



KleinRegion



## Kleinregionaler Strategieplan 2021 - 2025

### „Regionalplanungsgemeinschaft Pielachtal“

Datum: November 2021

Periode: 2021 - 2025

Bearbeitung: Regionalberaterin Mag. Marisa Fedrizzi  
NÖ.Regional.GmbH

GF Barbara Zöchbauer  
KRM Pielachtal

noe  regional

Die Kraft der Gemeinsamkeit



## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Vorwort der Region</b>	<b>4</b>
<b>2. Bezug zu den kleinregionalen Themenfeldern</b>	<b>5</b>
<b>3. Beschreibung der Kleinregion</b>	<b>6</b>
3.1. Festlegung des Gebiets und Beschreibung der Gebietscharakteristik	6
3.2. Bestehende Strategien / Konzepte	8
3.3. Übersicht an raumrelevanten örtlichen Grundlagen	9
<b>4. Analyse des Entwicklungsbedarfs</b>	<b>10</b>
4.1. Bearbeitete Themenfelder und umgesetzte Projekte in der letzten Periode	10
4.2. Erkenntnisse aus der vorangegangenen Periode sowie deren kleinregionale Reflexion	11
4.3. Darstellung des Entwicklungsbedarfs für die nächsten vier Jahre	12
<b>5. Detaillierter Strategieplan 2021 – 2025 (je Themenfeld)</b>	<b>14</b>
5.1. Themenfeld Kleinregionale Identität und Bewusstseinsbildung	14
5.2. Themenfeld Gesundheit und Soziales	16
5.3. Themenfeld Natur und Umwelt	19
5.4. Themenfeld Wirtschaft und Arbeitsmarkt	22
<b>6. Organisationsstruktur der Kleinregion</b>	<b>27</b>
6.1. Kurze Historie zur Kleinregion	27
6.2. Organisationsstruktur und Rechtsform	27
<b>7. Finanzierungsplan</b>	<b>28</b>
7.1. Basisbudget der Kleinregion	28
7.2. Basisbudget für Projekte	28
7.3. Personelle Ressourcen für die Umsetzung des Strategieplans	29
<b>8. Erarbeitungsprozess des Strategieplans</b>	<b>30</b>
<b>9. Erläuterung zum Strategieplan</b>	<b>32</b>
<b>10. Anhang</b>	<b>34</b>

## Inhaltsverzeichnis Auswertung Bürger:innenbefragung

<b>1. Einleitung und statistische Daten</b>	<b>35</b>
1.1. <i>Geschlecht und Alter</i>	35
1.2. <i>Wohnort und Wohndauer</i>	36
<b>2. Grundstimmung und Verbundenheit mit dem Pielachtal</b>	<b>37</b>
2.1. <i>Aussagen zum Pielachtal</i>	37
2.2. <i>Gründe für die Verbundenheit mit der Region</i>	37
2.3. <i>Stärken und Schwächen der Region</i>	38
2.4. <i>Empfehlung von Ausflugszielen/Einrichtungen/Veranstaltungen</i>	39
<b>3. Projekte der letzten Jahre</b>	<b>44</b>
<b>4. Zukunftsweisende Themenfelder</b>	<b>45</b>
4.1. <i>Digitalisierung</i>	47
4.2. <i>Klima</i>	48
4.3. <i>Dirndl und ihre Vermarktung</i>	49
4.4. <i>Wirtschaft</i>	50
4.5. <i>Familienfreundlichkeit</i>	51
4.6. <i>Weitere Themen</i>	53
<b>5. Information, Kommunikation und Beteiligung</b>	<b>57</b>
5.1. <i>Interesse an Beteiligung</i>	58

## 1. Vorwort der Region

Nach einigen Workshops, einer umfassenden Bevölkerungsbefragung mit einer sehr guten Beteiligung und vielen Stunden der Auswertung und Formulierung können wir nun die Strategie 2021-2025 für die Kleinregion Pielachtal präsentieren. Sie dient uns als Fahrplan für die nächsten Jahre.

Das Themenfeld Kleinregionale Identität und Bewusstseinsbildung enthält Maßnahmen, um den Bekanntheitsgrad der Regionalplanungsgemeinschaft in der Bevölkerung weiter zu erhöhen. Zudem sind Maßnahmen rund um die Dirndltaler Markenfrucht geplant. Im Themenfeld Gesundheit und Soziales finden unter anderem Maßnahmen der familienfreundlichen Region Platz. Diese Auszeichnung erhielt das Pielachtal 2021 als eine von wenigen Regionen in Österreich. Das Thema Natur und Umwelt ist durch die „KLAR! Pielachtal“ in den letzten Jahren stark ins Bewusstsein der Bevölkerung gerückt und wird uns weiterhin begleiten. Es sind bereits weitere klimafitte Veranstaltungen in Planung, wir freuen uns auf Ihren Besuch! Die begonnenen Projekte im Themenfeld Wirtschaft und Arbeitsmarkt werden weitergeführt und die Wirtschaftsplattform um mehr Betriebe erweitert. Außerdem bin ich zuversichtlich, dass ab dem nächsten Jahr wieder unsere Regionsveranstaltungen wie der Pielachtaler Dirndlkirtag und der Pielachtaler Advent stattfinden können. Ich freue mich nun auf eine weitere arbeitsintensive Planungsperiode und viele erfolgreich abgeschlossene Projekte. Sie, liebe Bürgerinnen und Bürger, möchte ich dazu einladen, bei Anliegen mit der Regionalplanungsgemeinschaft bzw. den Mitarbeiterinnen des Regionalbüros in Kontakt zu treten und unsere Aktivitäten auf der Website [www.pielachtal.at](http://www.pielachtal.at) zu verfolgen.



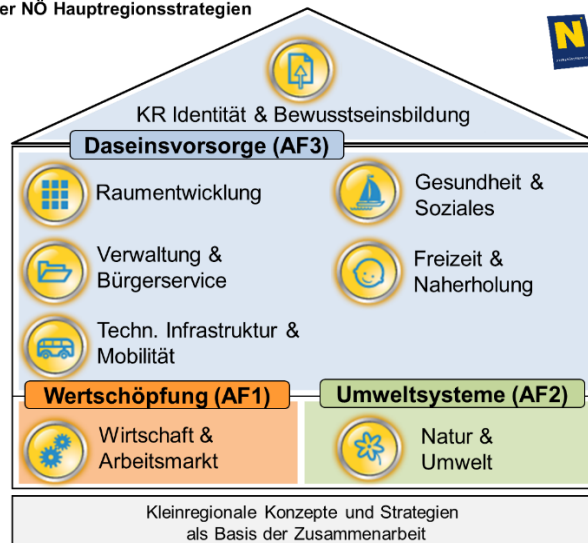
Obmann Bgm. Ing. Kurt Wittmann

## 2. Bezug zu den kleinregionalen Themenfeldern

Die kleinregionale Zusammenarbeit basiert in Niederösterreich auf dem Prinzip der **Freiwilligkeit**. Ziel ist der Aufbau eines handlungsfähigen und langfristig stabilen Kooperationsystems zwischen benachbarten Gemeinden. Zweck der Kooperation ist die Steigerung der Effizienz und Effektivität der Gemeinden bei ihrer Aufgabenerfüllung sowie die Verbesserung der Lebensqualität der Bevölkerung. Inhalte der Kooperation sind die **Abstimmung, Definition und Umsetzung kleinregional relevanter Ziele, Projekte und Maßnahmen**. Basis und rechtliche Grundlage sind die gültigen „Richtlinien für die kleinregionale Zusammenarbeit in Niederösterreich“, die „Durchführungsbestimmungen der Dorf- und Stadterneuerung, der Gemeinde21 und der Kleinregionen in Niederösterreich“ sowie die „Erläuterungen zur kleinregionalen Zusammenarbeit in Niederösterreich“.

Die acht Themenfelder aus drei Aktionsfeldern (Daseinsvorsorge; Wertschöpfung; Umweltsysteme) dienen dafür als niederösterreichweit einheitlicher Rahmen der inhaltlich-strategischen Arbeit innerhalb der Kleinregionen. Der Bezug zum LEK2035 sowie zur Hauptregionsstrategie 2025 wird über die Zuordnung zu den Aktionsfeldern 1 bis 3 hergestellt. (Weiterführende Informationen zur Hauptregionsstrategie 2025 auf [www.noeregional.at](http://www.noeregional.at)).

Die 8 kleinregionalen, kooperativen Themenfelder der 3 Aktionsfelder (AF) der NÖ Hauptregionsstrategien



Quelle: Amt der NÖ Landesregierung, Abt. RU7

In jeder Kleinregion soll eine **gemeinsame Identität als Dach der Kooperation** aufgebaut und gestärkt werden. Damit verbunden sind das Wissen um die eigenen, regionalen Stärken und Schwächen, die darauf aufbauende Entwicklung eines eigenständigen Profils sowie die Anwendung zielgruppengerechter kleinregionaler Informations- und Kommunikationsinstrumente.

Der Kleinregionale Strategieplan ist auf **mindestens vier Jahre** ausgerichtet. Neben dem Thema „Identität und Bewusstseinsbildung“ wird im Strategieplan eine **Fokussierung auf maximal drei weitere Hauptthemen** vorgenommen, um eine erfolgreiche Umsetzung zu sichern. Die Festlegung der Schwerpunktthemen erfolgt unter Berücksichtigung der (klein-)regionalen Potenziale und der Einschätzung der Akteur:innen vor Ort.

Diverse Förderprogramme unterstützen die finanzielle Umsetzung der Projekte, z. B. der **Fonds für Kleinregionen**. Darüber hinaus ist einmal jährlich eine gemeinsame **Reflexion zum Umsetzungsstand** der Kleinregionalen Strategie in der Kleinregion vorgesehen.

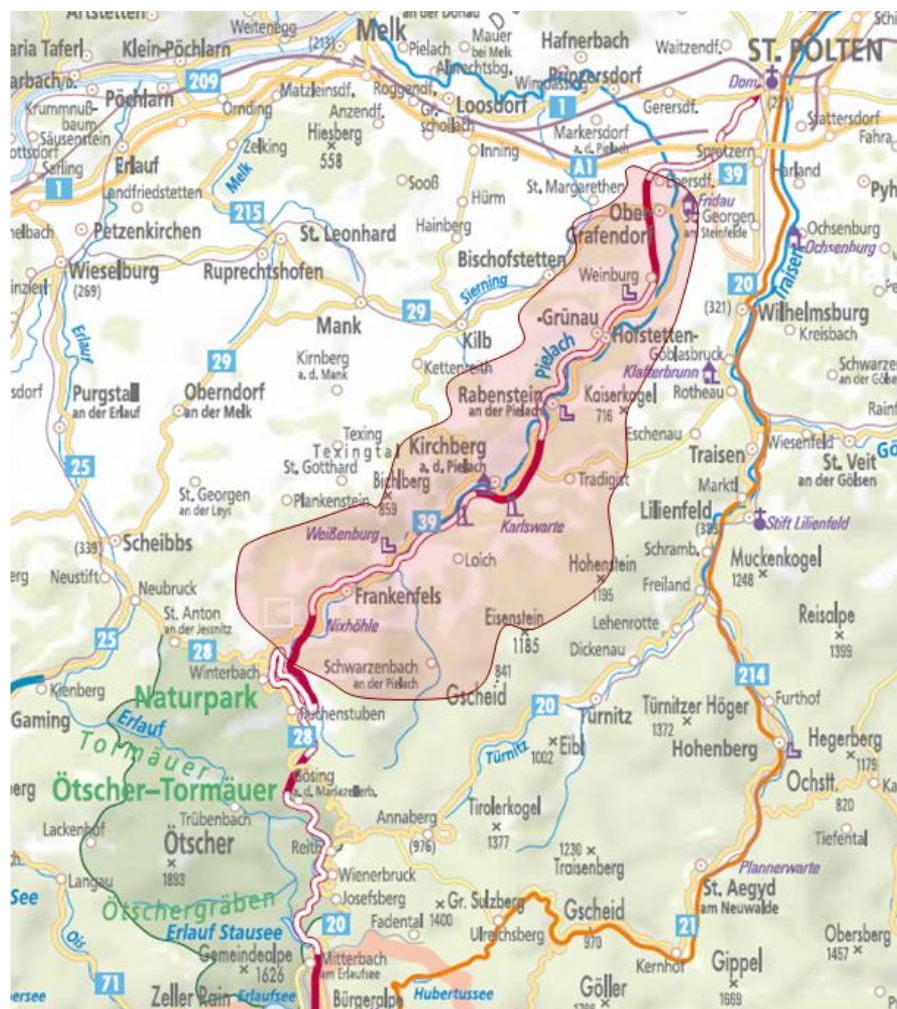
### 3. Beschreibung der Kleinregion

#### 3.1. Festlegung des Gebiets und Beschreibung der Gebietscharakteristik

Die Kleinregion Pielachtal liegt zwischen dem wirtschaftlich starken Zentralraum Niederösterreich, südlich von St. Pölten und der wirtschaftlich benachteiligten alpinen Region zur steirischen Grenze und besteht aus den Gemeinden Frankenfels, Schwarzenbach an der Pielach, Loich, Kirchberg an der Pielach, Rabenstein an der Pielach, Hofstetten-Grünau, Weinburg und Ober-Grafendorf.

Zentrale Verkehrsachse ist die B39, die öffentliche Anbindung an den Zentralraum. Nach Süden bis Mariazell ist die Mariazellerbahn ein wichtiger Verkehrsträger sowie identitätsstiftend für die Region. Mit der Übernahme der Mariazellerbahn durch das Land Niederösterreich im Jahr 2011 wurde die Bahn zu einer komfortablen Pendler:innen- und Ausflugsbahn ausgebaut und ist starke Impulsgeberin für die Kleinregion.

Abb. 2: Karte zur Kleinregion Pielachtal und Verlauf der Mariazellerbahn  
 (Quelle: Regionalbüro Pielachtal)



Die Wirtschaft des Pielachtales ist geprägt von Klein- und Mittelbetrieben. In der Kleinregion Pielachtal dominieren bei den aktiven Wirtschaftsstandorten die Sparten Gewerbe und Handwerk sowie Handel. Einen relativ hohen Anteil gibt es auch bei den Tourismusbetrieben (Gastronomie und Unterkünfte). Die Kleinregion Pielachtal ist eine „Auspendlerregion“ was bedeutet, dass die Erwerbstätigen überwiegend zur Arbeitsstätte aus der Region auspendeln.

Die Kulturlandschaft des Pielachtales ist von klein strukturierter Landwirtschaft geprägt. Der Dirndlstrauch, der seit mehr als tausend Jahren (etwa 3.300 Jahre laut dem Dirndlbuch „Kraftcocktail Kornelkirsche“) im Pielachtal beheimatet ist, ist Symbol für den natürlichen Reichtum des Pielachtales und für die nachhaltige Wirtschaftsweise. Die Ernte der Dirndlfrucht hat stark zugenommen. Aus den Früchten des Dirndlstrauches wird eine Vielzahl an Produkten hergestellt. Die beinahe vergessene Dirndl erlebte durch die Markenentwicklung Pielachtal, das Dirndltal, einen wahren Höhenflug und ist identitätsstiftendes Symbol für die gesamte Region. Die regionale Identität bringt Gemeinsamkeit und einen starken Zusammenhalt, die in einer Stärkung in allen Bereichen Ökologie, Wirtschaft und Gesellschaft münden. Zum Ausdruck kommt dies unter anderem in der KLAR! Pielachtal, wo neben neun anderen Maßnahmen zur Klimawandelanpassung auch die Stärkung der Dirndl als trockenresistente und klimafitte Wildpflanze ihren Platz findet.

### Bevölkerung

Das Pielachtal hat 2021 insgesamt 17.267 Einwohner:innen. Die Entwicklung zeigt ein stärker werdendes Nord-Süd Gefälle. Die Gemeinden des inneren Pielachtals verlieren Einwohner:innen – besonders bei Frankenfels ist ein Rückgang um 100 Personen in den letzten sechs Jahren zu verzeichnen. Kirchberg ist sehr stabil und hat die EW Zahl von 2001 wieder erreicht, die Gemeinden des äußeren Pielachtals – Rabenstein, Hofstetten-Grünau, Weinburg und Ober-Grafendorf weisen teils starke Zuwächse auf.

Gemeinde	Wohnbevölkerung			
	2021	2015	2011	2001
Frankenfels	1.934	2.027	2.040	2.187
Schwarzenbach	376	369	392	427
Loich	581	603	607	669
Kirchberg	3.166	3.143	3.116	3.168
Rabenstein	2.514	2.452	2.403	2.412
Hofstetten-Grünau	2.702	2.599	2.570	2.569
Weinburg	1.407	1.310	1.303	1.316
Ober-Grafendorf	4.587	4.572	4.591	4.650
<b>Pielachtal gesamt</b>	<b>17.267</b>	<b>17.075</b>	<b>17.022</b>	<b>17.398</b>

Tab.1: Zahlen zur Wohnbevölkerung

(Quelle: Statistik Austria)

### 3.2. Bestehende Strategien / Konzepte

Nachhaltige Regionalentwicklung bedeutet für die Regionalplanungsgemeinschaft Pielachtal, die eigenen Stärken zu erkennen, zu fördern und zu nutzen. Das Bewusstsein für die Notwendigkeit einer nachhaltigen Regionalentwicklung im Einklang von Natur, Gesellschaft und Wirtschaft ist für die Akteur:innen von hoher Bedeutung und ist seit Jahren ein bekannter Bestandteil der Zusammenarbeit und Strategien in der Kleinregion Pielachtal.

Aus den nachfolgend angeführten Konzepten und Strategien ist ersichtlich, dass die Kleinregion schon seit den Anfängen ihres Bestehens auf strategisches Handeln in der Regionalentwicklung geachtet hat.

Folgende strategische Unterlagen sind die Basis für die kleinregionale Zusammenarbeit im Pielachtal:

- Kleinregionales Entwicklungskonzept Pielachtal, 1995
- Regionaler Entwicklungsplan, 2001
- Lokale Entwicklungsstrategie LEADER-Mostviertel-Mitte 2007-2013
- Kleinregionales Rahmenkonzept Pielachtal, 2007
- Nachhaltigkeitsbericht, März 2008
- Talstrategie Pielachtal, Februar 2009
- Energiekonzept der LEADER Region Mostviertel, Februar 2011
- Nachhaltigkeitscheck, Juni 2011
- E-mobil Handbuch, 2012
- Jahresarbeitsprogramme 2008 bis 2012
- Bürger:innenrat 2012
- Mobilitätsverhalten im ländlichen Raum – Masterarbeit Isabella Wagner
- Jungbürger:innenrat 2013
- Kleinregionsstrategie 2013 bis 2015

Das Pielachtal arbeitet seit vielen Jahren sehr engagiert zusammen und ist gleichzeitig auch an anderen Programmen beteiligt. Oftmals sind die verschiedenen Programme gebietsbezogen deckungsgleich. Das Pielachtal ist auch KLAR! Region. Zwei Gemeinden der Kleinregion sind Teil der KEM „Fit für 2050“. Die übrigen sechs Gemeinden bewerben sich derzeit ebenfalls als KEM Pielachtal. Einige der acht Gemeinden sind E5 Gemeinden. Neben dem großen Engagement in den Bereichen Klimaschutz und Klimawandelanpassung ist die Kleinregion Pielachtal familienfreundliche Region.

Die Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Institutionen und auch mit Student:innen, die ihre Arbeiten über das Pielachtal schreiben, ist ein weiterer Garant für eine breit angelegte Weiterentwicklung. Die aktuellste Arbeit hat Patrick Zöchling über das Potenzial von Erweiterungsflächen entlang der Mariazellerbahn verfasst.

#### Strategierelevante Konzepte:

- Hauptregionsstrategie NÖ-Mitte
- LEADER-Strategie Mostviertel-Mitte
- Tourismus Strategie der Destination Mostviertel
- Regionale/sectorale Raumordnungsprogramme
- Regionale Leitplanung Bezirk St. Pölten, Mitarbeit auch in der teilregionalen Arbeitsgruppe Pielachtal



### 3.3. Übersicht an raumrelevanten örtlichen Grundlagen

Checkliste raumrelevanter örtlicher Programme, Instrumente & Planungstools, die in den Mitgliedsgemeinden zur Anwendung kommen.

