



MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Konstruktion Regionaler Identität am Beispiel der
„Nature of Innovation“ - Region“

verfasst von / submitted by

Theresa Jell, BEd

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Education (MEd)

Wien, 2019 / Vienna 2019

Studienkennzahl lt. Studienblatt/
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

UA 199 510 511 02

Studienrichtung lt. Studienblatt/
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Masterstudium Lehramt
UF Geographie und Wirtschaftskunde
UF Geschichte, Sozialkunde und Politische Bildung

Betreut von / Supervisor:

ao. Univ.-Prof. Dr. Norbert Weixlbaumer

Danksagung

Die vorliegende Masterarbeit gilt als Abschluss meines Masterlehramtsstudium Geographie und Wirtschaftskunde und Geschichte, Sozialkunde und Politische Bildung. Der Anlass zur Auswahl dieses Themas begründet sich in meinem persönlichen Interesse an der Regionalpolitik und der Regionalentwicklung sowie zum Thema der Regionalen Identität. Aufgrund der eigenen starken Verwurzelung mit meiner Heimatregion, dem Mostviertel, lässt sich auch ein persönliches Interesse an der Erforschung Regionaler Identität anderer Regionen feststellen.

Diese Forschungsarbeit ermöglichte es mir neue Kontakte und Netzwerke zu schließen. An diesem Punkt möchte ich mich herzlich bei den Expert*innen bedanken, die sich Zeit für meine Interviews nahmen. Weiters muss dem LEADER Manager der LEADER Region Nationalpark Kalkalpen Felix Fössleitner großer Dank ausgesprochen werden. Vielen Dank für all die Unterstützung und die großartige Zusammenarbeit.

Auf universitärer Ebene darf ich meinem Betreuer Prof. Dr. Nobert Weixlbaumer und Herrn Dr. Werner Dietl Dank zusprechen. Sowohl Herr Weixlbaumer, als auch Herr Dietl standen mir stets durch neue Denkanstöße und große Unterstützung beratend zur Seite.

Ein besonderer Dank gebührt meinen Eltern, Franz und Monika Jell, die mich während meines Studiums durchgehend tatkräftig unterstützten. Ganz besonderen Dank möchte ich auch meinem Partner, Daniel Wochner, aussprechen, der mir in jedem Moment des Stillstandes beistand. Großer Dank gilt auch Petra Wochner, die mir stets alle Arbeiten akribisch Korrektur las.

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit versichere ich,

- dass ich die vorliegende Masterarbeit selbstständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubter Hilfe bedient habe,
- dass ich dieses Masterarbeitsthema bisher weder im In- noch im Ausland in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe
- und dass diese Arbeit mit der vom Begutachter beurteilten Arbeit vollständig übereinstimmt.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Theresa" followed by a stylized flourish.

Wien, am 07. Oktober 2019

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	i
Abkürzungsverzeichnis	iii
Abstract	iv
1. Einleitung: Problemstellung und Relevanz	1
1.1. Zielsetzung und Fragestellung	3
2. Forschungsvorhaben: Theorie und Methodik	4
3. Theoretische Grundlagen der Regionalen Identität	5
3.1. Definition: Region	5
3.2. Definition des Identitätsbegriff	8
3.3. Raumbezogene Identität	10
3.4. Regionalbewusstsein	12
3.4.1. Dimensionen des Regionalbewusstseins	14
3.5. Regionale Identität	15
3.5.1. Regionale Identifikationsformen	17
3.5.2. Ich-Identität	21
3.5.3. Wir-Identität	22
3.6. Einflussfaktoren der regionalen Identität	23
4. Handlungsmaßnahmen der Regionalentwicklung	25
4.1. Nutzen der Regionalen Identität in der Regionalentwicklung	26
4.1.1. Prozessschema zur regionalen Identitätsentwicklung in der Regionalentwicklung	29
5. Regionsabgrenzung: Nature of Innovation – Region (NOI)	30
5.1. LEADER Region Nationalpark Kalkalpen	33
5.1.1. Lage der LEADER Region Nationalpark Kalkalpen	33
5.1.2. Datenfenster der LEADER Region Nationalpark Kalkalpen	34
5.1.3. Lokale Entwicklungsstrategie	36
5.2. LEADER Region Traunviertler Alpenvorland	37
5.2.1. Lage der LEADER Region Traunviertler Alpenvorland	37
5.2.2. Datenfenster der LEADER Region Traunviertler Alpenvorland	38
5.2.3. Lokale Entwicklungsstrategie	39
5.3. LEADER Region Linz-Land	41
5.3.1. Lage der LEADER Region Linz-Land	41
5.3.2. Datenfenster der LEADER Region Linz-Land	42
5.3.3. Lokale Entwicklungsstrategie	42

5.4.	Stadt Steyr.....	44
5.4.1.	Lage und Datenfenster der Stadt Steyr.....	44
6.	Angewandte Forschungsmethodik.....	46
6.1.	Quantitatives Forschungsdesign	47
6.2.	Darstellung der quantitativen Forschungsergebnisse	51
6.2.1.	Darstellung: Persönlicher Bezug.....	51
6.2.2.	Darstellung: Image und Außenzuschreibungen	63
6.2.3.	Darstellung: Regionsauffassung.....	70
6.2.4.	Darstellung: Regionsbewusstsein.....	74
6.3.	Zwischenfazit der quantitativen Analyse	82
6.4.	Qualitatives Forschungsdesign	85
6.4.1.	Kategorie 1: Identitätsstiftende Aspekte	87
6.4.2.	Kategorie 2: Regionsabgrenzung	91
6.4.3.	Kategorie 3: Bedeutung Regionaler Identität.....	94
6.4.4.	Kategorie 4: Nutzen Regionaler Identität.....	98
6.4.5.	Kategorie 5: Maßnahmen zur Etablierung einer gemeinsamen regionalen Identität 100	
6.5.	Fazit der Untersuchung der regionalen Identität in der NOI-Region	103
6.5.1.	Identification of = Regionale Merkmale der NOI-Region	104
6.5.2.	Identification with = Bindungsmerkmale der NOI-Region.....	107
6.5.3.	Being identified = Zuschreibungen der NOI-Region.....	108
6.6.	Formel regionaler Identität anhand der NOI-Region	110
7.	Conclusio	111
7.1.	Handlungsableitungen	115
7.2.	Weiterführende Untersuchungen	117
7.3.	Kritik am Untersuchungsdesign	119
8.	Literaturverzeichnis	120
8.1.	Onlinequellen.....	124
8.2.	Erhobene Daten	126
9.	Anhang.....	127
9.1.	Fragebogen	127
9.2.	Interviewleitfaden.....	131
9.2.1.	Interviewtranskripte	132

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Dimension des Regionalbewusstseins, eigene Abbildung: Jell (29.07.2019), in Anlehnung an Blotevogel et al 1989: 71-72.	15
Abbildung 2: Formel der Regionalen Identität, Quelle: Baumfeld 2011: 3.	18
Abbildung 3: Nutzenfunktionen raumbezogener Identität für personale und soziale Systeme, eigene Abbildung, in Anlehnung an Weichhart et al. 2006: 65.	28
Abbildung 4: Allgemeines Prozessschema zur Identitätsentwicklung nach Werthmüller, eigene Abbildung, in Anlehnung an: Werthmüller 1995: 187.	30
Abbildung 5: Nature of Innovation, Mission, online unter: https://www.nature-of-innovation.com/intro/#tab_mission (31.07.2019).	31
Abbildung 6: Nature of Innovation, Methode: Design Thinking, online unter: https://www.nature-of-innovation.com/intro/#tab_methode (31.07.2019)	31
Abbildung 7: NOI Region, Quelle: Nature of Innovation, Über NOI, online unter: https://www.nature-of-innovation.com/intro/ (31.07.2019).	32
Abbildung 8: LEADER Region Nationalpark Oö. Kalkalpen, Quelle: Lokale Entwicklungsstrategie, LEADER Region Nationalpark Kalkalpen (2013).	34
Abbildung 9: Altersstruktur der LEADER Region Nationalpark Oö. Kalkalpen im Vergleich, Quelle: Lokale Entwicklungsstrategie, LEADER Region Nationalpark Kalkalpen (2013).	35
Abbildung 10: LEADER Region Traunviertler Alpenvorland, Quelle: LES, LEADER-Region Traunviertler Alpenvorland, 2015: 5.	38
Abbildung 11: Bevölkerung per 1.1.2013 nach Altersgruppen, Quelle: LES, LEADER Region Traunviertler Alpenvorland, 2015: 8.	39
Abbildung 12: LEADER Region Linz-Land, Quelle: LES, LEADER REGION LINZ-LAND, 2017: 4.	41
Abbildung 13: Statistische Zonen Steyr, online unter: http://ftp.steyr.at/magsteyr/plaene/StatZonen.pdf (21.08.2019.)	44
Abbildung 14: Untersuchungsraum und Erhebungsorte, Quelle: eigene Abbildung.	49
Abbildung 15: Altersgruppen der Proband*innen, Quelle: eigene Darstellung.	50
Abbildung 16: Wahl des Wohnortes, Quelle: eigene Darstellung.	57
Abbildung 17: Wie wohl fühlen Sie sich in Ihrem Wohnort? Quelle: eigene Darstellung.	58
Abbildung 18: Was zeichnet die Region Ihrer Meinung nach aus?, Quelle: eigene Darstellung.	62

Abbildung 19: Warum kommen, Ihrer Meinung nach, Gäste/ Touristen in die Region?, Quelle: eigene Darstellung.	64
Abbildung 20: Hat sich das Image der Region in den letzten Jahren/ Jahrzehnten verändert?, Quelle: eigene Darstellung.	68
Abbildung 21: Funktioniert, Ihrer Meinung nach, die Zusammenarbeit der Gemeinden in der Region gut?, Quelle: eigene Darstellung.	70
Abbildung 22: Welches thematische Viertel würden Sie der NOI Region noch zuordnen?, Quelle: eigene Darstellung.	73
Abbildung 23: Regionszugehörigkeit in der NOI Region, Quelle: eigene Darstellung.	75
Abbildung 24: Welches der folgenden Merkmale sehen Sie als Gemeinsamkeit in der Region?, Quelle: eigene Darstellung.	77
Abbildung 25: Maßnahmen zur Stärkung des Regionsbewusstseins, Quelle: eigene Darstellung.	79
Abbildung 26: Formel regionaler Identität nach BAUMFELD 2011, Quelle: eigene Darstellung.	110
Abbildung 27: Was macht unsere Region aus? Quelle: Nature of Innovation, Auftaktworkshop, online: https://www.nature-of-innovation.com/projekte/regionale- identitaet/ (06.10.2019).	114

Abkürzungsverzeichnis

NOI

Das Akronym NOI steht für „Nature of Innovation“. Darunter ist ein innovatives Projekt zu verstehen, das die Entwicklung zukunftsorientierter Ideen für die Region durch Innovationsteams und Bürger*innen der involvierten LEADER-Regionen und der Stadt Steyr vorsieht. Projekte, die im Rahmen dieses Projektes initiiert wurden umfassen innovative und vor allem zukunftsorientierte Fragen in Bezug auf Wirtschaft, Tourismus, Kultur sowie die Stadt- und Regionalentwicklung. Im Projektzeitrahmen von 2017 bis 2019 wurden zahlreiche Projekte zu verschiedenen Themen aus den genannten Kategorien durchgeführt. Die vorliegende Masterarbeit ist als Teil des Projektes „P03 Regionale Identität“ (NOI 2019: <https://www.nature-of-innovation.com/projekte/regionale-identitaet/> (07.10.2019).) im „Nature of Innovation“-Projekt verankert. (vgl. NOI 2019, online unter: <https://www.nature-of-innovation.com/ueber-noi/> (23.09.2019).).

NOI-Region

Bei der NOI-Region handelt es sich um den Zusammenschluss dreier LEADER Regionen gemeinsam mit der Stadt Steyr im Rahmen des Projekts „Nature of Innovation“. Diese Region wurde daher unabhängig von administrativen Grenzen abgegrenzt und beinhaltet die LEADER Regionen Nationalpark Kalkalpen, Traunviertler Alpenvorland, Linz-Land und die Stadt Steyr. (vgl. NOI 2019, online unter: <https://www.nature-of-innovation.com/ueber-noi/> (23.09.2019).).

Abstract

Die vorliegende Masterarbeit gibt einen Überblick über die Identitätsmarker, die maßgeblich zur Konstruktion Regionaler Identität in der NOI-Region beitragen. Darüber hinaus werden Handlungsableitungen angeführt, die sich auf wissenschaftlich fundierte Thesen, Vorschlägen der Expert*innen sowie der Autorin stützen. Die Untersuchung wird durch die Theorie der Regionalen Identität nach Peter Weichhart und der praxisorientierten Zugangsweise von Leo Baumfeld untermauert. Zur Untersuchung der identitätsstiftenden Merkmale wurden sowohl eine quantitative Forschungsmethode, eine Befragung mittels Fragebogen, als auch eine qualitative Forschungsmethode, leitfadengestützte Expert*inneninterviews angewandt. In die statistische Untersuchung flossen 235 retournierte Fragebögen ein. Auf Basis der leitfadengestützten Expert*inneninterviews konnten aufschlussreiche Inhalte aus sieben Interviews extrahiert werden.

Aus den Untersuchungen geht hervor, dass sich regionale Merkmale, wie die Landschaft und die Natur als Identitätsmarker bezeichnen lassen. Diese beiden identitätsstiftenden Kategorien sind von der Berg-, Fluss- und Tallandschaft der Region geprägt. Zudem wirken auf Basis der regionalen Merkmale auch Aspekte des sozialen Netzwerks sowie des gesellschaftlichen Alltagslebens identitätsstiftend. Das soziale Netzwerk prägt die Regionale Identität der Untersuchungsregion darüber hinaus im Rahmen der Bindungsmerkmale. Diese werden maßgeblich vom Zusammengehörigkeitsgefühl beeinflusst. Großer Einfluss auf die Regionale Identität wirkt auch seitens der ökonomischen Bindung, die sich durch die Bedeutung der Wirtschaft und der Industrie abzeichnet.

In Anlehnung an den aktuellen Stand der Wissenschaft thematisiert die vorliegende Masterarbeit Handlungsableitungen für die Regionalentwicklung. Dabei zeichnet sich die Tendenz ab, Projekte zur Etablierung einer gemeinsamen Regionalen Identität zu meiden, sondern die Stärkung und Etablierung der einzelnen Identitätsmarker anzustreben. Dabei ist es von Vorteil einen gesamtregionalen Fokus zu setzen.

Die vorliegende Masterarbeit ist hinsichtlich der angewandten Forschungsmethodik sowie der angeführten wissenschaftlichen Thesen für die Human- und Wirtschaftsgeographie von Interesse. Die Kontextualisierung von Identität deckt zudem das Forschungsinteresse der Soziologie und der Perzeptionsforschung ab. Die gesamte Thematik, aber im Besonderen die angeführten Handlungsableitungen sind für die Regionalentwicklung von Interesse.

English Abstract

This masterthesis grants an overview of specific regional aspects, which significantly contribute to a construction of regional identity in the NOI-Region. Moreover, strategy of actions based on scientific research, suggestions of experts and the author are quoted. This research paper is founded on Peter Weichhart's theory of regional identity and the practice-oriented approach of Leo Baumfeld. To study these specific regional aspects a quantitative method of research by surveys using questionnaires and the qualitative method of guided expert interviews were used. 235 answered questionnaires incorporated the survey as well as the content of seven revealing expert interviews.

The research shows, that regional aspects such as landscape and nature can be designated as identity-anchors. Both categories are mainly characterized by landscape with mountains, valleys and rivers. Based on these regional characteristics, also aspects of the social network and the everyday life are identity-establishing. The social network influences the regional identity even beyond within the bonds of regionality. Said identity is considerably influenced by communal spirit. Furthermore economic has a big effect on this identity which can be seen in the importance of economy and industry.

Based on the current state of science concerning this topic, this masterthesis thematises strategy of actions for regional development. It can be seen from the research that there is more dedication to strengthen and establish identity-anchors rather than strengthening the common regional identity. It would be an asset to focus on the whole region.

This masterthesis is of interest for humangeography, economic geography and perception research. The contextualization of identity also covers the research interests of sociology. The whole topic but especially the strategy of actions are relevant for the regional development.

1. Einleitung: Problemstellung und Relevanz

Die Regionale Identität ist, aufgrund der unterschiedlich individuellen Ausprägungen ein komplexes und facettenreiches Phänomen unserer Gesellschaft, das auf der persönlichen und emotionsbezogenen Bindung von Menschen an bestimmten Orten basiert. Sie lässt sich als Prozess beschreiben, der sich sowohl auf Individuen als auch auf soziale Gruppierungen bezieht. (vgl. WEICHHART et al. 2006: 36.) Besondere Einflussfaktoren auf die Ausprägung raumbezogener Identität stellen das kommunizierte Image sowie das Regional- und Ortsmarketing einer Region dar. Regionale Identität kann auch als Marketingstrategie genutzt werden, um die Region neu, modern und vor allem für die in der Region lebenden Personen ansprechender zu gestalten. (vgl. WEICHHART et al. 2006: 21.)

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass Regionale Identität als eine spezifische Ausprägungsform der raumbezogenen Identität anzusehen ist, die sich explizit auf die regionale Maßstabebene bezieht. (vgl. WEICHHART et al. 2006: 22-23.) Auf Basis dieser Maßstabebene ist Regionale Identität von den Prozessen innerhalb der Region und ihrer Gesellschaft abhängig. So haben Dynamiken wie der demographische Wandel, Migration, Globalisierung und Mobilität erhebliche Auswirkungen auf die Identifikation mit bestimmten Raumausschnitten. (vgl. BAUMFELD 2011: 1-2.)

Die Konstituierung Regionaler Identität vollzieht sich in drei Grundprozessen. Zum einen wird dabei vom Prozess des *Identification of* gesprochen. Es handelt sich dabei um die gedankliche Erfassung eines Objekts durch ein wahrnehmendes und erkennendes Subjekt. (vgl. WEICHHART et al. 2006: 32.) In weiterer Folge kann dieser Schritt bei der Konstruktion von Identität auch als das Hervorbringen von regionalen Merkmalen beschrieben werden. Regionale Merkmale dieser Art beschränken sich nicht nur auf naturräumliche Merkmale, sondern beinhalten auch kulturelle Werte, Traditionen, Sprachabwandlungen, Geschichte, Architektur und regionsspezifische Verhaltensmuster. Innerhalb dieses Aspektes sind die Kompetenzen der Region von Bedeutung, daher zählen auch Produkte, Dienstleistungen, Forschung und Technik zur Kategorie der regionalen Merkmale. Auf Basis dessen stellen zudem die Leitlinien regionaler Zusammenarbeit, sogenannte *Governance Arrangements*, einen wichtigen Identifikationsmarker dar. (vgl. BAUMFELD 2011: 4.) Während des Prozesses der Etablierung Regionaler Identität werden dabei Objekte durch involvierte Akteur*innen in der Umwelt erkannt, als bestimmte Objekte identifiziert und gleichzeitig mit spezifischen Eigenschaften konnotiert. (vgl. WEICHHART et al. 2006: 32.)

Als weiterer Schritt zur Konstituierung Regionaler Identität ist die Konstruktion von Zugehörigkeit zu einer bestimmten sozialen Gruppe zu werten. Der Prozess, den Weichhart *Identification with* nennt, beschränkt sich auf die persönliche territoriale Bindung, das Wirkungsgefüge, ebenso wie auf die kommunikative Konstruktion über die Region. (vgl. WEICHHART et al. 2006: 34.) Hierbei ist zu beachten, dass diese Bindung ökonomische, soziale sowie kulturelle Aspekte beinhaltet. (vgl. BAUMFELD 2011: 3.) Dabei bezieht sich die Identifikation auf die Ich-Identität des Subjekts. So wird eine Verbindung zwischen dem betreffenden Objekt und der Ich-Identität hergestellt. (vgl. WEICHHART et al. 2006: 34.)

Der dritte Grundprozess *Being identified* umfasst die raumbezogene Zuschreibung von Attributen, die aus der Position von außenstehenden Personen getätigt wird. (vgl. BAUMFELD 2011: 2-4.) Dieser Prozess basiert auf der gedanklichen Repräsentation menschlicher Subjekte im Bewusstsein eines Individuums oder in der kollektiven Zuschreibung einer Gruppe. Dabei wirken die Zuschreibungen von Eigenschaften, die sich auf den Geburtsort, Wohnort oder auch auf die Region, in der das Individuum lebt, beziehen, besonders prägend. Es werden folglich Behauptungen über Elemente der Ich-Identität aufgestellt. (vgl. WEICHHART et al. 2006: 34.) Image und Identität einer Region stehen in einem engen Zusammenhang zueinander, so gewährleistet das Image eine Identifizierbarkeit von Räumen für Bewohner*innen sowie für die Zuschreibungen von außen. (vgl. JOHN 1998: 76.)

In Bezug auf die Untersuchungsregion ist zunächst festzuhalten, dass eine gemeinsame Regionale Identität in den LEADER Regionen Nationalpark Kalkalpen, Traunviertler Alpenvorland, Linz-Land und Steyr kaum vorhanden. Es fehlt an einer gemeinsamen Identität in der Gesamtregion, obwohl das Potenzial gemeinsamer identitätsstiftender Merkmale durch Identitätsmarker, wie Eisen, Natur und Kultur gegeben ist. Den lokalen Entwicklungsstrategien der involvierten LEADER-Regionen ist zu entnehmen, dass es zwar keine einheitliche Regionale Identität in der Gesamtregion gibt, dennoch starke Teilregionsidentitäten in den einzelnen Tälern der Region vorherrschend sind. (vgl. LEADERREGION NATIONALPARK OÖ. KALKALPEN, 2013: 14.) Die LEADER Region Nationalpark Kalkalpen weist in ihrer lokalen Entwicklungsstrategie der Programmperiode 14-20 der Thematik der Regionalen Identität große Bedeutung zu und verankert dies in einem der drei Schwerpunktbereiche. (vgl. LEADERREGION NATIONALPARK OÖ. KALKALPEN, 2013: 17.) Dabei wird vom Bedarf einer gemeinsamen, starken Regionalen Identität gesprochen, da die Region die gemeinsame Identität als Antrieb für das Engagement der Bürger*innen in und für die Region erkennt. Aus

dieser Perspektive spricht die Region diesem Ziel höchste Priorität zu. (vgl. LEADERREGION NATIONALPARK OÖ. KALKALPEN, 2013: 34-35.)

Eine gemeinsame Regionale Identität zeichnet sich in der Praxis als ein Instrument mit erhöhter Nutzenfunktion auf personaler und sozialer Ebene aus. Zum einen leistet sie einen Beitrag zur Entwicklung und Aufrechterhaltung der personalen Einheit, Geschlossenheit und der Selbstidentität des Individuums. Zum anderen dient sie zur Stabilisierung sozialer Systeme, indem sie einen Bezug- und Orientierungsrahmen für soziale Interaktionen und Kommunikation bietet. Darüber hinaus trägt Regionale Identität zum sozialen Zusammenhalt, zur Integration und Gruppenbindung bei. (vgl. WEICHHART et al. 2006: 62-63.)

Aus diesen Gründen ergibt sich die Relevanz der Thematik, weiterführende regionalpolitische und marketingstrategische Handlungsmaßnahmen auf Basis der lokalen Entwicklungsstrategie in der Untersuchung der Regionalen Identität zu setzen.

1.1. Zielsetzung und Fragestellung

Ziel dieser Arbeit ist es, zentrale identitätsstiftende Merkmale zu beforschen, die maßgeblich zur Konstruktion einer Regionalen Identität in der NOI-Region beitragen. Darauf aufbauend werden Vorschläge zu zukünftig erforderlichen Handlungsableitungen für die Regionalentwicklung identifiziert.

Die Forschungsfrage, mittels welcher dieses Ziel erreicht werden soll, lautet folglich:

Inwiefern lassen sich zentrale identitätsstiftende Merkmale zur Konstruktion der regionalen Identität in den LEADER Regionen Nationalpark Kalkalpen, Traunviertler Alpenvorland, Linz-Land und der Stadt Steyr feststellen?

Weitere Leitfragen sollen zudem fundiertere Ergebnisse zur Regionalen Identität in der NOI sowie zu zukünftig erforderlichen Handlungsweisen bieten:

- Welchen Beitrag kann die Region zur Stärkung der Regionalen Identität leisten?
- Welche Vorschläge zur Handlungsableitung können gefunden werden?

2. Forschungsvorhaben: Theorie und Methodik

Zur Beantwortung der Forschungsfrage werden unterschiedliche empirische Methoden angewandt. Neben der Literaturrecherche, die zur theoretischen Auseinandersetzung mit der oben erwähnten Forschungsfrage dient, bildet die Datenerhebung mittels Fragebogen und sieben Expert*inneninterviews den Hauptaspekt der Untersuchungsarbeit.

Als erster Schritt wird eine Literaturrecherche durchgeführt, um die Basis für die Datenerhebung und die Expert*inneninterviews zu schaffen. Dabei liegt der Fokus auf der Theorie der raumbezogenen Identität nach Weichhart, der von drei Grundprozessen der regionalen Identitätskonstruktion auf unterschiedlichen Ebenen ausgeht. (vgl. WEICHHART 1990:16.) Diese Theorie wurde von Leo Baumfeld praxisorientiert zu einer Formel der Regionalen Identität erweitert. (vgl. BAUMFELD 2011: 3.)

Als nächster Schritt folgt die empirische Untersuchung, die sich aus einer Datenerhebung mittels Fragebogen sowie Expert*inneninterviews zusammensetzt. Im Rahmen der quantitativen Untersuchung konnten 235 ausgefüllte Fragebögen generiert und in der Datenanalyse berücksichtigt werden. Anschließend wurden die Daten der Software SPSS ausgewertet. Die Befragungen wurden in folgenden Gemeinden durchgeführt: Sierning, Kronstorf, Steinbach/Steyr, Steyr und Losenstein. Teilnahmeberechtigt waren all jene Personen im Alter von 18 bis 99, die in der Region wohnen. Die verschiedenen Tage, Standorte sowie die Anzahl der Samples sorgten für ein breites Forschungsergebnis.

Als weiteres Untersuchungsdesign wurden sieben qualitative, leitfadengestützte Expert*inneninterviews geführt. Diese lieferten Informationen zu unterschiedlichen Handlungsmaßnahmen und -empfehlungen. Die Fragen des Leitfadens für die Expert*inneninterviews stützten sich vorwiegend auf Informationen zu Handlungsempfehlungen, wenige weitere Fragen bezogen sich auf das allgemeine Empfinden Regionaler Identität in der Untersuchungsregion. Die durchgeführten Interviews wurden mit Hilfe der qualitativen Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring (MAYRING 2015) ausgewertet.

3. Theoretische Grundlagen der Regionalen Identität

Die Regionale Identität kann als ein Phänomen der Gesellschaft bezeichnet werden, das die persönliche und emotionale Bindung von Menschen an bestimmte Orte beschreibt. Diese Bindung wird oftmals mit „Heimatgefühl“ oder „Ortsbezogenheit“ gleichgesetzt. Die Regionale Identität steht in einem engen Zusammenhang mit der Identität eines Menschen sowie der raumbezogenen Identität von Orten und Regionen. (vgl. WEICHHART et al. 2006: 21.) Um ein grundlegendes Verständnis zu erzielen, erscheint es wesentlich diese Begriffe im Vorfeld zu definieren.

3.1. Definition: Region

Regionen sind, dem Handwörterbuch der Raumordnung zufolge, als ein zusammenhängender Teilraum zu definieren, der durch Gemeinsamkeiten bestimmter Merkmale gekennzeichnet ist. Folglich kann der Regionsbegriff je nach Ausrichtung des Kontextes unterschiedlich gedeutet werden. (vgl. ARL 1995: 805.) So können Regionen zum einen durch ihre politisch-administrative Abgrenzung bzw. durch eine normative, hierarchisch strukturierte innere Organisation definiert werden. Ein viel mehr ausschlaggebender Faktor bei der Definition von Region ist hingegen der netzwerkartige Verflechtungscharakter der Regionen. Dabei interagieren Regionen in Netzwerkstrukturen, die auf ähnlichen Disparitäten und Herausforderungen basieren. Infolge der unterschiedlichen Abgrenzungsmethoden von Regionen, wird der Region durch die jeweilige Abgrenzungsmethode ein bestimmter Charakter zugeschrieben. Die unterschiedlichen Methoden umfassen die Abgrenzung nach dem funktionalen, dem administrativen sowie dem diskursiven Prinzip. (vgl. SCHINDEGGER 1999: 38)

Die Abgrenzung nach dem Prinzip der Homogenität grenzt die Region nach gemeinsamen Merkmalen eines Raumes ab. Die räumliche Einheit beschränkt sich folglich auf die ähnliche oder gleiche Merkmalsausprägungen. Eine weitere Abgrenzungsmethode stellt das Prinzip der Funktionalität dar. Dabei wird die Region nicht nach Ähnlichkeit, sondern aufgrund ihres Verflechtungscharakters, in dem die Region interagiert, abgegrenzt. Die Abgrenzung wird dabei im Wesentlichen auf die miteinander verbundenen Elemente gestützt. Eine weitere Methode umfasst die Begrenzung einer Region durch die Orientierung an administrativen Einteilungen. Es handelt sich folglich um eine Regionseinteilung nach politisch-administrativen Grenzen, wie zB.: Bundeslandgrenzen oder Staatsgrenzen. (vgl. CHILLA, KÜHNE, NEUFELD 2016: 12-14.)

Im Kontext der Regionalentwicklung wird vermehrt auf die statistische Kategorisierung von Regionen zurückgegriffen, die in einem engen Zusammenhang mit den administrativen Grenzen steht. Diese Klassifikation wurde in den 1980er Jahren vom Amt für Statistik der Europäischen Union entwickelt, um die Raumeinheiten der EU-Mitgliedsstaaten auf eine vergleichbare Ebene zu bringen. (vgl. CHILLA, KÜHNE, NEUFELD 2016: 16.) Dabei wurden 3 NUTS-Ebene erschaffen, gemäß denen die Raumausschnitte kategorisiert werden. (vgl. EUROSTAT: NUTS - NOMENCLATURE OF TERRITORIAL UNITS FOR STATISTICS, online unter: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/nuts/background> (23.08.2019).) Bei der Bestimmung der einzelnen NUTS-Ebene bezieht sich die EU auf die Bevölkerungszahl. Die Obergrenze einer NUTS 1-Ebene liegt bei 7 Mio., die Untergrenzen bei 3 Mio. Um eine NUTS 2-Ebene handelt es sich bei einer Bevölkerungsanzahl zwischen 3 Mio. und 800.000. Eine NUTS 3-Ebene hingegen liegt vor, wenn sich die Bevölkerungsanzahl zwischen 800.000 und 150.000 findet. Liegt jedoch die Anzahl der Bevölkerung eines Mitgliedsstaats der EU unter der Mindestgrenze einer NUTS-Ebene, so bildet, laut EU-Gesetz der gesamte Staat eine geschlossene NUTS-Gebietseinheit auf der jeweiligen Ebene. (vgl. EUROPÄISCHES PARLAMENT: NR. 1059/2003 online unter: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:02003R1059-20180118&from=DE> (04.10.2019).)

- NUTS 1 – Regionen der Europäischen Union

Auf der Ebene der NUTS 1-Regionen wird Österreich seitens der Europäischen Union in drei Einheiten gegliedert: Ostösterreich, dazu zählen Niederösterreich, Burgenland und Wien, Südösterreich mit den Bundesländern Steiermark und Kärnten sowie Westösterreich, das die Bundesländer Oberösterreich, Salzburg, Tirol und Vorarlberg beinhaltet. (vgl. STATISTIK AUSTRIA 2005: 482.)

- NUTS 2 – Grundverwaltungseinheiten

Die NUTS 2 Ebene hingegen bezieht sich auf die Grundverwaltungseinheiten, weshalb diese Ebene stark von den Bundesländern geprägt ist. (vgl. STATISTIK AUSTRIA 2005: 482.)

- NUTS 3 – Unterteilungen der Grundverwaltungseinheiten

Die kleinste regionale Ebene stellt die NUTS 3 Ebene dar, die durch 26 politischen Bezirke und acht Gerichtsbezirke repräsentiert wird. (vgl. STATISTIK AUSTRIA 2005: 482.)

Wenn im Kontext Regionaler Identität von Regionen gesprochen wird, handelt es sich um eine übergemeindliche Raumeinheit, eine Region die sich zwischen Ort (Lokalbewusstsein) und

dem Staat (Nationalbewusstsein) befindet. Die Grenzen der Region sind keinesfalls homogen und festgesetzt, Überlappungen und Weiterentwicklungen von unterschiedlichen Regionalen Identitäten in verschiedenen Regionen sind daher möglich. (vgl. BLOTEVOGEL et al. 1986: 107-108.)

Besondere Relevanz kommt in diesem Zusammenhang den vier Zugängen zur Begrifflichkeit der Region zu. Zum einen kann Region als Territorium angesehen werden. Dies bedeutet, dass sich die Region über Verwaltungsgrenzen als Territorium definiert. Somit bilden die Gemeinden die kleinstmögliche verwaltungstechnische Einheit der Region. Die kleinräumliche Definition einer Region ist aufgrund der rasanten Entwicklungssprünge in der Praxis, einer sich stetig verändernden Gesellschaft und dem wirtschaftlichen sowie technischen Fortschritt im Allgemeinen nicht mehr ausreichend. Daher ist zunehmend die Zusammenarbeit von Gemeinden in Entwicklungs- und Gestaltungsfragen anzustreben. (vgl. BAUMFELD 2011: 5.)

Der kleinräumliche Teilausschnitt Region kann auch als Wirkungsgefüge angesehen werden, in dem Entwicklungs- und Gestaltungsfragen über administrative Grenzen hinweg in verschiedenen Akteurskonstellationen bearbeitet werden. Die Region als Wirkungsgefüge gestaltet sich über gemeinsame Thematiken, das Territorium ist dabei weniger von Bedeutung. Darüber hinaus kann die Region als Kommunikationsraum definiert werden. Hierbei kommt den administrativen Grenzen keine Bedeutung zu. Innerhalb dieses Ansatzes etabliert sich die Region durch die soziale Bindung sowie den zwischenmenschlichen Interaktionen in einer Region. Dabei kann es sich um verwandtschaftliche, freundschaftliche oder auch kulturelle Bindungen handeln, die eine bestimmte Dichte an Kommunikation erzeugen lassen. Die sozialen Bindungen und in weiterer Folge die Kommunikation prägen sowohl die Innen- als auch die Außenzuschreibungen einer Region. Des Weiteren kann die Region auch als Intentionsraum angesehen werden. In diesem Zusammenhang rückt die Intention der einzelnen Menschen in den Fokus. Laut Baumfeld zielen sowohl die Menschen, die dauerhaft in der Region wohnen, als auch jene, die durch soziale Interaktionen mit der Region in Verbindung stehen auf gewisse Entwicklungen ab. Diese Ziele werden unter anderem durch die Ich-Identität und die kollektiven Identitäten der einzelnen Individuen beeinflusst und wirkt sich maßgeblich auf die Entwicklung der Region aus, ohne, dass jene offen kommuniziert werden. So lässt sich feststellen, dass die Region als Intentionsraum für die Regionalentwicklung von besonderer Bedeutung ist. (vgl. BAUMFELD 2011: 5-6.)

3.2. Definition des Identitätsbegriff

In den Geistes- und Sozialwissenschaften sind vielfältige Definitionsversuche des Identitätsbegriffes vertreten, die sich in philosophischen, politikwissenschaftlichen und anderen sozialwissenschaftlichen Theorien und Ansätzen miteinander verbinden lassen. Ein, für diese Untersuchung wichtiger Ansatz entstammt dem amerikanischen Philosophen, Soziologen und Psychologen George Herbert Mead. Er spricht in seiner These der Kommunikation eine grundlegende Bedeutung zu, denn sie gilt als Grundprinzip der gesellschaftlichen Organisation des Menschen. (vgl. MEAD 1934: 299.)

In seiner Theorie geht Mead davon aus, dass sich Identität erst durch Kommunikation und das Bewusstwerden der eigenen Person entwickelt. Dies geschieht, indem sich das Individuum mit den Augen des Anderen betrachtet und somit selbst zum Objekt wird. (vgl. ABELS 2017: 7.) Dabei wird zwischen „I“ und „Me“ unterschieden. In dieser Unterscheidung spiegelt sich die zentrale These wider, denn Mead versteht unter „Me“ die sozialen Zuschreibungen und Rollenerwartungen der Gesellschaft, der Außenstehenden an das Subjekt. „I“ hingegen stellt die individuelle Antwort auf die Erwartungen der Außenstehenden in den Fokus. Das Individuum muss sich daher selbst objektivieren, um Identität zu entwickeln. Nur durch die Verbindung des einzelnen Individuums mit anderen Individuen, vor allem in der reflexiven Betrachtung der eigenen Identität, kann die Identität des Einzelnen entstehen und sich weiterentwickeln. (vgl. KEUPP 1999: 95.) Infolgedessen entsteht Identität bereits in der Kindheit durch das Erlernen der Fähigkeit, sich in andere hineinzusetzen. Das Kind betrachtet sich selbst reflexiv, durch das Hineinversetzen in ein anderes Individuum. Der vollzogene Perspektivenwechsel ermöglicht dem Individuum die Identitätszuweisungen anderer zu verstehen und in weiterer Folge eine eigene Identität zu entwickeln sowie die eigene Identitätsauffassung zu überdenken. Dieser Prozess vollzieht sich ausschließlich über das „I“ und reagiert auf die entwickelte Identität. Übernimmt das „I“ diese Identität, so wird es weitergeleitet an das „Me“. (vgl. OTTOMEYER 2000: 18.)

Daher ist festzuhalten, dass Identität kein starrer, von gesellschaftlichen Veränderungen isolierter Zustand ist, sondern es sich hierbei um einen Prozess handelt, der von sozialer zwischenmenschlicher Interaktion maßgeblich geprägt wird. Aufgrund der Bedeutung sozialer Interaktionen im Konstruktionsprozess von Identität, kann sie als soziale Konstruktion bezeichnet werden. (vgl. ZIMA 2000: 9.) Identität entspricht somit nicht nur einem eigenen persönlichen Bewusstsein, sondern beinhaltet auch immer das Identifiziert-Werden durch Außenstehende. (vgl. SCHOENWALD 2012: 49.) „Für die Identität ist es notwendig, dass die

Person auf sich selbst reagiert. Dieses soziale Verhalten [...] schafft die Bedingung für ein Verhalten, in dem Identität auftritt. Außer dem sprachlichen, kann ich kein Verhalten, in dem der Einzelne sich selbst Objekt ist und soweit ich sehen kann, ist der Einzelne solange keine Identität im reflexiven Sinn, als er nicht sich selbst Objekt ist.“ (MEAD 1934: 142.)

Neben Mead hat auch E. H. Erikson einen wichtigen Beitrag zur Identitätsforschung geleistet. Für Erikson hat Identität die Funktion des Freud'schen Ichs. Identität leistet daher die Aufgaben der Synthetisierung von Teilaspekten des Ich, der Selbstidentifizierung des Individuums und der Abgrenzung nach außen. Er bezeichnet Identität als das Bewusstsein des Individuums von sich selbst und die Kompetenz der Bewältigung des eigenen Lebens. Ähnlich wie Mead, beinhaltet seine These die Annahme, dass es sich bei Identität um kein Ergebnis handle, das sich einmal erreicht manifestiert, sondern durch soziale Beziehungen und Interaktionen wandelbar ist. So entsteht Identität nicht durch das Individuum allein, sondern ist vielmehr kulturell und sozial begründet, indem in sozialen Interaktionen eine Ich-Identität entsteht. (vgl. ABELS 2017: 220-222.)

In der Identitätsforschung wird von zwei verschiedenen Identitätskonzepten ausgegangen, die aufgrund ihrer Ausprägung auch für die Regionale Identität von Bedeutung sind. Dabei wird zwischen der individuellen und der kollektiven Identität unterschieden. Die beiden Konzepte wirken gleichermaßen einzeln, sind jedoch nicht getrennt voneinander zu betrachten. In diesem Kontext wird von kollektiver und individueller Identität gesprochen. Im Gegensatz zur kollektiven Identität bezieht sich die individuelle meist auf die Unterschiede zwischen den Individuen, die kollektive hingegen hebt die Ähnlichkeiten hervor. Individuelle Identität ist ohne die soziale Einbindung in die Gesellschaft anderer Individuen wenig bedeutsam, denn erst durch die Interaktion wird das Selbst, die individuelle Identität, konstruiert. Dabei entsteht individuelle Identität durch die Selbstwahrnehmung und die externe Wahrnehmung. (vgl. JENKINS 2008: 19-20.) Die kollektive Identität ermöglicht den Individuen sich in der sozialen Konstellation einzuordnen. Dieses Konzept steht stets in engem Zusammenhang mit dem gesellschaftlichen Wandel, der in weiterer Folge zu Veränderungen in der Mobilität, Dynamisierung der Arbeitsmöglichkeiten, Veränderungen der Bildungssituationen, Migration sowie allgemeine Tendenzen der Enttraditionalisierung führt. (vgl. BONFADELLI 2008: 26.) Diese Veränderungen der gesellschaftlichen Rahmenbedingungen können Unsicherheit bei den Individuen auslösen, die sie dazu veranlasst neue Stützen der Identität zu suchen. (vgl. REITERER 2004: 78.) Die Auflösung der alten Identitätsstrukturen bedeutet nicht nur eine Loslösung aus den traditionellen identitätsstiftenden Kontexten wie Familie, Verein oder Dorf,

sondern zieht auch eine neue Einbettung in ein kreatives Engagement, in neue Kontexte sozialer Identitäten mit sich. (vgl. WAGNER 1995: 99.) Infolgedessen verwurzelt sich das Individuum, vom gesellschaftlichen Wandel getrieben, neu. Eine wichtige Voraussetzung dafür ist die tendenzielle Toleranzzunahme gegenüber neuen Werten, Normen, kulturellen und sozialen Eigenschaft sowie Herkunft. (vgl. KÜHNE 2010: 26.)

3.3. Raumbezogene Identität

Neben sozialen Interaktionen stellt auch Raum eine wichtige Komponente zur Etablierung von kollektiver sowie individueller Identität dar. Dies manifestiert sich im Konzept der raumbezogenen Identität nach Peter Weichhart. Raumbezogene Identität definiert sich durch die persönliche sowie emotionale Verbindung von Individuen an bestimmte Orte oder Regionen. Diese Bindung wird oftmals als „Heimatgefühl“ benannt. (vgl. WEICHHART et al. 2006: 21.)

Die Terminologie des Begriffes raumbezogener Identität geht auf Peter Weichhart zurück, der diesen Begriff in einer Veröffentlichung 1990 prägte. Dabei wurde die Synergie von räumlichen Bezügen und Identität kontextualisiert. So liegt der Fokus dieses Begriffs auf dem räumlichen Bezug von Identitäten. Dem entgegen steht der Begriff der „räumlichen“ Identität. Im Gegensatz zur raumbezogenen Identität liegt hier der Fokus auf der Identität von Räumen. Dieser Begriff findet seinen Ursprung in der englischen Literatur „Place Identity“ oder auch „Place Attachment“. Das Konzept des „Place Identity“ bezieht sich vornehmlich auf die emotions- und sinnbezogene Bedeutung von Orten oder Regionen auf das einzelne Individuum oder Gruppen. (vgl. WEICHHART et al. 2006: 22-23.) Die raumbezogene Identität hingegen bezieht sich auf die kognitiv-emotive Repräsentation von Raumausschnitten in Form von Bewusstseinsprozessen von Individuen. (vgl. WEICHHART 1990: 20.) Die Begrifflichkeit der raumbezogenen Identität umfasst daher nicht zwingend verschiedene Raumkategorien oder Raumgrößen, sondern kann auch als historische Konstruktion, ökonomischer Verflechtungsraum, politisches Territorium oder Ort der Interessensartikulation sowie Konfliktaustragen verstanden werden. (vgl. KRANERPUHL 2008:116.)

Um in weiterer Folge die Phänomene der raumbezogenen sowie der Regionalen Identität zu kontextualisieren, erscheint es notwendig im Vorfeld auf das Konzept von Carl Graumann einzugehen. Hierbei ist anzuführen, dass dieses Konzept von Weichhart erweitert und von Baumfeld praxisorientiert revidiert wurde. Graumann unterscheidet in seiner These drei unterschiedliche Aspekte des Identifizierens. Dabei wird zwischen einer kognitiven

Identification of und einer emotionalen *Identification with* unterschieden, die in einem dreistufigen System eingebettet sind. Die dritte Stufe benennt er mit *Being identified*. (vgl. GRAUMANN 1983: 311-312.)

Der erste Aspekt des Identifizierens bezieht sich auf die gedankliche Erfassung eines Objekts durch ein wahrnehmendes Subjekt. Das Individuum erkennt in der Auseinandersetzung mit der Umwelt bestimmte Objekte, benennt sie und ordnet ihnen dabei konkrete Eigenschaft und Attribute zu. Das Individuum identifiziert in diesem Stadium das Objekt an sich. Graumann nennt dieses Stadium *Identification of*. Es handelt sich im Konkreten um eine kognitive Wahrnehmung von verschiedenen Objekten, die in weiterer Folge im Bewusstsein des wahrnehmenden Individuums als kognitive Struktur wiedergegeben werden. Zu diesen Objekten können andere Menschen, Gesellschaftsgruppen, soziale Gegebenheiten sowie physische Gegenstände zählen. Damit einher geht ein gedanklicher Prozess der Objekterfassung, durch den die Identität des betreffenden Objekts gestiftet wird. Die Identität des Objektes ist infolgedessen durch seine Position in einem definierten Bezugssystem, wie zum Beispiel in einer Region oder dem Dorf festgelegt. In diesem Zusammenhang gilt es festzuhalten, dass jedes Individuum durch soziale Interaktionen sowohl Objekt, als auch Subjekt einer Identifikation werden kann. Dieser Umstand beinhaltet die Zuschreibung von bestimmten Merkmalen und somit einer Identifikation von Personen. Dies bedeutet im Fall der raumbezogenen Identität, dass eine Ansammlung von Häusern als Dorf identifiziert wird. Kognitive Bezüge dieser Art können sich daher auch auf räumliche Gegenstände, wie Siedlungen, Stadtteile oder Städte beziehen. (vgl. WEICHHART et al. 2006: 32-33.)

Der zweite Aspekt des Identifizierens umfasst die Identität von Subjekten. *Being identified* beschreibt die Beobachtungen des Subjekts, des Individuums und lässt es dadurch selbst zum Gegenstand des Identifikationsprozesses werden. (vgl. GRAUMANN 1983: 311.) Wird dieser Abschnitt des Identifizierens in den Kontext raumbezogener Identität gesetzt, so lässt sich festhalten, dass sich der Prozess des *Being identified* weitgehend auf die gedankliche Repräsentation von Personen im Bewusstsein eines Individuums oder im kollektiven Urteil einer Gruppe bezieht. Den Individuen werden dabei Eigenschaften zugeschrieben, die durch ihre Position im Raum geprägt sind. Dies impliziert, dass Behauptungen über Aspekte der Ich-Identität der einzelnen Individuen im Zuge dessen aufgestellt werden. (vgl. WEICHHART et al. 2006: 33.)

Der dritte Teilprozess der Identifikation umfasst das Identifizieren durch bestimmte Objekte. Graumann nennt diesen Teilprozess *Identification with*. Innerhalb dieses Prozesses nehmen

andere Individuen, soziale Gruppierungen, Werte, Normen oder auch Materielles die Rolle des Mediums der Identifikation ein. (vgl. GRAUMANN 1983: 312.) In Bezug auf die raumbezogene Identität kann infolgedessen festgehalten werden, dass das betreffende Objekt, zB.: das soziale Netzwerk, im Prozess des *Identification with* Teil der individuellen Identität des einzelnen Individuums wird. Dadurch entsteht eine Verbindung zwischen dem Objekt und der Ich-Identität des Individuums. (vgl. WEICHHART et al. 2006: 34.) Folglich wird der Ort selbst, in Verbindung mit dem sozialen Netzwerk zu einem Teil des Individuums und funktioniert als Teilleistung des personalen Systems. Als besonders relevant für die Konstruktion raumbezogener Identität erweist sich die Aufrechterhaltung der emotionalen Verbindung zu dem jeweiligen Ort durch die Aneignung von Routinen und stabilen Interaktionen. (vgl. WEICHHART 1990: 35.)

3.4. Regionalbewusstsein

Das Regionalbewusstsein wird aus aktueller Sicht als Teilaspekt des komplexen Prozesses der Regionalen Identität gewertet. Diese Form des Bewusstseins wird durch das Gefühl der Zugehörigkeit zur regionalen Bevölkerung geprägt und oftmals auch als regionale Wirtschafts- und Arbeitskultur aufgefasst. (vgl. JOHNSEN 2008: 24.) Die Regionalbewusstseinsforschung erlebte durch die Thesen von Blotevogel, Heinritz und Popp einen ersten Höhepunkt. Ziel des Arbeitskreises war es, die „Räume mit gleichen Regionalbewusstsein“ (BLOTEVOGEL et al 1987: 410.) zu entdecken, die in einem regionalen Verhältnis zueinanderstehen und durch bewusstseinsbildende Aspekte miteinander vereint sind. Dabei wurde von einem bereits vorherrschenden Regionalbewusstsein ausgegangen, das sich auf raumbezogene Einstellungen von Individuen oder auch Gruppen bezieht. (vgl. JOHNSEN 2008: 54.)

Einen anderen Zugang wählte Werlen, er stellte die starke Gewichtung der Relevanz von regionalen Identifikationsformen in Zusammenhang mit der Kritik an den „Vereinheitlichungstendenzen der Moderne“ (WERLEN 1997: 78.) In der Regionalgeographie der Postmoderne sehen Krüger und Danielzyk das Regionalbewusstsein nicht mehr als Objekt der Regionalisierung. Der Begriff des Regionalbewusstseins wird hierbei vielmehr mit einer verinnerlichten regionalen Lebensform verbunden. Sie verfolgten dabei das Ziel einer besser durchdachten Regionalpolitik: „Einen strukturschwachen Lebensraum zum Nutzen seiner Menschen zu gestalten, ist eine Aufgabe, die deren Beteiligung erfordert [...]. Die Förderung der endogenen Potentiale von Regionen bedarf der genauen Kenntnis der regionalen Wirklichkeiten [...].“ (DANIELZYK, KRUEGER 1990: 9.)

Regionalbewusstsein definiert sich folglich durch das Wissen über die Eigenschaften und Besonderheiten einer bestimmten Region. Dieses Wissen steht jedoch ebenso in enger Verbindung mit einer emotionalen Bindung oder einer personalen Identifikation. Das Individuum zeigt dabei einen aktiven Zugehörigkeitswillen. (vgl. WEICHHART 1990: 15.) Parallel zu diesem Prozess zeichnet sich die Konstituierung eines gemeinsamen Wesens, gemeinsamer Werte und Normen einer Region ab. Besondere Bedeutung kommen regionsspezifischen Bauformen, dem regionstypischen Landschaftsbild, Sprachabwandlungen, Traditionen und Bräuche zu. (vgl. ROHRBACH 1999: 165.) Dabei wird dem Individuum die Möglichkeit geboten bestimmte Aspekte, wie Traditionen oder regionsspezifische Handlungsweisen, der Umwelt zu verstehen und sich in diese einzuordnen. Die soziale Interaktion, die Verständigung zwischen den Individuen, das Verweisen auf Differenzen sowie Handlungsweisen in der eigenen Umwelt sind ebenso wichtige personale Auswirkungen des Regionalbewusstseins. (vgl. BRIESEN 1994: 45.)

Pohl merkt dahingehend an, dass das Regionalbewusstsein selbst, als Medium angesehen werden kann, mit Hilfe dessen emotionale Bindung sowie Sicherheit gesucht wird. (vgl. POHL 1993: 33.) Dies zeichnet sich durch den Gemeinsamkeitsgedanken mit Bezug auf die Region eines Individuums aus und kann dadurch als „verräumlichtes Alltagsbewusstsein“ (POHL 1993: 88.) verstanden werden. Zudem wirkt das Regionalbewusstsein auch in seiner verbindenden Haltung zwischen dem Individuum und der Region. Damit weist es eine „starke kognitive, rationale Haltung“ (POHL 1993: 99.) auf.

Es ist jedoch auch darauf zu verweisen, dass innerhalb der wissenschaftlichen Diskussion Kritik an der Regionalbewusstseinsforschung geübt wird. Weichhart zeigt auf, dass der Raumbezug kollektiver Identifikation nur bei ethnischen Gesellschaften erhalten sei und dadurch der romantischen Ideologie angehöre. Zudem sei der Raum als theoretische Variable undenkbar, da der räumliche Aspekt stets vorhanden ist. Sozialstrukturen sind daher unabhängig von räumlichen Strukturen zu sehen. Als weiterer Kritikpunkt wird die Verwendung des Regionalbewusstseins als Instrument der Manipulation angemerkt. (vgl. WEICHHART 1990: 6-7.) Dieser Kritikpunkt wird auch durch Wolfgang Aschauer unterstrichen. Er gibt darüber hinaus auch an, die Regionalbewusstseinsforschung eigne sich nicht dazu die gesellschaftliche Realität darzustellen sowie diese zu erläutern, sondern diene ideologischen Zwecken. (vgl. ASCHAUER 1990: 25.)

3.4.1. Dimensionen des Regionalbewusstseins

Das Regionalbewusstsein lässt sich im Wesentlichen in einzelnen Dimensionen gliedern, die sich in einem Zusammenspiel auf das Regionalbewusstsein auswirken. Eine wichtige Komponente ist die Wahrnehmung der Region, die sogenannte **kognitive Dimension**. Sie ist auf physisch-räumliche Objekte, Merkmale, Symbole und Organisationen wie Vereine, Behörden oder Verbände ausgerichtet. Zudem sind regionale Geschichten, Traditionen, Entwicklungsschwächen und die mentale Raumpräsentation für diese Dimension von großer Relevanz. Diesen Annahmen zufolge beruht die Wahrnehmung, die Repräsentationen und die damit einhergehenden Abgrenzungen gegenüber anderen Regionen, auf vergleichendem Denken der einzelnen Individuen. (vgl. BLOTEVOGEL et al. 1989: 71.)

Die **affektive Dimension** wirkt als weiterer Aspekt auf das Regionalbewusstsein. Sie umfasst die regionale Verbundenheit, das sogenannte „Heimatgefühl“ und setzt sich daher aus der emotionalen Besetzung von Regionselementen wie Landschaft und Symbolen zusammen. Dabei wird eine ganzheitliche, emotionale Identifikation mit der Region angestrebt, auch die Erfüllung von Bedürfnissen und Ansprüchen innerhalb des Raumes sind dabei von Bedeutung. Besondere Relevanz tragen die persönliche Biographie und die Identifikation als soziale Raumeinheit des einzelnen sozialen Individuums. Hierbei wird die Region als Satisfaktionsraum identifiziert. (vgl. BLOTEVOGEL et al. 1989: 71-72.)

Die dritte Dimension bezieht sich auf die regionale Handlungsorientierung und als **konative Dimension** bezeichnet. Diese Dimension äußert sich vor allem in der Beteiligung des einzelnen Individuums in Vereinen, Verbänden oder politischen Organisationen. Dem aktiven Engagement für die Region, dem regionsbezogenen Zielsetzungen zugrunde liegen, kommt innerhalb dieser Dimension eine ebenso wichtige Rolle zu. Die konative Dimension bezieht sich zudem auch auf die Mobilitätsbereitschaft der Bevölkerung, die in der Verhinderung von Abwanderung Sichtbarkeit erlangt. (vgl. BLOTEVOGEL et al. 1989: 72.)

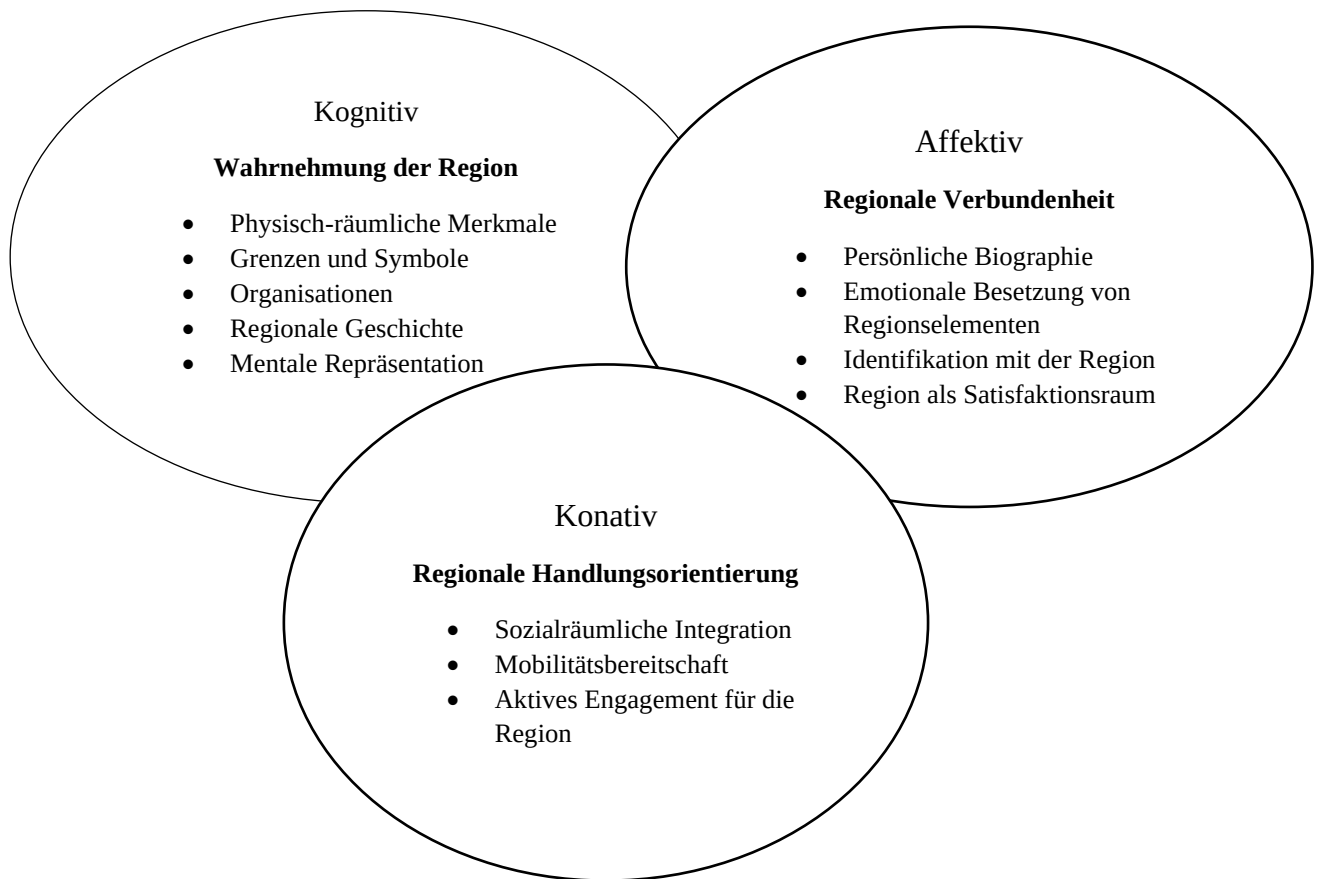


Abbildung 1: Dimension des Regionalbewusstseins, eigene Abbildung: Jell (29.07.2019), in Anlehnung an Blotevogel et al 1989: 71-72.

3.5. Regionale Identität

Die Regionale Identität ist ein Prozess, der sich auf mehreren Dimensionen vollzieht und auf der Annahme einer persönlichen sowie emotionsbezogenen Bindung von Individuen an bestimmte Orte oder Regionen basiert. Dieser Prozess kann nicht nur auf das einzelne Individuum, sondern auch auf soziale Gruppen projiziert werden. Einflussfaktoren, die die Erscheinungsform der Regionalen Identität maßgeblich verändern, können unter den zeitlichen Umständen, gesellschaftlichen sowie ökonomischen Veränderungen variieren. (vgl. WEICHHART et al. 2006: 36.)

Unter der Regionalen Identität ist eine spezifische Ausprägungsform der raumbezogenen Identität zu verstehen, die sich auf die regionale Maßstabsebene bezieht. Regionale Identität steht folglich immer in Relation zu bestimmten Raumausschnitten. Sie bietet dem Individuum die Möglichkeit Bezug zu Raum, der Region sowie den darin lebenden Menschen herzustellen. Dabei wird versucht ein „Individuum-Kollektiv-Raum“ (IVANISIN 2006: 63.) Verhältnis zu entwickeln. Um das Phänomen „Individuum-Kollektiv-Raum“ zu klären, kann auf folgende zwei Ansätze verwiesen werden. Zum einen ist dabei ein Theorieansatz zu beachten, der besagt,

dass es bei Identität um ein kognitives Phänomen handle. Dieser Ansatz geht der Annahme von Bildern der Region im Kopf des einzelnen Individuums nach, die durch Institutionen sowie einer gemeinsamen Wissensbasis wie Sprache, Traditionen oder auch Symbole entstehen. Dies führt zur Entwicklung eines Zusammengehörigkeitsgefühls, das zur Entstehung einer regionalen Identität beiträgt. Dem entgegen wird im zweiten Theorieansatz des Phänomens „Individuum-Kollektiv-Raum“ davon ausgegangen, dass es sich bei der regionalen Identität um einen interaktionistischen Prozess handelt. Dies bedeutet, dass Emotionen, die in Bezug auf die Region generiert werden, involviert sind. So kann das Lesen der Gemeindezeitung zur Entstehung einer regionalen Identität beitragen, sofern sich die Leser*innen über deren Inhalte austauschen können. (vgl. IVANISIN 2006: 63.)

Die Entstehung der regionalen Identität wird daher von äußeren Faktoren maßgeblich beeinflusst. Die Aspekte, die zu einer positiven regionalen Identität führen, können unterschiedlicher Ausprägung sein und beinhalten zum einen die Attraktivität territorialer Merkmale sowie die Zufriedenheit des einzelnen Individuums mit der territorialen Gruppenbindung. Diese beiden Aspekte gehen aus drei Quellen hervor, die Lilli und Diehl erwähnen.

Die regionale Prägung der Sozialisation:

Die regionale Prägung der Sozialisation zeigt auf, dass eine stärkere regionale Bindung bei Individuen, die in einer bestimmten Region geboren sind oder auch dauerhaft ansässig sind, vorhanden ist. Dementsprechend wirkt sich die Dauer der Aufenthaltszeit in einer bestimmten Region bis zu einem bestimmten Grad auf die regionale Identifikation des einzelnen Individuums oder gar einer sozialen Gruppierung aus. (vgl. LILLI und DIEHL 1999: 102.)

Die räumliche Mobilität:

Die räumliche Mobilität ist neben der regionalen Prägung der Sozialisation ein ebenso bedeutendes Element der regionalen Identität. In diesem Zusammenhang ist davon auszugehen, dass positive Erfahrungen mit anderen Regionen, die Bewertung der eigenen Region beeinflusst. Dies entspricht der These von Lilli und Diehl: je höher die Mobilität, desto geringer fällt die Regionale Identität aus. (vgl. LILLI und DIEHL 1999: 102.)

Wahrgenommene Bedrohung:

Ein weiterer zentraler Aspekt ist die wahrgenommene Bedrohung der eigenen regionalen Identität. So können negative Ereignisse die Aufmerksamkeit auf Regionen wenden, die in weiterer Folge Abwehrreaktionen innerhalb der Bevölkerung auslösen. (vgl. LILLI und DIEHL 1999: 102.)

3.5.1. Regionale Identifikationsformen

In den letzten Jahren war bereits ein verstärktes Verlangen nach regionaler Identität zu beobachten. Dies steht in Relation zur voranschreitenden Globalisierung unserer Gesellschaft. Vermehrt tritt das Bedürfnis nach regionaler Identität auf. Die Ursache für dieses Verlangen kann in der Befürchtung, Verlust der eigenen Identität zu verzeichnen, gesehen werden. Diese Dynamik wird durch die zunehmend offerierte Mobilität der Gesellschaft verstärkt. Zwar wird die Mobilität von der Gesellschaft durchwegs positiv erlebt, da damit eine höhere Flexibilität im Bereich Wohn- und Jobmöglichkeiten einhergeht, trotzdem wird sie häufig auch als Bedrohung für die eigene Identität gesehen. Die Möglichkeit an unterschiedlichen Orten zu arbeiten und zu leben, wirkt sich somit maßgeblich auf die Identität des einzelnen Individuums aus. Denn Multilokalität führt zur Entstehung multipler Identitäten. Dieser Prozess leitet die Reflexion der eigenen Identität ein und wird dabei oftmals als Bedrohung des eigenen Regionalbewusstseins wahrgenommen. (vgl. BAUMFELD 2011: 2.)

