



Vermarktungskonzept Heideansiedlung

Der eine fragt, was kommt danach,
Der andere fragt nur, ist es recht.
Und also unterscheidet sich,
Der Freie von dem Knecht.

Theodor Storm

Inhaltsverzeichnis

Anlass	2
Anträge der Heideansiedlung (Arbeitsgruppe HAre)	2
Aufnahme in den STEP (nach Intervention bei der Landeshauptfrau)	2
Stärken/Schwächen-Analyse	3
4Lani-Park Wr. Neustadt Nord	5
Beispiele zur Stärkung des Nordens	5
Vermarktung von Brachflächen	8
4Lani-Biotope	11
First Mover Club	11
Ziele und Mitglieder	13
Aufbau der kleinregionalen Identität	17
Inspirationen	22
Central Park in Koper	22
Mega-Glashäuser in Bad Blumau	23
Holzturm an der Grenze	24
Frankfurter Flughafen will Flugtaxis einsetzen	25
Veränderungskommunikation.....	26

Downloads

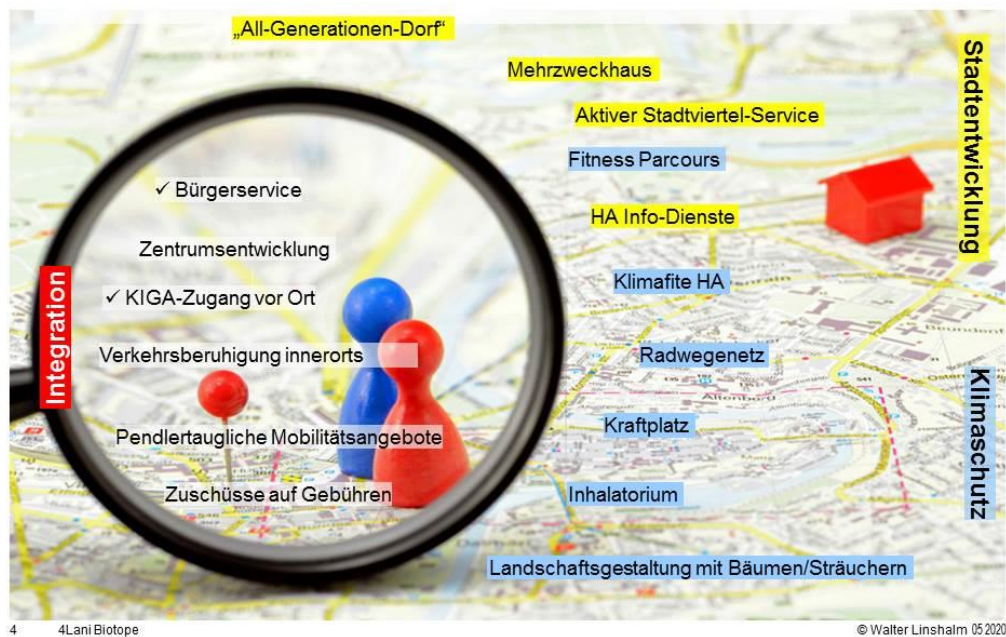
<http://www.heideansiedlung.at/fragen-antworten>

ANLASS

Anträge der Heideansiedlung (Arbeitsgruppe HAre)

HA-Relaunch (2016-2017)

Basisprojekt der Bürgerinitiative Heideansiedlung



Aufnahme in den STEP (nach Intervention bei der Landeshauptfrau)

2019 Aufgabenstellung STEP

Stadtteilentwicklungsplan

Für die HA wird ein Stadtteilentwicklungsplan aufgestellt. Ausgewählt wurde der Stadtteil aus drei Gründen:

- Die HA ist eine Trabantsiedlung mit wenig eigener Infrastruktur
- Die HA ist nur über fremdes Ortsgebiet erreichbar
- Das Bürgerbeteiligungsprogramm „HA Relaunch“ soll fortgeführt und weiterentwickelt werden (Umsetzungskonzepte liegen bei).

Freiraumkonzept

Für die HA soll ein Freiraumkonzept erstellt werden, das den STEP 2030 ergänzt, aber dennoch eine eigenständige Planung darstellt. Es umfasst den gesamten öffentlich zugänglichen unbebauten Raum (Straßenräume, Grünanlagen, Plätze, Gewässer, Wege, etc.) aber auch die Aushub-/Mülldeponien. Das Konzept soll eine planerische, strategische Steuerung der Freiraumnutzungen im Sinne des Klimaschutzes, der persönlichen Fitness und eines freundlicheren Landschaftsbildes ermöglichen.

Governance Model

Für die Verwaltung der HA soll ein zukunftsorientiertes Steuerungs- und Regulationssystem geschaffen werden (inkl. Kompensation bisheriger Benachteiligungen).

Der erste Eindruck

Nicht gerade einladend ist der suburbane Raum unserer Stadt. Es fällt uns kaum noch auf, dass sich eine Landschaft aus brachliegenden Räumen gebildet hat. Klar, das Steinfeld gibt landschaftlich nicht viel und nach dem zweiten Weltkrieg gab es kein Geld für Ortsbild und Landschaftsgestaltung, **aber seit den 1970er gibt es keine Rechtfertigung mehr, Tradition und Ästhetik zu ignorieren.**

Das gilt auch für das Land NÖ, als es in den 1980er einen **tiefen Graben durch unsere Gegend zog (Nordspange)**. Einfach - OHNE leistungsfähige Einbindung der Badener Straße und sicherer Überquerung zur Straße der Gendarmerie (inkl. Radweg, Wildwechsel) oder sonstiger Ausgleichsmaßnahmen (**Rekultivierung STATT Renaturierung**)

Beim Besucher oder potentiellen Investor brennt sich das im Unterbewusstsein ein.



7 4Lani Biotope

© Walter Linshalm 05.2020

Ortseinfahrten mit Ambiente und Stil - auch von Norden/Westen her kommend

1. Gewünschtes Ortseinfahrt-Profil DER MODELLREGION entwickeln - mit versierten Teilnehmern aus der Bevölkerung (Architektur, Bau, Kunst, Kultur, Geschichte ...)
2. Ortsbildwettbewerb durchführen für langfristige Lösungen (HA, Badener Siedlung, Civitas Nova ...)
3. Straßenkonzept für den 4Lani-Park entwickeln



