

LEITBILD „MONTANUNIVERSITÄTS_LEOBEN“



ZIEL 1: Leoben bekennt sich zur Montanuniversität und fördert diese in ihrer strategischen Entwicklung

Strategie:

1.1. Unterstützung bei der Umsetzung der Strategien zur Stärkung der Montanuniversität

Maßnahmen:

- a. Universitäres Wachstum benötigt infrastrukturelle Ressourcen in der Stadt
- b. Entwicklung eines Universitäts-Campus
- c. Attraktivitätssteigerung von Leoben zur Anreizsteigerung für Studierende und MitarbeiterInnen
- d. „town-twinning“ Vernetzung von Städten mit ähnlichen Universitätsnetzwerken
- e. „UNIVERSITY GOES PUBLIC“ - Die Montanuniversität Leoben steigert ihre Öffentlichkeitsarbeit

ZIEL 2: Eine Stadt und eine Universität – Leoben baut weiter die Zusammenarbeit mit der Universität aus

Strategie:

2.1. Schaffung einer lebendigen Studierendenszene

Maßnahmen:

- a. Verbesserung des Marketings, um die Attraktivität des Standortes für Studierende sichtbar zu machen
- b. Bereitstellen von Fördermaßnahmen für Studierende zur Steigerung der Standortattraktivität
- c. Hilfestellung für ausländische Studierende
- d. Förderung des studentischen Lebens, insbesondere über die Kulturplattform Leoben
- e. Frühe Begegnung zwischen Schülern und Montanuniversität
- f. Studierende vermehrt in das öffentliche Leben einbinden, Möglichkeiten zur Partizipation schaffen

Strategie:

2.2. Aktive Förderung des universitären Outputs

Maßnahmen:

- a. Stärkung der Kompetenzzentren hin zur industrienahen Forschung
- b. Stärkung der Kommunikation zwischen AbsolventInnen und Studierenden der Montanuniversität
- c. „Wirtschaftsinitiativen Leoben“ als Schnittstelle zwischen Universität und Wirtschaft weiter stärken
- d. Förderung von Spin-Offs der Montanuniversität
- e. Optimierung der Programme zur ständigen Erhöhung des Frauenanteils an der MUL

Strategie:

2.3 Montanhistorische Forschung - von der Historie zu den modernen Kompetenzzentren

Maßnahmen:

- a. Kurzausstellungen im Museumscenter Leoben zu unterschiedlichen Themen der technisch-montanistischen Forschung
- b. Erstellung eines Konzeptes und einer Machbarkeitsstudie zur Einrichtung eines Schwerpunktmuseums über die montanhistorische Forschung in Leoben
- c. Gründung einer Trägerorganisation und Klärung der Standortfrage
- d. Anbindung an den Museumsverbund

ZIEL 3: Die Stadt Leoben und die Montanuniversität verstärken die gemeinsame Kommunikation

Strategie:

3.1. Die Universität und die Stadt kommunizieren aktiv ihre Rolle

Maßnahmen:

- a. Kommunizieren des USP in die Leobener Bevölkerung
- b. Einrichtung einer Wissenschaftsplattform
- c. Schnittstelle zwischen Studierenden und Vertretern der Stadt schaffen
- d. Abstimmung und Koordination im Event- und Tagungsbereich

LEITBILD „KULTUR_LEOBEN“



ZIEL 4: Leoben bleibt Kulturhauptstadt der Obersteiermark – Leoben erkennt die Bedeutung der Kultur in unserer Gesellschaft und unterstützt (multi)kulturelle Aktivitäten

Strategie:

4.1. Leoben als Zentrum von Großausstellungen ausbauen

Maßnahmen:

- a. Konzeption und Umsetzung einer marktgängigen Organisations- und Vermarktungsplattform zur Sicherung des Ausstellungsbetriebes
- b. Zukunftskonzept Kunsthalle

Strategie:

