

Gemeinsam  
werden wir  
#chancenreich

Die Marke Vorarlberg  
ist auf Kurs.

[WWW.STANDORT-VORARLBERG.AT](http://WWW.STANDORT-VORARLBERG.AT)



# V

## EDITORIAL

2035 ist Vorarlberg der chancenreichste Lebensraum für Kinder. Schritt für Schritt werden wir uns diesem Ziel annähern.



Vorarlberg ist ein innovatives, agiles und stabiles Bundesland voller Spitzenleistungen. Gerade jetzt, in der aktuellen Corona-Situation, dürfen wir unsere Stärken und die zahlreichen Errungenschaften aber nicht aus den Augen verlieren. Wir müssen jedenfalls weiter am Ball bleiben! Mit der Marke Vorarlberg haben wir deshalb ein Zukunftsprojekt ins Leben gerufen, das uns dabei hilft, bestehende und zukünftige Herausforderungen zu meistern. Sie soll ein Wertedach darstellen, um Identität zu stiften, das Gemeinschaftsgefühl zu stärken, die hohe Leistungsbereitschaft zu erhalten und Orientierung in fordernden Zeiten wie diesen geben.

Die Vision ist, Vorarlberg soll bis 2035 der chancenreichste Lebensraum für Kinder sein. Mit dieser als Ziel formulierten Positionierung soll die Marke Vorarlberg vorangetrieben und mit Leben befüllt werden. Es geht vor allem darum, unseren Lebensraum und unser Miteinander gemeinsam aktiv zu gestalten. Dabei sollen die Identität und die besondere Vorarlberger Lebensart erhalten bleiben – eine ganz besonders wichtige Herausforderung. Genau deshalb war das Ziel, gemeinsam mit den Partnern dieses Wertegerüst, diese Vorarlberger Art zu einer „Marke Vorarlberg“ zu verdichten. Jetzt ist es wichtig, alle Kräfte zu bündeln und genau an diesen Werten und Prinzipien festzuhalten und gemeinsam die Folgen der Corona-Krise zu überwinden. Besonderes Augenmerk dabei liegt bei unserer jungen Generation. Denn klar ist, es darf keiner zurückbleiben, unsere Jugendlichen dürfen nicht zu den Verlierern der Krise werden.

Bereits jetzt, kurz nach dem Startprozess der Marke Vorarlberg, können wir schon beachtliche Erfolge verzeichnen und viele innovative und zukunftsweisende Projekte wurden bereits realisiert. Allen voran eine weitreichende Quartiersentwicklung am CAMPUS V, wo ein integrierter Studien-, Arbeits- und Lebensstandort – also ein echter Campus – geschaffen wurde. Der CAMPUS V fungiert somit stellvertretend als Leuchtturm für die vielen verschiedenen Infrastrukturprojekte im Land und die verschiedenen regionalen Campusentwicklungen. Darüber hinaus konnten weitere Entwicklungen im Bereich der Digitalisierung umgesetzt werden. Dazu gehört die Schaffung eines Zukunftslabors für Kinder und Jugendliche durch Bündelung der MINT-Initiativen wie Lange Nacht der Forschung, Coding Camp oder Kinderuni sowie Robotik-Workshops. Gleichzeitig wurde auch das Projekt Code4Talents, bei dem Kindern auf spielerische Weise erste Kenntnisse im Programmieren vermittelt werden, landesweit ausgerollt. Es zeigt sich, die Marke Vorarlberg arbeitet am Zukunftsbild für unsere Regionen. Auch 2021 werden weitere Projekte in der Umsetzung unterstützt, denn genau diese positive Dynamik und unser Einsatz für unsere junge Generation werden Vorarlberg zu alter Stärke zurückführen.

Landeshauptmann Markus Wallner

Landeshauptmann Markus Wallner



> Vorarlberg als chancenreichster Lebensraum für Kinder: Zu diesem Leitsatz bekennt sich auch die Vorarlberger Landesregierung in ihrem Regierungsprogramm. Im Hinblick auf die aktuellen Herausforderungen, verschärft durch die Bewältigung der Corona-Pandemie, ist darin ein Auftrag an uns alle formuliert. Jetzt kommt es darauf an, in konkrete Umsetzungsprojekte zu kommen, den Beweis anzutreten, dass ebendiese Marke mit Inhalt und Nutzen für alle Bürger\*innen befüllt wird. < Landesrat Johannes Rauch



> Vorarlberg hat mit der Marke Vorarlberg in den letzten Jahren eine einzigartige, mutige Positionierung geschafft. Jetzt gilt es diese in einem gemeinsamen Kraftakt mit Leben zu befüllen, unser Handeln danach auszurichten und die Marke Vorarlberg als Steuerungsinstrument anzuerkennen. Wir alle – die Landespolitik, die Gemeinden, die Betriebe, Institutionen, Organisationen und Menschen aus unterschiedlichen Bereichen des Lebens – sollten gemeinsam auf die Marke Vorarlberg einzahlen. Dazu gehört es auch manchmal Nein zu sagen, wenn es nur um Klein-Klein und nicht das große Ganze geht. Diese Chance bietet uns Corona in einer besonderen Art und Weise. < Martin Ohneberg, Präsident IV-Vorarlberg