8 4Lani Biotope

© Walter Linshalm 05.2020



Stärken/Schwächen-Analyse „WN Nord“

		extern	CHANCEN (WN NORD)	RISIKEN (WN NORD)
intern				
STÄRKEN	Flugfeld Wöllersdorf-Steinabrückl		Wie Stärken nutzen, um neue Chancen zu realisieren? Ressourcen auf eAircraft und Green Logistics konzentrieren	Wie Stärken nutzen, um Risiken zu minimieren? Testmöglichkeiten schaffen, Gesetzgeber fordern, PR der Stadt ausrichten
SCHWÄCHEN	Heideansiedlung Theresienfeld, Eggendorf		Wie Schwächen minimieren, um neue Chance zu realisieren? Brachflächen aktivieren (Bio ₂ -Versorgung, Energie), Green Logistic vorschreiben (CO ₂), Utopia vorbereiten (> 20 Jahre)	Wie Schwächen minimieren, um sich vor Risiken zu schützen? Fitness/Klimaschutz fördern, Landschaftspflege einfordern, ggf. Brachen zurückkaufen, professionell managen (1 st MC)

Die Zukunft der Weltordnung entscheidet sich in den Bereichen der künstliche Intelligenz und Robotik

Hannes Androsch

4LANI-PARK WR. NEUSTADT NORD

Beispiele zur Stärkung des Nordens

Wie man 200 ha recyceln könnte



12 4Lani Biotope

© Walter Linshalm 05 2020

QUICK WIN

1. Öko-Strom erzeugen



13 4Lani Biotope

© Walter Linshalm 05 2020

QUICK WIN

2. Landschaft gestalten

Geborgtes Land - eine Verpflichtung es wertvoller zurückzugeben, als man es vorfand.



14 4Lani Biotope

© Walter Linshalm 05 2020

QUICK WIN

3. Im Europaschutzgebiet leben



15 4Lani Biotope

© Walter Linshalm 05 2020

4. Aufbau einer Modellregion

(Gemeinsamkeiten herstellen)



Bio ist erschwinglich geworden, jeder muss es einfach bekommen

Gemüse rückt immer mehr ins Rampenlicht unserer Ernährung

Outdoor-Fitness im Europaschutzgebiet erschließen



MARKTPLATZ FÜR REGIONALE KLEINBETRIEBE SCHAFFEN

Kurze Wege, kreative Lösungen, gemeinsames Marketing.
Öko-Strom, Erdwärme und Tirolerbach sorgen für Energie.
Landschaftsentwickler und Dienstleister erhöhen den Freizeitwert.

16 4Lani Biotope

4Lani = in Anlehnung an Dr. Andreas Furlani von Felsenburg, Wiener Neustädter Arzt
Planer des Ortes Theresienfeld und des Tirolerbachs (1763 bis 1769)

© Walter Linshalm 05/2020

5. Green Logistic Real-Labor

Bildung eines Wissensstandorts



Die elektrische Luftfahrt beginnt mit Lieferdrohnen.

Die ersten Lieferdrohnen kündigte Amazon 2013 an. Auch Google, DHL, etc. arbeiten an Konzepten für E-Drohnen im Paketdienst. Die US Luftfahrtbehörde FAA hat den Einsatz von Transportdrohnen unter strengen Auflagen erlaubt. Aber: Die Drohnen dürfen nicht in dicht besiedelte Gebiete – was Paketzustellungen nach Hause derzeit noch unmöglich macht. **Trotzdem: Wollen wir die Zukunft den Amerikanern überlassen?**

Wiener Neustadt ist Flug-Pionier-Stadt und hat auch bestes Know-how bei „Unmanned Air Systems“ vor Ort.

Szenario 1: Welche sicheren „Supply Chains“ können in Verbindung mit dem BIO Garten-/Ackerbau oder Fitness-Parcours entstehen?

Szenario 2: Selbstfahrender Bus in den Naherholungsbezirk Heideansiedlung

Szenario 3: Flugtaxis zu den Tagesausflugszielen der Wiener Alpen

© w&s linshalm



Neue Antriebe, autonomes Fahren und künstliche Intelligenz haben die Welt verändert. Wiener Neustadt hat frühzeitig die Rahmenbedingungen geschaffen und ist heute, im Jahr 2029 ein international anerkannter Cluster im Bereich Green Logistic/Unmanned Air Systems (selbstfahrende Flugtaxis, Ernte-/Liefersysteme etc.) Die HA hat sich zum optimalen Freizeitbezirk entwickelt und leistet wertvollen Beitrag für Stadt & Umland.



ZURÜCK AUS DER ZUKUNFT (Zeitachse)

- 2019: Die Integrationsschritte für die HA sind festgelegt, ein Gebietsmanagement ist eingesetzt. Die interkommunale Kooperation mit WÖST wurde im Sinne von Good Governance ausgehandelt.
- 2020: Die Themen „Selbstversorgung“ und „Green Logistic Real-Labor“ wird als Open Innovation Projekt vom 1st Mover Club gestartet und wissenschaftlich begleitet. Auf einer Müllhalde entsteht eine PV-Anlage.
- 2021: Der Seniorenpark ist besiedelt, im neuen Mehrzweckhaus werden soziale Dienste angeboten.
- 2022: Die „Gut für uns“ Kampagne wird gestartet, WN hat sich als „Green Logistic Cluster“ positioniert, in die HA fährt ein autonomer Linienbus mit E-Antrieb, Radwege und Fitness Parcours sind fertig.
- 2023: Der Bio Acker-/Gemüsebau rund um den Tirolerbach hat seinen Vollbetrieb aufgenommen, der Nutzen von PV, Erdwärme und Lieferdrohnen wird sichtbar. Der Modellflugplatz wird um die Attraktion „Drohnenfliegen“ reicher, die No Name City nimmt wieder ihren Betrieb auf.
- 2024: Die Versorgung der Stadt erfolgt ausschließlich mit CO₂ freien Fahrzeugen/Fluggeräten, das Nachtfahrverbot wurde für diesen Zweck aufgehoben. Viele Neuentwicklungen sind durch Start Ups erfolgt, die sich in Stadt & Umland angesiedelt haben. Der Kiesabbau erfolgt jetzt mit CO₂ freien Baggern, für den Baustellenverkehr wurde die Genehmigung für Biodiesel um 1 Jahr verlängert.
- 2029: Der „Bio Sky Link“ - direkt neben der No Name City - nennt sich jetzt „HAerodrome“ und verbindet die Tagestourismusziele auf der Hohen Wand, am Schneeberg, Semmering und Wechsel und in der Buckligen Welt. Das „elektrische Fliegen“ hat den Tourismus signifikant belebt und der „4Lani Park“ die Erwartungen des Stadtmarketings längst übertroffen...



18 4Lani Biotope

Vermarktung von Brachflächen

Mögliche Vermarktung der Brachflächen

Die Brachflächen werden von den Eigentümern

1. an einen GU (Generalunternehmer) veräußert oder
2. sie beteiligen sich im 1st MC (First Mover Club) als finanzierende Clubmitglieder im Sinne der Statuten (Nahversorgung, Freizeitgebiet).
Aufgabe des 1st MC ist es, eine nachhaltige Nahversorgung in der gesamten Modellregion aufzubauen und die Landschaft zu entwickeln.
Der Beirat des 1st MC übernimmt bis 202x (in 4 Phasen) die Koordinierung des Gesamtprogramms und wird dabei von Netzwerk- und wissenschaftlichen Partnern unterstützt.
Der GU /die finanzierenden Clubmitglieder schließen zusätzlich mit der Statutarstadt Wr. Neustadt einen städtebaulichen Vertrag für die Erschließung und Entwicklung von Bauland ab. WN beteiligt sich finanziell an der Reintegration des Stadtbezirks.

