

Kleinregionaler Strategieplan 2016-2020 Kleinregion Marchfeld

Datum, März 2017

**Regionalberaterin DI Sylvia Hysek
NÖ.Regional.GmbH**

**Region Marchfeld
Obmann: LAbg. Bgm. René Lobner
Geschäftsführer: DI Johannes Nefischer**

Inhalt

1. VORWORT	3
2. BEZUG ZU DEN KLEINREGIONALEN STRATEGIEFELDERN	4
3. KURZINFORMATION ZUR KLEINREGION	5
3.1. Mitgliedsgemeinden, Einwohnerzahl, Entstehungsgeschichte.....	5
3.2. Lage der Kleinregion	6
3.3. Struktur der Kleinregion (Organisationsform, Gremien/Organe).....	6
3.4. Bestehende Strategien/Konzepte	7
3.5. Bisherige Kooperationsschwerpunkte/Zielsetzungen aus der Vergangenheit	8
4. BESCHREIBUNG DES STRATEGIEPROZESSES	9
5. KLEINREGIONALER STRATEGIEPLAN 2016-2020	10
5.1. Aktionsfeld Daseinsvorsorge – Schwerpunkt-Themenfelder.....	11
5.1.1. Kleinregionale Identität und Marketing	11
5.1.2. Themenfeld Technische Infrastruktur und Mobilität	12
5.1.3. Themenfeld Freizeit und Naherholung	13
5.1.4. Themenfeld Raumentwicklung	14
6. WIRKUNGSMATRIX AUF EBENE DER KLEINREGION	15
6.1. Kleinregionale Identität & Marketing /Aktionsfeld Daseinsvorsorge	15
6.2. Technische Infrastruktur und Mobilität /Aktionsfeld Daseinsvorsorge	16
6.3. Freizeit und Naherholung /Aktionsfeld Daseinsvorsorge	18
6.4. Raumentwicklung /Aktionsfeld Daseinsvorsorge	19
7. ZEIT- UND FINANZIERUNGSPLAN	20
7.1. Zeitplan	20
7.2. Finanzierungsplan.....	22
8. ANHANG	23
8.1. Beschluss der Kleinregion.....	23

1. VORWORT



Als Obmann der Kleinregion Marchfeld ist es mir ein besonderes Anliegen, das Zusammengehörigkeitsgefühl in der Region und die daraus resultierenden Kooperationen in den 23 Mitgliedsgemeinden weiter zu stärken, um die Ziele, die sich der Regionalverband Marchfeld gesetzt hat, gemeinsam zu erreichen.

Die Kleinregion hat sich durch die optimale Lage zwischen den beiden Metropolen Wien und Bratislava zu einer attraktiven Wohnregion entwickelt. In diesem Zusammenhang sind wir natürlich auch mit vielen Herausforderungen konfrontiert.

So ist die Region einem enormen Siedlungsdruck ausgesetzt, da der Bezirk zu den schnellst wachsenden Bezirken in Niederösterreich zählt, und wir somit immer wieder gefordert sind, neue Lösungen zu finden. Auch das große Verkehrsaufkommen stellt eine große Belastung für die Gemeinden entlang der Hauptverkehrsachsen dar.

Wir wollen uns diesen Herausforderungen gemeinsam stellen, um den Marchfelder/innen auch in Zukunft eine lebenswerte Region bieten zu können.

Aufbauend auf die bisherige Zusammenarbeit und mit den Ergebnissen der aktuellen Arbeitsgruppen im Rahmen der Bewerbung zur NÖ Landesausstellung 2021 haben wir die Weichen für die nächsten fünf Jahre gestellt und eine gemeinsame Strategie für die Kleinregion festgelegt. Sie soll helfen, Aufgaben der autonomen Gemeinden durch Kooperationen besser zu erledigen.

Die Kleinregion Marchfeld hat sich auch der Breitbandinitiative des Landes Niederösterreich angeschlossen und will künftig Glasfaserinternetanschlüsse für alle Haushalte und Betriebe ermöglichen. Dies macht die Region als Wohnort attraktiver und setzt neue Impulse für Wirtschaft und Arbeit in der Kleinregion.

Dem gesellschaftlichen und demographischen Wandel Rechnung tragend, wollen wir in unserer Region Natur, Landschaft und Erholungsraum erhalten und dennoch Wachstum und Vielfalt ermöglichen.

Starker Fokus wird auch auf die Mobilität der Zukunft gelegt, die bedarfsgerecht und leistbar sein muss. So sollen u.a. kurze Wege die Erreichbarkeit von Grundversorgung zu Fuß und per Rad sichern.

Für die Umsetzung der kleinregionalen Strategie wünsche ich uns, dass wir in den kommenden Jahren mit viel Energie und Erfolg gemeinsam für ein lebenswertes Marchfeld arbeiten.

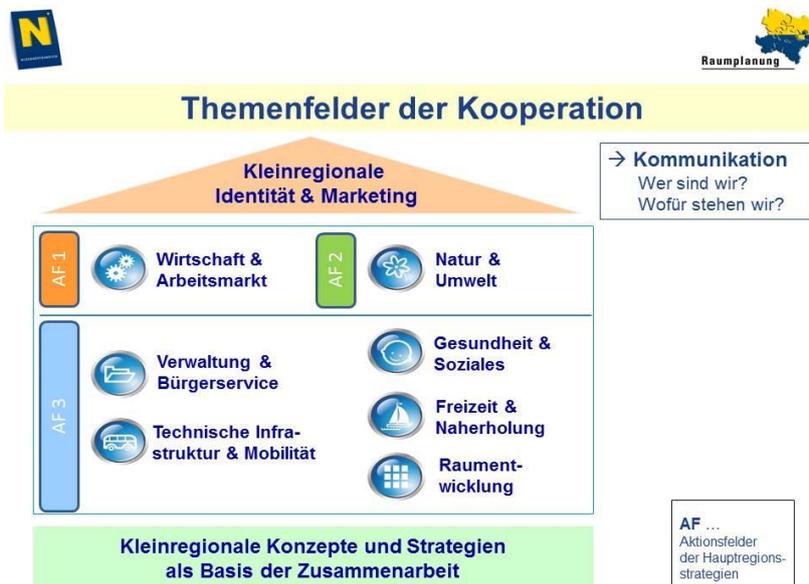
LAbg. Bgm. René Lobner

Obmann des Regionalverbands Marchfeld

2. BEZUG ZU DEN KLEINREGIONALEN STRATEGIEFELDERN

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

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



Quelle: Amt der NÖ Landesregierung, RU2

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

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

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

3. KURZINFORMATION ZUR KLEINREGION

3.1. Mitgliedsgemeinden, Einwohnerzahl, Entstehungsgeschichte

Bereits 2006 beschlossen die 23 Marchfeldgemeinden sich zur Kleinregion zusammen zu schließen. In den 23 Gemeinden der Region Marchfeld leben derzeit 62.853 Menschen. Mit einem Bevölkerungszuwachs von 15% zwischen 2004 und 2014 gehört die Region zu den dynamischsten Wachstumsregionen Niederösterreichs - wie auch ganz Österreichs.

Die Region erstreckt sich über 706km². Die größte Gemeinde ist Groß-Enzersdorf mit einer Katasterfläche von 84km², die kleinste Andlersdorf mit 6km². Die bevölkerungsreichsten Gemeinden sind Gänserndorf, Groß-Enzersdorf, Strasshof und Deutsch-Wagram.

Die Wachstumsregion profitiert von der Dynamik der Twin Cities Wien und Bratislava. Das Ziel ist es, auch weiterhin von dieser Gunstlage zu profitieren (Bevölkerungszuwachs, Infrastrukturprojekte, Siedlungsentwicklung, kulturelle Möglichkeiten etc.), aber auch unerwünschten Entwicklungen entgegenzusteuern.