Weiters wird der Wunsch nach Regionaler Identität durch den demographischen Wandel verstärkt. Regionale Identität impliziert einen standhaften Anhaltspunkt im Leben vieler Menschen. Die zunehmende Überalterung der Gesellschaft, vor allem in ländlichen Räumen sorgt dafür, dass sich die Anzahl der Akteur*innen, die Identitätskonstrukte hervorbringen könnten verringert. Dies führte zur Reduzierung der Tradierung von regionsspezifischem Wissen, Traditionen, Bräuchen oder Sprachabwandlungen. Wichtige Identitätsmarker gehen dabei verloren. Aufgrund dieser Veränderungen äußert sich das gesellschaftliche Bedürfnis nach Stärkung der Regionalen Identität. Neben den genannten Faktoren spielt auch die Migration eine wesentliche Rolle, am aufkommenden Interesse an Regionaler Identität. In diesem Kontext ist anzuführen, dass, sobald der Anteil der Bevölkerung mit Migrationshintergrund einen Schwellenwert von 20% überschreitet, oft Verunsicherung in der Bevölkerung auslöst. Dies betrifft überwiegend jenen Teil der Bevölkerung, der bereits seit Generationen in der Region verwurzelt ist. Sie fürchten die Regionale Identität könnte dadurch verloren gehen. Auf der anderen Seite sehnen sich Menschen mit Migrationshintergrund nach

Verankerung, Zugehörigkeit und Etablierung, denn auch innerhalb dieser Gruppe besteht das Bedürfnis nach Regionalen Identität. (vgl. BAUMFELD 2011: 2.)

Dementsprechend äußerte sich bereits in den vergangenen Jahrzehnten ein verstärktes Verlangen nach Regionaler Identität. Die Etablierung einer Regionalen Identität stützt sich auf das Modell der drei Grundprozess von Carl F. Graumann. Leo Baumfeld erweiterte dieses Modell in dem er die erste Kategorie *Identification of* mit Regionalen Merkmalen (X), die zweite Kategorie *Identification with* mit Bindungsmerkmalen sowie die dritte Kategorie *being identified* mit Innen- und Außenzuschreibungen suggeriert.

Die Formel der regionalen Identität lautet folglich: $RI = X + Y + Z$

Ein Vorteil, der sich daraus ergibt, ist die Möglichkeit der Region sich durch Bindungs- und regionalen Merkmalen sowohl bei der in der Region ansässigen Bevölkerung, als auch außerhalb der Region zu positionieren. Daher kann Regionale Identität auch als Kapital der Region bezeichnet werden. Eine erfolgreiche Positionierung steht auch in Synergie mit der Zuschreibung von innen sowie von außen. (vgl. BAUMFELD 2011: 7.)

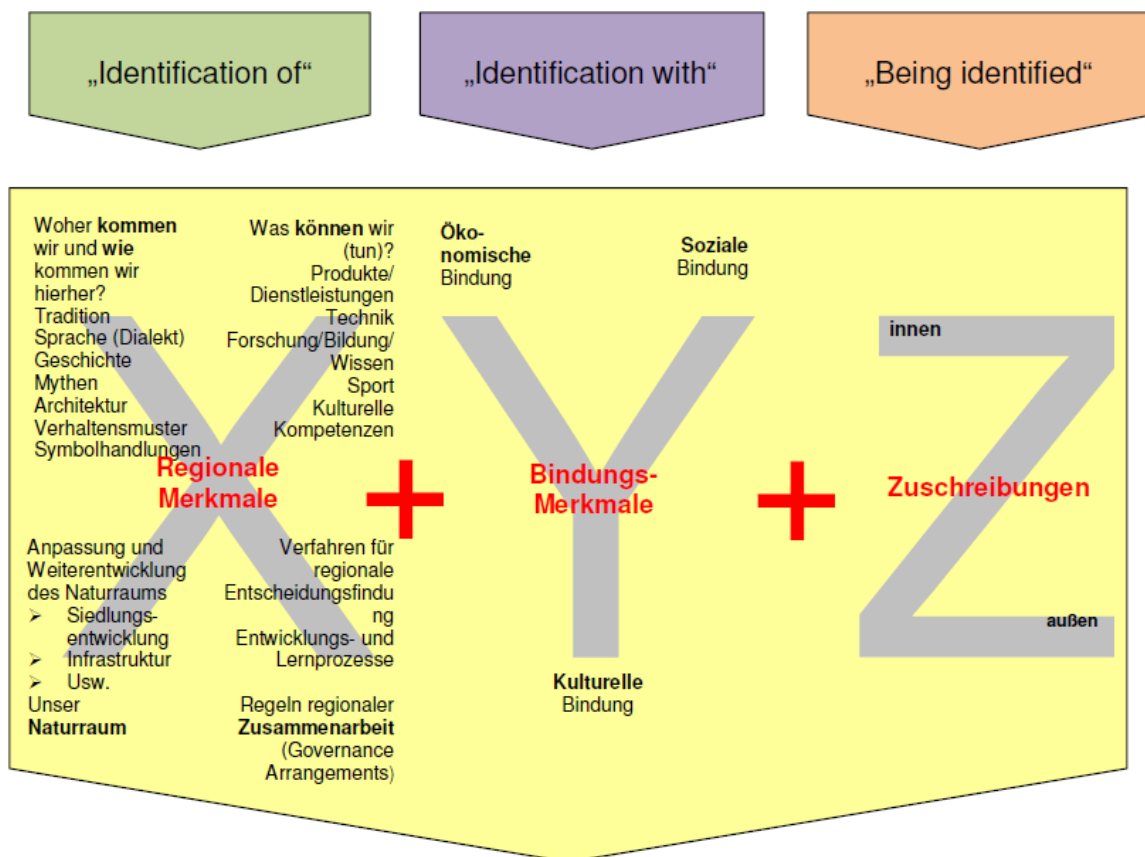


Abbildung 2: Formel der Regionalen Identität, Quelle: Baumfeld 2011: 3.

3.5.1.1. „Identification of“ = Regionale Merkmale

Die Kategorie *Identification of* beinhaltet die regionalen Merkmale und wird in der Formel als X bezeichnet. Dabei setzen sich die regionalen Merkmale aus vier Aspekten zusammen. Traditionen und die Kenntnis der eigenen Wurzeln sind als einer dieser vier Aspekte zu betrachten. Regionen weisen immer räumlich verankerte Traditionen, Geschichten und Feste auf, die in sozialen Interaktionen weitergegeben werden. Zu diesen regionalen Merkmalen zählen auch regionsspezifische Sprachabwandlungen (Dialekte) und bestimmte Baustile, wie z.B. Vierkanthöfe. Diese regionalen Merkmale lösen Vertrautheit innerhalb der Bevölkerung aus, die durch die Wertschätzung der kulturellen Güter auch Teil des Selbstbildes geworden sind. Einen weiteren Aspekt der regionalen Merkmale impliziert der Naturraum, der sowohl die Bevölkerung selbst, als auch ihr Leben und ihre Arbeit in der Region prägt. Doch auch die Bevölkerung kann durch die Gestaltung von Siedlungs- und Erholungsräumen sowie infrastrukturellen Eingriffen auf den Naturraum einwirken. Dies geht jedoch mit einer Wert- bzw. Geringschätzung des Naturraumes und seiner natürlichen Ressourcen einher. Die nachhaltige Nutzung des Naturraumes zur Erhaltung des regionalen Merkmals für die zukünftigen Generationen ist daher von großer Bedeutung. Als weiterer wichtiger regionaler Aspekt ist das Know-How einer Region zu nennen, durch das sich die Region im Wettbewerb von anderen Regionen abheben und über die Regionsgrenzen hinaus an wirtschaftlicher Bedeutung gewinnen kann. Der vierte Aspekt, dem in diesem Kontext große Relevanz zugeschrieben wird, ist die regionale Zusammenarbeit. Regionale Kooperationen können auf verschiedenen Ebenen stattfinden, die die Entwicklung der Region zum Ziel haben. Durch die bewusste Kultivierung dieser regionalen Merkmale in Form von sozialer Interaktion, stellen diese einen fixen Bestandteil regionaler Identität dar. (vgl. BAUMFELD 2011: 5-6.)

3.5.1.2. Identification with“ = Bindungsmerkmale

Identification with bezeichnet Bindungsmerkmale, die Auskunft über die Zugehörigkeit von Individuen zu einer bestimmten Region geben. Bindungsmerkmale machen somit die Dichte sowie die Intensität von sozialen Interaktionen sichtbar. Im Kontext der Regionalen Identität kann von einer Zusammensetzung dreier Aspekte ausgegangen werden, die eine unerlässliche Relevanz für die Regionale Identität aufweisen. (vgl. BAUMFELD 2011: 6.)

Zum einen ist die ökonomische Bindung zu erwähnen, die die Verbindungen von Arbeitgeber*innen und Arbeitnehmer*innen in einer Region umfasst. Dies bedeutet im konkreten Fall, dass jedes Individuum, das in die Region einpendelt auch gleichzeitig eine ökonomische Bindung zur Region aufweist, obwohl die Person ihren Wohnsitz nicht in dieser

Region verorten kann. Zum anderen wirkt sich die soziale Bindung, die sich auf einer verwandtschaftlichen und freundschaftlichen Ebene bewegt auf die Region aus. Auf diese Weise kann eine Bindung zu einer Region stattfinden, ohne einen fixen Wohnsitz in dieser Region aufzuweisen. Diese Verbundenheit wird durch den Zuzug erhöht. Eine soziale Zugehörigkeit zu einer bestimmten Region beeinflusst daher sowohl die Innen-, als auch die Außenzuschreibung. Darüber hinaus bestehen kulturelle Korrelationen. „Alle Regionen haben in irgendeiner Form kulturelle Formen der Selbstvergewisserung hervorgebracht.“, meint Baumfeld. (BAUMFELD 2011: 7.) Daher können regionale Kooperationen ebenso als Kulturmerkmal ausgewiesen werden und dadurch einen entscheidenden Aspekt der Bindungsmerkmale einer Region umfassen. (vgl. BAUMFELD 2011: 6-7.)

3.5.1.3. „Being Identified“ = Zuschreibungen

Unter dem Prozess *Being Identified* werden Innen- und Außenzuschreibungen einer Region verstanden. Diese betreffen meist Aussagen über die Attribution und der Innen- und Außenzuschreibungen der Region. Gleicht die Innenzuschreibung sich Großteils mit der Außenzuschreibung so kann von einer zuverlässigen Identität gesprochen werden. (vgl. BAUMFELD 2011: 7.)

Um das Prozessschema von Baumfeld im Sinne der vorliegenden Arbeit zu erweitern, ist Bezug auf die Thesen von Werthmüller zu nehmen. Werthmüller gibt in seinen Theorien an, dass die Regionale Identität stets in bestimmte Zeit- und Erlebnisabschnitte zu gliedern ist. Zum einen wird dabei auf den Vergangenheitsbezug verwiesen, der auch als *historische* oder *vererbte Identität* benannt wird. Dieser Teil der regionalen Identität beinhaltet vergangene Ereignisse, die für die soziale Ausrichtung der Region besonders prägend waren. Zudem ist dies basierend auf das regionsspezifische kulturelle, naturräumliche und sozio-ökonomische Erbe einer Region zu werten. Zum anderen wirkt der Zukunftsbezug einer Region auf die Regionale Identität. Dieser Aspekt inkludiert die zukunftsorientierten Vorstellungen einer Region, in der Entstehung einer Identität. Dazu tragen die Formulierung von Leitbildern, Visionsprozesse sowie Stadt- und Regionalentwicklungspläne maßgeblich bei. Um ein breiteres Theoriespektrum zu erlangen, ist dem Prozessschema Baumfelds auch der Gegenwartsbezug hinzuzufügen. Der Grund dafür findet sich in der Bedeutung Regionaler Identität als Schlüsselrolle für das alltägliche Leben sowie die Lebenspraktiken der Bevölkerung einer Region. (vgl. WERTHMÜLLER 1994: 103-104.)

3.5.2. Ich-Identität

Während des Prozesses, bei dem sich das Individuum mit einem Objekt identifiziert *identification with*, wird das Objekt auf die eigene Identität, die sogenannte Ich-Identität bezogen. Dadurch wird die Ich-Identität des Subjekts in Beziehung zum betreffenden Objekt gestellt. Aus diesem Grund ist das Konzept der Ich-Identität für die Entstehung einer regionalen Identität von Bedeutung. (vgl. WEICHHART et al. 2006: 34.) Die Ich-Identität entspricht jener Identität, die sich ein Individuum selbst zuschreibt. So lässt sich die Etablierung einer persönlichen Identität durch die Frage „Wer bin ich?“ und „Wer bin ich in den Augen anderer?“ festlegen. (vgl. WERTHMÖLLER 1995: 38-39.)

„Personale Identität ist eine reflexive Bewusstseinsleistung menschlicher Individuen, bei der Erfahrungen über die eigene Existenz verarbeitet werden. Im Mittelpunkt steht dabei die Wahrnehmung der zeitlichen Konstanz und der Entwicklung des Selbst.“ (WEICHHART et al 2006: 34.) Die reflexive Bewusstseinsleistung, die sich während der Entstehung der Ich-Identität vollzieht wird von Dimensionen des Kulturkreises, des Alters, des Geschlechts und der sozialen Bezugsgruppe beeinflusst. Zudem wird sie von der sozialen Rolle des Individuums, der Weltanschauung sowie der ethnischen Zugehörigkeit geprägt. Die personale Identität kann sich dabei auch durch räumliche Komponenten, wie dem Geburts- oder Wohnort und den räumlichen Schwerpunkten sozialer Interaktion auszeichnen. Regionale Lebenskonstellationen stellen in diesem Zusammenhang einen ebenso prägenden Aspekt dar, der zur Etablierung einer kulturellen Identität beitragen kann. Dabei gestaltet sich die Intensität der dimensionalen Ausprägung höchst individuell. Ein besonders identitätsstiftender Charakter kommt neben den einzelnen Dimensionen auch den wichtigen sozialen Interaktionspartner*innen des Individuums, wie Bezugspersonen, Eltern und Partner*innen zu. Auch signifikante Orte wirken als raumbezogenen Bestandteile auf die Ich-Identität. (vgl. WEICHHART et al 2006: 34-35.)

Infolge dessen ist die Ich-Identität stets in Bezug zum Gruppenbewusstsein und einer Gruppenidentität zu sehen. Dies bedeutet, dass eine bestimmte Gruppe identitätsstiftend auf das Individuum wirkt, oder das Individuum wird von der Außenwelt dieser Gruppe zugeordnet. Zugehörigkeiten dieser Form werden als „Wir-Bewusstsein“ bezeichnet, die ebenso in der personalen Identität des Individuums verankert sind. (vgl. WEICHHART et al 2006: 35.)

3.5.3. Wir-Identität

Das *Wir-Bewusstsein* oder auch Wir-Identität genannt, verweist im Gegensatz zur Ich-Identität auf bestimmte Gruppen, soziale Schichten oder Kulturen als Objekt der Identifizierung. In diesem Prozess sind jene Individuen, die sich mit dem jeweiligen Sozialsystem (Gruppe, Kultur etc.) identifizieren das Subjekt. Das Objekt hingegen wird durch das soziale System selbst repräsentiert. (vgl. WERTHMÖLLER 1995: 39.) Dies kann durch die Einordnung von Außenstehenden zu einer bestimmten Gruppe oder durch das Identifizieren des Individuums selbst mit einer Gruppe entstehen. Besonders bei Gruppenidentität kommt es häufig zu raumbezogenen Definitions- und Abgrenzungskriterien. Dies bedeutet, dass die gruppenspezifische Wir-Identität oftmals durch Territorialansprüche gekennzeichnet ist. (vgl. WEICHHART et al 2006: 35.)

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass sich Regionale Identität als Aspekt der raumbezogenen Identität zum einen durch das menschliche Individuum selbst und zum anderen durch soziale Gruppierung konstruiert. Bei den sozialen Gruppen kann es sich neben Kleingruppen, sozialen Gruppierungen auch um sogenannte symbolische Gruppen handeln, die vor allem kognitiv-emotive Wirklichkeitskonzepte ansprechen. Diese können sich auf das Bewusstsein eines einzelnen Individuums oder einer Gruppe beziehen. Dieses Wirklichkeitskonzept entspricht folglich der geographischen Auffassung von Raum. (vgl. WEICHHART et al 2006: 37.)

3.6. Einflussfaktoren der regionalen Identität

Um das Phänomen der Regionalen Identität als Push-Faktor für die Regionalentwicklung zu nutzen, ist es notwendig die Einflussfaktoren und Ursachen Regionaler Identität zu analysieren. Dabei lässt sich ein Ursachenbündel zur Entstehung von raumbezogener Identität erkennen. Aufgrund der Ausgangsthese, Regionale Identität sei als kleinräumlicher Aspekt der raumbezogenen Identität zu verstehen, wirken die anführten Ursachen und Einflussfaktoren, ebenso auf Regionale Identität. (vgl. KRANEPUHL 2008: 116.)

Die **Sozialisation** in einem bestimmten Raum, einer bestimmten Region stellt den ersten Entstehungskontext von Regionaler Identität dar. Auf Basis dessen, ist davon auszugehen, dass jedes Individuum durch Erfahrungen und Wahrnehmungen der Umwelt sowie sozialer Interaktion Identität stiftet. (vgl. MÜHLER et al. 2004: 23.) Dabei sind vor allem der Familienzusammenhang sowie „das Wirken [von ...] Sozialisationsagenten wie Kindergarten oder Schule“ (KRANEPUHL 2008: 116.) von Bedeutung. Zudem ist die Konstruktion Regionaler Identität kein abgeschlossener Prozess, sondern befindet sich durch andauernde soziale Interaktionen, neuen Erfahrungen und Wahrnehmungen im Wandel. Daher können auch durch zugezogene Menschen oder soziale Gruppen Regionale Identitäten geschaffen werden und sich somit als „Räume zweiter Heimat“ (ESSER 1987: 111.) etablieren. Auf diese Weise entstehen multiple Identitäten, die in weiterer Folge auch von Orten der beruflichen Karriere sowie dem Freizeitverhalten maßgeblich beeinflusst werden. (vgl. KRANEPUHL 2008: 116.)

Als weiterer Einflussfaktor auf die Etablierung und Weiterentwicklung von Regionaler Identität ist die **Lebensqualität** eines Ortes, einer Region zu nennen. Je positiver sich die Lebensqualität in einer bestimmten Region gestaltet und auf dieses Weise auch von der Bevölkerung eingeschätzt wird, desto stärker wirkt die affektive Bindung an die Region. Die Messbarkeit von Lebensqualität erweist sich als Herausforderung, da der Terminus Lebensqualität sehr individuell definiert wird. Es kann jedoch festgehalten werden, dass eine hohe Lebensqualität dann vorhanden ist, wenn der Raum aus Sicht des einzelnen Individuums bestimmte positive Eigenschaften aufweist. Die positiven Eigenschaften sind von Faktoren wie persönliche wirtschaftliche Situation, Arbeitsplatz, Sicherheit, räumliche Nähe zur Familie und zum sozialen Umfeld geprägt, aber auch das Erscheinungsbild des Ortes, der Region ist dabei von Bedeutung. (vgl. MÜHLER et al. 2004: 24.)

Darüber hinaus spielen **strukturelle Disparitäten** und Konflikte eine essentielle Rolle bei der Konstruktion Regionaler Identität. Werden im Vergleich mit anderen Regionen strukturelle Disparitäten festgestellt, so erzeugen diese ein Gefühl der Besonderheit der eigenen Region. Dieses Gefühl löst nach innen ein stärkeres Bewusstsein und nach außen eine gezielte Abgrenzung gegenüber anderen Regionen aus. (vgl. MEIER-DALLACH 1980: 304) Unter strukturellen Disparitäten sind in diesem Zusammenhang ökonomische Unterschiede zwischen Regionen, Konkurrenzpositionen sowie Potentiale im politisch-staatlichen Machtgefüge zu verstehen. (vgl. KRANEPUHL 2008: 116.)

Als vierter Einflussfaktor sind **kulturelle Besonderheiten** und **Varietäten** zu nennen, durch die sich die Bevölkerung einer Region explizit von einer anderen Region abgrenzt. Dieser Einflussfaktor bezieht sich auf Sprache, Religion, Geschichte, Brauchtum, Traditionen und ähnliche Aspekte, die Auswirkungen auf die Stärkung des gruppeninternen Zusammenhalts haben. Doch sind damit nicht nur positive Aspekte verbunden, denn dieser Faktor kann auch die Grenzen nach Außen verfestigen und zu einer klaren Abgrenzung führen, die keinen Austausch mehr zulässt. Ein zu nennendes Beispiel hierfür stellt die Sprachgemeinschaft dar, die nach innen ein Zusammengehörigkeitsgefühl auslöst, jedoch nach außen hin eine Barriere bildet. (vgl. KRANEPUHL 2008: 117.)

Neben den positiven Aspekten, die die Regionale Identität für die personalen und sozialen Systeme aufweist, kann durchaus auch Kritik an ihr geäußert werden. So mag sie zwar Wärme, Sicherheit und emotionale Geborgenheit vermitteln, doch kann dies in einem besonders großen Ausmaß auch zu Engstirnigkeit führen. Die Schwerpunktsetzung auf die eigenen Alltagswelt kann dazu führen, dass Gedankengängen und Handlungen nicht über die eigenen Grenzen hinausgehen. (vgl. WEICHHART et al. 2006: 94.)

4. Handlungsmaßnahmen der Regionalentwicklung

Regionaler Identität wird seitens der Politik und Verwaltung eine immer größere Bedeutung zugeschrieben, da sie dazu dient Ursachen für das Verbleiben oder Zurückkehren in die Region zu kreieren. Nicht nur das einzelne Individuum, sondern die Gemeinschaft kann von Regionaler Identität, einer raumbezogenen Verbundenheit profitieren. Daher ist dieser Aspekt auf der Agenda jeder räumlichen Ebene vertreten. (vgl. KRANEPUHL 2008: 113.)

Die Bedeutung Regionaler Identität verstärkt sich zunehmend. Als Gründe dafür werden die Auswirkungen der Globalisierungsprozesse und das Gefühl der Enträumlichung der Welt genannt. Dies bedeutet, dass die gesellschaftlichen, ökonomischen und politischen Prozesse unserer Gesellschaft globale Charakterzüge aufzeigen und damit einhergehend oftmals globale Vereinheitlichung aufweisen, die zu erheblichen Folgen für das einzelne Individuum und der Verankerung in ein soziales System führen. Der Mensch ist in seiner Lebenswelt folglich mit einer Standardisierung konfrontiert, die zur Entstehung eines Raumes ohne spezielle, einzigartige Eigenschaften führt. (vgl. WALDENFELS 1987: 490.) Diese Entwicklung geht mit dem Verlust traditionellem Handlungswissen, Sicherheit, Glauben und Normen einher und führt in einem weiteren Schritt zur Enttraditionalisierung. Dem entgegen steht jedoch die Forderung nach Einebnung sozialer Binnendifferenzierung und Schaffung von Individualität und personaler Einzigartigkeit. Unter sozialem Druck versucht das Individuum nun in einem Raum frei von traditionellen Werten, Identifikationsnormen sowie Identifikationsmöglichkeiten der Anforderung einer personalen Identitätsfindung gerecht zu werden. In diesem Sinne bieten traditionelle Gesellschaftsstrukturen, wie Heimat einen bedeutsamen Identifikationskomplex im Prozess der Entfremdung. (vgl. WEICHHART et al. 2006: 90-94.) Aus diesem Grund lassen sich wichtige Nutzenfunktionen für die Regionalentwicklung sowie die Inwertsetzung von Regionen ableiten.

4.1. Nutzen der Regionalen Identität in der Regionalentwicklung

Der Nutzen Regionaler Identität bezieht sich auf zwei Systeme, auf personale sowie auf soziale Systeme und kann maßgeblich zur Weiterentwicklung einer Region beitragen. Regionale Identität weist immer eine auf Personen bezogene Bedeutung auf, damit wird auf einen Beziehungsaspekt zwischen den Individuen und der räumlichen Umwelt verwiesen. Dies kann sich durch eine positiv empfundene Zugehörigkeit abzeichnen und in weiterer Folge zu raumbezogenem Handeln führen. Raumbezogene Handlungsansätze umfassen verschiedenste Kooperationsformen oder Mitgliedschaften in orts- oder regionsansässigen Vereinen. (vgl. WERTHMÖLLER 1995: 9.)

Auf personaler Ebene wirkt Regionale Identität als eine Systemstabilisierung. Dies lässt sich mit folgender These begründen: der Mensch zeugt vom Bedürfnis nach Abbau psychischer Spannungszustände. Dies bedeutet, dass das einzelne Individuum nach Ordnung, Sicherheit und Beständigkeit verlangt. Regionale Identität wird oftmals als Konstanzempfindung wahrgenommen und leistet damit einen wichtigen Beitrag zur psychischen Sicherheit in einer schnelllebigen Gesellschaft. Dies ist vor allem auf leicht interpretierbare Deutungsmuster, hohe Deutungssicherheit und Konstanz der Umwelterfahrungen zurückzuführen. Zudem wirkt sich die Stabilisierungsfunktion direkt auf das personale Ich aus, indem das Individuum Objekte und Ausschnitte des Raumes direkt in die Selbstdefinition verankert. „Durch die Identifikation mit dem Lebensraum werden gleichsam Ich-Anteile nach außen projiziert und umgekehrt Außenweltelemente als Bestandteil des eigenen Selbstverständnisses wahrgenommen.“ (WEICHHART et al. 2006: 62.) Darüber hinaus kann der Bezug zur personalen Identität auch als Grundlage für die Etablierung eines Zusammengehörigkeitsgefühls und zur Entwicklung einer emotionalen Bindung zur Region verwendet werden. Diese Bindungsgefühle können als Basis für planerischer und politische Anwendungen im Rahmen des Regional- und Stadtmarketing dienen. (vgl. WEICHHART et al. 2006: 62.)

Die eben besprochenen Bindungsgefühle können nicht nur als Basis planerischer Anwendungen im Regionalmarketing dienen, sondern können sich auch auf den sozialen Zusammenhalt auswirken. Als Grund dafür ist die wichtige Nutzenfunktion der Bindungsgefühle im Einfluss auf den sozialen Zusammenhalt zu nennen, der sich in sogenannten symbolischen Gemeinschaften widerspiegelt. Die Mitglieder solcher Gemeinschaften agieren innerhalb ihrer sozialen Interaktionen so, als wären sie in einer räumlich definierten sozialen Einheit. Die Teilnahme ist immer an die Übernahme einer gewissen Rolle, wie Nachbar*in oder Gemeindebürger*in, in der symbolischen Gemeinschaft

gekoppelt. Die Übernahme der Rolle geht daher mit dem Gefühl der Verantwortlichkeit für die eigenen Region einher. Dies daher kann ebenso vom Regionalmarketing genutzt werden. Dieses Phänomen der Regionalen Identität kann als Entwicklungsmotor beschrieben werden, seitens der Bevölkerung Ideen einzubringen, gemeinsame Gruppenarbeiten zur Leitbildentwicklung zu initiieren, Kooperationen zu forcieren und Projekte umzusetzen. (vgl. WEICHHART et al. 2006: 63-64.)

Ein weiterer Nutzen von Regionaler Identität ist in der räumlichen Identität der Region verankert, die sich durch die Identifikation der Bevölkerung auszeichnet und damit kommerziellen Zwecken dient. So werden Regionen durch Besonderheit, Einzigartigkeit oder Individualität attraktiv beworben. Diesbezüglich kann auch festgehalten werden, dass die eindeutige Unterscheidbarkeit gegenüber konkurrierenden Regionen durch eine gute und prägnante Etablierung räumlicher Identität der Region nachhaltiger vorhanden ist. Die Entstehung der räumlichen Identifikation kann in vielen Städten und Regionen zu erheblichen Problemen führen, dies ist der Größe und einer fehlenden ausgeprägten wirtschaftlichen Monostruktur geschuldet. Da viele Orte zu klein oder zu unbedeutend sind um als eigenständiger Markenträger zu fungieren, werden Kooperationsformen angestrebt. (vgl. WERTHMÖLLER 1995: 10.) Neben den kommerziellen Zwecken erfüllt eine Regionale Identität für soziale Systeme auch eine Stabilisierungsfunktion, indem sich die Bevölkerung in der sozialen Interaktion auf diesen Orientierungs- und Bezugsrahmen beziehen kann. Diese Kontextualisierung bietet den Individuen des sozialen Systems Verhaltens- und Interaktionssicherheit. Diese Art von Kontextualisierung und Einordnung von sozialen Interaktionsmustern können im Rahmen eines *Image-Designs* auch für regionsbezogene Marketingmaßnahmen verwendet werden. So ist anzumerken, dass sich der physische Raum, die vorliegende Region, zur symbolischen Repräsentation sozialer Beziehungen eignet, in diesem Sinnen sind materielle Raumstrukturen auch Träger sozialer Botschaften. (vgl. WEICHHART et al. 2006: 63.)

	Nutzen	Realisiert durch „Teilnutzen“	Form des Identifizierens
Personales System	Beitrag zur Systemstabilisierung	Sicherheit	I, II
		Aktivität, Stimulation	I, II, III
		Soziale Interaktion Soziale Symbolik	I, II, III
		Identitätsbildung	II, III
	System- verknüpfung	Sozialisation Soziale Integration	I, II, III
Soziales System	Beitrag zur Systemstabilisierung	Kontextualisierung, soziale Interaktion	I
		Kommunikation von Identität	II, III
		Soziale Kohäsion, Gruppenbildung	II, III
		Symbolische Solidarität	II, III

I= Identification of, II= Being Identified, III=Identification with

Abbildung 3: Nutzenfunktionen raumbezogener Identität für personale und soziale Systeme, eigene Abbildung, in Anlehnung an Weichhart et al. 2006: 65.

Folglich kann Regionale Identität vorwiegend zur positiven Verstärkung des Regionalmarketing verwendet werden. „Die psychischen und sozialen Prozess, welche die lebensweltliche Existenz und Wirksamkeit von Wahrnehmungs- und Identitätsregionen bedingen, sind die entscheidenden Ansatzpunkte für die Umsetzung des Kommunal- und Regionalmarketings.“ (WEICHHART et al. 2006: 96.)

Regionale Identität ist darüber hinaus in der Lokalen Agenda 21, in der im Rahmen der Umweltkonferenz 1992 in Rio de Janeiro der Begriff Nachhaltigkeit definiert wurde, verankert. Um nachhaltig zu Wirtschaften ist es von Bedeutung, eine sozio-kulturelle Nachhaltigkeit anzustreben, damit die Kulturlandschaft in ihrer bestehenden Form erhalten bleibt. Dies ist nur mit Maßnahmen die Regionale Identität betreffend möglich. So fordert die Lokale Agenda 21 die Etablierung einer Regionalen Identität. Darüber hinaus soll der Bevölkerung die Diskrepanz

sowie die Ausrichtung hin zu, für die Raumentwicklung nachhaltig gestalteten Lebensstilen bewusst gemacht werden. Ein dritter wichtiger Punkt der Forderung besagt, dass eine auf das regionale Bewusstsein eingestellte Verwaltung angestrebt werden soll. Zur Umsetzung dieser Forderungen ist es vorgesehen die einzelnen Individuen der Region, im Zuge des Bottom-Up-Prozesses, in den Agenda-Prozess einzubinden. Auf diese Weise soll die Erarbeitung konkreter Ziele sowie die Umsetzung der Ziele gewährleistet werden. Zudem soll die Einbindung der Bevölkerung zu langfristigen nachhaltigeren Denk- und Lebensweisen führen. (vgl. ROHRBACH 1999: 167.)

4.1.1. Prozessschema zur regionalen Identitätsentwicklung in der Regionalentwicklung

Das zentrale Element des Prozessschemas ist die Darstellung der Region als Raumeinheit, während alle Attraktionspotentiale betrachtet werden. Die Entstehung und Weiterentwicklung Regionaler Identität können unter zielgerichteter Beeinflussung stattfinden, jedoch setzen sie das Wissen über die Identität der betroffenen Region voraus. (vgl. WERTHMÖLLER 1995: 186.)

Die Identitätsentwicklung wird durch die Bewusstwerdung räumlicher Identität maßgeblich beeinflusst. Dies geschieht durch die Fragestellung „Wer sind wir?“ und „Wer wollen wir sein?“, dabei ist auch die Frage nach der Außensicht durch andere ebenso essentiell. Nachdem die Phase der Bewusstwerdung abgeschlossen wurde, folgt die Formulierung eines Leitbildes, in dem die Zukunftsvorstellungen, die die Identität bestimmen, festgehalten werden. Dies ist insofern von großer Bedeutung, als dadurch den Zielen und Ideen ein normativer Charakter zugeschrieben wird. Danach folgte die interne und externe Veröffentlichung der Identitätsvermittlung, die als wesentliches Ziel der Identitätsentwicklung zu deuten ist. Dabei handelt es sich nicht um einen Selbstzweck, sondern dieser Prozess ist viel mehr als Voraussetzung für eine funktionierende Austauschbeziehung zwischen dem Referenzraum, der Region und den Zielgruppen, der Bevölkerung, den außenstehenden Individuen sowie den konkurrierenden Regionen zu verstehen. (vgl. WERTHMÖLLER 1995: 188.)

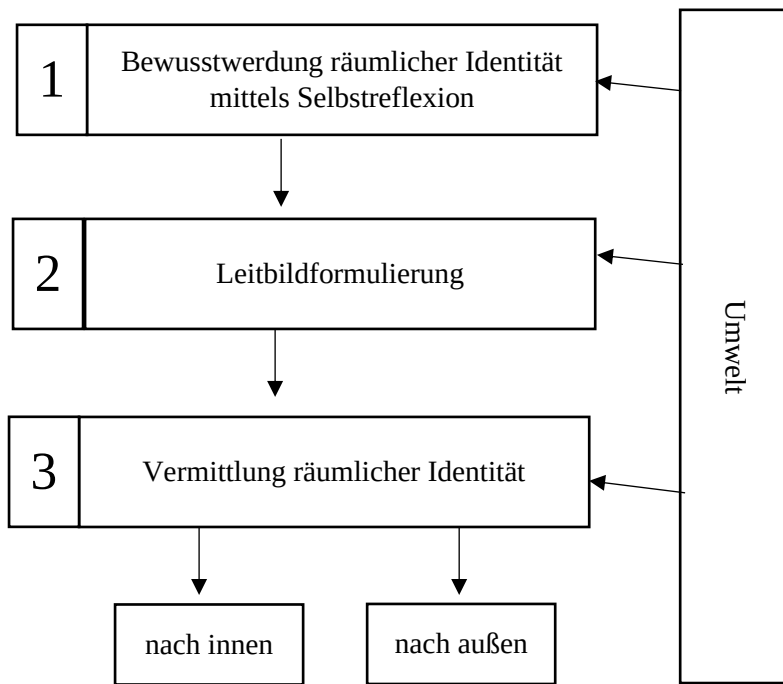


Abbildung 4: Allgemeines Prozessschema zur Identitätsentwicklung nach Werthmüller, eigene Abbildung, in Anlehnung an: Werthmüller 1995: 187.

5. Regionsabgrenzung: Nature of Innovation – Region (NOI)

Die Region, auf die sich die empirische Untersuchung bezieht, ist auf die Gemeinden der sogenannten NOI-Region beschränkt. NOI steht für Nature of Innovation, es handelt sich hierbei um ein dreijähriges Projekt. In der dreijährigen Projektlaufzeit wurden innovative Zukunftsprojekte initiiert und realisiert. Als besonders innovativ kann der Zugang zur Eruierung der Projekte angesehen werden. Das Projektteam einigte sich darauf einen in der Regionalentwicklung neuen Zugang zu wählen, das Design-Thinking. Das Projekt wurde gemeinsam mit dem Verein FAZAT und in Zusammenarbeit mit den LEADER Regionen Nationalpark Kalkalpen, Traunviertler Alpenvorland, Linz-Land und der Stadt Steyr durchgeführt. In der Realisierung der einzelnen Projekte wurde NOI vom Land Oberösterreich, dem Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie, dem Verein Telekom und weiteren Sponsoren unterstützt. (vgl. NATURE OF INNOVATION, online unter: <https://www.nature-of-innovation.com/ueber-noi/> (31.07.2019).)

Das Projekt ist insofern als Besonderheit anzusehen, als es versucht die Grenzen zwischen den Gemeinden, Städten und Bezirken in den Denk- und Handlungsweisen zu überwinden. Dabei werden innovative Projekte, die sich auf die Region, ihre Bevölkerung und ihre Akteure positiv auswirken, auf Augenhöhe miteinander geplant und ausgeführt. Das Bottom-Up-Prinzip, die Einbindung der lokalen Bevölkerung sowie der Input von Expert*innen aus dem In- und Ausland stellen dabei einen wichtigen Inputfaktor dar.



Abbildung 5: Nature of Innovation, Mission, online unter: https://www.nature-of-innovation.com/intro/#tab_mission (31.07.2019).

Im Rahmen dieses Projekts wurde ein, für die Regionalentwicklung, neuer Zugang gewählt. Das Projektteam initiierte die Methode des *Design Thinkings* für den Innovationsprozess in der ausgewählten Region. Dieser Ansatz verfolgt keinen linearen Verlauf zur Problemlösung, denn der Lösungsweg verläuft stets in Form von Rückkopplungen. Dieses System soll die Freude am Experimentieren, einen offeneren Umgang mit Fehlern und eine stetige Reflexion gewährleisten, aus denen weitere Ideen, Visionen und Projekt entwickelt werden. Der Fokus liegt innerhalb dieser Methode darauf, mit Hilfe von interdisziplinären Teams Lösungen zu kreieren, die sowohl für den Kunden, für die Kundin, als auch für den Anwender, die Anwenderin zielführend sind. (vgl. NATURE OF INNOVATION, Methode, online unter: https://www.nature-of-innovation.com/intro/#tab_methode (31.07.2019).)

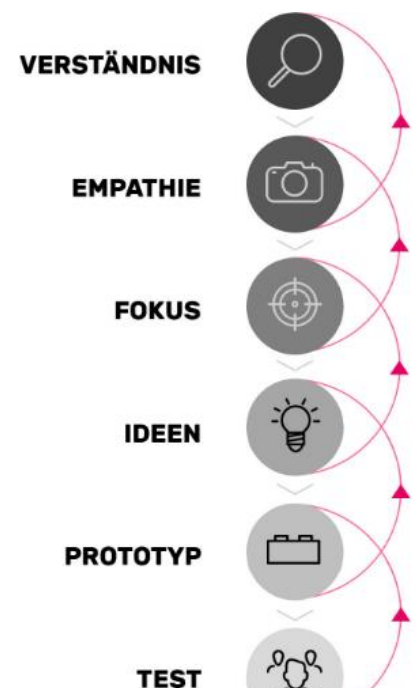


Abbildung 6: Nature of Innovation, Methode: Design Thinking, online unter: https://www.nature-of-innovation.com/intro/#tab_methode (31.07.2019)

Die Untersuchungsregion umfasst daher die LEADER Regionen Nationalpark Kalkalpen, Traunviertler Alpenvorland, Linz-Land und die Stadt Steyr. Diese Region besteht aus insgesamt 65 Gemeinden, sieben Marktgemeinden, fünf Städte sowie drei Täler, dem Ennstal, Steyrtal und der Pyhrn-Priel-Region. Aufgrund der geographischen Größe und der naturräumlichen Gegebenheiten der untersuchten Region ist davon auszugehen, dass sich die Region durch vorherrschende multiple Identitäten auszeichnet, die auf gemeinsame Identitätsmarker basieren. Dies ist zum einen auf die naturräumlichen, geomorphologischen Gegebenheiten und zum anderen auf die ökonomischen Unterschiede der Teilregionen zurückzuführen, die zu einer differenzierten Identitätsauffassung in der Untersuchungsregion beitragen.

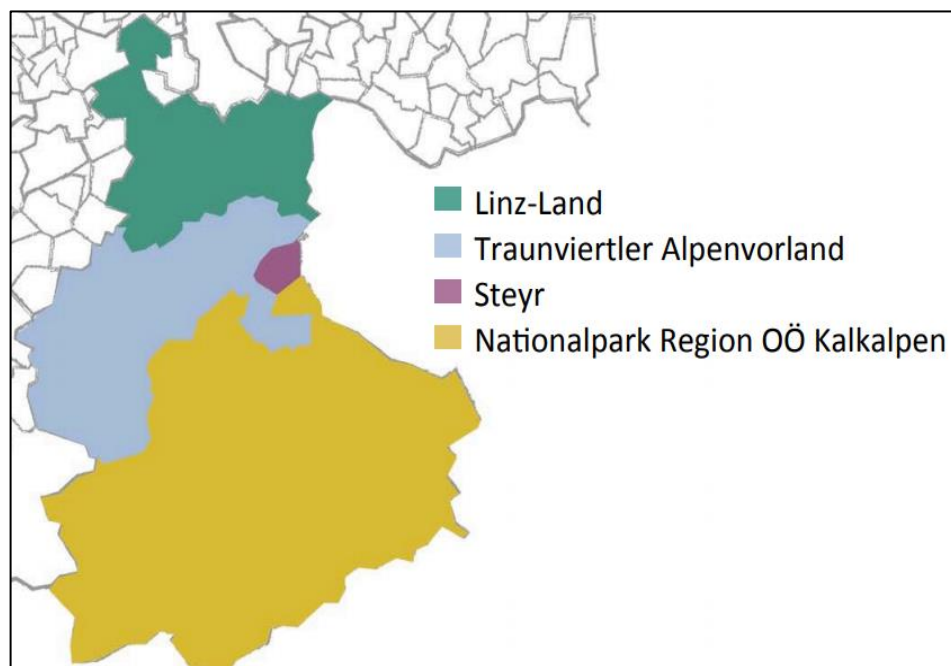


Abbildung 7: NOI Region, Quelle: Nature of Innovation, Über NOI, online unter: <https://www.nature-of-innovation.com/intro/> (31.07.2019).

5.1. LEADER Region Nationalpark Kalkalpen

Die LEADER Region Nationalpark Kalkalpen ist aus einem Zusammenschluss von 22 Gemeinden hervorgegangen., die sich die gemeinsame Entwicklung der Region zum Ziel gesetzt haben.

5.1.1. Lage der LEADER Region Nationalpark Kalkalpen

Die LEADER Region Nationalpark. Kalkalpen befindet sich im Südosten Oberösterreichs, umgeben von dem Bundesländer Niederösterreich und Steiermark. Im Westen grenzt die Region direkt an den Bezirk Gmunden, im Norden hingegen an die ebenso in das NOI-Projekt involvierte LEADER Region Traunviertler Alpenvorland. Auf Basis der NUTS-Einteilung der Regionen, ist die LEADER Region Nationalpark Kalkalpen als NUTS III Region einzuordnen und gehört dem Bezirk Steyr-Kirchdorf an. (vgl. LEADER REGION NATIONALPARK KALKALPEN 2013: 4.) Die LEADER Region ist aufgrund ihrer Fläche von 1.617,73 km² aktuell die größte LEADER-Region in Oberösterreich. Auf dieser Fläche sind drei Teilregionen mit insgesamt 22 Gemeinden zusammengefasst. Die Region gliedert sich in die Teilregionen Ennstal, Steyrtal und Pyhrn-Priel und umfasst zudem auch den Nationalpark Kalkalpen. (vgl. LEADER KALKALPEN, Die LEADER Region, online unter: <https://www.leader-kalkalpen.at/region/nationalparkregion/> (31.07.2019).)

Die lokale Entwicklungsstrategie verweist darauf, dass es sich bei der Region um ein homogenes, geschlossenes Gebiet handelt, das sich historisch und kulturell auf die oberösterreichische Eisenstraße bezieht. In ihrem naturräumlichen Erscheinungsbild zeichnet sich die Region durch eine ausgeprägte Natur- und Kulturlandschaft aus, in der der National Park Kalkalpen das Herz der Region bildet. Der lokalen Entwicklungsstrategie ist zu entnehmen, dass sich in der Kernzone des Nationalparks ein unberührtes Wildnisgebiet befindet, das in seiner aktuellen Form zu erhalten ist. Zudem weist die Region als ländlicher Wirtschaftsraum eine Schwerpunktsetzung in Richtung Land- und Forstwirtschaft, Handwerk, Tourismus sowie Klein- und Mittelbetriebe sowie Kleinstbetriebe auf. Maßgeblich geprägt wird die Region von den drei Talräumen, die allesamt ähnliche Herausforderungen aufweisen. (vgl. LEADER REGION NATIONALPARK KALKALPEN 2013: 4-5.)

Die Gemeinden, die zur LEADER Region zählen befinden sich im Süden der Bezirke Kirchdorf und Steyr-Land. Folgende Gemeinden gehören der Region an: Aschach an der Steyr, Gaflenz, Steinbach an der Steyr, Großraming, Edlbach, Grünburg, Klaus an der Pyhrnbahn, Hinterstoder, Laussa, Losenstein, Molln, Reichraming, Rosenau am Hengstpaß, Maria Neustift, Sankt

Pankraz, Roßleithen, Spital am Pyhrn, Vorderstoder, Ternberg, Weyer, Sankt Ulrich sowie Windischgarsten. (vgl. LEADER KALKALPEN, 22 Gemeinden, online unter: <https://www.leader-kalkalpen.at/region/gemeinden/> (31.07.2019).)

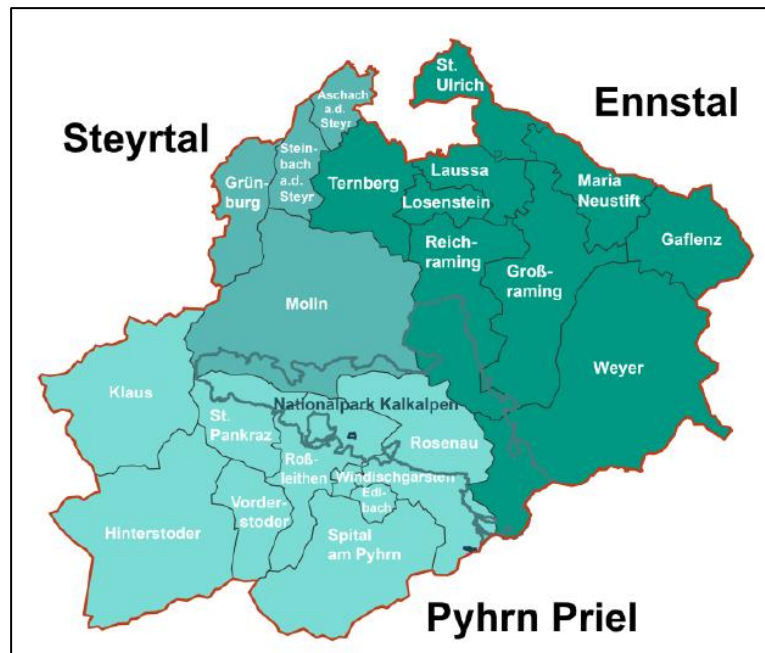


Abbildung 8: LEADER Region Nationalpark Oö. Kalkalpen, Quelle: Lokale Entwicklungsstrategie, LEADER Region Nationalpark Kalkalpen (2013).

5.1.2. Datenfenster der LEADER Region Nationalpark Kalkalpen

Die Bevölkerungsstruktur der Region gestaltet sich ähnlich dem oberösterreichischen Durchschnitt einer LEADER Region mit sehr ländlicher Prägung. Dabei liegt die Bevölkerungsdichte bei 27,1 EW/km² (Stand 2011). Die Region ist jedoch mit einer Bevölkerungsabnahme konfrontiert, die weniger einer mangelnden Geburtenbilanz geschuldet ist, sondern eher einem negativen Wanderungssaldo. (vgl. LEADER REGION NATIONALPARK KALKALPEN 2013: 5.)

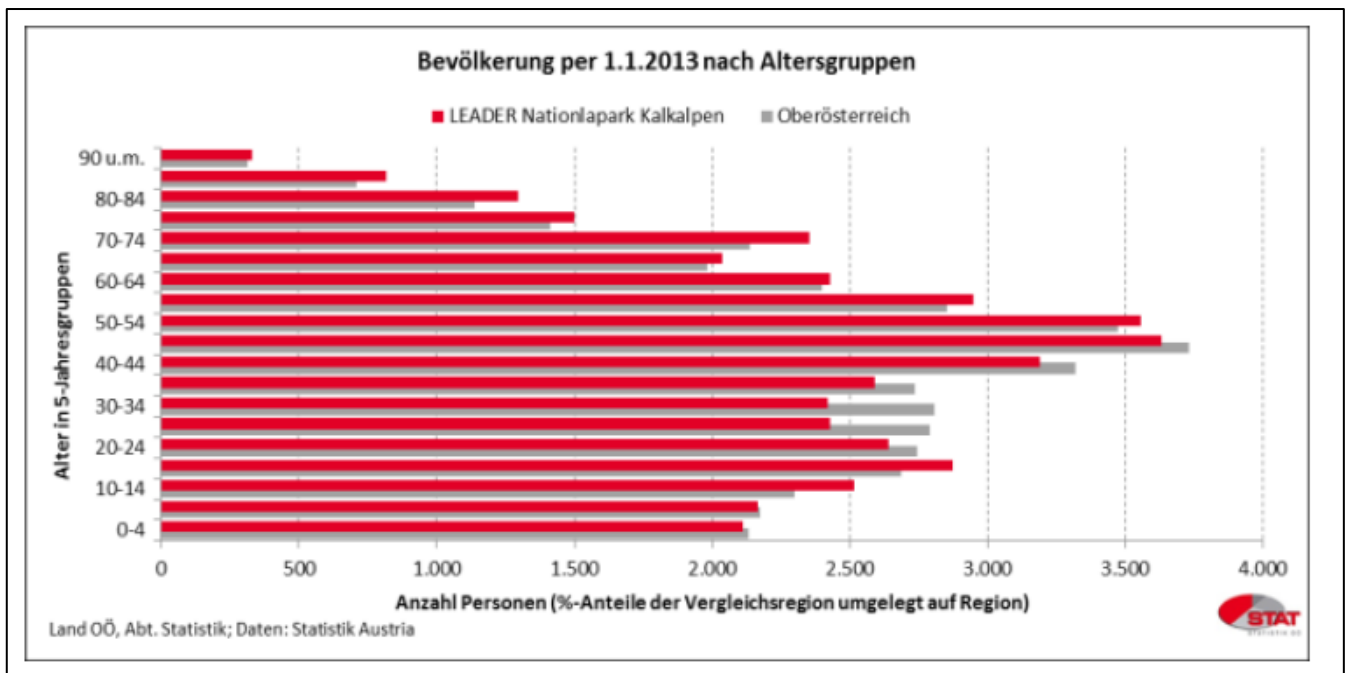


Abbildung 9: Altersstruktur der LEADER Region Nationalpark Oö. Kalkalpen im Vergleich, Quelle: Lokale Entwicklungsstrategie, LEADER Region Nationalpark Kalkalpen (2013).

Die Daten des Jahres 2013 zeigen den Altersgruppenvergleich zwischen der LEADER-Region Nationalpark Kalkalpen und dem Land Oberösterreich. Dabei ist klar zu erkennen, dass ein erhöhter Anteil Jugendlicher zwischen 10 und 20 Jahren in der Region ansässig ist, der Anteil der 20- bis 50-Jährigen hingegen, insbesondere derer zwischen 25 und 40, ist im Vergleich rückständig. Eine starke Ausprägung lässt sich jedoch bei der Altersgruppe der Personen ab 50 erkennen. Das Phänomen der Überalterung ist in peripheren Regionen, wie in der LEADER Region Nationalpark Kalkalpen besonders gut erkennbar. (vgl. LEADER REGION NATIONALPARK KALKALPEN 2013: 5.)

Die Untersuchungsregion ist noch immer stark von ihren montanhistorischen Wurzeln geprägt, die sich auf die nach wie vor aktuelle wirtschaftliche Spezifizierung in der Eisenverarbeitung und Forstwirtschaft auswirken. Nichtsdestotrotz hat sich die Ausrichtung in den letzten Jahrzehnten hinsichtlich moderner Metall- und Kunststoffverarbeitungsbetriebe erweitert. Dabei sind Unterschiede in den drei Teilregionen, dem Enns- und Steyrtal sowie der Pyhrn-Priel-Region vorherrschend. Die drei Teilregionen haben sich aufgrund ihrer naturräumlichen Gegebenheiten wirtschaftlich unterschiedlich entwickelt. So liegt der Schwerpunkt der Pyhrn-Priel-Region vor allem auf dem Winter- und Sommertourismus. Im Ennstal hingegen haben sich Nischenbetriebe im Bereich der Energieproduktion entlang der Enns etabliert, während im Steyrtal der Fokus auf Freizeittourismus sowie der Produktion bäuerlicher

Qualitätslebensmittel gesetzt wurde. (vgl. vgl. LEADER REGION NATIONALPARK KALKALPEN 2013: 20.)

5.1.3. Lokale Entwicklungsstrategie

Die lokale Entwicklungsstrategie wurde seitens der LEADER Region Nationalpark Kalkalpen mit Hilfe einer SWOT-Analyse entwickelt. Dabei wurden die lokale Entwicklungsstrategie der vergangenen Periode 2007-2013 unter Miteinbezug von sozioökonomischen Daten analysiert. Die Reflexion der vergangenen Periode war im Rahmen der SWOT-Analyse ebenso von großer Bedeutung. (vgl. LEADER REGION NATIONALPARK KALKALPEN 2013: 11.) Auf Basis dessen konnten vier Schwerpunkte festgelegt werden, die die Bereiche „In Wert Setzung der Nationalpark OÖ. Kalkalpen Region“, „Natürliche Ressourcen, regionale Identität und kulturelles Erbe“ sowie „Gemeinwohl Strukturen und Funktionen - Lebensqualität“ umfassen. (vgl. LEADER REGION NATIONALPARK KALKALPEN 2013: 19.) Es ist folglich festzuhalten, dass der Thematik der Regionalen Identität bereits in der lokalen Entwicklungsstrategie der LEADER-Region große Bedeutung zugeschrieben wird.

Die SWOT-Analyse zum Themenbereich der Regionalen Identität hat ergeben, dass sich in der Region starke Teilregionsidentitäten finden lassen. Obwohl gemeinsame Identitätsmarker, wie Eisen, Natur und Kultur vorzufinden sind, zeichnet sich keine gesamtregionale Identität ab. (vgl. LEADER REGION NATIONALPARK KALKALPEN 2013: 14) So setzte sich die Region zum Ziel, die Entwicklung einer gemeinsam gelebten Identität als Basis für Wertschätzung und Wertschöpfung zu forcieren sowie eine fundierte Vernetzung mit den Nachbarregionen sowie den Kulturträgern in der Region anzustreben. (vgl. LEADER REGION NATIONALPARK KALKALPEN 2013: 17.)

Das Aktionsfeld „Natürliche Ressourcen, regionale Identität und kulturelle Vielfalt“ (LEADER REGION NATIONALPARK KALKALPEN 2013: 14.) sieht es vor vielfältige Identitätsmarker in der Region zu entdecken. Im Rahmen der Untersuchung dieser Identitätsmarker ist zu beachten, dass das kulturelle Geschehen sowie die Regionale Identität sehr eng mit den montanhistorischen Wurzeln der Region Eisenstraße verbunden sind. Die Entwicklung der Region Eisenstraße, die Teile von Niederösterreich, der Steiermark sowie Oberösterreichs umfasst, gestaltete sich in den vergangenen Jahrzehnten in den einzelnen Bundesländern unterschiedlich. Dies führte zu einem Verlust der Bedeutung der Eisenstraße in Oberösterreich, die in NÖ sowie in der Steiermark hingegen aufrechterhalten blieb. Zudem weisen die drei Teilregionen Pyhrn-Priel, Enns- und Steyrtal unterschiedliche Zugänge sowie

Teilregionsidentitäten auf. Neben dem vielfältigen kulturellen und immateriellen Erbe, wie z.B. Traditionen oder Sprachabwandlungen sind auch die Themen wie Natur, Wasser, Transport und die Holznutzung für die Regionale Identität von besonderer Gewichtung. Die Relevanz der Thematik sieht die LEADER Region vor allem in der Nutzung der Regionalen Identität als Quelle innovativer Entwicklungen, des gesellschaftlichen Zusammenlebens sowie zur Steigerung der allgemeinen Lebensqualität in der Region. (vgl. LEADER REGION NATIONALPARK KALKALPEN 2013: 36-37.) „Die Erhaltung, Förderung und Vernetzung der Kulturvielfalt auch als wichtiger Träger der regionalen Identität ist deshalb ein besonderes Anliegen der Region.“ (LEADER REGION NATIONALPARK KALKALPEN 2013: 37.)

5.2. LEADER Region Traunviertler Alpenvorland

5.2.1. Lage der LEADER Region Traunviertler Alpenvorland

Die LEADER Region Traunviertler Alpenvorland liegt im Südosten Oberösterreichs, im Norden der Bezirke Steyr-Land und Kirchdorf und umfasst insgesamt 21 Gemeinden. Sie ist ebenso wie die LEADER Region Nationalpark Kalkalpen der NUTS III-Region Steyr-Kirchdorf zuzuordnen. Ihre Grenzen verlaufen im Westen entlang des Bezirks Gmunden, im Norden entlang des oberösterreichischen Zentralraums, der die Bezirke Wels-Land und Linz-Land miteinschließt. Im Osten wird die Region von der Bundeslandgrenze Niederösterreichs sowie im Süden durch die Regionsgrenze der LEADER-Region Nationalpark Kalkalpen umrahmt. Die Region erstreckt sich auf einer Fläche von 593,92 km² und ist somit erheblich kleiner, als die benachbarte LEADER-Region Nationalpark Kalkalpen. (vgl. LEADER REGION TRAUNVIERTLER ALPENVORLAND 2015: 5.)

Zu den Gemeinden, die der Region angehören, zählen: Inzersdorf, Kremsmünster, Micheldorf, Kirchdorf an der Krems, Nußbach, Wartberg an der Krems, Pettenbach, Ried im Traunkreis, Sierning, Schlierbach, Oberschlierbach, Waldneukirchen, Steinbach am Ziehberg, Adlwang, Rohr im Kremstal, Dietach, Garsten, Bad Hall, Pfarrkirchen bei Bad Hall, Schiedlberg und Wolfers. (vgl. LEADER REGION TRAUNVIERTLER ALPENVORLAND 2015: 6.)

Die naturräumlichen Gegebenheiten sind ähnlich wie in der Region Nationalpark Kalkalpen, abhängig von der geographischen Lage unterschiedlich geprägt. Hier lassen sich jedoch durchwegs flachwellige, fruchtbare Zonen erkennen. Entgegen der stark ausgeprägten Tälerlandschaft in der benachbarten LEADER Region Nationalpark Kalkalpen, sind in der Region Traunviertler Alpenvorland Hügel und Vorberge vorzufinden. Zudem verfügt die Region über das Kremstal, das die Region als Wirtschaftsraum entsprechend beeinflusst.

Darüber hinaus ist die Landwirtschaft aufgrund der fruchtbaren Böden und der für die Landwirtschaft geeigneten flachwelligen geomorphologischen Gegebenheiten in dieser Region von großer wirtschaftlicher Bedeutung. (vgl. LEADER REGION TRAUNVIERTLER ALPENVORLAND 2015: 6.)



Abbildung 10: LEADER Region Traunviertler Alpenvorland, Quelle: LES, LEADER-Region Traunviertler Alpenvorland, 2015: 5.

5.2.2. Datenfenster der LEADER Region Traunviertler Alpenvorland

Die Bevölkerungsstruktur zeichnet sich durch eine Besiedlungsdichte von 118 Einwohner*innen/ km² aus, dies entspricht 70.208 Einwohner*innen auf einer Fläche von 593,92 km². Die Bevölkerung hat sich seit 1961 positiv entwickelt und weist seit mehreren Jahrzehnten ein kontinuierliches Wachstum auf. In den Jahren 2004 bis 2012 konnte zudem eine leicht positive Wanderungsbilanz verzeichnet werden. Einer Prognose des Landes Oberösterreich ist zu entnehmen, dass bis 2032 mit einem Bevölkerungszuwachs von 8,7% zu rechnen ist. Im Vergleich zum oberösterreichischen Durchschnitt ist eine geringe Geburtenrate besonders auffällig. Gegensätzlich verhält sich das Verhältnis der 10- bis 14-Jährigen, bei dem sich die Region über dem Durchschnitt bewegt. Als besonders signifikant im Verhältnis zum oberösterreichischen Durchschnitt, lassen sich die negativen Zahlen in Bezug auf die Altersklassen zwischen 20 bis 40 bezeichnen. Aus überregionaler Perspektive betrachtet, ist die Region daher durchschnittlich konstatiert. (vgl. LEADER REGION TRAUNVIERTLER ALPENVORLAND 2015: 7-8.)

Wirtschaft der LEADER-Region Traunviertler Alpenvorland wird von kleinen Unternehmen im Bereich Gewerbe und Handwerk sowie Handel dominiert. Die Sachgüterproduktion im Sektor des Maschinenbaus, der Metall- und Kunststoffherzeugung, Holzverarbeitung sowie Metallverarbeitung sind ebenso von großer wirtschaftlicher Relevanz. Darüber hinaus tragen der Tourismus sowie die Land- und Forstwirtschaft maßgeblich zu einer positiven Wirtschaftsstruktur bei. Insgesamt sind 36.872 Erwerbstätige verzeichnet, die Arbeitslosenquote beläuft sich dabei bei 4,1%. (vgl. LEADER REGION TRAUNVIERTLER ALPENVORLAND 2015: 9-11.)

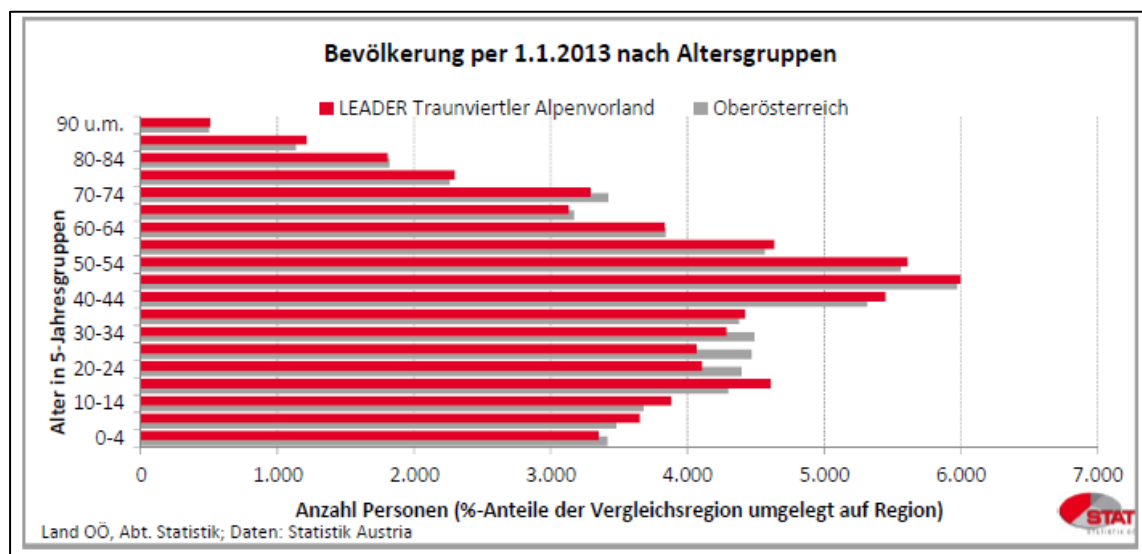


Abbildung 11: Bevölkerung per 1.1.2013 nach Altersgruppen, Quelle: LES, LEADER Region Traunviertler Alpenvorland, 2015: 8.

5.2.3. Lokale Entwicklungsstrategie

Zu Beginn der Entstehung der lokalen Entwicklungsstrategie für die aktuelle LEADER-Programmpériode 2014-2020 war eine fundierte Reflexion der vergangenen Periode notwendig. Dabei konnte festgestellt werden, dass im Rahmen des regionsübergreifenden Projekts „Vierkanter – Neues Lebens in alten Höfen“ (LEADER REGION TRAUNVIERTLER ALPENVORLAND 2015: 13.) mit dem LEADER-Regionen Linz-Land und der LEADER-Region Tourismusverband Moststraße maßgeblich zur Stärkung der Regionalen Identität beitrug, indem ein gemeinsames Kulturgut in den Fokus gerückt wurde. Das gestiegene Bewusstsein trägt daher stark zur Identitätsbildung bei. Dies soll in der aktuellen Programmpériode nochmals verstärkt werden. (vgl. LEADER REGION TRAUNVIERTLER ALPENVORLAND 2015: 13.)

In der lokalen Entwicklungsstrategie der LEADER-Region Traunviertler Alpenvorland ist der Thematik der Regionalen Identität kein expliziter Fokus gewidmet. Die drei ausgewählten Aktionsfelder beschränken sich auf die Themen der Steigerung der Wertschöpfung, der nachhaltigen Weiterentwicklung natürlicher Ressourcen und des kulturellen Erbes sowie der Stärkung der für das Gemeinwohl wichtigen Strukturen und Funktionen. (vgl. LEADER REGION TRAUNVIERTLER ALPENVORLAND 2015: 18.)