Anwendung raumrelevanter (örtlicher) Programme, Instrumente & Planungstools in den Einzelgemeinden										
Kurzerläuterung zu den abgefragten Tools:	Programme, Instrumente & Planungstools									
A) <a href="#">Energieausweis für Siedlungen</a> Abschätzung des Energieaufwandes für Siedlungsvarianten B) <a href="#">ELAS-Rechner</a> Energetische Langzeit-Analysen von Siedlungsstrukturen C) <a href="#">NÖ Infrastrukturkostenkalkulator (NIKK)</a> Kosten-Nutzen-Abschätzung von Siedlungserweiterungen D) <a href="#">NÖ Flächenmanagement-Datenbank (FMD)</a> => oder <b>vergleichbares Tool</b> für aktives Flächenmanagement E) <a href="#">Örtliches Entwicklungskonzept (ÖEK)</a> F) Bebauungsplan G) örtliches Mobilitätskonzept H) örtliches Grünraumkonzept I) Vertragsraumordnung J) ... (weiteres: z. B. Zentrumszone, usw.)	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
	Energieausweis	ELAS - Rechner	NIKK	FMD	(ÖEK) Örtliches Entwicklungskonzept	Bebauungsplan	Mobilitätskonzept	Grünraumkonzept	Vertragsraumordnung	::
Anwendung in Einzelgemeinden										
Ober-Grafendorf*	-	-	-	-	X	X	X	-	X	X
Weinburg	-	-	-	X	X	X	X	X	-	-
Hofstetten-Grünau**	-	-	-	-	X	X	X	-	X	X
Rabenstein an der Pielach	-	-	-	-	X	X	-	-	-	-
Kirchberg an der Pielach	-	-	-	-	X	X	-	-	-	-
Loich	-	-	-	-	X	X	-	-	-	-
Schwarzenbach an der Pielach	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Frankenfels	-	-	-	-	X	X	-	-	-	-
<b>Σ Summe</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>

\***Ober-Grafendorf**: das Örtliche Entwicklungskonzept ist in Bearbeitung. Es sind Teilbebauungspläne vorhanden. Punkt J: es ist eine Zentrumszone ausgewiesen

\*\***Hofstetten-Grünau**: Punkt J: es ist eine Zentrumszone ausgewiesen

## 4. Analyse des Entwicklungsbedarfs

### 4.1. Bearbeitete Themenfelder und umgesetzte Projekte in der letzten Periode

N°	Themenfeld sowie Projektbezeichnung (inkl. Farbcode)	Farbcode - Umsetzung lt. KR- Strategie *)				Hauptumsetzung über				Jahr(e) der Umsetzung					Art(en) der Finanzierung			
		planmäßig	modifiziert	neu	nicht umgesetzt	Basisarbeit	Impulsprojekt	extern	selbstorganisiert	2016	2017	2018	2019	2020	Keine Kosten	Eigenmittel	Förderung (KREF...)	Sonstiges (Sponsoring...)
<b>Aktionsfeld - Daseinsvorsorge (AF3)</b>																		
<b>KR Identität, Bewusstseinsbildung</b>																		
1	Pielachtaler Dirndlkirtag	x						x	x	x	x	x				x		x
2	Pielachtaler Künstlertage		x					x	x	x	x					x		
3	Geschirmobile			x				x					x		x	x		
4	Kommunikations- konzept	x						x	x	x						x	x	
5	Website Kleinregion	x						x	x	x	x					x	x	
6	Dirndltaler Erlebniswochen			x				x					x		x			x
7	Pressearbeit	x				x				x	x	x	x	x		x		
8	Film Erlebnis Österreich, Imagefilme für Region	x						x				x				x	x	

Raumentwicklung																				
9	KLAR!	x							x	x					x	x		x	x	
10	Baulandmobilisierung		x							x			x	x	x			x		
	Begleitung Diplomarbeit „Potential Pielachtal“	x								x					x	x	x			
Gesundheit und Soziales																				
11	Suchtprävention	x							x	x	x	x	x					x		
	Wir feiern sicher	x							x	x			x	x				x		
	Streetwork Pielachtal			x					x	x				x	x			x	x	
	Jugendstudie Pielachtal	x							x				x					x	x	
	Umbrello Digitale Dorfdienste, Forschungsprojekt								x	x			x	x				x		
Aktionsfeld – Wertschöpfung (AF1)																				
Wirtschaft und Arbeitsmarkt																				
10	Interkommunale Wirtschaftskooperatio n	x							x	x			x	x	x			x	x	
	Standortmarketing 4.0: Wirtschaftsplattform Pielachtal, Werbematerialien	x							x	x					x			x	x	
Σ	Summen	12	2	4				1		11	15	6	6	10	11	7	1	17	9	2
	... realisierte Projekte					davon mit Hauptumsetzer					Projekte/a in Umsetzung					Finanz. Dimension				

## 4.2. Erkenntnisse aus der vorangegangenen Periode sowie deren kleinregionale Reflexion

Die Projekte der Periode 2016 – 2020 wurden mit großem Engagement umgesetzt, aus dem ursprünglichen Plan sind keine Projekte offen geblieben, im Gegenteil, es sind einige neue Projekte dazugekommen.

Das Pielachtal ist ein Musterbeispiel an „Gesamtentwicklung“ – die Strategie wurde mit Engagement verfolgt, durch die einzelnen Themenbereiche und Projektideen ergaben sich oft weitere Ansätze. Die Bürgermeister und Gemeinderäte sind neuen Projekten immer aufgeschlossen, es vergeht selten eine Sitzung, ohne dass etwas „neues“ vorgestellt wird, das Pielachtal hält auch gerne als Modellregion her. Entsprechend sind auch der LENA-GURU und die interkommunale Wirtschaftskooperation entstanden.

Das Pielachtal bedient sich dabei auch immer externer Expert:innen und setzt gern auf Erfahrungsaustausch.

Viele Projekte werden auch „aus der Notwendigkeit“ erarbeitet. Der immer größer werdende Dirndlkirtag, der auch als green event funktionieren soll, hat die Verantwortlichen vor die Herausforderung gestellt, wie die Bewirtung mit Mehrweggeschirr bewerkstelligt werden kann. Das Endergebnis war der Ankauf von fünf voll ausgestatteten Geschirrmobilen, die außerhalb der kleinregionalen Veranstaltungen auch für alle Feste ausgeborgt werden können – auch über die Region hinaus.

### 4.3. Darstellung des Entwicklungsbedarfs für die nächsten fünf Jahre

Die Kleinregion hat für die nächsten vier Jahre folgende Schwerpunkte gewählt:

#### Aus dem Aktionsfeld - Daseinsvorsorge (AF3):

- Kleinregionale Identität und Bewusstseinsbildung
- Raumentwicklung
- Verwaltung und Bürgerservice
- Technische Infrastruktur und Mobilität
- Gesundheit und Soziales
- Freizeit und Naherholung

#### Aus dem Aktionsfeld - Umweltsystem und Erneuerbare Energien (AF2):

- Natur und Umwelt

#### Aus dem Aktionsfeld - Wertschöpfung (AF1):

- Wirtschaft und Arbeitsmarkt

Der Unterschied zum letzten Strategieplan 2016 – 2020 besteht darin, dass das Aktionsfeld „Raumentwicklung“ zugunsten des Aktionsfeldes „Natur und Umwelt“ gewichen ist.

Das ist wie folgt zu erklären:

Das **Aktionsfeld „Raumentwicklung“** war und ist den Kleinregionsgemeinden sehr wichtig, es wurden auch einige Akzente (allen voran die interkommunale Wirtschaftskooperation) gesetzt.

Weiters hat die Region vor allem die Weiterentwicklung der Region im KLAR! und neu auch im KEM Programm im Bereich „Raumentwicklung“ verankert. Diese Themenbereiche finden aber natürlich auch im Aktionsfeld „Natur und Umwelt“ sehr gut Platz, das weiters auch genügend Spielraum für neue Ansätze bietet.

Das Thema „Raumentwicklung“ soll aber nicht unter den Tisch fallen, im Gegenteil wird es verstärkt als Querschnittsthema gesehen.

Der derzeit laufende Prozess der **Regionalen Leitplanung**, der 2022 abgeschlossen werden soll, ist damit aber genügend Grundlage für eventuelle weitere kleinregionale Maßnahmen, die in anderen Aktionsfeldern verankert werden können (so z.B. im Aktionsfeld „Gesundheit und Soziales“, wenn es um die Ansiedlung von (Jung)familien geht). Raumrelevante Aufgaben, die sich im Rahmen der Konzepte zu KLAR! und KEM ergeben, werden im **Aktionsfeld „Natur und Umwelt“** verankert.

Das **Aktionsfeld „Wirtschaft und Arbeitsmarkt“** bleibt aufgrund der großen Erfolge der Maßnahmen der letzten Jahre natürlich unberührt und wird weiter geführt.

Die Vermarktung der namensgebenden Frucht „Dirndl“ steht weiterhin im Fokus, in Zukunft sollen die Maßnahmen aber auch verstärkt in den „nicht dirndlbezogenen“ Wirtschaftszweigen gesetzt werden.

Ein erster Schritt war die Vernetzung der Wirtschaftstreibenden über Stammtische und die Zusammenfassung aller Pielachtaler Betriebe unter der „Wirtschaftsregion Pielachtal“:

<https://wirtschaft.pielachtal.at/>

Eine Standortbestimmung und vor allem die Standortvermarktung waren Themen der letzten Monate.

Um die Kund:innen noch stärker von der wirklich breit aufgestellten Wirtschaft im Pielachtal zu überzeugen, ist die Idee eines Kundenbindungssystems, das bereits in vielen einzelnen Gemeinden und wenigen Regionen erfolgreich läuft, entstanden.

Im **Aktionsfeld „Gesundheit und Soziales“** dreht sich im aktuellen Strategieplan alles um die Familienfreundlichkeit. Das Pielachtal wurde als familienfreundliche Region zertifiziert und setzt entsprechend der Vereinbarung in den nächsten drei Jahren größere familienfreundliche Maßnahmen um. Ein Projekt, das seit 2021 erfolgreich läuft, ist das „Streetwork Pielachtal“, das bereits einige wichtige Akzente in der Arbeit mit Jugendlichen gesetzt hat.

Im **Aktionsfeld „Natur und Umwelt“** sind vor allem die Umsetzungen der geplanten Maßnahmen im KLAR! und KEM Programm an der Tagesordnung. Die Weiterführung und der Ausbau des erfolgreichen Projekts „Der Weg ist Mehrweg“, das mit den Geschirrmobilen seinen Anfang nahm, sowie die Mobilitätsoffensive und die weitere Kooperation mit der Mariazellerbahn sind ebenfalls enthalten.

Das **Aktionsfeld „Kleinregionale Identität und Bewusstseinsbildung“** ist im Pielachtal ohnehin sehr präsent. Die gute Arbeit der vergangenen Jahre (Jahrzehnte) wird fortgesetzt, einige neue Akzente können sich ergeben.

Ein wichtiger Schwerpunkt ist themenübergreifend die Verankerung der Region in der Bevölkerung. ALLE Aktivitäten sollen regional begreifbar sein. Bisher ist die Region ganz stark im touristischen bzw. wirtschaftlichen Bereich (Schwerpunkt Dirndl und Vermarktung) „spürbar“, viele andere Bereiche sind ebenfalls gut regional gelöst, das ist allerdings nicht ganz so bekannt – das soll nun in dieser Phase geändert werden.

## 5. Detaillierter Strategieplan 2021 – 2025 (je Themenfeld)

### 5.1. Themenfeld Kleinregionale Identität und Bewusstseinsbildung

aus dem Aktionsfeld Daseinsvorsorge (AF 3)

#### Grundpositionierung bzw. strategische Stoßrichtung

Die Grundpositionierung als „Dirndltal“ bleibt natürlich bestehen, die Positionierung des Pielachtals hat sich in den Jahren naturgemäß weiter verfestigt, die erfolgreichen Strategien und Projekte werden fortgesetzt und weiter verfeinert.

#### Ziele

Die Ziele aus dem Strategieplan 2016 – 2020 können daher übernommen werden, sie werden mit den bereits bestehenden langfristigen Maßnahmen und detaillierteren neuen Projekten hinterlegt.

Das Pielachtal positioniert sich seit Jahren als Dirndltal und Tal der Nachhaltigkeit.

- Die Bevölkerung trägt einen wesentlichen Teil zur Imagebildung und Identitätsstiftung der Marke „Dirndl“ bei.
- Die regionale Identität des Dirndltals bringt einen starken Zusammenhalt und erzeugt ein WIR-Gefühl.
- Die größte jährliche Regionsveranstaltung der Pielachtaler Dirndlkirtag sowie die Landesausstellung im Jahr 2015 haben wesentlich zur Bekanntmachung der Region Pielachtal und der Identitätsstärkung beigetragen. Die bereits ausgeprägte Identifikation der Pielachtaler:innen und Pielachtaler mit ihrer Region und der Dirndl soll weiter gestärkt werden.

Ein großes neues Ziel ergibt sich aus den obigen:

- Die Kleinregion Pielachtal ist auch abseits der touristischen Schiene verstärkt öffentlich sichtbar, Zielgruppen dabei sind vor allem die Bürger:innen der Region.  
Die Themenbereiche Familienfreundlichkeit und Wirtschaft finden sich intensiver in den kleinregionalen Medien.

#### Wirkungen / Beabsichtigte Ergebnisse am Ende der Periode 2021 – 2025

- Die Website der Kleinregion [www.pielachtal.at](http://www.pielachtal.at) wurde zu einer übersichtlichen Plattform ausgebaut, die als „one stop shop“ fungiert. Wer etwas in der Region wissen möchte, kann sich auf dieser Plattform informieren.  
Gleichzeitig sind verschiedene „interaktive“ Funktionen, die über reine Information hinausgehen, auf der Plattform verankert (Familienbörse, Mietkalender Geschirrmobil etc.)
- Es gibt weitere Medien bzw. Kanäle, über die die Kleinregion informieren kann (Youtube, Newsletter, Regionszeitung, etc.)

**Ergebnismatrix für das Themenfeld Identität und Bewusstseinsbildung  
(geplanter bottom-up Beitrag der Kleinregion zur Umsetzung der Hauptregionsstrategie)**

Themenfeld Kleinregionale Identität und Bewusstseinsbildung				NÖ-Mitte		
	Nummer	Bezeichnung	Indikator	Basis-Wert	Ziel-Wert	Ist-Wert
Outcome 1 (= Output lt. HRS)	3.4.1.1.	Kooperationen im Bereich Daseinsvorsorge werden begleitet	Anzahl Gemeinden mit Kooperationen in der Daseinsvorsorge	x	x	
Output 1 lt. KR-Strategie		Die website <a href="http://www.pielachtal.at">www.pielachtal.at</a> ist eine umfassende Plattform.	Zugriffszahlen pro Jahr	400.000	600.000	
Output 2 lt. KR-Strategie		Neue Kanäle zur Infoweitergabe und Interaktion mit den Bürger:innen im Pielachtal werden gut angenommen.	Anzahl der Kanäle	1	3	
Output 3 lt. KR-Strategie		Die etablierten Veranstaltungen werden weitergeführt.	Besucherzahlen Dirndlkirtag	15.000	16.000	
Output 4 lt. KR-Strategie		Möglichkeiten zur Stärkung der Marke „Dirndl“ sind ausgelotet, mind. zwei Maßnahmen dazu wurden umgesetzt.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluierung Maßnahmen</li> <li>- Zugriffszahlen Dirndlwiki</li> <li>- Anzahl Dirndl-Workshops und – Stammtische pro Jahr</li> </ul>		10.000  5	

**Aktionsplan – Maßnahmen und Projekte zur Erreichung der Resultate**

Gerade im Themenfeld „Kleinregionale Identität und Bewusstseinsbildung“ sind Maßnahmen und Projekte ebenfalls nicht „neu“. Die gute Arbeit der vergangenen 20 Jahre soll natürlich fortgesetzt werden.

Als Schwerpunkte für die nächsten vier Jahre werden die Öffentlichkeitsarbeit und die Transparenz (im Sinne der Auffindbarkeit von Informationen) gesetzt.

Die Website soll eine neue Struktur bekommen, ein Social Media Konzept die bessere Positionierung des Pielachtals in diversen Medien begleiten. Ziel ist, die Kleinregion nicht nur nach außen, sondern vor allem nach innen noch stärker zu verankern und der Bevölkerung die Vorteile der kleinregionalen

Zusammenarbeit abseits der touristischen Pfade näher zu bringen.

Dazu gehört auch die Stärkung der Marke Dirndl.

**Umsetzungsplan (Zeitplan, Kostenplan, Kooperationsintensität)**

Themenfeld - Kleinregionale Identität und Bewusstseinsbildung										NÖ-Mitte									
N°	Bezeichnung Projekte	Stufe der Kooperation				Finanzielle Dimension (grob)				Zeitliche Dimension (pro Halbjahr)									
		1. Stufe	2. Stufe	3. Stufe	4. Stufe	0 – 3.000 €	3.000 – 10.000 €	10.000 – 50.000 €	> 50.000 €	2021	2022	2023	2024	2025					
1	Pielachtaler Dirndlkirtag				X			X						X	X	X			
2	Dirndltaler Erlebniswochen				X	X				X	X		X	X	X	X			
3	Pielachtaler Künstlertage				X	X					X			X					
4	Pielachtaler Advent				X	X							X	X	X	X			
5	Stärkung der Marke Dirndl				X		X				X	X	X	X	X	X			
6	Betreuung Dirndlhoheiten				X	X			X	X	X	X	X	X	X	X			
7	Betreuung Website				X	X			X	X	X	X	X	X	X	X			
8	PR				X	X			X	X	X	X	X	X	X	X			
Σ	Summen				8	2	4	2		3	4	4	6	4	7	4			
8	... geplante Projekte mit ...	... geplanter Kooperationsstufe				... geplanten Grobkosten				... geplantem Zeitraum der Umsetzung									

## 5.2. Themenfeld Gesundheit und Soziales

aus dem Aktionsfeld Daseinsvorsorge (AF 3)

### Grundpositionierung bzw. strategische Stoßrichtung

Alle acht Gemeinden des Pielachtals haben die Zertifizierung zur „familienfreundlichen Gemeinde“ erhalten, 2021 wurde auch die Kleinregion Pielachtal als eine der wenigen Regionen österreichweit zur „familienfreundlichen Region“ ausgezeichnet.



Die Maßnahmen aus dem Aktionsplan der familienfreundlichen Region werden in die Strategie übernommen.

### Ziele

Die Ziele aus dem Strategieplan 2016 – 2020 wurden erreicht, damit werden neue Ziele vereinbart:

- Die vielen bereits bestehenden **familienfreundlichen Angebote** in der Region sind gemeindeübergreifend bekannt und übersichtlich zusammengefasst. Es besteht keine Konkurrenz, die Angebote ergänzen sich, sie können von allen Pielachtaler:innen besucht werden. Eventuell gibt es Absprachen zwischen den anbietenden Personen / Organisationen. Daraus entsteht ein „**virtuelles Eltern-Kind-Zentrum**“.
- Das Pielachtal setzt auf gute Jugendarbeit. Mit dem „**Streetwork Pielachtal**“ ist ein weiteres gutes Standbein gefunden, die Streetworker:innen leisten eine tolle Arbeit, identifizieren Bedürfnisse der Jugend und begleiten sie.



- Einige Projekte aus diesen Bedarfserhebungen konnten umgesetzt werden.
- Die Familienplattform hat sich als flexibles Instrument herausgestellt, das immer neue Bereiche abdecken kann. Über die Plattform ist es gelungen, zahlreiche Kontakte herzustellen und die Gemeinden sowie die Bürger:innen im Pielachtal gut zu vernetzen.

### Wirkungen / Beabsichtigte Ergebnisse am Ende der Periode 2021 – 2025

- Das virtuelle Eltern-Kind-Zentrum ist ein fixer Bestandteil auf der Regionsplattform und wird als regionales Angebot bestens begriffen und angenommen.
- Das Streetwork Pielachtal hat in den 32 Monaten seiner Arbeit gute Kontakte geknüpft, Bedürfnisse aufgezeigt und daraus entstandene Projektideen umgesetzt.
- Die Familienplattform funktioniert und entwickelt sich weiter.

### Ergebnismatrix für das Themenfeld Gesundheit und Soziales

(geplanter bottom-up Beitrag der Kleinregion zur Umsetzung der Hauptregionsstrategie)

Themenfeld Gesundheit und Soziales				NÖ-Mitte		
	Nummer	Bezeichnung	Indikatoren	Basis-Wert	Ziel-Wert	Ist-Wert
Outcome 1 (= Output lt. HRS)	3.6.1.1.	Bürger:innenbeteiligung und andere partizipative Planungen kommen in Gemeinden und Regionen verstärkt zum Einsatz.	- Anzahl von Beteiligungsprozessen zur Stärkung der Bürgergesellschaft	x	x	
Outcome 2 (= Output lt. HRS)	3.6.1.5.	Es gibt Maßnahmen zur Einbindung von Kindern und Jugendlichen und zur Förderung des Generationendialogs.	- Anzahl generationenübergreifender Projekte - Anteil Kinder und Jugendliche im Beteiligungsprozess - Anteil von älteren Personen im Beteiligungsprozess	x	x	
Output 1 lt. KR-Strategie		Eine themenübergreifende „Familienplattform“ ist eingerichtet.	- Anzahl angemeldete Anbieter:innen und Nutzer:innen - Zugriffszahlen auf die Plattform pro Jahr	0 0	350 4.000	
Output 2 lt. KR-Strategie		Das Streetwork Pielachtal arbeitet erfolgreich.	- Anzahl Kontakte Jugendliche - Anzahl daraus entstandener Projekte	150 0	7.000 8	
Output 3 lt. KR-Strategie		Das virtuelle EKIZ wird gut angenommen.	- Anzahl im EKIZ enthaltener Angebote - Zugriffszahlen pro Jahr	0 0	70 5.000	

### Aktionsplan – Maßnahmen und Projekte zur Erreichung der Resultate

Die geplanten Maßnahmen im Bereich „Gesundheit und Soziales“ sind vor allem dem Prozess der „familienfreundlichen Region“ entnommen.

