

**SPORT  
ZENTRUM**



**LEITBILD &  
STRATEGIE 2025**





SPORTZENTRUM

SPORT  
ZENTRUM





# INHALTSVERZEICHNIS

<b>1</b>	<b>STRATEGIEPROZESS</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>STRATEGIE</b>	<b>6</b>
	Leitbild	6
	Vision	6
	Mission	7
	Werte	7
	Strategische Zielgruppen	8
	Primärzielgruppen	8
	Sekundärzielgruppen	10
	Handlungsfelder	12
	Handlungsfeld 1: Spitzensport - Vom Traum zum Ziel	14
	Handlungsfeld 2: Sport und Bewegung ein Leben lang	15
<b>3</b>	<b>IDEEN</b>	<b>17</b>
	Unser Weg in die Zukunft	18

# 1

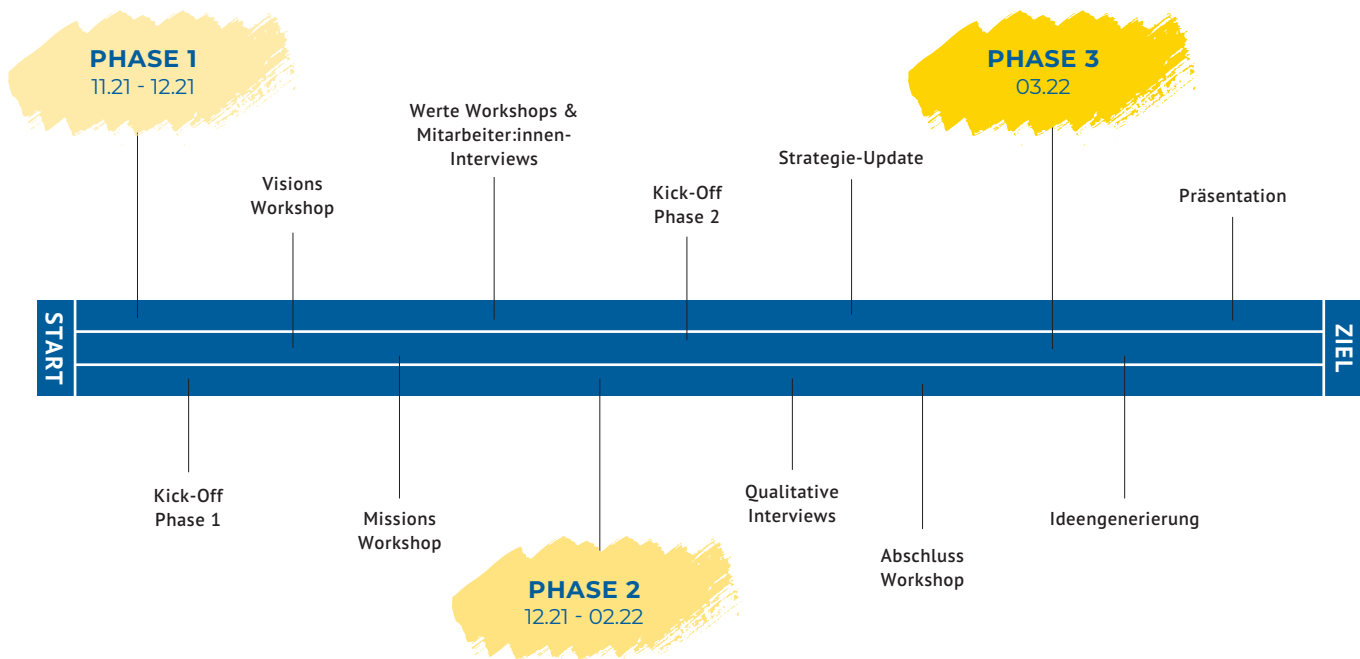
# STRATEGIEPROZESS

Aufbauend auf die Niederösterreichische Sportstrategie 2025 wurde in einem zweiphasigen Entwicklungsprozess zwischen November 2021 und Februar 2022 ein neues Leitbild sowie die Strategie 2025 des SPORTZENTRUM Niederösterreich erarbeitet.

Als Methodik wurde ein partizipativer Top-Down-Ansatz gewählt. Dabei entwickelte das aus Führungskräften des SPORTZENTRUM Niederösterreich (Franz Stocher, Norbert Köck, Andrea Krecek, Stefan Schwaiger und Clemens Ipkovich) bestehende Projektkernteam zuerst ein vorläufiges Leitbild inklusive Vision, Mission und Unternehmenswerten.

