



Interreg

Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



REGIONET Competitive

Wirtschaftsentwicklungsstrategie

Region Hartbergerland

im Zusammenhang mit dem bilateralen Projekt REGIONET Competitive

Lépj át a határaidon, fedezz fel új lehetőségeket!
Grenzen überschreiten, neue Möglichkeiten entdecken!
www.regionetcompetitive.eu

Inhalt

1	Executive Summary (DE und HU).....	3
2	Statistische Analyse.....	5
2.1	Bevölkerung.....	5
2.2	Beschäftigung.....	6
2.3	Wirtschaft.....	7
2.4	Entwicklung der jungen Bevölkerung.....	8
2.5	Bevölkerungsentwicklung.....	9
2.6	Tourismusentwicklung.....	10
3	Situationsanalyse und regionale Strategien.....	13
3.1	Ergebnisse der regionalen Situationsanalyse.....	13
3.2	Ergebnisse der regionalen SWOT Analyse.....	14
3.3	Regionale Entwicklungsbedarfe.....	17
3.4	Bestehende regionale Entwicklungsstrategie.....	18
4	Entwicklungsstrategie im Rahmen von REGIONET Competitive.....	21
4.1	Strategischer Schwerpunkt Netzwerkentwicklung.....	21
4.2	Strategischer Schwerpunkt Aufbau von internationalen Geschäftsbeziehungen.....	31
4.3	Strategischer Schwerpunkt bilaterale Unternehmenskooperationen.....	39

1 Executive Summary (DE und HU)

Das Projekt REGIONET Competitive ist ein gemeinsames grenzüberschreitendes Projekt der Regionen entlang der österreichisch-ungarischen Grenze. Am Projekt nehmen Partner aus den Komitaten Győr-Moson-Sopron, Vas und Zala sowie aus den Bundesländern Burgenland, Niederösterreich und Steiermark teil

Ziel des Projektes ist es, die Vernetzung zwischen den Unternehmen im gesamten Grenzraum zu forcieren. Im ersten Schritt werden in 13 Kleinregionen des Projektgebietes regionale Unternehmensinitiativen aufgebaut und eine gemeinsame Vernetzungsstrategie erarbeitet. Im zweiten Schritt werden dann grenzüberschreitende Kooperationen zwischen Österreich und Ungarn entwickelt. Die Umsetzung des Projektes erfolgt durch 3 Schwerpunktstrategien.

Der erste strategische Schwerpunkt ist der Aufbau von regionalen Netzwerken in den Kleinregionen und von bilateralen Netzwerken entlang der wirtschaftlichen Ost-West Achsen.

Im zweiten strategischen Schwerpunkt werden konkrete Geschäftskontakte zwischen den Unternehmen des gesamten bilateralen Projektgebiets hergestellt.

Im dritten strategischen Schwerpunkt geht es schließlich darum, konkrete grenzüberschreitende Kooperationen zwischen konkreten Unternehmen vor allem in den regionalen Branchenschwerpunkten aufzubauen. Diese wirtschaftlichen Kooperationen sichern auch die Nachhaltigkeit des Projektes ab.

A REGIONET Competitive projekt keretében az osztrák-magyar határ menti térségek határon átnyúló együttműködése valósul meg. A projektben Győr-Moson-Sopron, Vas és Zala megye, Burgenland, Alsó-Ausztria és Stájerország területéről vesznek részt partnerek.

A projekt célja a teljes határtérségben a vállalkozások közötti hálózatépítés elősegítése. Első lépésben a projektterület 13 kistérségében ún. térségi vállalkozói kezdeményezések kerülnek megalakításra, valamint kidolgoznak egy közös hálózatfejlesztési stratégiát. Ezt követően, második lépésben az Ausztria és Magyarország közötti határon átnyúló együttműködés kerül kiépítésre. A projekt megvalósítása 3 súlyponti stratégián keresztül történik.

Az első stratégiai fontosságú súlypont, a kistérségekben a térségi hálózatok és bilaterális hálózatok kiépítése keleti-nyugati gazdasági tengelyek mentén.

A második stratégiai fontosságú súlypont, a teljes bilaterális projektterület vállalkozásai közötti konkrét üzleti kapcsolatok létesítése.

Végül a harmadik stratégiai fontosságú súlypont, a konkrét vállalkozások közötti konkrét határon átnyúló, elsősorban ágazati alapú együttműködések kiépítése. Ezek a gazdasági együttműködések a projekt fenntarthatóságát is biztosítják.

Gegenstand dieses Dokuments ist die Entwicklung einer regionalen Strategie im Hartbergerland, um die generellen Zielsetzungen des Projektes Regionet Competitive und die darin vorgesehenen Maßnahmen an die Situation des Hartbergerlandes anzupassen und die Internationalisierung des Hartbergerlands zu unterstützen.

Im Kapitel 2 Statistische Analyse wird die besondere Situation des Hartbergerlandes in Hinblick auf Bevölkerung, Wirtschaft und Tourismus dargestellt.

In Kapitel 3 Situationsanalyse und Strategien werden regionale Situationsanalysen und Strategien präsentiert. Im Kapitel 4 wird schließlich im Detail gezeigt, wie die generelle Strategie des Projektes in der Region Hartbergerland umgesetzt wird.

Die regionale Strategie von Hartbergerland trägt zur bilateralen Gesamtstrategiebildung bei. Darüber hinaus wird es dadurch sichergestellt, dass die Aktivitäten im Hartbergerland im Einklang der strategischen Zielsetzungen durchgeführt werden.

Jelen dokumentum tárgya Hartbergerland térségének stratégiaalkotása, a Regionet Competitive projekt egyetemes célkitűzéseinek és az abban tervezett tevékenységek Hartbergerland helyzetéhez történő hozzáillesztése, valamint, Hartbergerland nemzetköziesedésének elősegítése érdekében.

A statisztikai elemzések című második fejezet a lakosságra, a gazdaságra és a turizmusra vonatkozóan, Hartbergerland különleges helyzetét fogja szemléltetni.

A helyzetelemzés és stratégiák című harmadik fejezetben térségi helyzetelemzések és stratégiák kerülnek bemutatásra. Végül a negyedik fejezet részletesen bemutatja, hogy a projekt egyetemes stratégiája Hartbergerland térségében miképp kerül megvalósításra.

Hartbergerland térségi stratégiája hozzájárul a bilaterális ösztérségi stratégiaalkotáshoz, valamint ahhoz, hogy a Hartbergerland-i tevékenységek a stratégiai célkitűzésekkel összhangban valósuljanak meg.

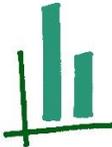
2 Statistische Analyse

2.1 Bevölkerung

Hartbergerland

Statistische Daten zur Bevölkerung

© Regionet Competitive auf Basis von Statistik Austria und Landesstatistik Steiermark



Gemeinde-Kennzahl	Gemeinde	Bevölkerung 2015	Bevölkerung über 15	durchschnittliche Haushaltsgröße (in Personen) 2015	Anteil ausländischer Staatsangehöriger 2015	Anteil der Personen mit Berufsausbildung (über 15) im Jahr 2015	Bevölkerung
							Anteil der Akademiker (Personen über 15) im Jahr 2015
0	Österreich	8 670 690	7 406 950	2,24	14,2	59,8	13,3
12	Niederösterreich	1 650 367	1 408 872	2,31	8,9	63,4	11,3
22	Steiermark	1 229 443	1 064 143	2,27	9,4	62,3	12,1
62205	Buch-St. Magdalena	2 171	1 856	2,90	1,4	67,0	4,6
62268	Grafendorf bei Hartberg	3 116	2 652	2,88	2,3	68,5	5,8
62214	Greinbach	1 831	1 575	2,82	6,5	65,3	4,8
62219	Hartberg	6 517	5 623	2,21	8,4	59,9	13,0
62220	Hartberg Umgebung	2 228	1 824	3,13	6,5	64,6	9,6
62272	Kaindorf	2 861	2 434	2,66	5,6	68,1	5,5
62226	Lafnitz	1 447	1 236	2,47	9,8	61,8	4,9
62276	Rohr bei Hartberg	1 484	1 303	2,44	4,4	65,2	4,8
62277	Rohrbach an der Lafnitz	2 703	2 378	2,64	2,6	65,3	5,5
62244	Sankt Johann in der Haide	2 122	1 831	2,32	5,3	67,3	5,4
	Summe Hartbergerland	26 480	22 712	2,56	5,5	64,7	7,5

2.2 Beschäftigung

Hartbergerland

Statistische Daten zur Beschäftigung



© Regionet Competitive auf Basis von Statistik Austria und Landesstatistik Steiermark

		Beschäftigung		
Gemeinde-Kennzahl	Gemeinde	Erwerbstätigenquote der 15 bis 64-Jährigen im Jahr 2015	Arbeitslosenquote (15 Jahre und älter) im Jahr 2015	Anteil der Auspendler/-innen an den aktiv Erwerbstätigen am Wohnort im Jahr
0	Österreich	70,2	7,6	52,6
12	Niederösterreich	72,6	6,2	70,6
22	Steiermark	71,0	6,3	57,4
62205	Buch-St. Magdalena	74,8	4,8	80,5
62268	Grafendorf bei Hartberg	77,5	4,3	65,6
62214	Greinbach	74,7	3,2	75,5
62219	Hartberg	69,8	7,8	51,4
62220	Hartberg Umgebung	75,4	3,0	75,0
62272	Kaindorf	75,3	4,9	66,5
62226	Lafnitz	69,5	4,3	70,2
62276	Rohr bei Hartberg	72,3	7,4	83,0
62277	Rohrbach an der Lafnitz	75,1	4,4	67,8
62244	Sankt Johann in der Haide	74,3	5,5	80,7
	Summe Hartbergerland	73,5	5,4	67,8

2.3 Wirtschaft

Hartbergerland

Statistische Daten zur Wirtschaft



© Regionet Competitive auf Basis von Statistik Austria und Landesstatistik Steiermark

