



Kleinregionaler Strategieplan 2018-2023



Waldviertler Hochland



In Zusammenarbeit mit:



Inhaltsverzeichnis

1. VORWORT	3
2. BEZUG ZU DEN KLEINREGIONALEN STRATEGIEFELDERN	4
3. KURZINFORMATION ZUR KLEINREGION	5
4. BESCHREIBUNG DES STRATEGIEPROZESSES	8
5. KLEINREGIONALER STRATEGIEPLAN 2018-2023	15
5.1. Kleinregionale Identität und Marketing	15
5.2. Aktionsfeld Wertschöpfung.....	17
5.3. Aktionsfeld Umweltsysteme	18
5.4. Aktionsfeld Daseinsvorsorge.....	18
6. WIRKUNGSMATRIX AUF EBENE DER KLEINREGION	19
6.1. Daseinsvorsorge und Dienstleistungen (Aktionsfeld Daseinsvorsorge/Themenfeld Freizeit und Naherholung).....	19
6.2. Wertschöpfung (Aktionsfeld Arbeit und Wirtschaft / Themenfeld Land- und Forstwirtschaft)	20
6.3. Daseinsvorsorge (Aktionsfeld Abgestimmte Raum- und Siedlungsentwicklung / Themenfeld Identität und Marketing).....	21
7. ZEIT- UND FINANZIERUNGSPLAN	23
7.1. Zeitplan	23
7.2. FINANZIERUNGSPLAN.....	25
7.3. Projektumsetzung.....	25
8. ANHANG	32
8.1. Strategiedatenblätter	32
8.2. ARGE Vertrag	32
8.3. Beschluss Kleinregion über kleinregionalen Strategieplan Waldviertler Hochland.....	32

1. VORWORT

Die Zusammengehörigkeit der Gemeinden der Kleinregion Waldviertler Hochland hat eine sehr lange Tradition, da sie viele Jahrzehnte den ehemaligen Gerichtsbezirk Groß Gerungs bildeten. Es war daher naheliegend, diese Region im Jahr 2001 mit der Bezeichnung „Kleinregion Waldviertler Hochland“ zusammenzufassen. Ein kleinregionales Entwicklungskonzept wurde erstellt und es kam zur Umsetzung wichtiger regionaler Projekte.

Im heurigen Jahr wurde vom ARGE-Vorstand (den Bürgermeistern der Kleinregion) der Beschluss gefasst, in Zukunft verstärkt die regionalen Vorzüge und Gegebenheiten zusammenzufassen und diese durch intensive Zusammenarbeit und unter professioneller Leitung mit kompetentem Personaleinsatz für die Bevölkerung und Gäste aufzuarbeiten. Die bisherigen Arbeiten haben gezeigt, dass das Waldviertler Hochland eine Fülle an einmaligen Gegebenheiten zu bieten hat. Es ist das Ziel, die Region in unserem Land als Kompetenzregion zu positionieren.



Bgm. Maximilian Igelsböck, OSR
Sprecher der ARGE Waldviertler Hochland

2. BEZUG ZU DEN KLEINREGIONALEN STRATEGIEFELDERN

Die kleinregionale Zusammenarbeit basiert in Niederösterreich auf dem Prinzip der **Freiwilligkeit**. Ziel ist der Aufbau eines handlungsfähigen und langfristig stabilen Kooperationsystems zwischen benachbarten Gemeinden. Inhalte der Kooperation sind die Abstimmung, Definition und Umsetzung kleinregional relevanter Ziele und Maßnahmen.

Die 8 Themenfelder der Kleinregionen dienen als inhaltlich-strategischer Rahmen für die Arbeit in den Kleinregionen in den nächsten Jahren. Sie umfassen die Bereiche Daseinsvorsorge (einschließlich Verwaltung) und Raumentwicklung. Der Bezug zur Hauptregionsstrategie 2024 wird über die Zuordnung zu den Aktionsfeldern 1 bis 3 hergestellt. (Weiterführende Informationen zur Hauptregionsstrategie 2024 auf www.noeregional.at) Im Zuge des Strategieprozesses werden die Schwerpunktthemen für die nächsten Jahre festgelegt.



Quelle: Amt der NÖ Landesregierung, RU2

In jeder Kleinregion soll die **gemeinsame Identität** aufgebaut und gestärkt werden. Diese Auseinandersetzung schließt das Wissen über die Stärken, aber auch die Schwächen der Region mit ein und bildet das Dach für die Kooperation. Damit verbunden sind die Entwicklung eines eigenständigen Profils und eine zielgruppengerechte Ausgestaltung der Informations- und Kommunikationsinstrumente der Kleinregion.

Neben dem Thema „Identität und Marketing“ wird im Strategieplan eine **Fokussierung auf 2 bis max. 3 weitere Hauptthemen** vorgenommen, um eine erfolgreiche Umsetzung zu sichern. Die Festlegung der Schwerpunktthemen erfolgt unter Berücksichtigung der (klein-)regionalen Potentiale und der Einschätzung der Akteure vor Ort.

Darüber hinaus ist einmal jährlich eine gemeinsame **Reflexion zum Umsetzungsstand** der kleinregionalen Strategie in der Kleinregion vorgesehen.

3. KURZINFORMATION ZUR KLEINREGION

Mitgliedsgemeinden	Einwohner
Altmelon	857
Arbesbach	1.655
Groß Gerungs	4.522
Langschlag	1.807
Rappottenstein	1.708
Gesamt	10.549

Quelle: Statistik Austria

Die Kleinregion liegt im Bezirk Zwettl, westlich der Bezirkshauptstadt und grenzt im Westen an Oberösterreich.



Abbildung 1: Karte der Kleinregion Waldviertler Hochland, (Quelle: Land NÖ)

3.1. Entstehungsgeschichte

Die Kleinregion Waldviertler Hochland wurde im Jahr 2001 gegründet. Die Zusammenarbeit der Gemeinden Altmelon, Arbesbach, Groß Gerungs, Langschlag und Rappottenstein konzentrierte sich vor allem auf das gemeinsame Themenfeld Tourismus. Projekte wie das Langlaufzentrum Aktivwelt Freiwald, das Pferdeparadies, das Ski- und Wanderdorf Kirchbach, das Altmeloner Heilmoor, der Bärenwald Arbesbach und nicht zuletzt das Herz-Kreislauf-Zentrum Groß Gerungs sind allesamt herzeigbare Beispiele, die das Wirtschaftsleben der Gemeinden steigern und die Kleinregion Waldviertler Hochland längerfristig lebenswert machen. Dazu gehörte auch die gemeinsame Vermarktung des Urlaubsplaners, oder die Kooperation der lokalen Museen im Verbund der Hochlandmuseen. Basis der damaligen Arbeit war ein kleinregionales Entwicklungskonzept, welches 2004 von DI Hans Kordina erstellt wurde.

Die LEADER Strategie Waldviertler Grenzland 2014 ist heute die Basis für die regionale Entwicklung. Die gemeinsamen Aktivitäten sind jedoch in den letzten Jahren deutlich zurückgegangen, ein reger Austausch zu kommunalen Fragen findet aber auch jetzt noch regelmäßig zwischen den Gemeinden statt.

Die Kleinregion ist als ARGE organisiert. Die Arbeitsabläufe und Entscheidungsprozesse sind in einem ARGE Vertrag geregelt. Sprecher der ARGE ist Bgm. Max Igelsböck aus der Gemeinde Groß Gerungs.

3.2. Zahlen, Daten, Fakten

Die Daten sind soweit wie möglich aktuell und sollen einen kurzen Überblick über die Region geben. Quellen sind die Statistik Austria und Homepage Land NÖ.

Die Kleinregion Waldviertler Hochland weist eine Gesamtfläche von 326 km² auf. Die größte Gemeinde ist Groß Gerungs mit 106 km², Altmelon ist die kleinste Gemeinde mit 38 km². Die Orte liegen auf dem Waldviertler Hochplateau zwischen 675 -925 m Seehöhe.

3.2.1. Bevölkerungsentwicklung

Insgesamt wohnen mit Jänner 2017 10.549 Personen in der Kleinregion. Seit 1981 ist ein Rückgang der Bevölkerung um 8,5% zu verzeichnen, ein Minus von 980 Personen. Besonders markant war der Rückgang der Bevölkerung zwischen 2001 und 2011, diese Entwicklung hat sich nun wieder etwas abgeschwächt.

