



Endbericht
„Lebensräume –
Ökoreisetipps für den Osten Österreichs“

Sonnenplatz Großschönau GmbH
Harmannsteinerstraße 120
3922 Großschönau



SONNENPLATZ[®]
Großschönau

Kurzfassung

Ziel des Projekts „Lebensräume“ ist es, einen gebündelten Auftritt von Exkursionszielen im Osten Österreichs (Niederösterreich, Oberösterreich, Wien, Burgenland, Steiermark und der Osten Salzburgs) zu erstellen. Im Auftrag des Lebensministeriums (BMLFUW) hat sich die Sonnenplatz Großschönau GmbH das Ziel gesetzt, Exkursionsziele mit Vorbildwirkung in den Bereichen Energieeffiziente Gebäude/Wohnen, Energieeffiziente Mobilität, Erneuerbare Energie/NAWARO und weitere nachhaltige ökologische Angebote zu vernetzen, um so gemeinsam erfolgreicher in der Verbreitung umweltschonender Konzepte mit regionaler Wertschöpfung zu sein. Weiters beinhaltet die Projektidee das Aufzeigen von ersten Ansätzen zur Entwicklung von energieautarken Regionen und Gemeinden.

Im Rahmen des Projektes wurde der Online-Exkursionsführer „Lebensräume“ mit dem Link www.eeeeeee.at erstellt. Auf dieser Informationsplattform finden Interessierte einen gebündelten Auftritt von Exkursionszielen im Osten Österreichs, die in den Bereichen Energieeffiziente Gebäude, Energieeffiziente Mobilität und Erneuerbare Energien Vorzeigeprojekte ins Leben gerufen haben. Die sechs „e“ stehen für die Zielsetzung der Seite: **E**nergie-**E**ffizienz, **E**rneuerbare **E**nergie, **E**xkursions-**E**rlebnis. Angesprochen werden drei Zielgruppen: Kinder bzw. Jugendliche, Erwachsene und Experten. Den Besuchern der Webseite wird durch eine Landkarte ein rascher Überblick über diese Exkursionsziele ermöglicht. Weiters erhalten Interessierte zusätzliche Informationen über die diversen Destinationen und sind dadurch in der Lage Exkursionen besser zu planen. Hierzu werden in „Lebensräume“ zielgruppenspezifische Beschreibungen von umweltrelevanten Themen angeboten, die den Besuchern ein Gefühl für umwelt-, energie- und ressourcenschonendes Handeln und Leben geben.

Der Gedanke von Nachhaltigkeit, Energieeffizienz und Ressourcenschonung soll durch diese Internetplattform forciert werden. Durch dieses Projekt wird somit jeder eingeladen, einen wertvollen Beitrag zur ökologischen gesunden Zukunft unseres Landes zu leisten.

Abstract

The aim of the project "Lebensräume" is to create a streamlined appearance of excursion destinations in eastern Austria (Lower Austria, Upper Austria, Vienna, Burgenland, Styria and the east of Salzburg). On behalf of of the Life Ministry (BMLFUW), the Sonnenplatz Großschönau GmbH set the goal to link excursions with inspiring goals in the areas of energy efficient buildings/housing, energy-efficient mobility, renewable energy/NAWARO and other sustainable ecological networks in order to become more successful in spreading environmentally friendly approaches with added regional value. The idea of the demonstration project also wants to show the development from initial approaches towards energy regions and municipalities.

Through this project the online Exkursionsführer "Lebensräume" with the link www.eeeeeee.at was created. On this platform interested people are able to find a streamlined appearance of excursion destinations in the east of Austria. Demonstration projects in the areas of energy-efficient buildings, energy-efficient mobility and renewable energy can be found. The six "e" stand for the purpose of this page: energy efficiency (**E**nergie-**E**ffizienz), renewable energy (**E**rneuerbare **E**nergie), adventure excursions (**E**xkursions-**E**rlebnis). There are three target groups: children and young people, adults and experts. Visitors to the website get a quick overview of these excursions through a map. Interested people also have the possibility to receive additional information about the various destinations and are therefore in a position to plan trips better. Therefore the project "Lebensräume" provides target-specific descriptions of environmental issues, which should give the visitors a feeling for environmental, energy-and resource-saving action and life.

The idea of sustainability, energy efficiency and resource conservation will be promoted through this internet platform. This project will invite everybody to make a valuable contribution to the healthy and ecological future of our country.

Inhaltsverzeichnis

Kurzfassung.....	2
Abstract	3
Inhaltsverzeichnis	4
1. Einleitung	5
2. Inhaltliche Darstellung des Projektes.....	6
3. Ergebnisse der einzelnen Arbeitspakete	11
3.1 AP 0) Projektmanagement.....	11
3.2 AP 1) Definition Recherchekriterien	13
3.3 AP 2) Erhebung von Gemeinden und Institutionen, die eine „nachhaltige Attraktion“ im Osten Österreichs (OÖ, Stmk., NÖ, Wien, Bgld.) betreiben	17
3.4 AP 3) Kontaktaufnahmen mit Gemeinden / Organisationen	20
3.5 AP 4) Informationen der Gemeinden aufbereiten.....	25
3.6 AP 5) Ausbildungsworkshops für Mitarbeiter der einzelnen Exkursionsziele	31
3.7 AP 6) Kommunikation / Verbreitung.....	39
4. Ergebnisse des Projektes und Schlussfolgerungen	47
5. Ausblick/Empfehlungen.....	49
Abbildungsverzeichnis	50

1. Einleitung

Der vorliegende Endbericht zum Projekt „Lebensräume – Ökoreisetipps für den Osten Österreichs“ basiert auf der Durchführung des gleichnamigen Projektes durch das Projektteam der Sonnenplatz Großschönau GmbH.

Die Intention zu diesem Projekt ist das Bemühen eine Vernetzung von Vorzeigeprojekten mit Schwerpunkten aus den Bereichen Nachhaltigkeit, Energieeffizienz und Ressourcenschonung herzustellen und diese gesammelten Informationen öffentlich zugänglich zu machen um das Wissen über nachhaltige und ökologische Initiativen in der Bevölkerung zu steigern.

Im vorliegenden Endbericht werden die definierten Arbeitspakete und dessen Ergebnisse beschrieben. So beinhaltet das AP 0 das Projektmanagement und Controlling. Im AP 1 steht die Definition der Recherchekriterien im Mittelpunkt. Weiters werden themenspezifische Informationen festgelegt und eine Übersicht der zu recherchierenden Inhalte erstellt. Das darauf folgende AP behandelt die Erhebung von Gemeinden und Institutionen, die eine „nachhaltige Attraktion“ im Osten Österreichs betreiben. Im AP 3 werden bei der Kontaktaufnahme mit den Gemeinden und Organisationen zuerst das Projekt und dessen Intentionen erklärt und danach die benötigten Informationen mittels Formblatt eingefordert. Im nächsten AP werden die eingehenden Informationen der Gemeinden und Organisationen textlich und graphisch aufbereitet. Das AP 5 widmet sich der Durchführung von Ausbildungsworkshops für Mitarbeiter der einzelnen Exkursionsziele. Die Kommunikation und Verbreitung bildet das AP 6. Die zu erreichenden Ziele sind hier die Erstellung der Webseite, die Bewerbung des Projektes und laufende Marketingaktivitäten.

Weiters ist hier zu erwähnen, dass bei allen personenbezogenen Bezeichnungen die gewählte Form für beide Geschlechter gilt.

2. Inhaltliche Darstellung des Projektes

Best practice Gemeinden, wie etwa Güssing, Bruck an der Leitha, Windhaag, Weiz oder Gleisdorf machen es bereits seit Jahren vor: diese Gemeinden tragen ihr Wissen über Energie anhand von Exkursionstourismus in die breite Öffentlichkeit.

Von diesen Überlegungen ausgehend, entstand die Idee für das Projekt „Lebensräume“. Organisationen und Gemeinden aus Ostösterreich, die sich mit den Sektoren „Nachhaltigkeit und Umweltschutz“ beschäftigen, schließen sich zusammen und vermarkten gemeinsam ihre Angebote.

Der Sonnenplatz Großschönau bot sich besonders als Projektkoordinator an, da dieser zu zahlreichen Organisationen und Gemeinden bereits Kontakte geknüpft bzw. Partnerschaften aufgebaut hat.

Ziel des Projektes:

- Herausragende Projekte im Bereich EE (steht für erneuerbare Energie und für effiziente Energie- und Ressourcennutzung) transparent zugänglich und leicht nutzbar machen.
- Kurzdarstellung der Standorte, maßgeschneidert für unterschiedliche Zielgruppen, wie Schüler, Erwachsene und Experten.
- Exkursionsgruppen wie Schulklassen, Gemeindevertreter, Institutionen, Meinungsbildner usw. einen einfachen Zugang zu herausragenden Projekten im Bereich EE ermöglichen.
- Weiterbildung von Mitarbeitern, die Exkursionsziele anbieten.

Umsetzungsmethodik:

- Erstellen einer internetbasierten Projektlandkarte unter Berücksichtigung und Integration bereits bestehender Plattformen.
- Erstellung einer beispielhaften, zielgruppenorientierten Angebotsbeschreibung als Beispiel einer typischen Projektstandortsbeschreibung.
- Einpflegen der Projektbeschreibungen und Verknüpfung mit der Projektlandkarte.

- Verlinkung der Projektstandorte und anderer Netzwerkpartner mit dem Exkursionsangebot zu EE-Projekten auf der HP.

Ziel des Projekts „Lebensräume“ ist es, einen gebündelten Auftritt von Exkursionszielen im Osten Österreichs, genauer dem Einzugsgebiet Niederösterreich, Oberösterreich, Wien, Burgenland, Steiermark und im Osten Salzburgs zu ermöglichen. Die bereits vorhandenen, auf internetbasierenden Exkursionsziele im Bereich EE, für erneuerbare Energien und Passivhaus werden in die vorliegende Projektbeschreibung auf der Plattform mit aufgenommen.

Das Einzugsgebiet beschränkt sich auf den Osten Österreichs, da hier ein Großteil der Bevölkerung wohnhaft ist und verschiedene Projekte innerhalb einer eintägigen Exkursion erreicht werden können. Bei den Exkursionszielen handelt es sich um Regionen, Gemeinden bzw. Organisationen, die herausragende Projekte im Bereich EE herzeigen können und wollen. Allgemeines Ziel von „Lebensräume“ ist es, vorhandene Angebote transparent zugänglich und leicht nutzbar zu machen. Dadurch soll es ermöglicht werden, diese herausragenden Projekte vielen Menschen im Rahmen von Exkursionen und Ausflügen beispielhaft näher zu bringen. Daraus resultierend sollte die Umsetzung effizienter Energie- und Ressourcennutzung sowie die Produktion erneuerbarer Energieträger beschleunigt werden. Gleichzeitig findet aber eine regionale Ausweitung der beteiligten Gebiete mit Hilfe von „Lebensräume“ statt, da alle Exkursionsziele, die innerhalb eines Tages erreichbar sind, berücksichtigt werden.

Die Exkursionsziele werden durch optimale Positionierung innerhalb des Einzugsgebiets besonders hervorgehoben und deren Stärke zielgerichtet beworben. Die optimale Umsetzung wird durch das Aufgreifen und Ansprechen des bereits vorhandenen Bewusstseins für Umwelt und des notwendigen Klimaschutzes gewährleistet.

Ein weiterer Faktor ist das Anbieten von Ausbildungsworkshops für kooperierende Anbieter und Organisationen, um einen gleichgeschalteten Wissenstand zu erzielen und die Identifikation der Partner zu erhöhen.

Die optimale Umsetzung des „Lebensräume“ Projekts wird durch das Aufgreifen und Ansprechen des bereits vorhanden Bewusstseins für Umwelt und des notwendigen Klimaschutzes gewährleistet. Das Interesse einer breiten Bevölkerungsschicht ist vorhanden und das Projekt „Lebensräume“ bietet je nach Interessensfeld die Möglichkeit, sich aktiv über umweltspezifische Themen zu informieren und danach entsprechend zu handeln. Ein sofortiger Handlungsbedarf seitens der Bevölkerung ist nötig, wie man aus der Aussage der renommierten Meteorologin Fr. Univ. Prof. Helga Kromp-Kolb aus einem Interview mit ökostrom AG (power, das ökostrom Magazin, Ausgabe 2, April 2007) entnehmen kann:

„Verhindern können wir den Klimawandel nicht mehr, wohl aber seine gravierendsten Auswirkungen mindern. Die nächsten zehn Jahre sind entscheidend. Der Schlüssel liegt in der Verringerung der Emissionen von Treibhausgasen – insbesondere Kohlendioxid. Reduzierter Energieeinsatz und emissionsarme Energiequellen sind die Schlüsselthemen für das Überleben unserer Zivilisation.“

„Lebensräume“ bietet zielgruppenspezifische Informationen für Organisationen (z.B. Exkursionen für Umweltberatungen, Energieberatungen, Vereine, Gemeinden, Regionen), Schüler bzw. Schülergruppen (Pflichtschule und Oberstufe), Multiplikatoren und Netzwerke (Politiker, Energieagenturen, Meinungsbildner...). Anreize für das Besuchen weiterer Exkursionsziele aus dem betrachteten Einzugsgebiet bietet die professionelle Vernetzung der Angebote durch Setzen von regionsspezifischen Schwerpunkten und zielgruppenspezifischer Informationen.

Ein wichtiges Instrument für die Verbreitung der Produkte, wie der ausgearbeiteten Landkarte und der recherchierten Exkursionsziele, sind Verlinkungen von etablierten Homepages (Organisationen mit dem Fokus

Ökologie oder Tourismus) zu jener vom Projekt „Lebensräume“. Diese Verlinkungen auf gut besuchten Seiten, ermöglichen es eine Vielzahl von Interessenten zu erreichen und es stellt überdies eine kostengünstige Variante der Vermarktung dar. Hinzu kommt, dass Sonnenplatz Großschönau und die beteiligten Organisationen gleichermaßen von der Zusammenarbeit profitieren, da es für die Organisationen eine Erweiterung ihres Programms darstellt mit gleichzeitiger Imagehebung durch Einbindung in ein umfangreiches Netzwerk mit EE Ausflugszielen.

