Lokale Entwicklungsstrategie Marchfeld 2014-2020

REGIONMARCHFELD

Dezember 2017

Inhalte erstellt von

LAG-Management der LEADER-Region Marchfeld

(Beratung, Begleitung: Dr. Hannes Schaffer)

Mit Unterstützung von Bund, Land und Europäischer Union

Bundesministerium
Landwirtschaft, Regionen
und Tourismus

LE 14-20

Inhaltsverzeichnis

1. Beschreibung der Lokalen Aktionsgruppe 1
1.1 Festlegung des Gebietes und Beschreibung der Gebietscharakteristik 1
1.2 Angaben zur Bevölkerungsstruktur 2
2. Analyse des Entwicklungsbedarfs 3
2.1 Beschreibung der Region und der sozioökonomischen Lage 3
2.1.1 Bevölkerung 3
2.1.2 Land- und Forstwirtschaft 3
2.1.3 Wirtschaft, Handwerk und Gewerbe 4
2.1.4 Energie und Mobilität 5
2.1.5 Natur und Ökoysteme 5
2.1.6 Tourismus und Kultur 5
2.1.7 Dienstleistungen, Nahversorgung, Soziales 6
2.1.8 Regionales Lernen und Beteiligungskultur 6
2.2 Reflexion und Erkenntnisse aus der Umsetzung von LEADER in der Periode 2007 – 2013 7
2.3 SWOT-Analyse der Region: 9
2.4 Darstellung der lokalen Entwicklungsbedarfe 14
3. Lokale Entwicklungsstrategie (LES) 17
3.1 *Aktionsfeld 1:* Wertschöpfung 18
3.1.1 Auswahl der Aktionsfeldthemen und Beschreibung der Ausgangslage (Status quo) 18
3.1.2 Grundstrategie bzw. strategische Stoßrichtung in den Aktionsfeldthemen 19
3.1.3 Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023) 20
3.1.4 Erfolgsindikatoren (messbare Indikatoren): Sollwert (Basiswert) 20
3.1.5 Aktionsplan (Maßnahmen) zur Erreichung der Resultate 21
3.1.6 Beschreibung von Kooperationsaktivitäten 24
3.1.7 Zusammenfassende Darstellung in der Wirkungsmatrix gemäß Vorlage 26
3.2 Aktionsfeld 2: Natürliche Ressourcen und kulturelles Erbe 28
3.2.1 Auswahl der Aktionsfeldthemen und Beschreibung der Ausgangslage (Status quo) 28
3.2.2 Grundstrategie bzw. strategische Stoßrichtung in den Aktionsfeldthemen 28
3.2.3 Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023) 29
3.2.4 Erfolgsindikatoren (messbare Indikatoren): Sollwert (Basiswert) 29
3.2.5 Aktionsplan (Maßnahmen) zur Erreichung der Resultate 29
3.2.6 Beschreibung von Kooperationsaktivitäten 30
3.2.7 Zusammenfassende Darstellung in der Wirkungsmatrix gemäß Vorlage 31
3.3 Aktionsfeld 3: Gemeinwohl Strukturen und Funktionen 32

3.3.1 Auswahl der Aktionsfeldthemen und Beschreibung der Ausgangslage (Status quo) ... 32
3.3.2 Grundstrategie bzw. Strategische Stoßrichtung in den Aktionsfeldthemen ... 33
3.3.3 Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023) ... 34
3.3.4 Erfolgsindikatoren (messbare Indikatoren): Sollwert (Basiswert) ... 35
3.3.5 Aktionsplan (Maßnahmen) zur Erreichung der Resultate ... 35
3.3.6 Beschreibung von Kooperationsaktivitäten ... 37
3.3.7 Zusammenfassende Darstellung in der Wirkungsmatrix gemäß Vorlage ... 38
3.4 Aktionsfeld IWB: nicht relevant ... 40
3.5 Aktionsfeld ETZ: nicht relevant ... 40
3.6 Berücksichtigung der Ziele der Partnerschaftsvereinbarung und des Programms LE 2020 und falls zutreffend der IWB und ETZ-Programme ... 40
3.7 Berücksichtigung der bundeslandrelevanten und regionsspezifischen Strategien ... 43
4. Steuerung und Qualitätssicherung ... 49
4.1 Beschreibung der Vorkehrungen für Steuerung, Monitoring und Evaluierung der LAG-internen Umsetzungsstrukturen ... 49
4.2 Beschreibung der Vorkehrungen für Steuerung, Monitoring und Evaluierung der Strategie- und Projektumsetzung inkl. Reporting an die Verwaltungsbehörde und Zahlstelle ... 52
5. Organisationsstruktur der LAG ... 54
5.1 Rechtsform der LAG ... 54
5.2 Zusammensetzung der LAG (inklusive Darlegung der Struktur und getroffenen Vorkehrungen, die gewährleisten, dass die Bestimmungen des Art. 32 der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 permanent eingehalten werden) ... 54
5.3 LAG-Management ... 55
5.4 Projektauswahlgremium (inklusive Geschäftsordnung, die gewährleistet, dass die Bestimmungen des Art. 34 der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 permanent eingehalten werden) ... 57
5.5 Ausschluss von Unvereinbarkeiten (Interessenskonflikten) ... 57
6. Umsetzungsstrukturen ... 59
6.1 Arbeitsabläufe , Zuständigkeiten, Entscheidungskompetenzen-Organigramm ... 59
6.2 Auswahlverfahren für Projekte (inklusive Projektauswahlkriterien) ... 59
6.3 Darstellung der Transparenz der Entscheidungen ... 65
7. Finanzierungsplan ... 67
7.1 Eigenmittelaufbringung der LAG ... 67
7.2 Budget für Aktionsplan ... 67
7.3 Budget für Kooperationen ... 68
7.4 Budget für LAG-Management und Sensibilisierung ... 68

7.5 Herkunft der Budgets für LAG eigene Projekte 69
8. Erarbeitungsprozess der Entwicklungsstrategie 70
9. Beilagen 73
Beilage 9./5.2 Zusammensetzung der LAG 73
Beilage 9./5.3 Vereinsstatuten 73
Beilage 9./5.4 Zusammensetzung der PAG 73
Beilage 9./5.4 Geschäftsordnung 73
Beilage 9./7 Gesamtfinanzplan Periode 2014 bis 2020 73
Beilage 9./7.1 Eigenmittelaufbringung LAG 73
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis 74

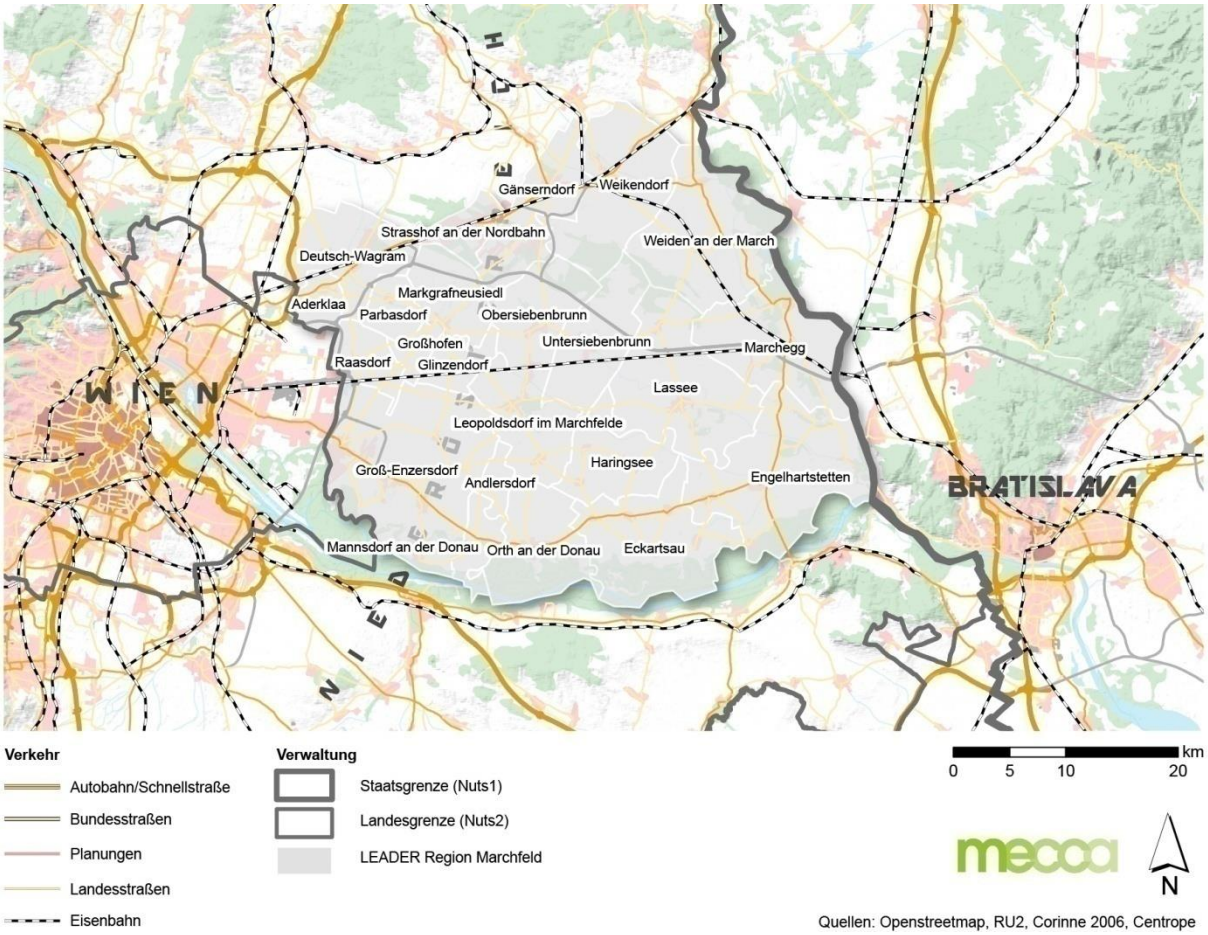
Anmerkung:
Änderung zur ursprünglichen LES sind durch eine äußere Seitenlinie am linken Seitenrand gekennzeichnet. Löschungen sind durchgestrichen und Ergänzungen gelb hinterlegt. Alle Änderungen sind auch im schwarz/weiß-Ausdruck ersichtlich.

1. Beschreibung der Lokalen Aktionsgruppe

Die LEADER-Region Marchfeld setzt sich aus Gemeinden des Regionalen Entwicklungsverbandes Marchfeld (MAREV) zusammen.

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 etc.), aber auch unerwünschten Entwicklungen entgegenzusteuern.

Abbildung 1: Überblick über die LEADER-Region



1.1 Festlegung des Gebietes und Beschreibung der Gebietscharakteristik

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 Region Marchfeld wird im Westen von Wien und im Osten von der slowakischen Staatsgrenze und ihrer Hauptstadt Bratislava begrenzt. Nördlich schließt die LEADER-Region Weinviertel Ost an, im Süden bildet die Donau – an deren beiden Seiten sich der Nationalpark Donauauen erstreckt – die Grenze zur LEADER-Region Römerland Carnuntum. Die wichtigsten überregionalen Ost-West Verkehrsachsen sind die B8 und die B3 sowie die internationale Zugsverbindung 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.

1.2 Angaben zur Bevölkerungsstruktur

In den 23 Gemeinden der Region Marchfeld leben derzeit **61.054 Menschen**. Mit einem Bevölkerungszuwachs von 15% zwischen 2004 und 2014 gehört die Region zu den dynamischsten Wachstumsregionen Niederösterreichs - wie auch ganz Österreichs.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die 23 am LEADER-Programm teilnehmenden Gemeinden.

Tabelle 1: LEADER-Region Marchfeld: Aufstellung der beteiligten Gemeinden

	Bevölkerung 2004	Bevölkerung 2014	Veränderung %	Fläche in km²	Ew/km² (2014)
Aderklaa	201	191	-5,0%	8,6	22
Andlersdorf	119	130	9,2%	5,9	22
Deutsch-Wagram	6.937	8.083	16,5%	30,6	264
Eckartsau	1.120	1.210	8,0%	49,0	25
Engelhartstetten	1.845	1.909	3,5%	65,6	29
Gänserndorf	8.450	10.747	27,2%	30,6	352
Glinzendorf	237	274	15,6%	10,4	26
Groß-Enzersdorf	8.387	10.033	19,6%	83,9	120
Großhofen	87	86	-1,1%	6,2	14
Haringsee	1.138	1.165	2,4%	27,1	43
Lassee	2.337	2.598	11,2%	55,6	47
Leopoldsdorf im Marchfelde	2.348	2.610	11,2%	29,0	90
Mannsdorf an der Donau	406	378	-6,9%	10,3	37
Marchegg	2.828	2.897	2,4%	45,6	64
Markgrafneusiedl	791	837	5,8%	19,8	42
Obersiebenbrunn	1.479	1.693	14,5%	26,9	63
Orth an der Donau	1.967	2.013	2,3%	33,5	60
Parbasdorf	147	156	6,1%	10,2	15
Raasdorf	551	646	17,2%	13,2	49
Strasshof an der Nordbahn	7.370	8.948	21,4%	11,7	766
Untersiebenbrunn	1.435	1.507	5,0%	30,5	49
Weikendorf	1.947	1.930	-0,9%	46,3	42
Weiden an der March	909	1.013	11,4%	55,9	18
Region Marchfeld	**53.036**	**61.054**	**15,1%**	**706,4**	**86**

Quelle: Statistik Austria, eigene Berechnungen, eigene Darstellung

Für die Periode 2007-2013 haben sich die 23 Gemeinden zur LEADER-Region Marchfeld zusammengeschlossen und mit zahlreichen Projekten die Entwicklung der Region als „grüne“ Wohnregion zwischen den Ballungsgebieten Wien-Bratislava und als Naherholungsgebiet und Ausflugsregion für die Städter angekurbelt.

Die Region will auch in der neuen Förderperiode 2014-2020 ihre erfolgreiche Arbeit fortsetzen; die Anzahl der beteiligten Gemeinden sowie die Gebietskulisse bleiben gleich.

2. Analyse des Entwicklungsbedarfs

Dieses Kapitel definiert den Entwicklungsbedarf der Region und liefert damit die Basis für die Ziele der Lokalen Entwicklungsstrategie (LES). Eine SWOT-Analyse erklärt die gegenwärtige Situation und analysiert sie hinsichtlich ihrer Stärken, Schwächen, Chancen und Bedrohungen. Darüber hinaus werden auch Erfahrungen und Rückschlüsse aus der aktuellen Periode einbezogen. Eine ausführliche Regionalanalyse befindet sich im Anhang: Beilage 9./2.

2.1 Beschreibung der Region und der sozioökonomischen Lage

2.1.1 Bevölkerung

Die Bevölkerung der Region Marchfeld ist zwischen 2004 und 2014 um 15% gewachsen. Große Zunahmen verzeichneten vor allem die Gemeinden im Nahbereich von Wien und entlang der S-Bahn: Gänserndorf (+27%), Strasshof (+21%), Groß-Enzersdorf (+20%), Raasdorf (+17%) und Deutsch-Wagram (+17%). Lediglich drei Gemeinden mussten Bevölkerungsverluste hinnehmen: Mannsdorf an der Donau (-7%), Aderklaa (-5%) und Weikendorf (-1%). Die Bevölkerungsdichte der Region liegt mit einem Wert von 86 EW/km² über dem niederösterreichischen Schnitt von 80 EW/km². Die Region erwartet in Zukunft ein starker Anstieg der Bevölkerung ab 60 Jahren sowie ein vergleichsweise ähnlich starker Rückgang der jungen Bevölkerung. Die **Geburtenbilanz** war seit 2003 bis auf die Jahre 2007-2010 in der Gesamtregion **negativ**. Im Zeitraum 2003-2013 standen 5.201 Geburten 5.383 Sterbefällen gegenüber. Dabei gibt es zwischen den Gemeinden große Unterschiede, die von -305 in Orth an der Donau bis zu +129 in Groß-Enzersdorf reichen. Seit 2003 verzeichnete die Gesamtregion in jedem Jahr eine deutlich **positive Wanderungsbilanz**. Im Zeitraum 2003-2012 standen 37.714 Zuzüge 29.680 Wegzüge gegenüber. Die Wanderungsbilanz war in allen Gemeinden - bis auf Aderklaa, Haringsee, Mannsdorf an der Donau und Weikendorf - positiv. Die positive Bevölkerungsentwicklung der Region ist also überwiegend der positiven Wanderungsbilanz zu verdanken. Die Bevölkerungsprognosen lassen für die Region auch bis 2030 bzw. 2050 ein dynamisches Wachstum erwarten.

2.1.2 Land- und Forstwirtschaft

Das Marchfeld ist eines der landwirtschaftlichen Hauptproduktionsgebiete Österreichs. Der Schwerpunkt liegt auf dem Gemüse- und Getreideanbau. Die Betriebe sind im österreichischen Vergleich groß und lebensfähig. Die landwirtschaftliche Verarbeitung und Produktveredelung hat im Marchfeld eine sehr große Bedeutung (z.B. Agrana in Leopoldsdorf, Frenzel-Austria-Frost Nahrungsmittel GmbH in Groß-Enzersdorf, Marchfeldgemüse GmbH in Raasdorf etc.). Im niederösterreichischen Vergleich ist der Anteil der landwirtschaftlichen Nutzfläche in der LEADER-Region Marchfeld sehr hoch.

Insgesamt gibt es 884 Betriebe. Auffällig ist der hohe Anteil an Haupterwerbsbetrieben (72,4%), während die Nebenerwerbsbetriebe nur 18,6% ausmachen. Auch die Anteile der Personengemeinschaften (4,4%) und Betriebe juristischer Personen (4,6%) liegen über dem NÖ Durchschnitt.

Im Zeitraum 1999-2010 ging die **Zahl der Betriebe** in der Region **um 23% zurück**, das liegt genau im NÖ Schnitt von -23%. Die relativ größten Rückgänge betrafen Strasshof an der Nordbahn (-63%, von 8 auf 3 Betriebe), Engelhartstetten (-36%) und Lassee (-33%). Hingegen gab es entgegen dem österreichweiten Trend in einigen Gemeinden sogar Zuwächse, so etwa in Aderklaa (+30%) und Raasdorf (+6%); in Großhofen blieb die Zahl der Betriebe gleich. Die landwirtschaftlichen Betriebe sind meist spezialisiert und verfügen über hohe Qualitätsstandards. 75% der Regionsfläche werden landwirtschaftlich genutzt[1], das ist österreichweit ein Spitzenwert!

[1] Quelle: Statistik Austria, Stand: 2009

Die Gemeinden mit dem höchsten Anteil an landwirtschaftlicher Nutzfläche sind Großhofen (95%), Glinzendorf (93%) und Raasdorf (92%). Hingegen ist der Waldanteil der Region mit 13% der Flächen weit unterdurchschnittlich. Die Forstwirtschaft spielt in der Region daher eine geringe Rolle, ebenso wie auch der Weinbau.

Genussregionen im Marchfeld

Marchfeld Gemüse: Im Marchfeld können aufgrund der klimatischen Gegebenheiten sehr viele Gemüsearten kultiviert werden. Die wichtigsten sind Zwiebeln, Grünerbsen, Karotten, Spargel, Spinat, Salate, Schnittbohnen, Knollensellerie, Zuckermais und Kartoffeln. Die Erzeugung des Gemüses erfolgt nach den Richtlinien der Integrierten Produktion. Die meisten Betriebe beliefern den Lebensmittelhandels bzw. Märkten mit Frischgemüse. Das Gemüse aus dem Marchfeld wird aufgrund seiner guten Qualität in den letzten Jahren auch verstärkt im Ausland abgesetzt. 33 Produzenten und 7 Genusswirte sind derzeit Mitglied der Genussregion.

Marchfelder Spargel: Das Marchfeld bietet ideale Produktionsbedingungen für die Marchfelder SpargelbäuerInnen. Durch langjährige Anbauversuche werden nur Sorten gezogen, die für diese Region besonders gut geeignet sind. Alle Mitglieder der ARGE Marchfeldspargel produzieren nach Richtlinien der integrierten Produktion bzw. Bio- Anbaukriterien. Marchfeldspargel g.g.A zeichnet sich durch sein besonders typisches Spargelaroma aus. Die spezielle kundengerechte Sortierung und österreichweite Distribution binnen 24 Stunden begründen den Erfolg. 16 ProduzentenInnen und 21 Genusswirte sind derzeit Mitglied der GR. Die Produzenten bemühen sich zwar um einen hohen regionalen Absatz (Handel); sind jedoch mit den Genusswirten kaum vernetzt.

Weinviertler Wild: Die Jagdtradition reicht im Weinviertel und im Marchfeld bis in die Zeit von Kaiser Maximilian I. von Habsburg (1459–1519) zurück. Die Wiesen entlang der Donau- und Marchauen und Felder bieten den Tieren einen guten Lebensraum mit einer abwechslungsreichen Pflanzenwelt und viel Bewegungsfreiheit. Wildbret ist daher ein hochwertiges Nahrungsmittel. Der Abschuss von Wild in freier Wildbahn kann als „Urproduktion“ schlechthin bezeichnet werden. Die abnehmende Biodiversität und die Intensivierung in der Landwirtschaft führen jedoch zu einer massiven Gefährdung des Niederwilds, welches in manchen Gemeinden kaum Rückzugsflächen findet. 5 Produzenten und 16 Genusswirte sind derzeit Mitglied der GR. Getragen wir die Initiative von 6 NÖ Jagdverbänden und der LEADER Region Weinviertel-Ost.

2.1.3 Wirtschaft, Handwerk und Gewerbe

19% der Arbeitsstätten zählen zum primären Sektor, 11% zum sekundären und 70% zum tertiären Sektor.[2] Ein anderes Bild zeigt die Verteilung der Erwerbstätigen am Arbeitsort: 8% arbeiten im primären Sektor, 26% im sekundären und 66% im tertiären Sektor. Der Anteil der in der Land- und Forstwirtschaft Beschäftigten ist nach wie vor vergleichsweise hoch. Österreichische Spitzenwerte erreichen die Gemeinden Andlersdorf (67%) und Eckartsau (45%)[3]. Der niederösterreichische Schnitt liegt bei 7,34%. Der sekundäre Sektor umfasst 26% der Erwerbstätigen, der tertiäre Sektor 66,3%. Damit liegt die Region im Trend zur „Dienstleistungsgesellschaft“.

Arbeitsmarkt: Die Region ist eine klassische Pendlerregion, da am Standort zu wenige Arbeitsplätze zur Verfügung stehen. Das **Pendlersaldo** (EinpendlerInnen-AuspendlerInnen) war 2011 in allen Gemeinden bis auf Aderklaa, Glinzendorf und Orth an der Donau **negativ**.[4] In der LEADER-Region pendeln um 11.596 mehr Menschen aus als ein. Das Pendlervolumen hat sich zwischen 2001 und 2011 erhöht, und ehemalige Einpendlergemeinden wurden zu Auspendlergemeinden, wie z.B. Gänsern-

[2] Quelle: Statistik Austria, AZ 2011
[3] Quelle: Statistik Austria, AZ 2011
[4] Quelle: Statistik Austria: VZ 2001, RZ 2011

dorf. Die Arbeitslosenquote liegt im niederösterreichischen und österreichischen Durchschnitt, ist aber ansteigend, insbesondere die Jugendarbeitslosigkeit und die MigrantInnenarbeitslosigkeit[5].

Gründungsintensität: Die Gemeinden im Bezirk Gänserndorf weisen im landesweiten Vergleich eine durchschnittliche Gründungsintensität auf.[6] Sie liegt im niederösterreichischen, aber leicht über dem österreichischen Durchschnitt. Im Bezirk Gänserndorf kamen 2013 4,7 Gründungen auf 1.000 EinwohnerInnen. Zum Vergleich: der NÖ-Wert lag bei 4,7, der Österreich-Wert bei 4,4.

Betriebsstruktur, Arbeitsstätten und Betriebsgröße: In der Region dominieren eindeutig die zwei Sparten Gewerbe/Handwerk und Handel. Sie allein machen 87% aller aktiven Betriebsstandorte aus.[7] Die Sparte Information und Consulting hat einen Anteil von etwa 15%. Um die 10,5% der Betriebe sind im Bereich Tourismus und Freizeitwirtschaft zu finden. Die restlichen Anteile verteilen sich auf Transport und Verkehr (6%), Industrie (1,5%) und Bank&Versicherung (1%). In der folgenden Abbildung ist gut zu erkennen, dass in der Region hauptsächlich kleine Betriebe mit bis zu neun Beschäftigten (36%) sowie Einpersonenunternehmen (56%) angesiedelt sind. Zusammen machen diese über 90% aller Arbeitsstätten aus! Es gibt jedoch wenige große Betrieben mit über 250 Beschäftigten (in Orth an der Donau und Groß-Enzersdorf).

2.1.4 Energie und Mobilität

Die Region hat große Potenziale für Energieeinsparungsmaßnahmen und erneuerbare Energieträger. Diese wurden im Rahmen des Projektes „**Regionales Energiekonzept Marchfeld**“ erhoben und haben noch Erweiterungspotenzial. Die Gemeinden der Region profitieren von ihrer Lage nahe dem Ballungsraum und entlang bestehender und geplanter hochrangiger Verkehrsachsen: Nordbahn, Marchegger Ostbahn (Ausbau und Elektrifizierung bis 2030), die S1 und die geplante S8 (Planungshorizont 2020) liegen in der Region. In den Achsenzwischenräumen gibt es hingegen erhebliche Defizite in der Versorgung mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Eine öffentliche Verbindung aus der Region in die am Nordrand liegende Bezirkshauptstadt ist nahezu nicht möglich; man kann das Marchfeld öffentlich nicht queren. Regionale Buslinien verkehren hier meist nur an Werk- bzw. Schultagen. Auch die grenzüberschreitenden Verbindungen zum boomenden Wirtschaftsraum Bratislava sind sehr verbesserungswürdig.

2.1.5 Natur und Ökoysteme

Biodiversität und Kulturlandschaft sind wesentliche Grundlagen der ländlichen Entwicklung. Die Bevölkerung und der Tourismus profitieren von gesunden Ökosystemen sowie intakten Kulturlandschaften. Deshalb ist die Erhaltung der genetischen Vielfalt ein wichtiges Anliegen. Darüber hinaus ist der ökonomische Wert von artenreichen Landschaften als Ressource für Lebensmittel und zur Erhöhung der Resilienz von Regionen nicht zu unterschätzen. Das Marchfeld weist einen **hohen Anteil** unterschiedlicher **Schutzgebiete** auf. Die prominenteste Stellung nimmt dabei der Nationalpark Donauauen, der auf beiden Seiten der Donau liegt und auch eine hohe touristische Bedeutung hat. Auch der Alpen-Karpaten-Korridor führt durch große Teile der Region.

2.1.6 Tourismus und Kultur

Das Marchfeld bietet ein reichhaltiges Angebot an kulturellen Veranstaltungen (Feste, Theatergruppen, Ausstellungen, Konzerte), Ausflugszielen (v.a. Schlösser) und Bewegungsmöglichkeiten (insb. Radwege). Als touristische Dachmarketingorganisation unterstützt die Donau Niederösterreich GmbH die Region als Projektträger und Marketingpartner. Die Nähe zu den Ballungsräumen Wien

[5] Quelle: AMS Arbeitsmarktprofil 2013, Daten auf Bezirksebene
[6] Quelle: WKO Gründungsstatistik
[7] Es ergeben sich insg. mehr als 100%, weil Betriebe mehreren Sparten angehören können

und Bratislava sowie die gute Erreichbarkeit der Veranstaltungen stellen für die Region ein großes Potenzial im Ausflugstourismus dar. Die Verbesserung der touristischen Infrastruktur und der gemeinsamen Angebotsentwicklung stellt auch zukünftig eine Chance für die positive touristische und kulturelle Entwicklung der Region dar. Haupanziehungspunkt des Marchfeldes sind die Marchfeldschlösser. 2013 schlossen sie sich zu einer ARGE zusammen und positionieren und vermarkten sich seither gemeinsam unter dem Begriff „Marchfelder Schlösserreich". Mit über 300.000 BesucherInnen/Jahr sind die Marchfeldschlösser ein wichtiger Arbeitgeber der Region (bis zu 200 MitarbeiterInnen). Gemeinsam haben sie ein vielfältiges und umfangreiches Angebot zu den Themen Geschichte und Persönlichkeiten, Natur und Garten, Region und Nachbarschaft (Genuss), Abenteuer und Familie. Zum Schlösserreich zählen Schloss Hof, Schloss Marchegg, Schloss Orth an der Donau und Schloss Eckartsau.

Die folgenden 6 Ausflugsziele des Marchfelds sind Bestandteil der Niederösterreich Card: Erlebnispark Gänserndorf, Eisenbahnmuseum Strasshof an der Nordbahn, Schloss Marchegg in Marchegg, Schloss Hof in Eckartsau und das schlossORTH Nationalpark-Zentrum und museumORTH in Orth an der Donau.

Über die Entwicklung der Nächtigungen befindet sich eine Tabelle in den Beilagen 9./2. Die Vergleichbarkeit dieser Zahlen ist aber eingeschränkt, da in den Jahren z.T. unterschiedliche Berichtsgemeinden herangezogen wurden. Die **touristischen Aktivitäten** im Marchfeld – gemessen an den Ankünften und Übernachtungen in der Periode 2004-2013 – zeigen deutlich, dass beim Sektor Aufenthaltstourismus **Potenzial** vorhanden ist. Lediglich Groß-Enzersdorf, Orth an der Donau (Nationalpark) und Deutsch-Wagram weisen nennenswerte Übernachtungszahlen auf. Im Jahresdurchschnitt wurden zwischen 2004 und 2013 um die 58.000 Übernachtungen pro Jahr gezählt.[8] Der Schwerpunkt liegt eindeutig in der Sommersaison, die Wintersaison ist schwach entwickelt.

2.1.7 Dienstleistungen, Nahversorgung, Soziales

In der Region ist die Nahversorgung nur in den größeren Gemeinden ausreichend gewährleistet. Kleinere Lebensmittelgeschäfte sind nur mehr selten vorhanden; die großen Supermarktketten haben sich in den letzten Jahren verstärkt am Ortsrand angesiedelt. Dies führt dazu, dass auch in größeren Gemeinden beträchtliche Distanzen zum Supermarkt zurückgelegt werden müssen, erreicht werden können sie meist nur mehr mit dem PKW. Diese Entwicklung stellt, in Hinblick auf die Folgen des demographischen Wandels, in Zukunft eine große Herausforderung dar. Mobilität wird für eine immer älter werdende Gesellschaft eine wesentliche Rolle spielen.

Medizinische Einrichtungen: Das Medizinische Zentrum Gänserndorf ist das einzige Krankenhaus in der Region und wird als Tagesklinik geführt. Durch das nahe Wien ist jedoch das Angebot an Gesundheitsdienstleistungen sehr gut, oft aber für NÖ nicht zugänglich. In der Region gibt es mehrere Alters- und Pflegeheime. Zahlreiche ÄrztInnen und Apotheken bieten ihre medizinischen Leistungen an.

2.1.8 Regionales Lernen und Beteiligungskultur

Bildungsstand: Der Bildungsstand der Bevölkerung ist für die Bewertung der Innovationsfähigkeit einer Region und für die Ansiedlung von Betrieben von hoher Bedeutung. Der Anteil der primären Bildungsstufe nahm ab, während sekundäre und tertiäre zunahmen. Die **regionale Bevölkerung** ist also **gut ausgebildet**. Die Gemeinden mit dem höchsten Anteil an Hochschul- und hochschulverwandter Ausbildung sind Andlersdorf (10,7%), Gänserndorf (10,6%) und Deutsch-Wagram (10,5%). Den deutlich niedrigsten Anteil verzeichnet Marchegg (3,8%).

[8] Quelle: Statistik Austria

Bildungseinrichtungen: Kindergärten und Volksschulen sind flächendeckend vorhanden. Der Hauptort Gänserndorf ist der wichtigste Schulstandort der Region (AHS, HAK), weitere Schulstandorte sind Deutsch-Wagram (AHS) und Groß-Enzersdorf (AHS). In Obersiebenbrunn wird eine Landwirtschaftliche Fachschule geführt. Bemühungen, diese als BHS zu erweitern, sind bislang gescheitert. Universitäten oder Fachhochschulen bestehen in der Region nicht. Im nahen Wien wird jedoch ein breites Spektrum an tertiären Bildungseinrichtungen angeboten.

Breitband im ländlichen Raum: Die Versorgung von Unternehmen und Bevölkerung mit modernen Informationstechnologien ist eine wichtige wirtschaftliche Rahmenbedingung und sowohl als Standortfaktor als auch für das Bildungs- und Qualifizierungsangebot von großer Bedeutung: Das Internet gewährt einen ortsunabhängigen Zugang zu Informationen; gleichzeitig wird es für die Wirtschaft zu Werbezwecken, für Buchungen und zum Marketing eingesetzt und unterstützt so Einkommensalternativen. Im Marchfeld gibt es bei der Breitbandversorgung noch Lücken.

Lehrlinge: Während viele Betriebe verzweifelt Lehrlinge suchen, ist es für die Jugendlichen in bestimmten Berufen problematisch, in der Region eine Lehrstelle zu finden. So standen 2013 im Arbeitsmarktbezirk[9] Gänserndorf den 10 gemeldeten offenen Lehrstellen 105 Lehrstellensuchende gegenüber.[10] Ein Problem der Lehrausbildung ist auch nach wie vor die Konzentration auf einige wenige Lehrberufe. Die beliebtesten Lehren machen 30-40% der Gesamtlehren aus und sind bei den Männern Elektrotechnik, Installations- und Gebäudetechnik sowie Kfz-Technik, bei den Frauen FriseurIn, Einzelhandel-Lebensmittelhandel und Einzelhandel. Insgesamt ging die Zahl der Lehrlinge in der Region zwischen 2001 und 2011 um fast 30% zurück.[11]

Freiwilligenwesen: Im Bereich des bürgerschaftlichen Engagements ist eine eindeutige Stadt-Land-Differenz festzustellen: Die Engagementquote ist im ländlichen Raum deutlich höher als in den Städten. Gründe sind die im ländlichen Raum vorherrschende Tradition der politischen Mitwirkung und die lokale Vereinskultur sowie die Aktivitäten kirchlicher Gemeinden. Vereine bilden oftmals die organisatorische Basis, um gemeinschaftlich Aufgaben vor Ort zu lösen und sind ein Anlaufpunkt, der die BewohnerInnen einer Region miteinander vernetzt. Freiwilliges Engagement im ländlichen Raum dient also auch der kulturellen und sozialen Grundversorgung.

