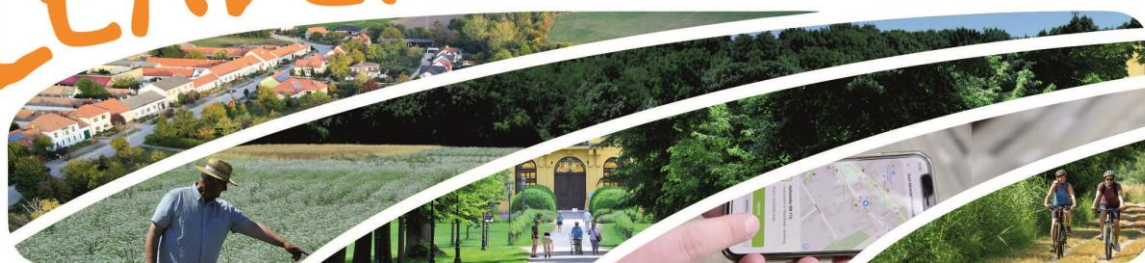


 Bundesministerium  
Land- und Forstwirtschaft,  
Regionen und Wasserwirtschaft

## Lokale Entwicklungsstrategie Marchfeld 2023-2027

Mensch. Kultur. Natur - im Einklang miteinander entwickeln

# LEADER



# REGIONMARCHFELD

Version Juli 2023



Mit Unterstützung von Bund, Land und Europäischer Union

 Bundesministerium  
Land- und Forstwirtschaft,  
Regionen und Wasserwirtschaft



Europäischer  
Landwirtschaftsfonds für  
die Entwicklung des  
ländlichen Raums.  
Hier investiert Europa in  
die ländlichen Gebiete.



Die Erstellung der LES 23-27 wurde im Rahmen der Maßnahme LEADER im Programm LE 14-20 unterstützt.

## Impressum

LEADER-Region Marchfeld  
Stift Melk Gasse 3/3 DG, 2291 Lasseer  
[office@regionmarchfeld.at](mailto:office@regionmarchfeld.at)  
[www.leadermarchfeld.at](http://www.leadermarchfeld.at)  
Obmann LAbg. René Lobner  
ZVR-Zahl: 194422793

Inhalte erstellt vom LAG-Management DI Markus Weindl, Michaela Hnidek  
Begleitung: Dr. Hannes Schaffer, DI Cornelia Fischer, MSc., mecca-consulting  
Fotorechte: Rupert Pessl, Region Marchfeld, Weinviertel Tourismus Himml

## Inhaltsverzeichnis

1	Beschreibung der Lokalen Aktionsgruppe.....	4
1.1	Festlegung des Gebiets und Beschreibung der Gebietscharakteristik.....	4
1.2	Angaben zur Bevölkerungsstruktur.....	5
2	Darstellung des Entwicklungsprofils.....	7
2.1	Beschreibung der sozioökonomischen Lage der Region.....	7
2.2	Beschreibung der regionalen Umwelt – und Klimasituation.....	9
2.3	Reflexion und Erkenntnisse aus der Umsetzung in der letzten Periode.....	12
2.4	SWOT-Analyse der Region.....	13
2.5	Darstellung der lokalen Entwicklungsbedarfe.....	18
3	Lokale Entwicklungsstrategie.....	22
3.1	Aktionsfeld 1: Steigerung der Wertschöpfung.....	24
3.1.1	Auswahl der Aktionsfeldthemen, Verknüpfung zu Bedarfen und Beschreibung der Ausgangslage (Status quo).....	24
3.1.2	Grundstrategie bzw. strategische Stoßrichtung in den Aktionsfeldthemen.....	25
3.1.3	Angestrebte Ziele am Ende der Periode.....	26
3.1.4	Maßnahmen beziehungsweise Leitprojekte zur Erreichung der Ziele („Aktionsplan“).....	26
3.1.5	Beschreibung von Kooperationsaktivitäten.....	29
3.2	Aktionsfeld 2: Festigung oder nachhaltige Weiterentwicklung der natürlichen Ressourcen und des kulturellen Erbes.....	30
3.2.1	Auswahl der Aktionsfeldthemen, Verknüpfung zu Bedarfen und Beschreibung der Ausgangslage (Status quo).....	30
3.2.2	Grundstrategie bzw. strategische Stoßrichtung in den Aktionsfeldthemen.....	32
3.2.3	Angestrebte Ziele am Ende der Periode.....	32
3.2.4	Maßnahmen beziehungsweise Leitprojekte zur Erreichung der Ziele („Aktionsplan“).....	32
3.2.5	Beschreibung von Kooperationsaktivitäten.....	35
3.3	Aktionsfeld 3: Stärkung der für das Gemeinwohl wichtigen Strukturen und Funktionen....	36
3.3.1	Auswahl der Aktionsfeldthemen, Verknüpfung zu Bedarfen und Beschreibung der Ausgangslage (Status quo).....	36
3.3.2	Grundstrategie bzw. strategische Stoßrichtung in den Aktionsfeldthemen.....	37
3.3.3	Angestrebte Ziele am Ende der Periode.....	37
3.3.4	Maßnahmen bzw. Leitprojekte zur Erreichung der Ziele („Aktionsplan“).....	37
3.3.5	Beschreibung von Kooperationsaktivitäten.....	39

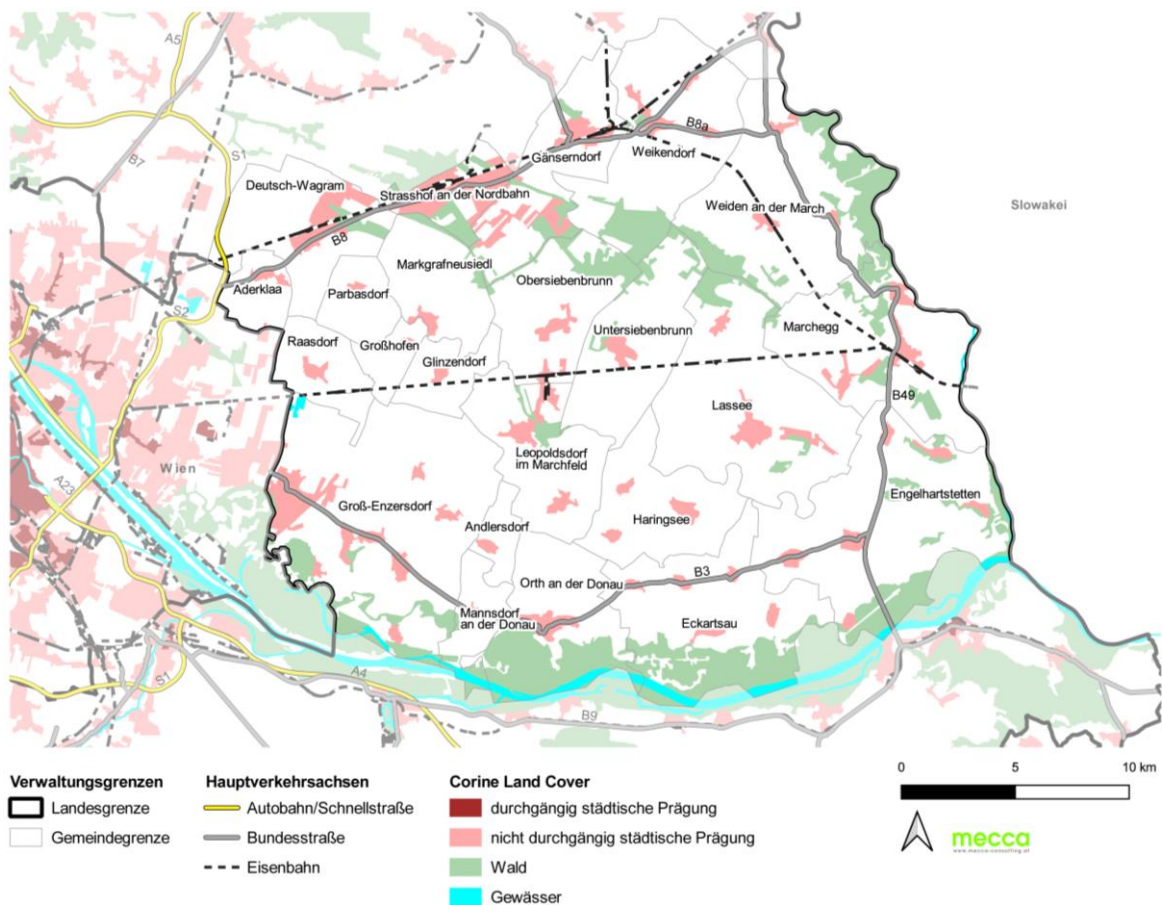
3.4	Aktionsfeld 4: Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel.....	40
3.4.1	Auswahl der Aktionsfeldthemen, Verknüpfung zu Bedarfen und Beschreibung der Ausgangslage (Status quo) .....	40
3.4.2	Grundstrategie bzw. strategische Stoßrichtung in den Aktionsfeldthemen .....	41
3.4.3	Angestrebte Ziele am Ende der Periode.....	41
3.4.4	Maßnahmen bzw. Leitprojekte zur Erreichung der Ziele („Aktionsplan“) .....	42
3.4.5	Beschreibung von Kooperationsaktivitäten .....	43
3.5	Weitere Aktionsfelder: Integration anderer Strukturfonds-Programme (Europäische Territoriale Zusammenarbeit - ETZ) .....	44
3.6	Weitere Aktionsfelder: Integration anderer Strukturfonds-Programme (Investitionen in Beschäftigung und Wachstum - IBW).....	44
3.7	Anwendung und Umsetzung Smart Villages .....	44
3.8	Berücksichtigung der Ziele relevanter EU-Strategien, IBW und ETZ-Programme und Bundesstrategien.....	44
3.9	Berücksichtigung der bundeslandrelevanten und regionspezifischen Strategien .....	47
3.10	Abstimmung mit den Akteuren der Region.....	49
3.11	Beschreibung regionaler Verankerung und geplanter Vernetzung .....	51
4	Steuerung und Qualitätssicherung.....	53
4.1	Interventionslogik und Wirkungsmessung.....	53
4.2	Umsetzung des Wirkungsmonitorings .....	60
5	Organisationsstruktur der LAG.....	64
5.1	Rechtsform der LAG .....	64
5.2	Zusammensetzung der LAG.....	64
5.3	LAG-Management und LEADER-Büro .....	64
5.4	Projektauswahlgremium .....	66
5.5	Ausschluss von Unvereinbarkeiten .....	66
6	Umsetzungsstrukturen .....	69
6.1	Arbeitsabläufe, Zuständigkeiten, Entscheidungskompetenzen inklusive Organigramm.....	69
6.2	Auswahlverfahren für Projekte .....	70
6.2.1	Mindeststandards für Ablauf des Auswahlverfahren und Aufrufe für die Einreichung von Projekten (Calls).....	71
6.2.2	Förderungshöhen und Förderbarkeit.....	72
6.2.3	Projektauswahlkriterien .....	74
6.3	Darstellung der Transparenz der Entscheidungen .....	75
7	Finanzierungsplan.....	76
8	Erarbeitung der Entwicklungsstrategie .....	79
9	Beilagen .....	82
10	Abkürzungen.....	82
11	Verzeichnisse.....	83

# 1 Beschreibung der Lokalen Aktionsgruppe

## 1.1 Festlegung des Gebiets und Beschreibung der Gebietscharakteristik

Die LEADER-Region Marchfeld setzt sich aus den 23 Marchfeld-Gemeinden, die auch als Kleinregion MAREV (Verein zur Förderung der Regionalentwicklung im Marchfeld), als Klima- und Energie- Modellregion Marchfeld und als Tourismusverband Marchfeld organisiert sind, zusammen. In dieser Gebietskulisse wurden bereits in den LEADER-Perioden 2007-2013 und 2014-2020 innovative und nachhaltige Projekte umgesetzt. Im Sinne einer ganzheitlichen Entwicklung des ländlichen Raumes haben sich die Gemeinden entschlossen, wieder gemeinsam als eine Region am LEADER--Programm 2023-2027 teilzunehmen.

Karte 1: LEADER Region Marchfeld 2022



Quellen: Open Data Österreich, Corine Landcover, Openstreetmap, Darstellung: [www.mecca-consulting.at](http://www.mecca-consulting.at), Stand 2022

Die Region Marchfeld ist eine der größten Ebenen Österreichs und 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 Donau-Auen erstreckt – die Grenze zur LEADER-Region Römerland Carnuntum. Die wichtigsten überregionalen Ost-West Verkehrsachsen sind die B8 und die B3, die Nordbahn Wien-Brno mit dichtem S-Bahn-Takt bis Gänserndorf sowie die Marchegger Ostbahn Wien-Bratislava über Marchegg, die gerade zu einer Hochleistungsstrecke ausgebaut wird; in Nord-Süd Richtung ist es die B49. Derzeit gibt es in der gesamten Region nur eine Brücke über die Donau sowie an der March eine Eisenbahnbrücke und zwei Fußgänger-/Fahrradbrücken in die Slowakei<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Die Radbrücke in Marchegg wird 2022 eröffnet.

## 1.2 Angaben zur Bevölkerungsstruktur

Auf einer Fläche von **706 km<sup>2</sup>** hat die Region **68.687 EinwohnerInnen<sup>2</sup>** und kann aufgrund der hochrangigen Infrastrukturachsen von der guten Anbindung an Wien und Bratislava profitieren. Der urbane Raum wiederum nutzt die Nähe zu den ländlichen Gebieten (z.B. für Freizeit und Erholung, Versorgung, Arbeitskräfte). Die **Siedlungsstruktur** ist überwiegend **ländlich geprägt**. Die **Bevölkerungsdichte** in der Region ist sehr unterschiedlich. Mit regionsweit 97 EW/km<sup>2</sup> liegt sie **über dem NÖ Durchschnitt** von 88 EW/km<sup>2</sup>.