Der effiziente Ressourceneinsatz kommt bei diesem Vermarktungsansatz zusätzlich zum Tragen.

Die Schwerpunkte des Projekts sind:

- Energieeffizienz (Passivhaus, Verwendung energiesparender Beleuchtungssysteme)
- Mobilität (Elektroauto, Erdgasauto, Öffentliche Verkehrsmittel,...)
- Erneuerbare Energien (Solar, Photovoltaik, Biomasse,...)
- Weitere nachhaltige ökologische Angebote: z.B. aus den Bereichen Umweltschutz (Schulungsprogramm zugeschnitten auf verschiedene Zielgruppen, Abfallverwertung,...) oder Ressourcenschonung (Einsatz ökologischer Werkstoffe, Ernährung, erneuerbare Energien,..)

Der Gedanke von Nachhaltigkeit, Energieeffizienz und Ressourcenschonung soll durch dieses Projekt forciert werden, darüber hinaus jedoch endlich zum konkreten Handeln einer Vielzahl von Österreichern führen, in dem ihnen konkrete Maßnahmen leichter zugänglich und verständlich gemacht werden. Durch das gegenständliche Projekt wird somit jeder eingeladen, einen wertvollen Beitrag zur ökologischen gesunden Zukunft unseres Landes zu leisten.

Alle genannten Intentionen des Projektes dienen vor allem einem übergeordneten Ziel, die Zukunft unserer Kinder zu sichern. Hierzu werden in „Lebensräume“ auf Exkursionsgruppen, Familien und Jugendliche zugeschnittene Beschreibung von umweltrelevanten Themen angeboten, die ihnen ein Gefühl für umwelt-, energie- und ressourcenschonendes Handeln und Leben gibt. Eine

Identifizierung und leichtere Übernahme von Verantwortung hinsichtlich dieses mehr als wichtigen Themengebietes wird dadurch von Klein auf gelernt.

Gemäß Christian Hehenberger vom Institut Marketing und Trendanalyse in Gutau („DEN GESTALTEN gehört die Zukunft“), wird die Standortwahl des Wohnortes in Zukunft nach Kriterien, die die Lebensqualität beeinflussen, ökologischen und energetischen Überlegungen, Sicherheitsargumenten sowie des sozialen Umfelds beeinflussen. „Lebensräume“ kann durch Meinungsbildung und das Anbieten konkreter Maßnahmen für eine breite Bevölkerungsschicht maßgeblich in eine positive Zukunft weisen.

3. Ergebnisse der einzelnen Arbeitspakete

3.1 AP 0) Projektmanagement

Das AP 0 mit der Bezeichnung „Projektmanagement“ kam über die gesamte Projektlaufzeit zur Anwendung und verfolgte die Intentionen der effizienten Koordination der Arbeitspakete, sowie ein laufendes Projektcontrolling auf zeitlicher und monetärer Ebene.

Effizientes Projektmanagement bildet die Basis für ein gelungenes Projekt. Projektmanagement ist somit in jeder Phase des Projektes ein wesentliches Kriterium, welches zum Projekterfolg beiträgt. Aufgrund der Erfahrung zahlreich erfolgreich absolvierter Projekte hat das Projektteam der Sonnenplatz Grobshönaü GmbH die Anwendung folgender Instrumente des Projektmanagements beschlossen:

Zu Beginn des Projektes wurde ein Kommunikationsplan erstellt. Laufende Kommunikation im Projekt vollzog sich einerseits schriftlich in Form von Mails bzw. per Post. Andererseits standen die Projektmitarbeiter mit den teilnehmenden Personen immer wieder telefonisch in Verbindung, da dies einen sehr direkten und somit kurzen Weg der Informationsbeschaffung und der Informationsweitergabe darstellt.

Die Abstimmung mit dem Auftraggeber erfolgte primär durch den Antragsteller des Forschungsprojektes, der Sonnenplatz Grobshönaü GmbH. Auch die im Vertrag definierten Auflagen wurden berücksichtigt, welche in folgendem Absatz in aller Kürze nochmals wiedergegeben werden. Wie diese dann umgesetzt wurden, wird in den jeweiligen Arbeitspaketen beschrieben:

Das erfahrene Projektteam hat bereits vielfach erfolgreiche Projekte in unterschiedlichen Größenordnungen geleitet und als Partner begleitet. Aus diesem Grund war es möglich, den Projektverwaltungsaufwand so gering wie möglich in Relation zur inhaltlichen Arbeit halten zu können.

Zu den bedeutendsten Meilensteinen dieses Arbeitspaketes, die im Vorfeld definiert wurden, zählten:

- Der Aufbau der definierten Projektmanagement-Infrastruktur (E-Mail Verteiler, Kontaktliste, Kommunikationsplan, Projekt-Controlling).
- Der erfolgreiche Abschluss des Projektes mit Finalisierung des Endberichtes.

Diese im Vorfeld definierten Resultate konnten im AP 0 erreicht und gewährleistet werden.

Die Erarbeitung des vorliegenden Endberichts für das Projekt „Lebensräume – Ökoreisetipps für den Osten Österreichs“ dient dazu, das Wissen für Folgeprojekte festzuhalten bzw. um im Bedarfsfall auf die Ergebnisse zurückzugreifen.

Die Anwendung der verschiedenen erforderlichen Projektmanagement-Tools und die Koordination des Projektes waren Aufgabe des Projektantragstellers, der Sonnenplatz Großschönau GmbH.

3.2 AP 1) Definition Recherchekriterien

Das AP 1 mit der Bezeichnung „Definition der Recherchekriterien“ wurde im ersten Monat der Projektlaufzeit umgesetzt und hatte die Festlegung von themenspezifischen Informationen und die Erstellung einer Übersicht über die zu recherchierenden Inhalte zum Ziel. Nachdem die Idee geboren wurde, eine Plattform für energieeffiziente und ressourcenschonende Ausflugsziele im Osten Österreichs zu erstellen, wurde mit der Umsetzung dieses Projektes begonnen.

Ziel dieses Arbeitspaketes war es, verschiedene Themen im Bereich erneuerbare Energie und Ressourcenschonung zu finden und auszuarbeiten. Dabei war darauf zu achten, dass die einzelnen Themengebiete strukturiert werden. Das heißt, dass unter einem Hauptthema noch mehrere Unterpunkte zu finden sind, wie zum Beispiel: Hauptthema „Erneuerbare Energien“, Unterpunkte: Allgemein, Erzeugung Wärme und Strom, Erzeugung Treibstoff,...

Mittels Brainstorming wurden hier sehr viele Schlagworte gefunden, die jedoch zu umfangreich und detailliert für eine Übersicht waren. Durch eine Mind-Map wurden die Beziehungen zwischen den einzelnen Begriffen deutlich gemacht und Überschneidungen sichtbar. Eine Reduktion auf einige wenige Überbegriffe war notwendig. Diese Kategorien mussten allgemein genug sein um verschiedene Aspekte abzudecken, aber dennoch speziell genug um sich klar voneinander abzugrenzen. Die Definition dieser Überbegriffe erbrachte folgendes Ergebnis:

- Energieeffizientes Bauen/Wohnen
- Energieeffiziente Mobilität
- Erneuerbare Energie/NAWARO
- weitere nachhaltige ökologische Angebote

Die ersten drei Kategorien sind klar in sich abgeschlossen und daher gut voneinander zu unterscheiden. Die vierte Kategorie wurde absichtlich offener formuliert, für den Fall, dass im Laufe des Projektes Teilnehmer nicht klar zu einer der anderen Kategorien zuordnen können. Auch Destinationen, die zu mehreren Kategorien passen würden, sollten unter diesen Punkt fallen.

Diese Kategorien sollen auch den Überblick auf der Webseite gewährleisten. Da die Destinationen in eine Landkarte eingezeichnet werden sollen, müssen sie mit einem Symbol (Punkt, Fahne, Stecknadel, ...) gekennzeichnet werden. Zur

leichteren Identifikation der verschiedenen Kategorien wurden Symbole gesucht, die eindeutig zuordenbar sind. Die Entscheidung fiel auf die folgenden Symbole:



Energieeffiziente Gebäude/Wohnen



Energieeffiziente Mobilität



Erneuerbare Energie/NAWARO



weitere nachhaltige ökologische Angebote

Das Haus steht für Projekte im Bereich Energieeffiziente Gebäude und Wohnen. Der Bus symbolisiert Destinationen, in denen energieeffiziente Mobilität einen hohen Stellenwert einnimmt. Der Baum repräsentiert den Bereich der Erneuerbaren Energien und NAWAROs. Zur Sonne können alle restlichen oder umfassenderen Projekte zugeordnet werden.

Nach der ersten Konkretisierungsphase hatte man sich auf vier Hauptthemengebiete geeinigt, aus denen nun mögliche Destinationen stammen sollten. Zur Strukturierung wurde auf die Mind-Map zurückgegriffen, wo bereits zahlreiche weitere Themen ausgearbeitet worden waren. Daraus wurde nun eine übersichtliche Liste erstellt, anhand dieser eine Reihung von Schlagworten vorgenommen wurde, die somit als Basis für die in Arbeitspaket 2 vorgesehenen Recherchearbeiten diene.

Ein weiteres Ziel dieses Arbeitspaketes war die Ausarbeitung einer themenspezifischen Tabellenübersicht, welche später den teilnehmenden Destinationen zur Orientierung der anzugebenden Informationen dienen soll. Hier war es besonders wichtig, die Ausflugsdestination für viele verschiedene Zielgruppen attraktiv zu machen. Beim Brainstorming wurden zum einen Ideen für die bereits erwähnten Recherchekriterien gesucht und zum anderen wurden die verschiedenen Zielgruppen, die später mit diesem Projekt angesprochen werden sollen, herausgearbeitet. Der zu erstellende Formblatt, welcher in einem weiteren Arbeitspaket (AP3) an die teilnehmenden Destinationen versendet wird, baute auf die Definition der Zielgruppen, die durch dieses Projekt angesprochen werden sollen, auf. Einerseits sollten die Zielgruppen nicht zu zahlreich werden, da dies eine Orientierung auf der Seite erschweren würde und es auch nicht

möglich ist jedes Exkursionsangebot in unzähligen Varianten zu beschreiben. Andererseits sollten große Bevölkerungsschichten gleichzeitig angesprochen werden können. Daher beschloss man, sich auf 3 wesentliche und aussagekräftige Zielgruppen zu einigen. Diese 3 Zielgruppen sind:

- Kinder – angesprochen werden sollen hier Kinder und Jugendliche im schulpflichtigen Alter und damit einhergehend Schulen und Lehrer, denn Bewusstseinsbildung bereits in jungen Jahren ist von spezieller Bedeutung, damit die Jugend früh genug lernt, die Natur zu schätzen und auf das Klima zu achten.
- Erwachsene – richtet sich direkt an Herr und Frau Österreicher, die entweder als Privatperson, mit der Familie, oder im Rahmen einer Gruppenexkursion (Vereinsausflug, Firmenexkursion, ...) Destinationen zur Bewusstseinsbildung und/oder Weiterbildung aufsuchen, um ihren Kindern ein Vorbild sein zu können.
- Experten – als Experten gelten all jene, die im Bereich Ökologie, und Nachhaltigkeit ein über den Durchschnitt hinaus gehendes Vorwissen besitzen und die Informationen beispielsweise zur Weiterbildung für verschiedene Berufssparten oder Vergleiche mit anderen Destinationen (zum Beispiel Vergleich Biomassekraftwerke) nutzen. Auch Entscheidungsträger (Bezirkshauptleute, Bürgermeister, ...) gelten als Experten, wenn sie durch die dargebotenen Informationen Verbesserungen in den eigenen Kommunen, Organisationen, usw. ermöglichen können.

Zu jeder dieser Zielgruppen hatten die teilnehmenden Destinationen die Aufgabe, ein spezielles Angebot zu präsentieren. Um möglichst viele Menschen zu erreichen galt es, attraktive Angebote für diese drei maßgeblichen Zielgruppen bereit zu stellen.

Neben den genauen Daten der Teilnehmer (Adresse, Ansprechperson, Kontaktdaten, Eintrittspreise, Öffnungszeiten) war ein weiterer wichtiger Punkt für dieses Formblatt, dass die Interessenten, welche sich auf der Homepage informieren, die Möglichkeit haben, sich auch über die verschiedenen touristischen Einrichtungen zu erkundigen. Die teilnehmenden Destinationen sollten nach Erhalt des Formblattes die verschiedenen touristischen Angebote ihrer näheren Umgebung, wie zum Beispiel Hotels, Gasthöfe, Pensionen, Restaurants, Heurige, etc., anführen. Das Formblatt sollte alle wichtigen Informationen liefern um diese Daten im Anschluss nach dem Prinzip „alles auf

einen Blick“ an die Endkunden (Besucher der Destinationen) weitergeben zu können. Das Formblatt diene außerdem als Grundlage, die Informationen über die Destination aufzubereiten, um diese in einem weiteren Arbeitspaket auf der Homepage zu präsentieren.

Die Anforderungen des AP 1 wurden aufgrund der Definition der Kategorien und der Zielgruppen sowie der Erstellung des Formblattes erfüllt.

3.3 AP 2) Erhebung von Gemeinden und Institutionen, die eine „nachhaltige Attraktion“ im Osten Österreichs (OÖ, Stmk., NÖ, Wien, Bgld.) betreiben

Das AP 2 hat die Erhebung von Gemeinden und Institutionen, die eine „nachhaltige Attraktion“ im Osten Österreichs (Niederösterreich, Wien, Burgenland, Steiermark, Oberösterreich und im Osten von Salzburg) betreiben zum Ziel und wurde in den ersten beiden Projektmonaten bearbeitet. Inhalte dieses Arbeitspaketes waren die Einteilung des gesamten Gebietes nach Regionen oder Bundesländern, die Recherche von Gemeinden und Institutionen über das Internet, Tourismusinformationen usw. und die Nutzung bereits bestehender Kontakte zum Finden themenrelevanter Exkursionsziele.