Das Projekt „**Streetwork Pielachtal**“ wurde bereits gestartet, die Streetworker:innen sind in fünf Gemeinden unterwegs.

Informationen zur ausführenden Organisation auch unter: <http://jugendundlebenswelt.at/streetwork-pielachtal/>

Ziel ist, Bedürfnisse der Jugend zu erheben, Angebote für sie zusammenzustellen und durchzuführen (so gab es bereits Sommercamps, Kletter-Workshops, etc.) und gemeinsam Projekte umzusetzen. Der Aktionsplan muss daher auch einen Punkt „Umsetzung der Projektideen aus dem Streetwork Pielachtal“ enthalten.

Ein großes Projekt soll die „**Familienplattform**“ darstellen, die allerdings noch einen griffigeren Namen sucht. Ausgangspunkt war eine „Online-Börse“, die Angebot und Nachfrage vor allem im Thema „Kinderbetreuung“ regional zusammenbringt. Im Laufe der Gespräche war aber klar, dass die Plattform mehr können soll. In der Bevölkerungsbefragung wurde dieser Punkt ebenfalls abgedeckt, die Frage lautete, welche der gelisteten Dinge (als Anbieter:in bzw. Nutzer:in) für die Befragten interessant sind. Die „klassischen“ Dinge wie Nachhilfe, Kinderbetreuung und Hundesitterdienste sind interessant, getoppt werden sie allerdings von einer Nachbarschaftshilfe-Börse und von Foodsharing. Ideen, was in die Plattform noch alles integriert werden kann, gibt es viele.

Das ist durchaus auch sinnvoll, damit können natürlich mehr Zielgruppen erreicht werden als mit einer reinen Kinderbetreuungsplattform (siehe ruwi-kids in der Region Wolkersdorf).

Eine Ausbaustufe ist das „**virtuelle Eltern-Kind-Zentrum**“. Die Region hat sich gegen ein tatsächliches Eltern-Kind-Zentrum ausgesprochen, da die Angebote in den einzelnen Gemeinden wirklich sehr gut sind. Dementsprechend soll das virtuelle Eltern-Kind-Zentrum diese Angebote sichtbar machen, bündeln, bewerben. Austausch zwischen den Anbieter:innen kann und soll möglich sein. Ev. kann das virtuelle EKIZ auch als Plattform für Webinare zu einschlägigen Themen dienen (Trageberatung, Stillberatung etc.), wenn eine persönliche Beratung nicht möglich ist – bzw. können diese Webinare ja auch länger abgerufen werden.

Alles in allem sehr ambitionierte Projektideen, die vor allem „integriert“ umgesetzt werden können.

### Umsetzungsplan (Zeitplan, Kostenplan, Kooperationsintensität)

Themenfeld Gesundheit und Soziales										NÖ-Mitte										
N°	Bezeichnung Projekte	Stufe der Kooperation				Finanzielle Dimension (grob)				Zeitliche Dimension (pro Halbjahr)										
		1. Stufe	2. Stufe	3. Stufe	4. Stufe	0 – 3.000 €	3.000 – 10.000 €	10.000 – 50.000 €	> 50.000 €	2021		2022		2023		2024		2025		
1	Familienplattform				X	X									X	X	X	X	X	X
2	Streetwork Pielachtal				X				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
3	Virtuelles Eltern Kind Zentrum				X	X									X	X	X	X	X	X
<b>Σ</b>	<b>Summen</b>				3	1	1		1	1	1	1	1	1	2	3	3	3	3	3
<b>3</b>	<b>... geplante Projekte mit ...</b>	<b>... geplanter Kooperationsstufe</b>				<b>... geplanten Grobkosten</b>				<b>... geplantem Zeitraum der Umsetzung</b>										

### 5.3. Themenfeld Natur und Umwelt

aus dem Aktionsfeld Umweltsysteme (AF 2)

#### Grundpositionierung bzw. strategische Stoßrichtung

Die geplanten Maßnahmen aus dem Themenfeld „Natur und Umwelt“ ergeben sich aus dem Maßnahmenkatalog der KLAR! Pielachtal, sowie aus den geplanten Maßnahmen der KEM Pielachtal, welche derzeit angestrebt wird.

Alle acht Pielachtalgemeinden sind Klimabündnisgemeinden und setzen sich seit vielen Jahren aktiv für den Klimaschutz und Klimawandelanpassung ein. Im Rahmen der KLAR! Pielachtal wurden erstmals 10 konkrete und gemeindeübergreifende Maßnahmen definiert, die in den Jahren 2020 und 2021 bereits größtenteils umgesetzt wurden. Auf der bisherigen Arbeit soll nun aufgesetzt werden. Die KLAR! Pielachtal wird planmäßig weitergeführt. Hinzu kommt die Qualifizierung als KEM (Klima- Energie Modellregion) Pielachtal, welche derzeit angestrebt wird. Im Gegensatz zur Klimawandelanpassung soll bei der KEM Pielachtal der Klimaschutz im Fokus stehen. So wird ein umfassender Einsatz im Kampf gegen den Klimawandel gewährleistet.

#### Ziele

Das Themenfeld „Natur und Umwelt“ war nicht Teil der Strategie 2016 - 2020. Es werden demnach neue Ziele definiert:

- Die bisherige sehr gute Arbeit im Rahmen der KLAR! Pielachtal wird fortgesetzt. Die zehn Maßnahmen der KLAR! Pielachtal werden weiter umgesetzt.
- Die Qualifizierung als KEM Pielachtal wird angestrebt.
- Weitere Maßnahmen im Bereich „Natur und Umwelt“ werden angestrebt.

#### Wirkungen / Beabsichtigte Ergebnisse am Ende der Periode 2021 – 2025

- Die Pielachtaler Bevölkerung zeigt ein erhöhtes Bewusstsein für Klima- und Naturschutzthemen auf
- Die Maßnahmen der KLAR! Pielachtal wurden umgesetzt, eine Weiterführung der KLAR! Pielachtal wurde beantragt.
- Das Pielachtal erreicht die Qualifizierung als KEM Pielachtal.
- Der Dirndlkirtag ist weiterhin Green Event.
- Die Geschirrmobile haben sich in der Region etabliert.
- E-Mobilität (E-Fahrtendienste und Mariazellerbahn) haben sich etabliert.
- Das Radwegenetz im Pielachtal ist einer Evaluierung unterzogen, etwaige Lückenschlüsse sind identifiziert, die Machbarkeit des Radweges von Loich nach Laubenbachmühle wird überprüft, erste Maßnahmen werden gesetzt (Planung, Teilabschnitte).

#### Ergebnismatrix für das Themenfeld Natur und Umwelt

(geplanter bottom-up Beitrag der Kleinregion zur Umsetzung der Hauptregionsstrategie)

Themenfeld Natur und Umwelt				NÖ-Mitte		
	Nummer	Bezeichnung	Indikatoren	Basis-Wert	Ziel-Wert	Ist-Wert

Outcome 1 (= Output lt. HRS)	2.1.1.1.	In den Schutzgebieten wird regionale Wertschöpfung generiert		x	x	
Outcome 2 (= Output lt. HRS)	2.2.1.1.	Die für die Region typischen Kulturlandschaften sind in Ausmaß und Beschaffenheit erhalten.		X	x	
Outcome 3 (= Output lt. HRS)	2.3.1.1.	Die vorgeschlagenen Ziele und Maßnahmen der NÖ Energie- und Klimastrategie sind bekannt und werden verfolgt.		X	x	
Output 1 lt. KR-Strategie		Die Webinarreihe „klimafittes Pielachtal“ geht weiter.	- Anzahl Webinare - Anzahl Teilnehmer:innen	0 0	8 240	
Output 2 lt. KR-Strategie		Das Geschirrmobil trägt maßgeblich zur Müllreduzierung bei Veranstaltungen bei.	- Anzahl Veranstaltungen pro Jahr, bei denen die Geschirrmobile eingesetzt werden.	5	15	
Output 3 lt. KR-Strategie		Der Dirndlkirtag wird als green event geführt, weitere Veranstaltungen im Pielachtal werden als „grüne Veranstaltungen“ geplant und durchgeführt.	- Ausarbeitung eines Kriterienkatalogs - Anzahl der events, die sich an den Kriterienkatalog halten	0 0	1 3	
Outcome 4 (= Output lt. HRS)	3.1.1.5	Ein aktives Flächenmanagement ist etabliert.	- Anzahl der Gemeinden mit Maßnahmen zur Baulandmobilisierung (im Sinne von Bewusstseinsbildung) - Anzahl der Gemeinden, die ein Online-Tool zum Management für Leerstände, Baulücken etc. verwenden			
Outcome 5	3.1.1.1.	Kooperationen im Bereich „Raumentwicklung“ werden begleitet.	- Anzahl regionaler Leitplanungen auf Ebene (Klein)Region. - Anzahl regionaler Leitplanungen oder ähnlicher Prozesse in den relevanten Funktionalräumen (unter Einbeziehung – allfällig abgeänderter – kleinregionaler Strukturen) – das kann auch mehrere „Planungsregionen“ betreffen			
Output 4 lt. KR-Strategie		Teilnahme an den Workshops zur Regionalen Leitplanung im Bezirk St. Pölten	Anzahl der Gemeinden, die bei den Workshops vertreten sind	8	8	
Output 5 lt. KR-Strategie		Baulandmobilisierung ist in allen KR-Gemeinden des Pielachtales Thema	Vorhandene Werkzeuge zur Baulandmobilisierung werden von allen acht KR-Gemeinden genutzt	0	8	
Output 6 lt. KR-Strategie		Gemeindeübergreifende Projekte zur Siedlungsentwicklung	Anzahl der Projekte	0	2	

Output 7 lt. KR Strategie		Ein aktives Leerflächenmanagement in der Region ist etabliert.	Anzahl bewusstseinsbildende Maßnahmen zur Akzeptanz für verdichteten Wohnraum, bodenschonende Siedlungsentwicklung und Nachnutzung von Leerständen	0	2	
Outcome 6 (= Output lt. HRS)	3.3.2	Umsetzung des regionalen Mobilitätskonzeptes NÖ-Mitte				
Output 8 lt. KR-Strategie		Der öffentliche Verkehr (ÖV), insbesondere jener auf der Mariazellerbahn, wird forciert.	Anzahl der Gemeinden, die eine Jahreskarte für die Mariazellerbahn für im Pielachtal wohnhafte Personen fördern.	0	5	
Output 9 lt. KR-Strategie		An Mikro-ÖV Alternativen wird gearbeitet	Anzahl Mikro-ÖV Angebote in den Gemeinden	2	6	
Output 10 lt. KR-Strategie		Die Alltagsradwege im Pielachtal sind evaluiert, mögliche Lückenschlüsse identifiziert und ggf. erledigt	Anzahl RadwegeProjekte	0	2	
Output 11 lt KR-Strategie		Der Radweg Loich- Laubenbachmühle ist ein zentrales Element der Verbesserung des Radwegenetzes.	Machbarkeitsstudie	0	1	

## Aktionsplan – Maßnahmen und Projekte zur Erreichung der Resultate

Die geplanten Maßnahmen sind vor allem dem Maßnahmenkatalog der KLAR! Pielachtal und der KEM Pielachtal entnommen.

Im Rahmen der KLAR! Pielachtal fanden bereits zahlreiche Veranstaltungen und Webinare zu den unterschiedlichen Maßnahmen statt. Die Webinarreihe „klimafittes Pielachtal“ ist auf dem YouTube Kanal aufrufbar und kann jederzeit nachgeschaut werden. Die bisherigen Zugriffszahlen zeigen, dass dies auch getan wird. Die aufgezeichneten Webinare, bzw. Inhalte daraus sollen in Zukunft weiter Verwendung in der Bewusstseinsbildung finden.

Eine zentrale Rolle im Pielachtal spielt die E-Mobilität. In mehreren Gemeinden wurden bereits E-Fahrtendienste installiert. Die Nutzung der E-Fahrtendienste soll weiter ausgebaut werden und so zu einem Verzicht auf individuelle Mobilitätslösungen beitragen. Die Mariazellerbahn als starker e-mobiler Partner in der Region soll weiter in den Fokus rücken. Eine Attraktivierung des Angebots für Pendler:innen trägt ebenfalls zu einem Abbau des individuellen Nahverkehrs bei. Eine Evaluierung des Radwegenetzes und dessen Infrastruktur trägt zur klimafreundlichen Fortbewegung bei.

Der Grundstein für eine zukunftsfitte Energieraumplanung soll gelegt werden. Durch Bewusstseinsbildung soll die Akzeptanz für verdichteten Wohnraum, bodenschonende Siedlungsentwicklung und Nachnutzung von Leerständen erhöht werden.

Umweltfreundliche Energiequellen sollen gefördert werden. Die Machbarkeit einer regionalen Energiegemeinschaft soll erhoben werden.

Die Geschirrmobile wurden bereits angekauft und beklebt. Die Verwendung bei Pielachtaler Veranstaltungen soll weiterhin forciert werden. Eine Online-Buchungsplattform soll in die bestehende Website [www.pielachtal.at](http://www.pielachtal.at) integriert werden.

Der Dirndlkirtag als größte Veranstaltung der Region und Green Event soll die Region weiterhin nach außen präsentieren.

### Umsetzungsplan (Zeitplan, Kostenplan, Kooperationsintensität)

Themenfeld Natur und Umwelt										NÖ-Mitte										
N°	Bezeichnung Projekte	Stufe der Kooperation				Finanzielle Dimension (grob)				Zeitliche Dimension (pro Halbjahr)										
		1. Stufe	2. Stufe	3. Stufe	4. Stufe	0 – 3.000 €	3.000 – 10.000 €	10.000 – 50.000 €	> 50.000 €	2021		2022		2023		2024		2025		
1	KLAR! Pielachtal				x				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
2	KEM Pielachtal				x				x								x	x	x	x
3	Der Weg ist Mehrweg				x				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
4	Mobilitätsoffensive				x				x	x	x	x	x	x						
5	Kooperation mit Mariazellerbahn				x			x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
<b>Σ</b>	<b>Summen</b>				5			1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>5</b>	<b>... geplante Projekte mit ...</b>	<b>... geplanter Kooperationsstufe</b>				<b>... geplanten Grobkosten</b>				<b>... geplantem Zeitraum der Umsetzung</b>										

### 5.4. Themenfeld Wirtschaft und Arbeitsmarkt

aus dem Aktionsfeld Wertschöpfung (AF 1)

#### Grundpositionierung bzw. strategische Stoßrichtung

Die Grundpositionierung bleibt natürlich bestehen, die strategische Stoßrichtung hat sich in den Jahren nicht verändert, soll nur verfeinert und mit anderen Inhalten versehen werden.

- Stärkung der regionalen Wirtschaft und Kooperationen auf- und ausbauen
- Stärkung der Regionalität und der Vermarktung regionaler Produkte

Die Zielrichtung der Kooperationen ist nun auch verstärkt die Bevölkerung, die von den Vorteilen der Wirtschaftskooperation im Tal überzeugt werden und profitieren soll.

#### Ziele

Die Ziele des letzten Strategieplans wurden teilweise erfüllt, bzw. können übernommen und mit neuen Inhalten versehen werden – das Level von Kooperation und Vernetzung kann und soll gehoben werden.

**Erledigt:**

- Online Produkte- und Dienstleistungsplattform
- Lehrlingsinformation und –initiative (regionales Arbeitskräftepotenzial)
- Markenentwicklung „Dirndl“ und daraus resultierende Kooperationen

**Übernommen:**

- Durch Kooperation und Vernetzungen, speziell bei den Klein- und Mittelbetrieben ergeben sich Synergieeffekte und ein optimaler Ressourceneinsatz (Betriebsausstattung, Personal, etc.). Die Kleinregion Pielachtal unterstützt und fördert kleine und mittlere Betriebe (z.B. Gemeinsames Marketing, Regionaler Fonds, etc.) und ist für diese ein attraktiver Standort.
- Durch die Markenentwicklung „Dirndl“ wurde in der Region die Wertschöpfung in allen Bereichen wie Landwirtschaft, Handel und Gastronomie optimiert.

Das Ziel, den **Ausbau des Glasfasernetzes** weiter voranzutreiben, wird neu formuliert – die Region möchte jedenfalls dran bleiben, es werden weitere Gespräche mit der NÖGIG geführt. Vor allem die Gemeinden im inneren Pielachtal brauchen eine bessere Anbindung, um die Anforderungen, die sich auch jetzt aus der steigenden Digitalisierung ergeben, meistern zu können.

**Neu:**

Die intensive Arbeit der vergangenen Jahre hat sich v.a. in der Wirtschaft ausgezahlt. Die guten Projekte werden weitergeführt. Der neue Fokus liegt auf der Bevölkerung – diese soll verstärkt in den Prozess miteinbezogen werden. Daraus ergeben sich neue Ziele:

- Die Bevölkerung erkennt den Wert der Pielachtaler Wirtschaft und fühlt sich den regionalen Betrieben verbunden.
- Durch gezielte Leerstandserhebung und gezieltes Management sind weitere Potenzialflächen erhoben, eine gemeinsame Bewerbung der Leerstände hat Wirkung gezeigt, einige Leerstände konnten bereits wieder belebt werden.

**Wirkungen / Beabsichtigte Ergebnisse am Ende der Periode 2021 – 2025**

- Das Kundenbindungsprogramm läuft gut, durch verschiedene Zusatzfunktionen entwickelt sich das Projekt stetig weiter.
- Die Gemeinden profitieren von neuen Wirtschaftsbetrieben und der damit einhergehenden Kommunalsteuerumlage.
- Leerstände sind erhoben und teilweise beseitigt.
- Die neue Wirtschaftsplattform gibt einen vollständigen Überblick über die regionalen Wirtschaftsbetriebe.

**Ergebnismatrix für das Themenfeld Wirtschaft und Arbeitsmarkt**

**(geplanter bottom-up Beitrag der Kleinregion zur Umsetzung der Hauptregionsstrategie)**

Themenfeld Wirtschaft und Arbeitsmarkt				NÖ-Mitte		
	Nummer	Bezeichnung	Indikator	Basis-Wert	Ziel-Wert	Ist-Wert
Outcome 1 (= Output lt. HRS)	1.4.2.1	Die Vermarktung regionaler Lebensmittel für Endverbraucher und	[Hier Indikator lt. HRS einfügen]	5	13	

		Gastronomie ist forciert und gestärkt.				
Output 1 lt. KR-Strategie		Die Vermarktung der regionalen Produkte aus der KR Pielachtal wird weiter ausgebaut und gestärkt.	- Anzahl der Betriebe auf der Wirtschaftsplattform - Anzahl der Marketingmaßnahmen	60 2	90 8	
Outcome 2 (= Output lt. HRS)	1.1.1.1	Bei der Gründung neuer Betriebsgebiete werden vermehrt interkommunale Kooperationen unter Berücksichtigung der bestehenden Betriebsgebiete als erste Option in Betracht gezogen und geprüft.	Anzahl interkommunaler Betriebsgebiete	3	5	
Output 2 lt. KR-Strategie		Das interkommunale Betriebsgebiet ist weiter ausgebaut.	Anzahl neuer Betriebe im interkommunalen Betriebsgebiet, die Kommunalsteuer zahlen	2	4	
Output 3 lt. KR-Strategie		Der Wirtschaftsstandort Pielachtal wird gestärkt und Kooperationen zwischen Pielachtaler Betrieben ausgebaut	Anzahl teilnehmender Betriebe an der Kundenbindungsplattform	0	20	
Outcome 3 (= Output lt. HRS)	1.1.3	Arbeitskräftepotenzial gezielt nutzen und qualifizieren				
Output 4 lt. KR-Strategie		Zur Lehre/Facharbeit gibt es in der KR Pielachtal gemeinsam abgestimmte koordinierte Aktivitäten	Anzahl Maßnahmen	1	2	
Outcome 1 (= Output lt. HRS)	3.2.1.1.	In der Region ist eine entsprechende Breitbandqualität/Glasfaser (z.B. 100 Mbit/s) gegeben – SP, LO	Anzahl angeschlossener Gebäude/Gemeinden an Glasfaserinfrastruktur			
Output 5 lt. KR-Strategie		Möglichkeiten zur bestmöglichen Nutzung von schnellem Internet für die Bevölkerung sind erhoben, Pilotprojekte starten	Bedarfserhebung Home Office Arbeitsplätze	0	1	
Output 6 lt. KR-Strategie		Der weitere Ausbau des Glasfasernetzes unter besonderer Berücksichtigung der kleinen (abgelegenen) Gemeinden ist in Angriff genommen	- Gespräch mit der NÖGIG - Feinplanung einzelner Abschnitte	0 0	2 2	
Outcome 4 (= Output lt. HRS)	3.5.1.3.	In den peripheren Gebieten von NÖ-Mitte gibt es gut besuchte Exposituren von Bildungseinrichtungen – LO				
Outcome 5 (= Output lt. HRS)	3.5.1.1.	Essentielle Lücken im Bildungsangebot sind identifiziert und fehlende	[Hier Indikator lt. HRS einfügen]			



		Bildungsangebote initiiert/auf Schiene gebracht.				
Output 7 lt. KR-Strategie		Die Möglichkeit zur Etablierung einer höheren Bildungseinrichtung (sekundär/tertiär) in der Kleinregion Pielachtal wird ausgelotet.	Gespräche mit relevanten Behörden und Bildungsreinrichtungen werden geführt und dokumentiert.	0	2	
Outcome 2 (= Output lt. HRS)	3.4.1.1.	Kooperationen im Bereich „Daseinsvorsorge“ werden begleitet.	[Hier Indikator lt. HRS einfügen]			
Output 8 lt. KR-Strategie		Das regionale Produkt- und Dienstleistungsangebot aus der KR Pielachtal ist der regionalen Bevölkerung bekannt.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zugriffszahlen auf die Wirtschaftsplattform pro Monat</li> <li>- Anzahl Nutzer:innen der Regions-App</li> </ul>	1.800 0	2.500 3.000	

### Aktionsplan – Maßnahmen und Projekte zur Erreichung der Resultate

Der gute Weg der letzten Jahre in diesem Themenfeld soll weitergeführt werden. Der Schwerpunkt verlagert sich etwas in Richtung „Bevölkerung“ – der Konnex zwischen regionaler Wirtschaft und der Bevölkerung soll verstärkt in den Fokus rücken. Die weitere Vernetzung und eventuell der Aufbau bzw. die Attraktivierung von Online Shops stehen ebenfalls am Programm – hier orientieren sich die Maßnahmen auch an den Ergebnissen der Bürger:innenbefragung, die vor allem im Bereich Webauftritt Verbesserungsmöglichkeiten sehen.

