkulturalität am Arbeitsplatz	Arbeitgeber	lokal	(Zugezogene) Arbeitnehmer/innen

Tabelle 4: Handlungsempfehlungen „Anerkennungs- und Willkommenskultur“

9 Themenfeld: Vernetzung und Kommunikation

Um den Südalpenraum gemeinschaftlich zu stärken und die Wahrnehmung von außen positiv zu beeinflussen, ist eine stärkere Vernetzung und eine gemeinsame Kommunikation nach innen und außen nötig. Dafür können oftmals Strukturen genutzt werden, die auf verschiedenen Ebenen bereits in der Region bestehen. Ziel sollte es sein, diese auszubauen, zu optimieren und intelligent zu vernetzen, um Parallelstrukturen und unklare Zuständigkeiten zu vermeiden.

In den vorhergehenden Kapiteln wurde an vielen Stellen schon auf Vernetzung und Kommunikation auf lokaler oder regionaler Ebene eingegangen. In diesem Kapitel liegt der Fokus auf der überregionalen Zusammenarbeit innerhalb des Südalpenraumes. Die hierfür zu schaffenden Instrumente dienen nicht allein nur der Vernetzung und Kommunikation zu den oben behandelten Themenfeldern, sondern sollten auch mit anderen Themen bespielt werden.

Leitlinien der Innen- und Außenkommunikation

In den Teilregionen sind verschiedenste Einzelakteure zu finden, welche die jeweilige Außen- und Innenkommunikation prägen. Zu diesen zählen beispielsweise Standort- und Regionalmarketing, Regionalmanagements und LAGs, Wirtschaftsverbände, Einzelunternehmen, öffentliche Verwaltung, um nur einige zu nennen. In einem ersten Schritt gilt es diese Akteure möglichst gut miteinander zu vernetzen und den Austausch anzuregen. Ziel sollte es sein, eine abgestimmte Innen- und Außenkommunikation zu gewährleisten. In einem ersten Schritt ist als Grundlage hierfür ein gemeinsames Leitbild des Südalpenraums nötig. Dabei geht es nicht darum, den einzelnen Teilregionen den „Stempel Südalpenraum“ aufzudrücken, sondern vielmehr sollen auch die regionalen Besonderheiten wertgeschätzt, aber unter einer Dachmarke kommuniziert werden. In der Umsetzung der Innen- und Außenkommunikation ist dann auf eine reelle Darstellung zu achten. Der Südalpenraum sollte in der Kommunikation nicht als Sehnsuchtsort konstruiert werden, sondern vielmehr die gegebene Realität abgebildet werden. Im Unterschied zum Tourismusmarketing sollten daher Inhalte kommuniziert werden, die die Lebenswelt vor Ort betreffen. Die entsprechenden Inhalte müssen dabei gegeben sein oder ggf. vorab geschaffen werden.

Zentrale Plattform

Eine zentrale Plattform der Außen- und Innenkommunikation ist wichtig und kann mehrere Funktionen erfüllen. Zum einen bietet eine zentrale Plattform die Möglichkeit, die bestehenden Strukturen zur Vernetzung von Zurückgekehrten und „Ausheimischen“ (aus der Region stammende Menschen, die ständig in anderen Landesteilen oder im Ausland leben) auf Ebene des Südalpenraumes zusammenzuführen. Zum anderen sollten Beratungs- und Informationsangebote, etwa zu Wohnen und Arbeiten (vgl. Kapitel 6 und 7), aber auch beispielsweise Maßnahmen zur Förderung der Anerkennungs- und Willkommenskultur (vgl. Kapitel 8) in Form einer zentralen, überregionalen Anlaufstelle für Bleibende, Zuziehende und Rückkehrende vereint werden. So kann die externe und interne Wahrnehmung der Angebote sowie des Südalpenraums als Region gestärkt werden. Auch hierbei ist darauf zu achten, eine enge Vernetzung der überregionalen Ebene mit den entsprechenden Akteuren auf regionaler und lokaler Ebene zu gewährleisten. Beispielsweise kann so die Anfrage einer Person, die bereits konkret den Zuzug

in eine Teilregion plant, an die entsprechenden Stellen auf regionaler oder lokaler Ebene weitergeleitet werden.

