



# Kleinregionaler Strategieplan 2021 – 2025

Kleinregion Wagram

**Datum:** Mai 2022

**Periode:** 2021 – 2025

NÖ.Regional.GmbH

Mag. Monika Heindl, MBA

## Inhalt

<b>1. Vorwort</b> .....	<b>3</b>
<b>2. Bezug zu den kleinregionalen Themenfeldern</b> .....	<b>4</b>
<b>3. Beschreibung der Kleinregion</b> .....	<b>5</b>
3.1. Festlegung des Gebiets und Beschreibung der Gebietscharakteristik.....	5
3.2. Bestehende Strategien / Konzepte.....	9
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 .....	13
4.3. Darstellung des Entwicklungsbedarfs für die nächsten 4 Jahre .....	13
<b>5. Detaillierter Strategieplan 2021– 2025 (je Themenfeld)</b> .....	<b>15</b>
<b>6. Organisationsstruktur der Kleinregion</b> .....	<b>28</b>
6.1 Kurze Historie zur Kleinregion .....	28
6.1 Organisationsstruktur und Rechtsform .....	28
<b>7. Finanzierungsplan</b> .....	<b>30</b>
7.1. Basisbudget der Kleinregion.....	30
7.2. Basisbudget für Projekte .....	30
<b>8. Erarbeitungsprozess des Strategieplans</b> .....	<b>31</b>
<b>9. Erläuterung zum Strategieplan</b> .....	<b>32</b>

# 1. Vorwort

Wir haben wieder einen Meilenstein geschafft!

Mit der Ausarbeitung der Regionsstrategie für unsere Region Wagram ist es uns gelungen, klare Richtlinien und Ziele für die nächsten Jahre zu definieren.

Für eine positive Entwicklung ist es wichtig, fest in unseren Gemeinden verwurzelt zu sein, aber auch über den Tellerrand zu blicken. Es soll eine Identifikation mit der Region aufgebaut, weiterentwickelt und gestärkt werden.

Die in der Strategie enthaltene Aktionsfelder, welche für uns als Leitlinien dienen, sind Gesundheit und Soziales, Natur und Umwelt sowie Mobilität.

Die positive Entwicklung unserer Region in wirtschaftlicher, kultureller und sozialer Hinsicht soll für unsere Bürgerinnen und Bürger spürbar sein.

Für das große Engagement und die Mitarbeit bei der Erstellung und Erarbeitung der Strategie danke ich allen, die sich mit ihren Ideen und zukunftsweisenden Vorschlägen in dieses Projekt eingebracht haben. Ein besonderer Dank gilt unserer Betreuung durch die NÖ.Regional.GmbH, namentlich bei Mag. Monika Heindl, MBA, den Gemeindevertreterinnen und Gemeindevertretern.

Vernetzen – Zusammenarbeiten – Gutes bewahren – Neues ermöglichen – nachhaltig und generationsübergreifend! Region Wagram – Bewusst Region!

GGR Franz Aigner  
Obmann der Kleinregion Wagram

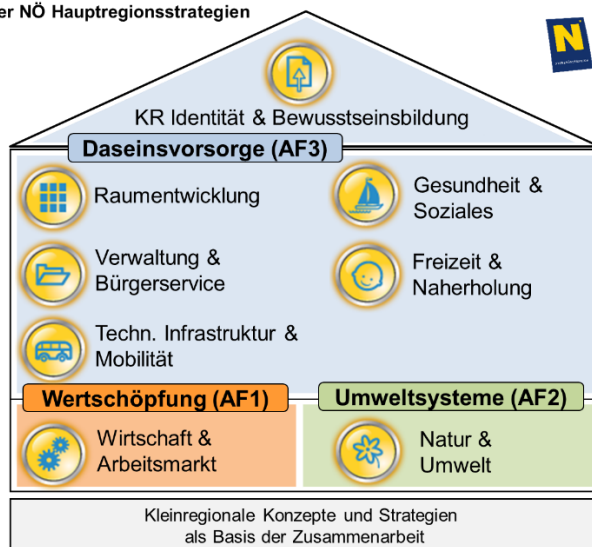


## 2. Bezug zu den kleinregionalen Themenfeldern

Die kleinregionale Zusammenarbeit basiert in Niederösterreich auf dem Prinzip der **Freiwilligkeit**. Ziel ist der Aufbau eines handlungsfähigen und langfristig stabilen Kooperationssystems 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 8 Themenfelder aus 3 Aktionsfeldern (Daseinsvorsorge; Wertschöpfung; Umweltsysteme) dienen dafür als niederösterreichweit einheitlicher Rahmen der inhaltlich-strategischen Arbeit innerhalb der Kleinregionen. Der Bezug zum LEK2035 sowie zur Hauptregionsstrategie 2024 wird über die Zuordnung zu den Aktionsfeldern 1 bis 3 hergestellt. (Weiterführende Informationen zur Hauptregionsstrategie 2024 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 **mind. 4 Jahre** ausgerichtet. Neben dem Thema „Identität und Bewusstseinsbildung“ wird im Strategieplan eine **Fokussierung auf max. 3 weitere Hauptthemen** vorgenommen, um eine erfolgreiche Umsetzung zu sichern. Die Festlegung der Schwerpunktthemen erfolgt unter Berücksichtigung der (klein-)regionalen Potentiale und der Einschätzung der AkteurInnen 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

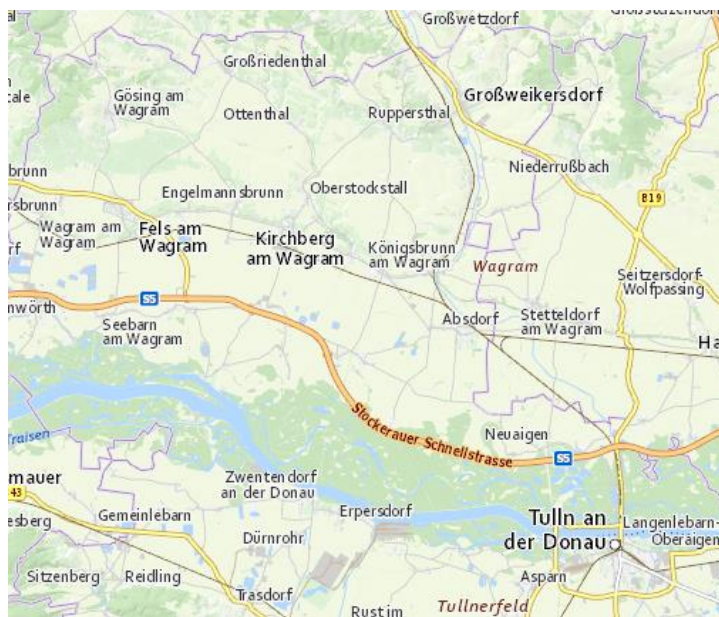
##### Das Gebiet / Mitgliedsgemeinden

Die „Kleinregion Wagram“ ist eine Kooperation der acht Wagram-Gemeinden (Absdorf, Fels, Grafenwörth, Großriedenthal, Großweikersdorf, Fels, Kirchberg, Königsbrunn, Stetteldorf) mit der Bezirks- und Gartenstadt Tulln. Die Region ist von Gegensätzen geprägt: zum einen begegnen sich der von Wein- und Ackerbau dominierte ländliche Raum des Wagrams und der kleinstädtische Raum der Gartenstadt Tulln. Die Donau trennt zwar geografisch, die Bezirksgrenze und das Arbeiten an gemeinsamen Tourismus-, Klima und Energie-, Klimawandelanpassungs- und Regionalentwicklungsprogrammen verbindet.

Insgesamt umfasst die Region eine **Fläche von 341km<sup>2</sup>** (davon sind rund zwei Drittel landwirtschaftlich genutzt und ca. 15% Wald - vor allem Auwald entlang der Donau). Die **Gesamtbevölkerung** betrug mit Stand 2020 **34.168** Personen.

##### Gebietscharakteristik

###### a) Verkehrserschließung



Die Region wird öffentlich durch die **Franz-Josefs-Bahn** der ÖBB erschlossen. Am Bahnknoten Absdorf zweigt die Bahnstrecke Richtung Gmünd ab. Weiters stellt die Schnellbahn über Stockerau eine gute Verbindung zu Wien dar. erschlossen. Über Tulln ergibt sich zusätzlich die Verbindung zum HL-Bahnhof Tullnerfeld und nach St. Pölten. Das Bahnnetz mit den **6 ÖBB-Haltestellen** in der Region sehr gut versorgt. Die am weitesten entfernte Katastralgemeinde ist 7 km von der nächsten Haltestelle entfernt. Die meisten befinden sich im Radius von 2-5 km, was den Ansatz für künftige Mobilitätskonzepte darstellt.