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung 2011-2021 und Prognose bis 2040

Gemeinde	Bezirk	Bev 2011	Bev 2021	Entwicklung 2011-2021 in %	Prognose Gemeinde 2040	Prognose bis 2040 in %	Fläche in km <sup>2</sup> 2020	Bevdichte EW/km <sup>2</sup>
Aderklaa	Gänserndorf	185	198	7,0%	230	16,2%	8,63	23
Andlersdorf	Gänserndorf	131	127	-3,1%	175	37,8%	5,90	22
Deutsch-Wagram	Gänserndorf	7.826	9.018	15,2%	10.100	12,0%	30,61	295
Eckartsau	Gänserndorf	1.157	1.353	16,9%	1.350	-0,2%	48,98	28
Engelhartstetten	Gänserndorf	1.883	2.093	11,2%	2.250	7,5%	65,66	32
Gänserndorf	Gänserndorf	10.129	11.832	16,8%	16.000	35,2%	30,56	387
Glinzendorf	Gänserndorf	269	329	22,3%	340	3,3%	10,43	32
Groß-Enzersdorf	Gänserndorf	9.514	11.740	23,4%	14.300	21,8%	83,91	140
Großhofen	Gänserndorf	90	106	17,8%	115	8,5%	6,18	17
Haringsee	Gänserndorf	1.201	1.170	-2,6%	1.200	2,6%	27,12	43
Lasseo	Gänserndorf	2.582	2.952	14,3%	3.200	8,4%	55,63	53
Leopoldsdorf im Marchfelde	Gänserndorf	2.531	2.893	14,3%	3.250	12,3%	28,95	100
Mannsdorf an der Donau	Gänserndorf	394	355	-9,9%	320	-9,9%	10,31	34
Marchegg	Gänserndorf	2.931	2.988	1,9%	3.100	3,7%	45,52	66
Markgrafneusiedl	Gänserndorf	843	892	5,8%	950	6,5%	19,82	45
Obersiebenbrunn	Gänserndorf	1.689	1.750	3,6%	2.100	20,0%	26,93	65
Orth an der Donau	Gänserndorf	2.051	2.173	5,9%	2.100	-3,4%	33,42	65
Parbasdorf	Gänserndorf	158	173	9,5%	200	15,6%	10,23	17
Raasdorf	Gänserndorf	669	665	-0,6%	780	17,3%	13,21	50
Strasshof an der Nordbahn	Gänserndorf	8.536	11.085	29,9%	14.500	30,8%	11,64	952
Untersiebenbrunn	Gänserndorf	1.463	1.768	20,8%	2.000	13,1%	30,49	58
Weiden an der March	Gänserndorf	985	985	0,0%	1.110	12,7%	55,78	18
Weikendorf	Gänserndorf	1.917	2.042	6,5%	2.000	-2,1%	46,31	44
Region Marchfeld		59.134	68.687	16,2%	81.670	18,9%	706,22	97
NÖ		1.609.474	1.690.879	5,1%	1.837.530	8,7%	19.179,56	88

Quelle: Statistik Austria, Darstellung: mecca, Stand 2021

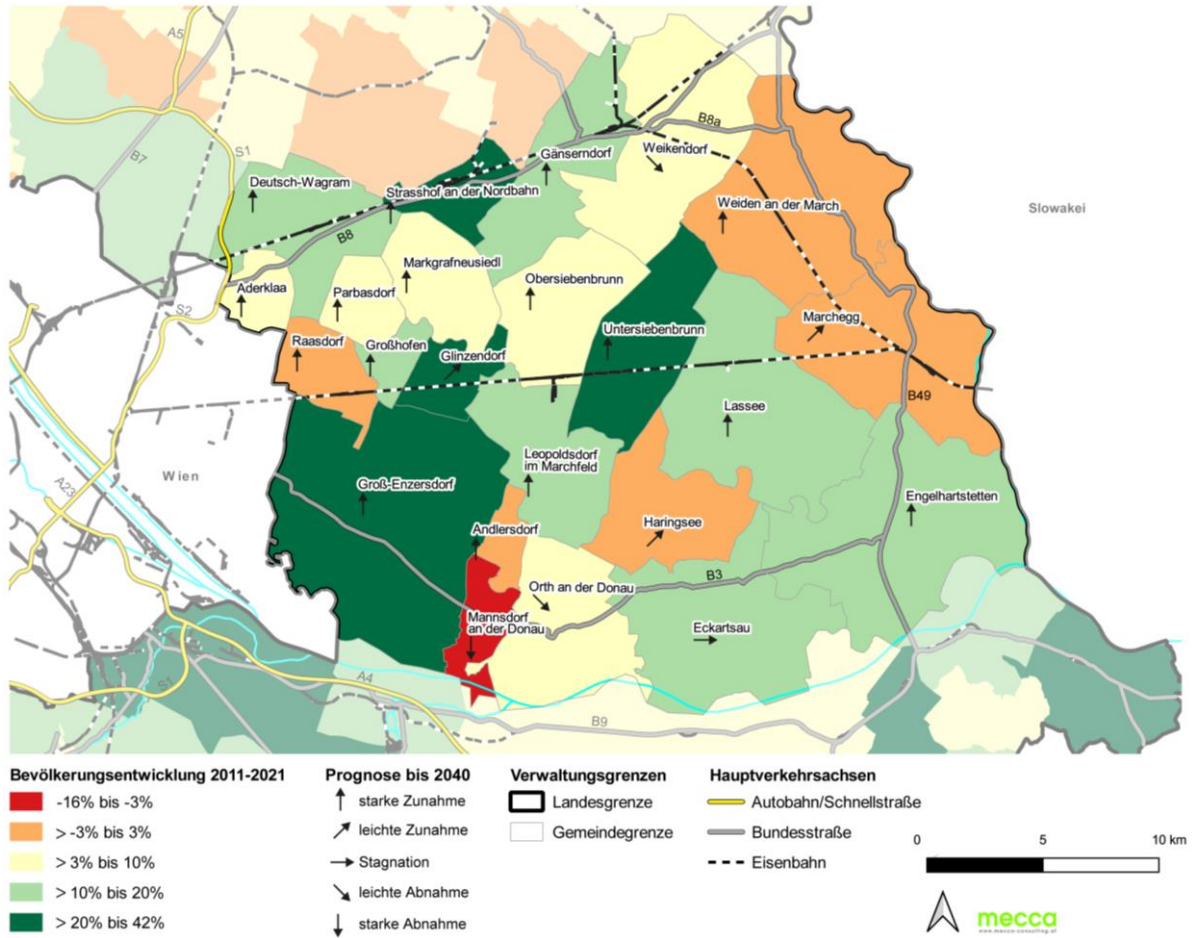
Mit einer Bevölkerungsentwicklung von 16 % zwischen 2011 und 2021 gehört die Region zu den stärksten Wachstumsregionen Österreichs - die Entwicklung liegt dabei sehr deutlich über dem NÖ Schnitt von +5 %. Das Wachstum kommt v.a. durch die **positive Wanderungsbilanz** zustande. Die **Bevölkerungsprognose** bis 2040<sup>3</sup> lässt ausgehend von 2021 weiterhin eine **äußerst dynamische Entwicklung** der Region erwarten. Bis 2040 soll die Bevölkerung um ca. 13.000 EinwohnerInnen auf 81.670 EW anwachsen (19 % prognostiziertes Wachstum in 19 Jahren), das liegt wiederum deutlich über dem NÖ Schnitt von 9 %. Wachstumsschwerpunkte werden weiterhin die Gemeinden im Nahbereich der Infrastrukturachsen sein.

Die Region hat mit knapp 20 % einen **überdurchschnittlichen Anteil an EinwohnerInnen mit Migrationshintergrund** (im Vgl. NÖ Schnitt von 15 %).

2 Quelle: Statistik Austria, 2021

3 Im Jahr 2021 wurde vom Amt der NÖ Landesregierung (Landesstatistik) eine Bevölkerungsprognose auf Gemeindeebene erstellt. Basis dieser Prognose ist die kleinräumige Bevölkerungsprognose der ÖROK, die Prognosewerte für Prognoseregionen (meist Bezirke) präsentiert. Sie berücksichtigt unterschiedliche Annahmen zur Fertilität, Mortalität und Migration nach Prognoseregionen. Von der Landesstatistik werden aus der Bevölkerungsentwicklung der vergangenen Jahren Modelle für die Entwicklung der Gemeinden abgeleitet. Weiters wird das mathematische Modell durch die Expertinneneinschätzung der Sachverständigen für örtliche Raumordnung ergänzt.

Karte 2: Bevölkerungsentwicklung 2011-2021 und Prognose bis 2040



Quellen: Open Data Österreich, Statistik Austria, Openstreetmap, Darstellung: [www.mecca-consulting.at](http://www.mecca-consulting.at), Stand 2022

## 2 Darstellung des Entwicklungsprofils

### 2.1 Beschreibung der sozioökonomischen Lage der Region

Die **Landwirtschaft** spielt im Marchfeld, einem der landwirtschaftlichen Hauptproduktionsgebiete Österreichs, eine bedeutende Rolle. Der Schwerpunkt liegt auf dem Gemüse- (z.B. Marchfelder Spargel) und Getreideanbau. Die Betriebe sind im österreichischen Vergleich groß und lebensfähig. Die landwirtschaftliche Verarbeitung und Produktveredelung hat eine sehr große Bedeutung (z.B. Agrana in Leopoldsdorf, Ardo Austria Frost GmbH und Iglo GmbH in Groß-Enzersdorf, Erzeugerorganisation Marchfeldgemüse GmbH in Raasdorf etc.). Im niederösterreichischen Vergleich ist der Anteil der landwirtschaftlichen Nutzfläche sehr hoch. Insgesamt gibt es 777 INVEKOS-Betriebe.<sup>4</sup> Im Zeitraum 2010-2019 ging die Zahl der Betriebe in der Region um 8 % zurück, das liegt deutlich unter dem NÖ Schnitt von -19 %; 2010 bestanden noch 844 landwirtschaftliche Betriebe. Im Gegensatz zu vielen anderen Regionen gab es einige Gemeinden (Großhofen, Deutsch-Wagram, Parbasdorf, Lasee) mit einem Wachstum bei den Betrieben, in den Gemeinden Weiden an der March, Obersiebenbrunn und Markgrafneusiedl blieb die Zahl der Betriebe gleich. In 16 Gemeinden gab es dennoch Verluste, die stärksten in Strasshof an der Nordbahn, Glinzendorf, Haringsee und Eckartsau.

Gänzlich positiv verlief die Entwicklung bei Anzahl und Anteil der Biobetriebe. Deren Zahl stieg im Zeitraum 2010-2019 um 122 % (!) von 100 auf 222 (zum Vergleich NÖ + 28 %). Der Anteil der Biobetriebe liegt mit 29 % durch dieses sehr starke Wachstum nun auch um einiges über dem NÖ Durchschnitt von 23 %.

Insgesamt gibt es in der Region 19.319 **Arbeitsplätze**<sup>5</sup>, davon 7 % im primären Sektor (NÖ: 5 %), 26 % im sekundären (NÖ: 25 %) und 67 % im tertiären Sektor (NÖ: 70 %). Die Zahl der Arbeitsplätze in der Region ist zu gering, sodass sehr viele Menschen auspendeln müssen. Durch den Index des Pendlersaldos, welcher die Arbeitsplätze in Bezug zu den Erwerbstätigen am Wohnort setzt, lassen sich EinpendlerInnen- und AuspendlerInnengemeinden charakterisieren. 19 von 23 Gemeinden sind AuspendlerInnengemeinden. Ausnahmen sind als EinpendlerInnengemeinden (Gemeinden mit einem Pendlersaldo > 100) Glinzendorf (105), Raasdorf (113), Orth an der Donau (130) und Aderklaa (152). Die AuspendlerInnengemeinden mit dem geringsten Index des Pendlersaldos sind Marchegg (35), Strasshof (34), Haringsee (31) und Weikendorf (25). Auf die Region aggregiert errechnet sich ein Indexwert von 58, was unter dem NÖ-Schnitt von 84 liegt.

Es gibt in der Region nur wenige Großbetriebe ab 250 MitarbeiterInnen, nämlich die Frenzel Austria Frost GmbH in Groß-Enzersdorf (250 MA), die Domoferm GmbH&Co KG in Gänserndorf (310) und die Ideenbäckerei Geier GmbH in Strasshof (320). Die regionale Wirtschaft wird zu einem Großteil von den zahlreichen Klein- und Mittelbetrieben getragen. Insgesamt gibt es in der Region 4.223 aktive Betriebsstandorte mit stetig steigender Tendenz, die stärksten Sparten sind Gewerbe und Handwerk sowie Handel.<sup>6</sup>

Die **Erwerbsprognose**<sup>7</sup> bis 2030 und 2050 sagt die Entwicklung der Zahl der Erwerbspersonen in einer Region – das heißt das dort verfügbare Arbeitskräfteangebot – voraus und ist eine zentrale Größe für die ansässige Wirtschaft und deren zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten. Für die LEADER-Region

---

4 Quelle: Gemeindedatenbank BMRT; Daten der Statistik Austria zur Agrarstrukturerhebung 2020 standen zum Zeitpunkt der Berichtslegung noch nicht zur Verfügung

5 Die Zahl der Arbeitsplätze einer Region ist grundsätzlich ident mit der in der Statistik ausgewiesenen Zahl der „Erwerbstätigen am Arbeitsort“.

6 Quelle: Wirtschaftskammer Niederösterreich 2020

7 Quelle: <https://www.oerok.gv.at/raum/daten-und-grundlagen/oerok-prognosen/oerok-prognosen-2014>

wird dabei eine deutlich positive Entwicklung prognostiziert, womit die Region zu einer der wenigen in Österreich mit einer positiven Erwerbsprognose gehört.

Die Breitbandinfrastruktur in der Region ist bereits sehr gut entwickelt. Mehr als 80% der Haushalte haben Zugang zu ultraschnellem Internet. Entwicklungsbedarf gibt es noch in kleinen ländlich geprägten Gemeinden.

Breitband.Gemeinde	Haushalte (NGA)	Haushalte (ultraschnell)	Haushalte (gigabitfähig)	Haushalte (gesamt)
Aderklaa	79	75	25	80
Andlersdorf	0	0	0	55
Deutsch-Wagram	3 858	3 424	656	3 895
Eckartsau	563	491	15	592
Engelhartstetten	846	846	846	889
Gänserndorf	5 216	4 819	1 041	5 229
Glinzendorf	106	106	7	114
Groß-Enzersdorf	4 770	4 160	939	4 869
Großhofen	31	31	16	40
Haringsee	478	343	23	498
Lassees	867	834	204	1 279
Leopoldsdorf im Marchfeld	1 150	1 052	899	1 180
Mannsdorf an der Donau	142	130	4	153
Marchegg	1 331	1 206	115	1 351
Markgrafneusiedl	414	245	76	425
Obersiebenbrunn	716	528	117	725
Orth an der Donau	947	715	192	957
Parbasdorf	55	55	9	57
Raasdorf	249	216	14	254
Strasshof an der Nordbahn	4 325	3 239	1 003	4 366
Untersiebenbrunn	736	701	68	761
Weikendorf	708	626	83	819
Weiden an der March	135	64	0	362
<b>gesamt</b>	<b>27 722</b>	<b>23 906</b>	<b>6 352</b>	<b>28 950</b>
<b>Anteil an Haushalten in der Region</b>	<b>95,8%</b>	<b>82,6%</b>	<b>21,9%</b>	
Quelle: Statistik Austria (2020), Zentrale Informationsstelle für Breitbandversorgung (2022) NGA: ≥ 30 Mbit/s; ultraschnell: ≥ 100 Mbit/s; gigabitfähig: ≥ 1.000 Mbit/s				

Abbildung 1: Die Breitbandinfrastruktur in der LEADER Region Marchfeld

Im **Tourismus** spielt v.a. der Ausflugstourismus aus dem Raum Wien und Bratislava eine bedeutende Rolle. Der Aufenthaltstourismus ist schwach entwickelt – 2019 gab es so 48.445 Übernachtungen bei 26.576 Ankünften. Die durchschnittliche Verweildauer in der Region liegt bei unter 3 Tagen. Nur in den Gemeinden Groß-Enzersdorf (16.279), Deutsch-Wagram (15.319), Marchegg (6.557), Strasshof (4.025), Orth an der Donau (3.975) und Eckartsau (2.290) gibt es nennenswerte Nächtigungszahlen. Mit dem schlossORTH Nationalpark-Zentrum verfügt die Region über ein NÖ Top Ausflugsziel. Das Schloss Hof, der Nationalpark Donau-Auen, das Kaiserliche Jagdschloss Eckartsau und das Eisenbahnmuseum Strasshof sind weitere touristische Hotspots. Mit der NÖ Landesausstellung 2022 „MARCHFELD Geheimnisse *Mensch.Kultur.Natur*“ im Schloss Marchegg sind weitere nachhaltige Impulse für den regionalen Tourismus zu erwarten.