Unter Einbindung von Mitarbeiter:innen aus allen Unternehmensbereichen wurde speziell die Wertekultur einem internen Check unterzogen und das Leitbild weiter verfeinert. Ein externes Beratungsunternehmen begleitete diesen Gesamtprozess.

In die weiterfolgende Strategieentwicklung wurden zusätzlich externe Expert:innen aus den Bereichen Sportverbandswesen, aktiver Spitzensport, Schulsport und Wirtschaft einbezogen. Dies ermöglichte unter anderem eine konkrete Bedürfnisanalyse relevanter Zielgruppen sowie eine breite Generierung zukunftsfähiger Ideen für das SPORTZENTRUM Niederösterreich.





**PHASE 1**

11.21 - 12.21

**Kick-Off Phase 1**

Auf Basis einer vorausgehenden Analyse des bestehenden Leitbilds legte das Projektkernteam im Rahmen des Kickoff-Termins gemeinsam mit dem externen Beratungsunternehmen die Prozessziele sowie einen konkreten Zeitplan fest.

**Visions Workshop**

Um allen Beteiligten ein neutrales und möglichst ungestörtes Kreativumfeld zu ermöglichen, fand der Auftaktworkshop in externen Räumlichkeiten statt. Auf Basis einer Analyse gesellschaftlicher Megatrends und relevanter Kriterien für Unternehmens-Leitbilder wurde hierbei unter Anwendung von Kreativitätstechniken aus dem Design Thinking eine möglichst einprägsame und motivierende Vision formuliert.

**Missions Workshop**

Zur Ableitung eines Mission Statements beleuchtete das Projektkernteam die aktuelle Situation des SPORTZENTRUM Niederösterreich im Detail. Dabei wurden folgende vier Themenfelder diskutiert, die als Grundlage für die neue Mission dienen: Sinn & Zweck, aktuelle Aufgaben, Menschen und Zukunft.

**Werte Workshops & Mitarbeiter:innen-Interviews**

Aufbauend auf die bereits erfolgten Analysen und Entwicklungsarbeiten identifizierte das Projektkernteam mittels Kreativtechniken im Team und anschließender Diskussionen potenzielle Unternehmenswerte. In persönlichen Interviews mit sieben Mitarbeiter:innen aus allen Unternehmensbereichen wurde zusätzlich die interne Wertekultur erhoben und mit den Erarbeitungen des Projektkernteam abgeglichen. Auf Basis dessen konnten die relevantesten Werte ausgemacht und deren konkrete Bedeutung für das SPORTZENTRUM Niederösterreich festgelegt werden.

**PHASE 2**

12.21 - 02.22

**Kick-Off Phase 2**

Unter Berücksichtigung der Ergebnisse der ersten Projektphase setzte sich das Projektkernteam mit möglichen Handlungsfeldern und strategischen Zielgruppen für das SPORTZENTRUM Niederösterreich auseinander und legte die weitere Vorgehensweise in der zweiten Prozessphase fest.

**Qualitative Interviews**

In Erweiterung der bereits im Zuge der Niederösterreichischen Sportstrategie 2025 identifizierten strategischen Zielgruppen erhob das externe Beratungsunternehmen in zwölf persönlichen Interviews mit Athlet:innen, Partner:innen, Kund:innen und anderen Stakeholdern des SPORTZENTRUM Niederösterreich konkrete Bedürfnisse, Ansichten und Schmerzpunkte dieser relevanten Anspruchsgruppen.

**Strategie-Update**

Die ersten Erkenntnisse und Kernaussagen der durchgeführten Interviews wurden vom externen Beratungsteam kurz vorgestellt, mit dem Projektkernteam diskutiert und Grundlagen für die weiterführende Persona-Entwicklung erarbeitet. Der primäre Fokus lag jedoch auf der Definition der Handlungsfelder und dazugehörigen strategischen Zielgruppen des SPORTZENTRUM Niederösterreich.

**Abschluss Workshop**

In einem abschließenden Online-Meeting wurden die in den beiden Prozessphasen erarbeiteten Inhalte zusammengeführt und finalisiert, sowie insbesondere die neu erarbeiteten Personas und Handlungsfelder nochmals besprochen.