Das Kundenbindungsprogramm „KUBID“ stellt ebenfalls eine Verbesserung der regionalen Wahrnehmung der Wirtschaftsbetriebe dar.

Das Management potenzieller Leerflächen ist ebenfalls wichtig – dieses Thema ist stark mit dem Themenfeld „Natur und Umwelt“ verknüpft, die Nutzung von Leerständen ist natürlich nicht nur im wirtschaftlichen, sondern vor allem auch im Sinne des Klimaschutzes (Bodenversiegelung) sinnvoll. Das Thema „höhere Schule ins Pielachtal“ wurde aus dem letzten Strategieplan übernommen. Das Ansinnen ist nach wie vor prioritär, auch wenn die Chancen bisher nicht besonders gut gestanden sind. Die Region kann hierbei nicht allzu viel selbst machen, viele Gespräche bzw. die Suche nach Kooperationen mit bestehenden Schulen (und ev. Auslagerung eines Zweiges etc.) stehen am Programm.

Die Kooperation mit der Mariazellerbahn soll natürlich weitergehen, verschiedenste Aktivitäten sind geplant.

### Umsetzungsplan (Zeitplan, Kostenplan, Kooperationsintensität)

Themenfeld Wirtschaft und Arbeitsmarkt				NÖ-Mitte
N°	Bezeichnung Projekte	Stufe der Kooperation	Finanzielle Dimension (grob)	Zeitliche Dimension (pro Halbjahr)

		1. Stufe	2. Stufe	3. Stufe	4. Stufe	0 – 3.000 €	3.000 – 10.000 €	10.000 – 50.000 €	> 50.000 €	2021	2022	2023	2024	2025	
1	Interkommunale Wirtschaftskooperation				X			X		X	X	X	X	X	
2	Wirtschaftsplattform Pielachtal				X	X				X	X	X	X	X	
3	Leerstandsmanagement				X	X				X	X	X	X	X	
4	Kundenbindungssystem / Regions-App				X			X			X	X	X	X	
<b>Σ</b>	<b>Summen</b>				4	2		2		3	3	4	4	4	
<b>4</b>	<b>... geplante Projekte mit ...</b>	<b>... geplanter Kooperationsstufe</b>			<b>... geplanten Grobkosten</b>				<b>... geplantem Zeitraum der Umsetzung</b>						

## 6. Organisationsstruktur der Kleinregion

### 6.1. Kurze Historie zur Kleinregion

1994 haben sich sechs Gemeinden (Frankenfels, Schwarzenbach, Loich, Kirchberg, Rabenstein und Hofstetten-Grünau) entschlossen, eine gemeinsame Arbeitsplattform, den Verein „Regionalplanungsgemeinschaft Pielachtal“ zu gründen, die Erstellung des Kleinregionalen Entwicklungskonzepts wurde begonnen. Bereits 1995 wurde das Regionalbüro Pielachtal als Geschäftsstelle eingerichtet. 2000 traten die Gemeinden Weinburg und Ober-Grafendorf der Kleinregion Pielachtal bei, das Pielachtal wurde Leader+ Region.

2003 wurde der erste Markenentwicklungsprozess gestartet, damit kristallisierte sich die „Dirndl“ als identitätsstiftendes Symbol für die Region heraus.

2007 wurde die Kleinregion Pielachtal Teil der LEADER-Region Mostviertel-Mitte. 2011 wurde die Mariazellerbahn von der NÖVOG übernommen, das ist ein zentraler Meilenstein in der Entwicklungsgeschichte der Kleinregion.

In den knapp 30 Jahren ihres Bestehens hat die Kleinregion zahlreiche Auszeichnungen und Preise (z.B. den EDEN-Award (European Destinations of Excellence) erhalten und sich immer um regionale Weiterentwicklung und große Veranstaltungen bemüht. Die Landesausstellung 2015 hatte mit dem neuen Bahnhof Laubenbachmühle einen wichtigen Standort, der Dirndlkirtag ist weit über die Regionsgrenzen hinaus bekannt.

### 6.2. Organisationsstruktur und Rechtsform

Die Regionalplanungsgemeinschaft Pielachtal ist ein Verein zur Koordinierung regionaler Aktivitäten im Bereich des Pielachtales und besteht aus einem Vereinsvorstand, ordentlichen Mitgliedern und außerordentlichen Mitgliedern.

**Ordentliche Mitglieder** sind jene, die bereit sind, den Mitgliedsbeitrag zu entrichten. Die Vertreter:innen (gemeinhin Bürgermeister bzw. entsendete Vertreter:innen) kommen mehrmals jährlich zur **Vorstandssitzung** zusammen.

**Außerordentliche Mitglieder** haben eine beratende Tätigkeit und kommen aus der Wirtschaft, Kammern, Umwelt- und Naturschutz und Tourismus.

Die **Mitgliederversammlung** besteht aus ordentlichen und außerordentlichen Mitgliedern.

Die Regionalplanungsgemeinschaft unterhält das **Regionalbüro**. Den Mitarbeiter:innen obliegt die operative Durchführung der Vereinsgeschäfte im Auftrag der Vereinsmitglieder.

## 7. Finanzierungsplan

### 7.1. Basisbudget der Kleinregion


[Redacted text block]


[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

### 7.3. Personelle Ressourcen für die Umsetzung des Strategieplans


\*Verschiedene Expert:innen zu den Themen Natur/Umwelt, Website, Marketing und Identität, ...

## 8. Erarbeitungsprozess des Strategieplans

Der vorliegende Strategieplan ergibt sich vor allem aus der guten Basisarbeit für den Abschlussbericht, zwei Strategieworkshops und einer groß angelegten Bevölkerungsbefragung in der gesamten Region (Ergebnisse siehe Anhang).

Die Strategie 2016 – 2020 wurde in der Mitgliederversammlung evaluiert, mittels Fragebogen schauten die Teilnehmer:innen auf die letzten vier Jahre zurück.

Der Ausblick ergab dann die erste Basis für die Arbeit an der neuen Strategie:

Für die Kleinregion Pielachtal ist es besonders wichtig, auf bereits umgesetzten Projekten aufzusetzen und nachzuschärfen. Wichtig ist, dass auf eine gute Planung von Projekten auch die erfolgreiche Umsetzung in Absprache mit allen acht Mitgliedsgemeinden erfolgt. Insbesondere die Themen Wirtschaft & Arbeitsmarkt, KLAR!, familienfreundliche Region und die Nachschärfung der Marke Pielachtal – das Dirndtal sollen in den nächsten Jahren im Fokus stehen.

Der Themenbereich Wirtschaft und Arbeitsmarkt steht und fällt mit den regionalen Betrieben und deren Bereitschaft sich einzubringen. Vom Regionalbüro können Brücken geschlagen und Türen geöffnet werden, durchgehen müssen die Betriebe selbst.

Als wichtiger Faktor wurde das Regionalbüro bestätigt.

Die Themenbereiche, die in die nächsten Jahre mitgenommen werden sollen, wurden ebenfalls von der Gruppe gesammelt und flossen in die Strategieerstellung mit ein.

Im Frühjahr 2021 lief die Bevölkerungsbefragung mit gutem Rücklauf, so wurden die Themen der neuen Strategie mit Meinungen aus der Bevölkerung untermauert.

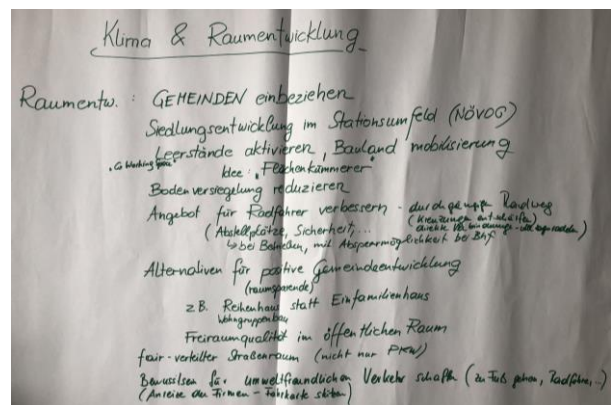
### Strategieworkshop 30. August 2021

In der Mitgliederversammlung im August wurden die Ergebnisse präsentiert, in thematischen Workshops intensivierten die Teilnehmer:innen drei zentrale Themenbereiche:

### Thema Klima und Raumentwicklung

#### Raumentwicklung:

- Gemeinden einbeziehen
- Siedlungsentwicklung im Stationsumfeld (NÖVOG)
- Leerstände aktivieren (Co Working Space), Baulandmobilisierung (Idee: „Flächenkümmerer“)
- Bodenversiegelung reduzieren
- Angebot für Radfahrer verbessern
  - o Durchgängiger Radweg (Kreuzungen entschärfen, direkte Verbindungen – Alltagsradeln)
  - o Abstellplätze, Sicherheit, auch bei Betrieben, mit Absperrmöglichkeit bei den Bahnhöfen
- Alternativen für positive (raumsparende) Gemeindeentwicklung
  - o zB. Reihenhaus statt Einfamilienhaus, Wohngruppenbau
  - o Freiraumqualität im öffentlichen Raum, fair verteilter Straßenraum (nicht nur PKW)
- Bewusstsein für umweltfreundlichen Verkehr schaffen, Anreize der Firmen – Fahrkarte stützen



## Thema Wertschöpfung und Dirndl

- Digitalisierung
- Regionale Online-Vermarktung
- Digitale, zukunftsfitte Wirtschaft
- Regionszeitung
- Infobroschüren für Gemeinden an Unternehmer
- Arbeitsplätze sichtbar machen (Pielachtaler Jobbörse oder Link zu karriere.at oä)
- Home Office, Co Working Space
- Direktvermarkter als Unternehmer sehen
- Schulen einbinden (Z.B. Lehrlinge)
- Pielachtaler Wirtschaft weiter denken (St. Pölten)
- Anbindung an Scheibbs
- Rezeptsammlung Dirndl – Dirndlwiki!!
- Erlebnis Dirndlernte – Mithilfe von Gästen

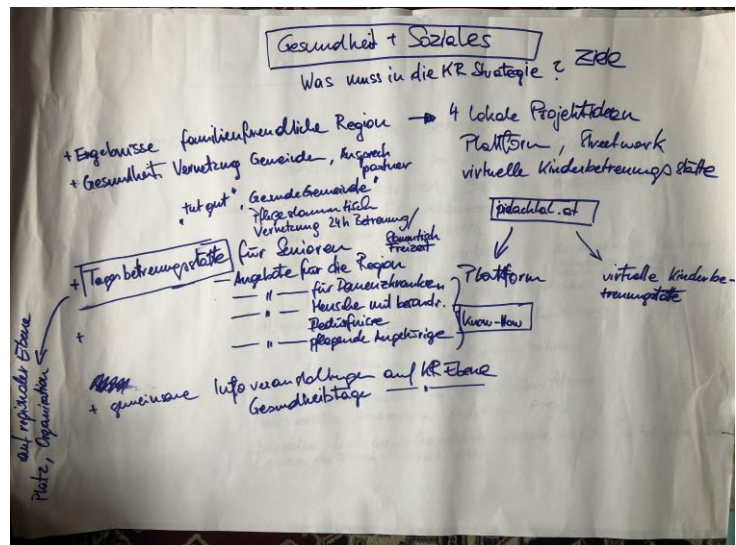
→ Digitalisierung  
 → regionale Online-Vermarktung  
 → digitale, zukunftsfitte Wirtschaft  
 → Regionszeitung  
 → Infobroschüren f. Gemeinden an Unternehmer  
 → Arbeitsplätze sichtbar machen (Pielachtaler Jobbörse) ↳ karriere.at  
 → Home Office/Co-Working Space  
 → Direktvermarkter als Unternehmer sehen  
 → Schulen einbinden (z.B. Lehrlinge ...)  
 → Pielachtaler Wirtschaft weiter denken (St. Pölten)  
 → Anbindung an Scheibbs  
 → Rezeptsammlung Dirndl → Dirndlwiki !!!  
 → Erlebnis Dirndlernte

## Thema Gesundheit und Soziales

- Ergebnisse der familienfreundlichen Region (Plattform, Streetwork, virtuelles Eltern-Kind-Zentrum)
  - o Plattform auf pielachtal.at verwirklichen

### Gesundheit:

- Vernetzung der Gemeinden, Ansprechpartner:innen der gesunden Gemeinde, tut gut
- Pflegestammtische
- Vernetzung der 24 Stunden Betreuungskräfte (Stammtisch, Freizeitgestaltung)
- Tagesbetreuungsstätte für Senioren auf regionaler Ebene (Platz und Organisation)
  - o Angebote für Demenzkranke
  - o Angebote für Menschen mit besonderen Bedürfnissen
  - o Angebote für pflegende Angehörige
- Gemeinsame Infoveranstaltungen auf KR Ebene
  - o Gesundheitstage



## 9. Erläuterung zum Strategieplan

### A) Intensität der Zusammenarbeit (Kooperationsniveau 1-2-3-4)

Stufe	Intensität der Kooperation	Beispiele
Stufe 1	Erfahrungs-, Wissens- und Meinungsaustausch. Gemeinschaftliche Aktionen. Vernetzungsaktivitäten.	Treffen der Amtsleiter etc. Exkursionen. Homepage. Bewusstseinsbildende Maßnahmen diverser Themen etc.
Stufe 2	Gemeinschaftlicher Einkauf von Spezialgeräten... (im Sinne einer Sammelbestellung => <b>getrennte Finanzierung und Nutzung</b> )	Sammeleinkäufe
Stufe 3	Gemeinschaftliche und abgestimmte Errichtung von Anlagen die einer allgemeinen Nutzung offenstehen	Rad- und Wanderwege etc. Regionale Standortkonzepte
Stufe 4	Gemeinschaftliche Anschaffung und/oder <b>gemeinschaftliche Nutzung von Ressourcen (Personal; Anlagen etc.) / Personal / Ressourcen</b> in den beteiligten Gemeinden (inkl. gemeinsame Finanzierung, Vereinbarungen bzgl. Nutzung...)	Interkommunal genutzte Geräte. Anlagen und Personal (Traktor für Schneeräumung, Bauhof, Bausachverständiger, Betriebsgebiet etc.)

### B) Unterscheidung Projekte und Maßnahmen

Schnellunterscheidung „Maßnahmen – Projekte“: Beispiele aus den Strategieplänen 2016 - 2020

Maßnahme	Projekt
Fahrplandialoge	Standortplan für .....
Regelmäßige Amtsleiterbesprechungen	Pflegemodell für die Region
Gemeinsamer Einkauf von Streusplit	Gemeinsame Nutzung von Maschinen/Geräten/Personal
Gemeinsame Anschaffungen von Spezialgeräten	Gemeindekooperationen im Bereich Verwaltung (Gerätedatenbank, Baumkataster, Bauhofmitarbeiter)
Saisonkarte für alle Freibäder	Interkommunale Gewerbe- und Industrieparks mit Kommunalsteueraufteilung
Gemeinderäte vernetzen	Es gibt eine rechtsverbindliche Wirtschaftsstandortkooperation Marchfeld
Artikel in Gemeindezeitungen	E-car sharing Angebote sind ausgebaut
Regionsfolder Neuauflage	Verwaltungswiki/Plattform für Bau- und Infrastrukturvorhaben
Homepage für die Kleinregion	Interkommunale Altstoffsammelzentren
Regionskarte	Gemeinsames Betriebsgebiet bzw. Vermarktung von Bauland/Gewerbegründen
Gemeinden stimmen sich in der räumlichen Entwicklung laufend ab	Der Wirtschaftsstandort Pielachtal ist gestärkt und Kooperationen zwischen Pielachtaler Betrieben sind ausgebaut
Nachhaltige Qualitätskriterien für den Dirndlkirtag.	Eröffnung von „Start-Up-Büros“ in leerstehenden Gebäuden

Ob eine Aufgabe als Projekt oder Maßnahme definiert wird, ist jedoch stets eine **subjektive Entscheidung**, die sich an den besonderen **Merkmale der Aufgabe orientiert**.

**Merkmale zur Unterscheidung von Projekten und Maßnahmen können u.a. sein:**

Merkmale von Aufgaben	Ausprägung
-----------------------	------------



	Maßnahme	Projekt
Häufigkeit	oftmalig	einmalig
Komplexität	gering	mittel-groß
Leitungsumfang	klein	mittel-groß
Bedeutung	gering-mittel	mittel-groß
Dauer	kurz	mittel
Personaleinsatz	gering	mittel-groß
Kosten	gering-mittel	mittel-groß
Anzahl beteiligter Menschen / Organisationen	wenige	mehrere-viele

# 10. Anhang

## 10.1. Auswertung der Bevölkerungsbefragung

### Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung und statistische Daten</b>	<b>35</b>
1.1. Geschlecht und Alter .....	35
1.2. Wohnort und Wohndauer.....	36
<b>2. Grundstimmung und Verbundenheit mit dem Pielachtal</b>	<b>37</b>
2.1. Aussagen zum Pielachtal.....	37
2.2. Gründe für die Verbundenheit mit der Region .....	37
2.3. Stärken und Schwächen der Region .....	38
2.4. Empfehlung von Ausflugsielen/Einrichtungen/Veranstaltungen .....	39
<b>3. Projekte der letzten Jahre</b>	<b>44</b>
<b>4. Zukunftsweisende Themenfelder</b>	<b>45</b>
4.1. Digitalisierung .....	47
4.2. Klima.....	48
4.3. Dirndl und ihre Vermarktung .....	49
4.4. Wirtschaft .....	50
4.5. Familienfreundlichkeit.....	51
4.6. Weitere Themen.....	53
<b>5. Information, Kommunikation und Beteiligung</b>	<b>57</b>
5.1. Interesse an Beteiligung.....	58

## 1. Einleitung und statistische Daten

Die Bürger:innenbefragung wurde im Zuge der Strategieverstellung für die Kleinregion Pielachtal durchgeführt.

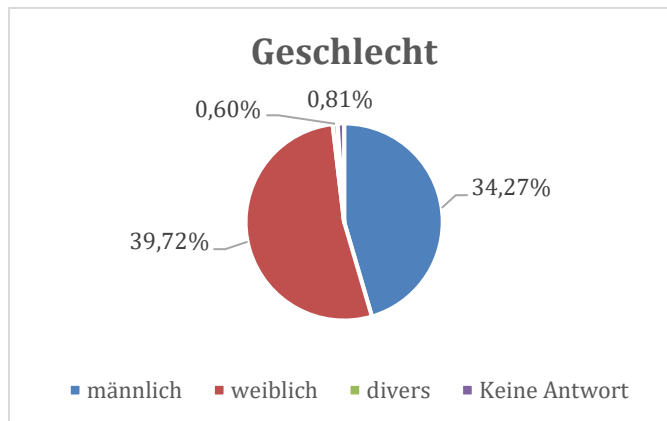
Der Fragebogen wurde vom Kleinregionsmanagement Pielachtal (Barbara Zöchbauer, Cornelia Janker und Edith Kendler) und der Kleinregionsbetreuerin von der NÖ.Regional (Marisa Fedrizzi) erarbeitet und mit den Mitgliedern der Generalversammlung (später nach Umbenennung Vorstand) – allen Bürgermeistern der Kleinregionsgemeinden – abgestimmt.

Der Fragebogen wurde online gestellt und über die Websites der Gemeinde sowie diverse Newsletter, Facebookseiten, Gemeindezeitungen und die NÖN bekannt gemacht.