Tabelle 1: Kleinregion Marchfeld: Aufstellung der beteiligten Gemeinden

	Bevölkerungszahl für das Finanzjahr 2017	Bevölkerungszahl für das Finanzjahr 2016	Veränderung in Zahlen	Fläche in km ²
Aderklaa	211	203	8	8,6
Andlersdorf	138	181	-43	5,9
Deutsch-Wagram	8.202	8.185	17	30,6
Eckartsau	1.245	1.224	21	49,0
Engelhartstetten	1.942	1.952	-10	65,6
Gänserndorf	10.994	10.818	176	30,6
Glinzendorf	274	272	2	10,4
Groß-Enzersdorf	10.419	10.256	163	83,9
Großhofen	90	93	-3	6,2
Haringsee	1.181	1.166	15	27,1
Lasseo	2.712	2.631	81	55,6
Leopoldsdorf im Marchfelde	2.700	2.653	47	29,0
Mannsdorf an der Donau	380	384	-4	10,3
Marchegg	2.941	2.950	-9	45,6
Markgrafneusiedl	831	831	0	19,8
Obersiebenbrunn	1.680	1.677	3	26,9
Orth an der Donau	2.078	2.042	36	33,5
Parbasdorf	165	155	10	10,2
Raasdorf	647	659	-12	13,2
Strasshof an der Nordbahn	9.326	9.104	222	11,7
Untersiebenbrunn	1.705	1.617	88	30,5
Weikendorf	1.004	1.011	-7	46,3
Weiden an der March	1.988	1.969	19	55,9
Region Marchfeld	62.853	62.033	820	706,4

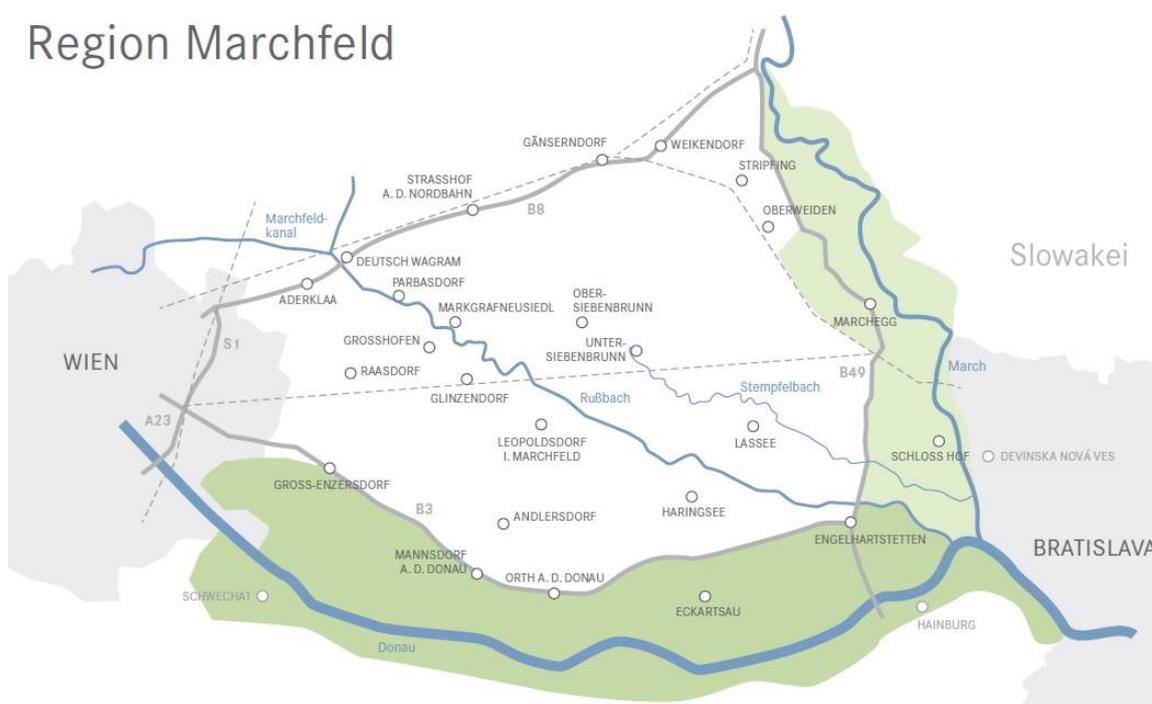
Quelle: Statistik Austria, eigene Berechnungen, eigene Darstellung

3.2. Lage der Kleinregion

Die Region Marchfeld wird im Westen von Wien und im Osten von der slowakischen Staatsgrenze und ihrer Hauptstadt Bratislava begrenzt. Nördlich schließen die Kleinregionen südliches Weinviertel und die Region um Wolkersdorf an, im Süden bildet die Donau – an deren beiden Seiten sich der Nationalpark Donau-Auen erstreckt – die Grenze zur Kleinregion Römerland Carnuntum. Die wichtigsten überregionalen Ost-West Verkehrsachsen sind die B8 und die B3 sowie die internationale Zugverbindung Wien-Bratislava über Marchegg; in Nord-Süd Richtung ist es die B49. Derzeit gibt es in der gesamten Region nur eine Brücke über die Donau.

Die Region bietet eine hohe Lebensqualität und ist dadurch als Wohnregion sehr attraktiv.

Abbildung 1: Überblick über die Kleinregion Marchfeld



3.3. Struktur der Kleinregion (Organisationsform, Gremien/Organe)

Die Umsetzungsstrukturen, Zuständigkeiten und Entscheidungskompetenzen sind in der folgenden Abbildung dargestellt. Die Organe der Kleinregion Marchfeld sind: die Generalversammlung, der Vorstand und die Rechnungsprüfer/innen. Sämtliche Funktionen werden ehrenamtlich ausgeübt. (Ausnahme Geschäftsführer/in)

Verein zur Förderung der Regionalentwicklung im Marchfeld
Stift Melk Gasse 3/3 DG
2291 Lasseesee

Gremien	Zuständigkeit und Entscheidungskompetenz	Besetzung und Anforderungen
Generalversammlung	Vereinsbeschlüsse Strategische Ausrichtung	23 Bürgermeister/innen der Gemeinden
Vorstand Obmann LAbg. Bgm. René Lobner Obmann Stellvertreter Bgm. Ing. Rudolf Makoschitz Bgm. Ing. Hubert Tomsic Kassier Bgm. Ludwig Deltl Schriftführer Thomas Nentwich Operatives Organ: Geschäftsführer/in Mag. Johannes Nefischer	Repräsentation des Vereins, laufende Geschäftsführung und Vollziehung der Beschlüsse Abwicklung der laufenden Geschäfte	Wahl durch Generalversammlung Vertreter/Innen der Vereinsmitglieder
Rechnungsprüfer/innen Bgm. Johann Zimmermann Bgm. Franz Mathä	Rechnungsprüfung	zwei Personen (nicht Mitglieder des Vereinsvorstandes)

Der Verein finanziert sich mit den jährlichen Mitgliedsbeiträgen von € 1,30 pro Person mit Hauptwohnsitz in der Region. Eine jährliche Anpassung der Bemessungsgrundlage für die Vorschreibung der Mitgliedsbeiträge laut Finanzjahren wird durchgeführt.

Mitgliedsbeiträge der Kleinregion Marchfeld

Einwohner/innen der Region 2017	Beitrag je Einwohner (€)	Summe der Mitgliedsbeiträge 2017
62.853*	1,30	~ € 82.000,00

* auf Basis der EW-Zahlen von 2017 (Basis Finanzausgleich)

3.4. Bestehende Strategien/Konzepte

Kleinregion Marchfeld:

Kleinregionsmanagement-strategie Marchfeld 2013-2015

Regionales Rahmenkonzept Marchfeld 2006 (Kordina)

Evaluation - Bericht zur Entwicklung der Region und Rahmenstrategie 2014 (Kordina)

Regionsbad Gänserndorf 2016

Radlgrundnetz Marchfeld 2015

Gemeindekooperationen Umsetzungskonzept Abgabeneinhebung 2014

Interkommunale Rohstoffbörse 2010

Communal Audit 2008

LEADER Region Marchfeld:

Lokale Entwicklungsstrategie Marchfeld 2015

Mobilitätskonzept Marchfeld 2014

Demografie Check 2014

Energiekonzept Marchfeld 2011

Marchfeldschlösser 2011

Marke Marchfeld 2011

Tourismuskonzept Marchfeld 2009

3.5. Bisherige Kooperationsschwerpunkte/Zielsetzungen aus der Vergangenheit

Regionale Identität

Ziel in diesem Themenfeld war die Erreichung eines höheren Bekanntheitsgrades in der erweiterten Identität innerhalb und außerhalb der Region Marchfeld.