Obwohl die Stärkung der Regionalen Identität keinen expliziten Fokus erfährt, wird die Weiterentwicklung der Regionalen Identität vor allem durch das Aktionsfeld 2 „Natürliche Ressourcen und kulturelles Erbe“ forciert. Dies geschieht unter anderem durch die regionale Vernetzungsstrategien zur Profilierung des kulturellen Erbes, mit welchen in weiterer Folge das Kulturangebot zugänglicher gestaltet werden sollte. Maßnahmen zur Vernetzung der Kulturträger sowie eine gemeinsame Vermarktung des Kulturangebots sollen dabei als Maßnahmen angewandt werden. Durch die vorherrschende kulturelle Position soll mit Hilfe von Vernetzungsaktivitäten ein kulturelles Profil entstehen, das als Identitätsmarker dienen kann. Auf diese Weise wird eine Möglichkeit geschaffen, durch die die Kultur von der Gesellschaft als Identitätsfaktor der Region anerkannt wird (vgl. LEADER REGION TRAUNVIERTLER ALPENVORLAND 2015: 42.) Auch die gemeinsame Auseinandersetzung mit der eigenen sowie auch mit anderen Kulturen, in Bezug auf Menschen mit Migrationshintergrund, soll dazu beitragen die eigene sowie die fremde Kultur und Identität besser zu verstehen, um Barrieren und Vorurteile abzubauen. Damit werden Kultur und Identität zu wichtigen Integrationsfaktoren. (vgl. LEADER REGION TRAUNVIERTLER ALPENVORLAND 2015: 38-39.) Darüber hinaus zielt die Entwicklungsstrategie darauf ab, den *Kulturschatz Vierkanter* und seine innovativen Nutzungsformen regional sowie überregional zu präsentieren. (vgl. LEADER REGION TRAUNVIERTLER ALPENVORLAND 2015: 42.)

5.3. LEADER Region Linz-Land

„Region mit Vielfalt – lebens- und liebenswert!“ (LEADER Region LINZ-LAND, online unter: <https://www.linz-land.at/verein/region>, 05.08.2019) so bezeichnet sich die LEADER Region Linz-Land selbst. Dies ist vor allem auf ihre diversen naturräumlichen und sozioökonomischen Gegebenheiten zurückzuführen.

5.3.1. Lage der LEADER Region Linz-Land

Die LEADER Region Linz-Land verhält sich äquivalent zum Bezirk Linz-Land und umfasst somit alle 22 Städte und Gemeinden des Bezirks. Die Region wird durch die beiden wichtigen Flüsse Donau, im Norden und durch die Enns im Osten sowie durch die Landesgrenze zu Niederösterreich begrenzt. Zudem ist die Region dem oberösterreichischen Zentralraum zuzuordnen. Im Gegensatz zu den beiden anderen LEADER Region weist der Großteil der Städte und Gemeinden dieser Region aufgrund des Anschlusses an die Stadt Linz und entlang der Achse zur Stadt Wels liegend, städtische Strukturen auf. Die naturräumlichen sowie die sozioökonomischen Gegebenheiten lassen es zu, dass die Region durch eine große siedlungsstrukturelle und wirtschaftsstrukturelle Bandbreite charakterisiert ist. Daher sind in LEADER-Region Linz Land sowohl städtische, als auch ländliche und landwirtschaftliche Elemente vertreten. (vgl. LEADER REGION LINZ-LAND 2017: 4.)

Folgende Gemeinden und Städte zählen zur LEADER-Region Linz-Land: Asten, Allhaming, Ansfelden, Kirchberg-Thening, Hargelsberg, Eggendorf im Traunkreis, Hörsching, Enns, Kronstorf, Hofkirchen im Traunkreis, Kematen an der Krems, Leonding, Oftring, St. Marien, Neuhofen an der Krems, Niederneukirchen, Pasching, St. Florian, Piberbach, Pucking, Traun und Wilhering. (vgl. LEADER REGION LINZ-LAND 2017: 4.)

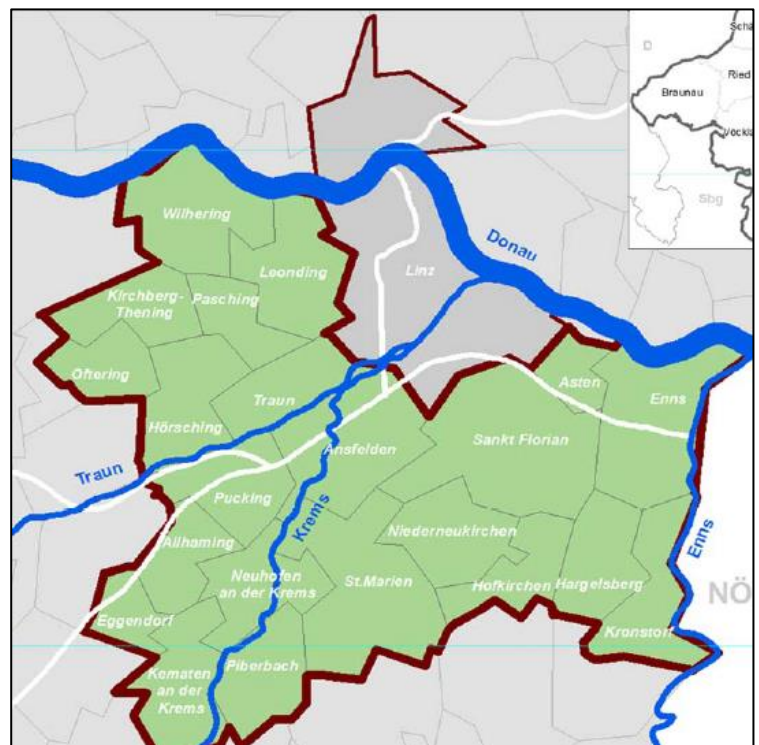


Abbildung 12: LEADER Region Linz-Land, Quelle: LES, LEADER REGION LINZ-LAND, 2017: 4.

5.3.2. Datenfenster der LEADER Region Linz-Land

Aufgrund der naturräumlichen und ökonomischen Gegebenheiten, der geographischen Lage sowie der Siedlungsstruktur ist die LEADER-Region Linz-Land die bevölkerungsstärkste LEADER-Region in Oberösterreich. Sie umfasste mit dem Stichtag 1.1.2013 140.169 Einwohner*innen auf einer Fläche von 459,83 km². Die gute Verkehrsanbindung zu den Städten Wels und Linz bedingt ein vielfältiges Arbeits-, Ausbildungs- und Wohnangebot, aber auch eine dynamische Bevölkerungsentwicklung. Es ist davon auszugehen, dass die Region bis 2035 weiterhin unverändert stark wächst, auch die ländlich geprägten Gemeinden. Dem ist zuzufügen, dass sich der demographische Wandel in der Region Linz-Land wesentlich langsamer vollzieht, als in den anderen ländlich geprägten Regionen. Der überwiegende Anteil der Bevölkerung clustert sich in die Altersgruppen 20 bis 40 Jahre sowie 40 bis 60 Jahre. 21,5% der Bevölkerung hingegen sind zwischen 0 und 20 Jahre (Stand 1.1.2013). Dieser Umstand ist auf die Attraktivität der Region als Arbeits-, Wohn- und Ausbildungsort sowie die gute Verkehrsanbindung der Städte Wels und Linz zurückzuführen. (vgl. LEADER REGION LINZ-LAND 2017: 5-7.)

In Bezug auf die Regionalwirtschaft lässt sich der Einfluss der geographischen Lage sowie der leistungsfähigen Verkehrsanbindung per Autobahn, Zugverkehr und Schiffsverkehr gut erkennen. Aus diesem Grund erweist sich die Region als bevorzugter Handels-, Produktions- und Logistikstandort. Doch auch auf Ebene der landwirtschaftlich genutzten Fläche nimmt die Region eine Vorreiterrolle ein. Sie wird aufgrund der geomorphologischen Gegebenheiten deutlich mehr landwirtschaftlich genutzt, als es dem Landesdurchschnitt entspricht. Damit kommt der Landwirtschaft in dieser Region große Relevanz zu, obwohl die Region vielfach von städtischen Strukturen geprägt ist, (vgl. LEADER REGION LINZ-LAND 2017: 8-9.)

5.3.3. Lokale Entwicklungsstrategie

Die lokale Entwicklungsstrategie der Region bezieht sich, ähnlich wie die Strategien der beiden anderen LEADER-Regionen, auf die Themen Wertschöpfung, natürliche Ressourcen und kulturelles Erbe sowie auf die Themen des Gemeinwohls, Strukturen und Funktionen. Zwar sind die Aktionsfelder durchaus ähnlich, die Schwerpunkte der Region wurden jedoch sehr individuell gestaltet. (vgl. LEADER REGION LINZ-LAND 2017: 18.) Die Thematik der Regionalen Identität wird von dieser Region konkret forciert. Sie weist in ihrer lokalen Entwicklungsstrategie auf die Relevanz hin, indem Teilregionsidentitäten und Kulturgütern als Träger Regionaler Identität erwähnt werden. (vgl. LEADER REGION LINZ-LAND 2017: 27.)

Die Regionale Identität gestaltet sich in der LEADER-Region Linz-Land sehr heterogen, dies wird mit der engen Verbindung zur oberösterreichischen Zentralraumregion „Wels-Linz-Steyr“ sowie der eigenständigen „Teilregion“ Linz-Land begründet. Nichtsdestotrotz werden materielle und immaterielle Kulturgüter als Träger Regionaler Identität sowohl innerhalb der Region, als auch über die Regionsgrenzen hinaus wahrgenommen. Die Intensität dieses Bewusstseins ist jedoch sehr unterschiedlich stark ausgeprägt. Die Region verfolgt in diesem Kontext eine Stärkung der regionalen Wurzeln und der Identität durch den Erhalt und die Belebung regionaler Kulturgüter. Damit werden Anreize zur Bewusstseinsbildung der bestehenden Kulturgüter, als Kern der Regionalen Identität gegeben. Für ein besseres Verständnis und das Wissen als Grundlage zur Stärkung der Regionalen Identität, beabsichtigt die Region Kulturgüter zu kontextualisieren und sie dadurch erlebbar zu machen. Ein besonderer Schwerpunkt wird dabei dem Kulturgut Vierkanthof, das in der Region als überaus identitätsstiftend angesehen wird, zugesprochen. Im Laufe der aktuellen Periode soll dieses regionale Markenzeichen sowie die damit verbundenen innovativen Nutzungsformen mehr an regionaler sowie überregionaler Bekanntheit erlangen. Daher kann festgehalten werden, dass der Regionalen Identität ein besonderer Stellenwert im Rahmen der aktuellen Programmperiode zukommt. (vgl. LEADER REGION LINZ-LAND 2017: 26-29.)

5.4. Stadt Steyr

Bei der Stadt Steyr handelt es sich um eine Statutarstadt in Oberösterreich. Sie ist nach Linz und Wels die drittgrößte Stadt auf Landesebene.

5.4.1. Lage und Datenfenster der Stadt Steyr

Die Stadt Steyr liegt im Alpenvorland direkt an der Grenze zu Niederösterreich und ist maßgeblich durch den Zusammenfluss der Enns und der Steyr geprägt. Sie bildet den politischen Bezirk Steyr (Stadt) und ist auf der NUTS 3 Ebene gemeinsam mit dem Bezirk Kirchdorf zur Region Steyr-Kirchdorf zusammengefasst. Mit dem Stichtag von 1.1.2019 verfügt Steyr über 38.263 Einwohner*innen auf einer Fläche von 26,56 km². Neben der Stadt Steyr umfasst Steyr auch die Katastralgemeinden Christkindl, Jägerberg, Föhrenschacherl, Hinterberg, Sarning, Gleink und Stein. (vgl. STADT STEYR: BUERGERSERVICE, online unter:

https://www.steyr.gv.at/BUeRGERSERVICE/STADT_STEYR_Daten_Geschichte/Zahlen_Fakten (26.08.2019).)



Abbildung 13: Statistische Zonen Steyr, online unter: <http://ftp.steyr.at/magsteyr/plaene/StatZonen.pdf> (21.08.2019.)

In Bezug auf die Wirtschaft Steyrs ist anzumerken, dass Steyr im Jahr 2011 2.499 Arbeitsstätten verzeichnen konnte. (vgl. AMT DER OÖ. LANDESREGIERUNG 2014: 20.) Steyr wirkte bereits vor Jahrhunderten prägend auf die Industriegeschichte Österreichs. Durch die Errichtung und Weiterentwicklung der Werndl-Werke durch Josef Werndl und die Steyr-Daimler-Puch-Werke konnte sich die Stadt Steyr, ein bis heute beständiges Kompetenzzentrum aufbauen. Die im Bezirk Steyr vorherrschende Innovationsbereitschaft stellt dabei den entscheidenden Einflussfaktor für diese Entwicklung dar. Aus diesem Grund haben sich auf Basis der Steyr-Werke nun weltmarktführende Betriebe wie MAN, ZF, Steyr-Motors, Magna-Steyr, SKF, NKE, BMW und CNH in Steyr angesiedelt. Besonders essentiell sind zudem die innovativen Zulieferbetriebe, die ebenso in der Stadt Steyr ansässig sind. Neben den historisch begründeten Wirtschaftszweigen sind neue und vor allem innovative Industrie- und Wirtschaftszweige in der Stadt Steyr vertreten, die gemeinsam mit den großen internationalen Betrieben als eine umfassende Industrie- und Wirtschaftsspezifizierung fungieren. Besonders gestützt werden diese Entwicklungstendenzen durch die Implementierung der FH Campus Steyr und außeruniversitären Forschungseinrichtungen, wie das Technologiezentrum oder dem Verein FAZAT Steyr, der auch im NOI-Projekt federführend involviert war. (vgl. STEYR AM NATIONALPARK: Wirtschaftsstandort, online unter: <https://www.business-steyr.at/hotspot-steyr/wirtschaftsstandort.html> (21.08.2019).) Bei dem Verein FAZAT Steyr handelt es sich im Konkreten um ein Forschungs- und Ausbildungszentrum für Arbeit und Technik. (vgl. VEREIN FAZAT STEYR 2019, online unter: <https://tic-steyr.at/steyr-innovativ/fazat/home> (21.08.2019).)

Als Besonderheit, die die Stadt Steyr aufweist und die ebenso in Verbindung mit der wirtschaftlichen Spezialisierung steht, ist die Attraktivität der Stadt als Bildungsort. Die Stadt verfügt über eine Vielzahl an Bildungseinrichtungen. Neben verschiedenen Volksschulen sind in Steyr auch Neue Mittelschulen, ein Gymnasium sowie diverse weiterführenden Berufsbildende Schulen angesiedelt. Die Berufsbildenden Schulen weisen die Spezialisierungsfelder der Region auf: Wirtschaft, Technik, Gesundheit und Tourismus. Zudem hat sich der FH Campus Steyr, als Außenstelle der FH Oberösterreich in Steyr etabliert. (vgl. STEYR AM NATIONALPARK: Wirtschaftsstandort, online unter: <https://www.business-steyr.at/hotspot-steyr/wirtschaftsstandort.html> (21.08.2019).) Der Schwerpunkt des Hochschulzentrums liegt im Bereich des Managements, Marketings, Controllings sowie in der internationalen Logistik. (vgl. FH OÖ.: Campus Steyr, Studienangebot, online unter: <https://www.fh-ooe.at/campus-steyr/> (21.08.2019).)

6. Angewandte Forschungsmethodik

Zur Beantwortung der Forschungsfrage wurden unterschiedliche empirische Untersuchungsdesigns angewandt. Als Ausgangsbasis diente die theoretische Auseinandersetzung, deren Fokus auf der Theorie zur Regionalen Identität am Beispiel von Weichhart und Baumfeld liegt. Im Rahmen der empirischen Untersuchung wurden Befragungen mittels Fragebogen generiert und sieben Expert*inneninterviews durchgeführt. Die vorliegende Untersuchung verfolgt das Ziel der Darstellung zentraler identitätsstiftender Merkmale, die wesentlich zur Konstruktion Regionaler Identität in der NOI-Region, der Untersuchungsregion beitragen.

Aufgrund der Weitläufigkeit der Region sowie der naturräumlichen Unterschiede, die in der Untersuchungsregion vorzufinden sind, ist davon auszugehen, dass sich die Region durch multiple Identitäten auszeichnet, denen jedoch gemeinsame Identitätsmarker zugrunde liegen. Es ist folglich anzunehmen, dass sich gemeinsame Identitätsmarker in der Region abzeichnen werden. Diese Identitätsmarker beinhalten vielfältige Aspekte. Neben den Aspekten der eisenverarbeitenden Industrie, die bis heute die wirtschaftliche Ausrichtung der Region beeinflusst, können auch soziale und gesellschaftliche Themen, wie Dialekte und Traditionen, als identitätsstiftende Faktoren fungieren. Darüber hinaus wird angenommen, dass sich auch die besondere Landschaftsform, die durch die Täler der Region weitgehend geprägt ist, als Identitätsmarker konzipiert. Auf sozialer Ebene wird sich voraussichtlich die Geselligkeit und Wertschätzung innerhalb der Gesellschaft als identitätsstiftendes Merkmal feststellen lassen. Die Regionale Identität der Untersuchungsregion wird im Wesentlichen sehr differenziert sein, es werden folglich multiple Identitäten erforscht werden, die sich nichtdestotrotz in bestimmten Merkmalen vereinen lassen. Aufgrund der Rahmenbedingungen der einzelne LEADER-Regionen sowie der Stadt Steyr, die sich in naturräumlichen, sozioökonomischen und wirtschaftlichen Aspekten unterscheiden, wird es sich als schwierig erweisen die multiplen Identitäten in einer einzigen Identität zu vereinen. Vielmehr ist davon auszugehen, dass die gemeinsamen identitätsstiftenden Merkmale als Schlüssel zur Konstruktion einer Regionalen Identität dienen und somit eine Basis für Handlungsableitung innerhalb der Region bieten. Die Interviews werden Aufschluss über etwaige Handlungsempfehlungen geben.

6.1. Quantitatives Forschungsdesign

Für diese Untersuchung wurde die Befragung mittels standardisierten Fragebogens ausgewählt. Die sozialwissenschaftliche Befragung ist eine Erhebungsmethode, die auf der systematisch gesteuerten Kommunikation zwischen dem Probanden, der Probandin sowie der Interviewer, der Interviewerin beruht. Befragungen werden generell vom Interviewer, der Interviewerin gesteuert. Dies bedeutet, dass der Interviewer, die Interviewerin die Fragen des standardisierten Fragebogens stellt und die Antworten der befragten Personen notiert. So kann der Interviewer, die Interviewerin den Schwerpunkt gezielt auf Fragen richten und damit das Interview lenken. (vgl. HÄDER 2015: 189-190.) Die quantitative Untersuchung sieht vor, große Mengen an Daten zu erheben, um ein möglichst repräsentatives Ergebnis aus dem Vergleich der Datensätze zu generieren. Demnach ist das Sample der Datensätze von hoher Bedeutung. Eine große Anzahl an auszuwertendem Material bedingt eine bessere Verallgemeinerung des Ergebnisses. (vgl. KROMREY 2006: 14.) Anhand dieser Rahmenbedingungen begründet sich die Auswahl der Befragung als geeignete Erhebungsmethode.

Für die vorliegende Untersuchung wurde eine Passant*innen- und Haushaltsbefragung gewählt. Aufgrund der ausgewählten Erhebungstage, zwei Samstage im Mai und Juni, wurden beide Befragungsarten gewählt, um eine möglichst große Anzahl an retournierten Fragebögen zu generieren. Ein weiterer Grund für die Auswahl dieser beiden Befragungsarten liegt in der starken Frequentierung des Stadtplatzes in Steyr, der ebenfalls als Erhebungsort diene. Die Interviewer*innen wurden im Vorfeld bestimmten Ortsabschnitten in den vier Gemeinden sowie in der Stadt Steyr zugeteilt, um Mehrfachbefragungen zu vermeiden.

Die Auswahl der Befragung als geeignete Erhebungsmethode begründet sich auch in der theoretischen Konzeption der Regionalen Identität. Dieses Untersuchungsdesign ermöglicht es sowohl die regionalen Merkmale *identification of*, als auch die Bindungsmerkmale der Bevölkerung an die Region *identification with* zu eruieren. Darüber hinaus können die regionalen Innen- und Außenzuschreibungen *Being identified* untersucht werden. Ergebnisse zu dieser Kategorie werden vor allem durch Fragen zum Image und der Regionsauffassung von Außenstehenden aus Sicht der Befragten erhoben.

Die Befragungen wurden in folgenden Gemeinden durchgeführt:

- Losenstein (LEADER Region Nationalpark Kalkalpen)
- Kronstorf (LEADER Region Linz-Land)
- Sierning (LEADER Region Traunviertler Alpenvorland)
- Steinbach/Steyr (LEADER Region Nationalpark Kalkalpen)
- Steyr (Statutarstadt Steyr)

Teilnahmeberechtigt waren all jene Personen im Alter von 18 bis 99, die in einer der obigen Gemeinden wohnhaft sind. Die verschiedenen Standorte an den jeweiligen Erhebungsorten sowie die Anzahl der ausgefüllten Fragebögen gewährleisteten ein breites Untersuchungsergebnis.

Im Rahmen der Befragung wurden insgesamt 235 Fragebögen durch die Interviewer*innen in einem Gespräch, gemeinsam mit den befragten Personen ausgefüllt. Dabei wurde ein standardisierter Fragebogen verwendet, der sowohl geschlossene, als auch offene Fragen beinhaltet. Die Antworten der geschlossenen Fragen wurden vom Interviewer/ von der Interviewerin vorgelesen und entsprechend der Aussagen der befragten Person angekreuzt. Alle offenen Fragen wurden in schriftlicher Form durch den Interviewer/ die Interviewerin im genauen Wortlaut der Antworten der befragten Personen beantwortet.

Der Fragebogen umfasste 21 Fragen, die in fünf Themenkomplexe gegliedert wurden:

- 1) Persönlicher Bezug zur Region
- 2) Image und Außenzuschreibung
- 3) Regionsauffassung
- 4) Regionsbewusstsein
- 5) Personenbezogene Angaben

Die Daten wurden in zwei Durchgängen Ende Mai und Ende Juni erhoben. Dabei ist zunächst zu beachten, dass 38 Befragungen in Kronstorf, 36 in Losenstein, 50 in Sierning und 38 in Steinbach durchgeführt wurden. Obwohl, durch die Aufteilung der Interviewer*innen in den einzelnen Gemeinden gemäß der Einwohner*innenanzahl auf Ausgewogenheit geachtet wurde, wurde ein großer Anteil der gesammelten Datensätze, 73 Fragebögen, in Steyr erhoben. Der Grund dafür liegt zum einen an der höheren Bevölkerungsdichte Steyrs und zum anderen am stark frequentierten Stadtplatz.

Untersuchungsraum und Erhebungsstandorte

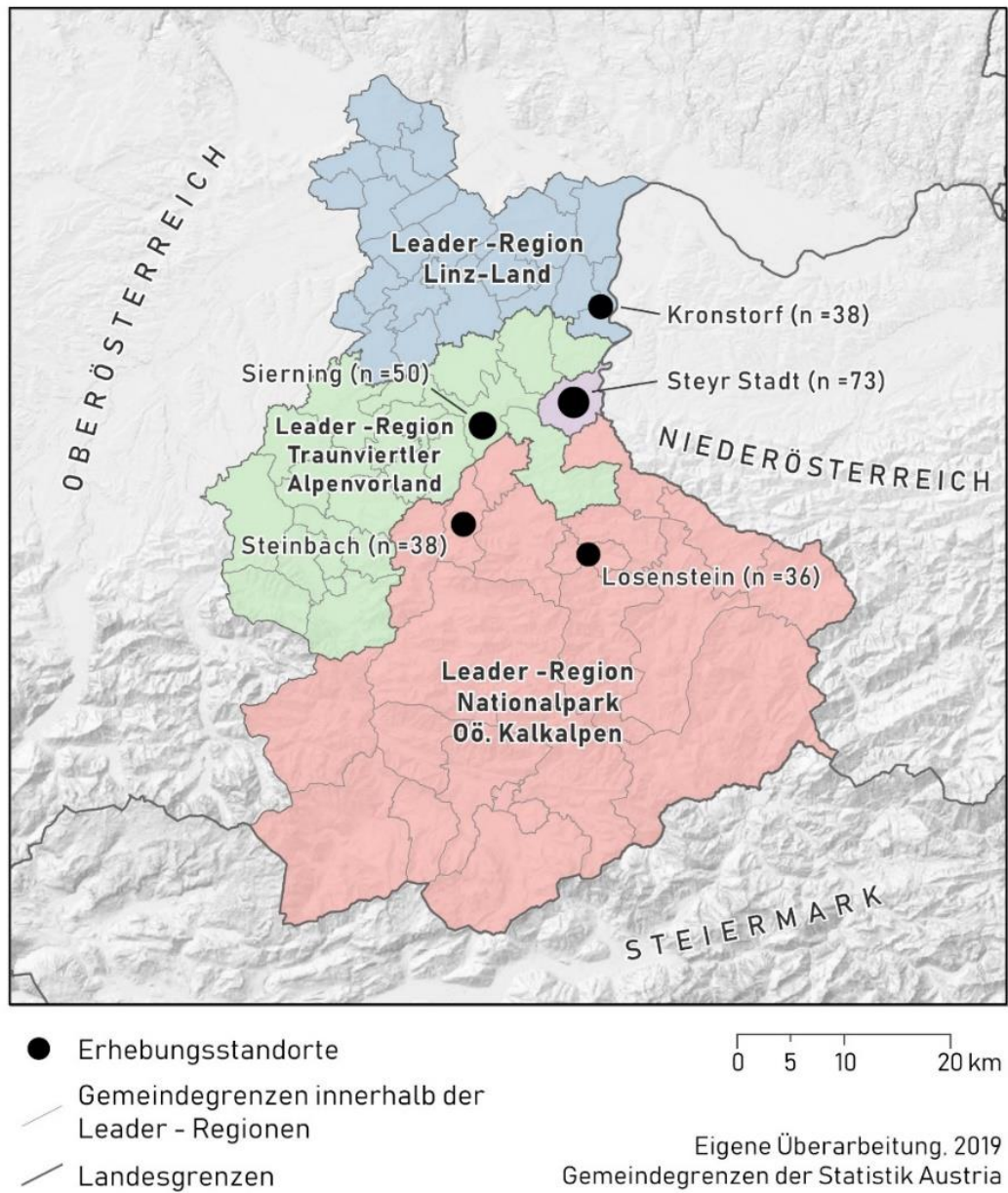


Abbildung 14: Untersuchungsraum und Erhebungsorte, Quelle: eigene Abbildung.

Die erhobenen Daten weisen ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis der Proband*innen auf: 119 befragte Personen waren weiblich, 116 hingegen männlich.

Die Altersgruppen, die auf Basis der Angaben kreiert werden konnte, spiegeln die Verteilung innerhalb der Gesellschaft wider, da auch hier ein hoher Anteil an älteren Menschen verzeichnet wird. Der Anteil der Personen zwischen 17 und 25 Jahren liegt bei 33 Personen, 26 Personen sind der Altersgruppe zwischen 26 und 35 zuzuordnen, 32 Personen der Altersgruppe von 36 bis 45 Jahre. Ein Großteil der Befragten kann der Altersgruppe der 46- bis 55-Jährigen zugeordnet werden, hierbei liegt der Anteil bei 50 Personen. 46 Personen der befragten Personen entsprachen der Alterskategorie zwischen 56 und 65, 32 Personen der Gruppe zwischen 66 und 75 Jahren. 13 Personen, die an der Befragung teilnahmen, waren älter als 75 Jahre.

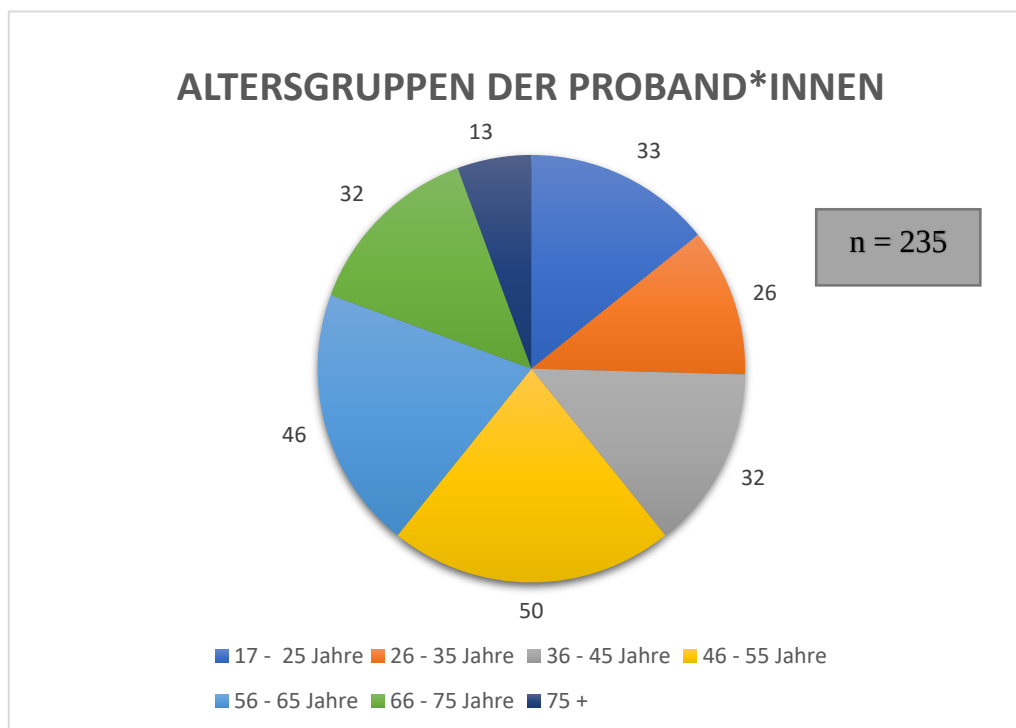


Abbildung 15: Altersgruppen der Proband*innen, Quelle: eigene Darstellung.

6.2. Darstellung der quantitativen Forschungsergebnisse

Dieses Kapitel umfasst die Auswertung sowie die Interpretation der Daten, die im Rahmen der zwei Befragungsdurchgänge erhoben werden konnten. Bei der Analyse der Ergebnisse wurde auf Bezugnahme zu den theoretischen Konzeptionen von Weichhart und Baumfeld geachtet. Die Ergebnisanalyse wurde, in Anlehnung an den Fragebogen in folgenden Themenkomplexen gegliedert: persönlicher Bezug zur Region, Image und Außenzuschreibung, Regionsauffassung und Regionsbewusstsein.

6.2.1. Darstellung: Persönlicher Bezug

Frage 1.1: Mit welchen Begriffen verbinden Sie die Region?

Zu Beginn des Fragebogens wurden die befragten Personen dazu aufgefordert anzugeben, mit welchen Begriffen sie die Region verbinden. Auf diese Weise sollte der persönliche Bezug der befragten Personen zur Untersuchungsregion festgestellt werden. In Bezug auf die Formel der Regionalen Identität gibt diese Frage Auskunft über die regionalen Merkmale, der Kategorie *Identification of*. Dies begründet sich in der spontanen Assoziation der Region durch die befragten Personen. Die Antworten können zudem in die Kategorie *Identification with* eingeordnet werden, die Auskunft über die ökonomischen, sozialen und kulturellen Bindungsmerkmale der befragten Personen an die Region liefern. Die geäußerten Begriffe, die sich den Bindungsmerkmalen zuordnen lassen gelten als Indikator zur Dichte und zur Intensität der sozialen Interaktionen. Da sich die Intensität der sozialen Interaktionen maßgeblich auf die Regionale Identität einer Region auswirkt, geht damit eine hohe Relevanz für die Formel „ $RI = X + Y + Z$ “ zur Konstruktion Regionaler Identität einher. (vgl. BAUMFELD 2011: 6.)

Hinsichtlich der folgenden Auswertung und Interpretation der Frage nach den assoziierten Begriffen der Region, ist anzumerken, dass die Frage offen gestaltet war. Die Antworten wurden vom Interviewer, von der Interviewerin im Befragungsgespräch wortgleich notiert und in der qualitativen Untersuchung nach einem Kategoriensystem ausgewertet und interpretiert. Das Kategoriensystem umfasst dabei folgende Aspekte: Mentalität, Natur, Infrastruktur, Probleme und Herausforderungen, Lebensqualität, Wirtschaft und Industrie, Kultur, Landwirtschaft, Traditionen, Nationalpark Kalkalpen, Steyr, Geschichte, Vielfalt, Heimat und Tourismus.

Die Befragung zeigte, dass die befragten Personen die Region mit den Begriffen Heimat, Familie und Freunde verbinden. Die hohe Dichte des sozialen Netzwerks, bestehend aus Familie und Freunde stellt daher ein besonderes Merkmal der Untersuchungsregion dar. Daraus lässt sich erkennen, dass die Region Sicherheit, Rückhalt und eine besondere Verbundenheit vermittelt. Als Rahmenbedingungen dafür können die Gemütlichkeit und die Ehrlichkeit der Bevölkerung, die die Region besonders auszeichnet, angeführt werden. Die Untersuchung hat diesbezüglich ergeben, dass die Mentalität der Bevölkerung, die sich durch Gemütlichkeit, Bodenständigkeit sowie Offenheit auszeichnet, eine charakteristische Wirkung auf die Region hat. Als charakteristisches Merkmal der Mentalität der Bevölkerung wird auch die Hilfsbereitschaft sowie die Zusammenarbeit genannt innerhalb der Bevölkerung und mit anderen Gemeinden von den befragten Personen angeführt. Es ist jedoch anzumerken, dass die Attribuierung der Bevölkerung nicht durchwegs positiv konnotiert ist, da zumindest ein kleiner Teil der befragten Personen (10 Personen) angab, die Bevölkerung sei intolerant und wenig weltoffen gegenüber neuhinzugezogenen Personen. Davon sind jedoch vor allem Menschen mit Migrationshintergrund stark betroffen, so die befragten Personen.

Die Region Traunviertler Alpenvorland führte in der durchgeführten SWOT-Analyse die fehlende Integration von Menschen mit Migrationshintergrund als Schwäche an. (vgl. LEADER REGION TRAUNVIERTLER ALPENVORLAND 2015: 40.) Der lokalen Entwicklungsstrategie aller LEADER Regionen ist diesbezüglich zu entnehmen, dass mit Integrationsprojekten, wie „Heimat-Sharing im Alpenvorland“ versucht wird diesen Entwicklungstendenzen entgegenzuwirken. Durch die Untersuchung der eigenen kulturellen Wurzeln wird auf einen kulturellen Austausch zwischen Menschen mit Migrationshintergrund sowie den ortsansässigen Menschen abgezielt. (vgl. LEADER REGION NATIONALPARK KALKALPEN 2013: 45.)

Den genannten Assoziierungen der Region, die die Begriffe des sozialen Netzwerks und der Sozialisation im Allgemeinen beinhalten, kommen in Bezug auf die Konstruktion und Weiterentwicklung Regionaler Identität besondere Bedeutung zu, da das Individuum durch Erfahrungen, Wahrnehmungen der unmittelbaren Umwelt sowie durch soziale Interaktionen Identität(en) kreiert. (vgl. MÜHLER et al. 2004: 23.) Durch den stetigen Prozess der Sozialisation der einzelnen Individuen, ist festzustellen, dass es sich bei Regionaler Identität niemals um einen abgeschlossenen Prozess handeln kann, sondern immer um eine Momentaufnahme, die beispielsweise durch soziale Interaktionen, neue Erfahrungen und

Wahrnehmungen beeinflusst wird. Auf diese Weise kann es nicht nur zur Konstruktion einer, sondern multipler Identitäten kommen. (vgl. KRANEPUHL 2008: 116.)

Besonders häufig wurde im Zusammenhang der raschen Assoziierung der Region der Begriff Heimat genannt. Laut den Angaben der befragten Personen trägt der ländliche Charme sowie die Pflege der Traditionen dazu bei, die Region als Heimat zu empfinden. Diese Assoziierung lässt darauf schließen, dass die befragten Personen sich intensiv mit der Region identifizieren können, da mit dem Begriff der Heimat eine besonders gefühlsbetonte Verbundenheit zu einem Ort oder einer Region zum Ausdruck kommt. Heimat steht zudem in enger Verbindung mit dem sozialen Netzwerk und impliziert, dass die betreffende Person in dieser Region aufgewachsen ist und/ oder einen längeren Lebensabschnitt in dieser Region verbracht hat. Durch die emotionale Komponente, die der Begriff Heimat impliziert, lässt sich eine Verbindung zwischen der sozialen und der räumlich geographischen Dimension herstellen. (vgl. IVANISIN 2006: 68.) Dies lässt sich anhand der Angaben der Proband*innen deutlich erkennen, denn Heimat wird in der durchgeführten Untersuchung in einen direkten Zusammenhang mit dem sozialen Netzwerk, der Region sowie der Landschaft gestellt.

Die Kategorie Landschaft wurde in der spontanen Besinnung auf die Region von den befragten Personen besonders häufig geäußert. Dabei zeichnet sich die Landschaft den Angaben zufolge durch die Berge, die Täler sowie durch die markante Flusslandschaft in der Region aus. Die Flusslandschaft stellt für die Befragten ebenso einen sehr wichtigen Aspekt der Landschaft dar, zum einen durch die damit verbundenen Probleme, wie Hochwasser, die sich immer wieder ereignen, zum anderen auch durch Auswirkungen der Flüsse auf die Landschaft, z.B.: der Zusammenfluss der Steyr und der Enns in Steyr. Daraus lässt sich feststellen, dass die Flüsse den verbindenden, aber auch den trennenden Aspekt der Landschaft, der in der Region vorherrschend ist widerspiegeln. Darüber hinaus trugen die Flüsse im Wesentlichen zur Formung der Talerlandschaft bei. Die Landschaft wird seitens der befragten Personen auch immer wieder in Verbindung mit Natur und Lebensqualität genannt. Daher kann festgehalten werden, dass die Landschaftsausprägungen Einfluss auf die positiv empfundene Lebensqualität der befragten Personen hat. In weiterer Folge wirken sich die unterschiedlichen Landschaftsausprägungen, die zudem zu einem vielfältigen Erscheinungsbild in der Region führen, auf die ökonomischen Ausrichtungen und Schwerpunktsetzungen in der Region aus.

Die Natur wird von einem großen Anteil der Befragten als besonders charakteristisch für die Region gewertet. Die Kategorie Natur beinhaltet die ländlich geprägten Landwirtschaftsformen, Streuobstwiesen und Wälder. Darüber hinaus werden auch der

Nationalpark Kalkalpen sowie die vielfältige Flora und Fauna, unter dem Begriff Natur mit der Region assoziiert. Die Befragung zeigte auf, dass der Nationalpark als Begriff zur Beschreibung der Region dient. In diesem Zusammenhang wirken auch vielfältige naturraumverbundene Freizeitaktivitäten wie Wandern, Radfahren oder auch Schifahren, die als Angebot des Nationalparks wahrgenommen werden, für die befragten Personen identitätsstiftend. Dabei ist zu erwähnen, dass die Region von einem Großteil der befragten Personen mit dem Begriff Vielfalt in Verbindung gebracht wird. So kann festgehalten werden, dass sich Vielfalt nicht nur durch eine vielfältig ausgeprägte Natur, unterschiedliche Landschaftsausprägungen und damit verbundene ökonomische Unterschiede auszeichnet, sondern vielfach auch durch die Nähe von Stadt und Land zueinander. Arbeitsort und Erholungsort liegen in dieser Region besonders dicht nebeneinander, dies führt zu vielfältigen Möglichkeiten der Freizeitgestaltung und individuelle Entfaltungsmöglichkeiten.

Die Analyse der Ergebnisse hat darüber hinaus ergeben, dass besonders häufig unterschiedliche Begriffe wie ruhige Wohngegend, Wohlstand, Sicherheit, wenig Kriminalität oder auch gute Luft und Ruhe genannt wurden. Diese Begriffe lassen sich der Kategorie Lebensqualität zuordnen. Die hohe Lebensqualität zeichnet sich auf Basis der Angaben, in dieser Region durch eine lebenswerte und ruhige Wohngegend sowie durch ein stark ausgeprägtes soziales Umfeld aus. So gab ein*e Proband*in an, „wir leben da, wo andere Urlaub machen“. (JELL 2019: Fb. Nr. 130.) Die Lebensqualität wird von 70 befragten Personen mit einem positiven Lebensgefühl gleichgesetzt. Diesbezüglich ist anzumerken, dass das vorherrschende Sicherheitsgefühl innerhalb der Bevölkerung sowie das soziale Netzwerk, gemäß den Angaben, ebenso zur Lebensqualität in der Region bei.

Für die vorliegende Arbeit kann daraus impliziert werden, dass die Lebensqualität als Einflussfaktor der Entstehung und Weiterentwicklung regionaler Identität in einer Region fungiert. Eine positive Lebensqualität wirkt sich maßgeblich auf die affektive Bindung an die Region aus. Zwar lässt sich die Lebensqualität grundsätzlich nur schwer messen. Nichtsdestotrotz kann davon ausgegangen werden, dass eine positive Assoziierung der Region seitens der Bevölkerung eine ebenso positive Lebensqualität impliziert. Eigenschaften, die auf eine hohe Lebensqualität hinweisen umfassen das persönliche soziale Netzwerk, die ökonomische Situation der Region sowie der Einzelperson, die Sicherheit bzw. das Sicherheitsgefühl der Bevölkerung und das Erscheinungsbild der Region. (vgl. MÜHLER et al. 2004: 24.)

Den Antworten der befragten Personen ist zu entnehmen, dass die Infrastruktur ebenso als beschreibender Begriff dient. Sie zeichnet sich laut den Ergebnissen der Befragung durch die Nähe zu den Städten Steyr und Linz aus. Der Befragung zeigt auf, dass der kürzlich abgeschlossene Straßenausbau dabei eine wichtige Rolle spielt. Die Infrastruktur wird jedoch nicht durchwegs positiv konnotiert. 20 befragte Personen geben an, die Infrastruktur vor allem den öffentlichen Verkehr betreffend, sei verbesserungswürdig. Der Geschäfts- und Wirtschaftsstruktur kommt neben der Verkehrsinfrastruktur ebenso eine bedeutende Rolle zu. Die Befragten beschreiben die Region, in Bezug auf die Geschäfte des täglichen Bedarfs als sehr gut aufgeschlossen. Die Nahversorgung scheint in allen befragten Gemeinden zufriedenstellend zu sein. Außerdem wirken regionale Produkte sowie das regionale Handwerk, den Antworten zufolge, repräsentativ für die Region.

Auffallend oft wurde die Region, in der durchgeführten Befragung mit der Stadt Steyr in Verbindung gebracht. Daraus schließt die Verfasserin, dass die Stadt Steyr in unmittelbarem Zusammenhang mit der Region steht. Dieser Umstand begründet sich in der Attraktivität der Stadt als Wohn- und Bildungsort sowie als Arbeitsplatz. Zudem wirkt die Synergie zwischen der Nähe zur Natur und der wirtschaftlichen, industriellen Spezialisierung, wie sie durch die Großkonzerne BMW, MAN und SKF gegeben ist, besonders prägend in der Stadt Steyr.

In Bezug auf die wirtschaftliche Schwerpunktsetzung in der Region zeigen die erhobenen Daten, dass die Wirtschaft als identitätsstiftender Aspekt fungiert. Die Wirtschaft wird dabei mit Eisen, Industrie und Arbeitsplätzen assoziiert. Innovation sowie innovativ Entwicklungsansätze scheinen für die Bevölkerung in direktem Zusammenhang mit der Region zu stehen. Dabei ist ein klarer Zusammenhang mit der Geschichte der Region zu erkennen. Bereits seit Jahrhunderten ist die beforschte Region auf eisenverarbeitende Industrie spezialisiert. Die Geschichte der eisenverarbeitenden Industrie prägte dadurch nicht nur die wirtschaftliche Struktur der Region, sondern auch die innovative Gesinnung der wohnhaften Bevölkerung.

Jedoch wurde die Region nicht nur positive attribuiert. Die befragten Personen neben all den positiven Aspekten der Region auch auf Probleme hin, mit denen die Region konfrontiert ist. Dabei wurde die Region seitens der Befragten mit negativen Adjektiven wie langweilig und konservativ konnotiert. Zudem wurde das Ortskernaussterben mehrmals erwähnt. Diese Ergebnisse implizieren für die vorliegende Arbeit, dass neben den positiven Assoziationen, die im überwiegenden Ausmaß gegeben sind, auch negative Konnotation auftreten. Zwar scheinen strukturelle Disparitäten, wie sie in diesem Abschnitt vorkommen, als wenig erfreulich,

nichtsdestotrotz stellen sie einen essentiellen Aspekt in der Konstruktion regionaler Identität ein. Durch den Vergleich mit anderen Regionen und dem damit verbundenen Hervorheben von strukturellen Disparitäten, wie dem Ortskernsterben, die vorhandene Infrastruktur oder auch die industrielle Spezifizierung, wird das Gefühl der Besonderheit hervorgerufen, das eine stärkeres Regionsbewusstsein nach innen auslösen kann. (vgl. MEIER-DALLACH 1980: 304.)

Frage 1.2: Warum haben Sie sich für diesen Ort als Wohnort entschieden?

Die Frage 1.2. sollte Auskunft über die Ursachen der Auswahl des Untersuchungsraums als Wohnort geben. Die Frage wurde geschlossen formuliert, die befragten Personen konnten daher bei der Beantwortung zwischen folgende Kategorien auswählen: bin hier aufgewachsen, Beruf, Partner*in, Landschaft/ Natur, Sonstiges.

An den Antworten der befragten Personen ist klar zu erkennen, dass 62%, 146 Personen, bereits in diesem Ort aufgewachsen sind und ihn daher als Wohnort gewählt haben. Der Anteil, jener Personen, die aufgrund ihrer Partner*innen in diesen Ort gezogen sind beläuft sich auf 57 Personen. 46 Personen geben an, den Ort aufgrund des Berufs, der Jobchancen sowie des Angebots an Arbeitsplätzen auserwählt zu haben. Nur 42 Personen haben sich der Landschaft und der Natur wegen, für diesen Wohnort entschieden. Äquivalent dazu gaben 42 Personen sonstige Gründe an, die die Wahl des Wohnortes beeinflussten. Dabei wurde zum einen auf gute Angebote den Haus- und Grundstückskauf betreffend hingewiesen, zum anderen auch auf die vorherrschende Lebensqualität, das Bildungsangebot sowie die Familienfreundlichkeit der Untersuchungsregion. Für zehn befragte Personen war die Nähe zu den Zentralräumen Linz und Steyr ein beeinflussender Faktor, ebenso wie die Verkehrs- und Versorgungsinfrastruktur der einzelnen Orte.

Auf Basis dessen lässt sich eine Verbindung zu der These von Lilli und Diehl herstellen. Die These verweist darauf, dass die Regionale Identität stark durch die Sozialisation der Bevölkerung beeinflusst wird. So verfügen Individuen, die in der Region geboren, aufgewachsen oder für längere Zeit wohnhaft sind, über eine intensivere Bindung zur Region. Je mobiler die Bevölkerung sich gestaltet, desto geringer fällt die Regionale Identität aus. Dies impliziert die wesentliche Bedeutung der lokalen Sozialisation für die Regionale Identität. (vgl. LILLI und DIEHL. 1999: 102.) Daher ist anzunehmen, dass sich in Hinblick auf die vorliegende Forschungsfrage klare Tendenzen zu gemeinsame regionalen Identitätsmarkern abzeichnen. Dies gründet zum einen in der gemeinsamen lokalen Sozialisation und zum anderen an der Ausgewogenheit der unterschiedlichen Gründe für die Auswahl des Wohnortes. Landschaft,

Natur und Beruf als beeinflussende Faktoren lassen sich folglich als mögliche identitätsstiftende Aspekte implizieren.

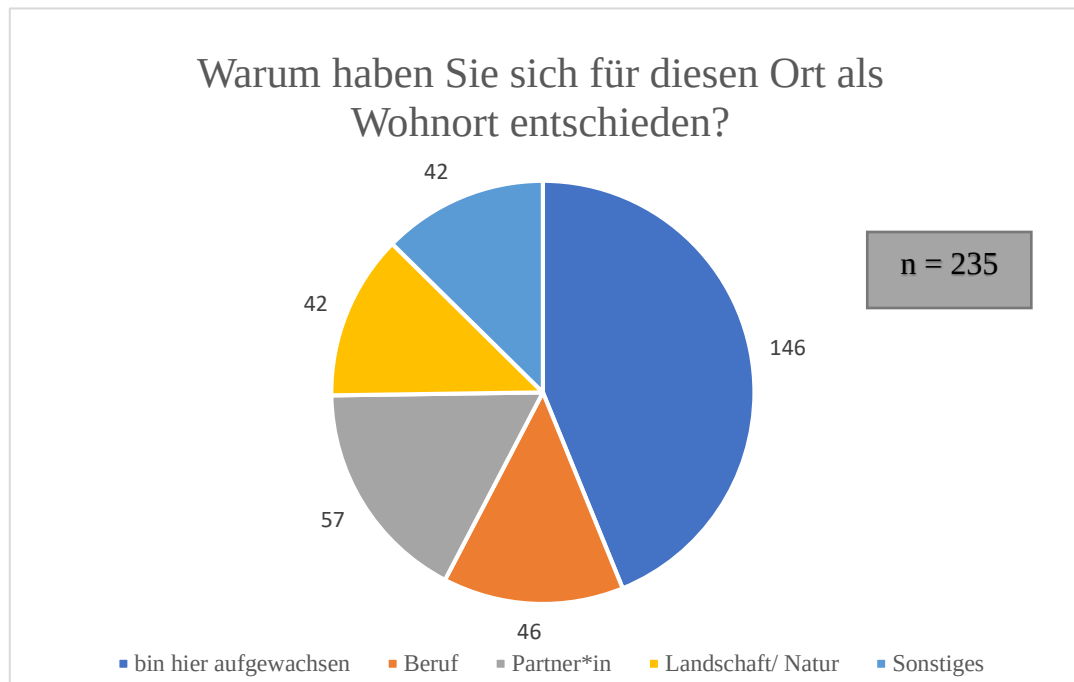


Abbildung 16: Wahl des Wohnortes, Quelle: eigene Darstellung.

Frage 1.3: Wie wohl fühlen Sie sich in Ihrem Wohnort?

Im Kontext dieser Frage wurde der Wohlfühlstatus der befragten Personen eruiert. Die Befragten hatten dabei die Möglichkeit zwischen den Kategorien sehr wohl, mehr wohl, wohl, eher wohl und nicht wohl auszuwählen.

156 Personen fühlen sich den Angaben zufolge *sehr wohl* in ihrem Wohnort. *Mehr wohl* fühlen sich 61 Personen, 13 Personen hingegen fühlen sich nur *wohl*. 3 befragte Personen gaben an, sich *eher wohl* zu fühlen und lediglich eine Person fühlt sich in ihrem Wohnort *nicht wohl*.

Die vorliegenden Ergebnisse zur Frage des Status des Wohlfühlens am eigenen Wohnort weisen auf wichtige Aspekte für die vorliegende Untersuchung hin. Die überwiegende positive Haltung des Wohlfühlens im eigenen Wohnort steht in direktem Zusammenhang mit der Lebensqualität, mit der die Region assoziiert wurde. Der Faktor des Wohlfühlens kann in weiterer Folge in einen Zusammenhang mit der Regionalen Identität gestellt werden, da ein positive Wohlfühlfaktor, eine positive Bindung zur Region suggeriert. Diese positive emotionale Bindung bildet die Basis Regionaler Identität. Zudem ist anzumerken, dass die Entstehung der regionalen Identität nicht nur von der Attraktivität territorialer Merkmale

beeinflusst wird, auch die Zufriedenheit und der Wohlfühlfaktor des einzelnen Individuums ist dabei von großer Bedeutung. (vgl. LILLI et al. 1999: 102.)



Abbildung 17: Wie wohl fühlen Sie sich in Ihrem Wohnort? Quelle: eigene Darstellung.

Frage 1.4: Was ist besonders identitätsstiftend in der Region?

Die Ergebnisse der Frage 1.4., die sich auf die identitätsstiftenden Merkmale der Region bezieht sind für die Etablierung gemeinsamer Identitätsmarker von hoher Bedeutung, da sie zwei Kategorien von Baumfelds Formel der Regionalen Identität abdecken. Zum einen liefern sie Antworten zur Kategorie *Identification of*, folglich Antworten zu den regionalen Merkmalen, wie Traditionen, Sprachen und Sprachabwandlungen, Geschichten, Technik, Forschung oder zur Infrastruktur. Zum anderen bieten sie die Möglichkeit Bindungsmerkmale der Kategorie *Identification with* hervorzuheben. Dabei handelt es sich um Bindungsmerkmale auf ökonomischer, sozialer und kultureller Ebene. (vgl. BAUMFELD 2011: 3.)

In Bezug auf die Auswertung der vorliegenden Frage ist anzumerken, dass es sich hierbei um eine offene Frage handelte, die qualitativ in Kategorien gefasst ausgewertet wurde.

Die Frage nach besonders identitätsstiftenden Merkmalen wurde von den befragten Personen häufig mit der vorhandenen Lebensqualität beantwortet. Die Lebensqualität zeichnet sich den befragten Personen zufolge durch die Stadt- und Bergnähe, die gute Verkehrsinfrastruktur zwischen den Gemeinden und den Städten, die Familienfreundlichkeit der Gemeinden sowie die Nähe zur Natur. Diese Faktoren wirken sich insofern auf die Regionale Identität aus, als sie

als besonders identitätsgenerierend empfunden. Daraus ist zu schließen, dass die Region den befragten Personen Raum für individuelle Entfaltungsmöglichkeiten bietet. Zudem ist, gemäß den Angaben eine sehr gute Kranken- und Altersversorgung in der Region gegeben. So impliziert der Begriff Lebensqualität nicht nur die vorherrschende Ruhe, Sicherheit sowie die familienfreundliche Gestaltung der Gemeinden, sondern auch den Wohlstand, der vor allem durch die ökonomischen Umstände in der Region bedingt ist. Dabei ist auf die Theorie von Mühler zu verweisen, die besagt, dass durch die damit verbundene positive Assoziierung der Region, die Lebensqualität maßgeblich zur Konstruktion Regionaler Identität beiträgt. (vgl. MÜHLER et al. 2004: 24.)

Die Wirtschaftlichkeit ist ein ebenso wichtiger identitätsstiftender Aspekt, der den Wohlstand der Bevölkerung maßgeblich prägt und selbst stark von der Industrie beeinflusst wird. Dies ist den Angaben der befragten Personen zu entnehmen. Die Wirtschaft zeichnet sich, den Angaben zufolge, durch innovative Entwicklungsansätze aus, die zunehmend zu neuen Arbeitsplätzen in der Region führen. Die metallverarbeitende Industrie stellt darüber hinaus einen weiteren Identitätsmarker dar, der durch große Industriebetriebe wie MAN, SKF oder BMW eine Vielzahl an Arbeitsplätzen zur Verfügung stellt, so die Befragten. Doch auch die Geschichte der Industrie ist für die befragten Personen nach wie vor als Teil der Regionalen Identität zu werten. So stellen vor allem Joseph Werndl und die von ihm errichteten Steyrwerke identitätsstiftende Aspekte dar. In diesem Zusammenhang geben die befragten Personen auch die Bedeutung von Eisen an, die die Industrie, das Leben sowie die Mentalität der Gesellschaft in der Region maßgeblich beeinflusst hat. Daraus lässt sich schließen, dass die Wirtschaft im Allgemeinen, aber allen voran aufgrund der historischen Prägung, der innovativen Entwicklungsansätze und dem großen Arbeitsstellenangebot als Identitätsmarker zu werten ist.

Zu all diesen identitätsstiftenden Merkmalen wirkt auch die Vielfalt, die die Region ihrer Bevölkerung bietet, als Identitätsmarker, so die Befragten. Der quantitativen Untersuchung ist zu entnehmen, dass die Vielfalt sowohl eine breite Auswahl an Freizeitmöglichkeiten wie Wandern, Schifahren, etc. umfassen. Darüber hinaus zeichnet sich die Vielfalt auch durch ein großes Angebot an kulturellen Möglichkeiten sowie die landschaftliche Vielseitigkeit aus. Die, auf den unterschiedlichsten Ebenen anzutreffende Vielfalt, wirkt daher für die in der Erhebung befragten Personen, ebenso identitätsstiftend. Dies impliziert für die vorliegende Untersuchung, dass sich die Region überaus vielfältig gestaltet. Diese Umstände sind nicht nur von unterschiedlichen naturräumlichen Gegebenheiten und den damit verbundenen verschiedenen wirtschaftlichen Ausprägungen bedingt, sondern vor allem durch die Stadt-Land-Nähe. Die

dadurch entstehende Vielfalt ermöglicht es der Bevölkerung vielfältigen Freizeitaktivitäten nachzugehen.

Neben der Lebensqualität, der Wirtschaft und Industrie wurde die Frage nach identitätsstiftenden Merkmalen vermehrt mit dem Begriff der Mentalität der Bevölkerung beantwortet. Die Mentalität der Bevölkerung wird demnach von den Befragten als überaus identitätsstiftend beschrieben. Doch nicht nur innerhalb der Bevölkerung ist die Mentalität der Bevölkerung von Bedeutung, sondern auch auf politischer Ebene. So wird seitens der befragten Personen der Wille und die Bereitschaft zur Zusammenarbeit sowohl auf kommunaler, als auch auf politischer Ebene als Identitätsmarker bezeichnet. Folglich ist anzunehmen, dass sich die identitätsstiftende Mentalität der Bevölkerung durch die Gemütlichkeit, Bodenständigkeit sowie durch die Offenheit der Bevölkerung auszeichnet. Der Zusammenhalt und der Wille zur Zusammenarbeit sind ebenso als zentrale Aspekte zu nennen.

Darüber hinaus weist die empirische Untersuchung darauf hin, dass Traditionen und das Traditionsbewusstsein als identitätsstiftend empfunden werden. Eng damit verbunden ist die regionstypische Sprachabwandlung, der Dialekt. Dies zeigte sich auch in der Befragung, denn ein großer Anteil der befragten Personen, 70 Personen, kann sich mit dem vorherrschenden Dialekt in der Region identifizieren. Zudem wird der ländliche Charme der einzelnen Gemeinden sowie die regionalen Produkte in der Befragung, als besonders auszeichnend empfunden. Die Kulinarik stellt für einen großen Teil der befragten Personen, 56 Personen, einen wichtigen Identitätsaspekt dar.

Die Erhebung zeigt zudem, dass die Region im Wesentlichen von der Kultur ausgezeichnet wird. In diesem Zusammenhang nannten die Befragten den Steinbacher Advent sowie die Kulturvereine der Region. Die Aspekte der kulturellen Besonderheiten und Varietäten sind im Allgemeinen als überaus prägende Einflussfaktoren zu werten. Sie bieten der Bevölkerung der Region die Möglichkeit sich dadurch von anderen Regionen abzugrenzen sowie sich hervorzuheben. Dabei wirken die Sprache, die Geschichte, die Brauchtümer und allen voran die regionsspezifischen Traditionen weitgehend identitätsstiftend. Der Bezug auf die angeführten Aspekte führt innerhalb der Bevölkerung zur Stärkung des gruppeninternen Zusammenhalts sowie zu einem verstärkten Zusammengehörigkeitsgefühl. (vgl. KRANERPUHL 2008: 117.) Auf dieses starke Zusammengehörigkeitsgefühl verweisen die Befragten in weiterer Folge häufig.

Frage 1.5: Was zeichnet die Region, Ihrer Meinung, nach aus?

Eine weitere Frage des Fragebogens widmete sich den regionsauszeichnenden Aspekten. Dabei waren die Antworten den befragten Personen vorgegeben, die sie mit Mehrfachnennungen auswählen konnten. Zu den Antworten zählten der Nationalpark Kalkalpen, die Industrie, die Geschichte (Eisenverarbeitung), die Mostkultur, die Kultur, die Natur sowie die Landschaft, die Täler, die Traditionen und die Stadt Steyr.

Den Angaben der befragten Personen zufolge zeichnet sich die Region zu einem überwiegenden Anteil durch die Landschaft sowie die Natur aus. Diese beiden Aspekte scheinen identitätsbringend zu sein, da 186 Personen angaben, die Natur und die Landschaft zeichne die Region aus. In diesem Zusammenhang ist zu erwähnen, dass die Frage, ob Täler die Region auszeichnen würden, nur von 69 Personen mit „Ja“ beantwortet wurde. Der Nationalpark Kalkalpen, der neben den Erhalt der Natur auch den Tourismus als Aufgabengebiet verfolgt, wird von 131 Personen als beschreibend für die Region empfunden.

Einen ebenso identitätsstiftenden Charakter weist die Kategorie Geschichte auf. Dabei waren 131 befragte Personen der Meinung, dass die Geschichte (Eisenverarbeitung) die Region auszeichne. Einen weiteren sehr hohen Identitätsgehalt weist die Stadt Steyr auf, 139 Proband*innen definieren die Stadt Steyr, als essentielle Wahrnehmung. Der Kultur wird eine Sonderstellung zugeschrieben. Die befragten Personen lassen der Kultur geteilte Bedeutung zukommen, 112 Personen nennen sie auszeichnend, 123 weitere hingegen geben an, sie sei weniger auszeichnend für die Region.

Die Industrie, durch die sich die Untersuchungsregion in den vorhergehenden Fragen auszeichnet, wird hier eine eher neutrale Bedeutung zu geschrieben. Die Mehrheit der Personen (101 Personen) vertritt die Meinung, dass die Industrie die Region nicht herausragen lässt. Die Mostkultur spielt, laut dieser Befragung eine ebenso weniger bedeutende Rolle. Für nur 85 Personen wirkt die Mostkultur identitätsstiftend. Auf 117 Personen wirken zudem die Traditionen in der Region identitätsstiftend.

Als weitere, die Region auszeichnende Aspekte wurden in Einzelantworten Gletscherüberreste, die Mentalität der Bevölkerung, die Steyrtalbahn sowie das Trattenbacher Feitel genannt. Darüber hinaus kommen auch den Arbeitsplätzen sowie der Wirtschaft in der Region auszeichnende Charaktere zu. 10 Personen gaben bei der Kategorie Sonstiges die Flusslandschaft als weiteres identitätsstiftendes Element der Region an.

Die Ergebnisse der analysierten Frage, verweisen im Wesentlichen auf Aspekte, die die Region auszeichnen. Daran zeichnen sich verstärkt Faktoren erhöhter Bedeutung ab, wie die Landschaft und die Natur sowie die Traditionen und der Nationalpark Kalkalpen. Hierbei lassen sich bereits Parallelen zu den Ergebnissen der vorhergehenden Fragen erkennen, denn auch hier wird die Natur, die Landschaft und die Traditionen als die Region besonders auszeichnend benannt. In Verbindung mit den bereits erworbenen Erkenntnissen lässt sich feststellen, dass die Aspekte, die als Besonderheit in der Region bezeichnet wurden, tendenziell auch als identitätsstiftenden Merkmale und in weiterer Folge auch als Identitätsmarker zu werten sind. Die Antworten dieser Frage ist in der Theorie von Leo Baumfeld der Kategorie *Identification of* zuzuschreiben, da es sich hier um regionale Merkmale handelt, die ebenso die Kenntnis der regionalen Traditionen, Brauchtümer, Bedeutungen und Gewohnheiten beinhalten. Doch auch Siedlungsentwicklungen, Technik, Forschung und Kompetenzen, wie sie in den Antwortmöglichkeiten vorkommen, sind innerhalb dieser Kategorie von großer Relevanz. (vgl. BAUMFELD 2011: 5.)

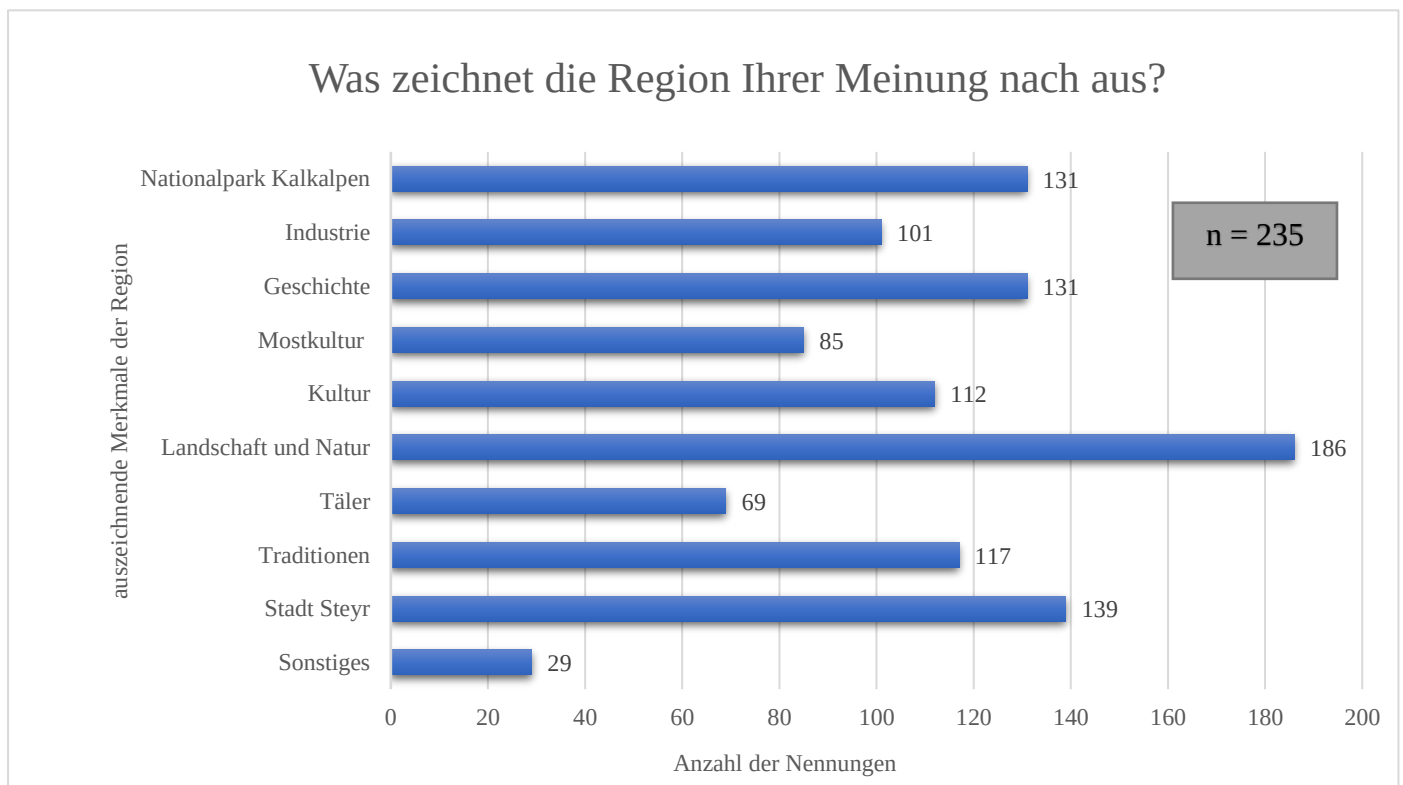


Abbildung 18: Was zeichnet die Region Ihrer Meinung nach aus?, Quelle: eigene Darstellung.