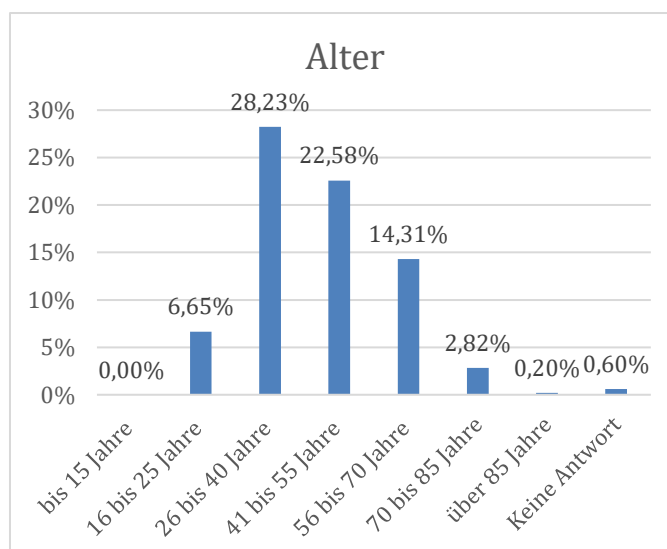
Die Fragebogenaktion lief im Frühjahr 2021.

Mehr als 700 Personen haben den Fragebogen aktiv aufgemacht, 496 Personen haben ihn ganz oder zumindest teilweise beantwortet.

### 1.1. Geschlecht und Alter

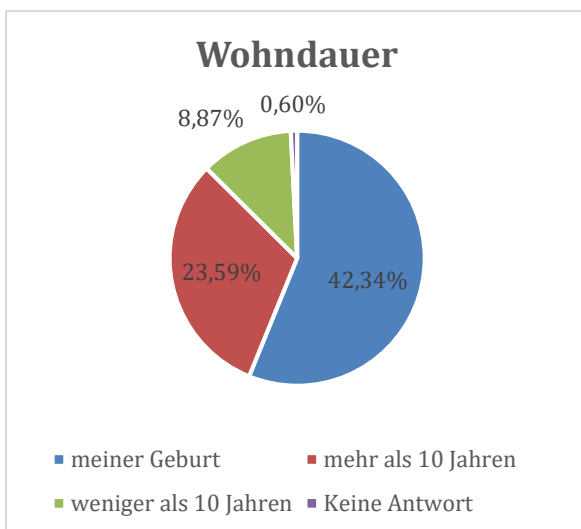
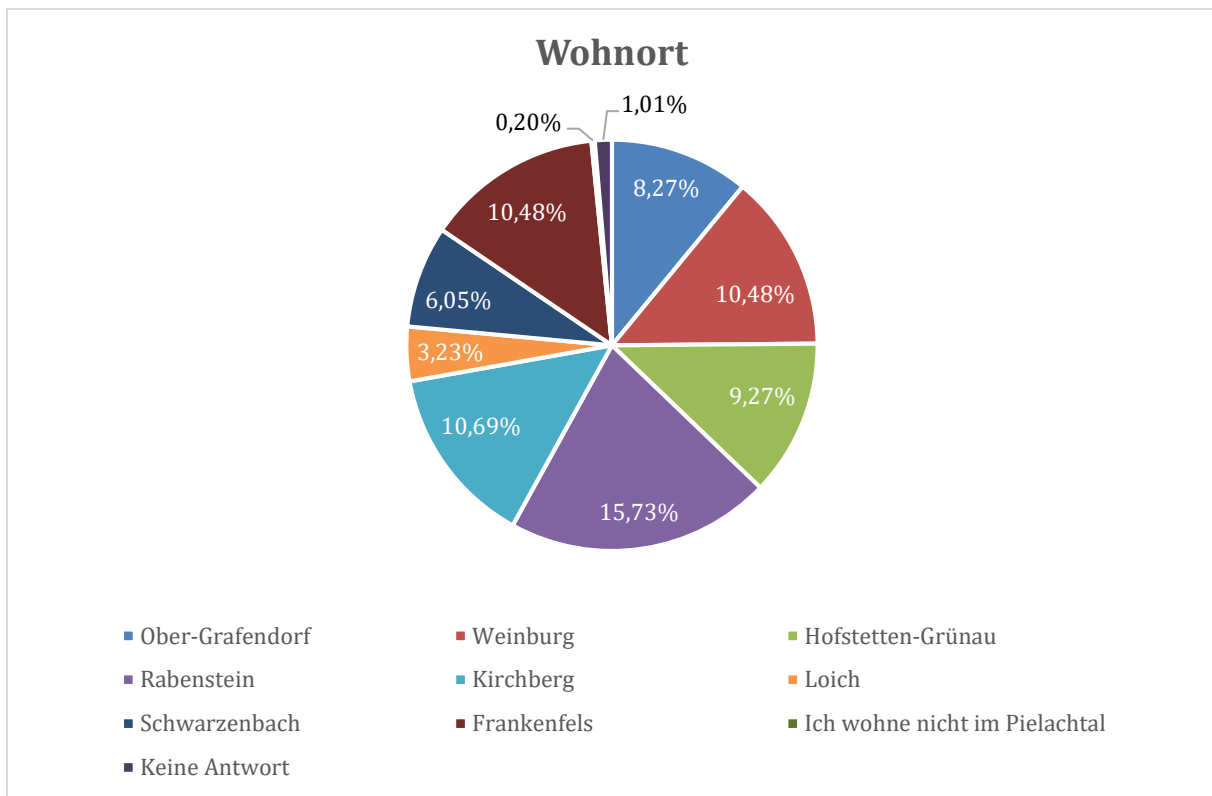


	Prozent	Anzahl
männlich	34,27%	170
weiblich	39,72%	197
divers	0,60%	3
Keine Antwort	0,81%	4
Nicht beendet oder nicht gezeigt	24,60%	122



	Prozent	Anzahl
bis 15 Jahre	0,00%	0
16 bis 25 Jahre	6,65%	33
26 bis 40 Jahre	28,23%	140
41 bis 55 Jahre	22,58%	112
56 bis 70 Jahre	14,31%	71
70 bis 85 Jahre	2,82%	14
über 85 Jahre	0,20%	1
Keine Antwort	0,60%	3
Nicht beendet oder nicht gezeigt	24,60%	122

## 1.2. Wohnort und Wohndauer



	Prozent	Anzahl
meiner Geburt	42,34%	210
mehr als 10 Jahre	23,59%	117
weniger als 10 Jahre	8,87%	44
Keine Antwort	0,60%	3
Nicht beendet oder nicht gezeigt	24,60%	122

Die statistischen Daten füllten 122 Personen nicht aus – die Grundgesamtheit beträgt somit jeweils 381 Fragebögen + die jeweilige Anzahl bei „keine Antwort“.

Die Verteilung ist, wenn man den Bevölkerungsschlüssel betrachtet, nicht besonders gut.

Auswertungen nach Gemeinde sind entsprechend wenig aussagekräftig.

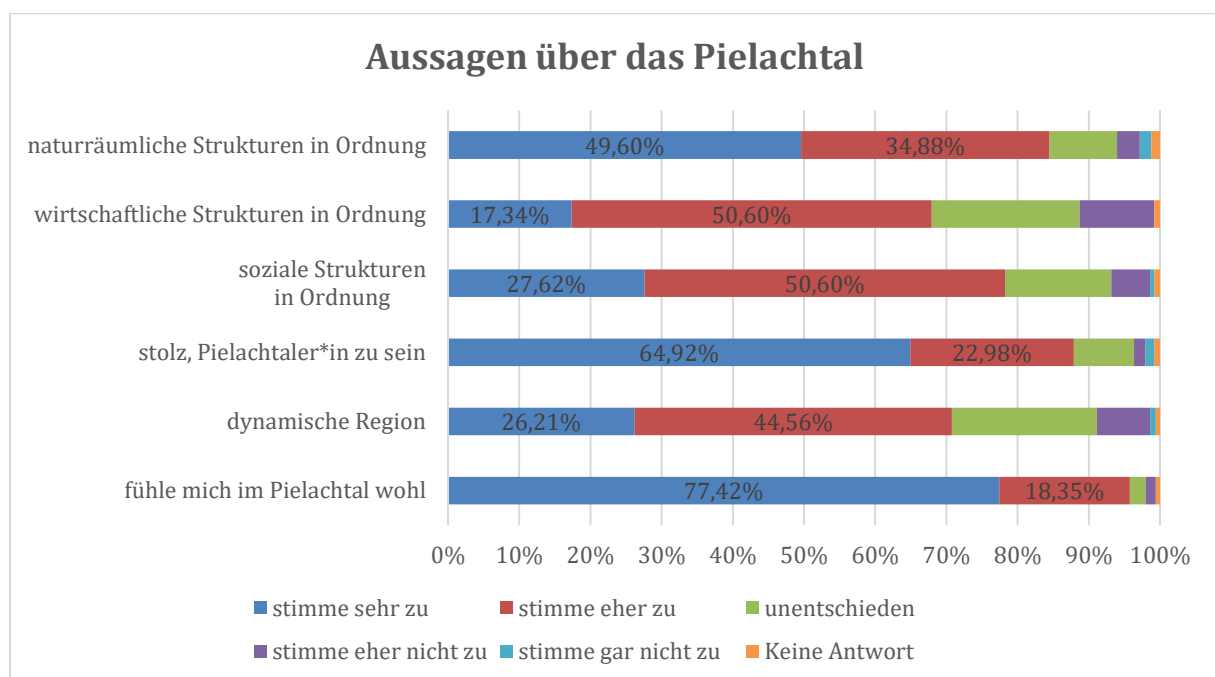
## 2. Grundstimmung und Verbundenheit mit dem Pielachtal

Um den Fragebogen einzuleiten und die Teilnehmer:innen auf die Thematik einzustimmen, wurden einige grundsätzliche Fragen zur Stimmung und zur generellen Wahrnehmung der Region gestellt. Da die Formulierung der Fragen oft länger ist als die Benennung der einzelnen Positionen in der Grafik, werden bei dabei zuerst die Fragen aus dem Fragebogen, anschließend die Antworten als Grafik + wo nötig auch als Text wiedergegeben.

### 2.1. Aussagen zum Pielachtal

Die Teilnehmer:innen wurden gebeten, ihre Zustimmung (von stimme sehr zu – stimme gar nicht zu) zu folgenden Aussagen zu geben:

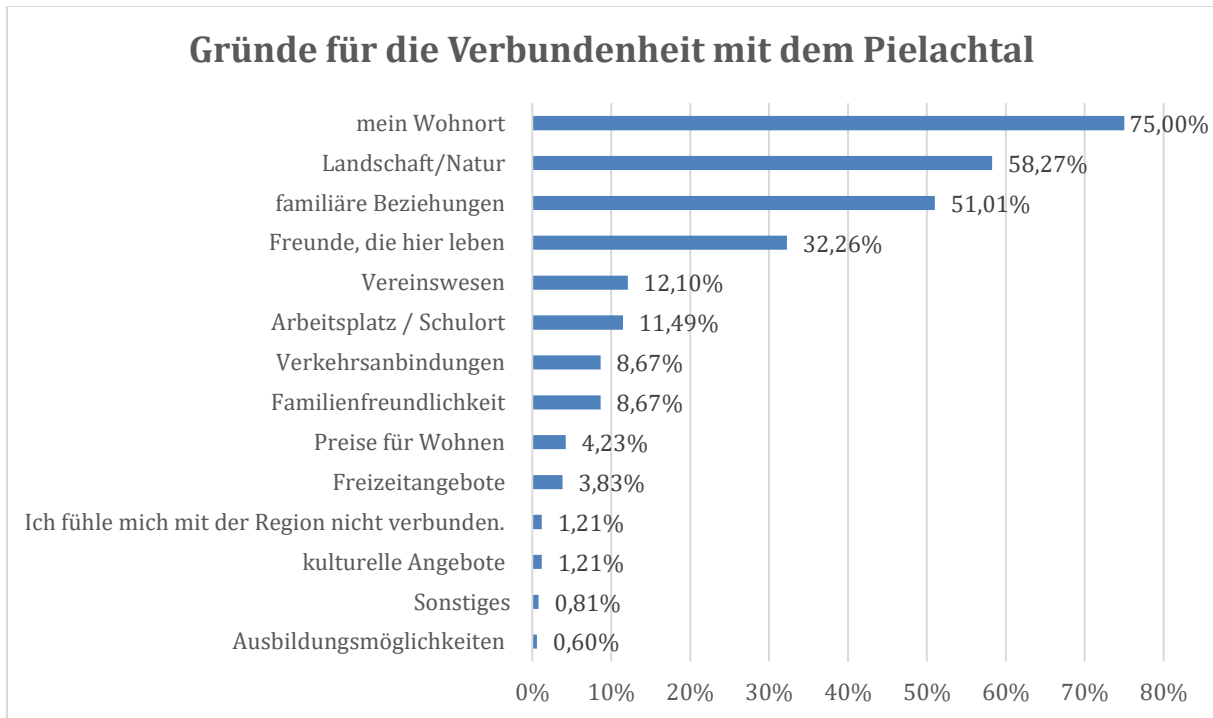
- Ich fühle mich im Pielachtal wohl!
- Das Pielachtal ist eine dynamische Region mit guter zukunftsorientierter Entwicklung.
- Ich bin stolz, Pielachtaler:in zu sein.
- Die sozialen Strukturen in der Region sind in Ordnung.
- Die wirtschaftlichen Strukturen in der Region sind in Ordnung.
- Die naturräumlichen Strukturen in der Region sind in Ordnung.



Die Zustimmung ist in allen Bereichen sehr hoch, die Befragten fühlen sich zu einem sehr hohen Prozentsatz im Pielachtal wohl und sind stolz auf ihre Region. Betrachtet man die Strukturen, sind vor allem die naturräumlichen Strukturen in Ordnung, die wirtschaftlichen Strukturen „belegen Platz drei“ – hier ist ev. Luft nach oben.

### 2.2. Gründe für die Verbundenheit mit der Region

Die Gründe für die Verbundenheit mit der Region können ja besonders vielfältig sein. Die Teilnehmer:innen wurden gebeten, aus der Liste maximal drei Gründe anzukreuzen, für „sonstiges“ stand eine offene Kategorie zur Verfügung.



Der Wohnort im Tal erzeugt die stärkste Verbundenheit, gleich danach folgen Landschaft und Natur.

Unter „sonstiges“ wurde genannt:

- Das Potenzial, das die Region hat
- Nette Menschen
- Ruhe

Ein Teilnehmer merkte an, dass drei Antworten viel zu wenig seien.

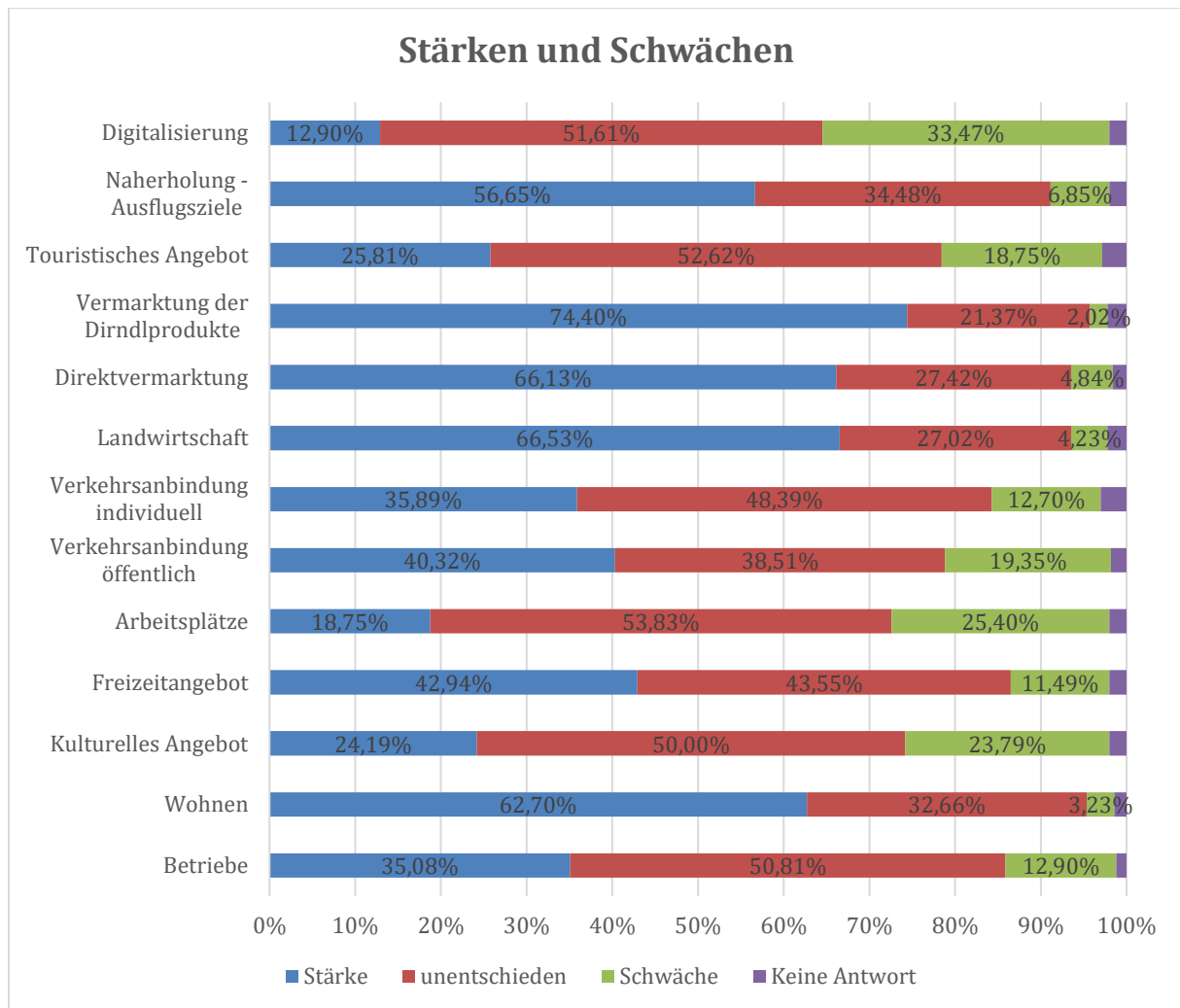
### 2.3. Stärken und Schwächen der Region

Die Teilnehmer:innen wurden gebeten, vorgegebene Themenbereiche als „Stärke“ oder „Schwäche“ zu markieren – die Möglichkeit, das Thema in „unentschieden“ einzureihen, war ebenfalls gegeben. Ranking der jeweils fünf Themenbereiche, die von den Teilnehmer:innen am öftesten als „Stärke“ bzw. „Schwäche“ gesehen worden sind:

Stärken	Schwächen
Vermarktung der Dirndlprodukte (74,4%)	Digitalisierung (33,5%)
Direktvermarktung (66,1%)	Arbeitsplätze (25,4%)
Landwirtschaft (66,5%)	Kulturelles Angebot (23,8%)
Wohnen (62,7%)	Verkehrsanbindung öffentlich (19,3%)
Naherholung – Ausflugsziele (65,6%)	Touristisches Angebot (18,7%)

Interessant dabei vor allem die Diskrepanz zwischen der „Stärke Naherholung und Ausflugsziele“ und der „Schwäche touristisches Angebot“ – hier herrscht Interpretationsmöglichkeit: die Ausflugsziele werden offenbar eher als „einheimisch“ betrachtet und nicht „für Gäste“.

Die größten Unsicherheiten (also Antwortmöglichkeit „unentschieden“) besteht aber auch beim touristischen Angebot (52,6%) sowie bei den Arbeitsplätzen (53,8%) und der Digitalisierung (51,6%).