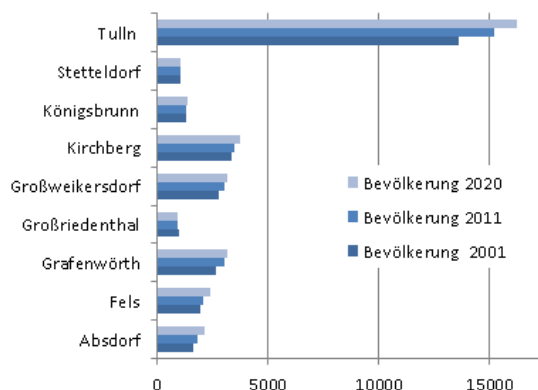
Zudem gibt es noch von **Busverbindungen**, die v.a. den Schülerverkehr bewältigen. Straßenmäßig führt die **Stockerauer Schnellstraße (S5)** mit ihren drei Abfahrten durch die Region.

## b) Bevölkerungsentwicklung

In der Bevölkerungsentwicklung zeigte sich in den letzten **20 Jahren** in den meisten Gemeinden der Kleinregion ein **Anstieg der Bevölkerung**, in Tulln dabei am deutlichsten (+ 19%).

### Bevölkerungsentwicklung 2001-2020

Gemeinde	Bevölkerung		
	2001	2011	2020
Absdorf	1605	1812	2150
Fels	1966	2096	2365
Grafenwörth	2615	3021	3171
Großriedenthal	984	941	916
Großweikersdorf	2786	3045	3187
Kirchberg	3341	3498	3710
Königsbrunn	1270	1330	1382
Stetteldorf	1021	1021	1057
Tulln	13.591	15.169	16230
<b>Kleinregion Wagram</b>	<b>29179</b>	<b>31933</b>	<b>34168</b>



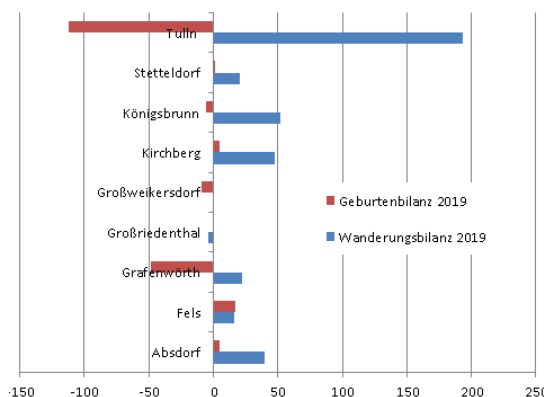
Quelle: Statistik Austria, Statistisches Handbuch NÖ 2020

In den kleineren Gemeinden um die 1000 Einwohner war die Entwicklung stagnierend (Stetteldorf, Königsbrunn) bis rückläufig (Großriedenthal).

Betrachtet man die Komponenten der Bevölkerungsveränderung so ist es vor allem die **positive Wanderungsbilanz**, die den Anstieg brachte. Ein Vergleich der Gemeinden 2019 zeigt in Tulln und Grafenwörth eine stärkere **negative Geburtenbilanz**.

### Wanderungs- und Geburtenbilanz 2019

	Wanderungsbilanz 2019	Geburtenbilanz 2019
Absdorf	40	5
Fels	16	17
Grafenwörth	22	-48
Großriedenthal	-4	0
Großweikersdorf	0	-9
Kirchberg	48	5
Königsbrunn	52	-6
Stetteldorf	21	1
Tulln	193	-112

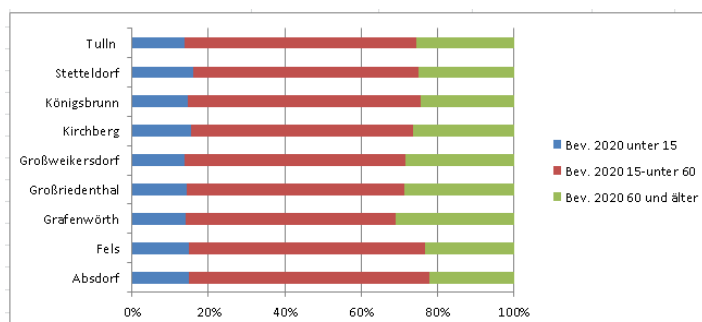


Quelle:

Statistik Austria, Statistisches Handbuch NÖ 2020

In der **Alterszusammensetzung der Bevölkerung 2020** ist in der Gemeinde Grafenwörth und Großriedenthal der Anteil der älteren Bevölkerung höher als vergleichsweise in den anderen Gemeinden.

	Bev. 2020 unter 15	Bev. 2020 15-unter 60	Bev. 2020 60 und älter
Absdorf	321	1352	477
Fels	350	1462	553
Grafenwörth	448	1738	985
Großriedenthal	132	521	263
Großweikersdorf	440	1845	902
Kirchberg	577	2156	977
Königsbrunn	202	841	339
Stetteldorf	170	622	265
Tulln	2219	9845	4166
<b>Kleinregion Wagram</b>	<b>4859</b>	<b>20382</b>	<b>8927</b>



## c) Wirtschaft & Arbeit

In der **Pendlerbilanz** der Kleinregion zeigte **2018** beinahe ein Gleichgewicht von Ein- und Auspendlern. Tulln ist mit seiner ausgeprägten tertiären Wirtschaftsstruktur ein wichtiger regionaler Arbeitsort und weist die höchste Einpendlerzahl (9094) auf.

Erwerbstätige am Wohnort & Pendlerstatistik 2018				
	Erwerbstätige am Wohnort	Auspendler	Einpendler	Erwerbstätige am Arbeitsort
Absdorf	1.129	907	293	515
Fels	1.290	1.022	221	489
Grafenwörth	1.577	1.195	576	958
Großriedenthal	487	319	32	200
Großweikersdorf	1.642	1.264	341	719
Kirchberg	1.855	1.364	491	982
Königsbrunn	712	564	164	312
Stetteldorf	550	423	71	198
Tulln	8.194	4.094	9.094	12.384
<b>Kleinregion Wagram</b>	<b>17.436</b>	<b>11.152</b>	<b>11.283</b>	<b>16.757</b>

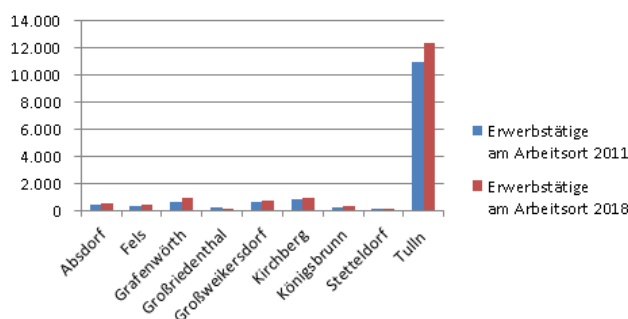
Quelle: Statistik Austria

Pendlerströme 2018						
	Auspendler	Einpendler	Nicht-Pendler	Gem.binnenpendler	Einpendler aus Bez. Tulln	Auspendler nach Wien
Absdorf	907	293	108	114	261	414
Fels	1.022	221	150	118	81	322
Grafenwörth	1.195	576	167	215	157	276
Großriedenthal	319	32	134	34	16	91
Großweikersdorf	1.264	341	180	198	74	543
Kirchberg	1.364	491	244	247	245	505
Königsbrunn	564	164	76	72	101	191
Stetteldorf	423	71	88	39	28	172
Tulln	4.094	9.094	536	2.751	3.687	2.510
<b>Kleinregion Wagram</b>	<b>11.152</b>	<b>11.283</b>	<b>1.683</b>	<b>3.788</b>	<b>4.650</b>	<b>5.024</b>

**Fast ein Drittel** der Erwerbstätigen findet **Arbeit vor Ort oder in der eigenen Gemeinde**. weniger als ein Drittel (29%) fährt zur Arbeit nach Wien. Mit der steigenden Bevölkerung in der Region ging auch ein Anstieg der **Erwerbstätigen am Arbeitsort** Hand in Hand. Die Zahl der Erwerbstätigen am Arbeitsort stieg vor allem in Tulln an, wohl bedingt durch neue Arbeitsplätze in neu angesiedelten Forschungs- und Bildungseinrichtungen und Firmen.