Das erste Ziel dieses Arbeitspaketes war es, das gesamte Zielgebiet des Osten Österreichs entweder nach Bundesländern oder Regionen einzuteilen, um den Interessenten eine bessere Übersicht zu geben, um einen Tagesausflug oder dergleichen zu planen. Um weite Strecken zwischen den einzelnen Ausflugszielen zu vermeiden, war man darauf bedacht, in jeder Region mehrere unterschiedliche Typen von nachhaltigen Ausflugszielen anzubieten und somit das Angebot attraktiver zu gestalten. Durch das Recherchieren sollte eine Liste erstellt werden, die in späterer Folge für die Projekthauptverantwortlichen als Grundlage diene, Destinationen unterschiedlicher Art herauszufiltern, welche in das Projekt aufgenommen werden sollen.

Als Recherchemedium für die Ausflugsdestinationen wurde in erster Linie das Internet herangezogen. Hier wurde versucht, in möglichst vielen Themengebieten fündig zu werden. Als Grundlage dafür diene die in AP 1 erstellte Liste mit Schlagwörtern, die aus der Mind-Map entstanden ist. Anhand dieser Schlagwörter wurde mittels Suchmaschinen versucht, Gemeinden, Organisationen oder Initiativen ausfindig zu machen, deren ökologisches Bemühen einerseits als Vorzeigeprojekt angesehen werden kann und andererseits in eine der vier festgelegten Kategorien passt.

Mittels Internetrecherche wurden zunächst Datenbanken ausfindig gemacht, die verschiedene Projekte dokumentierten (z.B. www.hausderzukunft.at, www.energyprojects.at, www.leader-austria.at, www.passivehouse.at, www.e5-gemeinden.at, www.eeost.at, uvm.). Die gefundenen Destinationen wurden in Excel-Listen gleich mit den wichtigsten Daten (Quelle, Bezeichnung, Adresse, Homepage, ...) erfasst, damit die spätere Bearbeitung einfacher wurde. Als geeignetes Instrument stellte sich auch die Suche nach Gewinnern von Preisen und Auszeichnungen im Bereich Umwelt und Energiesparen heraus. Fündig wurde man beispielsweise bei den Klimaschutzgemeinden, beim ÖGUT Umweltpreis oder beim Energie Star in Oberösterreich.

Neben dem Internet wurde auch versucht das Wissen von verschiedenen Personen für die Recherche zu nutzen. Daher wurden Tourismusinformationsstellen kontaktiert, mit der Bitte Informationen zu nachhaltigen Ausflugszielen zu übermitteln. Natürlich wurden auch die bereits bestehenden Kontakte genutzt um von möglichst vielen verschiedenen Exkursionszielen zu erfahren. Kontakt wurde hier mit Gemeinden ebenso aufgenommen wie mit Vertretern diverser Organisationen (z.B. BMVIT, ÖGUT, ...). Sämtliche recherchierte Destinationen wurden themenbezogen in die Tabelle eingetragen, die als Basis zur Entscheidung, welche Destinationen in den Exkursionsführer aufgenommen werden sollen, diente. Durch die 4 Hauptthemengebiete, die bereits im Vorfeld beschlossen wurden, sollte die Recherche vereinfacht werden. Gesucht wurden diverse Beiträge, Artikel, Websites, Vereine, Gemeinden, etc. die in einer Weise mit dem Thema Energieeffizienz in Verbindung stehen. Diese sehr zeitintensive Recherche brachte als Ergebnis fast 400 verschiedene Einträge. Schon hier wurde anhand der Verteilung der Projekte ersichtlich, wo die Schwerpunkte liegen werden. Während jeweils fast die Hälfte der Projekte zu den Energieeffizienten Gebäuden und den Erneuerbaren Energien zählte, bleibt für die Energieeffiziente Mobilität nur ein minimaler Prozentsatz. Dieser Bereich ist bei den Projekten noch stark unterrepräsentiert. Diese Verteilung bestätigte sich auch später bei den tatsächlichen Teilnehmern.

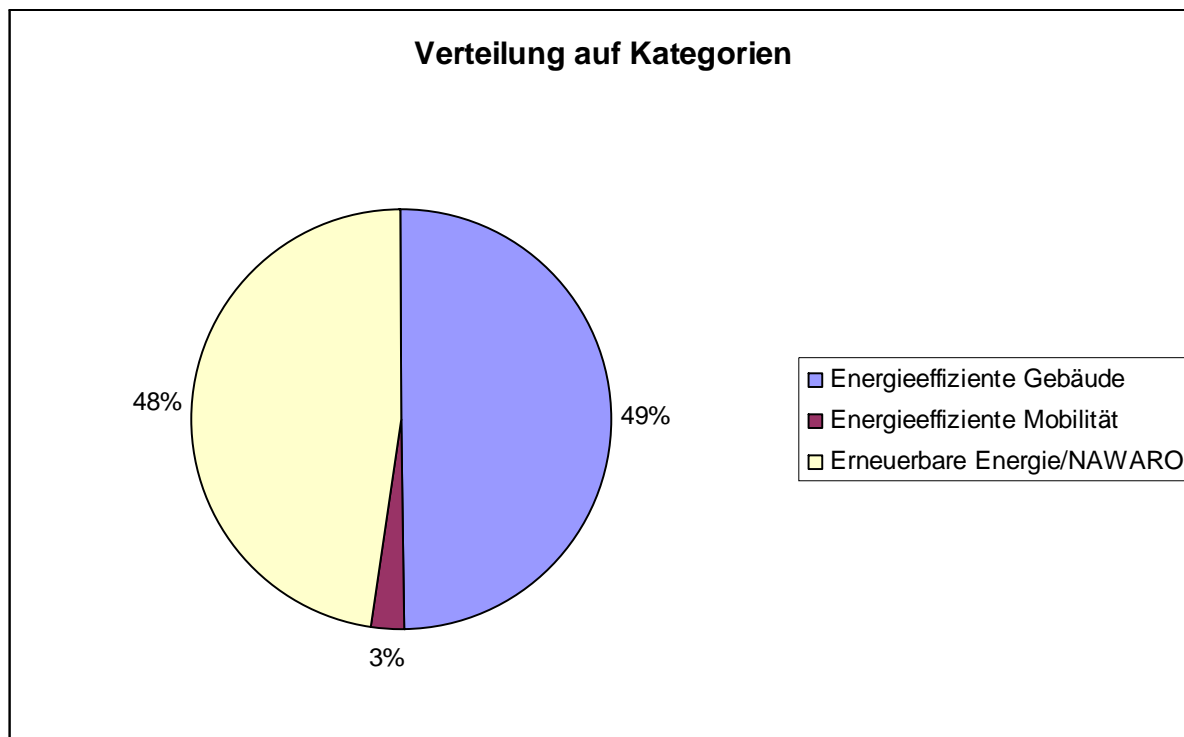


Abbildung 1: Verteilung auf Kategorien

Da diese große Datenmenge kaum noch überschaubar war, wurde sie nach bestimmten Kriterien sortiert und vereinfacht. Doppelnennungen oder sehr ähnliche/deckungsgleiche Projekte wurden vereinfacht oder beiseite gelassen. Aufgrund der langjährigen Erfahrung im Bereich der Energieeffizienz konnte das Vorwissen der Mitarbeiter des Sonnenplatzes Großschönau zur Selektion genutzt werden. Bekannte und wichtige Projektinitiatoren wurden gleich auf die Liste der fixen Teilnehmer gesetzt. Bei unbekanntem Projekten wurde zunächst nachrecherchiert inwieweit der Charakter eines Vorzeigeprojektes besteht und ob die Destination den hohen Ansprüchen an Nachhaltigkeit und ökologischer Bewusstseinsbildung, die für eine Teilnahme am Projekt Voraussetzung sind, gerecht werden kann. Aufgrund dieser Kriterien konnte die Liste auf 70 mögliche Destinationen reduziert werden, die im nächsten Arbeitspaket kontaktiert werden sollten.

Das AP 2 konnte erfolgreich abgeschlossen werden. Zunächst wurden die Bundesländer als Zielregionen definiert. Die aufwendige Recherche brachte danach ein Ergebnis von 400 möglichen Destinationen, die durch spezielle Kriterien auf 70 reduziert werden konnten.

3.4 AP 3) Kontaktaufnahmen mit Gemeinden / Organisationen

Das AP 3 stand im Zeichen der „Kontaktaufnahme mit den Gemeinden und Organisationen“ und war in den Monaten 2 und 3 der Projektlaufzeit vorgesehen. In erster Linie ging es darum die Intention des Projektes möglichen Teilnehmern zu erklären und zu verdeutlichen, welche Vorteile aus dieser Vernetzung entstehen können. Im zweiten Schritt sollten das Interesse und die Informationen von den möglichen Destinationen eingeholt werden und dazu wurde ein Beteiligungsformular an die kooperierenden Gemeinden oder Organisationen versendet.

Eines der Ziele dieses Arbeitspaketes war es, ein Telefonprotokoll für die erste Kontaktaufnahme zu erstellen. Wichtig war hier, dass dieser Fragebogen das Projekt „Lebensräume“ kurz erklärt und die Fragen so gestellt werden, dass die wichtigsten Informationen bereits beim Erstkontakt zu erfassen sind.

Ein weiteres Ziel war es, den Erstkontakt zu den verschiedenen Ausflugszielen herzustellen, was durchgehend via Telefon erfolgt ist und anschließend wurde ein Formblatt an diejenigen ausgesandt, die Interesse an der Projektteilnahme bekundeten mit der Bitte, dieses innerhalb einer vorgegebenen Frist auszufüllen und zu retournieren.

Zur Erstellung des Telefonprotokolls war es wichtig festzulegen, welche Informationen im Vorfeld gebraucht werden um die telefonische Kontaktaufnahme beginnen zu können. Der erste Punkt war die Vorstellung des Projektes und die Vorstellung der Sonnenplatz Großschönau GmbH als Unternehmen, welches die Forcierung des Energieeffizienten Hausbaus in Österreich anstrebt. Der zweite Punkt sollte das Thema Schulungen bearbeiten, ob die Mitarbeiter auf Kundenumgang geschult sind, wie viele Personen damit betraut sind, Gäste in ihrer Destinationen zu betreuen und ob diese Personen gewillt sind, an Schulungen/Workshops teilzunehmen, die der Sonnenplatz Großschönau veranstalten wird.

Nur wer hier auch Interesse bekundete, wurde weiterbefragt. War jemand nicht bereit, an diesen Schulungen teilzunehmen, wurde das Gespräch beendet, da es

ein wichtiges Kriterium darstellt um in das Projekt „Lebensräume“ aufgenommen zu werden.

Verlief das Gespräch bis zu diesem Punkt aber positiv, so wurden die Ansprechpartner der Destinationen gebeten, das Beteiligungsformular/Formblatt, welches ihnen im Anschluss an das Telefonat zugesendet wurde auszufüllen und wieder an uns zur weiteren Bearbeitung zu retournieren.

Abschließend wurden die Kontaktpersonen noch gefragt, ob es möglich wäre für sie, als Aussteller oder Referent, an der BIOEM Großschönau teilzunehmen, die vom 11. Juni 2009 bis 14. Juni 2009 stattfinden sollte. Wenn eine persönliche Teilnahme nicht möglich ist, ob es denkbar wäre, Informationsmaterial über die Destination/das Ausflugsziel zur Verfügung zu stellen, da das Projekt bei der BIOEM das erste Mal der Öffentlichkeit vorgestellt werden sollte.

Anschließend wurden die Ansprechpersonen und die Kontaktdaten der ausgewählten 70 Destinationen mittels Internet recherchiert. Danach wurde für jede Destination ein eigenes Protokoll angelegt, in dem im Vorfeld die wichtigsten Daten, wie Anschrift, Telefonnummer, Kontaktperson, sofern diese bereits durch die Recherche herauszufinden war, eingetragen wurden. Der Erstkontakt zu den Destinationen erfolgte per Telefon.

Bei den Telefonaten stellte sich allerdings häufig heraus, dass die Destinationen für eine Teilnahme am Exkursionsführer nicht in Frage kamen. Insgesamt fielen so 8 Destinationen gleich zu Beginn weg. Die Gründe dafür waren vielseitig:

- „Es gibt nicht genug zu sehen um Besucher zu empfangen.“
- „Wir bieten keine Führungen an.“
- „Wir haben kein Personal um Führungen durchzuführen.“
- „Derzeit wird die Destination umgebaut, daher ist es im Moment nicht möglich Führungen zu machen.“

Somit wurde das Telefonprotokoll mit 62 möglichen Teilnehmern durchgenommen. Da alle diese Gesprächspartner Interesse am Projekt und an einer Teilnahme zeigten, wurden ihnen in weiterer Folge die Informationen via E-Mail zugesandt. Im Anschreiben wurde das Projekt nochmals kurz erklärt und anhand der Nennung der Vorteile für jeden Teilnehmer versucht möglichst großes Interesse zu wecken. Im Anhang wurde das Formblatt mitgeschickt, das auf 5

Tabellenblättern einer Excel-Datei die geforderten Informationen aufzeigte. Zur besseren Übersicht wurden die Fragen zu 5 Themenschwerpunkten zugeordnet:

1. Allgemeine Ausführungen zur Exkursions-Destination (Ansprechperson, Kontaktdaten, Eintrittspreise, Öffnungszeiten, ...)
2. Inhaltliche Darstellung (Zielgruppenspezifische Beschreibungen)
3. Touristische Einrichtungen (Hotels, Gasthöfe, Pensionen, Heurige, ...)
4. Einverständniserklärung
5. BIOEM (Interesse sich auf BIOEM zu präsentieren, in welcher Form, ...)

Pflichtfelder wurden gelb hinterlegt und mussten ausgefüllt werden, die orangen Felder waren optional. Bei der inhaltlichen Darstellung gab es folgende Vorgabe: „Wir möchten mit dem Online-Exkursionsführer verschiedene Zielgruppen (Kinder und Jugendliche, Erwachsene (Gruppen, Vereine, ...), Experten) ansprechen. Daher ersuchen wir Sie, die Informationen Ihrer Destination für diese Gruppen entsprechend aufzubereiten. Der Text des Exkursionsangebots sollte pro zielgruppenspezifischer Beschreibung max. 1000 Zeichen umfassen. Die Einleitung soll in max. 200 Zeichen das Wichtigste erklären, um das Interesse der Informationssuchenden zu wecken. Weitere Informationen können Sie im Punkt "Sehenswert - Wissenswert - Erwähnenswert" gerne ergänzen.“

Mit der Einverständniserklärung sollte der Teilnehmer unterzeichnen, dass die im vorgegebenen Formblatt eingetragenen Daten der Richtigkeit entsprechen und für die Veröffentlichung im Rahmen des „Lebensräume“-Projektes verwendet werden dürfen.