- Verstärkung der regionalen Identität der Bevölkerung der Region Marchfeld.
- Unterstützung der Bürger, an der Planung und Umsetzung von Zielen und Maßnahmen mitzuwirken.
- Erste Vorbereitungsaktivitäten auf eine mögliche NÖ Landesausstellung 21, Vernetzung der Gemeinden und Akteure.

Technische Infrastruktur und Mobilität

Ziel in diesem Themenfeld war die Erarbeitung eines Mobilitätskonzeptes für die Region, bereits im Hinblick auf einen späteren Ausbau hochrangiger Verkehrsachsen.

- Erreichung einer gemeinschaftlichen Position der Gemeinden in der Region zur Abstimmung der ÖPV-Angebote als Voraussetzung für die Gespräche und Verhandlung mit den ÖPV-Trägern und dem Land Niederösterreich
- Konzept für ein Alltags-Radwegenetz in der Region mit Anschluss aller Siedlungsbereiche

Verwaltung & Bürgerservice

Ziel war der schrittweise Ausbau der bereits diskutierten und auch teilweise vereinzelt praktizierten Gemeindekooperationen in verschiedenen kommunalen Bereichen. Es bieten sich neben abfallwirtschaftlichen Themen vor allem die Zusammenarbeit bei Sachverständigen, bei Daten- und Planungsgrundlagen, bei der Öffentlichkeitsarbeit (Homepage) und in der Wirtschaft (Entwicklung von Betriebsgebieten).

- Förderung des bereits begonnenen Erfahrungsaustausches der Gemeinden in wesentlichen Bereichen der kommunalen Verwaltung (Administration, sektorale Dienste, etc.)
- Abstimmung der wechselseitigen Zusammenarbeit der Gemeinden in Bereichen der kommunalen Dienstleistungsangebote (u.a Abgaben, Bausachverständigen, soziale Einrichtungen / Bildungswesen, Altenversorgung)
- Erweiterung der Serviceleistungen für die Bürger durch Kooperation und zeitlichen Austausch der Beratungs- und Serviceleistungen

4. BESCHREIBUNG DES STRATEGIEPROZESSES

In den vergangenen Jahren erfolgte aufgrund der Entwicklung der Kleinregion Marchfeld eine sehr vielfältige Themenbearbeitung. Ein wesentliches Ziel bei der Erstellung der Strategie 2016-2020 war daher die Fokussierung auf die für den geplanten Zeitraum vorrangigsten Themenschwerpunkte.

Die Basis bei der Erstellung der Strategie 2016-2020 bildeten v.a. die „Kleinregionsmanagementstrategie Marchfeld 2013-2015“ und weitere für das Marchfeld entwickelte Konzepte, insbesondere das Mobilitätskonzept Marchfeld 2014, Themenblöcke aus der LES und das Regionalen Rahmenkonzept Marchfeld 2006 (Kordina, siehe Pkt. 3.4.).

Eine Aktualisierung mit weiteren, durch die laufende Arbeit, Bewerbung auf die NÖ Landesausstellung LA21 und der Arbeitsgruppen Marchfeld 2030 (strategische Entwicklung in den Bereichen Schlösser, Mobilität & Raumplanung, Natur, Landwirtschaft & Wirtschaft) entstandenen Themen stellt einen wesentlichen Gesichtspunkt des neuen Strategieplans Marchfeld dar.

Gewählte Formate:

- Der Strategieprozess wurde vor Beginn von der Regionalberatern DI Sylvia Hysek und KRM Mag. Johannes Nefischer sowie dem Obmann Bgm. René Lobner entworfen. Aufgrund der in der vorhandenen Strategie 2013-2015 erfolgten Workshops und des umfangreichen Workshop-Prozesses Marchfeld 2030 (mit Bürgerbeteiligung) wurde auf deren Ergebnisse zurückgegriffen und auf Workshops im Rahmen der KR-Strategieerstellung verzichtet.
- Zu Beginn der Erstellung der Strategie wurden jene Ziele und Projekte festgemacht, die aus der Kleinregionsmanagementstrategie Marchfeld 2013-2015 noch nicht erreicht wurden. Ebenso wurden Ziele aus dem Mobilitätskonzept Marchfeld 2014 und der Studie Kordina hervorgehoben.
- Die Schwerpunkte und Ergebnisse der Workshops „Marchfeld 2030“ flossen in die KR-Strategie ein.
- Die Zusammenführung der Inhalte der Strategie erfolgte durch den Geschäftsführer und die Regionalberaterin der NÖ.Regional unter Einbindung von Obmann René Lobner.
- **Commitment:** Der ausgearbeitete Strategieplan wurde dem Vorstand in der Vorstandssitzung am 20.3. 2017 vorgestellt. Die Strategie wurde einstimmig genehmigt. In der anschließenden GV wurde über den Beschluss des Vorstands informiert.

5. KLEINREGIONALER STRATEGIEPLAN 2016-2020

Die **Herausforderungen der Region** ergeben sich v.a. aus der Lage zwischen den Ballungsräumen Wien und Bratislava und der daraus resultierenden Entwicklungsdynamik. Geplante hochrangige Bahn- und Straßenbauprojekte werden neue Wirtschafts- / Betriebsstandorte im Marchfeld ermöglichen. Raumplanung, Versorgung mit technischer Infrastruktur und Mobilität werden vor neue Anforderungen gestellt. Durch die tw. starke Zunahme der Bevölkerung durch Zuzug wird die Stärkung der regionalen Identität und die Integration der „Zuzügler“ künftig eine große Rolle spielen. Aufgrund des Bevölkerungswachstums und der nahen Lage an den beiden Metropolen ist aber auch die Sicherung und Gestaltung von Natur- und Erholungslandschaft und Freizeitmöglichkeiten sehr wichtig. Dabei kommt v.a. den einzigartigen Naturräumen des Marchfeldes, dem Nationalpark Donau-Auen, dem Marchgebiet und den Trockenwiesen und –wäldern der Sanddünen große Bedeutung zu. Ebenso bedeutend sind die wichtigen Kulturgütern (Schlösser, Geschichte der Bahn, etc.) und die traditionelle Verflechtung der Region mit der angrenzenden Slowakei mit den daraus resultierenden grenzüberschreitenden Themen. Die Einstimmung der Betriebe und Bevölkerung auf die NÖ Landesausstellung 2021 wird einen weiteren wichtigen Schwerpunkt darstellen.

Aufgrund dieser Gegebenheiten werden **im Zeitraum 2016-2020 die folgenden Themenfelder den Schwerpunkt** der kleinregionalen Arbeit bilden:

- Kleinregionale Identität und Marketing
- Technische Infrastruktur und Mobilität
- Freizeit und Naherholung
- Raumentwicklung

Die Themenfelder werden nachfolgend ausführlich beschrieben.

Quantitative und qualitative Indikatoren zur Abschätzung der Zielerreichung in diesen Themenfeldern sind unter Punkt 6. in der Wirkungsmatrix auf Ebene der Kleinregion mit Bezug zur Hauptregionsstrategie des Weinviertels abgebildet.

Die Kleinregion ist oftmals die Plattform, von der Projektideen entwickelt werden und danach über geeignete Förderschienen mit den entsprechenden Institutionen umgesetzt werden. Im Speziellen erfolgt z.B. eine enge Kooperation mit Leader und der Tourismus-Destination.

Chancengleichheit für alle sozialen Gruppen sowie Nachhaltigkeit werden als Querschnittsmaterien in allen Bereichen entsprechend berücksichtigt.

Nun zu den Schwerpunkten der vorliegenden Kleinregionalen Strategie 2016-2020.