2.2 Reflexion und Erkenntnisse aus der Umsetzung von LEADER in der Periode 2007 – 2013

In der LEADER-Förderperiode 2007-2013 wurden im Marchfeld 8,5 Millionen Euro Fördermittel beantragt. Mit Unterstützung der LEADER-Fördermittel wurde im Marchfeld eine Investitionssumme von ca. 25 Millionen Euro ausgelöst. Dadurch fand regionale Wertschöpfung statt und Arbeitsplätze konnten gesichert bzw. neu geschaffen werden. Die wichtigsten Initiativen waren:

Regionale Identität und Bildung: Die LEADER Region Marchfeld hat mit zahlreichen Innenmarketingmaßnahmen die eigenständige regionale Identität und das Interesse der Bevölkerung am Geschehen in ihrer eigenen Region geweckt und gestärkt. Zielgruppe der Marketingmaßnahme war primär die regionale Bevölkerung sowie die Gemeinden als auch Betriebe und Vereine.

Wichtige Maßnahmen waren: Regionsportale bei den Einfahrten in die Region Marchfeld „Willkommen im Marchfeld“, eine Regionshomepage, der Blog „Region Marchfeld mitdenken – mitlenken“ und ein Newsletter. Die regionale Zeitschrift Wir.im.Marchfeld geht 6 mal jährlich in Kooperation mit der Kleinregion Marchfeld (MAREV) an alle Haushalte. Zahlreiche Veranstaltungen, Workshops und Vernetzungstreffen konnten die Bevölkerung aktivieren. Heute erreichen wir mit

[9] Die Daten standen vom AMS nur auf Ebene der Arbeitsmarktbezirke zur Verfügung
[10] Quelle: WKO, Lehrlingsstatistik
[11] Quelle: Statistik Austria

LEADER einen hohen Anteil der Bevölkerung und konnten eine gute Basis für die bottom-up-Ausrichtung für weitere LEADER-Aktivitäten schaffen.

Im Bereich Bildung engagierten wir uns neben einigen kleineren Kooperationsprojekten mit Schulen und regionalen AkteurInnen sehr für das Kooperationsprojekt „Kommunales Bildungsmanagement". Den Marchfelder BildungsgemeinderätInnen und Bildungsbeauftragten wurden maßgeschneiderte Weiterbildungsmaßnahmen angeboten mit dem Ziel, die Qualität an Bildungsangeboten in den Gemeinden vielfältiger und attraktiver zu gestalten. Im Rahmen von Vernetzungsaktivitäten der BildungsakteurInnen konnte ein großes Interesse an regionsspezifischen Bildungsinhalten (Wissen über Kulturgüter, Umweltbildung, Familienthemen, Regionswissen, Interkulturelle Themen) festgestellt werden. Dem Wunsch nach einem besseren Überblick über das regionale Bildungsangebot, einer besseren Vernetzung der Bildungsanbieter sowie einer Ergänzung mit den erarbeiteten Themen ist in der Strategie als Schwerpunkt – eingearbeitet als Querschnittsthema - vorgesehen.

Marchfelder Landwirtschaft: In der Region wurde in den letzten Jahren stark in Betriebsdiversifizierungen in den Bereichen Be- und Verarbeitung landwirtschaftlicher Produkte sowie im Bereich Vermarktung investiert. Diversifizierungsmaßnahmen in Richtung Schule, Urlaub war bisher kein nennenswertes Anliegen unserer LandwirtInnen; der Wunsch nach Unterstützung durch LEADER steigt jedoch mit zunehmenden Wettbewerbsdruck.

Tourismus und Kultur: Mit Hilfe eines Tourismuskonzeptes für die Region konnten die touristischen Potentiale der Region identifiziert werden. Genuss, Radeln, Reiten und die Schlösser sollten entwickelt werden.

Zur Attraktivierung der Radausflugsregion Marchfeld wurde der Fokus auf den bestehenden Marchfeldkanal-Radweg gelegt. Er wurde mit zahlreichen Maßnahmen und einem hohen Budget zu einem attraktiven erlebnisorientierten Familienradweg ausgebaut. Der Marchfeldkanal-Radweg verläuft von Wien über Schloss Hof und die 2013 eröffnete Radbrücke bis nach Bratislava. Er wurde in der Radsaison 2014 neu eröffnet und soll als neue Twin-City- Verbindung durch das Marchfeld Naherholungssuchende aus und über die Region hinaus anziehen. Neben der tour. Infrastruktur, Betriebsberatungen für Gastronomie und Nächtigungsbetriebe entstanden eine neue eigene Website (mit GPS-Daten), Roadbook, Karte und mehr. Unsere slowakischen Nachbarn sind begeisterte Radausflügler und die jüngsten Frequenzmessungen lassen ein hohes Potential erkennen dessen erfolgreiche Erschließung aber noch der Attraktivierung der Rad-Begleitinfrastruktur, einer Entwicklung der Themen regionaler Genuss, Ab-Hof-Einkauf, regionale Lebenskultur und Nächtigung bedürfen.

Das Thema Schlösser wurde konsequent im Rahmen mehrerer, äußerst erfolgreicher Projekte, entwickelt. Die Marchfeldschlösser Hof, Eckartsau, Orth und Marchegg haben sich – nach einer umfangreichen Machbarkeitsstudie - zu einer ARGE zusammengeschlossen und positionieren sich nun erfolgreich als „Marchfelder Schlössereich". Für den gemeinsamen Auftritt wurde eine eigene Identität entwickelt, welche sich konsequent im Auftritt nach außen wiederspiegelt: Webauftritt, Broschüren, Beschilderung, Infoscreens, gemeinsame Produktentwicklung und Vermarktung, Werbung, Events uvm. Das Marchfelder Schlösserreich könnte durch eine quersektorale Vernetzung anderen regionalen Anbietern (vor allem im landwirtschaftlichen Bereich) noch mehr Wertschöpfung ermöglichen.

Das Thema Genuss konnte neben Kultur- und Naturthemen im Rahmen eines touristischen Profilierungsprojektes für die gesamte Region aufgegriffen werden. Durch ein Bündel an Maßnahmen konnte die touristische Positionierung der Region entwickelt und damit ein signifikanter Schub für die Regionalentwicklung ermöglicht werden. Die Landesausstelllung in Carnuntum 2011 wurde als Anschub für die touristische Bewerbung des Machfelds genutzt. Zahlreiche Werbemittel, ein

Ausflugsführer, das Konezpt für einen „Regionsraum“ im Hot Spot Schloss Hof, die Entwicklung der „Marchfelder Kulturwochen“ und eine erste Vernetzung mit den Anbietern unserer Genussprodukte war das Ergebnis (Genussevents, Einkaufsführer etc.). Die begonnene Entwicklung sollte konsequent weitergeführt und –entwickelt werden.

In Groß Enzersdorf, einem „Tor zum Marchfeld“ wurde ein Touristisches Leitsystem errichtet. Diese Maßnahme wurde sehr gut angenommen und ist auch aufgrund der neuen Verkehrssituation (S8/S1-Knoten) in Deutsch Wagram gewünscht.

Wirtschaft und Mobilität: Im Rahmen eines umfassenden Demografie-Checks Marchfeld wurde ein zusammenfassender Befund zur demografischen Entwicklung der Region sowie ein konkreter Maßnahmenkatalog erstellt. Die Maßnahmen sind in die lokale Entwicklungsstrategie als wertvolle gewünschte Beiträge eingeflossen.

Um die Region in ihrem Wachstum und ihrer Ausrichtung als qualitative Wohnregion und Naherholungsziel bestmöglich zu unterstützen, wurde eine ganzheitliches Mobilitässtudie erstellt, um sie zum Ausgangspunkt einer neuen Verkehrskonzeption zu machen. Die Umsetzung der Studie ist eine der wichtigsten Voraussetzungen für den Erfolg vieler Entwicklungen in allen Aktionsbereichen und kann deshalb als Schwerpunktthema erachtet werden.

Natur, Umwelt, Klimaschutz und Energie: Mit der Entwicklung des regionalen Energiekonzeptes und der Auseinandersetzung der Leader-Region mit dieser Thematik hinsichtlich Bewusstseinsbildung, Reduktion des Energieverbrauches, Erhöhung des Anteils der erneuerbaren Energie sowie der Steigerung der Wertschöpfung durch regionale Energieproduktion konnte eine wichtige Grundlage für zukünftige Schritte gesetzt werden. Vor allem hinsichlich des Themas Biomasse ist Umsetzungspotential vorhanden.

2.3 SWOT-Analyse der Region:

Die SWOT-Analyse ist das Ergebnis eines breit angelegten Bevölkerungs-Beteiligungsprozesses. Eine Zukunftswerkstatt, zahlreiche Workshops, Netzwerktreffen, Orientierungsgespräche beleuchteten die gegenwärtige Situation der Region und auch kritisch die Vorhaben und Umsetzungsgrad der alten LES.

Die Ergebnisse der SWOT-Analyse sind für jene Themenbereiche aufbereitet, die im Laufe des Strategieprozesses gemeinsam mit AkteurInnen und Stakeholdern der Region ausgearbeitet wurden. Durchschnittlich über 40% Frauenanteil (auch bei der Besetzung der Moderationen in der Open-Space-Werkstatt und den Workshops) sicherten im Prozess die ausreichende Berücksichtigung der Genderperspektive. Die Diversitätsperspektive sowie die Perspektiven junger Menschen, Daseinsvorsorge und die Möglichkeiten des Lebenslangen Lernens wurden bei allen Schritten - durch die gezielte Ansprache/Einladung von VertreterInnen dieser Zielgruppen- mitberücksichtigt. Das LEADER-Büro verfügt selbst über eine umfangreiche Kontaktdatei und nutzt für Einladungen ihr Netzwerk der wichtigsten Stakeholder (Betriebe, Privatpersonen, Vereine, Gemeinden uvm.), um zu informieren und zu mobilisieren. Bei allen Veranstaltungen war Barrierefreiheit gewährleistet.

Nach der Analyse von Stärken, Schwächen sowie Chancen und Risiken je Themenbereich werden entsprechende Entwicklungsbedarfe abgeleitet und entsprechende Strategien entwickelt.

Landwirtschaft und Kulturlandschaft

Stärken	Schwächen	Chancen	Risken
hochwertige landw. Produkte Korn- und Gemüsekammer Österreichs Nahrungsproduzent/Garten Wiens viele DirektvermarkterInnen fruchtbare Landschaft/Ebene = USP Vielfalt an Natur- und Kulturlandschaften Marken „Marchfeld Gemüse“/ „Marchfeld-spargel“ sind bekannt "Bäuerinnen" sehr aktiv, gut vernetzt viele HaupterwerbsbäuerInnen Wildreichtum	Mangelndes Wissen und geringes Ressourcenbewusstsein wenig Interesse an Diversifizierung Interessenskonflikte zw. Landwirtschaft/Bevölkerung (Wegebenutzung, Biodiversität u.a.) fehlende Kleinstrukturen (ausgeräumte Landschaften) Flurverschmutzung durch Maschinen fehlende Biomasseverwertung der landw. Abfälle wenige und nicht serviceorientierte Hofläden touristische Angebote sind nicht mit tour. Dienstleistern vernetzt Bodenerosion: fehlende Windschutzgürtel sinkende Artenvielfalt	landwirtschaftliches Hauptproduktionsgebiet Österreichs positive Klimabedingugen für die Landwirtschaft ausreichende Wasserversorgung/Landwirtschaft (Marchfeldkanal) allgemein steigende Bedeutung der Biolandwirtschaft allg. steigende Bedeutung, steigender Wert der Lebensmittel für Menschen	Verlust der unverbauten Landschaft (Raumplanung) EU-Ausrichtung der Landwirtschaft Ausbeutung des Bodens zu Gunsten hoher Erträge Steigende Belastung durch Klimafolgen Versiegelung (Fruchtfolge, Bauland)

Natur und Ökosysteme

Stärken	Schwächen	Chancen	Risken
Au-Landschaften hohes Naherholungspotenzial Schlösser inszenieren auch das Naturthema hohe Artenvielfalt vielfältige, zahlreiche Naturräume (Schutzgebiete) sehr gut betreutes Nationalparkgebiet	fehlende Kleinstrukturen (ausgeräumte Landschaften) mangelndes Wissen und Bewusststein über die Naturvielfalt fehlende Akzeptanz der Landwirte, Bevölkerung für die Schutzgebiete mangelhaftes Miteinander von Nationalpark und Bevölkerung belastetes Grundwasser durch Überdüngung Hochwassergefahr (mangelhafte bauliche Maßnahmen) Zersiedelung hoher Flächenverbrauch der Siedlungen mangelhafte Betreuung der kleinen Naturräume (Trockenrasen zb) fehlende Windschutzgürtel (Wild, Erosionsschutz . .)	Schutzzentren Schautürme zum Beobachten der Natur Naturlandschaft entlang der March ist Verbindungsglied zu Slowakei allg. Trend zur Entschleunigung	Verlust der Vielfalt in der Natur Verlust der unverbauten Landschaft (Raumplanung) zunehmende Bodenerosion Mangelnde Untersützung der Naturraumpotenzilae durch Raumplanung

Wirtschaft

Stärken	Schwächen	Chancen	Risken
Hohes Arbeitskräftepotenzial bestehende natürliche Ressourcen (Schotter, Gas) gute ÖV begünstigt wirtschaftliche Tätigkeit an der Nordachse	fehlende Arbeitsplätze slowakische Markt ist ungenutzt schlechte Verkehrsinfrastruktur unterdurchschnittliche Bruttoregionalprodukt schlecht ausgelastete/ungenutzte Wirtschaftsparks schlechte Unterstützungsstruktur f. Gründer schlechte Unterstützungsstrutkur für EPu´s zu wenig berufliche Entfaltungsmöglichkeiten für Jugendliche zu wenig berufliche Gestaltungsmöglichkeit des beruflichen Alltags für Frauen	Anbindung an die Slowakei Nähe zu Wien (Märkte) Nähe zu Bratislava (Märkte) Verschränkung ÖV + Arbeitszeiten Marktöffnung in Slowakei Breitband Ausbau geografische Lage: 3 Mio. potenzielle KundInnen im Einzugsgebiet	Altersstruktur: demographischen Wandel verschlafen Kaufkraft fließt ab in Ballungszentren allgemein stagnierende Wirtschaft

	fehlende Brücke in die Slowakei fehlende Nahversorgung in Zentren felhlende Angebote der Betriebe und Dienstleister für Ältere (60+) schlechte Berufschancen für Wiedereinsteigerinnen (Pendlerinnen) mangelnde Ausbildungsplätze für Jugendliche		

Energie, Klimaschutz und Mobilität

Stärken	Schwächen	Chancen	Risken
gut ausgebauter ÖV an der Nordachse Pendeln entlang der gut ausgebauten ÖV – Nordachse gute Verkehrsinfrastruktur ermöglicht Mobilität im Alter an der Nordachse Schiene ist strukturgebend Potenzial für erneuerbare Energieträger Hohes Bewusstsein für das Thema Erneuerbare Energie und Energieeffizienz Konstante Windkraft von Windparks genutzt Strombedarf wird zu 100% aus erneuerbarer Energie gedeckt Bereitschaft/Interesse für umweltschonende Verkehrskonzepte (E-Mobilität, Mikro-ÖV..)	fehlende Infrastruktur abseits der Nordachse verhindert die Mobilität im Alter hohe Verkehrsbelastung, Schwerverkehr durch Ortschaften fehlende Fußwege fehlende Alltagsradwege für Kurzstrecken fehlender Ausbau des ÖV (Bahn, Bus) im Marchfeld fehlende P & R, fehlende U-Bahnanbindung an Wiengrenzen ungesicherte, gefährliche Radwege im Marchfeld schlechter Standard bei Radwegen (Beläge) schlechte ÖV Anbindung aus dem Marchfeld zur Bezirkshauptstadt schlechte innerörtliche Anbindung an die Bahnhöfe keine Querverbindungen, keine Anbindung an ausgebauten Achsen fehlendes grenzüberschreitendes Verkehrskonzept starkt überlastete Hauptverkehrsachsen mangelhafte und schlecht vertaktete Buslinien schlechte ÖV Verbindung zu öffentl. Versorgungszentren (Spital, BH) starke Konzentration der Bevölkerung auf IV manglendes Bewusstsein für Verkehr sparen (Klima) zu wenige barrierefreie Zugänge im ÖV ungenutze Biomassepotentiale mangelhafte ÖV Angebot zu Lehr- und Arbeitsplätze für Jugendliche mangelhafte Kooperationskultur bei Energiethemen	Klima: konstante Windkraft (Windräder) Klima- und Energieförderprogramme Klarheit bezüglich Stadorten für Windkraft durch das Sektorale Raumordnungsprogramm zur Nutzung von Windkraft in NÖ allgemeinde E-Mobiliätstrends (E-car, E-Bike, Carsharing)	Zerschneidung der Kulturlandschaft durch überregionale Verkehrsplanung (S8) Allgemeiner Anstieg des Energieverbrauchs Beeinträchtigung der Sichtbeziehrung durch Windkraftanlangen

Tourismus und Kultur

Stärken	Schwächen	Chance	Risken
Zusammenschluss Marchfeldschlösser vielfältige Naturräume (Nationalpark) vielfältige Vogelwelt unberührte Landschaft, Donau- Marchauen Familienausflugsregion Naherholungsziel Etablierte Leitthemen (Schlösser, Genuss, Natur, Kultur, Eisenbahnmuseum)	fehlende Übernachtungsmöglichkeiten fehlende Gastronomieangebote mangelnde Attraktivität der Übernachtungs- und Gastronomiebetr. Serviceorientierung touristisches Personal Kulturzentrum/Theater fehlt im Bezirk Radwege haben schlechten Standard/Belag vielerorts Landschaftsbild als Agrarwüste Vernetzung der touristischen Angebote	3 Mio Einwohner Besucherpotential Radaffinität der SK (Bratislava-Nähe) Landesausstellung 2021 als Impuls für die Region Allgemeiner Trend zum Gartentourismus Allgemeiner Trend zum Sanfter Tourismus, Naturtourismus	Erhöhtes Verkehrsaufkommen Erholungsgebiet kontra Tourismus Donau und March fungieren mehr als Grenze, denn als verbindendes Element

Inszenierter Marchfeldkanalradweg Etablierung von touristischen Leitsystemen (z.B. Groß-Enzersdorf als „Tor zum Marchfeld“) hochwertige landwirtsch. Genussangebote Potential an Historischen Themen Kompetenzzentrum für historische Bahnen/Eisenbahnmuseum ausgeprägte junge (jugendliche)Kulturszene	Regionalität im touristischen Angebot zu wenige touristische Angebote ungenutztes Potenzial des Donauradweges Tourismusgesinnung der Gemeinden zu wenige Familienangebote zu wenige Reitwege für Reitbetriebe Marke Marchfeld für Tourismus ungenutzt Marke Marchfeld tw. schlecht besetzt Vernetzung der Kulturangebote Kulturbegegnungsstätten	Vegan als Trend vielfältige Landschaft Überregionale Förderung für Green Care & Soziale Landwirtschaft Weite statt Enge (Landschaft) als Potenzial	

Regionale Bildung und sozialer Zusammenhalt

Stärken	Schwächen	Chance	Risken
Region verfügt über gesunde regionale Nahrungsmittel als lebenswichtige Daseinsvorsorge reges Vereinsleben gute Nahversorgung in den Städten und in größeren Gemeinden ausgeprägtes ländliches Brauchtum gutes Netz an Hilfsorganisationen gute Versorgung mit Pflichtschulen viele Erwachsenenbildungseinrichtungen kostenlose Bildungs-Beratung funktionierende soziale Grundversorgung durch freiwilliges Engagement in kl. Gemeinden Weitergebildungsangebote in Gemeinden vielfältiges Angebot an Kinderbetreuungsplätzen in Städten	kein Überblick über regionale Veranstaltungen und Bildungsangebote Begegnungszonen/Treffpunkte fehlen (v.a. für Jugendliche) mobile Jugendarbeit (mangelnde Kriseninterventionsmöglichkeiten) fehlende Nahversorgung in kleinen Gemeinden Integration der Zuzügler funktioniert nicht Fehlender regionaler Arbeitsmarkt zu wenige regionale Aus- und Weiterbildungsangebote vorhanden (z.B. Pflegeberufe) wenig Bewusstsein für soziale Bildungsthemen (Integration, Frauen) fehltende flexible Kinderbetreuung (WiedereinsteigerInnen) fehlendes Wissen für mitalternde Wohnformen, Barrierefreiheit Infrastruktur für Menschen mit Betreuungspflichen Dorfzentren gehen verloren zu schnelles Wachstum der Städte ärztliche Grundverorgung	Pflege der Älteren schafft Arbeitsplätze in der Region regionale Betriebe stärken & fördern Identität durch Kultur Wachstum Gute Regionale Lernkultur (LLL)	Demografische Entwicklung Marchfeld verliert seine Jugendlichen Bildungs-Nahmarkt Wien kein Krankenhaus für den Bezirk mit dem größten Bevölkerungszuwachs Wachstum Internationale Migration

Verdichtete SWOT-Aussagen zu Querschnittsthemen

Die **Diversitätsperspektive**, die „**Perspektiven Jugendlicher**, die **Daseinsvorsorge** und das **Lebenslange Lernen** wurden in der SWOT als Querschnittsmaterie behandelt:

- Die „Diversitätsperspektive“, sowie die Gleichstellung der Geschlechter und das Thema Integration wurde vorrangig im Themenfeld „Regionale Lebenswelt, Bildung und sozialer Zusammenhalt“ bearbeitet. Während das Bildungsniveau der Frauen eine Stärke darstellt, gibt es nach wie vor Defizite in der Berufs- und Ausbildungswahl sowie bei der Vereinbarkeit von Karriere und Familie. Lokale Treffpunkte für Frauen ohne Konsumzwang fehlen in der Region. Die unterschiedlichen Entwicklungsbedarfe von Männern und Frauen wurden in der SWOT bei allen Themen berücksichtigt. Defizite gibt es bei der Barrierefreiheit vieler Einrichtungen.
- Die „Perspektiven Jugendlicher“ wurden vorrangig beim Thema „Regionale Lebenswelt, Bildung und sozialer Zusammenhalt“behandelt: Durch die Nähe zu hochrangigen Bildungseinrichtungen sowie zu Arbeitsplätzen im Großraum Wien und ein großes und vielfältiges Angebot für Freizeit und Sport ist die Region für die Jugend attraktiv.
- Die „Daseinsvorsorge“ wurde vorrangig beim Thema „Regionale Lebenswelt, Bildung und sozialer Zusammenhalt“ behandelt. Während die Nahversorgung in den größeren Gemeinden gut ist, ist sie in den Kleingemeinden gefährdet.
- Das Thema „Lebenslanges Lernen“ wurde vorrangig beim Thema „Regionale Lebenswelt, Bildung und sozialer Zusammenhalt“behandelt. .
- „Climate Proofing“ ist ein Thema für die Sparte „Energie, Klimaschutz und Mobilität“: Das Regionale Energiekonzept ist ein wesentlicher Meilenstein in Richtung mehr Energieeffizienz, Energieautonomie und Klimaschutz. Die hohen regionalen Potenziale für erneuerbare Energieträger sind dazu wesentlich. Die Mobilität bleibt das „Sorgenkind“ mit einer nach wie vor hohen Abhängigkeit von konventionellen Treibstoffen.

Im Vergleich zur letzten LES fallen v.a. folgende Veränderungen auf:

- Die Direktvermarktung war in der letzten LES noch eine Schwäche und konnte zur Stärke der regionalen Landwirtschaft ausgebaut werden. Das Marketing für regionale Produkte konnte nicht zuletzt durch die Genussregion „Marchfeld Gemüse“ und „Marchfeldspargel“ nachhaltig gestärkt werden.
- Im Bereich „Energie“ konnten die Schwäche „fehlendes Energiebewusstsein“ und die Chance „Regionales Energiekonzept“ durch die Umsetzung desselben in eine Stärke umgewandelt werden. In dieser LEADER-Periode wird das Thema „Mobilität“ im Vordergrund stehen, da hier durch die hohe Abhängigkeit von fossilen Treibstoffen die Entwicklung noch nicht nachhaltig ist.
- Es ist gelungen, die Schwächen „fehlender gemeinsamer Auftritt nach außen“ und „keine touristische Gewichtung der Marke Marchfeld“ hinter sich zu lassen. Erfolgskonzept dazu war die Etablierung und Kommunikation von Leitthemen sowie die Einrichtung von touristischen Leitsystemen. Die Schwäche im Tourismus bezüglich Betten- und Gastronomieangebot in Quantität und Qualität wird eine wesentliche Herausforderung der künftigen Periode darstellen.
- Die Schwächen im öffentlichen Verkehr abseits der Hauptachsen haben sich nicht nachhaltig verbessert. Es kann gelingen, aus der Chance „Mobilität&Tourismus“ eine Stärke der Region zu machen, wenn hier multimodal (Verknüpfung mehrerer Verkehrsträger) und multithematisch weitergearbeitet wird.
- Der Herausforderung der Alterung von Gesellschaft und Wirtschaft konnte durch das Projekt „Demographie-Check Marchfeld“ proaktiv begegnet werden. Erste Schritte zur Bewusstseinsbildung in diesem Bereich sind nun gesetzt, das Thema wird eine der wesentlichen Herausforderungen für die Region werden.

2.4 Darstellung der lokalen Entwicklungsbedarfe

Nach der Analyse von Stärken, Schwächen sowie Chancen und Risiken je Themenbereich wurden Entwicklungsbedarfe abgeleitet und entsprechende Strategien entwickelt.

Tourismus und Kultur: Die Nähe zum Ballungsraum Wien und Bratislava sowie die gute Erreichbarkeit der Veranstaltungen stellen für die Region ein großes Potenzial im Ausflugstourismus dar. Der Aufenthaltstourismus ist nach wie vor unterrepräsentiert. Der Schwerpunkt liegt in der Sommersaison. Die Verbesserung der touristischen Infrastruktur und der gemeinsamen Angebotsentwicklung war bereits in der LEADER-Vorperiode ein Themenschwerpunkt und stellt auch zukünftig eine Chance für die positive touristische und kulturelle Weiterentwicklung der Region und der Schaffung von wirtschaftlicher Wertschöpfung und Arbeitsplätzen dar. Entwicklungsbedarf gibt es in den Bereichen:

- Belebung des Genuss- und Kulturtourismus in der Region
- Konzentration auf die Themen Schlösser, Natur und Gärten, Radfahren, Feste und Kulinarik
- Nutzung der Nähe zu den Ballungsräumen Wien und Bratislava
- Entwicklung von Qualitätsstandards für Produkte und MitarbeiterInnen (Lernen)

Land- und Forstwirtschaft: Das Marchfeld ist eines der landwirtschaftlichen Hauptproduktionsgebiete Österreichs. Der Schwerpunkt liegt auf dem Gemüsebau (und Getreideanbau. Die Betriebe sind im österreichischen Vergleich groß und lebensfähig. Die landwirtschaftliche Verarbeitung und Produktveredelung hat im Marchfeld eine sehr große Bedeutung. In der Region befinden sich drei Genussregionen. Die **Zahl der Betriebe** in der Region ging zwar **um 23% zurück**, das liegt aber genau im NÖ Schnitt von -23%. Die landwirtschaftlichen Betriebe sind meist spezialisiert und verfügen über hohe Qualitätsstandards. Etliche einzelbetriebliche Projekte in der vorangegangenen Periode konnten zur Diversifizierung und Steigerung der Qualität sowie Erschließung neuer Ressourcen beitragen. Entwicklungsbedarfe sind:

- Multisektorale Vernetzung von Tourismus und AnbieterInnen der Freizeit- und Tourismuswirtschaft mit der Landwirtschaft (DirektvermarkterInnen), KulturanbieterInnen und Naturraumpotentialen: zB. „Genussmeile Marchfeld“
- Erstellung eines Produktkataloges für eine umfassende Lebensmittelversorgung

Wirtschaft und Nahversorgung: In der Region dominieren Gewerbe/Handwerk und Handel. Sie allein machen 87% aller aktiven Betriebsstandorte aus.[12] Die Betriebsstruktur der Region ist durch eine große Anzahl an **kleinen Betrieben** geprägt. Die Region ist eine klassische Pendlerregion, da am Standort zu wenige Arbeitsplätze zur Verfügung stehen. Auch dem grenzüberschreitenden Markt (Ballungsraum Bratislava) sollte mehr Augenmerk geschenkt werden. Zur Nutzung dieser Potenziale müssen sie aber am Zielmarkt bekannter gemacht und die Nachbarsprachen mehr berücksichtigt werden. In der Region ist die Nahversorgung nur in den größeren Gemeinden ausreichend gewährleistet. Kleinere Lebensmittelgeschäfte sind in der Region nur mehr selten vorhanden; die großen Supermarktketten haben sich in den letzten Jahren verstärkt am Ortsrand größerer Gemeinden angesiedelt. In den nächsten Jahren sollten verstärkt die sich aus dem demographischen Wandel ergebenden Chancen für die Wirtschaft genutzt werden. Das betrifft zum einen die Belegschaften selbst, zum anderen aber maßgeschneiderte Produkte für die Zielgruppe 55+. In diesem Bereich ist auch noch einiges an Bewusstseinsbildung nötig, auch im Zusammenhang mit dem Thema Barrierefreiheit, die letztlich allen zu Gute kommt. Entwicklungsbedarf gibt es in den folgenden Bereichen:

- Gemeinsames Standortmarketing fehlt
- Starke Pendlerregion – es gibt wenige regionale Arbeitsplätze
- Ältere Menschen werden noch nicht als wachsender Zukunftsmarkt gesehen

[12] Es ergeben sich insg. mehr als 100%, weil Betriebe mehreren Sparten angehören können

Energie, Klimaschutz und Mobilität: Die Region zeichnet sich durch hohe Potenziale an Energieeinsparungsmaßnahmen und für erneuerbare Energieträger aus. Diese wurden im Rahmen des Projektes „**Regionales Energiekonzept Marchfeld**" erhoben und haben trotz erster Umsetzungsmaßnahmen noch Erweiterungspotenzial. Die Gemeinden der Region profitieren von ihrer Lage nahe dem Ballungsraum und entlang bestehender und geplanter hochrangiger Verkehrsachsen: Nordbahn, Marchegger Ostbahn (Ausbau und Elektrifizierung bis 2030), die S1 und die geplante S8 (Planungshorizont 2020) liegen in der Region. In den Achsenzwischenräumen gibt es hingegen erhebliche Defizite in der Versorgung im ÖV und eine nahezu vollständige Abhängigkeit vom PKW. Regionale Buslinien verkehren hier meist nur an Werk- bzw. Schultagen. Auch die grenzüberschreitenden Verbindungen zum boomenden Wirtschaftsraum Bratislava sind stark verbesserungswürdig. Entwicklungsbedarf gibt es in den folgenden Bereichen:

- Querverbindungen abseits der Verkehrsachsen fehlen
- Zu starke Konzentration auf den Autoverkehr
- Öffentlicher Verkehr ist abseits der Verkehrsachsen nicht konkurrenzfähig

Umwelt und Naturschutz: Das Marchfeld weist einen **hohen Anteil** unterschiedlicher **Schutzgebiete** auf. Die prominenteste Stellung nimmt dabei der Nationalpark Donauauen ein, der auf beiden Seiten der Donau liegt. Auch der Alpen-Karpaten-Korridor führt durch große Teile der Region. Die Bevölkerung sollte besser über Natur- und Landschaftsschutz informiert werden. Eine weitere Zersiedlung und überbordende Infrastrukturprojekte gefährden die überregionalen Wildtierkorridore. Auch muss der Interessensausgleich zwischen Naturschutz und weiterem Ausbau der erneuerbaren Energieträger fortgeführt werden. Entwicklungschancen bieten sich in der verstärkten multithematischen Zusammenarbeit und Interessensbündelung zwischen Naturschutz, Tourismus und Landwirtschaft (Naturtourismus). Entwicklungsbedarf gibt es in den folgenden Bereichen:

- Erhaltung der Biodiversität und Unterstützung von Maßnahmen zur Kulturlandschaftspflege
- Bewahrung und nachhaltige Nutzung des Naturraums durch vorausschauende Raumplanung
- Nutzung der Aulandschaften an March und Donau für Tourismus und Naherholung

Regionale Lebenswelt und sozialer Zusammenhalt, Regionales Lernen und Beteiligungskultur: Die regionale Bevölkerung ist gut ausgebildet und es steht ein ausreichendes Grundangebot an Bildungseinrichtungen zur Verfügung. Durch die Nähe der Zentren ist auch die Nutzung des dortigen vielfältigen Angebotes gut möglich. Die Engagementquote der Bevölkerung ist im ländlichen Raum deutlich höher als in den Städten. Gründe sind die im ländlichen Raum vorherrschende Tradition der politischen Mitwirkung und die lokale Vereinskultur sowie die Aktivitäten kirchlicher Gemeinden. Vereine bilden oftmals die organisatorische Basis, um gemeinschaftliche Aufgaben vor Ort zu lösen und sind ein Anlaufpunkt, der die BewohnerInnen einer Region miteinander vernetzt. Freiwilliges Engagement im ländlichen Raum dient also auch der kulturellen und sozialen Grundversorgung. Gerade durch den demographischen Wandel wird es immer wichtiger, das Potenzial dieser Zielgruppe verstärkt zu nutzen. Stark verbesserungswürdig ist die Integration von ZuzüglerInnen in die örtlichen Strukturen. Es gibt einen unterschiedlichen Entwicklungsbedarf von Männern und Frauen. Für berufstätige Frauen geht es darum das Pendeln zu minimieren und die Kinderbetreuung auch am Nachmittag sicherzustellen. Deshalb gibt es einen Wunsch nach Telearbeitsplätzen in Ortszentren mit einer Kinderbetreuung und Gemeinschaftsbüros für EPU´s.

Die Bevölkerungsprognosen lassen auch für die Zukunft ein dynamisches Wachstum sowie einen starken Anstieg der Generation 60+ erwarten. Viele sind im Ruhenstand noch fit und könnten zum Wohke der Allgemeinheit aktiv werden. Eine Freiwilligendatenbank soll dies erleichtern. Barrierefreie Wohnungen sind nötig um den Wunsch der meisten nach dem Alt werden in der eigenen Wohnung (dem eigenen Haus) Rechnung zu tragen.