6.2.2. Darstellung: Image und Außenzuschreibungen

Frage 2.1: Warum kommen, Ihrer Meinung nach, Gäste/ Touristen in die Region?

Diese Frage widmete sich vorwiegend den Beweggründen für einen Besuch in der Region, den die befragten Personen als Intention von Gästen und Touristen*innen sehen. Diese Frage wurde geschlossen formuliert, die befragten Personen hatten dabei die Möglichkeit Mehrfachnennungen zu tätigen. Als Antwortmöglichkeiten standen die Kategorien Landschaft/Natur, Erholung, Nationalpark Kalkalpen, Kultur (Most etc.), Sport und Erlebnis (Wandern, Schifahren), Architektur (Vierkanthöfe, Stadtplatz etc.), Traditionen (Christkindlamt etc.) und Industrie und Wirtschaft (BMW, SKF, MAN, Steyr-Werke) zur Auswahl.

Als einer der wichtigsten Beweggründe die Region zu besuchen, wird von den befragten Personen die Landschaft und die Natur genannt. 149 Personen gaben an, dass dies ein Grund für Tourist*innen und Gäste sei, in die Region zu kommen. Damit im Zusammenhang steht der Nationalpark Kalkalpen, wobei diesen 130 Befragten als Ausflugsziel von Tourist*innen erwähnen. Besondere Bedeutung kommt hingegen den Traditionen zu. 138 befragte Personen gehen davon aus, dass Traditionen einen ebenso wichtigen Anlass für den Besuch der Region darstellen. Traditionen beinhalten zum einen das Christkindlamt, verschiedene traditionelle Feste oder auch die Maultrommeln aus dem Steyrtal. Darüber hinaus wird die Kategorie Sport und Erlebnis wird von 118 Personen als Grund gewertet, dies wird maßgeblich vom vielfältigen Freizeit-, Sport- und Erlebnisangebot in den LEADER Regionen sowie in der Stadt Steyr beeinflusst. Neben diversen Wanderwegen und Schigebieten, wurde seitens der LEADER-Regionen in den vergangenen Jahren Mountainbike-Strecken, Radwege und andere Freizeit- und Erlebnisaktivitäten forciert.

Zudem stellt auch die Möglichkeit zur Erholung einen wichtigen Aspekt für Gäste und Tourist*innen dar, der durch die Ruhe und die Landschaft gegeben ist. 86 Personen sehen auch die Kultur, wie Most und Museen, als bewegenden Aspekt an. Dies wird sich jedoch in 2021 ändern, wenn die Landesausstellung wieder in der Region stattfindet. Der Industrie sowie der Wirtschaft hingegen wird kaum eine Bedeutung für den Tourismus zugeschrieben, nur 81 Personen gaben dies als möglichen Grund für einen Besuch an. Die geringste Bedeutung kam der Architektur zu. Lediglich 62 Personen waren der Meinung, Tourist*innen und Gäste würden aufgrund der Architektur, der Altstadt Steyr oder den regionstypischen Vierkanthöfen in der LEADER-Region Linz-Land, in Region kommen.

Die Frage lässt sich der Kategorie des *Being identified* zuordnen und möchte dadurch herausfinden, welche Zuschreibungen der kulturellen, freizeitlichen oder auch traditionellen Aktivitäten seitens der befragten Personen zugesprochen werden. Die Kategorie *Being identified* stellt einen essentiellen Faktor in der Etablierung regionaler Identität dar. Nur wenn eine Synergie aller drei Kategorien *Identification of*, *Identification with* und *being identified* zustande kommt und aufrecht erhalten wird, kann von einer positiven Positionierung der Regionalen Identität gesprochen werden. (vgl. BAUMFELD 2011: 7.) Die vorliegende Frage lässt erkennen, welche Attraktionen, die befragten Personen selbst kennen und für einen Besuch in der Region wertschätzen. Dabei werden keine direkten Informationen in Bezug auf die Beantwortung der Forschungsfrage gegeben, nichtdestotrotz geben die Ergebnisse Auskunft über die Innenzuschreibungen der Attraktionen. Dabei lässt sich feststellen, dass der Natur und der Landschaft sowie den Traditionen und dem Nationalpark Kalkalpen auch als Attraktionen große Wichtigkeit zugesprochen werden.

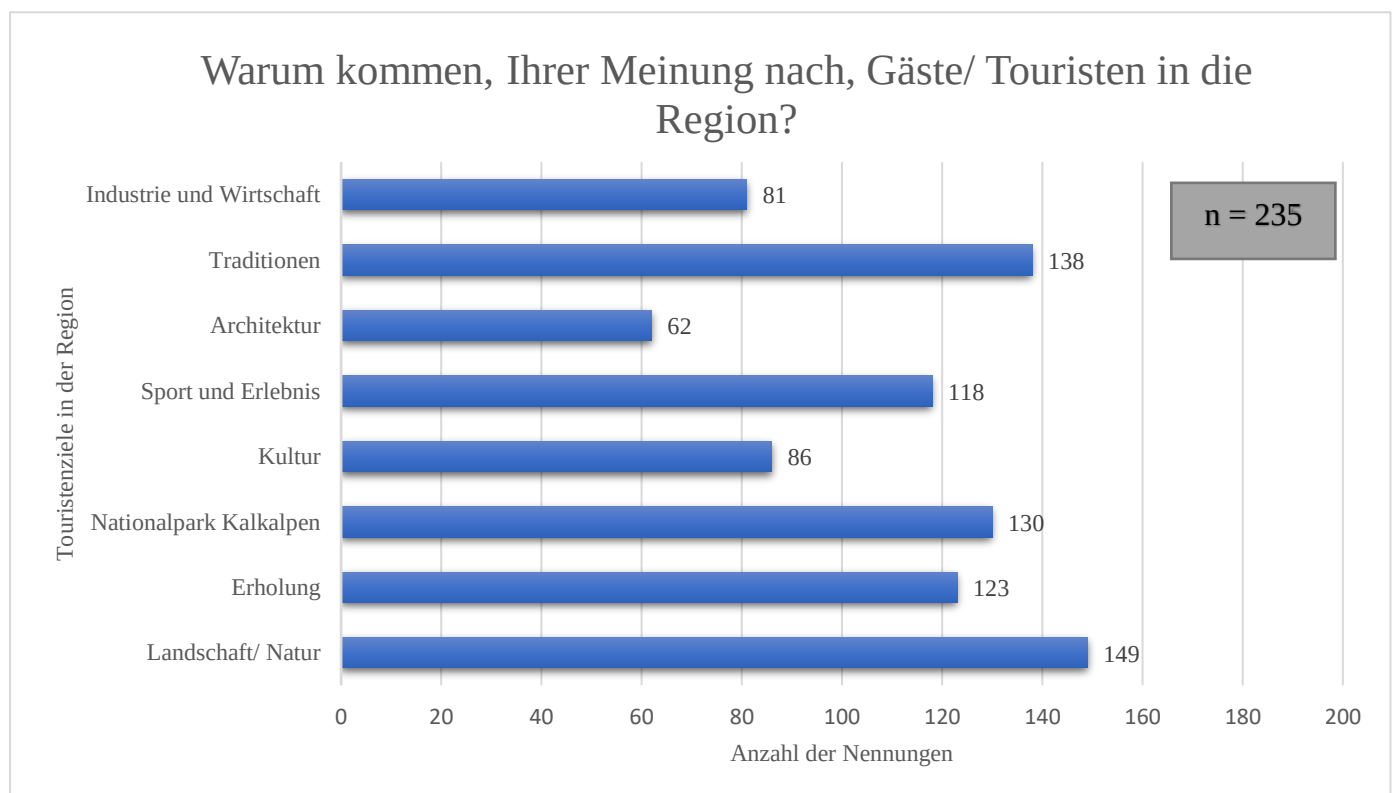


Abbildung 19: Warum kommen, Ihrer Meinung nach, Gäste/ Touristen in die Region?, Quelle: eigene Darstellung.

Frage 2.2: Wie würden Sie die Region einer fremden Person beschreiben?

Die vorliegende Frage nach der Beschreibung der eigenen Region an eine fremde Person ermöglicht es, die Zuschreibung von innen an die Untersuchungsregion zu eruieren. Die Ergebnisse dieser Frage wurden aufgrund der offenen Formulierung qualitativ, mit Hilfe von Kategorien ausgewertet.

In diesem Zusammenhang ist festzuhalten, dass die Zuschreibungen von innen, direkt von der Bevölkerung stammend, neben den Außenzuschreibungen für die Regionale Identität von großer Bedeutung sind. Leo Baumfeld benennt diese in der „Formel“ der regionalen Identität, mit dem Prozess *Being identified*. Verhalten sich die beiden Zuschreibungen, sowohl innen, als auch außen, äquivalent zueinander, ist die Regionale Identität als zuverlässige Identität zu bezeichnen. (vgl. BAUMFELD 2011: 7.)

Die Zuschreibungen, die die befragten Personen an ihre Region tätigen, fallen durchwegs positiv aus. Ein großer Anteil der befragten Personen (117 Personen) würde die Region einer fremden Person als abwechslungsreich beschreiben. Das Adjektiv „abwechslungsreich“ bezieht sich dabei sowohl auf die landschaftliche Gegebenheit, die Tälerlandschaft und die Möglichkeit zur Freizeitgestaltung sowie kulturellen Aktivität. Besonders häufig wurde die Region in der Erhebung auch als „landschaftlich schön“ beschrieben. Dieser Begriff scheint aufgrund der Häufigkeit der Angabe (123 Angaben), besonders identitätsstiftend für die Region zu sein. Dazu zählen natürlich auch die Berge, die Voralpen, die Tälerlandschaft sowie die Flusslandschaft, die die landschaftlichen Gegebenheiten dieser Region maßgeblich beeinflussten. Zudem wird die Landschaft von einzelnen befragten Personen mit der Naturbelassenheit des Nationalparks und die vielfältige Fauna und Flora verbunden. Die vielfältige Landschaft impliziert für die befragten Personen einen positiven Wohlfühlfaktor sowie Ruhe und Erholung vom alltäglichen Stress. Neben der Landschaft ist das Wasser ebenso von besonderer Bedeutung für die Charakterisierung der Region. Aufgrund der beiden regionsprägenden Flüsse Enns und Steyr, wirkt das Wasser überaus charakterisierend. Diese Ergebnisse sind für die vorliegende Untersuchung von Bedeutung, da sie im Wesentlichen Auskunft über die Innenzuschreibungen der Bevölkerung an die Region geben. So kann festgehalten werden, dass die Landschaft sowie die Natur und die damit verbundenen naturräumliche Vielfalt als Identitätsmarker gewertet werden kann.

Obwohl die Ländlichkeit, die Landschaft sowie auch die Landwirtschaft als charakterisierende Aspekte genannt werden, ist zudem der Aspekt der Zentralität sowie der guten Infrastruktur vorhanden. Dies lässt sich an den Angaben der befragten Personen erkennen, denn sie schreiben

der Region auch urbane Adjektive wie zentral und ein vielfältiges kulturelles Angebot zu. Die Zentralität begründet sich, den Antworten der Erhebung zufolge durch die geographische Lage der Region. Daraus ergibt sich die These, dass die Region, zwischen Steyr, Enns, Linz und Waidhofen/ Ybbs liegend, eine attraktive Lage für die Wirtschaft, als Arbeits- und Wohnort sowie als Bildungsort bietet. Durch die zufriedenstellende Straßeninfrastruktur wie sie in den Antworten der Befragten beschrieben wird, sind die Zentralräume zudem schnell zu erreichen.

Die Bedeutung der Stadt Steyr lässt sich an den Angaben der befragten Personen erkennen, denn sie wird als für die Region charakteristisch vermerkt. In der Erhebung wurde die Stadt Steyr besonders aufgrund der Altstadt sowie des Zusammenflusses der Steyr und Enns als zentralen Aspekt in der Beschreibung der Region genannt. Zudem wird der Stadt Steyr, seitens der befragten Personen, historische Relevanz zugeschrieben. So lässt sich zusammenfassend feststellen, dass die geographische Lage der Region häufig der Beschreibung dient. Dieser Aspekt zeichnet sich vor allem durch eine Synergie von Stadt und Land aus.

Ein weiteres Adjektiv, das der beforschten Region zugewiesen wurde lautet, erholsam. Dies zeichnet sich, gemäß den befragten Personen, durch die Naturbelassenheit, die Ruhe sowie die Luftqualität aus. In diesem Zusammenhang wird erwähnt, „wenn wer gesund werden will, dann kommt er zu uns“ (JELL 2019: Fb.Nr. 70.) Der Naturbelassenheit wird in der Beschreibung nach außen eine hohe Relevanz zugewiesen. In der Befragung wird die Region im Wesentlichen durchwegs als lebenswert beschrieben. Dies impliziert in Bezug auf die gesamte Untersuchung und in Anlehnungen, der bereits erarbeiteten Aspekte, dass diese Kategorie zudem auch die vorherrschende Familienfreundlichkeit sowie die Gemütlichkeit der Bevölkerung beinhaltet. Die Mentalität der Bevölkerung wird dabei vermehrt zur Charakterisierung der Region verwendet, indem auf die Gemütlichkeit, die Offenheit, Höflichkeit und Freundlichkeit der Bevölkerung verwiesen wird.

Als nächster beschreibender Faktor wird im Zuge der Beantwortung dieser Frage auf die traditionelle Haltung in der Region hingewiesen. Dabei wurde angemerkt, dass die Heimatverbundenheit, die die Bevölkerung zeigt, besonders charakteristisch für die Region sei. Den Traditionen sowie den Sprachabwandlungen wird in diesem Kontext seitens der Befragten große Bedeutung beigemessen. Dieser Aspekt wirkt nicht in allen Antworten positiv, so ist anhand einzelner Antworten auch eine negative Konnotation durch Beiwörter wie altmodisch oder langweilig zu erkennen.

Besonders häufig wurde die Frage auch mit dem Begriff regionale Spezialitäten beantwortet. Die regionale Kulinarik spielt daher eine wichtige Rolle in der Beschreibung nach außen. In

der Beschreibung der Region nach außen ist der Tourismus ebenso stark vertreten. Es wird jedoch durchgehend darauf hingewiesen, dass es sich dabei um einen sogenannten sanften Tourismus handelt, der in engem Zusammenhang mit dem Nationalpark Kalkalpen steht.

Der Ergebnisse der Erhebung ist zu entnehmen, dass besonders in der Beschreibung nach außen auf die Wirtschaft eingegangen wird. Dies lässt sich an den Angaben der befragten Personen erkennen, da sie darauf verweisen, die Wirtschaft sei als wichtiger zukunftsorientierter Impuls für die Region anzusehen. Dies lässt sich natürlich auch in Verbindung mit dem offerierten Arbeitsstellenangebot setzen, denn durch die intakte Wirtschaft sowie die florierende Industrie, bietet die Region eine Vielzahl an Arbeitsplätzen. Aufgrund der innovativen Entwicklungsansätzen sowie der Implementierung der Fachhochschule Steyr kann dies weiter forciert werden. Aus diesem Grund wird die Region von einem Großteil der befragten Personen auch als industriell beschrieben.

Doch nicht nur positive Beschreibungen wurden angeführt, es wurden zudem auch Probleme aufgezeigt. Zu diesen zählen die Weitläufigkeit der Region, die einen großen Teil der Bevölkerung veranlasst, lange Strecken zu den Arbeitsplätzen zu pendeln. Auch mangelnde Aktivitätsmöglichkeiten für Jugendliche in Steyr selbst wurden angedeutet.

Frage 2.3: Hat sich das Image der Region in den letzten Jahren/ Jahrzehnten verändert?

Gerade in Bezug auf die letzten LEADER-Perioden und den forcierten Projekten des Tourismusverbandes ist es besonders interessant, die Innensicht des Imagewandels der Region zu eruieren. Diese Frage war mit „ja“ oder „nein“ zu beantworten. Folglich konnte die Frage, ob sich das Image der Region in den letzten Jahren/ Jahrzehnten verändert hat, von 165 Personen mit „ja“ beantwortet werden, 125 verwiesen darauf, dass es sich positiv verändert habe. Lediglich 66 Personen sind der Meinung, das Image habe sich nicht verändert.

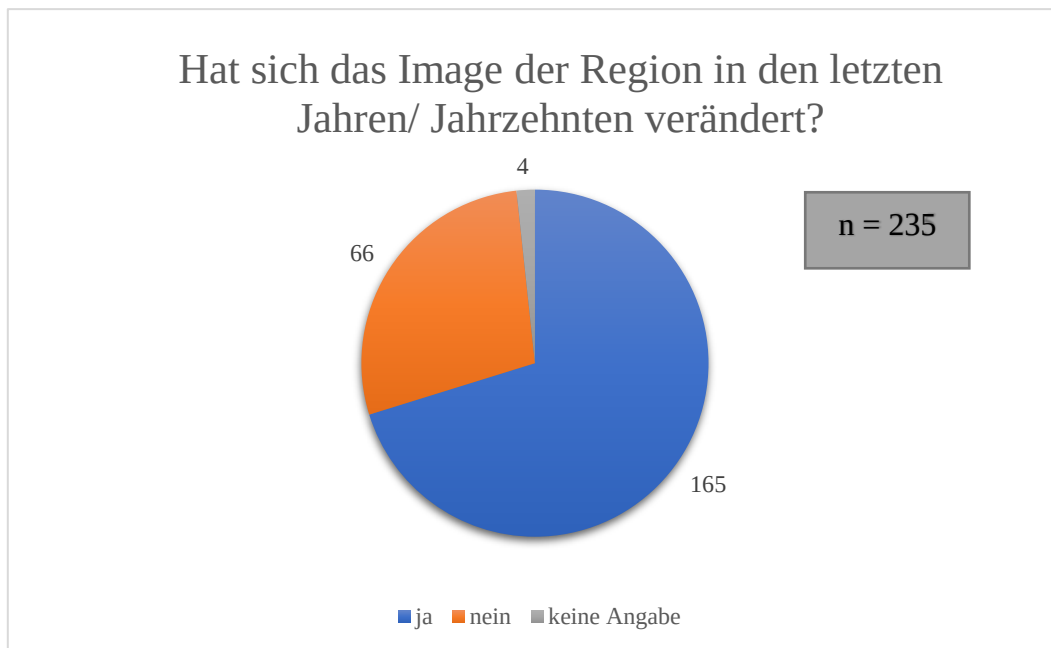


Abbildung 20: Hat sich das Image der Region in den letzten Jahren/ Jahrzehnten verändert?, Quelle: eigene Darstellung.

Als mögliche Gründe der positiven Entwicklung wurde die kommunale Politik genannt. So wird angegeben, dass durch die Zusammenarbeit der Bürgermeister*innen das Image der Region verbessert werden konnte. Auch die interkommunale Politik spielt dabei eine große Rolle. Dies begründen die befragten Personen darin, dass sich das Image durch die kooperierende Politik innerhalb der Gemeinden positiv entwickelt hat. Eine weitere relevante Bedeutung in Bezug auf die positive Entwicklung des Images, wird der Kommunikation zugeschrieben. Die Kommunikation gestaltet sich zurzeit viel offener, als in den vergangenen Jahrzehnten, so die Befragten. Daraus lässt sich ableiten, dass sich die Region nun selbst über ihre Stärken, Schwächen, Chancen und Vorteile im Klaren ist. Diese Entwicklung geht natürlich auch mit einem verbesserten Marketingkonzept einher, das durch verschiedene Veranstaltungen, wie die Landesausstellung, der Bevölkerung selbst einen besseren Einblick in die Region gewährt. Der Erhebung ist diesbezüglich zu entnehmen, dass die Region durch neue Marketingansätze nach außen hin attraktiver und moderner repräsentiert wird sowie die Qualitäten entscheidend hervorgehoben werden. Dies führt in weitere Folge zu einer vermeintlichen Tourismusattraktivierung. Auch seitens des Nationalparks sowie der Stadt Steyr wurde von den befragten Personen ein besserer Marketingauftritt beobachtet. Maßgeblich zur positiven Entwicklung tragen, gemäß den Angaben in der Erhebung, diverse Projekte seitens der LEADER-Regionen selbst bei. Folglich kann daraus geschlossen werden, der moderne Auftritt der Region sowie die zeitgemäße Präsentation kultureller Inhalte spielen eine bedeutende Rolle in der positiven Entwicklung des Images der Region.

Die positiven Tendenzen des Imagewandels begründen befragten Personen auch mit dem Ausbau der Infrastruktur, wodurch der Lebensstandard erhöht wurde und Zuzug verzeichnet werden konnte. Zudem wurde der Zugang zu Bildungseinrichtung in Steyr dadurch erleichtert. Den Antworten, der in der Erhebung befragten Personen ist zu entnehmen, dass der Zuzug nicht nur auf dem Ausbau der Verkehrsinfrastruktur, sondern vor allem auf den Investitionen in neue Wohnbauten, Einkaufs- und Freizeitmöglichkeiten und damit einer Steigerung des Lebensstandards in der Region gründet. Darüber hinaus sind diverse Verbesserungen die Betriebsstruktur, die Arbeitsplätze sowie die Initiativen die junge Bevölkerung betreffend erkennbar und führen auch im Außenauftritt zu einer Attraktivierung der Region. Die Innovation, die sich vor allem in der Wirtschaft und in der Industrie abzeichnet, wird von den befragten Personen ebenso als Grund für die positive Entwicklung angegeben. Weiters weisen die befragten Personen daraufhin, dass sich der Nationalpark sowie der Tourismus positiv verändert haben und damit auch zu einer Entwicklung des Images beitragen.

6.2.3. Darstellung: Regionsauffassung

Frage 3.1: Funktioniert, Ihrer Meinung nach, die Zusammenarbeit der Gemeinden in der Region gut?

Die Frage danach, ob die Zusammenarbeit der Gemeinden innerhalb der Region gut funktioniert, konnte die überwiegende Mehrheit der Befragten, 174 Personen, mit ja beantworten. Lediglich 40 Personen gaben an, dass die Zusammenarbeit nicht gut funktioniert. 21 Personen enthielten sich ihrer Stimme. In Bezug auf die Theorie der Regionalen Identität ist darauf zu verweisen, dass diese Frage klare Auskunft über die Regeln und Haltungen der regionalen Zusammenarbeit, sogenannten Governance Arrangements, gibt, die in die Kategorie *Identification of* maßgeblich miteinfließen. (vgl. BAUMFELD 2011: 3.)

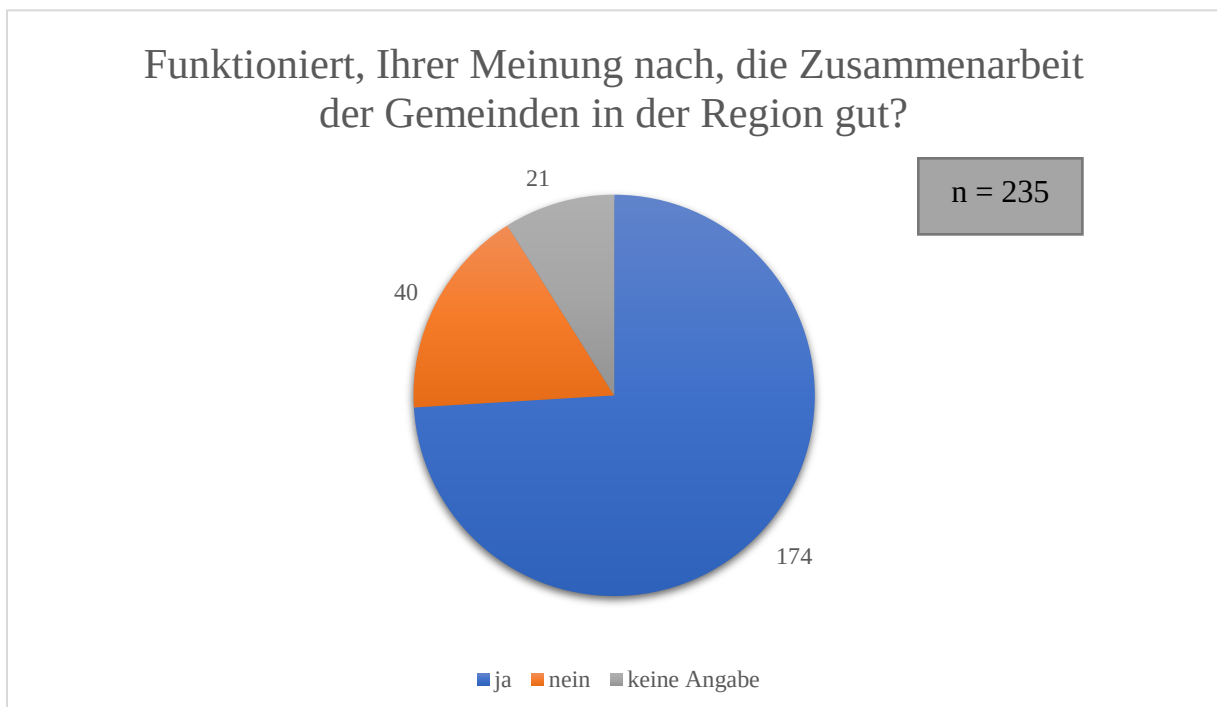


Abbildung 21: Funktioniert, Ihrer Meinung nach, die Zusammenarbeit der Gemeinden in der Region gut?, Quelle: eigene Darstellung.

Als Ursachen für die gute Zusammenarbeit der Gemeinden innerhalb der Region wird allen voran die Bevölkerung genannt, da auch innerhalb der Bevölkerung die Überzeugung bessere Ergebnisse durch Zusammenarbeit erzielen zu können, vorherrschend ist. Dabei finden Begegnungen der Zusammenarbeit auf persönlicher Ebene und im respektvollen Umgang miteinander statt. Auch die Bürgermeister*innen tragen wesentlich dazu bei, sie werden durchwegs als sehr engagiert beschrieben. Das Kooperationspotenzial sieht sich vor allem durch Toleranz und Verständnis anderer Meinungen, Ansichten und Ideen, als stark ausgeprägt, dies lässt sich an der vorherrschenden Grundeinstellung der überregionalen Zusammenarbeit sehr gut erkennen. Dem ist hinzuzufügen, dass ein besonders wichtiger Aspekt, der das

Potenzial zur Zusammenarbeit weiter verstärkt, vom Bottom-Up-Ansatz verfolgt wird, der als Kennzeichen des LEADER-Prozesses gilt. Dieser Ansatz sieht die direkte Einbindung der Bevölkerung in die Entwicklungsprozesse der Region vor. Damit fließen das Know-How und diverse Inputs der Bevölkerung direkt in die Projekterarbeitung mit ein. LEADER durchbricht damit den in Österreich stark angewandten Ansatz der endogenen, eigenständigen Regionalentwicklung mithilfe von innovativen Zugängen. Vor allem durch starke Partizipation der lokalen Bevölkerung und die lokal verankerten Entscheidungskompetenzen findet dieser Ansatz Umsetzung. Um dies zu gewährleisten stehen im LEADER-Ansatz „Bottom-Up-Prozesse“ im Vordergrund, durch die Stärken und Schwächen der Region erkannt werden können und für die Steigerung sowie Wertschöpfung der Lebensqualität der Region genutzt werden. (vgl. ÖROK 2017: 36.)

Die positiven Entwicklungen hinsichtlich der Zusammenarbeit begründen sich des Weiteren im Grundverständnis der Relevanz des Zusammenhalts in der Bevölkerung, so die befragten Personen. Dabei sind auch die Ähnlichkeiten der Mentalität sowie die gemeinsamen Interessen ausschlaggebend. Ein weiterer Grund, den die befragten Personen für die gelungene Zusammenarbeit nennen, ist die Tatsache, dass die Gemeinden der Region ähnliche Disparitäten und Probleme aufweisen, die in Kooperation mit den umliegenden Gemeinden einfacher zu bewältigen sind. Durch den Austausch von Erfahrungen können gemeinsam Problemlösungen erarbeitet werden. Dies bezüglich wird auch angemerkt, dass sich inzwischen das Konkurrenzdenken innerhalb der Region vermindert hat. Als Grund dafür wird die gute Gesprächsbasis zwischen den einzelnen Gemeinden und deren Bürgermeister*innen angeführt. Als Beispiel dafür wurde auch der Austausch zwischen den Feuerwehren und der Geräteaustausch durch die Straßenmeisterei genannt. Auf Vereinsebene wird sich genauso um Zusammenarbeit und Austausch bemüht, dies zeigt sich in den vielfältigen gemeindeübergreifenden Veranstaltungen der ansässigen Vereine. Darüber hinaus wird eine gute Regionalpolitik als Schlüssel zur gelungenen Zusammenarbeit angesehen, NOI wird dabei als Beispiel angeführt.

Jedoch haben 40 Personen Gegenteiliges angegeben, nämlich, dass die Zusammenarbeit nicht gut funktionieren würde. Als ein essentieller Grund dafür wird die Engstirnigkeit der einzelnen Gemeinden genannt, die eine Zusammenarbeit innerhalb der Region schwierig gestalten bzw. gänzlich verhindern. Eine befragte Person gab in diesem Zusammenhang an, dass ein „lokaler Egoismus“ (JELL 2019: Fb.Nr. 56.) seitens der Bevölkerung sowie der Politik vorherrschend ist. Diesbezüglich wird weiteres in der Erhebung darauf verwiesen, dass kaum

gemeindeübergreifende Aktivitäten stattfinden. Außerdem wirken sich parteipolitische Tendenzen negativ auf die Potenziale der Zusammenarbeit aus, denn es werden stets die eigenen Zielsetzungen forciert. Die Zusammenarbeit innerhalb der Region scheint für den Großteil der Personen, die die Kooperationen als nicht gelungen einschätzen, als sehr schwierig, da auch die Kommunikation zwischen den Bürgermeistern laut deren Angaben nicht harmonisch verläuft. Es zeigt sich jedoch auch keine Tendenz einer Besserung. Diese Angaben stehen im direkten Gegensatz mit den Angaben der Gründe für eine gelungene Zusammenarbeit.

Frage 3.2: Abgesehen von Ihrem Heimatort: welches thematische Viertel würden Sie der NOI Region noch zuordnen?

Diese Frage zielt auf die Regionsauffassung der befragten Person ab. Es wird festgestellt welche Regionen die befragte Person noch zu ihrer eigenen Region zählt - wo beginnt und wo endet die Region. Die befragten Personen konnten hierbei mehrere Antworten auswählen, sodass eine Summe von thematischen Vierteln entstand. Grundsätzlich ist in diesem Zusammenhang anzumerken, dass die Regionsabgrenzung stark von der Multilokalität der Bevölkerung geprägt ist. In der Entstehung regionaler Identität ist die Sozialisation besonders relevant, da das einzelne Individuum erst durch persönliche Erfahrungen und Wahrnehmungen der Umwelt Identität entwickeln kann. (vgl. MÜHLER et al. 2004: 23.) Daraus lässt sich auch die Unabgeschlossenheit der Konstruktion von Identität erkennen. Wird diese Erkenntnis nun in Zusammenhang mit der Wahrnehmung von Räumen gebracht, so lässt sich feststellen, dass durch die Erfassung zB. neuer Wohn-, Arbeits- und Ausbildungsorte, multiple Identitäten resultieren. (vgl. KRANEPUHL 2008: 116.) Aufgrund dieser breitgefächerten Einflussfaktoren erwies sich die Regionsabgrenzung für die Proband*innen als Herausforderung.

Die Frage nach der Regionsabgrenzung erwies sich in der Befragung als schwierig zu beantworten. Nichtsdestotrotz konnten folgende Ergebnisse generiert werden: der Großteil der Befragten ordnet das Steyrtal zur NOI Region hinzu, ebenso auch die Stadt Steyr, die nach Angaben der Proband*innen im Herzen der Region liegt. Häufig zur Region gezählt wurde zudem das Ennstal, von 134 Personen, und der Nationalpark Kalkalpen, von insgesamt 133 Personen). Linz-Land wurde von nur 56 Personen als Teil der NOI-Region angesehen, das Traunviertler Alpenvorland hingegen von 63 Personen. Sonstige Ort, die als Teil der Region genannt wurden, sind lediglich Teile des Enns- und Steyrtales, Linz, das Donaubecken sowie das Kremstal. Darüber hinaus gilt die Region bis zum Almtal für drei Proband*innen als Teil der NOI Region. Die Stadt Linz, die angrenzenden Teil Niederösterreichs, das Ybbstal z.B.

sowie das Gesäuse wurden ebenso als Viertel der beforschten Region benannt. Die Regionsabgrenzungen einzelner Proband*innen beinhalteten auch das Salzkammergut, die Pyhrn-Priel-Region sowie das Mühl- und Mostviertel.

Für die vorliegende Arbeit kann daraus impliziert werden, dass sich eine deutliche Orientierung an der vorherrschenden Tälerlandschaft in der Region abzeichnet und diese die regionale Identität aufgrund ihrer lokalen Bedeutung maßgeblich prägt. Das Traunviertler Alpenvorland sowie die Region Linz-Land wurden von nur wenigen Personen als Teil der Region angesehen. Die Abgrenzung einer Region ist ohne Zweifel eine sehr persönliche Angelegenheit und individuell zu verstehen, nichtdestotrotz kann festgehalten werden, dass die NOI-Region in ihrer realen Form selbst ein Konstrukt im Sinne des Projektes ist und kann daher in ihrer gesamten Form ohne Vorwissen nicht einwandfrei eingegrenzt werden. Die Intention dieser Frage war es vielmehr die eigenen Regionsabgrenzung der Proband*innen zu eruieren und zu sehen, welche Gebiete der Ansichten der Proband*innen nach zur ihrer individuellen Region zählen. Diese Region ist grundsätzlich keine durch ihre politisch-administrative Abgrenzungen orientierte Organisation, sondern weist einen starken netzwerkartigen Verflechtungscharakter auf, der gemäß dem Handbuch der Raumplanung als essentielles Indiz einer Region erörtert werden kann. Zur Abgrenzung bestimmter Regionen können diverse Methoden dienen, die eine Abgrenzung angelehnt an den Charakteren und Ausgangslagen der Orte/ Gemeinden sowie der Zielrichtung des Projekts vorsehen. (vgl. SCHINDEGGER 1999: 38)

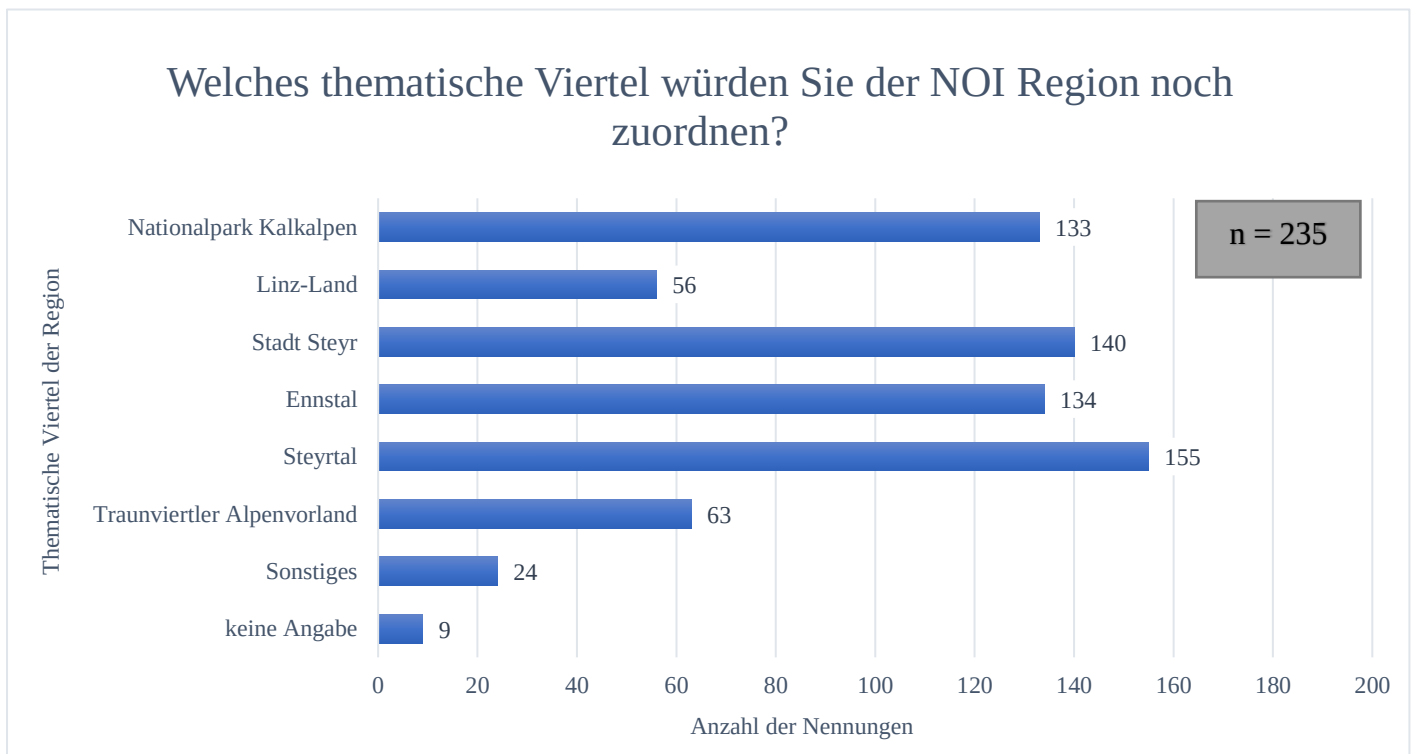


Abbildung 22: Welches thematische Viertel würden Sie der NOI Region noch zuordnen?, Quelle: eigene Darstellung.

6.2.4. Darstellung: Regionsbewusstsein

Frage 4.1: Persönlich sehen Sie sich als?

Das persönliche Zugehörigkeitsgefühl zu räumlichen Ebenen ist in der beforschten Region eher auf Ebene des Bundeslandes, auf nationaler und europäischer Ebene gegeben. Die Befragten konnte im Rahmen der Befragung zwischen folgenden Antwortmöglichkeiten wählen: Ennstaler*in, Steyrtaler*in, Steyrer*in, Traunviertler*in, Oberösterreicher*in, Österreicher*in, Europäer*in, Bewohner*in Ihres Dorfes und die Kategorie Sonstiges. Bei dieser Frage waren Mehrfachnennungen möglich, wodurch sich ein breiteres Bild abzeichnet.

Anhand der Ergebnisse ist zu erkennen, dass sich 142 Personen als Oberösterreicher*in bezeichne, auf nationaler Ebene sind es 131 Personen. Die Anzahl der Personen, die sich als Europäer*in sehen, beläuft sich auf 106 von 235 Personen.

Die Ergebnisse auf regionaler Ebene stehen dem Zugehörigkeitsgefühl auf anderen Ebene entgegen. Lediglich 23 Personen ordneten sich dem Traunviertel zu. Die regionale Zugehörigkeit als Steyrtaler*in ist mit 49 Personen kaum vertreten. Eine ähnliche niedrige Zugehörigkeit verzeichnet die Gruppe der Ennstaler*innen, zu der sich 38 Personen zählen. Das höchste Ergebnis erzielte die Gruppe, die sich den Steyrer*innen zugehörig fühlen, denn 72 Personen zählten sich zu dieser Gruppe.

Nichtsdestotrotz zeichnete sich ein starkes Zugehörigkeitsgefühl zu den jeweiligen Dörfern ab. Dies machen 86 Angaben sichtbar. Eine im Vergleich große Gruppe von 19 Personen sieht sich persönlich als Steinbacher*in, auch die Zahl der Personen, die sich den Orten Sierning und Losenstein zugehörig fühlen, beläuft sich auf 19 Personen. Dem Ort Kronstorf fühlen sich 16 Personen verbunden. Abgesehen von diesen Zugehörigkeitsgruppen, ordnete sich eine Person den Orten Reichraming, Letten und dem Innviertel zu. Zudem bezeichnete sich drei befragte Personen in Steyr als Mostviertler*in und eine weitere Person als Niederösterreicher*in.

Diese Ergebnisse weisen sich als bedeutsam zur Beantwortung der Forschungsfrage aus, da sie Auskunft über das Zugehörigkeitsgefühl der befragten Personen geben. Die persönliche Zuordnung zu einem Gebiet bzw. einer Region steht in einer engen Verbindung zum Regionalbewusstsein. Das ausgeprägte Gefühl der Zugehörigkeit zu einem regionalen Standpunkt, das natürlich auch durch die Wirtschafts- und Arbeitskultur geprägt ist, kann als essentieller Teil der Identität eines Individuums bezeichnet werden. (vgl. JOHNSEN 2008: 24.) Die aktive Aneignung von regions- bzw. ortsspezifischen Wissen, Lebensweisen oder auch Traditionen spiegelt den Zugehörigkeitswillen der Bevölkerung wider. (vgl. WEICHHART

1990: 15.) So kann festgehalten werden, dass die konkrete Zuordnung zu einem bestimmten Ort bzw. einer bestimmten Region Auskunft über das Regionsbewusstsein gibt. Im vorliegenden Fall wird das Regionsbewusstsein stark von der Zugehörigkeit zu der Gruppe der Oberösterreicher*innen bestimmt, erst danach folgen die regions- und ortsspezifischen Gruppen.

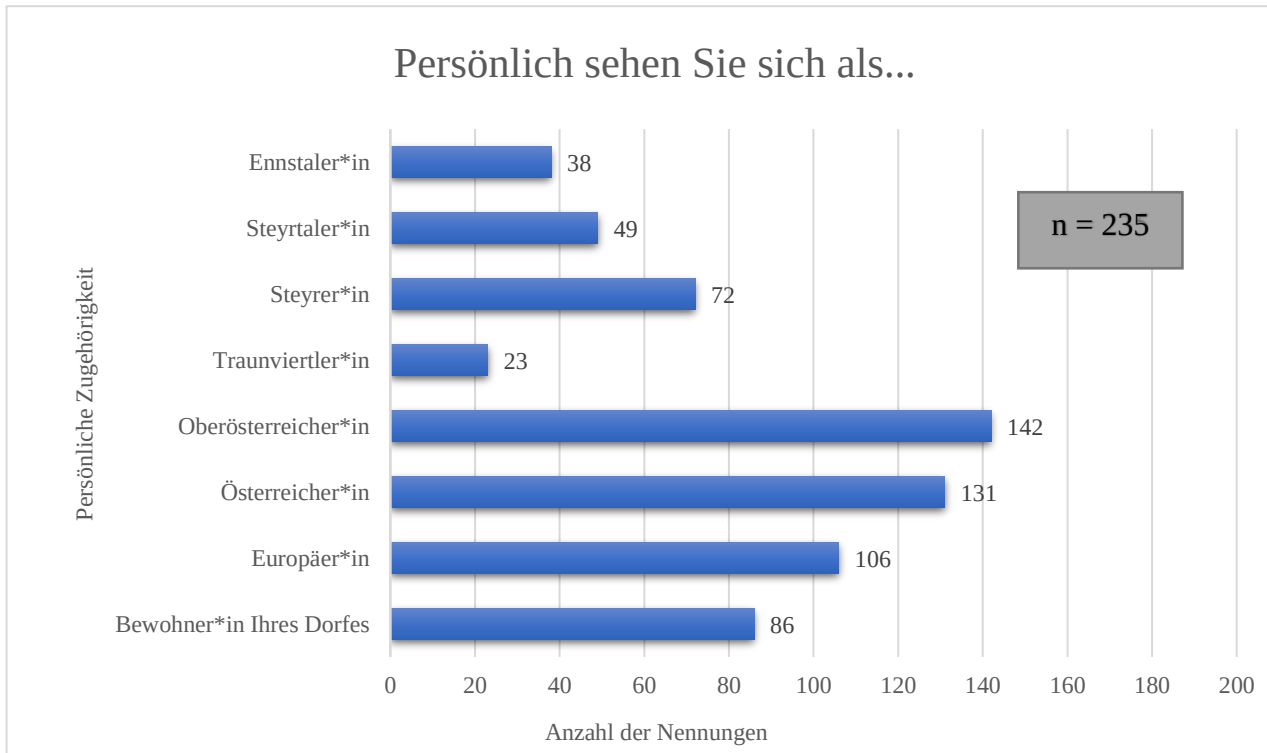


Abbildung 23: Regionszugehörigkeit in der NOI Region, Quelle: eigene Darstellung.

Frage 4.2: Existiert in der Bevölkerung ein Regionsbewusstsein? Wenn ja, welches der folgenden Merkmale sehen Sie als Gemeinsamkeit in der Region?

Die Frage nach der Existenz eines Regionsbewusstsein konnte seitens der Befragten mit Ja oder Nein beantwortet werden. Wurde die Frage mit Ja beantwortet, so wurde nach gemeinsamen Merkmalen in der Region gefragt. Dabei hatten die befragten Personen die Möglichkeit Aspekte zu wählen, die bereits im Vorfeld der Untersuchung als identitätsstiftende Merkmale der Region angenommen wurden. Um ein breites Bild der Gemeinsamkeiten in der beforschten Region zu generieren, waren auch hier Mehrfachnennungen möglich.

Die Frage nach der Existenz eines Regionsbewusstsein in der Bevölkerung beantwortete ein großer Anteil der Proband*innen, 210 Personen, mit Ja, nur 22 Personen gaben an, es würde kein Regionsbewusstsein in der Bevölkerung existieren. Grundsätzlich ist festzuhalten, dass es sich beim Regionsbewusstsein um ein Gefühl der Zugehörigkeit zur regionalen Bevölkerung handelt, das durch diverse Faktoren wie soziale Interaktionen und dem Wissen über

traditionellen, lokalen, regionalen und kulturelle Besonderheiten und Eigenschaften einer Region. (vgl. WEICHHART 1990: 15.)

In weiterer Folge wurde zudem eruiert, welche Merkmale die befragten Personen als Gemeinsamkeit ansehen und welche Merkmale in der Region einen verbindenden Charakter aufweisen. Auf wissenschaftlicher Basis ist davon auszugehen, dass vor allem das regionstypische Landschaftsbild, gemeinsame Sprachabwandlungen, wie Dialekte, Traditionen und Brauchtümer besonders häufig als Gemeinsamkeiten gewertet sowie als Aspekte des Regionsbewusstseins eingeschätzt werden. (vgl. ROHRBACH 1999: 165.)

In der Erhebung zeichnete sich jedoch folgendes Ergebnis ab: die Vereinskultur bzw. Vereinslandschaft werden von 163 Personen als bedeutsames gemeinsames Merkmal der Region gewertet. Ebenso die gemeinsam gepflegten Traditionen, die Feste und Veranstaltungen beinhalten, zählen für 145 Personen zu den Gemeinsamkeiten der Region. Als weitere Gemeinsamkeit der Region zeichnet sich die starke Bindung zur Region und vor allem zur Gemeinde (95 Angaben) aus, wobei die regionale Ebene mit 130 Angaben, stärker vertreten ist. Die Mentalität der Bevölkerung, die sich durch Zusammenhalt und Unterstützung auszeichnet wird hier von 117 Personen als verbindender Anker in der Region genannt. Der gegenseitigen Wertschätzung, die als Teil der Mentalität der Bevölkerung gewertet werden kann, kommt mit 108 Stimmen große Bedeutung als regionsverbindender Aspekt zu. Die Kultur wirkt darüber hinaus für 124 Personen, als Gemeinsamkeit. Der Bewahrung der Tälerlandschaft kommt hingegen mit 89 nur eine kleine Bedeutung zu. Der eisenverarbeitenden Industrie wird nur von einer kleinen Anzahl (73 Angaben) an befragten Personen ein verbindender Charakter zugeschrieben, ebenso wie dem Zuzug gut ausgebildeter junger Menschen (60 Angaben). 16 Personen nannten neben den vorgegebenen Antworten die Stahlverarbeitung, die Goldhauben, die Fachhochschule, den Wunsch den eigenen Ort sowie die eigene Region zu stärken als verbindende Merkmale. Außerdem scheint für einen kleinen Anteil der befragten Personen das in der gesamten Region vorherrschende Innovationsbewusstsein eine Gemeinsamkeit zu sein. Als weniger positive Gemeinsamkeit wurde die Abwanderung junger Menschen von einzelnen befragten Personen genannt.

Auf Basis der Ergebnisse kann festgehalten werden, dass die Vereinsstruktur in der NOI-Region einen großen Beitrag zum Regionsbewusstsein leistet und von der überwiegenden Mehrheit der Befragten als Gemeinsamkeit der einzelnen Gemeinden angesehen wird. Aus diesem Grund spielt die soziale Interaktion in der Etablierung eines Regionsbewusstseins in der vorliegenden Region eine größere Rolle, als ihr in der Literatur zugeschrieben wird.

Nichtdestotrotz stützen die Ergebnisse durch die Angaben zur Pflege gemeinsamer Traditionen sowie der starken Bindung zur Region die Thesen von Weichhart. Wie Weichhart in seinem Werk aufzeigt, lässt sich auch hier feststellen, dass es sich beim Regionalbewusstsein, um eine Verbindung von sozialer und räumlicher Dimension handelt. (vgl. WEICHHART 1990: 15.) Die soziale Dimension ist durch die Positivierung der Vereinskultur, der gemeinsam gepflegten Traditionen sowie der Eigenschaften der Mentalität der Bevölkerung (gegenseitige Wertschätzung und Unterstützung) gegeben.

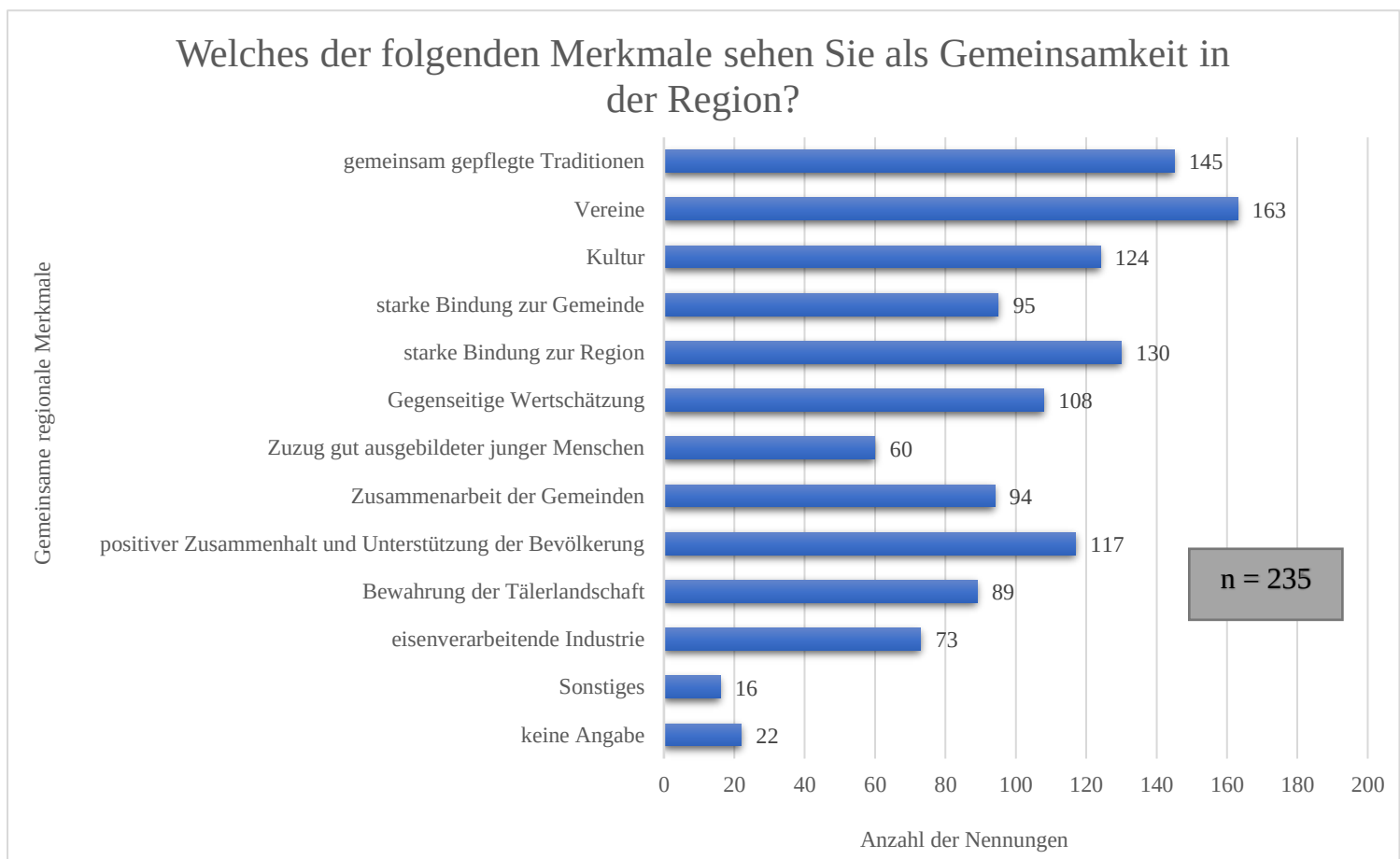


Abbildung 24: Welches der folgenden Merkmale sehen Sie als Gemeinsamkeit in der Region?, Quelle: eigene Darstellung.

Frage 4.3: Sollten Maßnahmen getroffen werden, um das Regionalbewusstsein in der Region zu stärken?

In weiterer Folge wurden die befragten Personen gefragt, ob Maßnahmen getroffen werden sollten, mit Hilfe derer das Regionalbewusstsein in der Region gestärkt wird. Die vorliegende Frage wurde geschlossen mit den Antwortkategorien „ja“ oder „nein“ formuliert.

Die Datenerhebung zeigt: 153 Personen sind der Ansicht, es sollten Maßnahmen zur Stärkung des Regionalbewusstseins getätigt werden, 79 hingegen stimmten diesem Vorschlag nicht zu, weitere 3 enthielten sich ihrer Stimme. Bei der Auswahl der vorgeschlagenen Maßnahmen ist auffallend, dass sich eine große Anzahl der befragten Personen, 108 Personen, für einen moderneren Auftritt der regionalen Produkte als Maßnahme zur Stärkung des Regionalbewusstseins aussprechen. Daneben sehen 102 Personen in der Bewahrung alter Traditionen Potenzial zur Stärkung des Regionalbewusstseins. Eine ebenso große Bedeutung wird von 69 Personen den Vernetzungsmöglichkeiten in großen Städten zugeschrieben. Eine weitere mögliche Maßnahme, die von 67 Personen angegeben wurde, entspricht der Revitalisierung gemeinsamer Traditionen, wie z.B. den Maultrommeln oder den Trattenbacher Feiteln. Die Revitalisierung identitätsstiftender Architektur würde sich nur laut 57 Personen auf das Regionalbewusstsein auswirken und stellt somit keine anzustrebende Maßnahme dar. Die Etablierung einer gemeinsamen modernen Marketingstrategie sehen 85 Personen als Maßnahme, die zur Stärkung des Regionalbewusstseins durchgeführt werden sollte. Dem schließen sich 66 Personen an, die die Tradierung besonders identitätsstiftender Kultur, wie regionsspezifische Sprachabwandlungen und Dialekte, als mögliche Maßnahme sehen. Der Vorschlag der Konstruktion eines gemeinsamen Nenners wurde lediglich von 30 Personen angenommen.

Unter der Kategorie „Sonstiges“ wurden Vorschläge von Einzelpersonen gesammelt, die ebenso Maßnahmen zur Stärkung des Regionalbewusstseins beinhalten. Erschwingliche regionale Produkte sowie stärkerer Umweltschutz würden zur Stärkung beitragen, geben zwei befragten Personen an. Weitere Vorschläge, die in Bezug auf Maßnahmen zur Stärkung des Regionalbewusstseins seitens der befragten Personen getätigt wurden, fokussieren sich auf die junge Bevölkerung, denn das Regionalbewusstsein soll bereits in der Schule gestärkt werden, um die Abwanderung in späteren Jahren zu verhindern. Zudem sollten Anlässe, wie Arbeitsplätze, Freizeitmöglichkeiten, moderne Wohnstile etc. geschaffen werden, um die junge Bevölkerung in der Region zu halten.

Anhand der Ergebnisse der Erhebung ist zu erkennen, dass auch der Wirtschaft und der Industrie Bedeutung in Bezug auf die Erstellung von Maßnahmen zur Stärkung des Regionsbewusstseins zugeschrieben wird. Dies ist in Verbindung zu der großen Anzahl der offerierten Arbeitsplätze, die aus der Wirtschaft und der Industrie hervorgehen, zu stellen.

Als weiterer Vorschlag einer Maßnahme wird die Erhöhung von Offenheit und Toleranz gegenüber Fremden und Neuzugezogenen genannt, damit eine gelungene Integration und in weiterer Folge auch ein stärkeres Regionsbewusstsein gewährleistet werden kann. Dieser Vorschlag könnte im Rahmen von überregionalen Festen mit einzelnen regionalen und lokalen Schwerpunkten geschehen. Eine weitere Umsetzungsmöglichkeit dieses Vorschlags stellt das bereits initiierte Projekt „Heimat-Sharing“ dar, das den kulturellen Austausch von Menschen mit Migrationshintergrund und der seit Jahren ortsansässigen Bevölkerung vorsieht. (vgl. LEADER REGION NATIONALPARK KALKALPEN 2013: 45.)

Auch die Vermarktung regionaler Produkte im Einzelhandel wurde als mögliche Maßnahme zur Stärkung des Regionsbewusstseins genannt. Zudem sollten Innovationen gefördert und eine zukunftsorientierte Zusammenarbeit der Gemeinden angestrebt werden. In diesem Zusammenhang wurde vereinzelt auch von einer Verminderung der Regionsbewusstseins gesprochen, dem könnte mithilfe von Ortskernbelebungen entgegengewirkt werden. Innerhalb dieser Kategorie wurden auch Bedenken geäußert, dass ein gemeinsamer Nenner in der Region nicht möglich sei.

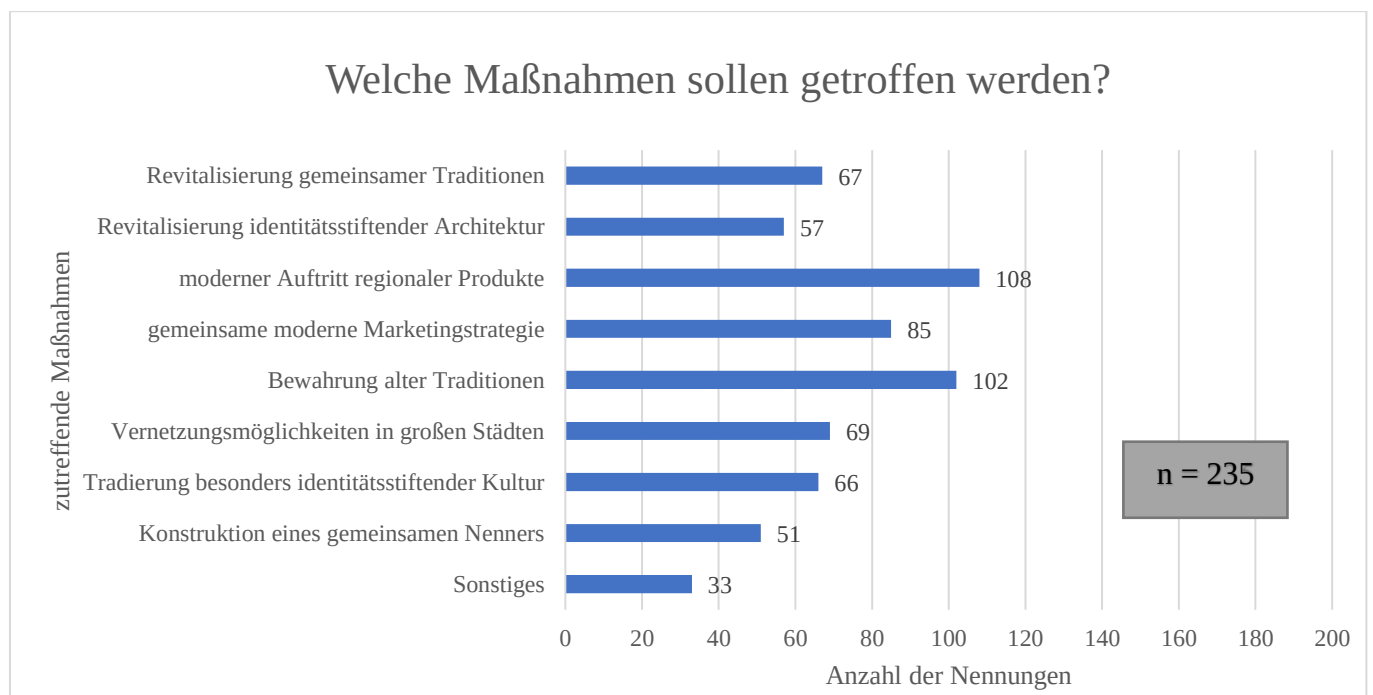


Abbildung 25: Maßnahmen zur Stärkung des Regionsbewusstseins, Quelle: eigene Darstellung.

Aus diesen Ergebnissen lässt sich die Bedeutung des Regionalbewusstseins für die Regionale Identität im Wesentlichen ableiten. Die Maßnahmen, die im Rahmen dessen getroffen werden müssen jedoch die unterschiedlichen Ebenen des Regionalbewusstseins berücksichtigen. Um das Bewusstsein der Bevölkerung für die Region nachhaltig weiterzuentwickeln muss eine Synergie aus der kognitiven, affektiven und konativen Ebenen erzeugt werden. Die kognitive Ebene, die direkte Wahrnehmung der Region, umfasst dabei die physisch-räumlichen Merkmale, die Grenzen und Symbole, die regionale Geschichte sowie die mentale Repräsentation. Die Maßnahmen die Tradierung identitätsstiftender Kultur, die Bewahrung alter Traditionen oder auch die Revitalisierung identitätsstiftender Architektur sowie Traditionen betreffend, sind der kognitiven Ebene zuzuordnen. Die regionale Verbundenheit spiegelt sich in der affektiven Ebene wider und bezieht und sich vorwiegend auf die persönliche Biographie, die emotionale Besetzung von Regionselementen sowie der Region als Satisfaktionsraum. Einen wichtigen Teilaspekt stellt die konative Ebene dar, die regionale Handlungsorientierungen umfasst. Darin ist die sozialräumliche Integration, die Mobilitätsbereitschaft sowie das aktive Engagement für die Region verankert. Diese Ebene würde durch Maßnahmen, die den modernen Auftritt regionaler Produkte, die Konstruktion eines gemeinsamen Nenners sowie die Vernetzungsmöglichkeiten in großen Städten betreffen, gestützt werden. (vgl. BLOTEVOGEL et al. 1989: 71-72.)

Frage 4.4: Was wünschen Sie sich für die Zukunft der Region?

Abschließend wurden die Wünsche für die Zukunft der Region erhoben. Die Frage danach wurde im Fragebogen offen formuliert, um den befragten Personen individuellen Interpretationsraum und eine Vielzahl an Antwortmöglichkeiten zu bieten. Daher wurde die Frage in der Analyse jedoch qualitativ, mit Hilfe eines Kategoriensystems, ausgewertet.

Für die Zukunft wünschen sich die befragten Personen zum einen die Bewahrung des vorherrschenden Standards in der Region. Diesbezüglich wird angegeben, dass die Region in nächster Zeit sich nicht zu dynamisch entwickeln soll, denn hier wurden auch Sorgen um die Zukunft formuliert. Dabei hoffen die befragten Personen auf eine Attraktivierung, um junge Menschen und Familien in der Region zu halten. Daraus ist zu schließen, dass die Entstehung einer Basis für die Rückkunft junger gut ausgebildeter Menschen in die Region anzustreben ist. Eine solche Basis umfasst nicht nur gute Infrastruktur, Investitionen in neue und vor allem moderne Wohnformen, weltoffeneren Zugang seitens der Gemeinden, sondern auch attraktive Arbeitsplätze. Die Rückwanderung junger Menschen wäre mit einem Zuwachs an Know-How und gut ausgebildeten Arbeitskräften verbunden. Doch dafür muss die Region

familienfreundlicher, moderner und vor allem offener gestaltet werden, auch die Zahl der Arbeitsplätze musste dafür weiter ausgebaut werden.

