



## Vorarlberg steht für chancenreich

„2035 ist Vorarlberg der chancenreichste Lebensraum für Kinder.“ Diese Vision ist Gegenstand eines breiten Markenprozesses, der vor zweieinhalb Jahren gestartet wurde. Das letzte Jahr war sehr herausfordernd, aber in der Krise hat die Marke Vorarlberg Stärke gezeigt.

Von Christian Wieselmayer

**M**it der Marke Vorarlberg sei ein Zukunftsprojekt ins Leben gerufen worden, das ein gemeinsames Wertedach darstellt, um Identität zu stiften und das Gemeinschaftsgefühl zu stärken, erklärt Landeshauptmann Markus Wallner. „Trotz Corona-Pandemie behalten wir die Umsetzung unserer Vision fest im Blick“, so Wallner weiter. Die kommenden Monate stehen im Zeichen des Schwerpunktes „Potenziale entfalten – für Bildung begeistern“. Dazu gab es vom 1. bis 31. Mai 2021 einen offenen Projektcall, wofür insgesamt 100.000 Euro zur Verfügung gestellt wurden. „Wir wollen und müssen am Ball bleiben und unsere gemeinsam formulierte Vision weiter mit Leben befüllen. Es geht darum,

gemeinsam den Lebensraum und das Miteinander in Vorarlberg aktiv zu gestalten“, betont Wallner. Die Handlungs- und Chancenfelder, um Vorarlberg zum chancenreichsten Lebensraum für Kinder zu machen, sind im Rahmen der Markenstrategie definiert worden: Dazu gehören u. a. Bildung, digitale Innovation und moderne Infrastruktur sowie Initiativen zur Gestaltung eines intakten Lebensraumes.

„Es geht darum, gemeinsam den Lebensraum und das Miteinander in Vorarlberg aktiv zu gestalten.“

### Junge Generation im Fokus

Die „Vorarlberger Art“ soll zu einer Marke verdichtet werden, einerseits um gemeinsame Werte und Identitäten festzuhalten. Andererseits um eine Positionierung und Ausrichtung des Landes für die Zukunft zu erreichen. Besonderes Augenmerk gilt daher der Jugend. „Klar ist, es darf keiner zurückgelassen werden, unsere Jugendlichen dürfen nicht zu den Verlierern der Krise werden“, so Wallner. Viele zukunftsweisende Projekte wurden bereits erfolgreich gestartet und weitere stehen kurz davor. Sie stärken die Anpassung und Weiterentwicklung des Standorts und werden daher in der Umsetzung unterstützt. Zu den ersten schon realisierten Projekten zählt allen voran die weit-



Foto: iStock.com/fotoGabbiz

reichende 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 diversen 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 Kinder Uni sowie Robotik-Workshops. Gleichzeitig wurde auch das Projekt Code4Talents, mit dem Kindern auf spielerische Weise erste Kenntnisse im Programmieren vermittelt werden, landesweit ausgerollt.

### Offener Projektcall im Mai 2021

Zum aktuell formulierten Schwerpunktthema „Potenziale entfalten – für Bildung begeistern“ wurde vom Marke-Vorarlberg-Team gemeinsam mit relevanten Systempartnern der Stand der Dinge erhoben und analysiert, erläutert Landesstatthalterin (LH-Stv.) Barbara Schöbi-Fink. Gemeinsam mit der Pädagogischen Hochschule Vorarlberg, der FH Vorarlberg, der Bildungsdirektion Vorarlberg und dem BIFO (Berufs- und Bildungsinformation Vorarlberg) beleuchtete man die wichtigsten Herausforderungen der aktuellen Situation in der Vorarlberger Bil-

dungslandschaft. Von 1. bis 31. Mai 2021 gab es einen offenen Projektcall zum Thema. Gesucht wurden neue, innovative Ideen, um Kinder und Jugendliche bei der Entfaltung ihrer Möglichkeiten zu unterstützen. Ein interdisziplinär besetzter Beirat entscheidet im Juni, welche Projekte zukünftig durch die Marke Vorarlberg finanziell unterstützt werden. Um eine breite Wirkung zu erzielen, stehen der Marke Vorarlberg rund 100.000 Euro als Projektunterstützung zur Verfügung. Koordinationsstelle ist die Wirtschafts-Standort Vorarlberg GmbH (WISTO), die am Campus V in Dornbirn angesiedelt ist. Die Servicegesellschaft hat den Markenprozess von Anfang begleitet und verantwortet die Markenführung seit 2019. Mit rund 20 Projekten ist bereits eine gute Basis gelegt worden. Beispielsweise unterstützt man gemeinsam mit dem BIFO Vorarlbergs Jugendliche sowohl bei der Berufs- als auch bei der Ausbildungswahl. Heute ist die Palette an Möglichkeiten komplex und die Orientierung dementsprechend anspruchsvoll geworden. In einem neu konzipierten Format lernen Schülerinnen und Schüler die verschiedenen Berufe hautnah kennen. Sie gewinnen Sicherheit, was ihre eigenen Talente betrifft, und entwickeln Selbstvertrauen in ihre Potenziale. Das Projekt trägt den Namen „Berufe erleben Vorarlberg“ und erscheint im Corporate Design der Marke Vorarlberg. Nächster Höhepunkt ist der „Ich geh mit“-Tag am 24. Juni 2021.

### Mehr Chancen mit MINT

Auch die Vorarlberger MINT-Strategie tritt im Marken-Design auf. Ziel ist es, Begeisterung für MINT-Themen zu fördern und deren Umsetzungsstrukturen zu professionalisieren. Angesprochen werden Kinder vom Kindergartenalter bis zur AHS.

### Sonderprojekte in Corona-Zeiten

Die Corona-Pandemie geht auch an der Marke Vorarlberg nicht spurlos vorüber. Alle Aktivitäten, die ursprünglich schon für 2020 geplant waren, wie beispielsweise eine breit angelegte Medienkampagne oder ein erster Projektcall, waren von heute auf morgen hinfällig und konnten nicht mehr durchgeführt werden, erläutert WISTO-Geschäftsführer Jimmy Heinzl. Aber gerade in der Phase der Krise habe sich gezeigt, 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“, so Heinzl. ■■



Die „Vorarlberger Art“ soll zu einer Marke verdichtet werden, um gemeinsame Werte und Identitäten festzuhalten.

Wormser Hütte auf 2.307 m in Schruns, mit Ausblick über das Montafon

Foto: iStock.com/Klloeg008