Durch die Region führen zahlreiche Radwege, die durch die Brücken auch in grenzüberschreitender Perspektive interessant sind. Mit dem Donauradweg und der Kamp-Thaya-March-Radrouten verfügt die Region auch über zwei Top-Radrouten.

Die Region weist eine gut ausgebaute Basis-**Bildungs**infrastruktur auf. In 16 von 23 Gemeinden gibt es Kindergärten. In 14 Gemeinden findet man Volksschulen, in 8 größeren Gemeinden Neue Mittelschulen sowie in 3 Gemeinden AHS. In der höheren, insbesondere tertiären Bildung gibt es eine starke Orientierung nach Wien.

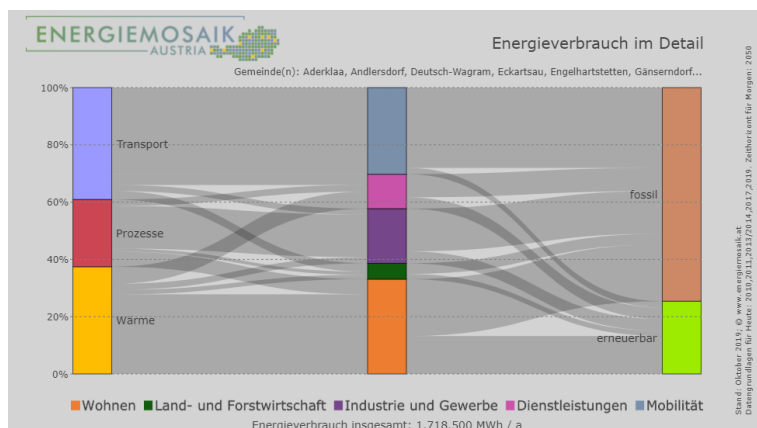
Das Marchfeld zeichnet sich durch ein aktives Vereinsleben und vielfältiges Kulturangebot aus. Freiwilligkeit, bürgerschaftliches Engagement und Vereinsleben nehmen eine herausragende Stellung ein. Insgesamt gibt es in der Region 475 Vereine. (Quelle: service-freiwillige.at)

Im Bereich **Soziales** gibt es keinen Krankenhausstandort. Von den 64 praktischen ÄrztInnen in der Region haben 26 einen Kassenvertrag. Weiters gibt es 9 Apotheken, 2 Pflegeheime und 5 Sozialstationen verschiedener Trägerorganisationen.

## 2.2 Beschreibung der regionalen Umwelt – und Klimasituation

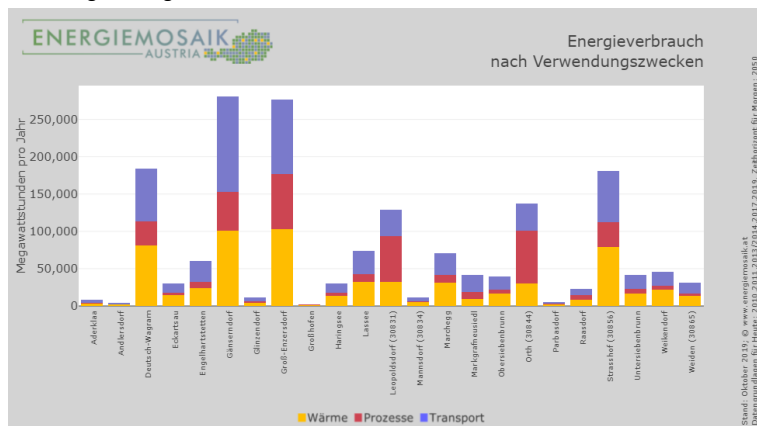
Der jährliche **Gesamtenergieverbrauch** in der Region beträgt laut dem NÖ Energiemosaik rund 1.719 GWh pro Jahr<sup>8</sup>. Dabei dominieren die Verwendungszwecke „Mobilität“ mit 39 % und Wärme mit 37 %, während die „Prozesse“ mit ca. 23 % deutlich unter dem Durchschnitt anderer Regionen liegen, was durch den geringeren Anteil der Industrie zu erklären ist. Auffällig ist, dass 75 % des Energiebedarfs mit fossiler Energie gedeckt werden (Stand 2019).

Abbildung 2: Energiemosaik Marchfeld



Quelle: www.energiemosaik.at, Stand 2019

Abbildung 3: Energieverbrauch in den Gemeinden



Quelle: www.energiemosaik.at, Stand 2019

<sup>8</sup> Quelle: www.energiemosaik.at, 2019

Auf Gemeindeebene weisen der Gesamtenergieverbrauch und der Energieverbrauch pro Kopf große Unterschiede auf. Gemeinden mit starkem Industrie-/Gewerbesektor wie Gänserndorf, Groß-Enzersdorf, Deutsch-Wagram und Strasshof stechen dabei mit deutlichen Spitzen besonders hervor. Die Region verfolgt seit Jahren den Leitspruch „**Von der Kornkammer zur Energiekammer**“ und verfügt über viele energieerzeugende **Anlagen**<sup>9</sup>, darunter 19 Biomasse-Nahwärmeanlagen auf Hack-schnitzel- oder Strohbasis, ca. 100 Windkraftanlagen mit einer Gesamtleistung von 213 MW, 1.441 PV-Anlagen mit einer Leistung von 10.144 kWp, 1 Kleinwasserkraftwerk mit einer Leistung von 82 kW, 3 Biogasanlagen mit einer Nennleistung von 1.441 kW sowie zahlreiche Solarthermie-Anlagen. Damit kann das Marchfeld bereits einen Teil des Energieverbrauches sowohl im Bereich Wärme als auch im Bereich Strom selbst abdecken.

Die größten **Potenziale** der Region liegen aufgrund der großen vorhandenen Ackerflächen im Bereich der **agrarischen Biomasse** sowie der Nutzung der **Sonnenenergie** zur Wärme- und Stromproduktion. Die Region gehört zudem zu den besten Standorten zur **Windenergienutzung** in Österreich. Im sektoralen Raumordnungsprogramm zur Windkraftnutzung sind deshalb bedeutende Flächen als Eignungszone ausgewiesen. Auch die tiefe Geothermie verspricht aufgrund der geologischen Struktur bedeutende Potenziale. Projekte zur Nutzung dieser Potenziale und zum Aufbau von großen Infrastrukturen für Erneuerbare Energien werden in der Region breit diskutiert und sind teilweise bereits in Planung<sup>10</sup> (Bezug zu GSP 23-27 (73-12). Darunter fallen z.B. Biomasse-Nahwärmenetze (Heizzentralen und Verteilnetze); Wärmeverteilnetze zur Wärmeversorgung Dritter auf Basis erneuerbarer Energie, Erneuerung von Kesselanlagen in bestehenden Biomasse-Nahwärmeanlagen; Effizienzsteigerung von bestehenden Biomasse-Nahwärmeanlagen – primärseitige und sekundärseitige Optimierung; Erweiterung, Verdichtung und Neuerrichtung von Fernwärmenetzen auf Basis erneuerbarer Energie; Vergärungsanlagen, sofern diese nicht unter das Erneuerbaren-Ausbau-Gesetz (EAG) fallen; Thermische Vergasungsanlagen auf Basis fester Biomasse zur Eigenversorgung mit Strom und Wärme oder Produktgas; Umrüstung und Aufrüstung von Einbringsystemen und Substratbearbeitungssystemen bestehender Vergärungsanlagen zur Reduktion von Futter- und Lebensmittelkonkurrenz, sofern diese nicht unter das EAG fallen; Bioenergieanlagen und innovative Anwendung von biogenen Brennstoffen. Sowohl die Abwicklung als auch die Finanzierung derartiger Projekte werden außerhalb von LEADER durchgeführt.

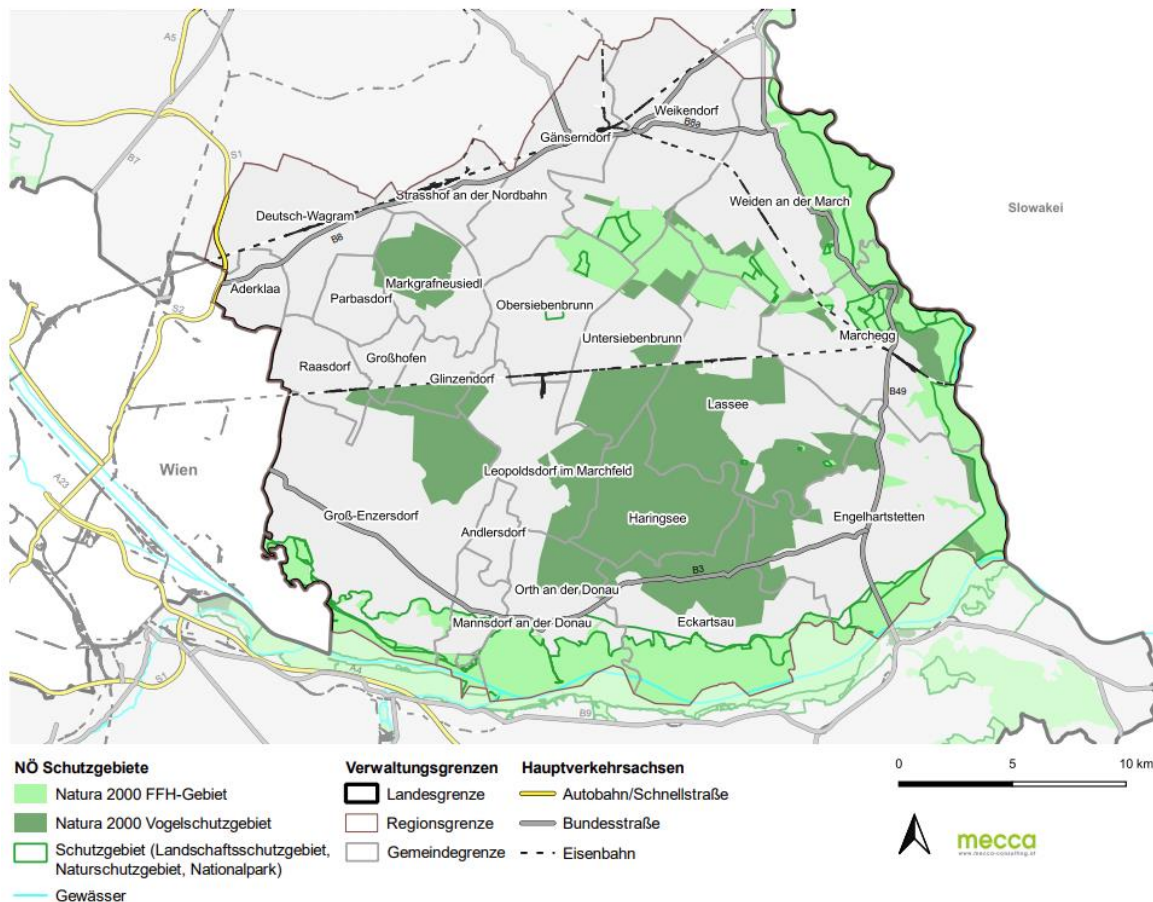
Biodiversität und Kulturlandschaft sind wesentliche Grundlagen der ländlichen Entwicklung. Sie prägen das Bild der Region. Die Bevölkerung und der Tourismus profitieren von gesunden Ökosystemen sowie intakten Kulturlandschaften. Deshalb ist die Erhaltung der genetischen Vielfalt ein wichtiges Anliegen. 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 Donau-Auen, 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.

---

<sup>9</sup> Quelle: Umsetzungskonzept KEM Marchfeld, Stand: 2018/19

<sup>10</sup> Aderklaa Biomasse-Nahwärme, Gänserndorf Klärschlamm-trocknungsanlage, Abwasserwärmenutzung Deutsch-Wagram

Karte 3: Schutzgebiete in der LEADER Region Marchfeld



### Erwartete Klimaveränderungen in der Zukunft

Die Region weist ein einheitliches Klima auf und gehört zu den am stärksten vom Klimawandel betroffenen Regionen Österreichs. Sie ist stark durch das pannonisch-kontinentale Klima, mit trocken-kalten Wintern und trocken-warmen Sommern beeinflusst.

Die Anzahl der Hitzetage und Tropennächte wird signifikant zunehmen und damit auch der Kühlbedarf deutlich steigen, auf der anderen Seite wird die Zahl der Frosttage abnehmen. Die Vegetationsperiode wird sich weiter verlängern. Die Niederschläge werden variabler werden und zunehmend durch längere Trockenperioden, gefolgt von Starkregenereignissen beeinflusst sein. Das Marchfeld, wo bereits jetzt um die 90 % der Ackerflächen bewässert werden können, wird weiterhin mit Trockenheitstendenzen zu kämpfen haben.

### Regionales und kommunales Engagement für den Klimaschutz

Die Region ist im Bereich Umwelt, Klima, Energie und Mobilität sehr aktiv: 17 von 23 Gemeinden sind **Klimabündnisgemeinden**; Deutsch-Wagram, Gänserndorf und Lasee sind zudem e5-Gemeinden. 2011 wurde ein Regionales Energiekonzept erstellt. Seit 2018 bilden alle Gemeinden der LEADER-Region die **Klima- und Energie-Modellregion Marchfeld**, die sich in der „Umsetzungsphase“ befindet und viele innovative Projekte mit dem Ziel einer nachhaltigen und möglichst von Energieimporten unabhängigen Zukunft umsetzt. Die langfristige Vision ist der gänzliche Ausstieg aus fossiler Energie. Trotz der Brisanz der Thematik gibt es in der Region bisher keine Klimawandel Anpassungsmodellregion KLAR!.

## 2.3 Reflexion und Erkenntnisse aus der Umsetzung in der letzten Periode

Die Erkenntnisse beruhen auf den Ergebnissen der jährlichen LEADER-Fortschrittsberichterstattung, eines LES Evaluierungsworkshops (VertreterInnen der LAG, PAG, Vorstand) am 29.11.2021 sowie zusätzlicher Hintergrundgespräche mit GemeindevertreterInnen und ProjektwerberInnen bei den Regionsworkshops am 2.2.2022, 14.2.2022 und 21.2.2022.