Der Erhebung ist zudem zu entnehmen, dass der Wohlfühlfaktor junger Menschen folglich stark gefördert werden soll, sodass die Zahl junger Erwachsener und Familie in den nächsten Jahren kontinuierlich ansteigt. Es soll versucht werden den Anstieg der Anzahl der Abwanderungen zu reduzieren, so die befragten Personen. Obwohl auf der einen Seite eine Attraktivierung der Region für junge Erwachsene und Familien geäußert wurde, haben die Befragten auch große Bedenken vor einer weiterfortschreitenden Zersiedelung durch neue Wohnbauprojekte sowie Bauprojekten im Allgemeinen. Die Bevölkerung wünscht sich mehr Grünfläche, weniger Bauprojekte für Einkaufszentren, wenn die Ortskerne unbelebt bleiben. Ein nachhaltiger Umgang mit Raum ist seitens der befragten Personen erstrebenswert.

Der Wunsch nach einer Ortskernbelebung durch kleine, regionale Geschäfte statt einer Vielzahl an Großkonzernen wurde von einem Anteil der befragten Personen geäußert. Ein weiterer Anteil der Proband*innen sieht großes Verbesserungspotenzial in der Infrastruktur und wünscht sich daher, eine gute Infrastruktur. Dies betrifft nicht nur die Verkehrsinfrastruktur zwischen den Gemeinden und Städten, sondern auch die Anbindung des öffentlichen Verkehrs. Eine gute Anbindung an den öffentlichen Verkehr würde den Individualverkehr in der Region reduzieren und hätte somit einen positiven Effekt auf die Umwelt. Grundsätzlich ist diesbezüglich festzuhalten, um die Region zu attraktiveren wäre die Ortskernbelebung der einzelnen Gemeinden von Vorteil, dies betrifft auch die Geschäftsinfrastruktur in der Region.

Besonders wichtig erscheint den befragten Personen die Erhaltung der Industrie sowie der Wirtschaft. Die Aufwertung der Region als Wirtschaftsstandort wäre wünschenswert, eine Verminderung der Wirtschaftsleistung hingegen wäre, den befragten Personen zufolge, mit einer Reduzierung der Lebensqualität sowie der Attraktivität der Region verbunden. Allgemein wurde das Bedürfnis nach mehr wirtschaftlichen Erfolg und der Erhaltung der Konkurrenzfähigkeit geäußert. Eine genannte Maßnahme, die diesen Wunsch laut den Ergebnissen der Erhebung stückweise erfüllen könnte, ist eine allumfassende Unterstützung der Kleinbetriebe. Die Stärkung der heimischen Wirtschaft wurde sehr häufig als Wunsch für die Zukunft der Region genannt.

Neben der Wirtschaft wurde auch das Interesse an einer gemeinsamen und vor allem modernen Marketingstrategie und fundierteren Kooperationen zwischen den Gemeinden und Unternehmen in der Region laut. In diesem Zusammenhang wird der Transparenz sowie der Offenheit seitens der Wirtschaft, der Unternehmen, der Stadt und den einzelnen Gemeinden

großer Stellenwert beigemessen. Darüber hinaus soll der Tourismus, den Nationalpark und die Nächtigungszahlen betreffend, in die Richtung des sanften Tourismus belebt werden.

Eine ebenso wichtige Rolle für die Zukunft der Region spielt die Erhaltung der natürlichen Vielfalt sowie der Natur im Allgemeinen. Es wird dezidiert angestrebt den ländlichen Charme zu wahren. Damit verbunden, zeigen die Befragten das Verlangen nach Bioprodukten, Biobauernhöfen und einem im Wesentlichen nachhaltigen Umweltbewusstsein auf. Natur- und Umweltschutz wird dabei als wichtiges Anliegen kommuniziert.

In Bezug auf Traditionen zeigt sich in der Erhebung ein differenziertes Bild. Zum einen wird davon gesprochen, die Traditionen nicht zu überbewerten und ihnen eine, in modernen weltoffenen Zeiten, nicht angemessene Bedeutung zukommen zu lassen. Zum anderen wird der konkrete Wunsch nach dem Erhalt der Traditionen durch Brauchtumspflege von den befragten Personen erwähnt. So ist diese Kategorie zusammenfassend zu erwähnen, die Tradierung und Weitergabe alter Traditionen ist für die Zukunft der Region von Bedeutung. Das Traditionsbewusstsein sowie das Regionsbewusstsein werden dadurch gestärkt. Mit der Stärkung des Regionsbewusstseins würde das Bewusstsein für regionale Produkte äquivalent steigen.

6.3. Zwischenfazit der quantitativen Analyse

Um ein umfassendes Bild der Regionalen Identität in der NOI-Region aufzuzeigen, werden die Ergebnisse der im Zuge der Untersuchung durchgeführten Befragungen in die „Formel“ der Regionalen Identität von Leo Baumfeld eingefügt. Regionale Identität wird von drei Kategorien wesentlich beeinflusst. Diese sind zum einen die regionalen Merkmale, die in der Formel *Identification of* genannt werden, zum anderen auch die ökonomischen, sozialen und kulturellen Bindungsmerkmale, *Identification with*. Die dritte Kategorie stellen die Innen- und Außenzuschreibungen dar, die im Prozess der Konstruktion Regionaler Identität als *being identified* beschrieben werden. Es ist jedoch erforderlich, dass alle drei Kategorien gleichermaßen, sich ergänzend erfüllt sind. Baumfeld verweist in seinem praxisorientierten Werk auf die Wichtigkeit der Synergie der drei Kategorien. (vgl. BAUMFELD 2011: 3.)

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass sich der überwiegende Teil der befragten Personen sehr wohl in ihrem Wohnort fühlt. Dies steht in einem engen Zusammenhang mit der vorherrschenden Lebensqualität in der Region, die sich durch eine lebenswerte und ruhige Wohngegend sowie durch ein gutes soziales Umfeld auszeichnet. Darüber hinaus wirkt die Mentalität der Bevölkerung als identitätsstiftender Aspekt. Sie zeichnet sich durch die

Gemütlichkeit, die Bodenständigkeit und durch die Offenheit der Bevölkerung aus. Auch die Infrastruktur sowie die Nähe zur Stadt sowie die Nähe zur Natur werden als Aspekte genannt, die die Lebensqualität in der Region beeinflussen. Die Lebensqualität ist daher als identitätsstiftendes Merkmal zu nennen. Diese Aspekte finden sich in der Kategorie *Identification with*. Dies bedeutet, dass die vorliegenden Aspekte als Bindungsmerkmale angesehen werden können, die die Bevölkerung gewissermaßen an die Region binden und somit einen wichtigen Teil Regionaler Identität darstellen.

Einen ebenso identitätsstiftenden Charakter weist das Traditionsbewusstsein auf. Traditionen sind in der Regionalen Identität der befragten Personen fest verankert. Diese beinhalten Feste, Veranstaltung und die regionstypische Tracht. Die Region wird gemäß den befragten Personen von der Kultur ausgezeichnet. Eng damit verbunden ist die regionstypische Sprachabwandlung, der Dialekt, mit dem sich ein großer Anteil der Proband*innen identifizieren kann. Zudem wird der ländliche Charme der einzelnen Gemeinden sowie die regionalen Produkte als besonders auszeichnend empfunden. Auch diese Aspekte fließen somit in die Etablierung Regionaler Identität mit ein und lassen sich als Teil der Kategorie *Identification with* implementieren. Jedoch weisen die genannten identitätsstiftenden Aspekte auch teilweise eine Zuordnung zur Kategorie *Identification of* zu. Diese Kategorie beinhaltet im Wesentlichen Identitätsmarker, die sich den regionalen Merkmalen zuordnen lassen. Die Zuschreibung identitätsstiftender Charaktere den Traditionen, Sprachabwandlungen sowie dem ländlichen Charme und der Natur entgegen, lassen darauf schließen, dass diese Aspekte als regionale Merkmale zu verzeichnen sind.

Bei der Auswertung der vorliegenden Daten konnten die beiden Identitätsmarker Wirtschaft und Industrie generiert werden. Aufgrund der historischen Bedeutung wirkt die Wirtschaft sowie die Industrie nach wie vor identitätsstiftend. Die eisenverarbeitende Industrie ist für einen großen Anteil der befragten Personen auch heute noch ein wichtiger Bestandteil der Regionalen Identität und beeinflusst das Bild der Region wesentlich. Laut den Angaben der befragten Personen bieten die Industriebetriebe wie MAN, SKF oder BMW eine Vielzahl von Arbeitsplätzen und kommen somit auch einem wichtigen sozialen Faktor nach. Aus diesem Grund wirkt die Stadt Steyr besonders identitätsstiftend. Die wirtschaftlichen und industriellen Faktoren weisen stark auf eine ökonomische Bindung der befragten Personen an die Region hin. Die ökonomische Bindung fungiert als Teil der Bindungsmerkmale und ist gemäß den Thesen von Baumfeld und Weichhart, aufbauend auf Graumann, der Kategorie *Identification with* zuzuordnen.

Anhand der interpretierten Daten wirken naturräumliche Faktoren neben den sozialen Aspekten als Identitätsmarker. Die Landschaft sowie die durch die Flüsse geschaffene Tälerlandschaft prägen das Bild der Regionalen Identität der Befragten. Die natürliche Vielfalt sowie die Landschaft werden von den Befragten als besonders charakteristisch für die Natur gesehen. Die Vielfalt umfasst sowohl eine breite Auswahl an Freizeitmöglichkeiten, wie Wandern, Schifahren, etc., aber auch ein großes Spektrum an kulturellen Aspekten. Die Natur stellt einen Faktor dar, der zum einen der Kategorie *Identification of* zugeordnet werden kann. Dies begründet sich in der Annahme, dass sich die Natur als Identitätsmarker verhält und somit als regionales Merkmal verzeichnet werden kann. Zum anderen wird der Natur auch in der Außen- und Innenzuschreibung große Bedeutung beigemessen. Daher wirkt dieser Aspekt auch innerhalb der Kategorie *Being identified*. Die Kategorie umfasst im Wesentlichen alle Innen- und Außenzuschreibungen, die sich in der Kommunikation manifestieren.

Abschließend ist anzumerken, dass sich ableitend aus den Angaben der Befragten ein Regionsbewusstsein abzeichnet. Gemeinsam gepflegte Traditionen wie Feste und Veranstaltungen, eine ausgeprägte Vereinslandschaft sowie eine starke Bindung der Bevölkerung zur Region wurden als Gemeinsamkeiten der Region identifiziert. Auch die Mentalität der Bevölkerung, die sich durch den Zusammenhalt, die gegenseitige Wertschätzung und Unterstützung auszeichnet, stellt ein gemeinsames identitätsstiftendes Merkmal der Region dar. Daher kann davon ausgegangen werden, dass aufgrund der Fülle an identitätsstiftenden Merkmalen nicht von einer gemeinsamen Regionalen Identität ausgegangen werden kann, sondern die Hervorhebung von multiplen identitätsstiftenden Identitätsmarkern forciert werden sollte.

6.4. Qualitatives Forschungsdesign

Als weitere Untersuchungsmethodik wurde das leitfadengestützte Expert*inneninterview gewählt, das allen voran Informationen zu identitätsstiftenden Aspekten sowie Ideen für Handlungsableitungen zur Stärkung Regionaler Identität hervorbringen sollen. Dabei wurden die qualitativen Interviews als Expert*inneninterviews geführt, in denen die Interviewpartner*innen als Expert*innen für bestimmte Inhalte und Bezugsrahmen fungieren. Damit können die Deutungen, Sichtweisen und Einstellungen der Interviewpartner*innen selbst erfasst werden. (vgl. MAYRING 2015: 33.)

Im Rahmen der durchgeführten qualitativen Interviews wurden sieben Personen interviewt, die jeweils unterschiedliche Blickwinkel und Positionen im Projekt Nature of Innovation innehaben. Dabei fiel die Auswahl auf Expert*innen, die sowohl eine politische Funktion ausüben, als auch einer Tätigkeit mit Bezug zur Region nachgehen, beispielsweise Vorstand LEADER-Region und Regionalforum. Die beruflichen Hintergründe, Tätigkeitsregionen sowie die Herkunftsregion waren dabei ebenso ein Gütekriterium. Die Expert*innen sind folglich sowohl mit der Thematik der Regionalentwicklung mit den Stärken, Chancen und Schwächen, mit den regionalen Disparitäten sowie mit der Thematik des NOI-Projekts betraut. Diese Faktoren waren als Kriterien zur Auswahl der Expert*innen besonders relevant.

Den Interviews wurde ein Leitfaden zugrunde gelegt, der den Expert*innen auf Wunsch vor dem Interview zur Verfügung gestellt wurde. Für eine einfachere und detaillierter Transkription wurde in Absprache mit den Interviewpartner*innen ein Diktiergerät verwendet. Ein Interview wurde aufgrund mangelnder zeitlicher Ressourcen in schriftlicher Form durchgeführt.

Das angewandte Forschungsdesign der qualitativen Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring ist als hybrider Forschungsansatz zu werten, der sich zwar qualitativ-orientiert verhält, jedoch auch quantitative Elemente miteinbezieht. Dies ist nicht zwingend notwendig, da die qualitative Inhaltsanalyse durch die Anwendung induktiver Kategorienbildung hybrid wirkt. (vgl. MAYRING 2015: 17.) „So verfolgt die qualitative Analyse eine doppelte Strategie: Sie zwingt den Gegenstand, sich in seiner Struktur zu offenbaren, indem sie detotalisierend ansetzt und nach dem Verhältnis der Einzelaspekte und des vordergründigen Erscheinungsbildes fragt, dies aber mit dem Ziel einer bewusste Retotalisierung vollzieht, um den gesamtgesellschaftlichen Kerngehalt einer jeden Äußerung nicht aus den Augen zu verlieren.“ (RUST 1980a: 21.)

Das Kategoriensystem stellt in der qualitativen Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring den Ausgangspunkt dar. Als Grund der Anwendung eines Kategoriensystems kann die Reliabilität,

die Nachvollziehbarkeit für Außenstehende sowie die Intersubjektivität des Analyseprozesses genannt werden. Weitere wichtige Güterkriterien für die qualitative Inhaltsanalyse finden sich in der Objektivität, Reliabilität und Validität. (vgl. MAYRING 2015: 52.) Die Analyse strebt die Reduzierung des erhobenen Materials auf die wesentlichen Inhalte an. Um ein überschaubares Corpus zu gewinnen, wird das Instrument der Abstraktion verwendet. Darauffolgend wird unter der deduktiven Kategorienanwendung eine formale, inhaltliche Strukturierung auf Basis der Kontextanalyse vorgenommen. (vgl. MAYRING 2015: 67-69.) Daraus ergibt sich ein System an Kategorien zu bestimmten Themen, die mit konkreten Textpassagen aus den Transkripten belegt werden. In der folgenden Analyse wird das Kategoriensystem zur Beantwortung der Forschungsfrage verwendet. (vgl. MAYRING 2015: 88.)

Die Erarbeitung der Kategorien erfolgte in Anlehnung an die Thesen zu Etablierung Regionaler Identität nach Weichhart (vgl. WEICHHART 1990) und Baumfeld (vgl. BAUMFELD 2011). Darüber hinaus wurden die Kategorien unter Berücksichtigung der Forschungsfrage wie folgt formuliert:

- Kategorie 1: Identitätsstiftende Aspekte
- Kategorie 2: Regionsabgrenzung
- Kategorie 3: Bedeutung Regionaler Identität
- Kategorie 4: Nutzen Regionaler Identität
- Kategorie 5: Maßnahmen

6.4.1. Kategorie 1: Identitätsstiftende Aspekte

Zur Beschreibung der Region wurden durchwegs positive Attribuierungen seitens der Expert*innen verwendet. So wurde die Region als wunderschön, aber in einer topographisch schwierigen Lage bezeichnet, die sehr stark durch die naturräumlich gegebenen Tälerlandschaft beeinflusst wird. „Na, vielfältig, wunderschön, owa schwierig von der Topographie her, sehr aufgegliedert in Täler, ahm [...]“ (JELL 2019, Interview 1: 6-7), meint der*die Expert*in. Zudem ist die Bereitschaft und die Aufgeschlossenheit gegenüber Neuem, trotz des starken Traditionsbewusstseins in der NOI-Region stark vorherrschend. Sowohl innerhalb der Bevölkerung, als auch auf gemeindeübergreifender Ebene ist die Zusammenarbeit von großer Bedeutung. In diesem Zusammenhang wird jedoch seitens des/der Interviewpartners*in angemerkt, dass der Nutzen für die eigenen Teilregion oder die eigene Gemeinde immer gegeben sein muss. (vgl. JELL 2019, Interview 1: 11 – 13.) Folglich ist daraus zu schließen, dass trotz der engen und gut funktionierenden Zusammenarbeit, der Vorteil für die eigene Gemeinde/ das eigene Tal stets gegeben sein muss. Daher bedarf es Verbesserungen, um den engräumigen Blick zu überwinden und in ein gesamtregionales Konzept der Zusammenarbeit zu steuern.

Den Expert*inneninterviews ist zu entnehmen, dass der Gedanke einer Gesamtregion im Bewusstsein der Bevölkerung noch kaum verankert ist. Als Grund dafür wird seitens der Expert*innen die naturräumliche Vielfalt, die in der Region besonders stark ausgeprägt ist, genannt. Die naturräumliche Vielfalt, die ebenso auch durch die Tälerlandschaften geprägt wird, wirkt sich auf die Regionale Identität aus. So kann auf Basis der Expert*inneninterviews davon ausgegangen werden, dass sich in den Tälern einzelnen kleinregionale Identitätsstrukturen auffinden lassen. (vgl. JELL 2019, Interview 4: 9-12.) Die Region Steyr-Kirchdorf weist neben den Tälern, auch eine Statutarstadt auf. Die LEADER-Region Nationalpark Kalkalpen beispielsweise gestaltet sich im Norden sehr flach, der Süden hingegen ist durch die Talschaften stark geprägt. Diese Umstände führen zu unterschiedlichen Gemeindegößen und diversen wirtschaftlichen Ausrichtungen sowie verschiedenen Produktionsformen in der Landwirtschaft.

Die Eisenstraße sowie die eisenverarbeitende Industrie wirken teilweise in der regionalen Identität des Ennstals, bis zum Steyrtal. „Ins Steyrtal hinüber wird es schon weniger, weil durch den Wegfall der Steyrtalbahn ein wichtiges verbindendes Element weggefallen ist“ (JELL 2019, Interview 6: 19-20.), gibt ein*e Expert*in an. Doch mit der Stilllegung der Steyrtalbahn

wurde auch dieser Identitätsmarker weniger bedeutsam, da damit ein wichtiges verbindendes Element zwischen den einzelnen Tälern verloren ging. (vgl. JELL 2019, Interview 6: 18-20.)

„[...] Essen oiso könnte es sein. Kulinarik, jo. Owa es gibt kein regionaltypisches Gericht, unds Getränk is a net so, wie zum Beispü der Most, wir san net wirklich a Mostregion, der Norden is a Mostregion, im Süden wird ois brennt, des is a Schnapsregion und daher is schwierig [...]“ (JELL 2019, Interview 1: 124-127.)

Der Kulinarik sowie den regionalen Produkten wird in den Expert*inneninterviews wenig Bedeutung beigemessen. Zwar wird erwähnt, die Kulinarik sowie die regionalen Produkte könnten als identitätsstiftende Aspekte dienen, jedoch wurde dies von keinem*r weitere*n Expert*in unterstrichen. (vgl. JELL 2019, Interview 1: 124.)

Ein besonders starker identitätsstiftender Charakter wird der Landschaft zugewiesen. Dies ist den Mehrfachnennung in allen Interviews zu entnehmen. Der*Die Experte*in beschreibt die die Landschaft der beforschten Region, wie folgt: „[...] und der zweite Punkt ist dann sicherlich auch schon die die Natur, das wunderschöne Umfeld, diese diese saubere Umgebung, die Flüsse, aaah, und ich glaub auch das Hinterland mit so viel Grün und so viel Land, ahh, Landwirtschaft rundherum, aah, ganz in der Nähe, von der von der unter Anführungszeichen großen Stadt Steyr [...]“ (JELL 2019, Interview 3: 64-67.) Dabei wird betont, dass sich die Region im Wesentlichen durch die besonderen naturräumlichen Gegebenheiten auszeichnet. (vgl. JELL 2019, Interview 1: 124.) Als weiterer Aspekte zur Stiftung Regionaler Identität wird auch der Nationalpark Kalkalpen und seine naturbelassene Landschaft genannt. (vgl. JELL 2019, Interview 2: 7-8.)

Die Flüsse, Enns und Steyr, die den Nationalpark und dessen Naturraum umklammern und in der Stadt Steyr zusammenfließen, prägen die Landschaft genauso so sehr, wie das Lebend er ortsansässigen Menschen. Der Flusslandschaft wird eine ebenso wichtige Bedeutung für die Identität der Bevölkerung zugeschrieben, vor allem hinsichtlich der Freizeitaktivitäten und des Tourismus. (vgl. JELL 2019, Interview 5: 22-29.) Auch die Geschichte der Untersuchungsregion wurde maßgeblich von der Flusslandschaft und ihrer wirtschaftlichen Nutzung geprägt. Durch die Verwendung der der großen Flüsse Enns und Steyr konnten wichtige wirtschaftliche Rohstoffe zur weiteren Verarbeitung in die Untersuchungsregion verfrachtet werden. In Zuge dessen entwickelten sich historische Berufsgruppen, wie die „Flösser“ (JELL 2019, Interview 5: 44.)

Die Existenz dieser regionsspezifischen Berufsgruppe wirkte sich nicht nur auf die Wirtschaftlichkeit der Region aus, sondern auch auf die kulturellen Entwicklungen. Die Geschichten der „Flösser“ wirken bis heute weiter, dies lässt sich an einer Statue in der Stadt Steyr sowie an verschiedenen Themenwege in der gesamten Region erkennen (vgl. NATIONALPARK REGION: WILDBACH ERLEBNISWEG, online unter: <https://www.nationalparkregion.com/urlaubsinfos/museen/wildbach-erlebnisweg.html> (02.10.2019)). Darüber hinaus symbolisieren die Flüsse in einer umfassenden Weise die Kraft der Region. (vgl. JELL 2019, Interview 6: 2-3.) Die Eisenverarbeitung sowie die Geschichte wirken dabei gemeinsam mit den Flüssen stark identitätsstiftend. Die Prägung hat bis heute Auswirkungen auf die ökonomische Spezialisierung der Region, da nach wie vor ein hoher Anteil an metallverarbeitenden Betrieben in der Region angesiedelt sind. (vgl. JELL 2019, Interview 5: 7; 11-15.)

Eine große Bedeutung als identitätsstiftender Aspekt kommt dem Zusammengehörigkeitsgefühl innerhalb der Bevölkerung zu, das den Interviews zufolge in der Region besonders dynamisch verstanden und gelebt wird. (vgl. JELL 2019, Interview 3: 122-124.) Dies wird durch gemeindeüberschreitende Zusammenarbeit auf Vereinsebene maßgeblich gefördert. Die Zusammenarbeit auf Vereinsebene ist jedoch nicht ausgedehnt auf die gesamte NOI-Region zu sehen. Diesbezüglich bedarf es noch Verbesserungen. (vgl. JELL 2019, Interview 4: 14-16.) Auch gemeinsame regionale Feste oder Kooperationen, wie es bereits durch das Projekt „Schwerpunkt Gesunde Ernährung“ praktiziert wird, tragen zur Stärkung der Zusammenarbeit und in weiterer Folge zur Verstärkung des Zusammengehörigkeitsgefühls bei. Das Zusammengehörigkeitsgefühl wirkt sich zudem auf die Zusammenarbeit innerhalb der Region aus. So erfolgt die Kooperation sowohl auf politischer als auch auf persönlicher Ebene auf Augenhöhe. Das Miteinander steht trotz der differenzierten Herausforderungen und Disparitäten der einzelnen Gemeinden immer im Fokus. (vgl. JELL 2019, Interview 5: 54-56.)

Die Stadt Steyr selbst wirkt ebenso identitätsstiftend und wird im Rahmen der Interviews von mehreren Expert*innen als besonders bedeutsam erwähnt. Dabei wird auf die Auflösung der Begriffe Stadt und Land Bezug genommen. Diese Entwicklung führt zur verstärkten Zusammenarbeit und Zusammenhalt zwischen der Stadt Steyr und den umliegenden Gemeinden, während die Grenzen zunehmend außer Acht gelassen werden. (vgl. JELL 2019, Interview 3: 10-13.) Zudem hat die Stadt die Stellung der „Lokomotive“ (JELL 2019, Interview 4: 71.) in der Kommunalpolitik. Dies bedeutet, dass die Stadt Steyr vor allem aufgrund ihrer

Größe und den wirtschaftlichen Stakeholdern eine führende Rolle in der Kommunalpolitik einnimmt. Der Stadt Steyr sowie dem direkten Umland wird darüber hinaus eine Identität zugeschrieben, die im Wesentlichen durch die Bildungsinstitutionen geformt ist. Damit ist Steyr Teil einer multilokalen Identität von Menschen, weit über die Untersuchungsregion hinaus. (vgl. JELL 2019, Interview 4: 89-91.)

Ob die Wirtschaft und die Industrie als Identitätsmarker gewertet werden kann, wirft Diskrepanz innerhalb der Untersuchungsergebnisse auf. Es wird zum einen daraufhin gewiesen, dass die Wirtschaft und die Industrie die Region zwar stark prägen, der Bevölkerung Arbeitsplätze offerieren, aber aufgrund der breiten internationalen Spannweite an ansässigen Betrieben, wie BMW, SKF oder MAN keine Identität in der Region auslösen kann. (vgl. JELL 2019, Interview 1: 139-145.) Zum anderen wird jedoch entgegnet, dass die Region eine besondere, historisch gewachsene Leistungsbereitschaft und Innovationskraft in Bezug auf die Industriegesinnung aufweist. Die Bereitschaft zu Leistung und Innovation ist, den Aussagen nach, an keinem anderen Ort so stark gebündelt aufzufinden, wie in der Untersuchungsregion. Die Industrie wirkt sich bereits seit Jahrzehnten durch die Ansiedelung großer Konzerne, positiv die Menschen in der Region aus, da ein großer Anteil der Bevölkerung Arbeit direkt in der Region findet. (vgl. JELL 2019, Interview 3: 57-62.) Darüber hinaus ist festzuhalten, dass die Industrie zwar viele Arbeitsplätze offeriert und daher auch als Identitätsmarker gewertet werden könnte, nichtsdestotrotz kommt es innerhalb der Region zu Problemen. Immer wieder lassen sich Spannungen zwischen den großen, kleinen und mittleren Betrieben aufgrund des Anwerbens von Mitarbeiter*innen, erkennen. (vgl. JELL 2019, Interview 4: 93-103.) In einem weiteren Interview wird wiederum der identitätsformende Charakter des Aspektes Wirtschaft und Industrie betont, indem auf die große Anzahl an Industriearbeitsplätzen verwiesen wird. (vgl. JELL 2019, Interview 6: 21-22.)

Die Vielfalt scheint in der NOI-Region auf den unterschiedlichsten Ebenen mit großem Einfluss auf die Regionale Identität zu wirken. So weist die Region neben einem starken wirtschaftlichen Schwerpunkt, der vor allem durch die Großbetriebe in Steyr, wie BMW, MAN und SKF, gegeben ist, auch einen Schwerpunkt des sanften Tourismus sowie den Schiweltcup-Ort Hinterstoder auf. (vgl. JELL 2019, Interview 1, 2019: 24 – 40.) Die Vielfalt, die sich auch an der Nähe von Stadt und Land erkennen lässt, hat nicht nur positive Seiten, sondern bringt große Herausforderungen mit sich. (vgl. JELL 2019, Interview 5: 37-38.)

Zusammenfassend ist auf Basis der Interviews darauf hinzuweisen, dass in der Region keine gemeinsame Regionale Identität vorherrschend ist. Es sind vielmehr „Leuchttürme“ (JELL

2019, Interview 1: 135.) zuerkennen, auf die sich die Bevölkerung bezieht, die jedoch nicht in der Lage sind einen gemeinsamen regionalen Identitätsgedanken auszulösen. (vgl. JELL 2019, Interview 1: 135-136.) Ein*e weiterer*e Expert*in weist daraufhin, dass es keine gemeinsame Regionale Identität gibt, da es sich bei der NOI-Region um eine stark heterogene Region handelt, die vielfältig geprägt ist. Es sollte nicht das Ziel verfolgt werden eine gemeinsame Regionale Identität zu ergründen, sondern vielmehr Maßnahmen gesetzt werden, um den Zusammenhalt in der Region zu stärken. (vgl. JELL 2019, Interview 3: 114-117.)

„[...] mir reden seit [...] 25 Jahr über Regionale Identität bei uns und die gibt's net, und die wird es aus meiner Sicht auch nicht geben, ahm. Mir san in Vielfalt vereint, sog i.“ (JELL 2019, Interview 1: 76-78.)

6.4.2. Kategorie 2: Regionsabgrenzung

Die Regionsabgrenzung erwies sich für die Expert*innen ähnlich schwierig, wie für die befragten Personen in der Befragung, da es sich hierbei um eine sehr persönliche, individuell, zu beantwortende Frage handelt. Die Abgrenzung scheint in den Antworten von persönlichen Erlebnissen, Erfahrungen, Heimat- und Wahlheimatorten, Arbeitsorten und Ausbildungsstätten abhängig zu sein.

Auf diesem Hintergrund beinhaltet die Region für den*die Experten*in in Interview 1 den Bezirk Steyr-Land, Kirchdorf sowie die Stadt Steyr. Die Abgrenzung begründet sich in die Lebensgeschichte des*der Expert*in, da Steyr für sie*ihn bereits seit der Schulzeit von großer Bedeutung ist. Der aktuelle Wohnsitz liegt jedoch im Bezirk Kirchdorf. Trotzdem wird angegeben, dass die nördlichen Ränder des Bezirks Steyr-Land nicht gänzlich zur Region gezählt werden. (vgl. JELL 2019, Interview 1: 44-54.) Steyr ist insofern das Herz der Region, als die Stadt nicht nur die Hauptstadt der Region darstellt, sondern aufgrund der gemeinsamen Kulturgeschichte die Täler, vor allem das Enns- und das Steyrtal, prägt. Wenn in dieser Region von Hauptstadt gesprochen, so denkt die Bevölkerung weniger an Linz, sondern vermehrt an Steyr. (vgl. JELL 2019, Interview 1: 61-69.) Aus touristischer Perspektive werden neben der Stadt Steyr, auch das Steyrtal mit den Orten Grünburg, Molln und Steinbach, das Ennstal von Dietach bis Weyer, sowie das Kremstal mit den Orten Schlierbach, Micheldorf, Kirchdorf und Inzersdorf zur Region gezählt. (vgl. JELL 2019, Interview 2: 11-14.) Da sich die Abgrenzung stets individuell gestaltet gibt ein*e weitere*r Expert*in an, die Region an der Stadt Steyr, dem Ennstal, dem gesamten Bezirk Steyr-Land sowie Teile des Bezirks Kirchdorf abzugrenzen. (vgl. JELL 2019, Interview 6: 6-7.)

Direkt in den NOI-Prozess involvierte Personen grenzen die Region unter einem anderen Aspekt ab. Für NOI zählt der*die Experte*in die Bezirke Steyr-Land, Kirchdorf, Linz-Land und Steyr dazu. Dabei wird jedoch auch eine persönliche Tendenz sichtbar, als der*die Experte*in angibt, dass nur der südliche Teil des Bezirk Linz-Lands dazugezählt wird. Denn die Stadtumlandgemeinden von Linz würden eine eigene Region bilden, die aufgrund der sozioökonomischen und naturräumlichen Gegebenheiten in keiner Weise mit der NOI-Region zu vergleichen sind. (vgl. JELL 2019, Interview 4: 19-23.)

„[...] diese geographischen Grenzen stimmen natürlich nicht. Wir waren auf dieses Gebiet eingeschränkt und haben uns in diesem Gebiet bewegt, nur in der Realität ist es halt ganz anders weil Menschen leben in Niederösterreich und arbeiten in Oberösterreich [...] und Projekte wie zum Beispiel [...] Radnetze enden nicht an der Grenze und fast kein Projekt irgendwo an der Grenze, es gibt immer Bezüge darüber hinaus und eigentlich wollten wir auch sozusagen Grenzen sprengen. [...] unser Projekt hat ja schon ein bisschen die Grenzen gesprengt, alleine schon von den 4 Regionen, die in dieser Form noch nie zusammengearbeitet haben.“ (JELL 2019, Interview 5: 84-92.)

In diesem Zusammenhang muss erwähnt werden, dass die politischen Grenzen innerhalb der NOI-Region nicht existent sind, da das Projekt durch die Förderstrukturen auf die drei LEADER-Regionen und die Stadt Steyr eingeschränkt wurde. Dabei wird in den Interviews angemerkt, dass kein Projekt an politischen Grenzen endet, sondern stets grenzüberschreitenden Auswirkungen mit sich bringt. Denn für die gesamtregionale Entwicklung ist es von Bedeutung über Grenzen hinweg zu denken, um das bestmögliche Ergebnis zu erreichen. (vgl. JELL 2019, Interview 5: 83-85; 101-108.) Dabei kann festgehalten werden, dass den Landesgrenzen geringe Wichtigkeit zugesprochen wird. So werden Teile Niederösterreichs, die direkt an die Region grenzen auch als Teil der Untersuchungsregion angesehen. Der Grund dafür liegt allen voran an der fehlenden Grenze in der Natur. Die Abgrenzung, die dabei in der Realität vorgenommen wird, ist lediglich eine Organisationseinheit. Die Herausforderungen, Problemen und Potenzialen verlaufen dennoch fließend und enden nicht abrupt bei der oberösterreichischen Landesgrenze. (vgl. JELL 2019, Interview 3: 22-26.) Daraus lässt sich schließen, dass eine klare Grenzziehung in Bezug auf die Untersuchungsregion nur schwer möglich ist, da die Disparitäten, Chancen und Herausforderungen fließend verlaufen. Landes-, Bezirks- und Gemeindegrenzen werden im Allgemeinen durch den Akt des Unterscheidens im Rahmen der Regionalisierung erstellt. Doch Disparitäten, Herausforderungen, Chancen und sogar die Regionale Identität betreffend,

werden die Grenzen von Teilsystemen der Gesellschaft konstruiert. (vgl. WEICHHART 2018:53-54.)

Eine weitere besondere Abgrenzung wird folgendermaßen vorgenommen: für den*die Expert*in umfasst die Region die Stadt Steyr, den Bezirk Steyr-Land, den Bezirk-Kirchdorf und regionsübergreifend den Nationalpark Kalkalpen. Abgegrenzt davon gilt es auch die Region Eisenwurzen, die Pyhrn-Priel-Region sowie das Enns- und Steyrtal zu sehen, die in sich eine eigene kleinregionale Identität bilden. (vgl. JELL 2019, Interview 7: 30-34; 37-44.)

Auf der Metaebene betrachtet, ist festzuhalten, dass die Regionsabgrenzung durch multiple Identitäten, auf Basis des Heimat-, Wohn- und Arbeitsortes sowie der Lokalisierung des sozialen Netzwerks geprägt ist. Die zunehmende Mobilität der Gesellschaft ermöglicht es innerhalb der Region über verschiedene Orte des Lebens, Arbeitens und des sozialen Interagierens zu verfügen. Die erhöhte Flexibilität führt zu multiplen Identitäten, die sich auch in der Regionsabgrenzung der Interviewpartner*innen abzeichnet. (vgl. BAUMFELD 2011: 2.) Die Ergebnisse dieser Kategorie erfassend, ist zu sagen, dass die Bezirke Steyr-Land, Kirchdorf und die Stadt Steyr zur Region gezählt werden. Besondere Erwähnung als Teile der Region finden das Ennstal, Steyr- und Kremstal. Dies lässt sich in einen engen Zusammenhang mit der regionalen Bedeutung der Tälerlandschaft und der darin vorherrschenden kleinregionalen Identität stellen. Die kleinregionale Identität spielt in der Abgrenzung und der besonderen Hervorhebung der Gebiete der Eisenwurzen sowie der Pyhrn-Priel-Region als Teil der Region eine ebenso wichtige Rolle. Dies ist vor allem durch mehrfache Betonung seitens der Interviewpartner*innen erkennbar. Im Sinne des Nature of Innovation Projekts werden auch Teile des Bezirks Linz-Land miteinbezogen. Dabei werden die südlichen Teile des Bezirks aufgrund ihrer sozioökonomischen und wirtschaftlichen Umstände nicht als Teil der NOI-Region gewertet. In den Interviews lässt sich zudem die Überwindbarkeit von Grenzen erkennen, da Teile des angrenzenden Mostviertels, über die Landesgrenzen hinweg zur Region gezählt werden. Grenzen werden in den Interviews als überwindbar und für Projekte dieser Form nicht relevant bezeichnet.

6.4.3. Kategorie 3: Bedeutung Regionaler Identität

Die Kategorie der Bedeutung Regionaler Identität zeichnet sich durch die unterschiedlichen Bedeutungszuschreibungen auf persönlicher und politischer Ebene aus. Die Bedeutung Regionaler Identität wird spontan mit dem Begriff Heimat und dem Gefühl der Geborgenheit und des Wohlfühlens assoziiert. Die Vertrautheit mit den Menschen, der Sprache sowie der Landschaft ist dabei von Bedeutung. (vgl. JELL 2019, Interview 1: 71-72.) Es ist wichtig anzumerken, dass sich Heimat hierbei vor allem auf das Wohlfühlen, Zuhause-Fühlen und auf den Standort des sozialen Netzwerks bezieht. Die Weltoffenheit dabei ebenso bedeutsam. (vgl. JELL 2019, Interview 3: 28-34.)

Die Bedeutung Regionaler Identität spiegelt sich im Zusammenspiel der räumlichen Komponente und der Identität eines Individuums wider. Der räumliche Aspekt ist stets als Teil der Ich-Identität in der Identität jedes einzelnen Individuums verankert. Dies kann sich zum einen auf die Lokalität des Geburts- und Heimatortes beziehen, zum anderen auch auf jene Orte, die im Laufe der Zeit individuelle Bedeutung erlangten. Für den Menschen ist es von großer Relevanz über eine Ich-Identität zu verfügen, da sie eine reflexive Bewusstseinsleistung darstellt, in der die Erfahrungen der eigenen Existenz verarbeitet werden. Dabei ist die räumliche Komponente bereits zu Beginn des Sozialisationsprozesses eines Individuums, durch den Geburts- und Wohnort beeinflusst, besonders ausschlaggebend für die Ich-Identität. Signifikante Orte, die in Zusammenhang mit besonderen Ereignissen wie der Geburtsort, der Ort der Hochzeit etc stehen, sind als raumbezogenen Bestandteile der Ich-Identität aufzufassen. Kulturelle Aspekte führen darauffolgend zu einer Intensivierung dieser Identität. (vgl. WEICHHART et al 2006: 34-35.) Daher stellt die Regionale Identität einen essentiellen Bestandteil der Ich-Identität dar. (vgl. JELL 2019, Interview 2: 24-27.) Folglich lässt sich aufzeigen, dass die Ich-Identität jener Identität entspricht, die sich das Individuum selbst zuschreibt. Diese Vorgehensweise entspricht dem Prozess des *Identification with*, bei dem das Individuum das Objekt auf die eigene Identität bezieht. (vgl. WEICHHART et al. 2006: 34.)

Zudem führt eine positive Regionale Identität zu vorteilhaft behafteten Assoziationen der betroffenen Personen. Die Bevölkerung erwähnt im Gespräch mit anderen die Besonderheiten der Region, dies ruft wiederum einen verstärkten Marketingeffekt hervor. (vgl. JELL 2019, Interview 2: 30-35.) Der Begriff der Regionalen Identität steht ebenso in einem starken Zusammenhang mit dem kulturellen Hintergrund und der Lebenseinstellung der Bevölkerung. (vgl. JELL 2019, Interview 4: 44-46.) Somit wird die Regionale Identität trotz ihrer individuellen Ausprägung maßgeblich von Menschen, Netzwerken, der Natur und Geschichten

beeinflusst. (vgl. JELL 2019, Interview 5: 178-183.) Daher kann festgehalten werden, dass es aus Sicht des Marketings stets vorteilhaft ist, wenn sich Menschen auf ihre Wurzeln besinnen, diesen Gedanken leben und auch nach außen transportieren, jedoch ohne dabei andere auszuschließen, meint ein*e Expert*in. (vgl. JELL 2019, Interview 2: 37-43.) Es sollte zudem zu keiner, zu starken Fokussierung der eigenen Region oder der eigenen Gemeinde kommen. Die „Gesamtregion“ (JELL 2019, Interview 7: 172.) darf folglich dabei nicht außer Acht gelassen werden. Diesbezüglich wird die Forcierung einer gesamtreionalen Betrachtungsweise angestrebt. (vgl. JELL 2019, Interview 3: 56-58.)

Die Regionale Identität wirkt auf einer persönlichen Ebene ebenso bedeutsam, als sie das Individuum selbst stark in seiner*ihrer Lebensweise prägt. So kann in Bezug auf die Region angemerkt werden, dass jene wirtschaftlichen Umstände, der Jahrhunderte langen Metallverarbeitung, Spuren in der Region und vor allem in der Bevölkerung hinterlassen hat. Darauf ist auch die hohe Kompetenz in der Metallverarbeitung sowie die Innovationskraft auf diesem Gebiet abzuleiten. (vgl. JELL 2019, Interview 6: 12-15.)

Eine gemeinsame Regionale Identität hätte eine entscheidende Rolle für die Entwicklung der Region, da nachhaltige Problemlösungen in Zukunft nur noch als größere Einheit möglich sind. Grundsätzlich gibt es keinerlei Probleme bei kommunaler oder überregionaler Zusammenarbeit, da gute Zusammenarbeit stark in der Region, über Parteigrenzen hinweg, verankert ist. (vgl. JELL 2019, Interview 3: 34-41.) Der Regionalen Identität wird aus aktueller Sicht jedoch eine größere Bedeutung zugeschrieben, als jemals zuvor, da auch der politische gemeinsame Fokus immer relevanter wird. Die Aufgabenstellungen, Herausforderungen und Probleme der einzelnen Gemeinden gehen mit einem stetigen gesellschaftlichen Wandel einher, beziehen sich auf großräumigere Gebiete und sind daher nur in kooperativen Vorgehensweisen nachhaltig zu lösen. (vgl. JELL 2019, Interview 3: 62-67.)

Die LEADER-Region Nationalpark Kalkalpen spricht bereits seit 25 Jahren davon eine gemeinsame Regionale Identität zu finden, doch der*die Expert*in hebt hervor, dass dies bisweilen noch nicht geglückt ist. Sie sehen sich selbst in der Vielfalt vereint. Es wurde versucht einen einheitlichen Regionsbegriff zu definieren, wie es im Mühlviertel, in der Eisenstraße oder auch im Mostviertel der Fall ist. Das Bewusstsein der Bevölkerung ist derzeit so aufgebaut, dass sich zuerst immer die eigene Gemeinde findet, danach das Tal und abschließend Oberösterreich. Ein einheitlicher Begriff für die Untersuchungsregion existiert daher derzeit noch nicht. (vgl. JELL 2019, Interview 1: 77-81; 91-93.) Folglich wird die Etablierung von sogenannten *Vernacular Regions* angestrebt. Dieser Begriff beschreibt Regionen der

räumlichen Entitäten, die als wichtiger Bestandteil der Lebenswelt sowie der alltäglichen Kommunikation der Bevölkerung zu verstehen sind. Als typische Beispiel sind Siedlungs- und Stadtteile zu verstehen, wie z.B. Mostviertel, Mühlviertel, Salzkammergut etc. Dabei sind jedoch präzise Grenzen der *Vernacular Regions* unbedeutend, da ihnen im alltagsweltlichen Kontext für die Gesellschaft nur wenig Bedeutung zukommt. Grundsätzlich ist anzumerken, dass dieser Arten von Regionen zwar über offizielle Grenzziehungen durch amtliche Stellen verfügen, doch sind diese für die Gesellschaft, die Akteur*innen wenig erforderlich. Daher wird die *Vernacular Region* von der Bevölkerung selbst unscharf abgegrenzt. (vgl. WEICHHART 2018: 56.) Auf diesen Annahmen begründet die Vorgehensweise der befragten Personen sowie der Experte*innen, die die Regionsabgrenzung auf individueller Basis und durch die eigenen Vorstellungen sowie der, der Bevölkerung geprägt abgrenzten. Die Theorie der *Vernacular Regions* lässt sich daher in den Interviews finden, denn der*die Expert*in gibt dabei an, Regionale Identität wäre auch oft nur auf einen Stadtteil bezogen und daher kleinräumig zu verstehen.

„[...] oiso es is schon sehr kleinflächig oft. Regionale Identität des is jo nur a Stadtteil, mehr ist es ja net, aber trotzdem, [...] bestimmt es, jo. Und Regionale Identität hot a oft mit dem zutun, wo fühl ich mich wohl, wo bin ich daham, des verbindet man auch damit.“ (JELL 2019, Interview 7: 62-64.)

Den Expert*innen zufolge gibt es zwar den Wunsch nach einer gemeinsamen Regionalen Identität, doch wird vielmehr nach dem Willen zur Zusammenarbeit verlangt, bei dem die kleinregionale Identität, so wie sie in den Tälern vorhanden ist, bewahrt werden muss. (vgl. JELL 2019, Interview 1: 115-117.) Dazu wird betont, dass bereits reger Austausch untereinander herrscht und der Wunsch nach enger Zusammenarbeit unter dem Aspekt der gemeinsamen identitätsstiftenden Merkmale spürbar ist. Die Regionale Identität ist neben der Zusammenarbeit auch für den Tourismus und das Marketing von Relevanz. (vgl. JELL 2019, Interview 7: 124-134.)

Darüber hinaus ist die Regionale Identität aufgrund der historischen Gegebenheiten in den Tälern bereits sehr stark verankert. Die Etablierung einer Regionalen Identität kann daher als ein Prozess angesehen werden, der mehrere Jahrzehnte in Anspruch nimmt. (vgl. JELL 2019, Interview 2: 37-46.) Zurzeit lässt sich jedoch aufgrund der vielfältigen Spezifika der Untersuchungsregion keine gemeinsame Regionale Identität erkennen. Dieses Erkenntnis klammert trotzdem die Hervorhebung einzelner Identitätsmarker und somit multipler Identitätseinheiten nicht aus. (vgl. JELL 2019, Interview 3: 50-54.)

„[...] das glaube ich nicht, (dass eine gemeinsame regionale Identität gibt) [...] weils so viele Spezifikumen dazu kommen [...], owa des heißt nu laung net, dass diese Einheit nicht zu Stande kommt, nur weil sich ein Teil so fühlt, also diese Vielfalt, also geeint mit der Vielfalt, so wird das da gelebt.“ (JELL 2019, Interview 3: 50-54.)

Die Ergebnisse dieser Kategorie sind zusammenfassend als Bedeutungskomplex auf individueller, persönlicher und politischer, regionaler Ebene darzustellen. Zum einen wirkt die Regionale Identität allen voran auf persönlicher Ebene. Dabei wird sie mit den Begriffen Heimat, Geborgenheit und dem Wohlfühlen in Verbindung gebracht. Ein wichtiger Teil der Regionalen Identität wird der Ich-Identität zugesprochen, die die räumliche Komponente in der Entstehung von Identität besonders stark betont. Die Ich-Identität ist dabei als Bewusstseinsbildung unter Einbezug Regionaler Identität, der räumlichen Bindung zu einem Ort zu werten. Um auf die Theorie von Leo Baumfeld zurückzukommen, ist anzumerken, dass dieser Prozess der Miteinbindung der räumlichen Komponente in die Bewusstseinsbildung des Individuums im Prozess des *Identification with*, stattfindet. Baumfeld setzt diesen Prozess mit der Kopplung an Bindungsmerkmalen gleich. Diese geben Auskunft über die Zugehörigkeit zu einer spezifischen Region und können zudem auch ökonomische, soziale und kulturelle Bindungen miteinbeziehen. Dieser Prozess bildet somit einen essentiellen Teil der regionalen Identität. (vgl. BAUMFELD 2011: 6.) Dies lässt sich auch an der Bedeutung der regionalen Identität in Bezug auf die kulturelle Prägung erkennen, die ihr in diesem Kontext zugeschrieben wird. Eine weitere Bedeutung kommt der regionalen Identität in Bezug auf die regionale und überregionale Zusammenarbeit zu. Die Expert*innen betonen hierbei jedoch, dass trotz gemeinsamer Identitätsmarker, die kleinregionale Identität, wie sie in den Tälern vorhanden ist, auch auf Basis der Zusammenarbeit und des Zusammengehörigkeitsgefühls gewahrt werden muss.

6.4.4. Kategorie 4: Nutzen Regionaler Identität

Der Nutzen Regionaler Identität liegt zum einen in der Steigerung des Bekanntheitsgrades der Region. Vor allem im „Wettbewerb der Regionen“ (JELL 2019, Interview 1: 148.) ist eine gemeinsame Regionale Identität von großer Bedeutung. Dies würde eine Bereicherung auf touristischer, wirtschaftlicher und kultureller Ebene mit sich bringen, da anhand einer gemeinsamen Identität ein Prädikat für die Region entstehen könnte. Eine weitere Wichtigkeit lässt sich an der Beschreibung der Region nach außen, durch die Bevölkerung erkennen.

„Und i glaub es gibt nix schlimmeres, als wie wenn jemand sagt, des is so fad [...] do durt sich nix und des is ois so furchtbar und damit einfach weil so viel Negatives do is, einfach a die gaunze Region, oder auch des gaunze Leben so negativ mochen und waun ois negativ is, kaun a daraus nix positives entstehen.“ (JELL 2019, Interview 2: 30-35.)

Die positive Assoziierung hat großen Einfluss auf den Außenauftritt sowie die Auffassung der Region bei Außenstehenden. (vgl. JELL 2019, Interview 2: 68-79.) Zudem nutzt eine gemeinsame Regionale Identität vor allem dem Tourismus, sowohl als Marketingstrategie, als auch dabei, die Region für Tourist*innen besser erlebbar zu machen. Der*Die Expert*in erklärt dazu, dass die Tourist*innen Einheimische auf Zeit sein und das Leben Vorort erleben möchten. Dies funktioniert jedoch nur, wenn eine Regionale Identität in der Region aufrecht ist, diese gelebt wird und die Tourist*innen daran teilhaben können. (vgl. JELL 2019, Interview 2: 70-78.)

Der Nutzen Regionaler Identität kann natürlich auch kritisch hinterfragt werden, in welche Richtung diese Identität wirken soll. Nach außen kann Regionale Identität maßgeblich zur Bewerbung des Tourismus beitragen, ebenso wie im Employer Branding. In beiden Bereichen ist es von Vorteil in einer einheitlichen Sprache, vielleicht sogar in einer Bildsprache zu sprechen und mit einem regionsspezifischen Wortlaut nach außen zu gehen. (vgl. JELL 2019, Interview 5: 271-284.) Dies steht jedoch im Konflikt mit den Anstrengungen dieser Vorstellung, diesem Prädikat auf Dauer gerecht zu werden und die erwartete Wirkung spürbar zu machen. (vgl. JELL 2019, Interview 1: 152-156.) Unter Prädikat werden dabei konkrete Zuschreibungen von innen und außen verstanden, die auf die Fokussierung, die Besonderheit in der Region hinweist, so wie es im Salzkammergut oder im Mostviertel der Fall ist. Zwar gibt es in der Untersuchungsregion bereits kleinregionale Besonderheiten, zB.: die Maultrommeln im Steyrtal oder das Worklife-Hub in Kirchdorf, das Plastic-Valley im Kremstal oder auch die

historische Altstadt Steyrs, die zur Entstehung eines solchen Prädikats führen könnten, trotz allem ist diese Entwicklung nach wie vor ausständig. (vgl. JELL 2019, Interview 1: 148-179.)

Als weiterer Nutzen wird die Vergewisserung zum Erhalt des Brauchtums gewertet. Die Pflege des Naturraums und der Almen kann durch die Etablierung einer gemeinsamen Regionalen Identität verstärkt werden. (vgl. JELL 2019, Interview 2: 58-64.) Dabei muss jedoch beachtet werden, dass der Nutzen Regionaler Identität nicht einseitig gesehen werden darf, so dass auch eine starke örtliche Bindung der Bevölkerung impliziert wird. Sie ermöglicht der Bevölkerung im weiteren Sinne auch mobiler zu sein, da sie sich nicht zu stark auf einen einzelnen Ort bezieht, sondern der Fokus vielmehr auf der Gesamtregion liegt. So trägt eine gemeinsame Regionale Identität dazu bei, das ortszentrierte Denken, durch eine gesamtregionale, mobile Sichtweise abzulösen. (vgl. JELL 2019, Interview 7: 164-185.)

„[...] für die Leid, die in der Region leichter, ist es einfach leichter, mobiler zu sein, auch. Also sich nicht so sehr wurzelt nur an einem Ort zu fühlen [...] aber ich glaub in der Gedankenwelt ist die Mobilität eine viel eine größerer geworden, mittlerweile. I glaub, geprägt durch so eine gemeinsame Identität, weils net so schwer ist sich darüber Gedanken zu machen, ob ma net dort oder do a leben könnte in der Region. [...]“ (JELL 2019, Interview 7: 164-168.)

Eine weitere Funktion wird Regionaler Identität im Rahmen des gemeinsamen Auftritts, im Ansatz der gemeinsamen Problemlösungen und auch in Bezug auf Förderungen vom Land Oberösterreich zugeschrieben. Die Wirkung einer kleinen Kommune ist kaum gegeben, in diesem Zusammenhang ist die Bildung einer größeren Einheit ein nachhaltiger Vorteil. (vgl. JELL 2019, Interview 3: 91-101.) Dabei sind die Veränderungen auf regionaler Ebene zu beachten, die sich dahingehend abzeichnen, dass Problemlösung, allen voran die Aufgabenbereiche in Zukunft auf regionaler Ebene effektiver zu erledigen sind. (vgl. JELL 2019, Interview 4: 107-111.) Darüber hinaus gestaltet sich unter diesen Umständen die Zusammenarbeit durch ein solides Verständnis ähnlicher Probleme und Herausforderungen müheloser. Der Weg in die Zukunft kann dadurch gemeinsam nachhaltiger und zukunftsorientierter gestaltet werden. (vgl. JELL 2019, Interview 6: 28-30.)

Diese Annahmen decken sich mit den Thesen der Wissenschaft, die davon ausgeht, dass sich der Nutzen Regionaler Identität auf zwei Systemebenen bezieht, zum einen auf die personale, soziale Ebene und zum anderen trägt sie zur Entwicklung der Region bei. (vgl. WERTHMÖLLER 1995: 9.) Daher kann festgehalten werden, dass der Nutzen Regionaler Identität besonderen Anklang im Außenauftritt einer Region findet. Es kommt zur Steigerung

der Bekanntheit der Region. Dies kann folglich als eine Bereicherung auf breitgefächerten Ebenen, im Tourismus, der Wirtschaft sowie der Kultur, angesehen werden. Ein regionsspezifisches Wording ist infolge dessen als Basis eines zukunftsorientierten und erfolgreichen Marketings zu verstehen. Trotz der positiven Effekte einer einheitlichen Bildsprache für die Region, muss angemerkt werden, dass diese Entwicklung Anstrengungen und Mühen veranlasst, den damit nach außen kommunizierten Vorstellungen gerecht zu werden. Dies erweist sich für die Region zurzeit noch als Herausforderung. Regionale Identität kann somit für kommerzielle Zwecke verwendet werden, um die Besonderheiten und Individualität der Region zu bewerben und sich durch die Etablierung spezifischer Charakteristika von konkurrierenden Regionen abzuheben. Aus diesem Grund wird der regionalen Identität auch in der Wissenschaft die essentielle Aufgabe als Markenträger zugeschrieben. (vgl. WERTHMÖLLER 1995: 10.) Damit kann die Regionale Identität maßgeblich zum Image-Design beitragen, da in weiterer Folge als regionsbezogene Marketingstrategie verwendet wird. (vgl. WEICHHART et al. 2006: 63.) In Bezug auf das von Leo Baumfeld entwickelte Schema der Einflussfaktoren auf die Regionale Identität, ist der Nutzen vor allem in den Außen- und Innenzuschreibungen zu finden, in der Kategorie des *Being identified*. Da die Imagebildung durch die Regionale Identität weitgehend bedingt ist. (vgl. BAUMFELD 2011: 7.) Folglich stehen das Image und die Identität einer Region in einem engen Zusammenhang, der der Bevölkerung eine Möglichkeit zur Identifizierbarkeit über das Image und den Zuschreibungen von außen zur Verfügung stellt. (vgl. JOHN 1998: 76.)

6.4.5. Kategorie 5: Maßnahmen zur Etablierung einer gemeinsamen regionalen Identität

Die Antworten der Expert*innen auf die Frage nach Maßnahmen zur Konstruktion einer Regionalen Identität wurde differenziert beantwortet. So wurde angegeben, dass in der Region „pausenlos“ (JELL 2019, Interview 1: 183.) Maßnahmen gesetzt werden würden, die zur Konstruktion einer gemeinsamen Regionalen Identität beitragen sollen. Auch das Projekt Nature of Innovation wird als Teilprozess zur Etablierung Regionaler Identität gewertet. Dabei werden starke Hoffnungen auf Impulse und Gedankengänge von außen zur eigenen regionalen Identität gesetzt, da hier zum ersten Mal eine in der Regionalentwicklung neuartige Methode, das Design-Thinking, angewendet wird. Die neuartige Herangehensweise verspricht durch die Fülle der involvierten Personen, aus unterschiedlichen Teilregionen und Arbeitsbereichen sowie diversen Problemzugängen, nachhaltige Ergebnisse zu liefern. (vgl. JELL 2019, Interview 1: 184-198.) Dieser Ansatz führt zu überregionaler Zusammenarbeit, die es den

einzelnen Gemeinden ermöglicht neue Denkansätze und Wege der Problemlösungen für sich zu generieren. (vgl. JELL 2019, Interview 4: 143-149.)

Als weitere Maßnahme zur Konstruktion Regionaler Identität wird das Aufbrechen historischer Grenzen, den Grenzen zwischen Stadt und Land, angesehen. Die Gesamtregion soll in den Fokus und vor allem in die Regionsauffassung der Bevölkerung rücken. Dies soll durch das Aufzeigen der Besonderheiten der Heimat, durch das gemeinsame Besuchen von Teilregionen sowie durch Gespräche erreicht werden. (vgl. JELL 2019, Interview 2: 81-88.) Zudem wird angestrebt, die Bevölkerung über die verbindenden, gemeinsamen Identitätsmarkern zu informieren, um die gemeinsamen Stärken in weiterer Folge erfolgreich hervorheben zu können. (vgl. JELL 2019, Interview 7: 216-220.) Die Grundvoraussetzung dafür stellt das vorhandene Regionsbewusstsein dar, doch dies muss verstärkt auf die Gesamtregion beworben werden. Große überregionale Feste eignen sich dafür sehr gut, ähnlich wie es beim „Markt der Regionen“ im Rahmen des NOI-Projektes durchgeführt wurde. (vgl. JELL 2019, Interview 3: 106-110.)

Darüber hinaus wird der Vorschlag der Markenproduktion getätigt. Der Nationalpark wird zwar bereits als Marke gehandelt, dies sollte jedoch noch ausgebaut und verstärkt kommuniziert werden. Eine weitere Marke könnte zudem die Stadt Steyr mit den kulturellen Aktivitätsmöglichkeiten darstellen. Ein einheitliches, solides Marketing soll zur überregionalen Kommunikation dieser Marken verwendet werden. (vgl. JELL 2019, Interview 7: 203-209.)

Trotz der Vorschläge bezüglich der zu tätigenden Maßnahmen wird auch hier die Einschätzung einzelner Expert*innen laut, die Untersuchungsregion verfüge über keine gemeinsame Regionale Identität. Als Grund dafür wird die vorherrschende sozioökonomische, wirtschaftliche und naturräumliche Vielfalt genannt. Daher sind eher Maßnahmen zur Förderung des Zusammenhalts, der Zusammenarbeit sowie verschiedener überregionaler Kooperationen zu forcieren, um das Zusammengehörigkeitsgefühl in der Region zu stärken. (vgl. JELL 2019, Interview 3: 114-119.)

„Eine gemeinsame Bezeichnung für die Region wäre sicher gut. Auf Grund der Verschiedenartigkeit der einzelnen Regionen ist dies aber nicht einfach. Für die Vermarktung und das Sichtbar werden unserer Region wäre es aber sehr hilfreich. Mit NOI wurde der Zusammenhalt unter den Regionen Steyr und Kirchdorf sicher erhöht, eine Fortführung dieser Aktivitäten im Regionalforum ist daher unbedingt anzustreben.“ (JELL 2019, Interview 6: 34-36.)

So kann festgehalten werden, dass seitens der Expert*innen eine gemeinsame, einheitliche Bezeichnung für die Vermarktung und das Sichtbarwerden der Region als vorteilhaft bezeichnet wird. Die vorherrschende Heterogenität der Region stellt jedoch eine Herausforderung dar, die die Entstehung einer gemeinsamen Bezeichnung, oder auch spezifischer *Vernacular Regions* verzögern könnte.

Zudem soll kein Projekt initiiert werden, das der Intention folgt eine gemeinsame Regionale Identität zu erschaffen, Projekte entlang der Identitätsmarker erscheinen nachhaltiger und förderlicher. Ein Projekt dahingehend könnte es sein, durch diverse Einrichtungen und kreative Zugänge den Nationalpark sowohl für die Bevölkerung, als auch für die touristischen Gäste erlebbarer zu machen, oder das Radwegnetz in der Region zu auszubauen. Weitere mögliche Ansatzpunkte entsprechen der Ansiedelung innovativer Unternehmen, um Arbeitsplätze für die Stadt und die gesamte Region zu schaffen, die Umwelt- und Natursituation in der Region zu wahren und auf die aktuelle und historische Relevanz sowie die Gefahr der Flüsse hinzuweisen. (vgl. JELL 2019, Interview 5: 302-310.) Daher lautet der Vorschlag der Expert*innen:

„[...] ich würd jetzt kein Projekt initiieren, zu sagen wir schaffen jetzt eine gemeinsame Regionale Identität, weißt des is zu sehr auf der Metaebene, und i glaub die Leute möchten gaunz konkrete Umsetzungen entlang dieser Identitätsanker haben.“ (JELL 2019, Interview 5: 302-304.)

Nicht nur die Wissenschaft weist auf die immer größer werdende Bedeutung Regionaler Identität für die Politik, Verwaltung und vor allem für die Regionalentwicklung hin, sondern auch seitens der interviewten Expert*innen wird diese These mit Argumenten untermauert. Der Grund dafür liegt vor allem darin, dass Regionale Identität weitgehend als ausschlaggebendes Motiv zum Verbleib oder auch zur Rückkehr in eine Region bezeichnet werden kann. (vgl. KRANEPUHL 2008: 113.) Während sich jedoch die Literatur stark auf den persönlichen Aspekt der Bedeutung der Etablierung von Maßnahmen spezialisiert und sich dabei auf die Notwendigkeit Regionaler Identität in Globalisierungsprozessen bezieht (vgl. WEICHHART et al. 2006: 90-94.), liegt der Fokus der Expert*innen eher auf regionsbezogenen Maßnahmen. Diese Kategorie zeichnet sich daher durch die Ideen zur Entwicklung von Maßnahmen die Etablierung Regionaler Identität betreffend aus. Dabei wird verstärkt auf die Notwendigkeit der regionalen Zusammenarbeit zur nachhaltigen und zukunftsorientierten Problemlösung hingewiesen. Dieser Ansatz ist als mögliche Maßnahmen anzusehen. Zudem ist das Aufbrechen von historischen Grenzen und Grenzen im Allgemeinen ein anzustrebendes Ziel, um den Fokus auf die Gesamtregion auszuweiten und somit auch die Bevölkerung an der Weiterentwicklung

der Region teilhaben zu lassen. Aufgrund der regionsbestimmenden Vielfalt ist eine gemeinsame Regionale Identität in Bezug auf die NOI-Region auszuschließen, aus diesem Grund sind Maßnahmen zur Förderung der Zusammenarbeit und des Zusammengehörigkeitsgefühls zu forcieren, um die vorhandenen Identitätsmarker weiter zu fördern.

„[...] grundsätzlich glaub i, es gibt net diese eine Identität und es gibt viele unterschiedliche Identitätsanker [...], die a sehr individuell san, [...] glaub i a schwierig zu sagen: und jetzt hauma do sozusagen etwas das für alle gilt, nur zu Zeiten, [...] wo sich sehr viel verändert, wo sehr viel Leute zu ziehen, wo aundare wegziehen [...]“ (JELL 2019, Interview 5: 138 – 143.)