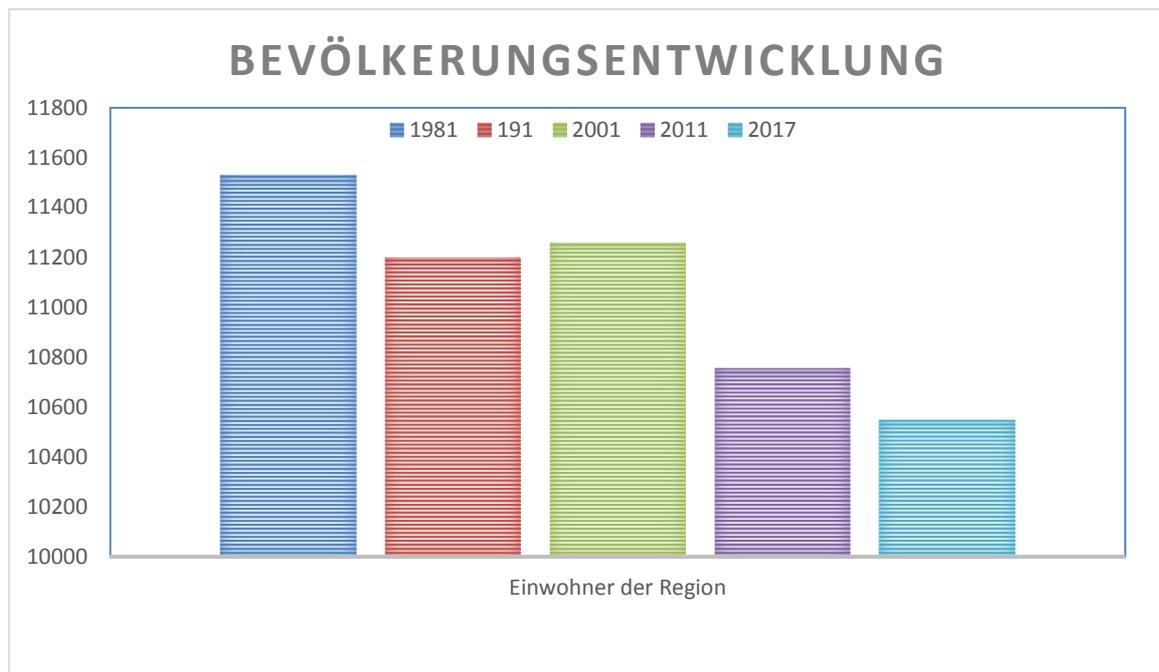


Abbildung 2: Bevölkerungsentwicklung der Kleinregion, (Quelle: Statistik Austria)

3.2.2. Geburtenbilanz

Neben der Abwanderung spielt vor allem die stark sinkende Geburtenbilanz eine wichtige Rolle in der Bevölkerungsentwicklung. Die Auswirkungen auf Einrichtungen wie Kinderbetreuung, Schulen und

den Arbeitsmarkt sind gravierend. So ging die Geburtenbilanz der Kleinregion von +581 in der Dekade 1981-91 auf +80 im Zeitraum von 2001-11 zurück.

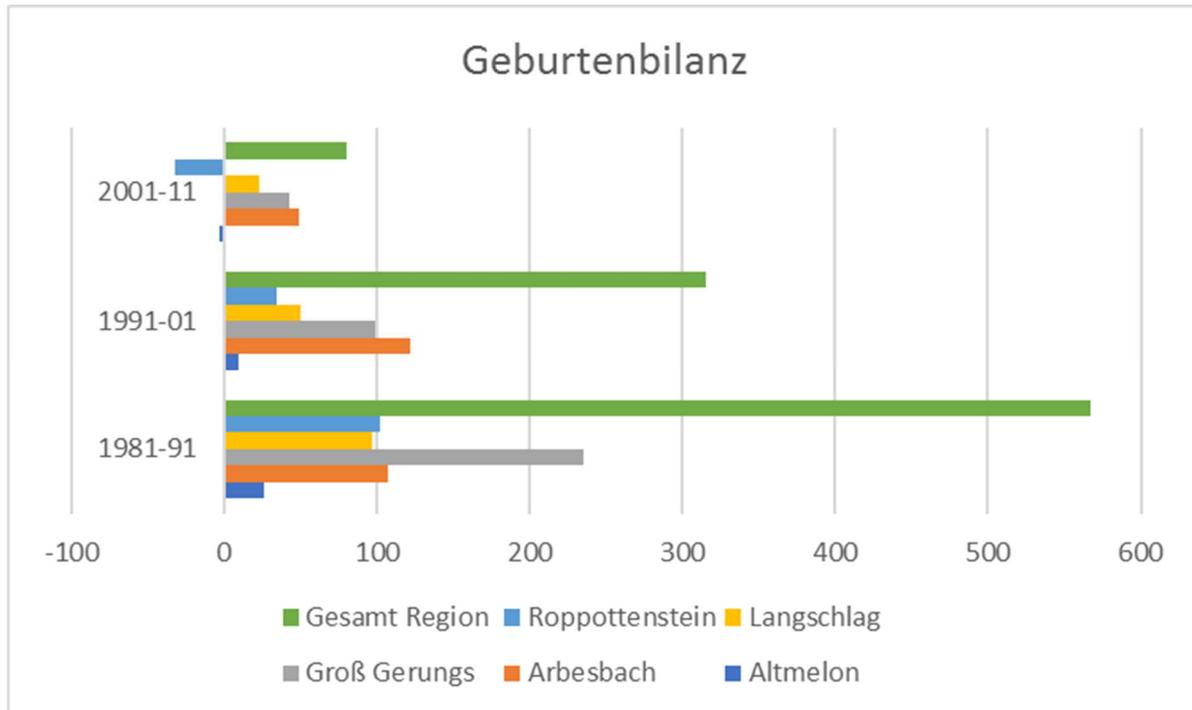


Abbildung 3: Geburtenbilanz der Gemeinden und Gesamtregion, Quelle Statistik Austria

3.2.3. Pendlerbilanz

Das Diagramm der Pendlerbilanz zeigt einen deutlichen Überschuss an Auspendlern in der Region. Nicht berücksichtigt sind die Binnenpendler, welche innerhalb der fünf Gemeinden zu ihrer Arbeitsstätte pendeln. Die bevorzugten Pendlerziele sind die Bezirke Krens, St. Pölten und Gmünd, sowie Wien, Linz und der Bezirk Freistadt.

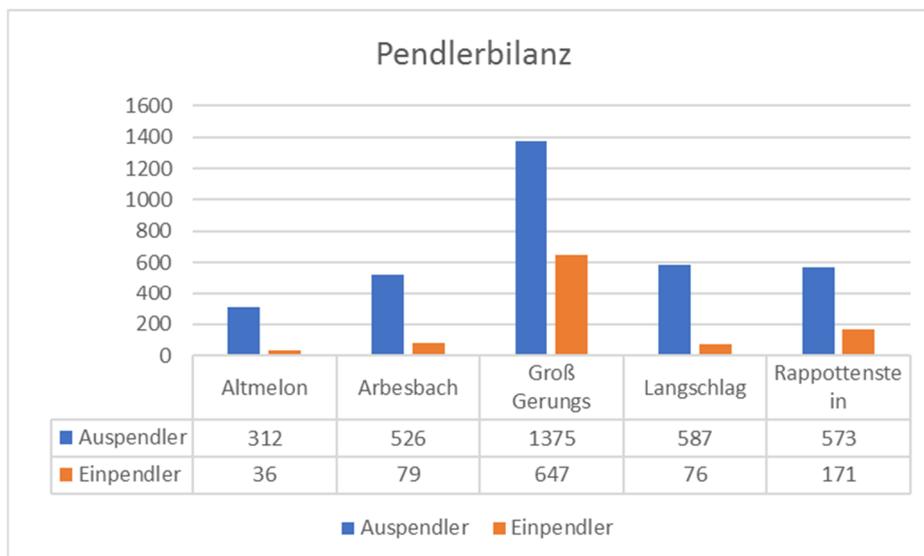


Abbildung 4 Quelle: Statistik Austria, Erwerbsstatistik 2015

3.2.4. Bereits bestehende Kooperationen

In den letzten Jahren sind schon einige Kooperationen zwischen den 5 Gemeinden und darüber hinaus entstanden.

- GVV Zwettl - alle 5 Gemeinden Mitglied
- Gemeindeverband der Musikschule Groß Gerungs mit den 5 Gemeinden Waldviertler Hochland
- Standesamts- und Staatsbürgerschaftsverband mit Groß Gerungs, Rappottenstein, Arbesbach und Altmelon. Langschlag ist eigenständig.
- Schulverband polytechnischer Lehrgang, 4 Gemeinden – Groß Gerungs, Langschlag, Arbesbach und Altmelon
- Hilfswerk NÖ – alle 5 Gemeinden
- Caritas NÖ
- LEADER Region Waldviertler Grenzland
- ARGE Kleinregion Waldviertler Hochland – Auftritt der Region bei Waldviertel pur
- Wohnen im Waldviertel – Arbesbach, Groß Gerungs und Langschlag
- ASZ Arbesbach und Altmelon

4. BESCHREIBUNG DES STRATEGIEPROZESSES

In den ersten Jahren nach dem kleinregionalen Entwicklungskonzept wurde mit Hilfe eines Kleinregionsmanagers die Entwicklungsarbeit erfolgreich gestartet. Nach einem Personalwechsel kam der Prozess immer mehr ins Stocken und schließlich ganz zum Erliegen. In den letzten Jahren erfolgte die Zusammenarbeit durch einen informellen Austausch auf Bürgermeisterebene. So konnte zumindest die Kommunikation und die Organisationsstruktur in der Kleinregion aufrechterhalten werden.

