

PROTOKOLL

ZWECK	LEADER+ „Zentrum“, Forum zum Thema Kreativwirtschaft im Montafon
DATUM	25.09.03
ZEIT UND ORT	16:00-22:00 Uhr, Stand Montafon
ANWESENDE	<ul style="list-style-type: none">- Vizebgm. Karl Hueber- Dr. Leo Walser- GF Arno Fricke- DI Huber Malin- Nikolaus Netzer- GF Christian Schindler- Erika Scheibenstock- Vizebgm. Elmar Egg- Heike Ladurner-Strolz- Mag. Roland Haas- Dr. Herbert Mayer- Manfred Blum- Mag. Gerold Kaufmann- Mag. Alexander Swoboda- Erich Pöttschacher
ENTSCULDIGTE	<ul style="list-style-type: none">- Oskar Ganahl- Wilhelm Gantner- Jürgen Kuster- Bgm. Guntram Bitschnau- Rudi Lerch- Dr. Erwin Bahl- Dr. Andreas Rudigier- Mag. Jakob Netzer- DDr. Heiner Bertle- Martina Köberle
PROTOKOLL	- Franz Rüt
VERTEILER	an alle Anwesende und Entschuldigte

AGENDA

1. Einleitung, Info zum Stand des Projektes
 2. Kreativwirtschaftliche Ansätze aus anderen Regionen
 3. Fragerunde „Was bedeutet für mich Ingenieurskunst?“
 4. „Welche Alternativen zu Ingenieurskunst als Imagebegriff gibt es?“
 5. Zusammenfassung
-

zu Punkt 1

Franz Rüb begrüßt die Teilnehmer und erläutert die Hintergründe zum Projekt: Rückläufiges Zentrumsleben, Rückläufige Beschäftigungsmöglichkeiten in der Talschaft, scheinbar fehlende Impulse in der Zentrumsgemeinde Schruns.

Franz Rüb erläutert kurz die Projektziele. Antwort auf die Frage: „Was macht ein regionales Zentrum aus und wie könnte ein derartiges am Beispiel Schruns-Tschagguns umgesetzt werden. Bisherige Erkenntnisse: Post, Tanzhaus, Kirche, Einkauf verlieren zunehmend an impulsgebender Bedeutung, Kulturwirtschaft hingegen entwickelt sich zum zentralen Ansatz integrativer, regionaler, gewerblicher und touristischer Entwicklung (Erfahrungen auch aus anderen Regionen). Kernaussage zu Montafon: Schruns-Tschagguns hat im Sinne eines pulsierenden Zentrums keine Infrastruktur – sondern Imageprobleme, Imageentwicklung bedarf einer klaren Profilierung der Region, positives Profil bzw. Image ist nicht nur für Gäste sondern auch für die Ansässigen anziehend.

Die Entwicklung eines kreativwirtschaftlichen Zentrums als Organisationseinheit soll umgesetzt werden (Sitzung 26.03.02 Lenkungsausschuss).

In der weiteren Bearbeitung hin zu einem Geschäftsplan für diese oben genannte Einrichtung erscheint es den Bearbeitern von entscheidender Bedeutung, eine strategische Ausrichtung festzulegen um in der Folge jene Maßnahmen zu planen, die zu einer Erfolgsversprechenden Imagebildung führen. Der Begriff „Ingenieurskunst“ schien den Bearbeitern jene Stärken wiederzuspiegeln, die neben der hervorragenden Naturlandschaft in der Bevölkerung stecken. Diese Authentizität soll im Rahmen des Forums strukturiert diskutiert werden.

Zu Punkt 2

Erich Pötschacher berichtet als Außenstehender über die Kreativwirtschaft im Allgemeinen und über Aktivitäten anderer Regionen zu diesem Thema. Er hebt hervor, dass die Aufmerksamkeit zur Kreativwirtschaft in Städten und Regionen festliegen, wo Strukturschwächen überwunden werden mussten.

Zu Punkt 3

Frage: „Was bedeutet für mich Ingenieurskunst“. Eine Reihe von Schlagworten in Kartenform wurden gesammelt, anschließend wie folgt in Überschriften gefasst:

bestehende Bauwerke, künftige Projekte, Visionen,

Identitätsbildend

Wertschätzung

Bildung von Synergien

Umweltverträglichkeit, Nachhaltigkeit

Alleinstellungsmerkmal, Einzigartigkeit

Ökonomische Nutzung, Nutzen stiften

Wünschenswerte Entwicklung im Sinne von Wunschidentität stolz entwickeln

Christian Schindler brachte den Vorschlag ein, dass im weiteren Diskussionsverlauf nach den Alternativen zu Ingenieurskunst abgefragt werden soll, zumal vielen Forumsteilnehmern nicht ganz klar ist, worauf die Sache hinauslaufen soll. Nach einer Diskussion wurde die Fragestellung wie Punkt 4 gewählt.

Zu Punkt 4

Frage: Was sind Imagebildende Alternativen zu „Ingenieurskunst“ (Technik und Kunst)?

Nach einer Kartenrunde wurden Begriffe gesammelt und in eine nächste Frage geführt, die lautet: „Welches sind die vier bedeutendsten Alternativen?“ Folgende Überschriften wurden gefunden:

1. Kreativwirtschaft
2. Natur und Technik
3. Tradition und Innovation
4. Lebensqualität

Zu Punkt 5

Die zuletzt gefundenen Alternativen sollen von Experten auf ihre imagebildende Wirkung beurteilt werden. Im Kernarbeitsteam soll eine Ausarbeitung erfolgen und die weiteren Schritte mit dem Auftraggeber abgestimmt werden.