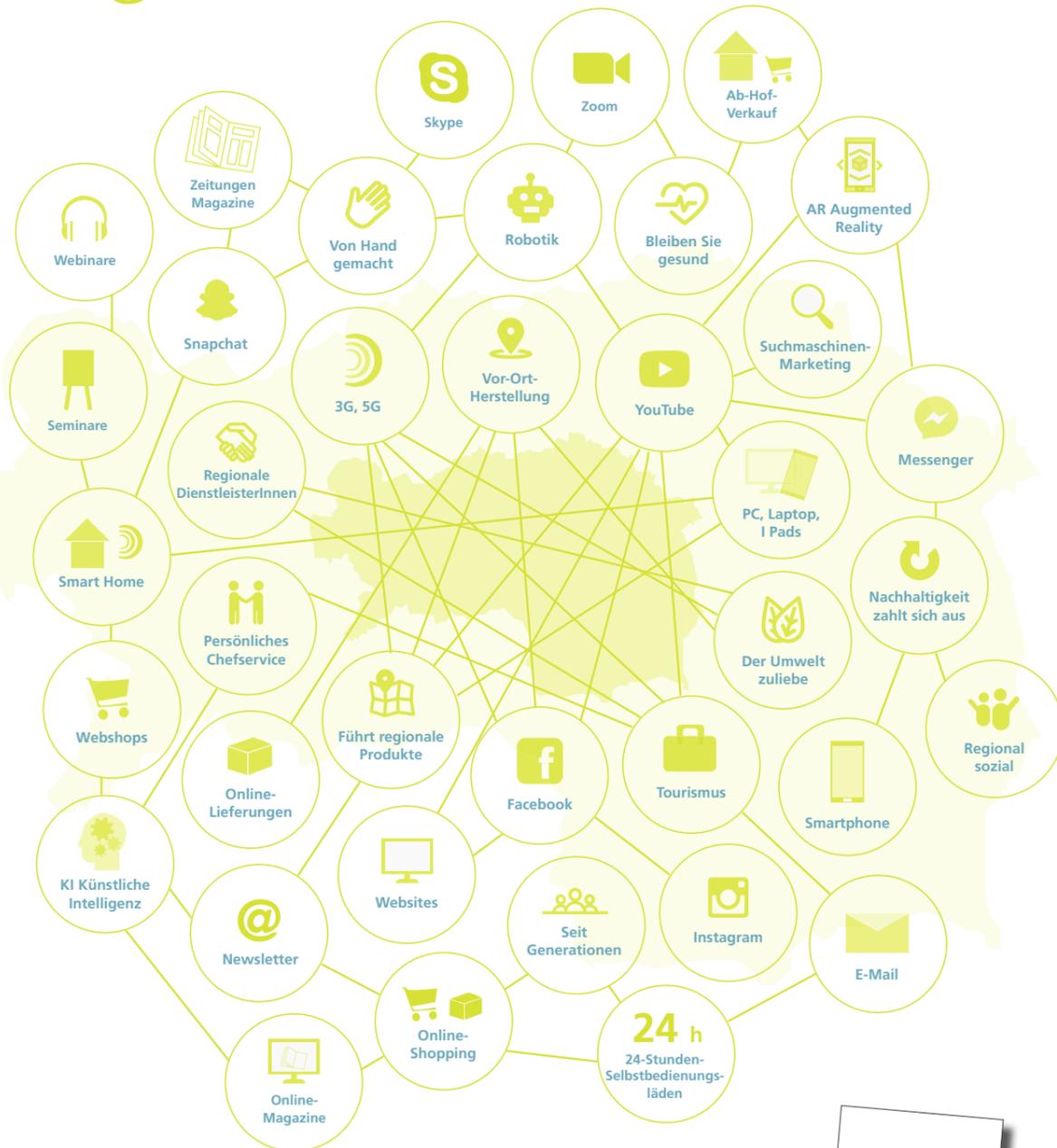


Die Grenzen zwischen regional und digital verschwinden zusehends.

digital regional



Die vollständige Trendstudie können Sie auf www.gw24.at/trendstudie bestellen.

GW24 Kommunikationsberatung | Gerolf Wicher e. U., Herrngasse 3, Top 509, 8010 Graz
T +43 316 35 40 88 | welcome@gw24.at | www.gw24.at



Zusammenfassung Trendstudie

digional.[®] Das neue Regional.