Entwicklungsbedarf gibt es in den folgenden Bereichen:

- Unterstützung der Integration von Älteren in das Gemeinschaftsleben
- Stärkung des Regionsbewusstseins
- Aufbau, Vernetzung und Abstimmung regionaler Bildungsangebote
- Anreize für bildungsferne Gruppen und zusätzliche Offensiven für MigrantInnen, SeniorInnen in Abstimmung mit den BildungsakteurInnen der Region
- Integration von ZuzüglerInnen in das Gemeinschaftsleben
- Schaffung von Entfaltungsmöglichkeiten für Frauen und Jugendliche
- Unterstützung der Integration Älterer in das Gemeinschaftsleben

Integrierte Gleichstellung aller MarchfelderInnen und Marchfelder aller Bevölkerungsgruppen:

Für den LEADER-Beitrag zum Grundrecht der Gleichstellung ist es vor allem wichtig, regionale geschlechterspezifische Auswirkungen zu erkennen, um ihnen entgegenwirken zu können. Es ist Aufgabe der Genderbeauftragten der Region, welche Mitglied des LAG-Management-Teams ist, Aktivitäten und Vorhaben nach den folgenden Kriterien zu prüfen und zu dokumentieren. Für die Prüfung der relevanten Kriterien werden die vier Kriterien der Europäischen Kommission angewandt:

- Repräsentanz und Beteiligung (zB aktives Einladen von Frauen zu Sitzungen, Veranstaltungen)
- Berücksichtigung der Ressourcen, welche den Geschlechtern zur Verfügung stehen (Geld, Raum, Mobilität, Wissen ua.)
- Berücksichtigung vorherrschender regionaler Verhaltensmuster, Normen und Werte: (Art der Netzwerkbildung in der Region, vorherrschendes Kommunikationsverhalten ua.)
- Einhalten des Rechtes zum Schutz vor direkter und indirekter Diskriminierung.

Die 16 Fragen der NÖ GM-Matrix dienen ihr dabei als Orientierung.

Die evaluierten Daten fließen in den Qualitätssicherungsprozess ein und gemeinsam mit dem Qualitätssicherungsteam werden Maßnahmen besprochen (vom LAG-Mgmt. vorbereitet), mit denen ggf. die regionalen Ziele hinsichtlich der integrierten Gleichstllung aller MarchfelderInnen adaptiert werden können/sollen.

3. Lokale Entwicklungsstrategie (LES)

Das **Hauptziel** der LEADER-Region Marchfeld ist es, die **Lebensqualität** und die **wirtschaftlichen Bedingungen in der Region zu verbessern**. Dies gelingt am besten durch die Steigerung der Resilienz. Darunter versteht man die Fähigkeit der Region, internen und externen Wandel zu meistern und Krisen so zu bewältigen, dass die für die Region wesentlichen Funktionen, Strukturen und Beziehungen intakt bleiben. Umgesetzt wird dieses Ziel, wie die folgende Abbildung beschreibt, in drei Aktionsfeldern und zehn Aktionsfeldthemen.

Abbildung 2: Zusammenhang zwischen den Zielen, den Aktionsfeldern und den Aktionsfeldthemen der LES

Quelle: Eigene Darstellung, mecca

Auf Basis der SWOT-Analyse wurde der Entwicklungsbedarf in der Region dargestellt. Im Rahmen eines Wirkungsmodells werden für die LES klare, messbare Ziele formuliert. Die erwarteten quantitativen und qualitativen Resultate werden für die drei genannten Aktionsfelder ausgearbeitet:

Für jedes Aktionsfeld wird auf Basis der sozioökonomischen Regionsbeschreibung und der SWOT-Analyse beschrieben wo der Entwicklungsbedarf besteht, welche Strategien zur Umsetzung angewendet werden und welche Resultate zur Verbesserung der Situation am Ende der LEADER-Periode angestrebt werden. **Leitprojekte** sollen diese Ansätze greifbar machen und beispielhaft aufzeigen, auf welche Weise die Ziele realisiert werden können. Diese Leitprojekte wurden im Rahmen des Strategieprozesses ausgearbeitet und genauer dargestellt. Neue Projektideen, als die derzeit darstellbaren, welche im selben Maße dazu dienen, die festgelegten Ziele in den beschriebenen Handlungsfeldern (nach dem Transparenzgrundsatz auf der Website veröffentlicht) zu erreichen, werden im Sinne der Gleichheit für alle berücksichtigt und behandelt. Die Gewichtung der Ziele ist aus der Zuweisung der Finanzmittel auf die einzelnen Aktionsfelder. (AF 1 – 64%, AF 2 – 10%, AF 3- 26%)ersichtlich.

Eine übersichtliche Darstellung der LES, ihrer Grundstrategie und Aktionsfeldthemen sowie der Erfolgsindikatoren, ihrer Ziele und möglicher Umsetzungsprojekte ist in der Beilage **„Logframe“** ersichtlich. Die sind fett markiert.

3.1 *Aktionsfeld 1:* Wertschöpfung[13]

3.1.1 Auswahl der Aktionsfeldthemen und Beschreibung der Ausgangslage (Status quo)

Das Aktionsfeld Wertschöpfung wird in den nachfolgend dargestellten vier Aktionsfeldthemen konkretisiert.

AF 1
Wertschöpfung

- 1.1 Regionales Tourismus- und Freizeitangebot aufwerten
- 1.2 Stärkung der regionalen Land- und Forstwirtschaft
- 1.3 Ausbau alternativer Energienutzung und Förderung regionaler Energieeffizienz
- 1.4 Unterstützung der regionalen Wirtschaft

Regionales Tourismus- und Freizeitangebot aufwerten

Ausgangslage: Die Nähe zu den Ballungsräumen Wien und Bratislava sowie eine gute Erreichbarkeit von touristischen Angeboten und Veranstaltungen stellen für die Region ein großes Potenzial im Ausflugstourismus dar. Trotzdem ist die touristische Infrastruktur (Bewegungsangebote, Gastronomie, Nächtigung, etc.) suboptimal. Der Aufenthaltstourismus ist nach wie vor unterrepräsentiert. Der Schwerpunkt liegt eindeutig in der Sommersaison, die Wintersaison ist schwach entwickelt.

Ziel: Ziel ist die Inwertsetzung der Natur- und Kulturlandschaft. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf der Erschließung für Erholungssuchende aus den nahegelegenen Ballungsräumen Wien und Bratislava. Lokales Kulturgutes soll wiederbelebt, lokale Besonderheiten herausgearbeitet (Eisenbahnmuseum)und diese Ressourcen wirtschaftlich nutzbar gemacht. Ein Schwerpunkt dabei ist die multisektorale Vernetzung mit regionalen Anbietern und touristische Inwertsetzung im Rahmen der vier Marchfeldschlösser unter der Marke „Marchfelder Schlösserreich“. Höhere Qualitätsstandards für Produkte und MitarbeiterInnen (Qualifizierungsoffensiven, Schulungen, Lehrlingsoffensive) sollen dem Anspruch im Ausflugs-und Aufenthaltstourismus nach Qualität und unverfälschtem Erlebnis Rechnung tragen (zB touristischer Qualifizierungsverbund Marchfeldschlösser/Wirtshauskultur . .).

Stärkung der regionalen Land- und Forstwirtschaft

Ausgangslage: Das Marchfeld ist eines der landwirtschaftlichen Hauptproduktionsgebiete Österreichs. Der Schwerpunkt liegt auf dem Gemüsebau (z.B. Marchfelder Spargel) und Getreideanbau. Die Betriebe sind im österreichischen Vergleich groß und lebensfähig. Insgesamt gibt es 884 Betriebe. Auffällig ist der hohe Anteil der Haupterwerbsbetriebe. Die Zahl der Betriebe ging in den letzten Jahren dennoch deutlich zurück. Bereits jetzt bestehen in der Region drei Genussregionen.

Ziel: Die Chancen liegen im Ausbau der Wertschöpfungskette Landwirtschaft-Wirtschaft-Tourismus, in der Diversifizierung (z.B. Green Care, Erneuerbare Energien…) sowie in der Verstärkung von Kooperationen sowohl innerhalb der Landwirtschaft als auch mit anderen Branchen. Durch die Erweiterung ihrer Leistungsfelder und überbetrieblicher Zusammenarbeit können die verbliebenen Landwirtschaftsbetriebe sowohl ihr Betriebseinkommen als auch den betrieblichen Fortbestand sichern. Chancen bestehen in der Entwicklung von Direktvermarktungsstrukturen und der verstärkten Zusammenarbeit entlang der Nahrungsmittelkette. Eine weitere Chance ist die Ergänzung Landwirt-Energiewirt. Regionale ErzeugerInnen sollen ihre Wettbewerbsfähigkeit durch die explizite Vermarktung von Herkunft und Qualität steigern.

[13] Zur genauen Darstellung der Aktionsfelder und Grundstrategien siehe auch Beilage Logframe!

Ausbau alternativer Energienutzung und Förderung regionaler Energieeffizienz

Ausgangslage: Die Region zeichnet sich durch hohe Potenziale an Energieeinsparungsmaßnahmen und für erneuerbare Energieträger aus. Diese wurden im Rahmen des Projektes „Regionales Energiekonzept Marchfeld" erhoben und haben trotz erster ergriffener Umsetzungsmaßnahmen noch Erweiterungspotenzial. Die gesamte Mobilitätsinfrastruktur des Marchfelds weist große Mängel auf. Die Mobilität ist abseits der Hauptachsen von einer hohen Abhängigkeit vom motorisierten Individualverkehr geprägt, Zweit- und Drittautos gehören zum Alltag. Die touristische Nutzung des derzeitigen Angebotes ist kaum möglich.

Ziel: Die sinnvolle Nutzung von erneuerbarer Energie trägt wesentlich zur Resilienz einer Region bei und ist deshalb ein wichtiges Ziel. Die Verwendung alternativer Energiequellen soll ausgebaut, die Energieeffizienz im Hinblick auf den regionalen Energieverbrauch gesteigert und die regionale Versorgungssicherheit erhöht werden. Verkehrssparen und nachhaltige Mobilitätsmaßnahmen (Ausbau des ÖV, Entwicklung eines Mikro-ÖV Konzeptes, erweitertes Angebot an regionaler Elektromobilitätsinfrastruktur) sollen nachhaltige Alternativen zum Individualverkehr schaffen und den Verkehr reduzieren.

Unterstützung der regionalen Wirtschaft

Ausgangslage: In der Region dominieren eindeutig die zwei Sparten Gewerbe/Handwerk und Handel. Sie allein machen 87% aller aktiven Betriebsstandorte aus. Die Betriebsstruktur der Region ist durch eine große Anzahl an kleinen Betrieben geprägt. Die Region ist eine klassische Pendlerregion, weil am Standort zu wenige Arbeitsplätze zur Verfügung stehen. In der Region ist die Nahversorgung nur in den größeren Gemeinden ausreichend gewährleistet. Während die Zentren tw. veröden, haben sich die Handelsketten in den letzten Jahren fast ausschließlich an den Ortsrändern angesiedelt.

Ziel: Durch den Ausbau des Breitbandinternets sollen mehr Arbeitsplätze in der Region möglich sein und das Pendlervolumen reduziert werden. Eine zeit- und ortsnahe Grundversorgung soll durch die Entwicklung neuer Nahversorgungs-strukturen langfristig gesichert werden.

In den nächsten Jahren sollten verstärkt, die - sich aus dem demographischen Wandel ergebenden - Chancen für die Wirtschaft genutzt werden. Das betrifft zum einen die Belegschaften selbst, zum anderen aber maßgeschneiderte Produkte für die Zielgruppe 55+. In diesem Bereich ist noch einiges an Bewusstseinsbildung nötig, auch im Zusammenhang mit dem Thema Barrierefreiheit, die letztlich allen zugutekommt.

3.1.2 Grundstrategie bzw. strategische Stoßrichtung in den Aktionsfeldthemen

Regionales Tourismus- und Freizeitangebot aufwerten

- Ausbau von den derzeit nur 3 Rad-/Wanderrouten und Vernetzung der Tourismusinfrastruktur und des Radwegenetzes
- Belebung und Vernetzung des Genuss-, Natur- und Kulturtourismus in der Region
- Bündelung aller Aktivitäten zur bestmöglichen Positionierung der Region in Hinblick auf eine mögliche Landesausstellung 2021
- Schaffung höherer Qualitätsstandards für Produkte und MitarbeiterInnen

Stärkung der regionalen Land- und Forstwirtschaft

- Unterstützung überregionaler Vermarktung für Leitprodukte der Region (Förderung der Kooperation LW Betriebe)
- Ausbau der Genussregionen

- Die Region hat ein Vorzeigemodell für beispielhafte Produktaufbereitung und Vermarktung eines Leitproduktes
- Aufbau eines „Feinkostladens Marchfeld“, Entwicklung einer einheitlichen Marke in der Region
- Förderung von Diversifizierung in der Landwirtschaft

Ausbau alternativer Energienutzung und Förderung regionaler Energieeffizienz

- Ausbau erneuerbarer Energien in der Region
- Verkehrssparen und Förderung nachhaltiger Mobilität

Unterstützung der regionalen Wirtschaft

- Belebung und Gestaltung regionaler Ortszentren

3.1.3 Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023)

Regionales Tourismus- und Freizeitangebot aufwerten

Die touristische Infrastruktur ist weiterentwickelt und das regionale Freizeitangebot mit Fokus auf den Bewegungsraum ist erweitert. Das Eisenbahnmuseum Strasshof ist ein qualitätsvolles kulturtouristisches Ausflugsziel. Die Landesausstellung ist optimal vorbereitet, alle AkteurInnen sind bestens vernetzt, die Landesausstellung wird im Jahr 2021 erfolgreich durchgeführt. Es gibt geschulte und qualifizierte MitarbeiterInnen.

Stärkung der regionalen Land- und Forstwirtschaft

Das Marchfeld präsentiert sich als „Garten Wiens“ und hat dafür eine Reihe von Angeboten entwickelt. Es gibt drei etablierte Genussregionen in der Region, Genussregionen sind überregional bekannt. Die Region hat einen best-practice-Betrieb und stellt sein Know-how regional und überregional (Weinviertel, Ö) zur Verfügung, Die Produktabsatzchancen und das überregionale Image des **„Feinkostladens Marchfeld”** sind gestiegen.

Ausbau alternativer Energienutzung und Förderung regionaler Energieeffizienz

Der Anteil erneuerbarer Energien und alternativer Energieträger an der regionalen Strom-, Wärme- und Treibstofferzeugung ist erhöht. Die regionale E-Mobilität-Infrastruktur wurde vernetzt und ausgebaut. Die Lebensqualität einer breiten Zielgruppe wurde durch ein verbessertes Mobilitätsangebot gesteigert. Nachhaltiger Umdenkprozess bei der Bevölkerung ist angeregt.

Unterstützung der regionalen Wirtschaft

Die Ortszentren der Region sind wiederbelebt

3.1.4 Erfolgsindikatoren (messbare Indikatoren): Sollwert (Basiswert)

Regionales Tourismus- und Freizeitangebot aufwerten

- 3 (3) neue touristisch inszenierte Freizeitangebote im Bewegungsraum Marchfeld (neue Wanderweg, Radweg, Verbindungsweg; derzeit nur Donau-, Marchfeldkanal-, Römerradweg)
- 20 gesicherte und geschaffene Arbeitsplätze für Frauen, Jugendliche oder Personen mit Migrationshintergrund in der regionalen Tourismus- und Freizeitbranche
- 30 (0) Aktivitäten zur Vorbereitung der Landesausstellung
- 5/Jahr neue (vernetzte!) Aktivitäten pro Jahr zur Belebung des Kultur- und Naturtourismus
- 400.000 (0) BesucherInnen der Landesausstellung
- 1 (0) zusätzlicher neuer regionaler Qualifizierungsverbund

- 100 (0) TeilnehmerInnen an neuen Qualifizierungsinitiativen (LLL, Landwirtschaft, Tourismus)

Stärkung der regionalen Land- und Forstwirtschaft

- 10 neue eingeführte Kooperationen in der regionalen Land- und Forstwirtschaft (Kooperationen im Rahmen der Genussregionen, Kooperationen beim gemeinsamen Regioshop)
- 54 Produzenten, 51 Handel, 44 Wirte sind weiterhin Mitgliedsbetriebe der 3 Genussregionen
- 15 Artikel/Jahr zur Erhöhung des regionalen und überregionalen Bekanntheitsgrads der Genussregionen (Zeitungsartikel, Mediadaten)
- 1 (0) neues Kompetenzzentrum für Jagdwirtschaftliche Produkte (ggf Anschluss und Aufwertung der Landwirtschaftliche Fachschule)
- 5 (0) Austauschtreffen mit anderen Regionen im Rahmen dieses Kompetenzzentrums (Jagd)
- 5 neue Aktivitäten zur Schaffung der Marke für Direktvermarktung im Marchfeld.
- 2 neue Betriebe mit zusätzlichen Einkommensquellen (Direktvermarktung, Green Care, Schaubauernhof, Dialogbauernhof)

Ausbau alternativer Energienutzung und Förderung regionaler Energieeffizienz

- 5 Pilotprojekte zur Verwendung alternativer Energiequellen in der Region
- 5 (14) neue E-Ladestationen und Elektrofahrzeuge in der Region
- 2 (2) nachhaltige Carsharing Projekte im ländlichen Raum
- 1 (0) neues Mikro-ÖV-Projekt mit Leuchtturmwirkung für die gesamte Region Marchfeld unter Einbindung vorhandener Mobilitätssysteme

Unterstützung der regionalen Wirtschaft

- 5 Gemeinden, die neue Maßnahmen zur Ortskernbelebung durchführen
- 1 Zentrum, das neu geschaffen wurde
- 3 Gemeinden, die sich im Rahmen einer Kooperation an an dem Projekt beteiligen

3.1.5 Aktionsplan (Maßnahmen) zur Erreichung der Resultate

Mögliche Projekte zur **Aufwertung des regionalenTourismus- und Freizeitangebotes**:

- **Ausbau eines touristischen Leitsystems in Deutsch-Wagram**
- **Einrichtung des Regioraumes in Schlosshof**
- Radbegleitweg Haringsee (Marchfeldkanalradweg)
- N-S-Verbindung von Radwegen
- Verbesserung der Begleitinfrastruktur (Abstellmöglichkeiten bei Haltestellen, Beschilderung)
- Verbesserung Radtransport mit Bahn, Bus, Fähre
- Ergänzung kleiner Radrouten (Kronprinzenrunde; Rundkurs SH-Lassee-SH,)
- **Ausbau des Eisenbahnmuseums in Strasshof** von einem landesweiten Kompetenzzentrum für historische Bahnen zu einem qualitätsvollen kulturtouristischem Ausflugsziel
- Vernetzung des Eisenbahnmuseums mit den anderen touristischen Zielen der Region
- **Unterstützung beim Ausbau und Vermarktung des „Marchfelder Schlösserreichs**“
- **Koordination Task Force Landesausstellung 2021:**
  Schwerpunkte: Marchfeldschlösser, Schloss Marchegg/Naturtourismus, Eisenbahnmuseum
- Entwicklung von Qualitätsstandards für tour. Dienstleistungen (Beherbergung, Verköstigung)
- Erarbeitung von gemeinsamen Qualifizierungsprogrammen von touristischen Partnern und Freizeitanbietern

Tabelle 2: Aktionsplan und Leitprojekte zur Aufwertung des regionalen Tourismus- und Freizeitangebotes

Projekt	Errichtung eines Besucherleit- und Informationssystems in Deutsch Wagram	Ausbau des Eisenbahnmuseums in Strasshof von einem landesweiten Kompetenzzentrum für historische Bahnen zu einem qualitätsvollen kulturtouristischem Ausflugsziel	Unterstützung beim Ausbau und der Vermarktung des „Marchfelder Schlösserreiches“	Koordination der Task Force zur Landesausstellung 2021
Welcher Entwicklungsbedarf wird bedient?	Durch den Bau der S8 Wien – Bratislava kommt Deutsch Wagram als Knotenstelle S1/S8, eine neue Rolle als „Tor zum Marchfeld“ für BesucherInnen der Region zu. Erste Station auf der historischen „Zeitreise“ mit historischen Zügen in das Schlösserreich.	Als NÖ Kompetenzzentrum für historische Schienenfahrzeuge mit ganzjährigem Betrieb hat das Eisenbahnmuseum künftig mehr touristisches Potenzial. Das Museum mit derzeit 25.000 BesucherInnen/Jahr hat dringenden Entwicklungsbedarf bei der tour. Infrastruktur	Der Erlebnisraum rund um die Marchfeldschlösser und den Nationalpark Donau-Auen „Marchfelder Schlösserreich“ ist neu und noch wenig bekannt. Er soll daher weiter ausgebaut und quersektoral in der Region vernetzt werden.	Die Region hat sich für die Landesausstellung 2021 beworben. Für eine effektive und nachhaltige Entwicklung der Region wurde eine Taskforce gegründet welche alle regionalen Entwicklungsmaßnahmen koordiniert.
Projektziel	In Deutsch Wagram soll nach dem Beispiel von Groß Enzersdorf ein Besucherleit- und Informationssystem implementiert werden.	Unterstützung bei der Bewerbung und gezielter Vernetzung mit dem Schlösserreich, damit das Eisenbahnmuseum finanziell in der Lage ist, die notwendigen Investitionen zu tätigen.	Das Marchfelder Schlössereich ist mit seinen Themenschwerpunkten Geschichte, Natur, Kultur, Genuss und Garten ein internat. bekanntes Ausflugsziel.	Die Region Marchfeld erhält den Zuschlag für die Landesausstellung 2021. Möglichst viele regionale AkteurInnen unterstützen die Vision und das Entwicklungsziel.
Projektumsetzung	Implementierung eines Besucherstrom- und Informations-systems für alle Mobilitätsformen Möglicher Standort für den geplanten Regioshop der Direktvermarkter-Innen	Überarbeitung der vorhandenen Machbarkeits-studien Marketing Gemeinsame Produktentwicklung mit d. Schlösser-reich (Zeitreise ins Marchfeld) Unterstützung bei Kooperations-MN (Betrieb Wien-Bratislava)	Produktentwicklung nach den universal design-Grundsätzen Angebotsvernetzung mit Landwirten und anderen tour. Angebotselementen (Rad, Eisenbahn), Erlebnisraum-Marketing, PartnerInnen bei der tour. Sensibilisierung der Bevölkerung	Koordination der Taskforce LA21 Vernetzung aller teilnehmenden Akteure Kommunikationsmaßnahmen Veranstaltungen
Projektträger	Gemeinde D.W.	Region, Destination	Destination, ARGE Marchfeldschlösser	Region
Projektdauer	2 Jahre	3 Jahre	3 Jahre	6 Jahre
Kostenschätzung in Euro	120.000,-	150.000,-	350.000,-	40.000,-

Mögliche Projekte zur **Stärkung der Land- und Forstwirtschaft**:

- Entwicklung neuer Betreibermodelle für Direktvermarktung
- **Aufbau eines Marchfelder Regioshops an einem strategisch passenden Ort**
- Aufbau eines „Marchfeld Flagship Store“ in Wien (regionale Marchfelder Spezialitäten werden gemeinsam vertrieben)
- Revival der Initiative „Marchgourmet“
- **Gemeinsame Präsentation der Marchfelder und Weinviertler Genussregionen in Wien**
- Ausbau der Genussregionen Gemüse, Spargel und Wild
- Genuss-Produkt-Ansätze: Korn(-kammer) & Brot, Früchte des Feldes, ab Hof/Bio
- **Zerlegestation/Kompetenzzentrum Wild inkl. Vermarktungsunterstützung**
- **Ausbau der Wertschöpfungkette Landwirtschaft-Wirtschaft-Tourismus nach dem Muster der Carnuntum Experience**
- Produktentwicklung „Wühl-Schwein”

- Touristische „Vernetzungstouren" zu Marchfelder und Weinviertler Produkten
- Entwicklung von Einkommensalternativen landwirtschaftlicher Betriebe (Dialogbauernhof)

Tabelle 3: Aktionsplan und Leitprojekte zur Stärkung der Land- und Forswirtschaft

Projekt	**Aufbau eines Marchfelder Regioshops**	**Gemeinsame Präsentation der Marchfelder und Weinviertler Genussregionen in Wien**	**Aufbau eines Best-practice-Betriebes für überregionalen Know-how-Transfer**	**Entwicklung eines branchenübergreifenden genussorientierten Tourismusangebotes**
Welcher Entwicklungsbedarf wird bedient?	Von den Produkten des Marchfelds ist nur der Spargel überregional als Consumerprodukt stark gefragt.	Die Marchfelder Genussregionen werden regional und überregional kaum mit entsprechend hohem Image wahrgenommen.	Zwischen den Weinviertler/Marchfelder Genussregionen gibt es wenig institutionalisierten Austausch und Know-how-Transfer.	Es gibt wenige genussorientierte Angebote mit reg. Produkten; kaum Vernetzung mit genussorientierten Angeboten. Der Gemüsegarten Ö´s ist nur über Werbung d. Handelsmarken beim Konsumenten bekannt:„Iss was g'scheits".
Projektziel	Die Landwirte des Marchfelds haben sich zusammengeschlossen und eine gemeinsame Direktvermarktungsstruktur entwickelt (Angebot, Logistik, Marketing) und betrieben diese erfolgreich.	Die Anzahl der Genussregions-Betriebe ist gesichert/erweitert. Die Marchfelder und Weinviertler Genussregionen sind regional und überregional mit einem hohen Imagewert bekannt.	Das Marchfeld besitzt entsprechend seiner Leitprodukte ein Kompetenzzentrum mit beispielhafter Produktaufbereitung und Vermarktung und teilt dieses Wissen überregional.	Quersektorale Vernetzung landwirtschaftlicher Betriebe mit regionalen Tourismusangeboten
Projektumsetzung	Geplant ist der Aufbau eines von den Landwirten gem. betriebenen Regioshops (Feinkostladen Marchfeld) an einem verkehrsstrategisch günstigen Standort Einzugsgebiet Wien. Schaufenster für Produkte, Produktinfo und Verarbeitung (gem. Kochen) sowie Regionsinfo	Alle Weinviertler Genussregionen präsentieren sich gemeinsam in Wien und/oder auch in den Nachbarländern. Gemeinsame Entwicklung und Bewerbung eines Präsentationsformats; Mittransportieren regionalen Images und Lebensgefühl	Im Marchfeld soll ein Betrieb als Vorzeigemodell für beispielhafte Produktaufbereitung und/oder Vermarktung ausgebaut werden. Institutionalisierter Wissens- und Erfahrungsaustausch mit anderen Betrieben/ Regionen	Gemeinsam mit dem Römerland soll die Carnuntum Experience auf das Marchfeld ausge-dehnt werden. Einbindung aller Marchfelder Genuss-Produkte Frühjahr bis Herbst (Gemüse/Obst/Wild)
Projektträger	Verein der Marchfelder DirektvermarkterInnen/ Landwirte	Genussregionen Tourismusdestinationen	Genussregion Landwirte, Region	Destination Donau
Projektdauer	3 Jahre	2 Jahre	2 Jahre	6 Jahre
Kostenschätzung in Euro	240.000,-	150.000,-	120.000,-	200.000,-

Mögliche Projekte zum **Ausbau alternativer Energienutzung, Förderung regionaler Energieeffizienz:**

- Energiemusterhaus Marchfeld
- Einkaufsgemeinschaften für Photovoltaikanlagen
- Gemeinschaftliche Biomasseverwertung in der Region
- Sanierung öffentlicher Gebäude
- Ausbau des Konzeptes „Ökopark"
- **Entwicklung von Mikro-ÖV Systemen im Marchfeld**
- **flächendeckende Infrastruktur für E-Fahrzeuge**
- **Carsharing im ländlichen Raum**
- Einrichtung von Park&Ride Anlagen
- Ausbau von Park&Drive Anlagen
- Unterstützung eines nachhaltigen Umdenk- und Meinungsbildungsprozesses bei Bevölkerung

- „Walkspace Marchfeld“ – Förderung des Gehens von Alltagswegen
- Mikro-ÖV-Lösung für drei zentrale Gemeinden an der Marchegger Ostbahn

Tabelle 4: Aktionsplan und Leitprojekte zur Förderung regionaler Energieeffizienz

Projekt	**Entwicklung eines Mikro-ÖV-Systemes mit Leuchtturmwirkung im Marchfeld für drei Gemeinden an der Marchegger Ostbahn.**	**Ausbau der Infrastruktur für regionale und überreginale Radausflügler**
Welcher Entwicklungsbedarf wird bedient?	Fehlende Anbindung der Ortskerne mit den Bahnhöfen sowie fehlende Anbindung mit der Bezirkshauptstadt Gänserndorf; keine öffentliche Verbindung zwischen den Orten (Nahversorgung, Dienstleistung), fehlende touristische ÖV-Infrastruktur vom Hotel zu den touristischen Hauptzielen.	Fehlende Radinfrastruktur entlang der Marchegger Ostbahn als öffentliche Hauptverkehrsachse für den Radtourismus.
Projektziel	Durch die Implementierung eines ganzheitlichen Mikro-ÖV-Systems ist die Lebensqualität der Einwohner gestiegen. Das positive Beispiel wirkt als Beispiel und Multiplikator für andere Gemeinden und der größte Hotelbetrieb im Zentrum des Marchfelds ist für Schlösserreich-Touristen öffentlich erschlossen.	Der Bahnhof Marchegg ist als zentraler Ausgangspunkt für touristische öffentliche Mobilität bekannt und die touristische Infrastruktur für Radtourismus ist entlang der Strecke der Marchegger Ostbahn verbessert.
Projektumsetzung	Entsprechend einer konkreten Umsetzungsstudie soll das System implementiert und als Best-practice allen Gemeinden und der Bevölkerung vorgestellt werden.	Positionierung des Bahnhofes Marchegg als zentralen Ausgangspunkt für touristische Mobilität; Aufbau eines Verleihsystems entlang der Strecke; Fahrradtransportmöglichkeit entlang der Strecke
Projektträger	Gemeinden, Region	Region
Projektdauer	2 Jahre	3 Jahre
Kostenschätzung in Euro	20.000,-	142.000,-

Mögliches Projekt zur **Unterstützung der regionalen Wirtschaft:**

- Neue Formen angepasster, alterungsfähiger, enkeltauglicher, barrierefreier (=definierter Begriff) Architektur kommen bei der Neugestaltung von Ortskernen zum Einsatz

3.1.6 Beschreibung von Kooperationsaktivitäten

Die folgenden nationalen Kooperationen mit anderen LAG´s sind geplant:

Die Region **Römerland Carnuntum** und das Marchfeld bilden gemeinsam die Tourismusregion Römerland-Carnuntum-Marchfeld. Über die Donau als verbindendes Element hinaus sollen zukünftig mehr Synergien bei den touristischen Angebotselementen herausgearbeitet werden. Sie betreffen vor allem eine Optimierung des Donauradweges (gemeinsamer Nationalpark entlang der Donau), der Angebote im Bewegungsraumes Römerland-Carnuntum-Marchfeld, einer kulturtouristischen Initiative entlang der Donau („Donauklang“), einer Vernetzung der landwirtschaftlichen Betriebe mit dem regionalen Tourismusangebot sowie Natur- und Gartentouristischen Entwicklungen verwoben mit dem geschichtlichen Hintergrund der Region. Eine gemeinsame Vermarktung der touristischen Hot Spots in beiden Regionen (Marchfelder Schlösserreich, Römerland Carnuntum) ist ebenfalls in Planung. Das Marchfeld ist geografisch Teil des Weinviertels. Auch dieser Tatsache soll zukünftig auf unterschiedlichen Ebenen verstärkt Rechnung getragen werden. Ebenso wie mit dem Römerland ist eine Vernetzung der Genussangebote geplant. Der Aufbau einer Kultur- und Genusstour durch das Weinviertel ist ein Kooperationsplan mit **allen Weinviertler LEADER-Regionen**. Dazu gehört die Bestimmung touristischer Achsen durch das Weinviertel, an denen dem Touristen durchgehend hohe Qualitätsstandards (Ausflugsziele, Gastronomie, Infrastruktur) begegnen. Für die Weinviertler und Marchfelder Genussregionen ist die gemeinsame Präsentation in Wien und/oder den angrenzenden Nachbarländern geplant. Diese Präsentation soll das touristische Angebote und das „Lebensgefühl Weinviertel und Marchfeld“ mitnehmen. Im betrieblichen Bereich (Landwirtschaft und touristische Dienstleister) soll es im Weinviertel (und darüber hinaus) zu einem regen Know-how-Austausch

kommen. Dies fördert das Auffinden von Synergien, die wirtschaftliche Vernetzung und eine zügige Entwicklung eines hohen Qualitätsstandards.

Mit der **LEADER Region Weinviertel Ost** ist eine gemeinsame Integrationsmaßnahme für ZuzüglerInnen geplant. Im Norden grenzt das Marchfeld mit drei zuwanderungsstarken Städten (Deutsch Wagram, Strasshof und der Bezirkshauptstadt Gänserndorf) an das Weinviertel. Zuzügler sollen sich als Marchfelder, aber auch als Weinviertler fühlen. Unterstützende Maßnahmen (Veranstaltungen, Infomappen Weinviertel und Marchfeld, gebrandete Produkte) sollen angrenzenden Gemeinden für alle ZuzüglerInnen zur Verfügung gestellt werden.

Die folgenden internationalen (inter-territorialen) Kooperationen mit anderen LAG´s sind geplant:

In der Slowakei, angrenzend an die Region Marchfeld sind LEADER-Regionen in Planung. Mit der Region . Der Kontakt zu soll vertieft werden, um gemeinsam Kultur- und Naturschutzthemen sowie die Entwicklung von touristischen- und Freizeitangeboten entlang des gemeinsamen Grenzflusses March zu unterstützen. Es fanden bereits Gespräch mit der derzeitigen Region Enviropark Pomoravia in Gajary statt.