**PHASE 3**

03.22

**Ideengenerierung**

Ergänzend zu den durchgeführten Interviews wurde ein kurzer Online-Fragebogen zur weiterführenden Ideengenerierung erstellt. Alle Mitarbeiter:innen des SPORTZENTRUM Niederösterreich wurden per Mail zur Beteiligung aufgerufen. Zusätzlich wurde in die E-Mail Signaturen aller SPORTZENTRUM Mitarbeiter:innen ein Link angehängt, über den auch externe Personen Ideen und Anmerkungen für die weiterführende Entwicklung des SPORTZENTRUM Niederösterreich einbringen können. Alle auf diese Weise generierten Inputs werden anschließend in einem internen Prozess gesammelt, evaluiert und fließen in die Entwicklung konkreter Maßnahmen ein.

**Präsentation**

Im Rahmen einer teamübergreifenden Aktion wird das Ergebnis des mehrphasigen Entwicklungsprozesses allen Mitarbeiter:innen des SPORTZENTRUM Niederösterreich präsentiert. Zusätzlich zum finalen Strategie-Papier soll das partizipativ erarbeitete Leitbild am Gelände für alle internen und externen Person sichtbar visualisiert und dadurch erlebbar gemacht werden. Weitere Begleitmaßnahmen sollen dazu führen, dass insbesondere die Unternehmenswerte von allen Mitarbeiter:innen verinnerlicht werden.

# 2 STRATEGIE

## LEITBILD

Als Ergebnis der ersten Projektphase konnte ein neues Leitbild mit **VISION, MISSION** und **WERTEN** für das SPORTZENTRUM Niederösterreich erstellt werden.



## VISION

Durch persönliche Betreuung auf höchstem Niveau und modernste Infrastruktur werden wir Talente auf ihrem Weg zur Weltspitze begleiten und in Niederösterreich **DER** kompetente Partner für ambitionierte Sportler:innen sein.





# MISSION

Wir sind ein Sport-Kompetenzzentrum mit einem professionellen Trainings- und Betreuungsumfeld sowie leistbarer Top-Infrastruktur inklusive Hotel und Gastronomie an einem Standort.

Wir sind ständig in Bewegung und bieten ein vielfältiges Angebot, welches wir laufend optimieren und auf die Bedürfnisse unserer Spitzenathlet:innen anpassen.

Wir pflegen einen wertschätzenden Umgang im Team und mit unseren Kund:innen. Mit Leidenschaft und Individualität sind wir professioneller Partner unserer Sportler:innen und stolz auf deren Erfolge.

# WERTE



**WERTSCHÄTZUNG** bedeutet für uns respektvoll, freundlich und offen im Team sowie mit unseren Kund:innen und Partner:innen zu kommunizieren, gegenseitige Leistungen anzuerkennen und auf persönliche Bedürfnisse jedes und jeder Einzelnen bestmöglich einzugehen.

**TEAMWORK** bedeutet für uns auf die individuellen Stärken zu vertrauen, Schwächen zu akzeptieren und einander hilfsbereit zu begegnen. Ehrlichkeit und ein humorvolles Miteinander prägen unseren Zusammenhalt.

**PROFESSIONALITÄT** bedeutet für uns höchsten Qualitätsstandards in all unseren Aufgabenbereichen gerecht zu werden. Dabei zeichnen wir uns durch Kompetenz, Verlässlichkeit und Individualität aus.



# STRATEGISCHE ZIELGRUPPEN

## → PRIMÄRZIELGRUPPEN

### DIE TAUSENDSASSAS



**Name:** Miro Kleister  
**Alter:** 16 Jahre  
**Familie:** Schwester (28),  
Mutter (54), Vater (60)  
**Wohnort:** Baden

„sind wettkampforientierte  
Multitalente“

#### Einfluss

- ▶ Youtuber, Influencer
- ▶ Familie
- ▶ Sportprofessor

#### Mediennutzungsverhalten

- ▶ Hohe Online-Aktivität
- ▶ E-Sports, Twitch
- ▶ YouTube, Instagram
- ▶ X-Games

### ” Just do it!

#### Freizeit & Motivation

- ▶ Polysportiver Sport –  
Skateboard, Freibad, Parcours,  
Fußballtraining
- ▶ Zeit mit Freunden
- ▶ PlayStation
- ▶ Neues ausprobieren/sich immer  
wieder „challengen“
- ▶ Tutorials zum Erlernen neuer  
Fertigkeiten