Im Winter 2017/18 entstand aber wieder der Gedanke die kleinregionale Entwicklung erneut anzugehen und der Beschluss eine neue Entwicklungsstrategie zu erarbeiten wurde gefasst.

Ein erster Strategietag fand im April 2018 mit der FA. Conos statt. Geleitet wurde dieser von DI Arnold Oberacher. Ein weiterer Strategieworkshop, aufbauend auf die Ergebnisse des ersten Tages erfolgte im Juli 2018 durch die NÖ Regional GmbH, Paul Schachenhofer.

Arbeitsschritte der Strategieerstellung:

1.) Strategietag am 23. April 2018

Stärken und Schwächen der Region analysieren, Chancen und Trends erkennen, regionales Themenprofil erarbeiten, Themen selektionieren und priorisieren, Themenbotschaften, Themennutzen

- 2.) Strategieworkshop am 2. Juli 2018 Themen Handlungsfelder in Abstimmung mit der LEADER Strategie und den kleinregionalen Entwicklungsthemen in NÖ, Projekte und Ideen ergänzen, konkretisieren und Umsetzungsschritte festlegen
- 3.) Präsentation und Überarbeitung der Ergebnisse in der Kleinregionsitzung
- 4.) Beschlussfassung der kleinregionalen Strategie

Bei der Strategieerstellung waren die Bürgermeister, Vizebürgermeister und jeweils 3-5 Stakeholder der Gemeinden eingeladen und haben ihre Expertise in den Strategieprozess eingebracht.

Zusammenfassend können folgende Themen und Ziele für die Zusammenarbeit in der Kleinregion genannt werden:

- Positionierung der Region mit einem Schwerpunktthema
- Stärkung der Identität
- Stärkung der wirtschaftlichen Entwicklung im Bereich Land- und Forstwirtschaft, Holz verarbeitendes Gewerbe und Tourismus
- Verbesserung der Lebensqualität
- Stärkung der innovativen Entwicklung durch unterstützendes Regionsmanagement

4.1. SWOT-Analyse

Stärken	Chancen	Risiken	Schwächen
Wald – kleinstrukturierter Bauernwald	Wald – Erholung, Wellness Gesundheit	Bestände sind durch Klimawandel gefährdet	
Zahlreiche Betriebe und viel Kompetenz zum Thema Wald und Holz z.B. Bärenwald, Projekt „Fehra“ (Möbel aus Kiefernholz – ätherische Öle), WWG Rappottenstein	Bündelungen der einzelnen Kompetenzen zu einer regionalen Kompetenz – Vernetzung und Ausbau bestehender Kooperationen, Neues gemeinsames Thema für die Region		Identität der Region sehr schwach
Handwerk u. Gewerbe		Arbeitskräftemangel verschärft sich, Erreichbarkeit der Märkte in den Zentren	
Waldviertel pur – Naturraum mit Wald, Steininformationen, Findlingen, sanft hügelige Landschaft, Flusslandschaften, Moore	Positionierung „das Waldviertel kompakt erleben“		
Gesundheit, Herz-Kreislaufzentrum Groß Gerungs, angenehmes Klima, Klosterberg			
			Ausbildungsstelle für Krankenpflege wandert ab
		Personen, die auswärts ihre Ausbildung machen kommen nicht mehr zurück ins Waldviertel	Einseitige Ausbildungsmöglichkeiten bei höheren Schulen (Gymnasium und HAK)
Wohnen im Waldviertel – hohe Lebensqualität, Wohnklima	gute Lebensqualität – gutes soziales Umfeld, niedrigere Wohnungskosten, entschleunigen		
Waldviertler Genuss-, Lebensmittel			
•Erdäpfel			

<ul style="list-style-type: none"> •Kriecherl •Flachs •G'selchtes •„gute“ Tierhaltung •Bio-Betriebsdichte •„Green Care Höfe“ •Landurlaub •Fische(n) 			
	Home office, Büro am Land	Ausbau geht zu langsam	Breitband Infrastruktur noch sehr schwach
		Abnahme der Bevölkerung nicht durch Wanderung, Arbeitskräftemangel, Aufrechterhaltung der Infrastruktur wie Schulen, KG	Demografische Entwicklung, Geburtenbilanz negativ
	Selbst zum Zentrum werden – Stichwort Waldviertelkorridor?????	Anbindung an die Zentren Linz, St. Pölten-Wien	periphere Lage
	KLIMA	WANDEL	
	Neues Image – weg vom „Kaltviertel“ Neue Produktionsmöglichkeiten Neue Chancen im Tourismus (Sommer)	Umbruch in Flora und Fauna, Verlust von Arten und Lebensräumen, wirtschaftliche Einbußen Schäden durch Extremereignisse	

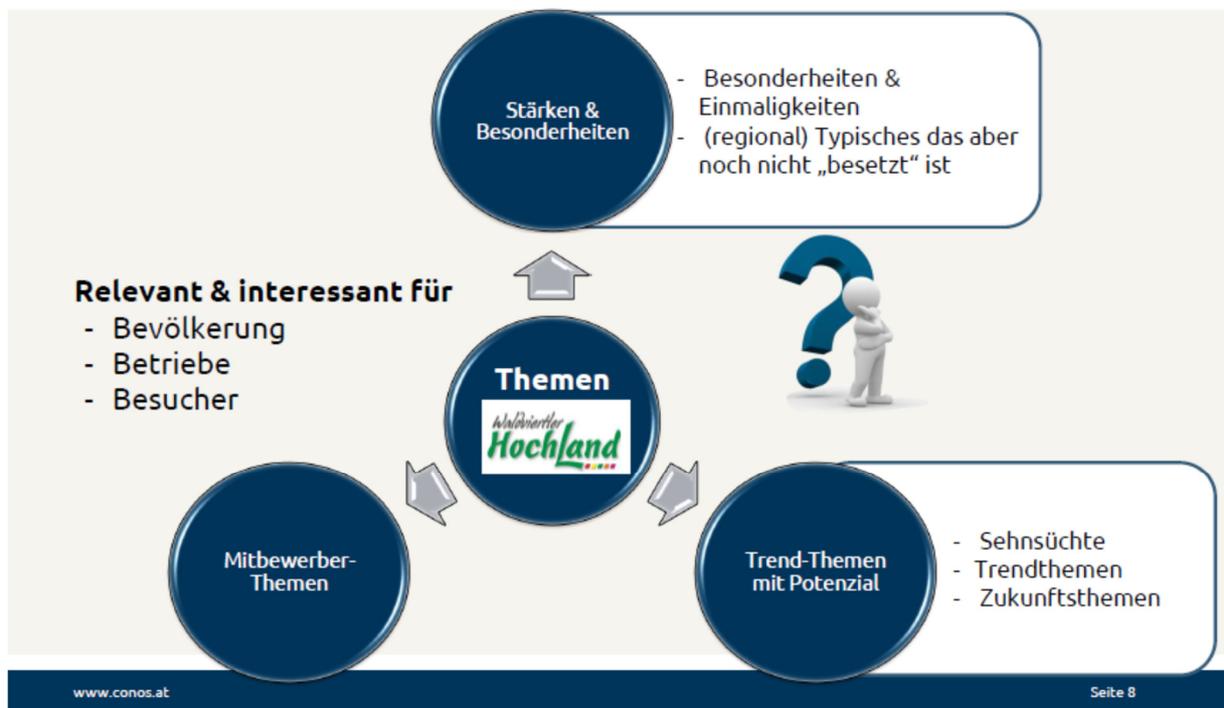


Abbildung 5 Quelle: conos

4.2. Themen und Prioritäten

Auf Grund der SWOT-Analyse erfolgte eine Auflistung möglicher regionaler Themenfelder. Ergänzt wurden diese durch Input aktueller Trends und Handlungsempfehlungen.

