

Demographie Check Bucklige Welt - Wechselland

Wirtschaft/Tourismus

September 2013 - April 2014



MIT UNTERSTÜTZUNG VON BUND, LAND UND EUROPÄISCHER UNION



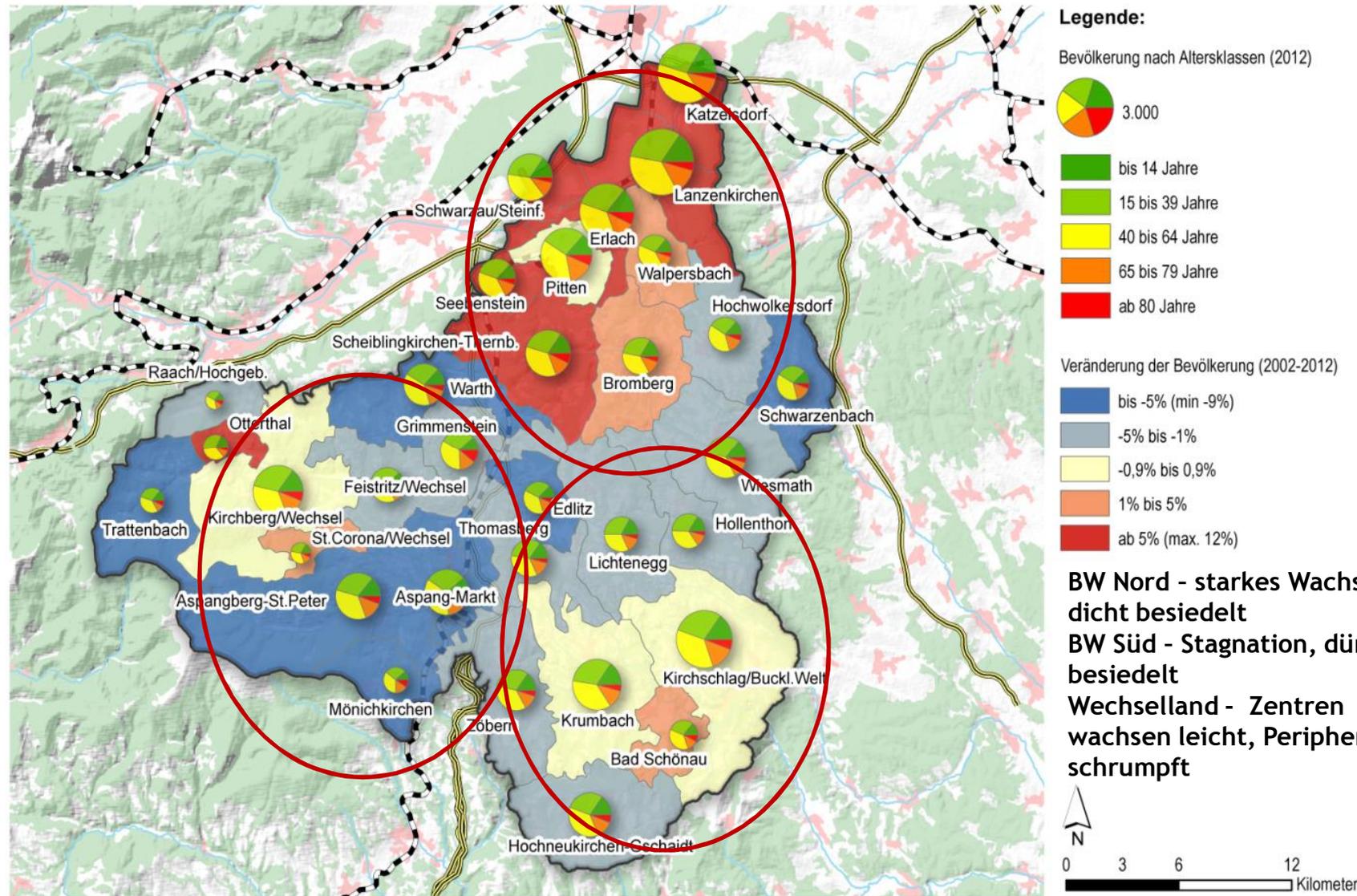
Europäischer Landwirtschaftsfonds
für die Entwicklung des ländlichen
Raumes: Hier investiert Europa in
die ländlichen Gebiete.