Um keine Goldgräber-Stimmung aufkommen zu lassen, sprechen wir von Nahversorgungs-/Freizeitgebiet, gebaut wird anfänglich nur das HA-Zentrum und der Senioren-Park

20 4Lani Biotope

© Walter Linshalm 05/2020

Bieterverfahren – zur Vermarktung der Brachflächen

Verkauf an finanzierende Mitglieder des 1st MC (Konsortium)

- » Hinreichend publiziertes, allgemeines und bedingungsfreies Bieterverfahren
- » Veräußerung an den meistbietenden oder den einzigen Bieter = Verkauf zum Marktwert
- » Hinreichend publiziert = das Gebot muss so publiziert sein, dass es jedem potentiellen Käufer zur Kenntnis gelangen konnte
- » Bedingungsfrei = von jedem erwerbbar und wirtschaftlich nutzbar (im Sinne des Flächenwidmungsplans)

Direktverkauf an Generalunternehmer

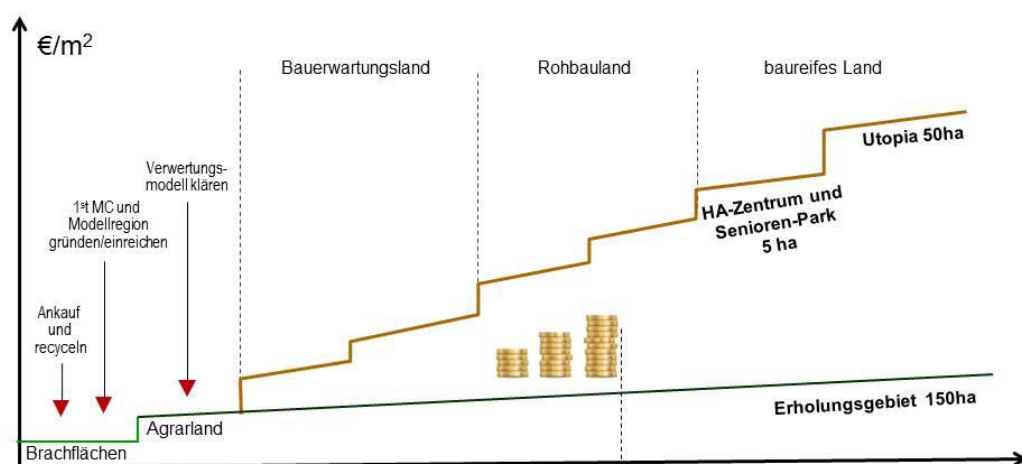
- » Unabhängige Bewertung eines unabhängigen Sachverständigen für Wertermittlung zur Ermittlung des Marktwertes,
- » Marktwert = Preis, der für das Grundstück auf dem „gesunden“ Grundstücksmarkt zu erzielen ist.

**Der Furlani-Plan beschreibt das Ziel ,
der 1st MC Beirat fördert die Bereitschaft**

21 4Lani Biotope

© Walter Linshalm 05 2020

„Wertzustände“ der Flächen im 4Lani Park (Beispiel)



Grafik nach Bonczek/Halstenberg

Umweg-Rentabilitäten

- Gebiet für Freizeit und Ausgleichsmaßnahmen nach anderwärtigen Eingriffen
- Photovoltaik/Erdwärme
- Nahversorgung/Green Logistic Labor

22 4Lani Biotope

© Walter Linshalm 05 2020

Wahl des Wertermittlungsverfahrens - essentiell

Für werdendes Bauland im Allgemeinen und insbesondere für werdendes Bauland auf Brachflächen mit ihren Restriktionen liegt keine hinreichende Anzahl an Vergleichspreisen vor.

Nur der deduktive (schlussfolgernde) Vergleich kann in aller Regel die Restriktionen von Brachen angemessen berücksichtigen:

1. Festlegen der Grundstücksqualität
2. Ermittlung des Ausgangsbodenwertes
3. Erschließungskosten
4. Kosten für Ausgleichsmaßnahmen
5. Aufbereitungskosten (Altlasten, Baugrundaufbereitung, Freilegungskosten)
6. Öffentliche Bedarfsflächen
7. Diskontierungen
8. Verfahrenskosten
9. Ergebnis

23 4Lani Biotope

© Walter Linshalm 05 2020

Besondere Wertfragen

Restriktionen

Sind Flächen zu entsiegeln?	nein
Sind Altlasten auf der Fläche vorhanden?	teilweise
Welche Maßnahmen/Kosten sind mit der Beseitigung verbunden (im Hinblick auf verschiedene Nachnutzungsoptionen)	– Flächenwidmung, Gebietsbeauftragter (WN) – Brachflächenrecycling (Kiesgewinnung), – Landschaftsgestaltung (Bauern) – Gemeindestraßen (Spangenquerung) – Wasser-/Abwasserversorgung
Sind Maßnahmen zur Verdichtung des Untergrundes etc. erforderlich?	?
Ist mit Einsprüchen zu rechnen?	– Kieswirtschaft hat keine Auflagen zum recyceln/fordert offene Nutzungsrechte ein – Bauern wollen lieber Äcker als Bauland verkaufen, als selber bewirtschaften – Theresienfelder Verein beharrt auf alleinige Tirolerbach-Nutzung
Hat sich bereits eine (ökologisch wertvolle) Vegetation bzw. Fauna angesiedelt?	Teilgebiet als Natura 2000 definiert, aber nicht gepflegt

24 4Lani Biotope

© Walter Linshalm 05 2020

Modellregion 4Lani Biotope

Egal ob Ernährungsumstellung, Gleichbehandlung oder CO₂ Ausstoß, **wir stehen am Beginn einer neuen Lebens- und Denkweise**



Warum politische Energie für den verlorenen Kampf gegen globale Trends verschwenden? Besser ist es **den Wandel so zu steuern**, dass er sich positiv auf die Qualität unseres Lebensraums auswirkt und zukunftsorientierte Investitionen schützt.

26 4Lani Biotope

© Walter Linshalm 05 2020

Der 1st Mover Club läutet eine neue Ära im Industrieviertel ein



Der First Mover Club ist eine Plattform, aus Wirtschaft, Politik und Bürgern, die Projekte im Umfeld des Tirolerbachs Neustadt unterstützt.

Im Fokus stehen Initiativen in den Bereichen Bio-Lebensmittel, Photovoltaik, Erdwärme und Green Logistic.