Für die Themenfelder erfolgte eine Prioritätenreihung:

- Jeder Teilnehmer/jede Teilnehmerin erhält drei Klebepunkte
- Wahl der persönlichen Themenfavoriten durch Punktevergabe beim jeweiligen Thema
 - Bitte unbedingt alle Punkte vergeben
 - Es können auch mehrere/alle Punkte für ein Thema gegeben werden

Prioritäten-Kriterien

Attraktivität des Themas für alle Zielgruppen	Umfang und Qualität der Grundlagen die wir dazu haben	Ökonomische & Organisatorische Machbarkeit	Rasche Umsetzbarkeit
---	--	--	-------------------------

Themen		Priorität/Punkte
Gesundheit/Vital	<ul style="list-style-type: none"> Abenteuer/Ruhe Moor Fehra/Wald Kompetenzzentren Produkte, Wohnen, Essen 	11
Waldviertler Genuss- & Lebensmittel, Regionalität-Bio	<ul style="list-style-type: none"> Erdäpfel Kriecherl Flachs G'selchtes „gute“ Tierhaltung Bio-Betriebsdichte „Green Care Höfe“ Landurlaub Fische(n) 	9
Homeoffice/Büro am Land	<ul style="list-style-type: none"> Trendthema 	0
Schmalspurbahn	<ul style="list-style-type: none"> Tourismusattraktion 	0
Wald	<ul style="list-style-type: none"> Wirtschaftsbetriebe + Kompetenzzentren Veranstaltungen Bärenwald Projekt „Fehra“ Wellness- & Gesundheitspotenzial 	15
Handwerk/Kraftvoll Leistungspositionierung	<ul style="list-style-type: none"> Arbeiten Eigeninitiativen Selber machen 	1
Waldviertel Natur pur – das echte Waldviertel „Kompaktversion des WAV“	<ul style="list-style-type: none"> Wald Findlinge und Steininformation Flüsse, Bäche Kamp – Fischen Sanft hügelig 	8
Wandern/Aktiv/Motorik/Bike		1
Flachs	<ul style="list-style-type: none"> Pendant zum Mohn 	0

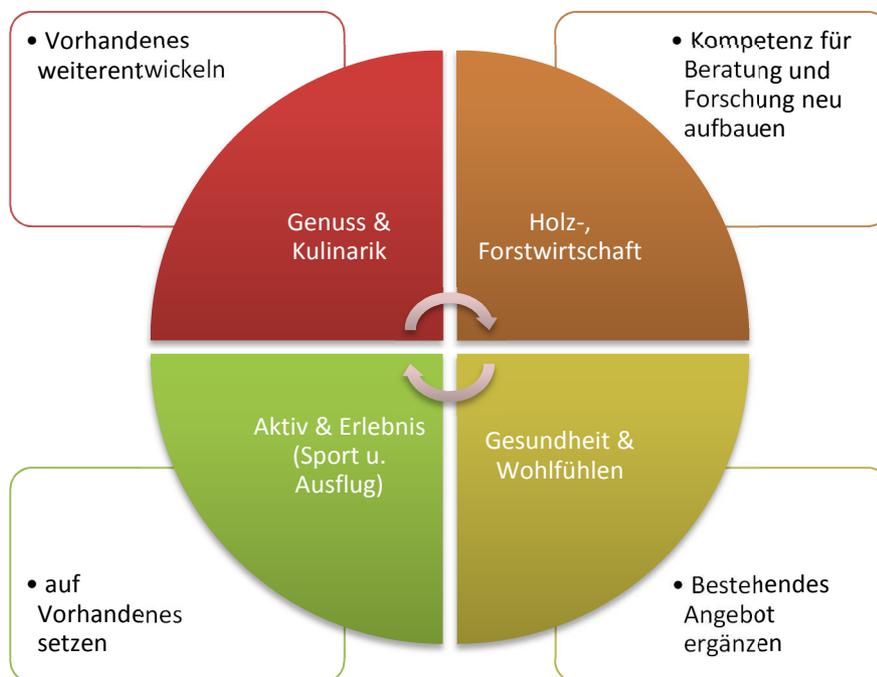
4.3. Vision und Ziele



5. KLEINREGIONALER STRATEGIEPLAN 2018-2023

Es werden verschiedene Handlungs – und Entwicklungsfelder zum **Kompetenzaufbau und zur Vermittlung** des neuen Schwerpunktthemas „Wald“ in der Kleinregion definiert. Basis für alle Aktivitäten ist die Einbindung der jeweiligen Zielgruppen in den Themenfeldern und letztlich die Einbindung der Bevölkerung. So soll das Thema „Wald“ Schritt für Schritt als regionales Thema nach innen und außen positioniert werden.

Die Ideen und Vorschläge für die Positionierung der Region sind danach in den weiteren Handlungsfeldern aufgeteilt und diese den strategischen Themenfeldern für kleinregionale Entwicklung in NÖ zugeordnet.



5.1. Kleinregionale Identität und Marketing

Identität Kleinregion

Das gemeinsame Erscheinungsbild beschränkt sich aktuell auf ein Logo. Die Region als solches ist derzeit eigentlich nicht mehr als die Summe von 5 Gemeinden. Dies soll sich in Zukunft ändern. In enger Kooperation der 5 Mitgliedsgemeinden soll die regionale Identität aufgebaut werden. Dazu soll mit dem gemeinsamen Thema „Waldkompetenzregion Waldviertler Hochland“ die Basis gelegt werden. Um dies zu erreichen sind mehrere Schritte geplant:

1. Potentialanalyse und Standortbestimmung zum Thema Wald
2. Aufbau einer kleinregionalen Organisationsstruktur - Kleinregionsmanagement

3. Information und Aktivierung der Stakeholder und Entscheidungsträger – Kompetenzaufbau in der Region
4. Information und Aktivierung der Bevölkerung auf breiter Basis
5. Positionierung der Region als Kompetenzregion Wald nach außen

Ideen und Maßnahmenvorschläge dazu:

- Bestand-, Bedeutungs- und Potenzialstudie „Wald & Waldviertel“, wirtschaftliche, soziale und ökologische Rolle und Zukunftspotenziale des Waldes  Entwicklung- und Projektfelder für das Waldviertler Hochland (Was gibt es? Bestand an Betrieben/Produkten...? Vernetzungen?)
- Kleinregionsmanagement als Drehscheibe, Katalysator und Vernetzungsstelle in der Region und operative Schaltstelle
- „Alpbach des Waldes“ – überregional wirkende Kompetenz- und Veranstaltungskonzept
 - Eurojack Langschlag – Holzsportzentrum
 - Aufbau Eurojack-Holzfallercamps
 - Kompetenzzentrum Wald in Rappottenstein (Waldwirtschaftsgemeinschaft Rappottenstein)
 - Wald-Gesundheit – Herzkreislaufzentrum Groß Gerungs
- Themenintegration in bestehende kommunale, kulturelle und soziale Projekte/Einrichtungen
 - „Waldschule“ – bestehende „Holzklasse“ in der NMS Rappottenstein, gemeinsames Projekt mit der HAK Zwettl
 - Vernetzung mit der Aktion „Gesunde Gemeinde“
 - Einbindung von Schulen und Kindergärten
 - Ausbildung von Waldpädagogen/innen und Naturvermittler/innen (LFI NÖ)
 - Ideenwettbewerbe
 - Fotowettbewerbe
- Kompetenz-Medium „Plattform Wald“
- Regionshomepage als Informationsplattform
- Entwicklung eines Corporate Design
- Entwicklung einer gemeinsamen Tracht – Waldtracht (Walddirndl in den Farben des Waldes)
- Schmalspurbahn Groß Gerungs – Gmünd als Tourismusattraktion ausbauen
- Wohnen und arbeiten im Waldviertel

Zielgruppen: Fokus Bevölkerung – SchülerInnen, Kommunal- und Landespolitik, Betriebe der Region

5.2. Aktionsfeld Wertschöpfung

Wirtschaft und Arbeitsmarkt

Die vorhandene Kernkompetenz zum Thema Wald und Holz soll sichtbar gemacht werden und die wirtschaftliche Entwicklung der Region stärken. Der Kompetenzaufbau passiert durch Vernetzung vorhandener Kompetenzen und Nutzung von Synergie innerhalb der Region und durch Weiterbildung sowie Entwicklung und Unterstützung innovativer Ideen.

Ideen und Maßnahmenvorschläge dazu:

- Kompetenzzentrum „Wald“
 - Beratungszentrum für Waldbesitzer, Sägewerke, Transport, holzverarbeitende Betriebe
 - Partner WWG Rappottenstein – im ehemaligen Gasthaus in Rappottenstein als bauliches Zentrum
- Marken- und Produktentwicklungskonzept „Waldviertler Fehra“ mit einem potenziellen Produktkonzept, Vertriebskonzept und Präsentationskonzept
 - Baumhausworkshop
- „Wald & Holz Oskar“ – Innovationspreis in der Region oder auch überregional

Zielgruppe: Unternehmen und Land- und Forstwirte, Gemeinden

- Genuss und Kulinarik
 - „Hochland-Wild“, Vertriebsplattform für Wildproduzenten, Jäger und Endverbraucher - Gastronomie
 - Waldviertler Kriecherl aktiv weiterentwickeln und vor allem in der Region etablieren und bekannt machen
 - Kulinarische „Waldlinie“ entwickeln, Netzwerk von Gastronomie, Beherbergungsbetriebe, von Genuss- und Lebensmittelproduzenten (Imker, Landwirte, Fleischer, Bäcker...)
 - Kochkurse Hirschkogelhof

Zielgruppe: Gastronomie, Land- und Forstwirtschaft, Konsumenten

- Mobilität – Ausbau Verkehrsinfrastruktur
 - Ausbau der Straßenverbindung Richtung Oberösterreich zu schnelleren Anbindung Richtung Linz und Freistadt
- Breitbandausbau
 - Gute Breitbandinfrastruktur als Basis für eine innovative wirtschaftliche Entwicklung, Nutzung aller technischen und finanziellen Möglichkeiten zum raschen Ausbau für eine optimale Breitbandversorgung der Betriebe, öffentlichen Einrichtungen und privaten Haushalte

5.3. Aktionsfeld Umweltsysteme

Klimaschutz, Klimawandelanpassung

- Beratung in der Waldbestandsentwicklung auf Grund höherer Temperaturen und erhöhter Trockenheit – siehe Beratungsschwerpunkt „Kompetenzzentrum Wald“.