10 Quellenverzeichnis

Aigner-Walder, B., Klinglmair, R., Leitner, S. & S. Sting (2015): Ländliche Regionen unter Druck. Zentrale Ergebnisse empirischer Untersuchungen zu Wanderungs-, Bleibe- und Rückkehrmotiven bei Wanderungen in und aus Kärnten. IfS Discussion Paper 04/2015. Klagenfurt: Institut für Soziologie.

Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Fortschritt (2017): Interkulturelle Bildung. URL: https://www.bmbwf.gv.at/Themen/schule/schulpraxis/prinz/interkulturelle_bildung.html (Aufruf: 28.04.2021)

Corradini, P. (2021): Studie zu den Motiven von Südtiroler*innen im ländlichen Raum zu leben, in den ländlichen Raum zuzuwandern oder aus dem ländlichen Raum abzuwandern. Bozen: EURAC Research. URL: https://www.plattformland.org/wp-content/uploads/2021/01/210126_Präsentation_Eurac_Genderstudie_Final.pdf (Aufruf: 28.04.2021)

Frötscher, D. (2021): Weg, zurück und immer noch da - Zuwanderung im ländlichen Raum in Südtirol. Bozen: Institut für Wirtschaftsforschung. URL: https://www.plattformland.org/wp-content/uploads/2021/01/210126_Präsentation-WIFO_Zuwanderung_laendlicher_raum.pdf (Aufruf: 28.04.2021)

Regionalmanagement Pustertal (2019): ITAT 3029 SAR – Allianz zur Entwicklung des Südalpenraumes. URL: <https://www.rm-pustertal.eu/de/news/2019-10-15/itat-3029-sar-allianz-zur-entwicklung-des-suedalpenraums> (Aufruf: 28.04.2021)

Streifeneder, T., Framm, V. & C. Giuliani (2017): Studie über die Lebensqualität in den Dörfern Südtirols. URL: https://www.plattformland.org/wp-content/uploads/2017/11/171120_Plattformland_Langzeitstudie_Agrialp_EURAC_261117.pdf (Aufruf: 28.04.2021)

TÜV Austria (2021): ÖNORM S 2501 - Diversity Management. URL: <https://www.tuv.at/loesungen/business-assurance/managementsystemzertifizierung/oenorm-s-2501> (Aufruf: 28.04.2021)

Wladasch, K. & B. Liegl (2010): Vielfalt und Chancengleichheit im Betrieb. Ein Leitfaden für den Umgang mit Vielfalt und die Herstellung von Chancengleichheit in österreichischen Unternehmen. URL: <https://bim.lbg.ac.at/sites/files/bim/VielfaltUndChancengleichheitImBetrieb.pdf> (Aufruf: 28.04.2021)

Anhang: Übersicht der Handlungsempfehlungen nach Akteursgruppen

- Gemeindeverwaltung
- Bezirksverwaltung
- Landesverwaltung
- Bildungseinrichtungen
- Standort- und Regionalmarketing
- Arbeitgeber
- Wirtschaftskammern und -verbände
- Strukturen für Unternehmer/innen und Selbstständige
- Vereine

Gemeindeverwaltung

<i>Handlungsfeld: Handlungsempfehlung</i>	<i>Ausgangslage</i>	<i>Akteure</i>	<i>Ebene</i>	<i>Adressaten</i>
Wohnen				
Nachfrageseite Wohnungsmarkt: Erfassung der Bedürfnisse und Möglichkeiten	Ungleichgewicht zwischen Bedürfnissen und Möglichkeiten der Nachfrageseite und Angebot des Wohnungsmarktes	Gemeindeverwaltungen Bezirksverwaltungen	regional lokal	Arbeitgeber Forschungseinrichtungen
Leerstandsmanagement: Informations- und Vernetzungsveranstaltungen zu Leerstand	Mangelndes Bewusstsein über das Potenzial von Leerstand in Allgemeinbevölkerung und Verwaltung	Gemeindeverwaltungen	lokal	Allgemeinbevölkerung Gemeindeverwaltungen
Leerstandsmanagement: Leerstandsmonitoring	Fehlende Informationsgrundlage über lokalen Leerstand	Gemeindeverwaltungen	lokal	Gemeindeverwaltungen
Leerstandsmanagement: Schnittstelle Leerstandsaktivierung	Für die erfolgreiche Umwandlung von Leerstand ist eine enge Abstimmung zwischen den Akteuren, die das Projekt umsetzen möchten, und der lokalen Verwaltung wichtig.	Gemeindeverwaltungen	lokal	Personen/Vereine/ Genossenschaften mit Ideen zur Leerstandsaktivierung
Leerstandsmanagement: Aktivierung von Leerstand in öffentlicher Hand	Leerstehende Gebäude in öffentlicher Hand	Gemeindeverwaltungen Bezirksverwaltungen	lokal	Personen/Vereine/ Genossenschaften mit Ideen zur Leerstandsaktivierung