Trendstudie Regionalität und Digitalisierung. In Corona-Zeiten.
Fokus: Steirische EPU's und KMUs

Studieninhalte:

- Megatrends
- ExpertInnensicht
- Mediensplitter
- Facebook-Befragung, N=750
- Onlinebefragung, N=49
- Persönliche Befragung, N=10

Durchführung:

GW24 Kommunikationsberatung
Erstellt für die Initiative „Aus unserer Region“
im Zeitraum Mai - September 2020

Studieninitiator: Gerolf Wicher

Zielsetzung:

Den EntscheidungsträgerInnen in den Unternehmungen sowie der Landes- und Gemeindepolitik eine fundierte Perspektive zur Verfügung zu stellen.

Ausgangssituation:

Massiver öffentlicher Diskurs in den vergangenen Monaten. Viele neue Initiativen sind im Entstehen, EntscheidungsträgerInnen in den Unternehmungen und in der Politik fehlt es an Orientierungshilfen und Thementransparenz.

Zusammenfassung

Digional. Das neue Regional.

Trendstudie Regionalität und Digitalisierung.

Die zwischen Mai und September 2020 für die Initiative „Aus unserer Region“ erstellte Trendstudie rückt den Fokus auf steirische EPU's und KMUs, bündelt deren Bedürfnisse und gibt Rückschlüsse für die Politik.

Zuerst kam der Virus. Und auf einmal musste es ganz schnell gehen. Die Rufe nach regionaler Wertschöpfung, regionalem Einkaufen und regionaler Versorgung wurden immer lauter. Gleichzeitig haben Homeoffice und Video-konferenzen das Digitale verstärkt in Betriebe und Haushalte gebracht. Regionalität und Digitalisierung sind in aller Munde. Aber an welchen Erkenntnissen können sich die EntscheiderInnen in den EPU's, KMUs sowie in der Politik orientieren?

BEIDE PHÄNOMENE SIND GLOBALE MEGATRENDS UND ENG MITEINANDER VERBUNDEN.

Regionalität und Digitalisierung sind Megatrends, erstrecken sich über den ganzen Globus und werden uns mehrere Generationen begleiten. So überflügeln diese gemeinsam, Stand 11. August 2020, mit 7 Milliarden und 470 Millionen Suchenträgen auf Google das derzeit weltweit vorherrschende Thema COVID-19 (6 Milliarden und 60 Millionen).

Diese beiden Phänomene sind eng miteinander verbunden. So fördert das Digitale die Ausbreitung der Globalisierung, und diese ist wiederum mitverantwortlich für den Gegentrend Regionalität.

Die Pandemie hat die Einstellung verändert.

8 von 10 UnternehmerInnen geben in einem persönlichen Gespräch an, dass sich durch die Pandemie ihre Einstellung zu Regionalität und Digitalisierung verändert hat.

Für 88 % der KonsumentInnen ist regionales Einkaufen seit der Corona-Krise wichtiger geworden. Von diesen haben 82 % ihr Einkaufsverhalten verändert und kaufen bewusst regional.

DIE KLUFT ZWISCHEN „DIGITAL NERDS“ UND NACHKOMMENDEN STEIGT.UND GLEICHZEITIG ERFÄHRT DIE REGION MIT DEM HOMEOFFICE EINE NEUE QUALITÄT.

Die rasante Entwicklung im Digitalen lässt die Kluft zwischen jenen, die stark affin zu den neuen Technologien sind, und den Nachkommenden, bei denen Alter und geringe Bildung Barrieren darstellen, immer größer werden. Ziel wäre, die Angst vor dem Digitalen zu nehmen und finanzielle Anreize zu bieten. Gleichzeitig verändert sich der Gap zwischen den Möglichkeiten des Urbanen und den Lebensqualitäten des Ländlichen durch das Homeoffice. Wie stark, wird sich weisen. Aber ein bis zwei Tage Arbeit zu Hause könnten schon zur Regel werden und die Argumente für einen neuen Lebensmittelpunkt Region verstärken.

AB JETZT MEHR AUF REGIONALITÄT UND DIGITALISIERUNG SETZEN.