Zielgruppe: Land- und Forstwirte, speziell Kleinwaldbesitzer

5.4. Aktionsfeld Daseinsvorsorge

Freizeit und Naherholung

Erste Erhebungen haben ein breites Angebot an Freizeit- und Erholungseinrichtungen ergeben. Zusätzlich ist der Naturraum mit seinen Flüssen, Hügeln, Felsformationen, Mooren, Wiesen und Wäldern ein Paradies für Erholungssuchende. Die Region kann daher auf das vorhandene Angebot aufsetzen und dieses weiterentwickeln. Im Focus steht daher die Qualitätssicherung und Vernetzung dieser vorhandenen Angebote und die punktuelle Verbesserung z.B. im Bereich „Wald und Gesundheit“.

Ideen und Maßnahmen dazu:

- Aktiv & Erlebnis
 - Bestandserhebung und Ideen für Aktiv- und Erlebnisangebote zur Themenpositionierung
 - Bestehende Angebote wie zum Beispiel: Bärenwald Arbesbach, Bärentrail Hochland, Wanderdorf Kirchbach, „Busserlpark“ Arbesbach, Kraftarena Groß Gerungs, Waldlehrpfad Langschlag, Bienenweg, geführte Wanderungen, Brotbacken im Steinofen, Altmelonener Moor, Pferdeparadies Waldviertler Hochland u.a.m. vernetzen und Angebote zusammenstellen
 - Erlebnistrail Wald & Holz
 - Erweiterung Pferdeparadies Waldviertler Hochland und Marketing verstärken

Zielgruppen: Ausflugsziele, Gäste/Urlauber und Konsumenten aus der Region

Gesundheit und Soziales

- Spezifische Erhebung/Aufbereitung der potenziellen Gesundheitswirkungen des Waldes und der daraus für die Region möglichen gesundheitsspezifischen Angebotsentwicklung
 - Infrastruktur: Gradieranlage
 - Programme und Dienstleistungen – Waldtherapeuten, „Waldwellness“ – Kooperation mit Herz Kreislaufzentrum
 - Schaffung von Waldoasen (Kraftarena, Hängematten im Wald)
 - Forschung und Entwicklung ätherische Öle der „Fehra“ (Schwarzkiefer) im Möbelbau

Zielgruppe: Betriebe, Vorsorgeeinrichtungen, Rehasentren

6. WIRKUNGSMATRIX AUF EBENE DER KLEINREGION

6.1. Daseinsvorsorge und Dienstleistungen (Aktionsfeld Daseinsvorsorge/Themenfeld Freizeit und Naherholung)

Interventionsebene		Indikator	Basiswert / Sollwert		Externe Rahmenbedingungen
Impact Oberziel = Ziel des Aktionsfeldes in der Hauptregionsstrategie)	3.4. Soziale Infrastruktur 3.4.1. Für die Daseinsvorsorge neue und kreative Formen finden.				
Outcome Ziel auf Ebene der Kleinregion (= Output der Hauptregionsstrategie)	3.4.1.3. Für alle BewohnerInnen gibt es eine gute Nahversorgung und eine gute Ausstattung an Freizeit- und Erholungseinrichtungen				
Output 1	Wir setzen auf das vorhandene Aktiv- und Erlebnisangebot und entwickeln es weiter.	Bestehende Angebote sind gut ausgelastet und attraktiv.			
Output 2	Gesundheitsangebote der Region mit spezifischen Waldthemen ergänzen	Waldoasen stehen den Patienten der HKZ Groß Gerungs und den Gästen und Bewohnern der Region zur Verfügung	0	5	
Output 3					

6.2. Wertschöpfung (Aktionsfeld Arbeit und Wirtschaft / Themenfeld Land- und Forstwirtschaft)

Interventionsebene		Indikator	Basiswert / Sollwert		Externe Rahmenbedingungen
Impact Oberziel = Ziel des Aktionsfeldes in der Hauptregionsstrategie)	1.4.2. Waldbewirtschaftung profitabel machen.				
Outcome Ziel auf Ebene der Kleinregion (= Output der Hauptregionsstrategie)	1.4.2.1. Neue Modelle der Waldbewirtschaftung ermöglichen eine ökologisch sinnvolle und ökonomisch profitable Bewirtschaftung der Gemeindewälder und privaten (Kleinst)Wälder.				
Output 1	Kompetenzaufbau zum Thema Forstwirtschaft und Holz	Waldviertler Hochland ist anerkannte Kompetenzregion Wald	0	1	
Output 2	Vorhandene „Waldprodukte“ für Genuss und Kulinarik weiterentwickeln	Vertriebsplattform Wald&Wild aufgebaut	0	1	
Output 3	Innovative „Waldprodukte“ entwickeln	Möbelmarke „Waldviertler Fehra“ ist am Markt etabliert			
Impact	3.2.1. Breitband und IKT ausbauen				
Outcome	3.2.1.2. Der Breitbandausbau im gesamten Waldviertel (analog der „letzten Meile“ im ÖV) ist erfolgt	Der Endkunde ist mit einer 100 MBit Datenleitung versorgt			

6.3. Daseinsvorsorge (Aktionsfeld Abgestimmte Raum- und Siedlungsentwicklung / Themenfeld Identität und Marketing)

Interventionsebene		Indikator	Basiswert / Sollwert		Externe Rahmenbedingungen
Impact Oberziel = Ziel des Aktionsfeldes in der Hauptregionsstrategie)	3.1.3. Gemeindekooperationen vertiefen und weiterentwickeln				
Outcome Ziel auf Ebene der Kleinregion (= Output der Hauptregionsstrategie)	3.1.3.1. Verwaltungskooperationen und Kooperationen im Bereich Identität werden aufgebaut und begleitet, Abstimmungsprozesse in diesem Bereich werden initiiert, unterstützt und begleitet.				
Output 1	Aufbau einer Organisationsstruktur - Kleinregionsmanagement	Kleinregionsmanagement ist installiert, Kompetenzzentrum ist gegründet und etabliert			
Output 2	Wir schaffen eine neue regionale Identität und ein Regionsbewusstsein in der Bevölkerung	Nach drei Jahren kennen 50% der Bevölkerung die „Kompetenzregion Wald“ Waldviertler Hochland			
Output 3	Kompetenzaufbau in der Region	Kompetenznetzwerk in der Region (Betriebe, Experten, Institutionen arbeiten zusammen)			
Output 4	wohnen und arbeiten im Waldviertel	Junge Arbeitskräfte kehren nach der Ausbildung ins Waldviertel zurück			
Impact	3.3.2 Umsetzung des regionalen				

	Mobilitätskonzeptes Waldviertel				
Outcome	3.3.2.12. Erreichbarkeit zentraler Orte ist umgesetzt - LO				
Output 1	Verbesserung der Straßenverbindung Richtung OÖ nach Freistadt und Linz				