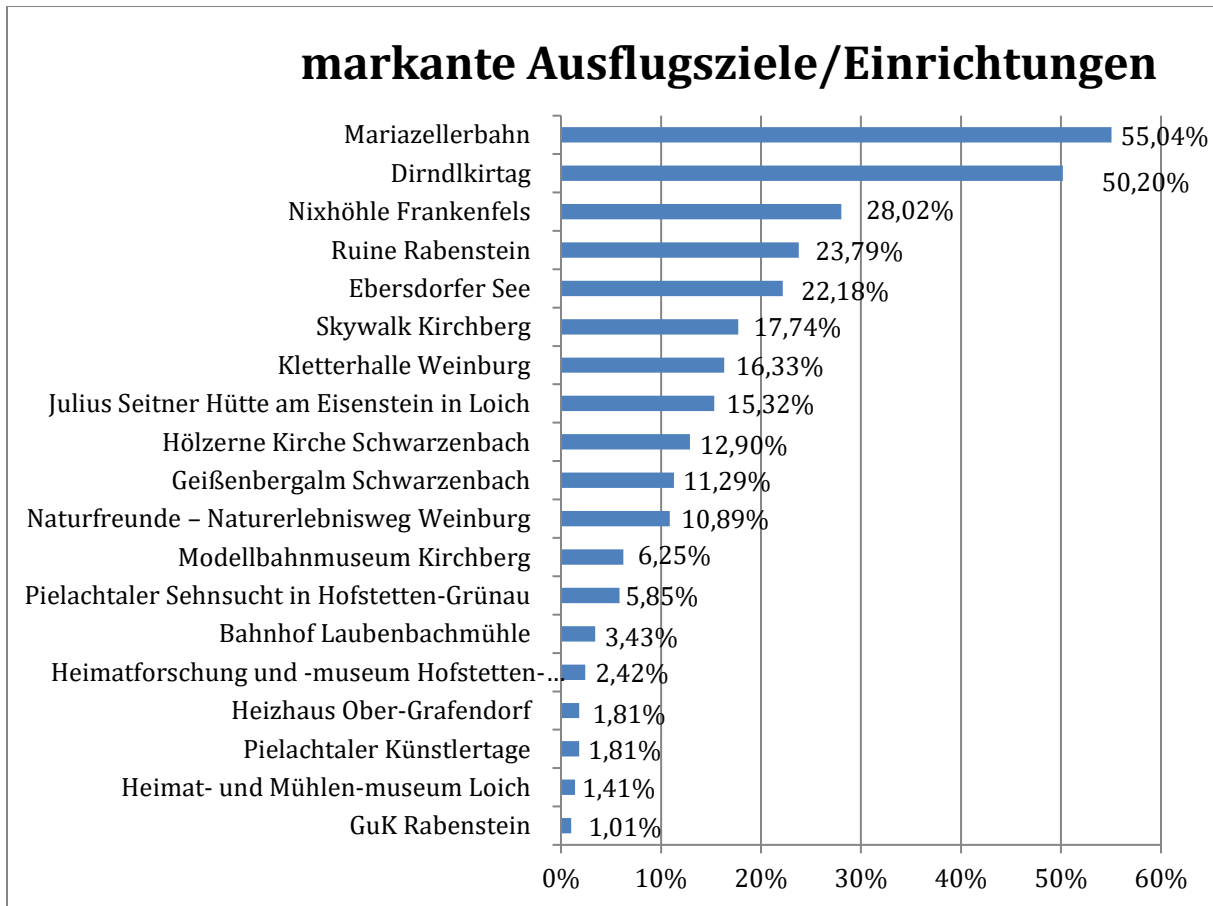
#### 2.4. Empfehlung von Ausflugszielen/Einrichtungen/Veranstaltungen

Die Teilnehmer:innen wurden gebeten, eine vorher von den Bürgermeister:innen der einzelnen Gemeinden bestimmte Liste von Einrichtungen, Ausflugszielen und Veranstaltungen durchzugehen und die drei Orte anzukreuzen, die sie auf jeden Fall einer Freundin bzw. einem Freund zeigen würden.

Die Liste enthält drei regionale Besonderheiten (Pielachtaler Künstlertage, Dirndlkirtag und Mariazellerbahn) sowie jeweils zwei aus jeder Mitgliedsgemeinde.

Anschließend bestand die Möglichkeit, den eigenen „Lieblingsplatz“ in der Gemeinde anzugeben.

Die regionalen Besonderheiten Mariazellerbahn und Dirndltal führen das Ranking mit großem Abstand an, die lokalen Ziele sind recht ähnlich bewertet – bis auf Hofstetten-Grünau ist jeweils eines pro Gemeinde in der oberen Hälfte, das zweite in der unteren Hälfte zu finden.



Die **besonderen Plätze** sind sehr sehr vielfältig, die Teilnehmer:innen haben wirklich besonders viele Lieblingsplätze ausgesucht.

Am beliebtesten sind die Berge, Almen und Wanderwege!

Einzelne Gemeinden bzw. Katastralgemeinden wurden ebenfalls genannt, sie werden hier nicht extra wiedergegeben. Die Teilnehmer:innen nannten auch einige der oben in der Liste angegebenen Einrichtungen/Ausflugsziele nochmals.

Neben den vielen wunderbaren besonderen Plätzen ist vor allem der eigene Garten, das eigene Zuhause genannt worden.

Einig sind sich viele Personen, dass es im Pielachtal viele besondere Plätze gibt bzw. „jeder Ort seinen eigenen besonderen Reiz hat“.

Eine thematische Ordnung versucht etwas Übersicht in die Orte zu bringen – dabei kann nicht ausgeschlossen werden, dass einige Orte noch „doppelt, aber anders betitelt“ sind. Die Antworten sind ungekürzt wiedergegeben.

Berge, Almen und Wanderwege	Nennung
Geisbühel (Spitzmauer, Josef Franz Hütte)	35
Frankenfelsberg	12
Falkensteinmauer	11
Eibeck Alm	10
Hohenstein	6

Plambacheck (Restenbauer Höhe)	6
Ruine Rabenstein	6
Poidlwarte	6
Marienstein	3
Karlsuarte	3
Gromann	3
Hofberg Tradigist	2



Kölnhof Hütte	2
Kaiserkogl	
Spitzkogel Schwarzenbach	
Berge rund um Kirchberg, Thalhofgegend	
Alm	
Falkl- und Pramermäuer	
<b>Bänke und Ausblicke</b>	<b>Nennung</b>
Bankerl in Hofstetten	6
Schwarzenbacher Aussichtsplatzl	2
Hackl Bankerl (Hofstettner Kreuz)	2
Ausblick Englmodwies	
Ausblick Dreihöf	
Bankerl	
Bankerl am Radweg in Rabenstein	
Bankal beim Tut-Gut-Wanderweg in der Sois mit Blick auf Kirchberg	
Buch-Bankerl am Plambackeck	
Auf der Bramböckhöhe mit Blick nach Rabenstein und zum Ötscher	

Fronberg	
Pichlberg	
Loicheck	
Ortmäuer Kreuz in Frankenfels/Boding	
Wetterlucke	

Hofbergbankerl in Kirchberg	
Ötscherblick/Loich bei der Günther- Kapelle	
Hofstetten, die Bank hinter der Spar/Bahnhof	
Aussicht Aigelsberg	
Sonnenbank Dorf Au 13	
Kreuz und Bankerl auf der Plambachecker Höhe	
Warte	
ruhiges Waldsdstück auf einer Anhöhe	

<b>Pielach und Au</b>	<b>Nennung</b>
Pielach allgemein	12
An der Pielach bei der Wehr bei der Fa. Teich	
Die Pielach wo sie nicht verbaut ist und Wälder	
Au Ober-Grafendorf Höhe Rennersdorf	
Au Pielach	
Entlang der Pielach zwischen Rabenstein und Ober Grafendorf	
Die vielen schönen Stellen an der Pielach	
Pielach / Wehr Dobersnigg/Loich	

Pielach Ufer bei Auweg in Rabenstein	
Pielachbachstelle in Hofstetten/Constantia Teich	
Pielachursprung	
Pielachuferplatz neben Radweg zwischen Weinburg und Obergrafendorf	
Pielachufer Steinklamm	
Bootanlegeplattform in Schwerbach/Dobersnigg	
Luegerpark	
Grillplatz Rennersdorf an der Pielach	

<b>Wanderwege, Rad- und Mountainbikestrecken</b>	<b>Nennung</b>
Pielachtaler Radweg	6
Pielachtaler Rundwanderweg	3
Spazier- und Radweg an der Pielach bei Hofstetten	2
Wanderwege	
Mountainbikestrecken	

Römerweg	
Wanderstrecken mit Anfang und Ziel Bahnhof	
unterwegs auf den Waldwegen	
Höhenweg	
Ruine und Weg zur Ruine	
Ruine Weissenburg	

<b>Freizeitangebote</b>	<b>Nennung</b>
-------------------------	----------------

Pfarrerwald Kirchberg	4
-----------------------	---

Pielachpark + Zwutschgal Hofstetten	4
Kräutergarten Weinburg	3
Spielplatz + Motorikpark bei Kletterhalle Weinburg	3
Schloss Fridau	
Naturerlebnisweg Weinburg	
Sportplatz Kirchberg	

Freibad Frankenfels	
Freibad Kirchberg	
Sport- und Freizeitanlage Ober-Grafendorf	
Greenhorn Hill	
Fußballplatz	
Skywalk Schwarzenbach	

<b>kulinarisches</b>	<b>Nennungen</b>
diverse Mostbrunnen (Wetterlucke, Geisbühel, Weinburg, Hohenstein, Eck)	8
Gasthaus Kemetner	
Gasthaus Strohmeier Hofstetten	
Kebabstandl Obergrafendorf	
Eissalon Bachinger	
Terrasse im Piel8tal Bistro	

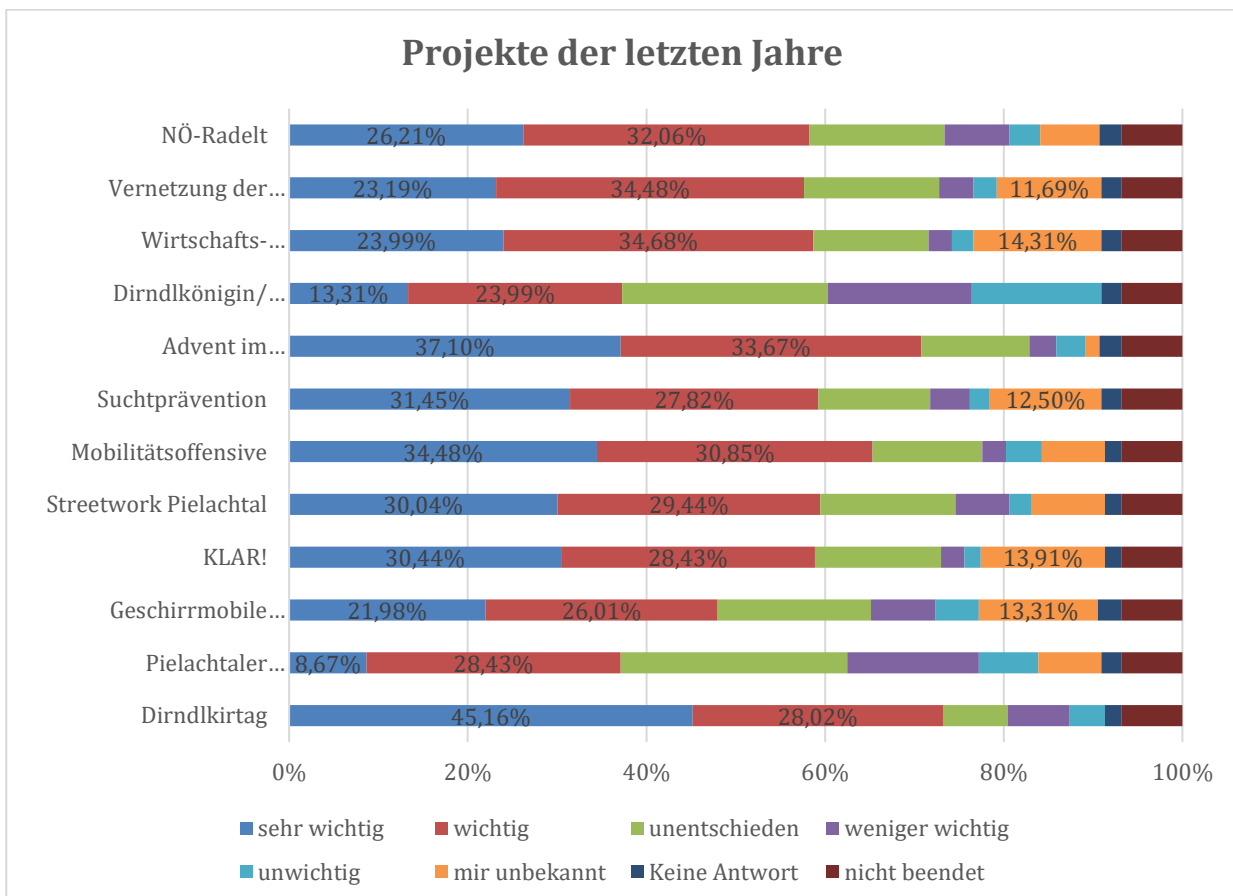
<b>Kapellen und Marterl</b>
Mühlbergkapelle
Marterl Richtung Kraushofer in Hofstetten
Andreaskirche
Kapellen entlang des Römerweges
Lourdes Kapelle Weinburg
Waldkapelle Weinburg

### 3. Projekte der letzten Jahre

Die Teilnehmer:innen wurden gebeten, die Projekte der letzten Jahre mit „sehr wichtig“ bis „unwichtig“ bzw. „mir unbekannt“ zu bewerten.

Folgende Projekte wurden abgefragt:

- NÖ radelt – das Pielachtal radelt mit
- Vernetzung der Wirtschaft / Branchenstammtische
- Wirtschaftsplattform wirtschaft.pielachtal.at
- Dirndlkönigin / -prinzessin
- Advent im Dirndltal
- Suchtprävention Pielachtal
- Mobilitätsoffensive Pielachtal (e-Fahrtendienst, Schnupperticket Mariazellerbahn...)
- Mobile Jugendarbeit - Streetwork Pielachtal
- KLAR! – Modellregion für Klimawandelanpassung
- Geschirrmobile „Der Weg ist MehrWeg“
- Pielachtaler Künstlertage
- Pielachtaler Dirndlkirtag



Das wichtigste Projekt ist eindeutig der Dirndlkirtag, die Dirndlhoheiten werden als weniger wichtig angesehen, die Pielachtaler Künstlertage sind im „Ranking“ an letzter Stelle. „Unbekannt“ sind vor allem die neueren Projekte – die KLAR! Region, die Geschirrmobile sowie die Wirtschaftsplattform.

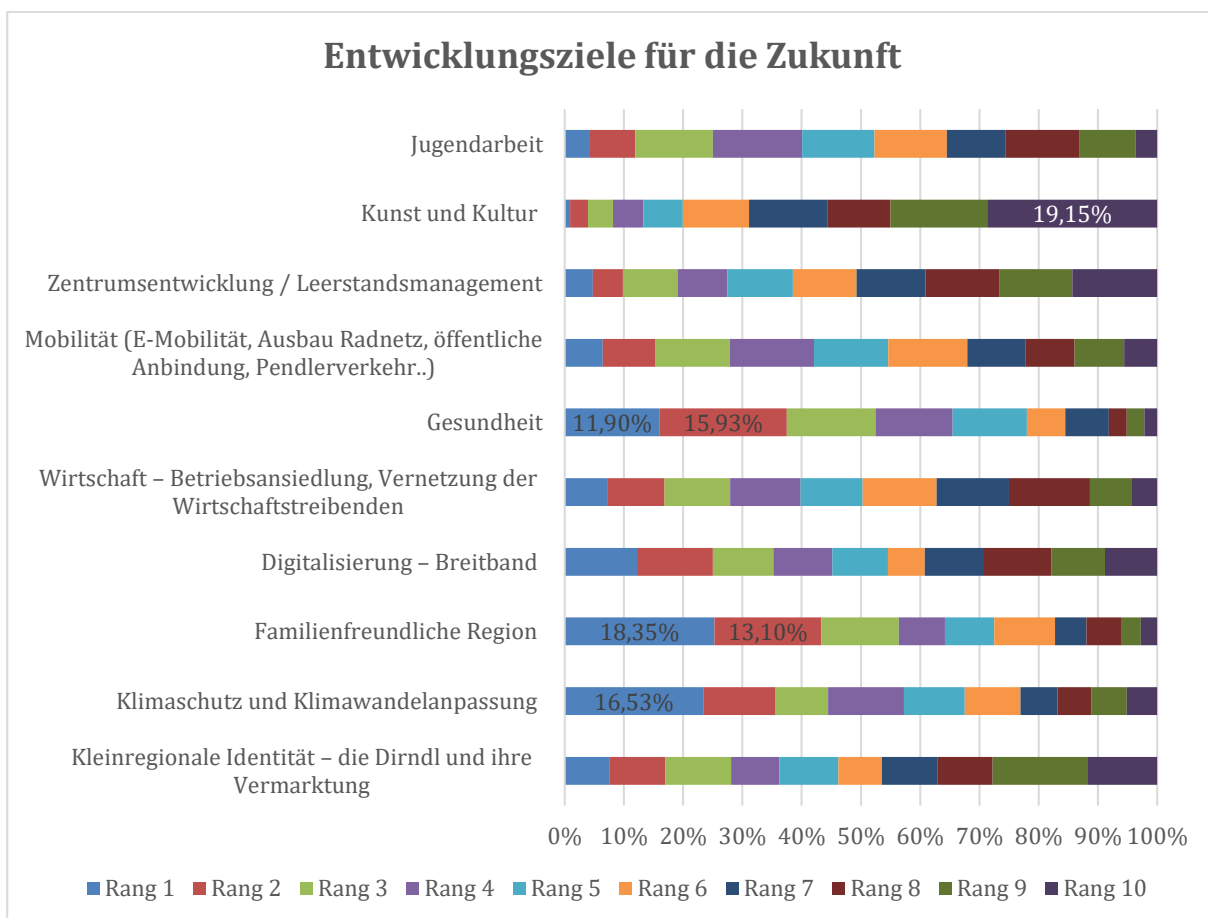
#### 4. Zukunftsweisende Themenfelder

Nach dem Blick in die Vergangenheit behandelten die Umfrageteilnehmer:innen nun zukünftige Themen. Die Frage lautete „Das Pielachtal arbeitet für die kommenden Jahre eine neue Strategie aus, die alle Themenfelder enthalten soll, die für diese Zeit entwicklungstechnisch von besonderer Bedeutung sind. In welcher Reihenfolge würden Sie folgende Themen bearbeiten? Bitte reihen Sie von 1-10!

Folgende Themen konnten gereiht werden:

- Kleinregionale Identität – die Dirndl und ihre Vermarktung
- Klimaschutz und Klimawandelanpassung
- Familienfreundliche Region
- Digitalisierung – Breitband
- Wirtschaft – Betriebsansiedlung, Vernetzung der Wirtschaftstreibenden
- Gesundheit
- Mobilität (E-Mobilität, Ausbau Radnetz, öffentliche Anbindung, Pendlerverkehr..)
- Zentrumsentwicklung / Leerstandsmanagement
- Kunst und Kultur
- Jugendarbeit

Aus der Grafik sind die einzelnen vergebenen Ränge ersichtlich, eine genauere Tabelle folgt weiter unten.



Diese Tabelle gibt in Prozent an, wieviele Personen das Thema auf den jeweiligen Rang gewählt haben.

Zusätzlich werden die Ränge 1 + 2 und 1 + 2 + 3 zusammengezählt und jeweils wieder gereiht. Damit ergibt sich ein Bild über die ersten drei Ränge.

	Rang 1	Ranking 1	Rang 2	Rang 1+2	Ranking 1&2	Rang 3	Rang 1+2+3	Ranking 1&2&3
Familienfreundliche Region	18,35%	1	13,10%	31,45%	1	9,48%	40,93%	1
Gesundheit	11,90%	3	15,93%	27,82%	2	11,09%	38,91%	2
Klimaschutz und Klimawandelanpassung	16,53%	2	8,67%	25,20%	3	6,25%	31,45%	3
Digitalisierung – Breitband	8,67%	4	9,07%	17,74%	4	7,26%	25,00%	4
Kleinregionale Identität – die Dirndl und ihre Vermarktung	5,24%	5	6,45%	11,69%	5	7,66%	19,35%	6
Wirtschaft – Betriebsansiedlung, Vernetzung der Wirtschaftstreibenden	5,04%	6	6,65%	11,69%	6	7,66%	19,35%	7
Mobilität	4,64%	7	6,45%	11,09%	7	9,07%	20,16%	5
Jugendarbeit	3,02%	9	5,44%	8,47%	8	9,27%	17,74%	8
Zentrumsentwicklung / Leerstandsmanagement	3,23%	8	3,43%	6,65%	9	6,25%	12,90%	9

Die drei Schwerpunkte

- Familienfreundliche Region
- Gesundheit
- Klimaschutz und Klimawandelanpassung

sind die drei vorrangigsten Themen – die Familienfreundlichkeit sticht dabei noch einmal besonders hervor.

Die Mittelwerte der Rankings ergeben:

Familienfreundliche Region	1,0
Gesundheit	2,3
Klimaschutz und Klimawandelanpassung	2,7

Betrachtet man das „andere Ende“ der Tabelle, zeigt sich folgendes Bild (hier wurde die gleiche Vorgangsweise gewählt: Prozente bei den Rängen 10, 9 und 8, jeweils zwei bzw. alle drei Ränge zusammengezählt, wieder Rankings erstellt. In diesem Fall ist die angegebene Position 1 gleich Rang 10.