					Wirtschaft
Gemeinde-Kennzahl	Gemeinde	Unternehmen 2015	Unternehmen in der Gemeinde pro 100 Einwohner	Anzahl Arbeitsplätze in der Gemeinde	Arbeitsplätze in der Gemeinde pro 100 Einwohner
0	Österreich	620 471	7	4 336 952	50
12	Niederösterreich	119 248	7	732 173	44
22	Steiermark	88 923	7	600 970	49
62205	Buch-St. Magdalena	154	7	472	22
62268	Grafendorf bei Hartberg	300	10	1 285	41
62214	Greinbach	160	9	565	31
62219	Hartberg	596	9	7 019	108
62220	Hartberg Umgebung	203	9	839	38
62272	Kaindorf	275	10	1 267	44
62226	Lafnitz	101	7	698	48
62276	Rohr bei Hartberg	93	6	235	16
62277	Rohrbach an der Lafnitz	197	7	1 087	40
62244	Sankt Johann in der Haide	147	7	850	40
	Summe Hartbergerland	2 226	8	14 317	54

2.4 Entwicklung der jungen Bevölkerung

Hartbergerland

Entwicklung der jungen Bevölkerung



© Regionet Competitive auf Basis von Statistik Austria und Landesstatistik Steiermark

				Entwicklung junge Bevölkerung
Gemeinde-Kennzahl	Gemeinde	Bevölkerung bis 14 im Jahr 2002	Bevölkerung bis 14 im Jahr 2017	Veränderung 2002 bis 2017
0	Österreich	1345772,00	1263740,00	-6,10%
12	Niederösterreich	261198	241495	-7,54%
22	Steiermark	189732	165300	-12,88%
62205	Buch-St. Magdalena	361	315	-12,74%
62268	Grafendorf bei Hartberg	580	464	-20,00%
62214	Greinbach	326	256	-21,47%
62219	Hartberg	1092	894	-18,13%
62220	Hartberg Umgebung	377	404	7,16%
62272	Kaindorf	521	427	-18,04%
62226	Lafnitz	235	211	-10,21%
62276	Rohr bei Hartberg	235	181	-22,98%
62277	Rohrbach an der Lafnitz	532	325	-38,91%
62244	Sankt Johann in der Haide	371	291	-21,56%
	Summe Hartbergerland	4 630	3 768	-18,62%

2.5 Bevölkerungsentwicklung

Hartbergerland

Statistische Daten zur Bevölkerungsentwicklung



© Regionet Competitive auf Basis von Statistik Austria und Landesstatistik Steiermark

				Bevölkerungsentwicklung
Gemeinde-Kennzahl	Gemeinde	Bevölkerung im Jahr 2002	Bevölkerung im Jahr 2017	Veränderung 2002 bis 2017
0	Österreich	8063640	8772865	8,80%
12	Niederösterreich	1544667	1665753	7,84%
22	Steiermark	1188117	1237298	4,14%
62205	Buch-St. Magdalena	2158	2175	0,79%
62268	Grafendorf bei Hartberg	3212	3125	-2,71%
62214	Greinbach	1801	1800	-0,06%
62219	Hartberg	6530	6561	0,47%
62220	Hartberg Umgebung	2105	2243	6,56%
62272	Kaindorf	2719	2954	8,64%
62226	Lafnitz	1423	1472	3,44%
62276	Rohr bei Hartberg	1488	1452	-2,42%
62277	Rohrbach an der Lafnitz	2882	2657	-7,81%
62244	Sankt Johann in der Haide	1913	2143	12,02%
	Summe Hartbergerland	26 231	26 582	1,34%

2.6 Tourismusentwicklung

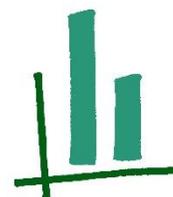
Tourismusankünfte Hartbergerland

Ausgewählte Gemeinden

(Für Gemeinden mit geringer Betriebsanzahl sind keine Daten verfügbar)



© Regionet Competitive auf Basis von Daten Landesstatistik Steiermark



				ANKÜNFTE
Gemeinde-kennzahl	Gemeinden	TMJ 2007	TMJ 2017	Veränderung
62268	Grafendorf bei Hartberg	1 773	2 845	60,5%
62219	Hartberg	9 088	9 173	0,9%
62272	Kaindorf	2 502	7 105	184,0%
62244	Sankt Johann in der Haide	2 546	1 688	-33,7%
	Summe	15 909	20 811	30,8%

Tourismusnachtigungen Hartbergerland

Ausgewählte Gemeinden

(Für Gemeinden mit geringer Betriebsanzahl sind keine Daten verfügbar)



© Regionet Competitive auf Basis von Daten Landesstatistik Steiermark

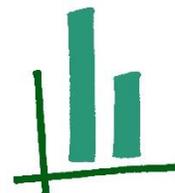


				ÜBERNACHTUNGEN
Gemeinde-kennzahl	Gemeinden	TMJ 2007	TMJ 2017	Veränderung
62268	Grafendorf bei Hartberg	14 970	17 212	15,0%
62219	Hartberg	19 263	16 422	-14,7%
62272	Kaindorf	13 595	27 207	100,1%
62244	Sankt Johann in der Haide	15 227	6 156	-59,6%
	Summe	63 055	66 997	6,3%

Aufenthaltsdauer Hartbergerland

Ausgewählte Gemeinden

(Für Gemeinden mit geringer Betriebsanzahl sind keine Daten verfügbar)



© Regionet Competitive auf Basis von Daten Landesstatistik Steiermark

				Aufenthaltsdauer
Gemeindekennzahl	Gemeinden	TMJ 2007	TMJ 2017	Veränderung
62268	Grafendorf bei Hartberg	8,4	6,0	-28,3%
62219	Hartberg	2,1	1,8	-15,5%
62272	Kaindorf	5,4	3,8	-29,5%
62244	Sankt Johann in der Haide	6,0	3,6	-39,0%
	Summe	4,0	3,2	-18,8%

3 Situationsanalyse und regionale Strategien

Die Darstellung der Situationsanalyse und der bestehenden regionalen Entwicklungsstrategie erfolgt auf Basis der aktuellen LEADER Entwicklungsstrategie. Die Region Hartbergerland ist Teil einer LEADER Region. Aus diesem Grund wurde die Region im Zuge der Erstellung der LEADER Strategie im Detail analysiert und eine darauf aufbauende Strategie entwickelt. Diese LEADER -Situationsanalyse und LEADER Strategie stellt eine wichtige Basis für die Internationalisierungsstrategie im Rahmen von REGIONET Competitive dar.

3.1 Ergebnisse der regionalen Situationsanalyse

Kreativwirtschaft in der ländlichen Region Hartbergerland

Die Region verfügt über einige Gemeinden, die Anteile von über 7,5% der Kreativwirtschaft an der marktorientierten Wirtschaft erreichen. Die Werte sind bemerkenswert, da sie ohne Aufnahme von Kunstschaffen, Kunstunterricht sowie Kunsthandel ermittelt wurden. Außerdem wurden in der Erhebung regionale Besonderheiten wie das Handwerk nicht berücksichtigt. Die Aktivitäten der Region haben schließlich dazu geführt, dass die Region Hartbergerland im 5. Österreichischen Kreativwirtschaftsbericht⁸ als on drei Pionier-Fallbeispielen für ländliche Regionen mit dem Schwerpunkt Kreativwirtschaft als regionaler Faktor angeführt wurde. Aus den in der Programmperiode 2007-2013 durchgeführten Projekten sowie aus zahlreichen aktuellen Stakeholder-Gesprächen können folgende vier Sektoren für das Arbeitsfeld „Kreativwirtschaft“ mit der Perspektive 2020 abgeleitet werden:

3.a: Kreative KMU, Handwerk: Kleine und mittlere Betriebe haben im Oststeirischen Kernland bzw. Hartbergland eine erhebliche regionalwirtschaftliche Bedeutung. Es geht zudem um die Bedeutungssteigerung regionalen Handwerks. In diesem Zusammenhang ist eine engere Zusammenarbeit zwischen DesignerInnen und HandwerkerInnen Thema

3.b: Kreativtourismus: Als Zielgruppe sind touristische Unternehmen und Verbände gemeint, die Angebote nach der Definition „Culttrips“ oder „Slow Travel“ entwickeln. Aspekte dieser Definitionen sind Partizipation, persönliche Geschichten (Storytelling), Aktivität, Lernerfahrungen, regionale Alltagskultur, Entdecken der Hinterhöfe (Backyards). Sanfter, nachhaltiger Tourismus ist hier Ziel. Naturparke geben bereits Richtlinien vor.

3.c: Baukultur: Damit sind Vorhaben wie etwa die Einführung von Gestaltungsbeiräten gemeint: Fachbeiräte, die auf der Basis baukultureller Leitbilder entscheiden, unterstützen bei Planungsentscheidungen von regionalen Bauvorhaben. Insbesondere bei öffentlichen Vorhaben ist diese Vorgehensweise von Bedeutung. Zu diesem Bereich gehören auch partizipative Ortsentwicklungsprozesse.

3.d: Leerstandmanagement: In allen Orten des Oststeirischen Kernland ist das Thema Leerstand von problembeladener Bedeutung. Besonders kreative und längerfristig angedachte Lösungsmodelle sind hier gefragt. Als Beispiel wird hier das Waggonhotel Anger angegeben, das unter Einbeziehung eines regionalen Beherbergungsbetriebes eine Neunutzung des verwaisten Bahnhofareals Anger ergeben hat. SWOT-Erstellung zum Thema „Kreativwirtschaft im ländlichen Raum“:

3.2 Ergebnisse der regionalen SWOT Analyse

STÄRKEN
<ul style="list-style-type: none"> bedeutendes, baukulturelles Erbe • kreativwirtschaftliche Leitbetriebe • zahlreiche traditionelle Handwerksbetriebe • zahlreiche kreative und qualitätsorientierte Gastronomiebetriebe • regionalidentitätsfördernde Leitprodukte • begonnene Schnittstellenarbeit zwischen regionalen Betrieben und kreativwirtschaftlichen Dienstleistern • Offenheit regionaler Betriebe für transparente Produktion • regionale Handwerksbetriebe mit vollständiger Fertigungskette (Entwurf bis Montage) • pilothaft eingerichteter Gestaltungsbeirat als Verbesserung der Kompetenz der Kommune im baukulturellen Sektor • pilothafter Ortsentwicklungsprozess unter reger Teilnahme der Bevölkerung •