## CHANCENREICHSTER LEBENSRAUM



> Die „Vorarlberger Art“ wird zu einer Marke verdichtet. Einerseits, um unsere Werte und unsere Identität festzuhalten. Andererseits, um eine Positionierung und Ausrichtung des Landes für die Zukunft zu erreichen. Viele zukunftsweisende Projekte auf dem Weg zum chancenreichsten Lebensraum wurden bereits erfolgreich gestartet, weitere stehen kurz davor und unterstützen dabei auch die Anpassung und Weiterentwicklung des Standorts. < Landesrat Marco Tittler



> Nach der Definition des Markenkerns geht es jetzt darum „Fleisch an den Knochen“ zu bringen, also mit der Umsetzung markenstärkender Maßnahmen durchzustarten. Dabei geht es aus Arbeitnehmer\*innensicht vor allem um flächendeckende Kinderbetreuung, höchste Qualität in der Aus- und Weiterbildung, die infrastrukturelle Aufrüstung der Schulen oder die Gründung einer Universität im Ländle. Daran anschließend brauchen wir hochwertige, attraktive Arbeitsplätze. Nur so kann es gelingen, den nachfolgenden Generationen ein chancenreiches Leben im Ländle zu bieten. Das ist die zentrale Aufgabe und das Ziel der „Marke Vorarlberg“, das es zu erreichen gilt. < Hubert Hämmerle, Präsident Arbeiterkammer Vorarlberg



> Das Fundament ist gelegt, jetzt gilt es das Haus fertigzubauen. Unser Land verfügt über so viele Spitzenleistungen, dass es uns wichtig erschien herauszufinden, wo hier der rote Faden liegt und was uns gemeinsam stärkt. Das ist aktuell wichtiger denn je. Das war für uns die Intention, eine „Marke Vorarlberg“ voranzutreiben. Und eines muss bei allen Themen zu diesem Prozess klar sein: Bekanntheitsgrad allein ist noch keine Marke. Erst die Anziehungskraft macht eine Marke stark. < Hans Peter Metzler, Präsident der WKV

# WARUM?

- › Um Vorarlbergs Stärken sichtbar zu machen
- › Um den Gemeinschaftssinn der Vorarlberger\*innen zu festigen
- › Weil uns ein gemeinsames Ziel hilft, noch besser zusammenzuarbeiten
- › Weil uns ein Zukunftsbild gerade in schwierigen Zeiten hilft, nach vorne zu blicken.

**Unser Ziel lautet: 2035 ist Vorarlberg der chancenreichste Lebensraum für Kinder.**

# WIE?

Ein 30-köpfiges Projektteam, bestehend aus Visionär\*innen und Expert\*innen aus unterschiedlichen Themenbereichen und Regionen, erarbeitete im Jahr 2018 die Kernelemente der Marke Vorarlberg.

Mit Online-Umfragen und Zukunftswerkstätten wurde die Bevölkerung in den Prozess einbezogen. Im Jahr 2019 wurde mit allen Vorarlberger Kreativen gemeinsam ein neues Logo bzw. ein Corporate Design erstellt.

Erste Partnerschaften wurden gegründet und erste Projekte vorgestellt. Ein interdisziplinär besetzter Beirat wählt künftig die passenden Projekte aus.

Die Wirtschafts-Standort Vorarlberg GmbH (WISTO) koordiniert die Marke Vorarlberg. Gesteuert wird sie von der Vorarlberger Landesregierung, der Wirtschaftskammer Vorarlberg, der Arbeiterkammer sowie der Vorarlberger Industriellenvereinigung. Finanziert wird sie vom Land Vorarlberg.

Folgende Regeln gelten als Leitplanken. Sie mahnen, Kontraste als wertvoll anzusehen, stets nach Fairness und Toleranz zu streben, alles auch aus der Perspektive eines Kindes zu betrachten und laufend zu prüfen, ob Chancen für alle ermöglicht werden.

**Kontrast-, Fairness- und Toleranz-, Kinder- und Chancen-Regel.**

# WAS?

## Projekte (Auszug)

- › CAMPUS V
- › Sound@V, der neue Musikpreis für Vorarlberg
- › Unterstützung für Ferienbetreuung im Sommer 2020
- › LandStadt Vorarlberg
- › School Kids Online
- › Interaktiver Live-Unterricht
- › Berufe Erleben Vorarlberg
- › CHANCENLAND VORARLBERG
- › Code4Talents
- › MINT-Strategie
- › Vorarlberg lässt kein Kind zurück
- › Neue Familientreffpunkte