4.2. Koordination und Weiterentwicklung einer dynamischen Kulturszene

Maßnahmen:

- a. Stärkung der Identifikation der Bevölkerung mit der Kultur Leobens
- b. Zielgruppenspezifische Kultur fördern und erforschen
- c. Einbindung der Bevölkerung durch aktive Teilnahme
- d. Kulturelle Stadtteilaktivitäten ausbauen
- e. Förderung junger KünstlerInnen

ZIEL 5: Maßstab für alle Maßnahmen und Projekte im künstlerisch/kulturellen Bereich sind die Kriterien QUALITÄT - EFFEKTIVITÄT - NACHHALTIGKEIT und EFFIZIENZ

Strategie:

5.1 Qualität als Vorgabe für den kulturell-künstlerischen Bereich und Steigerung der Wahrnehmung in Kulturszenen und bei Kulturinteressierten

Maßnahmen:

- a. Erarbeitung von Qualitätskriterien und Festlegung der Wahrnehmungskanäle

Strategie:

5.2 Sicherung der künftigen Kulturfinanzierung

Maßnahmen:

- a. Erarbeitung neuer Finanzierungsformen im Kulturbereich

ZIEL 6: Die Stadt Leoben verstärkt die (multi)kulturelle Kommunikation

Strategie:

6.1 Einsatz neuer Methoden in der Kunst- und Kulturvermittlung

Maßnahmen:

- a. Vermittlung von Kontakten und Schaffung von Kooperationen sowohl zwischen verschiedenen Kulturschaffenden als auch zwischen Kultur, Bevölkerung, Politik und Wirtschaft
- b. Bewusstseinsbildung im (multi)kulturellen Bereich

Strategie:

6.2. Stärkung des Zentrums und Entwicklung von Stadtteilzentren für (multi)kulturelle Begegnungen und Veranstaltungen

Maßnahmen:

- a. Schaffung einer kulturellen und künstlerischen Präsenz im öffentlichen Raum
- b. Schaffung von kulturellen Begegnungs-Infrastrukturen

LEITBILD „KOMPETENZ/WIRTSCHAFTS_LEOBEN“



ZIEL 7: Erweiterung des Wirtschaftsstandortes von der Grundstofforientierung zum internationalen High-Tech-, Dienstleistungs- und Kompetenzzentrum

Strategie:

7.1. Bündelung der Kompetenzen

Maßnahmen:

- a. Weitere Attraktivierung des Standortes Leoben für innovative Unternehmen
- b. Ansiedelung von Leitbetrieben mit zielgerichteten Betriebsprofilen
- c. Clusterbildungen im Wirtschaftsbereich der Kompetenzzentren
- d. Schaffung neuer und Stabilisierung bestehender Kompetenzzentren
- e. Schaffung von Netzwerken zur Steigerung der internationalen Präsenz von Leoben als Wirtschaftsstandort

Strategie:

7.2. Attraktivierung des innovativen Wirtschaftsstandortes durch weiteren Ausbau moderner und ganzheitlicher Infrastruktur

Maßnahmen:

- a. Ausbau der wirtschaftlichen, baulichen und sozialen Infrastruktur als Grundlage zur Steigerung der Leistungsfähigkeit der Leobener Unternehmen
- b. Förderung und Ansiedlung von Klein-, Kleinst- und Jungunternehmen zur Optimierung des Branchenmix
- c. Coaching von jungen Unternehmen bei der Entwicklung von Maßnahmen zur nachhaltigen Unternehmenssicherung

Strategie:

7.3. Verbesserung des Informations- und Betreuungsangebotes für innovative KMUs & Institutionen

Maßnahmen:

- a. Aufbau eines umfassenden web-basierenden Informationsangebotes
- b. Schaffung flexibler, auf die Bedürfnisse der einzelnen Unternehmen abgestimmter Betreuungsangebote

Strategie:

7.4. Vernetzung der Unternehmenskompetenzen zur Steigerung der Wertschöpfung

Maßnahmen:

- a. Förderung und Unterstützung vernetzter Exporttätigkeiten und des Aufbaus von Handelsbeziehungen in die neuen Wachstumsmärkte, insbesondere im Zuge der EU-Ost- und Süderweiterung
- b. Know How – Austausch und gemeinsame Marktauftritte initiieren

ZIEL 8: Bildung und Wissen als Kapital der Zukunft – Leoben sorgt vor
--

Strategie:

8.1. Bündelung der Wissenszentren der Stadt zur Förderung des Wissensflusses

Maßnahmen:

- a. Bilanzierung und Vernetzung des Wissens zur Dynamisierung des Wissensaustausches

Strategie:

8.2. Leoben ist steirisches Bildungszentrum für Jugendliche – Wiedereinsteiger – Weiterbilder

Maßnahmen:

- a. Erweiterung des Image Leobens als qualitativ hochwertiges Ausbildungszentrum
- b. Erhöhung der Ausbildungsbereitschaft der Wirtschaft für ihre Mitarbeiter
- c. Abstimmung der Erwachsenenbildungseinrichtungen mit der Wirtschaft zur bedarfsgerechten Aus- und Weiterbildung
- d. Integration der Schulabgänger am Wirtschaftsstandort Leoben

Strategie:

8.3. Ausbau und Stärkung Leobens als österreichisches Zentrum im Logistik-Bereich

Maßnahmen:

- a. Verstärkung der bestehenden Vernetzung und Kooperation der lokalen Logistikeinrichtungen und -unternehmen
- b. Absicherung und Ausbau der Logistikausbildung an den vorhandenen Bildungseinrichtungen MUL und HTL
- c. Abstimmung des Bildungsangebotes der Weiterbildungseinrichtungen mit dem Bedarf der Logistikunternehmen.

ZIEL 9: Arbeitsplätze mit Qualität – Leoben und die Leobener Unternehmen schaffen neue Perspektiven

Strategie:

9.1. Leoben entwickelt das größte Arbeitsplatzangebot der Obersteiermark

Maßnahmen:

- a. Entwicklung von und Anbindung an regionale Netzwerke
- b. Einrichtung themenbezogener Ausbildungsstätten für die spezifischen Bedürfnisse der Netzwerke

Strategie:

9.2. Erhöhung des FacharbeiterInnenanteils

Maßnahmen:

- a. Imageförderung und Bewusstseinsbildung für die Ausbildung zum/zur FacharbeiterIn
- b. Schaffung hochwertiger Ausbildungsstätten für FacharbeiterInnen
- c. Unterstützung von lebenslangem, berufsbezogenem Lernen
- d. Bedarfsanalyse an Facharbeiterberufen und Förderung gezielter Weiterbildung durch Vernetzung der Unternehmen
- e. Einrichtung themenbezogener Ausbildungsstätten: Gesundheit, Tourismus, Landwirtschaft, soziale Berufe

Strategie:

9.3. Erhöhung des Frauenanteils in den Betrieben

Maßnahmen:

- a. Sensibilisierung der Unternehmen für familienfreundliche Arbeitszeit- und Beschäftigungsmodelle
- b. Analyse und Evaluierung der Entwicklung und Auswirkungen so genannter atypischer Arbeitsverhältnisse, insbesondere von Teilzeitarbeit und Arbeitskräfteüberlassung sowie freie Dienstverhältnisse und Werkverträge – neue Selbständige

ZIEL 10: Leoben stärkt die wirtschaftliche Kommunikationsfähigkeit durch (über)regionales Marketing

Strategie:

10.1. Leoben als unverwechselbare wirtschaftliche Marke in Österreich und in Europa positionieren

Maßnahmen:

- a. Bessere Vermarktung des Wissens und der Leistungen - Schaffung von Imageträgern
- b. Etablierung des Wirtschaftsstandortes durch eine Vereinheitlichung des Außenauftrittes und durch eine offensive Repräsentation Leobens