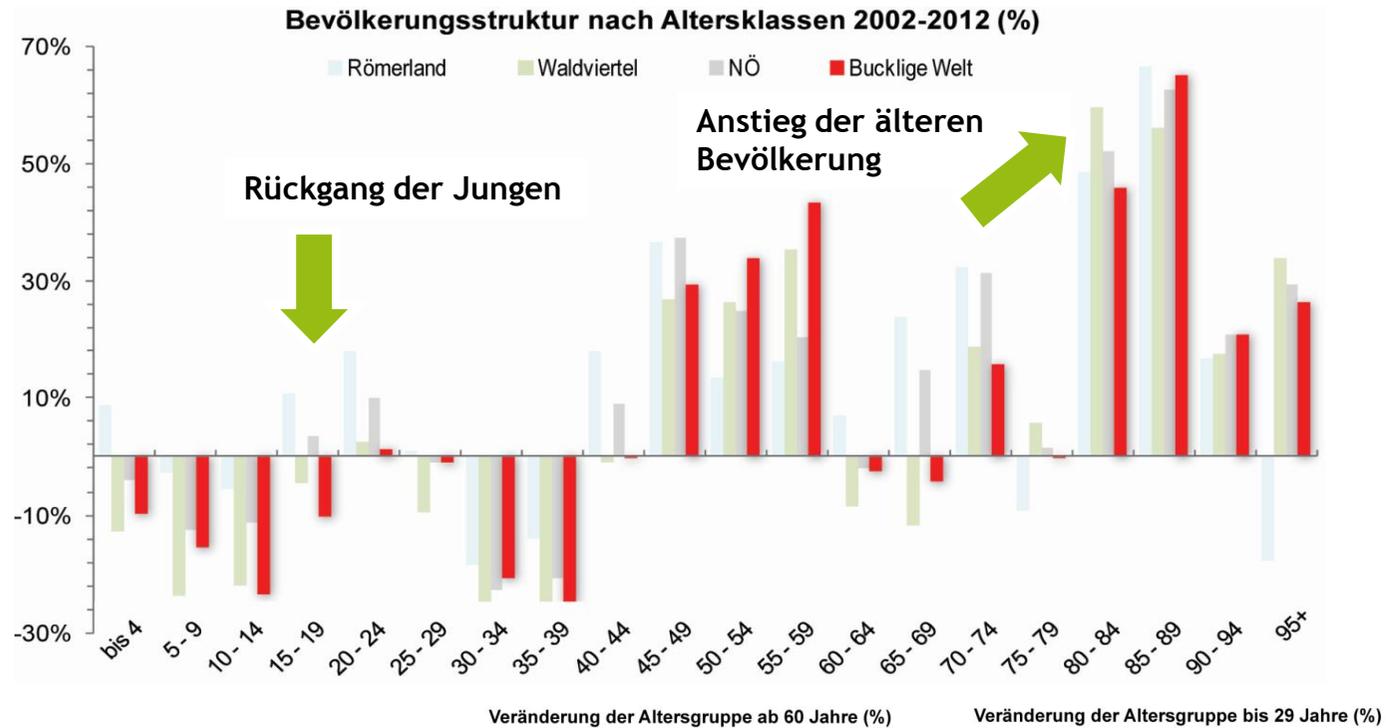
Lebensministerium.at



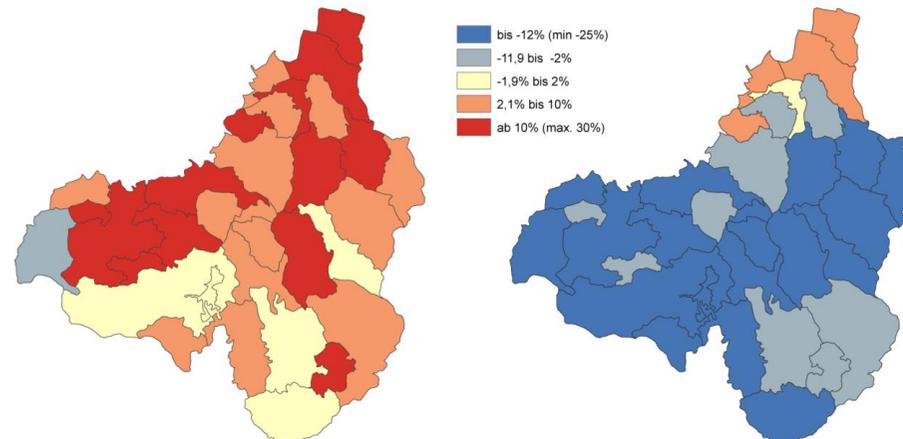
Der Regionale Befund



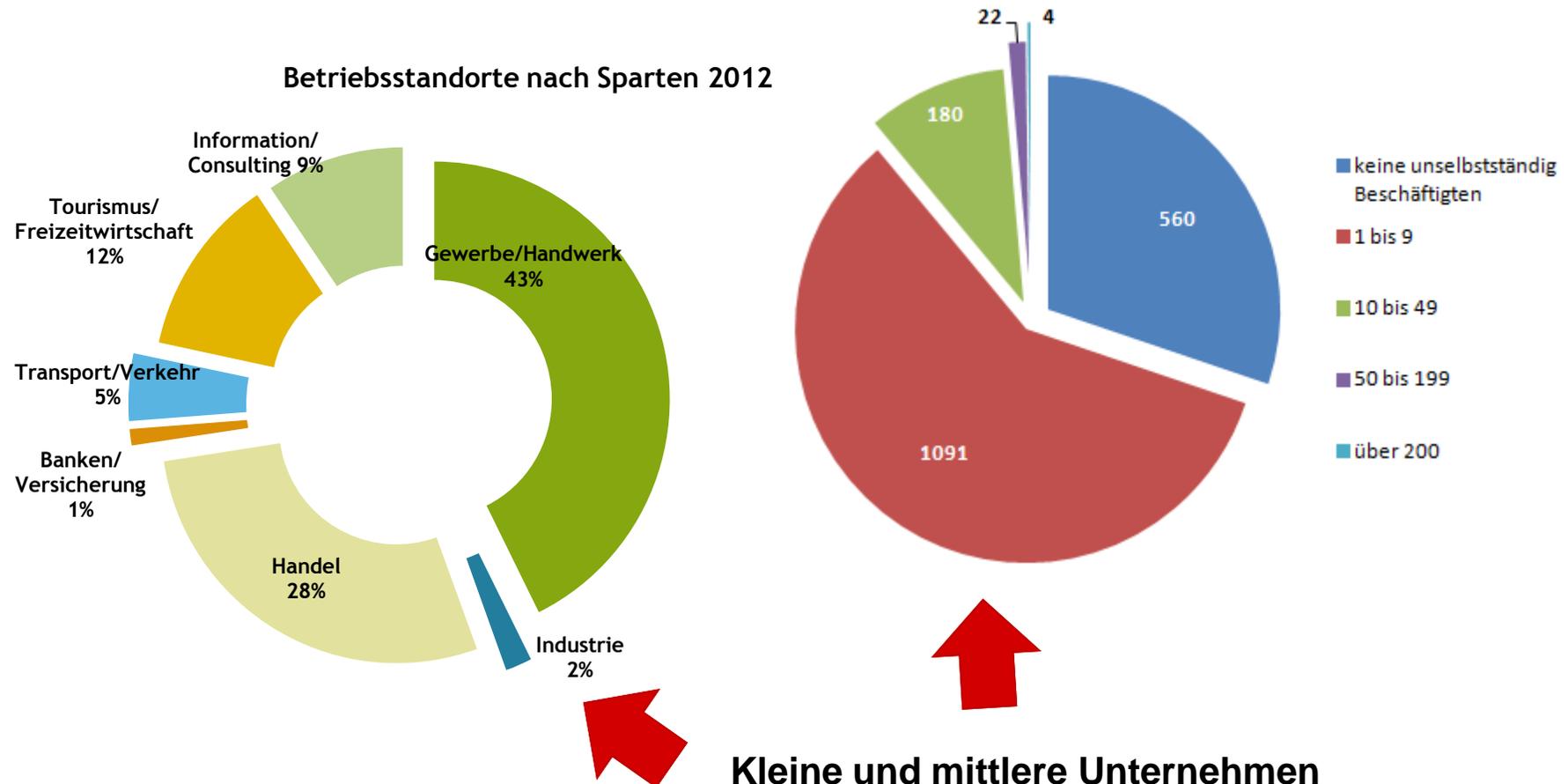
Der Regionale Befund



In 20 Jahren:
 Junge -15%!
 SeniorInnen +50%!
 Erwerbspersonen stabil
 (Migration+)