6.5. Fazit der Untersuchung der regionalen Identität in der NOI-Region

Zusammenfassend soll nun Bezug zur Theorie Regionaler Identität hergestellt werden. Dabei werden die Untersuchungsergebnisse beider Untersuchungsdesigns in die „Formel“ Regionaler Identität implementiert. Es gilt zu erwähnen, dass diese „Formel“ auch als „mentale Landkarte“ Regionaler Identität bezeichnet werden kann. Die „Formel“ der Regionalen Identität von Baumfeld beinhaltet folgende Variablen: $RI = X + Y + Z$. Die Variable X, auch genannt *Identification of* bezieht sich auf die regionalen Merkmale einer Region, die Variable Y *Identification with* hingegen auf die ökonomischen, sozialen und kulturellen Bindungsmerkmale, anschließend verzeichnet die Variable Z *Being identified* die Innen- und Außenzuschreibungen einer Region. (vgl. BAUMFELD 2011: 3.)

Bevor die Zusammenführung der Untersuchungsergebnisse und der „Formel“ Regionaler Identität durchgeführt werden kann, muss darauf verwiesen werden, dass die Daten, die zur Variablen X beitragen, aus den identitätsstiftenden Aspekten erworben werden. Für die Implementierung der Variablen Y werden Untersuchungsergebnisse jener Fragen verwendet, die Auskunft über identitätsstiftende Aspekte der Untersuchungsregion geben. Hierbei muss jedoch auf die Differenzierung von regionalen Merkmalen und Bindungsmerkmalen geachtet werden. Besonders entscheidend wirken sich in diesem Fall jene Erkenntnis aus, die in Bezug auf die Regionsabgrenzung und im Zuge der Frage „Warum haben Sie sich für diesen Ort als Wohnort entschieden?“ generiert wurden. Für die Variable Z werden die Ergebnisse der Fragen nach den Gründen für einen Besuch in der Region sowie zum Nutzen Regionaler Identität verwendet. Zur Verwendung für die Innenzuschreibungen dienen Angaben, die im Rahmen der Frage zur Beschreibung der Region an eine fremde Person getätigt wurden.

Zur Einbettung der Untersuchungsergebnisse in die „Formel“ der identitätsstiftenden Merkmale wurden sowohl die Ergebnisse des quantitativen Fragebogens, als auch die Ableitungen aus den qualitativen Expert*inneninterviews herangezogen.

6.5.1. Identification of = Regionale Merkmale der NOI-Region

Die regionalen Merkmale, die sich in der NOI-Region besonders stark abzeichnen, betreffen allen voran die Landschaft. Die Landschaft stellt insofern einen essentiellen Bestandteil der Kategorie *Identification of* dar, als sich der Großteil der befragten Personen der quantitativen Erhebung sowie der Expert*innen in den Interviews mit der Landschaft ihrer Region identifizieren können. Dabei wird sie stark von der Berg- und Tallandschaft sowie den Flüssen geprägt. Flüsse weisen in diesem Zusammenhang einen ebenso identitätsstiftenden Charakter auf und sind daher als regionales Merkmal zu werten. Sowohl durch den verbindenden Aspekt, als auch durch den trennenden Aspekt, den die Flüsse auf die Landschaft und die Bevölkerung auswirken, sind sie von besonderer regionaler Bedeutung. Aus den beiden durchgeführten Erhebungen geht hervor, dass die Enns und die Steyr nicht nur die Region maßgeblich in ihrer Erscheinungsform prägen, sondern den Nationalpark umgeben und in der Stadt Steyr zusammenfließen. Neben der landschaftlichen Ausprägung wirken die Flüsse auch auf die Geschichte der Region, beispielsweise führten die Expert*innen in den Interviews aus, dass die Flüsse Enns und Steyr vor Jahrhunderten zur Entstehung der metallverarbeitenden Industrie in der Region, für den Transport von Rohstoffen genutzt wurden. Dabei entstanden spezifische Berufsgruppen, wie die „Flösser“.

Doch nicht nur den Flüssen und der Landschaft wird in den durchgeführten Erhebungen große Wichtigkeit beigemessen, auch die Natur spielt in der Identifikation eine entscheidende Rolle. Diese Charakterisierung umfasst nicht nur die vorhandene Fauna und Flora, sondern auch die unterschiedlichen Landwirtschaftsformen, Streuobstwiesen und Wälder, die die Landschaft in der beforschten Region weitgehend prägen.

Als weiteres wichtiges regionales Merkmal ist der Nationalpark Kalkalpen zu nennen, der in seinen naturbelassenen Abschnitten der Bevölkerung und den Tourist*innen die Möglichkeit zur Erholung und Freizeitaktivitäten bietet. Neben der Landschaft und der Natur im Allgemeinen stellen auch die diversen naturräumlichen Gegebenheiten in der Region eine Besonderheit dar, mit der sich die befragten Personen in der quantitativen Befragung sowie die Expert*innen in den Interviews identifizieren können. Diese naturräumlichen Gegebenheiten umfassen die flachen südlichen Teile der Region, die Berglandschaft im Norden und die

markante Tälerlandschaft, die durch das Enns-, Steyr- und Kremstal gegeben ist. Dahingehend ist festzuhalten, dass die naturräumliche Vielfalt ein wichtiges regionales Merkmal darstellt, die sich aufgrund der diversifizierten Ausgangslage der einzelnen Gemeinden, durch die ausgeprägte Heterogenität der Landschaft bedingt, ergibt.

Als weiteres regionales Merkmal in der NOI-Region können die Wirtschaft und die Industrie gewertet werden. In diesem Zusammenhang wurde in den Interviews und im Fragebogen angegeben, Industrie und Wirtschaft vor allem durch das Offerieren von Arbeitsplätzen die Region sowie die Bevölkerung stark prägen. Daher kann von einem essentiellen Identitätsmarker gesprochen werden. Dies begründet sich aus den Erhebungen insofern, als die Industrie die Region sowie die vorhandenen Leistungs- und Innovationsbereitschaft historisch geprägt hat. Innovative Entwicklungsansätze und Wirtschaftsstandorte, wie sie in der Region vorherrschend sind, sind darüber hinaus auch als ein regionales Merkmal zu bezeichnen, das zur regionalen Identität beiträgt. In diesem Kontext wurde in beiden Erhebungen Eisen, als identitätsstiftender Aspekt genannt, zwar ist die Prägung nicht so stark zu verzeichnen, wie das in der Eisenstrae oder in der Region Eisenwurzten der Fall ist, nichtdestotrotz wirkt die historische Bedeutung des Eisens allen voran in der metallverarbeitenden Industrie weiter.

Die Infrastruktur, die Baumfeld als essentielles regionales Merkmal bezeichnet, ist auch in der NOI-Region von großer Bedeutung. Die Infrastruktur wird in den Untersuchungsergebnissen einerseits als gelungen und gut ausgebaut beschrieben, andererseits wird jedoch Kritik an der mangelnden Lebensmittelversorgung, Kranken- und Altersversorgung geut. Der Straßenausbau wird im Gegensatz zur Infrastruktur des öffentlichen Verkehrs als positiv gewertet.

Aus den beiden durchgeführten Untersuchung lässt sich die Stadt- und Bergnahe als Besonderheit ableiten. Die Nähe zur Stadt Steyr sowie zur Stadt Linz und Wels wird dabei als markantes Merkmal der Region genannt, zudem bildet auch die Nähe zu den Bergen einen essentiellen Aspekt der regionalen Identität. Diese Nähe zur Stadt sowie zu den Bergen, die gut strukturierte und ausgebaut Infrastruktur sowie der vorherrschende Wohlstand, der sich in der wirtschaftlichen und industriellen Spezifizierung der Region begründet tragen zur Herausarbeitung der Lebensqualität als auffälliges regionales Merkmal bei. Daneben umfasst die Lebensqualität, laut der Ergebnisse der beiden durchgeführten Untersuchungen, die familienfreundliche Gestaltung sowie die individuellen Entfaltungsmöglichkeiten in der gesamten Region.

Als weitere Besonderheit ist den Ergebnissen der Empirie zufolge, die Bereitschaft zur Zusammenarbeit, die in der Region sehr stark verankert ist, anzuführen. Diese Bereitschaft ist nicht nur auf persönlicher Ebene, innerhalb der Bevölkerung sichtbar, sondern wird auch auf politisch und gemeindeübergreifend, auf überregionaler Ebene durchgeführt. In diesem Kontext ist jedoch anhand der Aussagen der Expert*innen zu vermerken, dass nach wie vor die eigene Gemeinde bzw. die Teilregion im Zentrum steht. Dahingehend bedarf es, den Expert*innen und der Verfasserin zufolge, Verbesserungen, um eine nachhaltige, zukunftsorientierte und vor allem regionale Zusammenarbeit zu fördern. Laut den Ergebnissen der durchgeführten empirischen Untersuchung soll die Zusammenarbeit dabei stets auf gleicher Augenhöhe erfolgen, dies sei bereits im Bewusstsein der Bevölkerung und der Akteur*innen in der Region verankert.

Des Weiteren sind die Pflege und Wahrung regionaler Traditionen ein entscheidendes Merkmal zur Etablierung regionaler Identität. In der beforschten Region ist ein starkes Traditionsbewusstsein vorherrschend, das sich auf die Lebensweisen der Bevölkerung auswirkt. Das fundierte Traditionsbewusstsein beinhaltet laut Angaben in den erhobenen qualitativen und quantitativen Daten beispielsweise die aktive Gestaltung sowie die Teilnahme an Festen, Veranstaltungen sowie das Tragen der regionstypischen Tracht. Zudem wird auch das Sprechen regionsspezifischer Sprachabwandlungen, Dialekte, zu den regionalen Merkmalen der NOI-Region gezählt. Damit verwobene ist Bedeutung regionaler Produkte sowie der ländliche Charme der einzelnen Gemeinden anzusehen.

Die Kulinarik stellt somit für die befragten Personen in der quantitativen Erhebung einen identitätsstiftenden Aspekt dar, der somit zur Entstehung regionaler Identität beiträgt. Die Expert*innen in den Interviews weisen der Kulinarik, aufgrund von mangelnden regionsspezifischen Ausprägungen keine identitätsstiftende Bedeutung zu.

Abschließend ist ein weiteres, die Region prägendes Element zu nennen, die Stadt Steyr. Die Stadt Steyr steht in einem unmittelbaren bedeutenden Zusammenhang für die Region. Besonders identitätsstiftend wirkt, laut den Ergebnissen der qualitativen und quantitativen erhobenen Daten, die Altstadt sowie der Stadtplatz, der durch die historische Architektur die historische Relevanz der metallverarbeitenden Industrie in der Stadt widerspiegelt. Zudem verfüge die Stadt Steyr über ein enormes Bildungsangebot, neben Volks- und Neue Mittelschulen, verfüge Steyr über ein Gymnasium und weitere höhere Lehranstalten. Eine regionale Besonderheit bilde gemäß den Angaben der Expert*innen auch die Fachhochschule

Steyr, die jedoch aufgrund ihrer mangelnden Größe und ihrer jungen Verweildauer bisher kaum zur regionalen Identität beitragen könne.

6.5.2. Identification with = Bindungsmerkmale der NOI-Region

Die Variable Y beschreibt die Bindungsmerkmale mit dem Prozess des *Identification with*, auf Basis der Annahmen von Baumfeld beinhaltet diese Variable soziale Bindungsmerkmale, wie sie in der Begrifflichkeit der Heimat assoziiert wird. Dieser Begriff impliziert eine emotionale Verbindung der räumlichen und sozialen Dimension. (vgl. IVANISIN 2006: 68.) Heimat ist folglich in diesem Kontext im Wesentlichen mit sozialen Netzwerken, wie sie in der Region vorherrschend sind, verknüpft. Diese intensive Verknüpfung spiegelt sich auch in den Angaben der Befragten sowie der Expert*innen wieder, die von einer hohen Dichte des sozialen Netzwerks, Familie und Freunde umfassend, sprechen. Die emotionale Bindung an die Region, die im Begriff Heimat impliziert und durch soziale Netzwerke verstärkt wird, lässt sich in Verbindung mit Gefühlen von Sicherheit, Rückhalt und einer besonderen Verbundenheit mit Region bringen. Als Rahmbedingungen wird in der Untersuchung die Mentalität der Bevölkerung genannt. Die ebenso wie das soziale Netzwerk zur sozialen Bindung an die Region beiträgt. Die Mentalität der Bevölkerung zeichnet sich durch die Gemütlichkeit, die Bodenständigkeit, die Offenheit sowie den Zusammenhalt innerhalb der Bevölkerung aus. Diese Bindungsmerkmal werden durch die Hilfsbereitschaft und der Bereitschaft zur Zusammenarbeit nochmals gestärkt. Auf persönlicher Ebene wirkt dieses Zusammenspiel als besonderer Wohlfühlfaktor in der Region.

Ein kulturelles Bindungsmerkmal lässt sich im Wunsch der Expert*innen sowie der befragten Personen im Fragebogen zur Pflege und Wahrung von Traditionen erkennen. Dieser Wunsch ist ein klares Indiz für eine starke Identifizierung mit der Region. Die kulturelle Prägung ist demnach ein essentieller Teil der regionalen Identität, die durch kleinregionale und überregionale kulturelle Praktiken und Tradition, wie die Maultrommeln aus dem Steyrtal, regionsspezifische Tracht oder auch die Trattenbacher Feitel eine kulturelle Bindung zur Region hervorrufen.

Die Expert*innen sowie die befragten Personen weisen der Zusammenarbeit sowie dem allgemeinen Zusammenhalt auf persönlicher, politischer und regionaler Ebene besondere Bedeutung zu. Der Wille und die Bereitschaft zur Zusammenarbeit ist dabei in allen Bereichen von großer Bedeutung und ist in dieser Weise weitgehend in der Region verwurzelt. Diese begründet sich auch in einem überaus stark ausgeprägten Zusammengehörigkeitsgefühl, das

innerhalb der Bevölkerung, aber auch auf gesamtheregionaler Ebene deutlich erkennbar ist. Dieses soziale Bindungsmerkmal wird durch eine breitgefächerte Vereinskultur gemeinde- und regionsübergreifend gefördert. Zudem lässt sich in den Ergebnissen der Empirie eine klare Verbindung zwischen dem Zusammengehörigkeitsgefühl und der Bereitschaft zur Zusammenarbeit feststellen. So wird Zusammenarbeit in der Region, unablässig von der Ebene, ob persönlicher oder politischer Ebene, stets auf Augenhöhe durchgeführt, wodurch sich die Bevölkerung auf eine emotionale, soziale Weise an die Region gebunden fühlt.

Die ökonomischen Bindungsmerkmale zeichnen sich in den durchgeführten Untersuchungen durch die Bedeutung der Industrie und der Wirtschaft in der Region aus. Wie bereits erwähnt, wird der Industrie und der Wirtschaft geteilte Relevanz zugeschrieben, was zu einem identitätsstiftenden Merkmal führt. Die Ursache findet sich den Ergebnissen der Befragungen sowie der Interviews zufolge darin, dass die ansässigen internationalen Großbetriebe wie BMW, SKF und MAN eine Vielzahl an Arbeitsplätzen für die Region offerieren und damit eine große Anzahl der Bevölkerung eine Anstellung direkt in der Region findet. Darüber hinaus sei auch die Geschichte der Region eng mit dem metallverarbeitenden Gewerbe verbunden.

6.5.3. Being identified = Zuschreibungen der NOI-Region

Die Kategorie der Variablen Z, *Being identified*, umfasst sowohl die Zuschreibungen von innen, von Seiten der in der Region wohnhaften Personen, als auch von außenstehenden Personen und steht in einem Zusammenhang mit dem kommunizierten Image der Region.

Als identitätsstiftende Merkmale von außenstehenden Personen konnten anhand der Ergebnisse der Erhebungen folgende gefunden werden: Den Ergebnissen der Erforschung zufolge zeichnet sich die Region durch die Landschaft und die Natur aus. Dabei ist anzunehmen, dass touristische Gäste vor allem aufgrund des Nationalparks die Region aufsuchen. Auch den Traditionen sowie der Freizeitaktivitäten, wie Schifahren, Wandern, Radfahren, Klettern etc, wird in den Angaben der Erhebungen große Bedeutung beigemessen. Ein besonderes Merkmal, das der Region von außen zugeschrieben wird, stellt der Erholungsfaktor dar, der durch die Ruhe, die idyllische Landschaft sowie den Nationalpark und seine naturbelassenen Abschnitte gegeben ist. Weniger bedeutsam fallen die Kategorie Architektur, Industrie und Wirtschaft und die Kultur aus. Aufgrund der Tatsache, dass im Zuge der Untersuchung keine Tourist*innen befragt wurden, kann die Kategorie der Außenzuschreibung auf Basis der Angaben der befragten Personen im Fragebogen gestützt werden. Die vorliegende Außenzuschreibung stützt

sich auf die Angaben der befragten Personen im Fragebogen zur Frage: „Warum kommen, Ihrer Meinung nach, Gäste/ Touristen in die Region?“.

Die Zuschreibungen von innen, die einen ebenso essentiellen Teil der Zuordnung in der Formel der regionalen Identität ausmachen, hingegen werden durch die Ergebnisse beider Forschungsmethoden untermauert. Die Region wird seitens der befragten Personen sowie der Expert*innen in der Beschreibung der Region an eine fremde Person durchwegs positiv konnotiert: Sie wird als abwechslungsreich, landschaftlich schön, jedoch topographisch herausfordernd beschrieben. Die vielfältige und vor allem diverse Flora und Fauna der Region wird dabei immer wieder betont. Als weitere charakterisierende Aspekte werden der ländliche Charme und die Landwirtschaft genannt. Auch das kulturelle Angebot in den Untersuchungsergebnissen immer wieder hervorgehoben. Als Besonderheit wird die Zentralität sowie die geographische Lage der Region betont, die durch die Nähe zu den Städten Steyr, Enns, Linz, Wels und Waidhofen/ Ybbs gegeben ist. Dies führt dazu, dass die Region oftmals als attraktiver Wirtschaft-, Lebens- und Bildungsort beschrieben wird. Auch hier wird Stadt Steyr von den Befragten und den Expert*innen in den qualitativen Interviews eine zentrale Rolle zugesprochen: Aufgrund der historischen Altstadt sowie den Zusammenfluss der Steyr und der Enns findet sich die Stadt als zentrales identitätsstiftendes Element in der Beschreibung der Region.

Darüber hinaus wird der Region von der wohnhaften Bevölkerung laut den Erhebungen, ein Erholungsfaktor zugeschrieben, der sich in der Naturbelassenheit, der Ruhe sowie in der guten Luftqualität und der Nähe zu den Bergen äußert. Auch in dieser Kategorie findet sich die Mentalität der Bevölkerung wieder, denn sie wird verstärkt zur Charakterisierung der Region genutzt. Die Offenheit, Höflichkeit, Bodenständigkeit, die Familienfreundlichkeit sowie alle weiteren positiven Eigenschaften der Bevölkerung sollen zur Attraktivierung der Region beitragen.

In der Kommunikation über die Region wird von den befragten Personen sowie den Expert*innen in den Interviews ebenso die Wirtschaft sowie die Industrie angeführt. In diesem Zusammenhang wird betont, dass die Industrie als wichtiger Impuls für die Region zu werten ist. Zudem wird von einer florierenden und intakten Wirtschaft mit einer großen Anzahl an Arbeitsplätzen sowie von innovativen Entwicklungsansätzen gesprochen. Die Implementierung der Fachhochschule Steyr trage zusätzlich zu einer positiven Reputation der Region bei.

Im nachfolgenden Teilkapitel werden die eingefügten Ergebnisse der Empirie in die „Formel“ der regionalen Identität nach Baumfeld nochmals anhand einer Grafik dargestellt.

6.6. Formel regionaler Identität anhand der NOI-Region

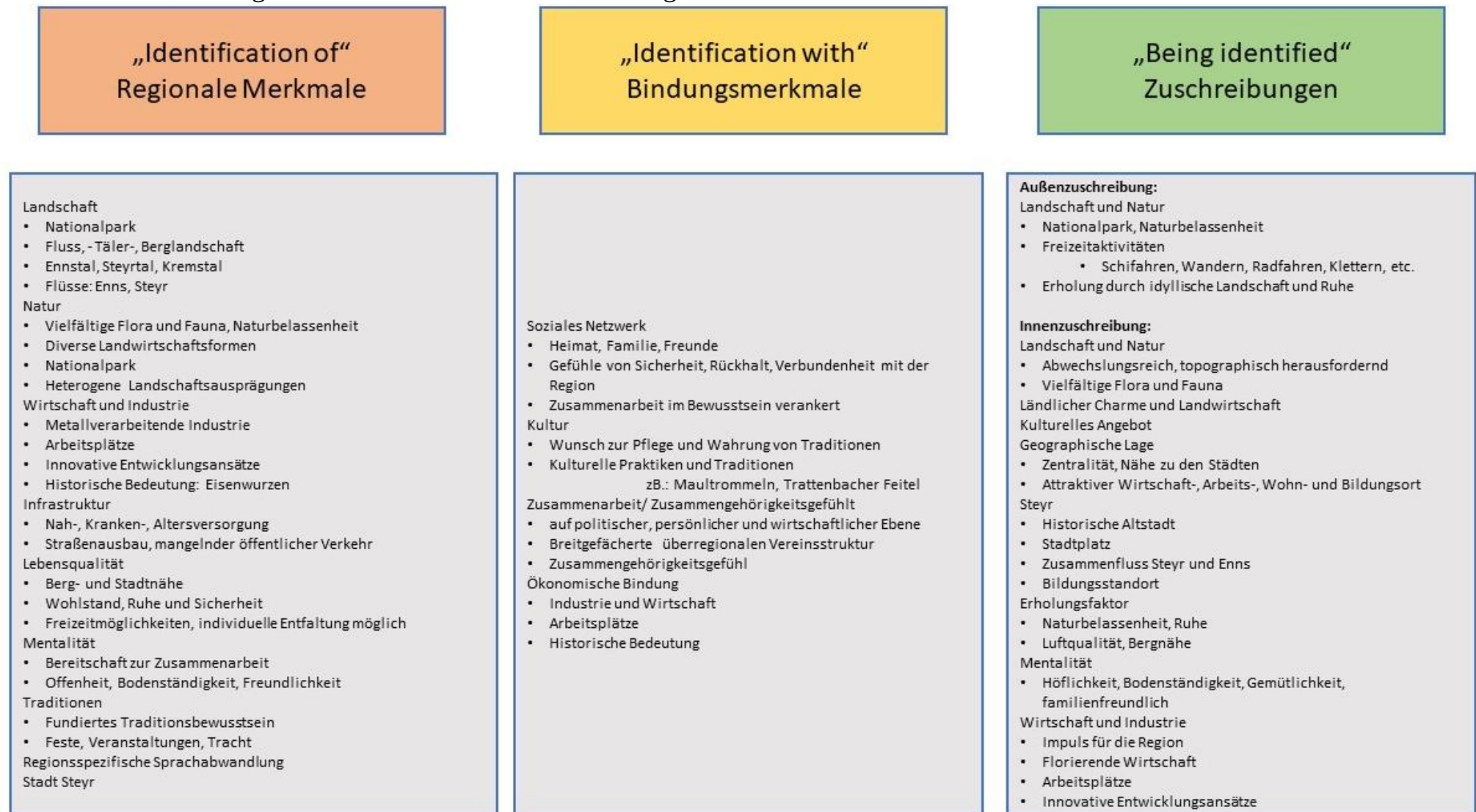


Abbildung 26: Formel regionaler Identität nach BAUMFELD 2011, Quelle: eigene Darstellung.

7. Conclusio

Die Regionale Identität der NOI-Region lässt sich als keine homogene Identität beschreiben, die sich in der gesamten Region widerspiegelt. Sie gestaltet sich um ein Vielfaches komplexer, da es sich um eine Summe multipler Identitäten handelt, denen gemeinsame Identitätsmarker zugrunde liegen. Ziel dieser Arbeit war es, die einzelnen identitätsstiftenden Merkmale zur Konstruktion Regionaler Identität in der NOI-Region zu untersuchen. Am Beispiel der Regionalen Identität der Untersuchungsregion wurden daher gemeinsame Identitätsmarker identifiziert, die als Basis für Handlungsableitung der Regionalentwicklung verwendet werden können.

Auf Basis der Untersuchung konnten eine Vielzahl von Identitätsmarkern zur Konstruktion Regionaler Identität in der Untersuchungsregion identifiziert werden. Diese Ergebnisse wurden in die „Formel“ Regionaler Identität, die auf Baumfeld zurückgeht, implementiert und ergeben somit ein Bild einer multiplen Regionalen Identität. Eine Besonderheit, die sich dabei aufzeigt, sind die verbindenden Identitätsmarker, die in allen Gemeinden und kleinregionalen Identität der NOI-Region vorherrschend sind. Die verbindenden Identitätsmarker, die in jeder kleinregionalen und multiplen Identität der Bevölkerung vertreten sind, dienen der Regionalentwicklung als Ausgangspunkt für zukunftsorientierte, nachhaltige Projekte zur Stärkung Regionaler Identität.

Regionale Merkmale, die als gemeinsame Identitätsmarker untersucht wurden beinhalten landschaftliche, wirtschaftliche und infrastrukturelle Merkmale. Weitere Marker lassen sich den Kategorien Lebensqualität, Mentalität und Traditionen zuordnen. Doch regionale Merkmale stehen stets in Synergie mit Bindungsmerkmalen, da das Individuum nur in Austausch mit sozialen Netzwerken und kollektiven Identitäten die eigene Identität stiften und weiterentwickeln kann. Die Bindungsmerkmale der Untersuchungsregion zeichnen sich durch das soziale Netzwerk, das Zusammengehörigkeitsgefühl sowie die Kultur aus. Das Gefühl eines Regionalbewusstseins spielt innerhalb dieser Kategorie eine besonders wichtige Rolle, da es sich im Wesentlichen durch die emotionale Bindung des einzelnen Individuums zu einem spezifischen Ort, einer spezifischen Region auszeichnet. Ein weiteres Bindungsmerkmal, das sich in multiplen Identitäten widerspiegelt stellt die ökonomische Bindung an die NOI-Region dar, die sich auf die ökonomische Spezifizierung und den damit verbundenen offerierten Arbeitsplätzen zurückführen lässt. Besonders identitätsstiftend in Bezug auf die dritte Variable der „Formel“ wirken die Zuschreibungen und Attribuierungen der Landschaft, Natur, der geographischen Gegebenheiten sowie der Stadt Steyr. Hohe Bedeutung in den Innen- und

Außenzuschreibungen kommt dabei dem Erholungsfaktor, der Mentalität sowie der Wirtschaft und der Industrie zu.

Hinsichtlich der Untersuchungsergebnisse bezugnehmend auf die Forschungsfrage ist festzuhalten, dass der Landschaft sowie der Natur ein identitätsstiftender Charakter zugesprochen wird. Dieser identitätsstiftende Charakter wird durch den Nationalpark Kalkalpen sowie den naturbelassenen Regionsabschnitten verstärkt. Die Bedeutung begründet sich in der hohen Lebensqualität und den vielfältigen Freizeitmöglichkeiten, die sich aufgrund des Nationalparks, der Naturbelassenheit der Region sowie durch die Naturverbundenheit der Bevölkerung ergeben. Zudem tragen diverse naturräumliche Gegebenheiten wie die Tälerlandschaft sowie die allgemeine Anomalie der Landschaft zur Identitätskonstruktion bei. Die heterogenen Landschaftsausprägungen spiegeln sich ebenso in der bedeutenden Rolle wider, die den Flüssen zugesprochen wird. Neben der naturräumlichen Bedeutung wird den Flüssen auch eine historische Bedeutung zugeschrieben, als sie zu Beginn der metallverarbeitenden Industrie für den Transport von Rohstoffen verwendet wurden.

Der Lebensqualität wird in der NOI-Region ebenso ein identitätsstiftender Charakter beigemessen. Dabei sind die Berg- und Stadtnähe sowie die facettenreiche Infrastruktur von Relevanz. Eine facettenreiche Infrastruktur, so wie sie in der Untersuchungsregion gegeben ist, umfasst eine gute ausgebaute Verkehrs- und soziale Infrastruktur. Zudem zeichnet sich das identitätsprägende Merkmal der Lebensqualität durch den Wohlstand der ortsansässigen Bevölkerung aus. Der Wohlstand begründet sich in einer Vielzahl der Industriearbeitsplätze, die in der Untersuchungsregion offeriert werden. In einem Zusammenspiel des Wohlstandes mit der vorherrschenden Ruhe, der Lebensqualität und dem gegenwärtigen sozialen Netzwerk wird ein Gefühl der Sicherheit innerhalb der Bevölkerung geweckt.

Das soziale Netzwerk, das ebenso als Identitätsmarker identifiziert werden konnte, zeichnet sich durch die räumliche Nähe von Familie und Freunden sowie durch eine fundierte, gemeinde- und regionsübergreifende Vereinsstruktur aus. Eine gut vernetzte und stabile Vereinsstruktur löst eine starke Regions- und Ortsverbundenheit bei den einzelnen involvierten Individuen aus. Durch die verstärkte Bereitschaft zur Zusammenarbeit auf persönlicher, politischer und vereinsstruktureller Ebene wird das Zusammengehörigkeitsgefühl in der NOI-Region weiter gefördert. Ein starkes Zusammengehörigkeitsgefühl lässt eine stärkere Bindung zur Region entstehen. In der Untersuchung zeichnete sich ab, dass sich bereits in der Mentalität die Tendenz eines starken Willens zur Zusammenarbeit sowie eines verstärkten Zusammengehörigkeitsgefühls erkennen lässt.

Neben dem sozialen Netzwerk, der Lebensqualität sowie der Natur und Landschaft wirken auch kulturelle Werte als Identitätsmarker. Sprachabwandlungen, mit denen sich ein großer Anteil der ortsansässigen Bevölkerung identifizieren kann sind ebenso als Teil kultureller Werte zu bezeichnen. Dem regionsspezifischen Dialekt wird somit eine bedeutsame Rolle in der Konstruktion Regionaler Identität zugewiesen. Die Begrifflichkeit der kulturellen Werte umfasst zudem das Traditionsbewusstsein, Feste, Veranstaltungen sowie regionsspezifische Tracht sind dabei explizit zu erwähnen. In der NOI-Region zählen neben vielen weiteren Traditionen auch die Steyrtaler Maultrommeln, die Trattenbacher Feitel sowie der Mythos des Christkindls zu den gelebten Traditionen. Aufgrund der hohen Bedeutung kultureller Werte und alter Traditionen für die Konstruktion Regionaler Identität, stellt der Erhalt sowie die verstärkte Pflege alter Traditionen eine wichtige Maßnahme für die Zukunft Regionaler Identität in der NOI-Region dar. Der Geschichte und dem alten Handwerk wird des Weiteren ein identitätsprägender Charakter zugeschrieben. Diesbezüglich kann zusammenfassend festgehalten werden, dass die Geschichte der metallverarbeitenden Industrie und des traditionellen Handwerks, großen Einfluss auf die aktuelle industrielle Spezifizierung der Region hatte.

Die Ergebnisse der durchgeführten Untersuchungen legen dar, dass die Wirtschaft und Industrie ebenso einen essentiellen Beitrag zur Konstruktion Regionaler Identität leisten. Dabei wird von einer grundlegenden emotionalen, wirtschaftlichen und sozialen Prägung der Bevölkerung ausgegangen. Dies zeigt sich in der sozioökonomischen Bindung, die aufgrund der offerierten Arbeitsplätze die Bevölkerung an die Region bindet und damit den Wohlstand innerhalb der Bevölkerung aufrechterhält. Da Industrie und Wirtschaft bereits seit Jahrhunderten das Erscheinungsbild sowie die wirtschaftliche Spezialisierung der NOI-Region prägen, lässt sich die Relevanz dieser Kategorien für die Konstruktion Regionaler Identität auch an der historischen Bedeutung erkennen. Die historische Etablierung von Wirtschaft und Industrie in der Region, allen voran in der Stadt Steyr führte zur Ansiedelung diverser wirtschaftlicher, industrieller Betriebe sowie diverser Bildungseinrichtung und Kompetenzzentren, bis hin zu einer Fachhochschule. All diese Einrichtungen, Betriebe und Kompetenzzentren weisen einen wirtschaftlichen und industriellen Schwerpunkt auf. Diese Entwicklungen wirken sich aufgrund der historischen Relevanz auch in ihrer aktuellen Ausrichtung als Identitätsmarker auf die Regionale Identität aus.

Abschließend kann festgehalten werden, dass sich zentrale identitätsstiftende Merkmale zur Konstruktion Regionaler Identität als Identitätsmarker feststellen lassen, die in ihrer Summe, in spezifischen Fällen ergänzt durch multiple Identitäten, Regionale Identität in der NOI-Region

konstruieren. Unter spezifischen Fällen sind bereits etablierte kleinregionale Identitäten oder multilokale, durch diverse Arbeits- und Wohnorte hervorgerufene Identitäten zu verstehen. Um die regionalen Identitätsmarker zukunftsorientiert zu stärken gilt es seitens der Regionalentwicklung Maßnahmen und Handlungen zu setzen, die unter Berücksichtigung der bereits vorherrschenden kleinregionalen Identität, den Erhalt sowie die Weiterentwicklung der einzelnen Identitätsmarker forcieren. Projekte zur Entwicklung einer gemeinsamen Regionalen Identität sollten folglich nicht angestrebt werden. Die begründet sich in der Vielzahl an vorherrschenden kleinregionalen Identitäten und der naturräumlichen Disparitäten. Eine überregionale gemeinsame Identität, der LEADER-Regionen Nationalpark Kalkalpen, Traunviertler Alpenvorland und Linz-Land sowie der Stadt Steyr würde der gelebten Regionalen Identität der ansässigen Bevölkerung nicht entsprechen. Aus diesem Grund umfasst der Beitrag, den die Region zur Stärkung Regionaler Identität leisten kann Projekte, Maßnahmen und Vorhaben zur Stärkung der zentralen Identitätsmarker. Vorschläge zu möglichen Handlungsweisen sowie zu tätigen Maßnahmen sind im Folgenden dargestellt.

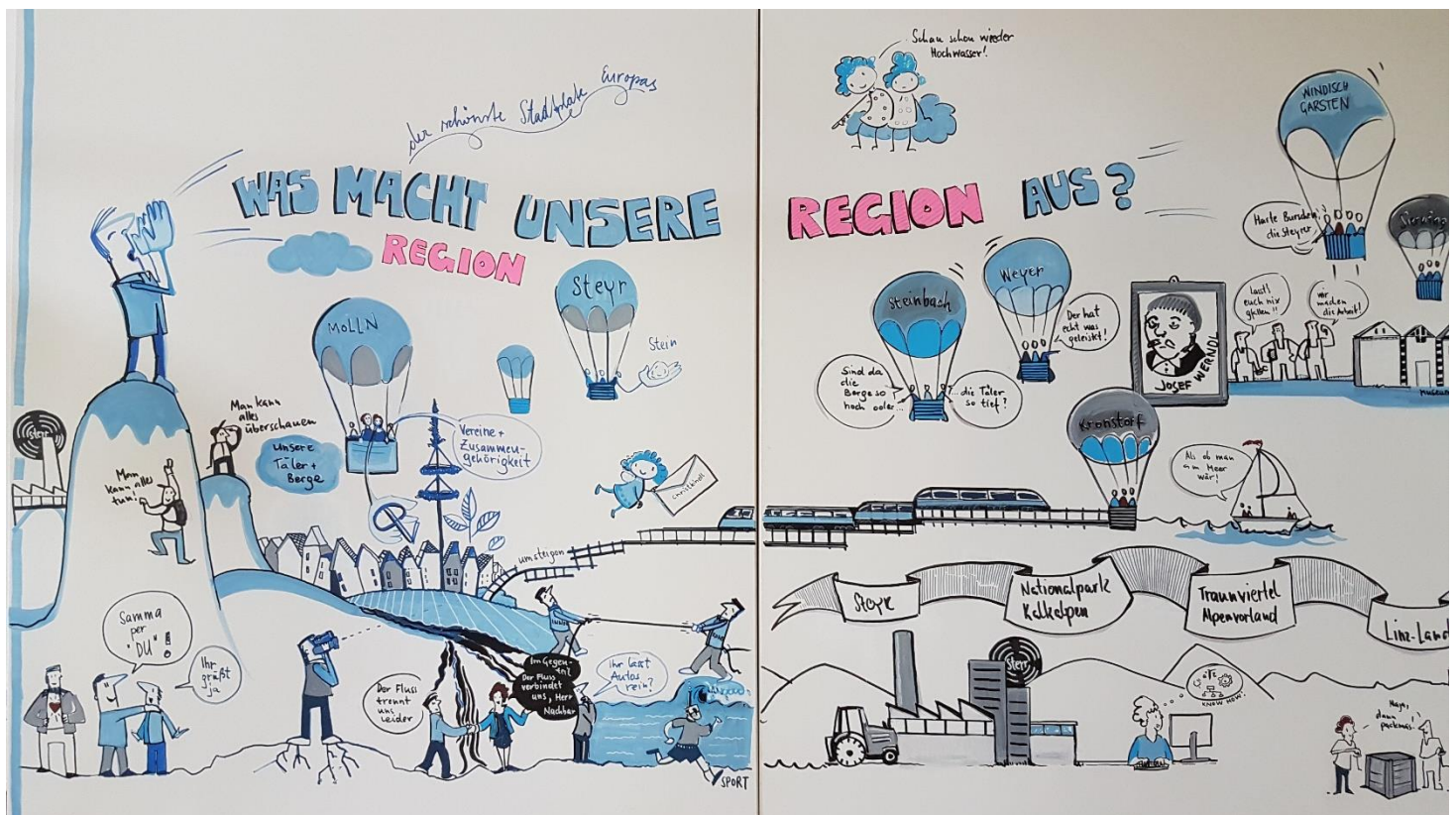


Abbildung 27: Was macht unsere Region aus? Quelle: Nature of Innovation, Auftaktworkshop, online: <https://www.nature-of-innovation.com/projekte/regionale-identitaet/> (06.10.2019).

7.1. Handlungsableitungen

Aufbauend auf den Ergebnissen der Untersuchung zu den einzelnen Identitätsmarkern zur Konstruktion Regionaler Identität lassen sich Handlungsableitung formulieren, um die Untersuchungsergebnisse für die Regionalentwicklung nachhaltig zu nutzen. Daher werden im Folgenden Maßnahmen und Handlungsableitung für die Regionalentwicklung vorgestellt.

Um von einer Regionalen Identität sprechen zu können, bedarf es den ortszentrierten Fokus durch regionsübergreifende Ansätze auszuweiten. Dabei gilt es die kleinregionale Identität, wie sie in den Tälern vorhanden ist, zu respektieren, zu wahren und als solide Ausgangsbasis zu verwenden. Als Handlungsableitung für die Regionalentwicklung lässt sich daher festhalten, dass eine verstärkte überregionale Zusammenarbeit in verschiedenen Bereichen entlang der Identitätsmarker unter Berücksichtigung der Einbindung der regionsansässigen Bevölkerung zur Konstruktion einer regionalen Identität beitragen kann. Diese Maßnahme setzt eine Neuorientierung der Gemeinden hin zu einer Regionszentrierung voraus.

Es ist von großer Relevanz, die Regionale Identität zu stärken, da sie als einer der grundlegendsten Aspekte für den Verbleib sowie für die Rückkehr in die Region gewertet werden kann. Da aus den Ergebnissen der vorliegenden Arbeit hervorgeht, dass nicht von einer gemeinsamen regionalen Identität, sondern von multiplen Identitätsmarkern ausgegangen werden kann, ist eine gemeinsame Strategie der Gemeinden der Region zur Kommunikation dieser Anker nach außen essentiell. Die regionsbestimmende Vielfalt verhindert die Konstruktion einer gemeinsamen regionalen Identität in der NOI-Region, daher sind weitere Maßnahmen zur Förderung der überregionalen Zusammenarbeit und des Zusammengehörigkeitsgefühls zu entwickeln, um die vorhandenen Identitätsmarkern zu fördern. Die Aufgabe der Regionalentwicklung liegt nicht darin eine gemeinsame Regionale Identität zu generieren und diese der Bevölkerung zu offerieren, sondern eher darin die Maßnahmen entlang der regionsübergreifenden, zusammenhaltenden Identitätsmarkern zu setzen.

Zudem kann die Stärkung der erhobenen Identitätsmarker in der Kommunikation nach außen, vor allem im Marketingbereich, für kommerzielle Zwecke von großer Relevanz sein, um sich von den konkurrierenden Regionen abzugrenzen und die heterogenen Gemeinden als eine Region wahrzunehmen. Somit lässt sich nicht nur auf individueller, sozialer und menschlicher Ebene ein Nutzen der regionalen Identität erkennen, sondern auch für die Region selbst, um die Kommunikation nach außen und das Image zu verbessern.

Um die Ergebnisse in weiterer Folge zu konkretisieren und auch praxisorientiert anzuwenden, ist die Entwicklung konkreter Handlungsableitungen und Marketingmaßnahmen anzustreben.

Konkrete Handlungsableitungen

- Überregionale Feste mit kulturellen und kulinarischen Schwerpunkten

Eine Handlungsableitung, die auf Basis der Untersuchungsergebnisse vorgeschlagen werden kann, sieht die Veranstaltung überregionaler Feste mit kulturellen und kulinarischen Schwerpunkten in den Städten bzw. Kleinregionen, wie dem Steyrtal, vor. Diese Veranstaltungen sollen der ortsansässigen Bevölkerung die Kultur, die kulinarischen Besonderheiten sowie die kleinregionalen Traditionen thematisieren. Dabei soll aber auch durch die kooperierende Organisation der einzelnen Gemeinden der Austausch und die Zusammenarbeit im Sinne einer gemeinsamen Region gestärkt werden. In einem rotierenden Zyklus wird dieses Fest in allen involvierten Gemeinden der Region stattfinden. Darüber hinaus kann dieses Fest auch zur Markenproduktion beitragen und als Marke kommuniziert werden. Als ähnliches Beispiel dafür kann der „Markt der Regionen“ dienen, der im Rahmen des NOI-Prozesses initiiert wurde.

- Bewusstseinsbildung

Die Konstruktion einer gemeinsamen Marke ist nicht nur für die Regionale Identität der jeweiligen Region von Bedeutung, sondern auch für das Marketing und in weiterer Folge für die Vermarktung nach außen. Es ist von Vorteil, den Außenauftritt in einer einheitlichen Kommunikation zu gestalten, wie es im Most- oder Waldviertel der Fall ist. Doch um dies zu erreichen ist es vorerst wichtig, innerhalb der Gesellschaft eine Marke zu implementieren. Dafür ist die Bewusstseinsbildung der ansässigen Bevölkerung anzustreben. Dies soll bereits im Kindergarten bzw. in der Volksschule geschehen. Dieser Vorschlag beinhaltet keine Indoktrination von Werten oder ähnlichem, sondern lediglich das Kennenlernen der eigenen Region, durch Spaziergänge, Wanderungen und mit Lerninhalten gefüllten Führungen durch den Nationalpark, die Stadt Steyr oder die einzelnen Täler. Dabei sollen Inhalte die Kultur, Natur, Geschichte und die Wirtschaft betreffend auf einer spielerischen Entdeckungsreise vermittelt werden. Dadurch wird die Region für die junge Generation der Bevölkerung spürbar gemacht und vor allem auch nähergebracht. Diese Führungen können in weiterer Folge natürlich auf ältere Altersstufen ausgeweitet werden.

Es ist von großer Bedeutung, die eigene Region zuerst kennenzulernen, bevor eine Marke, eine Bildsprache für den Außenauftritt generiert werden kann. Daher sieht die Autorin dies als langjährigen Prozess. Die Konstruktion einer Marke könnte sich durch die intensive Beschäftigung mit der eigenen Region, mit den regionalen Identitätsmarkern der NOI-Region ergeben. Dafür sollte die Region jedoch zuerst der ansässigen Bevölkerung sowie den regionalen Akteur*innen nähergebracht werden.

In diesen Zusammenhang ist es von Bedeutung nochmals darauf hinzuweisen, dass kein Projekt durchgeführt werden sollte, das die Intention verfolgt, eine starre gemeinsame Regionale Identität zu erzeugen. Ein solcher Prozess würde sich für die Gesellschaft Vorort nicht als positiv erweisen. Der regionalen Bevölkerung darf keine gemeinsame Regionale Identität aufgetragen werden, die nicht selbst von ihr als solche empfunden wird. Die Region weist dafür zu viele multiple Identitäten auf. Daher sollten Projekte initiiert werden, die sich an den beforschten Identitätsmarkern orientieren, um diese zu stärken.

7.2. Weiterführende Untersuchungen

In Bezug auf die weitere Forschung diesbezüglich wäre es interessant eine ähnliche Untersuchung in 10 Jahren nochmals durchzuführen, um ein Bild der Entwicklungen feststellen zu können. Die weiterführende Beschäftigung mit der Thematik in der Region soll demnach auch aufzeigen, inwiefern sich die hier angeführten Handlungsableitungen und Denkanstöße in der Umsetzung wiedergefunden haben. Im Vergleich mit der vorliegenden Arbeit könnte die Weiterentwicklung bzw. Stärkung Regionaler Identität in der NOI-Region unter Berücksichtigung der Theorie „Raumbezogene Identität, Bausteine zur einer Theorie räumlich-sozialer Kognition und Identifikation“ (WEICHHART 1990) von Peter Weichhart und der praxisorientierten Theorie „Regionale Identitäten gestalten“ (BAUMFELD 2011) von Leo Baumfeld beforscht werden. Besonders interessant wäre eine Untersuchung unter Miteinbeziehung der *historischen bzw. vererbten Identität*, die in der Theorie von Werthmüller „Räumliche Identität als Aufgabenfeld des Städte- und Regionenmarketing“ besonders betont wird, vorzunehmen. (vgl. WERTHMÖLLER 1994: 103-104.)

Die stetige Auseinandersetzung mit der Neuentwicklung, Intensivierung und Erweiterung Regionaler Identität könnte klaren Aufschluss über die konkreten Einflussfaktoren in Zeiten mobiler und multilokaler Gesellschaften geben. Dabei müssen jedoch die gesellschaftspolitischen, sozioökonomischen, ökologischen und kulturellen Entwicklungen unter Betracht der regionalen Identität miteinbezogen werden. Diese Erkenntnisse könnten

besonders für die Regionalentwicklung einen wichtigen Beitrag leisten, um ein grundlegendes Bild der Stärken, Schwächen und vor allem Chancen der eigenen Region zu erlangen.

Darüber hinaus wäre eine ähnliche Untersuchung für die einzelnen LEADER-Regionen Interesse, bei der die Regionale Identität innerhalb einer kleineren Teilregionen untersucht wird. Zwar wird seitens der involvierten Akteur*innen stets ein regionsübergreifender Begriff für die vorliegende Region fixiert, trotzdem wäre es anzudenken, die Region in einzelne bereits etablierte Teilregionen zu gliedern und die Regionsmarken, so wie sie überregional angestrebt werden, dahingehend zu entwickeln und zu forcieren.

Zur weiteren Untersuchung der Thematik könnten Menschen, die nicht in der Region wohnhaft sind nach identitätsstiftenden Merkmalen der Region befragt werden, um die Sicht von externen Personen auf die Region abdecken zu können. Darüber hinaus ist in Bezug auf die Handlungsableitungen Verbesserungspotenzial vorliegend. Die angeführten Handlungsempfehlungen basieren auf den Vorschlägen der Expert*innen, der befragten Personen sowie der Ideen der Autorin. Dies deckt nicht alle Sichtweisen ab, die im Prozess der Ideenentwicklung miteinbezogen werden sollten. Im Zuge weiterer Untersuchungen könnten dahingehende Best-Practice-Beispiele kontextualisiert und angeführt werden.

7.3. Kritik am Untersuchungsdesign

Kritik, die an der vorliegenden Untersuchung geäußert werden kann bezieht sich auf die Stichprobengröße der befragten Personen in der NOI-Region. Zwar wurde in der Erhebung auf ein ortsvielfältiges Sample sowie die Ortsausgewogenheit der involvierten Teilregionen geachtet. Nichtsdestotrotz handelt es sich bei 235 generierten Fragebögen um keine statistisch repräsentative Stichprobe. So ist hervorzuheben, dass die Befragung nicht als hundertprozentig repräsentativ zu werten ist. In Bezug auf den angewandten Fragebogen lässt sich eine Limitation hinsichtlich fehlender außenstehender Personen feststellen. Die vorliegende Außenzuschreibung stützt sich daher lediglich auf die Angaben der befragten, ortsansässigen Personen im Fragebogen zur Frage: „Warum kommen, Ihrer Meinung nach, Gäste/ Touristen in die Region?“ und darauf wie ihrem Empfinden nach Außenstehende über die Untersuchungsregion sprechen.

Eine weitere Grenze der durchgeführten Untersuchung zeichnet sich bei der qualitativen Untersuchung mittels Expert*inneninterviews ab. Die Anzahl der Expert*innen war aufgrund des zeitlichen Rahmens sowie dem Seitenausmaß der vorliegenden Untersuchung auf lediglich sieben Personen beschränkt. Trotzdem wurden bei der Auswahl die politische, berufliche Funktion und der Bezug zur Region der Expert*innen berücksichtigt, um auf Ausgewogenheit zu achten. Bei zukünftigen Untersuchungen dieser Art sollten daher mehr Expert*innen als Interviewpartner*innen fungieren.

Doch nicht nur in der Erhebung der empirischen Daten lässt sich Kritik an der Untersuchung äußern, sondern auch in der qualitativen Analyse nach Mayring. Eine qualitative Analyse dieser Art kann kein rein objektives Ergebnis generieren, da stets subjektive Einflüsse der Autorin sowie des*der Expert*in miteinfließen. Um den entgegen zu wirken wurde auf eine Ableitung der Kategorien aus den Theoriekapitel geachtet.

8. Literaturverzeichnis

ABELS H. (2017): Identität, Hagen.

ASCHAUER W. (1990): Zum Nutzen von „Ethnizität“ und „Regional-“ oder „Heimatbewusstsein“ als Erklärungskategorien geographischer Theoriebildung. Ein kritischer Beitrag zur laufenden Diskussion über Heimat und Regionalbewusstsein in den Sozialwissenschaften, Kritische Geographie Reihe 1, 7, Wien.

BAUMFELD L. (2011): Regionale Identitäten gestalten, Wien.

BLOTEVOGEL H. H., HEINRITZ G., POPP H. (1986): Regionalbewusstsein, Bemerkungen zum Leitbegriff einer Tagung, In: Berichte zur deutschen Landeskunde 60 (1), S. 103-114.

BLOTEVOGEL, H., HEINRITZ, G., POPP, H. (1987): Regionalbewusstsein – Überlegungen zu einer geographisch-landeskundlichen Forschungsinitiative. Informationen zur Raumentwicklung, Heft 7-8, S. 409-418.

BLOTEVOGEL, H., HEINRITZ, G., POPP, H. (1989). Regionalbewusstsein. Zum Stand der Diskussion um einen Stein des Anstoßes. Geographische Zeitschrift, 65-88.

BONFADELLI H. (2008): Jugend, Medien und Migration. Empirische Ergebnisse und Perspektiven. Wiesbaden: VS Verlag.

BRIESEN D. (1994): Historische Ausprägung und historischer Wandel von regionaler Identität in ausgewählten Montanregionen, Einleitung zu einem Abschlussbericht, In: Briesen D., Gans R., Flender A. (Hg.): Regionalbewusstsein in Montanregionen im 19. und 20. Jahrhundert, Saarland – Siegerland – Ruhrgebiet, S. 7-47.

CHILLA T., KÜHNE O., NEUFELD M. (2016): Regionalentwicklung – Stuttgart.

DANIELZYK R., KRUEGER R. (1990): Ostfriesland: Regionalbewusstsein und Lebensformen: ein Forschungskonzept und seine Begründung, Oldenburg.

DANIELZYK Rainer (2001): Regionalmarketing und die Konkurrenz der Regionen, In: Stadt- und Regionalmarketing – Vermarktung von Stadt und Region? Vorträge eines Symposiums in Frankfurt am Main am 09.11.2001, Frankfurt, 39-52.

ESSER, H. (1987). Lokale Identifikation im Ruhrgebiet. Zur allgemeinen Erklärung einer speziellen Angelegenheit, Informationen zur Raumentwicklung, Heft 3, 109-118.

FISCHER Tatjana (2014): Weggehen. Zurückkommen. Verbunden bleiben, Wanderungs- und Bleibeverhalten junger Menschen im Alter von 20 bis 29 Jahren in peripheren ländlichen Regionen am Beispiel der LEADER Region Nationalpark Kalkalpen – Motive und Handlungsansätze, Wien.

GRAUMANN C. F. (1983): On Multiple Identities, In: International Social Science Journal 35,2., S. 309-321.

HÄDER M. (2015): Empirische Sozialforschung, eine Einführung, 3. Auflage, Wiesbaden.

IVANISIN M. (2006): Regionalentwicklung im Spannungsfeld von Nachhaltigkeit und Identität, Wiesbaden.

JENKINS R. (2008): Social Identity, 3. Auflage, London.

JOHN R. (1998): Regionale Identität: Strategie und Diskurs im Raum Berlin-Brandenburg, In: BISS public, H. 25, 8. Jg., 1. Halbjahresband, S.71-91, Berlin.

JOHNSEN, J. B. (2008): Regionalbewusstes Verhalten. Erklärungsansatz unter besonderer Berücksichtigung der Wirkung von Regionenmarken, Bern.

KEUPP H. (1999): Identitätskonstruktionen: das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne, Reinbek bei Hamburg.

KRANEPUHL, S. (2008). Regionale Identität als Instrument der Regionalentwicklung – Identitätsstiftende Maßnahmen von Politik und Verwaltung. In: Friedrich K., Schultz A.: Brain drain oder brain circulation? Konsequenzen und Perspektiven der Ost-West-Migration, Leipzig, S. 113-122.

Kromrey, H. (2006). Empirische Sozialforschung, Stuttgart

KÜHNE O., SPELLERBERG A. (2010): Heimat in Zeiten erhöhter Flexibilitätsanforderungen, Empirische Studien im Saarland, Wiesbaden.

LEADER REGION LINZ-LAND (2017): Lokale Entwicklungsstrategie, Brücken bauen. Zukunft gestalten, Linz.

LEADER REGION TRAUNVIERTLER ALPENVORLAND (2015): Lokale Entwicklungsstrategie 2020, „Menschen stärken“, Stand 06/2015, Steinbach/Steyr.

LEADERREGION NATIONALPARK OÖ. KALKALPEN (2013): Lokale Entwicklungsstrategie, Steinbach/ Steyr.

- LILLI W., DIEHL M. (1999): Regionale Identität in der Kurpfalz und in Südhessen: Untersuchungen zur Raumwahrnehmung, Raumbindung und Bewahrung nationaler Identität, In: Bornewasser, M., Wakenhut, R. (Hg.): Ethnisches und nationales Bewusstsein. Zwischen Globalisierung und Regionalisierung, Frankfurt, S. 101-121.
- MAYRING P. (2015): Qualitative Inhaltsanalyse, Grundlagen und Techniken – Weinheim und Basel.
- MEAD G. (1934): Mind Self and Society from the Standpoint of a Social Behaviorist, University of Chicago.
- MEIER-DALLACH, H.-P. (1980). Räumliche Identität – Regionalistische Bewegung und Politik. Informationen zur Raumentwicklung, Heft 5, 301-313
- MÜHLER, K., OPP, K.D. (2004): Region und Nation, Zu den Ursachen und Wirkungen regionale und überregionaler Identifikation, Wiesbaden.
- ÖROK (Hrsg.) (2017): Fortschrittsbericht 2017 Österreichs zur Umsetzung der STRAT.AT 2020 – Wien.
- OTTOMEYER K. (2000): Fremdenfeindlichkeit als Selbstwertdroge, In: Berghold J., Menasse E., Ottomeyer K. (Hg.) Trennlinien. Imaginationen des Fremden und Konstruktion des Eigenen, Klagenfurt, S. 17-34.
- POHL J. (1993): Regionalbewusstsein als Thema der Sozialgeographie, theoretische Überlegungen und empirische Untersuchungen am Beispiel Friaul, Lasselben.
- REITERER A. F. (2004): Grenzziehungen. Zwischen nationalen Vorurteilen und sozialen Hierarchien, Minderheiten und Minderheitenpolitik in Europa, Band 6, Frankfurt am Main.
- ROHRBACH Ch. (1999): Regionale Identität im Global Village – Chance oder Handicap für die Regionalentwicklung, Frankfurt.
- SCHINDEGGER F. (1999): Raum. Planung. Politik, Ein Handbuch zur Raumplanung in Österreich – Wien.
- SCHÖNWALD A. (2012): Identitäten und Stereotype in grenzüberschreitenden Verflechtungsräumen, Das Beispiel der Großregion, Wiesbaden.
- STATISTIK AUSTRIA (2005): Regionaldaten Österreichs in NUTS-Gliederung, In: Statistisches Jahrbuch 2005, Statistik Austria (Hrsg.), Wien, S. 482 – 507.

TREUNER P. (Hrsg.) (1995): Handwörterbuch der Raumordnung, Akademie für Raumordnung und Landesplanung, Hannover.

WAGNER P. (1995): Soziologie der Moderne, Freiheit und Disziplin, Frankfurt.

WALDENFELS B. (1987): Heimat in der Fremde, In: Informationen zur Raumentwicklung 7/8, S. 485-494.

WEICHHART P. (1990): Raumbezogene Identität, Bausteine zu einer Theorie räumlich-sozialer Kognition und Identifikation, In: Erdkundliches Wissen, Schriftenreihe für Forschung und Praxis, Heft 102, Stuttgart.

WEICHHART P., WEISKE C., WERLEN B. (2006): Place Identity und Images: das Beispiel Eisenhüttenstadt, Wien.

WEICHHART P. (2018): Grenzen, Territorien, Identitäten, In: Grenzen, Theoretische, konzeptionelle und praxisbezogene Fragestellungen zu Grenzen und deren Überschreitung, Heintel M., Musil R., Weixlbaumer N. (Hrsg.), Wien, S. 43-63.

WERLEN B. (1997): Sozialgeographie alltäglicher Regionalisierung, In: Globalisierung, Region und Regionalisierung, Bd 2, Stuttgart.

WERTHMÖLLER E. (1994): Räumliche Identität als Aufgabenfeld des Städte- und Regionenmarketing: ein Beitrag zur Fundierung des Placemarketing, Frankfurt.

ZIMA P. V. (2000): Theorie des Subjekts. Subjektivität und Identität zwischen Moderne und Postmoderne, Tübingen.

8.1. Onlinequellen

AMT DER OÖ. LANDESREGIERUNG (2014): Arbeitsstätten 2011, Census 2011, Vergleich mit 2001, online unter: https://www.land-oberoesterreich.gv.at/Mediendateien/Formulare/DokumenteAbt_Stat/InfoStat_Arbeitsstaetten.pdf (23.08.2019).

EUROPÄISCHES PARLAMENT: Verordnung (EG.) NR. 1059/2003 des europäischen Parlaments und des Rates vom 26. Mai 2003, online unter: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:02003R1059-20180118&from=DE> (04.10.2019).

EUROSTAT, NUTS - NOMENCLATURE OF TERRITORIAL UNITS FOR STATISTICS, online unter: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/nuts/background> (23.08.2019).

FH OÖ: Campus Steyr, Studienangebot, online unter: <https://www.fh-ooe.at/campus-steyr/> (21.08.2019).

LEADER KALKALPEN, 22 Gemeinden, online unter: <https://www.leader-kalkalpen.at/region/gemeinden/> (31.07.2019).

LEADER KALKALPEN, Die LEADER Region, online unter: <https://www.leader-kalkalpen.at/region/nationalparkregion/> (31.07.2019).

LEADER Region LINZ-LAND, Verein, Region, online unter: <https://www.linz-land.at/verein/region> (05.08.2019).

NATIONALPARK REGION: WILDBACH ERLEBNISWEG, online unter: <https://www.nationalparkregion.com/urlaubsinfos/museen/wildbach-erlebnisweg.html> (02.10.2019).

NATURE OF INNOVATION: P03 Regionale Identität, online unter: <https://www.nature-of-innovation.com/projekte/regionale-identitaet/> (07.10.2019).

NATURE OF INNOVATION: Über NOI, online unter: <https://www.nature-of-innovation.com/ueber-noi/> (31.07.2019).

STEYR AM NATIONALPARK: Wirtschaftsstandort, online unter: <https://www.business-steyr.at/hotspot-steyr/wirtschaftsstandort.html> (21.08.2019).

VEREIN FAZAT STEYR (2019): Verein Fazat, online unter: <https://tic-steyr.at/steyr-innovativ/fazat/home> (21.08.2019).

STADT STEYR: BUERGERSERVICE, online unter:

https://www.steyr.gv.at/BUeRGERSERVICE/STADT_STEYR_Daten_Geschichte/Zahlen_Fakten (26.08.2019.)

8.2. Erhobene Daten

JELL T. (2019): Befragung zur regionalen Identität in der NOI-Region, Fb.Nr. 56, Universität Wien.

JELL T. (2019): Befragung zur regionalen Identität in der NOI-Region, Fb.Nr. 70, Universität Wien.

JELL T. (2019): Befragung zur regionalen Identität in der NOI-Region, Fb.Nr. 130, Universität Wien.

JELL T. (2019): Interview 1, aufgenommen, am 21.06.2019.

JELL T. (2019): Interview 2, aufgenommen, am 01.07.2019.

JELL T. (2019): Interview 3, aufgenommen, am 04.07.2019.

JELL T. (2019): Interview 4, aufgenommen, am 09.07.2019.

JELL T. (2019): Interview 5, aufgenommen, am 04.07.2019.

JELL T. (2019): Interview 6, aufgenommen, am 16.07.2019.

JELL T. (2019): Interview 7, aufgenommen, am 11.07.2019.

9. Anhang

9.1. Fragebogen

NOI Region Bewohnerbefragung 2019

Regionale Identität

Informationen zur Befragung:

Fragebogen Nr. _____

Interviewer*in/ Nr.: _____

Ortschaft/ Adresse: _____

Datum/ Uhrzeit: _____

Guten Tag, wir sind Studierende des Instituts für Geographie und Regionalforschung der Universität Wien und führen eine Befragung zum Thema der Regionalen Identität durch. Die Befragung wird im Rahmen eines Forschungsprojekts der NOI Region (Nature of Innovation) durchgeführt. Dabei liegt der Fokus auf der regionalen Identität Ihrer Region. Gemäß der NOI Region zählen dazu folgenden Gebiete: LEADER Region Nationalpark Kalkalpen, Traunviertler Alpenvorland, Linz-Land und die Stadt Steyr. Die Ergebnisse dienen der Entwicklung neuer Projekte zur Aufwertung des ländlichen Raumes. Mit diesem Fragebogen können Sie einen Beitrag zur Entwicklung Ihrer Region leisten. Bitte nehmen Sie sich kurz Zeit, um folgende Fragen zu beantworten. Die Befragung ist selbstverständlich anonym!

1. Persönlicher Bezug

1.1. Mit welchen Begriffen verbinden Sie die Region?

1.2. Warum haben Sie sich für diesen Ort als Wohnort entschieden?

(Mehrfachnennungen möglich)

☐ ¹ bin hier aufgewachsen

☐ ² Beruf

☐ ³ Partner/ Partnerin

☐ ⁴ Landschaft/ Natur

☐ ⁵ Sonstiges _____

1.3. Wie wohl fühlen Sie sich an ihrem Wohnort?



nicht wohl

sehr wohl

1.4. Was ist besonders identitätsstiftend in der Region?

1.5. Was zeichnet die Region Ihrer Meinung nach aus? (Mehrfachnennungen möglich)

- | | | |
|---|---|---|
| ☐ ¹ Nationalpark | ☐ ² Industrie | ☐ ³ Geschichte (Eisenabbau) |
| ☐ ⁴ Mostkultur | ☐ ⁵ Kultur | ☐ ⁶ Natur/ Landschaft |
| ☐ ⁷ Täler | ☐ ⁸ Traditionen | ☐ ⁹ Stadt Steyr |
| ☐ ¹⁰ Sonstiges: _____ | | |

2. Image und Außenzuschreibungen

2.1. Warum kommen, Ihrer Meinung nach, Gäste/ Touristen in die Region?
(Mehrfachnennungen möglich)

- | | | |
|---|--|--|
| ☐ ¹ Landschaft/ Natur | ☐ ² Erholung | ☐ ³ Nationalpark Kalkalpen |
| ☐ ⁴ Kultur (Most etc.) | ☐ ⁵ Sport und Erlebnis (Wandern, Schifahren) | |
| ☐ ⁶ Architektur | ☐ ⁷ Traditionen (zB.: Christkindlamt) | |
| ☐ ⁸ Industrie und Wirtschaft (BMW, Steyr-Werke) | | |

2.2. Wie würden Sie die Region einer fremden Person beschreiben?

2.3. Hat sich das Image der Region in den letzten Jahren/ Jahrzehnten verändert?

- | | |
|--|---|
| ☐ ¹ ja | ☐ ² nein |
| wenn ja: Hat es sich verbessert? | ☐ ¹ ja ☐ ² nein |
| warum? _____ | |

3. Regionsauffassung

3.1. Funktioniert Ihrer Meinung nach, die Zusammenarbeit der Gemeinden in der Region gut?

- | | |
|--|--|
| ☐ ¹ Ja | ☐ ² Nein |
| Wenn ja, Warum? _____ | |

Wenn nein, Warum? _____

3.2. Abgesehen von Ihrem Heimatort: welches thematische Viertel würde Sie der NOI Region noch zuordnen? (Mehrfachnennungen möglich)

- ☐¹ Nationalpark Kalkalpen ☐² Linz-Land ☐³ Steyr/ Stadt
☐⁴ Ennstal ☐⁵ Steyrtal
☐⁶ Traunviertler Alpenvorland ☐⁷ Sonstiges: _____

4. Regionsbewusstsein

4.1. Persönlich sehen Sie sich als: (Mehrfachnennungen möglich)

- ☐¹ Ennstaler*in ☐² Steyrtaler*in ☐³ Steyrer*in
☐⁴ Oberösterreicher*in ☐⁵ Österreicher*in ☐⁶ Traunviertler*in
☐⁷ Europäer*in ☐⁸ Bewohner*in Ihres Dorfes: _____

4.2. Existiert in der Bevölkerung ein Regionsbewusstsein? (Mehrfachnennungen möglich)

- ☐¹ ja ☐² nein

Wenn ja: Welches der folgenden Merkmale sehen Sie als Gemeinsamkeit in der Region?