LEITBILD „TOURISMUS/HANDEL_LEOBEN“



ZIEL 11: Leoben ist Erlebnis – die Stadt wird zur touristischen Destination

Strategie:

11.1. Schaffung einer „CI-Corporate Identity“ zur Profilierung des Tourismusbereiches

Maßnahmen:

- a. Erarbeitung der touristischen „Marke“ Leoben als Bestandteil der Gesamtmarke Leoben
- b. Vernetzung von Kultur, Wirtschaft, Wissenschaft, Forschung und Freizeit in Richtung einer intelligenten, innovativen und dynamischen touristischen Entwicklung
- c. Start einer Informations- und Imagekampagne
- d. Vernetzung der Kultur – im Speziellen der montanistischen Kultur – mit dem Tourismus
- e. Steigerung des Bekanntheitsgrades bei den definierten Zielgruppen

Strategie:

11.2. Stärkung des Tourismusbewusstseins der Bevölkerung

Maßnahmen:

- a. Start einer Informations- und Imagekampagne
- b. Förderung des Verständnisses und nachhaltiger Motivation der Bevölkerung für den Tourismus
- c. Aktive Teilnahme der Bevölkerung als Werbebotschafter des Tourismus

Strategie:

11.3. Optimierung der Professionalität im Tourismusmanagement und -marketing

Maßnahmen:

- a. Vernetzung aller verantwortlichen Institutionen im Tourismus- und Kulturbereich zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit
- b. Verbesserung des touristischen Know-hows durch gezielte Schulungen
- c. Integration in den Tourismusregionalverband
- d. Verbesserung des Marktauftrittes mit gezielter Öffentlichkeitsarbeit
- e. Interaktive Vernetzung der Tourismushomepage
- f. Verbesserung der touristischen Infrastruktur und Dienstleistung – Qualitätsoffensive Tourismus

Strategie:

11.4. Attraktive Aufbereitung und Inszenierung vorhandener Angebote

Maßnahmen:

- a. Ausbau des Cross Selling durch gezielte Vernetzung der Angebote
- b. Optimierung der Qualität touristischer Angebote
- c. Verweildauer der Leoben- Besucher erhöhen
- d. Erschließung neuer Zielgruppen

Strategie:

11.5. Frühzeitige Einbindung von regionalen Akteuren in die touristische Planung

Maßnahmen:

- a. Verstärkung der Kooperation durch gezielte Kommunikation
- b. Nutzung der entstehenden Multiplikatoreffekte in der Wertschöpfungskette

ZIEL 12: Leoben – die aktive Handelsstadt in der Obersteiermark

Strategie:

12.1. Betreiben eines aktiven Handelsmarketing

Maßnahmen:

- a. Positionieren der Innenstadt als Einkaufszentrum
- b. Vergrößerung des Angebotes an spezialisierten und produktionsnahen Handwerken und Dienstleistungen
- c. Verbesserung der Stadtoptik und Stadteinfahrten
- d. Attraktivierung der Stadtteilzentren

Strategie:

12.2. Leoben entwickelt sich zur kundenorientierten Stadt und steigert die Dienstleistungsqualität

Maßnahmen:

- a. Erarbeitung von Strategien und Maßnahmen zur Verbesserung der Kundenorientierung im Handel
- b. Umsetzung der Ergebnisse durch Verwaltung, Institutionen, Wirtschaft
- c. Ausbau und ständige Optimierung des Verkehrsleitsystems

LEITBILD „STADT/LEBEN_LEOBEN“



ZIEL 13: Kulturraum, Aktionsraum, Lebens(t)raum – Leoben arbeitet an einer stetigen Verbesserung seines Lebensraums

Strategie:

13.1. Sicherstellung eines attraktiven „Lebensraum Leoben“

Maßnahmen:

- a. Schaffung eines generationsspezifischen Umfeldes
- b. Freiräume attraktivieren und nutzbar machen
- c. Bedarfsorientierte Bereitstellung von Infrastrukturen
- d. Strukturierung der städtischen und regionalen Mobilität
- e. Optimierung der Zusammenarbeit aller lokalen Sicherheitseinrichtungen

Strategie:

13.2. langfristige Sicherung des Wohnstandortes Leoben durch Schaffung eines qualitativ hochwertigen Wohnumfeldes

Maßnahmen:

- a. Bevorratung und Erschließung neuer Bauflächen und Grundstücke
- b. Bedarfsorientierte Nahversorgung in den einzelnen Stadtteilen sichern
- c. Neustrukturierung und Neubelebung einzelner Stadtteile
- d. Sanierung und Qualitätsverbesserung bestehender Infrastrukturen

ZIEL 14: Schutz und qualitative Verbesserung des Freiräume – Leoben bleibt eine umweltaktive Stadt

Strategie:

14.1. Weiterentwicklung eines umfassenden Umweltschutzes

Maßnahmen:

- a. Umweltvorsorge und Umweltschutz im Sinne des Landesleitbildes „Umweltschutz“
- b. Mitarbeit der Wirtschaft im Sinne eines umfassenden Umweltschutzes
- c. Optimierung des Rohstoff- und Energieeinsatzes

Strategie:

14.2. Ständige Verbesserung der Luftqualität im Großraum Leoben

Maßnahmen:

- a. Bewusstseinsbildende Maßnahmen zu Alternativenergien in Betrieben und Privathaushalten
- b. Schadstoffverringering in Dienstleistungs- und Produktionsbetrieben
- c. Berücksichtigung der klimatischen Gegebenheiten im Zuge der Stadt- und Verkehrsplanung

Strategie:

14.3. Erhaltung der Trinkwasserqualität und laufende Verbesserung der Grundwassergüte

Maßnahmen:

- a. Erhaltung der natürlichen Vegetation und Schutz des Bodens
- b. Sicherung, Erhaltung und Ausbau der Trinkwasserqualitäten und -infrastrukturen
- c. Sicherung der Eigentumsverhältnisse aller Wasserverbände

ZIEL 15: Soziales Engagement – Leoben nimmt seine soziale Verpflichtung wahr

Strategie:

15.1 Leoben berücksichtigt die sozialen Bedürfnisse ihrer Bewohner

Maßnahmen:

- a. Berücksichtigung des Aspektes der geschlechterspezifischen Bedürfnisse - Gender Mainstreaming in alle Querschnittsthemen einbinden
- b. Optimierung der Dienstleistungsangebote im sozialen Bereich
- c. Integration der AusländerInnen
- d. Beibehaltung und Ausbau der flexiblen Kinderbetreuungseinrichtungen
- e. Schaffung von Einrichtungen für Menschen in Krisensituationen
- f. Integration von Problemgruppen

ZIEL 16: Unterstützung der Gesundheit und Gesundheitserhaltung

Strategie:

16.1. Bewusstsein und Infrastruktur für eine gesunde Bevölkerung etablieren.

Maßnahmen:

- a. Förderung der Eigenverantwortung für die Gesundheit
- b. Verbesserung der ärztlichen Versorgung

ZIEL 17: Aktiv für den Bürger – Leoben lebt Good Governance

Strategie:

17.1. Die Stadtverwaltung strebt über die bereits laufende Implementierung von New Public Management die Errichtung eines Systems nach den Grundsätzen von Good Governance an

Maßnahmen:

- a. Weiterführung der Implementierung neuer Steuerungs- und Verwaltungssysteme
- b. Bedarfs- und bedürfnisgerechte Umsetzung der die Stadtverwaltung betreffende Ziele

ZIEL 18: Die Stadt Leoben als obersteirischer Motor und Treffpunkt

Strategie:

18.1. Erhöhung der Kommunikationsfähigkeit insbesondere zwischen den gesellschaftlichen Gruppen als Schlüssel für ein gemeinsames Leoben

Maßnahmen:

- a. Bessere Nutzung der vorhandenen Strukturen als Kommunikationszentrum
- b. Bessere Zusammenarbeit der vorhandenen Bildungseinrichtungen
- c. Förderung der Eigeninitiative der BürgerInnen
- d. Optimales Informationsmanagement für die BürgerInnen

LEITBILD „REGIONS_LEOBEN“



ZIEL 19: Geschichte und Kultur verbinden Region und Stadt und führen sie in die Zukunft

Strategie:

19.1 Professionalisierung und Optimierung des regionalen Kulturmarketings- und -managements

Maßnahmen:

- a. Bessere Koordination des Kulturangebotes und Information über das regionale Kulturprogramm
- b. Die kulturelle Angebotsvielfalt transparent gestalten und das Aktivpotential besser nutzen
- c. Intensivierung der Öffentlichkeitsarbeit und des regionalen Image nach Innen und nach Außen

Strategie:

19.2 Stärkung der regional-städtischen Identität

Maßnahmen:

- a. Traditionen pflegen und kulturelles Erbe erlebbar machen
- b. Erhaltung/Restaurierung historischer und regionaltypischer Bausubstanz und für die Region wichtiger Kulturdenkmäler
- c. Etablierung von Festen und sonstigen Veranstaltungen zur Belebung des regionalen Identitätsgefühl

ZIEL 20: Nutzung der Potentiale der Wirtschaft der Region und Vernetzung mit den lokalen Stärken der Wissenschaft und Verwaltung

Strategie:

20.1 Forcierung des Betriebsflächen-Management zur langfristigen Sicherung von Standortflächen und Standortqualität für Industrie und Gewerbe

Maßnahmen:

- a. Erstellung eines Konzeptes zur langfristigen Sicherung regional bedeutsamer Reserveflächen für Betriebsansiedelungen unter Berücksichtigung innovativer Finanzierungs- bzw. Investitionsmodelle
- b. Entwicklung eines interkommunalen Modells zur Sicherung regional bedeutsamer Betriebsansiedlungsflächen

Strategie:

20.2 Förderung von Kooperationen und Unternehmensnetzwerken zur Aktivierung von Innovationspotentialen

Maßnahmen:

- a. Erhöhung der internationalen Konkurrenzfähigkeit durch einen gemeinsamen Auftritt in Netzwerken
- b. Stärkung der regionalen Zusammenarbeit durch gemeinsame wechselseitige Dienstleistungen
- c. Etablierung gemeinsamer Produktions-, Vermarktungs- und Zuliefernetzwerke um den Mitteleinsatz optimal zu nutzen

Strategie:

20.3 Positionierung als attraktiver Wirtschafts- und Investitionsstandort auf nationaler und internationaler Ebene durch gezielte Vermarktung der Region

Maßnahmen:

- a. Erfassung der wirtschaftlichen Stärken der Region zur Entwicklung eines Marketingkonzeptes
- b. Die Zentrumsfunktionen der Stadt Leoben mit ihren Wirtschafts- und Wissenschaftspotentialen als Anziehungskraft für die Region nutzen
- c. Erfassung der Stärken der Region zur Unterstützung der gesamtheregionalen Positionierung

Strategie:

20.4 Regionalspezifische Forschung und bedarfsgerechte Ausbildung und Qualifizierung als wirtschaftliche Stärke

Maßnahmen:

- a. Forschung und Technologie als Strahlkraft der Region vermitteln
- b. Bedarfsgerechte Fachkräfteentwicklung für die Region
- c. Bessere Vernetzung der Schulen der Region mit der Montanuniversität Leoben
- d. Das Interesse für Technik frühzeitig, vor allem bei Mädchen und Frauen, kompetent fördern