- experimentierfreudige Tourismusbetriebe
- spezialisierte, landwirtschaftliche Betriebe mit qualitativ hochwertigem Produktsortiment
- Kulturinitiativen als Ideenlieferanten für temporäre Nutzungen von Leerständen
- Handwerksbetriebe mit Know-How für Revitalisierungen von historischer Bausubstanz
- erfolgreiche Revitalisierungsinitiativen (Landlust und Landluft)
- Leader-Region mit Vorreiterrolle für Kreativwirtschaft im ländlichen Raum
- Gebietsübergreifende Positionierung über das Thema „Kreativwirtschaft“
- Sensibilisierung potentieller Lehrlinge für das kreative Handwerk über Berufsorientierungsinitiativen
- Plattform zur Weiterbildung von kreativen EPU
- transnationale Kooperationspartner für Informations- und Methodenaustausch
- gelungenes Leerstandsmanagement am Beispiel der Bahnhöfe einer historischen Eisenbahnstrecke

SCHWÄCHEN

- regionale Leitbetriebe mit geringem Engagement für Regionalentwicklung
- geringe Vernetzung von EPU
- geringe (finanzielle) Wertschätzung kreativwirtschaftlicher Leistungen
- fehlende Wirkungsanalyse kreativwirtschaftlicher Leistungen
- Mangel an qualifizierten, kreativen Fachkräften
- unterschätzte, touristische Bedeutung der traditionellen Handwerksbetriebe
- kein koordiniertes Leerstandsmanagement (fehlende Leerstandsdatenbank)
- Kompetenzstreitigkeiten zwischen Gestaltungsbeiräten und Gemeindevorständen

zu geringe Implementierung der Gestaltungsbeiräte in vielen Gemeinden •

kaum handwerksbetriebliche Kooperationen

CHANCEN

Platzierung des Themas „Kreativwirtschaft“ durch Creative Industries Styria (CIS) •

Demografische Entwicklung: neuer Wohnbedarf für Senioren erfordert Konzepte für generationsübergreifendes Leben •

Gesetzgebung zur Raumplanung auf Landesebene (Ortsbild- und Landschaftsschutzgesetz) •

Kreativwirtschaft als Thema in vielen EU-Programmbeschreibungen •

Wunsch der Konsumenten nach nachvollziehbaren, transparenten Produktionsketten •

Trend zu partizipativem und ökologisch orientiertem Tourismus •

Aufgreifen der Thematik „Kreativwirtschaft“ als regionaler Faktor durch die WKO •

Trend zu individualisierten Produktlösungen

RISIKEN

schlechte Infrastruktur in ländlichen Regionen (Breitbandinternet etc.) •

parteiliche Besetzung des Themas „Kreativwirtschaft“ in der Steiermark •

mangelnde Verankerung von Gestaltungsbeiräten in regionalen Leitbildern auf NUTS3-Ebene •

mangelndes Verständnis des Begriffs „Kreativwirtschaft“ und Definitionswidersprüche in Fachkreisen •

zu wenige kreativwirtschaftliche Förderungsmöglichkeiten •

Brain-Drain kreativwirtschaftlicher Fachkräfte •

„High-Speed“- und „Low-Cost“-Konsumverhalten (Wegwerfgesellschaft)

3.3 Regionale Entwicklungsbedarfe

Die Bedarfe im Bereich Wirtschaft im Hartbergerland sind hier vielgestaltiger. Einerseits besteht Bedarf nach einer Verbesserung der Innovationskraft regionaler KMU, sei es durch eine Erhöhung der Kooperationsbereitschaft oder durch eine Vermittlungsarbeit zwischen traditionellen Handwerksbetrieben und einer regionalen „kreativen“ Klasse. Als Anwendungsbzw. Übertragungsfelder einer kreativwirtschaftlichen Aufbauarbeit haben sich eindeutig die Bereiche Tourismus und Baukultur bestätigt: In der etablierten und professionalisierten oststeirischen Tourismuslandschaft werden Innovationen im Bereich der Angebotspalette gefordert. Der Wunsch nach baukultureller Kompetenzsteigerung hat sich vor allem aus einer immer akuter und deutlicher werdenden Problematik rund um das Thema Leerstand ergeben. Es handelt sich jedoch um 2 unterschiedliche Bedarfe: Kompetenzsteigerung bei Bauentscheidungen und eine Form von Leerstandsmanagement, die möglicherweise auch Rückbauprozesse koordiniert. Der Begriff Kreativwirtschaft hat jedenfalls über die regional adaptierte Definition durch die 4 Themenbereiche Handwerk, Tourismus, Baukultur, Leerstand konkrete und praxisrelevante Bezüge erhalten.

3.4 Bestehende regionale Entwicklungsstrategie

1.a Land- und Forstwirtschaft

Verbesserung der Strukturen zur Verarbeitung und Vermarktung regionaler landwirtschaftlicher Erzeugnisse:

Hier sind weitere Produktentwicklungen gefragt. Diesbezüglich gibt es bereits Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit Forschungseinrichtungen zur Verbesserung von Produktqualitäten mit Haltbarkeitsfragen. Diese Zusammenarbeit soll weiter intensiviert werden. Denn die Region ist für landwirtschaftliche Leitprodukte bekannt (z.B. rund um das Urprodukt Pöllauer Hirschbirne). Letztendlich geht es aber auch um eine Verbesserung der Marketing- Aktivitäten. Geeignete Instrumente wären in diesem Zusammenhang auch geschützte Herkunftsangaben (Geschützte Geografische Angabe oder Geschützte Ursprungsbezeichnung) und Carbon- bzw. Biodiversitäts-Footprints. Zudem hat der Know-How Transfer mit einer spanischen Partner-LAG gezeigt, welche ökonomischen Vorteile eine Erzeugergemeinschaft bzw. ein gemeinsames Vorgehen im Bereich Streuobst-Produktion und -verarbeitung bringen könnte. So hat sich beispielweise die gemeinschaftliche Anschaffung von Spezialmaschinen über den Hartberger Maschinenring als äußerst erfolgreiche Aktion herausgestellt. Diese Aktion soll fortgesetzt werden.

Sicherung landwirtschaftlicher Betriebe durch Erwerbskombinationen

Über die Aktion „Urlaub am Bauernhof“ wurden schon Beispiele für erfolgreiche Diversifizierungen geschaffen. Insgesamt haben 9 regionale landwirtschaftliche Betriebe in der Programmperiode 2007-2013 von dieser Leader- Aktion profitiert. Eine Ausweitung der Angebotspalette ist aber nicht nur im touristischen Bereich vorstellbar. Von Interesse könnte auch der Bereich sozialer Dienstleistungen werden.

Sicherung des Bestandes von Streuobstbäumen als besondere kulturlandschaftliche und landwirtschaftliche Ressource:

Durch das Aufzeigen der „Rentabilität der Kulturlandschaft“ wird Ihre Erhaltung gesichert, da sie - wie auch im historischen Kontext - die Grundlage für erfolgreiches Wirtschaften darstellt. Dies erscheint auch deshalb möglich, weil sich zunehmend KonsumentInnen darauf besinnen, ihre Konsumgewohnheiten nach umweltgerechten Gesichtspunkten auszurichten. Die gestiegene Anzahl von KonsumentInnen, die verantwortungsbewusst kaufen wollen und der damit einhergehende wachsende Markt für ökologisch erzeugte Produkte mit regionalem Ursprungsbezug, ist daher die Zukunftschance für produzierende Betriebe in der gefährdeten Kulturlandschaft der Streuobstwiesen.

1.b Tourismus

Etablierung einer Modellregion für partizipativen und nachhaltigen Tourismus (CREATIVE TOURISM)

Der so genannte partizipative Tourismus (auch „Creative Tourism“) ist eine Form des nachhaltigen Tourismus und als Alternativmodell zum „Sight Seeing“ im herkömmlichen Kulturtourismus gedacht. Aktive TouristInnen möchten nicht mehr als Fremde wahrgenommen werden, sondern in die Privatheit einer regionalen Lebenswelt aufgenommen werden. Die BesucherInnen verstehen sich sozusagen als teilnehmende BeobachterInnen, die den Alltag der heimischen Bevölkerung miterleben können. Die Angebote entsprechen der Definition des „Creative Tourism“ mit den Aspekten „Mittun“, „Lernen“ und „Alltagskultur“. Alle Angebote sind zudem nur saisonal verfügbar – die Angebotspalette ist also jahreszeitlich gestaltet und in jedem Angebot findet sich jeweils ein Zeitgeheimnis (entsprechend der strategischen Auseinandersetzung mit dem Thema „Zeitkultur“). Durch die intensive Kooperation zwischen den Tourismusverbänden und der LAG wurde das Projekt entscheidend weiterentwickelt. Der transnationale Entwicklungsprozess förderte die Entwicklung des kreativen Potenzials durch die Verschiedenheit der beteiligten Regionen. Dieser Prozess soll fortgesetzt werden. www.culttrips.at

Intensivieren der Zusammenarbeit zwischen touristischen Leitbetrieben und kreativwirtschaftlichen DienstleisterInnen

Dieser Entwicklungsbedarf ergibt sich aus erfolgreichen Pilotversuchen. Ein Beispiel: Das so genannte Waggonhotel Anger wurde als ungewöhnliche Übernachtungsmöglichkeit unter Einbeziehung eines regionalen Beherbergungsbetriebes geschaffen und hat eine Neunutzung des teilweise leer stehenden und verwaisten Bahnhofareals Anger ergeben. Die erfolgreiche Umsetzung wurde durch die intensive Zusammenarbeit des Tourismus- Betriebes mit einem über die LAG vermittelten Planungs- und Designbüro und der Gemeinde Anger ermöglicht. Diese koordinierte Zusammenarbeit soll verstärkt werden.

1.c Wirtschaft, Gewerbe, KMU

Ausbau von Gläsernen Betrieben im KMU-Bereich:

Das erfolgreiche steirische Modell „Erlebniswelt Wirtschaft“ soll für den KMU-Bereich adaptiert werden. Innovative Unternehmen öffnen ihre Türen für BesucherInnen, die in spannenden Erlebnistouren hinter die Kulissen der Produktion blicken können. Hier ist ein Konsum- Trend erkennbar: die steigende Nachfrage nach Produkten aus transparenter Produktion mit glaubwürdigen und nachvollziehbaren Herstellungsprozessen. Dies ist eine nach wie vor aktuelle Marktchance für regionale KMU

Stärkung der Innovationskraft regionaler Betriebe:

Bereits in einer ersten Phase der strategischen Umsetzung zum Thema Kreativwirtschaft wurde der Mehrwert von grenzüberschreitender Zusammenarbeit zum Thema Innovation erkannt und systematisch Erfahrungen von Good Practice Beispielen aus anderen Regionen in die lokale Entwicklung einbezogen. Technologie, Talent und Toleranz hängen mit regionaler Innovationsfreudigkeit zusammen.