Ziel ist die potenzielle Verbesserung des Arbeitsmarktes, der Lebensqualität und eine bessere Landschaftsgestaltung.

Theresienfeld

Wiener Neustadt



Marktgemeinde
Wöllersdorf-Steinabrückl



4Lani Biotope

ZU HAUSE in
eggendorf



Tirolerbach: Historische Wasserversorgung von Theresienfeld +++ 1763 von Dr. Andreas Fourlani geplant +++

Der Beirat des 1st Mover Club ist der Gestalter einer NEUEN Modellregion



28 4Lani Biotope

© Walter Linshalm 05/2020

Mit „Grüner Logistik“ zusätzliche Arbeitsplätze generieren

THINK
BIG&
MAKE IT
HAPPEN

Grüne Logistik ist ein bisher noch nicht ausreichend definierter Begriff, mit dem die ganzheitliche Transformation von Logistik-Strategien, -Strukturen, -Prozessen und -Systemen in Unternehmen und Unternehmensnetzwerken zur Schaffung umweltgerechter und ressourceneffizienter Logistikprozesse. Sie verfolgt das Ziel schädliche Auswirkungen auf die Umwelt zu reduzieren und ist Teil der Megatrends **Mobilität & Künstliche Intelligenz = Innovation**

Reallabore sind unverzichtbar, um herauszufinden, welche Rolle autonome, KI-gestützte Flug-, Fahr- und Schwimmsysteme in den Verkehrs- und Logistiksystemen der Zukunft spielen werden = **Regulierung**

Wr. Neustadt hat das Wissen und den Freiraum für Innovation und Regulierung. Unser Ansatz:

1. Testmöglichkeiten für neue Anwendungen im Norden der Stadt schaffen (Reallabor)
2. Lieferungen in der Stadt neu regeln/testen (z.B. nur noch elektrisch, zu ungewöhnlichen Zeiten und Wegen, Lieferdrohnen)
3. Flugtaxis auf die Hohe Wand, Semmering, Schneeberg etc. (Tourismus)

29 4Lani Biotope

© Walter Linshalm 05/2020

DAS PROGRAMM DER NEUEN MODELLREGION

act small



- **Good Governance (Gute Regierungsführung)**
neues Verständnis in der Verwaltung einführen, Größenvorteile nutzen (Gebietsmanagement, Digitalisierung) → die Kommune gestaltet Wandel mit
- **Landschaftsgestaltung/Erosionsschutz**
Kieswirtschaft (rekultivieren NICHT renaturieren), Landwirtschaft (Landschaftselemente), Ortsbild (sagt alles über die Kultur aus) → das Image beginnt im suburbanen Raum
- **Sicherung und Entwicklung der Nahversorgung**
Bio Ackerbau und Gemüseanbau für die Stadtregion → Start zur neuen Identität/Marke
- **Gesundheitsvorsorge und Unterstützung alter Menschen**
Fitnessparcours und Seniorenpark → Aufbau eines neuen Naherholungsgebiets
- **Arbeitsmarkt der Zukunft gestalten**
nicht nur schulen, auch Anwendungen ermöglichen → Green Logistic Real-Labor/Cluster
- **Saubere Energie**
PV-Gemeinschaftsanlagen auf Müllhalden, Erdwärme aus Schottergruben → Klimafit

Ziele und Mitglieder



Gründung des First Mover Clubs





Short Summary

- » Der First Mover Club ist eine Plattform*, die die Supply-Chain anders organisiert als traditionelle Unternehmen. In diesem Geschäftsmodell werden wertschöpfende Interaktionen zwischen unternehmensexternen Anbietern/Erzeugern und Kunden/Usern ermöglicht. Plattformen sind nichts gänzlich Neues. Die wertvollsten Unternehmen der Welt sind heute Plattformen oder nutzen sie.
- » Kerngebiet des Klubs sind die Gemeinden Theresienfeld, Wr. Neustadt und Wöllersdorf-Steinabrückl. Im Fokus stehen Initiativen in den Bereichen Bio-Lebensmittel, Photovoltaik, Erdwärme und Green Logistic zur potenziellen Verbesserung des Arbeitsmarktes und der Lebensqualität.
- » Ziel ist auch die Landschaftsgestaltung. Es soll ein neues Biotop entlang des Tirolerbachs entstehen, das Naherholung und Klimaschutz sichert (Teil der Modellregion „Innovation trifft Lebensqualität“).
- » Die Schirmherrschaft über das Projekt übernimmt das Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort.

© Walter Linshalm 05 2020

Kulturlandwirtschaftliches Leitbild im suburbanen Raum



Modellregion „Innovation trifft Lebensqualität“

Historische Kulturlandschaft normativ-ästhetische Wertevorgabe	Funktionslandschaft Laissez-faire Prinzip	Multifunktionale Landschaft visible, invisible hand	Nachhaltige Landschaft Sustainable Development
Konservierung und Rückentwicklung (Transformation) der Kulturlandschaft in Naturlandschaft, historische Agrarlandschaft, romantische Parklandschaft	Ökonomische In-Wertsetzung der Kulturlandschaft bzw. der hochrentablen Flächen	Synthese aus Naturschutz, Landschaftsgestaltung und -nutzung, starke Steuerung	Erhalt des regionalen Landschaftshaushaltes als derzeitige und zukünftige Lebensgrundlage
Rekonstruktion der schönen Landschaft, der Idylle aus unserem geschichtlichen Bewusstsein	Wettbewerb regelt allein Flächenangebot, Hybridlandschaft durch unterschiedliche Nutzungsformen, Globalisierung fokussiert sich im Regionalen	Kompromisslandschaft: Abwägung ökonomischer, ökologischer und sozialer Nutzungsaspekte	Ausgestaltung des Raumes für eine nachhaltige Entwicklung aller Nutzungsinteressen
Kulturlandschaft kleinräumig strukturiert und pflegeintensiv, hoher Kosten- und Steuerungsaufwand	Subventionsabbau und weiterer Abbau der Planungsinstrumente und Rahmensetzungen, eigendynamische, ungesteuerte Entwicklung der Landschaft	Integration von Nutzungsintensitäten, aber auch Transformation zur nachhaltigen Landschaft	Umweltraum bildet Rahmen für nachhaltige ökonomische Kreisläufe und soziale Aspekte



WER sind die Clubmitglieder & WIE profitieren sie?