ZIEL 21: Region und Stadt forcieren Tourismus als zusätzliches Qualitätsmerkmal und Wirtschaftsfaktor
--

Strategie:

21.1 Attraktive Aufbereitung und Inszenierung vorhandener Angebote um die Region als ein Gesamterlebnis zu entwickeln und darzustellen

Maßnahmen:

- a. Entwicklung von gemeinsamen, regionsspezifischen, hochwertigen und gut vermarktbareren Kernprodukten
- b. Bereitstellung und Vernetzung der touristischen Infrastruktur in der Region zur gemeinsamen Nutzung
- c. Gebündeltes Angebot an „Abenteuer und (Nah-)Erholung“ initiieren
- d. Nutzung der Multiplikatoreffekte „Stadt/Land“, um die Verweildauer der BesucherInnen zu erhöhen
- e. Erschließung neuer Zielgruppen

Strategie:

21.2 Verbesserung der touristischen Dienstleistungsqualität und des regionalen Verkehrssystems

Maßnahmen:

- a. Regionsspezifisches kulinarisches Angebot entwickeln und erweitern
- b. Steigerung der Qualität und Spezialisierung der Tourismusbetriebe
- c. Weitere Optimierung des ÖPNV-Angebotes auf Basis der touristischen Anforderungen

Strategie:

21.3 Optimierung der (über-)regionalen Kooperationen und Steigerung der Professionalität im Tourismusmanagement und -marketing

Maßnahmen:

- a. Forcierung der Zusammenarbeit der Kommunen, um die einzelnen touristischen Angebotsprofile aufeinander abzustimmen und Etablierung einer gemeinsamen, touristischen Regionalvermarktung
- b. Rasche und bessere Zusammenarbeit mit den Verantwortlichkeiten im Tourismusbereich und Abstimmung mit den Kommunen
- c. Verbesserung des touristischen Know-hows

ZIEL 22: Region und Stadt gestalten und nutzen ihre Frei- und Lebensräume

Strategie:

22.1 Optimierung des Infrastrukturbereiches und Nutzung der Synergie – und Einsparungspotentiale

Maßnahmen:

- a. Kooperationen der regionalen Gemeinden im Bereich der Verwaltung und deren Dienstleistungen
- b. Erarbeitung einer gemeinsamen Entwicklungsstrategie im Bereich „Technische Infrastruktur“
- c. Strukturierung der raumrelevanten Entwicklungen in den Wirtschaftssektoren Landwirtschaft, Industrie und Gewerbe, Handel, Dienstleistungen
- d. Entwicklung von Maßnahmen in den soziokulturellen Bereichen Bildung, Gesundheit, Altersversorgung, Jugendeinrichtungen, Sicherheit, Kultur etc.

Strategie:

22.2 Den Naturraum als wesentlicher Bestandteil des Lebensraumes nachhaltig gestalten und nutzen

Maßnahmen:

- a. Die Umweltqualität langfristig und nachhaltig sichern
- b. Regionales Flächen-/Landmanagement - Entwicklung einer Modellregion zur nachhaltigen Landschaftspflege und -entwicklung
- c. Regionale Freiräume attraktivieren und nutzbar machen

ZIEL 23: Soziales Engagement – die Region nimmt ihre soziale Verpflichtung wahr
--

Strategie:

23.1 Die Region berücksichtigt die sozialen Bedürfnisse ihrer Bewohner

Maßnahmen:

- a. Berücksichtigung des Aspektes der geschlechterspezifischen Bedürfnisse – Gender Main Streaming in alle Querschnittsthemen einbinden
- b. Optimierung der Dienstleistungsangebote im sozialen Bereich
- c. Integration der AusländerInnen
- d. Beibehaltung und Ausbau der flexiblen Kinderbetreuungseinrichtungen
- e. Schaffung von Einrichtungen in Krisensituationen
- f. Integration von Problemgruppen
- g. Schaffung eines regionalen generationspezifischen Umfeldes