Leerstandsmanagement: Umwidmung und kommunale Nutzungskonzepte	Leerstand gewerblicher Flächen, der nicht für Wohnraum genutzt werden kann	Gemeindeverwaltungen	lokal	Personen/Vereine/Genossenschaften mit Ideen zur Leerstandsaktivierung
Leerstandsmanagement: Unterstützung für Leerstandsnutzung	Formale und finanzielle Hürden für die Umwandlung und Nutzung von Leerstand	Gemeindeverwaltungen Bezirksverwaltungen	regional lokal	Personen/Vereine/Genossenschaften mit Ideen zur Leerstandsaktivierung
Information & Beratung: Anlauf- und Informationsstelle Wohnungsmarkt	Unübersichtliche Informationslandschaft über den lokalen und regionalen Wohnungsmarkt	Gemeindeverwaltungen	lokal	Wohnungssuchende
Arbeiten				
Fachkräfte: Marketing und Kommunikation	Hohes Potenzial für regionale Vermarktung als Arbeitsort	Standort- und Regionalmarketing Arbeitgeber Wirtschaftskammern und -verbände Gemeindeverwaltungen	regional	(Potenzielle) Arbeitnehmer/innen
Unternehmertum & Selbstständigkeit: Schaffung neuer Infrastruktur	Weiterer Bedarf an Infrastrukturen für Unternehmer/innen und Selbstständige	Gemeindeverwaltungen	lokal	Allgemeinbevölkerung Unternehmer/innen Selbstständige
Anerkennungs- und Willkommenskultur				
Unterstützung & Beratung: Kommunale Beratungsstelle	Beratungs- und Unterstützungsbedarf vor und nach Zuzug	Gemeindeverwaltungen	lokal	Zuziehende Rückkehrende
Unterstützung & Beratung: Sprachkurse	Geringe Sprachkenntnisse als Hürde für gesellschaftliche Teilhabe	Gemeindeverwaltungen Bildungseinrichtungen	lokal	Zuziehende
Gesellschaftliche Offenheit & Integration: Kommunikationsleitfaden für die Verwaltung	Potenzial bzgl. offener Kommunikation mit Zugezogenen in der Verwaltung	Bezirksverwaltungen Gemeindeverwaltungen	regional lokal	Bezirksverwaltungen Gemeindeverwaltungen
Gesellschaftliche Offenheit & Integration: Offizieller Empfang von Zugezogenen	Mangelndes Gefühl des „Willkommenseins“ seitens Zugezogener	Gemeindeverwaltungen	lokal	Zuziehende Rückkehrende
Gesellschaftliche Offenheit & Integration: Interkulturelle Begegnungsmöglichkeiten	Mangelnde gesellschaftliche Offenheit und geringe Kontakte zwischen neuen und alteingesessenen Bürgerinnen und Bürgern	Gemeindeverwaltungen Vereine	lokal	Allgemeinbevölkerung