- » Der First Mover Club richtet sich an innovative Betriebe der Energie-, Kies-, Land-, Obst-Lebensmittelwirtschaft sowie der E-Mobilität und des Dienstleistungsgewerbes jeder Größenordnung
- » Er verbindet diese branchenübergreifend mit Jungunternehmern und Forschung
- » Im Rahmen eines Open Innovation Ansatzes erarbeiten die Unternehmen innovative Ideen und entwickeln daran anschließend konkrete Projekte und Produkte
- » Besonders attraktiv dabei ist, dass entlang des Tirolerbachs ein Gebiet entsteht, das sich für hohe Lebensmittelqualität auszeichnet und zur Erprobung zukunftsorientierter Ernte-/Logistik-/Freizeitsysteme besonders gut eignet ist.
- » Ziel ist, bis zum Jahr 2022 so viele Anwendungsfälle wie möglich zu schaffen.

© Walter Linshalm 05 2020

Die PLAYER im Club



36 4Lani Biotope

© Walter Linshalm 05 2020



Überblick: Leistungen des Clubs

- » Aufgabe des First Mover Club ist es, den Transfer zwischen „Lernen“ und „nachhaltigem Wirtschaften“ sicherzustellen, durch:
 - » Koordinierung des Gesamtprogramms bis 2022 (in 4 Phasen)
 - » Konzeption, Organisation, Betreuung von „Vision-Workshops“ & „Vision-Papers“
 - » Begleitende Marketing- und PR-Aktivitäten (auch über 2022 hinaus → Stadtregion VN)
 - » Website
 - » Pressearbeit
 - » Videoerstellung zu den Cases
 - » Social Media
 - » Veranstaltungen

Synergien mit Club Wissensstadt
gegeben

© Walter Linshalm 05 2020

Paketierung und Clubbeiträge



Pakete	Abo 1 (Einzelunter- nehmen)	Abo 2 (<25 Mitarbeiter/ Innen)	Abo 2 (26-150 Mitarbeiter/ Innen)	Abo 2 (>150 Mitarbeiter/ Innen)
Newsletter				
Initialisierung: 4 Fachvorträge mit Inputs von Top-Vortragenden				
Phase 1 „Visionen“: 2 Workshops & Einreichung für Co-Creation-Workshop (durch Boku?)				
Phase 2 „Entwerfen“: Co-Creation-Workshops durch ENU? Ausreifung-/arbeitung der eingereichten Ideen & Bekennung der Challenge Owner inkl. Suche nach externen Partnern				
Phase 3 „Entwickeln“: Projekt und Produktentwicklung durch FH Wieselburg?				
Phase 4 „Pilotieren“: Begleitung der Pilotphase, Monitoring und Sammlung von Markterfahrungen (durch NO regional?)				
Preis pro Jahr				

AUFBAU DER KLEINREGIONALEN IDENTITÄT

5 Erfolgsfaktoren

für die 4Lani-Biotope



40 4Lani Biotope

© Walter Linshalm 05 2020

**209.000 MENSCHEN.
79 GEMEINDEN.
6 STÄDTE.
1 VISION.**



Gut für uns.
Region Wiener Alpen

(1) Vision

41 4Lani Biotope

© Walter Linshalm 05 2020

Stadt-Umland-Kooperation

(2) Public

Die Zukunft ist urban und ländlich zugleich - Stadt und Land sind in Zukunft mehr denn je aufeinander angewiesen. Ohne attraktives Umland verlieren die Städte – und ohne attraktive Städte verödet das Umland.

Wir wollen daher wertvolle Lebensräume in der Stadtregion schaffen und Freiräume im Sinne der menschlichen Identität und biologischen Vielfalt gestalten.

Mit Klimafit-Projekten entlang des Tirolerbachs starten wir und werden gemeinsam mit Raumplanung, Land- und Kieswirtschaft, Bürgerinnen und Bürgern einen Beitrag zur **Nachhaltigkeit leisten und neue Wohlfühleffekte erzeugen.**

4Lani Biotop

Theresienfeld

wiener
neu
stadt



Marktgemeinde
Wöllersdorf-Steinabrückl

Mitglieder der neuen
„gut für uns!“ Gebietsgemeinde

42 4Lani Biotop

© Walter Linshalm 05/2020

Produktgruppen im 4Lani-Biotop

KREATIV^{MAX}

Co-Working-Spaces, flexible Arbeitszeiten, Home Office, Freelancing und Collaboration – das alles ist New Work. Mit der nötigen digitalen Infrastruktur im neuen Mehrzweckhaus entstehen Knotenpunkte für Kreative und Unternehmer. Autonom fahrende Autos oder Drohnen könnten auf Sicht das Pendeln bzw. den Lieferverkehr revolutionieren.

ENERGIE^{MAX}

Erneuerbare Energien zu nutzen ist in der HA leichter als in der Stadt. Biomasse und Sonne machen die HA zum grünen Energieproduzenten. Mit innovativen Modellen zur Vernetzung und Verteilung von Ökostrom lässt sich auch eine gute Rendite erwirtschaften.

BIO^{MAX}

Immer mehr Menschen wollen wissen, wo ihre Lebensmittel herkommen. Transparenz ist Pflicht. Bio-Höfe in Stadtnähe werden zur Quelle biologischer Lebensmittelerzeugung und eines nachhaltigen Lebensstils. Durch Hofverkauf, Gastronomie und touristische Angebote mausert sich der Lebensraum zu neuen Arbeitsmöglichkeiten, nicht nur für Landwirte.

EINSTEIGER^{MAX}

In der Congreve Wohnsiedlung finden sich Menschen zusammen, die ihre Ideale vom nachhaltigen, demokratischen und/oder fairen Miteinander leben wollen. Sie sind keine Aussteiger, die sich von der Mehrheits-gesellschaft abschotten, sondern Einsteiger in ihre eigenen Vorstellungen von Gemeinschaft. So inspirieren sie auch Mainstream-Formen des Zusammenlebens

SILBER^{MAX}

Der Megatrend Silver Society lässt neue Dorfkonzepte entstehen: Wir werden immer älter, wollen jedoch bis ins hohe Alter autonom leben und unseren Lebensstil selbst bestimmen. Gleichzeitig brauchen wir im Alter Unterstützung und sind auf gute Gesundheitsleistungen angewiesen. Städte werden den Bedürfnissen der Silver Society jedoch nicht immer gerecht. Da liegt es nahe, über die HA als Ort der Gesundheit, Regeneration und des Ruhestandes nachzudenken.

43 4Lani Biotop

„Max“ steht für Neo-ÖkologieProjekte in WN → „Mitz“ in Theresienfeld oder „Welan“ in Wöllersdorf © Walter Linshalm 05/2020

(4) Methodik

Sich gemeinsam auf den Weg machen –
das Wissen vervielfacht sich mit konkreten Aktionen...