#### Probleme

- ▶ Hoher Aufwand (Organisation,  
Recherche, Anfahrt etc.) für  
Angebot und Infrastruktur
- ▶ Verbotskultur im öffentlichen  
Raum
- ▶ Fehlendes Angebot/fehlende  
Infrastruktur für Trendsportarten

### DIE TRAUMJÄGER

#### Einfluss

- ▶ Mutter
- ▶ Sportlehrerin
- ▶ Ältere Teamkollegen
- ▶ Trainerin

#### Mediennutzungsverhalten

- ▶ Tik Tok, Instagram, Snapchat
- ▶ Musik (Spotify)
- ▶ YouTube

#### Freizeit & Motivation

- ▶ Freizeit als Ausgleich zum Sport
- ▶ Wochenende bedeutet  
Family-Time
- ▶ Mit Hund spazieren gehen

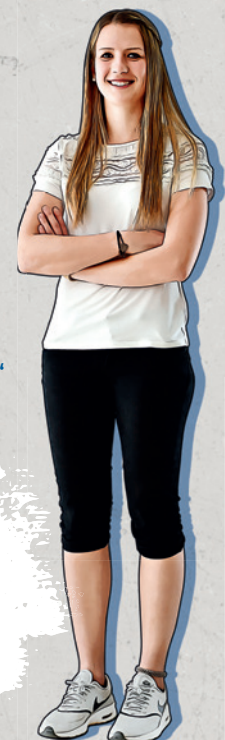
#### Probleme

- ▶ Schwierigkeiten, sportlichen  
Anschluss im SLZ St. Pölten  
herzustellen
- ▶ Integration in  
neue Mannschaft
- ▶ Vereinbarkeit von  
Wettkämpfen und  
Schule
- ▶ Keine Möglichkeit für  
das Modell „Sport und  
Lehre“
- ▶ Mangel an ganzheitlich  
qualifizierten Trainer-  
Innen durch fehlende  
Strukturen

### ” Teamwork makes the dream work!

„träumen von einer  
Karriere im Spitzensport“

**Name:** Jessica Pölzl  
**Alter:** 14 Jahre  
**Familie:** Bruder (17),  
Mutter (44), Vater (47)  
**Wohnort:** Lilienfeld





## DIE DURCHSTARTER



**Name:** Nik Taller  
**Alter:** 19 Jahre  
**Familie:** Mutter (50), Vater (52)  
**Wohnort:** Kirchberg am Wagram

“Losing is never an option!”

„sind am Sprung in den Profisport“

### Einfluss

- ▶ Coach
- ▶ Dominic Thiem
- ▶ Eltern
- ▶ Kontrahenten

### Mediennutzungsverhalten

- ▶ Facebook, Instagram
- ▶ YouTube für Workouts
- ▶ Livestream-Portale und Sky

### Freizeit & Motivation

- ▶ Freizeit = Regeneration
- ▶ Smartphone als stetiger Begleiter
- ▶ Networking zur Sponsoren-Akquise
- ▶ Top 100 als großes Ziel im nächsten Jahr

### Probleme

- ▶ Finanzielles Risiko bei Schritt ins Profitum, fehlende Begleitung vom Nachwuchs in den Spitzensport
- ▶ Fehlendes Auffangnetz bei Scheitern am Weg zum/zur Profisportler:in
- ▶ Hohe finanzielle Anforderungen für notwendiges Trainings- und Wettkampfumfeld
- ▶ Abhängigkeit von adäquater Sportinfrastruktur

## DIE MEDAILLENHAMSTER

“Nach der Medaille ist vor der Medaille!”