### Erwerbstätige am Arbeitsort 2011 - 2018

	Erwerbstätige am Arbeitsort 2011	Erwerbstätige am Arbeitsort 2018
Absdorf	478	515
Fels	373	489
Grafenwörth	675	958
Großriedenthal	211	200
Großweikersdorf	618	719
Kirchberg	901	982
Königsbrunn	287	312
Stetteldorf	174	198
Tulln	10.947	12.384
<b>Kleinregion Wagram</b>	<b>14.186</b>	<b>16.757</b>



Quelle:

Statistik Austria, Statistisches Handbuch NÖ 2020

Bei den **landwirtschaftlichen Betrieben**, die **2011** in der Region anzutreffen waren (neuere Zahlen fehlen bislang), ist von einer weiteren Abnahme auszugehen, die durch den Generations- und Strukturwandel in der Landwirtschaft bedingt ist. Während bei den **nichtlandwirtschaftlichen Arbeitsstätten** (siehe Tulln) die Zahl zugenommen haben dürfte.

	Nichtlandw. Arbeitsstätten 2011	Landw. Betriebe 2010
Absdorf	99	30
Fels	88	125
Grafenwörth	167	105
Großriedenthal	36	106
Großweikersdorf	171	104
Kirchberg	240	157
Königsbrunn	70	50
Stetteldorf	69	46
Tulln	1280	79
<b>Kleinregion Wagram</b>	<b>2220</b>	<b>772</b>

**Tourismus:** In den letzten 10 Jahren ist die Zahl der **Übernachtungen in Fremdkünten** mit Ausnahme von Fels kontinuierlich angestiegen; von 2017-2019 um **20%**. Tulln ist dabei der Standort mit der besten touristischen Infrastruktur. Ein konsequentes touristisches Marketing, viele Angebote und vor allem das Gartenfestival „GreenArt“ brachten in Tulln 2018 einen beachtlichen Zuwachs.

	2011	2015	2019
Fels	123	52	68
Grafenwörth	76	102	197
Kirchberg am W.	112	114	167
Tulln	113	105	141

Quelle: Statistik Austria, Tourismusstatistik

	2017	2018	2019
Fels	1.938	1.781	1.816
Grafenwörth	6.003	5.052	5.510
Kirchberg am W.	4.036	5.027	4.755
Tulln	94.687	116.136	113.712
<b>Kleinregion Wagram</b>	<b>104.726</b>	<b>127.996</b>	<b>125.793</b>

Quelle: Statistisches Handbuch NÖ 2020, 2019, 2018

Von den insgesamt **944 Gästebetten der 48 Beherbergungsbetriebe** in der Region Wagram sind 734 in Tulln zu finden. Zusätzlich bietet der Campingplatz im Ort noch 480 weitere Übernachtungsplätze. Die durchschnittliche Bettenauslastung liegt in Tulln über dem Bezirks- und Landesschnitt, ebenso bei der Anzahl der Betten auf 1000 Einwohner.

	Betriebe	Betten	durchschn. Auslastung	Betten auf 1000 Ew.
Fels	8	51	14	21,9
Grafenwörth	5	86	22	26,9
Kirchberg am W.	10	73	27	20,0
Tulln	25	734	37	45,5
<b>Region Wagram</b>	<b>48</b>	<b>944</b>		
Bezirk Tulln			33	24,2
NÖ			35	41,5

Quelle: Statistik Austria, Tourismusstatistik

Bei den **Ankünften und Übernachtungen** zeigt sich ein hoher Anteil von ausländischen Gästen. Über 60% der Übernachtungen in Tulln entfielen auf Ausländer, was sich sicherlich auch auf eine höhere Reichweite des Tullner Marketings zurückführen lässt. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer liegt in Tulln und in der Region im Kurzurlaubsbereich von 1-3 Tagen.

	Ankünfte gesamt	Ankünfte Ausländer absolut	Ankünfte Ausländer in %	Übernachtungen gesamt	Übernachtung en Ausländer absolut	Übernachtung en Ausländer in %	durchschn. Aufenthalt in Tagen
Fels	949	241	25,4	1.816	587	32,3	1,9
Grafenwörth	3.712	816	22,0	5.510	1.654	30,0	1,5
Kirchberg am W.	2.921	661	22,6	4.755	1.639	34,5	1,6
Tulln	51.162	29.415	57,5	113.712	70.109	61,7	2,2
<b>Kleinregion Wagram</b>	<b>58.744</b>	<b>31.133</b>	<b>53,0</b>	<b>125.793</b>	<b>73.989</b>	<b>58,8</b>	<b>1,75</b>

Quelle: Statistisches Handbuch NÖ 2020



### 3.2. Bestehende Strategien / Konzepte

- Hauptregionsstrategie NÖ-Mitte 2014-2024
- LEADER-Strategie Donau NÖ Mitte 2022-2027 in Ausarbeitung
- Tourismusstrategie 2015-2020 (Genuss Aktiv am Wagram)
- Tourismusstrategie Tulln 2025
- Gemeinsames Regionales Entwicklungskonzept der sechs Wagramgemeinden
- Programme der Klima- und Energiemodellregion & Klimawandelanpassungsregion Wagram

### 3.3. Übersicht an raumrelevanten örtlichen Grundlagen

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

<b>Anwendung raumrelevanter (örtlicher) Programme, Instrumente &amp; Planungstools in den Einzelgemeinden</b>										
<b>Kurzerläuterung zu den abgefragten Tools:</b>	<b>Programme, Instrumente &amp; Planungstools</b>									
<b>A) <u>Energieausweis für Siedlungen</u></b> Abschätzung des Energieaufwandes für Siedlungsvarianten <b>B) <u>ELAS-Rechner</u></b> Energetische Langzeit-Analysen von Siedlungsstrukturen <b>C) <u>NÖ Infrastrukturkostenkalkulator (NIKK)</u></b> Kosten-Nutzen-Abschätzung von Siedlungserweiterungen <b>D) <u>NÖ Flächenmanagement-Datenbank (FMD)</u></b> => oder <b>vergleichbares Tool</b> für aktives Flächenmanagement <b>E) <u>Örtliches Entwicklungskonzept (ÖEK)</u></b> <b>F) <u>Bebauungsplan</u></b> <b>G) <u>örtliches Mobilitätskonzept</u></b> <b>H) <u>örtliches Grünraumkonzept</u></b> <b>I) <u>Vertragsraumordnung</u></b> <b>J) ... (weiteres)</b>	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
	Energieausweis	ELAS - Rechner	NIKK	FMD	Örtliches Entwicklungskonzept (ÖEK)	Bebauungsplan	Mobilitätskonzept	Grünraumkonzept	Vertragsraumordnung	::
<b>Anwendung in Einzelgemeinden</b>										
Gemeinde Absdorf					X	X			X	
Gemeinde Fels					X				X	
Gemeinde Grafenwörth					X				X	
Gemeinde Großriedenthal					X				X	
Gemeinde Großweikersdorf					X				X	
Gemeinde Kirchberg a.Wagram					X	X			X	
Gemeinde Königsbrunn					X				X	
Gemeinde Stetteldorf					X				X	
Gemeinde Tulln					X	X			X	
<b>Σ Summe</b>					<b>9</b>	<b>3</b>			<b>9</b>	

## 4. Analyse des Entwicklungsbedarfs

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

Ergebnisfokus des KR Strategieplans 2016 - 2020																		
N°	Themenfeld sowie Projektbezeichnung (inkl. Farbcode)	Farbcode - Umsetzung lt. KR-Strategie *)				Hauptumsetzung über				Jahr(e) der Umsetzung				Art(en) der Finanzierung				
		plannäßig	modifiziert	neu	Nicht umgesetzt	Basisarbeit	Impulsprojekt	Extern	selbstorganisiert	2016	2017	2018	2019	2020	Keine Kosten	Eigenmittel	Förderung (KREF...)	Sonstiges
<b>Aktionsfeld - Daseinsvorsorge (AF3)</b>																		
<b>KR Identität, Bewusstseinsbildung</b>																		
1	Neudefinition der Identität unter Einbezug von Zugezogenen und des kreativen Potentials der Region	x				x	x				x	x				x	x	
2	Einbindungs- und Kennenlern-Maßnahmen für Zugezogene		x			x					x	x			x	x		
3	Regionskarte mit Angeboten (digital/analog)		x			x							x		x			
4	Regionaler Heurigenkalender	x							x		x	x	x		x		x	
5a	Natur-, Kunst- & Kreativangebote-Führer (Wagramakademie)		x			x							x		x	x		
5b	Gastro- & Freizeit-, Einkaufs- (reg. Produkte) übersicht (digital)		x						x									x
6	Regionales Beschilderungslayout	x				x		x			x	x				x	x	
7	Regionales Wanderwegenetz aufgebaut und kommuniziert	x				x		x					x		x	x		
8	Homepage der Region mit Unterseiten Regionalentwicklung/ KEM/KLAR/Tourismus aufgebaut	x				x		x			x	x	x	x	x			
<b>Verwaltung und Bürgerservice</b>																		
1	Verwaltungskooperationen		x			x			x			x			x			
2	Erfahrungsaustausch über Bürgerservice im Sozial- & Gesundheitsbereich		x			x			x			x			x			
3	Bürgerbeteiligung und andere partizipative Methoden kommen zur Stärkung des sozialen Zusammenhalts		x						x		x		x		x			x