**STEP-Expertise und Tirolerbach-Projekt bringt
Impulse um die Qualitäten des Region und des
Gebietsmanagements zu erhöhen**

44 4Lani Biotope

© Walter Linshalm 05 2020

Aufbau einer regionalen Identität (Hauptziel)

(4) Methodik



4Lani Biotopen

These: Was „gut für uns ist“ wollen alle



Identität bezeichnet die Summe der Eigenschaften und Werte, die eine Person oder eine Stadt kennzeichnet. Die zentrale Frage „**Warum tun wir das?**“ definiert zuerst den Kern einer Sache, dann geht es darum, welche Werte, Visionen und Kompetenzen **man vermitteln und halten muss.**

45 4Lani Biotope

© Walter Linshalm 05 2020

Von entscheidender Bedeutung: Gemeinsames „Gebietsmanagement“

(4) Methodik



HEBEL

Im Mittelpunkt des Gebietsmanagements steht die nachhaltige Profilierung und Weiterentwicklung der Stadtregion Wr. Neustadt

Die Aufgaben sind dabei vielfältig:

- Ansprechpartner für die ansässigen Unternehmen
- Unterstützung, Begleitung und Ausbau vorhandener Netzwerkitiativen
- Funktion als Kommunikationsknoten durch Aufbau und Pflege persönlicher Kontakte, Gespräche, Veranstaltungen etc.
- Aufbau eines Gewerbeflächen- und Brachflächenrecyclings
- Die umfassende Information und Abstimmung im Projektverlauf zur Sicherung von Transparenz und Akzeptanz
- Standortmarketing

Weitere wichtige Mitwirkende sind die Vertreter der Partnergemeinden und Dienstleister oder Unternehmen von außerhalb.

46 4Lani Biotope

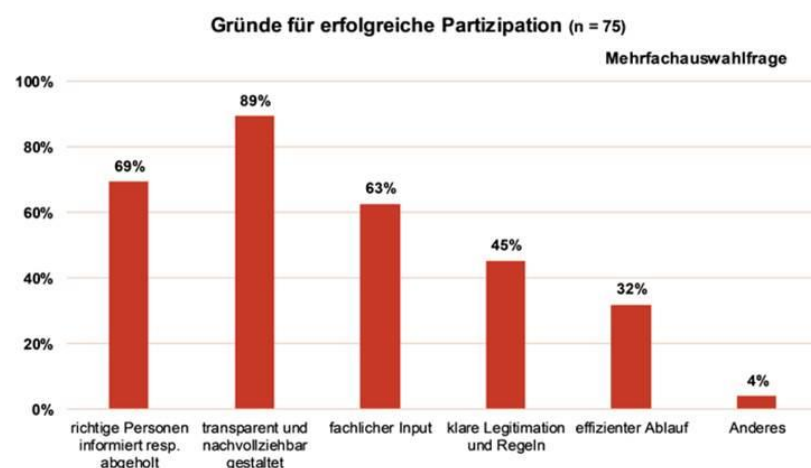
© Walter Linshalm 05 2020

Professionelle Information/Kommunikation im First Mover Club

(4) Methodik



HEBEL



Der Schlüssel für eine erfolgreiche Bürgerpartizipation liegt in einer transparenten und nachvollziehbaren Kommunikation. Grafik: IQB-FHS

47 4Lani Biotope

© Walter Linshalm 05 2020

Employer Branding (Arbeitgebermarke für die Neustädter Stadtverwaltung aufbauen)

(4) Methodik



HEBEL

„Technik ist wichtig, aber den tatsächlichen Unterschied machen die Menschen. Unternehmen/Institutionen erhalten ihren Wert durch die Kunden. Und die Mitarbeiter sind nicht Umsetzer, sondern Entscheider!“

Zhang Ruimin, Executive Officer der Haier Group



„Wir wissen heute noch gar nicht, welche Werkzeuge in der Verwaltung künftig verwendet werden, nur eines ist sicher: Das Internet geht nicht mehr weg, es bleibt!“
Peter Parycek, Leiter E-Governance Donau-Universität Krems

„Die Bevölkerung in Entscheidungen einbeziehen – das sorgt für nachhaltigen Erfolg und Akzeptanz von Projekten und Entscheidungen“
DI Sabine Klimitsch, Büroleiterin NÖ-Mitte

Die Anforderungen des 21. Jhdt. an die Mitarbeiter nach Innen vorleben (Leitbild) und den Mehrwert nach Außen kommunizieren

48 4Lani Biotope

© Walter Linshalm 05 2020

Produkte bewerben

(5) Advertise

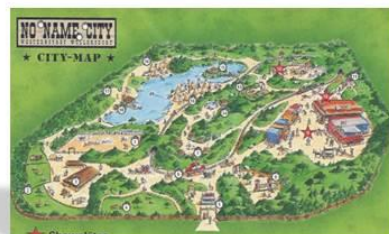


4Lani Biotope

Seniorenpark – aktiv und sicher im Europaschutzgebiet leben



Photovoltaik-Gemeinschaftsanlage



Schmidtbauers A-B-HOF VERKAUF

49 4Lani Biotope

© Walter Linshalm 05 2020

INSPIRATIONEN

Central Park in Koper

Mit dem neuen Stadtpark in der Hafenstadt Koper im slowenischen Teil der Adriaküste adressieren Enota eine Reihe urbaner Fragestellungen. Im Zuge der Stadtentwicklung der letzten Jahrzehnte wurde das ehemalige Salzwassergebiet schrittweise aufgeschüttet. Das so wiedergewonnene Land stellt nach wie vor unbebautes Potential für Koper dar – nicht zuletzt im Hinblick auf den dicht bebauten Altstadtkern, der im Zentrum keine baulichen Projekte zulässt.

Der neue Stadtpark zielt direkt auf diese Freiflächen ab und dient gleichzeitig als Prototyp für die zukünftige Entwicklungen der bisweilen in Verfall geratenen slowenischen Meeresküste. Um die freie Art der Raumnutzung im Stadtpark zu unterstreichen, verzichteten Enota auf vorgefertigte Wanderwege. Stattdessen kommen organisch geformte Elemente in Form monolithisch-hügeliger Abtrennungen zum Einsatz, die den Park in einzelne „Programminseln“ strukturieren.

Strategisch platzierte Pflanzenarten, Spielplätze und künstlich ausgeformte Wasserflächen fördern in Kombination mit bunten Elementen eine aktive Raumproduktion, die exemplarisch als künftiges Modell einer Küstenentwicklung funktionieren kann.

➔ Grün- und Freiräume im 4Lani Park

- Naherholungsfunktion durch meditatives Naturerleben, lärmarme Grünbereiche, frische Luft, Bewegung bis hin zur Sportnutzung.
- Kulturelle Funktion durch Darstellung moderner Architektur in Beziehung zur modernen Nahversorgung (Bio-Lebensmittel, Photovoltaik, Erdwärme und Green Logistic).
- Ökologische Funktion durch Grundlagenschaffung des Lebensraums für Tiere und Pflanzen sowie Schaffung von Rahmenbedingungen für Bodenqualität, Wasserqualität und Lärmreduktion.
- Klimafunktion durch Verbesserung des Bioklimas mittels Filterung der Luftschadstoffe, Staubbindung, Temperatúrausgleich und Luftaustausch.
- Funktion zur Gestaltung des Stadtbildes: Mittels landschaftsgestaltenden Elementen im suburbanen Raum erlangt man mehr Attraktivität sowie charakteristische Wesenszüge von Wiener Neustadt, welche einerseits der Stadtbevölkerung und andererseits Besucherinnen und Besuchern zugutekommt.