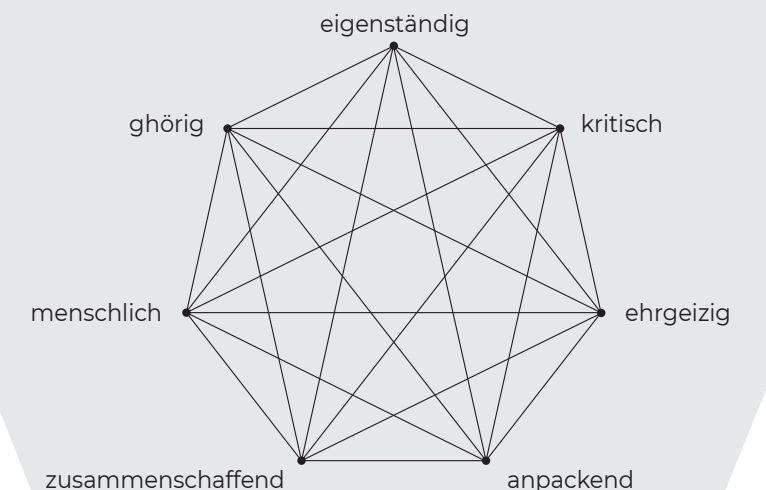
## Kommunikation

Es gibt sehr viele Menschen in Vorarlberg, die den „chancenreichsten Lebensraum für Kinder“ bereits ein Stück weit vorleben. Wir holen diese und ihre Projekte vor den Vorhang. Natürlich berichten wir auch über unsere eigenen Projekte sowie über jene unsere Partner\*innen. Wir kommunizieren über unsere Website, Facebook, Instagram, Youtube, Thema Vorarlberg und gelegentlichen Medienkooperationen.

## Vernetzung

Nur gemeinsam kommen wir weiter.

## Die Werte der Marke Vorarlberg:







> Ob man nun in den sozialen Medien stöbert, auf diversen Homepages hier im Lande oder in den Printmedien, überall tauchen sie auf, die Projekte mit dem Marke-Vorarlberg-Logo. Was steckt nun dahinter? Was sagen diese Projekte aus? Warum sind genau diese Projekte gut für Vorarlberg?

Für mich als eine jener Glücklichen, die den gesamten Prozess der Entstehung der Marke Vorarlberg durchlaufen durfte, ist und bleibt die Schlüsselüberlegung: „Auf welche Prinzipien zahlen diese Projekte ein?“ Diese entstanden genau für solche Zeiten, wie wir sie jetzt erleben. Nicht mit dem Anspruch die Lösung für alle Fragen zu sein, nein, vielmehr als eine Chance sich in wirklich unberechenbaren Zeiten zu orientieren. Das aber mit der Gewissheit, sich auf die Zukunft gut vorzubereiten. Wie sieht es also zum Beispiel gerade jetzt mit dem Kinder-Prinzip bei unseren Projekten aus? Haben wir unsere Neugierde und den Mut zur Leichtigkeit noch, welche dem Kinder-Prinzip zugrunde liegen. Oder wie sieht es mit Kontrast aus? Rudern wir überall zurück und versuchen mit dem ewig Gleichen auf neue Probleme zu reagieren? Oder gelingt es uns mit Neuem, mit verschiedenen Ansätzen in die Zukunft zu gehen? Genau dies zählt auf ein Vorarlberg als „chancenreichster Lebensraum für Kinder“ ein. <

- > **Kontrast-Prinzip**
- > **Kinder-Prinzip**
- > **Chancen-Prinzip**
- > **Fairness- & Respekt-Prinzip**

Ruth Swoboda, Direktorin der inatura Dornbirn, war Mitglied der Projektgruppe, die die Markenstrategie entwickelt hat.



Foto: visitbregenz/christiane setz

WWW.STANDORT-VORARLBERG.AT



# „IN DER KRISE ZEIGTEN WIR DIE STÄRKE“

**Jimmy Heinzl, Geschäftsführer der Wirtschafts-Standort Vorarlberg GmbH (WISTO), verantwortet seit 2019 die Führung der Marke Vorarlberg. Wir haben ihn zu den Herausforderungen während des Krisenjahres sowie den Zukunftsplänen der Marke Vorarlberg befragt.**

**2020 war ein in vielerlei Hinsicht ein spezielles Jahr. Welche Auswirkungen hatte das auf die Marke Vorarlberg?**

Heinzl: 2020 war für alle ein herausforderndes Jahr, das auch an der Marke Vorarlberg nicht spurlos vorübergegangen ist. Alle Aktivitäten, die ursprünglich für 2020 geplant waren, wie beispielsweise eine breit angelegte Medienkampagne oder ein erster Projekt-Call, waren von heute auf morgen hinfällig und konnten nicht mehr durchgeführt werden. Aber gerade in der Phase der Krise zeigte die Marke Vorarlberg, worauf es ankommt und was die Marke Vorarlberg schlussendlich ausmacht: Nämlich in schwierigen Zeiten Lösungen zu finden. Innerhalb kürzester Zeit hat das Team umdisponiert und Projekte wie „School Kids Online“, die kostenlose Teilnahme an interaktivem Live-Unterricht oder die erweiterte Ferienbetreuung ins Leben gerufen und umgesetzt. Somit hat die Marke Vorarlberg flexibel auf die gegebene Situation reagiert und einen wertvollen Beitrag für die Vorarlberger Bevölkerung geleistet. Genau das zeichnet die Marke Vorarlberg aus.