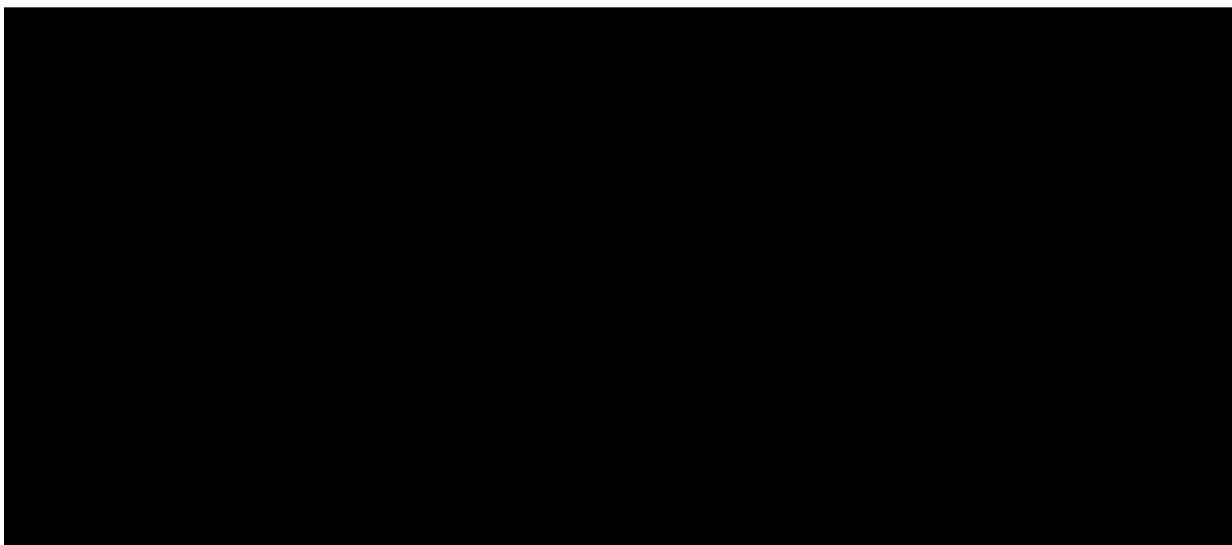
7. ZEIT- UND FINANZIERUNGSPLAN

7.1. Zeitplan

Output / Arbeitspakete	2018 2019				2019 2020				2020 2021				2021 2022				2022 2023			
	Qu4	Qu1	Qu2	Qu3																
Innenmarketing																				
Arbeitspaket 1: Aufbau einer Organisationsstruktur KR Management																				
Arbeitspaket 2: Umsetzung KR Management																				
Arbeitspaket 3: Bestandsanalyse																				
Arbeitspaket 4: Innenmarketing, Schulen, Wettbewerbe, Gesunde Gde, Infoplattform-HP																				
Arbeitspaket 5: Wald-Tracht																				
Arbeitspaket 6: wohnen und arbeiten im Waldviertel																				

	2018	2019				2020				2021				2022				2023			
	Qu4	Qu1	Qu2	Qu3	Qu4	Qu1	Qu2	Qu3	Qu4	Qu1	Qu2	Qu3	Qu4	Qu1	Qu2	Qu3	Qu4	Qu1	Qu2	Qu3	
Wirtschaft und Arbeitsmarkt																					
Arbeitspaket 1: Aufbau Waldkompetenzzentrum – Aufbau eines Produkt- u. Produzentennetzwerkes																					
Arbeitspaket 2: Eurojack Holzfällercamps																					
Arbeitspaket 3: Vertriebsplattform Wald + Wild, Kochkurse																					
Arbeitspaket 4: Marketingprojekt „Waldviertler Fehra“																					
Freizeit und Naherholung																					
Arbeitspaket 1: Aktiv & Erlebnis																					
Arbeitspaket 2: Erlebnis Trail Wald&Holz																					
Arbeitspaket 3: Ausbildungsprogramm WaldpädagogenInnen, NaturvermittlerInnen																					
Gesundheit und Soiales																					
Arbeitspaket 1: Waldoasen																					

7.2. FINANZIERUNGSPLAN



7.3. Projektumsetzung

Projekttitel	Kleinregionsmanagement
Zielbeschreibung	Zur Umsetzung der neuen KR Strategie soll ein Management mit 40 Wochenstunden installiert werden. Ziel ist die Verankerung des Themas in der Region, Vernetzung der Akteure zum Thema, Aufbau einer Organisationsstruktur, Förderung der Kooperation der Gemeinden
Ist-Zustand	Bestehende Kleinregion, schwache Identifikation, kein gemeinsames Thema
Zielindikatoren	Positionierung als Kompetenzregion zum Thema Wald, Schaffung eines Kompetenzzentrums Wald
Stakeholder/ Projektträger	ARGE Waldviertler Hochland
Planung/Umsetzung	Definition des Projektumfanges, Anforderungsprofil an Management, Abklärung Finanzierung Q4/2018 – Q2/2019, Laufzeit Regionsmanagement Q3/2019 bis Q2/2022
Kostenschätzung	140.000,-- bis 180.000,--
Zielgruppen	ARGE Gemeinden, Betriebe Land- und Forstwirtschaft und Gewerbe, Schulen

Projekttitel	Bestandsanalyse „Wald & Waldviertel“
Zielbeschreibung	Die Ausgangslage der Forstwirtschaft und der vorhandenen wirtschaftlichen Struktur soll erhoben und bewertet werden.

	Daraus sollen Handlungsfelder abgeleitet werden, in welchen Bereichen Entwicklungsarbeit forciert werden soll, wo sich neue Arbeitsfelder auf tun und wie bestehende Arbeitsfelder weiterentwickelt werden können.
Ist-Zustand	Strategiearbeit auf KR-Ebene mit Ideen, fundierte wirtschaftliche Einschätzungen und Analysen fehlen noch.
Zielindikatoren	Schwerpunkte für das KR- Management in Hinblick auf die Entwicklung der Kompetenzregion Wald.
Stakeholder/ Projektträger	ARGE Waldviertler Hochland
Planung/Umsetzung	Q3/2019, Fertigstellung Q4/2019
Kostenschätzung	Max. 10.000,--
Zielgruppen	ARGE Gemeinden, KR Management, Betriebe der Region

Projekttitel	Aufbau Kommunikationsplattform und Corporate Design
Zielbeschreibung	Zur Information der Mitgliedsgemeinden, der Projektpartner und der Bevölkerung soll ein Informationssystem über eine Homepage und Newsletter aufgebaut werden. Für den Auftritt als Kompetenzregion Wald muss ein Corporate Design entwickelt werden.
Ist-Zustand	Bestehende Homepage mit Minimalinfos zur Region und Verlinkung zu den Mitgliedsgemeinden.
Zielindikatoren	Neue Homepage mit aktuellen Informationen zu Projekten, Produkten und Veranstaltungen in der Region. Zugang zu Netzwerken. Newsletter informieren Interessenten, Mitglieder und Bevölkerung. Durch einheitliches Corporate Design werden alle Aktivitäten und Maßnahmen der Region sichtbar und die Kompetenzregion als Marke etabliert.
Stakeholder/ Projektträger	ARGE Waldviertler Hochland u. Projektpartner in der Region
Planung/Umsetzung	Start mit KR-Management Q3 2019, Aufbau und laufende Wartung
Kostenschätzung	15.000,--
Zielgruppen	ARGE Gemeinden, Bevölkerung, Projektpartner, Politik, Interessenten von außen

Projekttitel	Waldtracht
Zielbeschreibung	Mit professionellen Designern wird eine Waldviertler Hochland Wald-Tracht entwickelt.
Ist-Zustand	Derzeit keine regionaltypische Tracht vorhanden

Zielindikatoren	Zur Stärkung der regionalen Identifikation wird eine gemeinsame Tracht entwickelt. Dabei soll nicht nur an traditionelle Trachten gedacht werden, es kann/soll durchaus auch eine moderne Form neu entwickelt werden. Farben des Waldes (grün, braun, rot, gelb, gold – Herbstfarben) sollen verwendet werden.
Stakeholder/ Projektträger	ARGE Waldviertler Hochland
Planung/Umsetzung	Planung und Entwicklung eines Prototyps Q1 2019 bis Q3 2019
Kostenschätzung	7.000,--
Zielgruppen	ARGE Gemeinden, Bevölkerung, Projektpartner

Projekttitlel	Wohnen und arbeiten im Waldviertel
Zielbeschreibung	Junge Familien und gut ausgebildete Arbeitskräfte kehren nach der Ausbildung wieder zurück ins Waldviertel um hier zu wohnen und zu arbeiten
Ist-Zustand	Auf Grund der demografischen Entwicklung fehlen schon jetzt Arbeitskräfte in den Betrieben, und die Situation wird sich verschärfen.
Zielindikatoren	Mit verstärkter Bewusstseinsbildung und einer Imagekampagne sollen junge Menschen nach ihrer Ausbildung wieder ins Waldviertel zurückgeholt werden. Argumente wie „Es gibt Arbeit im Waldviertel!“ und „Eine Wohnqualität, wie es sie in der Stadt nicht gibt!“ sollen die zentralen Botschaften sein. Infokampagnen in der Region über lokale Medien und verstärkt auch über soziale Netzwerke im Internet sollen dafür genutzt werden.
Stakeholder/ Projektträger	ARGE Waldviertler Hochland
Planung/Umsetzung	Planung und Entwicklung Q1/2020 bis Q2/2020 und Umsetzung Q32020 bis Q2 2022
Kostenschätzung	Noch nicht bekannt
Zielgruppen	ARGE Gemeinden, Bevölkerung, Projektpartner WKO. Wohnen im Waldviertel, Betriebe

Projekttitlel	Waldkompetenzzentrum
Zielbeschreibung	Anlaufstelle für Forschung und Entwicklung, Beratung zum Thema Wald, Forstwirtschaft.
Ist-Zustand	Beratungsangebote über Landwirtschaftskammer, Schwerpunkt Landwirtschaft, wenig bis keine Unterstützung für Kleinwaldbesitzer
Zielindikatoren	Kompetenzzentrum ist installiert und etabliert.