Als weitere Hilfestellung erhielten die möglichen Teilnehmer das Formblatt ausgefüllt anhand des Beispiels Sonnenplatz Großschönau. Somit konnte verdeutlicht werden, welche Informationen in welcher Form benötigt werden.

Da die Fristen sehr oft nicht eingehalten wurden, musste ständig per Mail oder Telefon nachgehakt werden, damit die Unterlagen nicht vergessen werden.

Von den 62 Aussendungen kamen schließlich 42 Teilnahmen und 20 Absagen retour. Die Begründungen kamen meist per Mail und fielen oft sehr vage aus. Auch bei nochmaligem Nachfragen, war nicht viel in Erfahrung zu bringen. Die häufigsten Gründe für eine Absage lauteten:

- „Wir haben nicht die Kapazität vermehrt Führungen durchzuführen.“
- „Es wird umgebaut, daher können wir derzeit nicht teilnehmen.“
- „Es gibt doch nicht genug zu sehen, um es so zu bewerben.“

- „Das Sicherheitsrisiko bei den Maschinen ist zu hoch.“

Insgesamt konnten also von 70 möglichen Teilnehmern 42 Destinationen gewonnen werden, 8 fielen gleich am Anfang weg und 20 sagten aus diversen Gründen ab. Die Ausfallsrate liegt mit 40 % hier extrem hoch. Es gestaltete sich als äußerst schwierig, die angepeilten 40 Teilnehmer zu erreichen. Schließlich kam auf jeden Teilnehmer fast eine Absage. Prozentuell gestaltet sich dies folgendermaßen:

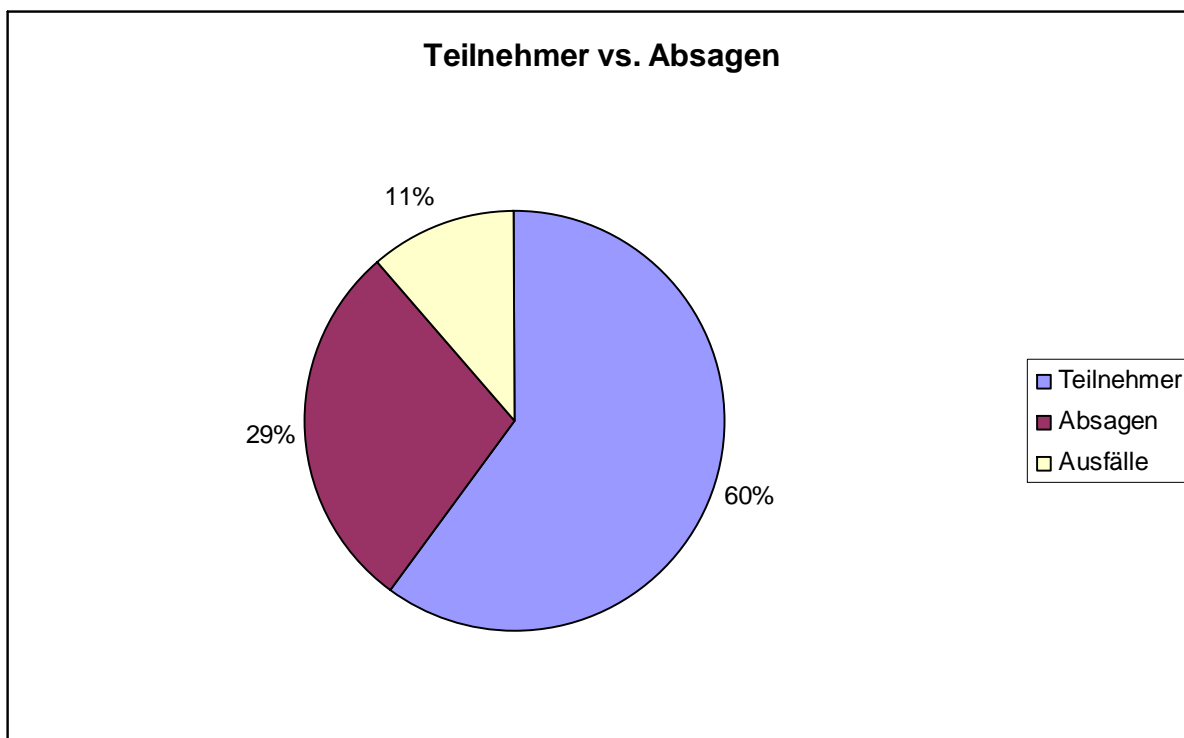


Abbildung 2: Teilnehmer vs. Absagen

Interessanterweise gab es bei den Absagen große Unterschiede zwischen den einzelnen Bundesländern. Während in Niederösterreich 15 Teilnehmern nur 3 Absagen und 2 Ausfälle gegenüberstehen, konnten in Oberösterreich aufgrund von 6 Absagen und 4 Ausfällen nur 8 Teilnehmer gewonnen werden. Im Burgenland war die Ausfallsrate mit 40 % gleich hoch wie im gesamten Projektgebiet. 6 teilnehmende Destinationen blieben nach 4 Absagen übrig. Die Ausfallsrate war auch in der Steiermark mit 2 Ausfällen und 5 Absagen im Vergleich zu 10 Teilnehmern relativ hoch. Auch in Wien und im Osten von Salzburg gab es je eine Absage. Da hier aufgrund des kleineren Gebietes generell weniger Destinationen angesprochen worden waren, fallen diese aber in der

Gesamtsicht weniger ins Gewicht. Die folgende Grafik verdeutlicht diesen Zusammenhang:

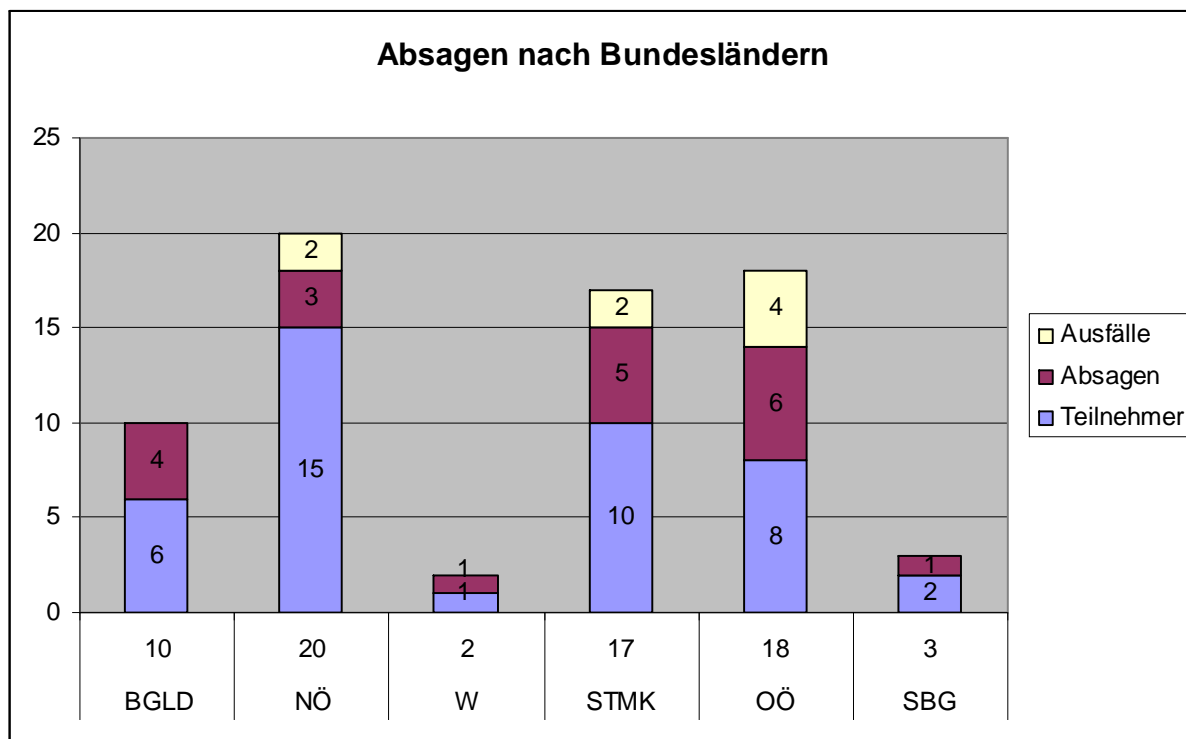


Abbildung 3: Absagen nach Bundesländern

Die Ergebnisse des AP 3 sind das erstellte Telefonprotokoll, die Kontaktaufnahme mit den einzelnen Destinationen durch Telefonate und die Zusendung der Unterlagen per Mail. Somit kann die Kontaktaufnahme mit den Gemeinden und Organisationen als erfüllt angesehen werden.

3.5 AP 4) Informationen der Gemeinden aufbereiten

Im AP 4 galt es die Informationen der Gemeinden aufzubereiten. Das Arbeitspaket startete im dritten Projektmonat und dauerte bis zum Projektabschluss. Als Ergebnis dieses Arbeitspaketes sollte die Webseite entstehen. Dazu musste der Online-Exkursionsführer textlich und graphisch aufbereitet werden. Die eingehenden Informationen der Teilnehmer mussten kontrolliert und überarbeitet werden um sie textlich und graphisch für die Homepage aufzubereiten.

Generell wurden die Rückmeldungen abgespeichert und dann überarbeitet. Zuerst wurden die Angaben auf Vollständigkeit und Richtigkeit kontrolliert. Die Texte wurden auf Fehler und Verständlichkeit geprüft. Die erhaltenen Rückmeldungen erfüllten die Vorgaben nur teilweise. Entweder wurde ein Teil der Informationen überhaupt weggelassen oder die Angaben waren lückenhaft. Die geforderten zielgruppenspezifischen Beschreibungen waren entweder viel zu lang oder sehr kurz. Auch die zur Verfügung gestellten Fotos entsprachen in Größe und Auflösung oft nicht den Anforderungen. Natürlich gab es auch einige Teilnehmer, deren Angaben gleich den Vorgaben entsprachen. Bei den anderen jedoch mussten die restlichen Angaben nachgefordert oder um Änderungen ersucht werden. Dies konnte größtenteils per Mail und Telefon erledigt werden. Da allerdings Änderungen und Ergänzungen teilweise nicht im gewünschten Ausmaß eingingen, mussten wir von der Grundidee, dass jede Destination drei zielgruppenspezifische Beschreibungen bereitstellt, Abstand nehmen. Häufig fehlte die Beschreibung für die Kinder und manchmal auch für die Experten. Als Begründung wurde meist genannt, dass es nur eine Führung als Standardprogramm gibt und es kein spezielles Angebot für z.B. Kinder gibt. In solchen Fällen, wo auch nach wiederholtem Nachfragen keine Beschreibung nachgereicht wurde, wurde dies dann auf den Datenblättern und auf der Homepage unter der jeweiligen Zielgruppe mit folgendem Satz belegt: „kein eigenes Angebot“.

Im Zuge der Überlegungen zur Realisierung der Homepage ging es auch um die Umsetzbarkeit der Informationen aus den Formblättern auf die Webseite. Nach

diversen Besprechungen kam man zu dem Entschluss eigene Datenblätter für jede Destination zu erstellen, die die wichtigsten Informationen übersichtlich und kompakt bereitstellen. Unter einem einheitlichen Layout wurden für jede Destination die Bezeichnung, Kontaktdaten, Öffnungszeiten, Eintrittspreise, Kurzbeschreibungen und touristischen Einrichtungen in einem Datenblatt zusammengefasst.

Zur Erstellung der Homepage konnten somit aus einem gebündelten Dokument alle relevanten Daten herausgenommen werden. Diese Zusammenfassung sollte allerdings auch den Besuchern der Webseite zur Verfügung gestellt werden. Dazu wurden die Datenblätter in PDF-Format umgewandelt und unter dem Link „Infoblätter im pdf-Format downloaden“ zum ausdrucken oder abspeichern bereitgestellt.

Insgesamt konnten bis zum Projektende 42 Destinationen aus 6 Bundesländern im Osten Österreichs von der Teilnahme am Exkursionsführer überzeugt werden.