3.1.7 Zusammenfassende Darstellung in der Wirkungsmatrix gemäß Vorlage

Tabelle 5: Zusammenfassende Darstellung in der Wirkungsmatrix (Aktionsfeld 1)

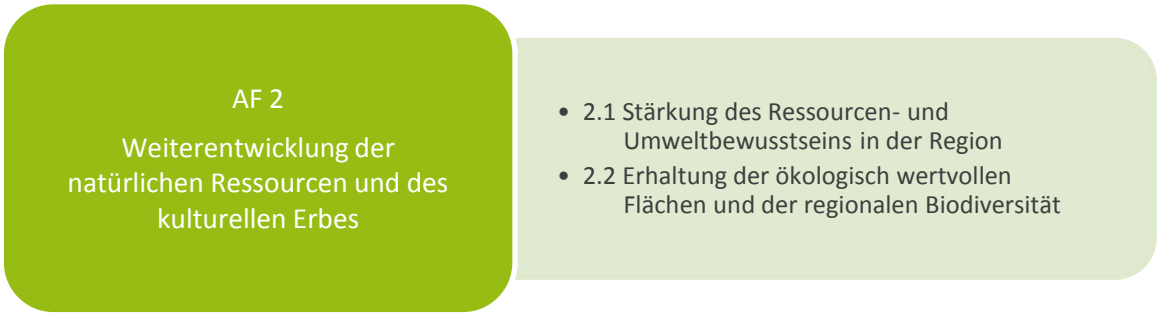
Interventionsebene		Indikatoren	Basiswerte	Sollwerte	Quellen	Externe Rahmenbeding.
Impact / Oberziel	Beitrag zur Verbesserung der Lebensqualität in unserer Region	Index für Lebensqualität				
Outcome / Ziel	Die Wertschöpfung in der Region hat sich bis 2020 signifikant gesteigert	**Wertschöpfungsindex**	**46**	**70**		
		Aktive Betriebsstandorte	3.504 (2013)	+30	WKO	
		Arbeitsstätten	4.447 (2011)	+100	Statistik Austria	
		Erwerbstätige am Arbeitsort	16.889 (2011)	+5%	Statistik Austria	
		Anzahl der Unternehmensgründungen (Gründungsintensität je 1.000 Ew 2013, Bezirkswerte Mittelwert)	4,5 (2013)	+5%	WKO	
		Kaufkraftindex (Bezirkswert Gänserndorf)	106,4 (2009)	+5%	Statistik Austria/Eurostat	
		Nächtigungszahl (Übernachtungen)	56.606 (2013)	+5%	Statistik Austria	
		Anzahl der TouristInnenankünfte in der Region	29.198 (2013)	+10%	Statistik Austria	
		AuspendlerInnen	22.399 (2011)	gleichbleibend	Statistik Austria	
Output 1	Die touristische Infrastruktur ist weiterentwickelt und das regionale Freizeitangebot erweitert	Anzahl zusätzlicher touristischer Angebote (z.B. Wanderweg, Radweg, Verbindungsweg)	3	+3	Projekt	NÖ Tourismusstrategie 2020
		Anzahl gesicherter und geschaffener Arbeitsplätze für Frauen, Jugendliche oder Personen mit Migrationshintergrund in der regionalen Tourismus- und Freizeitbranche	-	+20	Projekt	
		Anzahl der Aktivitäten zur Belebung des Kultur- und Naturtourismus pro Jahr		5/Jahr	Projekt	
Output 2	Das Eisenbahnmuseum Strasshof ist ein qualitätsvolles kulturtouristisches Ausflugsziel	Anzahl der Maßnahmen zur Attraktivierung des Eisenbahnmuseums Strasshof“	-	NEU: +2		
Output 3	Die Landesausstellung ist optimal vorbereitet, alle Akteure sind bestens vernetzt. Die Landesausstellung wird im Jahr 2021 erfolgreich durchgeführt	Zahl der Aktivitäten zur Vorbereitung der Landesausstellung	0	30	Projekt	
		Anzahl der BesucherInnen der Landesausstellung	0	400 000	Projekt	
Output 4	Es gibt geschulte und qualifizierte MitarbeiterInnen	Zahl neuer Qualifizierungsverbünde	-	+1	Projekt	
		TeilnehmerInnen an Qualifizierungslehrgängen	-	100	Projekt	
Output 5	Das Marchfeld präsentiert sich als Garten Wiens und hat dafür eine	Anzahl neu eingeführter Kooperationen in der regionalen Land- und Forstwirtschaft (Kooperati-	-	10		BM für ein lebenswertes Österreich LF3, Wirtschafts-

	Reihe von Angeboten entwickelt	onen im Rahmen der Genussregionen, Kooperationen beim gemeinsamen Regioshop)				kammer, Bauernkammer
Output 6	Es gibt drei etablierte Genussregionen in der Region. Die Genussregionen sind überregional bekannt.	Anzahl der Mitgliedsbetriebe der Genussregionen (Produzenten, Bezugsquellen im Handel, Genusswirte)	54 Produzenten 51 Handel 44 Wirte	Gleich	Genussregion	AMA GesmbH Lebensministerium – Initiative Genussregionen
		Anzahl Zeitungsartikel, Mediadaten/Jahr (Regionaler und überregionaler Bekanntheitsgrad der Genussregionen)	-	15	Pressespiegel	
Output 7	Die Region hat einen best-practice-Betrieb und stellt sein Know-how regional und überregional (Weinviertel, Ö) zur Verfügung	Anzahl neues Kompetenzzentrum	-	1	Projekt	
		Anzahl Austauschtreffen im Rahmen dieses Zentrums	-	5	Projekt	
Output 8	Die Produktabsatzchancen des "Feinkostladens Marchfeld" sind gestiegen	Anzahl der Aktivitäten zur Schaffung der Marke für „Direktvermarktung im Marchfeld	-	5	Projekt	
Output9	Die Anzahl regionaler landwirtschaftlicher Betriebe mit Diversifizierungsstrategien ist gestiegen	Anzahl der Betriebe mit zusätzlichen Einkommensquellen (Direktvermarktung, Green Care, Schaubauernhof, …)	-	2	Projekt	
Output10	Der Anteil erneuerbarer Energien und alternativer Energieträger an der regionalen Strom-, Wärme-, und Treibstofferzeugung ist erhöht	Anzahl eingeführter Pilotprojekte zur Verwendung alternativer Energiequellen in der Region	-	5	Projekt	NÖ Energiefahrplan 2030 Regionales Energiekonzept
Output 11	Die regionale E-Mobilität-Infrastruktur wurde vernetzt und ausgebaut. Die Lebensqualität einer breiten Zielgruppe wurde durch ein verbessertes Mobilitätsangebot gesteigert.	Anzahl der E-Ladestationen und Elektrofahrzeuge in der Region	14	5 Ladestationen	Projekt	NÖ Elektromobilitätsstrategie 2014 – 2020 Mobilitätszentrale
		Anzahl neuer funktionierende Carsharing Projekte im ländlichen Raum	2	2	Projekt	
		Mikro-ÖV-Systeme mit Einbindung vorhandener Mobilitätssysteme („Mikro-ÖV-Leuchturmprojekt")	0	1	Projekt	
Output 12	Die Ortszentren der Region sind wiederbelebt	Zahl der Gemeinden die Maßnahmen zur Ortskernbelebung durchführen	-	5	Projekt	NAFES (Niederösterreichische Arbeitsgemeinschaft zur Förderung des Einkaufs in Stadt- und Ortszentren)
		Zahl der Ortszentren, die geschaffen wurden	-	1	Projekt	
		Zahl der Gemeinden, die sich an dem Projekt beteiligen	-	3	Projekt	
Input / Aktivitäten des LAG Mgmt.	• Management • Controlling • Marketing und Administration • Projekte lancieren und entwickeln	Ressourcen: 65%	Kosten: 65%			

3.2 Aktionsfeld 2: Natürliche Ressourcen und kulturelles Erbe

3.2.1 Auswahl der Aktionsfeldthemen und Beschreibung der Ausgangslage (Status quo)

Das Aktionsfeld Natürliche Ressourcen und kulturelles Erbe wird in den nachfolgend dargestellten zwei Aktionsfeldthemen konkretisiert.



Stärkung des Ressourcen- und Umweltbewusstseins in der Region

Ausgangslage: Die Bevölkerung sollte besser über die wertvollen Naturräume der Region Bescheid wissen und diese wertschätzen. Dazu gehört Bewusstseinsbildung betreffend Natur- und Landschaftsschutz. Entwicklungschancen bieten sich in der verstärkten multithematischen Zusammenarbeit zwischen Naturschutz, Tourismus und Landwirtschaft (Naturtourismus).

Ziel: Konträren Interessen zwischen Landwirtschaft und Naturschutz bzw. Naturschutz und Ausbau der erneuerbaren Energieträger muss durch verstärkte Kooperationsarbeit sowie durch Bewusstseinsbildungs-Offensiven entgegengewirkt werden. Die Realisierung von Umweltschutzmaßnahmen bedarf der Zusammenarbeit in den Bereichen Landwirtschaft, Naturschutz, Wirtschaft, Tourismus, Kultur und Verkehr sowie der nachhaltigen Sensibilisierung der Bevölkerung für umweltpolitische Themen.

Erhaltung der ökologisch wertvollen Flächen und der regionalen Biodiversität

Ausgangslage: Das Marchfeld weist einen hohen Anteil unterschiedlicher Schutzgebiete auf. Die prominenteste Stellung nimmt dabei der Nationalpark Donauauen ein, der auf beiden Seiten der Donau liegt. Auch der Alpen-Karpaten-Korridor führt durch große Teile der Region.

Zersiedelung und überbordende Infrastrukturprojekte gefährden die überregionalen Wildtierkorridore sowie die Rückzugsgebiete gefährdeter Wildtiere.

Ziel: Neben dem Schutz kommt auch der Pflege der regionalen Kulturlandschaft große Bedeutung zu. Die weitere Zersiedlung und überbordender Flächenverbrauch sollen durch geeignete Maßnahmen hintangehalten werden.

3.2.2 Grundstrategie bzw. strategische Stoßrichtung in den Aktionsfeldthemen

Stärkung des Ressourcen- und Umweltbewusstseins in der Region

- Bewusstseinsbildungsmaßnahmen für die Pflege und den Schutz der Kulturlandschaft
- Förderung der nachhaltigen Flächennutzung in der Region
- Attraktivierung des Orts- und Landschaftsbildes

Erhaltung der ökologisch wertvollen Flächen und der regionalen Biodiversität

- Erhaltung und Ausbau der Biodiversität und Unterstützung von Maßnahmen zur Kulturlandschaftspflege

3.2.3 Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023)

Stärkung des Ressourcen- und Umweltbewusstseins in der Region

Es gibt ein Kompetenzzentrum für Naturraummanagement und Biodiversität als Impulsgeber und Vernetzungsstelle der zahlreichen Akteure in der Region. Das Bewusstsein der jungen MarchfelderInnen für den Wert des Naturraums ist gestiegen. Es gibt Impulse und professionelle Unterstützung für Grünraum- und Landschaftspflege. Das Bewusstsein der Gemeinden für die Wichtigkeit nachhaltiger Flächennutzung in der Region hat sich verbessert. Die Gemeinden erhielten Impulse zur Attraktivierung des Orts- und Landschaftsbildes und Unterstützung bei der Umsetzung (Alleen, Schottergrubenausfahrten). Landmarks (Silos, Speicher, Windräder, Kreisverkehre) von regionalen Künstlern gestaltet. Alle Gemeinden verfügen über Tourismus- und Freizeitbeauftragte. Tourismus- und Freizeitbeauftragte der Gemeinden wurden vernetzt.

Erhaltung der ökologisch wertvollen Flächen und der regionalen Biodiversität

Es gibt ein Kompetenzzentrum für Naturraummanagement und Biodiversität als Impulsgeber und Vernetzungsstelle der zahlreichen Akteure in der Region

3.2.4 Erfolgsindikatoren (messbare Indikatoren): Sollwert (Basiswert)

Stärkung des Ressourcen- und Umweltbewusstseins in der Region

- 100 TeilnehmerInnen an neuen bewusstseinsbildenden Veranstaltungen/Maßnahmen
- 10 (6) Schulen, die in Maßnahmen mitarbeiten
- 5 neue Gemeinden mit baulandmobilisierenden und baulandsparenden Maßnahmen
- 2 gestaltete Landmarks
- Jährlich 2 Vernetzungstreffen von Tourismus- und Freizeitbeauftragten der Gemeinden

Erhaltung der ökologisch wertvollen Flächen und der regionalen Biodiversität

- 10 Maßnahmen zur Erhaltung der Biodiversität und der Bewusstseinsbildung

3.2.5 Aktionsplan (Maßnahmen) zur Erreichung der Resultate

Mögliche Projekte zur **Weiterentwicklung der natürlichen Ressourcen und des kulturellen Erbes:**

- **Implementierung eines Kompetenzzentrums für Naturraummanagement und Biodiversität**
- **Naturpädagogische Projekte (Bewusstseinsbildung Heimat-Naturressourcen)**
- **Künstlerische Gestaltung von Landmarks**
- Errichtung/Gestaltung von Landmarks als Botschafter der wertvollen Marchfelder Landschaft (Silos, große Bäume, Vogelwarten …)
- Entwicklung von Modellprojekten für ressourcenschonende Siedlungen
- **Impulse zur Ortsbildverschönerung und Unterstützung bei der Umsetzung**

Tabelle 6: Aktionsplan und Leitprojekte zur Weiterentwicklung der natürlichen Ressourcen und des kulturellen Erbes

Projekt	**Implementierung eines Kompetenzzentrums für Naturraummanagement und Biodiversität**	**Attraktivierung des Orts- und Landschaftsbildes**	**Künstlerische Gestaltung von Landmarks**
Welcher Entwicklungsbedarf wird bedient?	Die zahlreichen AkteurInnen der Region, die sich mit den Naturräumen beschäftigen, sind nicht miteinander vernetzt; die Maßnahmen nicht aufeinander abgestimmt. Synergien werden nicht erkannt und gefördert.	Nur wenige Gemeinden besitzen Beauftragte für das Orts- und Landschaftsbild (ebenso wie Tourismusbeauftragte).	Das Bewusstsein der Marchfelder für den Wert und die Schönheit des Naturraums ist schwach ausgeprägt.
Projektziel	Es gibt ein von den AkteurInnen anerkanntes Kompetenzzentrum für Naturraummanagement und Biodiversität, welches die Region, die Gemeinden, die Naturraumbewirtschafter unterstützt und vernetzt.	Es gibt in allen Gemeinden Beauftragte für das Orts- und Landschaftsbild der Gemeinde und diese Beauftragten sind vernetzt und stimmen ihre Maßnahmen im Rahmen von Kooperationen ab.	Zwei Landmarks wurden von regionalen Künstlern gestaltet und in Szene gesetzt.
Projektumsetzung	Einführung einer Service- und Beratungsstelle für die AkteurInnen der Region (Veranstaltung, PR); Realisierung naturpädagogischer Angebote in möglichst vielen Schulen und Kindergärten der Region mit dem Kompetenzzentrum als Anbieter und Vermittler Organisation eines jährlichen Biodiversitätsforums; Organisierter Erfahrungsaustausch durch Best-practice-Modelle Unterstützung bei der Bemühung um ein Ramsarzentrum Marchegg Unterstützung der Region bei Bewusstseinsbildung	Gewinnung der Gemeinden für das Thema Jährliche Vernetzungstreffen für die Beauftragten mit Impulsen für die Ortsbildverschönerung Unterstützung bei der Umsetzung der Impulse	Auswahl der Landmarks und der Gestaltungsideen im Rahmen eines regionalen Wettbewerbs Präsentation und thematische Inszenierung im Rahmen eines regionalen Festes
Projektträger	Bundesforste Schloss Eckartsau	Region, Kompetenzzentrum	Region
Projektdauer	2 Jahre	6 Jahre	1 Jahr
Kostenschätzung in Euro	80.000,-	Kosten noch nicht exakt abzuschätzen	20.000,-

3.2.6 Beschreibung von Kooperationsaktivitäten

Die folgenden nationalen (inter-territorialen) Kooperationen mit anderen LAG´s sind geplant:

Angedacht sind Kooperationsmaßnahmen mit **der LEADER-Region Römerland-Carnuntum** betreffend den gemeinsamen Nationalpark entlang der Donau. Gemeinsam mit dem Nationalpark wird ein jährliches Forum zum Wert der Schutzflächen für die Bevölkerung veranstaltet werden. Erkenntnisse und Maßnahmen daraus sollen geprüft, weiter verfolgt und – unter anderen durch LEADER - umgesetzt werden.

3.2.7 Zusammenfassende Darstellung in der Wirkungsmatrix gemäß Vorlage

Tabelle 7: Zusammenfassende Darstellung in der Wirkungsmatrix (Aktionsfeld 2)

Interventionsebene		Indikatoren	Basiswerte	Sollwerte	Quellen	Externe Rahmenbeding.
Impact / Oberziel	Beitrag zur Verbesserung der Lebensqualität in unserer Region	Index für Lebensqualität				
Outcome / Ziel	Die natürlichen Ressourcen und das kulturelle Erbe der Region sind nachhaltig gesichert	**Index für natürliche Ressourcen und kulturelles Erbe**	**24**	**36**		
Output 1	Das Bewusstsein der jungen MarchfelderInnen für den Naturraum ist gestiegen. Es gibt Impulse und professionelle Unterstützung für Grünraum- und Landschaftspflege	Anzahl der TeilnehmerInnen an bewusstseinsbildenden Veranstaltungen/Maßnahmen	-	100	Projekt	Land Niederösterreich RU2
		Anzahl der Schulen, die in Maßnahmen mitarbeiten	6	10	Projekt	
Output 2	Das Bewusstsein der Gemeinden für die Wichtigkeit nachhaltiger Flächennutzung in der Region hat sich verbessert	Anzahl der Gemeinden mit baulandmobilisierenden und baulandsparenden Maßnahmen	-	5 Gemeinden	Projekt	
Output 3	Landmarks (Silos, Speicher, Windräder, Kreisverkehre): Alleen, Schottergrubenausfahrten	Anzahl von gestalteten Landmarks	-	2	Projekt	Dorf- und Stadterneuerung
Output 4	Das Marchfelder Kompetenzzentrum für Naturrauminitiativen ist etabliert	Anzahl der Maßnahmen zur Erhaltung der Biodiversität und der Bewusstseinsbildung	-	10	Projekt	Biodiversitätsstrategie Österreich, Bodenschutzstrategie NÖ
Output 5	Die Gemeinden verfügen über Tourismus- und Freizeitbeauftragte, die regional vernetzt sind und Projekte initieren	Anzahl der Vernetzungstreffen	-	2 pro Jahr	Projekt	
Input6 Aktivitäten des LAG Mgmt.	• Management • Controlling • Marketing und Administration • Projekte lancieren und entwickeln	Ressourcen: 10%	Kosten: 10%			

3.3 Aktionsfeld 3: Gemeinwohl Strukturen und Funktionen

3.3.1 Auswahl der Aktionsfeldthemen und Beschreibung der Ausgangslage (Status quo)

Das Aktionsfeld Gemeinwohl Strukturen und Funktionen wird in den nachfolgend dargestellten vier Aktionsfeldthemen konkretisiert.

AF 3

Stärkung der für das Gemeinwohl wichtigen Strukturen und Funktionen

- 3.1 Mobilität querdenken
- 3.2 Sicherung einer nachhaltigen Nahversorgungsstruktur
- 3.3 Stärkung des Regionsbewusstseins und Ausbau der regionalen Bildungsangebote
- 3.4 Etablierung als generationenfreundliche und integrative Region

Mobilität „querdenken"

Ausgangslage: Die Gemeinden der Region profitieren von ihrer Lage nahe dem Ballungsraum und entlang bestehender und geplanter hochrangiger Verkehrsachsen: Nordbahn, Marchegger Ostbahn (Ausbau und Elektrifizierung bis 2030), die S1 und die geplante S8 (Planungshorizont 2020) liegen in der Region. In den Achsenzwischenräumen gibt es hingegen erhebliche Defizite in der Versorgung im ÖV und eine nahezu vollständige Abhängigkeit vom PKW. Regionale Buslinien verkehren hier meist nur an Werk- bzw. Schultagen. Oft fehlen nach wie vor barrierefreie Zugänge. Auch die grenzüberschreitenden Verbindungen zum boomenden Wirtschaftsraum Bratislava sind stark verbesserungswürdig.

Ziel: Defizite im Bereich des öffentlichen Nahverkehrs sollen durch Angebotserweiterung und -vernetzung ausgeglichen und dem Fehlen barrierefreier Zugänge zu regionalen Einrichtungen durch integrative Lösungen entgegengewirkt werden. Die Erreichbarkeit von Schule, Arbeitsplatz, Freizeit- und Versorgungseinrichtung soll für alle EinwohnerInnen und Gäste der Region ohne Unterstützung oder eigenes Fahrzeug sichergestellt sein. Dabei müssen insbesondere die Bedarfe von Kindern und Jugendlichen, Frauen, SeniorInnen und Menschen mit speziellen Bedürfnissen in der Verkehrsplanung und regionalem Mobilitätsmanagement berücksichtigt werden.

Sicherung einer nachhaltigen Nahversorgungsstruktur

Ausgangslage: In vielen Gemeinden der Region ist die Nahversorgung der BürgerInnen mit Gütern des täglichen Badarfs nicht mehr gegeben. Diese Entwicklung ist schlecht, denn die Nahversorgung belebt die Ortskerne und sichert auf lange Sicht Arbeitsplätze sowie Lebensqualität.

Ziel: Die Sicherung und der Ausbau der Nahversorgung ist nicht nur ein zentrales Element zur Erhöhung der regionalen Lebensqualität und Standortattraktivität, sondern garantiert darüber hinaus zahlreiche Arbeitsplätze in den Bereichen Handel und persönliche Dienstleistungen. Grundlegende Versorgungseinrichtungen müssen für alle Bevölkerungsgruppen zeitlich und räumlich bequem erreichbar sein und Nahversorgung als Aspekt der Daseinsvorsorge in jeder Gemeinde gesichert werden. Durch Entwicklung intelligenter Absatzkonzepte kann man Nahversorgungslücken schließen und durch ergänzende Betriebsfelder regionale LandwirtInnen stärken. Multisektorale Kooperationen und die Entwicklung neuer Lösungsansätze sollen eine orts- und zeitnahe Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs langfristig sicherstellen.

Stärkung des Regionsbewusstseins und Ausbau regionaler Bildungsangebote

Ausgangslage: Die regionale Identität ist im Marchfeld, einer Pendler- und Zuwanderungsregion, in vielen Gemeinden sehr schwach ausgeprägt. Regionale Themen und kulturelle Besonderheiten sind

wichtige Schwerpunkte für das Bildungsangebot, wobei hier sowohl die Menschen als auch die Region von den Zuzüglern lernen soll. Das Einbinden der nachkommenden Generation in regionale Aktivitäten sowie die Vorbereitung der Kinder und Jugendlichen auf zukünftige Herausforderungen im privaten, beruflichen und gesellschaftlichen Leben sind weitere Zukunftsthemen.

Die regionale Bevölkerung ist gut ausgebildet und es steht ein ausreichendes Grundangebot an – auch niederschwelligen – Bildungseinrichtungen zur Verfügung. Durch die Nähe der Zentren ist auch die Nutzung des dortigen vielfältigen Angebotes leichter möglich. Das Bildungsangebot für bildungsferne Schichten und besondere Zielgruppen (SeniorInnen, MigrantInnen) ist zu prüfen.

Ziel: Für das gesellschaftliche Lernen eignen sich neben den klassischen Ausbildungsstätten bestehende Institutionen wie örtliche Büchereien, Archive, Volkshochschulen und ähnliche volksnahe Einrichtungen. Der Zugang zu Bildungangeboten für bildungsferne Schichten sowie für spezielle Zielgruppen soll evaluiert werden. Prinzipiell gilt: umso mehr BürgerInnen die Fähigkeit haben, miteinander in Dialog zu treten, je mehr sie über die Menschen in ihrer Umgebung, verschiedene Berufsgruppen und gesellschaftliche Veränderungsprozesse wissen, desto einfacher ist es, gemeinsame Positionen zu vertreten, eine erfolgreiche regionale Entwicklung zu betreiben und eine lokale Beteiligungskultur zu entwickeln.

Etablierung als generationenfreundliche und integrative Wohnregion

Ausgangslage: Es gibt im Bezirk Gänserndorf 1.169 Vereine. Freiwilligkeit, bürgerschaftliches Engagement und Vereinsleben nehmen deshalb in großen Teilen des Marchfelds eine herausragende Stellung ein. Durch Vernetzung der bestehenden Aktivitäten gilt es, daraus Chancen für die Bewältigung der demographischen Herausforderungen in der Region zu nutzen.

Die Achse Groß Enzersdorf - Gänserndorf – Marchegg zählt zu den am stärksten wachsenden Regionen Österreichs. Zuzug und Wegzug halten sich nahezu die Waage. Viele junge Familien nutzen den Speckgürtel, um günstigen Wohnraum für sich zu schaffen, behalten jedoch den Lebensmittelpunkt in Wien. Da der Großteil der erwerbstätigen Menschen für ihre Erwerbstätigkeit auspendeln muss - nur etwa 1/5 (meist Migrationshintergrund) pendeln ein – ist eine geringe soziale Verflechtung und schlechte Integration am Heimatort die Folge. Es fließt nicht nur die Wertschöpfung ab, auch die Bereitschaft zu bürgerschaftlichem Engagement ist in diesem Bereich des Marchfelds gering. Die Gesellschaft der Region ist bunt und vielfältig!

Ziel: Die regionale Identität der ZuzüglerInnen ist gestärkt, sie empfinden das Marchfeld nicht nur als Wohnort, sondern als Lebensraum. Das Motto der Gemeinden ist „die Menschen aktiv abholen und ihnen begegnen“, um ihnen die Integration zu erleichtern und schmackhaft zu machen. Es gibt ein generationenübergreifendes Unterstützungsprogramm bei Fragen des Wohnens, Bauens, Kinderbetreuung und Versorgung und Integration der Älteren und der MarchfelderInnen mit besonderen Bedürfnissen in das Gemeinschaftsleben. Die Bevölkerung soll ein Bewusstsein für die Bedeutung von Gender Mainstreaming entwickeln und durch geeignete Bildungsmaßnahmen sensibilisiert werden.

3.3.2 Grundstrategie bzw. Strategische Stoßrichtung in den Aktionsfeldthemen

Mobilität „querdenken”

- Verkehrsverbindung quer durch das Marchfeld sicherstellen (Verkehr in die Versorgungszentren, alternative Verkehrsformen, Mikro-ÖV-Lösungen)
- Verkehr anders/quer: Bewusstseinsbildung für alle Mobilitätsformenfördern
- Aufwertung des öffentlichen Nahverkehrs u.nachhaltiger Alternativen zum IV; Reduktion des Pendlerverkehrs
- Schaffung von barrierefreien Zugängen

Sicherung einer nachhaltigen Nahversorgungsstruktur

- Förderung der Direktvermarktung

Stärkung des Regionsbewusstseins und Ausbau regionaler Bildungsangebote

- Erweiterung des regionalen Bildungsangebotes, welches übersichtlich in einer Bildungsdatenbank aufbereitet wird, Vernetzung der BildungsakteurInnen, Förderung der Aus- und Weiterbildung sowie Unterstützung beim Abbau von Barrieren zum Lernen
- Bewusstseinsbildende Maßnahmen „MarchfelderInnen“
- Schaffung von örtlichen Begegnungsräumen und Treffpunkten in vorhandenen Einrichtungen

Etablierung als generationenfreundliche und integrative Wohnregion

- Schaffung von Entfaltungsmöglichkeiten für die Jugend und Frauen
- Unterstützung der Integration Älterer in das Gemeinschaftsleben
- Verbesserung der Integration von MigrantInnen
- Unterstützung der Gemeinden bei Initiativen der Integration von ZuzüglerInnen Stärkung der Marchfelder Wirtshauskultur

3.3.3 Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023)

Mobilität „querdenken”

Das öffentliche Verkehrsnetz in der Region wurde vernetzt und attraktiviert. Mikro-ÖV-Lösungen reduzieren die Abhängigkeit von Zweit- und Dritt-PKWs. Das Bewusstsein der Bevölkerung und die Akzeptanz für nachhaltige Mobilitätsformen sind gestiegen und kann von allen Bevölkerungsgruppen gleichwertig genutzt werden. Die regionale E-Mobilitäts-Infrastruktur wurde vernetzt und ausgebaut. Die Lebensqualität einer breiten Zielgruppe wurde durch ein verbessertes Mobilitätsangebot gesteigert. Regionale Einrichtungen und Anlagen sind baulich universell gestaltet und können von allen Bevölkerungsgruppen gleichwertig genutzt werden.

Sicherung einer nachhaltigen Nahversorgungsstruktur

Flexible Nahversorgungsstrukturen sind etabliert.

Stärkung des Regionsbewusstseins und Ausbau regionaler Bildungsangebote

Es gibt ein vielfältiges Bildungsangebot zur Entfaltung der Persönlichkeit und Förderung von Beschäftigungsmöglichkeiten in der Region. Das Regionsbewusstsein ist gefestigt, PendlerInnen sind in das Gemeinschaftsleben integriert. Eine regionale Bildungs- und Veranstaltungsdatenbank ist etabliert BildungsakteurInnen und Bildungsverantwortliche sind vernetzt und sichern die Weiterentwicklung Es stehen genügend örtliche Begegnungsräume und Treffpunkte in der Region zur Verfügung.

Etablierung als generationenfreundliche und integrative Wohnregion

Eine erfolgreiche (!) Gründerdynamik im Marchfeld ist durch Telearbeitszentren gestärkt Der Wiedereinstieg ins Berufsleben ist für PendlerInnen nach einer Kinderpause durch Eltern-Kind-Telearbeitsbüros erleichtert; Arbeitsplätze können damit gesichert werden; Teilzeitjobs bleiben auch für PendlerInnen mit längeren Wegzeiten attraktiv. Die Integration Älterer in das Gemeinschaftsleben ist sichergestellt. Es gibt eine Börse für „ehrenamtliche“ Mitarbeiter sowie einen organisierten Know-how Transfer (Wissen dieser Gruppe optimal nutzen - Vereine sind aktiv am gesellschaftlichen Leben in den Gemeinden beteiligt). Es gibt eine „Lebende Bibliothek Marchfeld“. Es gibt einen Katalog mit Maßnahmen zur raschen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Integration von ZuzüglerInnen für alle Gemeinden. Die Wirtshäuser als soziale Treffpunkte sind in ihrer Existenz gestärkt und gesichert.

3.3.4 Erfolgsindikatoren (messbare Indikatoren): Sollwert (Basiswert)

Mobilität „querdenken"

- 5 Maßnahmen zur Attraktivierung des öffentlichen Verkehrs in der Region
- 12 Gemeinden, die sich an der Umsetzung des Mobilitätskonzept beteiligen
- 5 neue Veranstaltungen zur Bewusstseinsbildung für nachhaltige Mobilität
- 5 (14) neue E-Ladestationen und Elektrofahrzeuge in der Region
- 2 (2) neue nachhaltige Carsharing Projekte im ländlichen Raum
- 1 (0) Mikro-ÖV-Leuchtturmprojekt unter Einbindung vorhandener Mobilitätssysteme
- 10 neue barrierefrei zugängliche, öffentliche Gebäude und Anlagen
- 10 getätigte Maßnahmen zum weiteren Ausbau und Gestaltung barrierefreier Zugänge
- 8 Gemeinden mit durchgeführten „Barriere-Checks"

Sicherung einer nachhaltigen Nahversorgungsstruktur

- 10 beteiligte Gemeinden und Betriebe an Sollwert (Basiswert) Nahversorgungsprojekten

Stärkung des Regionsbewusstseins und Ausbau regionaler Bildungsangebote

- 200 Personen, welche neue sekundäre Aus- und Weiterbildungsangebote in der Region nutzen
- 10 Maßnahmen zur Stärkung des Regionsbewusstseins
- 2 zusätzliche Begegnungsräume in der Region

Etablierung als generationenfreundliche und integrative Wohnregion

- 5 innovative Maßnahmen zur Jugend- und Jungunternehmerförderung
- 5 Pilotprojekte zur Unterstützung der Integration Älterer in das Gemeinschaftsleben
- 15 Personen die als „lebende Bibliothek" fungieren, Zahl der Kontakte mit diesen Personen
- 23 Gemeinden die neue „Marchfeld-Welcomepackages" anbieten
- 5 Wirtshäuser mit zusätzlichen gesellschaftlich integrativen Angeboten aus den Bereichen Kultur, Kunst und Regional Governance
- Steigende Frauenerwerbsquote (Basiswert 2011: 71%)

3.3.5 Aktionsplan (Maßnahmen) zur Erreichung der Resultate

Mögliche Projekte im Bereich **Mobilität „querdenken"**

- **Umsetzung eines ganzheitlichen Mobilitätskonzepts** mit folgenden Bestandteilen:
  - Maßnahmen zur Stärkung der „Planungssicherheit für Ausflügler und Touristen"
  - Umsetzung eines Radtramperzuges Wien-Bratislava
  - Erweitertes und attraktiviertes Fahrradsystem
- „Walkspace Marchfeld"-Förderung des Gehens von Alltagswegen
- Mobilitätstage
- **Entwicklung eines Mikro-ÖV Konzepts**: Mikro-ÖV-Lösung für drei Gemeinden entlang der Marchegger Ostbahn (Zentrum Marchfeld)
- **„Barriere-Checks" in Gemeinden**

Mögliche Projekte zur **Sicherung einer nachhaltigen Nahversorgungsstruktur:**

- **Entwicklung einer flexiblen Nahversorgungsmöglichkeiten mittels eines rollenden Nahversorgers oder Zustellungssystems**
- Entwicklung von alternativen Mobilitätslösungen für einen leichteren Zugang zu Nahversorgungszentren (Mitfahrbörsen, Marchfeld quer mit Mikro-ÖV-Systemen)

Mögliche Projekte zur **Stärkung des Regionsbewusstseins und Ausbau regionaler Bildungsangebote:**

- Evaluierung des Bildungsangebotes und Vernetzung regionaler und überregionaler Bildungsangebote in einer Bildungsplattform
- Bei Bedarf soll nach dem Muster der Lernenden Region ein Netzwerk zur gemeinsamen Abstimmung der Angebote sowie einem gemeinsamen Marketing implementiert werden
- **Aufbau einer Kultur- und Veranstaltungsplattform (Dialogforum Marchfeld)**
- Informieren - Integrieren: Waren- und Dienstleistungs-Korb für alle Gemeinden entwickeln
- **Tor zum Marchfeld Deutsch Wagram/Leitsystem**
- **Aufbau einer regionalen Bildungs- und Veranstaltungsdatenbank** (übersichtliche Darstellung aller regionalen Veranstaltungen und Angebote)
- **Ausarbeitung eines USP für das Marchfeld**
- **Ausbau des Dialogforums** Marchfeld mit 2 wechselnden Themenschwerpunkten und 2 wechselnden Veranstaltungsorten pro Jahr
- **Regionsraum/-räume in Schlosshof (Konzept liegt vor) und anderen touristischen Zentren und Toren zum Marchfeld:** Schaffung eines „Welcome-Centers“ bei der Radbrücke Schloss Hof

Mögliche Projekte zur **Etablierung als generationenfreundliche und integrative Wohnregion**

- **Wirtschaften im Zentrum** (Telearbeitszentren in Ortskernen mit Kinderbetreuungsnetz, Gemeinschaftsbüros für EPU‘s): Thema Pendeln minimieren, Wiedereinstieg nach einer Kinderpause von Frauen erleichtern
- Angebote für den barrierefreien Umbau von Wohnungen für Ältere
- Sicherstellung bedarfsorientierter Mobilitätsketten (Mikro-ÖV)
- Mentoren für lebenslanges Wohnen
- Aufbau einer Freiwilligendatenbank (was kann wer wann wo anbieten)
- **Aufbau einer „Lebenden Bibliothek“ Marchfeld** (Personen als Bücher, mit ZuzüglerInnen, MigrantInnen und alteingesessenen MarchfelderInnen)
- **Regionales „Welcomepackage“ für alle ZuzüglerInnen** (Mappe, Karten, Kontakte …)
- Entwicklung von gebrandeten Merchandising-Produkten (Marchfeld) für ZuzüglerInnen (Warenkorb, nützliche Alltagsprodukte)
- **Unterstützung der Wirtshäuser als Drehscheibe gesellschaftlich-kulturellen Lebens in kleinen Gemeinden** (Dorftheater, Frauenstammtisch, Regional-Governance-Zentralen)

Tabelle 8: Aktionsplan und Leitprojekte zum Aktionsfeld 3, Teil 1

Projekt	**Umsetzung eines ganzheitlichen Mobiltätskonzeptes „Mobiltät querdenken“**	**Nahversorgung aus der Region für die Region**	**Dialogforum Marchfeld**	**Wirtschaften im Zentrum**
Welcher Entwicklungsbedarf wird bedient?	Erhebliche Mobilitäts-Infrastrukturdefizite im ÖV, den Straßen und dem Bewusstsein für klimaschonende Mobilitätsformen	Fehlende Nahversorgung in zahlreichen kleinen Gemeinden	Mangelnde Regionale Identität und Wertschätzung der Früchte des Bodens	Erleichterung Wiedereinstieg ins Arbeitsleben bzw. sich selbstständig machen; Ortskernbelebung in den größeren Städten
Projektziel	Ganzheitliche (den Mobilitätsbedürfnissen der BewohnerInnen und BesucherInnen folgend) Mobilitätsversorgung ist gewährleistet; Planungssicherheit für BesucherInnen ist gegeben und das Bewusstsein für klimaschonende Mobilität ist gestiegen.	Die Versorgungslücken sind bekannt und durch flexible Maßnahmen wie Lieferung oder Transport zu den Versorgungszentren geschlossen.	Die MarchfelderInnen sind stolz auf ihre Heimatregion und wertschätzen die regionalen Produkte	In einer pendlerstarken Stadt (z.B. Gänserndorf) gibt es eine moderne Coworking-Area mit Kinderbetreuung, die von WiedereinsteigerInnen und EPU´s genutzt wird.