**Name:** Valerie Huber  
**Alter:** 26 Jahre  
**Familie:** Freund (28), Bruder (22), Vater (57), Mutter (54)  
**Wohnort:** Wien

### Einfluss

- ▶ Coach
- ▶ Betreuerstab
- ▶ Kontrahenten

### Mediennutzungsverhalten

- ▶ Instagram
- ▶ WhatsApp

### Freizeit & Motivation

- ▶ Freizeit = Regeneration
- ▶ (Soziale) Medien
- ▶ Mit Familie in Natur unterwegs
- ▶ Studium
- ▶ Titel und Medaillen
- ▶ Beste Trainingsbedingungen

### Probleme

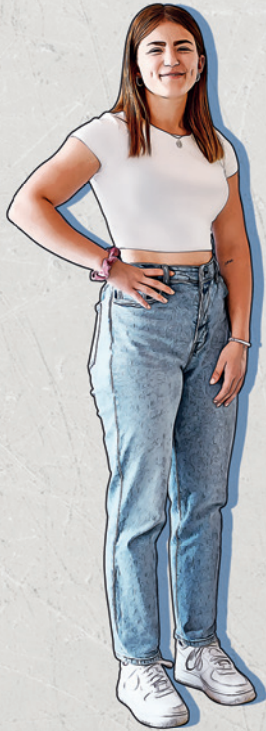
- ▶ Beschränkte Zahl an internationalen Startplätzen
- ▶ Hoher Konkurrenzdruck
- ▶ Meinungsverschiedenheiten mit Verband
- ▶ Trainingsmöglichkeiten auf Topniveau
- ▶ Infrastruktur ist oft da, flexible Betreuung fehlt meist
- ▶ Fehlende Ruhemöglichkeit am Trainingsort
- ▶ Selten bedürfnisorientierte Ernährung am Trainingsort
- ▶ Langfristige Planung oft nur schwer möglich
- ▶ Trainingspartner:innen auf noch höherem Level

„zählen zur (erweiterten) Weltspitze“



## → SEKUNDÄRZIELGRUPPEN

### DIE WOHLFÜHLER



**Name:** Hannah Heinemann  
**Alter:** 17 Jahre  
**Familie:** Zwillingbruder (17),  
Bruder (10), Vater (48),  
Mutter (43)  
**Wohnort:** Baden

„brauchen eine sportliche  
Komfortzone“

#### **Einfluss**

- ▶ Eltern
- ▶ FreundInnen
- ▶ Lehrerin

#### **Mediennutzungsverhalten**

- ▶ Netflix
- ▶ Apple Music
- ▶ Aktiv auf Instagram

” Live your life!

#### **Freizeit & Motivation**

- ▶ Gemeinsame Bewegung und Zeit mit Freunden und Familie
- ▶ Neue Leute kennenlernen
- ▶ Steigerung der eigenen Leistung
- ▶ Abwechslung
- ▶ Musik und Essen
- ▶ Teilnahme Frauenlauf

#### **Probleme**

- ▶ Wenig Ansporn im schulischen und familiären Umfeld
- ▶ Sorgen und soziale Einschränkungen durch COVID-19
- ▶ Schule als „Vollzeitjob“
- ▶ Stress und Druck von außen
- ▶ Fehlende Motivation Sport alleine zu betreiben
- ▶ Geschlechtsspezifische Sportteilung

### DIE ACHTSAMEN

#### **Einfluss**

- ▶ Eltern
- ▶ Freundeskreis
- ▶ StudienkollegInnen

#### **Mediennutzungsverhalten**

- ▶ Spotify, Netflix
- ▶ Abo Magazin Flow und Standard
- ▶ Analoges Terminkalender
- ▶ Facebook für Veranstaltungen, Instagram als Ideengeber
- ▶ Events: Spaß-Turniere Spikeball, ÖH-Kurse, Elektro-Yoga

#### **Freizeit & Motivation**

- ▶ Einklang mit Körper und Geist
- ▶ Offenheit und Neugier

- ▶ Abwechslung
- ▶ Bewegung in der Natur
- ▶ Sport als Mittel zum Zweck und Ausgleich
- ▶ Körperliches Wohlbefinden durch Sport und Bewegung

#### **Probleme**

- ▶ Stress im Beruf und Alltag
- ▶ Zeitmangel und Druck durch Mehrfachbelastung
- ▶ Zunehmend gesundheitliche Probleme

” Vor lauter Erledigungszwang vergesse ich oft das Wesentliche – Leben.

**Name:** Laura Schulz  
**Alter:** 24 Jahre  
**Familie:** Single, Bruder (28)  
**Wohnort:** Melk

„sehen Sport als Mittel zur Körperpflege“





**Olympiazentrum  
Niederösterreich**

Im SPORTZENTRUM Niederösterreich werden die Bereiche Sportwissenschaft, Sportmedizin, Sportpsychologie, Physiotherapie und Ernährungswissenschaft unter einem Dach angeboten. Diese Bereiche werden unter dem Begriff „High Performance Unit“ zusammengefasst und bilden die Grundlage für eine Zertifizierung zum Olympiazentrum.