Abbildung 4: Marchfeld: Rückblick 2014 – 2020

### LEADER Region Marchfeld - Rückblick 2014 - 2020

#### Gute Entwicklung bisher

- LEADER als Anstoß für regionale Kooperationsprojekte (z.B. Anrufsammeltaxi Marchfeld mobil, Regionalbad)
- Maßnahmen zur Stärkung der regionalen Identität
- Initiativprojekte zur Stärkung der Direktvermarktung und Nahversorgung
- Vernetzung auf Betriebsebene im Tourismus (z.B. Regionspartnerprogramm zur NÖ Landesausstellung 2022)
- Genuss im Marchfeld: Kooperationen Tourismus&Landwirtschaft
- Qualifizierung von MitarbeiterInnen im Tourismus

#### Projektumsetzung

##### Positive Faktoren

- Hohe Fördersätze
- Professionelles LAG-Management zur Unterstützung für ProjektträgerInnen
- Regionalbüro als „one-stop-shop“ für Anfragen aus der Region (LEADER, KEM, Kleinregion, Tourismusverband räumlich ident)
- Hohe Kooperationsbereitschaft von Gemeinden
- engagierte AkteurInnen (Touristische Anbieter, PAG)
- gute Kommunikationsbasis mit den Förderstellen

##### Herausforderungen

- De Minimis Förderung
- Digitale Förderabrechnung für Projektträger
- Projektträger beginnen Projekte ohne entsprechende Vorbereitung/Planung
- Lange Zeiträume bzgl. Vorfinanzierung
- Bessere Abstimmung mit anderen Förderschienen

#### Luft nach oben, Entwicklungsbedarf

- Klimawandelanpassung, Flurplanung
- Bewusstsein für den Naturraum und Kulturerbe in der Bevölkerung verankern
- Digitalisierung in allen Bereichen forcieren
- Jugend/Generationen
- Professionalisierung Öffentlichkeitsarbeit
- Nächtigungsangebote
- Wirtschaftsplattform
- Qualitätsoffensive für Betriebe und Radtourismus
- Belebung Ortszentren, Nachhaltige Flächennutzung
- Regionsbewusstsein
- Ehrenamt, Einbindung Älterer ins Gemeinschaftswesen
- Barrierefreiheit öffentlicher Gebäude und touristischer Einrichtungen
- Soziale Begegnungsräume (Bedarf bei allen Generationen, kein Konsumzwang)

#### Top 11 Projekte

- Hofladen
- „Bauernspeis“
- Regionsraum in Schloss Hof
- Welcome Center (Regionale Infostellen)
- Studie Regionalbad
- Grobkonzept Marchfeld Mobil
- Naturwege Lassees
- Marchfelder Schlösserreich
- Rahmenprojekte zur NÖ Landesausstellung 2022
- Marchfelder Genusstour
- Marchfeldtag in Wien
- Storchenhaus Schloss Marchegg – Naturkompetenzzentrum

#### Übersicht 2014 - 2020

inkl. Übergangsjahre 21 und 22

**Gesamtfördervolumen € 2.953.311**

ohne LAG Management

AF 1: 22 Projekte  
AF 2: 9 Projekte  
AF 3: 15 Projekte  
Koop.: 14 Projekte



### **Herauszustreichen sind die folgenden Aspekte:**

Projektmittel sehr gut ausgeschöpft: hauptverantwortlich für die gute Mittelausschöpfung (fast 100 %) in der vergangenen Periode war die klare Zuordnung der in der Strategie vorgeschlagenen Maßnahmen mit klaren Projektträgerschaften.

Netzwerke durch NÖ Landesausstellung 2022 stark ausgebaut und vertieft: Vor allem bei der Vorbereitung der Landesausstellung 2022 in Marchegg „MARCHFELD Geheimnisse: Mensch.Kultur.Natur“ gab es eine intensive Kooperation mit den Tourismusdestinationen Weinviertel und Donau sowie den anderen Regionalentwicklungsorganisationen, die auch in Zukunft fortgesetzt werden soll.

LEADER hat Anstoß für viele Initiativen geliefert: durch Machbarkeitsstudien und Lobbyarbeit gab LEADER den Anstoß für viele Initiativen wie z.B. Marchfeld mobil, Regionalbad Gänserndorf etc. Das Regionalbüro hat sich auch als One-Stop-Shop für weitere Förderschienen empfohlen,

Direktvermarktung stark ausgebaut: Nicht zuletzt durch die Pandemie und die Nähe zu Wien wurde von den Landwirtschafts- und Gemüsebaubetrieben der Direktvermarktungsboom genutzt, der sich auch in Zukunft fortsetzen wird.

LAG als erfolgreiche Projektträgerin etabliert: Für bestimmte Regionsanliegen (z.B. Vernetzungs- und Beteiligungsprojekte und Innovationsanstöße) ist die LAG die einzig sinnvolle Trägereinrichtung. Sie ist dabei erfolgreich als Träger aufgetreten (Projekte zur Stärkung der Regionalen Identität) und wird dies auch in der zukünftigen Periode fortsetzen.

KEM mit aufgebaut und dadurch den Schwerpunkt Energie und Umwelt sehr gut abgedeckt.

Insgesamt gesehen gibt es eine große Zufriedenheit mit der Entwicklung der LEADER-Region. Dies geht auch aus der 2021 durchgeführten Weinviertelbefragung hervor. Besonders positiv eingeschätzt wurde die gute Zusammenarbeit mit der KEM, die Zusammenarbeit bei der Vorbereitung der NÖ Landesausstellung sowie die faire Verteilung der Projekte und Mittel über die gesamte Region, die hohe Mittelausschöpfung und das Regionsbewusstsein.

## **2.4 SWOT-Analyse der Region**

Die SWOT<sup>11</sup> wird entlang der 4 Aktionsfelder und von 11 Aktionsfeldthemen gegliedert. Sie wurde im Rahmen folgender Aktivitäten mit Beteiligung der Bevölkerung und maßgeblicher regionaler Stakeholder aktualisiert: Webinar-Reihe im Frühjahr 2021, Online-Umfrage im Sommer 2021 (beides weinviertelweit, es wurden nur jene die Region Marchfeld betreffenden Nennungen einbezogen), Workshop mit Vorstand und PAG am 29.11.2021 und Regionsworkshops am 2.2.2022, 14.2.2022 und 21.2.2022. Wichtige Ansatzpunkte, aus denen sich die Bedarfe für die Strategie 2023-2027 ableiten, sind **fett** markiert.

### **Aktionsfeld 1: Steigerung der Wertschöpfung**

#### **AF 1.1 Land- und Forstwirtschaft, Diversifizierung und regionale Produkte**

**Stärken:** **hochwertige lw. Produkte, Bekanntheit als Korn- & Gemüsekammer Österreichs, viele hochwertige Nischenprodukte** (z.B. Kräuteranbau,...), hoher Anteil **Bioproduzenten**, Nahrungsproduzent/Garten Wiens, vermehrt **DirektvermarkterInnen** (Ab-Hof), fruchtbare Landschaft/Ebene = USP, Vielfalt an Natur- und Kulturlandschaften, Marken „Marchfeld Gemüse“, „Marchfeld-Spargel“ sind bekannt, Genussregionen & Betriebe sind aktiv und gut vernetzt, viele HaupterwerbsbäuerInnen, hoher Wildbestand in den Augebieten als Potenzial

**Schwächen:** wenig Interesse an Diversifizierung seitens Betriebe, Interessenskonflikte zw. Landwirtschaft/Bevölkerung/Touristen (Wegebenutzung, Biodiversität u.a.), Wegverschmutzung durch landw. Maschinen, fehlende Verwertung von landw. Reststoffen (Biomasse), touristische Angebote sind wenig mit Landwirtschaft vernetzt, wenig Interesse landw. Betriebe an genusstouristischen Initiativen, wenig Betriebe im Bereich Weiterverarbeitung/Veredelung, Bodenerosion, fehlende Kleinstrukturen (ausgeräumte Landschaften)

**Chancen:** landwirtschaftliches Hauptproduktionsgebiet Österreichs, **positive Klimabedingungen für die Landwirtschaft**, ausreichende **Wasserversorgung**/Landwirtschaft (Marchfeldkanal), allgemein steigende Bedeutung der **Biolandwirtschaft**,

<sup>11</sup> Stärken und Schwächen: intern - beeinflussbar durch LAG und regionale Stakeholder; Chancen und Risiken: extern - zu berücksichtigen, jedoch nicht beeinflussbar

allg. steigende Bedeutung, steigender Wert der Lebensmittel für Menschen, Diversifizierung: Hofläden, Urlaub am Bauernhof, Genusstourismus, **Hofläden zur Verbesserung der Nahversorgung**, Direktvermarktung für Wiener Markt, bessere Verwertung biogener Reststoffe, moderne Technologien werden zur Basis von ökologisch nachhaltiger Produktion, **Landwirtschaft wird nachhaltiger und digitaler, aktive Kooperation mit regional vertretenen Forschungseinrichtungen (Probstdorfer Saatzucht, BOKU, ...)**

**Risiken:** hohe Abhängigkeit von Förderzuschüssen, Ausbeutung des Bodens zu Gunsten hoher Erträge, steigende Belastung durch Klimafolgen, hoher Wasserverbrauch durch landw. Produktion, Verlust der unverbauten Landschaft, Versiegelung

### AF 1.2 Tourismus, Kulinarik und Genuss

**Stärken:** Zusammenschluss Marchfelder Schlösserreich, **Naturerlebnis vielfältige Naturräume** (Nationalpark Donau-Auen, March-Auen, Trockenlebensräume), Familienausflugsregion **Naherholungsgebiet** zwischen Wien und Bratislava, Hauptradrouten (Marchfeldkanalradweg, KTM-Radweg, Donauradweg), 2 Radbrücken über die March, touristische Leitsysteme vorhanden, Produktion hochwertiger landw. Grundprodukte, bestehende genusstouristische Angebote und gute Vernetzung, gute ÖV Erreichbarkeit (Bahn, Marchfeld mobil),

**Schwächen:** fehlende Übernachtungsmöglichkeiten, fehlende Gastronomieangebote, Fehlen qualitativvoller Übernachtungs- und Gastronomiebetriebe, Aufholbedarf bei Serviceorientierung touristisches Personal, Infrastruktur von Radrouten teilw. in schlechtem Zustand, vielerorts Landschaftsbild als Agrarwüste, fehlende **Vernetzung der touristischen Angebote**, zu wenige touristische Angebote – breiteres Angebot fehlt, ungenutztes Potenzial des Hauptradrouten bzgl. Übernachtungs-tourismus, mangelnde Tourismusgesinnung der Gemeinden (v.a. bzgl. Radtourismus), zu wenige Familienangebote, zu wenige Reitwege für Reitbetriebe, Marke Marchfeld teilw. ungenügend touristisch besetzt, entlang der Flüsse Gelsenproblematik

**Chancen:** 3 Mio. Einwohner Besucherpotenzial (Wien, Bratislava, Umland-Speckgürtel), Radaffinität der SlowakInnen (Bratislava-Nähe), Etablierung als Radregion (Ebene) und Ausflugsregion/Tagestourismus, NÖ Landesausstellung 2022 als nachhaltiger Impuls für die Region, allgemeiner Trend zur Bewegung im Freien aufgrund der Pandemie, allgemeiner Trend zum Sanften Tourismus/Natur- Gartentourismus, klimaschonende Ernährung (Vegan) als Trend, Ausflug in Kombination mit Einkaufen ab Hof (Genusstourismus), oft unbekannte vielfältige Naturlandschaft, Weite statt Enge (Landschaft) als Potenzial

**Risiken:** Verlust der unverbauten Landschaft, Versiegelung, Steigende Belastung durch Klimafolgen, Erhöhtes Verkehrsaufkommen entlang der Pendlerstrecken, starker LKW-Verkehr (Schotter), Donau und March fungieren mehr als Grenze, denn als verbindendes Element, Naturschutz versus Tourismusentwicklung, Radfahren abseits der Radrouten nicht möglich, Interessenskonflikte zw. Landwirtschaft, Bevölkerung und Touristen (Wegenutzung, Biodiversität u.a.)

### AF 1.3 Wirtschaft und Innovation, Gewerbe, KMU, Handwerk und Arbeitsmarkt

**Stärken:** hohes Arbeitskräftepotenzial, bestehende natürliche Ressourcen (Schotter, Gas, Öl), gute ÖV Anbindung begünstigt wirtschaftliche Tätigkeit an der Nordachse, Nähe zum Zielmarkt Wien und **Bratislava**

**Schwächen:** fehlende Arbeitsplätze, **slowakischer Markt** ist ungenutzt, schlechte Verkehrsinfrastruktur (Straße, Anbindung SK, fehlende Marchfeldschnellstraße), fehlende Autobrücke in die Slowakei, unterdurchschnittliches Bruttoregionalprodukt, schlecht ausgelastete/ungenutzte Wirtschaftsparks, schlechte Unterstützungsstruktur für **Gründer**, unzureichende Unterstützungsstruktur für EPUs, zu wenige berufliche Entfaltungsmöglichkeiten für Jugendliche, mangelnde Ausbildungsplätze für Jugendliche, zu wenig berufliche Gestaltungsmöglichkeit des beruflichen Alltags für Frauen, fehlende Nahversorgung in kleineren Orten, schlechtes Anbot regionaler Betriebe im Bereich Onlinehandel, fehlende Attraktivität/Aufenthaltsqualität der **Ortskerne** hat Auswirkungen auf das Einkaufsverhalten, zunehmender **Leerstand in Ortskernen**

**Chancen:** Nähe zur **Slowakei, Bratislava** (Zielmarkt), Nähe zu Wien, ÖV-Ausbau Marchegger Ast, Marktöffnung in Slowakei, Glasfaser Ausbau, geografische Lage: 3 Mio. potenzielle KundInnen im Einzugsgebiet, NÖ Landesausstellung als nachhaltiger Impuls für die Region

**Risiken:** Kaufkraft fließt ab in Ballungszentren (online), verstärkt leerstehende Geschäftsflächen in **Ortszentren**, Branchenmix in Ortszentren geht verloren, allgemein stagnierende Wirtschaft, Auswirkungen Covid-Pandemie

## Aktionsfeld 2: Festigung oder nachhaltige Weiterentwicklung der natürlichen Ressourcen und des kulturellen Erbes

### AF 2.1 Natur- und Ökosysteme:

**Stärken:** Au-Landschaften hohes Naherholungspotenzial, hohe Artenvielfalt, vielfältige, zahlreiche Naturräume (**Schutzgebiete**), sehr gut betreutes Nationalparkgebiet

**Schwächen:** sinkende Artenvielfalt und **Biodiversität**, wenige Kleinstrukturen, fehlende Kleinstrukturen (ausgeräumte Landschaften), belastetes Grundwasser durch Überdüngung, Hochwassergefahr (mangelhafte bauliche Maßnahmen), mangelhafte Betreuung der kleinen Naturräume (Trockenstandorte, entlang March), fehlende Windschutzgürtel (Wild, Erosionsschutz,...), Bodenerosion, fehlende Kleinstrukturen (ausgeräumte Landschaften), fehlende Akzeptanz der Landwirte, Bevölkerung für die Schutzgebiete, Zersiedelung, hoher Flächenverbrauch der Siedlungen, oft fehlende BesucherInnenlenkung in sensiblen Naturräumen

**Chancen:** Etablierung Storchenhaus Marchegg als Anlaufstelle für Naturraum-Initiativen entlang der March: Naturlandschaft entlang der March ist Trittstein zu Naturgebieten in der Slowakei; Grünräume qualitativ verbessern, Vorgärten gestalten, kommunale Grünflächen qualitativ verbessern als Beitrag zu mehr Biodiversität, Reaktion auf Klimawandel, Landschaftspflege durch Beweidung, Blühstreifen als soziale Treffpunkte auf Gemeindeflächen innerorts, Aufforstung mit Klima-

resistenter Baumarten, allg. Trend zur Bewegung in der Natur, Naturinteresse in der Bevölkerung gestiegen, NÖ Landesausstellung als nachhaltiger Impuls