Projektumsetzung	Neues verstärktes Linienschema der ÖV; Notwendige Infrastrukturmaßnahmen (P&R, Barrierefreiheit); Schließung der Versorgungslücken durch Mikro-ÖV-Lösungen; E-Cars für die gesamte Region; Marchfeld-Mobilitäts-Card zur Reduktion des Autoverkehrs; Marchfeld „quer" denken: Bewusstseinsbildung und Anregungen zum Umdenken (Veranstaltungen, PR, Blog, Koop mit Vereinen)	Entwicklung eines Lieferservice in Form eines „Rollenden Nahversorgers" gemeinsam mit den DirektvermarterInnen des Marchfelds; Logistik und Bestellservice ggf. über den Regionsshop; Marketing und PR; Entwicklung von alternativen Mobilitätslösungen zu Nahversorgungs-zentren (Mitfahrbörsen oä.); Einrichtung und Bewerbung	Entwicklung eines Formates für eine regionale Kultur- und Veranstaltungs-plattform; Virtuelle Plattform mit Bildungsbeiträg-en zu aktuellen Themen der Region; Veranstaltung mit einem hochkarätig besetzten Diskussionsforum mit kontroversiellen Themen, Genuss und Kultur	Schaffung/Nutzung passender Räumlichkeiten; Qualitatives, zeitlich flexibles Kinderbetreuungsangebot; Mietbare Büro-infrastruktur; Bewerbung, Vermietung und Verwaltung seitens der Gemeinde mit Unterstützung der Region
Projektträger	Region, Gemeinden	Region	Region (PPP)	Region (PPP)
Projektdauer	6 Jahre	2 Jahre	2 Jahre	3 Jahre
Kostenschätzung (€)	Gesamtkosten noch nicht abzuschätzen, Kosten Bewußtseinsbildung: 15.000,-	150.000,-	50.000,-	30.000,-

Tabelle 9: Aktionsplan und Leitprojekte zum Aktionsfeld 3, Teil 2

Projekt	**Lebende Bibliothek Marchfeld**	**Welcome- Package für Zuzügler**	**Regionsraum Marchfeld**
Welcher Entwicklungsbedarf wird bedient?	Geringe Identität der MarchfelderInnen durch starken Zuzug und hohen Pendleranteil	Informations- und Willkommensmaßnahme für ZuzüglerInnen	Touristische Ziele sollen bei der Verortung unterstützt werden
Projektziel	Es gibt zahlreiche MarchfelderInnen aus allen Bereichen und gesellschaftlichen Schichten, die bereit sind, über ihre persönliche Geschichte das Marchfeld erlebbar zu machen.	Alle Gemeinden haben als eine Maßnahme eine Willkommensmappe für ihre ZuzüglerInnen, die sie gemeindespezifisch gestalten und die mit regionalen Informationen ergänzt wird	In den Köpfen aller Besucher (bsp. Schloss Hof) entsteht ein Bild der Region; ihre Neugierde ist geweckt, die Region und ihre weiteren Angebote zu erkunden
Projektumsetzung	Entwicklung der „Lebenden Bibliothek"; Entwicklung von Begegnungsformaten zwischen ZuzüglerInnen und den MarchfelderInnen, die ihre Geschichte und ihren Lebensraum zeigen; Gemeinden sollen die Maßnahmen für ihre ZuzüglerInnen buchen können; Region kann Maßnahmen zur Stärkung der reg. Identität setzten	Unterstützung der Gemeinden bei der Entwicklung von Willkommensmaßnahmen und Informationen für ihre Zuzügler; Entwicklung von einem regionalem Teil; Entwicklung von Merchandising-Produkten für das Marchfeld und in Kooperation mit dem Weinviertel für das Weinviertel	Umsetzung des bereits entwickelten Regionsraum-Konzeptes in Schloss Hof und ggf. anderen touristischen frequenzstarken Plätzen; Interaktive Ausstellung über die Region; Modulare Raumelemente, welche die Leitthemen der Region aufgreift; Region zum Mitnehmen (anspuchsvoll gestaltete take-away-cards zu den weiteren Angeboten der Region
Projektträger	Region, Gemeinden	Region	Region, Destination
Projektdauer	2 Jahre	1 Jahr	1 Jahr
Kostenschätzung (€)	47.100,-	80.000,-	30.000,-

3.3.6 Beschreibung von Kooperationsaktivitäten

Die folgenden nationalen Kooperationen mit anderen LAG´s sind geplant:

Die entlang der Nordbahn gelegenen großen zuzugsstarken Gemeinden Deutsch Wagram, Strasshof und Gänserndorf bilden die Grenze zwischen dem Marchfeld und dem Weinviertel. Die Zuzügler sollen Zugang zu Informationen und Maßnahmen der Region Marchfeld wie auch **der LEADER-Region Weinviertel Ost** erhalten. Dasselbe gilt für die angrenzenden Gemeinden des Weinviertels. Die gemeinsame Entwicklung von Maßnahmen ist daher geplant.

Die Mitwirkung bei der **niederösterreichweiten Diplomarbeitsbörse** ist angedacht.

3.3.7 Zusammenfassende Darstellung in der Wirkungsmatrix gemäß Vorlage

Tabelle 10: Zusammenfassende Darstellung in der Wirkungsmatrix (Aktionsfeld 3)

Interventionsebene		Indikatoren	Basiswerte	Sollwerte	Quellen	Externe Rahmenbeding.
Impact / Oberziel	Beitrag zur Verbesserung der Lebensqualität in unserer Region	Index für Lebensqualität				
Outcome / Ziel	Für das Gemeinwohl wichtige Strukturen und Funktionen sind gestärkt *(Nahversorgung, Dienstleistungen, regionales Lernen, Beteiligungsprozesse)*	**Gemeinwohlindex**	**49**	**78**		
Output 1	Das öffentliche Verkehrsnetz in der Region wurde vernetzt und attraktiviert. Mikro-ÖV-Lösungen reduzieren die Abhängigkeit von Zweit- und Dritt-PKWs.	Anzahl getätigter Maßnahmen zur Attraktivierung des öffentlichen Verkehrs in der Region	-	5	Projekt	Mobilitätszentrale
		Anzahl der Gemeinden die sich am Mobilitätskonzept beteiligen	-	12	Projekt	
Output 2	Das Bewusstsein der Bevölkerung und die Akzeptanz für nachhaltige Mobilitätsformen ist gestiegen	Anzahl der Veranstaltungen zur Bewusstseinsbildung für nachhaltige Mobilität	-	5	Projekt	
Output 3	Die regionale E-Mobilität-Infrastruktur wurde vernetzt und ausgebaut. Die Lebensqualität einer breiten Zielgruppe wurde durch ein verbessertes Mobilitätsangebot gesteigert.	Anzahl der E-Ladestationen Elektrofahrzeuge zur öffentlichen Nutzung in der Region	14 14	5 Ladestationen	Projekt	
		Anzahl funktionierende Carsharing Projekte im ländlichen Raum	2	2	Projekt	
		Mikro-ÖV-Systeme mit Einbindung vorhandener Mobilitätssysteme („Mikro-ÖV-Leuchturmprojekt“)	0	1	Projekt	
Output 4	Regionale Einrichtungen und Anlagen sind baulich universell gestaltet und können von allen Bevölkerungsgruppen gleichwertig genutzt werden	Anzahl barrierefrei zugänglicher, öffentlicher Gebäude und Anlagen	-	10	Projekt	Bundes-Behinderten-Gleichstellungsgesetz 2006
		Anzahl getätigter Maßnahmen zur Gestaltung barrierefreier Zugänge	-	10		
		Anzahl der Gemeinden mit durchgeführten „Barriere-Checks“	-	8		
Output 5	Flexible Nahversorgungsstrukturen sind etabliert	Anzahl beteiligter Gemeinden und Betriebe an Nahversorgungsprojekten	-	10	Projekt	NAFES (Niederösterreichische Arbeitsgemeinschaft zur Förderung des Einkaufs in Stadt- und Ortszentren)
Output 6	Es gibt genügend Bildungsangebote zur Enfaltung der Persönlichkeit und Förderung von Beschäftigungsmöglichkeiten in der Region	Anzahl der Personen, welche sekundäre Aus- und Weiterbildungsangebote in der Region nutzen	-	200	Projekt	Unterstützung reg. Bildungsträger und Vereine
Output 7	Das Regionsbewusstsein ist gefestigt, PendlerInnen sind in das Gemeinschafts-	Anzahl von Maßnahmen zur Stärkung des Regionsbewusstseins	-	10	Projekt	

	leben integriert. Eine regionale Bildungs- und Veranstaltungsdatenbank ist etabliert.					
Output 8	Es stehen genügend örtliche Begegnungsräume und Treffpunkte in der Region zur Verfügung	Anzahl von zusätzlichen Begegnungsräumen in der Region	-	2	Projekt	
Output 9	Jugendliche und JungunternehmerInnen in der Region werden unterstützt. Frauen ist der Wiedereinstieg ins Berufsleben (vorrangig Wien) nach einer Kinderpause erleichtert.	Zahl der innovativen Maßnahmen zur Jugend- und Jungunternehmerförderung	-	5	Projekt	WKO
Output 10	Die Integration Älterer in das Gemeinschaftsleben ist sichergestellt. Es gibt eine Börse für „Ehrenamtliche“ MitarbeiterInnen sowie einen organisierten Know-how Transfer (Wissen dieser Gruppe optimal nutzen. Vereine sind aktiv am gesellschaftlichen Leben in den Gemeinden beteiligt)	Anzahl von Pilotprojekten zur Unterstützung der Integration Älterer in das Gemeinschaftsleben	-	5	Projekt	Bundes-Behinderten-Gleichstellungsgesetz 2006
Output 11	Es gibt eine „Lebende Bibliothek Marchfeld“	Zahl der Personen die als „lebende Bibliothek“ fungieren	-	15	Projekt	Nationaler Aktionsplan Integration
Output 12	Es gibt einen Katalog mit Maßnahmen zur raschen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Integration von ZuzüglerInnen für alle Gemeinden	Anzahl der Gemeinden die „Welcomepackages“ anbieten	-	23	Projekt	
Output 13	Die Wirtshäuser als soziale Treffpunkte sind in ihrer Existenz gestärkt und gesichert	Anzahl der Wirtshäuser mit zusätzlichen gesellschaftlich integrativen Angeboten aus den Bereichen Kultur, Kunst und Regional Governance	-	5	Projekt	NÖ Wirtshauskultur
Output 14	Entfaltungsmöglichkeiten für Frauen sind gesichert.	Frauenerwerbsquote	71% (2011)	steigt	Statistik Austria	
Input / Aktivitäten des LAG Mgmt.	• Management • Controlling • Marketing und Administration • Projekte lancieren und entwickeln	Ressourcen: 25%	Kosten: 25%			

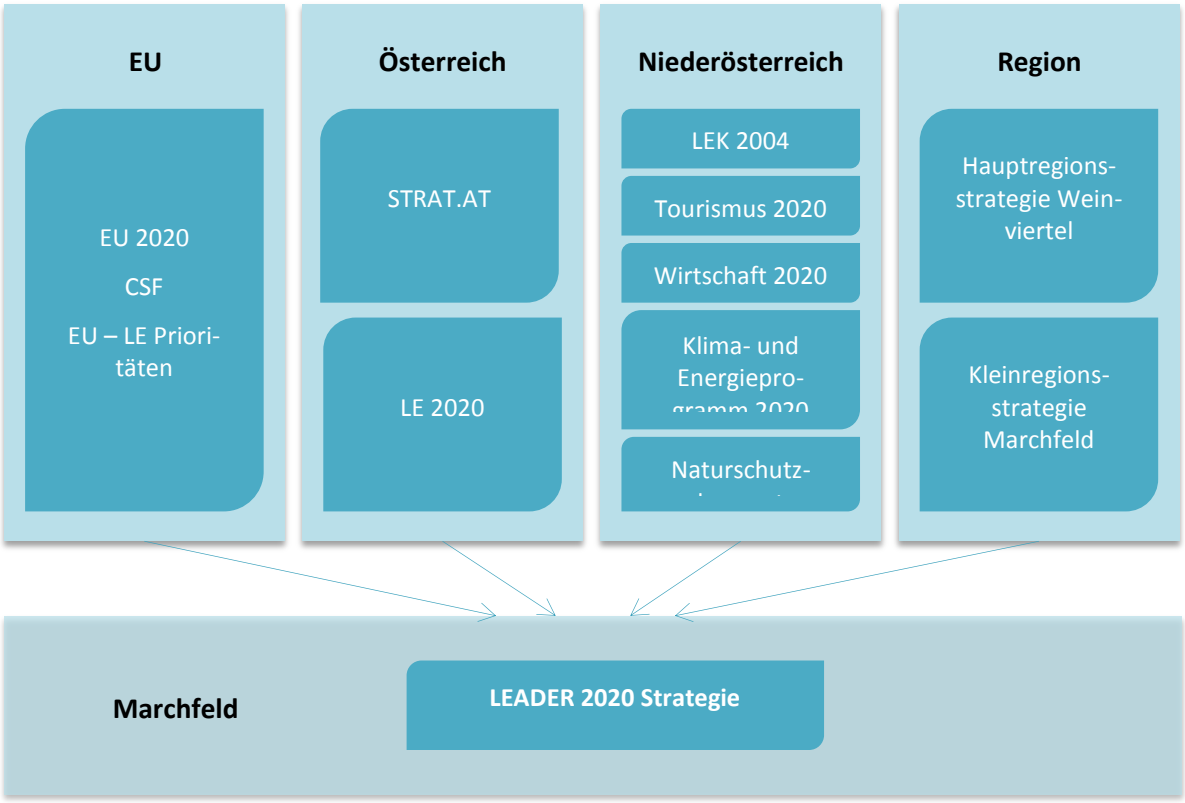
3.4 Aktionsfeld IWB: nicht relevant

3.5 Aktionsfeld ETZ: nicht relevant

3.6 Berücksichtigung der Ziele der Partnerschaftsvereinbarung und des Programms LE 2020 und falls zutreffend der IWB und ETZ-Programme

Nachfolgend ist der strategische Rahmen dargestellt in welchen die LES Marchfeld eingebettet ist. Auf europäischer Ebene sind vor allem die EU 2020 Ziele, die Prioritäten für die ländliche Entwicklung und der gemeinsame strategische Rahmen (CSF) relevant. Auf nationaler Ebene spielen Partnerschaftsvereinbarung zwischen Österreich und der Europäischen Kommission STRAT.AT 2020 und die Ländliche Entwicklung (LE 2020) die größte Rolle. Berücksichtigt wurden natürlich auch alle niederösterreichischen Dokumente von Relevanz und die Hauptregionsstrategie für das Weinviertel.

Abbildung 3: Strategischer Rahmen der LES Marchfeld



Die folgende Tabelle zeigt die Übereinstimmung der Lokalen Entwicklungsstrategie mit den Zielen der nationalen Partnerschaftsvereinbarung STRAT.AT, welche den einzelnen Strukturfonds zugeordnet wurden. Erkennbar ist eine starke Korrelation des Aktionsfeldes 1 (Wertschöpfung) und des Aktionsfeldes 3 (Gemeinwohl) der Lokalen Entwicklungsstrategie mit den Zielen der Partnerschaftsvereinbarung. Hinsichtlich der Fondszugehörigkeit entsprechen die meisten regionalen Zielsetzungen der Förderwürdigkeit im Rahmen des ELER-Fonds.

Tabelle 11: LES Marchfeld und STRAT.AT Ziele

Ziele Nationale Partnerschaftsvereinbarung (STRAT.AT)	Aktionsfelder LES Marchfeld									
	Wertschöpfung				Ressourcen		Gemeinwohl			
	1	2	3	4	1	2	1	2	3	4
Fonds ELER/EMF										
1 FTEI: Stärkung der Kooperationsbeziehungen zwischen Forschung, Innovation und LuF-Betrieben sowie anderen Betrieben der Nahrungsmittelkette		x						x		
2 IKT: Ausbau der IKT-Nutzung im ländlichen Raum	x									
3 KMU: Steigerung des Anteils LuF-Betriebe die Restrukturierungsmaßnahmen auf Grundlage nachhaltiger Betriebsstrategien vornehmen und damit Steigerung des LuF-Einkommens; Steigerung des Anteils von Qualitätsprodukten, auch unter Berücksichtigung des Tierwohls; Steigerung der Beschäftigungschancen im ländlichen Raum; Nachhaltige Steigerung des Anteils an nachwachsenden Rohstoffen; Nachhaltige Strategie für Risikomanagement und -prävention	x	x	x	x				x		
4 CO_2: Verstärkter Einsatz erneuerbarer Energien			x							
5 KLIMA: Verringerung klimaschädlicher Gase Verbesserung des Risikobewusstseins und –managements; Steigerung der Ressourceneffizienz			x							
6 UMW/RE: Steigerung des LuF-Flächenanteils, der unter Biodiversitätsmaßnahmen fällt; Forcierung der biologischen Produktion; Verringerung gewässerschädlicher Einträge durch die Land- und Fischereiwirtschaft Beitrag zu Erosionsschutz und Bodengesundheit					x					
8 EMPL: Steigerung der Erwerbs- und Beschäftigungschancen durch Diversifizierung und Gründung neuer Kleinbetriebe	x	x	x	x					x	x
9 POV: Verbesserte Nutzung der endogenen Potenziale des ländlichen Raums und Erhöhung der Beschäftigungschancen im ländlichen Raum, insbesondere durch Förderung integrierter, sektorübergreifender und lokaler Entwicklungsinitiativen	x	x	x	x				x	x	x
10 LLL: Steigerung des Anteils gut ausgebildeter Personen in der LuF, einschließlich Fischereiwirtschaft		x							x	x
11 GOV: keine Zuordnung von Beiträgen										
Fonds: IWP/EFRE										
1 FTEI: Ausweitung der Zahl der F&E-Beschäftigten in den Unternehmen, insbesondere in KMU; Erhöhung der Zahl der Unternehmen, die systematisch Forschung und Innovation betreiben; Gestärkte, regionsspezifische Standortqualitäten durch den Ausbau der Forschungskapazitäten und -infrastruktur in regionalen Stärke- und Zukunftsfeldern und deren internationale Anbindung										
3 KMU: Steigerung der Anzahl von Neugründungen technologie- und innovationsorientierter Unternehmen. Erhöhung der Zahl an KMU, die innovativ agieren Steigerung der Exportaktivitäten von Unternehmen in Zukunftsmärkten; Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen in Produktion und Dienstleistung durch expansive KMU										
4 CO2: Stabilisierung des Endenergieverbrauchs und Steigerung der Energie- bzw. Ressourceneffizienz Verringerung der CO2-Emmissionen in allen Branchen der Wirtschaft und ergänzend im Verkehrsbereich und im städtischen Bereich			x							
6 UMW/RE: Sicherung des kulturellen Erbes und Verbesserung der städtischen Umwelt, z.B. durch nachhaltige Mobilität	x			.	x		. x	.		
9 POV: Förderung integrierter, nachhaltiger Stadtentwicklung und ggf. integrierter Regionalentwicklung Stärkung von integrierten und innovativen Lösungsansätzen im Bereich Risikoprävention und Risikomanagement (CLLD)										
11 GOV: Stärkung der integrierten, regionalen Entwicklung sowie Stärkung der Innovationskapazitäten	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Fonds: ESF										
8 EMPL: Steigerung der Arbeitsmarktbeteiligung von Frauen; Steigerung der Arbeitsmarktbeteiligung älterer ArbeitnehmerInnen	x	x		x					x	x
9 POV: Verstärkte aktive Eingliederung gefährdeter Bevölkerungsgruppen, um die Zahl der von Armut und sozialer Ausgrenzung bedrohten Personen weiter und auch langfristig zu senken	x	x		x					x	x
10 LLL: Steigerung der Arbeitsmarktbeteiligung von Jugendlichen, von Personen mit Migrationshintergrund und Niedrigqualifizierten	x	x		x					x	x
11 GOV: Aufbau einer einheitlichen TEP-Struktur										

Die strategischen Ansätze der Lokalen Entwicklungsstrategie 2014-2020 korrelieren mit den Prioritäten des EU-Programmes LE 2020. Erkennbar ist eine starke thematische Übereinstimmung der Regionalstrategien mit den Prioritäten 1 und 6 des LE-Programms. Die Förderung innovativer Prozesse sowie der Aus- und Aufbau von Kooperationen und multisektoralem Wissenstransfer findet sich da-

bei in allen Ansätzen der Lokalen Entwicklungsstrategie wieder und bildet das ausgeprägte Bestreben zur integrativen und gemeinschaftlichen Entwicklung der Region ab.

Tabelle 12: Korrelation zwischen der LES und den Prioritäten von LE 2020

Ziele LE 2020	Aktionsfelder									
	Wertschöpfung				Ressourcen		Gemeinwohl			
	1	2	3	4	1	2	1	2	3	4
Priorität 1: Förderung von Wissenstransfer und Innovation in der Land- und Forstwirtschaft und den ländlichen Gebieten mit Schwerpunkt auf den folgenden Bereichen:										
1. Förderung der Innovation, der Zusammenarbeit und des Aufbaus der Wissensbasis in ländlichen Gebieten;	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
2. Stärkung der Verbindungen zwischen Landwirtschaft, Nahrungsmittelerzeugung und Forstwirtschaft sowie Forschung und Innovation, unter anderem zu dem Zweck eines besseren Umweltmanagements und einer besseren Umweltleistung;	x			x	x		x			
3. Förderung des lebenslangen Lernens und der beruflichen Bildung in der Land- und Forstwirtschaft;	x	x							x	
Priorität 2: Verbesserung der Lebensfähigkeit der landwirtschaftlichen Betriebe und der Wettbewerbsfähigkeit aller Arten von Landwirtschaft in allen Regionen und Förderung innovativer landwirtschaftlicher Techniken und der nachhaltigen Waldbewirtschaftung mit Schwerpunkt auf den folgenden Bereichen:										
1. Verbesserung der Wirtschaftsleistung aller landwirtschaftlichen Betriebe, Unterstützung der Betriebsumstrukturierung und -modernisierung insbesondere mit Blick auf die Erhöhung der Marktbeteiligung und -orientierung sowie der landwirtschaftlichen Diversifizierung;		x								
2. Erleichterung des Zugangs angemessen qualifizierter Landwirte zum Agrarsektor und insbesondere des Generationswechsels.		x								
Priorität 3: Förderung einer Organisation der Nahrungsmittelkette, einschließlich der Verarbeitung und Vermarktung von Agrarerzeugnissen, des Tierschutzes und des Risikomanagements in der Landwirtschaft mit Schwerpunkt auf den folgenden Bereichen:										
1. Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der Primär-Erzeuger durch ihre bessere Einbeziehung in die Nahrungsmittelkette durch Qualitätsregelungen, die Erhöhung der Wertschöpfung von land-wirtschaftlichen Erzeugnissen, die Absatzförder-ung auf lokalen Märkten und kurze Versorgungs-wege, Erzeugergemeinschaften und –organisation-en und Branchenverbände;		x		x				x		
2. Unterstützung der Risikovorsorge und des Risikomanagements in den landwirtschaftlichen Betrieben;		x								
Priorität 4: Wiederherstellung, Erhaltung und Verbesserung der mit der Land- und Forstwirtschaft verbundenen Ökosysteme mit Schwerpunkt auf den folgenden Bereichen:										
1. Wiederherstellung, Erhaltung und Verbesserung der biologischen Vielfalt, auch in Natura-2000-Gebieten und in Gebieten, die aus naturbedingten oder anderen spezifischen Gründen benachteiligt sind, der Landbewirtschaftung mit hohem Naturwert, sowie des Zustands der europäischen Landschaften;					x	x				
2. Verbesserung der Wasserwirtschaft, einschließlich des Umgangs mit Düngemitteln und Schädlingsbekämpfungsmitteln;					x	x				
3. Verhinderung der Bodenerosion und Verbesserung der Bodenbewirtschaftung.						x				
Priorität 5: Förderung der Ressourceneffizienz und Unterstützung des Agrar-, Nahrungsmittel- und Forstsektors beim Übergang zu einer kohlenstoffarmen und klimaresistenten Wirtschaft mit Schwerpunkt auf den folgenden Bereichen:										
1. Effizienzsteigerung bei der Wassernutzung in der Landwirtschaft										
2. Effizienzsteigerung bei der Energienutzung in der Landwirtschaft und der Nahrungsmittelverarbeitung;			x							
3. Erleichterung der Versorgung mit und stärkere Nutzung von erneuerbaren Energien, Nebenerzeugnissen, Abfällen und Rückständen und anderen Ausgangserzeugnissen außer Lebensmitteln für die Biowirtschaft			x							
4. Verringerung der aus der Landwirtschaft stammenden Treibhausgas- und Ammoniakemissionen;										
5. Förderung der Kohlenstoff-Speicherung und -Bindung in der Land- und Forstwirtschaft;										
Priorität 6: Förderung der sozialen Inklusion, der Armutsbekämpfung und der wirtschaftlichen Entwicklung in ländlichen Gebieten mit Schwerpunkt auf den folgenden Bereichen:										
1. Erleichterung der Diversifizierung, Gründung und Entwicklung von kleinen Unternehmen und Schaffung von Arbeitsplätzen;	x	x	x	x					x	
2. Förderung der lokalen Entwicklung in ländlichen Gebieten;	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
3. Förderung des Zugangs zu Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT), ihres Einsatzes und ihrer Qualität in ländlichen Gebieten.	x									

3.7 Berücksichtigung der bundeslandrelevanten und regionsspezifischen Strategien

Die Grundstrategien der Aktionsfeldthemen überschneiden sich in hohem Ausmaß mit den sektoralen Entwicklungszielen des **Niederösterreichischen Landesentwicklungskonzepts WIN (2004)**. Die zwei zentralen Themen Verkehr und Kultur werden durch Maßnahmen sowohl in Aktionsfeld 1 als auch im Aktionsfeld 3 behandelt, durch Projekte wie die Entwicklung eines Mikro-ÖV-Konzepts, den „Walkspace Marchfeld zur Förderung des Gehens von Alltagswegen", der Koordination der Task Force zur Landesausstellung 2021 oder dem Aufbau einer Kultur- und Veranstaltungsplattform (Dialogforum Marchfeld). Darüber hinaus fokussieren die Maßnahmen innerhalb des Aktionsfelds 1 vor allem auf die sektoralen Themen Energie, Land- und Forstwirtschaft und Tourismus. In diesen Themenbereichen werden die meisten Entwicklungsziele aufgegriffen, durch Projekte wie das gemeinsame Biomassenutzungskonzept der Gemeinden, den Aufbau eines Feinkostladens Marchfeld oder den Ausbau und Vermarktung des „Marchfelder Schlösserreichs". Das Aktionsfeld 2 trägt vor allem zu den Entwicklungszielen innerhalb der Themen Umwelt, Natur und Landschaftsqualität und Siedlungsentwicklung bei, zum Beispiel durch Naturpädagogische Projekte, durch ein Koordinationszentrum zur Bündelung der Naturrauminitiativen oder durch die Entwicklung von Modellprojekten für ressourcenschonende Siedlungen. Die Maßnahmen im Aktionsfeld 3 konzentrieren sich auf die Themen Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen, Bildung und Wissenschaft, sowie Kinder-Jugend-Familien-Frauen-Senioren beispielsweise durch die Entwicklung einer flexiblen Nahversorgung, den Aufbau einer regionalen Bildungs- und Veranstaltungsdatenbank, Telearbeitszentren in Ortskernen mit Kinderbetreuungsnetz oder Barrierechecks in Gemeinden.

Die Region Marchfeld ist Teil der Destination Donau Niederösterreich gemäß der **Niederösterreichischen Tourismusstrategie 2020**. Die LES deckt sich mit den für diese Destination definierten Kompetenzfeldern: Bewegungsraum Rad/Schiff/Wandern, Kunst & Kultur und Wein & Kulinarik. Vor allem in den Aktionsfeldthemen 1.1 „Aufwertung des regionalen Tourismus und Freizeitangebotes", 1.2 „Stärkung der regionalen Land- und Forstwirtschaft", 2.3 „Erhaltung der ökologisch wertvollen Flächen und der regionalen Biodiversität" und 3.1 „Mobilität querdenken" tragen die Grundstrategien der LES zum in der Tourismusstrategie definierten Handlungsbedarf bei, nämlich zu Qualitätssicherung, quersektorale Kooperation und Produktentwicklung, Digitalisierung/Vertrieb und interne Kommunikation.

In der LES Marchfeld wurden die erklärten Ziele der **Wirtschaftsstrategie 2020** berücksichtigt, ein Beitrag kann vor allem zur Kernstrategie 4 Attraktive Standorte, Aufbau und Pflege des Images als attraktiver, lebenswerter Standort geleistet werden, beispielsweise durch die Etablierung als generationenfreundliche und integrative Wohnregion.

Laut **Naturschutzkonzept Niederösterreich (2011)** fällt die LEADER Region Marchfeld in die Region Donau-March-Thayaauen und Marchfeld. Die naturschutzfachlichen Schwerpunkte für diese Region wurden bei der Erstellung der LES berücksichtigt, vor allem im Aktionsfeld 2, das Initiativen wie eine Kompetenzzentrum zur Bündelung der Naturrauminitiativen und naturpädagogische Projekte vorsieht.

Das **Klima- und Energieprogramm 2020** regelt und koordiniert die klima- und energiepolitischen Aktivitäten des Landes Niederösterreich in Übereinstimmung mit der EU-Energieeffizienzrichtlinie, dem Klimaschutzgesetz des Bundes, des NÖ Energieeffizienzgesetzes und des NÖ Energiefahrplanes in sechs verschiedenen thematischen Bereichen (Gebäude, Mobilität und Raumentwicklung, Kreislaufwirtschaft, Land- und Forstwirtschaft, Vorbild Land und Energieversorgung). Die LES Marchfeld liefert in allen Aktionsfeldern einen Beitrag zum Themenbereich Mobilität und Raumentwicklung, beispielsweise durch die angestrebte Förderung der nachhaltigen Flächennutzung, durch die Bele-

bung und Attraktivierung regionaler Ortszentren sowie durch Verkehrsparen und Förderung nachhaltiger Mobilität/Mobilität „querdenken". Auch die Themenbereiche Land- und Forstwirtschaft und insbesondere Energieversorgung werden durch Stärkung der regionalen Land-und Forstwirtschaft sowie dem Ausbau alternativer Energienutzung und Förderung regionaler Energieeffizienz (Aktionsfeld 1) und durch die Sicherung einer nachhaltigen Nahversorgungsstruktur (Aktionsfeld 3) unterstützt.

Die **Hauptregionsstrategie Weinviertel 2014+** markiert die strategischen Positionen der Region zu den Aktionsfeldern Wertschöpfung, Umweltsystem und erneuerbare Energien sowie Daseinsvorsorge. Die LEADER-Region Marchfeld nahm an allen Workshops zur Entwicklung der neuen Hauptregionsstrategie für das Weinviertel teil. Daraus, aufgrund der ähnlichen strategischen Stoßrichtung und der fast zeitgleichen Erarbeitung ergibt sich ein hoher inhaltlicher Deckungsgrad zwischen der LES Marchfeld und der Hauptregionsstrategie Weinviertel, zum Beispiel beim Aktionsfeld „Wertschöpfung" durch die Maßnahmen im Tourismus oder die Diversifizierung und Kulinarik in der Land- und Forstwirtschaft, im Aktionsfeld 2 durch die Erhaltung der ökologisch wertvollen Flächen und der regionalen Biodiversität oder im Aktionsfeld 3 durch die geplanten Maßnahmen im Bereich Mobilität.

In der Vergangenheit arbeitete die LEADER-Region Marchfeld eng mit dem Regionalmanagement Weinviertel zusammen – sowohl bei der Entwicklung von Projekten als auch bei der Abklärung von diversen Fördermöglichkeiten außerhalb von LEADER. Es gab regelmäßige Regions-Jour Fixe. Es ist geplant, eine ähnliche Kooperation auch mit der NÖ-Regional GmbH Büro Weinviertel fortzuführen. Erste Ansatzpunkte dazu sind im Aktionsfeld Kooperationssystem der Hauptregionsstrategie festgehalten.

Kleinregionsstrategien: Das LAG Marchfeld-Team ist in einer Bürogemeinschaft mit dem Kleinregionsmanagement und ist deshalb in die Aktivitäten der Kleinregion eingebunden. 14-tägig findet ein gemeinsamer Jour-fixe mit den Obleuten der beiden Vereine statt, zu dem auch weitere Personen, je nach Tagesordnungspunkten, eingeladen werden. Der Obmann der LEADER-Region ist Teil des Vorstandes der Kleinregion und berichtet über die Abstimmungen. Zu allen Veranstaltungen der jeweiligen Vereine sind die PartnerInnen aus beiden Vereinen fix eingeladen und erhalten zumindest das Protokoll übermittelt, wenn eine Teilnahme nicht sinnvoll oder möglich war.

Bei der Erstellung der LES Marchfeld wurden darüber hinaus berücksichtigt: das **Leitbild zur Integration Niederösterreichs**, das kommunale Schwerpunktprogramm „**Jugend gestaltet Niederösterreich**", sowie die Leitfäden zur „**Umsetzung von Gender Mainstreaming**" und die Empfehlungen für die praktische Umsetzung von „**Kleinräumigen Mobilitätsangeboten".** Bei der Umsetzung der Projekte werden diese Richtlinien in allen Projekten und Maßnahmen Berücksichtigung und einen fixen Stellenwert finden!

