

WAS KÄRNTEN



AUFBAUT!

HUMANÖKOLOGISCHE LEITPROJEKTE BRAUCHT DAS LAND!
Wie bewerten die Kärntner und Kärntnerinnen Projekte & Visionen?
**Eine sozialwissenschaftliche Analyse, wie mit Vision
ohne Illusion ein Bild unserer Zukunft entsteht.**

Kärnten braucht wieder etwas, auf das die Kärntner stolz sein können und sich damit identifizieren können. Es gilt den Wert des Standortes Kärnten, aber vor allem das Selbstwertgefühl der Bevölkerung und dessen Motivationskraft zu stärken, damit diese über sich hinaus wachsen. Es ist schön, wenn unsere Schifahrer mit Medaillen heim kommen und die Eishockeyclubs um den Meistertitel im Playoff vertreten sind. Auf dem Gebiet der Forschung und Wissenschaft ist man auch hierzulande sehr bemüht, sich am internationalen Markt zu positionieren. Für Kunst und Kultur ist Kärnten die Heimat vieler kreativer Landsleute, das Problem ist nur, dass diese leider die zweite Heimat in der Ferne finden und erst dort den Erfolg und die Anerkennung bekommen. Mediamentales Marketing und Controlling ist ein neuer Weg, einem Projekt neben der technischen Attraktivität Seele zu geben. Der Weg dorthin führt über die mentale Reflexion, Bau-Körpern mit Emotion, Gedanken und Phantasien eine Seele zu geben und diese Projekte dadurch anzureichern.

Untersuchungszeitraum: März 2012 bis April 2012

Stichprobe: Kärntenweit 650 Personen nach dem Quotaverfahren

Verantwortlicher Ansprechpartner: Dr. Franz Witzeling,
Soziologe und Psychotherapeut, Leiter des Humaninstituts

Statistische Analyse: Mag. Daniel Witzeling, Psychologe

Link: www.humaninstitut.at E-Mail: office@humaninstitut.at



Während Experten, Politiker und Marketingfachleute nach den prägenden Eigenschaften der Kärntner Identität suchen, haben die Kärntner und Kärntnerinnen schon längst ein Gespür dafür, was unser Heimatland Kärnten ausmacht. Die Orientierungslosigkeit in der Suche nach den Eigenschaften der Kärntner Seele in allen seinen Facetten und Umweltbedingungen, die die Experten CI oder landläufig Leitbild bezeichnen, wird in immer neuen, teuer bezahlten Anläufen in Form von Hochglanzbroschüren präsentiert. Die Identität eines Landes darzustellen, setzt voraus, dieses Land aus verschiedenen Perspektiven wahrzunehmen. Die Schnittmenge vom Selbst-, Fremd- und Wunschbild zu orten, das ist der einzige Zugang zum Wesen und zur Identität eines Landes. „Objet trouvé“ paraphrasiert und übertragen auf das Entdecken der Schönheit des Landes und der Liebesswürdigkeit seiner Menschen, das wäre der Anfang einer Urlaubslandbeziehung, die anhält. **KÄRNTEN ist LEBEN KOMMUNIZIEREN**, das müsste der Slogan und die Praxis im wirtschaftspolitischen Tun sein, um den notwendigen Ruck durchs Land gehen zu lassen.

Von der Politik und von Experten wird immer von der Wichtigkeit der Standortqualität für die Wirtschaft gesprochen. Kärntner und Kärntnerinnen sind mehr als eine wirtschaftliche Begleiterscheinung in Form von Arbeitskräften, denken sich viele, die dieses schöne Land lieben und als Ihre Heimat sehen. Eine ganzheitliche Bewertung ist es, die ein vollständiges Bild eines Landes nach außen, aber auch besonders nach innen bei den Menschen im Lande erzeugt und den Impuls für Lebensfreude und Unternehmertum darstellt.

- HUMANINSTITUT -

www.humaninstitut.at
Dr. Franz Witzeling
Alter Platz 30
A-9020 Klagenfurt
+43 463 514002
office@humaninstitut.at

- HUMANINSTITUT Vienna -

www.comvivo.tv
Mag. Daniel Witzeling
Auhofstraße 126
A-1130 Wien
+43 664 5224931
vienna-office@humaninstitut.at

HUMANINSTITUT

(Klagenfurt & Vienna)

**PERSONAL
ENTWICKLUNG
& BERATUNG**

**MARKT-
MEINUNGS-
FORSCHUNG**

**Medien-
Architektur
Logistik &
Dramaturgie**

Wir leben im global vernetzten Kommunikationszeitalter. Die Chance der Bildung eines Netzwerkes der positiven Kräfte Kärntens in Kooperation mit den Verantwortlichen des Landes aus Politik, Wirtschaft und dem öffentlichen Leben, kann eine Imagewende Kärntens bringen. Es bedarf nur des Mutes, die landschaftlichen Perlen und unerschöpflichen humanen Potenziale Kärntens im Kärnten Netzwerk zu nutzen.

Das HUMANINSTITUT (Klagenfurt & Vienna) als „Independent Science Network“ und Forschungsagentur hat den Entwicklungsstand von Kärnten mit multi-methodalen wissenschaftlichen Methoden untersucht.