# HANDLUNGSFELDER

## Hintergrundinfos Sportstrategie 2025 | Kanada-Modell:

In dem an das Modell „Long-Term Development in Sport and Physical Activity 3.0“ von Sport for Life angelehnten „Kanada-Modell“ der Niederösterreichischen Sportstrategie 2025 werden im Gegensatz zur bisherigen pyramidenartigen Darstellung des Zusammenhangs zwischen Breiten- und Spitzensport alle aktiven Personen erfasst. Unabhängig davon, ob sie als Ziel sportliche Höchstleistungen anstreben, wettkampforientierten Breitensport betreiben möchten oder sich durch Bewegung und Sport gesund und fit halten möchten.

Die Sportstrategie des Land Niederösterreich 2025 baut zudem auf vier Handlungsfeldern auf, die sich auf die Phasen des Modells beziehen und den Menschen ins Zentrum aller Überlegungen stellt.

Aufbauend auf die Niederösterreichische Sportstrategie 2025 wurden die Ergebnisse des Strategieprozesses im sogenannten „Kanada-Modell“ inhaltlich zusammengeführt.

Von den vier in der Niederösterreichischen Sportstrategie 2025 beschriebenen Handlungsfeldern konnten mit „Spitzensport - vom Traum zum Ziel“ und „Sport und Bewegung ein Leben lang“ zwei auch für das SPORTZENTRUM Niederösterreich übernommen bzw. auf die strategische Ausrichtung angepasst werden. Zudem bleibt „Sportarten spielerisch (kennen) lernen“ zumindest in Teilen als perspektivisches Handlungsfeld relevant.

*Die für das SPORTZENTRUM Niederösterreich nicht relevanten Bereiche wurden in der Modellgrafik grau eingefärbt, die Fokusbereiche „Train to Train“, „Train to Compete“, „Train to Win“ sowie „Competitive for Life“ sind durch die stärkere Farbe hervorgehoben.*



Alter:  
0 - 99+



**Handlungsfeld 1:**  
Spitzensport - vom  
Traum zum Ziel

**Handlungsfeld 2:**  
Sport und Bewegung  
ein Leben lang



## HANDLUNGSFELD 1:

# Spitzensport — Vom Traum zum Ziel

In der frühen Pubertät fällt bei vielen Kindern die Entscheidung Richtung Leistungs- und Spitzensport. Der Weg zum Podium ist ein steiniger, da neben Trainings- und Wettkampfbetrieb auch Schule und Lehre bzw. Studium und Weiterbildungsmöglichkeiten miteinander vereinbart und mit dem sozialen Umfeld in Einklang gebracht werden müssen. Im Hochleistungssport mit einhergehenden hohen Trainingsumfängen spielt zudem auch die finanzielle Komponente eine entscheidende Rolle. Die optimale Abstimmung von Training, Wettkämpfen und Regeneration ist ein wesentlicher Bestandteil einer langfristigen Athlet:innen Entwicklung. Die mit zunehmendem Trainingsalter einhergehende Spezialisierung erfordert darüber hinaus Expert:innen-Knowhow, hochwertige Trainingsangebote sowie eine auf die Athlet:innen ausgerichtete Vernetzung aller im Leistungs- und Spitzensport tätigen Organisationen.

### → STRATEGISCHE ZIELGRUPPEN:



Österreichische Spitzen-  
athlet:innen, Athlet:innen  
auf internationalem  
Niveau, internationale  
Athlet:innen, NÖ Talente

### → STRATEGISCHES ZIEL:

Ermöglichung einer 360°-Grad-Betreuung an einem Standort und gleichzeitige Etablierung als persönliches Kompetenzzentrum der größten Sporttalente Niederösterreichs

## HANDLUNGSFELD 2:

# ” Sport und Bewegung ein Leben lang

Wenn ein solider Grundstein für langjährige Sportausübung gelegt wurde, werden Sport und Bewegung Teil des Lebens bleiben und aus unterschiedlichsten Motiven heraus betrieben, wobei soziale Kontakte, Spaß, Vergnügen oder Gesundheit im Vordergrund stehen. Dabei nehmen manche bis ins hohe Alter regelmäßig an Wettbewerben teil, während andere aus dem Gesundheits- und dem Fitnessmotiv heraus sportlich aktiv sind. Um ein langfristiges Sport- und Bewegungsangebot zur Verfügung stellen zu können, ist es für Sportanbieter:innen wichtig, einen bewegungsfreundlichen öffentlichen Raum sowie die passende Infrastruktur, etwa auch für Trendsportarten, bereitzustellen. Sport soll flexibel und einfach ausgeübt werden können.