Stakeholder/ Projektträger	Waldwirtschaftsgemeinschaft Rappottenstein, ARGE Waldviertler Hochland, Landwirtschaftskammer, BOKU Wien
Planung/Umsetzung	Q3/2019
Kostenschätzung	Noch nicht bekannt
Zielgruppen	Betriebe d. Land- und Forstwirtschaft, holzverarbeitende Betriebe, Interessensvertretungen, Forschungseinrichtungen, LWFS Edelhof, BOKU,

Projekttitle	Eurojack Holzfällercamp
Zielbeschreibung	Vermittlung der Holzfällerei durch Kurse und sportliche Wettbewerbe vom Anfänger bis zum Profi. Vermittlung von Grundkenntnissen zur Arbeit eines Forstwirtes, Bewusstseinsbildung zum Thema Wald und Forstarbeit für die breite Bevölkerung
Ist-Zustand	Die Menschen haben immer weniger Bezug zur Natur, speziell auch zum Wald und zu den Funktionen des Waldes für die Gesellschaft, sowie den Problemen und Herausforderung, vor denen die Waldbesitzer heute stehen. Extremer Umbruch in der Bewirtschaftung in den letzten 20-30 Jahren, Klimawandelanpassung
Zielindikatoren	Camps zur Bewusstseinsbildung zum Thema Wald und die raschen Veränderungen als derzeitige Herausforderung
Stakeholder/ Projektträger	Eurojack Holzsportverein
Planung/Umsetzung	Q2/2020
Kostenschätzung	Noch nicht bekannt
Zielgruppen	Interessierte Personen, Schulen, Profis - Holzsport

Projekttitle	Vertriebsplattform Wald + Wild
Zielbeschreibung	Die kulinarisch verwertbaren Produkte des Waldes sollen in einer gemeinsamen Plattform von Produzenten den Konsumenten vorgestellt werden. Nischenprodukte aber auch allgemeine Konsumgüter sollen darin vertreten sein. Die Qualität der Produkte aus dem heimischen Markt steht im Vordergrund – regional, nah und frisch für den Konsumenten, wirtschaftliche Wertschöpfung in der Region.
Ist-Zustand	Zahlreiche Einzelprodukte, schwieriger Markt für Wild, wenig Absatz in der Gastronomie, kein Markenwert
Zielindikatoren	Produzenten- und Vermarktungsplattform, eine Marke „Waldprodukt“ aus dem Waldviertler Hochland ist etabliert

Stakeholder/ Projektträger	ARGE Waldviertler Hochland, Destination Waldviertel, Produzenten, Gastronomie
Planung/Umsetzung	Q3/2020
Kostenschätzung	Noch nicht bekannt
Zielgruppen	Produzenten, Gastronomie, Konsumenten, Nahversorger

Projekttitle	Aktiv und Erlebnis
Zielbeschreibung	Bündelung aller Freizeit- und Erlebnisangebote zum Thema Wald zur einem Aktiv- und Erlebnisangebot. Angebotsentwicklung, Marktauftritt und Bewerbung unter einer Marke "Aktiv-Erlebnis Wald" durch Kooperation von einzelnen Anbietern.
Ist-Zustand	Viele interessante Angebote zum Thema Wald in der Region vorhanden. Jeder kämpft für sich am Markt.
Zielindikatoren	Angebotspakete sind entwickelt, Steigerung der Besucherzahlen bei den Ausflugszielen und in der Gastronomie
Stakeholder/ Projektträger	ARGE Waldviertler Hochland, Destination Waldviertel und die Betriebe
Planung/Umsetzung	Q3/2019
Kostenschätzung	50.000,--
Zielgruppen	Betriebe, Gäste und Urlauber, Bevölkerung der Region

Projekttitle	Erlebnis Trail Wald & Holz
Zielbeschreibung	Am Erlebnis Trail durch die Region sind bei unterschiedlichen Stationen Informationen zum Thema Wald aufbereitet. Diese können durch natürliche Gegebenheiten oder inszenierte Stationen dargestellt werden. Auch soll die Route so gewählt werden, dass der Weg an sich schon erlebnisreiche Abschnitte und kleine Herausforderungen für die Wanderer hat.
Ist-Zustand	Kein Angebot
Zielindikatoren	Ein Erlebnis Trail führt durch die Region mit allen 5 Mitgliedsgemeinden.
Stakeholder/ Projektträger	ARGE Waldviertler Hochland, Destination Waldviertel
Planung/Umsetzung	Planung ab Q2/2022
Kostenschätzung	Noch nicht bekannt
Zielgruppen	Bevölkerung der Region, Gäste, SchülerInnen

Projekttitel	Ausbildungsprogramm Waldpädagogik u. Naturvermittlung
Zielbeschreibung	Der Wald als Wirtschaftsraum aber besonders als Lebensraum soll in den Blickpunkt gerückt werden. Waldpädagogen/innen und Naturvermittler/innen zeigen interessierten Personen bei Workshops oder geführten Rundgängen, was im Ökosystem Wald alles verborgen ist.
Ist-Zustand	Derzeit kein Expertenpool in diesem Bereich vorhanden.
Zielindikatoren	15 Waldpädagogen/innen bzw. Naturvermittler/innen in der Region
Stakeholder/ Projektträger	ARGE Waldviertler Hochland
Planung/Umsetzung	Q1/2021 bis Q2 2022
Kostenschätzung	35.000,--
Zielgruppen	Lehrer/innen, interessierte Personen, Wirte

Projekttitel	„Waldviertler Fehra“
Zielbeschreibung	Die Marke „Waldviertler Fehra“ soll in der Region und überregional positioniert werden. Höchste Produktqualität beim Rohstoff Holz und in der Verarbeitung sind unser Anspruch.
Ist-Zustand	Die Marke ist bereits entwickelt, es gibt umfangreiche Untersuchungen und wissenschaftliche Studien zur spezielle Wirkung der ätherischen Öle der Kiefer, welche im Marketing unterstützend verwendet werden.
Zielindikatoren	Qualitätsmarke „Waldviertler Fehra“ in der Forstwirtschaftlichen Produktion etabliert, Marke in der Möbelproduktion und Vermarktung der Region einer breiten Öffentlichkeit bekannt.
Stakeholder/ Projektträger	ARGE Waldviertler Hochland, Tischlerei Neulinger (Markenentwicklung), Waldwirtschaftsgemeinschaft
Planung/Umsetzung	Projektstart 3 Qu. 2019
Kostenschätzung	Nicht bekannt
Zielgruppen	Tischlereibetriebe, Forstwirte, Konsumenten

Projekttitel	Waldoasen
Zielbeschreibung	Es entstehen Plätze in der Landschaft, welche den Besucherinnen und Besuchern ganz besondere Eindrücke zur Flora, zur Landschaft, zur Geologie im Wald bieten. Energieplätze und Aussichtspunkte sollen ebenfalls miteingebunden werden. Es sollen Oasen der Ruhe und Erholung entstehen.

Ist-Zustand	Derzeit kein Angebot.
Zielindikatoren	Mehrere Waldoasen in der Region verteilt
Stakeholder/ Projektträger	ARGE Waldviertler Hochland, Herz Kreislaufzentrum Groß Gerungs
Planung/Umsetzung	Q3/2020
Kostenschätzung	Nicht bekannt
Zielgruppen	Bevölkerung, Patienten Herz Kreislaufzentrum, Gäste

8. ANHANG

8.1. Strategiedatenblätter

8.2. ARGE Vertrag

8.3. Beschluss Kleinregion über kleinregionalen Strategieplan Waldviertler Hochland

Strategiedatenblatt

KLEINREGIONEN IN
NIEDERÖSTERREICH
Projektname: KR Strategieplan Waldviertler Hochland

Erstellt von: Paul Schachenhofer, NÖ Regional GmbH

 am: KR Strategieplan Waldviertler
Hochland

Kleinregion: Waldviertler Hochland

Themenfeld: Identität & Bewusstseinsbildung

Zielsetzung:

Das Waldviertler Hochland positioniert sich als Kompetenzregion Wald.