	in Gemeinden der Region verstärkt zum Einsatz.																		
4	Das Potenzial der ZuwandererInnen (In-/Ausland) wird als standortrelevanter positiver Faktor betrachtet & entsprechend gestaltet				X					X	X	X	X	X	X		X		X
5	Breitband-Mitverlegungen				X					X							X		
6	Breitband-Ausbau			X					X						X	X			
<b>Aktionsfeld – Wertschöpfung (AF1)</b>																			
<b>Wirtschaft und Arbeitsmarkt</b>																			
1	Eine regionale Energieunternehmensgemeinschaft nach dem Tullner Modell ist in der Region kommuniziert und die Voraussetzungen dazu initiiert.		X						X	X					X				X
2	Ein regionales AST mit E-Fahrzeugen und Speisung mit erneuerbarer Energie aus der Region (E-Tankstellen) ist initiiert und die Vorarbeiten in die Wege geleitet.		X						X	X				X	X				X
3	Vernetzungen mit Forschungs-, Entwicklungs- & Ausbildungseinrichtungen mit Gemeinden und Region sind genutzt		X						X				X	X	X	X			X
4	Gemeinden haben bedarfsorientierte Forschung in Anspruch genommen		X		X				X				X	X			X		
5	Eine Vernetzung der Kreativwirtschaft ist erreicht		X		X	X						X	X				X		X
6	Ausgewählte für den Tourismus geeignete Themen (Natur- & Vogelwelt, Kunstschaffen & Kreativwirtschaft) wurden in ihren Entwicklungschancen gemeinsam beraten und gegebenenfalls in Initialphasen in Kooperation mit der Tourismus-Destination Donau NÖ GmbH begleitet	X				X							X	X			X	X	
7	Die für die Region typischen Kulturlandschaften sind in Ausmaß und Beschaffenheit erhalten und zusätzliche Wertschöpfungsmöglichkeiten sind initiiert.	X				X							X	X			X		
8	Naturräume (z.B. der Auwald, Trockenrasen) mit ihrer Vielfalt	X				X			X				X	X			X	X	

	an regionalen Pflanzen- und Tierarten sind erhalten, in der Region kommuniziert und zusätzliche Wertschöpfung generiert.																			
<b>Aktionsfeld – Umweltsysteme (AF2)</b>																				
<b>Natur und Umwelt</b>																				
1	Erneuerbare Energie, CO2-Einsparung (Mobilität, Landwirtschaft)	x						x	x	x	x	x	x	x			x			x
2	Klimawandelanpassung (Wasserrückhalt, Beschattung)			x		x		x	x					x			x			x
2	<b>Summen</b>	9	12	2		14	2	9	13	2	8	10	12	15	5	18	6		10	
5	<b>realisierte Projekte</b>					<b>davon mit Hauptumsetzer</b>				<b>Projekte/a in Umsetzung</b>				<b>Finanz. Dimension</b>						

\*) Farbcodes der Umsetzung - lt. KR-Strategie: der Projektansatz / das Projekt wurde ...

Code 1 plangemäß realisiert

Code 2 in modifizierter Form realisiert

Code 3 neu hinzugekommen - im Umsetzungsprozess

Code 4 nicht realisiert

### Relevante, ergänzende Anmerkungen zu einzelnen Projekten

N° Projekt	Bezeichnung Projekt	Allfällige Anmerkungen
1-3	Themenfeld Identität: Neudefinition der regionalen Identität	Die Outputbereiche 1-3 wurden gemeinsam realisiert in Form des Projektes „My great place“
2	Einbindungs- und Kennenlernmaßnahmen für Zugezogene	Mit dem Regionsmagazin wird das Unentdeckte in der Region sichtbar gemacht - auch für die Zugezogenen; Eine eigene Projektentwicklung mit einer Zusammenstellung von Willkommensmaßnahmen kam nicht zustande.
3	Regionskarte mit Angeboten	Kam in Form einer Online-Karte mit dem Eintrag von Erlebnispunkten und dem Angeboten im Einzugsbereich dieser Punkte zustande. Im Zuge des Wanderwegenetzes wird es eine weitere analoge und digitale Darstellung des Routennetzes und des Angebotes rundherum geben.
5a-5b	Ein regional abgestimmter Heurigen-/Gastro- und Naturführungs-, Kulturkalender inkl. Kunsthandwerk & regionaler Produkte	Der Output 5 im Themenfeld Identität wurde als gesonderter regionaler Heurigenkalender umgesetzt, ein Naturführungs- und Kulturführungsangebote als analog/digitales Programm „Wagramakademie“ realisiert und das Gastro-Anbot findet sich digital auf der touristischen Unterseite ( <a href="http://www.donau.com/de/wagram/">www.donau.com/de/wagram/</a> ) der Regionshomepage.

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

### Erläuterung zur Wirkung des KR Strategieplans sowie Erkenntnisse für die Folgeperiode :

#### **Wirkung:**

Die Strategie schaffte einen Rahmen für Zielsetzungen. Manche Projekte waren schon konkret planbar, andere mussten erst durch Kreativität entwickelt und umgesetzt werden. So z.B. gelangte das Identitätsprojekt My great place Wagram \_Tulln entlang einer Idee von Monika Heindl erst durch viele Vorgespräche zum tatsächlichen Format der Umsetzung.

Insgesamt lebte die Umsetzung der strategischen Ziele stark von den Experten in der Region und von der synergetischen Herangehensweise aller vier Säulen der Region (Tourismus, Regionalentwicklung, KEM, KLAR).

Neue Akzente wurden gesetzt in Form der Zusammenarbeit mit den Vogelkundlern der Region, Angebote wurden systematisiert und gebündelt in Form der Wagramakademie und der Natur und Landschaft verstärkte Aufmerksamkeit entgegengebracht.

#### **Erkenntnisse:**

Im KR Strategieplan ist die finanzielle Machbarkeitssituation mitunter nicht so planbar. Die zeitliche Komponente ist ebenfalls nicht immer punktgenau einzuschätzen.

Vielmehr erfüllt der KR-Strategieplan die Funktion einer Richtschnur, die aber in der Ausführung der einzelnen Umsetzungsschritte noch kreatives Potential erfordert.

## 4.3. Darstellung des Entwicklungsbedarfs für die nächsten 5 Jahre

### Übergeordnete Leitziele der Kleinregion für den Zeitraum 2021-2025

- a. Die erwarteten Bevölkerungszuwächse sollen in einer Kleinregion stattfinden, in der trotz Wachstum die Lebensqualität für die BewohnerInnen erhalten bleibt oder sogar ausgebaut wird.
- b. Deswegen streben die Gemeinden der Kleinregion Wagram gemeinsam ein moderates Wachstum mit einer behutsamen Siedlungsentwicklung und koordinierten Wirtschaftsräumen an
- c. Ein wesentliches Ziel ist es, über alle Themenschwerpunkte hinaus, die Zusammenarbeit der Gemeinden zu fördern und zu stärken sowie interkommunale Kooperationen weiterzuführen

### Auswahl von Themenfeldern für den Zeitraum 2021-2025

Aus den bisherigen Erkenntnissen und Analysen sowie aus der aktuellen, kleinregionalen Reflexion werden für den Zeitraum 2021 – 2025 folgende Themenfelder ausgewählt und bearbeitet:

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

- Kleinregionale Identität und Bewusstseinsbildung
- Raumentwicklung
- Gesundheit und Soziales

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

- Wirtschaft und Arbeitsmarkt

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

- Natur und Umwelt, nachhaltige Mobilität

→ wird im Rahmen der Programme der Klima- und Energiemodellregion (KEM) und der Klimawandelanpassungsregion Wagram (KLAR) behandelt

### Aufholbedarf der Region in den einzelnen Themenfeldern

Folgendes repräsentiert die Ergebnisse der Umfrage unter den Vorstandsmitgliedern, Gemeindemandataren und interessierten BürgerInnen:

**im Themenfeld Identität und Bewusstseinsbildung:**

- Engere Zusammenarbeit der Gemeinden
- Vernetzung der Akteure
- Tourismusentwicklung
- Außenwirkung
- Werbung
- Die Werbung für regionale Produkte und deren Erzeuger
- flächendeckend gastronomisches Angebot, auch wochentags
- offene Weinbaubetriebe für Besucher, Verkoster und Weineinkäufer
- Infrastruktur

**im Themenfeld Raumentwicklung:**

- Betriebsgebiete im Nahbereich von Gemeindegrenzen sollten zukünftig im Hinblick auf die Emissionen in Abstimmung mit der jeweiligen Nachbargemeinde entwickelt werden.
- Der Baugrundstückspreis ist extrem im Steigen. Maßnahmen zur Steuerung des Grundstückspreises in der Region wären erforderlich
- Wagramer Dörfer drohen auszufern. Dörfer sollen Dörfer bleiben.
- Baukultur wieder mehr beachten.