Mega-Glashäuser in Bad Blumau



Vor drei Jahren wurde der erste Abschnitt des umstrittenen, 50 Millionen Euro teuren Projekts eröffnet: Es handelte sich um 4,3 Hektar, in denen Bio-Tomanten, - Spitzpaprika und -Gurken angebaut werden. Insgesamt sind es rund 1000 Tonnen Ernte pro Jahr. Seit Ende 2017 ist auch der weitaus größere Teil mit dem konventionellen Anbau in Betrieb: elf

Hektar Fläche, in denen jährlich 5000 Tonnen Paradeiser geerntet werden sollen. Die Ware wird ausschließlich bei der Handelskette Spar verkauft.

Importe aus aller Welt gehen zurück. Mit der Heizung durch Wärme aus Thermalwasser hat das Glashaus bisher ein Alleinstellungsmerkmal in Österreich: Eine eigene Geothermiebohrung bringt das bis zu 125 Grad Celsius heiße Wasser für den ganzjährigen Anbau zutage. Das Thermalwasser erhitzt über einen Wärmetauscher das Wasser für die Heizung und wird nach der Nutzung wieder über eine zweite Bohrung in 3.000 Meter Tiefe zurückgeführt, so dass kein Thermalwasser verbraucht wird. Durch die Wärme des Thermalwassers kann das Fruchtgemüse insbesondere auch in den kühlen bzw. kalten Monaten Oktober bis Mai erzeugt werden. Zu dieser Zeit werden Paradeiser und Paprika vor allem aus Südeuropa sowie dem Nahen Osten importiert. Die Importe können durch die Frutura Thermal-Gemüsewelt somit reduziert werden.

Frutura wächst immer weiter: Zu Frutura gehören neben den Gewächshäusern in Bad Blumau auch noch ein Kräuteranbau nahe Straden in der Südsteiermark sowie das Hauptquartier in Hartl bei Kaindorf (Bezirk Hartberg-Fürstenfeld) samt Verpackungszentrum. Zusammen werden knapp 500 Mitarbeiter beschäftigt. Der Umsatz stieg zuletzt auf 275 Millionen Euro an. Für das Wirtschaftsjahr 2018/2019 werden 300 Millionen Euro angepeilt.



→ Bio Gemüse Anbau im 4Lani Park

- » Schottergrube überplatten, Gewächshäuser draufstellen
- » Erdwärme und PV für Energieversorgung, Wasser aus Tirolerbach
- » Nahversorgung für Modellregion (in Konkurrenz oder in Allianz)
- » Experimentierfeld für Lieferdrohnen etc.

Holzturm an der Grenze



Die Holzhütte errichtete der junge Architekt Jan Tyrpekl über einem Betonbunker, der in der Nähe der österreichischen Grenze platziert ist. Vor Beginn des Zweiten Weltkrieges wurde ein Grenzbefestigungssystem – der Tschechoslowakische Wall – aus einer großen Anzahl an Bunkern entlang der Landesgrenze errichtet. Er sollte das Land vor einem Übergriff des nationalsozialistischen Deutschlands schützen. Genutzt wurden die Festungsbauten jedoch nie. Die experimentelle Holzkonstruktion zeigt exemplarisch, wie die einstigen Militärbauten heute umgenutzt werden können.

Angesichts der charakteristischen Flachlandschaft entschied sich Jan Tyrpekl für ein vertikales Volumen. Der großzügig wirkende Raum ist nur 12 m² groß: Zwei große Fensteröffnungen lassen den Blick in die Weite schweifen. Das Gebäude entstand dank der Mithilfe von Freunden, Familie und Architekturstudierenden und soll von allen Interessierten als kurzzeitiger Unterschlupf genutzt werden.

→ Kraftplatz im 4Lani Park

Manche Kraftplätze befinden sich auf hohen Bergen, in tiefen Höhlen und weit weg von menschlicher Siedlung (geographische Kraftorte, Kultstätten). Andere wurden mitten in den Städten angelegt, gleich neben der Straße, umgeben von Mauern und eingebettet ins Geschehen (innere Orte der Kraft zur Stressbewältigung, etc.).

Einen dieser Orte, wo man kraftspendende Stellen, Baumpersönlichkeiten und Raum für sinngebende Anlässe finden wird, wollen wir neben dem Tirolerbach schaffen und ihn als Kraftplatz im nordwestlichen Steinfeld vermarkten.

Neben der Naherholungsmöglichkeit sollen hier auch Festlichkeiten abgehalten werden, die die gemeindeübergreifende Zusammenarbeit sichtbar machen sollen (z.B. Theresienfelder-Heideansiedler- und Wöllersdorf-Steinabrückler „Tirolerbachl-Kirtage“). Mit entsprechendem Marketing ließe sich das historisch negativ bewertete trockene Steinfeld aufwerten (Biotop vom Tirolerbachl gespeist, etc.).

Frankfurter Flughafen will Flugtaxis einsetzen

Wenn es nach einigen Tech-Experten geht, gehören Flugtaxis schon in wenigen Jahren zum alltäglichen Verkehr dazu. Die Fraport, Betreiber des größten deutschen Flughafens in Frankfurt, teilt diese Meinung offenbar und kooperiert künftig mit dem deutschen Flugtaxi-Start-up Volocopter. Gemeinsam wollen die Unternehmen Konzepte für den Flugtaxibetrieb der Zukunft entwickeln.

Konkret wollen die Fraport und Volocopter Konzepte für die Bodeninfrastruktur und den Betrieb von Flugtaxis an Flughäfen erarbeiten. Wie der Flughafenbetreiber mitteilt, stehen dabei die reibungslose Fluggastabfertigung sowie die effiziente Anbindung an bestehende Verkehrsinfrastruktur im Vordergrund. Das wird beispielhaft an einem sogenannten Volocopter Port untersucht, die künftig Knotenpunkte in Städten miteinander verbinden sollen. Auch eine Verbindung vom und zum Flughafen Frankfurt soll geprüft werden.

13. Februar 2019



→ Bio Sky Link im 4Lani Park

2029: Der „Bio Sky Link“ - direkt neben der No Name City - nennt sich jetzt „HAerodrome“ und verbindet die Tagestourismusziele auf der Hohen Wand, am Schneeberg, Semmering und Wechsel und in der Buckligen Welt. Das „elektrische Fliegen“ hat den Tourismus signifikant belebt und der „4Lani Park“ die Erwartungen des Stadtmarketings längst übertroffen...