**Wer ist verantwortlich für die Umsetzung der Marke Vorarlberg?**

Heinzl: Die Marke Vorarlberg wurde im Schulterschluss mit wesentlichen Institutionen initiiert und wird mit diesen gemeinsam gesteuert. Sie ist Teil des Regierungs-



Joachim Heinzl, Geschäftsführer der Wirtschafts-Standort Vorarlberg GmbH (WISTO)

programms der Vorarlberger Landesregierung und soll eine Leitlinie für die Zukunft sowie eine Vision für Vorarlberg darstellen: Nämlich ein Land zu sein, in dem Kinder und Jugendliche entsprechende Chancen vorfinden. Bereits jetzt werden bei uns sehr vielen Menschen weitreichende Chancen ermöglicht – diese gilt es nun weiter auszubauen. Das Ziel der Marke Vorarlberg, 2035 der chancenreichste Lebensraum für Kinder zu werden, kann allerdings nur gemeinsam erreicht werden. Deshalb sind wir auch alle gefordert, einen Beitrag zu leisten, um diesem Ziel Schritt für Schritt näher zu kommen.

**Was bringt die Zukunft für die Marke Vorarlberg und welche Aktivitäten sind für das Jahr 2021 geplant?**

Heinzl: Für das kommende Jahr haben wir uns den Themenschwerpunkt ‚Potenziale fördern – für Bildung begeistern‘ vorgenommen. Auch hier gilt es wieder, dass die Mitarbeit aller gefragt ist, um einen Beitrag für die breite Bevölkerung zu leisten. Diese Möglichkeit ist gegeben durch einen offenen Projekt-Call, bei dem jede und jeder Einzelne Projekte einreichen kann, die zum Themenschwerpunkt passen und auf die Positionierung einzahlen. Ich bin zuversichtlich, dass wir dieser gemeinschaftlichen Aufgabe gewachsen sind – denn genau das macht uns Vorarlberger aus.

**MEHR DAZU**

[www.standort-vorarlberg.at/vision/](http://www.standort-vorarlberg.at/vision/)





> Vorarlberg gemeinsam zum chancenreichsten Lebensraum für Kinder zu machen – diesen herausfordernden Auftrag verfolgt das Team der Marke Vorarlberg seit Jahresbeginn. Nur durch ein tatkräftiges Miteinander, einer der wichtigsten Kernwerte aus dem Markenentwicklungsprozesses können wir dieses ambitionierte Ziel auch erreichen. Seit jeher sind die Menschen in Vorarlberg es gewohnt zusammenzuarbeiten, Partnerschaften einzugehen und gemeinsam Neues zu schaffen.

Genau diese außerordentlich große Zahl an engagierten Partnern und motivierten Personen aus der breiten Bevölkerung machte es möglich, die ersten Projekte der Marke Vorarlberg erfolgreich umzusetzen. Um die Positionierung als „chancenreichster Lebensraum“ für Kinder zu erreichen, fungiert die Marke Vorarlberg als Anlauf- und Schnittstelle für neue Ideen und Projekte aller Art. Diesen Aufwind gilt es nun weiter zu stärken, um das Zukunftsprogramm Marke Vorarlberg Schritt für Schritt gemeinsam Wirklichkeit werden zu lassen. <

Christian Lampert,  
Projektleiter Marke Vorarlberg

# COMPUTER FÜR SCHULKINDER

Ein Akt der Solidarität in der Corona-Krise: „School Kids Online“ versorgte vorarlbergweit Schülerinnen und Schüler mit Computern.

Wir erinnern uns an den März 2020 – die Corona-Pandemie hatte Vorarlberg erreicht. Doch schnell stellte sich heraus, dass nicht jedes Kind Zugang zu einem Computer hatte. Noch schneller war klar: Wir wollen und können dieses Problem lösen. Gemeinsam. Der Startschuss für das Projekt „School Kids Online“ war gefallen.

## Welle der Solidarität

Durch den Zusammenschluss mehrerer Einzelinitiativen unter der Führung der Marke Vorarlberg

startete am 8. April 2020 in Vorarlberg das Projekt „School Kids Online – Unterstützung für Familien mit Bedarf IT-Infrastruktur“. Das erklärte Ziel: Schulkindern ohne Computerzugang ebendieses zu ermöglichen. Nur eine Woche später standen die ersten 300 Geräte zum Versand bereit und wurden an die Schülerinnen und Schüler verteilt – bis zum Ende der Aktion stieg die Anzahl der ausgelieferten Computer auf 1500 an. Beeindruckend war dabei der Zuspruch aus der Bevölkerung sowie der heimi-

schen Wirtschaft. Es wurde nicht nur IT-Hardware gespendet. Auch Lieferwagen oder Verpackungskartons wurden zur sicheren Auslieferung der Geräte bereitgestellt. Das alles ermöglichte eine schnelle Verteilung. „Bereits drei Tage nach der Bedarfserhebung an der Schule wurden 25 Laptops geliefert. Einwandfreie, leistungsstarke Geräte. Ich war wirklich überrascht“, zeigt sich Gabriele Fink, Direktorin der Neuen Mittelschule in Hörbranz von der unbürokratischen Unterstützung begeistert. Einen ganz

besonderen Teil zum Erfolg dieser Aktion trugen die Schülerinnen und Schüler der HTL Dornbirn zum Projekt bei. Unter der Leitung von Roland Schaffer setzten die Jugendlichen rund tausend Rechner neu auf und betreuten eine in vier Sprachen verfügbare Support-Hotline. Die neuen Computerbesitzer\*innen hatten somit die Möglichkeit, bei technischen Fragen telefonische Hilfe in Anspruch zu nehmen. Die Inbetriebnahme sowie das Bedienen der Geräte wurden kompetent unterstützt: Keine Frage blieb offen. Kein Problem ungelöst.