## 5. Detaillierter Strategieplan 2021– 2025

### 5.1. Themenfeld Identität und Bewusstseinsbildung -aus dem Aktionsfeld Daseinsvorsorge (AF 3)

#### Grundpositionierung bzw. strategische Stoßrichtung

Um die Identifikation von Gemeinden, Bevölkerung, (insbesondere auch Jugendlichen) und Organisationen mit ihrer Kleinregion zu stärken und zu erhöhen, soll eine zielgruppengerechte Ausgestaltung der Informations- und Kommunikationsinstrumente erfolgen und die Regionsstärken und typischen Merkmale der Region nach innen bzw. auch nach außen getragen werden.

#### Ziele

- Der Nutzen, der sich aus der interkommunalen Zusammenarbeit in den mehr als zwanzig Jahren des Bestehens der Kleinregion Wagram ergibt, wird weiter kommuniziert.
- Die Kleinregion ist Abstimmungs- und Aushandlungsplattform. Die in verschiedenen Themenbereichen tätigen AkteurInnen arbeiten kooperativ zusammen, um gemeinsam das Leitbild der Kleinregion umzusetzen.
- Erlebnisangebote und nachhaltige Mobilitätsangebot sind weiter ausgebaut und neue dazugehörige Partnerschaften mit kooperierenden Betrieben sind etabliert
- Die naturräumlichen Besonderheiten und Erlebnisangebote der Region sind der Bevölkerung vermittelt und werden von dieser angenommen und als Stärke wertgeschätzt.

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

- Stärkung der kleinregionalen Identität und Einheit
- Gut informierte GemeindevertreterInnen und –mitarbeiterInnen, die den Nutzen, der sich aus dem interkommunalen Zusammenschluss ergibt, erkannt haben, hinter dem Regionalentwicklungsverein stehen, über die Projekte und Angebote Bescheid wissen und diese Informationen an die Bevölkerung weitergeben
- Gut informierte Bevölkerung (generationenübergreifend)
- Das Natur- und Umweltbewusstsein ist gestärkt und bildet damit die Basis für den Erhalt der Natur- und Kulturlandschaft der Region.
- Die RegionsbewohnerInnen werden als Gast in der Region gesehen. Die touristischen Angebote sind für sie ebenso zur täglichen Freizeitgestaltung entwickelt und tragen zur Identifikation mit der Region bei.

## 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 (2025)
Outcome 1 (= Output lt. HRS)	3.1.2.1	Verwaltungskooperationen und Kooperationen im Bereich identitätsstiftender Maßnahmen sind aufgebaut und begleitet	Anzahl der Kooperationen zur Identität auf kleinregionaler Ebene	5	13	*
Output 1 lt. KR-Strategie		Bewusstmachen der Regionsstärken, Erlebnismöglichkeiten und typischen Merkmale	Steigerung der Suchabfragen um 20%; Verstärkte Nutzung der Angebote	0	1	Wert am Ende der Periode (KR-Ebene)
Output 2 lt. KR-Strategie		Verstärkte Nutzung regionaler und sozialer Kommunikationskanäle für Kommunikation nach innen und außen	Steigerung der in den Dialog tretenden RegionsbewohnerInnen um 20%	0	20	Wert am Ende der Periode (KR-Ebene)
Output 3 lt. KR-Strategie		Verstärkung des Dialog mit der Regionsbevölkerung durch Formate wie Umfragen, digitale Pinwand, Workshops, Gewinnspiele	Anzahl der durchgeführten Beteiligungsformate	1	4	
Output 4 lt. KR-Strategie		Weiterführung Wagramakademie und regionsinterne Vernetzung von AnbieterInnen im Kompetenzvermittlungsprogramm	Anzahl der vernetzten AnbieterInnen	10	15	x
Outcome 2 (= Output lt. HRS)	1.3.1.4	Weitere touristische Themen und Nischen wie z.B. Kongresstourismus/-management, Sommerfrische, Kulturtourismus inkl. Industriekultur/-tourismus sind weiterentwickelt.	Anzahl der begleiteten dokumentierten Initialprozesse	0	2	*
Output 1 lt. KR-Strategie		Umsetzung eines einheitlich beschilderten themenorientierten regionalen Wanderwegenetzes	Zahl des ausgewiesenen themenorientierten Wanderwegenetzes	0	1	Wert am Ende der Periode (KR-Ebene)
Output 2 lt. KR-Strategie		Aufbereitung von Kommunikationsmaterial (Karte, Folder) und Vermittlung des Wanderwege-Angebotes (online)	Anzahl der verschiedenen Vermittlungsmaterialien /-schienen	1	3	
Output 3 lt. KR-Strategie		Entwicklung von Gastgeberangeboten für RegionsbewohnerInnen (zum Kennenlernen der Regionsangebote)	Anzahl der Gastgeber-Modul-Bausteine	0	20	

• die vorliegende Kleinregionale Strategie liefert nur einen Teil des Outcomes der Hauptregion. Die Gesamtwirkung wird im HR-Fortschrittsbericht der NÖ.Regional.GmbH gesammelt dargestellt und wird daher an dieser Stelle nicht erhoben.



## Zeitplan für die Umsetzung der Projekte und Maßnahmen in diesem Themenfeld

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	Webseitenoptimierung und Contentpflege für Vermittlung der Regionsstärken (Angrbote für Naherholung, Freizeit, Produkte..)				x	x												
2	Strategischer Ausbau und Einsatz von Social Media Kanälen bei der Verwertung von bestehendem Content				x	x												
3	Aufbau eines regionalen Medienteams, das Content u Fotos zuliefert	x				x												
4	Ausbau des Bürger:innendialogs durch Umfragen, Gewinnspiele, Digitale Pinwand, Workshops				x	X												
5	Umsetzung eines einheitlich beschilderten themenorientierten regionalen Wanderwegenetzes				X		x											
6	Aufbereitung von Kommunikationsmaterial (Karte, Folder) und Vermittlung des Wanderwege-Angebotes (online)				X		x											
7	Entwicklung von Kennenlernangeboten (Gastgeberangebote) f. RegionsbewohnerInnen	x				x												
8	Wagramakademie– Weiterführung & Vernetzung von AnbieterInnen	x				x												
x																		
Σ	<b>Summen</b>	3	0	0	5	3	3	2	0	1	2	3	4	6	5	6	5	5
<b>8</b>	<b>... geplante Projekte mit ...</b>	... geplanter Kooperationsstufe				... geplanten Grobkosten				... geplantem Zeitraum der Umsetzung								

## 5.2. Themenfeld Raumentwicklung aus dem Aktionsfeld Daseinsvorsorge (AF 3)

### Grundpositionierung bzw. strategische Stoßrichtung

Um die Raumressourcen in der Kleinregion möglichst konfliktfrei und im Ausgleich aller bestehenden Nutzungsansprüche zu verwalten, bekennt sich die Region zum vorausschauenden und sparsamen Umgang mit dem begrenzten Gut Boden. In der Siedlungsentwicklung bekennt sich die Region zum Grundsatz „Innen vor außen“. Die landwirtschaftliche Selbstversorgung wird mit dem Schutz von wertvollen Agrarräumen sichergestellt. Wertvolle Grünräume werden erhalten, um das ökologische Gleichgewicht zu stärken. Betriebsgebiete mit höheren Emissionen werden interkommunal in Abstimmung mit den Nachbargemeinden entwickelt.