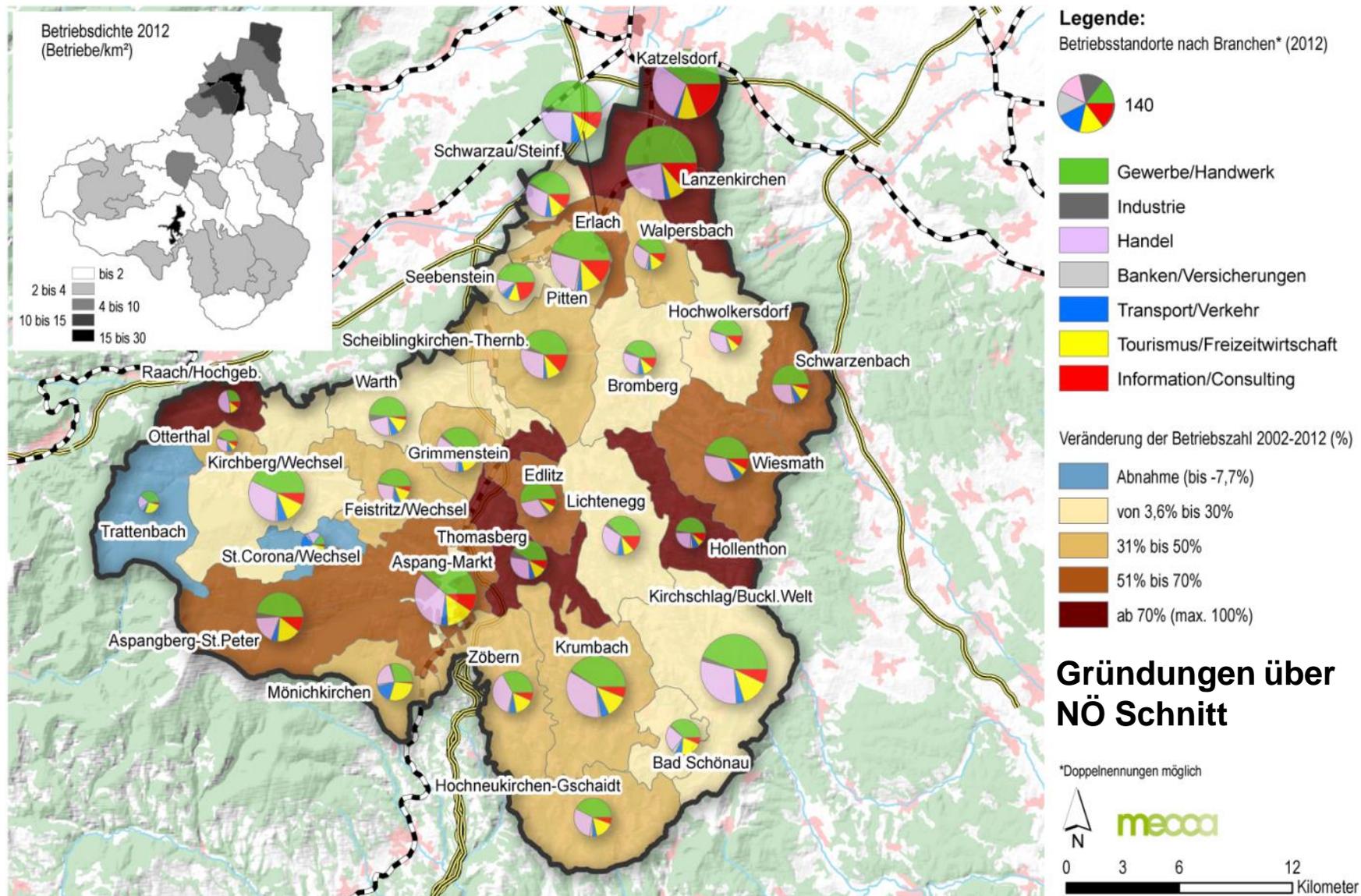


Der Regionale Befund - Betriebe



Kleine und mittlere Unternehmen
70% Gewerbe/Handwerk Handel
Fast 1/3 EPU
Fast 2/3 1-9 MA
12% im Tourismus

Der Regionale Befund - Betriebe



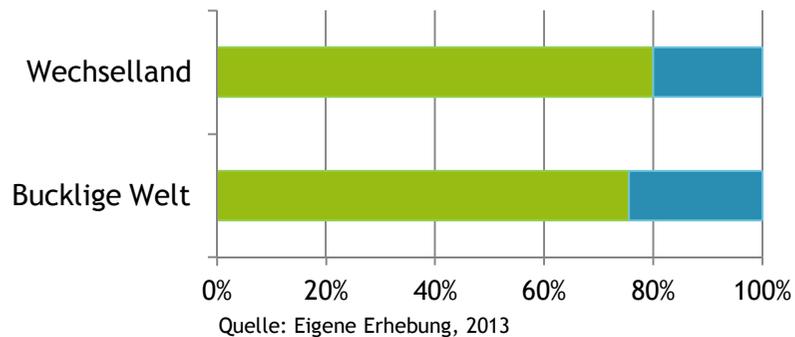
Betriebsbefragung - Ergebnisse

Wie steht es um die regionalen Unternehmen?