HAUPTREGIONSEBENE	Aktionsfeld lt. HRS: Auswahl laut HRS
	Aktionsfeldthema der HRS (Nr. und Bezeichnung): 3.1. Abgestimmte Raumentwicklung und Siedlungswesen
	Strategische Stoßrichtung lt. HRS (Nr. und Bezeichnung): 3.1.3. Gemeindekooperation vertiefen und Weiterentwickeln
	Output lt. HRS (Nr. und Bezeichnung): 3.1.3.1. Verwaltungskooperationen und Kooperationen im Bereich Identität werden aufgebaut und begleitet. Abstimmungsprozesse in diesem Bereich werden initiiert, unterstützt und begleitet.
	Indikator-Name lt. HRS: Waldviertel
	Indikator-Wert lt. HRS Basis-Wert: 0 Soll-Wert: 5 Ist-Wert:

KLEINREGIONSEBENE	Output 1 lt. Strategieplan: Aufbau einer Organisationsstruktur Kleinregionsmanagement
	Indikator-Name lt. Strategieplan: Kleinregionsmanagement ist installiert
	Indikator-Wert dazu Basis-Wert: 0 Soll-Wert: 1 Ist-Wert:
	externe Rahmenbedingungen/Input:
	mögliche/geplante Projekte/Maßnahmen: Anstellung einer Person als KleinregionsmanagerIn
	Output 2 lt. Strategieplan: Wir schaffen eine neue regionale Identität und ein Regionsbewusstsein in der Bevölkerung
	Indikator-Name lt. Strategieplan: starkes Regionsbewusstsein
	Indikator-Wert dazu Basis-Wert: Soll-Wert: Ist-Wert:
	externe Rahmenbedingungen/Input:
	mögliche/geplante Projekte/Maßnahmen: Innenmarketing, verstärkte Information über Homepage, Newsletter und Printmedien, Kooperation mit Schulen, Wettbewerbe in der Region. Schaffung einer
	Output 3 lt. Strategieplan: Kompetenzaufbau in der Region
	Indikator-Name lt. Strategieplan: Kompetenzaufbau in der Region
	Indikator-Wert dazu Basis-Wert: Soll-Wert: Ist-Wert:
	externe Rahmenbedingungen/Input:
	mögliche/geplante Projekte/Maßnahmen: Potenzialanalys Thema Wald - Beauftragung einer Studie, Entwicklung eines Corporate Design
	Output 4 lt. Strategieplan:
	Indikator-Name lt. Strategieplan:
	Indikator-Wert dazu Basis-Wert: Soll-Wert: Ist-Wert:
	externe Rahmenbedingungen/Input:
	mögliche/geplante Projekte/Maßnahmen:
Output 5 lt. Strategieplan:	
Indikator-Name lt. Strategieplan:	
Indikator-Wert dazu Basis-Wert: Soll-Wert: Ist-Wert:	
externe Rahmenbedingungen/Input:	
mögliche/geplante Projekte/Maßnahmen:	

Strategiedatenblatt

KLEINREGIONEN IN
NIEDERÖSTERREICH
Projektname: KR Strategieplan Waldviertler Hochland

Erstellt von: Paul Schachenhofer, NÖ REgional GmbH

 am: KR Strategieplan Waldviertler
Hochland

Kleinregion: Waldviertler Hochland

Themenfeld: Auswahl laut Liste

Zielsetzung:

Wir sind anerkannte Kompetenzregion zum Thema Wald u. Holz. Die Region steht für Entwicklung, Produktion und Vermarktung innovativer, nachhaltiger und marktorientierter Produkte, Dienstleistung und Projekte.

HAUPTREGIONSEBENE	Aktionsfeld lt. HRS: 1 - Wertschöpfung
	Aktionsfeldthema der HRS (Nr. und Bezeichnung): 1.4. Land- und Forstwirtschaft
	Strategische Stoßrichtung lt. HRS (Nr. und Bezeichnung): 1.4.2. Waldbewirtschaftung profitabel machen
	Output lt. HRS (Nr. und Bezeichnung): 1.1.2.1. Neue Modelle der Waldbewirtschaftung ermöglichen einen ökologisch sinnvolle und ökonomisch profitable Bewirtschaftung der Gemeindewälder und privaten (Kleinst-)Wälder
	Indikator-Name lt. HRS: Hauptregion Waldviertel
	Indikator-Wert lt. HRS Basis-Wert: Soll-Wert: Ist-Wert:

KLEINREGIONSEBENE	Output 1 lt. Strategieplan: Kompetenzaufbau zum Thema Holz und Forstwirtschaft
	Indikator-Name lt. Strategieplan: anerkannte Kompetenzregion Wald
	Indikator-Wert dazu Basis-Wert: Soll-Wert: Ist-Wert:
	externe Rahmenbedingungen/Input:
	mögliche/geplante Projekte/Maßnahmen: Waldkompetenzzentrum, Aufbau eines Beratungszentrums und eines Produzenten- und Produktnetzwerkes, Eurojack Holzsportzentrum
	Output 2 lt. Strategieplan: Vorhandene "Waldprodukte" für Genuss und Kulinarik weiterentwickeln
	Indikator-Name lt. Strategieplan: Vertriebsplattform Wald und Wild aufgebaut
	Indikator-Wert dazu Basis-Wert: Soll-Wert: Ist-Wert:
	externe Rahmenbedingungen/Input:
	mögliche/geplante Projekte/Maßnahmen: Vertriebsplattform Wald und Wild, Kochkurse,
	Output 3 lt. Strategieplan: innovative "Waldprodukte" entwickeln
	Indikator-Name lt. Strategieplan: Möbelmarke "Waldviertler Fehra" ist am Markt etabliert
	Indikator-Wert dazu Basis-Wert: Soll-Wert: Ist-Wert:
	externe Rahmenbedingungen/Input:
	mögliche/geplante Projekte/Maßnahmen: Forschungsprojekt zur besonderen Qualität der "Waldviertler Fehra" in Bezug auf Raumklima und Gesundheit
	Output 4 lt. Strategieplan:
	Indikator-Name lt. Strategieplan:
	Indikator-Wert dazu Basis-Wert: Soll-Wert: Ist-Wert:
	externe Rahmenbedingungen/Input:
	mögliche/geplante Projekte/Maßnahmen:
Output 5 lt. Strategieplan:	
Indikator-Name lt. Strategieplan:	
Indikator-Wert dazu Basis-Wert: Soll-Wert: Ist-Wert:	
externe Rahmenbedingungen/Input:	
mögliche/geplante Projekte/Maßnahmen:	

Strategiedatenblatt

KLEINREGIONEN IN
NIEDERÖSTERREICH
Projektname: Kleinregionaler Strategieplan Waldviertler Hochland

Erstellt von: Paul Schachenhofer, NÖ Regional GmbH

 am: Kleinregionaler Strategieplan
Waldviertler Hochland

Kleinregion: Waldviertler Hochland

Themenfeld: Freizeit & Naherholung

Zielsetzung:

Wir erhalten den typischen, landschaftsgestaltenden, kleingliedrigen und naturnahen (Qualitäts)Wald.

HAUPTREGIONSEBENE	Aktionsfeld lt. HRS: 3 - Daseinsvorsorge
	Aktionsfeldthema der HRS (Nr. und Bezeichnung): 3.4. Soziale Infrastruktur
	Strategische Stoßrichtung lt. HRS (Nr. und Bezeichnung): 3.4.1. Für die Daseinsvorsorge neue und kreative Formen suchen
	Output lt. HRS (Nr. und Bezeichnung): 3.45.1.3. Für alle BewohnerInnen gibt es eine gute Nahversorgung und eine gute Ausstattung an Freizeit- und Erholungsrichtungen
	Indikator-Name lt. HRS: Waldviertel Versorgung der Bevölkerung mit Bedarf des täglichen Verbrauchs ist in zumutbarer Entfernung sichergestellt (Nahversorgungs-, Arzt-, Freizeit- und Erholungsrichtungen).
	Indikator-Wert lt. HRS Basis-Wert: Soll-Wert: Ist-Wert:

KLEINREGIONSEBENE	Output 1 lt. Strategieplan: wir setzen auf das vorhandene Aktiv- und Erlebnisangebot und entwickeln es weiter.
	Indikator-Name lt. Strategieplan: bestehende Erholungs- und Freizeiteinrichtungen sind gut ausgelastet und attraktiv.
	Indikator-Wert dazu Basis-Wert: Soll-Wert: Ist-Wert:
	externe Rahmenbedingungen/Input:
	mögliche/geplante Projekte/Maßnahmen: Aktiv-Erlebnisangebote der Region vernetzen und Angebotspakete entwickeln., Erlebnis Trail Wald, Ausbildungsprogramm Waldpädagogik u. Naturvermittlung
	Output 2 lt. Strategieplan: Gesundheitsangebote der Region mit spezifischen Waldthemen ergänzen
	Indikator-Name lt. Strategieplan: Waldoasen stehen den Patienten der HKZ Groß Gerungs und Gästen der Region zur Verfügung
	Indikator-Wert dazu Basis-Wert: Soll-Wert: Ist-Wert:
	externe Rahmenbedingungen/Input:
	mögliche/geplante Projekte/Maßnahmen: Waldoasen
	Output 3 lt. Strategieplan:
	Indikator-Name lt. Strategieplan:
	Indikator-Wert dazu Basis-Wert: Soll-Wert: Ist-Wert:
	externe Rahmenbedingungen/Input:
	mögliche/geplante Projekte/Maßnahmen:
	Output 4 lt. Strategieplan:
	Indikator-Name lt. Strategieplan:
	Indikator-Wert dazu Basis-Wert: Soll-Wert: Ist-Wert:
	externe Rahmenbedingungen/Input:
	mögliche/geplante Projekte/Maßnahmen:
Output 5 lt. Strategieplan:	
Indikator-Name lt. Strategieplan:	
Indikator-Wert dazu Basis-Wert: Soll-Wert: Ist-Wert:	
externe Rahmenbedingungen/Input:	
mögliche/geplante Projekte/Maßnahmen:	