### Ziele

- Erhebung, Quantifizierung und Bewusstmachung von Innenpotentialen in den Ortskernen der Regionsgemeinden
- Kooperation und Unterstützung bei der Mobilisierung des innenliegenden Raumpotentials für Zwischen- und Neunutzungen
- Gemeindekooperation bei überörtlichen Betriebsgebietsentwicklungen werden fortgeführt
- Die naturräumliche Ausstattung und die Biodiversität in der Landschaft ist erhöht

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

- Anreize zur Baulandmobilisierung und Leerstandsnutzung sind geschaffen
- Die Notwendigkeit einer nachhaltigen, bodensparenden Flächennutzung ist im Bewusstsein der Bevölkerung etabliert
- Wertvolle Grünräumen sind weitgehend geschützt und werden weiterentwickelt
- Ein Gemeindedialog zu Bodenschutzfragen ist in Gang gesetzt

### Ergebnismatrix für das Themenfeld Raumentwicklung

Themenfeld – Raumentwicklung				NÖ-Mitte		
	Nummer	Bezeichnung	Indikator	Basis-Wert	Ziel-Wert	Ist-Wert (2025)
Outcome 1 (= Output lt. HRS)	3.1.1.4	<i>Innen vor Außen (z.B. Stadt- und Ortskernbelebung, etc.) kommt als Leitmotiv zum Einsatz, Boden wird als knappes Gut verstanden.</i>	<i>Anzahl der Gemeinden mit Aktivitäten/Maßnahmen mit Leitmotiv „Innen vor Außen“</i>	0	50	*
Output 1 lt. KR-Strategie		Erhebung von Leerständen in Ortszentren in Regionsgemeinden (inkl. KGs)	Anzahl der Erhebungen	1	6	Wert am Ende der Periode (KR-Ebene)
Output 2 lt. KR-Strategie		Bewusstseinsbildung Leerstandsnutzung als nachhaltiger Beitrag zum Bodensparen	Anzahl der Kampagnen	0	1	Wert am Ende der Periode (KR-Ebene)
Output 3 lt. KR-Strategie		Unterstützung von	Anzahl der Hauseigentümer-Stammtische	0	2	x

		Hauseigentümern zur Raumpotentialnutzung (Zwischennutzungen, Revitalisierung)				
Output 4 lt. KR-Strategie		kleinregionale Gemeindekooperation bei aktivem und nachhaltigem Bodenschutz	Anzahl der Gemeindetreffen	4	8	
Outcome 2 (= Output lt. HRS)	2.2.1.2.	Die für die Region typischen Kulturlandschaften sind in Ausmaß und Beschaffenheit erhalten.		0		*
Output 1 lt. KR-Strategie		Steigerung der Biodiversität durch Grünpflanzungen (Strauch, Baum)	Anzahl der Grünpflanzungen in der Landschaft / in Gewerbegebieten/ im Siedlungsraum	0	9.000	Wert am Ende der Periode (KR-Ebene)
Output 2 lt. KR-Strategie		Vermittlung nachhaltiger Schutz und erhaltende Pflege der wertvollen Lebensräume (Trockenrasen, Wiesen, Hohlwege) & erhaltenswerten Landschaftsteile	Anzahl der Vermittlungsaktionen	0	2	

- die vorliegende Kleinregionale Strategie liefert nur einen Teil des Outcomes der Hauptregion. Die Gesamtwirkung wird im **HR-Fortschrittsbericht der NÖ.Regional.GmbH** gesammelt dargestellt und wird daher an dieser Stelle nicht erhoben.

## Zeitplan für die Umsetzung der Projekte und Maßnahmen in diesem Themenfeld

Umsetzungsplan (Zeitplan, Kostenplan, Kooperationsintensität)																			
Themenfeld – Raumentwicklung													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	Erhebung von Leerständen in Ortszentren in Regionsgemeinden (inkl. KGs)			x		X													
2	Bewusstseinsbildung Leerstandsnutzung als nachhaltiger Beitrag zum Bodensparen	X				X													
3	Unterstützung von Hauseigentümern zur Raumpotentialnutzung (Zwischennutzungen, Revitalisierung)			X			X												
4	kleinregionale Gemeindekooperation bei aktivem und nachhaltigem Bodenschutz	x					X												
5	Steigerung der Biodiversität durch Grünpflanzungen (Strauch, Baum)		x					X											
6	Vermittlung nachhaltiger Schutz und erhaltende Pflege der wertvollen Lebensräume (Trockenrasen, Wiesen, Hohlwege) & erhaltenswerten Landschaftsteile	x				X													
<b>Σ</b>	<b>Summen</b>	3	1	2	0	3	2	1	0	2	3	4	2	3	3	4	2	2	1
<b>6</b>	<b>... geplante Projekte mit ...</b>	<b>... geplanter Kooperationsstufe</b>				<b>... geplanten Grobkosten</b>				<b>... geplantem Zeitraum der Umsetzung</b>									

\* Die 4 Intensitätsstufen der Kooperation inkl. Beispiele sind in Kapitel 9 erläutert.

### 5.3. Themenfeld Soziales aus dem Aktionsfeld Daseinsvorsorge (AF 3)

#### Grundpositionierung bzw. strategische Stoßrichtung

Um die Identifikation von Gemeinden, Bevölkerung, Organisationen mit ihrer Kleinregion zu stärken und zu erhöhen, soll eine zielgruppengerechte Ausgestaltung der Informations- und Kommunikationsinstrumente erfolgen und das Alleinstellungsmerkmal der Region nach innen bzw. auch nach außen getragen werden.

#### Ziele

- VerantwortungsträgerInnen in den relevanten Themenbereichen vernetzen sich.
- Für ZuzüglerInnen sind Formate zum „Andocken“ geschaffen
- Angebote für alle Lebensphasen sind in den Regionsgemeinden erhoben und für die RegionsbewohnerInnen abrufbar
- Jugendliche können Angebote ortsübergreifend nützen und erhalten von den Gemeinden Herausforderungen, an denen sie ihre Potentiale zusammen mit anderen entwickeln können
- Möglichkeiten zum generationenübergreifenden Austausch sind geschaffen.

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

- Die kleinregionale Zusammenarbeit im Sozialbereich (Gesunde Gemeinde, Jugend- und Sozial-Gemeinderäte) ist etabliert und für die abgestimmte Weiterentwicklung von Angeboten gestärkt
- Einbindende Formate für Zuzügler erleichtern die Eingliederung und das Engagement in der Wohngemeinde
- Jugendliche können ihre überschaubare Wohnsitzgemeinde als Experimentierfeld für ihre eigene Potentialentfaltung erleben.
- Der generationenübergreifende Dialog sichert und bereichert Fähigkeiten und Wissen in der Region

#### Ergebnismatrix für das Themenfeld Soziales

Themenfeld – Soziales				NÖ-Mitte		
	Nummer	Bezeichnung	Indikator	Basis-Wert	Ziel-Wert	Ist-Wert (2025)
Outcome 1 (= Output lt. HRS)	3.6.1.2.	Das Potenzial der ZuwandererInnen (In-/Ausland) wird als standortrelevanter positiver Faktor betrachtet und entsprechend gestaltet.	Anzahl der Projekte/Maßnahmen mit/für Zuwanderer	0		*
Output 1 lt. KR-Strategie		Zuzügler integrieren - Entwicklung zeitgemäßer Formate zum Kennenlernen & Vernetzen (Grätzelfest, nachhaltige Netzwerke..)	Anzahl der Formate in der Region	2	6	Wert am Ende der Periode (KR-Ebene)