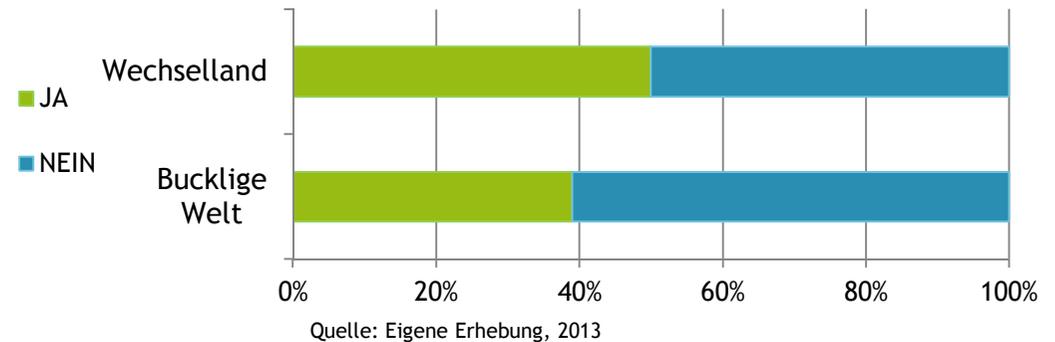


Betriebsbefragung - Jung und Alt im Betrieb

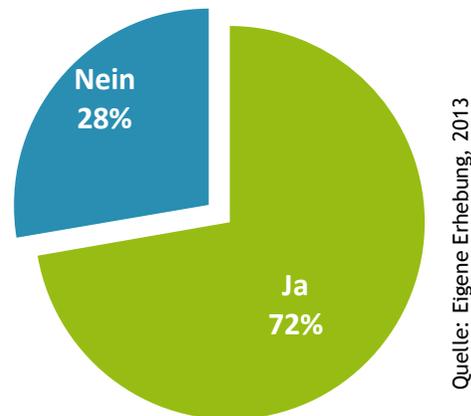
Wissen Sie wie Ihre Altersstruktur in 5 Jahren aussehen wird?



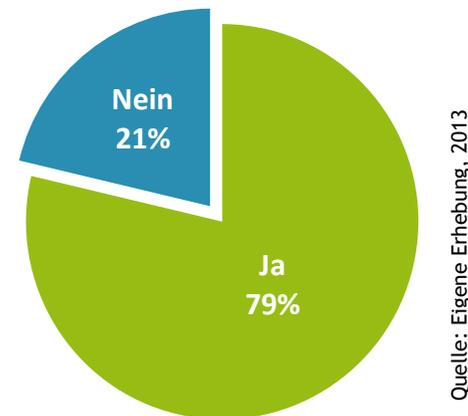
Haben Sie Systeme entwickelt, um die Wissensweitergabe von älteren an jüngere MitarbeiterInnen zu gewährleisten?



Verlaufen bei Ihnen die Übergänge in den Ruhestand geplant und kommt es dabei zu keinen Personalengpässen?



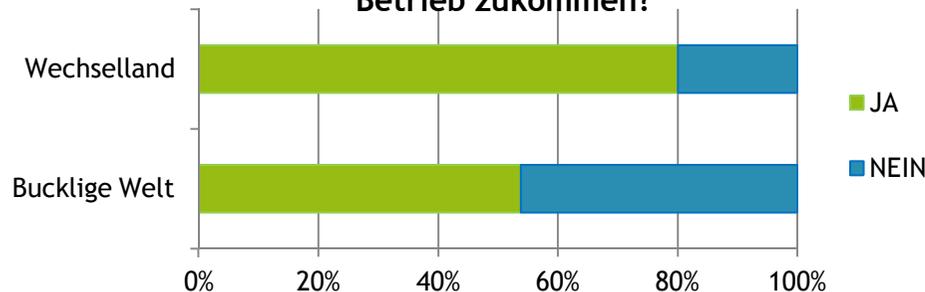
Sind die Arbeitsplätze generell so beschaffen, dass die Arbeitsfähigkeit für Sie und/oder die MitarbeiterInnen bis ins Pensionsalter erhalten werden kann?



Kleinbetriebliche Struktur ist für wirtschaftl. Stabilität verantwortlich
MA sehr wichtig, kein Wunsch nach starkem MA-Wechsel, Fokus ist BW/WL und Speckgürtel

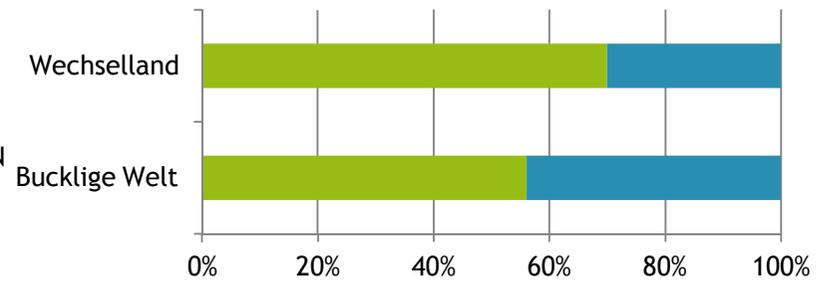
Betriebsbefragung - Problemfelder

Sehen Sie in den nächsten 10, 20 Jahren Problemereiche oder Herausforderungen auf Ihren Betrieb zukommen?



