

Zukunftsprogramm. Die Organisation der Marke Vorarlberg, ihre Struktur sowie ihr Corporate Design wurden in den letzten Monaten in einem umfassenden Umsetzungskonzept festgehalten.

Markenprojekte nehmen Fahrt auf

Die Handlungs- und Chancenfelder, um Vorarlberg zum chancenreichsten Lebensraum für Kinder zu machen, sind im Rahmen der Markenstrategie definiert worden: Dazu gehören Bildung, digitale Innovation und moderne Infrastruktur sowie Initiativen in Klimaschutz und Mobilität zur Gestaltung eines intakten Lebensraumes. Zu jenen Markenprojekten, die bereits deutlich in Fahrt gekommen sind, zählte Landeshauptmann Wallner insbesondere die Entwicklung des CAMPUS V zum Innovationsquartier mit überregionaler Strahlkraft, die Initiative „Vorarlberg lässt kein Kind zurück“ und die unter Federführung des BIFO umgesetzten Bildungsinitiativen „Code4Talents“ und „Berufe erleben“. „Ich werde sehr viel auf die Marke angesprochen. Umso mehr freut es mich, dass wir nun verstärkt in die Umsetzung gehen“, betont Landeshauptmann Markus Wallner. Er richtet seinen Dank an alle, die schon bisher intensiv mitgearbeitet haben.

Konkrete Schwerpunkte für neue Markenprojekte – Talente entdecken

Für die Entwicklung und Förderung weiterer Markenprojekte stellt die Landesregierung nun pro Jahr ein zusätzliches Budgetvolumen von rund 200.000 Euro zur Verfügung. Im Rahmen von jährlich festgelegten Ar-

beitsschwerpunkten werden die jeweiligen Stärken des Landes, aber auch Herausforderungen analysiert. „Für Förderwerber werden klare Richtlinien erstellt. Konkrete Projektideen können über ein einfach gestaltetes Online-Tool auf der Website der Marke Vorarlberg eingereicht werden“, erklärte WISTO-Geschäftsführer Joachim Heinzl. Das Schwerpunktthema 2020 lautet „Talente entdecken“.

„Berufe erleben“

Zugleich werden die bereits laufenden Markenprojekte intensiv vorangetrieben. Die Initiative „Code4Talents“, die Kindern spielerisch erste Programmierkenntnisse vermittelt, ist schon an 30 Schulen und über 50 Klassen aktiv, so BIFO-Geschäftsführer Andreas Pichler. Ein Ziel ist es, die Lehrpersonen dabei zu unterstützen, die Inhalte selbst im Unterricht anwenden zu können. Zu diesem Zweck sind Fortbildungen über die Pädagogische Hochschule buchbar. Auch das Projekt „Berufe erleben“ – eine Plattform, die verschiedene Angebote für eine interaktive und auf die eigenen Talente zugeschnittene Berufsorientierung bündelt – tritt im Corporate Design der Marke Vorarlberg auf. Nach einem Piloten im Frühjahr soll „Berufe erleben“ im Herbst 2020 ausgerollt werden.



„Die Marke Vorarlberg ist ein ungemein wichtiges Projekt für den Standort und das Land Vorarlberg. Es ist kein Sprint sondern ein Marathon, erfordert aber eine rasche, durchdachte Umsetzung.“

Hans Peter Metzler
WKV-Präsident



„Konkrete Projektideen können über ein einfach gestaltetes Online-Tool auf der Website der Marke Vorarlberg eingereicht werden.“

Joachim Heinzl
WISTO-Geschäftsführer



Die Initiative „Code4Talents“ konnte mit Unterstützung der Marke Vorarlberg eine weitere regionale Ausdehnung erreichen. Die vom BIFO (Beratung für Bildung und Beruf) getragene Initiative ist bereits in 30 Schulen und über 50 Klassen aktiv.

FOTO:WKV/GROSS