Teilnehmer

Burgenland:

- Biogas Strem bei Güssing
- Das Europäische Zentrum für Erneuerbare Energie Güssing
- Fernwärme Urbersdorf
- Gemeindebus der Stadtgemeinde Purbach am Neusiedler See
- Passiv-Musterhaus Kemetten - Bauunternehmen Viktor Binder
- Pflanzenölproduktion Großwarasdorf

Niederösterreich:

- Biogas Bruck an der Leitha
- Biogasanlage Eggenburg
- Biogasanlage Japons
- Biomasse Fernheizwerk Bruck an der Leitha
- Energiemustergemeinde Kirchberg an der Pielach im Dirndltal
- Gemeinde Lichtenegg: Windrad mit Aussichtsplattform und Erlebnismühle
- Kräuterdorf/Bioenergiedorf Merkenbrechts
- Lehm-Passiv-Bürohaus Tattendorf
- Passivhauskindergarten Ziersdorf
- S-House Böheimkirchen
- Sol 4 Büro- und Seminarzentrum Eichkogel

- Sonnenplatz Großschönau mit dem 1. Europäischen Passivhausdorf zum Probewohnen
- Sonnentor Kräuterhandelsgesellschaft mbH
- Stadtgemeinde Stockerau
- Waldland

Wien:

- Donaukraftwerk Freudenau

Oberösterreich:

- Biohof Achleitner
- ChristophorusHaus Stadl-Paura
- Energiebaukasten Gemeinde Munderfing
- Energieregion RUF (Wartberg, Pregarten, Hagenberg, Unterweikersdorf)
- Erster Passivhauskindergarten Oberösterreichs
- Passivbauweise sanierte Hauptschule II und Polytechnische Schule Schwanenstadt
- Pfarrheim Mauthausen
- Windhaag bei Freistadt

Steiermark:

- Bioenergie-Betriebe Mureck (SEEG, Nahwärme, Ökostrom)
- Büro der „1. Internationalen Energieschaustrasse“
- ENERGIEREICH St. Kathrein am Offenegg
- Gemeinde Markt Hartmannsdorf
- Gemini Haus Weiz
- Ökoregion Kaindorf
- Plusenergiehaus „Oststeiermarkhaus“ Großwilfersdorf
- Schiestlhaus am Hochschwab
- Weingut Fam. Peitler, Leutschach
- Thermenhauptstadt Fürstenfeld

Salzburg:

- Passivhauswohnanlage Samer Mösl
- Sanfte Mobilität Werfenweng

Gesamt stammen 15 Destinationen aus Niederösterreich, 10 aus der Steiermark, 8 aus Oberösterreich, 6 aus dem Burgenland, 2 aus Salzburg und 1 aus Wien. Prozentuell gestaltet sich diese Verteilung wie folgt:

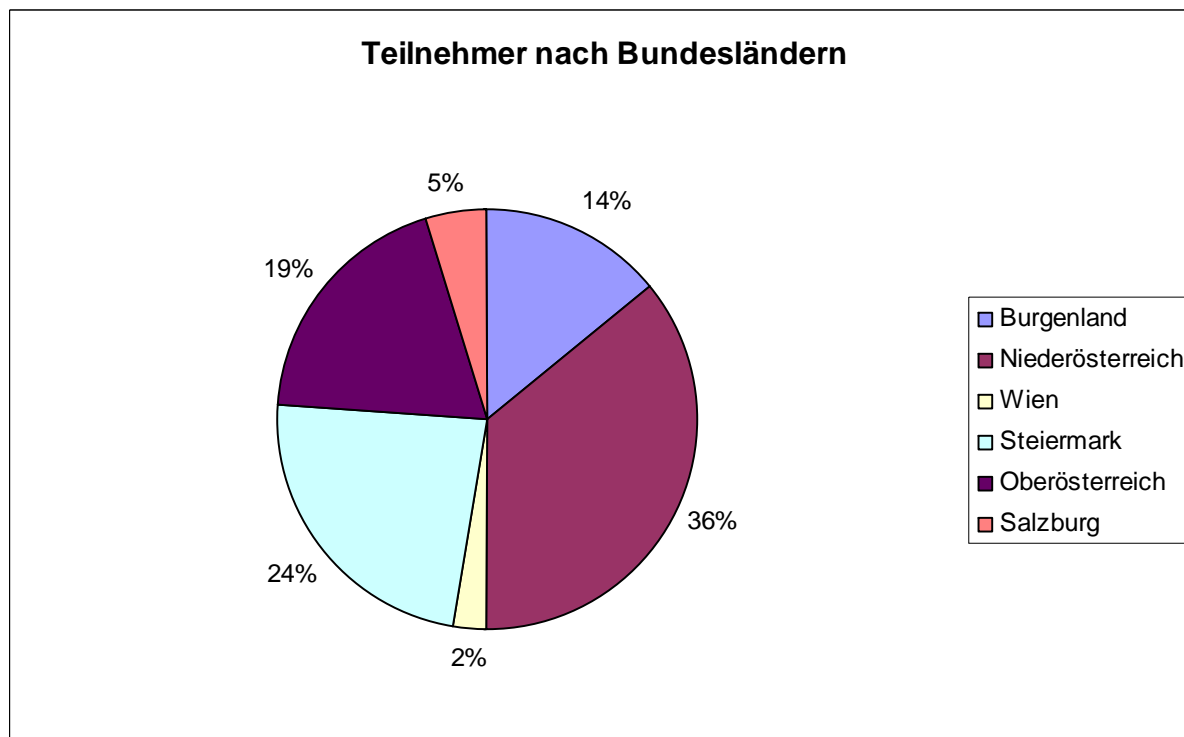


Abbildung 4: Teilnehmer nach Bundesländern

Die Destinationen konnten selbst im Formblatt angeben welche Schwerpunkte auf sie zutreffen:

- Energieeffiziente Gebäude/Wohnen
- Energieeffiziente Mobilität
- Erneuerbare Energie/NAWARO
- Weitere nachhaltige ökologische Angebote

Jeder Destination kann in der Landkarte nur ein Symbol zugeordnet werden. Falls die Angaben nicht eindeutig waren, wurde die Destination derjenigen Kategorie zugeordnet, wo der Schwerpunkt liegt. Angebote, die in keine der drei ersten Kategorien passten, wurden als weitere nachhaltige ökologische Angebote bezeichnet. Die Teilnehmer verteilen sich wie folgt auf die vier Bereiche:

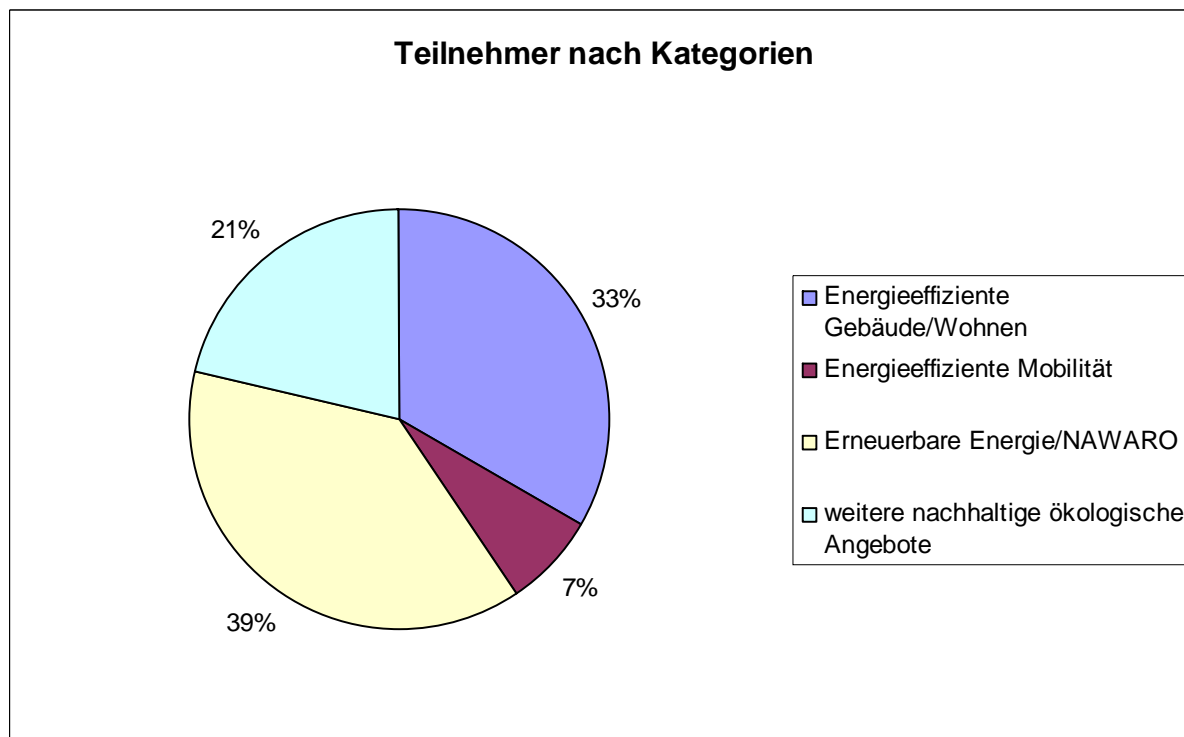


Abbildung 5: Teilnehmer nach Kategorien

Bei einer Gegenüberstellung dieser Daten wird deutlich in welchem Bundesland welche Art von Projekten auf dem Vormarsch ist. Destinationen aus der Kategorie Energieeffiziente Gebäude/Wohnen sind vor allem in Niederösterreich (5), Oberösterreich (4) und der Steiermark (3) vertreten. Projekte zu Energieeffizienter Mobilität sind noch sehr selten und eher im Burgenland (2) und Salzburg (1) von Interesse. Den größten Bereich bilden Projekte zu Erneuerbaren Energien/NAWARO. In Niederösterreich nehmen 6 Destinationen aus diesem Bereich teil, aus der Steiermark 4, aus dem Burgenland 3 und aus Oberösterreich 2. Projekte, die entweder verschiedene Schwerpunkte haben oder nicht eindeutig zuordenbar sind, wurden unter dem Titel „weitere nachhaltige ökologische Angebote“ zusammengefasst. Dazu zählen 4 Destinationen in Niederösterreich, 3 in der Steiermark und 2 in Oberösterreich.

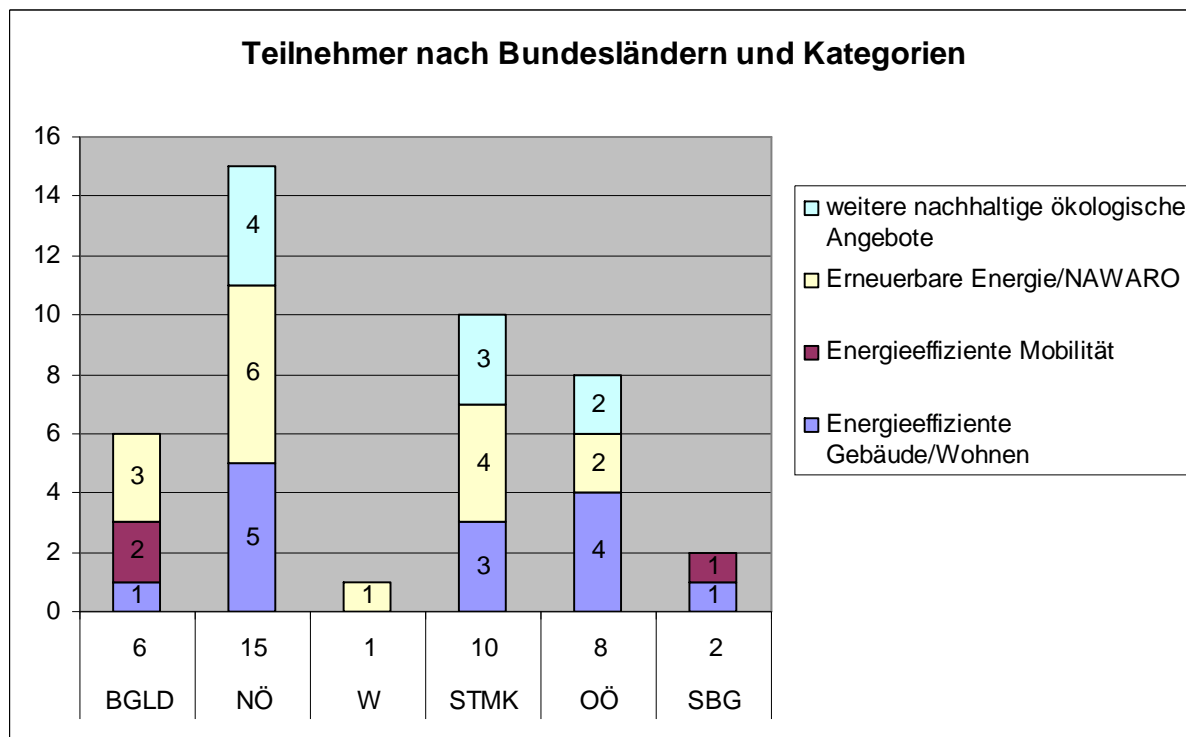


Abbildung 6: Teilnehmer nach Bundesländern und Kategorien

Das Ergebnis des AP 4 sind die erstellten Datenblätter, die anhand der eingegangenen Unterlagen bearbeitet und erstellt wurden.

3.6 AP 5) Ausbildungsworkshops für Mitarbeiter der einzelnen Exkursionsziele

Das AP 5 sollte sich der Durchführung von Ausbildungsworkshops für die Mitarbeiter der einzelnen Exkursionsziele widmen. Geplant waren diese Workshops in den letzten beiden Projektmonaten und die wichtigsten Punkte dabei waren die Organisation, die Durchführung und die anschließende Reflexion nach jedem Ausbildungsworkshop.

Geplant waren drei Workshops für jeweils zwei Bundesländer. Damit sollten die Anfahrtswege gering gehalten werden. Jeder Workshop sollte ca. 3 Stunden dauern und war jeweils an einem Nachmittag geplant, da berufstätige Gäste so leichter teilnehmen konnten. Die Veranstaltungen sollten bei einem Teilnehmer vor Ort stattfinden. Einerseits war es durch die Unterstützung der Kontaktpersonen vor Ort einfacher einen passenden Raum zu finden, andererseits konnte somit gleich eine Destination besichtigt und den anderen Teilnehmern präsentiert werden. Um die Anfahrt für alle Teilnehmer in etwa ausgeglichen zu halten, wurden dazu Destinationen gewählt, die ungefähr in der Mitte des betreffenden Gebiets liegen. Somit wurden die 3 Workshops wie folgt organisiert:

Workshop 1: Oberösterreich und Salzburg

Termin: Montag, 25. Mai 2009, 14.00 bis 17.00 Uhr

Ort: Christophorus-Haus Stadl-Paura

Organisiert mit Hilfe von Frau Mag. Christine Parzer vom Christophorus-Haus, die die Veranstaltung in einem Seminarraum unterbringen konnte.

Eingeladene Destinationen:

Oberösterreich:

- Biohof Achleitner
- ChristophorusHaus Stadl-Paura
- Energiebaukasten Gemeinde Munderfing
- Energieregion RUF (Wartberg, Pregarten, Hagenberg, Unterweikersdorf)
- Erster Passivhauskindergarten Oberösterreichs

- Passivbauweise sanierte Hauptschule II und Polytechnische Schule Schwanenstadt
- Pfarrheim Mauthausen
- Windhaag bei Freistadt

Salzburg:

- Passivhauswohnanlage Samer Mösl
- Sanfte Mobilität Werfenweng

Workshop 2: Steiermark und Burgenland

Termin: Dienstag, 26. Mai 2009, 13.30 bis 17.00 Uhr

Ort: GZSZ (Gründer- und Servicezentrum) Fürstenfeld

Die Ansprechperson Herr Mag. Robert Gether vermittelte den Kontakt zum Gründer- und Servicezentrum in Fürstenfeld, wo ein entsprechender Raum gemietet werden konnte.