- ☐¹ gemeinsam gepflegte Traditionen ☐² Vereine
☐³ Kultur ☐⁴ starke Bindung zur Gemeinde
☐⁵ starke Bindung zur Region ☐⁶ Gegenseitige Wertschätzung
☐⁷ Zuzug gut ausgebildeter junger Menschen in die Region
☐⁸ Zusammenarbeit der Gemeinden für Verbesserungen in der Region
☐⁹ positiver Zusammenhalt und Unterstützung der Bevölkerung innerhalb der Region
☐¹⁰ Bewahrung der Tälerlandschaften ☐¹¹ eisenverarbeitende Industrie
☐¹² Sonstiges: _____

4.3. Sollten Maßnahmen getroffen werden um das Regionalbewusstsein in der Region zu stärken?

- ☐¹ ja ☐² nein

Wenn ja: Welche Maßnahmen sollten getroffen werden? (Mehrfachnennungen möglich)

- ☐¹ Revitalisierung gemeinsamer Traditionen
☐² Revitalisierung identitätsstiftender Architektur (Vierkanthöfe etc.)
☐³ moderner Auftritt der regionalen Produkte
☐⁴ gemeinsame moderne Marketingstrategie
☐⁵ Bewahrung alter Traditionen
☐⁶ Vernetzungsmöglichkeiten in den großen Städten (zB: Linz, Graz, Wien, Salzburg, etc)
☐⁷ Tradierung besonders identitätsstiftender Kultur (zB: Rezepte, Dialekte, Lebensweisen)
☐⁸ Konstruktion eines gemeinsamen Nenners
☐⁹ Sonstiges: _____

4.4. Was wünschen Sie sich für die Zukunft der Region?

5. Personenbezogene Angaben

5.1. Geschlecht

☐¹ männlich

☐² weiblich

5.2. Familienstand

☐¹ ledig

☐² verheiratet bzw. in Partner*innenschaft lebend

☐³ geschieden

☐⁴ verwitwet

5.3. Zu welcher Altersgruppe zählen Sie?

Alter: _____ Jahre

5.4. Was ist Ihre höchste abgeschlossene Schulbildung?

☐¹ Pflichtschule

☐² Lehre

☐³ Matura

☐⁴ Hochschule/ Universität

☐⁵ Sonstiges: _____

5.5. Welchen Beruf üben Sie derzeit aus?

☐¹ Angestellte*r

☐² Arbeiter*in

☐³ Auszubildende*r

☐⁴ selbstständig

☐⁵ Beamter/ Beamtin

☐⁶ Schüler*in

☐⁷ Student*in

☐⁸ Landwirt*in

☐⁹ Pensionist*in

☐¹⁰ Karenz

☐¹¹ Sonstiges: _____

5.6. Pendeln Sie zur Arbeit?

☐¹ ja

☐² nein

Wenn ja: wohin? (Nennung des Ortes, inkl. Km-Anzahl)

5.7. Haben Sie Interessen an den Ergebnissen der Befragung?

☐¹ ja

☐² nein

Wenn ja: Angabe einer Email-Adresse (optional)

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!!

Interviewleitfaden zum Thema Regionale Identität in der NOI Region

1. Wenn Sie an die Region denken, welche Begriffe fallen Ihnen spontan ein?
2. Wenn wir hier in diesem Rahmen von Region sprechen, welche Gebiete umfasste diese Region Ihrer Meinung nach?
3. Was bedeutet für Sie Regionale Identität?
4. Welche Bedeutung hat Regionale Identität sowohl für Sie persönlich, als auch für die Region?
5. Gibt es Ihrer Meinung nach eine gemeinsame Regionale Identität in der Region?
Welche Aspekte haben, Ihrer Meinung nach, einen besonders identitätsstiftenden Charakter?
6. Welcher Nutzen kann aus einer gemeinsamen Regionalen Identität für die Region generiert werden?
7. Sollen, Ihrer Meinung nach, Maßnahmen zur Konstruktion eines stärken Regionsbewusstsein und zur Etablierung einer regionalen Identität gesetzt werden?
Wenn ja, welche wären das?

9.2.1. Interviewtranskripte

Interview 1: Dörfel Christian

Interviewerin: Theresa Jell, BEd.

Interviewpartner: LAbg. Dr. Christian Dörfel

Funktion: Landtagsabgeordneter und Bürgermeister von Steinbach/ Steyr

Datum und Ort: 19:00 21.06.2019, Gasthaus Sandner Linde Steinbach/ Steyr

- 1 I: Okay, also Herr Dörfel sie san Landtagsabgeordneter und Bürgermeister von Steinbach an
2 der Steyr und ahm Obmann der LEADER Region Nationalpark Kalkalpen und ich schreib jetzt
3 eben grod mei Masterarbeit über das Thema Regional Identitäten, eben hier in diese NOI
4 Region und meine erste Frage dazu wäre, wenn Sie an die Region denken, welche Begriffe
5 fallen Ihnen spontan ein?
- 6 D: Na, vielfältig, wunderschön, owa schwierig von der Topographie her, sehr aufgegliedert in
7 Täler, ahm, relativ traditionsbewusst, owa aufgeschlossen für neues, ollerdings a nur daun,
8 wenn ma sich an Nutzen davau verspricht. Bereitschaft bereit zur Zusammenarbeit, owa
9 trotzdem wieder wirkt immer noch der Kirchturm.
- 10 I: mhm
- 11 D: des hast a bei Zusammen, bei Frogen der Zusammenarbeit wieder wird eher gschaut wie
12 hüft des mir ois Gemeinde, mir ois Toi, owa es wird des große Gesamte do nu eher ois [...]
13 gesehen owa ahm der innere Schweinehunde besiegt daun oiwei den Regionsgedanken.
- 14 I: Mhm, Sie haben gesagt, sie würden die Region ois vielfältig beschreiben, was verstehen Sie
15 da darunter, was umfasst Vielfalt in Ihren Augen?
- 16 D: weil ich mein der Nationalpark oder na wast sogen wir so, die Region Steyr Kirchdorf,
17 besteht aus einer Statutarstadt mit 38.000 Einwohner, daun gibt's rund um Täler, oda waun i
18 jetzt die eine LEADER-Region im Norden ist geprägt vom Flochlaund und die Region im
19 Süden sind lauta verschiedene Talschaften, wir haum Gemeinden, die kleinste Gemeinde hot
20 340 Einwohner und die größte Gemeinde is eben Steyr mit 38.000. Die nächst größte hot knopp
21 10.000. Daun hauma komplett unterschiedliche Ausrichtungen, zum Beispiel der Süden, des
22 Ennstoi is gaunz stork Richtung Niederösterreich orientiert, wei durt is zwar Weyer, des wäre
23 in Oberösterreich des Zentrum, hot owa Schwierigkeiten, wei olle san in Richtung Waidhofen
24 an der Ybbs, oiso des stroit extrem uma. Daun hauma die Pyhrn-Priel Region besteht aus 9
25 Gemeinden, ahm, do is a sehr starker Austausch zur Nordsteiermark, zum Bezirk Liezen, weil
26 für die is des zum Beispü des Einkaufszentrum, jo. Und 50% von den großen Betriebe in der
27 PP-Region haum, ah, Arbeiter aus der STKM, zum Beispü. Daun hauma des Steyrtal, des ansich
28 a geschlossene Einheit is, von der Geschichte her schon, des Kremstoi, mir haum von der
29 Landwirtschaft olle möglichen Produktionsformen, auf an Gebiet von 60/80 km, jo, wei de
30 landschaftlichen Gegebenheiten anfoch gaunz aundas san. Mir haum an Nationalpark, wo 75%
31 Wildniss is, oiso voikommen unberührt und 30 km Luftlinie entfernt hauma Hinterstoder
32 Weltcup Schiort, wir haum vom Tourismus daher den reinen Tourismus light, wü i jetzt gor net
33 sogen sanfter Tourismus wei jeder sogt der is sanfter Tourismus, owa waun ma, waun ma
34 wirklich an Erlebnistourismus ja, dem Campen, de gegangen tagelang, mochan a Safari durch
35 den Nationalpark, auf der aundaren Seitn hauma des High-Life, wia mas gwohnt is mitn mitn
36 Schi-Wletcup und wir haum des größte Schigebiet Oberösterreich zum Beispü. Is do

37 Hinterstoder Wurzeroim, ja, daun hauma die Stadt Steyr mit extrem großen Betrieben BMW,
38 MAN, SKF, die für oiweit surgn, in der gaunzen Region. Des hast ma kaun net sogn wir san a
39 homogene Region, wir sans weder topographisch, noch von der Wirtschaftlichen Ausrichtung
40 und söbst die LW glauwe spüt olle Stickln auf diese 50/60 km, die a LW nur spün kau.

41 I: Sehr gut, daun gema glei weiter zur nächsten Frage und zwar, wenn wir hier in diesem
42 Rahmen vo ana Region sprechen welche Gebiete oder welche Gebiete umfasst diese Region für
43 Sie persönlich?

44 D: Jo, de, für mi persönlich umfasst die gaunze Region die Bezirke Steyr-land, Kirchdorf und
45 die Stadt Steyr. Ahm, wauna vo Steyr.Kirchdorf weiter, ahm, bei mir is vielleicht a
46 Besonderheit, weil Steinbach/ Steyr liegt genau zwischen den Hauptorten Kirchdorf und Steyr,
47 i bin söwa in Steyr ind Schui gaunga, seit 20 Jahr is owa mei Hauptbetätigungsfeld im Bezirk
48 Kirchdorf, a als Landtagsabgeordneter, und im Süden, des Bezirk Steyr-Land weil do gibt's in
49 den nördlichen Gemeinden, wie Schedlberg vo Steyr-Land, die kenn i gor net, san owa a
50 Bestandteil der Region. Des hast für mi die, der grad so im Übergang is zwischen Bergland is
51 Region doch eher die, der gebirgige Teil, weil i find mi oft im Norden der Region gor net zrecht,
52 überhaupt waun der Gugarutz wochst, do fohrt ma zwischen 2 Meter hohe ahm Wände von
53 Maisfelder und do host kan Berg zur Orientierung, des is gaunz wos außergewöhnliches für mi,
54 owa grundsätzlich oiso i würde sagen eher der vielleicht die ganz nördlichen Ränder von Steyr-
55 Land howi net automatisch im Kopf waun i vo Region sprich, owa sunst eigentlich scho alles.
56 Und die Stadt aufgrund meiner Ausbildung, wei i durt ins Gymnasium gaunga bin, fühl i mi in
57 Steyr a daham, weil i kenn, wei i wor 8 Jahr in Steyr und daun nu Grichtsjahr, Bundesheer, 10
58 Jahr meiner, i hob jo eigentlich bis zum 20. Oder 19, na darüberhinaus 10 Jahr meiner Jugend,
59 die Hälfte meiner Jugend hob i mehr oder weniger in Steyr verbrocht.

60 I: Oiso spielt Steyr scho eine sehr wichtige Rolle in Ihrem Leben?

61 D: Natürlich! Im Leben und auch in der Region, weil Steyr, die Stadt Steyr ist die Huaptsadt
62 der Region, i man wir haben ja eine gemeinsame Kulturgeschichte, der steirische Erzberg und
63 die Stadt Steyr, des hot eigentlich olle Täler do in der Umgebung geprägt und hot a für
64 Wohlstand gesorgt, auf der eine Seite durch die Messerzeugung, Sensenerzeugung,
65 Schmiedeerzeugung, überhaupt Metallverarbeitendes Gewerbe, die entlang der Täler, oiso die
66 Flüsse prägen jo daun, und die haum für Wohlstand über die Jahrhunderte gesorgt und so is a
67 jetzt nu und i hob vorher gesagt, dass 70% von der Masse arbeitet in Steyr und im Ennstal is
68 genau des söwe, oiso des is die Hauoptsadt der Region, wenn wir von Hauptstadt reden denken
69 wir net an Linz, sondern eher an Steyr.

70 I: Was bedeutet für Sie Regionale Identität?

71 D: jo, des is irgendwie ah, wie hoid immer Regionale Identität soi a Geborgenheit vermitteln,
72 jo, eigentlich, Heimat, jo, heißt Geborgenheit, ma kennt ois, ma fühl sie wohl, wenn ma was jo
73 des vom vom vom Urlaub, wauns an wo gfoit oder irgendwie wenn des seinen Erwartungen
74 entspricht, sogst noch 2 oder 3 Tog, ma i fühl mi do fost wie daham, owa trotzdem is daun waun
75 ma hamkommt do wieder wos aunda, wie regionale I des is Landschaft, des is Sprache,
76 Vertrautheit, jo und waun ma jetzt sich bemüht eine regionale Identität, mir reden seit 20 Jahr
77 aaaaah, länger 25 Jahr über R I bei uns und die gibt's net, und die wird es aus meiner Sicht auch
78 nicht geben, ahm. Mir san in Vielfalt vereint, sog i. Wei waunst sogst wo bist daham, sogst ois
79 erstes Gemeinde, daun Steyrtal daun Oberösterreich. Oiso die Region Steyr-Kirchdorf is jetzt
80 net wirklich, oiso zumindest für mi und für viele andere, wei sunst hätt ma jo scho, wir haum
81 jo net amoi an Naumen im Vergleich zu andere wie Mühlviertel, Innviertel, Salzkammergut

82 owa für uns gibt's keinen Naumen. Eisenwurzen wäre möglich, wird owa net vo olle, wird a
83 bissl als veraltet gseng. Do is Markenbilder verabsäumt worden 20 Jahr. Wir haum jo 1998
84 Laundesausstellung ghobt, die hot ghassn „Land der Hämmer – Heimat Eisenwurzen“ und do
85 wor so a Funke do, das ma sogn Heimatwurzen, nur noch da Laundesausstellung hots 20 Jahr
86 gebraucht bis der Gedanke wieder aufgegriffen wurde, do is net nach gearbeitete worden, wir
87 haum gsogt do is net das Ende einer Entwicklung, sondern der Beginn, der Startschuss
88 eigentlich für die Region, nur worn verschiedenste Umstände do, bis hin zur Finanzierung der
89 einzelnen Projekte, des nu laung net geklärt wor und damit is des vollkommen in der
90 Versenkungen verschwunden, oiso des wor vor 30 Jahr, ah jo und in Wohrheit stehma durt wo
91 ma vor 30 Jahr worn. Vielleicht wird's amoi in Jahrzehnten, wird's an einheitlichen Begriff für
92 uns geben, owa momentan sicher net, es fühlt sich jeder wohl daham und jeder sogt unsere
93 Region is so sche, kau owa net definieren was die Region is, in Wohrheit mant er sei Toi.

94 I: mhm, jo sehr sehr interessant.

95 D: Wei a zum Beispü a Steyrer wird immer a Steyrer sei, der würd net sogen er is aus der
96 Region Eisenwurzen, und a Steyrtoler wird imma sogn er is a Steyrtoler und in der Phyrn-Priel
97 gibt's sogor Garstnertal und Stodertal gibt's a zwa Täler und ein Ennstaler wird immer a
98 Ennstaler sei.

99 I: Es is hoid wirklich sehr prägend diese Tälerlandschaft, welche Bedeutung hat Regionale
100 Identität für die Region ihrer Meinung nach?

101 D: najo, derzeit kane, wir brauchans a net in dem Sinn, ois Überbegriff, ma hot des gseng beim
102 Tourismusverbaund, wir san jetzt a Tourismusverband, des schwierigste wor der gemeinsame
103 Name und jetzt heißen wir Steyr und die Nationalparkregion (Dörfel lacht) wor des scho a
104 Kompromiss, wie ursprünglich hots ghaßn Steyr und Steyrtal-Ennstal-Kremstal zum Beispü.
105 Oiso, ma was wer ma is, ma kaus owa net genau sogn wo, i sog oiwei wir san die Griechen, wir
106 san des Griechenland Oberösterreichs, wei der Südosten. Wei früher hots amoi ghaßn, wir san
107 des Eisenkammergut, gaunz zu Kaiserszeiten, hots amoi ghaßn, sagen unsere Historiker,
108 Salzkammergut wor der Südwesten und Eisenkammergut wor der Südosten, wobeis jo do a net
109 de Ländergrenzen geben hot, beim Salzkammergut gibt's es heit nu, wei des is über
110 Jahrhunderte eigentli entstaunden, owa weils Soiz immer a Monopol wor, nennt ma des nu
111 immer Salzkammergut und Eisen is privatisiert wurden, wor kein Monopol mehr, daher is der
112 Begriff, ah, verschwunden bis zur Landesausstellung, do wor daun eigentlich nur Eisenwurzen,
113 owa des spüt ka große Rolle.

114 I: Und was hot Regionale Identität für a Bedeutung für Sie persönlich?

115 D: Es wäre der Wunsch scho do, waun mas jetzt auf die ganze Region siacht, owa sonst is
116 Regionalität Identität okay des Steyrtal und aus. Owa waun i gaunz spontan gfrogt werd, daun
117 sog i Steyrtal.

118 I: Gibt es Ihrer Meinung nach eine gemeinsame Regionale Identität?

119 D: Na, gibt's net! Oiso i glaub es nicht. Es gibt den Willen zur Zusammenarbeit, ollerdings
120 muss der immer so sein, dass die Kleinregionale Identität gewahrt bleibt.

121 [Unterbrechung durch Prof. Dietl]

122 I: Welche Aspekte haben Ihrer Meinung nach, einen besonders identitätsstiftenden Charakter
123 in der Region?

124 D: Laundschoft, Essen oiso könnte es sein. Kulnarik, jo. Owa es gibt kein Regionaltypisches
125 Gericht, unds Getränk is a net so, wie zum Beispü der Most, wir san net wirklich a Mostregion,
126 der Norden is a Mostregion, im Süden wird ois brennt, des is a Schnapsregion und daher is
127 schwierig, net, daher glaub i, i glaub, dass das unsere regionale Identität is, dass wir olle so san
128 wie ma san und de aundan akzeptieren und auch wertschätzen.

129 I: also die Weltoffenheit und die?

130 D: Najo, najo net unbedingt weltoffen, des dat i net so sagen, weltoffen net, owa dass ma zum
131 Beispü, dass ma sie wohlfühlt, dass ma die Ennstaler ois Nachbarn hot, ois Steyrtoler oder
132 Kremstoler oder Phyrn-Priel. Ma is scho stoiz auf des, dass ma den Weltcup haum, dass ma den
133 Nationalpark haum owa das des jetzt wirklich a identität auslöst, des glaub i net. Weil so könnt
134 ma jo a Weltcup-Region oder Nationalpark-Region, jo, owa des wird do a net so akzeptiert.
135 Des san die einzelnen Leuchttürme, auf die is ma stoiz, dass des nur 20 km oder 30 km weg is.
136 Owa es is nicht in der Lage an regionalen Identitätsgedanken auszulösen oder zu verfestigen.

137 I: Glauben Sie, dass ahm, so Aspekte wie Wirtschaft und Industrie identitätsstiftende Merkmale
138 in der Region sein könnten?

139 D: Glaub i net, glaub i ehrlich gesagt net, weil ma mit den ganzen großen Betrieben haben, die
140 ollas überlagert, weil waun i so, i was net, in Deutschland is München is BMW, jo. Oder
141 Ingolstadt is glaubi Audi, jo. Würstesheim Opel oder a Mercedes, i man, des is wos
142 regionsstiftendes, für des hauma a zu breite Palette und es san kane wirklich großen,
143 gwoachsenen Weltfirmen, außer a Greiner in Kremsmünster, owa nur der is scho wieder a nur
144 [...] de san wieder so international und BMW, MAN jo guad, des san deutsche Konzerne, die
145 bei uns Gott sei Dank san, jo owa sie werden ka Identität auslösen.

146 I: Welcher Nutzen kann aus einer gemeinsamen regionalen Identität für die Region genierter
147 werden?

148 D: jo, dass ma bekannter wird. Jo ma redt jo immer vom Wettbewerb der Regionen und des
149 warad natürlich scho super, waun wir eine regionale Identität hätten in dem Sinn, dass ma an
150 Begriff, an Namen für die Region findet, mit dem sich jeder identifizieren kann und vielleicht
151 wird's amoi, owa des wär a gaunz a großer Gewinn, weil dadurch host du in allen Bereichen,
152 ahm, im kulturellen Bereich, im wirtschaftlichen Bereich, im Tourismus und a so, immer a
153 Prädikat und löse gewisse Vorstellungen beim Betrachter aus, die daun probieren muss, dass
154 ichs auch erfülle, des haßt i hob auf der anen Seiten eine extreme Werbewirkung nach außen,
155 owa zugleich an Auftrag nach innen alles dafür zu tun, dass diese Auswirkung tatsächlich auch
156 erlebbar wird in der Region und vielleicht ist des des entscheidende zu dem, oder es scheitert
157 aun dem, ich hab keine Ahnung. Owa ich sag immer nur Salzkammergut, hot ma gewisse
158 Vorstellungen und die sogen das a, des bier aus dem Salzkammergut und aaah, des XY Produkt
159 aus dem Salzkammergut, die haum hoid eben des Prädikat und des hauma eben net. Daun
160 kaunst bei uns nur sagen die Maultrommel aus dem Steyrtal zum Beispü. Oder der Spezialist
161 aus dem Ennstal, jo. Oder das Plastikvalley, wie des Silicon-Valley, im Kremstal mit den
162 gaunzn großen Kunststoffbetriebe und unsere Hauptbetriebe schauen jo a immer irgendwie nur
163 in ihrem Tal, weil sie san im Tal angesiedelt. Wir haum an Lebensraum Ennstal, wir haum a
164 worklife-Hub Kirchdorf, is owa in Wohrheit nur des Kremstal. Wir haum Wirtschaft Steyrtal,
165 oiso wir mochan des zwar auf kleinregionaler Ebene um einen Namen zu integrieren. Und bei
166 dem wird's a bleiben auf Sicht, ehrlich gesagt, weil dass natürlich die Maultrommler stolz san
167 im Steyrtal und, dass die in die gaunze Welt die Produkte oder Greiner Weltkonzern, Fronius,
168 Unitech des san im Kremstal, die sogn wir san ausn Kremstal, ja. Und im Ennstal haums

169 sowieso weniger Betriebe und die Steyrer san zerrissen, die Stadt Steyr auf der einen Seiten
170 habens die historische Altstadt, die vor allen geliebt wird, owa sie san eher drauf stolz, dass sie
171 so vü Arbeitsplätze haum, jo. Dass BMW do is, die fünfte, sechste, siebte Ausbaustappe, des is
172 scho, oiso das Herz aus Steyr, zum Beispü der Dieselmotor, das Herz aus Steyr. Olle kaufen,
173 olle fohrn do Diesel, so wies früher bei der Steyr-Daimler-Puch san olle Fiat gfoahn, wir haum
174 die größte Dichte an Fiat kopt, weil do wor der Hauptkonzern und des wor des Auto der Region.
175 Do worn mehr Fiat ois in Italien und des siachst bei uns bei die BMW, die Leid stengan scho
176 dazua, owa dass des jetzt so, der Dieselmotor is in Verbindung brocht worden mit der Region
177 und des is jetzt, jetzt nehman uns den Diesel oiso sie nehman owa jetzt is auf amoi der Diesel
178 des böse, des hot scho a bissl Irritationen ausgelöst. Is klor. Oiso es wäre ein Leitbetrieb ein
179 großer wäre sicher auch identitätsstiftend, aber wie gesagt.

180 I: Dann gehen wir zur letzten Frage über, sollen Ihrer Meinung nach Maßnahmen zur
181 Konstruktion eines stärkeren Regionsbewusstseins und zur Etablierung einer Regionalen
182 Identität gesetzt werden?

183 D: Najo wir setzen jo pausenlos und jetzt bei NOI mocht mas jo a wieder, der letzte Anlauf.
184 Der letzte Anlauf, wei i hob gsogt, jetzt red ma seit 20 Jahr drüber, jetzt probiers mas nu amoi
185 über des, vielleicht kema auf irgendwas weil ma bisher immer nur im eigenen Soft braten, jo,
186 vielleicht kau von außen irgendwie ein Gedanke eina kumma und der sogt, wieso hobts
187 eigentlich des net probiert, jo. Und dabei is des NOI do so wichtig, weil die gegangen nämlich
188 den umgekehrten Ansatz und sogen was verbinden Sie mit der Region und bei die erste zwei
189 Workshop, des wor am Stadtplatz in Steyr, do san zwar verschiedene Sochan ausakumma, des
190 wird owa jetzt fortgeführt, wei vielleicht kriagt ma durch diese wirre Ideensammlung, vielleicht
191 kriagt ma durch diese Fülle vo unterschiedliche Leid, aus unterschiedlichen Teilregionen mit
192 unterschiedlichen Zugängen, vielleicht bildet sich da plötzliche irgendwas raus, was jeder egal
193 von wo er kommt, mit der Region verbindet und aun des ma vielleicht gor net denkt und daher
194 is des so wichtig, dass ma in der Regionalentwicklung immer so neue Methoden einfließen
195 losst, die jo eigentlich aus der Wirtschaft kommen, wobeis jo bei dem NOI oder in der
196 Wirtschaft siach i des relativ leicht, weil do haßts do host a kompakte Masse, do haßts Auftrag
197 der Betriebsleitung, wir brauchen des und des, mochts eich do Gedanken und des a ewig, des
198 san immer die selben Leute und die entwickeln so ein Produkt weiter – Design Thinking. In der
199 Regionalentwicklung funktioniert des net so, des hot die Stadt Steyr sehr gut raus gearbeitet
200 zum Beispü zum Abschluss vom NOI, beim NOI Kongress heuer, was san die Unterschiede
201 zwischen dieser Managementmethode in der Wirtschaft und in der Regionalentwicklung, owa
202 trotz allem glaubens, dass vielleicht was a Ergebnis rau kommen kann, auf jeden Fall is es auf
203 alle Fälle wert, dass ma des durchführt und fortsetzt. I hob gsogt, wurscht was raus kommt, nur
204 wenn raus kommt, wir haben keine Chance auf eine regionale Identität, daun wü i nie wieder
205 reden drüber owa waun raus kommt, es gibt einen Funken einer Chance, dann muas ma auf
206 diesem Weg drauf bleiben und alles vergessen was wir bis jetzt immer überlegt haben, sondern
207 waun do wirklich was raus kommt, was die Chance hätte ein Regionale Identität, eine
208 Regionsmarke zu entwickeln, daun miass ma auf dem Weg bleiben.

209 I: Okay, sehr gut, des worn nette und zuversichtliche Abschlussworte, ich bedanke mich
210 herzlichst für das Interview – Danke sehr!

211 D: Gerne!

Interview Eva Pötzl

Interviewerin: Theresa Jell, BEd.

Interviewpartner: Eva Pötzl

Funktion: Geschäftsführerin des Tourismusverbands Steyr und die Nationalpark Region

Datum und Ort: 09:50, 01.07.2019, Tourismusverband Stadtplatz 27, 4402 Steyr

1 I: Okay Frau Pötzl, i hoff des is okay, wenn i des aufnimm, ahm, vielen Dank, dass ich das sein
2 darf. Sie sind Geschäftsführerin vom Tourismusverband.

3 P: Mhm

4 I: Und ich hätt eben Fragen zu meinem Masterthema, zum Thema Regionale Identität oder
5 Identitäten in der NOI Region. Wenn Sie an die Region denken, welche Begriffe fallen Ihnen
6 spontan ein?

7 P: Also mir follt amoi ein Steyr, dann das Thema Flüsse, Wald, Eisen und Nationalpark
8 Kalkalpen.

9 I: Wenn wir hier in diesem Rahmen von Region sprechen, welche Gebiete umfasst diese Region
10 Ihrer Meinung nach?

11 P: Ich sehs es jetzt derweil aus dem touristischen, wo wir jetzt eine neue Region sind, dann
12 umfasst es die Stadt Steyr, das gesamte Steyrtal mit den Orten Grünburg, Molln und Steinbach,
13 das Ennstal, praktisch von Dietach bis Weyer und das Kremstal, ahm, mit den Orten
14 Schlierbach, Michldorf, Kirchdorf, Inzersdorf, weil des is praktisch des Gebiet, was jo zu
15 meinem Verantwortungsgebiet gehört.

16 I: Mhm, und wenn Sie aus persönlicher Sicht jetzt an Ihre Region denken, was Sie als Heimat
17 verorten?

18 P: Jo gut, für mich ist es die Stadt Steyr, i bin in Steyr aufgewochsn, und es is eigentlich die Stadt
19 Steyr.

20 I: Gut gut, ahm, was bedeutet für Sie Regionale Identität?

21 P: Hmmm, regionale Identität ist mehr oder weniger, ah, für mich verbunden mit dem Begriff
22 Heimat, dort gehör ich hin, dort komm ich her, do san meine Wurzeln.

23 I: Mhm, und welche Bedeutung hat das für Sie persönlich zum einen?

24 P: Oiso i glaub es is für an Menschen wichtig, dass er a gewisse Identifikation hat, es ist glaub
25 i, es gibt für einen Menschen nichts schlimmeres wie wann er seine Wurzeln nicht kennt, und
26 deswegen ist das ein ganz ein wichtiger Teil der Regionalen Identität, die ma persönlich eben
27 hat zu einer Region.

28 I: Und welche Bedeutung hat das für die Region? Welche Bedeutung kann es für die Region
29 haben?

30 P: Dah, ah, für die Region ist es dann schon so, dass die Menschen, die dort leben, dass sie stolz
31 sind auf ihre Region und darüber auch positiv sprechen und irgendwie, ah, das gemeinsam

32 positiv weiterentwickeln. Und i glaub es gibt nix schlimmeres, als wie wenn jemand sagt, des
33 is so fad und des is so, do durt sich nix und des is ois so furchtbar und damit einfach weil so
34 viel Negatives do is, einfach a die gaunze Region, oder auch des gaunze Leben so negativ
35 mochen und waun ois negativ is, kaun a daraus nix positives entstehen.

36 I: Das heißt eine Regionale Identität wäre für die Region durchaus von Vorteil?

37 P: es is immer von Vorteil, wenns a die Menschen sich auf ihre Wurzeln besinnen und des daun
38 a entsprechend leben und trans, transportieren, ahm, nur die Region, die i grod beschrieben hab,
39 aah, waun ma do a regionale Identität zambringen zu dem Steyr und die Nationalpark Region,
40 des is a Prozess für die nächsten 20, 25 Jahren, oiso wos i irgendwie schon mitgriagt hob, es
41 gibt eine regionale Identität, oiso im Steyrtal, das gibs auch im Ennstal, es gibt natürlich welche,
42 die san auch die Steyrer, die san anfoch die Steyrer, des san die Städter unter
43 Anführungszeichen. Beim Kremstal des kenn i so persönlich zu wenig, des kaun i zweng
44 verorten, oiso. Owa die diese, in diesen Täler gibt's, glaub i, aufgrund a von der Geschichte,
45 ah, diese Eisenverarbeitung einfach do scho extrem Regionale Identität, oiso grod bei den
46 Älteren, bei den jüngeren kaun ichs zweng abschätzen.

47 I: I glaub des hauma jetzt schon fast beantwortet, die nächste Frage, gibt es Ihrer Meinung nach
48 eine gemeinsame Regionale Identität in der Region? Welche Aspekte haben Ihrer Meinung
49 nach, einen besonders identitätsstiftenden Charakter?

50 P: Hmm, i glaub zu einen ist es des tagtägliche Leben, wauns irgendwelche Feste san,
51 irgendwelche Brauchtumsgschichten, die do irgendwie wichtig san für die Regionale Identität,
52 es is owa der Wirtschaftsstandort, oiso der Arbeitsplatz, wenn viele Menschen im
53 eisenverarbeitenden Gewerbe arbeiten, dann dann ghern die einfach zaum und i glaub wos a
54 sehr wichtig is, san des gaunze Vereinsleben, waun die Menschen zusammenkommen und da
55 gemeinsame Dinge mochan, dass des a einfach a identitätsstiftend is.

56 I: mhm, welcher Nutzen kann aus einer gemeinsamen regionalen Identität für die Region
57 generiert werden?

58 P: Na i glaub des is irgendwie so, dass des Gewissen der Region, dass des Thema Brauchtum
59 einfach erhalten bleibt und anfoch weiter überliefert wird oder, ahm, neu interpretiert wird,
60 owa es is sicherlich auch die Pflege des Naturraums, waun i jetzt denk an de gaunzen Almen,
61 die wir do haum, wauns da keine Menschen gibt, die sogen: Hey des is uns wichtig! Daun
62 wird's des net geben und man kann heutzutage nicht alles auf die öffentliche Hand schieben
63 und waun die Leid do söwa net aktiv werden, daun wird's des irgendwaun amoi nimmer mehr
64 geben.

65 I: Das heißt, sollen Ihrer Meinung nach Maßnahmen zur Konstruktion eines stärkeren oder ja
66 eines stärkeren Regionsbewusstsein und zur Etablierung einer Regionalen Identität gesetzt
67 werden?

68 P: I glaub scho, dass es wichtig is, anfoch darum, dass die Region weiterlebt, dass ma do eine
69 gewisse regionale Identität einfach hat, ah, ob des jetzt für die gaunze Region is oder
70 kleinräumig darüber kauma dis, diskutiere. Auch wenn die Menschen in einer Region sich
71 wohlfühlen, die dort leben, reden sie a positiv darüber und san somit aaah gaunz gaunz wichtig
72 für den Außenauftritt und stärken somit des a in der Kommunikation, wenn sie sogen: Mah i
73 bin stoiz, i bin aus der Nationalpark Region und do is so klass, ah, daun san sie stolz auf des
74 und können auch andere davon überzeugen, dass sie zu uns kommen und i glaub das schon eine

75 gewisse Regionale Identität ah im Tourismus wichtig is, weil wir wollen doch alle immer
76 Einheimische auf Zeit sein, wir wollen das tun und das erleben, was die Einheimischen vorort
77 machen. Und des funktioniert nur daun, wauns a gewisse Identität gibt mit der Region oder
78 waun ma die Leute auch teilhaben lässt an ihrem, an ihrem Leben, also des glaub i scho, is scho
79 wichtig.

80 I: mhm, und welche Maßnahmen sollte man da setzen? Was fällt Ihnen da so spontan ein?

81 P: Naja, es wird immer das Thema geben Stadt gegen Land, des is, ah, man muss diese
82 historisch bedingten, hmm, Grenzen, die da sind, einfach langsam aufbrechen und einfach, i
83 glaub des wichtigste is einfach reden miteinander reden und ah den Leuten auch ihre eigene
84 Heimat zeigen und erna sagen, was es da alles tolles gibt und, dass ma einfach zusammengehört
85 und das ganze über politische Grenzen hinweg, ah, über parteipolitische, weil des is nur so dass
86 die Roten mit den Schwarzen oft net reden in den Tälern drinnen, weils scho immer so wor und
87 da da, hm, dieses weils scho immer so war, muss ma glaub i laungsam aufbrechen aufweichen
88 und mit viel Gesprächen einfach die Leid in die richtige Richtung bringen.

89 I: Glauben Sie, dass es seitens der Bevölkerung auch diesen Wunsch gibt eine gemeinsamern
90 regionalen Identität?

91 P: des kaun i net beantworten, was i net. Grod dazua kenn i die vom Land zu wenig, oiso i
92 glaub, dass die Steyrer an und für sich scho stoiz san auf ihre Stadt und san hoid a bissal
93 Suderanten, aber dass sie grundsätzlich des scho positiv sehen und a a bissal den Bezug haum,
94 owa wie die Menschen gerichtet san vom Enns- und vom Steyrtal, des kaun i zweng beurteilen.

95 I: Okay

96 P: Frage 7 erledigt

97 I: ich glaub wir habens, vielen lieben Dank!

98 P: Bitte gerne

Interview Gerald Hackl

Interviewerin: Theresa Jell, BEd.

Interviewpartner: Gerald Hackl

Funktion: Bürgermeister der Stadt Steyr

Datum und Ort: 13:30, 04.07.2019 Rathaus Steyr

1 I: Sehr gut, ahm, vielen lieben Dank Herr Hackl, dass Sie sich hier heute für mich Zeit
2 genommen haben, Sie sind Bürgermeister von der Stadt Steyr und ich schreib eben gerade meine
3 Masterarbeit zum Thema Regionale Identität oder Regionale Identitäten – das stellt sich ja noch
4 heraus – in dieser NOI Region und meine erste Frage an Sie wäre, wenn Sie an die Region
5 denken, welche Begriffe fallen Ihnen spontan ein?

6 H: Stadtregion, 100.000 Menschen, gute Zusammenarbeit, Auflösung der Begriffe Stadt und
7 Land.

8 I: Also gehen Sie schon davon aus, dass sich, dass, dass sich die Stadt eher mit dem Umland,
9 quasi, dass da keine Disparitäten mehr oder genauen Grenzen mehr gibt?

10 D: Also wir betrachten nun schon länger diese diese Grenzen nur mehr anfoch, jo, gewachsen
11 owa im Endeffekt, was die Zusammenarbeit anbelangt und den Lebensmittelpunkte oder
12 Arbeitsschwerpunkt, spricht man ja in der Wissenschaft und in der Forschung schon lange von
13 Stadtregionen. Und ich sprech hier auch immer von Stadtregion.

14 I: Ahm, wenn wir hier in diesem Rahmen von Region sprechen, welche Gebiete umfasst diese
15 Region Ihrer Meinung nach?

16 H: Also rund um die Stadt Steyr, alle Nachbargemeinden, alle Gemeinden im Steyrtal und im
17 Ennstal, auch und auf Niederösterreichischer Seite so gefühlt, jo so, Behamberg und
18 natürlich Dietach, owa des hauma jo scho bei den Nachbargemeinden und und jetzt sog i nu so
19 Behamberg dazu, weil des ollas scho sehr nahe und do sind wir daun ungefähr bei diesen
20 100.000, i glaub wir san sogar schon drüber.

21 I: und des is für Sie gehört das trotzdem noch zur Region obwohls quasi schon in NÖ liegt?

22 H: Najo, wobei Behamberg, man muss sich des jo nur in der Natur anschauen, aaah, wir fahren
23 den Wachtberg rauf und do is daun Behamberg und des is jo so wie St. Ulrich, do gibt's kane
24 Grenzen, gibt's nur a Ortsschild und daun fohrt ma wieder 3 oder 5 km und daun kummt der
25 nächste Ort, das ist eine Einheit, da gibt's keine Grenze außer, dass ma dort Ortsschilder
26 aufgestellt hat und dort ein eigenes, aaah, a eigene Organisationseinheit ist.

27 I: Ja okay, was bedeutet für Sie Regionale Identität?

28 H: Najo is jo scho a bissal verbunden für mich persönlich mit dem Begriff Heimat, aah, net des
29 altbackene Heimatbegriff, sondern dort wo ich wohne, dort wo ich mich wohlfühle, wo ich
30 meine Freunde habe, aahm, das is eigentlich für mich auch eine Beschreibung von Identität, wo
31 ich herkomme, wo meine Wurzeln sind und trotzdem ist es sehr sehr verbunden mit
32 Weltoffenheit und über den Tellerrand hinausschauen.

33 I: mhm, welche Bedeutung hat Regionale Identität für Sie persönlich?

34 H: Jo na a große, weil, weil man ja seit vielen Jahren weiß, dass man die Probleme, die großen
35 Probleme nur gemeinsam lösen kann und nur in größeren Einheiten und net im Glauben
36 abschoten und eine Lösung für die zukünftigen Probleme finden können, des is falsch. Des geht
37 nur in größeren Einheiten und wenn ma gemeinsam groß denkt und im Endeffekt auch auf
38 breiter Ebene Zusammenarbeitet und das ist in der Region, glaube ich, besonders stark
39 verankert, weil sich die Leut wirklich gut verstehen und weil sich zumindest politisch aaah auch
40 auch die die führenden Kräfte in der Politik wirklich quer über die Parteigrenzen hinweg
41 wirklich sehr sehr gut persönlich verstehen.

42 I: Und welche Bedeutung hat regionale Identität für die Region?

43 H: ich glaub auch eine ganz entscheidende, weil aah des is des umgekehrte, man kann ja auch
44 als kleine Gemeinde in diesem Konzert der Stadtregion im Endeffekt gar nichts bewegen und
45 des is ma daun im Endeffekt im großen Konzert, in der großen Einheit, ah, doch einiges einiges
46 auf auf den Weg bringt, was man sonst nicht schaffen würde. Regionalmanagement oder die
47 Stadtumlandkooperation, das sind so Dinge, natürlich alles auch von einer Förderkulisse, aber
48 die gäbe es nicht, wenn man als Einzelkämpfer da unterwegs wäre.

49 I: Ja okay, gibt es Ihrer Meinung nach eine gemeinsame Regionale Identität in der Region?

50 H: das glaube ich nicht, weil weils so viele Spezifikumen dazu kommen und und wenn ich nur
51 den Nachbarort Garsten, da ist ein Dambacher, Dambäcker, ein Ortsteil von Garsten, ah,
52 empfinden sich schon mehr als Dambacher oder Dambäcker und weniger als Garstner, is so,
53 owa in der, owa des heißt nu laung net, dass diese Einheit nicht zu Stande kommt, nur weil sich
54 ein Teil so fühlt, also diese Vielfalt, also geeint mit der Vielfalt, so wird das da gelebt.

55 I: Ahm, welche Aspekte haben Ihrer Meinung nach, in der Region einen besonders
56 identitätsstiftenden Charakter?

57 H: Zum einen sicherlich die Arbeit, diese Leistungsbereitschaft, die fost, aah, über, fost
58 historisch scho is, zu Werndlszeiten und und wahrscheinlich noch früher zurück bis auf diese
59 extreme Leistungsbereitschaft, Innovationskraft und auch im Endeffekt auch diese
60 Industriegesinnung, die hier gewachsen ist, die findet man kaum an einem anderen Ort so
61 gebündelt wie da in Steyr und der Region, weil wir im Endeffekt durch die Großindustrie, durch
62 die großen Konzerne über Jahrzehnte, das prägt schon die Menschen auch, aaah, und tausende
63 Familien im Endeffekt davon leben und was sich dann im Endeffekt mit ihren Unternehmungen
64 extrem identifizieren, des is die Arbeit und der zweite Punkt ist dann sicherlich auch schon die
65 die Natur, das wunderschöne Umfeld, diese diese saubere Umgebung, die Flüsse, aaah, und ich
66 glaub auch das Hinterland mit so viel Grün und so viel Land, ahh, Landwirtschaft rundherum,
67 aah, ganz in der Nähe, von der von der unter Anführungszeichen großen Stadt Steyr. Das sind
68 glaube ich die zwei prägendsten Elemente aus meiner Sicht.

69 I: Spielt die Stadt Steyr in Ihren Augen eine wichtige Rolle in der Regionalen Identität der
70 Bevölkerung?

71 H: Jo des glaub ich schon, also man braucht, man braucht natürlich auch immer Lokomotiven
72 und das is ja in der Kommunalpolitik sowieso die große Stadt, das Zentrum, es ist schon
73 wichtig, ahm, auch auch als als jo als Lokomotive für Entwicklungen, für Anstöße und auch für
74 das große Ganze, man sieht ja auch bei den Förderkulissen, ohne die auch die finanzielle Kraft,
75 ohne der Stadt ist oder wäre vieles nicht möglich, auch bei diesem Regionalmanagement bei
76 Vereinen und und und, also insofern ist das schon, aber man muss nur aufpassen und das gelingt

77 uns glaub ich sehr sehr gut, dass wir nur des ah, dass man nicht das Maß verliert und im
78 Endeffekt alles auf Augenhöhe passiert und dass die kleineren Gemeinden nicht das Gefühl
79 haben die große, die sogenannte große Stadt Steyr fordert oder will alles bestimmen, da hab ich
80 ein sehr sehr gutes Beispiel, dass das wirklich auch funktionieren kann und, dass das auch gelebt
81 wird und kein Lippenbekenntnis ist. Wir haben die Powerregion in Steyr mit acht Gemeinden,
82 aah und, wobei die Stadt Steyr mit Abstand die größte und stärkste Kommune in diesem
83 Konzert ist und wir haben dort in unseren Verfahrensregeln, das Einstimmigkeitsprinzip, ah,
84 mit denen festgelegt. Also nicht nach, aah, Einwohnergröße oder sozioökonomischen
85 Bestimmungen, sondern einstimmig muss alles sein, auch wie gesagt ein Zeichen oder ein
86 Beschluss, dass man sagt, wir wollen gemeinsam und des geht nur dann, wenn das auch so
87 gelebt wird bei Abstimmungen und niemand überstimmt werden kann und nicht die großen
88 mehr Rechte haben oder mehr Möglichkeiten wie die Kleinen.

89 I: Genau, welcher Nutzen kann aus einer gemeinsamen Regionalen Identität oder diese
90 gemeinsamen Identitätsankern von denen wir hier sprechen, für die Region generiert werden?

91 H: Oiso, waun mas pragmatisch sieht, ist es sicherlich so, dass gerade das gemeinsame
92 Auftreten auch wenn man Lösungen oder es um Forderungen geht und die sich an das Land
93 Oberösterreich richten, da ist ein Unterschied wies ob die Stadt alleine etwas will oder eine
94 ganze Region etwas will und wenn man schaut wie die Probleme ähnlich gelagert sind, egal ob
95 in den großen oder in den kleinen Kommunen, ob des jetzt Raumplanungsfragen san oder auch
96 finanzielle Fragen, Förderfragen, ah, da is es natürlich schon von enormen Vorteil, wenn man
97 geschlossen und in größeren Einheiten auftreten kann und grad die Powerregion mit Steyr wird
98 das auch gezeigt. Wir treten da im Gegensatz dazwischen zwischen der Kommune und dem
99 Land Oberösterreich, weil es auch da Unterschiede gibt. Powerregion Enns Steyr was will, oder
100 oder eben nur Enns oder Hagelsberg alleine oder eben Steyr allein, des is scho ein wesentlicher
101 Hebel, der do in Gang gesetzt wird.

102 I: mhm, jetzt hob i grad a Frage ghobt und sie ist mir leider entwichen, vielleicht fällt sie mir
103 wieder ein. Ahm, Sollen, Ihrer Meinung nach, Maßnahmen zur Konstruktion eines stärken
104 Regionsbewusstsein innerhalb der Bevölkerung oder ist Ihre Meinung nach ein
105 Regionsbewusstsein vorhanden?

106 H: A Regionsbewusstsein is 100% vorhanden und ich bin sehr dafür, dass des, dass ma noch
107 verstärkt noch mehr beworben wird und noch mehr dafür getan wird, ah, dass des was in der
108 Praxis am besten funktioniert sind wirklich große überregionale Feste, wie wirs zum Beispiel
109 alle zwei Jahre in Steyr feiern mit dem Genussfest oder auch mit dem NOI Projekt Markt der
110 Regionen, wo daun a im Endeffekt was rauskommt, von dem alle profitieren und wir im
111 Endeffekt über diese Schiene glaub ich kann man das auf alle Fälle verstärken.

112 I: aaaah, und sollten Maßnahmen zur Etablierung einer gemeinsamen regionalen Identität
113 gesetzt werden?

114 H: I glaub diese gemeinsame Identität des wird's nicht geben, weil die Vielfalt so groß ist, glaub
115 i. Do geht's eher um Maßnahmen die eher den Zusammenhalt in der Region stärken, egal ob
116 des der von mir schon zitierter Dambäcker is oder der der Steyrer, oder oder der Dietacher, alles
117 was den Zusammenhalt fördert, also do gibt's ja nicht nur Feste, sondern da gibt's auch
118 Kooperationen zwischen Vereinen und ehrenamtlichen Helfern. Ah, das stärkt das
119 Zusammengehörigkeitsgefühl auf jeden fall und glaub i kann man nicht genug tun.

- 120 I: Genau, das heißt, das Zusammengehörigkeitsgefühl ist für Sie Teil einer „regionalen
121 Identität“?
- 122 H: Ja absolut, ich hab auch das Gefühl hier, dass sich das wirklich so gelebt wird und auch
123 verstanden wird von dem Großteil der Menschen, die hier leben.
- 124 I: Ja, okay, ich glaub, das wars. Danke sehr!
- 125 H: Perfekt, bitte gerne, wenn noch etwas offen ist, dann schreibens mir a Mail.

Interview Johann Singer

Interviewerin: Theresa Jell, BEd.

Interviewpartner: Johann Singer

Funktion: Abgeordneter der VP

Datum und Ort: 09.07.2019, 14:30 Parteiklubhaus der ÖVP, Heldenplatz 11 1010 Wien

1 I: Sehr geehrter Herr Singer, vielen lieben Dank, dass ich heute hier sein darf! Ich schreibe
2 zurzeit an meiner Masterarbeit zum Thema Regionale Identität in der NOI Region und hab jetzt
3 an Sie als Landtagsabgeordneter eben Fragen zu diesem Thema. Wenn Sie an die Region
4 denken, welche Begriffe fallen Ihnen spontan ein?

5 S: Nationalpark, Kalkalpen, daun aaaah, für mich a sehr sehr wichtig is sozusagen is auf der
6 politischen Ebene, die LEADER Regionen in diesem Fall, aah und und Regionalmanagement,
7 also dieser Zusammenschluss auch in der Entwicklung unserer Region. Und aaah, was natürlich
8 dominant ist, was was i, is de Stadt Steyr daun der Raum Bad Hall mit den Thermenbereichen
9 und natürlich auch sozusagen die aaah, die Nord-Süd- Ausstreckung mit dem gebirgigen Süden
10 und dem flachen Norden, mit all den Unterschieden in der Landwirtschaft, mit all den
11 landschaftlichen Unterschieden und mit der Geschichte, die jo a sehr unterschiedlich is
12 zwischen Nord und Süd. Soll ich noch mehr, ich könnt jetzt natürlich, owa des san scho die
13 Dinge, die ich schon sehe, ahm, allerdings auch viel grenzüberschreitend in dem Bereich, was
14 was i, im Kulturbereich, Blasmusikbereich, im Sozialbereich, wo es einfach auch viel
15 gemeinsames schon entwickelt hat, allerdings nicht über die gesamte Region, die Nature of
16 Innovation eingeschlossen hat.

17 I: Wenn wir hier in diesem Rahmen von Region sprechen, welche Gebiete umfasst die Region
18 Ihrer Meinung nach?

19 S: Najo jetzt was Nature of Innovation anbelangt ist es relativ klar, des san die Bezirke Steyr-
20 Land, Kirchdorf und Linz-Land, wobei ma natürlich a klor sogn muas, dass Linz-Land aah ich
21 gedanklich jetzt nur mehr einen Teil, den südlichen Teil dazurechne, die
22 Stadtumlandgemeinden, do man i jetzt Umlandgemeinden von Linz, die sicher eine komplett
23 eigene Region darstellen, die man unserer in keiner Weise, aus meiner Sicht, vergleichen kann.
24 Aahm, jo wobei ichs sagen darf, dass zwischen Kirchdorf und Steyr is in der vegnagenheit
25 schon sehr vü Anknüpfungspunkte geben hat, e ah mit, i hobs e scho angesprochen, im
26 LEADER Bereich, im Regionalmanagementbereich, wo wir viele Kooperationen schon haben,
27 allerdings spüt sich diese Kopperation vor allem oios auf der Ebene der politisch
28 Verantwortlichen ab. Ich spür des jetzt noch nicht so sehr in den Köpfen der Bevölkerung, also
29 do gibt's scho nu, ich nenns amoi so, Kirchendenken.

30 I: Wenn wir jetzt von Ihrem persönlichen Empfinden ausgehen, welche Gebiete umfasst dann
31 Ihre Region?

32 S: jo meine Region umfasst auf jeden Fall amoi meinen Heimatbezirk Steyr-Land natürlich und
33 das Steyrtal, der Bezirk Kirchdorf, wobei ich natürlich durch meine politische [...] auch sehr
34 viele Beziehungen hab zum Rest, außerhalb von Kirchdorf. Linz-Land is, ich wohn in der
35 nördlichsten Gemeinde von Steyr-Land und hob damit natürlich dadurch in der Vergangenheit

36 auch vü Kontakte ghobt zu Linz-Land, vor allem im kulturellen Bereich, ich hab die
37 Musikschule damals in Linz-Laund besucht, jo. Do gibt's jetzt persönlich schon nu
38 Anknüpfungspunkte mit den Nachbargemeinden, allerdings, sozusagen jetzt in der politischen
39 Tätigkeit insbesondere Steyr-Land, Kirchdorf.

40 I: Was bedeutet für Sie regionale Identität?

41 S: jo regionale Identität dafür soit ma si wirklich glaub i amoi sehr intensiv mit dem Begriff
42 auseinandersetzen, weil ich schon glaub, dass jeder eine bestimmte Vorstellung hot und man
43 müsste sozusagen, jetzt wirklich eine Definition festlegen, aaah, aus meiner persönlichen Sicht
44 heraus ist es einfach hmm, wo fühl ich mich daheim, wo gehe ich gerne hin, wo trifft ich die
45 Mneschen gern, aah, kaun i mi a identifizieren, des hängt natürlich auch vielfach mit dem
46 kulturellen Bereich, wos wos find i einfach bereichernd, wos is mei persönliches Leben wichtig
47 und jo. I loss amoi so.

48 I: Okay, welche Bedeutung hat regionale Identität sowohl für sie persönlich, als auch für die
49 Region?

50 S: Jo i muas amoi amoi gaunz weit ausholen, ich fühle mich auf jeden Fall als Europäer und
51 des steht sozusagen drüber, natürlich auch mit mit der regionalen Bedeutung, die man als
52 Österreicher, Oberösterreicher und daun natürlich für mich in dieser Region Steyr – Kirchdorf
53 des ausmacht, owa wichtig ist, dass ma zwor sozusagen der Begriff Heimat, is a so a Sache,
54 owa, dass es einen Platz gibt, wo man wohnt, wo ma vielleicht aufgewachsen ist, wo ma anfoch
55 sehr viel Menschen kenn, wo ma wirklich viel unterwegs is, wo ma vielleicht auh in der
56 Vereinsstruktur drinnen is, wo ma vielleicht a politische tätig ist, wie auch immer. Owa es sollte
57 nicht so sein, dass man sich so fokussiert, dass man wirklich nur auf diese Region ausgerichtet
58 ist, sondern auch meiner Sicht muss man immer auch das große Ganze sehen und nicht aus den
59 Augen verlieren. Um nämlich wirklich daun a den speziellen Wohlfühlgedanken, auch im
60 eigene Umfeld umzusetzen.

61 I: Genau, das war die Bedeutung für Sie persönlich, was hat regionale Identität, welche
62 Bedeutung hat das für die Region?

63 S: Für die Region auf jeden Fall, dass ihr mehr denn je aaah gemeinsamer, größer fokussiert
64 auch politisch unterwegs sein müssen, des heißt, dass wir die Problemlösungen anstreben
65 müssen, das wirklich auch gemeinsam zu machen, dass sich die Ressourcenlage sich verändert
66 hot, dass ma ah die in der Aufgabenstellung nimmer sozusagen im Kirchturmdenken einer
67 Kleingemeinde unterwegs sind, sondern, dass es notwendig ist großräumiger zu agieren, um
68 die Bedürfnisse der Mneschen auch einfach abdecken zu könnnen.

69 I: Gibt es Ihrer Meinung eine gemeinsame regionale Identität in der Region?

70 S: hm, eine gemeinsame jetzt über alle drei Bezirke sich spannende aus meiner Sicht nein, ahm,
71 owa es gibt im innerhalb dieser drei Bezirke im im kleineren Regionen schon eine Identität,
72 owa es hängt wie gesagt anfoch a sehr vü damit zusammen, wie die Menschen das Leben und
73 wie Menschen des seng, do san wir aus Politiker net gaunz die richtigen Ansprechpartner, weil
74 wir uns untereinander kenne und natürlich auch damit die Situationen in den Gemeinden und
75 den Gemeinden natprlich besser kennen und je besser i die Teile der Gesamtregion kenn, desto
76 größer ist auch die Verbundnenheit, weil einfach jo, aaahm, ma hot a Sensorium im Kopf a für
77 die Gesamtregion, wos wir a scho gmerkt haum is, dass wir, dass es uns nicht, noch nicht
78 gelungen ist in allen Bereichen auch die Mneschen miit zu nehmen, auf diesen gemeinsamen

79 Weg, es gibt Teilbereiche, die scho recht guad funktionieren, owa es is mit Sicherheit noch
80 nicht so, dass ma sogn können, okay des is eine Region und die Mneschen leben dees daun a
81 so, so weit sama nu net.

82 I: Gibt es Ihrer Meinung nach besonders identitäts, Gibt es Aspekte, die besonders
83 identitätsstiftend sind in der Region?

84 S: jo es gibt, aahm, aus meiner Sicht vielfach einfach a des Vereinsleben, des dazu beiträgt
85 einfach auch der Austausch, der einzelnen Gruppen, gaunz egal auf welcher Vereinsstruktur
86 des passiert, es gibt natüröich auch regionale Feste, wo die Leit zaumkumman und wos
87 vielleicht a so a Schwerpunkt ist, ist gesunde Ernährung und die gesamte Ernährungsfrage, wos
88 wirklich a scho sehr viel gemeinsames gib und in der, sowohl in der Produktion wie auch in
89 Marketing ist vieles schon gemeinsame passiert, natürlich auch Steyr mit seinem Umland,
90 bringt aah, bringt sicher eine gewisse Identität, vor allem is es a für vü Menschen a, die in Steyr
91 Schulen besucht haben und dadurch san Beziehungen entstanden, die weit über die Stadt Steyr
92 hinaus gehen, auch NÖ zum Beispiel ist da mitbetroffen. Jo

93 I: Denken Sie, dass ahm Wirtschaft und Industrie ein identitätsstiftender Charakter sein könnte?

94 S: Jo daun wauns wauns darum geht, dass sich Menschen kennen. Die Industrie ist natürlich
95 sehr sehr Stadtlastig bei uns und die Industrie, oder der Großteil der Industrie is jo in Steyr so,
96 dass es einfach jo, dass die Zentralen oftmals wo anders angesiedelt san, des haßt es is zwar
97 eine klare Verbundenheit mit diesen Unternehmen, weil eben sehr viele Arbeit finden, owa die
98 Spürbarkeit außerhalb des der Grundaufgabenstellung, sog i amoi, einfach zu produzieren, aah,
99 und einigen Sponoringtätigkeiten der Stadt ist die Verbindung nicht so intensiv, wies vielleicht
100 auch sein könnte. Owa natürlich ists wie gsogt durch die vielen Arbeitsplätze gibt's Identität,
101 gibt's aah a regionale Verbindung. Wobeis natürlich daun a mit kleinen und mittleren
102 Unternehmungen a oft Schwierigkeiten gibt, weil, ich sogs amoi, durch das Abwerten der
103 Mitarbeiter, gibt's a Spannungen, die im Moment a mehr zunehmen, als abnehmen, weil
104 einfach das Soannungsfeld da is, wir brauchen Arbeitskräfte.

105 [...]

106 I: Welcher Nutzen kann aus einer gemeinsamen regionalen Identität für die Region generiert
107 werden?

108 S: jo für mi gibt's zwei Ebene, die eine Ebene, die man oftmals a in sehr kleinen Kreisen, wo
109 man einfach Probleme lösen kann und wo a anfoch des Zusammenleben im kleinen Kreise
110 wetrvoller is, aber i denk in vielen Bereichen, geht's einfach nimmer in dieser Kleinheit,
111 sondern wir brauchen größere Einheiten, ohne die Vorteile der Kleinheit zu verlieren, des muas
112 i dazua sogn. Und es gibt auch Aufgabenbereiche, die für mich in Zukunft nur mehr auf
113 regionaler Ebene zu lösen sind. I kumm wieder zruck zum ersten Punkt, wo i LEADER
114 angesprochen hab und übers Regionalmanagement, wir mochans jo defacto. Es gibt jo scho
115 eine Reihe von Bereichen wo mas jetzt scho so mochn, dass ma jetzt scho Bezirksübergreifend
116 schon tätig werden und a wo wir in der politischen Verantwortung, wo do Menschen
117 zusammensitzen aus allen Bereichen, wo man daun a merkt, dass es wirklich a gemeinsam
118 funktionieren kann und des werd ma mit sicherheit noch ausbauen müssen und da brauchts owa
119 a, dass net nur die politische Ebene, diese Schritte entwickelt, sondern dass die Menschen
120 mitmache. Wir haum a die Verantwortung dafür, dass ma die Menschen auf diesen Prozess
121 mitnehmen.

122 I: Okay, Sollen Ihrer Meinung nach Maßnahmen zur Konstruktion eines stärkeren
123 Regionsbewusstsein gesetzt werden?

124 S: Jo so wor jo ursprünglich diese NOI Geschichte gedacht gewesen oder ist gedacht; ahm,
125 Maßnahmen, i sog jo, ollerdings muss ma bei diesem Prozess auch die nötig geben, wieder
126 irgendwas aufsetzen, was hoid a poor, die sie sowieso schon gut kennen und die überzeugt san
127 davon, aah, mochan, des wird meines Erachtens zu wenig sein, oder eh net funktionieren. I
128 glaub, dass es ein klares, amou ein klares politisches Bekenntnis braucht, wir wollen die
129 schritte setzen und daun an Prozess, wo ma sogn okay, auf welchen Ebene geht's vielleicht
130 schon leichter, weil es schon Ansätze gibt, weil schon was do is, auf dem man aufbauen kann.
131 Und daun erst so wirklich so in die breite zu gehen, was mir persönlich wichtig ist, des net aaah
132 jetzt in einem kurzen Prozess zu machen, zu sagen in einem halben Jahr ist das erledigt, sondern
133 zu sagen, okay das ist die Zielsetzung und des derf a ruhig 5 Jahr dauern, oiso ma muas wirklich
134 sehr behutsam mit dieser Entwicklung umgehen, weil sonst kanns leicht passiern, dass ma die
135 Menschen, die ma dafür brauchen einfach net gewinnen können, weil sie sich fragen wozu
136 braucht ma des, damit hob i e scho gsogt, grundsätzlich ist es immer gaunz gaunz wichtig dem
137 Menschen zu erklären, warum moch ma was, drum is a wichtig, das der einzelne mitmacht und
138 warum is a, warum besteht die Notwendigkeit, dass viele Personen einfach mitmachen und net
139 nur die Politik.

140 I: Sollten Maßnahmen zur Etablierung einer regionale Idetität gesetzt werden?

141 S: Jo daun waun ses aaah waun ses aus dem Prozess ois wichtig erkannt wird, jetzt zu sagen
142 wir brauchen des, des is zu früh.

143 I: Welche Maßnahmen könnten das so sein, die da gesetzt werden?

144 S: aaah, das könnten, das passiert ja teilweise ja schon, dass man wirklich zu einzelnen
145 Themenschwerpunkten net nur Leid aus der eigenen Nachbargemeinde, sondern wirklich a
146 Gemeinden, die hoid daun 30, 40 km entfernt ist. Des hast wir haben dieses Zusammenwirken
147 der einzelnen Gemeinden kauma do scho stärken, wenn ma do natürlich a durch solche
148 Zusammenkünfte, wie auch immer die ausschaun, des a verstehen lernt, warum die aundan so
149 denken und was deren wichtig ist und was a sozusagen in den unterschiedlichen Situationen,
150 Flachlandgemeinde, bergige Gemeinde, was do a wirklich Unterschiede san und waun ma des
151 erkennen und a verstehen kann, duan kau do scho mehr passieren und in die Richtung kauma
152 durchaus a was mochan, owa für mi is wichtig is a amoi zu sagen, wollen wir das und aus
153 diesem Prozesse heraus muas jo des a entstehen und net aufgesetzt.