Die gelungene Umsetzung der Initiative „School Kids Online“ zeigt einmal mehr, was geleistet werden



> Die Digitalisierungskompetenz unserer Schulkinder ist uns ein Anliegen. Mit „School Kids Online“ konnten wir uns dafür engagieren, dass alle Kinder am digitalen Unterricht teilnehmen können und den schulischen Anschluss nicht verlieren. <

Udo Filzmaier, Bildungssprecher  
VlbG. Industrie, CEO S.I.E Holding



SCHÜLER DER HTL DORN-  
BIRN UNTERSTÜTZTEN  
DAS PROJEKT TATKRÄFTIG

kann, wenn ein solidarischer Zusammenhalt innerhalb der Bevölkerung vorherrscht. Ein großer Dank gilt allen Beteiligten. Ermöglicht wurde das Projekt durch den engagierten Einsatz von Partnern wie Plattform für digitale Initiativen, das VOBS, die Bildungsdirektion und über 35 meist ehrenamtlich tätigen Personen im engeren Projektteam, die



> Die schönste Bestätigung der Aktion war die Übergabe der Geräte. Viele konnten gar nicht glauben, dass sie einen Laptop geschenkt bekommen. Die erste E-Mail einer Schülerin von ihrem allerersten Computer werde ich nie vergessen. <

Gabi Fink, Direktorin  
Neue Mittelschule Hörbranz

geschätzte 6800 Arbeitsstunden erbrachten. Als organisatorische Unterstützung innerhalb des Marke-Vorarlberg-Projektes zeichnete die Koordinationsstelle v-digital sowie das Lustenauer Unternehmen S.I.E. Group vom Bildungssprecher der Vorarlberger Industrie Udo Filzmaier verantwortlich. Die notwendigen finanziellen Ressourcen wurden durch die Sparte Industrie der WKV, Technikland Vorarlberg, die Initiative Marke Vorarlberg und das Land Vorarlberg bereitgestellt.

## DATEN & FAKTEN

- > 6800 Arbeitsstunden wurden großteils ehrenamtlich während der Projekt-Laufzeit von einem Monat geleistet
- > 1500 Computer konnten für Schulkinder für Schulkinder und Familien mit Bedarf bereitgestellt werden

### MEHR DAZU

[www.standort-vorarlberg.at/  
projekte/school-kids-online](http://www.standort-vorarlberg.at/projekte/school-kids-online)

## INTERAKTIVER UNTERRICHT

Ein Pilotprojekt von Medienzoo und der Marke V ermöglichte Schulen den interaktiven Live-Unterricht.

Wie man sich den interaktiven Live-Unterricht während des Lockdowns vorstellen muss? Ähnlich einer Video-Konferenz. Bei dieser speziellen Form des Unterrichts befand sich die Lehrperson im Klassenraum, welcher mit Kameras ausgestattet war. Die Schüler\*innen nahmen via Live-Internetübertragung am Unterricht teil und konnten mit den Pädagog\*innen unmittelbar kommunizieren. So konnte auf Fragen und Themenstellungen eingegangen werden. Als Pilotschule stellte sich die HAK Bludenz zur Verfügung – auch anderen interessierten Vorarlberger Schulen wurde die kostenfreie Teilnahme ermöglicht.



DIE COMPUTER WURDEN NEU  
PROGRAMMIERT, DESINFIZIERT  
UND AUSGELIEFERT



# SPIEL, SPASS UND NEUE FREUNDE

Sommerbetreuung war für Eltern in diesem Jahr herausfordernder denn je. Aus diesem Grund unterstützte die Marke Vorarlberg qualitativ hochwertige Feriencamps und damit über 1000 Kinder.

> Dies war kein Sommer wie jeder andere. Die Urlaubstage aufgebraucht, die Reise ans Meer abgesagt, Sommerpläne vollkommen durcheinandergeworfen – und schulpflichtige Kinder zu Hause, die eine Betreuung brauchen.

## Steigende Nachfrage

Gemeinden und Städte reagierten schnell auf die neue Situation und erweiterten die Betreuungsmöglichkeiten. Laut einer Umfrage des Vorarlberger Gemeindeverbands wurde von 94 Prozent der Vorarlberger Städte und Gemeinden eine Ferienbetreuung angeboten. Teilweise sogar für die gesamten neun Ferienwochen. Um hier Synergien zu nutzen und auch Familien in kleineren Gemeinden eine umfassende Kinderbetreuung zu gewährleisten, kooperierten einige Gemeinden bei der Ferienbetreuung, zogen Feriencamps und -programme zusammen und erweiterten dafür das Einzugsgebiet.