Erläuterung der integrierten, multisektoralen und innovativen Merkmale der Strategie

Das LAG-Management setzt sich nicht nur zu 100% aus Frauen zusammen, sondern hat seit 2013 eine ausgebildetete Genderbeauftragte. Sie gewährleistete, dass Männer und Frauen gleichermaßen von den Interventionen profitierten und Genderaspekte bei den regionalpolitischen Maßnahmen nach Kräften berücksichtigt wurden (kreativ – unterhaltsam, künstlerisch - gestalteter Programmpunkt jeder öffentlichkeitswirksamen LEADER-Veranstaltung). Unterstützt wird sie zukünftig auch von den Frauen der Gremien (LAG/PAG 38%) aus allen Altersschichten. Gemeinsam stellen sie die Einbindung beider Geschlechter gleichermaßen bei allen Entscheidungen sicher. Genderaspekte finden in den Zugangsprozessen (fließen in die Erstberatung ein), Auswahlkriterien und in der Qualitätssicherung besondere Berücksichtigung und Unterstützung. Ein wichtiges Ziel der LAG ist es, auf diese Art Genderaspekte immer besser und selbstverständlicher zu institutionalisieren, so dass sie letztendlich state oft he art in den Regionalentwicklungsprozessen und hoffentlich darüber hinaus (Multiplikatorwirkung, Sensibilisierung) sind.

Maßnahmen wie **„Wirtschaften im Zentrum“** sowie Aufbau und Stärkung von **gemeinnützigen Serviceplattformen** schaffen Lösungen für Frauen beim Thema Arbeiten,Familie und Pendeln (Co-Working-spaces mit Kinderbetreuung, Telearbeitsplätze und Gemeinschaftsbüros an strategisch günstigen Plätzen, organisierte Vernetzung von Angebot und Nachfrage für Menschen mit Betreuungsbedürfnissen uvm).

Integrierte Merkmale der LES

Das Marchfeld möchte sich als **generationenfreundliche und integrative Wohnregion zwischen den beiden Ballungszentren Wien/Bratislava** etablieren. Deshalb ist die Integration Älterer in das Gemeinschaftsleben ein wichtiges Anliegen. Darauf zielen eine Vielzahl an Maßnahmen wie der Ausbau von Angeboten für die **barrierefreie Gestaltung von Wohnungen und öffentlichen Gebäuden, demografiegerechtes Bauen**, die Maßnahmen zur **Verbesserung der Sozialen Infrastruktur und Nahversorgung,** Maßnahmen zur besseren **Erreichbarkeit** quer durch die Region und der **besseren Integration von der hohen Anzahl an Zuzüglern und MigrantInnen.** Der Aufbau der **Lebenden Bibliothek Marchfeld** soll Zuzüglerinnen und in der Regionalentwicklung unterrepräsentierten Gruppen die Integration in das Dorf- und Stadtleben erleichtern. **Regionale Welcomepackages** mit Aktivitätsprofilen, welche Präsenz- und Selbstbeschäftigungsphasen beinhalten und in den Präsenzphasen die Menschen zusammenbringen, sind als positive Einstiegspunkte in die Kommunikation mit Zugezogenen gedacht. Durch sie soll auch die Integration von regionalentwicklungsferen Gruppen und Zuwanderer gelingen. Um „lebendige Dörfer“ zu erhalten, ist es notwendig, kreative Modelle für die Gesundheitsprävention und die kleinräumige Absicherung der Betreuungsinfrastruktur für ältere und bedürftige Menschen umzusetzen. Im Maßnahmenblock **„Demofit in Tourismus und Freizeitwirtschaft“** sind Qualifizierungs- und Bildungsmaßnahmen zur Ausgestaltung eines generationsübergreifenden und barrierefreien Angebotsspektrums geplant.

Multisektorale Merkmale der LES

Vernetzung und Kooperation sind zentrale Bestandteile Maßnahmen für Tourismus- und Freizeitwirtschaft. Hier soll die multisektorale Zusammenarbeit zwischen Gastronomie- und Beherbergungsbetrieben, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, der Wirtschaft, land- und forstwirtschaftlicher Betrieben und dem Nationalpark Donauauen gestärkt und ausgebaut werden. Das Marchfeld hat sich bereits Anfang 2015 um die **Landesausstellung 2021** beworben. Die LEADER Region will mit der LES einen maßgeblichen Beitrag zur Erreichung dieses Vorhabens leisten. Ein Schwerpunkt liegt daher in der Vernetzung der Marchfeldschlösser mit den Produzenten des „Gemüsegartens Marchfeld“ (Kulinarik), den außergewöhnlichen Naturraum-Elementen (außerhalb des Nationalparks) und dem Eisenbahnmuseum in Strasshof als Kooperationspartner für historische Themen (Zeitreise ins Marchfeld). Das **Marchfelder Schlösserreich** und die **Donau** soll als international bekanntes Ausflugsziel die touristischen Schwerpunkte in der Region stellen. Durch enge Verknüpfung aller in touristische Aktivitäten involvierten AkteurInnen soll der Wissensaustausch verbessert sowie Abläufe durchgängig gestaltet werden. Umgesetzt wird dies durch ein **Qualifizierungsprogramm** (Qualifizierungsverbund) für touristische Partner und Freizeitanbieter. Vor allem für Freizeiteinrichtungen gilt, dass diese Familientauglich (Jugendliche, Frauen) ausgestaltet und nutzbar gemacht werden. Ihre Erreichbarkeit ist dabei ein wichtiges Thema.

Kooperative Strukturen sollen durch das gemeinsame Nutzen betrieblicher Anlagen auch in der regionalen Land- und Forstwirtschaft geschaffen werden. Dort will man die Erweiterung traditioneller Tätigkeitbereiche unterstützen und diversifizierte Betriebe mit vielfältigen, auch nicht-agrarische Leistungsfeldern schaffen. Neue, innovative Betriebskonzepte sollen ihre Zukunft sichern. Der Ausbau der drei existierenden Genußregionen ist ein erfolgreicher Weg für die Zukunft. . Der Aufbau eines **Marchfelder Regioshops** an einem strategisch günstigen Ort im Marchfeld, gemeinsame **Ver-**

marktungsaktivitäten mit der Carnuntum Experience (Wein und Spargel) oder **der Aufbau eines überregionalen Marchfeld Flagship Store** für regionale Spezialitäten gehen in diese Richtung und bieten v.a. jungen Bauern und Bäurinnen Chancen von der Markenwirkung der Marchfelder Leitprodukte zu profitieren. Der Ausbau des Biosortiments wird gefördert.

Lücken in der **regionalen Nahversorgung** sollen durch neue Wege des direkten Vertriebs regionaler Qualitätsprodukte geschlossen werden und multisektorale Kooperationen mit Beteiligung regionaler Land- und Forstwirtschaftsbetriebe neue Absatzstrukturen eröffnen. Mobile Lösungen sollen ergänzend zur flächendeckenden, zeit- und ortsnahen Versorgung beitragen. Zur Gewährleistung individueller Mobilität für alle EinwohnerInnen und Gäste wird das öffentliche Verkehrsnetz attraktiviert und bauliche Strukturen sowie öffentliche Anlagen und regionale Veranstaltungen durch barrierefreie Zugänge für alle erreich- und nutzbar gemacht. . Ein rollender Nahversorger sichert die Nahversorgung für Ältere und Menschen ohne guten Zugang zum ÖV.

Innovative Merkmale der LES

Innovation spielt bei geplanten Projekten im Bereich der Energieproduktion eine bedeutende Rolle. Aufgrund des großen Interesses der Bevölkerung am Ausbau erneuerbarer Energiegewinnung will man zur Sicherung der Daseinsvorsorge Projekte zur verstärkten Nutzung alternativer Energieträger initiieren, die von der Bevölkerung getragen werden und nachhaltige Entwicklungsimpulse setzen. Durch ganzheitliche Mobilitätskonzepte soll die Pendlerabhängigkeit der Region verringert werden und die Anbindung an die gut funktionierenden Hauptverkehrsachsen gelingen. **Micro ÖV- Systeme** sollen die ÖV´s verstärken und die Implementierung von umweltschonenden Verkehrslösungen erleichtern. ländlichen Raum nützen. Den Anfang machen drei Gemeinden am Marchegger Ast. Im Projekt **Walkspace Marchfeld** geht es um die Förderung des Gehens von Alltagswegen.

Resilienz und Klimaschutz sind wichtige Anliegen. Wegen der vielen PendlerInnen soll im Rahmen eines **Mikro-ÖV Konzeptes** soll der Individualverkehr und damit der CO2 Ausstoss reduziert werden. Pilotprojekte wie das **E-Carsharing Krumbach** sollen ausgebaut werden. **Klimachecks** für Gemeinden sollen die nachhaltige Flächennutzung unterstützen und die Widerstandsfähigkeit der Region gegenüber den Auswirkungen des Klimawandels zu erhöhen.Ein eigenes **Zentrum für Naturraummanagement** und Biodiversität soll das Bewußtsein für die Erhaltung der Natur- und Kulturlandschaft stärken, die regional agierenden Stakeholder (WWF, Natura2000, Nationalpark, Ramsar, reg. Vereine, Tourismus . . .) einen und mit ihrer Kompetenz in diesem Bereich die Weiterentwicklung der Region in diesem Bereich koordinieren (Errichtung eines Biosqhärenparkes). Sie sollen als wichtiger Ansprechpartner überregionalen Institutionen agieren. Als wichtiger Fixpunkt soll ein jährliches regionales **Biodiversitätsforum** für NaturraumbewirtschafterInnen realisiert werden. Das Zentrum koordiniert und unterstützt naturpädagogische Angebote in den Schulen und Kindergärten. Der hohe Anteil an Naturraumflächen und die Vielzahl an Akteuren machen eine sanfte Koordinierung durch einen gut vernetzten Partner im Marchfeld sinnvoll.

Beschreibung geplanter Zusammenarbeit und Vernetzung

Die Zusammenarbeit mit allen relevanten Akteuren gehört zu den maßgeblichen Aufgaben des LEADER-Managements. Neben der Einbindung der LEADER-Region Marchfeld in alle regionsrelevanten Strategie-Erarbeitungsprozesse erfolgt die Abstimmung mit den regionalen Gestaltern und Partnern laufend:

- **Tourismusdestination Donau Niederösterreich Tourismus GmbH:** 1 Mitglied vertreten im Projektauswahlgremium, 1x/Jahr Überprüfung der Strategie- und Umsetzungsplanung, projektbezogene Besprechungen laufend nach Bedarf. Die Tourismusstrategie 2014+der Destination – an der alle wichtigen Stakeholder der Region mitgearbeitet haben – und die daraus abgeleiteten Handlungsfelder sind in die Beschreibung der Aktionsfelder eingeflossen. Projektkooperationen sind mit weiteren LEADER-Regionen an der Donau geplant. Sie betreffen

vor allem eine Optimierung des Donauradweges, der Angebote im Bewegungsraumes Römerland-Carnuntum-Marchfeld, einer kulturtouristischen Initiative entlang der Donau, einer Vernetzung der landwirtschaftlichen Betriebe mit dem regionalen Tourismusangebot sowie Natur- und Gartentouristischen Entwicklungen verwoben mit dem geschichtlichen Hintergrund der Region.

- **NÖ.Regional.GmbH:** 1 Mitglied im Projektauswahlgremium vertreten, Regions-Jour-Fixe auf Hauptregionsebene, projektbezogene Besprechungen nach Bedarf
- **Kleinregion Marchfeld:** Der Obmann der Kleinregion ist Mitglied der LAG, Abstimmungen und Reporting laufend, 14-tägig gemeinsamer Jour-fixe mit Obleuten; Bürogemeinschaft
- **Gemeinden:** Die Gemeinden sind als Mitglied der in der LAG Marchfeld vertreten. Es gibt vom LEADER Management ein regelmäßiges Reporting der Arbeitsschwerpunkte an die Gemeinden, GemeindevertreterInnen sind Mitglieder der PAG
- **Benachbarte LEADER-Regionen:** Austausch laufend und projektbezogen
- Verbände (zB Genussregionen), regionale Interessensvertretungen, aktive Organisationen (zB WWF, Stadt-Umland-Management Wien/NÖ Nord ua.): Weiterführung und Verdichtung der Netzwerkaktivitäten

Geplante nationale und transnationale Kooperationen:

Konkrete Projektkooperationen – wie in den jeweiligen Aktionsfeldern beschrieben - sind vor allem mit den **Weinviertler LEADER-Regionen** sowie der **LEADER-Region Carnuntum** vorgesehen. Mit dem **Römerland Carnuntum** ist die Entwicklung und Vermarktung der touristischen Angebote der gemeinsamen Tourismusregion ´Römerland-Carnuntum-Marchfeld´ geplant. Die Vernetzung der Genussangebote und Kooperationsmaßnahmen den gemeinsamen Nationalpark sowie die Donau betreffend stehen dabei im Hauptfokus. Über eine Kooperation mit einer LEADER-Region mit vergleichbarem touristischen Angebotsprofil wie das Marchfelder Schlösserreich (D, FR) wird nachgedacht und ist in Planung.

Bei den Kooperationen mit den **Weinviertler LEADER-Regionen** (siehe auch 3.x.6.) steht die Unterstützung der (überregionalen) Vermarktung und Qualitätssicherung der Weinviertler (inkl. Marchfelder) Leitprodukte sowie eine Kooperation bei der einheitlichen Entwicklung ´touristischer Bewegungsachsen´. Mit der **LEADER Region Weinviertel Ost** sind gemeinsame Integrationsmaßnahmen für ZuzüglerInnen und Migranten angedacht.

Eine aktive Suche nach int. Best-practice Beispielen und daraus möglicherweise resultierenden Kooperationen ist geplant. Der Kontakt zu der/den neuen angrenzenden LEADER-Regionen in der Slowakei soll vertieft werden, um gemeinsam Kultur- und Naturschutzthemen sowie die Entwicklung von touristischen- und Freizeitangeboten entlang des gemeinsamen Grenzflusses March zu unterstützen. Eine enge Abstimmung mit der NÖ Regional GmbH und den geplanten Interreg-Maßnahmen ist dafür Voraussetzung (Abgrenzung!). Das betrifft vor allem die Region **Enviropark Pomoravia in Gajary**.

Das Netzwerk der **„Charta der ländlichen Gemeinden Europas“**, deren Präsident der Obmann der LEADER-Region Marchfeld ist, soll für Erfahrungsaustausch und gemeinsames Lernen genutzt werden.

Beitrag der Region zum nationalen LEADER Netzwerk

Das LEADER-Netzwerk und die vom Netzwerk Land angebotenen Vernetzungsmaßnahmen sind wichtige Partner bei der Reflexion und dem eigenen Anspruch an Weiterbildung und Vernetzung. Erfahrungen und Anregungen für innovative Themen können augetauscht werden. Die Region beabsichtigt auch in Zukunft an unterschiedlichen nationalen Netzwerkaktivitäten teilzunehmen. Intensität und Ausmaß der Teilnahme hängen von den Themenstellungen der jeweiligen Netzwerke ab. Die Teil-

nahme an Veranstaltungen der LEADER-verantwortlichen Stellen des Landes und Bundes ist mit hoher Priorität vorgesehen.

Kooperationsprojekt der NÖ Leaderregionen

Die NÖ Leaderregionen planen ein Kooperationsprojekt zur Vernetzung und zum Erfahrungsaustausch zwischen den NÖ LAG´s. Es soll eine flexible, an die aktuellen Herausforderungen angepasste, fachlich- thematische Abstimmung der Regionen untereinander ermöglichen und ein koordiniertes Vorgehen bei Anfragen an LVL und BMLWUFW ermöglichen. Personal-, Zeit-, und Regionsressourcen können geschont werden. Das Projekt fördert das gemeinsame Lernen und steigert die Qualität und Effizienz der regionalen Arbeit. Inhaltlich soll mit unterschiedlichen, bereits etablierten Werkzeugen aus wirtschaftsnahen Strukturen und nonprofit- Organisationen eine Unterstützung des LAG Managements in der täglichen Arbeit ermöglicht werden (Intervision, Weiterbildung, Vorträge, Fach- Exkursionen, Coaching und Beratung).

Beitrag der Region zum europäischen LEADER Netzwerk

Die internationale Vernetzung gewinnt in der ländlichen Entwicklung immer mehr an Bedeutung. Die Region beabsichtigt auch an internationalen Netzwerkaktivitäten teilzunehmen und steht als Partner für Anfragen int. LAG´s zur Verfügung

4. Steuerung und Qualitätssicherung

Das LAG-Management-Büro ist als projektorientierte Organisationsform strukturiert. Programm- und Projektmanagementaufgaben werden mithilfe der ganzheitlichen Projektmanagementmethode der PM-Austria (IPMA Competence) gestaltet (die MitarbeiterInnen sind darin ausgebildet und erfahren). Als Tool (Meilensteinplanung) kommt MS Project zum Einsatz. Für die Umsetzung des Programm- und Projektcontrollings (Projektfortschrittsberichte auf Umsetzungs- und Wirkungsebene) werden noch Formulare gestaltet, welche sich an dem (im Anhang 5 des Aufrufes zur Bewerbung von LAGs) vorgestellten Wirkungsmodell inhaltlich orientieren.

Für die Qualitätssicherung wird ein eigenes Qualitätsmanagementteam (QM-Team) eingerichtet. Das QM-Team besteht aus folgenden drei Mitgliedern. Der/die LAG ManagerIn ist als Beratungs- und Auskunftsperson Teil des QM-Teams.

Tabelle 13: Qualitätsmanagement-Team (QM-Team) Marchfeld

Name	Funktion
DI Elisabeth Sandfort	ARGE Marchfeldschlösser, Tourismusentwicklung, Bundesforste
Andrea Prenner	Landwirtschaft/Direktvermarktung, Vertreterin Frau in der Wirtschaft
Name wird noch bekannt gegeben	Landjugend

Das QM-Team trifft sich mindestens einmal jährlich. Das LAG- Management bereitet diese Sitzungen mit allen notwendigen Unterlagen vor. Das QM-Team hat die Aufgabe, die internen Umsetzungsstrukturen und Ergebnisse sowie die Strategie- und Projektumsetzung zu überprüfen und zu bewerten. Über die Ergebnisse wird an den Vorstand berichtet. Der Vorstand wird diese Evaluierungsergebnisse bei der Erstellung künftiger Arbeitsprogramme berücksichtigen und vom QM-Team empfohlene Maßnahmenvorschläge bei den Beschlüssen berücksichtigen. Die Ergebnisse der Evaluierung werden an das Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (BMLFUW), Abteilung II 9 sowie an die LEADER-verantwortliche Landesstelle (LVL) übermittelt. Ein erstes Treffen des QM-Teams ist spätestens 3 Monate nach Genehmigung der LES geplant. Bei diesem Treffen wird der genaue Ablauf des Monitorings- und Qualitätsmanagements festgelegt.

Im Laufe der Evaluierungszyklen bzw. aufgrund veränderter Rahmenbedingungen können Indikatoren ineffektiv werden oder ihre Messwirksamkeit verlieren. Das QM-Team berät auch in solchen Fällen über Relevanz und Wirksamkeit der Indikatoren und schlägt dem Vorstand notwendige Adaptionen der Indikatoren vor. Dieser hat über die endgültige Änderung des entsprechenden Indikators zu beraten. Änderungen erfolgen nur mit Zustimmung des BMLFUW im Rahmen einer Änderung der LES.

4.1 Beschreibung der Vorkehrungen für Steuerung, Monitoring und Evaluierung der LAG-internen Umsetzungsstrukturen

Mit der Steuerung und Evaluierung der Umsetzungsstrukturen und Abläufe wird ihr reibungsloses Funktionieren gewährleistet.

Ziel 1: Erfüllung der Organfunktion.

Indikator: Vorstand, Obmann, LAG Management, Projektauswahlgremium (PAG), QM-Team, ProjektträgerIn) nehmen ihre Aufgaben, Pflichten und Rechte wahr (wie in Kap 5 und 6) vorgesehen.

WER	WAS	WANN	WIE
LAG-Mgmt.	Unterstützt QM-Team durch die Ausarbeitung von Unterlagen sowie bei der Formulierung von Empfehlungen	laufend	Gespräche, schriftl. Berichte
QM-Team	befragt alle LAG Organe über die subjektive Einschätzung des reibungslosen Ablaufes der Entscheidungsprozesse	1x / Jahr jeweils im Okt	Persönliche Befragung, Fragebogen
	erarbeitet wenn nötig Vorschläge/Maßnahmen zur Verbesserung der Erfüllung der Organfunktion		Schriftl o. mündl. Bericht
	Berichtet an den Vorstand	1x/Jahr Nov/Dez	Bericht an den Vorstand
Vorstand	Mindestens vier Vorstandssitzungen pro Jahr Ergreift bei Bedarf Maßnahmen	4x/Jahr n.Bedarf	Einladung Anweisung an LAG Management
LAG	Mindesten eine Sitzung pro Jahr	1x/Jahr	Einladung
PAG	Mindestens zwei Sitzungen pro Jahr Schriftliche Beschlüsse nach Bedarf	n.Bedarf 2x/Jahr	Einladung

Ziel 2: Durch Sensibilisierung und Mobilisierung werden endogene Potenziale in ausreichende Maße gehoben.

Indikatoren:

- Die LEADER Region ist mit zahlreichen Medienberichten und Beiträgen präsent
- Der Bekanntheitsgrad bei einer breiten Bevölkerung/potenziellen ProjektträgerInnen hat sich erhöht
- Der Beteiligungsgrad von Jugendlichen, Frauen, Menschen mit besonderen Bedürfnissen und Gemeinden ist hoch

WER	WAS	WANN	WIE
LAG-M	Beiträge in regionalen und ggf. überregionalen Medien Newsletterversand , Newsletterabonnenten jährlich 10% steigend (Basis400) Blog-Beiträge (LEADER-Blog), Facebook; Kommentare 10% steigend „Kommunikationsmaßnahmen Neues aus dem Marchfeld“Beiträge in (allen) Gemeindezeitungen bzw. Gemeinde-Newsletter der Region	Mind. 20 4x/Jahr 2x/Monat 4x/Jahr 4x/Jahr	Presseaussendung Mail Posting Herausgabe Beiträge übermitteln
	erhebt Medienberichte und übermittelt den Pressespiegel an Vorstand und veröffentlicht sie im Pressecorner der LEADER-Website	Laufend 4x/Jahr Lfd.	Pressespiegel Druckwerk/Kopien Posting
	Erhebt das Wissen potentieller ProjektträgerInnen über die LEADER Region (Aktivitäten, Angebote, Strukturen, Maßnahmen von ProjektträgerInnen) bzw. Befragung von Neukontakten (Projektinteressenten ua.)	1x/Jahr	Online-Befragung Fragebogen
	Veranstaltet einmal jährlich eine Informations- und Imageveranstaltung oder beteiligt sich mit diesem Ziel an einer anderen publikumswirksamen Veranstaltung der Region (zB Marchfelder Schlössermarathon)	1x/Jahr	Organisation
	Analysiert, erhebt und evaluiert die Erfülltung der definierten Genderkriterien und erarbeitet Umsetzungsvorschläge zur Sicherstellung der Genderziele	laufend	Projekt-Monitoring 4R-Methode
	Entwickelt Veranstaltungen/Maßnahmen zur Mobilisierung von Jugendlichen, Frauen und Menschen mit besonderen Bedürfnissen	3x/Jahr	Konzept/Umsetzung
	berichtet an das QM-Team	1x/Jahr	bei QM-Sitzung
QM-Team	erarbeitet wenn nötig Vorschläge/Maßnahmen zur Verbesserung der Sensibilisierung und Mobilisierung aller Zielgruppen und berichtet an Vorstand	1x/Jahr	Schriftl o. mündl. Bericht
Vorstand	Ergreift bei Bedarf Maßnahmen	Bei Bedarf	Anweisung an LAG Management

Ziel 3: Durch Kooperation werden exogene Potenziale in ausreichendem Maße gehoben.

Indikatoren:

- Die Beteiligung am nationalen LEADER-Netzwerk (zB NWL) ist gegeben
- Die Beteiligung am NÖ (im Besonderen Weinviertel und Römerland-Carnuntum) und nationalen LEADER-Netzwerk istgegeben

- Die Beteiligung mit allen relevanten Netzwerken der Regionalentwicklung in NÖ
- Die Region beteiligt sich an nationalen und transnationalen Kooperationsprojekten

WER	WAS	WANN	WIE
LAG-M	Erhebt Beteiligung an LEADER Netzwerkaktivitäten: mindestens ist geplant: 1 Ö-Exkursion/Jahr; 2 Transnat. Exkursionen bis 2021; 4 Weinvierteltreffen/Jahr; 4 Netzwerktreffen Römerland-Carnuntum-Marchfeld (LEADER/Destination); 2 Netzwerk-LEADER- Treffen; 2 LEADER-NÖ-Treffen; 100% Beteiligung an allen LVL-Sitzungen; 2 Abstimmungstreffen mit der Hauptregion/Jahr; Bei Bedarf ein Besuch jeder Gemeinde/Jahr; 2 Treffen mit der Kleinregion/Monat;	laufend	Monitoring
	Erhebt Beteiligung an nationalen und transnationalen Kooperationsaktivitäten	Laufend	Monitoring
	berichtet über Kooperation/Erfahrungen an das QM-Team	1x/Jahr	bei QM-Sitzung
QM-Team	Wertet Erhebung des LAG-M aus, erarbeitet wenn nötig Vorschläge/Maßnahmen zur Verbesserung der Kooperation und berichtet an Vorstand	1x/Jahr	Schriftl o. mündl. Bericht
Vorstand	Ergreift bei Bedarf Maßnahmen	Bei Bedarf	Anweisung an LAG Management

Ziel 4: Einhaltung externer Auflagen

Indikatoren:

- Einhaltung relevanter Vergaberichtlinien
- Einhaltung Art. 32 der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 (weder Behörden noch eine einzelne Interessengruppen haben mehr als 49 % der Stimmrechte)
- Einhaltung der Genderquote (mind. 1/3 Frauen) in LAG, PAG und Beschlussfassungen
- 1,5 Vollzeitbeschäftigungsäquivalente im LAG-Management
- Einhaltung 25 % Quote (laufende Kosten LAG-Management/Sensibilisierung in Relation zu den öffentlichen Gesamtausgaben im Rahmen der LES)
- Einhaltung 5% Anteil für Kleinprojekte

WER	WAS	WANN	WIE
LAG-M	Erhebt Einhaltung Vergaberichtlinien, Verordnung Art. 32 und Genderquote	Laufend	Projekt-Monitoring
	Dokumentiert kontinuierliche Einhaltung der 1,5 Vollzeitbeschäftigung und gibt Unterbrechungen umgehend dem Vorstand/der LVL bekannt	Laufend	Anmeldungsdaten für die Sozialversicherung
	Erhebt Quoten auf Basis der Mittelausschöpfung,	laufend	Ist-Soll Vergleich des Jahresvoranschlages in Form von Excel Liste
	berichtet über Einhaltung externer Auflagen an das QM-Team	1x/Jahr	bei QM-Sitzung
	warnt bei Überschreitung der Quoten den Vorstand	sofort	
QM-Team	Überprüft, und erarbeitet wenn nötig Vorschläge/Maßnahmen zur Verbesserung der Einhaltung externer Auflagen und berichtet an Vorstand	1x/Jahr	Kontrolle der LAG Berichte
Vorstand	Ergreift wenn nötig umgehend Maßnahmen zur kontinuierlichen Einhaltung der 1,5 Vollzeitbeschäftigung	Bei Bedarf sofort	
	Leitet in Abstimmung mit LVL bei Mittelüberschreitung umgehend Gegenmaßnahmen ein		

Ziel 5: Einhaltung des LAG Budgets (Finanzen /Liquidität)

Indikatoren:

- Die finanzielle Situation der LAG ist stabil
- Das LAG-Management ist bis 2023 mit den notwendigen finanziellen Ressourcen ausgestattet um seine Geschäfte abzuwickeln

WER	WAS	WANN	WIE
LAG-M	Erstellt Jahresprognose für das nächste Jahr	Okt/Nov	Excel Liste
	Erfasst laufend alle finanziellen Bewegungen und Übermittelt sie an die mit der Buchhaltung beauftragten Steuerberatungskanzlei	Lfd. monatlich	EAR Übermittlung
	Vorausschauende Finanzplanung und Projektkostenverfolgung	Laufend	Liquiditätsplan

		monatlich	G&V Saldenlisten, OP-L.
	Informiert bei Abweichungen unverzüglich den/die Obmann/Obfrau, Kassier	sofort	
Vorsit-zende	Beruft im Bedarfsfall eine Vorstandssitzung ein	Bei Bedarf sofort	
QM-Team	Überprüft die Finanzdaten auf Plausibilität	Jährlich im Januar	Plausibilitätscheck des LAG Berichtes

Ziel 6: Programm- und Projektmanagement.

Indikatoren:

- Gut organisiertes und effizient arbeitendes LAG-Management-Büro
- Alle LAG-MitarbeiterInnen verbessern laufend ihre Kompetenzen
- Die Qualität der für die Erfüllung der Aufgaben relevanten Netzwerke hat sich erhöht

WER	WAS	WANN	WIE
LAG-M	Erhebt Mitarbeiterzufriedenheit und den Fortbildungsbedarf	1x/Jahr	Mitarbeitergespräch
	Fortbildungen für alle LAG-Teammitglieder, um ihre Kompetenz für die festgelegten Aufgabenbereiche zu verbessern/erhöhen; Fachvorträge innerhalb der LAG (Vorstand, Vollversammlung, PAG . . .)	Mind. 2x/Jahr 2x/Jahr	Besuch Fortbildung Vortrag
	Erhebt Effizienz der Büroorganisation (Entwicklung Meilensteine, Auswertung der dokumentierten Responsezeiten ua.) Evaluiert Verbesserungsmöglichkeiten	1x/Quartal Umset-zung lfd.	Tätigkeits-, Aufgabenprofile Zeiterhebungen Kurze Responsezeiten PM-Werkzeuge
	Evaluierung Anzahl (DB) und Analyse der Qualität der Kontakte (Anzahl der Aktivitäten zur Kontaktpflege)	1x/Quartal	Kontaktdatenbank Grafiktool Gegenseitiges Feed-backge-spräch/Coaching
	Evaluierung der Zufriedenheit mit Gremien, Stakeholdern, Förderwerbern (fixe Fragestellung bei allen Beratungsgesprächen, Kontakten „wie sind sie auf uns aufmerksam geworden; hat XXX ihren Vorstellungen entsprochen“	laufend	Befragung Eintrag in Datenbank
	Berichtet Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung und der Effizienzerhebung an QM-Team	1x/Jahr	
QM-Team	erarbeitet wenn nötig Vorschläge/Maßnahmen zur Verbesserung des Programm- und Projektmanagements und berichtet an Vorstand	1x/Jahr	
Vorstand	Ergreift bei Bedarf Maßnahmen	Bei Bedarf	Anweisung an LAG Management

4.2 Beschreibung der Vorkehrungen für Steuerung, Monitoring und Evaluierung der Strategie- und Projektumsetzung inkl. Reporting an die Verwaltungsbehörde und Zahlstelle

Steuerung, Monitoring und Evaluierung auf Projektebene

Für das Controlling auf Projektebene ist der Projektträger (PT) mit Unterstützung durch das LAG-Management (LAG-M) zuständig.

WER	WAS	WANN	WIE
Projekt-träger	Erstellt Projektcontrollingbericht: Vergleich Basis und Sollwerte Darstellung und Begründung von Abweichungen für: a) Wirkungscontrolling (gemäß Projektplanungsdaten siehe Kapitel 6.2) b) Umsetzungscontrolling: Einhaltung geplanter Zeitablauf, des Projektbudgets insgesamt, Kostenpositionen/Arbeitspaket, Projektinhalte/-Ziele	Am Projektende (bei Projekten die länger als ein Jahr dauern mindestens einmal/Jahr); jedenfalls vor jeder rel. inhaltlichen bzw. kosten-wirksamen Umschichtung	Projektcontrollingformular (ist noch in Ausarbeitung)
	Übermittelt Projektcontrollingbericht und Projektendbericht an LAG	Spätestens 30 Tage	

		nach Projektende	
LAG-M	Unterstützt Projektträger beim Führen der Projektcontrolling-Formulare	Nach Bedarf	Beratung
	Übermittelt das ausgefüllte Controllingformular (Umsetzungscontrolling) mit dem Projektendbericht und dem Antrag auf Schlusszahlung an die Förderstelle	Spätestens 50 Tagen nach Projektende	Post/Mail ev. pers. Bericht
	Erarbeitet Lösungsvorschlag z.B.: Projektzeitverlängerungen, Kostenumschichtungen bei vorhersehbaren Abweichungen gemeinsam mit den Projektträgern	Bei Bedarf, vor Änderung	Beratungsgespräch
	Stimmt mit LVL alle Änderungen (Kosten, Inhalte) in Hinblick auf die Zielerreichung ab	Vor Änderung	
	Berichtet an QM-Team Status Quo aller laufenden Projekte	2x/Jahr	Sitzung

Steuerung, Monitoring und Evaluierung auf Aktionsfeldebene

Für das Controlling auf LES Ebene ist das LAG Management und das QM-Team zuständig.