5.1. Aktionsfeld Daseinsvorsorge – Schwerpunkt-Themenfelder

5.1.1. Kleinregionale Identität und Marketing

Die Stärkung der kleinregionalen Identität und damit verbunden das Marketing nach innen zur Bewusstseinsbildung in der Bevölkerung und den Gemeinden ist das „Dach“ der kleinregionalen Entwicklung, mit dem wesentliche Entwicklungsschritte in der Region gestärkt werden sollen. Die bestehende Identifizierung als landwirtschaftlich geprägte Region soll um die Bekanntheit der speziellen hochqualitativen landwirtschaftlichen Angebote der Region (Spargel, Gemüse, Artischocken, Beeren, etc.) und die wertvollen Naturräume erweitert werden. Das kulturelle Erbe betreffend sollen nicht nur die Schlösser, Museen und Veranstaltungen der Region bewusst gemacht werden, sondern auch die Bedeutung als traditioneller Raum grenzüberschreitender Aktivität zwischen Wien und Bratislava. Insbesondere für die zugezogene Bevölkerung bedarf es besonderer identitätsstiftender und in die Region einbindender Aktivitäten. Die Vorbereitung der NÖ Landesausstellung 2021 spielt in diesem Themenfeld eine große Rolle.

Ziele	<ul style="list-style-type: none"> - Bewusstseinsbildung /Wertschätzung der Bevölkerung über die Stärken der Region, die regionalen hochqualitativen Produkte u. deren Verfügbarkeit. Insbesondere Einbindung zugezogener Bevölkerung. - Stärkung des Selbstbewusstseins: Regionale Produkte auch über die Kleinregion hinaus bekannt machen - Produkte verstehen sich hier einerseits als hochqualitative landwirtschaftlichen Produkte, andererseits auch als die Ressourcen im Bereich Naturraum, Kultur und Nachbarschaft zu Metropolen bzw. SK
Ziel-Indikatoren / Maßnahmen	<p>Infos über Angebote der Region über digitale Medien</p> <p>Identitätsstiftender Fotowettbewerb via Facebook, Instagram, Website. Weitere Verwendung von Fotos für die Website</p> <p>Identitätsstiftende regionale Broschüren wie z.B. regionale Broschüre innovativer Betriebe im Marchfeld; Kochbuch (Verknüpfung mit Genussregionen, Produkten, Wirten, Direktvermarktern; stärkt das Bewusstsein über die regionalen Charakteristika), Infoblätter, Schulblätter, Lehrbehelfe</p> <p>Marchfeldkorb</p> <p>Einstimmung der Betriebe u. Bevölkerung auf die NÖ Landesausstellung 2021</p> <p>Marchfeldtag (Veranstaltung in der Wiener Innenstadt zur Identitätsstärkung der teilnehmenden Marchfelder Bevölkerung und besseren Bekanntmachung der Region)</p>
Wirkungen	<ul style="list-style-type: none"> - Stärkung der regionalen Identität der Bevölkerung. - Verbesserte Information der Bürger zu Aktivitäten der KR, Motivation zur Mitwirkung an der Planung und Umsetzung von Zielen und Maßnahmen. - Höhere Zustimmung in den Gemeinden zur interkommunalen Zusammenarbeit bzw. zur Bedeutung der KR als Lebens- u. Wirtschaftsraum. - Schaffung eines Mehrwertes für die Bewerbung zur NÖ Landesausstellung – als Voraussetzung für eine gesellschaftliche Nachhaltigkeit

Kleinregionale Zielgruppen:

Gesamte Bevölkerung der Mitgliedsgemeinden, Vereine, umliegende Kleinregionen, Direktvermarkter, Gastronomie, Jugend...

Geplante Umsetzung: siehe Tabelle Ziel-Indikatoren und Maßnahmen

5.1.2. Themenfeld Technische Infrastruktur und Mobilität

Die Umsetzung von Maßnahmen im Themenfeld Technische Infrastruktur und Mobilität soll aufgrund der starken Dynamik der Region künftig einen Schwerpunkt darstellen. Aufbauend auf das vorhandene Mobilitätskonzept geht es v.a. darum, geeignete Lösungen für die Bewältigung der "letzten Meile" zu finden, die Herausforderung, ein Mikro-ÖV System zu etablieren und über Hochleistungsverbindungen ausführlich zu informieren. Die attraktivere Gestaltung von Radfahren ist für die Bewohner v.a. im Hinblick auf einen angenehmen und sicheren Alltagsradverkehr, aber auch für die Freizeit, insbesondere auch auf grenzüberschreitenden Verbindungen von Bedeutung.

Eine technische Herausforderung wird die Glasfaservernetzung bis in die Wohnungen und Häuser der Einwohner sein. Nur dies ermöglicht es, die volle Bandbreite der Glasfaser auszuschöpfen und nahezu unbegrenzte Geschwindigkeiten bei der Datenübertragung zu erreichen. Die Grobplanung im Marchfeld wird demnächst abgeschlossen, dann geht es darum das Netz möglichst kostengünstig umzusetzen. Einige Gemeinden haben schon mit Mitverlegung der Leerrohre einen Grundstein gelegt.

Ziele	<ul style="list-style-type: none"> - Gemeinsame kleinregionale Mikro-ÖV-Angebote etablieren - Die Voraussetzungen für einen sicheren und angenehmen Alltagsradverkehr werden geschaffen, ebenso grenzüberschreitende Radverbindungen - Die Bevölkerung über Hochleistungsverbindungen (Schiene und Straße – S1, S8, Marchegger Ast) und deren mögliche Auswirkungen informieren - Infrastruktur für E-Mobilität schaffen - Förderung multimodaler Verkehrsknoten in der KR - Mitverlegungen der Leerverrohrung so weit vorantreiben, dass Gemeinden ans Glasfasernetz angeschlossen werden
Ziel-Indikatoren / Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> Umsetzung Mikro-ÖV-Konzept in der KR Wege für Alltagsradverkehr u. grenzüberschreitende Verbindungen ausbauen Multimodale Verkehrsknoten fördern (Radwege zu Bahnhöfen...) Rund um den Ausbau der Hochleistungsverbindungen (S1, S8, Marchegger Ast) werden Maßnahmen und Information der Bevölkerung (Presseartikel, Infoveranstaltung) erforderlich sein. Auf das Mobilitätskonzept Marchfeld 2014 kann hier zurückgegriffen werden. Konkretisierende Verkehrskonzepte zu den etappenweisen Umsetzungen der Hochleistungsverbindungen (Lenkung der Auswirkung im untergeordneten Straßennetz) Stromtankstellen für möglichst flächendeckendes Angebot Glasfaser Ausbau – Grobplanung abgeschlossen, Umsetzung in möglichst vielen Gemeinden mittels „Leerverrohrung“ vorbereiten
Wirkungen	<ul style="list-style-type: none"> - Verbesserung der Erreichbarkeit der zentralen Orte und deren funktionellen Angebote durch Mikro-ÖV-Umsetzung in der Region, Abstimmung mit und Anbindung an schon vorhandene ÖPV-Angebote - Die Bevölkerung nützt auch das Rad als „gesundes“ Mobilitätsmittel - Nachhaltige umweltfreundliche Verkehrslösungen sind unterstützt - Optimale Breitbandinternet-Versorgung in den Gemeinden

Kleinregionale Zielgruppen:

- gesamte Bevölkerung, Vereine, Firmen, Gemeinderäte und Stakeholder

Geplante Umsetzung:

- ergänzende Infos zu Tabelle Maßnahmen: Mikro-ÖV-Umsetzung (Planung und Umsetzung, vergleiche IST-mobil Raum Korneuburg); Alltagsradweg z.B. auf Nebenbahn R81.