Veränderungskommunikation

Veränderungen in Organisationen werden von den verantwortlichen Führungskräften genau geplant. Die neuen Strukturen, die neuen Abläufe werden mit viel Aufwand überlegt – aber selten angemessen kommuniziert. Mitarbeiter wiederum interessiert kaum etwas mehr, als drohende Veränderungen. Und wer keine Information hat, schafft sie sich eben ...

Es ist eine wesentliche Aufgabe der Führung, Veränderungen nicht nur zu gestalten sondern auch zu kommunizieren. Veränderung ist der Alltag in Organisationen – und nichts macht mehr Angst. Schauen wir uns die Situation doch aus unterschiedlichen Perspektiven an: aus der Sicht der verantwortlichen Führungsebene und aus Sicht der Mitarbeiter.

Veränderungsbedarf bedeutet Unsicherheit

Die Führung hat „Probleme“ und „Veränderungsbedarf“ mehr oder weniger rechtzeitig erkannt. Zu früh bedeutet dann viel Aufwand ohne Grund, zu spät bedroht vielleicht die Existenz des Systems – eine Gratwanderung. Auf beiden Seiten des Grates warten heikle Fragen und Kritik, Einkommens- und Statusverlust.

Aber zumindest kann die Führung aktiv werden: Konzepte werden überlegt, Externe werden dazu geholt, Meinungen werden in Meetings oder unter vier Augen ausgetauscht. Eine Zeit hoher Unsicherheit und permanenter Beschäftigung mit den Gefahren, der geplanten Zukunft, den möglichen Wegen, den Preis, den es bei der Veränderung zu zahlen gilt ...

Der eigene Kommunikationsbedarf ist erfüllt, der Wunsch Stellung zu nehmen gering – schließlich weiß man ja noch gar nicht so genau

Die MitarbeiterInnen interessiert nichts so sehr wie „drohende“ Veränderungen. Das ist auch verständlich: lange war es ein deutlicher evolutionärer Vorteil, Gefahren zuverlässig zu erkennen. Eine Chance zu verpassen war dagegen nicht so schlimm, zumindest selten tödlich. Bis heute leben wir Menschen mit der Erfahrung: „ein übersehender Löwe ist schlimmer, als 10 übersehene Erdbeeren.“

Die Bedrohungssensoren sind also weit offen und Hinweise finden sich leicht: irgendetwas ist im Busch. Und weil Unsicherheit so schwer auszuhalten ist, füllt man mit allem, was zu haben ist: Tratsch, Gerüchte, Informationen und Halbinformationen.

Information kommt meist zu spät

Und kommt dann endlich eine offizielle Information, trifft sie niemand unbelastet. Für die Führungsscrew ist das der Moment der wiedererlangten Sicherheit – der eigene innere Planungsprozess ist zumindest an einer Etappe angekommen, endlich wissen wir etwas zu sagen. Da fehlt dann oft das Verständnis, wie lange und welche Unterstützung es braucht, aus Information innere Akzeptanz zu machen.

Der Frust hört sich dann je nachdem unterschiedlich an: „die sind immer gegen alles, total veränderungsresistent“ oder „na, da hat wieder jemand eine tolle Idee gehabt, über uns fahren sie wieder drüber“.

Wie aber kann man es anders machen? Sind die geschilderten Phänomene vermeidbar oder können zumindest abgemildert werden?

„politische“ statt journalistische Kommunikation

Die erste wichtige Entscheidung der Führungsebene ist dazu das Bekenntnis zur „politischen Kommunikation“: die eigene Position – und ihre unsicheren Bereiche – offenlegen und dafür werben.

Der Fokus „das ist passiert und das haben wir erreicht“ – ich nenne ihn hier den „journalistischen Fokus“ – fühlt sich sicherer an und ist meist auch gut mit Zahlen und Fakten zu belegen. Da können wir etwas „herzeigen“.

Diese Sicherheit gilt es zu tauschen gegen eine Offenheit „so sehen wir die Lage, in diese Richtungen denken wir, das können wir schon sagen, das aber noch nicht“. Offiziell werden diese unsicheren Informationen den MitarbeiterInnen meist zu deren „Schutz“ vorenthalten, geschützt wird damit aber die eigene Angst!

Tatsächlich braucht es erst die Erfahrung, dass „das wissen wir selbst noch nicht“ mehr Sicherheit erzeugt, als „wir wissen, wo es lang geht“. Dabei ist die Liste der Beispiele lang, wo Führungskräfte heikle Informationen verbergen oder Ungewissheit überspielen wollten. Sehr kurz ist die Liste, wo dies gelungen ist.

Eine Veränderungsbotschaft entwerfen

Der zweite Schritt ist konkreter, kostet aber meist einiges Nachdenken. Welche Botschaft geben wir den Mitarbeitern als zentrale Aussage zur gewünschten / erforderlichen Veränderung. Dazu gilt es zwei Fragen aus Sicht der MitarbeiterInnen vor Augen zu haben: Warum passiert das? (Warum gerade jetzt?, warum bei uns?, ...)

Was bedeutet das für mich (im günstigsten bzw. im schlimmsten Fall)?

Und hier zeigt sich, wie gut ein Führungsteam die anstehenden Veränderungen begründen kann. Dann kann sogar die „schlechte Nachricht“ Anerkennung der Führung und Motivation für die eigene Aufgabe bedeuten. Da können Belegschaften auch in schwierigen Situationen mit großer (und haltbarer) Begeisterung auf den Zug aufspringen.

Da erhält die Führungsmannschaft aber auch gnadenlos Feedback, wenn die Botschaft als „Phrasendrescherei“ eingestuft wird und die Belegschaft anfängt „Bullshit-Bingo“ zu spielen. („Bullshit-Bingo“ funktioniert wie jedes Bingo, nur wählt man statt Zahlen Phrasen aus der Management-Literatur; sehr beliebt bei Betriebsversammlungen)

Sparen wir uns also „wir leben in Zeiten ständiger Veränderungen“ und „wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit“. Begründen wir lieber konkret, welche Gefahren und welche Chancen wir sehen. Legen wir offen, welchen Preis wir abschätzen. Und geben wir von Haus aus zu, dass ein Veränderungsprozess auch Verlierer haben kann, denn sonst signalisieren wir, dass wir unsere Mitarbeiter für dumm halten.

Die Kommunikation strategisch planen

Schließlich gehört der Kommunikationsprozess während der Veränderung geplant. Das wird je nach Unternehmensgröße unterschiedlich komplex ausfallen. Wichtig bleibt: Haltung und Veränderungsbotschaft bleiben Chefsache und sind nicht zu delegieren!

Damit auch die MitarbeiterInnen ihre Verantwortung bei der Veränderung nehmen und tragen.

Autor: Elmar Türk