

„WER SIND WIR UND WOHIN WOLLEN WIR?“

Mit dieser Frage sind wir vor sechs Jahren in einen Prozess gestartet, der spannend bleibt.

Von Christina Meusburger

Wir haben definiert, wofür dieses Land stehen soll und welche Vision uns antreibt. „2035 ist Vorarlberg der chancenreichste Lebensraum für Kinder“ – dieses Zukunftsbild gewinnt immer mehr Partnerschaften und Netzwerke.

Elf Schlüsselprojekte werden in diesem Jahr beispielsweise vom Amt der Vorarlberger Landesregierung mit 7,3 Millionen Euro finanziert. Sie zahlen alle auf die Vision der Marke Vorarlberg ein. Hinter diesen Projekten stehen hunderte engagierte Menschen, die sich für eine gute Zukunft einsetzen.

In einer Kommunikationskampagne wollen wir diese Menschen vor den Vorhang holen. Es sind Pädagogen, Lernbegleiter, Naturvermittler, Köche, die vorwiegend regionale Lebensmittel verarbeiten oder auch Bewegungscoaches. Sie, die Kinder und Jugendlichen, mit denen sie arbeiten, sind Botschafter für den „chancenreichen Lebensraum“. In dieser Kommunikationskampagne werden sie uns daran erinnern, dass unsere eigene Haltung mitentscheidend ist, ob wir dieses Land als chancenreich erleben.

Gleichzeitig erhalten diese Projekte die oben erwähnte finanzielle Unterstützung. Um nur ein Beispiel zu nennen: Die sehr erfolgreichen Caritas Lerncafés sind



aktuell an 16 Standorten im Land tätig. 480 Kinder und Jugendliche im Alter von 8 bis 14 Jahren aus einkommensschwachen und armutsgefährdeten Familien lernen und üben dort regelmäßig.

Durch die fortlaufende Betreuung in einem fachlich pädagogischen Umfeld verbessert sich bei 90 Prozent der Kinder die Note in den Hauptfächern um mindestens eine Stufe. 96 Prozent aller Schüler schaffen einen positiven Abschluss des Schuljahres auf Anheb. Es ist geplant, das Angebot an drei weiteren Standorten auszubauen, wodurch weitere 70 Lernplätze für Kinder und Jugendliche angeboten werden können.

Doch zurück zur Ausgangsfrage „Wer sind wir und wohin wollen wir?“ Wir haben im vergangenen Monat dazu zwei interessante Perspektiven vorgestellt. Zum

„The body“ – ein Besprechungsraum bei Omicron electronics. Wir haben ihn gemeinsam bei „Wissen verbindet“ – einer Veranstaltungsreihe der Marke Vorarlberg – entdeckt.

einen den Blickwinkel der heimischen Getreidebauern, die mit ihrem Urdinkel schon recht erfolgreich sind, nicht ungerne aber noch mehr Ackerflächen zur Verfügung hätten. Dinkel wurde in Vorarlberg schon vor über 100 Jahren angebaut und gilt als eine der wenigen Getreidesorten, die robust genug sind, um den zahlreichen Niederschlägen standzuhalten. Bei der Brotpräsentation haben wir jedenfalls gemerkt, wie wichtig für viele die Frage „Was wächst denn eigentlich in unserem Land?“ ist.

Schließlich gab es im vergangenen Monat noch ein „Wissen verbindet“ bei Omicron electronics. Das Unternehmen

wurde 1984 gegründet und hat inzwischen über 1000 Mitarbeitende auf allen Kontinenten, wobei allein am Standort in Klaus 49 Nationen zusammenkommen. Die strategische Initiative „Diversität und Inklusion“ zielt darauf ab, die Unterschiedlichkeiten der Mitarbeitenden als Innovationspotenzial zu nutzen. Dafür ist es wichtig, in Besprechungen „sichere Räume“ zu schaffen, in denen wertschätzend miteinander kommuniziert wird. Hier hilft auch die Architektur, für die Omicron bekannt ist. Wertschätzung bemerkt man auch gegenüber der Natur. Offene Böden, heimische Pflanzen und Wassergräben umgeben das Firmengelände. Die Diskussionen an diesem Abend waren besonders lebhaft. Es haben wohl alle gespürt, dass dieses Bild vom „chancenreichen Vorarlberg“ sehr viel mit jedem einzelnen von uns zu tun hat.

www.vorarlberg-chancenreich.at



Zur Person
CHRISTINA MEUSBURGER
Kommunikation
Marke Vorarlberg