**Risiken:** Bodenversiegelung, Verlust der Vielfalt in der Natur, sinkende Artenvielfalt und Biodiversität, zunehmende Bodenerosion, Ausbreitung von Neophyten, Verlust der unverbauten Landschaft (Raumplanung), mangelnde Unterstützung der Naturraumpotenziale durch **Raumplanung**, Verlust der unverbauten Landschaft durch zunehmende Zersiedelung, mangelndes **Wissen und Bewusstsein** über die Naturvielfalt, steigende Belastung durch Klimafolgen, Naturschutz versus Tourismusentwicklung, allg. Trend zur Bewegung in der Natur durch die Pandemie

## AF 2.2 Kultur und Regionsbewusstsein

**Stärken:** Zusammenschluss **Marchfelder Schlösserreich**, etablierte Leitthemen (Schlösser, Napoleon, Eisenbahnmuseum), Potenzial an Aufarbeitung/Darstellung **historischer Themen**, enormes Wissenspotenzial im Eisenbahnmuseum in Strasshof, ausgeprägte junge (jugendliche)Kulturszene, engagierte Künstlergruppen, Schlösser inszenieren auch das Naturthema  
**Schwächen:** Kulturzentrum/Theater fehlt im Bezirk, fehlende Vernetzung der Kulturangebote/Kulturbegegnungsorte, zu wenige Familienangebote, Fehlen qualitätsvoller Übernachtungs- und Gastronomiebetriebe, Marke Marchfeld kulturell ungenügend besetzt, geringe Nutzung digitaler Möglichkeiten zur Wissensvermittlung und Aufarbeitung kulturhistorischer Themen

**Chancen:** 3 Mio. Einwohner BesucherInnenpotenzial, **NÖ Landesausstellung 2022** als nachhaltiger Impuls für die Region, alte Baukultur erhalten, Nutzungs- und Renovierungskonzepte (Höfe in kleinen Orten), Wanderausstellung für Kinder zu regionaler Geschichte, Herrscherfamilien in Region und alte kulturelle Baudenkmäler (Marterl, Statuen, Denkmäler,...) aufarbeiten

**Risiken:** großes Kulturangebot in Wien

## AF 2.3 Bioökonomie und Kreislaufwirtschaft

**Stärken:** gute Voraussetzungen, um fossile Ressourcen (Rohstoffe und Energieträger) durch **nachwachsende Rohstoffe** in möglichst allen Bereichen und Anwendungen zu ersetzen, hochwertige Flächen/Böden für die landwirtschaftliche Produktion, bestehende natürliche Ressourcen (Wind, Sonne, Schotter, Grundwasserspeicher), Bildungsangebote/Know-how nutzen (Wien-Boku)

**Schwächen:** wenige Initiativen im Bereich **Bioökonomie**, die Umsetzung der Bioökonomie lässt sich langfristig nicht allein durch die Anwendung intelligenter Technologien realisieren, sondern erfordert gleichzeitig eine drastische **Änderung bestehender Konsum- und Lebensgewohnheiten**

**Chancen:** Lücken füllen – welche Pflanzkulturen sind noch möglich, enorme Biomasseproduktion in der Landwirtschaft, Waldgebiete entlang March/Donau als Potenzial, allg. Trend zur Ressourceneffizienz, Zuckerfabrik, Ardo, OMV, Probstdorfer Saatzucht, Boku-Forschungsbetrieb im Marchfeld– Netzwerke ausbauen um Forschung und Praxis zu verknüpfen (z.B. Biokunststoffe), Zukunft in nachhaltige Produkte stecken – Flachs-, Hanffasern, Kooperation mit Universitäten – es gibt viele innovative Produzenten im Marchfeld, z.B. Biolandwirte, austauschen und Netzwerken für gemeindeweite Bebauungspläne, Verdichtung, Versiegelung und Flächenverbrauch soll sinnvoll gestaltet werden – Raumordnung, Energiegewinnung aus dem Grundwasser als Chance für die Region – Wasserwärmepumpe, eventuell gleich für eine gesamte Siedlung, wie z.B. Fernwärmewerk, Materialrückgewinnung – Bauwirtschaft, Wasserverbrauch in der Landwirtschaft – Beregnungsanlagen effizienter machen, durch die Anwendung von neuen Technologien können Rohstoffpotenziale stofflich und energetisch **möglichst effizient ausgenutzt** werden, agrarökologische Konzepte könnten zukünftig resiliente Alternativen darstellen angesichts der höheren Temperaturen und unsicheren Niederschläge, Reduzierung Verpackungsmüll in der landw. Produktion

**Risiken:** der Ausbau der industriellen Biomasseproduktion führt zu einem verstärkten Nutzungsdruck auf Naturlandschaften und einem weiteren Verlust an Arten- und Lebensraumvielfalt. Um hohe Erträge auf der begrenzten Fläche zu erzielen, kann der Verbrauch an Dünge- und Pflanzenschutzmitteln steigen und schädigt so Wasser und Böden

## Aktionsfeld 3: Stärkung der für das Gemeinwohl wichtigen Strukturen und Funktionen

### AF 3.1 Regionales Lernen, Aus- und Weiterbildung, Wissensmanagement und Beteiligungskultur

**Stärken:** reges Vereinsleben, gutes Netz an Hilfsorganisationen, gute Versorgung mit Pflichtschulen, viele Erwachsenenbildungseinrichtungen, kostenlose Bildungs-Beratung, funktionierende soziale Grundversorgung durch freiwilliges Engagement in kleinen Gemeinden, **Weiterbildungsangebote** in Gemeinden, vielfältiges Angebot an Kinderbetreuungsplätzen in Städten, teilw. gute dörfliche Gemeinschaften

**Schwächen:** kein Überblick über regionale Veranstaltungen und **Bildungsangebote**, mobile Jugendarbeit (mangelnde Kriseninterventionsmöglichkeiten), Integration der Zuzügler funktioniert nicht, fehlender regionaler Arbeitsmarkt, fehlende höhere Ausbildungsmöglichkeiten in der Region (FH, Uni,...) zu wenige regionale **Aus- und Weiterbildungsangebote** vorhanden (z.B. Pflgeberufe), wenig Bewusstsein für soziale Bildungsthemen (Integration, Frauen), fehlende flexible Kinderbetreuung (WiedereinsteigerInnen) – fehlende Kleinstkinderbetreuungsangebote, fehlendes Wissen für mitalternde Wohnformen, fehlendes Anbot Coworking-Space, regionale Identität schlecht ausgeprägt, fehlende digitale kommunale Kommunikationsformen zur besseren Einbindung der BürgerInnen

**Chancen:** Ehrenamt forcieren– mehr Information, regionale Betriebe stärken & fördern, teilw. gute Regionale Lernkultur (LLL), Ansätze zur organisierten Nachbarschaftshilfe unterstützen, Coworking, Megatrends Konnektivität (Prinzip der Vernetzung auf Basis digitaler Infrastrukturen), die **Pandemie** hat Bildung endgültig digitalisiert, kooperative und dezentrale Strukturen zur Wissensgenerierung vorangetrieben, Zeitalter der Kreativökonomie - gelungene Symbiose von Leben und Arbeiten, Arbeitswelt agiler, flexibler und digitaler

**Risiken:** Dorfzentren als Kommunikationsorte gehen verloren, Marchfeld verliert Junge – Braindrain, demografische Entwicklung

### AF 3.2 Soziale Innovation, Diversität, Gemeinwohl und Lebensqualität

**Stärken:** gute Nahversorgung in den Städten und in größeren Gemeinden, teilw. ausgeprägtes ländliches Brauchtum, reges Vereinsleben, gutes Netz an Hilfsorganisationen, funktionierende soziale Grundversorgung

**Schwächen:** **Begegnungszonen/Treffpunkte** fehlen (v.a. für Jugendliche), fehlende **Kommunikationsorte** in Ortskernen – geringe Aufenthaltsqualität, fehlende Nahversorgung in kleinen Gemeinden, geringe Dichte an regionalen Nahversorgungsbetrieben (Fleischer, Bäcker), **Integration der ZuzüglerInnen** funktioniert nicht, Barrierefreiheit oft nicht vorhanden/mangelhaft, Infrastruktur für Menschen mit Betreuungspflichten, **Dorfzentren** gehen verloren, zu schnelles Wachstum der Städte, ärztliche Grundversorgung, teilw. schlechte Glasfaser-Versorgung (Homeoffice), Zusammengehörigkeit in Orten und regionale Identität schlecht ausgeprägt, wenig Freizeitangebot, wenig mobile Jugendarbeit (mangelnde Kriseninterventionsmöglichkeiten), regional sehr unterschiedliche Dichte an Plätzen zur Kleinstkinderbetreuung, fehlende Ferienbetreuung

**Chancen:** Pflege der Älteren schafft Arbeitsplätze in der Region, Mehrgenerationenhäuser, Ansätze zur organisierten Nachbarschaftshilfe vorhanden, Wachstum, Auflösung der Stadt-Land-Dichotomie, das Dorf ist die neue Stadt: ländliche Regionen positionieren sich als Orte der sozialen Innovation, Nutzen und Zugang werden wichtiger als Besitzen und Eigentum, Megatrend Silver Society – völlig neue Lebensphase im letzten Drittel des Lebens, eine von Nachhaltigkeit und Entschleunigung geprägte Post-Corona-Gesellschaft, Ehrenamt stärken, Jugendliche stärker einbinden

**Risiken:** demografische Entwicklung, Bevölkerungswachstum, internationale Migration, Marchfeld verliert seine Jugendlichen, ausgestorbene Ortskerne, zunehmende Leerstände in Ortskernen, Wunsch nach einem Leben auf dem Land wächst – Trend zur Stadtfucht, medizinischer Versorgung ist das Land häufig nicht gut aufgestellt

## Aktionsfeld 4: Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel

### AF 4.1 Energie, Treibhausgas- und Co2 Einsparung

**Stärken:** 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

**Schwächen:** ungenutzte **Biomassepotenziale**, mangelhafte Kooperationskultur bei Energiethemen, Elektrifizierung **Gemeindefuhrpark** und Arbeitsgeräte, Windschutzgürtel teilw. in schlechtem Zustand, fehlende Beschattung im Siedlungsgebiet – dadurch Überhitzung

**Chancen:** konstante **Windkraft** (Windräder), Klima- und Energieförderprogramme, Klarheit bezüglich Standorte für Windkraft durch das Sektorale Raumordnungsprogramm zur Nutzung von Windkraft in NÖ, Nutzung Grundwasserkörper für Großanlagen von Wärmepumpen, Geothermie, Nutzung der Solarenergie

**Risiken:** allgemeiner Anstieg des Energieverbrauchs, Beeinträchtigung der Sichtbeziehung durch Windkraftanlagen, Vermehrt Hochwässer, Starkregenereignisse, Trockenheit, Hitze, steigende Belastung durch Klimafolgen dadurch hoher Wasserverbrauch durch landw. Produktion (Beregnung)

### AF 4.2 Nachhaltige Mobilität

**Stärken:** Anrufsammeltaxi Marchfeld mobil schafft gute **Anbindung an ÖV** innerregional, 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, Bereitschaft/Interesse für **umweltschonende Verkehrskonzepte (E-Mobilität, Mikro-ÖV,...)**

**Schwächen:** fehlende Infrastruktur abseits der Nordachse verhindert die Mobilität im Alter, E-Bike-Infrastruktur forcieren, Ladestellen, versperrbare Abstellanlagen (bei Tourismus Hotspots, zentralen Plätzen in Orten), hohe Verkehrsbelastung, Schwerverkehr in Ortschaften, teilw. fehlende Fußwege, teilw. fehlende Alltagsradwege für Kurzstrecken, auch außerhalb (Radautobahn), fehlende P&R, fehlende qualitativ hochwertige Radabstellanlagen bei ÖV Knoten und relevanter Infrastruktur (z.B. Handel), teilw. schlechter Standard bei Radwegen (Beläge), schlechte ÖV Anbindung aus dem Marchfeld zur Bezirkshauptstadt, schlechte innerörtliche Anbindung an die Bahnhöfe, schlechte IV Anbindung Wien (S8), keine Querverbindungen, keine Anbindung an ausgebauten Achsen, fehlendes grenzüberschreitendes Verkehrskonzept, stark überlastete Hauptverkehrsachsen, starke Konzentration der Bevölkerung auf IV, mangelndes Bewusstsein für Verkehrsreduktion (Klima)

**Chancen:** allgemeine **E-Mobilitätstrends** (E-Car, E-Bike, Carsharing, Fußgänger, Radverkehr-aktive Mobilität), Anrufsammeltaxisysteme

**Risiken:** Menschen auf dem Land sind oft auf das Auto angewiesen, Pendeln wird sich verändern: bedeutet es heute vor allem Stress, werden autonome Fahrzeuge die Zeit im Auto aufwerten

### AF 4.3 Wohnen und Nahversorgung sowie Klimaschutzdienstleistungen

**Stärken:** ausreichend Angebote in den Städten und größeren Orten

**Schwächen:** fehlende Infrastruktur abseits der Nordachse verhindert die Mobilität im Alter

**Chancen:** Klima- und Energieförderprogramme, Infotermine, Zero Waste-Initiativen aufgreifen (Hofläden ohne Verpackung, weniger Lebensmittelverschwendung)

**Risiken:** vermehrt Hochwässer, Starkregenereignisse, Trockenheit, Hitze, Menschen auf dem Land sind oft auf das Auto angewiesen, Pendeln wird sich verändern: bedeutet es heute vor allem Stress, werden autonome Fahrzeuge die Zeit im Auto aufwerten



## **Berücksichtigung der Querschnittsthemen und wesentliche Änderungen im Vergleich zur SWOT 2014-2020**

Querschnittsthemen wie Gender Mainstreaming, Gleichstellung von Frauen und Männern, unterrepräsentierte oder vulnerable Gruppen, der demografische Wandel, Bildung, Klimaschutz und Anpassung Klimawandel oder die Digitalisierung wurden in allen Aktionsfeldern berücksichtigt.