METHODIK:

Untersuchungstyp: One Shot Case Study

Untersuchungsart: quasiexperimentelle deskriptive Felduntersuchung

Untersuchungsdesign: Längsschnittuntersuchung

Erhebungsinstrument: standardisierter sozialwissenschaftlicher Fragebogen

Stichprobe: Kärntenweit 650 Personen nach dem Quotaverfahren

Statistische Analyse: deskriptiv statistische Auswertung

Ergebnisse: %wertstatistische Darstellung der Ergebnisse

Untersuchungszeitraum: März 2012 bis April 2012

Verantwortlicher Ansprechpartner: Dr. Franz Witzeling,
Soziologe und Psychotherapeut, Leiter des Humaninstituts

Statistische Analyse: Mag. Daniel Witzeling, Psychologe

Link: www.humaninstitut.at E-Mail: office@humaninstitut.at

- HUMANINSTITUT -

www.humaninstitut.at

Dr. Franz Witzeling

Alter Platz 30

A-9020 Klagenfurt

+43 463 514002

office@humaninstitut.at

- HUMANINSTITUT Vienna -

www.comvivo.tv

Mag. Daniel Witzeling

Auhofstraße 126

A-1130 Wien

+43 664 5224931

vienna-office@humaninstitut.at

FRAGEN - ANTWORTEN - ERGEBNISSE - ANALYSEN**Frage 1:**

„Wie bewerten Sie den aktuellen sozialen und wirtschaftlichen Entwicklungsstand Kärntens?“

SEHR GUT	6%
GUT	14%
BEFRIEDIGEND	47%
GENÜGEND	24%
NICHT GENÜGEND	9%

Frage 2:

„Ist Ihrer Meinung nach Kärnten als Lebensraum und Heimat ein guter Standort?“

JA	84%
NEIN	9%
WEIß NICHT	7%

Frage 3:

„Welche Bereiche tragen Ihrer Meinung nach zu einem guten Image Kärntens in Bezug auf die Standortqualität bei?“

(Mehrfachnennung möglich!)

POLITIK	19%
UMWELT	95%
WIRTSCHAFT	74%
KULTUR & BRAUCHTUM	62%
SOZIALES & GESUNDHEIT	71%

WAS BAUT KÄRNTEN AUF?

Frage 4: (offene Frage, inhaltsanalysiert und kategorisiert)

„Welche Maßnahmen führen Ihrer Meinung nach zu einer Verbesserung des Standortes Kärnten?“
(Mehrfachnennung möglich!)

BETRIEBSANSIEDELUNGSVORHABEN	93%
KULTUR- & BRAUCHTUMSINITIATIVEN	52%
BILDUNGS- & ARBEITSMARKTMASSNAHMEN	89%
INITIATIVEN IN RICHTUNG ERNEUERBARER ENERGIE	71%

Frage 5:

„Auf welche Projekte und Vorhaben sollte man Ihrer Meinung nach verstärkte Aufmerksamkeit setzen?“

KORALMTUNNEL	53%
WÖRTHERSEE STADION	28%
TURMPROJEKT PYRAMIDENKOGEL	19%

Frage 6:

„In welchen der folgenden Bereiche sehen Sie Handlungsbedarf?“
(Mehrfachnennung möglich!)

BILDUNG	81%
SOZIALES	52%
GESUNDHEIT	65%
WIRTSCHAFT/ARBEIT	94%
INFRASTRUKTUR	69%
ENERGIE	38%
UMWELT	29%
KULTUR	34%
VOLKSGRUPPEN	46%

RAHMENBEDINGUNGEN FÜR EINE POSITIVE ENTWICKLUNG KÄRNTENS

Frage 7:

„Welche Rahmenbedingungen motivieren und bauen Ihrer Meinung nach Kärnten auf?“
(Mehrfachnennung möglich!)

OFFENHEIT FÜR NEUE IDEEN	96%
OFFENHEIT & KOOPERATIONSBEREITSCHAFT	88%
VORURTEILSFREIES HERANGEHEN AN NEUE PROJEKTE	75%
RESPEKT UND ANERKENNUNG DER LEISTUNG ANDERER	72%
WEG VOM ESTABLISHMENT & GESCHLOSSENEN MEINUNGSZIRKELN	90%

Frage 8:

„Welche Rahmenbedingungen sind Ihrer Meinung nach für eine positive Entwicklung Kärntens hinderlich?“
(Mehrfachnennung möglich!)

NEID & MISSGUNST	95%
FEINDBILDORIENTIERUNG	78%
MINDERWERTIGKEITSGEFÜHL	67%
MANGELNDES SELBSTVERTRAUEN	84%
MANGELNDE INNOVATIONSBEREITSCHAFT	81%

ZUKUNFTSPERSPEKTIVEN KÄRNTENS

Frage 9:

„In welche Richtung soll sich Ihrer Meinung nach Kärnten in den nächsten Jahren entwickeln?“
(Mehrfachnennung möglich!)

IT-LAND	45%
TOURISMUSLAND	68%
STANDORT FÜR KLEIN & MITTELBETRIEBE	81%
VORZEIGEREGION FÜR ALTERNATIVE ENERGIEN	70%

Frage 10:

„Haben sich Ihrer Meinung nach, nach der Kärntner Ortstafellösung auch die Wirtschaftsbeziehungen zu Slowenien verbessert?“

JA	42%
NEIN	35%
WEIß NICHT	23%

Frage 11:

„Was kann ihrer Meinung nach Kärnten eine neue Aufbruchsstimmung bringen?“

LEITPROJEKTE AUF DIE WIR STOLZ SIND	58%
LEITPERSÖNLICHKEITEN IN DER POLITIK	14%
LEISTUNGSTRÄGER IN SPORT & WIRTSCHAFT	21%
WEIß NICHT	7%

- HUMANINSTITUT -

www.humaninstitut.at
Dr. Franz Witzeling
Alter Platz 30
A-9020 Klagenfurt
+43 463 514002
office@humaninstitut.at

- HUMANINSTITUT Vienna -

www.comvivo.tv
Mag. Daniel Witzeling
Auhofstraße 126
A-1130 Wien
+43 664 5224931
vienna-office@humaninstitut.at