WER	WAS	WANN	WIE
LAG-M	Erhebt Ist-Werte der in den drei Aktionsfeldern festgelegten Wirkungsindikatoren (siehe Kapitel 3) und stellt sie in einem AF-Controlling-Rohbericht zusammen	laufend	Projektmonitoring
	Beurteilt ausgehend von den Ist- und Soll-Werten die Entwicklung	1x/Jahr im Jän für das vorangegangene Jahr ab 01/2016, spätestens ab 01/2017	Controllingformular (in Ausarbeitung)
	Erstellt auf Basis der Projektcontrolling-Berichte einen zusammenfassenden Controllingbericht je Aktionsfeld		
	Erarbeitet Handlungsempfehlungen für Aktionsfeldern, bei denen es zur Verzögerung der Zielerreichung kommt und erarbeitet einen Aktionsplan zur Mobilisierung der regionalen AkteurInnen (eine verstärkte konzertierte und fokussierte Kommunikation zur Anregung neuer Projekteinreichungen, welche die Zielerreichung unterstützen	Jän jeden Jahres	Calls Kommunikation über Medien, direkt, Veranstaltungen . . .
	Erstellt einen LES-Fortschrittsbericht		
LAG-M und QM-Team	Prüfen bei Abweichungen mögliche Ursachen, diskutieren Auswirkungen und Maßnahmen zur Korrektur und Erreichung der Soll-Werte	Evaluierungssitzung im Februar	Workshop
	Berät über Wirksamkeit und Effizienz von Indikatoren und schlägt dem Vorstand Änderungen vor	Bei Bedarf	Schriftl. Bericht
QM-Team	Erstellt einen Controlling-Endbericht je Aktionsfeld für das vergangene Kalenderjahr mit dem Titel: „Bericht über die Strategie- und Projektumsetzung der LAG Marchfeld für das Jahr xxxx“. Dieser Bericht enthält falls erforderlich Empfehlungen für Steuerungsmaßnahmen. Bei starken Abweichungen ist ein erweiterter Controlling-Beirat zu bilden welcher sich ggf. aus weiteren Mitgiedern der PAG und/oder aus regionalen Vertretern des betroffenen Handlungsfeldes zusammensetzen soll.	Jeweils im Februar für das vorangegangene Jahr; erstmalig im Feb 2017	Schriftl. Bericht auf der Website veröffentlicht für die Gremien
	Übermittelt Controlling-Jahresendbericht an den Vorstand	Feb	Sitzung
Vorstand	Entscheidet über steuerungsrelevante Maßnahmen auf Basis der Handlungsempfehlungen im Bericht	Vorstandssitzung	Anweisung an LAG M
	Entscheidet über Änderungen der Indikatoren und legt diese dem BML-FUW zur Zustimmung vor	Vorstandssitzung	Beschluss

Reporting an die Verwaltungsbehörde

WER	WAS	WANN	WIE
QM-Team	Übermittelt Controllingbericht je Aktionsfeld gemeinsam mit dem LES-Fortschrittsbericht der LEADER-Region an BMLFUW, Abt. II/9 sowie an die LVL	Bis 28. Februar (erstmals am 28.2.2017)	Nach Vorgabe: Elektronisch oder als Papier

5. Organisationsstruktur der LAG

Die lokale Aktionsgruppe (LAG) ist für die Umsetzung der lokalen Entwicklungsstrategie allein verantwortlich. Sie stellt eine ausgewogene und repräsentative Gruppierung von PartnerInnen aus unterschiedlichen sozioökonomischen Bereichen der Region dar. Es sind auf der Ebene der Beschlussfassung weder VertreterInnen der öffentlichen Hand noch andere einzelne Interessensgruppierungen mit mehr als 49 % der Stimmrechte vertreten sein. Dies gilt auch für das Projektauswahlgremium. Zusätzlich wird auf die Gleichstellung der Geschlechter geachtet. Der Frauenanteil ist in allen Gremien höher als ein Drittel.

5.1 Rechtsform der LAG

Die LAG Marchfeld ist als Verein organisiert. Der Verein führt den Namen "LEADER Region Marchfeld" und besitzt iSd §4 Abs 1 des Vereinsgesetzes Rechtspersönlichkeit. Der Verein ist gemeinnützig, seine Tätigkeit ist nicht auf Gewinn gerichtet. Er bezweckt die professionelle Umsetzung der im Rahmen des „Österreichischen Programmes für die Entwicklung des Ländlichen Raumes 2014 – 2020" (LE2020), Maßnahme 19, entwickelten Lokalen Entwicklungsstrategie (LES) und der darin erarbeiteten Ziele, Maßnahmen und Projekte.

Abbildung 4: Gremien LAG Marchfeld

5.2 Zusammensetzung der LAG (inklusive Darlegung der Struktur und getroffenen Vorkehrungen, die gewährleisten, dass die Bestimmungen des Art. 32 der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 permanent eingehalten werden)[14]

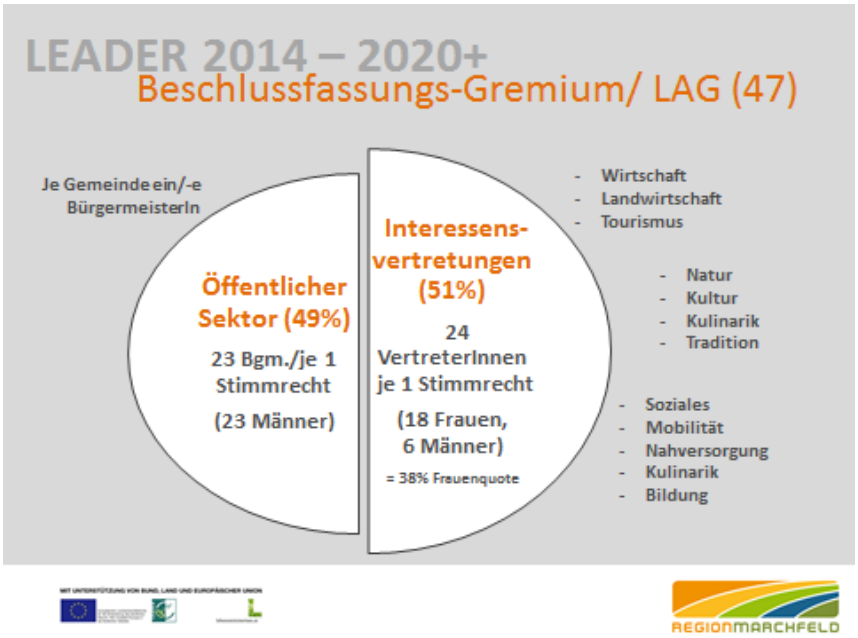
Mitglieder der LAG sind 47 VertreterInnen öffentlicher und ziviler Organisationen. Der Frauenanteil ist mit 38% gesichert:

- 23 VertreterInnen der öffentlichen Institutionen
- 24 VertreterInnen der Zivilgesellschaft

Eine detaillierte Liste der LAG-Mitglieder finden Sie in den Beilagen: 9./5.2.

[14] Für alle LEADER Gremien gilt: keine Gruppe darf mehr als 49% der Stimmen haben, Frauen sollen gemäß Bevölkerungsanteil vertreten sein (mind. 33% in Projektauswahlgremium)

Abbildung 5: LAG-Gremium



5.3 LAG-Management

Die professionelle Programmabwicklung auf LAG-Ebene ist ein zentrales Element zur Erreichung der Programmziele und -strategie. Die LAG ist alleinverantwortlich für die Umsetzung der Lokalen Entwicklungsstrategie sowie für die Inhalte der Projekte. Die genehmigten Vorhaben werden den bewilligenden Stellen zur formalen Prüfung aufbereitet. Die Lokale Aktionsgruppe bestimmt eine GeschäftsführerIn , welche durch eine Assistenzkraft unterstützt wird. Das Beschäftigungsausmaß des LAG-Managments beträgt 70 Wochenstunden (mind. 60) in einem Angestelltenverhältnis. Damit wird sichergestellt, dass ausreichend Kapazitäten vorhanden sind, um die vorgesehen Aufgaben in guter Qualität durchzuführen. Die Verantwortung im LAG-Managements trägt die GeschäftsführIn mit dem Obmann. Das LAG-Management ist gegenüber dem Vorstand weisungsgebunden. Die Aufgaben und Kompetenzen des LAG Managements sind:

- Führung der Vereinsgeschäfte lt. Vereinsstatuten (Mitarbeiter, Budget, Büro etc.)
- Aufbereitung und Umsetzung der Beschlüsse des Vorstandes
- Sammlung und Aufbau der regionalen Potentiale gemeinsam mit der PAG
- Förderberatung
- Aufbereiten und Veröffentlichen von Aufrufen zu Projektvorschlägen u. Projekteinreichungen
- Entgegennahme von Anträgen auf Unterstützung
- Vorbereitung/Aufbereitung der Projekteinreichungen für die PAG
- Unterstützung der PAG bei der Auswahl der Vorhaben (Bewertung), der Festlegung der Höhe der Finanzmittel und Einreichung der Vorschläge zur abschließenden formalen Prüfung bei den zuständigen Stellen (vor Genehmigung)
- Projektmanagement (inkl. Projektberatung) bzw. Förderung dieser Kompetenz bei Antragstellern
- Ganzheitliches Projektmanagement von LAG-Projekten
- Unterstützung der Förderwerber bei der Durchführung und Abrechnung ihrer Projekte
- Verfassen eines jährlichen Berichtes zum Umsetzungsstand der LES an die LVL
- Netzwerkentwicklung und –koordination
- Koordination regionsüberschreitender Projekte
- Initiierung von Kooperationen – Netzwerkaktivitäten
- Initiierung von Qualifizierungsmaßnahmen

- Know-How Transfer
- Einbeziehung von Experten dort, wo es notwendig erscheint
- Bestellung eines/einer Genderbeauftragten zur Sicherstellung der Gleichstellung von Männern und Frauen sowie des gleichen Zuganges zu allen regionalpolitischen Prozessen

Die LAG Marchfeld hat seit 2013 eine eigene, ausgebildetet Genderbeauftragte, die LAG-Assistentin. In ihrer jährlich erstellten Aus- und Weiterbildungsplan ist Gender schon jetzt ein wichtiger Fixpunkt (2013 Management-Lehrgang Sinnvoll Erfolgreich auf der Frauen Fachakademie in Mondsee), der auch in der neuen Periode beibehalten wird. Ihre Aufgabe ist es unter anderen die Interessen und Möglichkeiten von Männern und Frauen gleichermaßen bei jedweder Aktivität, die vom LAG-Management ausgeht, sicherzustellen.

Beispiele: Bei den Sitzungen sind Termine grundsätzlich so zu legen, dass möglichst viele Bevölkerungsgruppen vertreten sein können. Darauf ist bei der öffentlichen Erreichbarkeit und Barrierefreiheit der Sitzungsorte, beim Zeitpunkt der Treffen sowie bei der Organisation der Kinderbetreuung Rücksicht zu nehmen.

Der Anteil der Frauen im Vorstand der Lokale Aktionsgemeinschaft (LAG) und im Projektauswahlgremium (PAG) beträgt 40% bzw 38%. Damit können die unterschiedlichen Lebenszusammenhänge von Frauen und Männern berücksichtigt werden.

Ein eigenes Projektauswahlkriterium (Gleichstellungsorientierung) gewährleistet, dass von Frauen initiierte und Gender-spezifische Projekte besonders unterstützt werden.

Notwendige (Mindest-)Kompetenzen des LAG Managements

Kompetenzen des/der LAG-ManagerIn:

- Einschlägige Berufsausbildung und/oder Berufserfahrung in der Regionalentwicklung
- Praktische Erfahrung in der Projektentwicklung und im Projektmanagement (inkl. Finanzmanagement)
- Fahigkeit zum selbständigen, konzeptionellen und systematischen Arbeiten
- Erfahrung in Qualitatsmanagement und Monitoring
- Erfahrung in der Durchführung von Veranstaltungen, Workshops
- Erfahrung in Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Social Media
- Hohe kommunikative Kompetenz und Fähigkeit zum Auf- und Ausbau von Netzwerk
- Vorhandenes Regionales Netzwerk
- Ausgezeichnete Englischkenntnisse
- Eigenverantwortung, Engagement und Flexibilität, hohe Selbstlernkompetenz
- Großes Interesse und Bereitschaft für LLL

Kompetenzen Assistenzkraft:

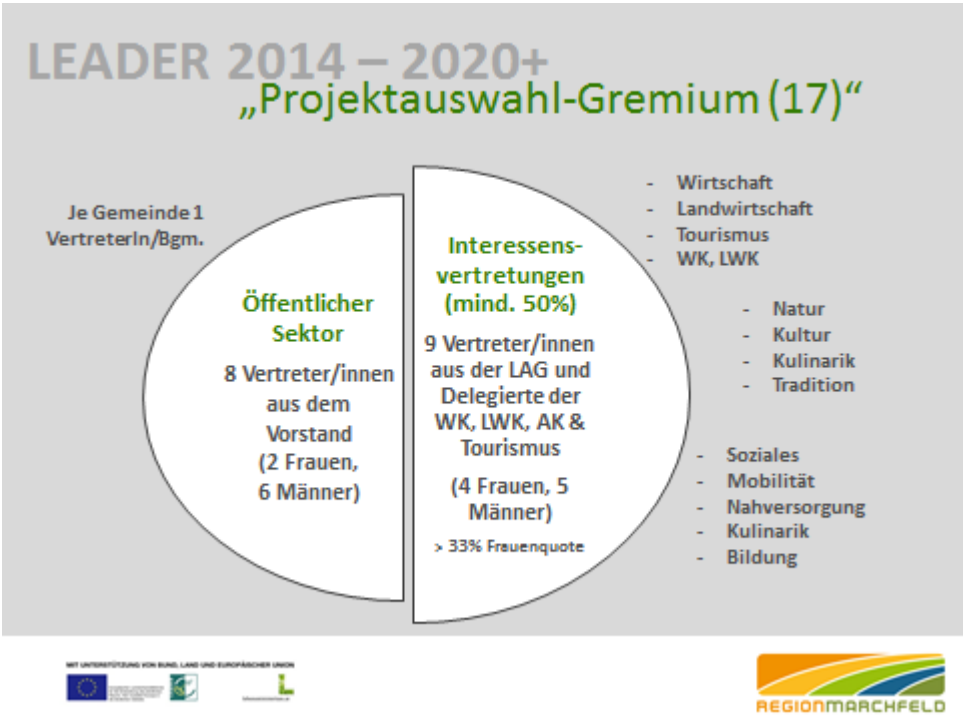
- Kaufmännische Ausbildung
- Mehrjährige Erfahrung im Finanzmanagement
- Erfahrung im Umgang mit Behörden und der Abrechnung von Förderprojekten
- Erfahrung in Qualitatsmanagement und Monitoring
- Selbständiger, ergebnisorientierter Arbeitsstil
- Teamfähigkeit, Organisationsstärke, Flexibilität und Kommunikationsstärke
- ausgezeichnete EDV-Anwendungskenntnisse
- Hohe Bereitschaft zur Aus- und Weiterbildung

5.4 Projektauswahlgremium (inklusive Geschäftsordnung, die gewährleistet, dass die Bestimmungen des Art. 34 der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 permanent eingehalten werden)

Das Projektauswahlgremium (PAG) setzt sich aus MitgliederInnen des Vereines LAG Marchfeld zusammen. Das PAG besteht aus 17 Mitgliedern und wird für die Dauer der gesamten LEADER Periode von der Generalversammlung gewählt. Der Öffentliche Sektor besteht aus Mitglieder des Vorstands. Die Interessenvertretungen bestehen aus Personen der Vollversammlung und Delegierten der Landwirtschaftskammer, Wirtschaftskammer, Arbeiterkammer und des Tourismusverbandes. Im Falle des Ausscheidens eines Mitglieds ist das Gremium zur Kooptierung eines neuen Mitglieds berechtigt (nachträgliche Genehmigung der Hauptversammlung notwendig). Wurden alle Mitglieder eingeladen und ist zumindest die Hälfte anwesend und die Quoten gesichert, gilt das Gremium als beschlussfähig.

Eine detaillierte Liste der PAG-Mitglieder ist im Anhang unter Punkt 9./5.4. zu finden.

Abbildung 6: Projektauswahlgremium (PAG)



Durch das Projektauswahlgremium wird in der Region bestimmt, welche Projekte den strategischen Zielen des Marchfelds (LES) am stärksten entsprechen und den größten Mehrwert mit sich bringen. Diese Autonomie der LAG macht eine transparente und nachzuvollziehende Entscheidungsfindung notwendig. Eine objektive Projektselektion wird durch die Definition von Projektauswahlkriterien sichergestellt (siehe Kapitel 6.2 Auswahlverfahren für Projekte und Darstellung der Entscheidungstransparenz).

5.5 Ausschluss von Unvereinbarkeiten (Interessenskonflikten)

Unvereinbarkeiten bestehen vor allem dort, wo Interessenskonflikte zwischen der Funktion als Mitglied eines LEADER-Entscheidungsgremiums (LAG, PAG, LAG-Mgmt.) und der Einflussnahme oder Entscheidung über eine Projektförderung im Rahmen des LEADER-Programmes entstehen. Durch einen Interessenskonflikt entsteht das Risiko einer unangemessenen und voreingenommenen Einflussnahme und/oder Bewertung der Kriterien im Rahmen des Kriterienkataloges eines vorgelegten Projektes (Überlagerung sekundärer Interessen). Ein Interessenskonflikt kann durch einen direkten

persönlichen Nutzen, einen Nutzen für den institutionellen Verantwortungsbereich eines LAG-Mitglieds (zB Obmann Spargelverband), einer wirtschaftliche Wettbewerbssituation mit der AntragstellerIn oder einem familiären Naheverhältnis zu einem/-er ProjektwerberIn gegeben sein. Zur Verbindlichen Handhabung im Sinne einer Vermeidung von Interessenskonflikten entwickelt das LAG-Management eine „Interessenskonflikterklärung", welche von allen Mitgliedern der LEADER-Gremien bei Antritt ihrer Funktion unterfertigt werden.

Die LAG trifft keine Projektentscheidung und darf auf die Entscheidung der PAG keinen Einfluss nehmen. Dieser Grundsatz ist gemeinsam mit dem Hinweis auf die Interessenskonflikterklärung und die Verpflichtung zur vertraulichen Handhabung aller Informationen, die Arbeit in der PAG betreffend, in der Geschäftsordnung der LAG Marchfeld verankert.

Im Falle eines bestehenden Interessenskonfliktes eines Mitglieds des Projektauswahlgremiums hat das betroffene PAG-Mitglied diesen Interessenskonflikt bei Bekanntwerden (im Vorfeld der Bewertung) dem Vorsitzenden des PAG-Gremiums (Obmann bzw. der Obfrau) anzuzeigen.

Als Konsequenz hat das betroffene PAG-Mitglied die Sitzung, im Rahmen derer die Beratung und Abstimmung über das entsprechende Projekt stattfindet, für diesen Zeitraum zu verlassen und ist für diese Projektentscheidung seiner Stimme enthoben. Dies hat keinen Einfluss auf die Beschlussfähigkeit (einfache Mehrheit). Die Einhaltung der geforderten Quoten (Frauenanteil, Öffentl./Interessensvertretungen) ist jedoch erneut sicherzustellen und zu protokollieren. Die Bewertung jedes einzelnen Mitglieds erfolgt schriftlich und enthält auf dem Formular nochmals die Erklärung, dass seitens dieses Mitglieds kein Interessenskonflikt vorliegt; die Bewertung ist zu unterfertigen. Die Bewertungen werden eingesammelt und einem detaillierten Protokoll (Transparenz) angeschlossen.

Grundsätzlich hilft die ausgewogene Gruppierung von PartnerInnen aus unterschiedlichsten sozioökonomischen Bereichen, Interessenskonflikte zu minimieren.

Die Mitglieder des Projektauswahlgremiums verpflichten sich ebenso wie das LAG Management zur Vertraulichkeit über sensible Projektdaten, Daten von FörderwerberInnen und ProjektträgerInnen sowie über vertrauliche Informationen in den Sitzungen des Projektauswahlgremiums. Zur Sicherstellung eines sicheren Austausches von Dokumenten (zB Umlaufbeschlüsse) wird ein Intranetbereich eingerichtet, der nur den Personen mit bestimmten Berechtigungen zugänglich gemacht wird (Gremien, Projektpartner, Netzwerkpartner, Gemeinden mit unterschiedlichen Berechtigungsstufen).

LAG-Managment: um grundsätzliche Unvereinbarkeiten im Zusammenhang mit dem LAG-Management auszuschließen, dürfen LAG-ManagerIn keiner weiteren Nebentätigkeit im Regional-, Tourismus- und Schutzgebietsmanagements nachgehen. Der/die LAG-Managerin wird Vollzeit angestellt. Um größtmögliche Neutralität in der Vorbereitung der Entscheidungsgrundlage zu gewährleisteng, ist der/die LAG-ManagerIn ist von der Bewertung im Rahmen der Projektauswahl ausgeschlossen. Er/sie kann nicht als Förderwerber für Projekte in der eigenen Region auftreten. Er/sie unterfertigt ebenso wie die Gremiumsmitglieder die Interessenskonflikt- und Vertraulichkeitserklärung.

6. Umsetzungsstrukturen

6.1 Arbeitsabläufe , Zuständigkeiten, Entscheidungskompetenzen-Organigramm

Die Umsetzungsstrukturen, Zuständigkeiten und Entscheidungskompetenzen sind in der folgenden Abbildung dargestellt. Die Organe des Vereines LEADER Region Marchfeld sind: die Generalversammlung/Lokale Aktionsgruppe (LAG), der Vorstand, das Projektauswahlgremium (PAG), die RechnungsprüferInnen, das Schiedsgericht. Sämtliche Funktionen werden ehrenamtlich ausgeübt.

Abbildung 7: Umsetzungsstrukturen, Zuständigkeiten und Entscheidungskompetenzen der LAG

6.2 Auswahlverfahren für Projekte (inklusive Projektauswahlkriterien)

Das LAG-Auswahlgremium entscheidet in einem transparenten Prozess über neu eingebrachte Projektideen durch einfache Mehrheitsbeschlüsse. Eine Gleichbehandlung der Bewerber/Antrgsteller ist zu gewährleisten.

Es werden folgende Projekttypen unterschieden:

- LEADER-Projekte
- LEADER-Kleinprojekte
- Kooperationsprojekte (national und transnational)

Es können jederzeit **Projektideen** von **potentiellen ProjektträgerInnen eingebracht werden**. Die Mobilisierung der Bevölkerung erfolgt nach Bestätigung der LEADER-Region durch intensive Sensibilisierungsmaßnahmen, mit denen die Bevölkerung über die Aktionsfelder informiert wird. Unter bestimmten Voraussetzungen – besonders rasche Mobilisierung, besonders umfangreiche Mobilisie-

rung - ist die Bekanntmachung über Calls angedacht. Bis Ende 2015 erstellt das LAG-Management gemeinsam mit der Projektauswahlgruppe einen **strategischen Meilensteinplan** für die thematische Umsesetzung der Ziele, welcher als Richtlinie für die Mobilisierungsschwerpunkte des LAG-Managements zu sehen ist. Die LAG Marchfeld hat das Ziel mindestens 60% der regionalen Fördersumme bis Ende 2018 in Projekten umgesetzt bzw. auf den Weg gebracht zu haben. Das LAG Management unterstützt die Förderwerber bei der Erstellung der Einreichunterlagen.

LEADER-Projekte

Für alle LEADER-Projekte gibt es ein einheitliches Bewertungsverfahren mit formellen und inhaltlichen Kriterien laut Programm LE 2020 (siehe Checkliste für Auswahlkriterien). Projekte, bei denen die LAG als Projektträger auftritt, wird von der LVL einer fachlichen Überkontrolle unterzogen. Es empfielt sich für diese Fälle eine laufende Kommunikation mit der LVL. Die in der LES genannten Leitprojekte müssen dasselbe Auswahlverfahren durchlaufen wie alle anderen Projekte, sie erfahren gegenüber den anderen Projekten keinerlei Bevorzugung. Es gibt die Möglichkeit für Projektträger, Einwendungen bei der LAG gegen Auswahlentscheidung zu erheben und Einsicht in die schriftlich begründete Entscheidung zu nehmen. Ein abgelehntes Projekt kann mit einem verbesserten Projektantrag erneut zur Prüfung vorgelegt werden.

Das LAG Auswahlgremium tritt bei Bedarf, mindestens jedoch zweimal im Jahr zusammen. Zur Bewertung stehen die zuvor beim LAG-Management eingereichten Projektanträge/-vorschläge.

Der Beitrag zur Umsetzung der LES ist mit folgenden **Projektplanungsdaten** darzustellen:

- Zugehörigkeit zu einem der in der LES genannten Aktionsfelder
- Zugehörigkeit zu mindestens einem Resultat (Output) im Aktionsfeld: Dieser Output des Aktionsfeldes wird zum Wirkungsziel (Outcome) des Projektes
- Eventuell, wenn sinnvoll, eigener Projekt-Outcome
- 1 - X Outputs (Resultate): Diese können sich z.B. an Projektzielen orientieren
- Indikatoren mit Basis- und Sollwerten für Outcomes und Outputs, welche sich an den korrespondierenden LES-Indikatoren orientieren

Mögliche Projektträger von LEADER-Projekten sind die in der LE2020 genannten Begünstigten: der Verein „LEADER-Region Marchfeld“, Natürliche Personen, Juristische Personen, eingetragene Personengesellschaften und Gemeinden.

Kleinprojekte

Kleinprojekte sind nicht wettbewerbsrelevant und in erster Linie vorgesehen für neue, innovative Initiativen im Bereich von Jugend, Inklusion, Lebenslanges Lernen oder Daseinsvorsorge. Sie sollen motivieren, mobilisieren und oder weiterführende Initiativen auslösen. Bei Kleinprojekten (Mindestkosten 1.000 Euro, maximale Kosten: 5.700 Euro) wird die Abrechnung von Pauschalbeträgen anerkannt. Dies dient der administrativen Erleichterung der Abwicklung.

Mögliche Projektträger für Kleinprojekte sind ausschließlich gemeinnützige Organisationen/NGOs, oder eine Gruppe nicht organisierter Menschen mit gemeinnützigen Ansinnen, Jugendorganisationen oder Schulen. Die LAG oder Gemeinden sind als TrägerInnen von Kleinprojekten nicht vorgesehen. Im Falle einer nicht organisierten Gruppe übernimmt ein Mitglied der Gruppe die Rolle des/der VertreterIn und ist im Namen der Gruppe verantwortlich.

Für gleichartige Kleinprojekte (zB naturpädagogische Schulprojekte) für unterschiedliche Projektträger kann ein Generalbeschluss (einmalige Bewertung) gefasst und umgesetzt werden.

Maximal 5% des Gesamtbudgets der LEADER-Region können für Kleinprojekte verwendet werden. Die Auszahlung von Fördermittel erfolgt bei Vorliegen eines Projekttätigkeitsberichtes, welcher die Maß-

nahmen zur Zielerreichung ausführlich dokumentiert. Eine Überprüfung nach Belegen oder Kostennachweisen ist nicht vorgesehen. Dem gleichen Förderwerber kann maximal drei Mal die Pauschalabrechnung bei Kleinprojekten bewilligt werden. Berichtslegung und Monitoring erfolgt über das LAG-Management.

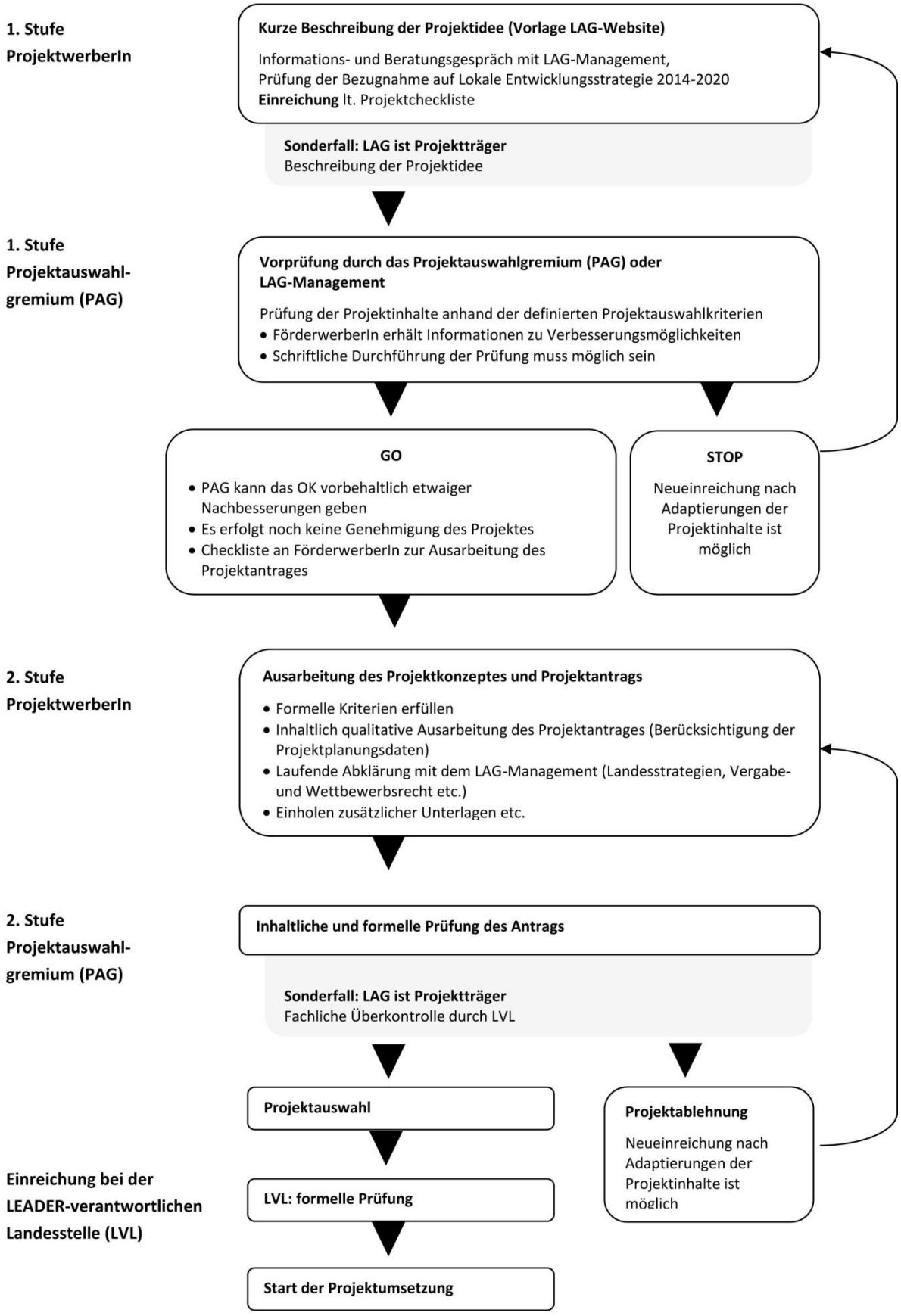
Nationale und transnationale Kooperationsprojekte

Nationale LEADER-Kooperationsprojekte sowie die Anbahnung von Transnationalen Projekten werden durch die LAG ausgewählt. Es gelten dieselben Zugangs-, Auswahlkriterien und derselbe Auswahlprozess wie für alle LEADER-Projekte. Begünstigter ist die LAG Marchfeld. Für transnationale Kooperationsprojekte legt die Zahlstelle im Auftrag der Verwaltungsbehörde die Auswahlkriterien zentral fest und führt an Hand dieser die Auswahl durch. Eine laufende Antragstellung ist möglich. Möglicher Projektträger ist die LAG Marchfeld. Voraussetzung ist ebenfalls einpositiver Beschluss des Projektauswahlgremiums, eine Übereinstimmung mit der LES sowie eine plausible Kostenkalkulation und der Sicherstellung der Finanzierung.

Das Projektauswahlverfahren

Das Auswahlverfahren gliedert sich in die nachfolgend beschriebenen Stufen. Bei Projekten in denen die LAG ProjekträgerIn ist soll eine fachliche Überkontrolle durch die LVL gewährleistet sein, in diesem Fall steht die LVL auch für die inhaltliche Prüfung des Projektantrags zur Verfügung.

Abbildung 8: Projektauswahlverfahren



Die dem LAG-Auswahlgremium vorgelegten Projekte werden nach einem einheitlichen Kriterien-Raster beurteilt und ausgewählt. Folgendes Punktesystem wird zur Projektbewertung angewendet:

Tabelle 14:Projektauswahlkriterien

Formelle Kriterien (Ausschlusskriterien)	müssen **alle** mit Ja beantwortet sein	
	ja	**nein**
Trägt maßgeblich zur Zielerreichung der LES bei (Wirkungsmatrix)		
Leistet einen Beitrag zur Umsetzung des Aktionsplans		
Die Kosten sind plausibel und das Vergaberecht wird eingehalten		
Die maximale Kostenobergrenze von 300.000,- wird eingehalten		
Nachweis der fachlichen Qualität liegt vor		
Nachweis der Wirtschaftlichkeit des Projekts ist gegeben (bei wertschöpfenden Projekten)		
Kostenkalkulation ist plausibel, bei Projekten mit Marktorientierung und Wettbewerbsrelevanz ist ein Businessplan vorhanden		
Finanzierung des Projektes ist gewährleistet		
Bei Machbarkeitsstudien und vorbereitenden Konzepten: die Umsetzung des konkreten Projektes ist geplant		
Inhaltliche Kriterien/Qualitätskriterien	**Neutral: 0 Punkte Positive Auswirkungen: 1-2 Punkte**	
Nachhaltigkeit		
Ökologie		
Das Projekt unterstützt eine Lebensweise, die die natürlichen Lebensgrundlagen nur in dem Maße beansprucht, wie diese sich regenerieren		
Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel		
Das Projekt unterstützt objektbezogene, subjektbezogene oder prozessbezogene Maßnahmen zum Klimaschutz oder zur Anpassung an den Klimawandel		
Ökonomie		
Das Projekt ist so angelegt, dass es nachhaltig weiterbetrieben werden kann		
Soziales / Beitrag für in der Regionalentwicklung unterrepräsentierte Gruppen		
Das Projekt leistet einen Beitrag für die intergenerationelle Verteilungsgerechtigkeit		
Das Projekt leistet einen Beitrag für die Inklusion aller in der Region lebenden Menschen		
Verbindung mehrerer Sektoren		
Das Projekt hat Auswirkungen auf mehrere Sektoren		
Das Projekt wird als Kooperation mehreren Sektoren durchgeführt		
Innovation Ist dieses Projekt neuartig in:		
Region/Gemeinde		
NÖ		
Im eigenen Umfeld, Branche . . .		
Kooperation		
Projekt baut auf Vernetzung mehrerer AkteurInnen auf		
Im Projektteam arbeiten Personen aus unterschiedlichen Vereinen und Institutionen zusammen		
Das Projekt ist überregional/transnational		
Gleichstellungsorientierung		
Das Projekt trägt zur Förderung der Frauen in der Region bei		
Das Projekt entspricht den Prinzipien des Gender Mainstreaming		
Das Projekt ist genderspezifisch und wurde von Frauen initiiert		
Beschäftigung		
Das Projekt ist beschäftigungsrelevant, es trägt zur Sicherung von Arbeitsplätzen bei bzw. schafft Arbeitsplätze		
Leitprojekt		
Das Projekt hat Modellcharakter bzw. große Ausstrahlung und Folgewirkung		
Weitere Empfehlungen		

Es ist eine Mindestpunktezahl von 18 Punkten zu erreichen, um für eine Förderung in Betracht zu kommen. Für Förderungen, welche die Mindestpunkte erreicht haben, erstellt das LAG-Auswahlgremium aufgrund der Punktebewertung eine Prioritätenreihung der vorgeschlagenen Projekte. Gibt es mehr Projekte als Fördermittel, die zur Verfügung stehen (Gesamtsumme ist zuvor zu veröffentlichen), hat das LAG-Auswahlgremium nach diesen Prioritäten zu entscheiden, um einen Ausgleich nach Themen und regionaler Verteilung zu schaffen. Es können Projekte mit einem maximalen Projektvolumen von 300.000,- Euro eingereicht werden. Bei Kooperationsprojekten betrifft diese Obergrenze nur den Anteil für die LAG Marchfeld.Nach erfolgter Prüfung und Auswahl der förderfähigen Projekte wird von der PAG für all diese Projekte die Möglichkeit eines **höheren Fördersatzes (Boni)** in einem weiteren, vom Auswahlverfahren unabhängigen, Bewertungsschritt geprüft. Für Projekte, welche in einem gesonderen Bewertungsbogen (ja/nein), in dem vor allem den erklärenden Anmerkungen der BewerterInnen Raum gegeben werden soll, mindestens zwei der folgenden Merkmale aufweisen

- mindestens drei Kooperationspartner aufweisen oder
- mindestens drei Sektoren überspannen oder
- einen besonders guten Innovationsgrad aufweisen oder
- eine besonders hohe und/oder nachhaltige Berücksichtigung von Gender- oder Disybility Mainstreaming-Aspekten erkennen lassen

soll die Vergabe eines höheren Fördersatzes (entsprechend der festgelegten Fördersätze, lt. Tabelle 15: 5%-10%) möglich sein. Ziel ist es, den regionalen Förderwerbern einen besonderen Anreiz für jene Faktoren zu bieten, welche sehr wertvoll für die Erreichung der Ziele sind bzw. welche eine hohe Dynamik (Anstoss) für die regionale Entwicklung der Region erreichen können und Mitnahmeeffekten möglichst wenig Raum zu geben.