Im Folgenden angeführte Nennungen sind Änderungen im Vergleich zur SWOT 2014-2020:

### **AF 1: Steigerung der Wertschöpfung**

#### **Landwirtschaft**

Stärken: guter Ausbildungsgrad der LandwirtInnen, gut vernetzte Betriebe, viele hochwertige Nischenprodukte (z.B. Kräuteranbau, ...), hoher Anteil an Bioproduzenten

Schwächen: wenige Betriebe im Bereich Weiterverarbeitung/Veredelung

Chancen: Diversifizierung: Hofläden, Urlaub am Bauernhof, Genussstourismus, Verbesserung der Logistik (B2B, zum Endabnehmer) durch digitale Plattformen

#### **Tourismus**

Stärken: regionales Tourismusangebot und Vernetzung verbessert

Schwächen: geringes Serviceangebot entlang der Radrouten

Chancen: NÖ Landesausstellung als nachhaltiger Impuls, digitale Marketingformen nutzen

#### **Wirtschaft**

Schwächen: fehlende Attraktivität und Aufenthaltsqualität der Ortskerne hat Auswirkungen auf das Einkaufsverhalten, zunehmender Leerstand in Ortskernen

Risiken: leererstehende Geschäftsflächen in Ortszentren, Branchenmix in Ortszentren geht verloren, Auswirkungen der Covid-Pandemie

### **AF 2: Festigung oder nachhaltige Weiterentwicklung der natürlichen Ressourcen und des kulturellen Erbes**

#### **Natur und Ökosysteme**

Schwächen: fehlende BesucherInnenlenkung in sensiblen Naturräumen

Chancen: Etablierung Storchenhaus Marchegg als Anlaufstelle für Naturrauminitiativen entlang der March, nachhaltiger Impuls durch die NÖ Landesausstellung,

Risiken: allgemeiner Trend zur Bewegung in der Natur durch die Pandemie erhöht die Belastung der Naturräume

#### **Kultur und Regionsbewusstsein**

Schwächen: zu wenige Familienangebote, Marke Marchfeld kulturell ungenügend besetzt, geringe Nutzung digitaler Möglichkeiten zur Wissensvermittlung und Aufarbeitung kulturhistorischer Themen

#### **Bioökonomie und Kreislaufwirtschaft**

neues Themenfeld

### **AF 3: Stärkung der für das Gemeinwohl wichtigen Strukturen und Funktionen**

#### **Regionales Lernen, Aus- und Weiterbildung, Wissensmanagement und Beteiligungskultur**

Schwächen: fehlende höhere Ausbildungsmöglichkeiten in der Region (Fachhochschule oder Universität), fehlende digitale kommunale Kommunikationsformen zur besseren Einbindung der BürgerInnen

Chancen: Ehrenamt forcieren, Ansätze zur organisierten Nachbarschaftshilfe unterstützen, Coworking-Spaces fehlen, Pandemie hat die Bildung endgültig digitalisiert sowie kooperative und dezentrale Strukturen zur Wissensgenerierung vorangetrieben, Zeitalter der Kreativökonomie fördert gelungene Symbiose von Leben und Arbeiten, Arbeitswelt ist agiler, flexibler und digitaler geworden

Risiken: Dorfszentren als Kommunikationsorte gehen verloren

#### **Soziale Innovation, Diversität, Gemeinwohl und Lebensqualität**

Chancen: Pflege der Älteren schafft Arbeitsplätze in der Region, Ansätze zur organisierten Nachbarschaftshilfe vorhanden, ländliche Regionen positionieren sich als Orte der sozialen Innovation, Nutzen und Zugang werden wichtiger als Besitzen und Eigentum, Megatrend Silver Society erschließt völlig neue Lebensphase im letzten Drittel des Lebens, Ehrenamt stärken, Jugendliche stärker einbinden

### **AF 4: Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel**

#### **Energie, Treibhausgas- und CO<sub>2</sub>-Einsparung**

Schwächen: fehlende Beschattung im Siedlungsgebiet verstärkt Gefahr der Überhitzung,

Chancen: Nutzung des Grundwasserkörpers für Großanlagen von Wärmepumpen, Geothermie, Nutzung der Solarenergie

Risiken: steigende Belastung durch Klimafolgen, hoher Wasserverbrauch in der Landwirtschaft durch Beregnung in der Landwirtschaft

#### **Nachhaltige Mobilität**

Stärken: Anrufsammeltaxi Marchfeld mobil schafft gute innerregionale Anbindung an den öffentlichen Verkehr, besser ausgebauter ÖV an der Nordachse und am Marchegger Ast, Bereitschaft und Interesse für umweltschonende Verkehrskonzepte (E-Mobilität, Mikro-ÖV,...) vorhanden

Chancen: aktive Mobilität im Fußgänger- und Radverkehr

## 2.5 Darstellung der lokalen Entwicklungsbedarfe

Aus den thematischen SWOTs und dem Rückblick auf die alte LEADER-Periode wurden – geordnet nach den vier Aktionsfeldern – folgende zentrale Entwicklungsnotwendigkeiten für die Region abgeleitet und in die Umsetzungsstrategie übergeführt. Die Nummern am Ende jedes Entwicklungsbedarfs verweisen auf die Nummern der Themenfelder der SWOT-Analyse in Kap. 2.4. Als Bedarf ist der wahrgenommene Unterschied zwischen dem, was bisher erreicht wurde und dem, was in Zukunft erreicht werden soll, definiert. Die Priorisierung erfolgte im Rahmen der Zukunftswerkstatt<sup>12</sup>. Das Marchfeld ist nach wie vor eine von der Landwirtschaft geprägte Region, jedoch mit zunehmendem Anteil an biologisch wirtschaftenden Betrieben. Der regionale Tourismus hat sich verbessert - die NÖ Landesausstellung 2022 wird als nachhaltiger Impuls für digitale Marketingformen und eine stärkere Vernetzung von Betrieben genutzt. Handlungsbedarf gibt es in den Ortskernen der Gemeinde, welche unter der fehlenden Attraktivität und Aufenthaltsqualität leiden und wo es dadurch zu zunehmenden Leerständen kommt.

Der allgemeine Bewegungstrend – bedingt durch die Pandemie und fehlende BesucherInnenlenkungen – schaden den sensiblen Naturräumen und kann zu Bodenerosion und zum Verlust von Biodiversität führen. Der hohe Versiegelungsgrad und der damit einhergehende Verlust der unverbauten Landschaft stellen ein großes Problem dar. Hierbei sollen die Etablierung des Storchenhaus Marchegg als Anlaufstelle für Naturrauminitiativen helfen, genauso wie die NÖ Landesausstellung ihren positiven Beitrag zur Verbesserung der naturräumlichen Lage leistet. Kulturell gesehen ist die Region weiterhin nicht gut aufgestellt – es bedarf an zusätzlichen Familienangeboten. Die Marke Marchfeld müsste besser besetzt werden und digitale Möglichkeiten nutzen, um das Wissen zu vermitteln und kulturhistorische Themen aufzuarbeiten.

Personen, die eine höhere Ausbildung an einer FH oder Universität anstreben, zieht es nach Wien. Die Beteiligungskultur verschlechtert sich durch Zuzug im Umland von Wien zusehends und muss verbessert werden. Digitale kommunale Kommunikationsformen würden zur besseren Einbindung der BürgerInnen beitragen – Vernetzung, Nachbarschaftshilfen, Möglichkeiten sich ehrenamtlich betätigen zu können und das Angebot von Coworking-Stätten würden eine gelungene Symbiose zwischen Leben und Arbeiten darstellen.

Das Marchfeld hat weiterhin einen starken Zuzug. Deshalb sind Projekte zur Integration von ZuzüglerInnen auch in Zukunft hoch im Kurs. Die Verfügbarkeit von Bildungsangeboten ist durch die Wiennähe sehr gut gegeben.

Nach wie vor gibt es ein Lohngefälle zwischen Männern und Frauen – v.a. in der Privatwirtschaft. Bessere Betreuungsangebote für Kinder würden den Spielraum von Frauen in der Region vergrößern. Das Kultur- und Freizeit-Angebot für Jugendliche ist verbesserungswürdig: das Regionsbewusstsein und das positive Bild der Region ist bei den Jugendlichen noch nicht sehr stark ausgeprägt. Einzelne Jugendbetreuungsprojekte (z.B. Gänserdorf) sind nur zum Teil erfolgreich und warten auf die regionale Umsetzung.

Ländliche Regionen positionieren sich als Orte der sozialen Innovation, Nutzen und Zugang werden wichtiger als Besitzen und Eigentum. Der Megatrend Silver Society, dass man eine völlig neue Lebensphase im letzten Drittel des Lebens durchlebe, spielt eine Rolle in der Region. Die von Nachhaltigkeit und Entschleunigung geprägte Post-Corona-Gesellschaft hat immer mehr den Wunsch nach einem Leben auf dem Land, was zu einem Trend der Stadtfucht führt.

Fehlende Beschattungsmöglichkeiten im Siedlungsgebiet führen zu Überhitzung, die Nutzung von Solarenergie, Geothermie und der Grundwasserkörper von Wärmepumpen für Großanlagen stellen hierbei eine Chance dar. Die steigenden Belastungen durch Klimafolgen führen zu einem hohen Wasserverbrauch der landwirtschaftlichen Produktion.

---

<sup>12</sup> In der Regionsveranstaltung am 4.4.2022 wurde die Priorisierung durch TeilnehmerInnen vorgenommen.

Verkehrstechnisch steht die Region nun um einiges besser dar als in der letzten Periode. Das ÖV-Angebot wurde stark verbessert und ausgebaut (U-Bahnanbindung an Wien), das Anrufsammeltaxi Marchfeld schafft auch eine gute ÖV-Anbindung innerregional abseits der Nordachse. In der Bevölkerung besteht teilweise auch Interesse für umweltschonende Verkehrskonzepte, dennoch ist die Bewusstseinsbildung für die Auswirkungen des Klimawandels ausbaufähig.

### **Aktionsfeld 1: Steigerung der Wertschöpfung**

Land- und Forstwirtschaft: Die Region ist bekannt als die Korn- und Gemüsekammer Österreichs („Marchfelder Gemüse“, „Marchfelder-Spargel“) und zeichnet sich durch hochwertige Nischen- und Bioprodukte aus. Entwicklungsbedarf gibt es in folgenden Bereichen:

- Die positiven Klimabedingungen und die Möglichkeit zur Feldberegnung durch den Marchfeldkanal werden weiterhin genutzt, um das landwirtschaftliche Hauptproduktionsgebiet Österreichs zu bleiben. Dennoch müssen klimaverträgliche und innovative landwirtschaftliche Bewirtschaftungsformen eingeführt werden.
- Das Angebot an regionalen Frischeprodukten (Gemüse, ...) ist noch zu wenig in der Region für Endkunden verfügbar.

Tourismus, Kulinarik und Genuss: Die Nähe zum Ballungsraum Wien und Bratislava sowie die gute Erreichbarkeit der Veranstaltungen stellen ein großes Potenzial im Ausflugs- und Radtourismus dar. Die Region verfügt über eine sehr reizvolle Natur- und Kulturlandschaft sowie über ein gutes Angebot an touristischer Infrastruktur die touristisch besser nutzbar wären. Sie wird von der Weinviertel Tourismus GmbH und teilweise von der Donau Niederösterreich Tourismus GmbH vermarktet. Entwicklungsbedarf gibt es in folgenden Bereichen:

- Die Verbesserung der touristischen Infrastruktur und eine regional abgestimmte Angebotsentwicklung war bereits in der LEADER-Vorperiode ein Themenschwerpunkt und bietet auch zukünftig eine Chance für die positive touristische und kulturelle Weiterentwicklung der Region.
- Die Berücksichtigung der Erholungsfunktion des Naturraums zwischen Donau und March würde ebenfalls positive Auswirkungen auf den Tagestourismus haben.
- Eine multisektorale Vernetzung von AnbieterInnen der Freizeit- und Tourismuswirtschaft mit der Landwirtschaft (DirektvermarkterInnen) könnte Interessenskonflikte bezüglich Wegebenutzung und Biodiversität lösen und die genusstouristischen und kulinarischen Angebote ausbauen.

Wirtschaft und Innovation, Gewerbe, KMU, Handwerk und Arbeitsmarkt: In der Region dominieren Gewerbe/Handwerk und Handel. Die Betriebsstruktur der Region ist durch eine große Anzahl an kleinen Betrieben geprägt. Es ist eine klassische Pendlerregion, da am Standort zu wenige Arbeitsplätze zur Verfügung stehen. Auch dem grenzüberschreitenden Markt (Ballungsraum Bratislava) sollte mehr Augenmerk geschenkt werden. Entwicklungsbedarf gibt es in den folgenden Bereichen:

- Es werden die sich aus dem demographischen Wandel ergebenden Chancen für die Wirtschaft noch zu wenig genutzt. Ein regionales Standortmarketing unter Einbindung der Leitbetriebe soll die Region als gute Wohn-, Freizeit- und Arbeitsregion für junge Menschen und Zugezogenen positionieren.
- Obwohl das Marchfeld eine Wachstumsregion ist, haben die Gemeinden mit dem „Doughnut Effekt“ und Leerständen zu kämpfen.
- Es wird Wert auf den Aufbau von Business Start-Ups gelegt, um die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit zu verbessern.
- Es soll neuen Märkten wie dem Großraum Bratislava mehr Augenmerk geschenkt werden.

## **Aktionsfeld 2: Festigung und Weiterentwicklung der natürlichen Ressourcen und des kulturellen Erbes**

Natur- und Ökosysteme: 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. Eine weitere Zersiedlung und überbordende Infrastrukturprojekte gefährden die überregionalen Wildtierkorridore. Entwicklungsbedarf gibt es in folgenden Bereichen:

- Die Bevölkerung soll besser über den Natur- und Landschaftsschutz informiert werden.
- Eine vorausschauende Raumplanung sichert die überregionalen Wildtierkorridore und verhindert Zersiedelung
- Entwicklungschancen bieten sich in der verstärkten multithematischen Zusammenarbeit und Interessensbündelung zwischen Naturschutz, Tourismus und Landwirtschaft (Naturtourismus)
- Es wird Wert auf die Erhaltung der Biodiversität und die Pflege der Kulturlandschaft gelegt.
- Reaktion auf den allgemeinen Trend zu Bewegung in der Natur aufgrund der Pandemie (Sicherung der Erholungsfunktion der Naturräume im Stadt-Umland)

Kultur- und Regionsbewusstsein: Die Region hat eine reiche Kulturgeschichte. Diese hat zahlreiche Spuren in der Landschaft hinterlassen. Mit dem schlossORTH Nationalpark-Zentrum verfügt sie über ein NÖ Top Ausflugsziel. Das Schloss Hof, der Nationalpark Donauauen, das Kaiserliche Jagdschloss Eckartsau und das Eisenbahnmuseum Strasshof sind weitere touristische Hotspots. Entwicklungsbedarf gibt es in folgenden Bereichen:

- Die NÖ Landesausstellung 2022 soll als nachhaltiger Impuls gesehen werden und die BesucherInnenzahl in der Region auch in Zukunft erhöhen.
- Historische Bauwerke und kulturelle Baudenkmäler sollen als Bühne für kulturelle Veranstaltungen genutzt und so wieder in die Wertschöpfungskette integriert werden.

Bioökonomie und Kreislaufwirtschaft: Die Region hat sehr gute Voraussetzungen, um fossile Ressourcen (Rohstoffe und Energieträger) durch nachwachsende Rohstoffe in möglichst allen Bereichen und Anwendungen zu ersetzen. Die Chancen, die sich daraus ergeben, sollen koordiniert genutzt werden. Darüber hinaus sollen durch die Kreislaufwirtschaft Energie- und Materialkreisläufe verlangsamt, verringert und geschlossen werden. Entwicklungsbedarf gibt es in folgenden Bereichen:

- Konzepte im Bereich Kreislaufwirtschaft und Bioökonomie entwickeln.
- Initiativen zu Re-Use, Reparatur und Handwerk bekannter machen und fördern.
- Wissenstransfer und Bewusstseinsbildung für die Nutzung biogener Rohstoffe betreiben

## **Aktionsfeld 3: Stärkung der für das Gemeinwohl wichtigen Strukturen und Funktionen**

Regionales Lernen, Aus- und Weiterbildung, Wissensmanagement und Beteiligungskultur: Die regionale Bevölkerung ist gut ausgebildet und es steht ein ausreichendes Grundangebot an Bildungseinrichtungen zur Verfügung. 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. Entwicklungsbedarf gibt es in folgenden Bereichen:

- Zur Erleichterung des lebenslangen Lernens sollen die digitalen und regionalen Bildungsangebote ausgebaut werden
- Die Neubelebung der sozialen Strukturen nach der Pandemie soll gefördert werden.
- Die Engagement-Quote der Bevölkerung ist in kleinen Gemeinden bisher deutlich höher. Die Integration von ZuzügerInnen in die örtlichen Strukturen soll gestärkt werden.