Förderung der Kooperationsbereitschaft von EPU und KMU

Konkret sollen Kooperationsmöglichkeiten für die lokalen kreativen KMU entwickelt werden. Dabei sind gemeinsame Aktionen gefragt, die auch Marketingmaßnahmen und im besten Fall gemeinsame Produktentwicklung umfassen können. Ein Beispiel für einen gemeinsamen Marketing-Auftritt: die Betriebe der Meisterwelten Steiermark.

4 Entwicklungsstrategie im Rahmen von REGIONET Competitive

4.1 Strategischer Schwerpunkt Netzwerkentwicklung

Strategischer Schwerpunkt (Arbeitspaket)		Teilstrategien (Aktivitäten)					Periode				
T1 Integrierte bilaterale Netzwerkentwicklung		A.T1.1. Weiterentwicklung der Unternehmensnetzwerke und regionale wirtschaftsentwickelnde Strategiebildung					01.02.2017-31.01.2018				
Output	Beschreibung laut Rahmensystem					Zahl					
D.T1.1.1 Etablierung von regionalen Unternehmensinitiativen	Die Etablierung und die Funktionsweise werden in einer Absichtserklärung festgelegt, deren fachlicher Mindestinhalt folgende Punkte umfasst: <ul style="list-style-type: none"> • Grunddaten, Vertreter und Kontakt der an der Kooperation teilnehmenden Unternehmen und Wirtschaftsentwicklungsorganisationen • grundlegende Zielsetzungen der Kooperation (z.B.: Intensivierung der grenzüberschreitenden Wirtschaftsbeziehungen der Region, Festlegung des Rahmens der gegenseitigen Geschäftskooperationen, Bekanntmachung von unterstützenden Veranstaltungen in der Region) • Form, Häufigkeit und Dokumentation der Kontakthaltung (z.B.: Anwesenheitsliste, Protokoll) 					1					
Regionale Strategie im Rahmen von REGIONET Competitive	Konkrete Maßnahmen im Rahmen von REGIONET Competitive	Budgetposition	Stück	Kosten pro Stück	bis Jul 17	bis Jän 18	bis Jul 18	bis Jän 19	bis Jul 19		
Mit Unterstützung der Wirtschaftskammer Hartberg und des Tourismusverbandes Hartbergerland wird im Rahmen des Projektes REGIONET Competitive der Startschuss für den Aufbau der Wirtschaftsplattform Hartbergerland gegeben.											

Strategischer Schwerpunkt (Arbeitspaket)		Teilstrategien (Aktivitäten)					Periode				
T1 Integrierte bilaterale Netzwerkentwicklung		A.T1.1. Weiterentwicklung der Unternehmensnetzwerke und regionale wirtschaftsentwickelnde Strategiebildung					01.02.2017-31.01.2018				
Output	Beschreibung laut Rahmensystem	Zahl									
D.T1.1.2 Wirtschaftsentwicklungsstrategie für Begründung der AT-HU Beziehungen der regionalen U.initiativen	<p><u>Fachlicher Mindestinhalt der regionalen Wirtschaftsentwicklungsstrategie (15-20 Seiten)</u> – in der Sprache des jeweiligen Projektpartners, inkl. Zusammenfassung in der jeweils anderen Sprache (die Vergleichbarkeit ist wichtig!)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Executive Summary der Strategie zweisprachig (3-5 Seiten): österreichische Strategien auch auf Ungarisch, ungarische Strategien auch auf Deutsch • regionale Bestandserhebung inkl. Übersicht der Synergien mit relevanten nationalen Wirtschaftsentwicklungsstrategien, Aktions- und Entwicklungsplänen (3-5 Seiten) • Problemerkennung, Bedarfserhebung und wirtschaftliche Aussichten der regionalen Unternehmen, unausgeschöpfte Potenziale (3-5 Seiten) • Organisation von Workshops zur Erarbeitung der Strategie • Vorschlag zur Strategieentwicklung inkl. Darstellung der Schwerpunkte der grenzüberschreitenden Wirtschaftsentwicklung (3-5 Seiten) 	1									
Regionale Strategie im Rahmen von REGIONET Competitive	Konkrete Maßnahmen im Rahmen von REGIONET Competitive	Budgetposition	Stück	Kosten pro Stück	bis Jul 17	bis Jän 18	bis Jul 18	bis Jän 19	bis Jul 19		
Die Wirtschaftsentwicklungsstrategie Hartbergerland baut auf den Ergebnissen unterschiedlicher regionaler Strategien (Oststeiermark, Kernland, Thermenland, Wirtschaftsregion Hartberg, etc.) auf.	Die gegenständliche Wirtschaftsentwicklungsstrategie erhebt wirtschaftliche Entwicklungschancen des Hartbergerlandes, um darauf aufbauend grenzüberschreitende Kooperationspotentiale zu identifizieren. Schwerpunkt der Entwicklung im Hartbergerland sind die Bereiche Tourismus und Produktion.	Erstellung einer 15-20 s. Strategie in HU-DE Sprache, inkl.: 1 moderierte Treffen mit ca.12-15 Pers. (Experten-, Koord.kosten, bei Bedarf Kosten zur Disseminierung und Umsetzung der	1	6000		P2					

<p>Es ist besonders wichtig für die Unternehmensinitiative Hartbergerland, dass die Unternehmen vor Ort aktiv in die Erstellung der Strategie eingebunden sind. Aus diesem Grund wird im gesamten Projekt besonderer Wert auf die Einbindung der Unternehmen gelegt.</p>	<p>Die Unternehmen des Hartbergerlandes und die Wirtschaftskammer werden zu einem gemeinsamen Workshop eingeladen, um gemeinsam eine Strategie für das Hartbergerland zu entwickeln.</p>	<p>1 Stk. Workshop [12-15 Pers.] (zum Beispiel: alle Kosten zur WS, Experten- u. Koordinationskosten, Saalmieten, Unterlagen, Broschüren, Bewerbung), Koordination der Absichtserklärungen /</p>	<p>1</p>	<p>2000</p>	<p>P1</p>				
--	--	--	----------	-------------	-----------	--	--	--	--

Strategischer Schwerpunkt (Arbeitspaket)		Teilstrategien (Aktivitäten)					Periode				
T1 Integrierte bilaterale Netzwerkentwicklung		A.T1.2 Etablierung von REGIONET bilateralen Arbeitsgemeinschaften für Wirtschaftsentwicklung u. Ausbau deren strategischer Kooperationen					01.02.2018-31.07.2019				
Output	Beschreibung laut Rahmensystem						Zahl				
D.T1.2.1 Etablierung von REGIONET bilateralen Arbeitsgemeinschaften zur Wirtschaftsentwicklung	Etablierung von REGIONET bilateralen Arbeitsgemeinschaften für Wirtschaftsentwicklung (entlang der 4 Wirtschaftsachsen). Die Etablierung und die Funktionsweise werden in einer <u>Absichtserklärung festgelegt, mit folgendem fachlichen Mindestinhalt:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Grunddaten, Vertreter und Kontakt der Mitglieder der an der Kooperation teilnehmenden regionalen Unternehmensinitiativen • Hauptkoordinator der Arbeitsgemeinschaft als Leiter der Netzwerkkoooperation 						Mitwirkung				
Regionale Strategie im Rahmen von REGIONET Competitive	Konkrete Maßnahmen im Rahmen von REGIONET Competitive	Budgetposition	Stück	Kosten pro Stück	bis Jul 17	bis Jän 18	bis Jul 18	bis Jän 19	bis Jul 19		
Gemeinsam mit den anderen österreichischen und ungarischen Partnerregionen der Wirtschaftsachse Süd wird eine gemeinsame strategische Kooperation der Regionen ins Leben gerufen.											

Strategischer Schwerpunkt (Arbeitspaket)	Teilstrategien (Aktivitäten)	Periode
T1 Integrierte bilaterale Netzwerkentwicklung	A.T1.2 Etablierung von REGIONET bilateralen Arbeitsgemeinschaften für Wirtschaftsentwicklung u. Ausbau deren strategischer Kooperationen	01.02.2018-31.07.2019
Output	Beschreibung laut Rahmensystem	Zahl
D.T1.2.2 Gemeinsame bilaterale Wirtschaftsentwicklungsstrategie	<p><u>fachliche Mindestinhalte der Netzwerkentwicklungsworkshops</u></p> <ul style="list-style-type: none"> o Teilnehmer sind hauptsächlich die Mitglieder der bilateralen Arbeitsgemeinschaften für Wirtschaftsentwicklung o Vorstellung der Gastgeberregion ((Wirtschafts)-Überblick, Makrokennzahlen der Region, wichtigste/stärkste Branchen, Hauptergebnisse der regionalen Entwicklungsstrategie, Schwerpunkte der grenzüberschreitenden Wirtschaftsentwicklung) o Die Ergebnisse des Workshops und die weitere Vorgangsweise werden in einem kurzen Protokoll zusammengefasst. Eine professionelle Moderation des Workshops ist für eine effektive Netzwerkarbeit zwischen den Mitgliedern und die Einhaltung der Beiträge und Verantwortlichkeiten unabdingbar. Der Zeitpunkt des nächsten Workshops/des nächsten Netzwerkentwicklungstreffens wird am Ende der Sitzung festgelegt. <p><u>fachliche Mindestinhalte der Studienreisen zur Netzwerkentwicklung</u></p> <ul style="list-style-type: none"> o Teilnehmer sind hauptsächlich die Mitglieder der bilateralen Arbeitsgemeinschaften für Wirtschaftsentwicklung o Vorstellung der Zielregion der Studienreise (aus Sicht der Wirtschaftsentwicklung) o Betriebsbesuche bei ausgewählten Unternehmen, die sich der bilateralen Arbeitsgemeinschaft für Wirtschaftsentwicklung angeschlossen haben (aufgeschlossene Unternehmer, die bereit sind anderen Unternehmern der Region einen Einblick in ihre Betriebe zu gewähren) o Die Ergebnisse der Studienreise und die weitere Vorgangsweise werden in einem kurzen Protokoll zusammengefasst <p><u>Erarbeitung einer gemeinsamen bilateralen Wirtschaftsentwicklungsstrategie</u> (parallel zur Festlegung der strategischen Kooperationen), mit folgendem fachlichen Mindestinhalt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • gemeinsame zweisprachige Strategie, ca. 15-20 Seiten (4 Strategien entlang der 4 Wirtschaftsachsen; unter Berücksichtigung der 13 regionalen Wirtschaftsentwicklungsstrategien). • Zusammenfassung der Inhalte der regionalen Wirtschaftsentwicklungsstrategien (3-5 Seiten) • Erfassung der gemeinsamen Herausforderungen, Erhebung der zu entwickelnden Bereiche, gemeinsamen Möglichkeiten und freien Kapazitäten, Aufzeigen von Potenzialen (3-5 Seiten) 	Mitwirkung