Outcome 2 (= Output lt. HRS)	3.6.1.5.	Es gibt Maßnahmen zur Einbindung von Kindern und Jugendlichen und zur Förderung des Generationendialogs.	Anteil Kinder und Jugendlicher in Beteiligungsprozessen			*
Output 1 lt. KR-Strategie		Potentiaentfaltung von Jugendlichen (Herausforderung & Verantwortung übernehmen)	Anzahl der Projekte, wo Jugendliche die Organisation in der Gemeinde übernehmen	1	4	
Output 2 lt. KR-Strategie		Kooperation bei Mobiler Jugendarbeit (=Gemma) für kleine Gemeinden	Anzahl der Gemeinden mit mobiler Jugendarbeit			
Output 3 lt. KR-Strategie		Generationendialog: Jung & Alt vermitteln Kompetenzen	Anzahl der Maßnahmen	0	1	
Output 4 lt. KR-Strategie		Vernetzung Sozial- und Jugendgemeinderäte	Zahl der Vernetzungstreffen	1	4	
Output 5 lt. KR-Strategie		Erhebung und Vermittlung von Angeboten für alle Lebensphasen	Online Familienkalender			
Output 6 lt. KR-Strategie		Weiterentwicklung & Verbund der Angebote für alle Lebensphasen in d. Region	Anzahl der Familienaudits in Gemeinden	1	4	
Output 6 lt. KR-Strategie		Unterstützung und Vernetzung von Initiativen für ein nachhaltiges Leben (Reparieren, Teilen, Tauschen..)	Anzahl der Vernetzungstreffen	1	3	
Outcome 3 (= Output lt. HRS)	3.6.1.4.	Es gibt Maßnahmen zur „Aktivierung Älterer“ und zur Förderung des Generationendialogs.	Anzahl kommunaler Prozesse mit gezielten Workshops/Maßnahme			
Output 1 lt. KR-Strategie		Entwicklung von seniorenaktivierenden Initiativen zur Vereinsamungsprävention (Spiel-,Fitness-,Hobby-, Zeittauschgruppen)	Anzahl der Initiativen	1	3	
Output 2 lt. KR-Strategie		Unterstützung beim Aufbau v. Grünpatenschaften für öffentliches Grün	Anzahl der Gemeinden mit Grünpatenschaftsmodellen	2	4	
Output 3 lt. KR-Strategie		Vernetzung der Gesunde Gemeinde - Beauftragten	Anzahl der Vernetzungsrunden	0	3	

## Zeitplan für die Umsetzung der Projekte und Maßnahmen in diesem Themenfeld

Umsetzungsplan (Zeitplan, Kostenplan, Kooperationsintensität)														
Themenfeld - 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	Zuzügler integrieren - Entwicklung zeitgemäßer Formate zum Kennenlernen & Vernetzen (Grätzelfest, nachhaltige Netzwerke..)	x				x								
2	Potentialentfaltung von Jugendlichen (Herausforderung & Verantwortung übernehmen)	x				x								
3	Kooperation bei Mobiler Jugendarbeit (=Gemma) für kleine Gemeinden			x				x						
4	Generationendialog: Jung & Alt vermitteln Kompetenzen		x			x								
5	Vernetzung Sozial- und Jugendgemeinderäte	x				x								
6	Erhebung und Vermittlung von Angeboten für alle Lebensphasen	x					x							
7	Weiterentwicklung & Verbund der Angebote für alle Lebensphasen in d. Region			x			x							
8	Initiierung & Vernetzung von Initiativen für ein nachhaltiges Leben (Reparieren, Teilen, Tauschen..)	x				x								
9	Entwicklung von seniorenaktivierenden Initiativen zur Vereinsamungsprävention (Spiel-,Fitness-,Hobby-, Zeittauschgruppen)	x				x								
10	Unterstützung beim Aufbau v. Grünpatenschaften für öffentliches Grün		x				x							
11	Vernetzung der Gesunde Gemeinde - Beauftragten	x				x								
<b>Σ</b>	<b>Summen</b>	7	2	2	0	7	3	1	0	1	0	0	3	3
<b>11</b>	<b>... geplante Projekte mit ...</b>	<b>... geplanter Kooperationsstufe</b>				<b>... geplanten Grobkosten</b>				<b>... geplantem Zeitraum der Umsetzung</b>				

\* Die 4 Intensitätsstufen der Kooperation inkl. Beispiele sind in Kapitel 9 erläutert.

#### 5.4. Themenfeld – Wirtschaft und Arbeit aus dem Aktionsfeld Wertschöpfung (AF 2)

##### Grundpositionierung bzw. strategische Stoßrichtung

Die Wertschöpfung der Betriebe und Institutionen aller Sektoren in der Region basiert zu einem ansehnlichen Teil auf die Verstärkung der Versorgung und des Absatzes auf kurzem Weg im Umkreis der Region und ist somit treibhausgasreduzierend ausgerichtet. Die Produktionen orientieren sich an regionaler Kreislaufwirtschaft und zielen zu einem steigenden Anteil auf Ressourcenschonung ab. Pendelwege werden durch die Bekanntmachung von regionalen Jobs vermindert, bestehende mit nachhaltiger Mobilität zurückgelegt.

##### Ziele

- Die regionale Wertschöpfung und Energieautarkie durch Energieproduktion in Kommunen Betrieben und Privathaushalten ist gesteigert
- Die landwirtschaftliche Wertschöpfung ist durch den gestiegenen Absatz von regionalen Produkten in der und angrenzend an die Region erhöht
- Die Wertschöpfung im Tourismus ist gesteigert. Die Weiterentwicklung des Tourismus im Sinne der Nachhaltigkeit ist nachvollziehbar.
- Die Betriebe in der Region sind in Richtung Schonung der Ressourcen Boden, Luft, Wasser als Grundlage für künftige wirtschaftliche Tätigkeit (CO2-Bilanz) sensibilisiert und aktiviert
- Die Bewusstseinsbildung, Vernetzung und Information in Bezug auf den regionalen Arbeitsmarkt ist im Laufen

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

- Stärkung der regionalen Betriebe in den Sektoren Landwirtschaft, Tourismus, Handwerk, Gewerbe und deren Wertschöpfung
- Ausrichtung auf nachhaltige Produktion und Kreislaufwirtschaft
- Gut über den lokalen Arbeitsmarkt informierte Bevölkerung (besonders Bereich des Arbeitseinstiegs)

##### Ergebnismatrix für das Themenfeld Wirtschaft und Wertschöpfung

Themenfeld - Wirtschaft und Wertschöpfung				NÖ-Mitte		
	Nummer	Bezeichnung	Indikator	Basis-Wert	Ziel-Wert	Ist-Wert (20xx)
Outcome 1 (= Output lt. HRS)	1.3.1.1.	Es gibt neue Angebotsprodukte in Abstimmung mit dem Tourismusleitbild NÖ und den Destinationen Donau NÖ				*
Output 1 lt. KR-Strategie		Erarbeitung von Angeboten für den ökologischen Tourismus (Anreise, Erlebnisangebote..) (Garten, Natur, Handwerk..) in Kooperation mit Betrieben (Landwirtschaft, Gewerbe.) / Institutionen /Vereinen	Anzahl der neu hinzugekommenen/aufbereiteten Erlebnisangebote	0	5	Wert am Ende der Periode (KR-Ebene)



Output 2 lt. KR-Strategie		Vernetzungsplattform für Gastronomen und Beherberger zu relevanten Themen	Anzahl der Vernetzungstreffen	0	3	Wert am Ende der Periode (KR- Ebene)
Outcome 2 (= Output lt. HRS)	1.1.2.2.	Arbeitskräfte für Handwerksbetriebe werden durch entsprechenden Maßnahmen gesichert.				*
Output 1 lt. KR-Strategie		Lehrstellen-Dialog mit regionalem Gewerbe /& Industrie – Bedarfsklärung für regionale Kooperation	Anzahl der Dialoge	0	2	Wert am Ende der Periode (KR- Ebene)
Output 2 lt. KR-Strategie		Plattform für Lehrstellen /Praktika / Ferialjobs f. Jugendliche	Digitale Plattform	0	1	
Outcome 3 (= Output lt. HRS)	1.4.2.1.	Die Vermarktung regionaler Lebensmittel für Endverbraucher und Gastwirt ist forciert und gestärkt.				*
Output 1 lt. KR-Strategie		Steigerung der Versorgung mit regionalen Lebensmitteln / Bio- Essen in Gastro/ KG/Schulen/ bei Veranstaltungen..	Anzahl der initiierten Versorgungsströme	0	3	

•die vorliegende Kleinregionale Strategie liefert nur einen Teil des Outcomes der Hauptregion. Die Gesamtwirkung wird im **HR-Fortschrittsbericht der NÖ.Regional.GmbH** gesammelt dargestellt und wird daher an dieser Stelle nicht erhoben.