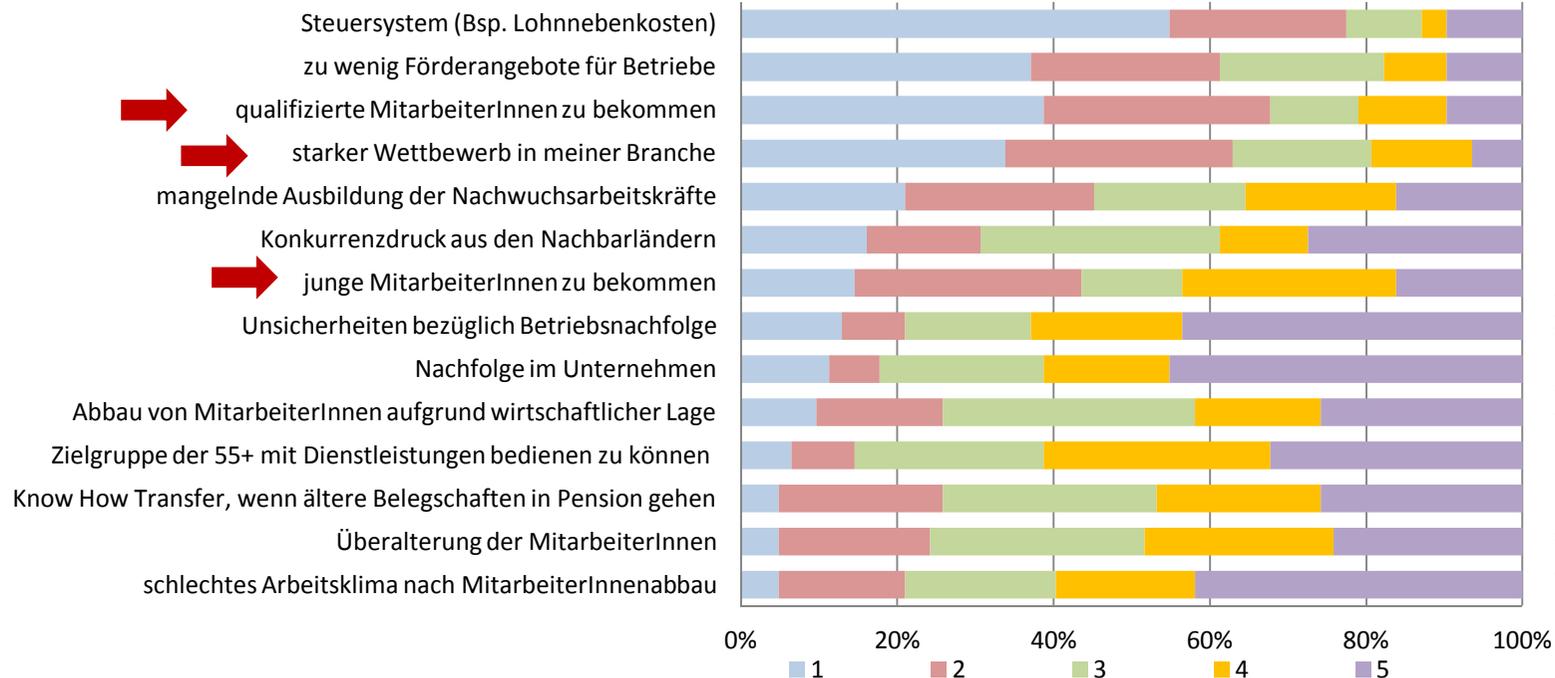
Quelle: Eigene Erhebung, 2013

Steht Ihr Betrieb im Wettbewerb um qualifizierte Arbeitskräfte?



Quelle: Eigene Erhebung, 2013

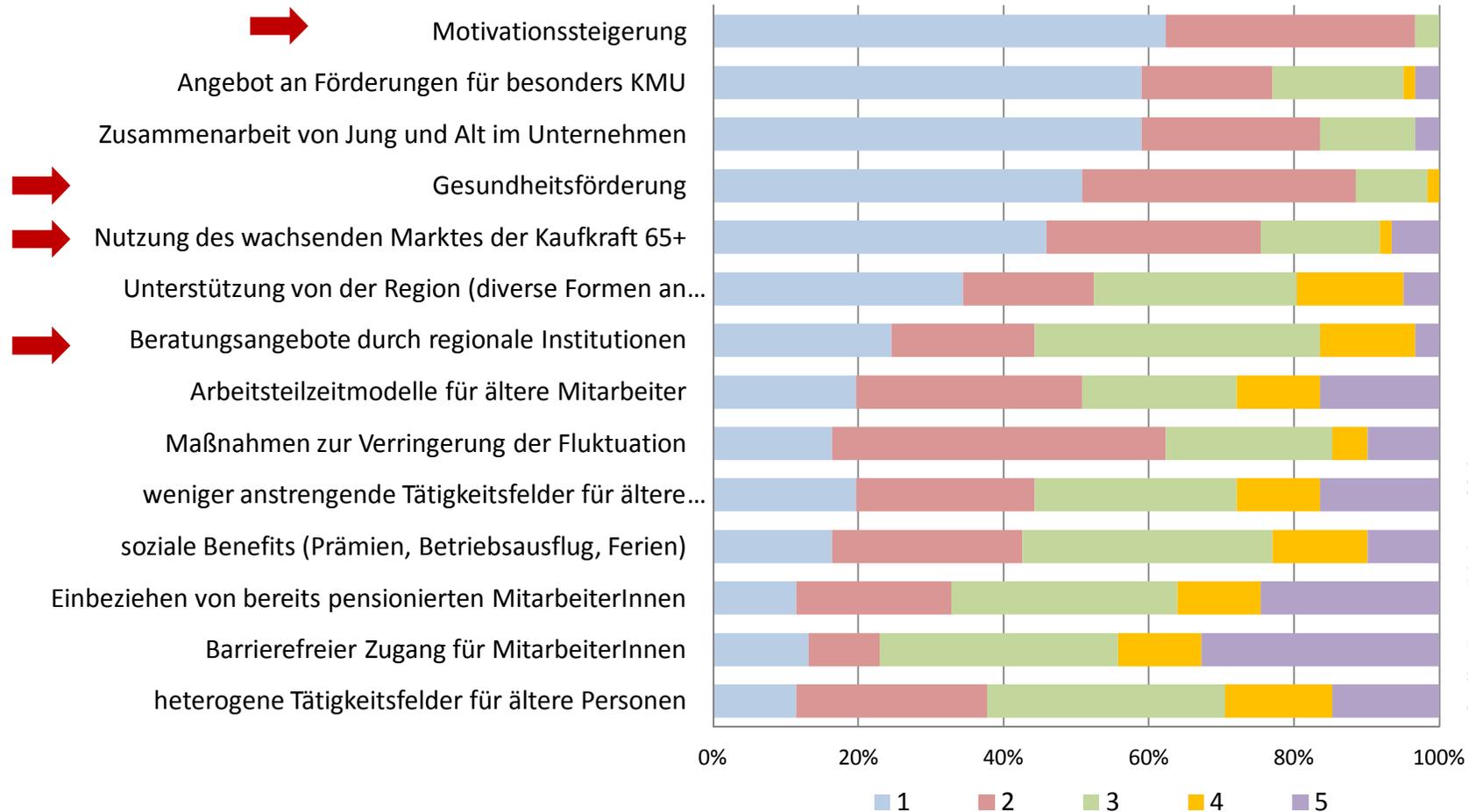
Relevante Problemfelder im Betrieb in der Zukunft (1: problematisch/von Relevanz; 5: nicht problematisch/von Relevanz)



Quelle: Eigene Erhebung, 2013

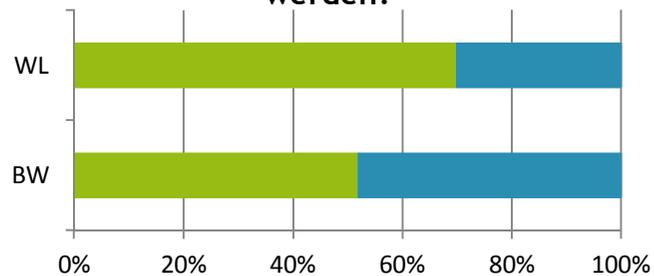
Betriebsbefragung - Maßnahmen

Wie wichtig erachten Sie folgende Maßnahmen für Ihr Unternehmen?
(1: wichtig; 2:nicht wichtig)