5.1.3. Themenfeld Freizeit und Naherholung

Vorrangiges Ziel ist es, Freizeitmöglichkeiten und Naherholung für die in der dynamischen Region wachsende Bevölkerung anzubieten. Die vielfältige Landschaft mit dem Nationalpark Donau-Auen, den Marchauen und der Trockenlandschaft der Marchfelder Sanddünen bietet dazu beste Voraussetzungen. Ebenso stehen mit dem reichen kulturellen Erbe und gemeinsamen Veranstaltungen weitere Angebote zur Verfügung. Radbrücken über die March stellen eine Attraktion für Rad- und Spaziergänger dar und fördern die interkulturelle Bildung. Aktivitäten zur Steigerung des Bekanntheitsgrades dieser bereits bestehenden Angebote und deren Vernetzung, sowie die Etablierung weiterer, qualitativ hochwertiger Einrichtungen sind die beiden obersten Ziele in diesem Bereich. Die gemeinsame Vermarktung der Angebote nach innen und außen soll einerseits zu einem Anstieg der BesucherInnenzahlen und den damit verbundenen Wertschöpfungszuwächsen in der Region führen und andererseits den BewohnerInnen der Kleinregion die Attraktivität der freizeitwirtschaftlichen Angebote bewusst machen.

Ziele	<ul style="list-style-type: none"> - Steigerung des Bekanntheitsgrades bereits bestehender Angebote des Kultur- und Naturerbes und deren Vernetzung - Weitere Freizeit-Angebote (Schwerpunkt „gesunde Freizeitgestaltung, Bewegung“) sollen entstehen - Attraktivieren der Radwege für Freizeit (und Alltag) – Radbrücken über die March und Welcomecenter im Radbrückenbereich - „Genuss“-angebote – Verknüpfung zu den Produkten der Region (Betriebsführungen, Ausflüge mit kulinarischen Erlebnissen) - Die Kleinregion wird als attraktiver Wohnraum etabliert und gerne für Naherholung genutzt, damit verbunden sind Wertschöpfungszuwächse
Ziel-Indikatoren / Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> Vorhandene Naherholungsziele sind bekannt Vorhandene Angebote sind vernetzt, Museen betreiben Kooperationen, gemeinsame Aktivitäten Ein Hallenbad steht der Region zur Verfügung (Regionalbad Gänserndorf insbesondere für Schulen, Vereine, Familien) Information und Attraktivierung zu Natur“juwele“ Auenlandschaften und Trockenstandorte im Marchfeld sind erfolgt Genussangebote (Betriebsführungen, Ausflüge mit kulinarischen Erlebnissen) sind ausgebaut und vernetzt Radwege sind attraktiviert Radbrücken über die March sind errichtet Ein Welcome Center nahe der Marchbrücke bietet Information Übersichtliches Kartenmaterial ist geschaffen
- Wirkungen	<ul style="list-style-type: none"> - Freizeit- und Erholungsangebot ist vorhanden und bekannt - Durch die Vernetzung der Angebote ergeben sich Synergien - Wertschöpfung in der Region wird gesteigert, die Region ist ein beliebter Wohnstandort - Die Angebote verfolgen wichtige Gesundheitsaspekte und heben das natürliche und kulturelle Erbe hervor

Kleinregionale Zielgruppen:

- gesamte Bevölkerung, Erholungssuchende, Vereine, Schulen, Gemeinderäte und Stakeholder

Geplante Umsetzung: siehe Tabelle Ziel-Indikatoren und Maßnahmen

5.1.4. Themenfeld Raumentwicklung

Aufgrund der Lage im Nahbereich der beiden Metropolen Wien und Bratislava kommt es zu einem verstärkten Zuzug von Menschen. Wien wächst in einem großen Maße und mit der Stadt auch das Umland. Auch das nahe Bratislava bewirkt Zuzug von Wohnbevölkerung. Im Sinne der Nachhaltigkeit gilt es exzessiven Flächenverbrauch zu verhindern und diesem Anstieg der Bevölkerungszahlen planvoll und vernünftig zu begegnen. Naturraum und lw. Produktionsflächen sollen gesichert werden als Basis für Naherholung, Landwirtschaft und Gesundheit – Ökosystemdienstleistungen.

Dies verlangt nach einer regional abgestimmten Raumplanung (Partnerschaft zur Zusammenarbeit von Land, Gemeinden und Region zur Raumentwicklung, Umlegung von überörtlichen Zielen auf die Gemeindeebenen), verdichteten Ortskernen und einer gemeinsamen Standortplanung für die Wirtschaft.

Ziele	<ul style="list-style-type: none">- Planvoller Umgang mit Bevölkerungswachstum und steigendem Wohnraum- und Wirtschaftsflächenbedarf, inkl. grenzüberschreitender Abstimmung- Naturraum und lw. Produktionsfläche sollen gesichert werden (Basis für Naherholung, Landwirtschaft und Gesundheit – Ökosystemdienstleistungen)- Die Ortskerne sollen verdichtet werden- Leerstände sollen reduziert werden- Eine gemeinsame Standortpolitik soll etabliert werden
Ziel-Indikatoren / Maßnahmen	KR ist als Wohnregion etabliert
	Der Flächenverbrauch ist minimiert, Umwelt, Natur u. lw. Produktionsfläche berücksichtigt und erhalten. Die Ziele des KRRK sind in ÖEKs umgesetzt (der Prozess dazu begleitet)
	Ortskerne sind belebt
	Wirtschaftsstandorte sind interkommunal abgestimmt
	Kooperation mit Interreg-Projekt „Baum2020“ und SUM
- Wirkungen	<ul style="list-style-type: none">- exzessiver Flächenverbrauch wird verhindert und planvolle Entwicklung erfolgt, bei gleichzeitiger Bedarfsdeckung- Abstimmung mit der Raumplanung der umliegenden Regionen bzw. der beiden Metropolen Wien und Bratislava berücksichtigt dies auch „grenzüberschreitend“.- Ressourcenersparnis, Umweltschutz- Region bleibt lebenswert

Kleinregionale Zielgruppen:

- Gemeinden, Gewerbetreibende, gesamte Bevölkerung, Kultur und Vereine

Geplante Umsetzung:

- Umsetzung der vorhandenen Raumplanungsstudien auf kleinregionaler Ebene und in den ÖEKs. (externe Rahmenbedingungen: Abstimmung mit RU2 erforderlich)
- Zentrumsentwicklung und Ortskernbelebung
- Interkommunale Abstimmung von Wirtschaftsstandorten
- Kooperation mit Interreg Baum und SUM Indik Abstimmungstreffen