Genau hier setzte auch die Marke Vorarlberg an. Mit ihrem Beitrag machte sie es möglich, zusätzliche Angebote in Feriencamps

zu kreieren bzw. bestehende Angebote zeitlich, thematisch oder regional auszuweiten. Und die Vielfalt an Betreuungsangeboten war beachtlich. Für die Altersklasse von 5 bis 17 Jahren war für je-



> Am besten gefiel mir am „MedienCamp“, dass ich ganz viel Neues gesehen habe und ausprobieren durfte. Alle bekamen ein eigenes Tablet, mit dem wir fotografierten, einen Film drehten und Dinge fernsteuerten. Überall waren lustige Roboter, die wir auch selber basteln und programmieren konnten. Beim Finale präsentierte jedes Team sein Projekt, wir dachten uns z. B. eine neue Schriftart aus. Jedes Kind erhielt ein persönliches Zeugnis, ich für meinen Forschergeist und meine Neugier. <

Elisabeth Zoppoth, 9 Jahre

des Interesse und Talent etwas dabei: Von Sport über Kunst, Handwerk oder Sprachen bis hin zu Digitalem – die Sommercamps versprachen jede Menge Spaß und neue Freunde.

## Von Kochen bis Programmieren

Von der Marke Vorarlberg wurden diesen Sommer acht Camps in unterschiedlichen Bereichen unterstützt. So beispielsweise spielerisches Programmieren beim MedienCamp der Plattform für digitale Initiativen in Dornbirn. Hier wurden die Kinder durch spielerisches Erlernen von Grundkenntnissen im Coding, angeleitet, digitale Medien selbstbestimmt und kreativ zu nutzen. Das Handwerk stand beim WiWa-Feriencamp in Frastanz und Nenzing im Mittelpunkt. Beim Experimentieren, Bauen und Forschen an verschiedenen Stationen waren die Mädchen und Buben ganz in ihrem Element.

Genauso wie die jungen Bergsteiger\*innen, die in der Silvretta mit den Naturfreunden unterwegs waren. Wunderbare Bergwelt, kombiniert mit ein bisschen Abenteuer – was kann es Schöneres geben?



IN FRASTANZ TAUCHTEN DIE KINDER IN DIE FABELHAFTE WELT DES HANDWERKS EIN.

Die Verbindung von digital und analog konnten Schüler\*innen in Wald am Arlberg erleben. Nach einer Applicationentwicklung ging es hinaus zu deren unmittelbaren Outdooranwendung. Und wer wissen möchte, was Outdoor heißt, war am Bödele richtig. Hier stand nämlich spielerisch Englisch lernen auf dem Ferienprogramm.

Kreativ werden konnten kleine Picasso bei den „Kinder Künstler Kursen“ rund ums Rheintal. Skizzieren, Malen und Drucken lautete hier das Motto. Und während es beim Bogenschießen in Klösterle sportlich zugeht, standen die Kids im Bregenzerwald beim gemeinsamen Kochen am Herd.

## MEHR DAZU

[www.standort-vorarlberg.at/projekte/ferienbetreuung](http://www.standort-vorarlberg.at/projekte/ferienbetreuung)



BEI DEN MEDIENCAMPS ENTDECKTEN MÄDCHEN UND BUBEN SPIELERISCH DIE DIGITALE WELT.



## FAMILIENPASS

> Die Marke Vorarlberg unterstützt den Familienpass: Der Sommer 2020 war besonders für Familien mit kleineren Kindern eine herausfordernde Zeit. Nach Wochen des Homeschoolings und des Homeoffice galt es, die Ferienbetreuung zu organisieren. Damit die entspannten gemeinsamen Erlebnisse, die fröhlichen Ausflüge und Entdeckungen in dieser Situation nicht zu kurz kommen, hat die Marke Vorarlberg deshalb einen Beitrag zum Vorarlberger Familienpass geleistet. Eine Kooperation für den chancenreichsten Lebensraum für Kinder!

> Der Familienpass bietet Ermäßigungen bei über 200 Partnerbetrieben. Die App dazu gibt es bei Google Play.



# VORARLBERG HAT SOUND

**Neue Talente, alte Hasen und ausgezeichnete Musik. Markus Klement (ORF Vorarlberg) und Herwig Bauer (poolbar Festival) über „Sound@V“.**

## Warum Sound@V?

**Markus Klement:** Gemeinsam mit der Marke Vorarlberg, dem poolbar Festival und WANN & WO wollten wir eine Initiative ins Leben rufen, die die heimische Musikwelt in einem modernen Vorarlberger Lebensraum in den Vordergrund stellt.

**Herwig Bauer:** Das musikalische Niveau ist in meinen Augen aktuell extrem hoch. Das Konzept Sound@V soll diese professionelle Qualität präsentieren und die Musikerinnen und Musiker mit Geld und Ehre ausstatten. Diese attraktive Mischung wiederum soll die Szene weiter beleben – und damit Vorarlberg urbarer und lebenswerter machen.

## Was hat euch überrascht?

**Herwig Bauer:** Von Auftritten beim poolbar-Festival war mir die Klasse

der Bands bewusst. Aber die geballte Musikalität der Szene in einer Show erleben zu dürfen, war wirklich euphorisierend.