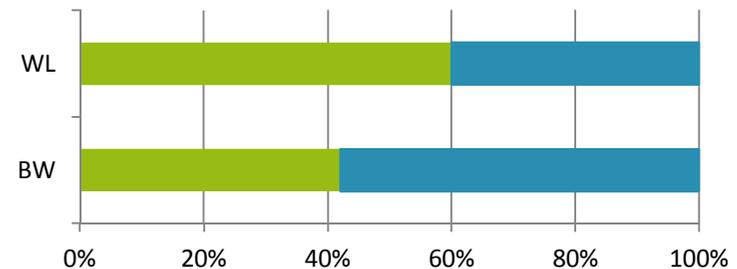
Betriebsbefragung - Produkte/Dienstleistungen

Glauben Sie, dass altersgerechte Produkte und Dienstleistungen in Ihrem Unternehmen in den nächsten Jahren eine größere Rolle spielen werden?



Quelle: Eigene Erhebung, 2013

Bieten Sie Produkte und Dienstleistungen an, die sich auf ältere Personen spezialisieren?

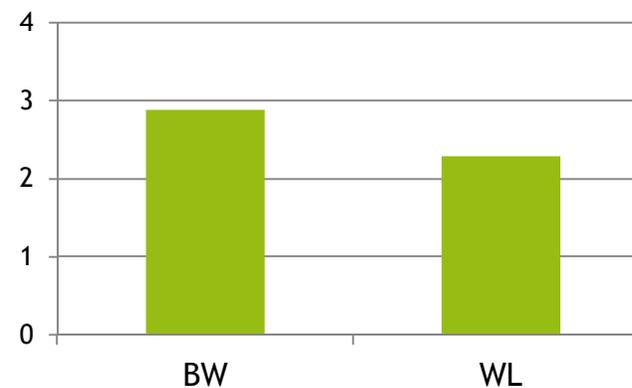


Quelle: Eigene Erhebung, 2013

■ JA

■ NEIN

Wie abhängig ist Ihr Unternehmen von solchen altersgerechten Produkten/Dienstleistungen?
(1=sehr abhängig, 4=nicht abhängig)



Quelle: Eigene Erhebung, 2013

Bewusstsein und Wissen sind vorhanden!

Auswirkungen demografischer Trends auf den Tourismus

Allgemeine Auswirkungen auf das touristische Angebot

Regionale Themen und Schwerpunkte



Sanfte, hügelige Landschaft

- = Assoziation für sanfte sportliche Aktivitäten (Wandern, Spazieren, Nordic Walking, Radfahren)



Genuss & Kulinarik mit Besonderheiten

- = Neugierde / Entdeckung von spannenden Angeboten rund um die Spezialitäten der Region (Soo gut...)



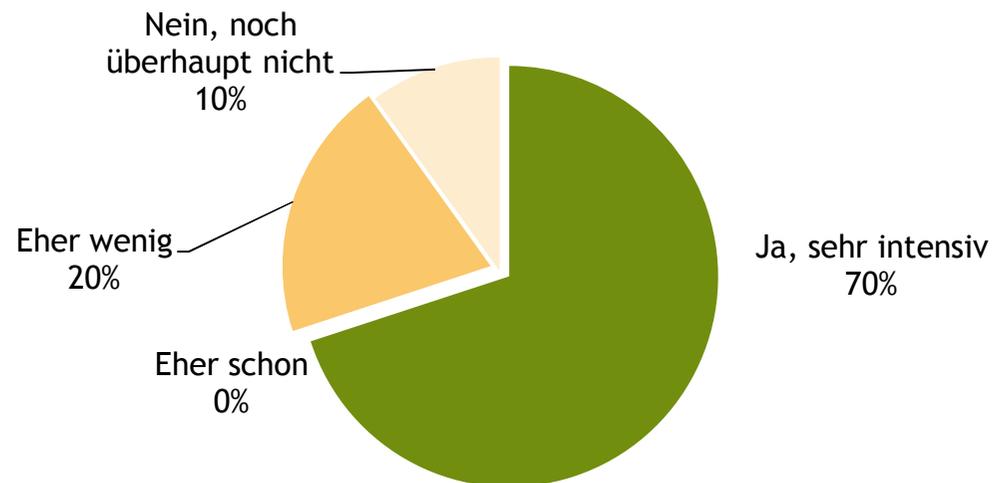
Gesundheit & Entspannung

- = Regeneration, Prävention und Relax & Feel in den Thermen-gemeinden

Auswirkungen demografischer Trends auf den Tourismus

Allgemeine Auswirkungen auf das touristische Angebot

Grundsätzliche Demografie-Sensibilität der Touristiker:



Quelle: Eigene Befragung 2013

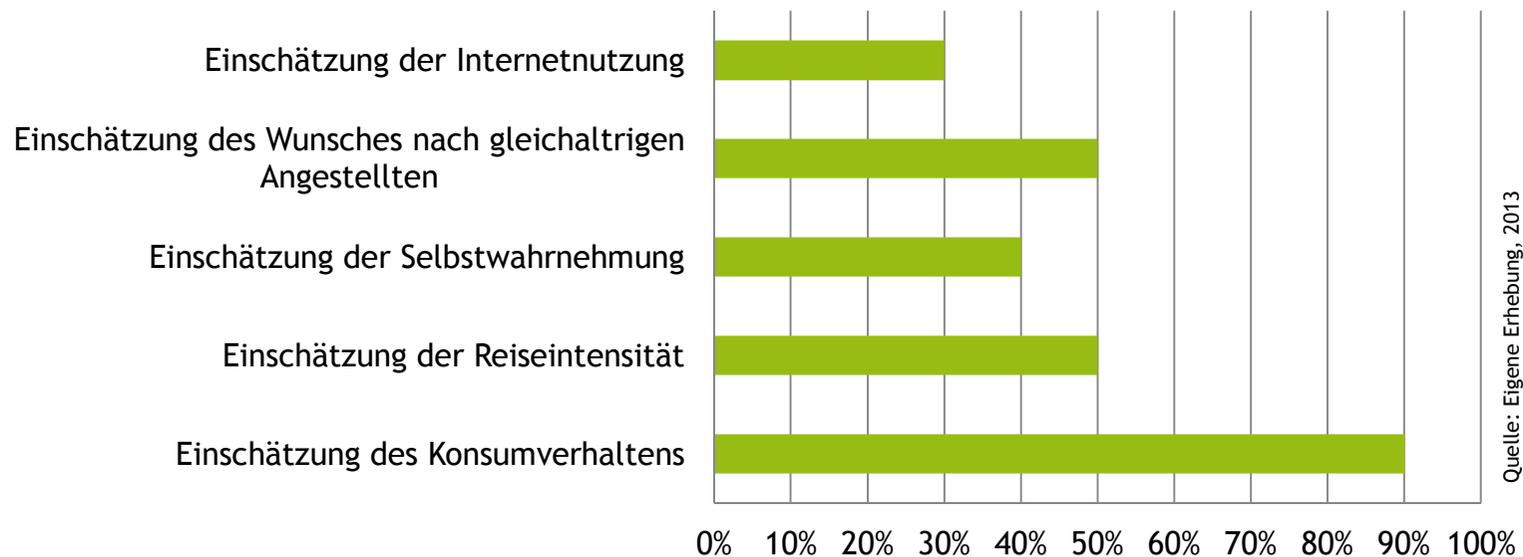
70% der Befragten gaben an, sich schon sehr intensiv mit mit der Zielgruppe 50+ beschäftigt zu haben!