	Rang 10	Ranking 10	Rang 9	Rang 9+10	Ranking 9&10	Rang 8	Rang 8+9+10	Ranking 8&9&10

Gesundheit	1,61%	10	2,22%	3,83%	10	2,22%	6,05%	10
Familienfreundliche Region	2,02%	9	2,42%	4,44%	9	4,23%	8,67%	9
Wirtschaft – Betriebsansiedlung, Vernetzung der Wirtschaftstreibenden	3,02%	7	4,84%	7,86%	7	9,48%	17,34%	6
Klimaschutz und Klimawandelanpassung	3,63%	6	4,23%	7,86%	7	4,03%	11,90%	8
Jugendarbeit	2,62%	8	6,65%	9,27%	6	8,87%	18,15%	5
Mobilität	4,03%	5	6,05%	10,08%	5	6,05%	16,13%	7
Digitalisierung – Breitband	6,25%	4	6,45%	12,70%	4	8,06%	20,77%	4
Kleinregionale Identität – die Dirndl und ihre Vermarktung	8,06%	3	11,09%	19,15%	2	6,45%	25,60%	3
Zentrumsentwicklung / Leerstandsmanagement	9,68%	2	8,27%	17,94%	3	8,47%	26,41%	2
Kunst und Kultur	19,15%	1	10,89%	30,04%	1	7,06%	37,10%	1

Vor allem das Thema „Jugendarbeit“ ist etwas anders bewertet – die Umfrageteilnehmer:innen waren sich bei diesem Thema nicht ganz so einig wie bei den anderen Schwerpunkten.

Die Themen auf den Rängen „10 bis 8“ sind allerdings eindeutig:

- Kleinregionale Identität – die Dirndl und ihre Vermarktung
- Zentrumsentwicklung – Leerstandsmanagement
- Kunst und Kultur

**Einige Themen wurden im Anschluss an die Abfrage der Reihung noch genauer betrachtet:**

- Digitalisierung
- Klima
- Dirndl und ihre Vermarktung
- Wirtschaft
- Familienfreundlichkeit

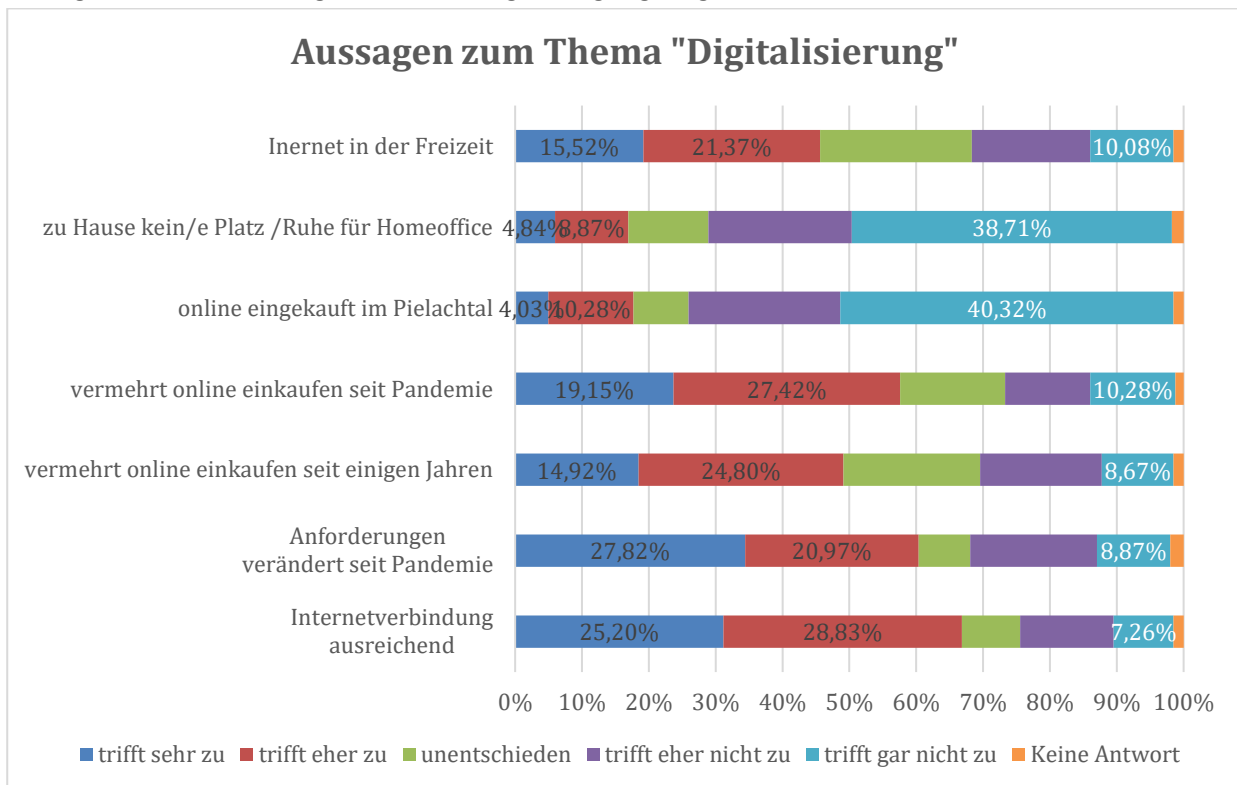
Für alle Themenfelder konnten Aussagen mit jeweils „trifft sehr zu“ bis „trifft gar nicht zu“ bewertet werden.

#### 4.1. Digitalisierung

- Ich nutze seit Beginn der Pandemie das Internet auch verstärkt in meiner Freizeit.
- Ich habe zu Hause keinen Platz/keine Ruhe für Homeoffice.
- Ich habe auch im Pielachtal bereits online eingekauft.
- Ich kaufe seit Beginn der Pandemie vermehrt online ein.
- Ich kaufe seit einigen Jahren vermehrt online ein.
- Meine Anforderungen an eine Internetverbindung haben sich seit Beginn der Pandemie verändert.
- Meine Internetverbindung am Wohnort reicht für meine derzeitigen Anforderungen aus.

Hier waren durchaus einige überraschende Antworten dabei – die Einstellung zu diesen Fragen (vor allem zur Internetverbindung) ist durchaus positiv.

Natürlich kann man auch argumentieren, dass mit der Umfrage, die nur online durchgeführt worden ist, etwaige Gebiete mit wenig Netzabdeckung nicht gut genug erreicht werden konnten.



Entsprechend sind die Zahlen bei den Themen „zu Hause keinen Platz/keine Ruhe für Homeoffice“ und „ich habe im Pielachtal bereits online eingekauft“ in der Kategorie „trifft gar nicht zu“ eher hoch und überraschend.

Die Pandemie hat gar nicht so starke Auswirkungen, die Zahlen beim Online Einkauf unterscheiden sich nicht stark zwischen „seit einigen Jahren“ und „seit der Pandemie“.

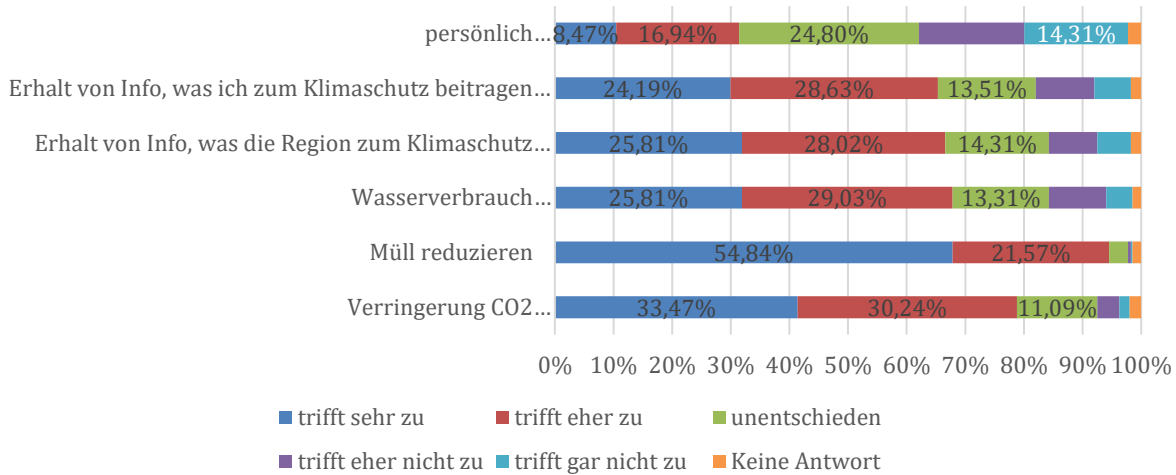
#### 4.2. Klima

- Ich möchte an Projekten zum Thema Klima persönlich mitwirken.
- Ich möchte Informationen darüber erhalten, wie ich selbst zum Klimaschutz beitragen kann.
- Ich möchte Informationen darüber erhalten, was die Region zum Klimaschutz beiträgt.
- Mir ist es ein Anliegen, meinen Wasserverbrauch zu reduzieren.
- Mir ist es ein Anliegen, Müll zu reduzieren.
- Mir ist es ein Anliegen, meinen persönlichen CO2-Fußabdruck zu verringern.

Die Bereitschaft, an Projekten zum Thema Klima(schutz) persönlich mitzuwirken, ist nicht so hoch, die Zustimmung zu Aussagen, die den eigenen Bereich betreffen, ist da schon höher. Müll reduzieren ist entsprechend für eine große Mehrheit selbstverständlich, auch die Verringerung des eigenen CO2 Fußabdrucks ist für viele ein wichtiges Thema.



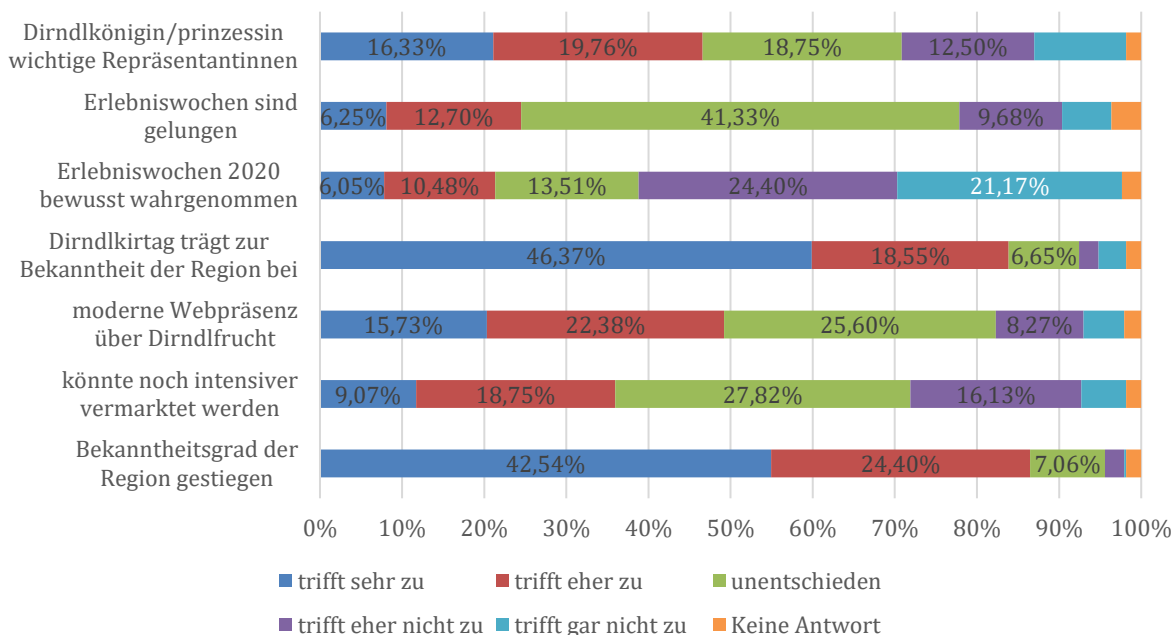
### Aussagen zum Thema "Klima"



#### 4.3. Dirndl und ihre Vermarktung

- Die Dirndlkönigin und die Dirndlprinzessin sind wichtige Repräsentantinnen für unser Tal.
- Die „Dirndltaler Erlebniswochen“ sind eine gelungene Veranstaltung.
- Ich habe die Dirndltaler Erlebniswochen im Herbst 2020 bewusst wahrgenommen.
- Der Pielachtaler Dirndlkirtag trägt maßgeblich zur großräumigen Bekanntheit der Region bei.
- Eine moderne Webpräsenz über die Besonderheiten der Dirndlfrucht wäre sinnvoll.
- Die Marke „Dirndl“ könnte meines Erachtens noch intensiver vermarktet werden.
- Durch die Markenentwicklung „Pielachtal – Das Dirndltal“ wurde die Identität und die Bekanntheit der Region gestärkt.

### Aussagen zum Thema "Dirndl und Vermarktung"



Die Befragten sind sich jedenfalls einig, dass der Bekanntheitsgrad der Region mit der Dirndl gestiegen ist, der Dirndlkirtag hat als wichtiger Faktor dabei die höchste Zustimmung. Die Dirndlhoheiten werden als nicht ganz so zentral empfunden.

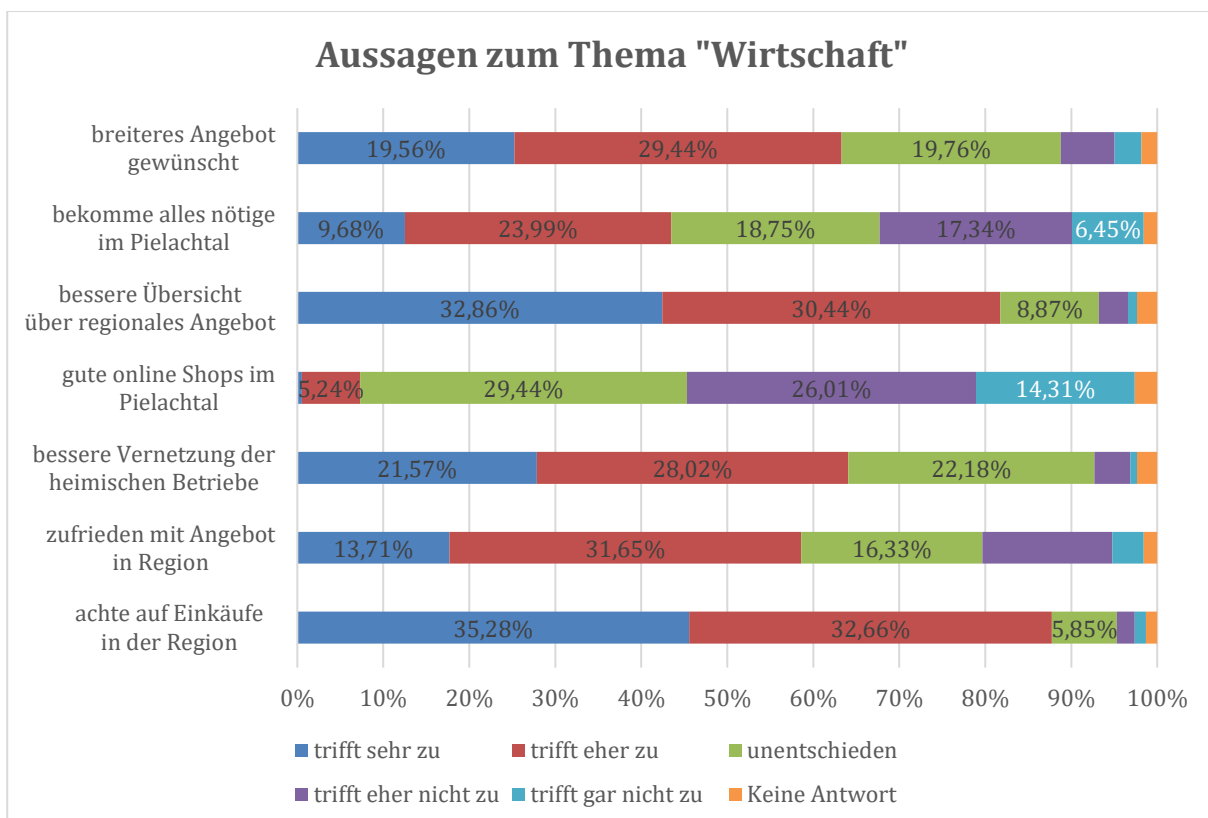
Interessant ist die Zustimmungsrate zu den Erlebniswochen – es war zwar zu „befürchten“ bzw. zu „erwarten“, 45% der Umfrageteilnehmer:innen geben an, die Erlebniswochen nicht bewusst wahrgenommen zu haben, 41% sind unentschieden, ob die Erlebniswochen gelungen sind. Eine erneute Befragung jetzt nach den Erlebniswochen 2021 wäre sicher spannend.

Ebenfalls nicht uninteressant ist die Reaktion auf die Frage, ob die Dirndl noch intensiver vermarktet werden könnte – das trifft nur für etwa 30% der Befragten zu, ein großer Teil ist unentschieden bis eher nicht dafür.

Das spiegelt auch die Grundstimmung im oberen Ranking wider – die „kleinregionale Identität“, die natürlich eng mit der Vermarktung der Dirndl zusammenhängt, wird nicht als Zukunftsthema gesehen. Eine gewisse Sättigung scheint in der Region eingetreten zu sein.

#### 4.4. Wirtschaft

- Ich achte darauf, Einkäufe in der Region zu tätigen.
- Ich bin zufrieden mit dem Angebot in der Region.
- Ich wünsche mir eine bessere Vernetzung der heimischen Betriebe.
- Die Pielachtaler Betriebe haben gute online Shops.
- Ich wünsche mir eine bessere Übersicht über das regionale Angebot.
- Ich bekomme im Pielachtal alles was ich benötige.
- Ich wünsche mir ein breiteres Angebot.



Im Themenbereich Wirtschaft sind auch einige spannende Aussagen dabei – v.a. die Bewertung bei „Ich bekomme alles nötige im Pielachtal“ gibt zu denken – satte 24% sagen nämlich, dass das „eher nicht bis gar

nicht zutrifft“. Das überrascht angesichts der doch sehr guten Versorgung. Eine genauere Betrachtung der statistischen Verteilung (Alter, Geschlecht, Wohnort) könnte ev. Aufschluss geben, andererseits ist natürlich der Ausdruck „alles nötige“ Definitionssache.

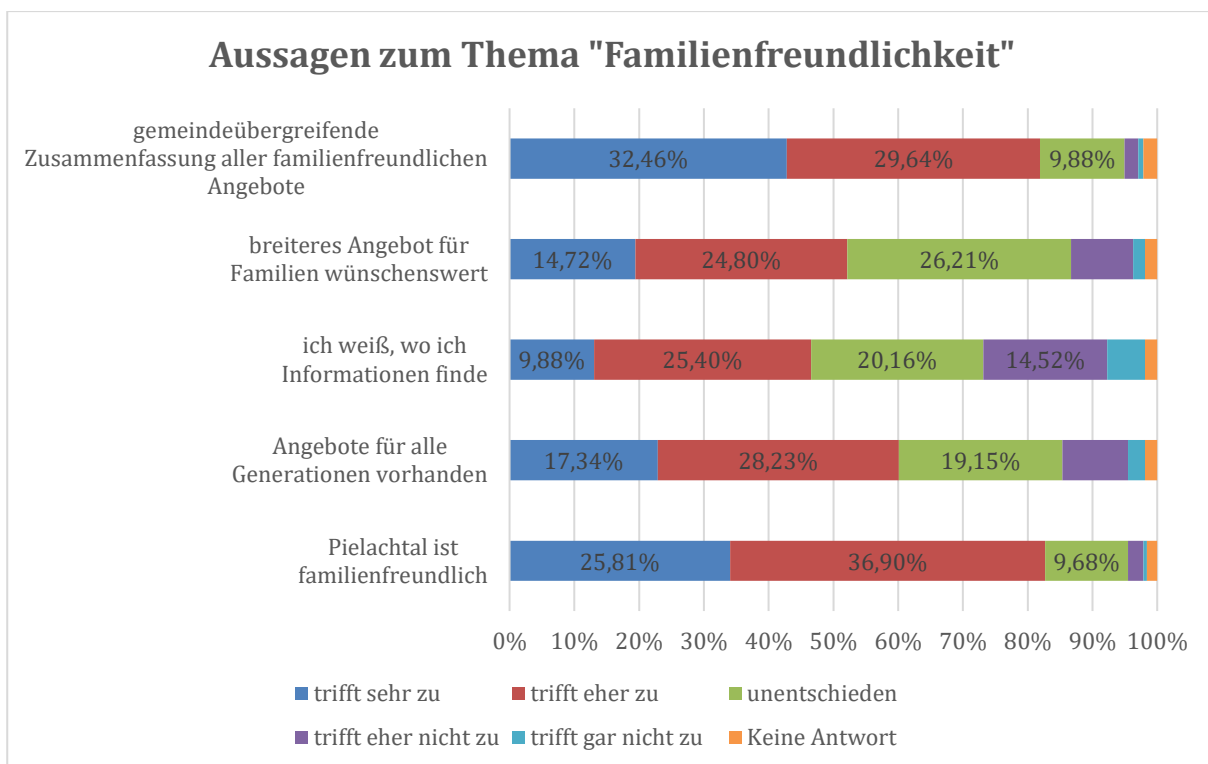
Die Pielachtaler:innen sind aber sehr regionsbewusst, was Einkäufe betrifft – fast 90% stimmen der Aussage „Ich achte auf Einkäufe in der Region“ eher zu bzw. sogar sehr zu (35%).

Eine bessere Übersicht über das regionale Angebot ist für über 80% wünschenswert.

In Sachen online-Shops kann das Pielachtal noch nachholen – 30% sind unentschieden, mehr als 40% sagen, dass es keine guten online-Shops im Pielachtal gibt.