6. WIRKUNGSMATRIX AUF EBENE DER KLEINREGION

6.1. Kleinregionale Identität & Marketing /Aktionsfeld Daseinsvorsorge

Kleinregion		Marchfeld			GKZ:	30830		
Themenfeld		Kleinregionale Identität und Marketing						
Die Stärkung der Kleinregionalen Identität und damit verbunden das Marketing nach innen zur Bewusstseinsbildung der Bevölkerung ist in der Region des Marchfeldes zwischen den beiden Metropolen Wien und Bratislava von großer Bedeutung. Insbesondere für die zugezogene Bevölkerung bedarf es besonderer identitätsstiftender und in die Region einbindender Aktivitäten. Die Vorbereitung der NÖ Landesausstellung 2021 spielt in diesem Themenfeld eine große Rolle. Die Erhöhung des regionalen Identitätsbewusstseins kann dabei v.a. über die Stärken der Region erfolgen. Die typische Landschaft mit Nationalpark Donau-Auen, Marchauen und Trockenlandschaft der Sanddünen, das reiche kulturelle Erbe, gemeinsame Veranstaltungen in dieser Landschaft sowie die außergewöhnlichen landwirtschaftlichen regionalen Produkte und deren Anerkennung sind dabei „Träger“ dieses Bewusstseins. Auch die traditionelle Bedeutung des Raumes betreffender grenzüberschreitender Aktivitäten soll hervorgehoben werden. Die Förderung der Identität und des regionalen Bewusstseins über Stärken, Vielfältigkeit und Potentiale der Region ist einer der Grundpfeiler einer regionalen Strategie und kann wesentliche Entwicklungsschritte stärken.								
Hauptregionsebene	Aktionsfeld lt. HRS		3 - Daseinsvorsorge					
	Aktionsfeldthema der HRS (Nr, Bezei.)		3.1. Abgestimmte Raumentwicklung und Siedlungsentwicklung					
	Strategische Stoßrichtung lt. HRS (Nr,B)		3.1.2. Gemeindekooperationen vertiefen und weiterentwickeln					
	Output lt. HRS (Nr. und Bezeichnung)		3.1.2.1 Verwaltungskooperationen und Kooperationen im Bereich identitätsstiftender Maßnahmen sind aufgebaut und begleitet.					
	Indikator-Name lt. HRS Weinviertel		Anzahl der Kooperationen zur Identität auf kleinregionaler Ebene					
	Indikator-Wert lt. HRS	Basis-Wert	5	Soll-Wert	13	Ist-Wert	5	
Kleinregion	Output 1 lt. KR-Strategieplan		Bevölkerung und Gemeinden sind ausreichend über die Aktivitäten der Kleinregion und ihrer Bedeutung als Wirkungsraum informiert					
	Indikator-Name lt. KR-Strategieplan		Anzahl der Kommunikationsmaßnahmen					
	Indikator-Wert dazu	Basis-Wert	1	Soll-Wert	5	Ist-Wert	1	
	Externe Rahmenbedingungen/ Input		Beschlüsse der Gremien der Kleinregion. Eigenmittel und personelle Ressourcen, Fördermittel, Know-how, externe Experten					
	mögliche/ geplante Projekte/ Maßnahmen		Webauftritt erweitern u. attraktivieren, Facebook-Auftritt, E-Mail Newsletter mit Infos über Veranstaltungen u. Aktivitäten in der KR.					
	Output 2 lt. KR-Strategieplan		Die Kleinregion hat Maßnahmen zur Steigerung der kleinregionalen Identität getroffen					
	Indikator-Name lt. KR-Strategieplan		Anzahl der Maßnahmen zur Steigerung der kleinregionalen Identität					
	Indikator-Wert dazu	Basis-Wert	0	Soll-Wert	6	Ist-Wert		
	Externe Rahmenbedingungen/ Input		Eigenmittel, Fördermittel, Know-how, externe Experten.					
	mögliche/ geplante Projekte/ Maßnahmen		Identitätsstiftender Wettbewerb via Facebook, Instagram, Website. Infos zu Regions-Angeboten in digitalen Medien. Identitätsstiftende regionale Broschüren z.B. regionale Broschüre innovativer Betriebe im Marchfeld; Kochbuch (Verknüpfung mit Genussregionen, Verarbeitung v. Produkten der Region, Wirten, Direktvermarktern; stärkt Bewusstsein für regionale Charakteristika). Marchfeldkorb-gemeinsames Angebot v. reg. Produkten.					
	Output 3 lt. KR-Strategieplan		Betriebe u. Bevölkerung sind auf die NÖ Landesausstellung 2021 gut eingestimmt					
	Indikator-Name lt. KR-Strategieplan		Anzahl der Informationsmaßnahmen (z.B. in Printmedien)					
	Indikator-Wert dazu	Basis-Wert	0	Soll-Wert	15	Ist-Wert		
	Externe Rahmenbedingungen/ Input		Bereitschaft der regionalen Medien. Beschlüsse der Gremien der Kleinregion. Eigenmittel, Fördermittel, personelle Ressourcen					
	mögliche/ geplante Projekte/ Maßnahmen		Mehrere Infobroschüren als Postwurf, Artikel u. Anzeigen in Printmedien. Marchfeldtag (Veranstaltung in der Wr. Innenstadt zur Identitätsstärkung der teilnehmenden Marchfelder u. besseren Bekanntmachung der Region).					

6.2. Technische Infrastruktur und Mobilität /Aktionsfeld Daseinsvorsorge

Kleinregion		Marchfeld			GKZ:	30830	
Themenfeld		Technische Infrastruktur und Mobilität – Teil 1					
Die Umsetzung von Maßnahmen im Themenfeld Technische Infrastruktur und Mobilität soll aufgrund der starken Dynamik der Region künftig einen Schwerpunkt darstellen. Aufgebaut werden kann auf das vorhandene Mobilitätskonzept der KR. In Bezug auf Mobilität stehen Herausforderungen wie Lösungen für die die "letzte Meile", die Etablierung eines Mikro-ÖV-Konzepts und Ausweiten der Infrastruktur für E-Mobilität für die Region im Vordergrund. Weiters geht es darum, das Radfahren in Alltag und Freizeit für die Bewohner attraktiver und sicher zu gestalten, Verbindungen zu ÖV und grenzüberschreitende Verbindungen zu fördern. Rund um den Ausbau der Hochleistungsverbindungen wie die S8 werden Maßnahmen und Information erforderlich sein.							
Hauptregionsebene	Aktionsfeld lt. HRS		3 - Daseinsvorsorge				
	Aktionsfeldthema HRS (Nr, Bezei.)		3.3. Verkehr und Mobilität				
	Strategische Stoßrichtung lt. HRS (Nr. und Bezeichnung)		3.3.2. Bedarfsorientierte Mobilitätsketten sicherstellen				
	Output lt. HRS (Nr. und Bezeichnung)		3.3.2.2. Die "letzte Meile" ist im Bewusstsein der regionalen Akteure verankert und entsprechende Maßnahmen sind gesetzt				
	Indikator-Name lt. HRS Weinviertel		Anzahl der umgesetzten Mobilitätskonzepte für Alltagsverkehr				
	Indikator-Wert lt. HRS	Basis-Wert	0	Soll-Wert	4	Ist-Wert	0
Kleinregion	Output 1 lt. KR-Strategieplan		Gemeinsames Mikro ÖV Konzept für die Region ist umgesetzt				
	Indikator-Name lt. KR-Strategieplan		Anzahl der Gemeinden mit umgesetztem Mikro-ÖV-System				
	Indikator-Wert dazu	Basis-Wert	x	Soll-Wert	60 %	Ist-Wert	
	Externe Rahmenbedingungen/ Input		Bereitschaft der Gemeinden zu gemeinsamen Systemen, Abstimmung schon vorhandener Angebote. Abstimmung mit den ÖPV-Trägern und dem Land NÖ. Fachliche Beratung. Beschlüsse der Gremien der KR. Budget, Förderung und personellen Ressourcen.				
	mögliche/ geplante Projekte/ Maßnahmen		Planung, Umsetzung von bedarfsorientierten Mikro-ÖV-System(en) für die Region in Abstimmung mit u. Anbindung an konventionellen ÖPV.				
	Output 2 lt. KR-Strategieplan		Wege für Alltagsradverkehr sind ausgebaut				
	Indikator-Name lt. KR-Strategieplan		Anzahl der Gemeinden, die Radwege f. den täglichen Bedarf errichteten.				
	Indikator-Wert dazu	Basis-Wert	x	Soll-Wert	5	Ist-Wert	
	Externe Rahmenbedingungen/ Input		Koordination mit Standort-Gemeinden. Eigenmittel, Fördermittel, personelle Ressourcen, Know-how, externe Experten.				
	mögliche/ geplante Projekte/ Maßnahmen		Ausbau v. Wegen zu Bahnhöfen, ÖV-Haltestellen und grenzüberschreitenden Radverbindungen. Feststellen bestehender Wege, die für den Alltags-Radverkehr geeignet sind. Diese Wege u. Radbenützung auf Kurzstrecken bewerben.				
	Output 3 lt. KR-Strategieplan		Stromtankstellen sind flächendeckend installiert				
	Indikator-Name lt. KR-Strategieplan		Anzahl der Gemeinden mit Stromtankstellen in der Kleinregion				
	Indikator-Wert dazu	Basis-Wert	7	Soll-Wert	18	Ist-Wert	7
	Externe Rahmenbedingungen/ Input		Beratung, Budget, Koordination mit Gemeinden der KR.				
	mögl./ geplante Projekte/ Maßnahmen		Weitere Stromtankstellen bei öffentlichen Gebäuden, Bahnhöfen, Haltestellen installieren				
	Output 4 lt. KR-Strategieplan		Initiativen rund um die Hochleistungsverbindungen (Schiene, Straße)				
	Indikator-Name lt. KR-Strategieplan		Anzahl v. Initiativen rund um die Hochleistungsverbindungen				
	Indikator-Wert dazu	Basis-Wert	0	Soll-Wert	12	Ist-Wert	
Externe Rahmenbedingungen/ Input		Budget, personellen Ressourcen. Kooperation der regionalen Medien.					
mögliche/ geplante Projekte/		Info der Bevölkerung über die Hochleistungsverbindungen - Infoabende					