154 I: [...]

155 S: Na i, wie soll ich sagen, es gibt Bereiche was glaub i scho recht guad funktioniert und
156 Bereiche was anfoch gor net funktioniert und wir haum des erst jetzt wieder zum Beispü im
157 gemeinsamen oder dem Ziel eines gemeinsamen Tourismusverbandes gsehn, dass des gor net
158 so anfoch is, weils anfoch a, jo i sogs einfach, weils oftmals a anfoch a Machtspiel is. Des haßt
159 in dem Fall wars so, wer ist der größere, wer bringt das mehrere ein, aaah, die Stadt hat sich gar
160 nicht vorstellen können, dass do jetzt auch kleinere Regionen ein ordentliches Mitspracherecht
161 haben und do hot ma scho gmerkt, dass es, dass es selbst in den Köpfen von der politischen
162 Verantwortlichen, aber auch der in dem Fall touristische verantwortlichen, dass da noch ein
163 Nachholbedarf gibt um das Gemeinsame in den Vordergrund zu stellen und nicht das trennende.
164 Des wor sicher so a, jo, für mich persönlich a net sehr sehr erfreulicher Prozess. Wobeis

165 natürlich in der Größe schon sehr schwierig is, so wies bei uns war, zum Beispiel auch einen
 166 Namen zu finden, ich hab zu Beginn gesagt, aaah, Nationalpark. Des werdens waun die 60.000
 167 Leid aus dem Bezirk Steyr-Land befragen, 5.000 werdens vielleicht sagen. Sozusagen, des is
 168 aaah des hot jeder im Süden daun das Eisenwurzenthema, Kalkalpenthema, die Stadt kann mit
 169 dem Nationalpark noch nicht so viel anfangen, die Region Bad Hall, Thermenregion, die hätt a
 170 unbedingt natürlich auch den Wunsch, dass sie einen gemeinsamen Namen für den
 171 Tourismusverband des natürlich a vorkommt. Und oftmals ist hoid a die Namensgebung a
 172 Herausforderung der Sonderklasse, ja. Oiso die Tourismusgeschichte hätte besser laufen müssen.

173 I: Owa des haßt jetzt net, dass dass die Zeichen quasi schlecht stehen für eine regionale Identität
 174 oder?

175 S: Na überhaupt net, ma is nur, waun ma sich in so einen Prozess hineinbegibt, daun mecht ma
 176 a, dass des in an überschaubaren Zeitraum a zu einem Ergebnis und zu einem Ende kommt und
 177 vielleicht sama do a olle miteinander ein bissal zu ungeduldig, des kau durchaus sein. Des is,
 178 owa wir leben in einer Zeit, waun daun a Prozess 2, 3 Jahr dauert, daun wird's schon mühsam,
 179 wei nämlich daun a der Elan einfach schwindet, des is gaunz klor, owa für solche Sachen. Achjo
 180 siachst, eine Erfahrung haben wir auch noch gmocht, wir haum glaubt, dass ma sozusagen,
 181 durch das oersönliche kennen unetreinander, ah, schon weiter san in den in den Möglichkeiten
 182 Konflikte zu lösen. Und hob i auch einmal gemerkt, dass es Leit gibt, die sich sehr weit
 183 zurückziehen, wenns wirklich hort auf hort geht, dass die daun oftmals a die erlebte Offenheit
 184 verlieren. Des wird daun, jo, des hob i persönlich schon als sehr schwierig empfunden, weil i
 185 glaubt hätt, dass wir do scho weiter san.

186 I: Jo guat, danke! Vielen lieben Dank Herr Singer

187 S: Bitte sehr gerne

Interview Andreas Kupfer und Viktoria Templ

Interviewerin: Theresa Jell, BEd.

Interviewpartner: Andreas Kupfer, Viktoria Templ

Funktion: Projektleiter Nature of Innovation

Datum und Ort: 11:00, 04.07.2019, Pachergasse 17 4400 Steyr

1 I: Sehr gut, vielen lieben Dank, dass ich heute da sein darf Frau Templ, Herr Kupfer. Ahm ich
2 schreibe eben wie gesagt meine Masterarbeit zum Thema Regionale Identitäten in dieser NOI
3 Region und meine erste Frage dazu lautet an Sie, wenn Sie an die Region denken, welche
4 Begriffe fallen Ihnen spontan ein? Herr Kupfer?

5 K: Aaaahm, historisch, oiso beginn so zu sagen, oiso wie ich die Frage jetzt gehört hab, wor
6 des für mich gleich so ein historisches Fenster aufgegangen, es ist für mich schon so zu sagen,
7 diese alte Geschichte mit dem Eisen und so die Eisenstraße, Eisenwurzten wie auch immer, oiso
8 net nur die Begriffe, sondern auch tatsächlich, dass unsere Region, aah, durch aah den Transport
9 und die unterschiedlichsten Verarbeitungsschritte dieses Rohstoffs extrem geprägt ist und des
10 ist nicht nur eine Prägung, die jetzt in Bauwerken oder in historischen Bauwerken oder Museen
11 irgendwie noch sichtbar ist. Ich denk mir, diese diese man spürt's zum Teil noch immer, zum
12 Teil ist es auch so zu sagen ökonomisch, kulturell und so weiter, ahm, immer in Anwendung
13 oder in Verwendung. Des heißt, es gibt nach wie vor, ahm, einen hohen Anteil an
14 Metalverarbeitender Betriebe, do in unserer Region. Aaah, wos i a sehr spannend find a im
15 Zusammenhang, dass dass so dieser diese Nutzung von dem von dem von diesem Rohstoffen
16 natürlich a Auswirkungen auf aundere Rohstoffe kopt hot, beziehungsweise auf die Natur kopt
17 hot und unsere Region ist sehr stark von der Natur auch geprägt. Also die Menschen sind auch
18 von der Natur geprägt und bei NOI haben wir dieses Bild am Beginn gezeichnet, dass meines
19 Erachtens nach wie vor eine gewisse Gltigkeit hat, dass diese Region von der Natur geprägt ist
20 und dieses und diese Menschen diese Natur irgendwie nutzen und jetzt sind wir auf dieses
21 historische Thema zurückzukommen, die Flüsse, die diesen Nationalpark, der im Zentrum
22 dieser NOI Region, und in unserer Region liegt, also dieses Waldgebiet und die Steyr und die
23 Enns, die diese aaah diesen Nationalpark und diesen Naturraum umklammern und und
24 sozusagen auch irgendwie so alles einen Rand irgendwie geben, in Steyr zusammenzufließen,
25 Steyr war schon immer eine Schnittstelle aah, ist es nachwievor auch für die Region und dann
26 sozusagen weiterfließt bis zur Donau, wir haum daun a immer gsogt, in die große Welt hinaus.
27 Und ich denke das prägt die Menschen nach wie vor, dass wir sozusagen, aah, sehr stark mit
28 der Natur lebt, dass man sehr stark von einerseits diesen Grünraum und diesen Wäldern und so
29 weiter, aaah, dass man die auch nutzt in der Freizeit und auch touristsich und so weiter. Und
30 wenn mans ans Wasser, aah, gaunz wichtig ist und und übrigens auch amoi wichtig werden
31 wird, aaah, glaub ich, und des schon so Elemente sind, auf die die Menschen auch stolz san, ah,
32 die sie auch in der Freizeit nutzen und, sozusagen, geographisch passt vielleicht do a nu dazua,
33 aaahm, haum wir den Vorteil, dass wir gaunz schnell im Zentralraum wo san und der
34 Zentralraum nahe ist und dieser Weg hinaus, owa, der ländliche Raum und die Täler uns
35 natürlich auch prägen und wir auch ganz schnell in der Peripherie san, oiso 50 Min und wir san
36 an jenem Ort in OÖ, der also wenn ich nur die Unterlaussa nehme, so der südlichste Punkte

37 oder südlichste Ort in unserer Region, oiso richtig weit weg und peripher, also a
38 Herausforderung, des foit ma jetzt so adhoc ein.

39 T: I, i glaub i bin a bissal vor eingenommen, jetzt von dem was i scho glesen hob, owa weil i
40 ma nämlich a docht hob, dass i dieses Handwerk nu aahm erwähnen möchte. Eh das was du
41 jetzt erwähnt hast, Andi, und was bis jetzt eigentlich gor net so gekommen ist, dass wir
42 eigentlch in unserer Region hin, durch des, dass des Wasser immer so wichtig war, a für
43 Rohstoffweiterbringung, dass jo wir gaunz vü Kunstschmied, also die Kunstschmiedsszene
44 anfoch immer voi wichtig wor und glaub i wichtig ist, ahm, auch die Flösser, dass diese alten,
45 alten Berufe irgendwie uns schon sehr geprägt haben. Und jetzt des Wossa, ah, oiso früher auch
46 irgendwie so berufsgründen, jetzt immer mehr Freizeit und i glaub a, dass das Wasser wieder,
47 oiso es hot an extrem hohen Stellenwert und des is irgendwie glaub i des verbindenden
48 zwischen ollem, für mich, do bin i gaunz dabei.

49 K: Daun was i a nu einbringen möchte is und des a so a Qualitätprozess irgendwo kumma, oiso
50 i kaun mi net erinnern, dass i in den Projekten in den letzten Jahren, i man i bin jetzt 48 Jahr
51 oid, dass i amoi mit irgendjemanden nicht per du wor, jo. Oder, dass ich mit irgendjemanden
52 aaah die in diesen Projekt mitgearbeitete haben und die Akteure, die tätig san in der
53 Regionalentwicklung, dass man sich hier auf Augenhöhe begegnen kann und i glaub des is scho
54 a sehr hohe Qualität. Bei allen unterschiedlichkeiten, bei zum Teil auch politischen, ah,
55 Unterschieden und so weiter, gibt es doch irgendwo scho so a aaah, ein Miteinander find ich,
56 oder ein Begegnen auf Augenhöhe, aaa, waun ma owa daun in die Tiefe geht ist es daun oft, do
57 kumman daun schon wieder solche Muster natürlich auch hervor, owa ma kau zumindest reden
58 drüber, dass ma net ois was und, dass ma, dass gewisse Dinge nicht ausgesprochen werden, des
59 is überoi so, owa des is sicher sehr sehr positiv find i. Aaahm, man is auch ein bisserl mutige
60 rgeworden in den letzten Jahren, um Neues auszuprobieren.

61 T: i glaub owa a weil mans irgendwie schofft in der Region, dass eben vü Leid, die a nu studiert
62 haum oder wo aundas worn, wieder zruck kumman, oiso i glaub, dass die, dass wir, i hob kann
63 Vergleich zu aundaren Regionen, owa gefühlsmäßig ahm, woin gaunz vü Leid wieder zruck
64 und dadurch san Veränderungen irgendwie schneller spürbarer, es duat sich anfoch irgendwos.

65 K: Do host du völlig recht. Und der Matthias Horx, des foit ma jetzt a ein, bei der
66 Abschlussveranstaltung von NOI, hot sozusagen diese, do is um die progressive Provinz
67 gegangen und wie die Provinzen, aaah, in Zukunft überleben werden, grob gesagt und er hot an
68 gaunz an wichtigen Punkt einfach zu, aaah, ein zentrales Asset ist das Thema Bildung und des
69 hot mit dem zu tun, was du jetzt gsogt host, oiso Leute, die, die Ausbildung gmocht haum, aah,
70 obs jetzt akademisch is oder beruflich völlig egal, i sog jetzt generell Kompetenzen erworben
71 haben, wieder zruck kumman, versuchen diese Kompetenzen hier auch auszuleben, denen auch
72 Möglichkeiten zu geben, i man des is scho a bissal so e Thema von uns gwesen, is wichtig owa
73 auch Bildung hier zu haben und die Bildungseinrichtungen do zu haben und do sama relativ, na
74 do sama eigentlich sehr gut ausgestattet find i und, dass wir auch eine Fachhochschule do in
75 Steyr haum, jo, is im Vergleich zu aundaren Regionen, die ich kennen, wo es keine
76 Fachhochschule gibt, aah, schon was Besonderes, weils ein ganz natürlicher Anziehungspunkt
77 für junge Menschen ist, auch wenn sie nur temporär do bleiben, owa es verändert a wos in der
78 Atmosphäre und im Gefühl, ah, einer einer Region, wobei des jetzt nu sehr stark auf Steyr
79 bezogen ist. Die Region selber profitiert do vielleicht nu net so, net so stark, jo.

80 I: Genau, daun gehma weiter zur nächsten Frage: Das passt da eigentlich e ganz gut dazu, weil
81 Sie das jetzt gerade angesprochen haben, die Region, wenn wir hier in diesem Rahmen von
82 Region sprechen welche Gebiete umfasst die Region für Sie?

83 K: Aaah, oiso wir worn am, aaaah, wir worn natürlich politisch, förder technisch eingeschränkt
84 auf drei LEADER-Regionen und die Stadt Steyr. Ahm, nur diese nur diese diese
85 geographischen Grenzen stimmen natürlich nicht. Wir waren auf dieses Gebiet eingeschränkt
86 und haum uns in diesem Gebiet bewegt, nur in der Realität is es halt ganz anders weil Menschen
87 leben in NÖ und arbeiten in OÖ, aah, Menschen in, wohnen in OÖ und arbeiten in Linz, und
88 Projekte wie zum Beispiel Radfahren, Radweg, Radnetze enden nicht an der Grenze und fost
89 ka Projekt irgendwo aun der Grenze, es gibt immer Bezüge darüber hinaus und eigentlich
90 wollten wir auch sozusagen Grenzen sprengen. Oiso unser Projekt hot jo scho a bissal die
91 Grenzen gesprengt, alleine schon von den 4 Regionen, die in dieser Form noch nie
92 zusammengearbeitet haben. Aber wir haben schon versucht sozusagen, da darüberhinaus zu
93 denken und es hot Projekte gegeben wo zum Beispü die Almtaler, mit gedacht oder mitgewirkt
94 haben oder wir in die Steiermark geschaut haum oder a noch NÖ, des hätt ma voi gern nu vü
95 mehr gmocht, hhm. Ah, ich finds nach wie vor irgendwie sehr hinderlich diese diese Grenzen,
96 des is die eine Seite, andereseits merk i irgendwie a in den letzten Jahren, dass es schon der und
97 des passt a guad zu der Regionalen Identität, dass sich die Menschen in ihrer Kommune, ah, in
98 ihren Vereinen und so weiter, schon extrem wohlfühlen und dadurch auch Identifikation
99 entsteht, des hot jo jetzt nix, des is nix nationalistisches, oder so irgendwie, sondern des is
100 scheinbar braucht ma schon so seine Bezugspunkte, aaahm, teilweise, owa für so eine
101 Gesamtregionale Entwicklung ist es glaub i wichtig, dass ma über diese Grenze hinweg denkt
102 und des hauma gaunz intensive versucht, des is uns net immer gelungen, aaah, is für manche
103 wirklich schwierig, weil sozusagen wir jetzt nur, mir is nur mei Gemeinde wichtig oder mein
104 Ortsteil wichtig, aaahm, es is a wenig a Spannungsfeld, das wir bearbeitet haben und auch a
105 Herausforderung war und sicher sicher für die Zukunft a großes Thema werden wird. Ich bin
106 überzeugt, dass sich nicht jede Gemeinde alles leisten kann, was sie jetzt haben, in Zukunft und
107 ich glaub a, dass es viel gscheider ist, dass man gewisse Dinge kooperativer macht und und
108 gemeinsam auch.

109 I: Okay, was sagen Sie Frau Templ?

110 T: Jo do kaun i net ois Experte reden, sondern des is a individuelles Gefühl. Also für mi is des
111 Ennstal, Steyrtal, Steyr, des is irgendwie so mei Region wo i, oiso des siach i, wenn ichs
112 jemanden erklären müsste, daun würd i des so erklären. Eben a ollas wos wir so in Linz-Land
113 gmocht haum is für mi so weit wega, owa i was net, man is hoid do so persönlich so geprägt,
114 wo ma ois Kind wor und wo ma in die Schule gegangen ist und so weiter, ahm.

115 I: Des san jo a so die wichtigsten Aspekte der Regionalen Identität.

116 T: Oiso i glaub scho a, diese Verbindung zwischen zwischen Ennstal und Steyr die is irgendwie
117 gaunz stark, die is sicher historisch bedingt, anfoch so stark.

118 K: Des is gaunz wichtig wos du jetzt gsogt host, aaah, weil des hob i vorher vergessen. Wir
119 haum wirklich mit Linz-Laund, des wor net anfoch und es schon durchaus a auf des
120 zurückzuführen, dass es oft diese, obs jetzt historisch oder Gegenwärtig ist, dass es hoid
121 weniger Beziehungen gibt zwischen denen, die dort leben und es is tatsächlich so, dass Ennstal,
122 Steyrtal, Steyr und die Umlandgemeinden, dass da anfoch mehr Zusammenarbeit, mehr
123 Zusammengehörigkeit gibt, wie mit den Rändern und insbesondere auch mit dem

124 Flächenbezirk Linz-Land, der halt keinen zentralen Ort hot, des is für den Bezirk Linz-Land jo
125 a schwierig, is es jetzt Linz – na is es net, is es Enns – na is es auch nicht, oiso der Bezirk hat
126 an und für sich auch keinen zentralen Ort, weil die fohrn auf die BH noch Linz, jo.

127 I: Schwierig, was bedeutet für Sie Regionale Identität?

128 T: Ahm, oiso i find den Identitätsbegriff schon einmal total schwierig, owa i man do hot e, was
129 net wie viele Wissenschaften sich damit auseinandersetzen, weils anfoch a schwieriger Begriff
130 is. I unterricht eigentlich Deutsch als Fremdsproch, des hast des is immer wieder a storkes
131 Thema. Ahm, i glaub hoid immer wenn ma Leid frogt wos sie mit Regionaler Identität
132 verbinden is es eben immer ois wos ma, wos Identität für einen selber bedeutet, oiso i glaub do
133 spüt ois eini, olle Sozialisationen, Sachen, die ma durchgemocht hot. Es kommen wie Begriffe
134 wie Natur, Kultur, olle Bereiche a eigentlich der Regionalentwicklung spielen halt da mit, die,
135 aaah, jo. Ahm, i glaub das der Begriff Identität schon, mit einem selber schon so viel mocht und
136 so so schwierig für einen oft ist. I kauns gor net genau erklären.

137 I: Okay.

138 K: Jo für mi is es a irgendwie so zwiespältig, also grundsätzlich glaub i, es gibt net diese eine
139 Identität und es gibt viele unterschiedliche Identitätsanker, ich würds jetzt einfach mal mit
140 Identitätsanker formulieren. Ahm, die a sehr individuell san, eben weils für jeden anders ist, ist
141 glaub i a schwierig zu sagen: und jetzt hauma do sozusagen etwas das für alle gilt, nu zu Zeiten,
142 wo aaaah, jo wo sich sehr viel verändert, wo sehr viel Leute zu ziehen, wo aundare wegziehen,
143 ahm, verändert sich das a, oiso des is a bissal a vielleicht, es ist in der Stadt und in Gemeinden
144 aundas, wobei ma a do a wirklich unterscheiden muas. Es gibt Gemeinden do ziang mehr Leid
145 zua und es gibt Gemeinde do ziagn mehr Leid weg, es gibt Gemeinden do ziagn eher junge zua,
146 es gibt Gemeinden do ziagn vielleicht eher ältere oder Zweitwohnsitzer zua, ah, drum kaumas
147 kaumas net generalisiern, drum interessiert die Arbeit und die Ergebnisse, drum hauma uns jo
148 a im NOI-Prozess mit dem Thema auseinandergesetzt und a die eine oder andere
149 wissenschaftliche Interpretation oder Studie dazu gelesen, aaah, für mich persönlich, bin total
150 froh, dass i in der Gegend leb und, dass ich so unterschiedliche Identitätsanker hob. Oiso i bin,
151 i bin in Weyer geboren und und bin brauch sozusagen diese Natur und diese Berge, bin froh,
152 dass ich in Steyr leb, ahm, bin froh, dass i waun ma des ois zu eng wird, dass i gaunz schnell in
153 in aah weiter weg kaun. Die Menschen sind für mich a Anker in der Region, die Netzwerke, in
154 denen ich mich bewege, aah, san a nu so Anker, es gibt Dinge auf die bin i sehr stolz in der
155 Region und wo i ma denk, oiso a die net nur mit mir wo zu tun haum, do denk i a des is echt,
156 des mocht ma und des mocht ma gaunz guad. Aaah, auf aundares weniger, wo i ma denk es
157 könnte eigentlich vü mehr sein und es könnte gaunz gaunz aundas gehen.

158 I: wos san so Aspekte auf die Sie stolz sind?

159 K: Dieses auf Augenhöhe, des i vorher scho erwähnt hab. Auch dieser Mut was auszuprobieren,
160 aaahm, es san eher so Einzelinitiativen, beziehungsweise eben Netzwerke, die sie sich so bilden,
161 wo Leute etwas miteinander machen, jo. Ah, sei es jetzt kulturell, Kulturveranstaltungen oder
162 Kulturvereine, die sind in den zwei drei Jahrzehnten gebildet haben, von Friculum in Weyer
163 über das Röder in Steyr oder das Rock in Dorf in Kirchdorf oder die literarische Nahversorger
164 in Schlierbach, das sind total interessante kleine Initiativen. Über den Nationalpark natürlich,
165 das wir es geschafft haben, ich mein das is ein bisschen auch so meine Geschichte, weil ich da
166 so bissal mit, des hot mi geprägt, do wor i hoid a so a bissal dabei, dass wir an Nationalpark
167 haben in Oberösterreich. Wos so diesen, dieses Zentrum, diesen Naturraum wirklich schützen

168 haben können und das ist auch was besonders, dass sich dieser Kernbereich völlig unbeeinflusst
169 von den Menschen zurückbilden kann, ja. Uuff, jetzt muas i jetzt da dazön, i was net obs wichtig
170 is, aah, i bin do jedes Jahr öfters drinnen in diesem Kernbereich und ich kenn auch die Ränder
171 und i kenn gaunz vü leid aus der Region, die worn nu nie im Hintergebirge, die worn nu nie im
172 Nationalpark. Und des is des Thema, schätz ich das was ich habe, aaah, zuhause und des is
173 schon was wo i ma denk, nein die Leute schätzen das viel zu wenig und die kenn es viel zu
174 wenig und es liegt so nahe vor der Haustür, aber sie kenn es nicht, ja. Mein Vater war noch nie
175 in Reichraming im Hintergebirge und wohnt aber da seit 75 Jahren, er wor an den Rändern,
176 aber so wirklich drinnen des kennt er net, aaah. Was wor die Frage? (lacht)

177 I: Was bedeutet für Sie Regionale Identität? Aber wir können gleich weitergehen...

178 T: Tschuldigung, dass i do unterbrich, nur gaunz kurz ergänzen, weil i jetzt wo du gredt host,
179 wir haum a im Arbeitsteam a gaunz a guade so a Definition gefunden, also eher aufbauend auf,
180 i was jetzt nimmer wer des jetzt gmocht hot, owa mit diesen, dass es Objekte san, es san
181 Menschen, es san Netzwerke, ahm, es san Geschichten, die es ausmochn und glaub i für uns
182 speziell hoid anfoch die Natur. Die man eben irgendwie hervorheben muss, owa des is ois was
183 du gesagt hast, eigentlich.

184 K: Owa du hostd es jetzt guad zusammengefasst, des is scho nu amoi wichtig, wir haum uns a
185 anfoch mit dem Paper von Leo Baumfeld beschäftigt, des du e kennst höchstwahrscheinlich
186 und haum uns daun so genähert. Oft oft bleibt ma a im historischen stecken, jo oiso des Objekt,
187 die Geschichte, i find a des Gegenwärtige und des Zukünftige a interessant, jo. Und oder wos
188 uns wirklich a in die letzten 10, 15 Jahre geprägt hot, jo oiso wo die Leid, oiso dass Steyr 1991
189 kurz vor einer Katastrophe gestanden is, wie die Steyrwerke ah, zusammengebrochen sind, die
190 verstaatlichte Industrie, wo es irgendwie gelungen is, ah, mit MAN, ZF, SKF und so weiter
191 aaah das zu retten und weils jetzt grod wieder des Jubiläum wor, dass 1980/1981 BMW sich in
192 Steyr angesiedelt hat, man kann jetzt zu Automotive stehen wie man will, nur diese
193 Industriebetriebe beschäftigen zwischen 10 und 15000 Personen, ernähren, aaah, gaunz viel
194 Familien, es gibt ganz viele Zulieferer und so weiter, hätten wir das nicht jaa und diese gaunz
195 junge Geschichte, daun würds gaunz aundas ausschaun in unserer Region und des is jetzt
196 übrigens a die Herausforderung für die Zukunft, weil aaahm BMW hot das
197 Dieselkompetenzzentrum in Steyr und muss sie diversifizieren in die Richtung nicht-fossile
198 Antriebsstoffe und so weiter, oiso es bleibt schon spannend. Owa warum sind diese Betrieb do?
199 Es sind wieder die Menschen und es ist die Bildung und sie san gut ausgebildet, es gibt
200 Kompetenzen und i sog immer das Zentrale ist die Bildung.

201 I: Das heißt, ah, die Regionale Identität hot auch für die Region an sich einen relativ hohen
202 Stellenwert Ihrer Meinung nach?

203 K: jo wie gesagt, die Regionale Identität gibt's so nicht, aber diese Identitäten, i man i bring
204 jetzt nu an Aspekt ein, weil der hot uns a in die letzten 1, 2 Jahre beschäftigt, des wor sozusagen
205 dieser neue Tourismusverband und wie nennen wir uns, oiso Tourismus is natürlich
206 eingeschränkt, owa es hot daun scho irgendwie aufgezeigt, aaah, dass es do um mehr geht, wie
207 um eine touristische Marke, sondern wie lautet unsere Regionsmarke und ich war beruflich
208 damit beschäftigt und wor a in dem Team, das den Vorschlag gmocht hot, wir sollen
209 Eisenwurzeln heißen, mhm, und do is des Problem aufgetaucht, dass alle gesagt haben, ja
210 stimmt, das sind unsere Wurzeln, das is unsere Geschichte, owa manche gesagt haben, des is
211 jetzt vorbei, des is alt und wir wollen was neues und das ist uns zu rückwärtsgewandt. Und des

212 is für mi ein Zeichn und Interpretation, dass ah, dass ma scho modern, innovativ und
213 zeitgenössisch oder irgendwie so so sein möchte und sich ein bisschen abheben möchte von
214 alten historischen Mustern. Des kauma jetzt schod finden oder net, owa es is hoida so. Ahm,
215 und a wieder vielleicht a Antwort auf deine Frage, aah, es is anfoch net eindeutig und es is so
216 individuelle und es kau in einem Jahr wieder gaunz aundas sein. Oiso des erleb i a, wie schnö
217 sich Dinge verändern und wie sich Meinungen verändern oder Dinge möglich san, die vor zwei
218 Jahren net möglich worn, gengan auf amoi. Ahm, des kaun sich gaunz schnell ändern, owa
219 grundsätzlich glaub i, dass die Leute, die hier in unserer Region leben sehr stolz auf ihre Region
220 sind. Ah, und waun mas frogt wos is sozusagen, wos is für euch regionale Identität oder
221 identitätsstiftend, daun san des glaub i jo e die Dinge, die wir erwähnt haben. Die Steyr, die
222 Steyrer sogen jo wir haum jo die schönste Altstadt Europas, den schönsten Platz Mitteleuropas,
223 aah, der in Passau is a net schirch, und der in Regensburg is a net so aundas, und übrigens a der
224 in Waidhofen. Owa wurscht, man sogt wir haum den schönsten Stadtplatz, er is e wirklich
225 schen. Aaah, jo e diese Elemente, die ma erwähnt haben, denk i.

226 I: Okay oiso diese, es san do so diese besonders identitätsstiftenden Aspekte auch. Oder gibt's
227 Ihrer Meinung noch andere besonders identitätsstiftende Aspekte?

228 K: Arbeit und Indsutrie, hob i e erwähnt, des is glaub i scho sehr wichtig, ah, historische
229 Denkmalgeschützte Kulturbauten sowohl in Steyr, als auch rundherum, der Naturraum mit mit
230 den Flüssen und und der Natur, haaach, waun ma jetzt deiner Interpretation, des wos du erwähnt
231 host (sieht zu Frau Templ) von Objekten, es gibt jetzt net sozusagen, aaah, also der
232 Tassilokelch, der in Kremsmünster is, is jetzt net das Objekt, das uns

233 T: Aber mit Gebäuden, die von Bedeutung san

234 K: Des vielleicht, Geschichten, jo in Steyr is es natürlich, oiso des wird a immer wieder erwähnt,
235 owa meines Erachtens a a bissal verkehrt natürlich die Geschichte unter Leopold Werndl, oiso
236 der sozusagen, aaahm, sehr viel, oiso sehr viel geprägt hat, warum wir hier so leben und warum
237 wir auch die Stadt so aussieht zumindest ois rund um das Stadtzentrum, der Wehrgraben, dort
238 wo die Industriestellen sind, des is ollas natürlich von ihm sehr stork beeinflusst und auch
239 sozusagen dieses Soziale, wobei des a bissal verkehrt ist owa egal, oiso, dass er ein sehr sozialer
240 Arbeitgeber war. Ah, owa so richtig prägend is a net, oder?

241 T: Na

242 K: owa so richtig stoiz is ma a net drauf. Wir haum a Laundesausstellung jetzt 2021, wo, des
243 ist übrigens die dritte Laundesausstellung, wo ma uns, eigentlich is es jo guad, dass ma auf des
244 Thema kumman und eigentlich mit unserer Region auseiannder setzen. Wir haum a 1988/89 a
245 Arbeit-Menschen-Maschine ghobt, do is es ganz stark um das historische Arbeitsthema
246 gaungen in Steyr von dem i jetzt gro gredt hob. 1998 haumas a bissal erweitert, Land der
247 Hämmer, so auch das Umland und jetzt in 2 Jahren is es daun Adel-Bürger-Arbeiter. Ahm, wo
248 ma sie so mit den drei Gruppen beschäftigt, wobei Adel überhaupt keine Rolle spielt in unserer
249 Region, des is sozusagen nur das Schloss Lamberg und und und die Besitztümer, die die
250 Lambergs ghobt haum, die jetzt Nationalparks san, des is so der Bezug. Bürger, Arbeiter.

251 T: Owa i glaub, owa es is hoid a, ma muas muas sie irgendwo haum, i glaub scho, dass die
252 Arbeiter früher und heute anfoch a prägend san für Steyr

253 K: Jo schon, oiso des akademische, des wos ma jo erst seit der Fachhochschule haum.

254 T: Jo des gespiat ma a nu net richtig, oiso die, die haum jetzt keine regionale Identität bis jetzt
 255 glaub i entwickelt.

256 K: mhm.

257 I: Okay, daun gehen wir zur nächsten Frage, welcher Nutzen kann aus einer gemeinsamen
 258 regionalen Identität für die Region generiert werden, oder aus den regional Identitätsstiftenden
 259 Anker?

260 K: Najo.

261 T: Mi hot nämlich die Frage von vorher nu beschäftigt, ob es für eine Region wichtig is, i bin
 262 ma nämlich nicht sicher, oiso scho wenn wenn ma, dass ma seinen seine Umwelt, seine Heimat
 263 kennenlernt, ahm.

264 K: Do hauma jo a schönes Projekt ghobt.

265 T: Jo oiso Heimatkunde update, hot des ghasst, oiso ursprünglich für Volksschulkinder, aber
 266 es hat sich daun ausgebreitet von Kindergartenkindern bis Jugendliche, wie sie zu
 267 Heimatforschern, ahm werden können. Und sicher is des eben nu so a, dass ma a was a
 268 Veränderung wü und ma irgendwie bei der Regionalentwicklung beteiligt sein will, muss ma
 269 sich schon auch identifizieren mit seiner Region, aber wie stark bewusst des sein muss für
 270 jemanden, da bin i ma gor net sicher, wos i do.

271 K: Des kauma sich jo a die Frage stellen, ob es noch innen oder noch außen wirken soid, oiso
 272 noch außen kaun i des scho a bissal beantworten, oiso i denk ma, jetzt a wieder im Tourismus
 273 oder im Employerbranding oder was auch immer, is glaub i, a schon a Vorteil, wenn ma
 274 sozusagen in einer Sprache, in Bildwelten oder in einem Wording mit Geschichten nach außen
 275 gehen kann. Wir sind das Gesäuse oder wir sind das Kufsteinland, oder wir sind Wien oder wir
 276 sind Manchester oder was auch immer, das fehlt uns ein bisserl, oiso do sama unklar. Unser
 277 neuer Tourismusverband heißt jetzt Steyr und die Nationalparkregion, des is jetzt der Titel. Und
 278 im Untertitel „in Summe mehr“ und i glaub des is net unwichtig, vor allem in dem
 279 Zusammenhang, man interpretiert sich in Summe mehr. Oiso diese Kleinteiligkeit macht
 280 sozusagen, macht das Ganze aus. Aah, owa durch diese Täler, es gibt gemeinsames und es gibt
 281 trennendes und des spürt man auch im Außenauftritt der Region. Aah, wir haum nu immer
 282 unterschiedliche Bezirke, wir haben eine Statuarstadt, wir haum den Bezirk Steyr-Land und den
 283 Bezirk Kirchdorf, vielleicht a nu Linz-Laund dazua, oiso hauma e scho drüber gesprochen.
 284 Frage wor nu amoi?

285 I: Welcher Nutzen kann aus einer gemeinsamen Identität generiert werden?

286 K: Oiso touristisch glaub i wärs schon ein Nutzen, wenn man in einer Sprache, mit einem Bild
 287 noch außen geht. Auch im Sinne des Employerbrandings, oder sagen wirs anders, in der
 288 Anziehungskraft für Menschen, die hier leben möchten und hier arbeiten möchten. Ah, glaub i
 289 is es a guad, wenn man erzählt, wos is bei uns gut, wos funktioniert gut aah und das eine
 290 gemeinsame Geschichte wäre, die man erzählt oder mehrere Geschichten sind. Nach innen denk
 291 ich sans anfoch wird die regionale Identität durch Projekte gestärkt und und und gefördert und
 292 des wor a Ziel von unserem Projekt und das hoff ich auch, dass das in vielen zukünftigen
 293 Projekten so sein wird, dass wir es schaffen, dass die Stadt mit dem Umland Projekte
 294 gemeinsam macht, dass oszusagen dieser Austausch auch funktioniert, aah, unterschiedlichste

295 Richtungen, aaah, um an diesem Gemeinsamen oder diesen gemeinsamen Identitäten weiter zu
296 arbeiten.

297 I: Okay, daun kommen wir zur letzten Frage, sollen Ihrer Meinung nach Maßnahmen zur
298 Konstruktion eines stärkeren Regionsbewusstseins und zur Etablierung einer Regionalen
299 Identität gesetzt werden?

300 T: jo des san e die Projekte, die du jetzt gesagt hast, die diese scho a Bild nach außen so a
301 toursitisch irgendwie vermitteln werden kann.

302 K: Oiso i würd jetzt kein Projekt mehr machen oder ich würd jetzt kein Projekt initiieren, zu
303 sagen wir schaffen jetzt eine gemeinsame Regionale Identität, weißt des is zu sehr auf der
304 Metaebene, und i glaub die Leute möchten gaunz konkrete Umsetzungen entlang dieser
305 Identitätsanker haben. Wie kann ma den Nationalpark erlebbarer machen, so erhalten wie er ist.
306 Wie kann man das Radwegnetz in der Region verbessern, wie kann man es schaffen, dass sich
307 innovative Unternehmen hier ansiedeln und Arbeitsplätze für die Stadt und das Umland
308 schaffen. Wie kann man die Umwelt- und Natursituation in unserer Region so behalten wie sie
309 ist, wie können wir unsere Flüsse, aah, erlebbarer machen und solche Dinge, dadurch, i hob
310 jetzt nur a paar Themen aufgezählt, i glaub, dass des der Ansatzpunkt ist.

311 I: Hmm okay, das war meine letzte Frage, vielen lieben Dank!

312 K: Gerne!

Interview Markus Vogl

Interviewerin: Theresa Jell, BEd.

Interviewpartner: Markus Vogl

Funktion: Abgeordneter der SP

Datum und Ort: Interview wurde schriftlich übermittelt

- 1 Frage 1: Wenn Sie an die Region denken, welche Begriffe fallen Ihnen spontan ein?
- 2 Eisen, grün – wie die Natur, abgeschieden – also nicht im Zentrum, Kraft – auch symbolisiert
- 3 durch die Flüsse
- 4 Frage 2: Wenn wir hier in diesem Rahmen von Region sprechen, welche Gebiete umfasste diese
- 5 Region Ihrer Meinung nach?
- 6 Für mich gefühlt Steyr und das Ennstal. Wobei natürlich der gesamte Bezirk Steyr Land und
- 7 auch Teile vom Bezirk Kirchdorf für mich zur Region dazugehören.
- 8 Frage 3: Was bedeutet für Sie Regionale Identität?
- 9 Dinge und Eigenschaften welche man mit der Region verbindet.
- 10 Frage 4: Welche Bedeutung hat Regionale Identität sowohl für Sie persönlich, als auch für die
- 11 Region?
- 12 Eine sehr hohe, weil sie einen natürlich sehr stark prägt. Wenn seit über 1000 Jahren Metall
- 13 verarbeitet wird in einer Region hinterlässt das Spuren und prägt die Menschen. Wir haben eine
- 14 hohe Kompetenz im Umgang mit Metall und technischen Anwendungen. Und wir sind offen,
- 15 weil wir unsere Waren immer in die ganze Welt exportiert haben.
- 16 Frage 5: Gibt es Ihrer Meinung nach eine gemeinsame Regionale Identität in der Region?
- 17 Welche Aspekte haben, Ihrer Meinung nach, einen besonders identitätsstiftenden Charakter?
- 18 Ja die gibt es, zumindest zwischen dem Ennstal und Steyr. Hier wirkt die alte Eisenstraße noch
- 19 nach. Ins Steyrtal hinüber wird es schon weniger, weil durch den Wegfall der Steyrtalbahn ein
- 20 wichtiges verbindendes Element weggefallen ist. Die regionale Identität ist für mich sehr stark
- 21 durch unsere Industrie geprägt. 10.000 Industriearbeitsplätze in einer Stadt mit knapp 40.000
- 22 Einwohnern ist schon etwas sehr Spezielles. Gleichzeitig sind wir nämlich auch eine sehr
- 23 „grüne“ Stadt, welche durch viele Bäume und Grünanlagen geprägt ist. Im Ennstal setzt sich
- 24 das fort, dort erobert der Wald inzwischen immer mehr Lebensräume zurück.
- 25 Frage 7: Welcher Nutzen kann aus einer gemeinsamen Regionalen Identität für die Region
- 26 generiert werden?
- 27 Ein gemeinsames Verständnis für die Probleme und Herausforderungen. Wenn ich weiß woher
- 28 ich komme und wo ich stehe, kann ich auch den Weg in die Zukunft besser beschreiben.
- 29 Frage 8: Sollen, Ihrer Meinung nach, Maßnahmen zur Konstruktion eines stärken
- 30 Regionsbewusstsein und zur Etablierung einer regionalen Identität gesetzt werden? Wenn ja,
- 31 welche wären das?

32 Eine gemeinsame Bezeichnung für die Region wäre sicher gut. Auf Grund der
33 Verschiedenartigkeit der einzelnen Regionen ist dies aber nicht einfach. Für die Vermarktung
34 und das Sichtbar werden unserer Region wäre es aber sehr hilfreich. Mit NOI wurde der
35 Zusammenhalt unter den Regionen Steyr und Kirchdorf sicher erhöht, eine Fortführung dieser
36 Aktivitäten im Regionalforum ist daher unbedingt anzustreben.

Interview Gerda Weichsler-Hauer

Interviewerin: Theresa Jell, BEd.

Interviewpartner: Gerda Weichsler-Hauer

Funktion: Obfrau des Regionalforum Steyr-Kirchdorf

Datum und Ort: 11.07.2019, 10:00 – 10:45, Landhausplatz 1, 4021 Linz

1 I: Sehr geehrte Frau Weichsler-Hauer, vielen Dank, dass ich hier sein darf! Sie sind die Obfrau
2 des Regionalforums Steyr-Kirchdorf, was bewirkt das Regionalforum?

3 W: Ja das besondere bei uns im Regionalforum ist, wir sind aahm, wir sind also im Endeffekt
4 3 Personen, 3 Landtagsabgeordneter, jede Region hat sozusagen einen Vorsitzende und
5 Stellvertreter, und es ist die Statutarstadt Steyr, der Bezirk Steyr und der Bezirk Kirchdorf, der
6 Bezirk Steyr-Land und es ist jeweils ein Landtagsabgeordneter oder eine Landtagsabgeordnete,
7 die aus dieser Region stammt, und da haben wir uns sozusagen darauf geeinigt wer die
8 politischen Mehrheiten sind, die Stadt Steyr hat einen SPÖ Bürgermeister und damit bin ich
9 sozusagen als SPÖ Landtagsabgeordnete das, i kumm aus der Stadt Steyr, für Steyr-Land ist es
10 die Kollegin aaahm Regina Aspalter, die kummt aus Maria Neustift, eher ÖVP Mehrheit und
11 in Kirchdorf ist es auch so, über die Gesamtbevölkerung gesehen aaah eine ÖVP Mehrheit gibt
12 und dort ist es der Kollege Christian Dörfel. Und hier, das besondere bei uns ist wir sind die
13 anzeigen, wirklich die anzeigen, die des mochan, um auch wirklich dieses Gleichgewicht
14 zwischen den drei Regionen auch zu halten, ah, is gaunz klar, dass wir alle 2 Jahre wechseln,
15 das heißt ich bin seit 1.1. wieder Vorsitzende, mach das bis 31. 12. 2020 dann wechseln wir
16 wieder. Und des is so ein Rad, das ist selbstverständlich und ist keine Schwierigkeit so.

17 I: Dann gehen wir gleich zu meiner Frage, ich schreibe ja meine Masterarbeit zum Thema
18 regionale Identität in der NOI Region, ahm, wenn Sie an die Region denken, welche Begriffe
19 fallen Ihnen da spontan ein?

20 W: Aaahm, wenn ich an die Region denk fällt ma amal sehr spontan ein, aaahm, Industrie,
21 aaahm, Landwirtschaft, Tourismus, Nationalpark, Nationalpark Kalkalpen, aaahm, wos hauma
22 eigentlich nu so an besonderen Schwerpunkten, also Naturschönheiten, Wandern, Bergsteigen
23 ghort bei uns ziemlich gut dazu, Wasser, mit all seinen auch Problemen, die wir haben, aaah,
24 damit aber a Energieversorgung und wenn ich so ein bissi an die problematischere Seite denk,
25 dann ist es sicherlich Verkehrswege oder Mobilität, ist ein riesen Thema bei uns, aaah, und zum
26 Teil auch Mangelware und aaahm, sonst eigentlich joos Kinderbetreuung is eigentlich ah sehr
27 unterschiedlich ausgebaut

28 I: Okay, hmm, wenn wir hier in diese Rahmen von Region sprechen, welche Gebiete umfasst
29 Ihrer Meinung nach, die Region?

30 W: also mein, meiner Meinung nach, wenn wir von der Region sprechen, aaaah, dann gibt's für
31 mich zumindest, also mal da is die Stadt Steyr, do is aaah der der gaunze Bezirk Steyr-Land,
32 eben mit diesen aaahm, daun doch oiso und der Bezirk Kirchdorf und daun so a bissl
33 übergreifend über diese beiden Regionen ist der Nationalpark Kalkalpen, weil der sich auf den
34 Bezirk Steyr-Land und Kirchdorf liegt. Sonst wenn mas oiso a bissl nördlicher sehen, dass ist
35 es wirklich so dieser, die Region oiso rund um Steyr, Steyr und rund um Steyr sozusagen, als

36 starker Industrieschwerpunkt, den aber auch Kirchdorf hat. Kirchdorf, Micheldorf, dieser
37 Bereich. Ahhm daun natürlich auch aaahm Eisenwurzen, Phyrn-Priel ist also so ein Begriff,
38 eine solche Region, die für mich a so a bissal aaahm ab, wie soi i sogn, abgegrenzt ist. Oiso do
39 was ma von wos ma reden. Aaahm, wenn ma sogt Ennstal und Steyrtal, aah, daun sind das auch
40 Begriffe, owa sie aaah, sie sind glaub i in den Köpfen meistens nur des ois wos links und rechts
41 von der Bundesstroßn is, jo. Oiso dort gibt es extrem viele Seitentäler, in beiden Bereichen und
42 aaah, des is aaahm die do ist es etwas schwieriger, oiso, do is es eher so, wie soi i sogn, do
43 gibt's so kleinere Republiken, die so fost für sich stehen und die glaubi net immer so gleich
44 mitgedacht werden, wenn man vom Ennstal oder Steyrtal spricht, jo. Do is des wirklich so die
45 Durchzugsstraße, die die Orte verbinden und aaah wos wos sicherlich auch noch ein, oiso ein
46 interessantes Thema ist, ist es dahingehend zum Beispü, wir haum jo im Bezirk Kirchdorf
47 aaahm auch Flüsse, aaahm, des is owa net so, oiso nicht so bestimmend, mog vielleicht amoi,
48 früher schon gewesen sein, owa es es bestimmt im ersten Denken, denkst net draun, durch des,
49 dass bei uns im Ennstal und im Steyrtal wirklich a die Flüsse der Begriffe dafür san, die diese
50 Täler amoi irgendwann geformt haum, aahm, host oiso es Wasser präsenter meiner Meinung
51 nach, als es im Bezirk Kirchdorf der Fall ist.

52 I: Und wenn oiso was bedeutet für Sie Regionale Identität?

53 W: aaah, Regionale Identität is für mich schon aaah erstens amoi des wie fühl ich mich da,
54 aaahm, wos, wie, wos bestimmt sozusagen mein meine meinen Stellenwert, aaah, und aah
55 regionale Identität is vielleicht etwas, das i net so empfinden kann, wie es andere empfinden,
56 weil ich erstens amoi aus der Stadt bin, des is wos anderes, aaahm, do is es vielleicht nu eher
57 der Stadtteil selbst, der einen bestimmt, jo. Also, des ma viel mehr nu ois regionale Identität
58 sieht, aaah, und die, es is oiso und die Besonderheiten, die halt damit auch dort verbunden sind,
59 ja. Aaah, des des daun wirklich so diese Identität auch ausmocht. Aahm, do bin sogar ich dabei,
60 ich kumm aus aus einem Stadtteil Wehrgraben, des is oiso der, so der Ursprungsstadtteil, wo die
61 Industrialisierung in Steyr begonnen hat, jo. Und aaaah des bestimmt schon sehr, oiso i, aaah,
62 des is irgendwie, oiso es is schon sehr kleinflächig oft. Regionale Identität des is jo nur a
63 Stadtteil, mehr ist es ja net, aber trotzdem, aaah, bestimmt es, jo. Und Regionale Identität hot a
64 oft mit dem zutun, wo fühl ich mich wohl, wo bin ich daham, des verbindet man auch damit.

65 I: Glauben Sie, dass gerade im Steyrtal und im Ennstal eigene regionale Identitäten
66 vorherrschend sind?

67 W: Ja, jo oiso des erlebt man auch, des erlebt man aktiv mit, aaah, dass do a eigenen regionale
68 Identitäten gibt, ahm, die glaub i schon a bissl, oiso es bricht immer mehr auf, weil einfach der
69 Personenaustausch zwischen den einzelnen kleineren Region größer geworden ist, als früher.
70 Owa wenn i so zurückblicke auf mei eigenen Entwicklung, wie ich vor mittlerweile 25 Jahren
71 fast, aaah, in den OÖ Landtag gekommen bin, aaah, do wor, oiso des, i sogs sehr salopp: Die
72 kummt aus Steyr, jo. Und daun bist a Stickal einigfoahn ins Ennstal, du worst a Steyrerin und
73 umgekehrt ist es mir eigentlich relativ schnell gelungen, aah, des ois als meins zu sehen, oiso
74 do bin i daham, jo. Owi jetzt noch Weyer fohr oder ob i rüber fohr, Kirchdorf, oder so in der
75 Gegend bin i daham, oiso des bestimmt mich so a bissl wieder und des ghort irgendwie ois
76 dazua, für des fühl ma sie a irgendwie verantwortlich. Aaaaah, wenn ma wos duat oder wenn ma
77 Entscheidungen trifft, man denkt aun alle die do leben und an an olle, an an die Gesamtregion,
78 jo. Und owa es is trotzdem so, dass unterschiedliche oiso aaah Identitäten schon gibt und diese
79 a bewusst aaahm weiter so empfunden werden oder weiterentwickelt werden, während ma
80 vielleicht des stressig, des doch ab und zu in der Stadt vorkommt, des wir zwar nimmer so

81 empfinden, owa wost daun merkst, dass es aundare, die net in der Stadt leben, daun mit dir,
82 waunst mit denen drüber redst, daun sogen, des käme für mich nicht in Frage, weil ... oiso, dass
83 des daun sehr wohl Unterschiede ausmocht noch.

84 I: Genau, welche Bedeutung hat Regionale Identität für Sie persönlich?

85 W: i glaub, dass so a, einfach die Identität, dass du dort wost aufgewachsen bist, wost mitkriagt
86 host oder wost sogst des is meines und da fühl ich mich mitverantwortlich, diese Identität ah
87 irgendwie weiterzuentwickeln und weiterzutragen. Aaaah, dass dass des schon extrem prägend
88 ist für ein Leben, jo. Aaah, i glaub dass es selbst in der Stadt Steyr so is, oiso so empfind i des,
89 dass aaah drauf ankommt, zum Teil geht des so weit, dass i ma denk, aaah, maunches moi wors
90 klor warum man sich in welche politische Richtung auch entwickelt, jo. Oder vom Dings her,
91 weil du einfach aus der Region do kommst, aaah, dass des einfach im Vordergrund steht oder
92 gewisse Dinge prägend waren, obst jetzt in in aaah, in der Regional, in in aaah, a
93 Regionalentwicklung in dir durchmachst, wost sehr viele Werktätige worn, wost scho vorgelebt
94 kriegt host, wie wie Beruf geht, wie Familie geht und so weiter, oder obst jetzt irgendwo bist,
95 wie i sog, okay do is ma net so selbstverständlich in die Arbeit gegangen. Joo und schon gar
96 net wies bei uns war in die großen Steyrwerke arbeiten gegangen, in die Industrie, sondern dort
97 host eher an Job am Laund, möglicherweise Landwirtschaft oder du bist irgendwo dort im
98 Gewerbeunternehmen tätig, aaahm, des des prägt schon massiv. Und des sind Dinge, aaahm,
99 die in den letzten Jahren sich endlich besser worden san, weil einfach auch die Möglichkeit für
100 die Jugend a aundare worden is und do, dass ma amoi automatisch weggeht oder längere Zeit
101 nicht in seiner Region sozusagen lebt mit die, die an geprägt hot, des losst Gott sei Daunk sehr
102 viel aufweichen.

103 I: Des hast jetzt, aaah, a aundare Frage, aber glauben Sie, dass grod wenn wenn junge Menschen
104 weggehen, die Regionale Identität in einer gewissen Weise stärkt, wenn die zum Beispiel, wenn
105 sie in eine Großstadt gehen, nehmen wir an sie gehen von Steyr nach Wien, das des vielleicht
106 die Regionale Identität stärken könnte?

107 W: Aaaahm, stärken im Sinne von aaaah, jetzt nicht konservieren, jo, also net im Sinne von
108 konservieren, sondern stärken im Sinne, dass es weltoffener is, aaah, dass man andere
109 Ansichten mitreinbringt, dass man gaunz klor von der Identität her weiß, okay, oiso auch
110 erkennen kann sehr oft, dass ma Wege neu beschreiten muas. Des is net immer leicht, owa es
111 is durchaus so, dass ma schon mitkriegt, okay, do kumman neue Ideen, neue Perspektiven, aah
112 mit denen muss man sich dann auch in der Politik auseinandersetzen, welche Möglichkeiten
113 muss denn jetzt des Thema, aaahm, Entwicklung am Land, Internetzugang, Breitband, des san
114 a so ois Themen wie wird sich zukünftig die Gesellschaft entwickeln am Laund, hauma
115 überhaupt nu ane? Hauma nu a Bevölkerung am Land? Hauma nu aaaah, i was net, wird's nu
116 Jobs geben, welche Jobs wird geben, wos schoff ma grod? Des is im Moment a riesen
117 Entwicklung, in der wir uns befinden und ich trau mi zu behaupten, immer nu am Anfang
118 stehen, jo. Und aaah, owa es wird schneller gehen, als ma uns des vorstellen können und
119 insofern glaub ich schon, dass dass do oiso bei der Stärkung dua i am recht schwa, weil ma
120 immer überlegen müssen, welche Identität, jo. Stärkung im Sinne von, es würde Identität geben,
121 owa die wird nimmer mehr dieselbe sein, sie wird sich weiterentwickeln und sie wird sich
122 immer wieder neu anpassen müssen, jo.

123 I: Welche Bedeutung hat Regionale Identität für die Region?

124 W: aaah, oiso für die für die Region selbst is es schon aah spürbar, aahm, dass erstens amoi
125 reger Austausch untereinander is, wer bewegt sich wohin, wer aaah, fohrt wohin, jo. Des hot
126 sehr oft a mit Regionale Identitäten zu tun und auf der anderen Seite is, aaah, is ah so a
127 Regionale Identität ganz wichtig zum Beispü fürn Tourismus, do spüts eine eine wesentliche
128 Rolle, aaah, und auch die aaahm so wie in der Zusammenarbeit, Regionale Identität kaun sehr
129 oft a, was net, a bestimmtes Handwerk sein, zum Beispiel, wies bei uns auch gewesen ist, die
130 Sensenschmiede, die Messerschmiede, des wor oiso sehr regionsbezogen bei uns a und aus dem
131 heraus hot sich aber viel entwickeln können, oiso i wüs jetzt net oiso Wirtschaft alleine
132 bezeichnen, sondern des wor Kultur, aaahm, oiso die haum a ihre kulturelle Entwicklung gehabt
133 und des worn fost und heute ist es nu vü mehr Kulturgut, als es eigentlich Wirtschaftsgut ist
134 und des is, des des is schon a a wesentlicher Punkt.

135 I: Gibt es Ihrer Meinung eine gemeinsame Regionale Identität in der Region?

136 W: Oiso i glaub die Regionale Identität wor massiv bestimmt durch durch das Wasser letztlich,
137 aaah, des wor hoid bestimmte Berufsgruppe, Berufszweige bei uns entstehen hot lossen, die
138 ihre Identität do drinnen aufgebaut haben und auch kulturelle Entwicklung genumma haum und
139 des is meiner Meinung nach aaahm, schon sehr jo sehr sehr prägend und aaah, und wesentlich.
140 Oiso i glaub, dass des Wasser so des bestimmende is bei uns in der Region. Waun is über alle
141 3 Bezirke siach, über die Stadt, Steyr-Land und Bezirk Kirchdorf, daun kummt glaub i wirklich
142 so der Ursprung unserer Identität aus dem Wasser, wenn sie so wollen unter
143 Anführungszeichen.

144 I: Welche Aspekte haben Ihrer Meinung nach, einen identitätsstiftenden Charakter in der
145 Region?

146 W: Welche Aspekte könnten das sein?

147 I: Abgesehen vom Wasser

148 W: Jo. Jo i glaub schon, dass so so Aspekte wie Natur bei uns ganz wesentlich bestimmt, des is
149 a sehr prägendes Element eigentlich bei uns. Des geht bis in die Stadt rein. Und und natürlich
150 auch aaah i glaub, dass dass aaahm grad des Moment Eisen irgendwie auch kein unwesentliches
151 ist bei uns, so aus der Ursprünglichen Entwicklung heraus. Was könnte es noch sein? Jo des,
152 boaaaah, es ist wirklich schwierig zu sagen, was kann was ganz Bestimmendes sein, wos über
153 ois drüber geht. Aaaaahm, es ist echt schwierig, vielleicht auch ein bisschen die Landschaft
154 selbst, die bestimmt uns schon sehr, aaah, weil dieses doch Berg und Tal gibt's überall, des
155 hauma jo eigentlich überoi rundherum und do heraußt möglicherweise resultierend wirklich die
156 Bearbeitung sozusagen, des Grund und Bodens, in welcher Form auch immer, ich glaub, dass
157 des a sehr bestimmend ist.

158 I: Glauben Sie, dass Wirtschaft und Industrie ein identitätsstiftender Aspekt sein könnte?

159 W: Ohja, davon bin ich ganz fest überzeugt, i glaub grad für die Stadt ist es, aaah, und a
160 mittlerweile, oiso des geht a, i man wir sind als Steyr eine Statutarstadt, wenn ich rüber denk
161 an Kirchdorf/ Micheldorf, do sind solche Dinge mittlerweile auch sehr prägend. Des is schon
162 sehr prägend und sehr identitätsstiftend eigentlich a.

163 I: Aaaaah, daun kumma zur nächsten Frage: welch Nutzen?

164 W: aaaaah erstens amoi glaub i, ist es um vieles, für die Region selbst glaub i, ist es leichter owa
165 für die Leid, die in der Region leichter, ist es einfach leichter, mobiler zu sein, auch. Also sich

166 nicht so sehr wurzelt nur an einem Ort zu fühlen, sondern schon in Gedanken jetzt sog i net,
167 oiso es ist sicherlich in der Mobilität so wies umgesetzt wird daun und welche Möglichkeiten
168 schafft man, dass die Leute auch mobil sein können; aber ich glaub in der Gedankenwelt ist die
169 Mobilität eine viel eine größerer geworden, mittlerweile. I glaub, geprägt durch so eine
170 gemeinsame Identität, weils net so schwer ist sich darüber Gedanken zu machen, ob ma net dort
171 oder do a leben könnte in der Region. Das Zweite is sicherlich auch, dass das Thema aahm
172 Arbeitsplotz, a etwas is, des do, wo wirklich die Gesamtregion sich einfach bemüht, i glaub
173 schon oiso, a waun ma net in jedem Ort natürlich eine Firma stehen haben mit tollen
174 Arbeitsplätzen und mit mehreren Arbeitsplätzen, owa es is, ahm, eine Entwicklung, die die
175 Gesamtregion, dass sie wirklich olle bemühen, dass ma do des Bestmögliche mochen. Des des
176 trogt oiso scho dazua bei und auch wirklich so, es is a gelungen über die vielen Jahre jetzt a im
177 Rahmen des Regionalforums, jo. Und dieser gesamten Prozesse, die ma do durchgmocht haum,
178 sehr wohl zu erkennen, des wor am Anfang net so leicht, aaah, dass ma a bissl über die
179 Kirchtürme hinausdenken muas und, dass ma erkennen kann, dass wenn ma wenns an guad
180 geht, dass einer Gemeinde oder oft wors einen Bürgermeister guad geht, daun geht's dem
181 aundan a guad. Wenn ma darüber nachdenken kann oder waun ma zusammenarbeiten kann, i
182 glaub dass des Thema Zusammenarbeit, Zusammenhalt schon was wesentliches geworden ist
183 bei uns, besonders um sich aaah gegenüber den anderen Regionen abzugrenzen, joo. Und und
184 aaah, jo den Wettbewerb, is jo riesen groß und do a bissal oiso sich entsprechend auf die Beine
185 zu stellen, das was weitergeht.

186 I: das heißt für Sie ist der Zusammenhalt und diese Zusammenarbeit aaah in der Bevölkerung,
187 auf den politischen Ebenen auch ein identitätsstiftender Aspekt?

188 W: Jo, den man aber aber runterbrechen muas, i würd erm dort lassen, wo er wirklich stattfindet,
189 nämlich des is genau in dem Regionalforumsbereich, ois des is ollas was mit, insofern hot die
190 EU durchaus zu was positiven beigetragen bei uns, neben dem, dass oiso Geld geflossen ist,
191 dass ma Projekte umsetzen haben können, die sonst nicht gegangen wären, nicht so schnell und
192 auch nicht so leicht, aber dass durchaus aaah, über diese Grenzen mittlerweile hinausgedacht
193 worden ist, jo. Des des gelingt gaunz guad, dass a manches Mal des was ma am Anfang net so
194 verstanden hat, wieso muas ma do jetzt zusammenarbeiten, oder wieso miassen sie do jetzt
195 mindestens 2 Gemeinden zusammentun, damit ma in an Projekt zu Geld kommen kann,
196 sozusagen. Des hot scho wesentlich dazu beigetragen und grod im politischen Bereich. Also
197 ich glaub schon, es ist bisher gaunz gut gelungen, aaah, das ma jetzt sog i amoi die
198 parteipolitische traktierend, dass des wieder zur Politik ghert, hintanhaltan kann und do wirklich
199 versucht sachlich vernünftige Entscheidungen zu treffen. Oiso des ghert sicher dazu.

200 I: sehr gut, sollen Ihrer Meinung nach, Maßnahmen zur Konstruktion eines stärkeren
201 Regionsbewusstseins gesetzt werden?

202 W: aaah jo und nein, oiso aah des is wirklich ein schwieriges Thema, Regionsbewusstsein wir
203 versuchen sehr viel im Rahmen von aaah grod was oiso was so gewisse Marken sind, oiso, der
204 Nationalpark ist eine Marke geworden, aah, des is aaahm, meiner Meinung nach ausbaufähig,
205 do kauma nu vieles machen. Aah, es is jetzt aaah die Stadt Steyr mit all ihrem kulturellen
206 Leben und aaah so als Zentrum schon das der kulturellen Entwicklung auch ein eine besondere
207 Marke, wo oiso a nu vü machbar ist, aaaah, was was durchaus dazu beitragen kann is, owa i
208 glaub do sama eigentlich relative auf gutem Wege, ist, dass ma sich noch gegenseitig mehr
209 wirklich im Marketing, in der Werbung. Das Marketing ist ja bei uns, das geht ja nicht nur
210 darum Fremde sozusagen in die Region zu holen, sondern es geht auch darum, wie tauscht man

211 sich untereinander aus und do gibt's durchaus immer noch gute Ansätze, die man machen
212 könnte. Oiso i glaub schon, dass do Entwicklungen nach wie vor möglich sind, des ane oder
213 aundare passiert eh, aaah, owa in der Richtung könnte man schon noch einiges tun.

214 I: Sollten Maßnahmen zur Etablierung einer regionalen Identität gesetzt werden?

215 W: aaah, jo, aaah nämlich insofern auch aaah, weil aaahm weil ich schon glaube, dass viele net
216 wissen was eigentlich. Als regionale Identität versteh ich auch die Stärken hervorzuheben und
217 aaah, des was ma als gemeinsame Stärke haben oder haben könnten, aaah, dass grod des eine
218 oder andere immer noch mochar wäre, dass ma aaahm, dass ma immer nu auch Leute davon
219 überzeugen muss, wie guad sama eigentlich, was kinnama, aaah, was hauma schon gemeinsame
220 geschafft und aaaah diese Dinge muasst du ständig, oiso forcieren und vorantreiben. Des
221 bröckelt nämlich sehr schnell wieder ab, man vergisst sehr schnell und daun is wieder nur des
222 was ma nu net hot oder nu net geschafft hat, steht daun im Vordergrund. Und insofern glaub
223 ich sind das so Maßnahmen, die die Stärken durchaus gut weils do gor nichts anders übrig
224 bleibt, du muasst ständig draun arbeiten a, jo, des is wie in ana guten Ehe, wennst net ständig
225 dran arbeitest, wird sie auch irgendwann mal zerbröseln. Und auch seine Regionale Identität
226 glaub ich, brauchts ständig Leute, die daran arbeiten, jo. Die das wieder weiterentwickeln.

227 I: Welche Maßnahmen könnten das sein?

228 W: Oiso für mi is is so im im im Mittelpunkt stehend aaah schon aaahm einerseits im
229 Regionalforum spür ich da viel, dass ma do aaaah auf so oiso wirklich versucht, anderseits die
230 Regionale Identitäten auch auszuarbeiten, so da geht's wirklich um die Stärken, was können
231 wir, was können wir draus machen, do is durchaus einiges passiert, aaahm. Wir haum zum
232 Beispü des ganze Thema mit Tourismus, dann is bei uns, oiso grod was sehr viel Mobilität is
233 so ein Thema, aaah, des ma versucht do gemeinsam zu erarbeiten und wir stellen da durchaus
234 immer wieder den Anspruch für manche Sachen, also auch eine Vorreiterrolle zu sein. Grod in
235 in Steyr-Kirchdorf Dinge auszuprobieren, die vielleicht wo anders gor net so gingen, des wird
236 mit der Zukunftsakademie des Landes Oberösterreich jetzt gemeinsam, aaah, grod des der diese
237 ganze Breitbandgeschichte, jaaa. Aaaaah, wird versucht hier Pilotmäßig aaah a poa Dinge
238 auszuarbeiten wo wir uns auf ein paar Themen konzentrieren wollen, wie das Thema
239 Gesundheit, aah, wies eben a des Thema Mobilität is, Pflege zum Beispiel, aaah, des san ois so
240 Bereiche wo ma, wo ma versuchen eben Regionale Identitäten oder wieder regional a
241 Vorreiterrolle auch zu haben, aaah, des ma daun wirklich, natürlich kaunst das daun wieder nur
242 auf kleinere Regionen a innerhalb der Region runterbrechen, aber mal dort zu beginnen und zu
243 schauen, wie kimma eigentlich gemeinsam was tun, aah, wie kimma übergreifend uns
244 weiterentwickeln und besonders dorthin weiterentwickeln wo andere nu net san, oder nu net
245 amoi dran denken, aaah, dass da etwas machbar ist und i glaub des des geht recht guad mit der
246 aaah, weil doch immer alle daran interessiert sind, aaah, dass ma do gemeinsam was mochn
247 und des was a jeder, allane schafft mas net, des is vielleicht auch mittlerweile de Regionale
248 Identität, dass ma doch wissen, alleine geht's nicht mehr, des is a riesen Vorteil geworden.

249 I: Okay, vielen lieben Dank für das Interview.

250 W: Danke, bitte gerne!

251