		• Ausarbeitung eines Vorschlags zur grenzüberschreitenden Strategieentwicklung auf Basis der Erhebung (3-5 Seiten)									
Regionale Strategie im Rahmen von REGIONET Competitive	Konkrete Maßnahmen im Rahmen von REGIONET Competitive	Budgetposition	Stück	Kosten pro Stück	Periode	bis Jul 17	bis Jul 18	bis Jän 19	bis Jul 19		
Durch die bilaterale Zusammenarbeit mit Partnerregionen auf der anderen Seite der Grenze in Ungarn sollen neue Potentiale zur Steigerung der regionalen Wertschöpfung eröffnet werden.	Unternehmen des Hartbergerlandes und Unternehmen aus den anderen Partnerregionen der Wirtschaftsachse Süd werden zu einem Workshops eingeladen, um gemeinsam zu überlegen, wie die wirtschaftlichen Schwerpunkte und Potentiale des Hartbergerlandes mit den Potentialen der anderen Regionen diessseits und jenseits der Grenze verknüpft werden können.	Bilateraler Netzbildungsworkshop [15-20 Pers.] (zum Beispiel Organisation, Expertenkosten, Dolmetsch, Catering, Saalmiete, Unterlagen, Broschüren, Bewerbung, sonstiges (2 Stk.)	1	2625			P3				
Gemeinsam mit den anderen österreichischen und ungarischen Partnerregionen der Wirtschaftsachse Süd werden die regionalen Kooperationspotentiale analysiert und darauf aufbauend eine gemeinsame Strategie entwickelt.	Für das Hartbergerland ist es wichtig, dass die Schwerpunkte des Hartbergerlandes (Tourismus, Produktion, Fachkräfte, etc.) in der Strategie entsprechende Berücksichtigung finden.		1	2500			P3				

Strategischer Schwerpunkt (Arbeitspaket)		Teilstrategien (Aktivitäten)					Periode				
T1 Integrierte bilaterale Netzwerkentwicklung		A.T1.2 Etablierung von REGIONET bilateralen Arbeitsgemeinschaften für Wirtschaftsentwicklung u. Ausbau deren strategischer Kooperationen					01.02.2018-31.07.2019				
Output	Beschreibung laut Rahmensystem						Zahl				
D.T1.2.3 Bilaterale Kooperationsrahmenvereinbarung für Wirtschaftsentwicklung	<u>Rahmenvereinbarungen der REGIONET bilateralen Arbeitsgemeinschaften für Wirtschaftsentwicklung, mit folgendem fachlichen Mindestinhalt:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Teilnehmer der Arbeitsgemeinschaft • Form und Häufigkeit des Kontakts (mindestens einmal im Jahr ein gemeinsames Abstimmungstreffen) • Angabe von Ansprechpersonen • Festlegung der Tagesordnung, Organisation (Ort, Zeit etc.) – Organisation-Durchführung in einem rotierenden System • Frage der Rechtsnachfolge im Falle einer Änderung der Organisation • Nutzung der im Projekt (AP T2) gemeinsamen entwickelten Wirtschaftsentwicklungstools und –methoden im Zuge der täglichen Tätigkeit der die Arbeitsgemeinschaft bildenden Organisationen • (organisationelle und finanzielle) Verpflichtungen der für die Aufrechterhaltung und das Betreiben der Arbeitsgemeinschaft zuständigen Organisationen • Überprüfung und bedarfsbedingte Aktualisierung der gemeinsamen bilateralen Wirtschaftsentwicklungsstrategie 						Mitwirkung				
Regionale Strategie im Rahmen von REGIONET Competitive	Konkrete Maßnahmen im Rahmen von REGIONET Competitive	Budgetposition	Stück	Kosten pro Stück	bis Jul 17	bis Jän 18	bis Jul 18	bis Jän 19	bis Jul 19		
Gemeinsam mit den anderen österreichischen und ungarischen Partnerregionen der Wirtschaftsachse Süd wird eine verbindliche Kooperation verankert, die auch nach Ende des Projektes fortgeführt wird.		Laufende Experten-Koord. u. Steuerung der Strategiebildung u. Kooperationsrahmenvereinbarung (inkl.: Expertenkosten, etc.) /Stratégiaalkotás és a keretmegállapodás folyamatos szakértői koordinációja, irányítása (tart.: szakértői költségek, stb.)									

Strategischer Schwerpunkt (Arbeitspaket)		Teilstrategien (Aktivitäten)					Periode				
T1 Integrierte bilaterale Netzwerkentwicklung		A.T1.2 Etablierung von REGIONET bilateralen Arbeitsgemeinschaften für Wirtschaftsentwicklung u. Ausbau deren strategischer Kooperationen					01.02.2018-31.07.2019				
Output	Beschreibung laut Rahmensystem						Zahl				
D.C.4.1 Gemeinsame presseöffentliche Vorstellungsveranstaltung der REGIONET bilateralen Arbeitsgemeinschaft AP Kommunikation!	Als Abschluss des komplexen Vernetzungsprozesses auf regionaler Ebene: • Abhaltung von <u>Präsentationsveranstaltungen</u> der Arbeitsgemeinschaften mit Medienpräsenz (in insgesamt 13 REGIONET-Regionen)						1				
Regionale Strategie im Rahmen von REGIONET Competitive	Konkrete Maßnahmen im Rahmen von REGIONET Competitive	Budgetposition	Stück	Kosten pro Stück	bis Jul 17	bis Jän 18	bis Jul 18	bis Jän 19	bis Jul 19		
Für den Erfolg der Aktivitäten der Unternehmensinitiative Hartbergerland und des gemeinsamen bilateralen Projektes ist es sehr wichtig, dass die Erfolge auch aktiv nach außen getragen werden. Regelmäßige Pressearbeit ist deshalb sehr wichtig.	Die Unternehmensinitiative Hartbergerland wird den erfolgreichen Aufbau eines regionalen und eines bilateralen Unternehmensnetzwerkes mit Ungarn und die dabei bereits erreichten Ergebnisse in einer Veranstaltung, zu der auch die Presse eingeladen wird, aktiv nach außen kommunizieren.	1-1 Stk. gem. Vorstellung [30-35 Pers.] (zum Beispiel: Organisation, Moderation, Dolmetscher, Honorare, Catering, Pressematerialien, Saalmiete, Unterlagen, Broschüren, Bewerbung, etc.)	1	3000					P5		

Strategischer Schwerpunkt (Arbeitspaket)		Teilstrategien (Aktivitäten)					Periode				
T1 Integrierte bilaterale Netzwerkentwicklung		A.T1.2 Etablierung von REGIONET bilateralen Arbeitsgemeinschaften für Wirtschaftsentwicklung u. Ausbau deren strategischer Kooperationen					01.02.2018-31.07.2019				
Output	Beschreibung laut Rahmensystem						Zahl				
D.T1.2.4 Gem. internationale Studienreise der bilateralen Arbeitsgemeinschaften für Wirtschaftsentwicklung	Fachlicher Beitrag zum Netzwerkentwicklungsmodul außerhalb des Programmgebietes (unter der Koordination des Lead Partners): <u>5-tägige Studienreise</u> in die Region Oberrhein (DE-CH-FR) mit dem Ziel, bereits bewährte Best Practice Beispiele für bilaterale Vernetzung bzw. Musterregionen kennen zu lernen und ihre Tools auf die REGIONET-Region zu adaptieren (Teilnehmer: Delegierte der bilateralen Arbeitsgemeinschaften für Wirtschaftsentwicklung, sonstige Stakeholder)						Mitwirkung				
Regionale Strategie im Rahmen von REGIONET Competitive	Konkrete Maßnahmen im Rahmen von REGIONET Competitive	Budgetposition	Stück	Kosten pro Stück	bis Jul 17	bis Jän 18	bis Jul 18	bis Jän 19	bis Jul 19		
Vertreter/innen des Hartbergerlandes werden auch Gelegenheit bekommen, an dieser internationalen Studienreise teilzunehmen, um für einen entsprechenden Wissenstransfer in die Region zu sorgen.											

Strategischer Schwerpunkt (Arbeitspaket)		Teilstrategien (Aktivitäten)					Periode				
T1 Integrierte bilaterale Netzwerkentwicklung		A,.T1.3 REGIONET Young Economist Network (RegYEN)					01.02.2018-31.01.2019				
Output	Beschreibung laut Rahmensystem					Zahl					
D.T1.3.1 Internationaler Wirtschafts-Fallstudie Schreibwettbewerb	<ul style="list-style-type: none"> • REGIONET Young Economist Network (RegYEN) [unter der Koordination des Lead Partners und ZMVA] • Sensibilisierung der zukünftigen Wirtschaftsentwicklungsexperten (Universitäts- und FH-Studenten) für eine grenzüberschreitende Wirtschaftsentwicklung durch internationale Fallstudien-Wettbewerbe und ein REGIONET youth summer camp bzw. Fachwoche. Permanente Einbeziehung der Studenten in die Arbeit der regionalen Unternehmensinitiativen, je nach Möglichkeit. Die Projektpartner sollen (je nach regionalem Einzugsgebiet) möglichst viele höhere Bildungseinrichtungen der REGIONET Competitive-Region einbeziehen. 					0					
Regionale Strategie im Rahmen von REGIONET Competitive	Konkrete Maßnahmen im Rahmen von REGIONET Competitive	Budgetposition	Stück	Kosten pro Stück	bis Jul 17	bis Jän 18	bis Jul 18	bis Jän 19	bis Jul 19		
Für das Hartbergerland sind Aktivitäten für die Jugendlichen besonders wichtig. Das Hartbergerland wird deshalb das Young Economist Network aktiv unterstützen.											