**Markus Klement:** Wirklich überrascht hat mich die unglaubliche Zahl von über 100 Einreichungen.

## Weshalb sind Talente so wichtig?

**Markus Klement:** Jedes Land braucht seine Talente. Daher ist es uns ein großes Anliegen, Plattformen zu bieten, die die Talente im Land fördern und würdigen.

**Herwig Bauer:** Was man mit Freude macht, macht man gerne und gut. Letztlich sind es die Menschen, die eine Region prägen. Und ich finde, es tut dem Land gut, wenn nicht nur der „ghörige“ Weg gutgeheißen wird, sondern vor allem der individuelle, höchstpersönliche Weg.



**MEHR DAZU**  
[www.standort-vorarlberg.at/projekte/musikpreis-soundv](http://www.standort-vorarlberg.at/projekte/musikpreis-soundv)

NNELLA GEWANN NICHT NUR DIE KATEGORIE „ALTERNATIVE/SINGER-SONGWRITER“, SONDERN WURDE AUCH ZUM PUBLIKUMSLIEBLING GEWÄHLT.

## SOUND@V – DIE PREISTRÄGER\*INNEN



➤ **Gewinner der Kategorie „Weltmusik“:** La Risa  
 Mit ihrer Band verwirklicht Sängerin Larissa Schwärzler ihre ganz eigenwillige Musik – Improvisation inklusive.



➤ **Gewinner der Kategorie „Rock/Pop“:** Prinz Grizzley  
 Der sympathische Bregenzerwälder bringt Blues, Americana und Alt-Country wie kein anderer auf die Bühne.



➤ **Gewinner der Kategorie „Newcomer“:** Junipa Gold  
 Vier Musiker mit unterschiedlichen Einflüssen. Das Ergebnis: handgemachte Musik mit eigenem Charakter.



➤ **Gewinner in der Sonderkategorie „Mundart“:** Philipp Lingg  
 Mit ihrer Musik machen der Wälder Künstler und seine Band alles möglich – Egalien eben.



➤ **Die Auszeichnung für das Lebenswerk ging an Reinhold Bilgeri**  
 Die Laudatio auf den Musiker, Literaten, Drehbuchautor und Filmemacher las seine Tochter Laura vor.



➤ **Berufe Erleben Vorarlberg.** Sorgt dafür, dass Jugendliche Berufe live erleben: mittendrin statt nur dabei.

Das Fünf-Phasen-Projekt „Berufe Erleben“ ermöglicht es Schülerinnen und Schülern der 7., 8. und 9. Schulstufe, sich der Vielfalt der Berufe bewusst zu werden und ein Gespür für Berufsbilder zu entwickeln. Los geht es mit der „my Talents“-Phase, die nach einem Semester in die „look around“-Phase übergeht. Anschließend steht das Erleben verschiedener Berufe im Fokus. In der dritten Phase kommt es zur Reflexion – die Teens setzen sich mit den gesammelten Erfahrungen auseinander, um die getroffene Vorauswahl noch einmal einzuschränken und schlussendlich eine Berufswahlentscheidung zu treffen. Eine spannende Reise für alle Beteiligten, die digital durch die Plattform [www.beruefeerleben.at](http://www.beruefeerleben.at) begleitet wird.



# CHANCEN ERMÖGLICHEN

**Das BIFO begleitet Kinder und Jugendliche auf dem Weg zu Bildung und Beruf. Die Marke Vorarlberg ist als Partner mit an Bord und unterstützt drei spannende Projekte.**



➤ **MINT-Strategie.** Fördert das Interesse junger Menschen an Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik.

Nicht nur Vorgänge in unserer Umwelt, auch technische Entwicklungen der letzten Jahre zeigen, wie wichtig Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik im Alltag geworden sind. Ziel der MINT-Strategie ist es deshalb, das Basiswissen und die Begeisterung für diese Themen schon früh zu wecken und weiter zu fördern: vom Kindergartenalter bis zum Universitätsstudium. Weshalb? Weil es gerade zu Beginn der Bildungsbio-graphien junger Menschen darum geht, eine möglichst breite Erlebnis- und Erfahrungsbasis zu schaffen. Der spielerische Ansatz baut Hemmschwellen ab und fördert Interessen und Begeisterung. Ein Videointerview mit der Koordinatorin Andrea Huber finden Sie unter [www.standort-vorarlberg.at](http://www.standort-vorarlberg.at)

➤ **Code4Talents.** Bringt Kindern erste Programmierfertigkeiten bei – mit Support älterer Schülerinnen und Schüler.