Maßnahmen	(für S1, S8, Marchegger Ast) mit Experten, Postwurfsendungen, Artikel über Fortschritte, Infocontainer (Bsp. Baustelle A5). Auf das Mobilitätskonzept Marchfeld 2014 kann hier zurückgegriffen werden. Konkretisierende Verkehrskonzepte zu den etappenweisen Umsetzungen der Hochleistungsverbindungen (Lenkung der Auswirkung im untergeordneten Straßennetz)
-----------	---

Kleinregion	Marchfeld	GKZ:	30830
--------------------	------------------	------	-------

Themenfeld	Technische Infrastruktur und Mobilität – Teil 2
-------------------	--

Eine weitere wichtige Themenstellung im Bereich Technische Infrastruktur ist die technische Herausforderung der Glasfaservernetzung bis in die Wohnungen und Häuser der Einwohner. Nur dies ermöglicht es, die volle Bandbreite der Glasfaser auszuschöpfen und nahezu unbegrenzte Geschwindigkeiten bei der Datenübertragung zu erreichen. Die Grobplanung wird im Marchfeld bald abgeschlossen, dann geht es darum, die Ergebnisse den Gemeinden vorzustellen, v.a. aber das Netz möglichst kostengünstig umzusetzen. Einige Gemeinden haben schon mit Mitverlegung der Leerrohre einen Grundstein gelegt.

Hauptregionsebene	Aktionsfeld lt. HRS	3 - Daseinsvorsorge					
	Aktionsfeldthema der HRS (Nr, Bezei.)	3.2. Technische Infrastruktur					
	Strategische Stoßrichtung lt. HRS (Nr. und Bezeichnung)	3.2.1. IKT ausbauen					
	Output lt. HRS (Nr. und Bezeichnung)	3.2.1.3. In der Region ist entsprechende Breitbandqualität gegeben					
	Indikator-Name lt. HRS Weinviertel	Anzahl der an Glasfaser (FTTH) angeschlossenen Gemeinden					
	Indikator-Wert lt. HRS	Basis-Wert	0	Soll-Wert	20% der Gemeinden	Ist-Wert	0

Kleinregion	Output 1 lt. KR-Strategieplan	Grobplanung ist in den Gemeinden präsentiert					
	Indikator-Name lt. KR-Strategieplan	Anzahl der in den Gemeinden präsentierten Grobplanungen					
	Indikator-Wert dazu	Basis-Wert	10	Soll-Wert	23	Ist-Wert	10
	Externe Rahmenbedingungen/ Input	Fortschritt der Planungsfirma. Interesse der Gemeinden.					
	mögliche/ geplante Projekte/ Maßnahmen	Präsentationstermine					
	Output 2 lt. KR-Strategieplan	Orte sind mit Glasfaseranschluss neu ausgestattet					
	Indikator-Name lt. KR-Strategieplan	Anzahl der Orte mit Glasfaseranschluss neu					
	Indikator-Wert dazu	Basis-Wert	0	Soll-Wert	10	Ist-Wert	
	Externe Rahmenbedingungen/ Input	Weiteres Vorgehen der NÖGIG, Bauvorhaben der Gemeinden, Budgets, Beschlüsse in den Gremien					
	mögliche/ geplante Projekte/ Maßnahmen	Alle möglichen Mitverlegungen, Anschluss ganzer Orte vorantreiben					

6.3. Freizeit und Naherholung /Aktionsfeld Daseinsvorsorge

Kleinregion		Marchfeld			GKZ:	30830	
Freizeit und Naherholung		Freizeit und Naherholung					
<p>Vorrangiges Ziel ist es, Freizeitmöglichkeiten und Naherholung für die in der dynamischen Region wachsende Bevölkerung anzubieten. Die vielfältige Landschaft mit dem Nationalpark Donau-Auen, den Marchauen und der Trockenlandschaft der Marchfelder Sanddünen bietet dazu beste Voraussetzungen. Ebenso stehen mit den reichen Kulturgütern und gemeinsamen Veranstaltungen weitere Angebote zur Verfügung. Die Radbrücken über die March stellen eine Attraktion für Rad- und Spaziergänger dar und fördern die interkulturelle Bildung. Aktivitäten zur Steigerung des Bekanntheitsgrades dieser bereits bestehenden Angebote und deren Vernetzung, sowie die Etablierung weiterer, qualitativ hochwertiger Einrichtungen sind die beiden obersten Ziele in diesem Bereich. Die gemeinsame Vermarktung der Angebote nach innen und außen soll einerseits zu einem Anstieg der BesucherInnenzahlen und den damit verbundenen Wertschöpfungszuwächsen in der Region führen und andererseits den BewohnerInnen der Kleinregion die Attraktivität der freizeitwirtschaftlichen Angebote bewusst machen.</p>							
Hauptregionsebene	Aktionsfeld lt. HRS		3 - Daseinsvorsorge				
	Aktionsfeldthema der HRS (Nr, Bezei.)		3.5. Kultur, Freizeit und Naherholung				
	Strategische Stoßrichtung lt. HRS (Nr. und Bezeichnung)		3.5.2. Neue Freizeitangebote entwickeln				
	Output lt. HRS (Nr. und Bezeichnung)		3.5.2.1. Naherholung ist verstärkt organisiert, Angebote sind entwickelt				
	Indikator-Name lt. HRS Weinviertel		kein Indikator vorhanden				
	Indikator-Wert lt. HRS	Basis-Wert		Soll-Wert		Ist-Wert	0
Kleinregion	Output 1 lt. KR-Strategieplan		Vorhandene Naherholungsziele sind bekannt und vernetzt				
	Indikator-Name lt. KR-Strategieplan		Aktivitäten zur Information über vorhandene Naherholungsziele der Region und deren Vernetzung				
	Indikator-Wert dazu	Basis-Wert	0	Soll-Wert	6	Ist-Wert	
	Externe Rahmenbedingungen/ Input		Interesse der Betreiber der Naherholungsziele. Beschlüsse der Gremien der Kleinregion. Eigenmittel, personelle Ressourcen, Fördermittel, Know-how, externe Experten.				
	mögliche/ geplante Projekte/ Maßnahmen		Vernetzung der Museen (Gemeinsames Tickets, Veranstaltungsreihen u.a.), gemeinsame Info über vorhandene Angebote				
	Output 2 lt. KR-Strategieplan		Neue oder ausgebaute Freizeit- und Erholungsangebote				
	Indikator-Name lt. KR-Strategieplan		Anzahl der neuen bzw. ausgebauten Freizeit- und Erholungsangebote				
	Indikator-Wert dazu	Basis-Wert	0	Soll-Wert	7	Ist-Wert	
	Externe Rahmenbedingungen/ Input		Beschlüsse der Gremien der Kleinregion, Interesse von Betreibern, Fördermittel, personelle Ressourcen, Know-How, externe Experten.				
	mögliche/ geplante Projekte/ Maßnahmen		Regionshallenbad Gänserndorf. Information und Attraktivierung zu Natur "juwelen" Auenlandschaften und Trockenstandorte im Marchfeld. Genussangebote (Betriebsführungen, Ausflüge mit kulinarischen Erlebnissen) ausbauen und vernetzen. Die Angebote verfolgen wichtige Gesundheitsaspekte und heben das natürliche und kulturelle Erbe hervor.				
	Output 3 lt. KR-Strategieplan		Radwege sind attraktiviert, Radbrücken über die March errichtet				
	Indikator-Name lt. KR-Strategieplan		Anzahl der Maßnahmen zur Steigerung der Attraktivität der Radwege, Anzahl der Radbrücken über die March				
	Indikator-Wert dazu	Basis-Wert	1	Soll-Wert	5	Ist-Wert	
	Externe Rahmenbedingungen/ Input		Beschlüsse der Gremien der Kleinregion, Fördermittel, personelle Ressourcen, Know-how, externe Experten, politischer Wille				
	mögliche/ geplante Projekte/ Maßnahmen		Erstellung von übersichtlichem Kartenmaterial, Welcomecenter im Radbrückenbereich zur Info über Radrouten u. Naherholungsangebote der Region				