4.2 Strategischer Schwerpunkt Aufbau von internationalen Geschäftsbeziehungen

Strategischer Schwerpunkt (Arbeitspaket)		Teilstrategien (Aktivitäten)					Periode			
T2 Qualifikationsentwicklung von Unternehmen und Aufbau von internationalen Geschäftsbeziehungen		A.T2.1 Bilaterale Qualifizierungsaktivitäten					01.02.2018-31.07.2019			
Output	Beschreibung laut Rahmensystem	Zahl								
D.T2.1.1 Bilaterales Thematisches Training	<p><u>Bilaterales thematisches (eintägiges) Training</u> (Wesentliche Eigenschaften des Instruments: Durch die niveauvollen Premium-Schnelltrainings zur Kompetenzentwicklung werden Unternehmen dabei unterstützt, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu stärken und somit ihren Profit zu steigern. Mögliche Schwerpunkte/Themen sind unter anderem: Verhandlungstechniken, Marketing, internationale Markterweiterung).</p> <p>Fachlicher Mindestinhalt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • eintägiges, dynamisches, effizientes Training • ca. 10-15 Personen pro Anlass • Spezifizierung je nach Thema oder Branche möglich • mindestens ein Programmpunkt je Vortrag: themen- oder branchenspezifische Innovationen • entweder Teilnehmer aus beiden Seiten der Grenze oder Sicherstellung eines österreichischen und ungarischen Trainers • Sicherstellung der Zweisprachigkeit je nach Bedarf 	2								
Regionale Strategie im Rahmen von REGIONET Competitive	Konkrete Maßnahmen im Rahmen von REGIONET Competitive	Budgetposition	Stück	Kosten pro Stück	bis Jul 17	bis Jän 18	bis Jul 18	bis Jän 19	bis Jul 19	

<p>Hauptziel der Unternehmensinitiative Hartbergerland ist es, die Wettbewerbsfähigkeit der regionalen Wirtschaft zu stärken. Um dies sicherzustellen, muss vor allem die Kompetenz und Qualifikation der Unternehmen gestärkt werden.</p>	<p>Die erste Weiterbildungsveranstaltung für die Unternehmen des Hartbergerlandes und alle ungarischen und österreichischen Unternehmen von REGIONET wird dem Thema ONLINE Marketing für Regionalprodukte gewidmet sein.</p>	<p>Insg. 5 Stk. (zum Beispiel: Erarb. der Thematik, Präsentationstechnik, Dolmetscher, Trainers, catering, Saalmiete, Unterlagen, Broschüren, Bewerbung, sonstige Kosten)[10-15 Pers. je Anlass]/Össz. 5 db (tart.: tematika kidolg., prez. eszköz, tolmács, trénerék, catering, egyéb költségek)[10-15 fő/alk.]</p>	1	2000			P3		
	<p>Die zweite Weiterbildungsveranstaltung für die Unternehmen des Hartbergerlandes und alle ungarischen und österreichischen Unternehmen von REGIONET wird im Zuge des Projektes entwickelt.</p>		1	2000				P4	P5

Strategischer Schwerpunkt (Arbeitspaket)		Teilstrategien (Aktivitäten)					Periode				
Output	Beschreibung laut Rahmensystem						Zahl				
D.T2.1.2 Berufsbegleitende Weiterbildungsreihe	<p><u>Berufsbegleitende Weiterbildungsreihe</u> (Wesentliche Eigenschaften des Instruments: Durch die niveauvollen Premium-Weiterbildungsreihen zur Kompetenzentwicklung jeweils mit Fokus auf eine Branche werden Unternehmen dabei unterstützt, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu stärken und somit ihren Profit zu steigern. Mögliche Schwerpunkte/Themen sind unter anderem: Patentwesen, Unternehmensführung, Marketing, Marktforschung, Kundenzufriedenheit, erfolgreiche internationale Projekte im Fachgebiet, best practices).</p> <p>Fachlicher Mindestinhalt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • modular aufgebaut (mind. 6 Module (1 Tag je Modul [2 x 4 Stunden])), • ca. 15-20 Unternehmer je Serie • mindestens ein Modul (1 Tag je Modul [2 x 4 Stunden]): branchenspezifische Innovation • entweder Teilnehmer aus beiden Seiten der Grenze oder Sicherstellung eines österreichischen und ungarischen Trainers • Sicherstellung der Zweisprachigkeit je nach Bedarf 						0				
Regionale Strategie im Rahmen von REGIONET Competitive	Konkrete Maßnahmen im Rahmen von REGIONET Competitive	Budgetposition	Stück	Kosten pro Stück	bis Jul 17	bis Jän 18	bis Jul 18	bis Jän 19	bis Jul 19		
Das Hartbergerland wird selbst keine berufsbegleitende Weiterbildungsreihe organisieren, sondern die regionalen Unternehmen aktiv zu den Veranstaltungen der anderen REGIONET Partner einladen.											

Strategischer Schwerpunkt (Arbeitspaket)		Teilstrategien (Aktivitäten)					Periode				
T2 Qualifikationsentwicklung von Unternehmen und Aufbau von internationalen Geschäftsbeziehungen		A.T2.2 Aufbau von grenzüberschreitenden thematischen und branchenübergreifenden Geschäftsbeziehungen					01.02.2018-31.07.2019				
Output	Beschreibung laut Rahmensystem					Zahl					
D.T2.2.1 Thematische grenzüberschreitende „Business-Handshake“ Veranstaltung	<p>Thematische grenzüberschreitende „Business Handshake“ Veranstaltung (Wesentliche Eigenschaften des Instruments: Die teilnehmenden österreichischen und ungarischen Unternehmen erhalten die Möglichkeit, innerhalb kurzer Zeit zahlreiche andere Unternehmer an einem Ort und an einem Abend hintereinander kennen zu lernen. Im Anschluss an das organisierte (B2B) Speed Dating werden – aufgrund einer vorherigen thematischen Einteilung - vertiefende Einzelgespräche und Termine vereinbart (3-5 Minuten, danach Partnerwechsel). Fachlicher Mindestinhalt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • „business speed dating“ unter vier Augen (hauptsächlich zwischen AT und HU Unternehmern mit Dolmetsch), je nach vorheriger Einteilung (dazu ein großer Raum mit ausreichender Anzahl an Tischen) • Anzahl der Teilnehmer je nach Thema • Abhaltung von mindestens einem zum Thema passendem Fachvortrag: beispielhafte „niederschwellige Innovationen“ • Sicherstellung der Zweisprachigkeit 					2					
Regionale Strategie im Rahmen von REGIONET Competitive	Konkrete Maßnahmen im Rahmen von REGIONET Competitive	Budgetposition	Stück	Kosten pro Stück	bis Jul 17	bis Jän 18	bis Jul 18	bis Jän 19	bis Jul 19		
Ziel des Hartbergerlandes ist es, die Unternehmen stärker miteinander zu vernetzen und die Internationalisierung der Wirtschaft vor allem Richtung Ungarn vorantreiben.	Im Hartbergerland wird zum Abschluss des Projektes eine große internationale Geschäftskontaktemesse organisiert werden, zu der alle Unternehmen aller REGIONET Regionen eingeladen werden.	ca. 30-40 Pers. (zum Beispiel: Organisation, Raummiete, Präsentationstechnik, Dolmetsch, Catering, Unterlagen, Broschüren, Bewerbung,sonstiges) /	1	5250			P3				

Strategischer Schwerpunkt (Arbeitspaket)		Teilstrategien (Aktivitäten)					Periode				
T2 Qualifikationsentwicklung von Unternehmen und Aufbau von internationalen Geschäftsbeziehungen		A.T2.2 Aufbau von grenzüberschreitenden thematischen und branchenübergreifenden Geschäftsbeziehungen					01.02.2018-31.07.2019				
Output	Beschreibung laut Rahmensystem					Zahl					
D.T2.2.2 Thematische grenzüberschreitende Studienreise	<p><u>Thematische grenzüberschreitende Studienreisen</u> (Wesentliche Eigenschaften des Instruments: Erfahrungsaustausch, fokussierter thematischer Ausblick über die Grenzen hinaus, Kennenlernen anderer Regionen und dadurch Schaffung neuer Kooperationsmöglichkeiten, neuer Ideen und Kontakte für eine zukünftige Zusammenarbeit, gegenseitiger Wissenstransfer).</p> <p>Fachlicher Mindestinhalt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ein- und zweitägig • Anzahl der Teilnehmer je nach Thema • mindestens eine Betriebsbesichtigung zur Veranschaulichung von umgesetzten Innovationen • bei zweitägigen Studienreisen wird am Ende des ersten Tages ein thematischer Business-Abend organisiert • Sicherstellung der Zweisprachigkeit 					0					
Regionale Strategie im Rahmen von REGIONET Competitive	Konkrete Maßnahmen im Rahmen von REGIONET Competitive	Budgetposition	Stück	Kosten pro Stück	bis Jul 17	bis Jän 18	bis Jul 18	bis Jän 19	bis Jul 19		
AS Hartbergerland selbst wird keine Studienreise organisieren. Die Unternehmen werden aber eingeladen werden, die Angebote der anderen Regionen hinsichtlich Studienreisen aktiv in Anspruch zu nehmen.		Eintägige Studienreise [10-15 Pers.] zum Beispiel: Organisation, Reise, Moderation, Dolmetscher, Catering, etc. (insg. 2 Stk.)					P3				

Strategischer Schwerpunkt (Arbeitspaket)		Teilstrategien (Aktivitäten)	Periode
T2 Qualifikationsentwicklung von Unternehmen und Aufbau von internationalen Geschäftsbeziehungen		A.T2.2 Aufbau von grenzüberschreitenden thematischen und branchenübergreifenden Geschäftsbeziehungen	01.02.2018-31.07.2019
Output	Beschreibung laut Rahmensystem	Zahl	
D.T2.2.3 „Tag der offenen Tür“ internationaler Vernetzungstage	<p><u>"Tag der offenen Tür" – internationale Vernetzungstage</u> (Wesentliche Eigenschaften des Instruments: Es wird kooperationswilligen oder auch konkurrierenden Unternehmen und der Öffentlichkeit die Möglichkeit geboten, die unterschiedlichen Unternehmen der Grenzregion kennen zu lernen (z.B. Tischlerwerkstatt, technische Unternehmen, Gebäudetechnik-Unternehmen, Dienstleister- oder Handelsunternehmen etc.). Organisation von Führungen durch die Betriebe, Anregung zu Gesprächen, Schaffung bzw. Stärkung von persönlichen Kontakten. Einbeziehung der Jugend!)</p> <p>Fachlicher Mindestinhalt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ein- und mehrtägig • ca. 10-15 teilnehmende Unternehmen (vorherige Koordination der teilnehmenden Unternehmen) • mindestens ein innovatives Unternehmen/Betrieb wird präsentiert bzw. in die offenen Betriebsbesuche einbezogen • Einbeziehung von ungarischen Unternehmen ins Programm/in die Betriebsbesuche oder Teilnahme von interessierten ungarischen Unternehmen • Sicherstellung der Zweisprachigkeit je nach Bedarf 	1	