Eingeladene Destinationen:**Steiermark:**

- Bioenergie-Betriebe Mureck (SEEG, Nahwärme, Ökostrom)
- Büro der „1. Internationalen Energieschaustrasse“
- ENERGIEREICH St. Kathrein am Offenegg
- Gemeinde Markt Hartmannsdorf
- Gemini Haus Weiz
- Ökoregion Kaindorf
- Plusenergiehaus „Oststeiermarkhaus“ Großwilfersdorf
- Schiestlhaus am Hochschwab
- Weingut Fam. Peitler, Leutschach
- Thermenhauptstadt Fürstenfeld

Burgenland:

- Biogas Strem bei Güssing
- Das Europäische Zentrum für Erneuerbare Energie Güssing
- Fernwärme Urbersdorf
- Gemeindebus der Stadtgemeinde Purbach am Neusiedler See
- Passiv-Musterhaus Kemeten - Bauunternehmen Viktor Binder
- Pflanzenölproduktion Großwarasdorf

Workshop 3: Niederösterreich und Wien

Termin: Dienstag, 2. Juni 2009, 13.30 bis 17.00 Uhr

Ort: Sonnenplatz Großschönau

Eingeladene Destinationen:

Niederösterreich:

- Biogas Bruck an der Leitha
- Biogasanlage Eggenburg
- Biogasanlage Japons
- Biomasse Fernheizwerk Bruck an der Leitha
- Energiemustergemeinde Kirchberg an der Pielach im Dirndltal

- Gemeinde Lichtenegg: Windrad mit Aussichtsplattform und Erlebnismühle
- Kräuterdorf/Bioenergiedorf Merkenbrechts
- Lehm-Passiv-Bürohaus Tattendorf
- Passivhauskindergarten Ziersdorf
- S-House Böheimkirchen
- Sol 4 Büro- und Seminarzentrum Eichkogel
- Sonnenplatz Großschönau mit dem 1. Europäischen Passivhausdorf zum Probewohnen
- Sonnentor Kräuterhandelsgesellschaft mbH
- Stadtgemeinde Stockerau
- Waldland

Wien:

- Donaukraftwerk Freudenau

Die Workshops sollten zwei Mal 90 Minuten mit einer Pause dauern. Geplant war folgende Agenda:

- 1. Teil:
 - Vorstellungsrunde der Teilnehmer (Name, Destination erklären, ...)
 - Vorstellung des Projektes „Lebensräume“, Motivation für das Projekt
 - Erklärung der Homepage www.eeeeeee.at
 - Offene Fragen, Verbesserungsvorschläge

- 2. Teil:
 - Erarbeitung der Vorteile dieser Synergie- und Netzwerkbildung
 - Was sind die Erwartungen an das Projekt?
 - Zeitpunkt gemeinsam definieren, wann Erfüllung der Erwartungen überprüft werden soll
 - Vernetzung deutlich machen

Pause

- 3. Teil:
 - Praktische Tools vermitteln:
Umgang mit Anmeldungen durch das Projekt (Telefon, Email, ...),
Hilfestellung für Planer von Exkursionen (Zusatzinformationen über
Gastronomie usw. weitergeben)

Bisheriger Umgang mit Kunden? Wie verbessern?

- 4. Teil:
 - Feedback zum Projekt einholen
 - Erfahrungsaustausch und gegenseitiges Kennen lernen

- Gemütlicher Ausklang

Eine Power-Point-Präsentation sollte durch den gesamten Workshop führen und quasi den roten Faden der Veranstaltung bilden. Nach der Begrüßung und der Erklärung der Agenda, war eine kurze Vorstellung des Sonnenplatzes Großschönau geplant. Anhand dieses Beispiels sollten alle Teilnehmer ihre Destination kurz (max. 5 Minuten) mit Name, Erklärung der Destination, Besonderheiten und Zukunftsaussichten präsentieren.

Im Anschluss wurde das Projekt „Exkursionsführer Lebensräume“ vorgestellt: Zielsetzung, Vorteile, Kategorien, Zielgruppen. Außerdem werden die Bedeutung des Links zur Homepage und die Vorteile der Webseite erläutert, bevor die Seite selbst direkt im Internet demonstriert wird. Daran anschließend sollten gleich offene Fragen geklärt und Verbesserungsvorschläge festgehalten werden.

Im zweiten Teil sollten die Vorteile dieser Synergie- und Netzwerkbildung herausgearbeitet und allen Teilnehmern verdeutlicht werden. Weiters galt es zu klären, welche Erwartungen an das Projekt gestellt werden und zu welchem Zeitpunkt eine Überprüfung dieser Erwartungen für sinnvoll erachtet wird.

Nach der Pause widmete sich der dritte Teil dem richtigen Ton im Umgang mit Kunden und Interessenten. Aus Erfahrungen mit dem bisherigen Kundenumgang sollten mögliche Verbesserungen für die Zukunft erarbeitet werden.

Im vierten Teil sollten die Teilnehmer mögliche Verbreitungswege für das Projekt diskutieren, um es einer breiteren Öffentlichkeit bekannt zu machen. Am Ende standen noch Feedback und Erfahrungsaustausch am Programm.

Jeder Teilnehmer sollte ein Handout mit den wichtigsten Informationen zum Projekt und den Teilnehmern erhalten. Der erste Teil galt den allgemeinen Informationen zum Projekt und beinhaltete die FAQ (frequently asked questions). Danach folgten die Datenblätter zu allen teilnehmenden Destinationen nach Bundesland alphabetisch sortiert. Dadurch konnten alle Teilnehmer die wichtigsten Informationen über ihre Kollegen erhalten und hätten diese jederzeit kompakt zur Hand, falls Anfragen nach weiteren möglichen Zielen einlangen. Der dritte Teil des Handouts widmete sich dann noch den praktischen Tools. Darin

befanden sich eine Übersicht der „Do's & Dont's“ zum richtigen Ton im Umgang mit den Kunden, verschiedene Telefonprotokolle (Einzelpersonen, Gruppen, Sonderwünsche) und eine Checkliste zur Überprüfung der Vollständigkeit aller Daten. Weiters wurden Flyer vorbereitet, die die Teilnehmer bei ihrer jeweiligen Destination dann auflegen können um die Webseite bekannter zu machen.

Nach der Anmeldefrist für die ersten beiden Workshops mussten wir leider feststellen, dass sich für den Workshop in Oberösterreich nur 2 von 10 Destinationen und für den Termin in der Steiermark nur 5 von 16 Destinationen angemeldet hatten. Nach internen Beratungen kam der Projektverantwortliche zu dem Entschluss, dass es aus ökologischen und ökonomischen Gründen nicht vertretbar war, diesen großen Aufwand für diese geringe Teilnehmerzahl durchzuführen. Daher konzentrierte sich das gesamte Bemühen auf den Termin in Niederösterreich. Alle Destinationen der anderen beiden Workshops erhielten mit der Mitteilung über die Absage gleichzeitig eine neue Einladung für den Termin in Großschönau zu dem nun alle Teilnehmer erwartet wurden. Doch auch hier erreichten uns zahlreiche Absagen. Schlussendlich gab es von den 42 Destinationen nur 3 Anmeldungen. Davon hätte ein Teilnehmer eine Anreise von etwa 180 Kilometern gehabt. Die anderen beiden waren 60 bzw. 30 Kilometer entfernt. Da unter diesen Bedingungen die Qualität der Veranstaltung für die Teilnehmer aufgrund fehlender Interaktion bei so geringer Teilnehmerzahl nicht soweit gewährleistet werden konnte, dass eine derartig weite Anreise zu rechtfertigen wäre, musste auch diese Veranstaltung abgesagt werden.

Nach der Absage der Workshops wurden die bereits vorbereiteten Unterlagen (Handout, Flyer, ...) per Post an die teilnehmenden Destinationen versendet. Neben dem Anschreiben wurden die wichtigsten Informationen aus der Power-Point-Präsentation mittels eines Auszugs aus der Präsentation zum Teilnehmertreffen weitergegeben. Um dennoch die Meinungen, Erwartungen und das Feedback zur Webseite einholen zu können, wurde ein Fragebogen erstellt, der mit der Aussendung in Papierform und auch in elektronischer Form per Mail an die Ansprechpersonen versendet wurde und bis zu einer Frist retourniert werden soll. Auch die vorbereiteten Flyer wurden der Aussendung beigelegt. Somit haben die Teilnehmer alle Informationen zum Projekt und der Homepage erhalten.

Von 27 der 42 Destinationen wurde der ausgefüllte Fragebogen bereits zurückgesendet. Die fehlenden Bögen werden in den nächsten Wochen erwartet bzw. nochmals eingefordert. Die Rückmeldungen sind durchwegs äußerst positiv sowohl das Projekt im Allgemeinen als auch die Homepage im Speziellen betreffend. Aufgrund der offen gestellten Fragen ist eine umfassende empirische Auswertung nicht möglich. Der Fragebogen wurde sehr offen verfasst, um die Teilnehmer aufzufordern ihre eigene Meinung und ihr konkretes Feedback zu formulieren. Daher wurde auch auf eine vorgegebene Bewertung, die anzukreuzen wäre, verzichtet. Exemplarisch sollen die wichtigsten Aussagen im Folgenden wieder gegeben werden.

Bei der Frage nach dem Feedback zum Projekt waren 25 Teilnehmer begeistert und bezeichneten es als sehr informativ, positiv, gut gelungen, übersichtlich, gut aufbereitet und benutzerfreundlich. Die anderen Teilnehmer waren eher neutral in Ihrer Bewertung und wollten teilweise noch abwarten, wie sich das Projekt entwickeln wird.

Stellvertretend für die Aussagen vieler Destinationen wird je ein Teilnehmer aus jedem Bundesland zitiert:

Burgenland:

- Mag. Christian Keglovits, Europäisches Zentrum für Erneuerbare Energie im ÖkoEnergieland Güssing:

„Der Schritt zu einer Vernetzung im Bereich der Alternativenergieanbieter und all jener, die hier im Bereich Bewusstseinsbildung tätig sind, ist ein sehr wichtiger. Insofern ist bereits sehr viel damit getan, dass der erste Schritt mit dieser Homepage gesetzt wurde. Für uns ist es außerdem sehr interessant, zu erkunden, wie andere auf diesem Gebiet arbeiten und wie weit die Entwicklung bei anderen Ökoenergie tourismusanbietern ist. Interessierte können sich so auf alle Fälle einen guten Überblick verschaffen.“

Niederösterreich:

- Ing. Hermann Fischer, Passivhauskindergarten Ziersdorf:

„Bis jetzt wurden meine/unsere Erwartungen übertroffen. Das Projekt ist sehr positiv!“

Steiermark:

- Klaus Schnalzer, Energieeffiziente Gemeinde Markt Hartmannsdorf:

„Wir sind sehr beeindruckt vom Ergebnis. Sehr gelungen und ansprechend aufbereitet. Auch ist die Homepage-Lebensräume bedienerfreundlich aufgebaut.“

Oberösterreich:

- Ilse Achleitner, Biohof Achleitner, Eferding:

"Wir finden dieses Projekt sehr unterstützenswert. Generell ist es sehr positiv, sich mit ähnlich denkenden Unternehmen zusammenzutun und Netzwerke zu betreiben bzw. gemeinsam gleiche Zielgruppen anzusprechen."

Salzburg:

- Natalie Sanabria, TVB Werfenweng:

„Der Ansatz ist interessant und nachhaltige Exkursionsziele gebündelt zu präsentieren ist sehr gut. Wenn man es mit diesem Angebot schafft, die entsprechenden Zielgruppen anzusprechen, ist das optimal.“

Der Großteil hatte keine Verbesserungsvorschläge zur Homepage. Teilweise wurden kleine Änderungen auf der jeweiligen Seite des Teilnehmers gewünscht, die sogleich umgesetzt wurden.

Von großem Interesse war auch die Frage, welche Erwartungen die Teilnehmer an das Projekt haben. Die Antworten lassen sich unter einigen Begriffen zusammenfassen: Der Hälfte der Teilnehmer ist die Bekanntmachung des Projektes und der eigenen Initiativen am wichtigsten. Jeweils 3 erwarten sich vom Projekt eine bessere Vernetzung von Gleichgesinnten beziehungsweise eine Aufwertung der regionalen Wertschöpfung. Einige erhoffen sich eine Meinungsbildung bei den Nutzern der Seite und die Verbreitung der Idee der Nachhaltigkeit. Wiederum sollen einige Aussagen als Beispiele zitiert werden.

Burgenland:

- Josef Beidinger, Pflanzenölproduktion, Großwarasdorf:

„Die Bevölkerung soll Interesse an Erneuerbarer Energie, Nachhaltigkeit, regionaler Wertschöpfung bekommen.“

Niederösterreich:

- Katharina Fessler, Sonnentor Kräuterhandels GmbH, Sprögnitz:

„Ein gemeinsamer Auftritt eröffnet bessere Chancen zur Bekanntheitssteigerung; wir wollen gemeinsam erfolgreicher in der Verbreitung regionaler Wertschöpfung werden.“

Steiermark:

- Robert Santner, ENERGIEREICH St. Kathrein am Offenegg:

„Meine Erwartung ist, dass der nachhaltige Energietourismus zunehmen möge, sowie zur Pflichtübung jeder Schulorganisation in Österreich wird.“

Oberösterreich:

- Bürgermeister Erich Traxler, Gemeinde Windhaag bei Freistadt:
„Wir erwarten uns eine Erhöhung der Besucherfrequenz im Zuge der Vernetzung.“

Salzburg:

- Ing. Josef Seywald, Passivhausanlage Samer Mösl, Salzburg-Gnigl:
„Steigerung des Bekanntheitsgrades. Verbesserung im Marketing. Andere Projekte sollen von den Erkenntnissen profitieren.“

Bei der Frage nach möglichen Wegen der Bekanntmachung des Projektes und der Homepage sowie nach geeigneten Verbreitungsmöglichkeiten dafür kamen sehr ähnliche Antworten zurück. Der Großteil nannte das Internet, Verlinkungen und Emails, neben traditionellen Medien wie Plakat, Zeitung, Radio und Fernsehen. Mehrfach wurde auch die Idee genannt spezielle Personengruppen gezielt anzusprechen beispielsweise über Gemeindezeitungen, in Schulen oder bei Fachmessen. Die ausgearbeiteten Handouts lieferten ausreichend Informationen, da bei keinem Teilnehmer offene Fragen aufgetaucht sind.