### → STRATEGISCHE ZIELGRUPPEN:



wettkampforientierte Breitensportler:innen, gesundheitsorientierte Breitensportler:innen, sportaffine Businesskund:innen

### → STRATEGISCHES ZIEL:

Bereitstellung zeitgemäßer Infrastruktur und Angebote sowie Generierung zusätzlicher Budgetmittel („Wirtschaftlichkeit“)





# VOM TALENT AN DIE WELTSPITZE



# 3 IDEEN

## DEINE IDEEN FÜR DIE ZUKUNFT

” Sportkunde-Unterricht zum Anfassen

” Sportartübergreifende Networking-Veranstaltungen

” Sportliche Packages für Unternehmen

” Fortbildungsangebot für Top-Coaches

” Reha Programme für Long-Covid Patient:innen

” Healthy Snack & Protein Corner nach dem Training, wie in US-College-Sport

” Ruheraum für Auswärtige

” Mobile Tribünen für internationale Wettkämpfe

Dank eurer Inputs konnten bereits wichtige Anstöße für die Weiterentwicklung des SPORTZENTRUM Niederösterreich gesammelt werden.

Gestalte auch du unsere Zukunft mit deinen Anregungen und Ideen mit!

DEINE IDEEN





## UNSER WEG IN DIE ZUKUNFT

Die auf der Niederösterreichischen Sportstrategie 2025 fußende Strategie 2025 des SPORTZENTRUM Niederösterreich bildet den Orientierungs- und Handlungsrahmen für alle künftigen Maßnahmen des SPORTZENTRUM Niederösterreich sowie seiner „High Performance Unit“, dem OLYMPIAZENTRUM Niederösterreich.

Zur Erreichung der definierten Ziele werden in einem unternehmensinternen Prozess konkrete Maßnahmenpakete entwickelt. In diesen fließen insbesondere die Ergebnisse des Ideengenerierungs-Prozesses ein, mittels welchem sich Stakeholder:innen des SPORTZENTRUM Niederösterreich unkompliziert und direkt in die Weiterentwicklung einbringen konnten. Um künftigen Herausforderungen bestmöglich begegnen zu können, werden sämtliche Maßnahmen stetig evaluiert sowie gegebenenfalls optimiert.

Insbesondere hinsichtlich der Weiterentwicklung des Spitzensports in Niederösterreich nimmt das SPORTZENTRUM Niederösterreich die Lead-Rolle ein. Hierbei sollen neben der bestmöglichen persönlichen Servicierung der Athlet:innen selbst auch im jeweiligen Umfeld professionelle Rahmenbedingungen für eine optimale Entwicklung und Potentialentfaltung über alle Alters- und Leistungsstufen hinweg geschaffen werden - nicht zuletzt durch die Sicherstellung eines entsprechend qualitativ hochwertigen Aus- und Weiterbildungsangebots. Spezielle Angebote für Wirtschaftspartner:innen und weitere sportliche Interessensgruppen sollen künftig zusätzliche Finanzierungsmöglichkeiten eröffnen.





## IMPRESSUM

### Herausgeber

SPORTZENTRUM Niederösterreich  
3100 St.Pölten, Dr.Adolf Schärf-Straße 25  
Tel.: +43274295-0  
E-Mail: [office@sportzentrum-noe.at](mailto:office@sportzentrum-noe.at)  
<https://www.sportzentrum-noe.at/>

### Projektteam

Franz Stocher, Norbert Köck, Andrea Krecek, Clemens Ipkovich,  
Stefan Schwaiger, Christoph Pellarin, Laura Hagspiel

### Fotos

Philipp Monihart (S. 2), Benni Schön (S. 9, S. 17)

### Grafik und Layout

Verena Waldum, SpotOne Content & Communication;  
Grafiken Zielgruppen: André-Philippe Luif, FangDas\* die neue Werbung.

### Stand

April 2022