Programmieren wird zum Kinderspiel. Code4Talents bietet einen einfachen Einstieg in informatisches Denken. Die für 7- bis 11-jährige vorbereiteten Schulungsmaterialien ermöglichen es Kindern und Jugendlichen innerhalb weniger Minuten erste Erfolge zu erzielen und so niederschwellig als Gestalterinnen und Gestalter tätig zu werden. Das Lernangebot wurde mit Bildungsexpert\*innen erarbeitet und wird im Rahmen des Schulunterrichts in Form von Rockets, sprich 90-minütigen 1:1 Coachings, von älteren Schüler\*innen an Volksschulkinder vermittelt. In den weiteren Trainingseinheiten besuchen Trainer\*innen den Unterricht und festigen das Gelernte nachhaltig. So cool kann Schule sein. Weitere Infos unter [www.code4talents.at](http://www.code4talents.at)





# CHANCEN FÜR FACHKRÄFTE

Für einen chancenreichen Lebensraum braucht es auch berufliche Perspektiven. Genau da setzt die Marke Vorarlberg mit CHANCENLAND VORARLBERG an.

Vorarlbergs Wirtschaft ist genauso vielfältig wie seine Landschaft und seine Menschen. In der aktuell herausfordernden Zeit sind technisch qualifizierte Fachkräfte deshalb nach wie vor gefragt. Mit der Initiative CHANCENLAND VORARLBERG zeigt die Wirtschafts-Standort Vorarlberg GmbH (WISTO) seit 2011 Studierenden und potentiellen Berufseinsteiger\*innen die verschiedenen Karrierechancen Vorarlbergs auf. Sie unterstützt damit auch Unternehmen bei der Suche nach technischen Fachkräften.

CHANCENLAND VORARLBERG zielt darauf ab, Vorarlberg als attrakti-

ven Lebens- und Karrierestandort zu kommunizieren und Studierende und potenzielle Fachkräfte – vor allem aus dem MINT-Bereich – für die Region zu begeistern. Neben der internationalen Rekrutierung und der Begeisterung von Kindern und Jugendlichen für Technik liegt der Hauptfokus auf der Rückgewinnung von Vorarlberger Studierenden, die sich für ein Studium außerhalb der Region entschieden haben, für den heimischen Arbeitsmarkt.

#### Künftiger Fokus auf IKT

Um die Attraktivität speziell für digitale Fachkräfte zu erhöhen, wird zukünftig mit CHANCENLAND VOR-

ARLBERG 2.0 ein verstärkter Fokus auf IKT (Informations- und Kommunikationstechnologie) gelegt.

#### Innovative Formate

Ein besonderes Format, um Studierende und Unternehmen zusammenzubringen, sind die CHANCENLAND VORARLBERG-Netzwerktreffen. Diese werden regelmäßig an unterschiedlichen österreichischen Studienorten durchgeführt und informieren spielerisch über Vorarlbergs Wirtschaft und Karrieremöglichkeiten. Die Studierenden haben dabei die Möglichkeit, Personalverantwortliche und Techniker\*innen aus den Unternehmen persönlich

kennenzulernen und Einblicke aus erster Hand zu erhalten – vom internationalen Großkonzern bis hin zum regionalen Kleinunternehmen. Andreas Gassner, Student der Industriemathematik an der Montanuniversität Leoben, war schon mehrere Male bei den Netzwerktreffen sowohl in Bregenz als auch an seinem Studienort Leoben dabei. „Am Event schätze ich, dass ich mich direkt mit Vertreter\*innen renommierter Unternehmen austauschen kann“, zeigt sich Andreas begeistert.

#### MEHR DAZU

[www.chancenland.at](http://www.chancenland.at)

## GEBÜNDELTE KRÄFTE

Um Synergien zu nutzen und noch mehr Strahlkraft zu erlangen, wird CHANCENLAND VORARLBERG ab 2021 auch das Corporate Design der Marke Vorarlberg übernehmen. Somit soll sichergestellt werden, dass jungen Menschen auch in Zukunft sowohl persönliche als auch berufliche Chancen geboten werden und Vorarlberg als Lebensraum noch attraktiver wird.



DIESES NETZWERKTRÉFFEN FAND 2019 – ALSO VOR CORONA STATT.



SPIELEND LEICHT LERNEN SICH STUDIERENDE UND UNTERNEHMEN BEI DEN NETZWERKTRÉFFEN KENNEN.



VORARLBERG

[WWW.STANDORT-VORARLBERG.AT](http://WWW.STANDORT-VORARLBERG.AT)

**IMPRESSUM:** Entgeltliche Einschaltung: Wirtschafts-Standort Vorarlberg GmbH (WISTO), CAMPUS V, Hintere Achmühlerstr. 1, Dornbirn, [www.standort-vorarlberg.at](http://www.standort-vorarlberg.at) | Redaktion: Christina Meusburger | Texte: Sabine Carotta, Simon Kampl, Katharina Linhart, Christina Meusburger, Belinda Zopoth-Pölschofer, Yvonne Tscherner | Grafik: Bernadette Prassl | Titelbild: Miro Kuzmanovic | Fotos Innenteil: Alexandra Folie, Frederick Sams, inatura, Land Vorarlberg, Luca Fasching, Markus Gmeiner Starke Fotografie, Mathias Rhomberg, NMS Hörbranz, ORF Vorarlberg, Philipp Steuerer, Studio Fasching, studio22.at/marcel hagen, Ursula Wälder, WavebreakMediaMicro/stock.adobe.com, Wirtschafts-Standort Vorarlberg GmbH (WISTO), Zopoth | Erscheinungstag: 19. Dezember 2020