Soziale Innovation, Diversität, Gemeinwohl und Lebensqualität: Die Nahversorgung ist in den größeren Gemeinden vorhanden, dennoch führen fehlende Begegnungszonen und die nicht vorhandene

Barrierefreiheit zu Gefahren für die Lebendigkeit der Ortskerne und die Teilhabe aller Bevölkerungsgruppen (gerade ältere, weniger mobile Personen oder Jugendliche). Stark verbesserungswürdig ist die Integration von ZuzüglerInnen in die örtlichen Strukturen sowie konsumfreie Freizeit- und Begegnungsräume für Jugendliche und Ältere. Entwicklungsbedarf gibt es in folgenden Bereichen:

- Es soll die Lebendigkeit der Ortskerne und die Teilhabe aller Bevölkerungsgruppen am gesellschaftlichen Leben gefördert werden.
- Stark verbesserungswürdig ist die Integration von ZuzüglerInnen in die örtlichen Strukturen sowie konsumfreie Freizeit- und Begegnungsräume für Jugendliche und Ältere.

#### **Aktionsfeld 4: Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel**

Energie, Treibhausgas-/CO<sub>2</sub>-Einsparung und Klimawandel: Die Region setzt sich mit dem Klimawandel aktiv auseinander, die Bereitschaft der Gemeinden sich im Klimaschutz zu engagieren, hat deutlich zugenommen. Die konstante Windkraft führt dazu, dass der gesamte Strombedarf durch erneuerbare Energien gedeckt wird. Es fehlen innovative Erstkonzepte für erneuerbare Energiequellen und das Wissen um Maßnahmen zur Steigerung der Effizienz. Entwicklungsbedarf gibt es in folgenden Bereichen:

- Maßnahmen zur Anpassung an den Klimawandel sind verstärkt zu setzen
- Potenziale liegen aufgrund vorhandener Ackerflächen im Bereich der agrarischen Biomasse sowie der Nutzung der Sonnenenergie zur Wärme- und Stromproduktion. Sie sollen genutzt werden.
- Die Region gehört zudem zu den besten Standorten der Windenergienutzung in Österreich. Diese Eignung soll genutzt werden.
- Weitere Potenziale bestehen darin die Biomasse zu nutzen, in der Elektrifizierung des Gemeindefuhrparks und der Arbeitsgeräte.
- Energieeinsparung durch div. Maßnahmen wie z.B. die Umstellung der Feldberegnungspumpen von Diesel auf Strom.

Nachhaltige Mobilität: Die Gemeinden der Region profitieren von ihrer Lage nahe dem Ballungsraum Wien und entlang bestehender und geplanter hochrangiger Verkehrsachsen: Nordbahn, Marchegger Ostbahn (Ausbau und Elektrifizierung bis 2030), die S1-Spange und die S8 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 folgenden Bereichen:

- Die hervorragende Lage mit der Nähe zu Wien und den bestehenden und geplanten hochrangigen Verkehrsachsen (Bahn- Elektrifizierung) soll besser genutzt werden.
- Die Bevölkerung soll über alternative Mobilitätsformen wie E-Autos, E-Bikes und Carsharing-Modelle informiert werden.
- Die grenzüberschreitenden Verbindungen zum boomenden Wirtschaftsraum Bratislava sind verbesserungswürdig.
- Die Servicequalität der "letzten Meile" bzgl. Rad- und Fußwege wird stark verbessert.

### 3 Lokale Entwicklungsstrategie

Für jedes Aktionsfeld wurde auf Basis der sozioökonomischen Regionsbeschreibung und der SWOT-Analyse in den Regionsworkshops herausgearbeitet, wo der Entwicklungsbedarf besteht, welches Entwicklungsziel angestrebt wird, welche Strategien zur Umsetzung verfolgt werden und welche Maßnahmen bzw. Leitprojekte dazu realisiert werden sollen. Darüber hinaus wird dargestellt welche Resultate zur Verbesserung der Situation am Ende der LEADER-Periode angestrebt werden und welchen Indikatoren der Erfolg gemessen wird. Die Gewichtung der Ziele erfolgt durch die Zuweisung der Finanzmittel auf die einzelnen Aktionsfelder.

**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. Pro Aktionsfeld wurden abschließend jene Projekte genauer dargestellt, mit denen die Umsetzung nach Genehmigung der Strategie beginnen soll.

Eine übersichtliche Darstellung der LES, ihrer Grundstrategie und Aktionsfeldthemen sowie der Erfolgsindikatoren, ihrer Ziele und möglicher Umsetzungsprojekte ist nachfolgend sowie in der Beilage 4.1.1 ersichtlich<sup>13</sup>

Abbildung 5: Aktionsfeldthemen in den Aktionsfeldern

Ziel	Mensch Kultur Natur im Einklang miteinander entwickeln										
Aktionsfeld	Steigerung Wertschöpfung			Festigung & Weiterentwicklung natürlicher Ressourcen und kulturelles Erbe			Stärkung Gemeinwohl, Strukturen und Funktionen			Klimaschutz & Anpassung an Klimawandel	
Aktionsfeld-thema	1	2	3	4	5	6	7	8	9	9	10
	1 Land- & Forstwirtschaft 2 Tourismus 3 Wirtschaft & Gewerbe			4 Natur- & Ökosysteme 5 Kultur 6 Bioökonomie & Kreislaufwirtschaft			7 Regionales Lernen & Beteiligungskultur 8 Soziale Innovationen			9 Energie & CO <sub>2</sub> Einsparung 10 Nachhaltige Mobilität	
	 <span style="color: green;">■</span> Neue Aktionsfeldthemen										

Die LES führt sieben bewährte Aktionsfeldthemen aus der bisherigen Strategie fort und integriert vier neue Themen. Kultur, Bioökonomie und Kreislaufwirtschaft, Energie- und CO<sub>2</sub>-Einsparung sowie nachhaltige Mobilität stellen die zusätzlichen Schwerpunkte dar. Besonders wichtig ist es der Region **Mensch, Kultur und Natur im Einklang miteinander zu entwickeln**, was der LES als Leitmotiv voransteht.

Die Fokussierung erfolgt durch die Zuweisung der Finanzmittel auf die einzelnen Aktionsfelder (**AF 1 – 55 %, AF 2 – 15 %, AF 3 – 10 %, AF 4 – 20 %**). Hier ist der starke Schwerpunkt auf AF 1 ablesbar. Etwas mehr als die Hälfte der Fördermittel fließen in das **AF 1 Steigerung der Wertschöpfung**, wo die Themen Land- und Forstwirtschaft, Tourismus sowie Wirtschaft und Gewerbe weitergeführt werden. Die Region ist bekannt als die **Korn- und Gemüsekammer Österreichs**. Das Angebot an regionalen

<sup>13</sup> Die nicht markierten Aktionsfeldthemen waren bereits in der aktuellen Förderperiode bedeutsam und werden fortgeführt, die grün markierten Themen ergänzen die neue LES, weil sie einem wichtigen Bedarf, der im Zuge der Strategieerstellung aufgetaucht ist, abdecken.

Frischeprodukten (Gemüse, ...) ist aber für Endkunden noch viel zu wenig verfügbar. Deshalb sollen vor allem **smarte und innovative Formen der Direktvermarktung**, wie Abholstationen/-boxen in Wohnhausanlagen im städtischen Bereich, zero waste-Hofläden, klimaneutrale Lieferung, Wochenmärkte oder gemeinsame Online-Shops für Produzenten, Gastro (B2B) und Endabnehmer ausgebaut werden.

Klimafitte landwirtschaftliche Kulturen und der ressourcenschonende Umgang mit Wasser und Boden sind wichtige Themen, um den Klimawandel zu bewältigen. Eine verstärkte Kooperation mit regional vertretenen Forschungseinrichtungen wie Probstdorfer Saatzucht, BOKU, ... auch der Betriebsgesellschaft Marchfeldkanal ist geplant.

Im Tourismus gab es durch die Vorbereitung zur NÖ Landesausstellung 2022 einen wichtigen Schub mit zahlreichen auch regional wirksamen Projekten. Durch dieses Großevent ist das Marchfeld als Ausflugs- und Naherholungsregion (Natur, Schlösser, Rad, Regionale Produkte) zwischen Wien und Bratislava überregional und landesweit bekannter geworden. Diesen Schwung wollen wir in die Zukunft mitnehmen. Die Schwerpunkte sind eine nachhaltige Stärkung der begonnenen Kooperation zwischen Direktvermarktung/Gastro/Beherbergern/Ausflugszielen, **Radtourismus, BesucherInnenlenkung in sensiblen Naturräumen** sowie die **sanfte Anreise zu den Destinationen**.

Eine **regionale Strategie zur Belebung leerstehender Objekte im Ortskern** soll den Bodenverbrauch reduzieren und Neuwidmungen im Grünland verhindern und lebenswerte Ortskerne für alle Generationen schaffen.

Zur **Festigung und nachhaltigen Weiterentwicklung der natürlichen Ressourcen und des kulturellen Erbes (AF 2)** werden 15 % der Mittel verwendet. Hier wird das Thema „Natur- und Ökosysteme“ fortgesetzt und durch die neuen Schwerpunkte „Kultur“ und „Bioökonomie und Kreislaufwirtschaft“ ergänzt. Wichtig ist uns die **Digitalisierung von Kulturangeboten** und die Erhebung von Flur- und Klein-denkmälern durch **Citizen Science Initiativen**. Die Region hat sehr gute Voraussetzungen, um fossile Ressourcen (Rohstoffe und Energieträger) durch nachwachsende Rohstoffe in möglichst allen Bereichen und Anwendungen zu ersetzen. Die Chancen, die sich daraus ergeben, sollen koordiniert genutzt werden.

Im **AF 3 Stärkung der für das Gemeinwohl wichtigen Strukturen und Funktionen** werden 10 % der Mittel eingesetzt. Hier werden die Themen, „Regionales Lernen und Beteiligungskultur“ sowie „Soziale Innovation“ fortgesetzt. Viel Energie wird nach Corona in eine **Neuausrichtung des Ehrenamtes** und in **innovative Beteiligungsformate** gesteckt, um speziell engagierte Junggebliebene neu anzusprechen. **Funktionierende Ortszentren** und ein gut ausgebauter öffentlicher Verkehr ermöglichen es auch Älteren besser am gesellschaftlichen Leben teilzunehmen. Für die Jugend werden konsumtionsfreie Aufenthaltsmöglichkeiten angestrebt.

Das **AF 4 „Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel“** wird mit 20% der Mittel dotiert und durch die Themen Energie und CO<sub>2</sub>-Einsparung und Nachhaltige Mobilität umgesetzt. Durch den gemeinsamen Bürostandort mit dem KEM Management ist eine optimale Abstimmung der Aktivitäten gegeben. Wichtig ist die **nachhaltige Mobilität im Stadt-Umland**. Als Querschnittsthema wird die Digitalisierung und Maßnahmen als Reaktion auf den Klimawandel in allen Bereichen forciert. Bei der Beratung und Entwicklung von Projekten, die im Rahmen der LES umgesetzt werden, wird das Hauptaugenmerk auf **Innovationen** gerichtet. Der Innovationsaspekt ist auch ein wichtiges Projektauswahlkriterium. Elemente eines innovativen Projektes können folgende sein:

- Es werden neue Kooperationspartner gewonnen, die bisher nicht zusammengearbeitet haben.
- Es werden neue Technologien in dem Projekt genutzt oder integriert.

- Mit dem Projekt werden neue Zielgruppen für ein Angebot angesprochen, die in der bisherigen Arbeit nicht gezielt eingebunden wurden.
- Das Projekt fördert neue Denk- und Handlungsmuster oder trägt dazu bei, diese zu verfestigen und zu etablieren.
- Das Projekt wird als Pilot in einer Region umgesetzt, kann aber nach erfolgreichem Abschluss in allen anderen Regionen genutzt werden.

Viel Augenmerk wird auf die Beteiligungsformate und die Öffentlichkeitsarbeit während der Förderperiode gelegt. Die Beteiligung erfolgt auf den folgenden Ebenen:

- Vernetzungstreffen des Regionsbüros zu Schwerpunktthemen mit Wirtschaft, Landwirtschaft, Bildungseinrichtungen etc. Entsprechend der neuen Strategie soll dies auch in Verbindung mit Jahresthemen und themenspezifischen Fördercalls erfolgen.
- Regionsveranstaltungen
- Vor-Ort Besuche in den Gemeinden, Diskussion mit Initiativen und Arbeitsgruppen, Besuch von Veranstaltungen

### 3.1 Aktionsfeld 1: Steigerung der Wertschöpfung

In der Region wurde stark in Betriebsdiversifizierungen in den Bereichen Be- und Verarbeitung landwirtschaftlicher Produkte sowie im Bereich Vermarktung investiert. Die Pandemie hat der Direktvermarktung einen zusätzlichen Schub verschafft.

Im Tourismus gab es durch die Vorbereitung zur NÖ Landesausstellung 2022 einen wichtigen Schub mit zahlreichen, auch regional wirksamen, Projekten. Die Marchfeldschlösser Hof, Niederweiden, Eckartsau, Orth und Marchegg positionieren sich erfolgreich als „Marchfelder Schlösserreich“.

#### 3.1.1 Auswahl der Aktionsfeldthemen, Verknüpfung zu Bedarfen und Beschreibung der Ausgangslage (Status quo)

Das Aktionsfeld Steigerung der Wertschöpfung wird in den nachfolgend dargestellten drei Aktionsfeldthemen konkretisiert. Diese wurden schon in der letzten Periode sehr ähnlich definiert.

Abbildung 6: Aktionsfeldthemen im Aktionsfeld 1



Foto: Michael Himml



### **Regionale Land- und Forstwirtschaft stärken**

Die Region ist bekannt als die Korn- und Gemüsekammer Österreichs, speziell das „Marchfelder Gemüse“ und der „Marchfelder-Spargel“ sind dafür bekannt. Es gibt 777 INVEKOS-Betriebe, die Zahl ging aber zurück (unter dem NÖ-Durchschnitt). Die Entwicklung bei Anzahl und Anteil der Biobetriebe verlief positiv.

Auf den folgenden Entwicklungsbedarf kann im Rahmen des AF 1 tatsächlich reagiert werden:

- Die positiven Klimabedingungen und die Möglichkeit zur Feldberegnung durch den Marchfeldkanal werden weiterhin genutzt, um das landwirtschaftliche Hauptproduktionsgebiet Österreichs zu bleiben. Dennoch müssen Klimaverträgliche und innovative landwirtschaftliche Bewirtschaftungsformen eingeführt werden.
- Das Angebot an regionalen Frischeprodukten (Gemüse, ...) ist für Endkunden noch wenig in der Region verfügbar.

### **Tourismus und Freizeitangebote aufwerten**

Die Nähe zum Ballungsraum Wien und Bratislava sowie die gute Erreichbarkeit der Veranstaltungen stellen für die Region ein großes Potenzial im Ausflugstourismus dar. Die Region verfügt über eine sehr reizvolle Natur- und Kulturlandschaft sowie über ein gutes Angebot an touristischer Infrastruktur.