6.4. Raumentwicklung /Aktionsfeld Daseinsvorsorge

Kleinregion		Marchfeld			GKZ:	30830		
Themenfeld		Raumentwicklung						
<p>Aufgrund der Lage im Nahbereich von Wien und Bratislava kommt es zu einem verstärkten Zuzug von Menschen. Im Sinne der Nachhaltigkeit gilt es exzessiven Flächenverbrauch zu verhindern und diesem Anstieg der Bevölkerungszahlen planvoll und vernünftig zu begegnen. Naturraum und lw. Produktionsflächen sollen gesichert werden als Basis für Naherholung, Landwirtschaft und Gesundheit – Ökosystemdienstleistungen. Die Kleinregion soll als lebenswerter Wohnstandort etabliert werden. Dies verlangt nach einer regional abgestimmten Raumplanung, verdichteten Ortskernen und Umsetzung einer gemeinsamen interkommunalen Standortplanung für die Wirtschaft. Aufgebaut werden kann auf die vorhandenen Raumplanungsstudien der Region.</p>								
Hauptregionsebene	Aktionsfeld lt. HRS		3 - Daseinsvorsorge					
	Aktionsfeldthema der HRS (Nr, Bezei.)		3.1. Abgestimmte Raumentwicklung und Siedlungsentwicklung					
	Strategische Stoßrichtung lt. HRS (Nr. und Bezeichnung)		3.1.1. Raumordnung und Siedlungswesen neu ausrichten					
	Output lt. HRS (Nr. und Bezeichnung)		3.1.1.2 Grundprinzipien und Maßnahmen aus Strategien zur Raumentwicklung					
	Indikator-Name lt. HRS Weinviertel		Anzahl der Gemeinden, in denen Siedlungs- und/oder Versorgungsschwerpunkte regional abgestimmt sind					
	Indikator-Wert lt. HRS	Basis-Wert	72	Soll-Wert	80	Ist-Wert	0	
	Output lt. HRS (Nr. und Bezeichnung)		3.1.1.5 Ein aktives Flächenmanagement ist etabliert.					
	Indikator-Name lt. HRS Weinviertel		Anzahl der Gemeinden, die Leerflächenmanagement (Baulücken-/Leerstands-/Baulanderhebung) betreiben					
Indikator-Wert lt. HRS	Basis-Wert	4	Soll-Wert	40	Ist-Wert	0		
Kleinregion	Output 1 lt. KR-Strategieplan		Umsetzung der Ziele aus KRRK und dessen Evaluierung					
	Indikator-Name lt. KR-Strategieplan		Anzahl der ÖEK (örtl Raupl) mit Umsetzung					
	Indikator-Wert dazu	Basis-Wert	6	Soll-Wert	9	Ist-Wert	6	
	Externe Rahmenbedingungen/ Input		Kooperation Land, Förderung. Eigenmittel u. personelle Ressourcen. Bereitschaft der Gemeinden, Know-How, externe Experten.					
	mögliche/ geplante Projekte/ Maßnahmen		Prozess zur Umsetzung der Ziele des KRRK in der ÖEK, Vernetzung der Gemeinden, Abstimmung bei Baulandwidmungen. Abstimmung mit der Raumplanung der umliegenden Regionen bzw. der beiden Metropolen Wien und Bratislava berücksichtigt dies auch „grenzüberschreitend“.					
	Output 2 lt. KR-Strategieplan		Ortkerne sind belebt - Leerstände reduziert					
Indikator-Name lt. KR-Strategieplan		Anzahl der Orte mit Maßnahmen zur Reduzierung von Leerständen						
Indikator-Wert dazu	Basis-Wert	x	Soll-Wert	14	Ist-Wert			
Externe Rahmenbedingungen/ Input		Fördermittel, personelle Ressourcen, Know-How, externe Experten.						
mögliche/ geplante Projekte/ Maßnahmen		Flächenmanagementdatenbank auf regionaler Ebene ausführen (Ziel Flächendeckung). Informationen über Förderungen für Bauen oder Renovieren im Ortskern. Maßnahmen seitens der Gemeinden zur Unterstützung.						
Kleinregion	Output 3 lt. KR-Strategieplan		Es gibt eine rechtsverbindliche Wirtschaftsstandortkooperation Marchfeld					
	Indikator-Name lt. KR-Strategieplan		Maßnahmen zur Wirtschaftskooperation Marchfeld					
	Indikator-Wert dazu	Basis-Wert	0	Soll-Wert	2	Ist-Wert		
	Externe Rahmenbedingungen/ Input		Beschlüsse der Gremien der Kleinregion. Bereitschaft der Gemeinden. Know-How, externe Experten.					
	mögliche/ geplante Projekte/ Maßnahmen		Schaffung eines Verbandes zur Interkommunalen Wirtschaftskooperation Marchfeld, Marketingmaßnahmen dazu.					

7. ZEIT- UND FINANZIERUNGSPLAN

7.1. Zeitplan

8. Output / Arbeitspakete	2017			
	Qu1	Qu2	Qu3	Qu4
5.1.1 KR Identität u. Marketing	Tag des Marchfeldes	Projekt Identität	Facebook und Social Medias	Entwicklung von Leitprojekten
5.1.2 Themenfeld Technische Infrastruktur und Mobilität	Ist Mobil			
5.1.3 Themenfeld Freizeit und Naherholung			Alltags Radwege	
5.1.4 Themenfeld Raumentwicklung	Unterstützende Entwicklung zu Bereichen			

Output / Arbeitspakete	2018			
	Qu1	Qu2	Qu3	Qu4
5.1.1 KR Identität u. Marketing	Tag des Marchfeldes	Umsetzen Identitätsprojekte	Facebook und Social Medias	Umsetzen Identitätsprojekte
5.1.2 Themenfeld Technische Infrastruktur und Mobilität	Ist Mobil			
5.1.3 Themenfeld Freizeit und Naherholung			Alltags Radwege	
5.1.4 Themenfeld Raumentwicklung				

Anmerkung: die hier zu den einzelnen Themenfeldern und den Quartalen zugeordneten Maßnahmen, richten sich nach den in den vorangegangenen Kapiteln dargestellten geplanten Aktivitäten, erheben aber hier im Zeitplan keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Output / Arbeitspakete	2019			
	Qu1	Qu2	Qu3	Qu4
5.1.1 Kleinregionale Identität	Umsetzung Leitprojekte		Bekanntmachen der Leitprojekte	
5.1.2 Themenfeld Technische Infrastruktur und Mobilität	E Mobilität			
5.1.3 Themenfeld Freizeit und Naherholung	Pilgerweg – Militär wallfahrt			
5.1.4 Themenfeld Raumentwicklung				

Output / Arbeitspakete	2020			
	Qu1	Qu2	Qu3	Qu4
5.1.1 Kleinregionale Identität	Feinjustierung Identität		Bekanntmachen der Leitprojekte	
5.1.2 Themenfeld Technische Infrastruktur und Mobilität	Radbrücke Marchegg			
5.1.3 Themenfeld Freizeit und Naherholung	Pilgerweg – Militär wallfahrt			
5.1.4 Themenfeld Raumentwicklung				

Anmerkung: die hier zu den einzelnen Themenfeldern und den Quartalen zugeordneten Maßnahmen, richten sich nach den in den vorangegangenen Kapiteln dargestellten geplanten Aktivitäten, erheben aber hier im Zeitplan keinen Anspruch auf Vollständigkeit.