#### 4.5. Familienfreundlichkeit

- Die Region Pielachtal ist familienfreundlich.
- Es gibt für alle Generationen entsprechende Angebote im Pielachtal.
- Ich weiß, wo ich Informationen über Angebote und Unterstützungsleistungen finde.
- Ich wünsche mir ein breiteres Angebot für Familien im Pielachtal.
- Eine gemeindeübergreifende Zusammenfassung aller familienfreundlichen Angebote im Pielachtal wäre sinnvoll.

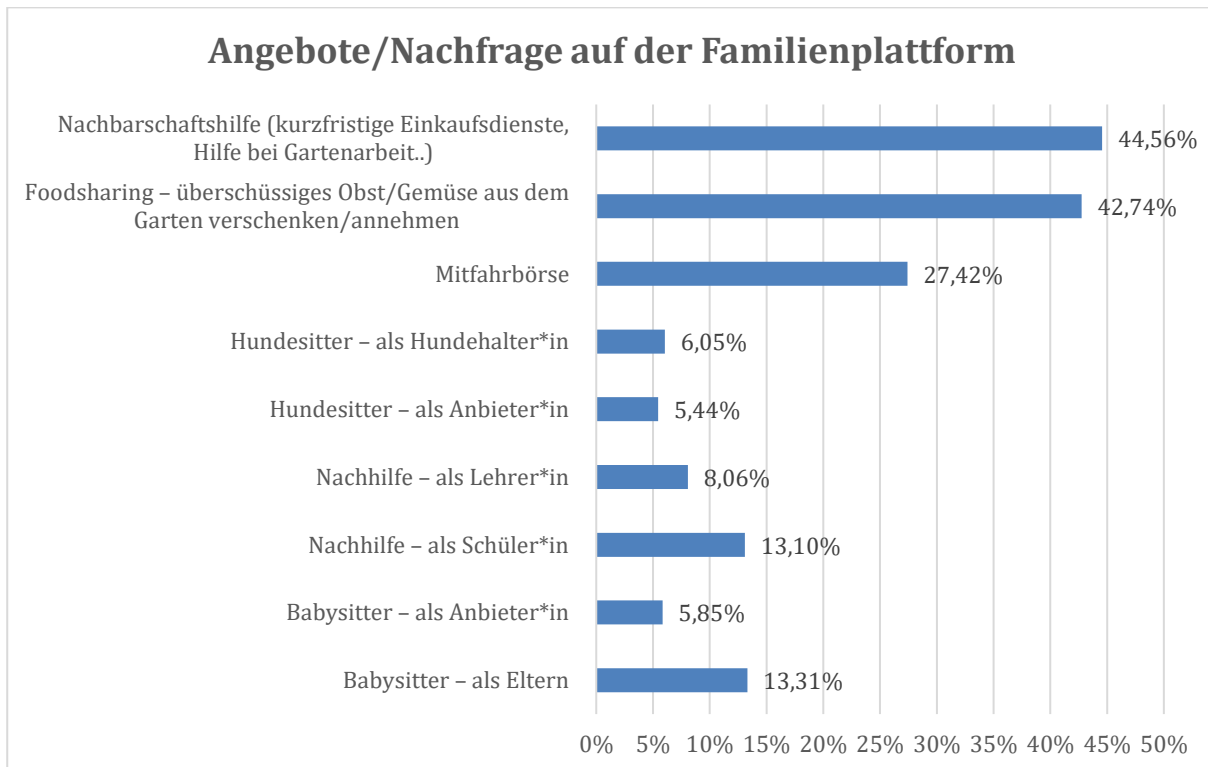


Im Themenbereich „Familienfreundlichkeit“ sind die Zustimmungswerte zu den Aussagen fast durchweg am höchsten, das Pielachtal wird als familienfreundlich angesehen, es gibt Angebote für alle Generationen. Im Bereich „Information“ kann durchaus nachgelegt werden, nicht alle wissen, wo sie Informationen finden. Eine gemeindeübergreifende Zusammenfassung aller familienfreundlichen Angebote würde sehr gut angenommen, wie es die Zustimmungswerte (über 60%) vermuten lassen.

Ein sehr konkretes Projekt – die „Familienplattform“ – gibt es bereits aus dem Maßnahmenplan der Zertifizierung zum Audit familienfreundliche Region. Dieses wurde im Zuge der Befragung ebenfalls zur Bewertung gestellt, die Befragten konnten damit die Projektidee detaillieren.

Die Familienplattform soll grob gesagt „Angebot und Nachfrage in unterschiedlichsten Bereichen“ zusammenbringen.

Die Befragten wurden gebeten, die Bereiche anzukreuzen, die sie in diesem Zusammenhang interessieren würden bzw. die sie auch nutzen würden.



Interessant ist, dass vor allem die Bereiche Nachbarschaftshilfe und Foodsharing auf weit größeres Interesse stoßen als die „klassischen“ Themen Nachhilfe und Babysitter-Dienste.

Durch einen Ausbau der Familienplattform (die noch einen griffigeren Namen sucht) auf diese Bereiche verspricht sich eine größere Reichweite des Produkts.

Nach **weiteren Themenbereichen** gefragt, wurden diese genannt (Achtung, kein Anspruch auf „Machbarkeit“ im Rahmen der geplanten Plattform):

- Saatgut / Jungpflanzen / Ablegerbörse
- Hobby-Angebote – Beachvolleyball, Fußball
- „Pielachtaler willhaben“ für Kinderkleidung, Fahrzeuge, Geräte...
- Flohmarkt
- Veranstaltungen, Projekte für Kinder, zB. auch Pielachuferreinigung
- Kurzzeitpflege
- Werkzeug ausleihen
- Fahrtendienste, Unterstützungsleistungen, Pensionistentreffen
- Handwerker
- Essen auf Rändern

- Technische Hilfe (Hilfe beim Kauf bis kleine Reparaturen)
- Selbsterntefeld
- Naturführer für Jung und Alt, „Reiseführer“ zum Kennenlernen der eigenen Region
- Omadienst, Opadienst
- Kindertreffen, Kinderturnen, sportliche oder musikalische Förderung von Kindern
- Lesen üben für Volksschulkinder, auch Vorlesen
- Reinigungsdienste

#### 4.6. Weitere Themen

Die Teilnehmer:innen konnten in einer offenen Frage alle für sie wichtigen Themengebiete ansprechen und nutzten diese Möglichkeit sehr intensiv.

Die Themen werden hier nach einer Auflistung der am öften genannten Antworten geclustert wiedergegeben, eine Auflistung aller wörtlichen Aussagen kann dem excel File, das dieser Auswertung zugrunde liegt, entnommen werden.

#### Die am öftesten genannten Antworten themenübergreifend:

Radweg Laubenbachmühle - Loich	14
Ausbau Radwege	11
Ausbau MTB Strecken	8
Glasfaserbaubau, Digitalisierung vorantreiben	7
Gastronomie ausbauen, verbessern, modernisieren	6
weniger verbauen	6
Spiel - und Bewegungsräume ausbauen	5
nicht nur auf Tagestourismus setzen	4
Direktvermarktung biologischer Lebensmittel	3
nachhaltiges Tourismusangebot (Bio-Hotels, Pensionen, Workshoplocations in- und outdoor)	3
Übernachtungsmöglichkeiten für Rundwanderweg	3
Wanderwege ausbauen und vernetzen	3
Primärversorgungszentrum	3
alt werden und sein im Pielachtal	3
betreutes Wohnen ausbauen	3

#### Thematisch geclustert, ergibt sich folgendes Bild

Wirtschaft, Tourismus	Nennungen
Glasfaserbaubau, Digitalisierung vorantreiben	7
Gastronomie ausbauen, verbessern, modernisieren	6
nicht nur auf Tagestourismus setzen	4
Direktvermarktung biologischer Lebensmittel	3
nachhaltiges Tourismusangebot (Bio-Hotels, Pensionen, Workshoplocations in- und outdoor)	3
Übernachtungsmöglichkeiten für Rundwanderweg	3
Arbeitsplätze schaffen	2

Förderung von regionalem Kleinhandel  
 Fachgeschäfte ansiedeln  
 Betriebsansiedlung  
 mehr große Supermärkte  
 Pielach-Taler (eigene Währung)  
 24h Selbstbedienungs-Regionalmärkte  
 Ortsbildverschönerung als Aushängeschild  
 Co-Working Space  
 Webcam in Kirchberg  
 Campingplätze  
 Veranstaltungen und Werbeaktivitäten zum Thema Dirndl  
 touristische Nutzung verstärken

Wege	Nennungen
Radweg Laubenbachmühle - Loich	14
Ausbau Radwege	11
Ausbau MTB Strecken	8
Wanderwege ausbauen und vernetzen	3
Beschilderung Radweg	
Richtlinien/Maßnahmen Wanderer/Radfahrer - Grundbesitzer	

Natur, Naturschutz	Nennungen
mehr Naturschutz, Bienenwiesen	2
Renaturierung der Pielach	2
mehr Bäume	
mehr Grünflächen	
naturbelassener Wald	

Kinder, Jugend	Nennungen
Begegnungsräume im Freien	2
Bildung	2
Jugendarbeit verstärken	
Ideensammlung bei Jugendlichen	
Feriencamps mit Fokus Natur	
öffentliche Wickeltische	
höhere Schule fehlt	
Ausbau der Kinderbetreuung	
Jugendlichen mehr Heimat, österr. Kultur und Regionalität beibringen	
Digitalisierung von KIGA und Schule	

Mobilität, Verkehr	Nennungen
nachhaltiges Verkehrskonzept	2
Verkehrsberuhigung in den Ortszentren	2
mehr Verkehr auf die Schiene	
mehr Nahverkehr zwischen den Gemeinden	
überregionales Gesamtverkehrskonzept	

MZB Haltestelle Kirchberg Süd  
 Verkehrssicherheit B39  
 Schutzwege, sichere Wege  
 autofreie Tage  
 Mobilität im Alter sicherstellen  
 Schnellstraßenanbindung  
 Fußgängerampeln bei Zebrastreifen

Freizeit, Kultur	Nennungen
Spiel - und Bewegungsräume ausbauen	5
Ausbau und Erhalt der Freizeitangebote	2
Vereinswesen - Freiwillige gewinnen	2
Sportmöglichkeiten	
Skatepark	
Spielplatz mit Naturmaterialien	
Freibäder renovieren	
kleiner Tierpark mit Tieren der Region	
Klettergärten, Boulderräume	
Bademöglichkeiten	
Disco	
altes Handwerk erhalten, Workshops anbieten	
Getränkebrunnen	
Weihnachtsmärkte sollen wieder Weihnachtsmärkte sein	

Visionen	Nennungen
Muster ÖKO Region	
Muster Bio Region	
gemeinsames Kulturprojekt	
ausgefallene, mutige Projekte!	
Radiosender Pielachtal	
eigenes Autokennzeichen für die Region	

Gesundheit, soziales, Demografie	Nennungen
Primärversorgungszentrum	3
alt werden und sein im Pielachtal	3
betreutes Wohnen ausbauen	3
Barrierefreiheit	2
mehr Fachärzte	
Community Nurse	
psychologische Arbeit	
Tagesstätte für Senior*innen	
Projekte für schwächere Menschen der Gesellschaft (Antlashof)	

Energie, Ressourcen, Boden	Nennungen
weniger verbauen	6
mehr E-Ladestationen	2

Energieautarkie	2
weniger Bodenversiegelung	2
Leerstände nutzen	
Förderung von PV + Speicher	
Blackout Vorsorge	
Bauzwang	
Wasser sparen	
biologisch bauen/sanieren	

### **gemeindespezifisches**

Kirchberger Ziele besser markieren  
Spielplatz in Rabenstein  
Rad- und Gehwegverbindungen in Kirchberg  
Verkehrsplanung Umfahrung, Parkplatzmanagement

### **sonstiges**

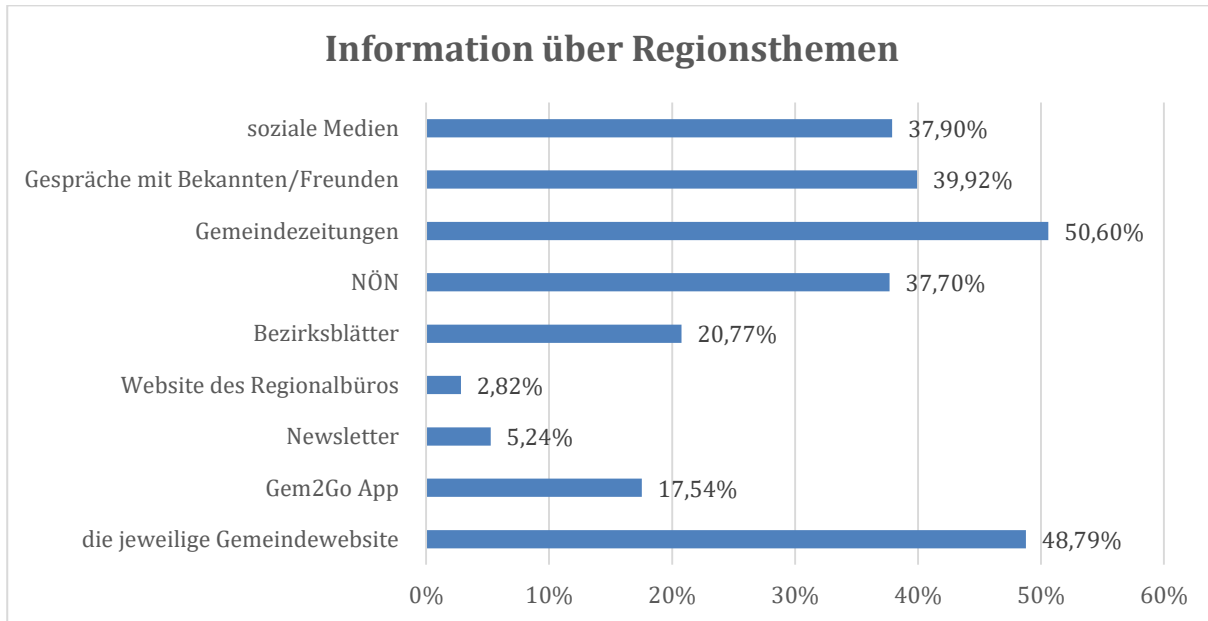
mehr Präsenz der Exekutive  
dörfliche Struktur erhalten  
Wohnraumschaffung muss mit Infrastrukturschaffung einher gehen  
Spielplätze und Parkplätze bei Wohnbauten



## 5. Information, Kommunikation und Beteiligung

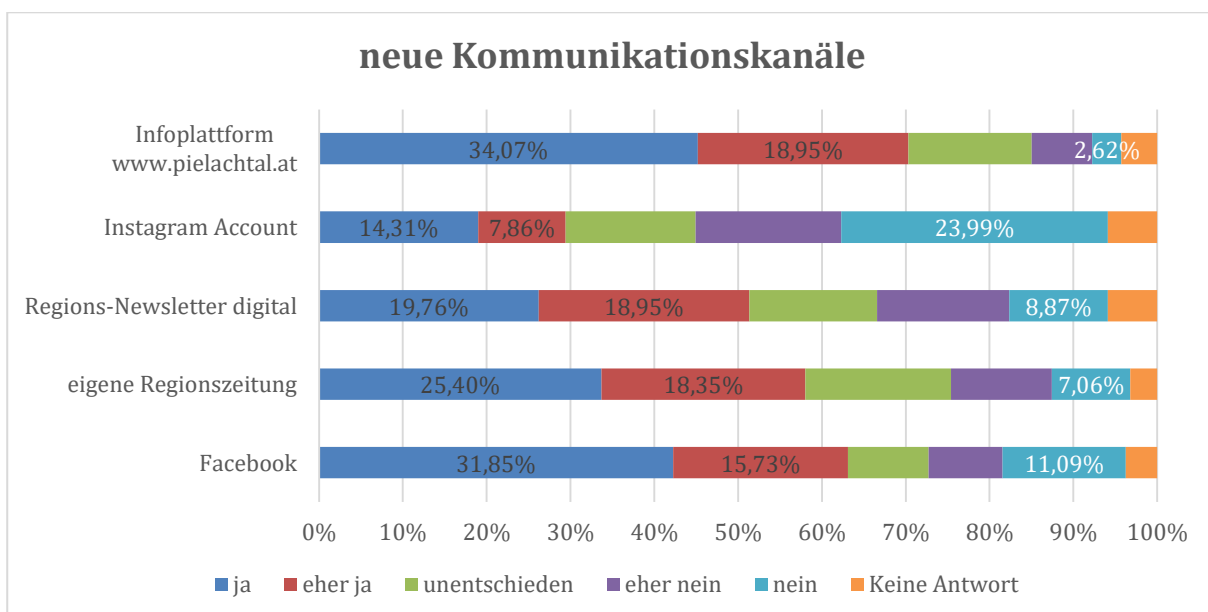
Abschließend wurden die Teilnehmer:innen noch gebeten, die für sie wichtigsten Informationskanäle, die sie derzeit nutzen bzw. gerne nutzen würden, bekannt zu geben.

Informationen beziehen die Teilnehmer:innen derzeit vor allem aus den lokalen Medien – den jeweiligen Gemeindezeitungen bzw. Gemeinewebsites. Die Website des Regionalbüros ist mit 2,82% sehr unterdurchschnittlich genutzt.



Weitere Informationskanäle sind die Diskussionsgruppe „Rabenstein Live“ auf Facebook, Suchen im Internet, Pielachtal.online und die Tourismuswebsite [www.pielachtal.info](http://www.pielachtal.info).

Die Grafik zu „möglichen neuen Kommunikationskanälen“ zeigt, dass eine ausgebaute Infoplattform durchaus auf Interesse stoßen würde, auch eine Facebookseite bzw. eine Regionszeitung wären interessant:



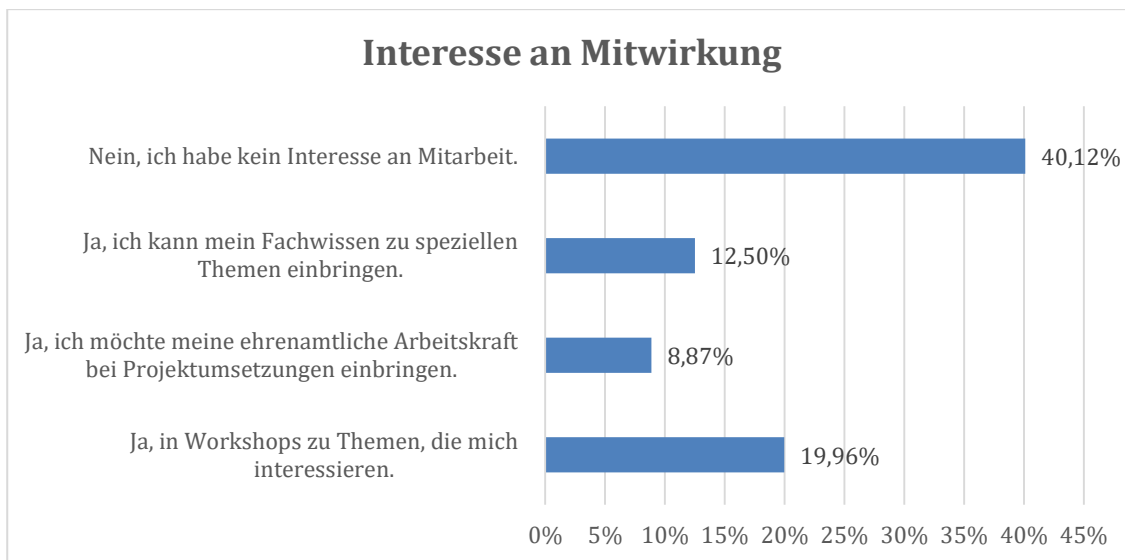
### 5.1. **Interesse an Beteiligung**

16 Personen haben sich zur Mitarbeit im Rahmen des Strategieprozesses gemeldet.

Zwei Fragen zur Art der Beteiligung und zu den Voraussetzungen, die gegeben sein müssten, damit Mitwirkung an Projekten interessant ist, schlossen die Befragung ab:

#### **Haben Sie Interesse an der Mitwirkung an Projekten?**

- Ja, in Workshops zu Themen, die mich interessieren.
- Ja, ich möchte meine ehrenamtliche Arbeitskraft bei Projektumsetzungen einbringen.
- Ja, ich kann mein Fachwissen zu speziellen Themen einbringen.
- Nein, ich habe kein Interesse an Mitarbeit.



#### **Unter welchen Voraussetzungen würden Sie sich bei Projekten einbringen?**

- Es müsste ein Thema sein, das mich interessiert.
- Ich möchte persönlich darauf angesprochen werden.
- Ich möchte laufend Informationen über Projekte in der Region erhalten.
- Ich würde mich selbstständig bei Interesse melden.
- Ich möchte selbst einen Nutzen daraus ziehen können.
- Ich möchte Kontakt zu anderen Interessierten knüpfen können.
- Ich möchte eine Anerkennung (nicht finanzieller Art) für meine Arbeitsleistung erhalten.
- Ich möchte mich nicht einbringen.