Regionale Strategie im Rahmen von REGIONET Competitive	Konkrete Maßnahmen im Rahmen von REGIONET Competitive	Budgetposition	Stück	Kosten pro Stück	bis Jul 17	bis Jän 18	bis Jul 18	bis Jän 19	bis Jul 19
Das Hartbergerland möchte nicht nur Geschäftskontakte zwischen Unternehmen forcieren, sondern auch die Bevölkerung verstärkt für die Leistungen der Wirtschaft in den Regionen sensibilisieren. Dazu werden vor allem die Tage der offenen Tür genutzt. Diese sind gleichzeitig auch optimale Möglichkeiten, um die Zusammenarbeit mit Ungarn einem breiten Personenkreis bekannt zu machen.	Der Tag der offenen Tür wird als offene VEranstaltung organisiert werden, bei der Unternehmen aus dem Hartbergerland allen interessierten aus Österreich und Ungarn ihre Weiterbildungsmöglichkeiten präsentieren werden.	1-tägig, mit 10-15 teilnehmenden Betrieben [zum Beispiel: Organisation, Installationen, Catering, bezog. Marketing, etc.] (insg.: 2 Stk.) /	1	6000				P4	
	Im Folgejahr wird der Tag der offenen Tür ebenfalls als offene VEranstaltung organisiert werden, bei der Unternehmen aus dem Hartbergerland allen interessierten aus Österreich und Ungarn ihre Weiterbildungsmöglichkeiten präsentieren werden.		1	6000					P5

Strategischer Schwerpunkt (Arbeitspaket)		Teilstrategien (Aktivitäten)	Periode
T2 Qualifikationsentwicklung von Unternehmen und Aufbau von internationalen Geschäftsbeziehungen		A.T2.2 Aufbau von grenzüberschreitenden thematischen und branchenübergreifenden Geschäftsbeziehungen	01.02.2018-31.07.2019
Output	Beschreibung laut Rahmensystem	Zahl	
D. T2.2.4 Internationale Zuliefererfachmesse	<p><u>Internationale REGIO Sourcing Messe</u> (Wesentliche Eigenschaften des Instruments: Die EXPO-artige groß angelegte Veranstaltung bietet Möglichkeit zur Kontaktaufnahme mit Ausstellern und weiteren Teilnehmern, der Vorstellung von Produkten und Dienstleistungen (durch die Sicherstellung von einheitlichen Messeständen) und zur Abhaltung von laufenden fachlichen Begleitprogrammen. Die Teilnehmer und Aussteller können ihre Tätigkeit bzw. ihr Portfolio präsentieren und sich mit anderen Unternehmen ähnlicher und ganz anderer Branchen unterhalten, Erfahrungen austauschen und Geschäftskontakte ausbauen.</p> <p>Im Rahmen des REGIO Sourcing wurden Großunternehmen aus der Region eingeladen, ihre Bedarfe an regionale Zulieferer zu präsentieren. Die Anwesenden Unternehmen hatten einerseits als Aussteller die Möglichkeit, ihre Produkte und Dienstleistungen den teilnehmenden Unternehmen vorzustellen und mit neuen UnternehmerInnen in Kontakt zu treten und andererseits mit den Großunternehmen zu sprechen und zu erfahren, welche Möglichkeiten sie als Anbieter/Zulieferer haben. Im Anschluss an die moderierte Vorstellung der regionalen Bedarfe der eingeladenen Großunternehmen konnten diese mit den Teilnehmern und Ausstellern in Kontakt treten.</p> <p>Fachlicher Mindestinhalt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • zweitägig • ca.70-80 teilnehmende Unternehmen, Aussteller, von beiden Seiten der Grenze • Sicherstellung von Ausstellungs-Installationen (einheitliche Messestände) • Organisation von Begleitprogrammen zur Präsentation von Unternehmensinnovationen • Sicherstellung der Zweisprachigkeit je nach Bedarf 	0	

4.3 Strategischer Schwerpunkt bilaterale Unternehmenskooperationen

Strategischer Schwerpunkt (Arbeitspaket)		Teilstrategien (Aktivitäten)					Periode				
T3 Bilaterale branchenspezifische Unternehmenskooperationen und Innovationsförderung		A.T3.1 Branchenbezogene Zustands- und Bedarfserhebung, Identifizierung der Kooperationsfelder (koordination T: Sopron und Vas/Jola; Kooperation LM Römerland und Zalaegerszeg)					01.02.2017-31.01.2018				
Output	Beschreibung laut Rahmensystem					Zahl					
D.T3.1.1 Befragte UnternehmerInnen im Zuge der branchenbezogenen Zustands- und Bedarfserhebung	<u>branchenspezifische Zustands- und Bedarfserhebung</u> , Identifikation von Kooperationsbereichen <ul style="list-style-type: none"> • Organisation von branchenspezifischen bilateralen Werkstatttreffen mit der Teilnahme von (an der branchenspezifischen Vernetzung beteiligten) Projektpartnern und weiteren einbezogenen relevanten Fachexperten (branchenspezifische wissenschaftliche Werkstätten, Nonprofit-Forschungsstätten etc.) [mind. 8-10 Personen]. Hauptziel ist es, die Grundlagen der für die Zustands- und Bedarfserhebung notwendigen branchenspezifischen Fragebögen (gemeinsame Methodik) zu schaffen. • Hauptkoordinator der branchenspezifischen Vernetzung, der für die Finalisierung und zweisprachige Aufbereitung der branchenspezifischen Fragebögen (gemeinsame Methodik) für die Zustands- und Bestandserhebung zuständig ist: 					T(10)					
Regionale Strategie im Rahmen von REGIONET Competitive	Konkrete Maßnahmen im Rahmen von REGIONET Competitive	Budgetposition	Stück	Kosten pro Stück	bis Jul 17	bis Jän 18	bis Jul 18	bis Jän 19	bis Jul 19		
Der Tourismus ist ein zentraler Entwicklungsschwerpunkt des Hartbergerlandes. Strategischer Schwerpunkt im Tourismus ist die Nutzung von Möglichkeiten, regionale Produkte und Dienstleistungen den Gästen über das Web auch außerhalb des Urlaubs zu verkaufen.	Im Rahmen der Bedarfserhebung bei regionalen Unternehmen soll das Interesse erhoben werden, Produkte und Dienstleistungen Online zu verkaufen. Ergänzend dazu sollen moderne Umsetzungsmöglichkeiten für einen gemeinsamen Webshop der Regionen erarbeitet werden.	Schwerpunkt Tourismus: Durchführung der Erhebung [Befragung von mind. 10 AT KMUs aus der Branche] (Experten- u. sonstige Kosten)/	1	6000		P2					

Strategischer Schwerpunkt (Arbeitspaket)		Teilstrategien (Aktivitäten)					Periode				
Output	Beschreibung laut Rahmensystem					Zahl					
D.T3.1.2 Gemeinsamer, zweisprachiger 31.01.2018 Sondierungsbericht zur Bestimmung der Kooperationsfelder in der Branche	<u>Gemeinsamer zweisprachiger Sondierungsbericht</u> zur Bestimmung der Kooperationsfelder in der jeweiligen Branche (mind. 20 Seiten): <ul style="list-style-type: none"> • Zusammenfassung der Ergebnisse der Zustands- und Bedarfserhebung (5-10 Seiten) • Analyse der Bedürfnisse der Unternehmen, Identifikation der Kooperationspotenziale/Möglichkeiten (Produktion, Dienstleistungsentwicklung, Verkoppelung der Wissenschafts- und Innovationsbasis (5-10 Seiten) Lebensmittelindustrie und Nahversorgung (ZMVA: 1) Tourismusindustrie (SVKIK: 1) Metallindustrie (KVIP: 1) Kunststoffindustrie (KVA: 1)					0					
Regionale Strategie im Rahmen von REGIONET Competitive	Konkrete Maßnahmen im Rahmen von REGIONET Competitive	Budgetposition	Stück	Kosten pro Stück	bis Jul 17	bis Jän 18	bis Jul 18	bis Jän 19	bis Jul 19		
Die Ergebnisse der Bedarfserhebungen in allen Regionen werden zu einem gemeinsamen Sondierungsbericht als Basis für weitere Aktivitäten zusammengefasst.											

Strategischer Schwerpunkt (Arbeitspaket)		Teilstrategien (Aktivitäten)					Periode				
T3 Bilaterale branchenspezifische Unternehmenskooperationen und Innovationsförderung		A.T3.2 Branchenbezogene Innovationsförderung und die Gründung der bilateralen branchenbezogenen Aktionsgruppe					01.02.2018-31.07.2018				
Output	Beschreibung laut Rahmensystem						Zahl				
D.T3.2.1 Offene branchenbezogene Veranstaltungen für Innovationsförderung	<p>Offene branchenbezogene Veranstaltungen zur Innovationsförderung (Unternehmensveranstaltungen je nach Industriezweig)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abhaltung von Veranstaltungen auf Branchenebene sowohl in Österreich als auch in Ungarn: Hauptziel ist es, Unternehmen der vier Schwerpunktbranchen zur Teilnahme an konkreten Unternehmenskooperationen zu motivieren (und sich den sog. Aktionsgruppen anzuschließen). • Fachvorträge zur Vorstellung der Kooperationsmöglichkeiten/Vorteile der bilateralen Branchenkooperationen. Im Zuge der Fachvorträge wird mindestens eine branchenspezifische Innovation durch erfolgreiche Innovatoren vorgestellt, die mit dieser Innovation den Umbruch geschafft haben und daher als Motivation für die Unternehmen der vier Schwerpunktbranchen dienen können 						0				
Regionale Strategie im Rahmen von REGIONET Competitive	Konkrete Maßnahmen im Rahmen von REGIONET Competitive	Budgetposition	Stück	Kosten pro Stück	bis Jul 17	bis Jän 18	bis Jul 18	bis Jän 19	bis Jul 19		
Das Hartbergerland wird selbst in diesem Bereich keine Veranstaltungen durchführen, vielmehr werden die Unternehmen dazu eingeladen, die Angebote der anderen REGIONET Partner in Österreich und Ungarn in Anspruch zu nehmen.											