## Zeitplan für die Umsetzung der Projekte und Maßnahmen in diesem Themenfeld

Umsetzungsplan (Zeitplan, Kostenplan, Kooperationsintensität)																			
Themenfeld - Wirtschaft und Wertschöpfung												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	Erarbeitung von Angeboten für den ökologischen Tourismus (Anreise, Erlebnisangebote..) (Garten, Natur, Handwerk..) in Kooperation mit Betrieben (Landwirtschaft, Gewerbe.) / Institutionen / Vereinen			X			X												
2	Vernetzungsplattform für Gastronomen und Beherberger zu relevanten Themen	X				X													
4	Lehrstellen-Dialog mit regionalem Gewerbe /& Industrie – Bedarfsklärung für regionale Kooperation	X				X													
5	Plattform für Lehrstellen /Praktika / Ferialjobs f. Jugendliche			X			X												
6	Steigerung der Versorgung mit regionalen Lebensmitteln / Bio-Essen in Gastro/ KG/Schulen/ bei Veranstaltungen..	X				X													
<b>Σ</b>	<b>Summen</b>	3	0	2	0	1	2	2	0	0	0	0	2	3	2	5	3	3	3
<b>6</b>	<b>... geplante Projekte mit ...</b>	<b>... geplanter Kooperationsstufe</b>				<b>... geplanten Grobkosten</b>				<b>... geplantem Zeitraum der Umsetzung</b>									

## 5.5. Themenfeld – - Natur und Umwelt aus dem Aktionsfeld Umweltsysteme (AF

Wird innerhalb der bereits genehmigten KEM- und KLAR Programme abgearbeitet. Die jeweils aktuell gültigen Arbeitsprogramme finden sich unter: [kem.regionwagram.at](http://kem.regionwagram.at) und [Klar.regionwagram.at](http://klar.regionwagram.at)

- Erhöhung der lokalen und regionalen Selbstversorgung mit Energie ( Blackoutvorsorge, Energiegemeinschaften, Smartes Wohnen)
- Bausteinmodelle für BürgerInnenbeteiligung bei nachhaltigen Projekten (z.B. PV-Anlagen)
- Nachhaltige Nutzung von gewerblichen Parkplätzen für Stromproduktion (PV, Beschattung)
- Grünräume in Gewerbearealen (Fassaden- Dachbegrünungen, Baumpflanzungen)
- Unterstützung bei Nachnutzungen von leerstehenden Gewerbeflächen und Industriebrachen
- Förderung aktiver Mobilität (Radfahren und zu Fuß gehen)
- Ausbau des Radwegenetzes (z.B. Anbindung jeder KG zum nächsten Bahnhof– Rad-Förderschiene: Erschließung im ländlichen Raum)
- Bewerbungsaktionen fürs Alltags- Radfahren ( z.B. 1-5 km–Erreichbarkeitsradius – „Waldidistanz“ Regionssternfahrt, Radl-Pass etc. )
- Beratung zur Verwendung von E-Car, E-Rad und E-Lastenrad (Einkaufsberatung, Aktionen, Tests, Sammelbestellungen etc.)
- Abstellplätze & Ladeinfrastruktur für E-Car, E-Rad und E-Lastenrad - Unterstützung in Analyse, Ausbau & Bewerbung
- Umweltfreundlich zu Schule und Kindergarten (SchulGehBus, Elternhaltestelle, sichere Radwege zur Schule....) -- Unterstützung bei Realisierung & Bewusstseinsaktionen
- Veranstaltungsshuttle für ÖV-Anreise ausgehend von Bahnhöfen in der Region - Unterstützung der Realisierung
- Gemeinschaftliche Mobilitätsformen für letzte Meile (Car-Sharing, Gemeindebus..)
- Nachhaltige Nutzung von gewerblichen Parkplätzen für Stromproduktion (PV, Beschattung)
- Grünräume in Gewerbearealen (Fassaden- Dachbegrünungen, Baumpflanzungen)
- Unterstützung bei Nachnutzungen von leerstehenden Gewerbeflächen und Industriebrachen
- Bausteinmodelle für BürgerInnenbeteiligung bei nachhaltigen Projekten (z.B. PV-Anlagen)
- Erhöhung der lokalen und regionalen Selbstversorgung mit Energie ( Blackoutvorsorge, Energiegemeinschaften, Smartes Wohnen)

## 6. Organisationsstruktur der Kleinregion

### 6.1 Kurze Historie zur Kleinregion

1999 erfolgte die Gründung des Vereins Tourismus und Regionalentwicklung Region Wagram durch die Gemeinden Absdorf, Fels, Grafenwörth, Großriedenthal, Großweikersdorf, Kirchberg, Königsbrunn. Im Oktober 2002 trat die Gemeinde Stetteldorf, 2006 die Stadtgemeinde Tulln dem Verein bei. Der Verein „Tourismus und Regionalentwicklung Region Wagram“ bezweckt (lt. Statuten i.d.g.F., Kapitel 2.1) die Unterstützung einer nachhaltigen, regionsgerechten und umfassenden Entwicklung der Region. Schwerpunkte dabei sind folgenden Bereiche: Tourismus, Landwirtschaft, Verkehr, Gewerbe, Gemeinde/Stadtentwicklung, Kultur, Bildung, Sport, Ökologie und Energie.

Die Aufgaben und Ziele des Vereins (lt Kapitel 3.1 der Statuten) sind neben anderen:

eine ausgewogene, abgestimmte und qualitätsorientierte Entwicklung der Bereiche (siehe Pkt. 2.1.) durch

- Vernetzung der Aktivitäten
- Interkommunale Zusammenarbeit
- Ausrichtung auf ein stärkengerechtes regionales Leitbild
- Stärkung der regionalen Identifikation der Bevölkerung
- Gezielte Nutzung nationaler und internationaler Erfahrungen

### 6.2 Organisationsstruktur und Rechtsform

**Rechtsform:** Verein seit 2005 (ZVR-Zahl 410578846)

Adresse: 3470 KIRCHBERG AM WAGRAM | MARKTPLATZ 44 | 0664/1011436 | [OFFICE@REGIONWAGRAM.AT](mailto:OFFICE@REGIONWAGRAM.AT)

**Vorstandsmitglieder:** mit 2 jähriger Funktionsperiode (Stand: Wahl am 25.5.2022)

Obmann:	GGR Franz Aigner (Gem. Kirchberg)
Obmann-Stellvertreterin:	STR Elfriede Pfeifer
Obmann-Stellvertreter	Vbg Leopold Weinlinger
Obmann-Stellvertreter	GGR Hannes Zimmermann
Schriftführer:	GR Herbert Groiss
Schriftführer-Stellvertreter:	GR Raimund Mann
Kassier:	Friedrich Ploiner
Kassier-Stellvertreter:	Bgm Franz Schneider

Arbeitskreisleitungen: koptiert in den Vorstand

AK Tourismus	Eva Mörwald
AK Heimatforschung	Fritz Ploiner
AK Wagrambibliothek	Michaela Koller
AK Wagramer Nuss	Stefan Solich
AK Natur und Landschaft	Wolfgang Pegler
AK Landwirtschaft	Mathias Holzer

### 6.3. Organigramm



[Redacted text block]

[Redacted text block]

|

[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]

|

[Redacted text block]

|

[Redacted text block]

|

[Redacted text block]

[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]

## 8. Erarbeitungsprozess des Strategieplans

- Herbst 2020 Einzelgespräche mit Regions-Bürgermeister

zusammen mit KEM/KLAR Manager DI Stefan Czamutzian mit zur Auslotung der Themenfelder für die neue Strategie

- Jänner Februar 2021: Vorgespräche zur Strategieerstellung

mit Obmann Franz Aigner und KEM/KLAR Manager DI Stefan Czamutzian; Reflexionsgespräche

- März 2021: Ausarbeitung der Online-Umfrage

- April, Mai 2021 Durchführung und Auswertung der Online-Umfrage

Aussendung an Vereinsvorstand, Amtsleiter Gemeindemandatäre (aus dem Sozialbereich, Jugend, Freizeit) und Energiebeauftragte der Regionsgemeinden mit Fragen zu 5 Themenbereichen

- Juni 2021 Präsentation der Ergebnisse der Umfrage

vor dem Vorstand; & Abschlussbericht zur Strategie 2016-20

- Juni 2021 Strategie-Workshop 1 — virtuell

Identität & Kommunikation und Wertschöpfung (Tourismus, Regionale Produkte u. Angebote) Soziales, Gesundheit, Jugend

Teilnehmer:innen: Vorstandsmitglieder und Mandatar:innen; interessierte Bürger:innen aus den Gemeinden

- Juli 2021 Strategieworkshop 2 –virtuell

Themen: Verwaltungskooperationen und Energie / Umwelt – KEM/KLAR-Maßnahmen

Teilnehmer:innen: Vorstandsmitglieder Amtsleiter, Energiebeauftragte; interessierte Bürger:innen aus den Gemeinden

- Sept. 2021 – Mai 2022

Regionale Leitplanung – in der Leitplanungsregion Tulln / Wagram

- Februar, März und Mai 2022

Beratungsscheck Strategie - Social Media Strategie

- Mai 2022

Fertigstellung Strategie, Präsentation vor Vorstand, Beschlussfassung

## 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