Fast 9 von 10 UnternehmerInnen wollen zukünftig mehr auf Regionalität setzen (regionale LieferantInnen, Marketing, regionale Produkte anbieten, regionale Plattformen nutzen). Für 49 % der UnternehmerInnen schreitet die Digitalisierung mit großen Schritten voran. Von diesen wollen 95 % mehr auf digitales Marketing setzen (Onlineshops, Social Media, Suchmaschinen-optimierung, ...).

MEHR GELD FÜR REGIONALES AUSGEBEN - BEWUSSTSEIN IST DER SCHLÜSSEL.

Die Schaffung von Bewusstsein liefert den Schlüssel für die zukunftsfähige Verbindung von Regionalität und zu bezahlendem Entgelt. So sehen 96 % der UnternehmerInnen die Stärke der Regionalität darin, dass das Geld in der Region bleibt. Konsumentenseitig gibt es die Bereitschaft, mehr Geld für regionale Produkte zu bezahlen. Das sagt eine Metastudie aus 128 wissenschaftlichen Publikationen der BOKU Wien. Hohes Umwelt- oder Gesundheitsbewusstsein wirken sich gleichermaßen auf die Bereitschaft aus, mehr beim regionalen Bauern und mehr für „bio“ und „regionales“ auszugeben als im Supermarkt. Soziodemografische Merkmale sind weniger ausschlaggebend.

DIE SORGE DER UNTERNEHMERINNEN WÄCHST. SIE WÜNSCHEN SICH BEWUSSTSEINSARBEIT UND SUPPORT DURCH DIE LANDES- UND GEMEINDEPOLITIK.

Große Sorge haben 98 % (!!!) der UnternehmerInnen, dass der Regionalitätsboom abebbt, und wünschen sich daher Bewusstseinsarbeit vonseiten des Landes Steiermark und/oder ihrer Gemeinde. Zusätzlich werden eine bessere Vernetzung der Angebote, mehr Online-präsenz, ein zentraler Onlineshop und mehr Zusammenhalt erwartet.

Darüber hinaus empfehlen ExpertInnen die Unterstützung neuer Formen kleinräumiger Vernetzung und Kooperationen unter Einbeziehung des regionalen Tourismus.

Im digitalen Bereich werden Ideen, IT- und Marketing-Know-how, eine ausreichende Internet-Verbindung und Finanzierungsunterstützung benötigt, um sich eine digitale Resilienz aufzubauen. Das Interesse an Informationen und Know-how ist gegeben. An einem in Planung befindlichen

regionalen DIGITAL FUTURE DAY, der einen Überblick über digitale Möglichkeiten geben soll, haben 62,5 % Interesse, und 38 % geben schon jetzt an, diesen besuchen zu wollen.

Mehr als die Hälfte der UnternehmerInnen würde Webinare buchen, und zwar zu Themen wie die eigene Website optimieren, Webshops richtig machen, Ideen für neue Produkte finden, und sie möchte auch einen Durchblick im Förderdschungel erhalten.

DAS REGIONALE WÄCHST ÜBER DIE LANDWIRTSCHAFT HINAUS. DIE GRENZEN VERSCHWINDEN ZUSEHENDS.

Digional ist das neue Regional. Ob persönliches Service durch den Chef oder die Chefin, der in dritter Generation geführte Betrieb, die Herstellung vor Ort, von Hand gefertigte Produkte und Dienstleistungen u. v. m. – das ist gelebte Regionalität und bedeutet regionale Energie. Die Grenzen zwischen den Branchen lösen sich auf – beispielgebend die Plattform „Aus unserer Region.at“.

Das Regionale und Digitale haben sich schon in ganz vielen Bereichen angenähert und teilweise verbunden. Es entstehen neue hybride Formen, die die Vorteile des anderen in ein positives Neues transformieren. Das Digitale hat noch nie eine Unterscheidung zwischen dem Regionalen, Lokalen und Globalen gemacht. Es ist da und wartet auf seine Chancen, neue Optionen zu eröffnen. Die neue Regionalität ist beides, regional und digital, sie ist digional. Sie beinhaltet das Digitale, ist offen und hat große Chancen, sich auszubreiten und weiterzuentwickeln.

Gerolf Wicher,
Studienautor