Bezirksverwaltung

Handlungsfeld: Handlungsempfehlung	Ausgangslage	Akteure	Ebene	Adressaten
Wohnen				
Nachfrageseite Wohnungsmarkt: Erfassung der Bedürfnisse und Möglichkeiten	Ungleichgewicht zwischen Bedürfnissen und Möglichkeiten der Nachfrageseite und Angebot des Wohnungsmarktes	Gemeindeverwaltungen Bezirksverwaltungen	regional lokal	Arbeitgeber Forschungseinrichtungen
Leerstandsmanagement: Aktivierung von Leerstand in öffentlicher Hand	Leerstehende Gebäude in öffentlicher Hand	Gemeindeverwaltungen Bezirksverwaltungen	lokal	Personen/Vereine/ Genossenschaften mit Ideen zur Leerstandsaktivierung
Leerstandsmanagement: Unterstützung für Leerstandsnutzung	Formale und finanzielle Hürden für die Umwandlung und Nutzung von Leerstand	Gemeindeverwaltungen Bezirksverwaltungen	regional lokal	Personen/Vereine/ Genossenschaften mit Ideen zur Leerstandsaktivierung
Information & Beratung: Plattform zur Vernetzung von Angebot und Nachfrage	Unübersichtliche Informationslandschaft über den lokalen und regionalen Wohnungsmarkt	Bezirksverwaltungen	regional	Wohnungsanbieter/innen Wohnungssuchende
Arbeiten				
Unterstützung & Beratung: Informationsplattform	Beratungs- und Unterstützungsbedarf vor und nach Zuzug	Bezirksverwaltungen	regional	Zuziehende Rückkehrende
Unterstützung & Beratung: Regionale Willkommenszentren	Beratungs- und Unterstützungsbedarf vor und nach Zuzug	Bezirksverwaltungen	regional	Zuziehende Rückkehrende
Gesellschaftliche Offenheit & Integration: Kommunikationsleitfaden für die Verwaltung	Potenzial bzgl. offener Kommunikation mit Zugezogenen in der Verwaltung	Bezirksverwaltungen Gemeindeverwaltungen	regional lokal	Bezirksverwaltungen Gemeindeverwaltungen

Landesverwaltung

Handlungsfeld: Handlungsempfehlung	Ausgangslage	Akteure	Ebene	Adressaten
Wohnen				
Leerstandsmanagement: Vermietungsanreize für Eigentümer/innen	Persönliche Bedenken seitens der Eigentümer/innen, den leerstehenden Wohnraum zur Miete anzubieten	Landesverwaltungen	regional	Eigentümer/innen von leerstehendem Wohnraum

Bildungseinrichtungen

<i>Handlungsfeld: Handlungsempfehlung</i>	<i>Ausgangslage</i>	<i>Akteure</i>	<i>Ebene</i>	<i>Adressaten</i>
Arbeiten				
Lehrberufe: Information und Werbung an Schulen	Geringe Attraktivität von Lehrberufen bei Schüler/innen	Bildungseinrichtungen Arbeitgeber	lokal	Schüler/innen
Unternehmertum & Selbstständigkeit: Sensibilisierung an Schulen	Hohes unternehmerisches Potenzial bei jungen Erwachsenen	Bildungseinrichtungen Arbeitgeber Selbstständige	lokal	Schüler/innen
Anerkennungs- und Willkommenskultur				
Unterstützung & Beratung: Sprachkurse	Geringe Sprachkenntnisse als Hürde für gesellschaftliche Teilhabe	Gemeindeverwaltungen Bildungseinrichtungen	lokal	Zuziehende
Gesellschaftliche Offenheit & Integration: Sensibilisierung an Bildungseinrichtungen	Hohes Potenzial durch Vermittlung von Interkulturalität bei Kindern und Jugendlichen	Bildungseinrichtungen	lokal	Kinder und Jugendliche Bezirksverwaltungen Gemeindeverwaltungen

Standort- und Regionalmarketing

<i>Handlungsfeld: Handlungsempfehlung</i>	<i>Ausgangslage</i>	<i>Akteure</i>	<i>Ebene</i>	<i>Adressaten</i>
Arbeiten				
Fachkräfte: Marketing und Kommunikation	Hohes Potenzial für regionale Vermarktung als Arbeitsort	Standort- und Regionalmarketing Arbeitgeber Wirtschaftskammern und -verbände Gemeindeverwaltungen	regional	(Potenzielle) Arbeitnehmer/innen
Unternehmertum & Selbstständigkeit: Beratung von Unternehmer/innen und Selbstständigen	Beratungsbedarf von (neuen) Unternehmerinnen/Unternehmern und Selbstständigen	Standort- und Regionalmarketing Wirtschaftskammern und -verbände	regional	Unternehmer/innen Selbstständige