Insgesamt haben die Teilnehmer ein Projekt dieser Art sehr begrüßt und sind mit der Umsetzung äußerst zufrieden. Bisher haben wir auch per Mail oder telefonisch nur positives Feedback dazu erhalten.

Im Laufe des AP 5 mussten anstelle der Workshops die Unterlagen zum Projekt per Post versendet werden. Dadurch konnte der Wissensgleichstand der Teilnehmer erreicht werden. Mittels der Fragebögen konnte auch das erste Feedback zum Projekt und zur Homepage eingeholt werden. Somit konnten trotz der Absagen der Workshops die Ziele des AP 5 erreicht werden.

3.7 AP 6) Kommunikation / Verbreitung

Das AP 6 mit der Bezeichnung „Kommunikation und Verbreitung“ kam über die gesamte Projektlaufzeit zur Anwendung und verfolgte die Intentionen die erarbeiteten Unterlagen auf die Homepage zu stellen, die Bewerbung der Webseite und laufende Marketingaktivitäten.

Für die Realisierung der Homepage waren folgende Schritte notwendig:

1. Namen für die Homepage finden

In den Projektbesprechungen wurde immer wieder mittels Brainstorming über den Namen der Homepage nachgedacht. Ideen wurden dann im Internet nachrecherchiert und überprüft, ob die Domains schon vergeben sind. Der Name der Seite sollte eindeutig zuordenbar, leicht zu merken und möglichst unverwechselbar sein. Da sehr viele Domains schon vergeben waren, begann der Denkprozess immer wieder aufs Neue. Die Entscheidung fiel dann auf www.eeeeeee.at. Die sechs „e“ stehen für die Zielsetzung der Seite: **E**nergie-**E**ffizienz, **E**rneuerbare **E**nergie, **E**xkursions-**E**rlebnis.

2. Domain mit Speicherplatz am Server bestellen

3. Startseiten und Ortseiten erstellen

Die einfache Nutzung und Bedienerfreundlichkeit der Webseite standen in den Projektbesprechungen an erster Stelle. Um dies zu gewährleisten sollte der Aufbau der Seite möglichst einfach und überschaubar gehalten werden. Umso weniger Klicks der Nutzer braucht um zur gewünschten Information zu gelangen desto besser. Weiters sollte das Layout der Homepage einen Wiedererkennungswert besitzen. Farblich orientierte sich das Design am Logo. Daher kehren dieselben Grüntöne, Banner und Sätze immer wieder.

Auf der Startseite befindet sich eine kurze Erklärung zur Seite im Allgemeinen sowie zu den Symbolen für die vier Kategorien. Weiters finden sich die Links zum Impressum und zu den FAQ. Mit einem Klick auf die Seite kommt man weiter zur Landkarte. Die Landkarte zeigt Ostösterreich mit den Bundesländern Niederösterreich, Wien, Burgenland, Steiermark, Oberösterreich und Salzburg. Die Bundesländergrenzen sind zur besseren Orientierung markiert. In jedem Bundesland befinden sich die einzelnen Destinationen mit dem jeweiligen Symbol eingezeichnet. Beim Klicken mit der

Maus auf ein Symbol öffnet sich ein Feld mit dem Ort und der Bezeichnung der Destination. Um zur nächsten Seite zu wechseln reicht ein Klick auf den „weiter“-Link. Die Seiten mit den Informationen sind bei jeder Destination gleich aufgebaut. Unter der Überschrift stehen ganz links Beschreibungen des Exkursionszieles für die drei Zielgruppen: Kinder und Jugendliche, Erwachsene sowie Experten. Unter dem Link „mehr...“ sind ausführlichere Erklärungen zu finden. Mit „zurück“ geht es immer wieder auf die Hauptseite der Destination zurück. In der Mitte stehen einige Fotos. Rechts befinden sich alle wichtigen Informationen zur Destination selbst: Adresse, Telefonnummer, Faxnummer, Email-Adresse, Homepage, Öffnungszeiten, Eintrittspreise, ... Weiters wird eine Zusammenfassung dieser Informationen, die als PDF downgeloadet und ausgedruckt werden können, geboten. Damit haben die Nutzer alle wichtigen Details auf wenigen Seiten konzentriert zur Hand. Außerdem gibt es noch einen Link zu einem Routenplaner mit Hilfe dessen die Anfahrtsroute errechnet werden kann. Von der Seite der einzelnen Destination kommt man mit dem Link „Landkarte“ ganz oben rechts im grünen Banner wieder zur Landkarte zurück um sich weitere Ziele genauer anzusehen. Dieses Format für die Destinations-Seite wurde festgelegt und konnte somit für alle Teilnehmer verwendet werden.

4. Flash (Bilder-Karussell) programmieren

Als besonderes Service am Nutzer gibt es zwei mögliche Arten der Foto-Ansicht: die normale und die moderne mittels Fotokarussell. Mit dem Button unter den Fotos kann leicht zwischen den beiden Ansichten gewechselt werden. Somit kann jeder Nutzer selbst entscheiden, wie seine Seite aussieht. Dieses Extra macht die Webseite besonders benutzerorientiert.

5. Grafiken einfügen

6. Texte einfügen

Die Informationen und Texte konnten bereits aus den erstellten Datenblättern übernommen werden und mussten noch an der richtigen Stelle eingefügt werden.

7. Fotos formatieren

Die Fotos, die von den Teilnehmern zugesandt wurden, entsprachen in vielen Fällen nicht den Vorgaben und mussten daher bearbeitet werden. Um die Bilder auch in Vergrößerung ansehen zu können, mussten diese in zwei verschiedenen Größen umgewandelt werden.

8. Seiten verlinken

Die erstellten Seiten mussten untereinander verlinkt werden, damit die Nutzer problemlos über die Seite navigieren können. Außerdem wurde jede Destinationsseite mit der jeweiligen Homepage und einem Routenplaner verlinkt.

9. Daten auf den Server laden

10. Landkarte erstellen und gestalten

Die Landkarte zeigt Ostösterreich mit den Bundesländern Niederösterreich, Wien, Burgenland, Steiermark, Oberösterreich und Salzburg. Die Bundesländergrenzen sind zur besseren Orientierung markiert. In jedem Bundesland befinden sich die einzelnen Destinationen mit dem jeweiligen Symbol eingezeichnet. Rund um das ausgewählte Gebiet von Ostösterreich wurde die Karte grau eingefärbt. Damit soll das Zielgebiet noch deutlicher hervorgehoben werden. Da auf der Webseite mit einer Landkarte von google maps gearbeitet wird, ist es auch möglich in die Karte hineinzuzoomen. Die Symbole wurden am jeweiligen Standort eingezeichnet, damit auch bei vergrößerten Ansichten der Standort unverändert bleibt.

11. Formatierungen anpassen

Kurz vor Fertigstellung wurden nochmals alle Daten kontrolliert und die gesamten Verlinkungen überprüft um mögliche Fehler gleich beheben zu können. Außerdem wurde die Formatierung überprüft, damit das einheitliche Bild der Seite nicht durch zu viele Wechsel der Schriftart oder Farbe zunichte gemacht wird.

12. Speicher erweitern

Im Laufe der Erstellung der Homepage wurde auch das Logo für den „Exkursionsführer Lebensräume“ entworfen. Es dient der besseren Identifikation mit dem Projekt und der leichteren Zuordenbarkeit bei den diversen Marketingaktivitäten.

Das fertige Produkt „Exkursionsführer Lebensräume“ mit dem Link www.eeeeeee.at wurde erstmals im Rahmen der BIOEM (Bioenergiemesse) in Großschönau von 11. bis 14. Juni 2009 einem großen Publikum präsentiert. Bereits im Vorfeld erschien ein PR-Artikel in den Niederösterreichischen Nachrichten. Auch auf der Homepage der BIOEM (www.bioem.at) waren

allgemeine Informationen zur Webseite und deren Präsentation direkt auf der Messe zu finden. Der „Exkursionsführer Lebensräume“ wurde mittels Transparenten und Flyern beim Stand des Sonnenplatz Großschönau (Halle 1), im Passivhaus-Cafe (Halle 1) und bei den Präsentationen der Teilnehmergebieten Windhaag und Werfenweng (Halle 4) beworben. Den teilnehmenden Destinationen wurde auch die Möglichkeit geboten Informationsmaterial, Prospekte und Flyer ihres Exkursionszieles kostenlos aufzulegen. Von 10 Teilnehmern wurde diese Chance genutzt und Prospektmaterial zugesendet. Damit diese Flyer mit dem Projekt in Verbindung gebracht werden, wurden sie mit einem kleinen Sticker (ähnlich einem „Gütesiegel“), mit dem Logo und dem Link darauf, versehen. Insgesamt besuchten 27.800 Gäste an den 4 Tagen die BIOEM. Zur Veranschaulichung folgen hier einige Fotos, die von Mitarbeitern des Sonnenplatzes Großschönau im Laufe der Messe gemacht wurden:



Als Rückblick auf diese Präsentation wurde das Projekt auch und in die Sonnenplatz-Newsletter aufgenommen. Weiters wird der Exkursionsführer auf den Homepages des Sonnenplatzes und Probewohnens® unter „News“ erläutert. Zur weiteren Verbreitung wurden das Logo und gestaltete Banner per Mail an alle Teilnehmer, mit der Bitte das eine oder andere davon in den eigenen Webauftritt zu integrieren und an prominenter Stelle zu verlinken, versendet. Einige gut gelöste Beispiele dazu sind Fürstenfeld (www.fuerstenfeld.at) oder Markt Hartmannsdorf (www.markthartmannsdorf.at) (Stand 26. Juni 2009).

Die Flyer werden auch am Sonnenplatz Großschönau an die Probewohner und an Exkursionsgruppen (z.B. Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik, 1130 Wien) verteilt. Auch bei diversen Veranstaltungen (z.B. Energievernetzungstreffen Waldviertel, Tag der Elektro-Mobilität im Rahmen des Altstadtfestes Gmünd, Activ Solarhaus-Kongress an der Donau-Universität Krems) wird das Projekt vorgestellt und Flyer ausgeteilt.

Als weiteres Mittel der Publizierung wurden Einträge und Verlinkungen auf gewissen Seiten für Datenbanken oder social networks eingetragen (z.B. www.biologisch.at, www.firma.at, www.delicious.com, www.alltagz.de, ...).

Nach der Freigabe der Seite und der ersten Präsentation des Exkursionsführers Lebensräume vor einer breiten Öffentlichkeit auf der BIOEM wurde eine Statistik für die Homepage www.eeeeeee.at eingerichtet, um in Zukunft einen Überblick zu erhalten, wie die Seite genutzt wird, wer die Seite ansieht und von welchen anderen Webseiten die User zu dieser Seite kommen. Damit besteht ein Instrument, dass detaillierte Auskünfte über die Anzahl der User, deren Herkunft geografisch und im Internet, uvm. ermöglicht. Die Statistik wurde mit dem 16. Juni 2009 freigeschalten. Seither wurden 174 Zugriffe auf www.eeeeeee.at verzeichnet (Stand 30. Juni 2009).

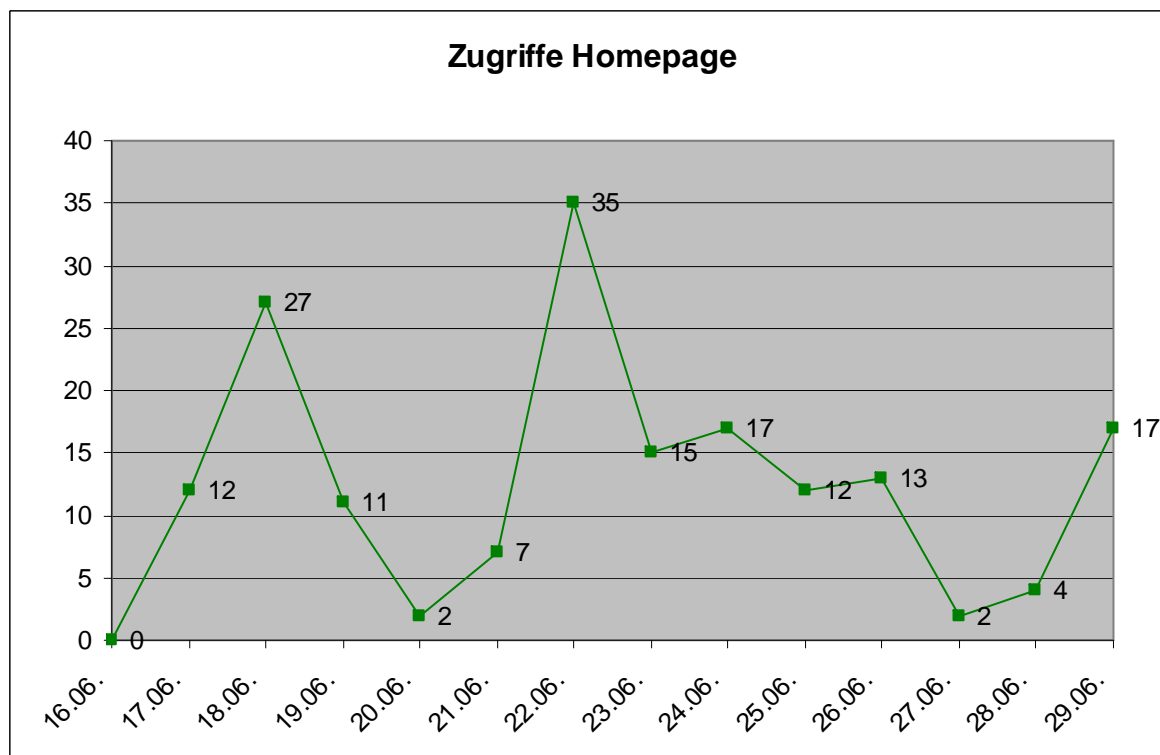


Abbildung 7: Zugriffe Homepage

Die Statistik ermöglicht auch einen Überblick über die Herkunft der Nutzer der Seite. Der überwiegende Anteil stammt aus Niederösterreich. Da die ersten Schritte der Bewerbung vor allem Personen in Niederösterreich bereits erreicht haben, erklärt sich dieses Ergebnis dadurch leicht. Mit größerem Abstand dahinter folgen Wien und die Steiermark. Bisher wenige User kamen aus dem Burgenland, Oberösterreich, Salzburg und den anderen Bundesländern Österreichs. Auch aus dem Ausland konnten bereits einige Nutzer verzeichnet werden. Diese stammen aus Deutschland, Liechtenstein, der Schweiz und den USA. Die Verteilung der Nutzer nach deren Herkunft veranschaulicht die folgende Grafik:

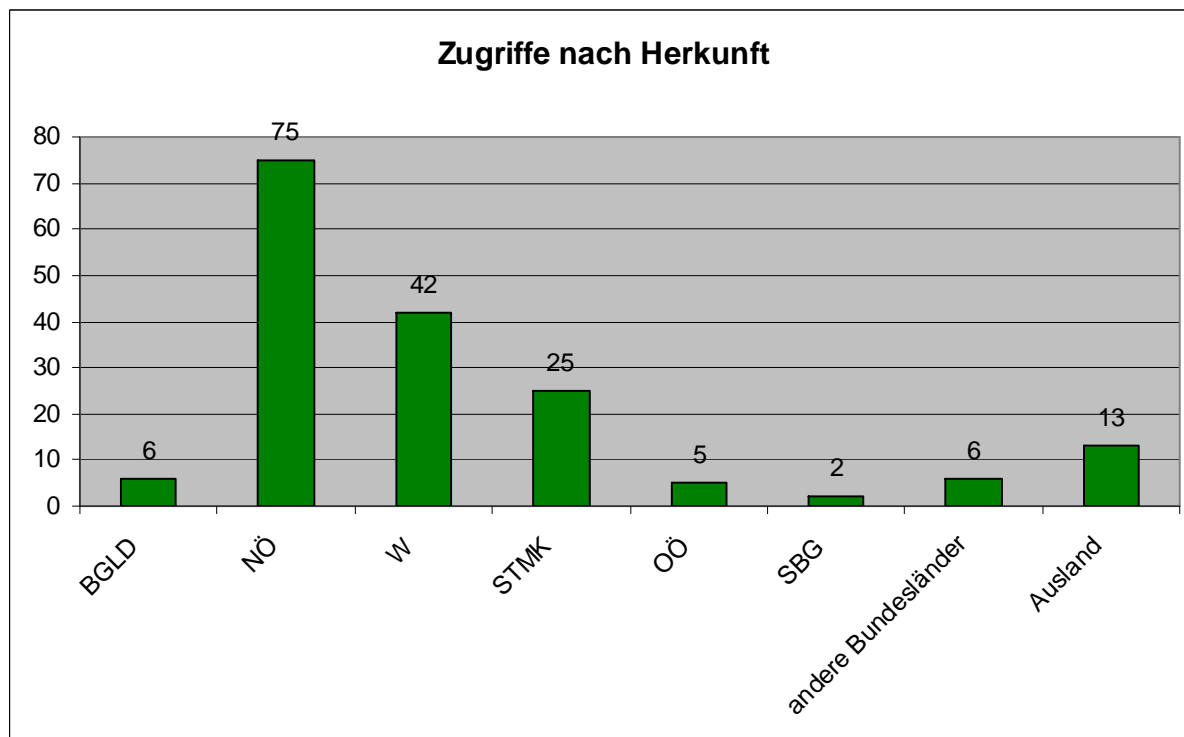


Abbildung 8: Zugriffe nach Herkunft

Von Interesse ist es auch zu wissen welche Zugriffsquellen die Nutzer auf die Webseite www.eeeeeee.at führten. Erfreulicherweise sind knapp über die Hälfte direkte Zugriffe, das heißt der Link wurde mit dem genauen Wortlaut verwendet. Dies ist nur aufgrund der bereits erfolgten Bewerbung möglich. Daraus kann man schließen, dass diese Nutzer gezielt nach dem Exkursionsführer Lebensräume gesucht haben. Weitere 34 % kamen über verweisende Websites zum Exkursionsführer. Grundlagen für dieses Ergebnis sind einerseits die Verlinkungen, die die Sonnenplatz Großschönau GmbH selbst auf den diversen Plattformen positioniert hat, und andererseits die Verlinkungen, die von den teilnehmenden Partnern auf ihre eigenen Webseiten gestellt wurden. Immerhin noch 15 % fanden den Weg über Suchmaschinen zur Homepage. Auch hier ist es bereits mit der Eingabe von „eeeeee“ möglich, die Seite relativ leicht zu finden.

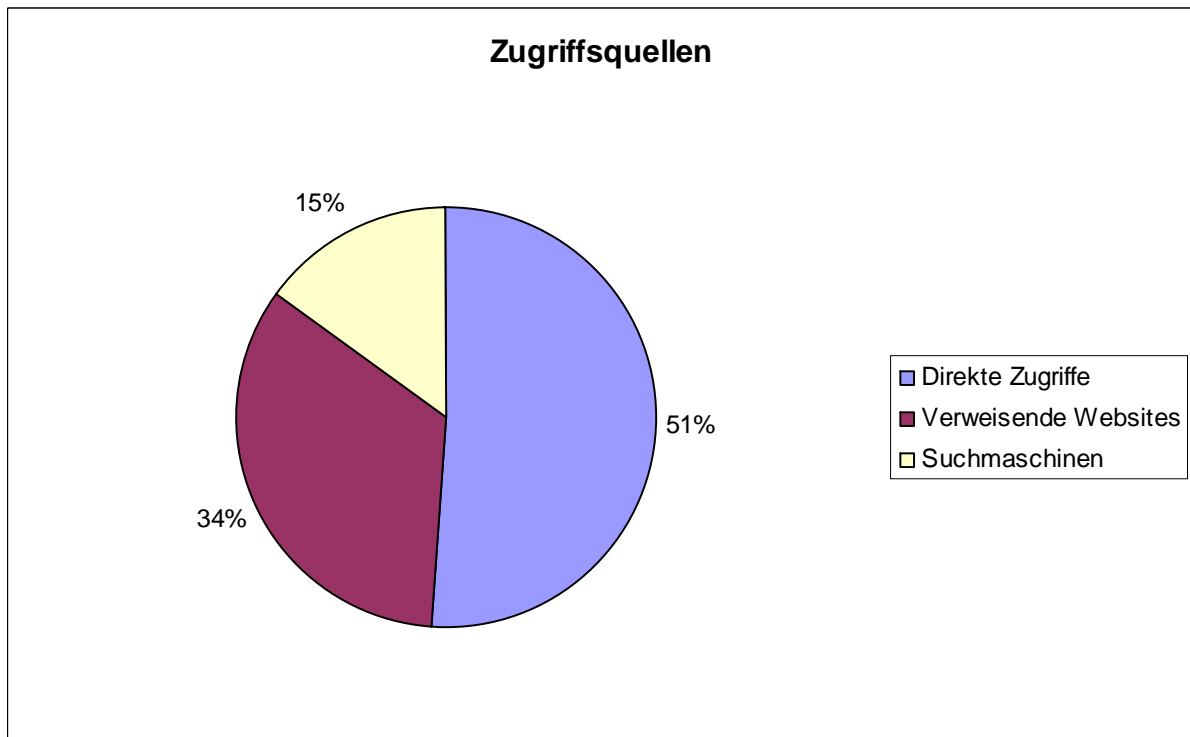


Abbildung 9: Zugriffsquellen

Das AP 6 konnte erfolgreich abgeschlossen werden. Die Homepage zum „Exkursionsführer Lebensräume“ wurde erstellt und graphisch und textlich aufbereitet. Weiters wurden die ersten Schritte zur Bewerbung und Verbreitung des Projektes gesetzt. Durch die eingerichtete Statistik kann auch die weitere Entwicklung beobachtet werden.

4. Ergebnisse des Projektes und Schlussfolgerungen

Das wichtigste Ergebnis dieses Projektes ist die Fertigstellung der Webseite für den Exkursionsführer Lebensräume. Diese Online-Plattform bietet in Zukunft ein besonderes Service für alle, die sich für die Bereiche Umwelt, Ökologie, Nachhaltigkeit und Erneuerbare Energieformen interessieren. Die Landkarte bietet einen guten Überblick, in welchen Regionen es bereits Projekte gibt, die sich auf dem Weg zu energieautarken Regionen bewegen.

Künftig wird die Bewusstseinsbildung beim Konsumenten einen noch höheren Stellenwert erreichen. Nur wer aufgeklärt ist, denkt über die Folgen seines Handelns nach. Daher ist ein fundamentales Ziel des Exkursionsführers die Informationen benutzerfreundlich aufbereitet und übersichtlich anzubieten. Das bisherige Feedback bestätigt, dass dieser erste Schritt gelungen ist.

Die Teilnehmer sehen als weiteren großen Vorteil dieses einmaligen Projektes die Möglichkeit sich mit anderen Gleichgesinnten auszutauschen und Erfahrungen unter den Teilnehmern weiterzuvermitteln und dieses Wissen wiederum an die Besucher weitergeben zu können. Viele der Teilnehmer haben Vorzeigeprojekte ins Leben gerufen, mit denen sie meist noch alleine dastehen. Die Vernetzung bringt hier besondere Vorteile, da ein gemeinsamer Auftritt auch von der Öffentlichkeit besser wahrgenommen wird und somit die Anliegen eindringlicher vermittelt werden können.

Insgesamt konnten 42 Destinationen aus den Bereichen Energieeffiziente Gebäude/Wohnen, Energieeffiziente Mobilität, Erneuerbare Energie/NAWARO und weitere nachhaltige ökologische Angebote davon überzeugt werden, dass es nicht umsonst heißt: „Gemeinsam sind wir stark!“

Nach der umfangreichen Recherche wurde aus dem großen Pool an möglichen Teilnehmern die Spreu vom Weizen getrennt und Kontakt mit 70 Destinationen aufgenommen. Einige Projekte konnten auch nach mehrmaligen Versuchen nicht von einer Teilnahme überzeugt werden, meist waren personelle Gründe ausschlaggebend dafür. Die eingetroffenen Informationen wurden unter einem einheitlichen Layout verständlich und übersichtlich aufbereitet. Die Benutzerfreundlichkeit hatte bei der Erstellung der Homepage höchste Priorität.

Umso weniger Links den User zur gesuchten Information bringen, desto eher bleibt er dran und kommt wieder. Die Erreichung des Informations- und Wissensgleichstandes aller Teilnehmer im Bezug auf den richtigen Umgang mit Kunden und Anfragen, konnte wie bereits in AP 5 erklärt nicht persönlich erfolgen, wurde aber durch die vorbereiteten und versendeten Unterlagen erreicht. Davon zeugen auch die positiven Rückmeldungen, die durch die Fragebögen retour gekommen sind. Die technische Umsetzung der Webseite war ein Lernprozess, bei dem Ideen oft an der technischen Machbarkeit gemessen werden mussten. Doch das Ergebnis entspricht den Anforderungen sowohl in technischer Hinsicht als auch im Bezug auf die Verständlichkeit für den Nutzer. Die Bewerbung des Projektes und der Webseite wird ein fortlaufender Prozess sein, der sicher auch in Zukunft nicht abgeschlossen werden kann. Hierbei kann auch auf die Unterstützung der teilnehmenden Destinationen gebaut werden, da es im Interesse jedes einzelnen liegt, die Plattform auf der er vertreten ist, bekannter zu machen. Auch die Statistik wird weiterverfolgt werden um den Erfolg von Verbreitungsmaßnahmen überprüfen zu können. Die eingeforderten Erwartungen an das Projekt werden mit den Teilnehmern nach einer gewissen Frist überprüft um auch über die ersten Erfahrungen mit den Auswirkungen des Projektes informiert zu bleiben.

5. Ausblick/Empfehlungen

Im Laufe der Zeit werden sicher neue Destinationen in ihrer Entwicklung soweit sein die Anforderungen für eine Teilnahme am Exkursionsführer zu erfüllen. Der Exkursionsführer Lebensräume kann sicher nicht als abgeschlossen angesehen werden. Für eine spätere Aufnahme von Destinationen müssen noch die Rahmenbedingungen geklärt werden, inwiefern diese dann, nach der Projektlaufzeit, eine entgeltliche Leistung der Sonnenplatz Großschönau GmbH als Ersteller der Webseite erfordert. Natürlich soll jedem würdigen Anwärter die Möglichkeit der Vernetzung und Bewerbung seiner Initiativen gewährleistet werden.

Aufgrund des eingegrenzten Zielgebietes im Osten Österreichs konnten viele innovative und bemerkenswerte Projekte, die oftmals Vorreiterrollen in bestimmten Bereichen einnehmen, aus den restlichen Bundesländern Kärnten, Tirol, Vorarlberg und im Westen Salzburgs, nicht berücksichtigt werden. Eine Ausweitung des Exkursionsführers auf das gesamte Bundesgebiet Österreichs ist daher in einer zweiten Projektphase unbedingt anzudenken.

Eine ganz Österreich umfassende Plattform im Bereich Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung dient der Bewusstseinsbildung der Bevölkerung unseres ganzen Landes. Eine ausführliche Darstellung der wichtigsten Vorzeigeprojekte vermittelt den aktuellen Stand an Innovationen und Bestrebungen in Richtung Energieautarkie. Jede Gemeinde oder Region und jede Organisation sollte in ihren Bemühungen auf dem Weg zur Energieautarkie unterstützt werden. Diese Anstrengungen sollen einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden, damit durch die eintretende Vorbildwirkung weitere von der Sinnhaftigkeit solcher Projekte überzeugt werden.

Ziele sind die Weiterentwicklung um Verantwortung gegenüber der Umwelt zu übernehmen und dies durch eine stärkere Vernetzung von Initiativen zu fördern. Nutzen wir gemeinsam unsere Fähigkeiten, unsere Erfahrungen und unser Potenzial für eine bessere Zukunft für unsere Kinder!

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Verteilung auf Kategorien	19
Abbildung 2: Teilnehmer vs. Absagen	23
Abbildung 3: Absagen nach Bundesländern.....	24
Abbildung 4: Teilnehmer nach Bundesländern	28
Abbildung 5: Teilnehmer nach Kategorien.....	29
Abbildung 6: Teilnehmer nach Bundesländern und Kategorien.....	30
Abbildung 7: Zugriffe Homepage.....	44
Abbildung 8: Zugriffe nach Herkunft	45
Abbildung 9: Zugriffsquellen.....	46

Alle Abbildungen wurden von der Sonnenplatz Großschönau GmbH erstellt.