Auswirkungen demografischer Trends auf den Tourismus

Allgemeine Auswirkungen auf das touristische Angebot

Grundsätzliche Demografie-Sensibilität

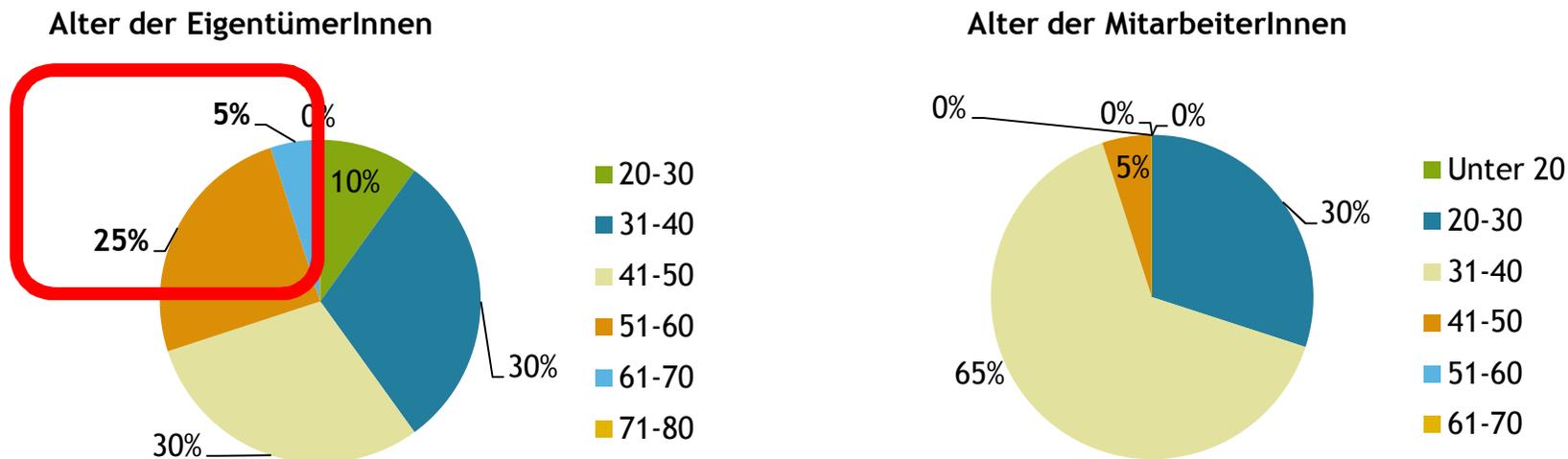
Erfüllungsgrad zur Demografie-Fitness in einzelnen Fragen



Erfüllungslücke im Schnitt von rund 50 % → erhöhter Sensibilisierungsbedarf!