Strategischer Schwerpunkt (Arbeitspaket)		Teilstrategien (Aktivitäten)					Periode				
T3 Bilaterale branchenspezifische Unternehmenskooperationen und Innovationsförderung		A.T3.2 Branchenbezogene Innovationsförderung und die Gründung der bilateralen branchenbezogenen Aktionsgruppe					01.02.2018-31.07.2018				
Output	Beschreibung laut Rahmensystem						Zahl				
D.T3.2.2 Gründung der bilateralen branchenbezogenen Aktionsgruppe	<p>Gründung einer <u>bilateralen branchenspezifischen Aktionsgruppe</u> (die Gründung wird in Form einer Absichtserklärung zur Kooperation festgelegt, mit folgendem fachlichen Mindestinhalt):</p> <ul style="list-style-type: none"> • im Zuge der Zusammenstellung der bilateralen branchenspezifischen Aktionsgruppe sollen KMUs, die im Zeitraum vom 2. Halbjahr 2015 bis zum 1. Halbjahr 2016 gegründet wurden, nach Möglichkeit einbezogen werden • Grunddaten, Vertreter und Kontakt der an der Kooperation beteiligten Fachorganisationen und der teilnehmenden branchenspezifischen Unternehmen • Ergänzende Vereinbarung der Partner: die regionale Abgrenzung gilt hier nicht. Demnach können sich Unternehmen aus jeder REGIONET Competitive-Region der branchenspezifischen Netzwerkarbeit anschließen, unabhängig davon, ob die jeweilige Partnerorganisation an der jeweiligen branchenspezifischen Vernetzung beteiligt ist oder nicht (z.B. über REO erreichte Unternehmen können sich der branchenspezifischen Unternehmenskooperation „Metallindustrie“ beteiligen). <p>Lebensmittelindustrie u. Nahversorg.: KVA+RC+BW-WL+ZMVA+JOLA: 1 (mit 20 Unternehmen) Tourismusindustrie: SVKIK+VMKIK+REO+ZMVA+JOLA: 1 (mit 28 Unternehmen) Metallindustrie: RMB+KVIP: 1 (mit 6 Unternehmen) Kunststoffindustrie: KVA+RMB: 1 (mit 6 Unternehmen)</p>						T (3 UN)				
Regionale Strategie im Rahmen von REGIONET Competitive	Konkrete Maßnahmen im Rahmen von REGIONET Competitive	Budgetposition	Stück	Kosten pro Stück	bis Jul 17	bis Jän 18	bis Jul 18	bis Jän 19	bis Jul 19		
	Unternehmen der Aktionsgruppe Tourismus aus dem gesamten österreichischen und ungarischen Projektgebiet sollen im Hartbergerland zu einem Workshop eingeladen werden, gemeinsam neue Ideen zu entwickeln, regionale Angebote gemeinsam Online zu vermarkten.	Schwerpunkt Tourismus: 1 Stk. branchenspezifischer bilateraler Workshop [mind.8-10 Pers.] (inkl.: alle Kosten zur WS, Expertenkosten, etc.)	1	2000			P3				

Strategischer Schwerpunkt (Arbeitspaket)		Teilstrategien (Aktivitäten)					Periode				
T3 Bilaterale branchenspezifische Unternehmenskooperationen und Innovationsförderung		A.T3.3 Der Ausbau von konkreten branchenspezifischen Unternehmenskooperationen u. Vorstellung der Ergebnisse					01.08.2018-31.07.2019				
Output	Beschreibung laut Rahmensystem						Zahl				
D.T3.3.1 Gemeinsames AT-HU Werkstatt-Treffen der branchenbezogenen Aktionsgruppe	<p>Gemeinsames <u>AT-HU Werkstatttreffen der branchenspezifischen Aktionsgruppen</u> (Hauptziel ist die Erarbeitung der Inhalte der branchenspezifischen Kooperationsvereinbarungen)</p> <ul style="list-style-type: none"> durchgehende Koordination der Fachorganisationen und teilnehmenden Experten im Rahmen der auf das Individuum/Unternehmen maßgeschneiderten persönlichen Abstimmungstreffen Dokumentation der auf das Individuum/Unternehmen maßgeschneiderten persönlichen Abstimmungstreffen, der Ansprüche und Motivationen in Form eines Protokolls <p>Lebensmittelind. u. Nahversorg.: KVA+RC+BW-WL+ZMVA+JOLA: 1/Partner [ca.20-25 Pers./VA] Tourismusind.: SVKIK+VMKIK+REO+ZMVA+JOLA: 1/Partner [ca.25-30 Pers./VA] Metallind.: RMB: 1 /KVIP: 1 [ca.8-10 Pers./VA] Kunststoffind.: KVA: 1 /RMB: 1 [ca.8-10 Pers./VA]</p>						0				
Regionale Strategie im Rahmen von REGIONET Competitive	Konkrete Maßnahmen im Rahmen von REGIONET Competitive	Budgetposition	Stück	Kosten pro Stück	bis Jul 17	bis Jän 18	bis Jul 18	bis Jän 19	bis Jul 19		
Workshop (=Werkstatt) zum Thema Tourismus; TN aus HU	Nach dem ersten branchenspezifischen bilateralen Workshop im Hartbergerland zum Thema Tourismus sollen alle Unternehmen zu einer gemeinsamen Werkstatt eingeladen werden, um die im Workshop entwickelten Ideen weiter zu entwickeln und konkrete bilaterale Kooperationen aufzubauen.	Schwerpunkt Tourismus: AT-HU Werkstatt-Treffen der branchenbezogenen Aktionsgruppe (1 Stk.) [ca. 25-30 Pers.] bei Bedarf Kosten zur Umsetzung der dabei entwickelten Maßnahmenvorschläge /	1	4000				P4			

Strategischer Schwerpunkt (Arbeitspaket)		Teilstrategien (Aktivitäten)					Periode				
T3 Bilaterale branchenspezifische Unternehmenskooperationen und Innovationsförderung		A.T3.3 Der Ausbau von konkreten branchenspezifischen Unternehmenskooperationen u. Vorstellung der Ergebnisse					01.08.2018-31.07.2019				
Output	Beschreibung laut Rahmensystem					Zahl					
D.T3.3.2 Bilaterale branchenbezogene Kooperationsvereinbarung zwischen den Unternehmen	<u>Bilaterale branchenspezifische Kooperationsvereinbarungen</u> zwischen den Unternehmen <ul style="list-style-type: none"> • Betroffene/Teilnehmer der Kooperationsvereinbarungen • Art der Kooperation (Produktion, Dienstleistungsentwicklung, Verkoppelung der Wissenschafts- und Innovationsbasis etc.) • Form und praktische Umsetzung der Kooperation (z.B.: Bietergemeinschaft für eine Ausschreibung) • Art und Häufigkeit der Kontakthaltung (gemeinsame Abstimmungstreffen), Angabe der zuständigen Ansprechpartner • Festlegung der Verpflichtungen für die Aufrechterhaltung der Kooperation (organisationell, finanziell) U.: Kooperation im Bereich: Produktion, Dienstleistungsentw., Verwertung, Branchen-Innovation: Tourismusind.: SVKIK+VMKIK+REO+ZMVA+JOLA: 14					T(1x2)					
Regionale Strategie im Rahmen von REGIONET Competitive	Konkrete Maßnahmen im Rahmen von REGIONET Competitive	Budgetposition	Stück	Kosten pro Stück	bis Jul 17	bis Jän 18	bis Jul 18	bis Jän 19	bis Jul 19		
Durch das Projekt Regionet Competitive soll nicht nur die Wertschöpfung und der Absatz in der eigenen Region gestärkt werden, sondern auch ein wichtiger Beitrag zur dringend erforderlichen Internationalisierung des Hartbergerlandes geleistet werden.	Im Zuge der bilateralen Workshops und Studienreisen sollen nicht nur Gespräche geführt, sondern konkrete Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen des Hartbergerlandes und Unternehmen aus anderen Regionen in Österreich und Ungarn aufgebaut werden. Ergebnis sollen zumindest 2 bis 4 konkrete bilaterale Unternehmenskooperationen sein, an denen unterschiedliche Unternehmen des Hartbergerlandes teilnehmen.										

Strategischer Schwerpunkt (Arbeitspaket)		Teilstrategien (Aktivitäten)					Periode				
T3 Bilaterale branchenspezifische Unternehmenskooperationen und Innovationsförderung		A.T3.3 Der Ausbau von konkreten branchenspezifischen Unternehmenskooperationen u. Vorstellung der Ergebnisse					01.08.2018-31.07.2019				
Output	Beschreibung laut Rahmensystem						Zahl				
D.T3.3.3 Internationale Abschlussveranstaltung	<p><u>Internationale Abschlussveranstaltung</u> (Präsentation der etablierten Kooperationen (in allen 4 Schwerpunktbranchen) mit Medienpräsenz in Österreich und Ungarn als Abschluss der branchenspezifischen Kooperationsentwicklung)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorstellung des Vernetzungsprozesses und Dissemination der Ergebnisse • Podiumsdiskussionen mit Unternehmern, die Kooperationen ausgebaut haben und symbolische Unterzeichnung der Kooperationsvereinbarungen mit Anwesenheit der Presse <p>"Präsentation der etablierten Kooperationen als Abschluss der Branchenkooperationsentw. (ca. 30-40 Pers.): Lebensmittelind. u. Nahvers.: KVA: 1 /ZMVA: 1 Tourismusind.: SVKIK: 1 /VMKIK: 1 /ZMVA: 1 Metallind.: RMB:1 /KVIP: 1 Kunststoffind.: KVA: 1 /RMB: 1"</p>						0				
Regionale Strategie im Rahmen von REGIONET Competitive	Konkrete Maßnahmen im Rahmen von REGIONET Competitive	Budgetposition	Stück	Kosten pro Stück	bis Jul 17	bis Jän 18	bis Jul 18	bis Jän 19	bis Jul 19		
Alle Ergebnisse des gesamten Projektes werden bei einer internationalen Abschlussveranstaltung medienwirksam der Öffentlichkeit präsentiert werden.											