Arbeitgeber

Handlungsfeld: Handlungsempfehlung	Ausgangslage	Akteure	Ebene	Adressaten
Arbeiten				
Lehrberufe: Information und Werbung an Schulen	Geringe Attraktivität von Lehrberufen bei Schüler/innen	Bildungseinrichtungen Arbeitgeber	lokal	Schüler/innen
Fachkräfte: Marketing und Kommunikation	Hohes Potenzial für regionale Vermarktung als Arbeitsort	Standort- und Regionalmarketing Arbeitgeber Wirtschaftskammern und -verbände Gemeindeverwaltungen	regional	(Potenzielle) Arbeitnehmer/innen
Unternehmertum & Selbstständigkeit: Sensibilisierung an Schulen	Hohes unternehmerisches Potenzial bei jungen Erwachsenen	Bildungseinrichtungen Arbeitgeber Selbstständige	lokal	Schüler/innen
Anerkennungs- und Willkommenskultur				
Gesellschaftliche Offenheit & Integration: Interkulturelle Öffnung von Arbeitgebern	Hohes Potenzial für Interkulturalität am Arbeitsplatz	Arbeitgeber	lokal	(Zugezogene) Arbeitnehmer/innen

Wirtschaftskammern und -verbände

Handlungsfeld: Handlungsempfehlung	Ausgangslage	Akteure	Ebene	Adressaten
Arbeiten				
Fachkräfte: Marketing und Kommunikation	Hohes Potenzial für regionale Vermarktung als Arbeitsort	Standort- und Regionalmarketing Arbeitgeber Wirtschaftskammern und -verbände Gemeindeverwaltungen	regional	(Potenzielle) Arbeitnehmer/innen
Unternehmertum & Selbstständigkeit: Beratung von Unternehmer/innen und Selbstständigen	Beratungsbedarf von (neuen) Unternehmerinnen/Unternehmern und Selbstständigen	Standort- und Regionalmarketing Wirtschaftskammern und -verbände	regional	Unternehmer/innen Selbstständige
Unternehmertum & Selbstständigkeit: Vernetzung von Unternehmer/innen und Selbstständigen	Beratungsbedarf von (neuen) Unternehmerinnen/Unternehmern und Selbstständigen	Strukturen für Unternehmer/innen und Selbstständige Wirtschaftskammern und -verbände	lokal	Unternehmer/innen Selbstständige

Strukturen für Unternehmer/innen und Selbstständige

<i>Handlungsfeld: Handlungsempfehlung</i>	<i>Ausgangslage</i>	<i>Akteure</i>	<i>Ebene</i>	<i>Adressaten</i>
Arbeiten				
Unternehmertum & Selbstständigkeit: Öffentlichkeitsarbeit bestehender Infrastruktur	Potenzial bzgl. Öffnung bestehender Infrastruktur für Allgemeinbevölkerung	Strukturen für Unternehmer/innen und Selbstständige	lokal	Allgemeinbevölkerung Unternehmer/innen Selbstständige
Unternehmertum & Selbstständigkeit: Vernetzung von Unternehmer/innen und Selbstständigen	Beratungsbedarf von (neuen) Unternehmerinnen/Unternehmern und Selbstständigen	Strukturen für Unternehmer/innen und Selbstständige Wirtschaftskammern und -verbände	lokal	Unternehmer/innen Selbstständige

Vereine

<i>Handlungsfeld: Handlungsempfehlung</i>	<i>Ausgangslage</i>	<i>Akteure</i>	<i>Ebene</i>	<i>Adressaten</i>
Anerkennungs- und Willkommenskultur				
Gesellschaftliche Offenheit und Integration: Offene Vereinsarbeit	Hohes Potenzial für Integration durch Vereine	Vereine	lokal	Allgemeinbevölkerung Zuziehende
Gesellschaftliche Offenheit & Integration: Interkulturelle Begegnungsmöglichkeiten	Mangelnde gesellschaftliche Offenheit und geringe Kontakte zwischen neuen und alteingesessenen Bürgerinnen und Bürgern	Gemeindeverwaltungen Vereine	lokal	Allgemeinbevölkerung