Auswirkungen demografischer Trends auf den Tourismus

Auswirkungen auf die Unternehmen & Mitarbeiter



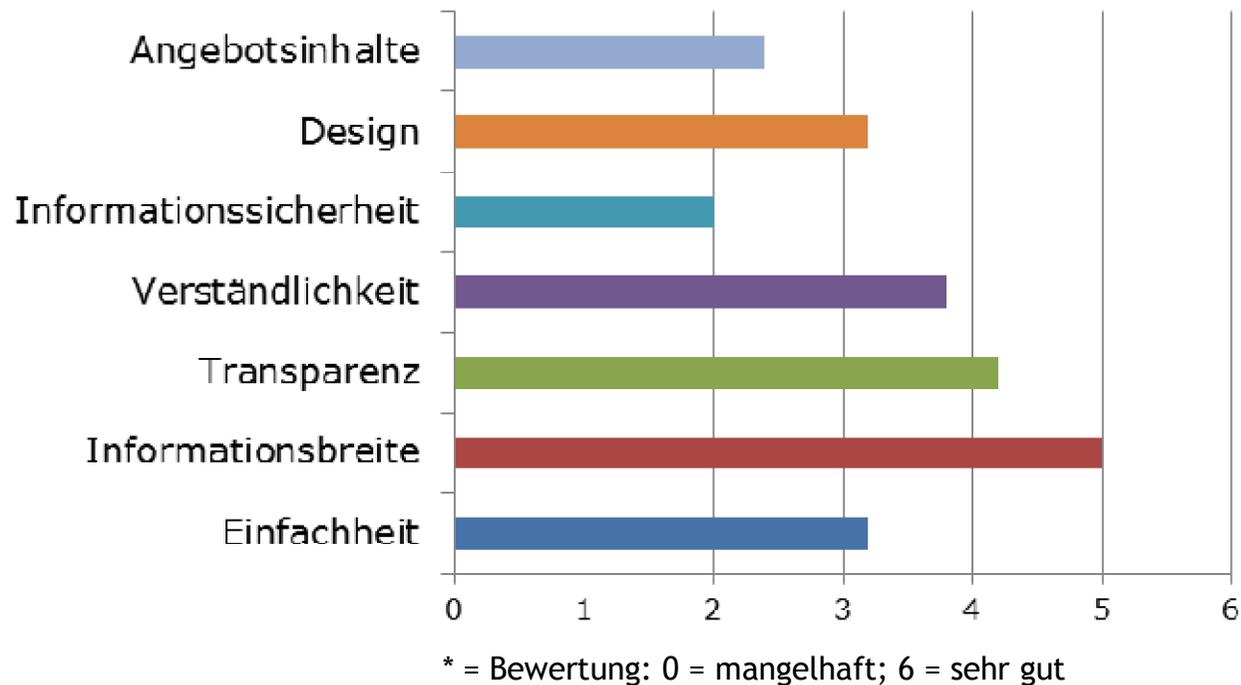
Quelle: Eigene Erhebung, 2013

- Ein Viertel der Unternehmer ist zwischen 51 und 60, insgesamt 30% der Eigentümer sind über 50 Jahre alt.
- 2/3 der Mitarbeiter sind zwischen 31 und 40 Jahre alt.
- 95% der Mitarbeiter sind zwischen 20 und 40.
- **Kein einziger Betrieb beschäftigt Mitarbeiter über 50!**

Auswirkungen demografischer Trends auf den Tourismus

Allgemeine Auswirkungen auf das touristische Angebot

Zusammenfassende Einschätzung der Marketing- und Kommunikationsmittel



Quelle: eigene Darstellung (n=20), 2013

Demographie - Zukunft - Wo setzen wir an?



Ansatzpunkte: Zukunft Demografie (mindmap)



Ansatzpunkte: Zukunft Demografie (mindmap)



Demographie - Zukunft - Empfehlungen



Empfehlungen (1)

- **Wirtschaftsraum BW-WL**
 - Qualifizierungsförderung für KMU's:
Fokus „die richtigen Lehrlinge finden“
 - Pflichtschulen früher ansprechen,
Mehr Präsenz bei HTL und FH (Wr. Neustadt)
 - Motor für Wachstum ist Zuwanderung
 - Ausbildungsmodellregionen
 - Zusammenschlüsse KMU's zu Qualifizierungsverbänden
 - Regionsakademie
- **Tourismus**
 - Authentizität, Einfachheit, persönliche
Ansprache, ältere Ansprechpartner
 - Optimierung Markt- und Marketingauftritt
 - Qualifizierung
 - Sensibilisierung und Vorbereitung der Betriebsnachfolge
 - Kultur als Zukunftsthema



Empfehlungen (2)

- **Magnet für wohlhabende StädterInnen, Wohn- und Arbeitsstandort**
 - EPU's wichtig
 - Gute technische Infrastruktur (Internetanbindung)
 - Wohnen und Arbeiten mit hoher Lebensqualität
 - Standortkatalog speziell für diese Standorte
- **Beratungsangebote für Unternehmen**
 - Produktdesign: „Team7 satt IKEA“, körperliche Einschränkungen beachten (Universal Design), Qualität, Beratung/Services
- **„the human factor“**
 - Größere Betriebe aus dem BW/WL erobern von dort aus Wien
 - Zuverlässigkeit, Handschlagqualität, Homebase BW/WL
- **Zugriff auf den großen Markt Ballungsraum Wien**
 - Punkten mit Termintreue
 - Handschlagqualität
 - Zuverlässigkeit



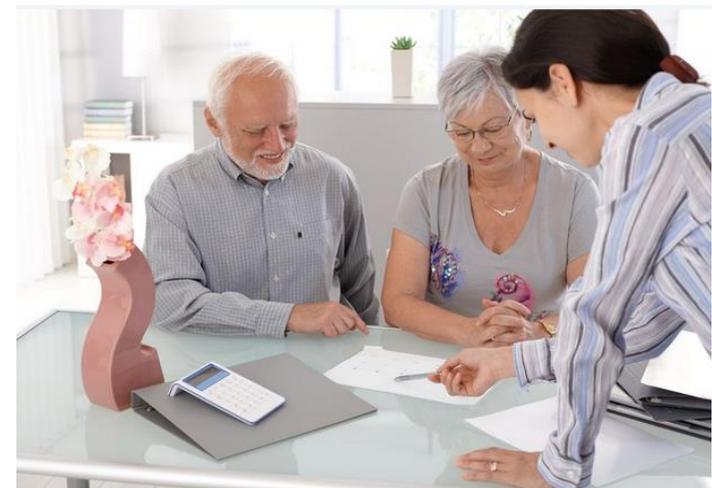
VITERMA Franchise

<http://www.viterma-franchise.com>

Badrenovierung als
Komplettlösung!

Plattform zur Suche von FranchisepartnerInnen in AT, DE & CH

- Produkt: Sanierung von Sanitäreanlagen seit 2010
- Spezialisierung auf Badrenovierungen für Kunden zwischen 50 und 90
 - technisch ausgereiftes Konzept
 - Einzelkomponenten + Markenprodukte = individualisierbares maßgeschneidertes System
 - gleichbleibend hoher Qualitätsstandard für jeden Kunden
- Beratung und Services vor Ort



VITERMA - Der Weg zum Erfolg

Was hat das Unternehmen richtig erkannt

- Demographischen Wandel als Chance gesehen
- Rechtzeitig die Marktchancen genutzt
- Zielgruppe 50plus als wachsendes Potential erkannt
- Die Merkmale und Ansprüche der 50+ gut studiert
 - Große Kaufkraft und sehr konsumfreudig
 - Qualität und Service stehen im Vordergrund
 - Beratung hat Wert, Markentreue
- Nutzung des Potentials älterer Mitarbeiter
 - Jobangebote auch für 50plus
 - „Gleichgesinnte“ als Berater (Alter)

24^h
BadRenovierung
fugenlos • barrierefrei • rutschfest

8^h
DuschRenovierung
fugenlos • barrierefrei • rutschfest

3^h
FugenSanierung
silikonfrei • schimmelresistent



Ansprechpartner Demographie-Check



mecca consulting
Paul-Hörbiger-Weg 12, 1130 Wien
Tel +43 (0)1 526 51 88
www.mecca-consulting.at
DI Dr. Hannes Schaffer
DI Michael Böhm



Con.Os
Hietzinger Hauptstr. 45, 1130 Wien
Tel +43 (0) 1 - 306 06 06, fax dw 10
www.conos.co.at/
Mag. Arnold Oberacher
Mag. (FH) Claudia Szivatz

Datenquellen

Eigene Erhebung (2013): Democheck Bucklige Welt -
Betriebsbefragung in der Region. 09.2013 - 12.2013.