Für Projekte, welche eine ganze besonders hohe Wertschöpfungsrelevanz und Nachhaltigkeit über den Projektzeitraum hinaus (im Sinne einer Notwendigkeit für die langfristige strategische Ausrichtung der Region auf eine Landesausstellung 2021) aufweisen, kann – in besonderen Fällen - ein zusätzlicher Bonus von 10% gewährt werden.

Die Förderwerber werden bis spätestens 10 Arbeitstage nach vollständigem Vorliegen der Entscheidung der PAG schriftlich über das Ergebnis informiert.

In begründeten Fällen können die Auswahlkriterien im Laufe der Periode abgeändert werden. Sie werden der Verwaltungsbehörde zur Kenntnis gebracht sowie die zuständige LVL zeitgleich informiert. Jede Änderung wird im Sinne der Transparenz auf der Homepage der LEADER Region veröffentlicht.

Förderhöhen

Die Fördersätze für die Umsetzung von Projekten werden wie folgt festgelegt und auf der Homepage der LEADER Region für alle FörderwerberInnen transparent dargestellt. Alle Projekte und FörderwerberInnen werden gleich behandelt. Die Bestimmungen des Beihilfenrechtes werden eingehalten. Grundsätzlich gilt ein einheitlicher Fördersatz für alle Kostenpositionen (Sach-, Personal- und Investitionskosten) eines Projektes.

Projekte die einer Maßnahme des Programmes LE entsprechen und dort unterstützt werden können, sollen grundsätzlich dort gefördert werden. Im Falle einer Ablehnung solcher Projekte behält sich die LEADER Region eine Förderung aus strategischen Gründen vor.

Tabelle 15: Förderhöhen

Projektansatz und Aktivitäten	Fördersatz
LAG-Management • Sensibilisierungsmaßnahmen • Sachkosten inkl. Schulungen, ÖA, Monitoring, Evaluierung • Personalkosten, Reisekosten • Kosten für Büroinfrastruktur	70%
Transnationale **Kooperationsprojekte** Für Nationale Kooperationsprojekte gelten die in der Tabelle genannten Fördersätze für die Umsetzung der LES LAG-Niederösterreich -Kooperationsprojekte	80% 70%
LE-Mainstreaming Maßnahmen Sofern ein LEADER-Projekt einer Spezialmaßnahme (aus der Sonderrichtlinie Projektförderung, einer LE-spezifischen Landesrichtlinie oder direkt aus dem Programm) entspricht, werden die Einschränkungen der Spezialmaßnahmen in Bezug auf die Förderinstensität angewandt.	Fördersätze werden auf der Website der LAG veröffentlicht
Direkt einkommenschaffende Maßnahmen/direkt wertschöpfende Maßnahmen mit Wettbewerbsrelevanz Studien, Konzepte, Umsetzung	30% - 10% Bonus möglich
Nicht direkt einkommenschaffende Maßnahmen/indirekt wertschöpfende Maßnahmen Studien, Konzepte, Umsetzung	55% 5% Bonus
Bildung, Jugendliche, Gender/Frauen, MigrantInnen, Menschen mit besonderen Bedürfnissen, Klima und Umwelt, Demographie, regionale Kultur und Identität etc. (Nicht einkommenschaffende Maßnahmen) Konzeption, Prozessbegleitung, Bewußtseinsbildung, keine Investitionen	65% 5% Bonus möglich
Kleinprojekte (Kostenuntergrenze 1.000 Euro, Kostenobergrenze 5.700 Euro)	75% 5% Bonus möglich
Für Maßnahmen mit besonderer Relevanz für die langfristige Ausrichtung der Region auf eine Landesausstellung 2021 in der Region Marchfeld	+10% Bonus möglich

6.3 Darstellung der Transparenz der Entscheidungen

Eine durchgehende Transparenz in der Handhabung des gegenständlichen Förderprogrammes ist sowohl für die Akzeptanz und Wertschätzung des Programmes bei ProjektwerberInnen als auch für die Öffentlichkeit wichtig. Das betrifft sowohl die Zugangskriterien

Nach Genehmigung der LES werden die Zugangsvoraussetzungen, der Prozess der Projektauswahl (wer kann was beantragen), das Auswahlverfahren (wie) sowie vorgesehene Antragsunterlagen auf der Homepage der LEADER Region veröffentlicht. Die regionale Bevölkerung wird über diesen Schritt über alle dem LAG-Management zur Verfügung stehenden Medien (Website, Newsletter, Blog, Regionszeitung, regionale Medien) informiert. Aufrufe werden ebenso wie zuvor beschrieben veröffentlicht und mit einer angemessenen Frist bis zur Prüfung und Bewertung durch das Projektauswahl-

gremium versehen. Auf der LEADER-Website werden auch laufend – unter Berücksichtigung des Datenschutzes – die genehmigten Projekte veröffentlicht.

Entscheidungen über die Projektauswahl (Befürwortung und Ablehnung) werden für die ProjektwerberInnen umfangreich und nachvollziehbar schriftlich begründet. Dies erfolgt in Form eines Protokolls zu jeder Sitzung des Projektauswahlgremiums bzw. einer Zusammenfassung der begründeten Entscheidung bei Umlaufbeschlüssen. Vor allem bei Ablehnungen sollen konkreten Begründungen und Argumentationen Hilfestellung für die Verbesserung der Anträge geben.

Dem Förderwerber wird im Falle der Ablehnung seiner Projektidee ein Ablehnungsgespräch mit dem/der Obmann bzw. Obfrau und/oder LAG ManagerIn angeboten, um Potenziale für Abänderungen und Wiedereinreichungen zu erörtern.

Die Wahrung des Datenschutzes für vertrauliche und sensible Daten des Projektwerbers bzw. der Projektwerberin oder des Projektes ist mit dem legitimen Anspruch Öffentlichkeit auf möglichst transparente und nachvollziehbare Information über die Projektauswahl abzuwägen.

Die im regionalen Projektauswahlgremium selektierten Projekte werden anhand eines einheitlichen Schemas auf der Website der LAG vorgestellt (kurze Projektbeschreibung, Fördersatz, Antragsteller, Zugehörigkeit zu Aktionsfeld und AF-Ziele in der LES.

7. Finanzierungsplan

Die **indikative Finanztabelle** für die Gesamtperiode entnehmen sie bitte der Beilage 9./7.

7.1 Eigenmittelaufbringung der LAG

Die Eigenmittel ergeben sich aus den jährlichen Mitgliedsbeiträgen der Gemeinden*. Für die neue LEADER-Förderperiode wird ein jährlicher Mitgliedsbeitrag in der Höhe von € 1,70 pro Person mit Hauptwohnsitz in der Region eingehoben. Eine jährliche Anpassung der Bemessungsgrundlage für die Vorschreibung der Mitgliedsbeiträge ist geplant. Eine entsprechende Auflistung samt Gemeinderatsbeschlüsse können dem Anhang 9./7.1. entnommen werden.

Tabelle 16: Eigenmittelaufbringung der LAG

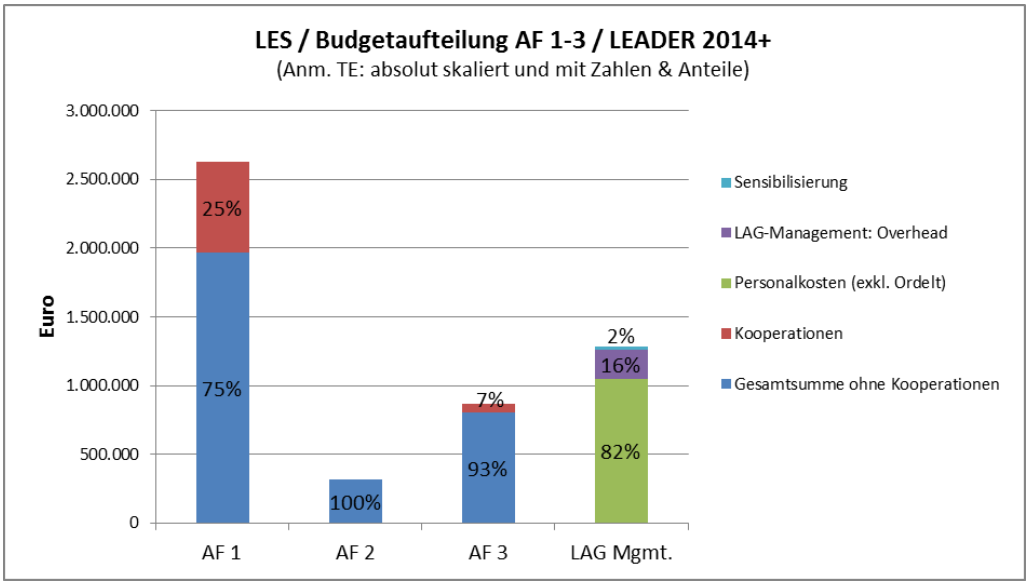
EinwohnerInnen der Region	Beitrag je Einwohner (€)	Summe der Mitgliedsbeiträge (€)	LEADER- Förderung (€)	Eigenmittel(€)
60.250*	1,70	102.425,-	66.576,25	35.848,75

* lt. Generalbeschluss auf Basis der EW-Zahlen von 2013 (Basis Finanzausgleich 2014)

7.2 Budget für Aktionsplan

Das Projektbudget ergibt sich aus den aufgebrachten Eigenmitteln der ProjektträgerInnen und den Fördermitteln des LEADER-Programmes. Folgende Tabelle gibt einen Überblick über die Aufteilung des Budgets auf die Aktionsfelder und das LAG-Management (in % der Gesamtkosten von € 5.077.600,00)

Abbildung 9: Aufteilung des Budgets auf die Aktionsfelder und das LAG-Management inkl. Sensibilisierung



Für die Umsetzung **des Aktionsfeldes 1** wurden 1.964.500,00 Euro veranschlagt.
Für 82% des Projektvolumens werden die Eigenmittel von regionalen Projektträgern kommen.
Dazu gehören schwerpunktmäßig über die Destination Donau die touristischen Partner der Region, die ARGE Marchfeldschlösser und das Eisenbahnmuseum Strasshof für Umsetzung der geplanten touristischen Schwerpunkte für das Marchfeld. Für die Stärkung der Land- und Forstwirtschaft kommen schwerpunktmäßig die Eigenmittel von den Marchfelder Landwirten, die für die Erschließung neuer Distributionswege und Stärkung der Direktvermarktung eine einen Verband gründen wollen.

18% der Mittel kommen aus den Mitgliedsbeiträgen der Gemeinden, bzw. von einzelnen Gemeinden zur Förderung der nachhaltigen Mobilität und touristischer Infrastrukturmaßnahmen.

Für die Umsetzung **des Aktionsfeldes 2** wurden 315.000,00 Euro veranschlagt.
Für etwa die 50% des Budgets hat die Region aus den Mitgliedsbeiträgen Maßnahmen zur Stärkung der Biodiversität und des Naturraummanagments sowie bewusstseinsbildende Maßnahmen geplant. Weitere 50% sind für Naturtouristische Maßnahmen an der March (Eigenmittel Gemeinde Marchegg) vorgesehen.
Für die Umsetzung **des Aktionsfeldes 3** wurden 804.000,00 Euro veranschlagt.
Zur Stärkung des Gemeinwohls kommen 80% der Eigenmittel für die geplanten Schwerpunkte aus den Mitgliedsbeiträgen der Gemeinden. Für die verbleibenden 20% des Budgets sind ebenfalls Maßnahmen für einzelne Gemeinden geplant, die für die Eigenmittel aufkommen werden. Die Themenschwerpunkte sind hier Nahversorgung und Mobiltät.

7.3 Budget für Kooperationen

Für die Umsetzung von **Kooperationen** ist ein Projektbudget von **725.000,00 Euro** veranschlagt. Davon entfallen mehr als 550.000,- Euro auf Maßnahmen des Aktionsfeldes 1 für Maßnahmen zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit landwirtschaftlicher Betriebe (Eigenmittel von Betrieben / Mitgliedern der Genussregionen) und für Maßnahmen der sektorübergreifenden Vernetzung der Landwirtschaft mit dem Tourismus. Die Eigenmittel kommen von den den großen Direktvermarktern der Region.
Der verbleibende Teil des Budgets ist im Aktionsfeld 3 für die gemeinsamen Gemeinwohlprojekte, wie Integrationsmaßnahmen für Zuzügler sowie einem Bildungsaustausch mit dem Weinviertel und LAG-Kooperationsprojekte verplant. Die Eigenmittel kommen für diese Regionsprojekte von den Mitgliedsbeiträgen der Gemeinden.

7.4 Budget für LAG-Management und Sensibilisierung

Tabelle 17: Budget für LAG-Management und Sensibilisierung

	Ausgaben in €	Förderung (70 %) in €	Eigenmittel (30%) in €
Personal (1,5 Vollzeitäquivalente)	1.035.900,00	725.130,00	310.770,00
Öffentlichkeitsarbeit, Sensibilisierung	75.600,00	52.920,00	22.680,00
Betriebskosten (Miete, Strom, Heizung, Telefon, Internet)	82.000,00	57.400,00	24.600,00
Verwaltungsaufwand	47.500,00	33.250,00	14.250,00
Reisegebühren	20.000,00	14.000,00	6.000,00
Anschaffungen	8.000,00	5.600,00	2.400,00
Gesamtsumme	**1.269.000,00**	**888.300,00**	**380.700,00**

Maßnahmen zur Mobilisierung und Sensibilisierung der Bevölkerung sowie zur Einbeziehung von in der Regionalentwicklung unterrepräsentierten Gruppen

Die Sensibilisierung aller Bevölkerungsgruppen, insbesondere auch benachteiligter Gruppen, ist ein wichtiges Anliegen der LAG Marchfeld. Die Mobilisierung und Sensibilisierung für die in der LES festgehaltenen Ziele und Maßnahmen der Region Marchfeld erfolgt durch verschiedene Maßnahmen. Eine davon ist eine professionelle, überzeugende und dichte **Medienarbeit**. Junge MarchfelderInnen können vor allem über die Website und Social Media-Profile wie Blog und Facebook erreicht werden; wichtige Stakeholder aus Landwirtschaft und Wirtschaft werden direkt über Newsletter angespro-

chen; eine eigene Regionszeitung („Wir im Marchfeld“)an alle Haushalte der Region erreicht auch eine in der Regionalentwicklung unterrepräsentierte Zielgruppe und Ältere MarchfelderInnen. In dem hochwertigen Magazin soll dem Gender und Disybility-Anliegen ein fixer Raum mit motivierenden und aktivierenden Beiträgen (Best-practice, Vorstellung besonderer Anliegen der Zielgruppe) Raum gegeben werden. Veranschlagt ist dafür ein Budget von 56.400,- Euro. Zusätzlich erfolgt eine anlass (Themen-)bezogene Sensibilisierung über die regionalen Zeitungen und das regionale Web-TV, welches gerne gesehen wird. Das Budget dafür ist dem jeweiligen Projektbudget zugeordnet.

Für die Unterstützung der Gremien, PartnerInnen im Entwicklungsprozess und der ProjektträgerInnen soll ein Passwortgeschützter Bereich von der LEADER-Website realisiert werden. Zur Gewährleistung einer professionellen Medienarbeit mit externen Medien soll ein Presseservice eingerichtet werden. Hier werden den Medien Fotos und Dokumente zu den Presseaussendungen bereitgestellt und den Interessierten ein Überblick über die laufende Öffentlichkeitsarbeit gegeben. Veranschlagt ist dafür ein Budget von 7.000,- Euro.

Eine moderne, mit allen MitarbeiterInnen der LAG vernetzte **Kontaktedatenbank** (BeziehungsDB) soll eine zielgruppengerechte, ressourceneffiziente Ansprache und Mobilisierung der Stakeholder ermöglichen und durch die damit erreichte Professionalität das Vertrauen in die Bemühungen der LAG stärken, die Bildung von Netzwerken erleichtern und die Projektmanagementaufgaben in allen Phasen der Projekte sicher und effizient ermöglichen.

Eine moderne **Büroinfrastruktur** (informativ, strukturiert, Informationen leicht abrufbar) erleichtert auch dem Projektauswahlgremium seine Rolle als Multiplikator zur Mobilisierung und Sensibilisierung wahrzunehmen und potentielle FörderwerberInnen anzustossen und zu unterstützen.

Interessante **Veranstaltungsformate** (Open spaces, Get together mit Event- und Unterhaltungscharakter, Exkursionen, Ausflüge, gemeinsame Filmaufnahmen . .) sollen mit allen aktuellen Projektträgern den Zusammenhalt in der Region zu stärken, gemeinsame Erfolge sichtbar machen, für Medieninteresse zu sorgen und Motivation unter den Beteiligten zu schaffen. Dafür ist ein Budget von 12.200,- veranschlagt.

Insgesamt ist ein Budget von 75.600,- Euro für Sensibilisierung veranschlagt.

7.5 Herkunft der Budgets für LAG eigene Projekte

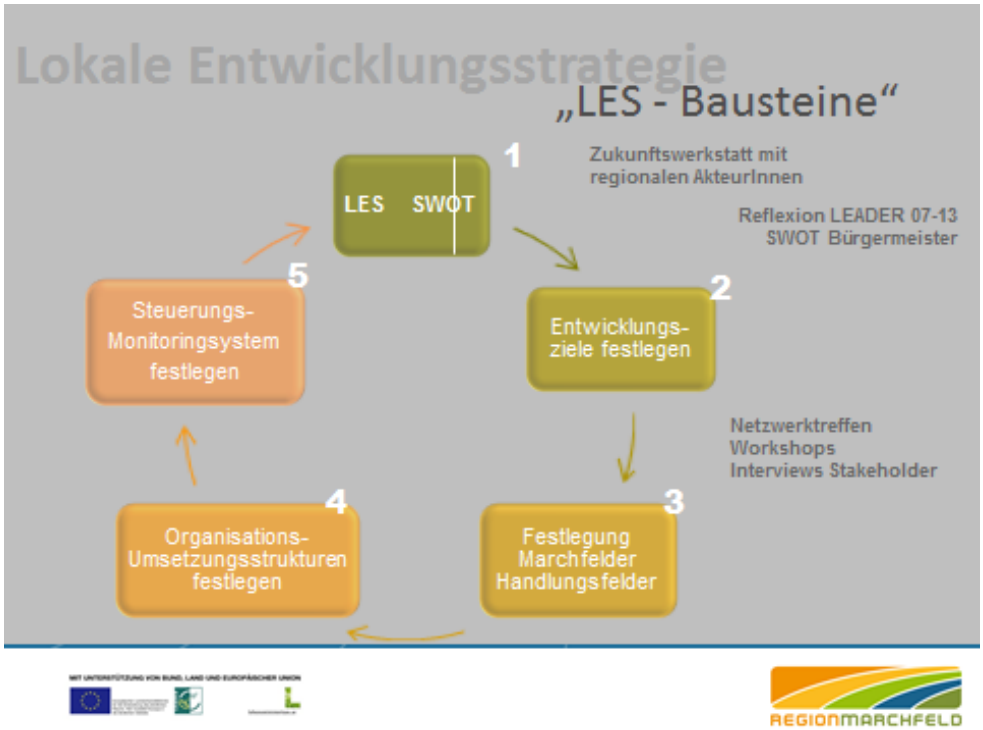
Es werden € 1,70 je EinwohnerIn und Jahr eingehoben. Was davon nach Abzug der Kosten für das LEADER Management übrigbleibt, wird zur Mitfinanzierung von Projekten herangezogen. Zusätzliche Eigenmittel stammen von den Gemeinden bzw. bei Qualifizierungsmaßnahmen von den teilnehmenden Personen. Außerdem werden bei regionalen Projekten gezielt Finanzmittel von anderen Organisation un Institutionen bzw Firmen aus der Region aquiriert.

8. Erarbeitungsprozess der Entwicklungsstrategie

Die Entwicklungsstrategie wurde in einem breit angelegten Beteiligungsprozess in der Region entworfen. Im Rahmen von mehr als 36 Arbeitsgesprächen und Strategieveranstaltungen wurde basierend auf einer breit angelegten SWOT-Analyse der Entwicklungsbedarf, sowie die Handlungsfelder der LES mit den möglichen Projektansätzen erarbeitet. In die Erarbeitung waren alle relevanten EntwicklungspartnerInnen sowie die wichtigsten Stakeholder der Region (Regionalmanagement, Tourismusdestination, Kleinregion, Nationalpark Donauauen, Marchfeldschlösser, WWF, Natura2000-Beaufteragter, Sozialpartner, BBK, WK, wirtsch.- u. landwirtsch. Leitbetriebe, politische Beauftragte etc.) mit einbezogen. Der Aufruf der Bevölkerung erfolgte über lokale Medien (Presseaussendungen), die Regionszeitung, Website, Blog und personalisierte Einladungen an alle Newsletterkontakte; über diese Kommunikationskanäle wurde auch über die Prozessfortschritte berichtet. Vor allem über den LEADER Blog „Zukunft Marchfeld – mitdenken – mitlenken“ war direkter Bevölkerungsinput möglich.Über moderne soziale Medien (Facebook, Blog) konnten auch Jugendliche und in der Regionalentwicklung eher unterrepräsentierte Gruppen angesprochen werden. Durch spezielle Themenworkshops zum Tourismus, der Landwirtschaft, der Direktvermarktung, der Mobilität, der Bildung, der Biodiversität, den Marchfeldschlössern ua. gelang es die Anliegen der lokalen Bevölkerung in die LES zu integrieren. Entsprechende Beispiele/Belege entnehmen sie bitte dem Anhang.

Den Zukunftschancen der Jugendlichen und dem speziellen Anliegen von Älteren sowie Menschen mit Behinderung wurde in zwei Szenarioworkshops zum demographischen Wandel breiter Raum gewidmet. Die Genderperspektive wurde durch den hohen Anteil von Teilnehmerinnen (>40%) bei den gelisteten Veranstaltungen und der aktiven Berücksichtigung und das Aufgreifen spezieller Themen berücksichtigt.

Abbildung 10: LES Erarbeitungsprozess



Die LES wurde ab August 2014 mit externer Beratung und Unterstützung von Dr. Hannes Schaffer erstellt. Der LES Erarbeitungsprozess erstreckte sich über einen Zeitraum von 12 Monaten und wurde von der LAG Marchfeld konzipiert mit fachlicher Unterstützung diverser externer BerterInnen und ModeratorInnen umgesetzt:

Tabelle 18: LES Erarbeitungsprozess

Nr.	Datum	Titel (Moderation/Beratung)	TeilnehmerInnen / Beschreibung
1	21.10.2013; 5.12.2013; 13.1.2014	3-teilige Workshop-Reihe Besucherfreundliche Region Marchfeld (conos)	Vorbereitend auf die neue LEADER Periode wurden Analyse, Visionen, Ideen für eine besucherfreundlichere Region ausgearbeitet; TeilnehmerInnen: QuerdenkerInnen aus allen Bereichen und Altersschichten
2	07.11.2013	Tourismus Innovationsworkshop in Schloss Hof (Ö Werbung, Ecoplus)	Themenfindung - grenzüberschreitender Tourismus, Klärung LEADER-relevanter Themen 2014-2020 relevant; TeilnehmerInnen: Ö-Werbung, Destination Donau, LEADER Marchfeld & Römerland, TouristikerInnen aus der Slowakei
3	13.12.2013	Touristische Entwicklungsstrategie 2014+ (conos)	TeilnehmerInnen: Destination Donau, LEADER Marchfeld & Römerland, Politiker, wichtigsten Tourismuspartner aus der Region
4	12.2.2014	Auftaktveranstaltung Demografie-Check Marchfeld (Wallenberger)	Unter dem Motto „mehr.älter.bunter.jünger.weniger“ wurde neben demograf. Themen über die neue LEADER Förderperiode 2014-2020 informiert und die Bevölkerung aktiviert an den kommenden Workshops und Netzwerktreffen teilzunehmen. Über 130 TeilnehmerInnen kamen nach Schloss Orth
5	17.02.2014	Naturraum, Naturtourismus Biodiversität im Marchfeld (Weinviertel Management, mecca)	Maßnahmenplanung in Angern/March, TeilnehmerInnen: Weinviertel Management, Bürgermeister, PolitikerInnen und BürgerInnen
6	20.03.2014	Reflexion der LES 2007-2013	Überprüfung der LES gemeinsam mit der Vollversammlung, den 23 Bürgermeistern der Marchfeld-Gemeinden
7	01.04.2014	Planung Bildungsschwerpunkt 2014+	Besprechung mit Frau Brigitte Schönsleben-Thiery vom BHW Weinviertel und Herrn Schönsleben von den Lernenden Gemeinden
8	07.04.2014	Handlungsfelder LEADER NEU	Vorstandssitzung mit dem Schwerpunkt Handlungsfelder LEADER 2014+
9	24.04.2014; 15.5.2014	1. & 2. Szenarioworkshop "Demografischer Wandel" (Wallenberger)	VertreterInnen aus dem sozialen Bereich (Pflegeheime, AMS, Rettung,..) als auch der Wirtschaft nahmen teil. Maßnahmen für die LEADER Förderperiode 2014-2020 wurden erarbeitet.
10	07.05.2014	LEADER Bewerbung 2014 -2020 – Präsentation, SWOT Marchfeld	Besprechung Bewerbungsschritte für die LEADER Förderperiode 2014-2020 mit der Vollversammlung, wurde eine SWOT Marchfeld durchgeführt.
11	14.05.2014	Abstimmung Dorf- und Stadterneuerung 2014+	Radwegegrundnetz Marchfeld im Regionalbüro Marchfeld mit Herrn DI Edwin Hanak
12	20.05.2014	SWOT-Analyse mit der regionalen Bevölkerung (div. Berater für die Betreuung der Schwerpunktthemen)	Zukunftswerkstatt "Zukunft Marchfeld - mitdenken - mitlenken"; über 130 MarchfelderInnen nahmen an der SWOT-Analyse Marchfeld teil!
13	26.05.2014	Mobilitätsabstimmungstreffen mit der ÖBB	TeilnehmerInnen: ÖBB Roland Kern, Berater und LEADER
14	28.05.2014; 28.7.2014; 18.10.2014	3 Abstimmungstreffen der Weinviertler LEADER Regionen	TeilnehmerInnen: LEADER ManagerInnen Weinviertel – gemeinsame Planung von Kooperationsprojekten 2014-2020
15	11.06.2014	Workshop Mobilität Marchfeld (Juhasz)	interessierte Gemeinden, Berater & Referenten, LEADER nahmen teil
16	15.06.2014	Tourismusprogrammplanung 2014-2020	TeilnehmerInnen: Destination Donau und LEADER
17	08.07.2014	Lebenslanges Lernen Marchfeld	Besprechung mit Frau Dr. Maria Gager BHW VertreterIn des Bezirks Gänserndorf.
18	11.07.2014	Workshop Mobilität Marchfeld - Mikro ÖV Systeme (Juhasz)	TeilnehmerInnen: interessierte Gemeinden, Berater & Referenten, LEADER
19	17.07.2014	Vereinsstruktur LEADER - Strategiebesprechung inhaltliche Abstimmung	Dem Vorstand wurden die LES Themen präsentiert und die neue LEADER Struktur hinsichtlich der neuen Statuten etc. vorbesprochen.
20	24.07.2014	Abstimmungstreffen Hauptregionsstrategie WV & LEADER Weinviertel	TeilnehmerInnen: LEADER-ManagerInnen und LEADER Obleute vom Weinviertel, in Stockerau
21	04.08.2014	Strategieplanung Heizhaus Strasshof	TeilnehmerInnen: LEADER, Regionalmanagement, Heizhaus

22	12.08.2014	Besprechung Tourismusplanung 2014-2020 im Regionalbüro	anschließenden Präsentation Heizhaus Strasshof; TeilnhmerInnen: LEADER, Kleinregion, Destination, Tourismusverband Auland-Carnuntum
23	14.08.2014; 5.9.2014	1. & 2. Strategieklausur Zukunft Tourismus mit den Marchfeld-schlössern (Vernetzung in der Region) (conos)	Maßnahmenplanung und quersektorale Vernetzung (Landwirtschaft, Genuss), TeilnehmerInnen: Destination Donau, Marchfeldschlösser, LEADER
24	21.08.2014	3. Demographie-Workshop Schwerpunkt Tourismus (Wallenberger)	Ideenfindung und Maßnahmenplanung; TeilnehmerInnen: touristische Betriebe im Marchfeld, Berater, LEADER
25	01.09.2014	Vereinsstruktur LEADER NEU; LES Themen	Vorstandssitzung - letzte Abstimmung der Statuten, LAG und PAG - inhaltliche Abstimmung als Vorbereitung für die Vollversammlung
26	01.09.2014	LEADER NEU Statuten Wahl, LAG und PAG, LES Themen	Im Rahmen der Vollversammlung wurden die neuen LEADER Statuten sowie die künftigen Mitglieder der LAG und PAG Gremien gewählt und die ein Überblick über die künftigen LES-Themen gegeben.
27	08.09.2014	Workshop DirektvermarkterInnen Marchfeld (mecca)	16 regionale DirektvermarkterInnen nahmen an der Veranstaltung teil. Fragestellungen: Was wollen wir bis 2020 erreichen; Was sind für uns die wichtigsten Themen und Womit sollen wir beginnen?
28	16.09.2014	Netzwerktreffen Lebenslanges Lernen im Marchfeld	TeilnehmerInnen: BildungsgemeinderätInnen Sinnvolle Projekte zum Thema LLL in unserer Region; Erarbeitung einer gemeinsamen Zukunftsvision
29	25.09.2014	Netzwerktreffen Jugend im Marchfeld	Es wurde die JugendgemeinderätInnen und Jugendbeauftragten zum Netzwerktreffen Jugend eingeladen. Bedarf der Marchfelder Jugend wurde erarbeitet.
30	02.10.2014	Strategiebesprechung Heizhaus Strasshof	TeilnehmerInnen: Destination Donau, LEADER Marchfeld, Eisenbahnmuseum
31	zahlreiche Termine	Besprechung mit DirektvermarkterInnen	Ideenfindung und Projektplanung 2014+

9. Beilagen

Beilage 9./5.2	Zusammensetzung der LAG
Beilage 9./5.3	Vereinsstatuten
Beilage 9./5.4	Zusammensetzung der PAG
Beilage 9./5.4	Geschäftsordnung
Beilage 9./7	Gesamtfinanzplan Periode 2014 bis 2020
Beilage 9./7.1	Eigenmittelaufbringung LAG
Beilgage 9./8.0	Beispiele des Bottom-up-Prozesses bei der Erstellung der LES.

Anmerkungen zur Rückmeldung des BMfLF/Prüfungsergebnis NOE17 Zugangskriterien

Umgang mit den Quoren PAG:
In den Statuten §14i wurde der Umgang mit Quoren weiter expliziert. Die verbindliche Geschäftsordnung enthält ebenfalls unter Punkt 1 (1.1.-1.4.) eine genaue Beschreibung der Aufgaben, Besetzung und Regeln für die Projektbeurteilung (Beschlussfähigkeit und –fassung). Die geänderten Statuten sowie die Geschäftsordnung befinden sich in der Beilage 9./5.4.

Statuten:
Der Begriff Rumpfgeneralversammlung (§7d, §§14a) wurde durch Generalversammlung ersetzt. Der Verein besteht seit 10/2007 und hat in seiner Sitzung von 1.9.2014 über alle erforderlichen Änderungen für die neue LEADER-Periode mit sofortiger Wirkung beschlossen. Die geänderten Statuten befinden sich in der Beilage 9./5.3.

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1: Überblick über die LEADER-Region 1

Abbildung 2: Zusammenhang zwischen den Zielen, den Aktionsfeldern und den Aktionsfeldthemen der LES 17

Abbildung 3: Strategischer Rahmen der LES Marchfeld 40

Abbildung 4: Gremien LAG Marchfeld 54

Abbildung 5: LAG-Gremium 55

Abbildung 6: Projektauswahlgremium (PAG) 57

Abbildung 7: Umsetzungsstrukturen, Zuständigkeiten und Entscheidungskompetenzen der LAG 59

Abbildung 8: Projektauswahlverfahren 62

Abbildung 9: Aufteilung des Budgets auf die Aktionsfelder und das LAG-Management inkl. Sensibilisierung 67

Abbildung 10: LES Erarbeitungsprozess 70

Tabelle 1: LEADER-Region Marchfeld: Aufstellung der beteiligten Gemeinden 2

Tabelle 2: Aktionsplan und Leitprojekte zur Aufwertung des regionalen Tourismus- und Freizeitangebotes 22

Tabelle 3: Aktionsplan und Leitprojekte zur Stärkung der Land- und Forswirtschaft 23

Tabelle 4: Aktionsplan und Leitprojekte zur Förderung regionaler Energieeffizienz 24

Tabelle 5: Zusammenfassende Darstellung in der Wirkungsmatrix (Aktionsfeld 1) 26

Tabelle 6: Aktionsplan und Leitprojekte zur Weiterentwicklung der natürlichen Ressourcen und des kulturellen Erbes 30

Tabelle 7: Zusammenfassende Darstellung in der Wirkungsmatrix (Aktionsfeld 2) 31

Tabelle 8: Aktionsplan und Leitprojekte zum Aktionsfeld 3, Teil 1 36

Tabelle 9: Aktionsplan und Leitprojekte zum Aktionsfeld 3, Teil 2 37

Tabelle 10: Zusammenfassende Darstellung in der Wirkungsmatrix (Aktionsfeld 3) 38

Tabelle 11: LES Marchfeld und STRAT.AT Ziele 41

Tabelle 12: Korrelation zwischen der LES und den Prioritäten von LE 2020 42

Tabelle 13: Qualitätsmanagement-Team (QM-Team) Marchfeld 49

Tabelle 14:Projektauswahlkriterien 63

Tabelle 15: Förderhöhen 64

Tabelle 16: Eigenmittelaufbringung der LAG 67

Tabelle 17: Budget für LAG-Management und Sensibilisierung 68

Tabelle 18: LES Erarbeitungsprozess 71