Auf den folgenden Entwicklungsbedarf soll im Rahmen des AF 1 reagiert werden:

- Die Verbesserung der touristischen Infrastruktur und eine regional abgestimmte Angebotsentwicklung war bereits in der LEADER-Vorperiode ein Themenschwerpunkt und bietet auch zukünftig eine Chance für die positive touristische und kulturelle Weiterentwicklung der Region.
- Die Berücksichtigung der Erholungsfunktion des Naturraums zwischen Donau und March würde ebenfalls positive Auswirkungen auf den Tagestourismus haben.
- Eine multisektorale Vernetzung von Tourismus und AnbieterInnen der Freizeit- und Tourismuswirtschaft mit der Landwirtschaft (DirektvermarkterInnen) könnte Interessenskonflikte bezüglich Wegebenutzung und Biodiversität lösen und die genusstouristischen und kulinarischen Angebote ausbauen.

### **Regionale Wirtschaftskraft steigern**

In der Region dominieren Gewerbe/Handwerk und Handel. Die Betriebsstruktur der Region ist durch eine große Anzahl an kleinen Betrieben geprägt. Es ist eine klassische Pendlerregion, da am Standort zu wenige Arbeitsplätze zur Verfügung stehen. Auch dem grenzüberschreitenden Markt (Ballungsraum Bratislava) sollte mehr Augenmerk geschenkt werden.

Auf den folgenden Entwicklungsbedarf soll im Rahmen des AF 1 reagiert werden:

- Es werden die sich aus dem demographischen Wandel ergebenden Chancen für die Wirtschaft noch zu wenig genutzt. Ein regionales Standortmarketing unter Einbindung der Leitbetriebe soll die Region als gute Wohn-, Freizeit- und Arbeitsregion für junge Menschen und Zugezogenen positionieren.
- Obwohl das Marchfeld eine Wachstumsregion ist, haben die Gemeinden mit dem „Doughnut Effekt“ und Leerständen zu kämpfen.
- Es wird Wert auf den Aufbau von Business Start-ups gelegt, um die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit der Region zu verbessern.
- Es wird neuen Märkten, wie dem grenzüberschreitenden Markt (Großraum Bratislava), mehr Augenmerk geschenkt.

### **3.1.2 Grundstrategie beziehungsweise strategische Stoßrichtung in den Aktionsfeldthemen**

Innerhalb der Aktionsfeldthemen werden folgende Grundstrategien verfolgt:

#### **Regionale Land- und Forstwirtschaft stärken**

- Smarte und innovative Formen der Direktvermarktung ausbauen – Bezug zu GSP 23-27 (73-08)
- Klimafitte zukunftsfähige Landwirtschaft etablieren – Bezug zu GSP 23-27 EIP-AGRI (77-06)

#### **Tourismus und Freizeitangebote aufwerten**

- Touristische Infrastruktur wie Radrouten attraktiver gestalten
- Genuss- und kulinarische Angebote im Marchfeld ausbauen
- Ausflugsziele attraktivieren
- Tourismus professionalisieren

#### **Regionale Wirtschaftskraft steigern**

- Ortskernbelebung und Reduzierung von Leerstand unterstützen – Bezug zu GSP 23-27 (73-10), 77-04)
- Regionales Standortmarketing aufbauen und Innovationen in der Wirtschaft fördern – Bezug zu GSP 23-27 LIN (77-03) und LIP (77-03)
- Verbindungen zu den Aktionsfeldern 2, 3 und 4 herstellen

### **3.1.3 Angestrebte Ziele am Ende der Periode**

Die folgenden Ziele werden angestrebt:

#### **Regionale Land- und Forstwirtschaft stärken**

- Landwirtschaftliche Kooperationen und Kooperationen mit Beteiligung landwirtschaftlicher Betriebe sind aufgebaut.
- Ein Netzwerk zur Steigerung des Absatzes landwirtschaftlicher Produkte und die Direktvermarktung im Rahmen der Marke Marchfeld ist etabliert.
- Klimaverträgliche und innovative landwirtschaftliche Bewirtschaftungsformen sind etabliert.

#### **Tourismus und Freizeitangebote aufwerten**

- Die Tourismusinfrastruktur und das Radwegenetz sind ausgebaut und gut vernetzt.
- Das Genuss- und Kulturtourismusangebot ist belebt.
- Das Tourismusangebot ist qualitativvoller und attraktiver gestaltet.
- Der Tourismus ist professionalisiert und die digitalen Möglichkeiten im Tourismus werden genutzt.

#### **Regionale Wirtschaftskraft steigern**

- Die regionalen Ortszentren sind belebt und das Bewusstsein für die Bedeutung des Glasfaser-Internets (FTTH) ist vorhanden.
- Regionales Standortmarketing funktioniert und die Innovationskraft der Wirtschaft ist gesteigert.

### **3.1.4 Maßnahmen beziehungsweise Leitprojekte zur Erreichung der Ziele („Aktionsplan“)**

Die folgenden Maßnahmen wurden im Zuge der Regionsworkshops identifiziert. Mögliche Projekte und besonders wichtige Ansatzpunkte sind unterstrichen.

#### **Regionale Land- und Forstwirtschaft stärken**

##### Smarte und innovative Formen der Direktvermarktung ausbauen

- mehr Hofläden in der Region einrichten: mehrere Anbieter sollten sich zu einem Laden zusammenschließen. Möglich ist die Einrichtung von Abhol-Boxen, temporäre Hofläden als Pop-up-Stores in Leerständen, „Marchfeld Laden“ etc. Ein zentraler Bio-Laden oder Hofladen/Regionalladen mit konventionellen & Bioprodukten könnte in der Region eingerichtet werden. Für die Hofläden könnte man auch Leerstände nutzen. Mögliche Ansatzpunkte sind z.B. Dorfläden
- Wochen- und Frischemärkte ausbauen: Hier sollte die Infrastruktur und das Angebot erweitert werden, die Einrichtung eines regelmäßigen Abendmarktes (ab 16/17 Uhr bis 22 Uhr) mit Slow Food, Street Food, Bioangeboten, Regionalen Produkten und Verkostungen wäre ein Ansatz da-

zu. Ein neuer Wochenmarkt könnte z.B. in der Marktgemeinde Leopoldsdorf im Marchfeld entstehen.

- Logistikplattform oder einen gemeinsamer Online-Shop für Produzenten, Gastro und Endabnehmer etablieren. Dieser Shop soll die Kooperation zwischen den Betrieben stärken, um z.B. regionales Gemüse verfügbar machen. Ein Zentrales Lager ist z.B. In Oberweiden denkbar
- Das Bewusstsein für die Bedeutung der Landwirtschaft in der Region stärken. Dies sollte sowohl für Kinder als auch für Erwachsene geschehen. Ein Beispiel dafür ist das Kybeleum (LFS Obersiebenbrunn). Auch die Ausarbeitung von innovativen Rezeptvorschlägen mit regionalen Zutaten wäre ein guter Ansatz. Zielgruppe dafür sind Gastronomie und Endverbraucher. Kochen mit regionalen Zutaten und Veredelungsprodukten könnten dieses Angebot anreichern. Kooperationen dafür sind mit der landwirtschaftlichen Fachschule Obersiebenbrunn und der Genussregion Marchfelder Gemüse/Spargel denkbar
- Qualifizierung von Betrieben, z.B. Marketing (Schulungen für landwirtschaftliche Betriebe). Außerdem sollten AMA Genussregionen und Betriebe etabliert werden (Spargel, Gemüse)
- Studie zu Potenzial an Arbeitsplätzen in der Landwirtschaft

#### Klimafitte, zukunftsfähige Landwirtschaft etablieren

- Klimawandelanpassung durch ressourcenschonenden Umgang mit Wasser und Boden sowie Maßnahmen zum Humusaufbau unterstützen. Dafür sollen neue Produktionsschritte oder neue Produkte in Kooperation mit der Wissenschaft entwickelt werden. Auch eine Digitalisierungs-offensive in der Landwirtschaft sollte dabei umgesetzt werden. Das Ziel ist ein geringerer Ressourceneinsatz und geringerer Energieaufwand – weniger Verpackung/Plastik, weniger Abfall
- Landwirtschaftliche Energiegemeinschaften fördern und die Nutzung von Alternativenergie in der Landwirtschaft stärken; wichtig wäre es eine Studie zu Rolle der Landwirtschaft in der Energiekrise (Strohheizung, PV-Anlage, Fernwärme) durchzuführen, Dabei sollte auch die Rolle der Elektromobilität in der Landwirtschaft beleuchtet werden
- Beweidungsprojekte in der Region umsetzen

#### **Tourismus und Freizeitangebote aufwerten**

##### Genusstouristische Angebote im Marchfeld ausbauen

- neue Zielmärkte erschließen: Marchfeldtage in Wien etablieren (denkbar wären auch Bratislava, Graz, Linz, St. Pölten und im Marchfeld)
- Stärkere Verknüpfung der Direktvermarktung mit touristischen Angeboten angehen. Dies soll durch eine stärkere Verbindung mit den Themen Ausflug und Einkaufen geschehen
- Genusstour Marchfeld mehrmals im Jahr durchführen, Tag der offenen Hallentür bzw. der offenen Höfe durchführen, Angebote zum Picknick im Marchfeld erweitern
- Kulinarik Veranstaltungen ausbauen wie z.B. Tafeln für Kids & Familien, Tafeln im Marchfeld (Konzept in ausgefallenen Locations – Kulinarik verbunden mit Kunst und Kultur an besonderen Orten)

##### Ausflugsziele attraktivieren

- Verstärkung der Kooperation mit dem Marchfelder Schlösserreich
- Kulturhistorische Themen wie Herrscherhäuser und Adelsgeschlechter Weinviertel/Marchfeld touristisch aufbereiten (Palffy, Habsburger etc.)
- Heizhaus Eisenbahnmuseum Strasshof: Neubau bzw. Attraktivierung des Eingangsbereiches umsetzen
- Eisenbahnmuseum Deutsch-Wagram: Attraktivierung und museumspädagogische Aufbereitung angehen. Dabei sollte man auch visionäre Entwicklungen im Bahnverkehr aufnehmen
- Veranstaltungsort Ruine Markgrafneusiedl kulturtouristisch aufbereiten
- 3D-Bogenparcours in der Region einrichten

### Tourismus professionalisieren

- Digitale Medien nutzen (Web-App, Audioguides, QR Code Reader, ...) zur Wissensvermittlung und Aufbereitung von regionalen POI's (Marchfeld Geheimnisse), App für Wander- und Walkingrunden, Spazierwegen und Radwegen entwickeln
- Etablierung einer touristischen Servicestelle in der Region, um das regionale (touristische) Angebot im Marchfeld zu entwickeln
- Qualifizierung von MitarbeiterInnen und Betrieben (nachhaltige Etablierung der RegionspartnerInnen zur NÖ Landesausstellung)
- Übernachtungsangebote ausbauen (z.B. Urlaub am Bauernhof, Alberghi diffusi in Leerständen, Tiny Houses, Wohnmobilstellplätze)
- Natur- und Gartentourismus ausbauen, Naturvermittlungsangebote ausbauen (Ansatzpunkte ist die Verknüpfung der Angebote von Rad&Natur, Kanu&Natur, Schlösser&Natur. Kanufahren an der March zu entwickeln wäre ein ebenso guter Ansatzpunkt wie die touristische Nutzung von Kutschenfahrten.

### **Regionale Wirtschaftskraft steigern**

- Regionale Strategie zur Belebung leerstehender Objekte im Ortskern umsetzen: weniger Neuwidmungen im Grünland, weniger Bodenverbrauch durch Adaptierung bestehender Objekte, eine Arbeitsgruppe dazu einrichten
- Alte Gebäude erhalten und renovieren: mehr Revitalisierungen durchführen Leerstandabgabe propagieren
- regional organisierte Leerstanderhebung durchführen: auch bei Industrie- und Gewerbeflächen, Leerstand darf nicht lukrativ sein
- einladende Gestaltung der Ortskerne umsetzen – kreative architektonische Lösungen, um mehr Kommunikationsorte zu schaffen, Treffpunkte und Begegnungsmöglichkeiten zu schaffen. Rücksicht auf klimatische Veränderungen nehmen (z.B. mehr Schatten im Ortskern)

### **Regionales Standortmarketing aufbauen und Innovationen in der Wirtschaft fördern**

- Digitale Möglichkeiten nutzen: Regionale Einkaufs-App entwickeln, einen digitalen regionalen Einkaufsgutschein andenken, online Branchenverzeichnis zur Erhöhung der lokalen Kaufkraft einführen, regionale Vernetzung von Gemeinden und Betrieben zur gegenseitigen Bewerbung unterstützen
- innovatives Umfeld für Start-ups schaffen: Kleinunternehmer unterstützen, Ansiedlung durch Anreize ermöglichen, Gründung findet Stadt: Marketingpaket für JungunternehmerInnen in Ortskernen entwickeln – Bezug zu GSP 23-27 (75-02)
- Zukunftsinventur kleinerer Betriebe durchführen und deren Erweiterungspotential evaluieren
- Vernetzung Schule und Wirtschaft verstärken (Beispiel Landwirtschaftliche Fachschule Obersiebenbrunn und Gastronomie)
- Die Zugezogenen in der Region wirtschaftlich verankern, um das Marchfeld von Schlafregion zur Lebensregion weiterzuentwickeln
- Mobilitätsangebote ausbauen um die Kaufkraft in der Region zu halten und den Wirtschaftsstandort zu stärken
- Qualifizierung von MitarbeiterInnen: es gibt z.B. in der LFS Obersiebenbrunn seit 2021 eine Ausbildung zur PflegeassistentIn
- „Daten fließen statt Autofahren“: Ausbau der Glasfaser-Infrastruktur unterstützen

Tabelle 2: Leitprojekte zum Aktionsfeld 1

Projekt	TOP Radregion Marchfeld	Genuss im Marchfeld	Marchfelder Schlösserreich	Standortmarketing Marchfeld
Welcher Entwicklungsbedarf wird bedient?	Die Verbesserung der touristischen Infrastruktur und eine regional abgestimmte Angebotsentwicklung bietet zukünftig eine Chance für die positive touristische und kulturelle Weiterentwicklung der Region	Eine multisektorale Vernetzung von AnbieterInnen der Freizeit- und Tourismuswirtschaft mit der Landwirtschaft (DirektvermarkterInnen) könnte die genusstouristischen und kulinarischen Angebote ausbauen	Die Verbesserung der touristischen Infrastruktur und eine regional abgestimmte Angebotsentwicklung bietet zukünftig eine Chance für die positive touristische und kulturelle Weiterentwicklung der Region	Das Marchfeld ist eine klassische Pendlerregion, da am Standort zu wenige Arbeitsplätze zur Verfügung stehen. Es werden die sich aus der Zuwanderung ergebenden Chancen für die Wirtschaft noch zu wenig genutzt. Ein regionales Standortmarketing unter Einbindung der Leitbetriebe soll die Region als gute Wohn-, Freizeit- und Arbeitsregion für junge Menschen und ZuwandererInnen positionieren.
Projektziel	Die touristischen Radrouten im Marchfeld sind passend zu den Themen der Region inszeniert und bieten qualitativ hochwertige Infrastruktur zur Erhöhung der Wertschöpfung	Entwicklung neuer buchbarer Angebote unter Einbeziehung von Produzenten, Gastronomie- und Beherbergungsbetrieben und Ausflugszielen	Langfristige Etablierung der Schlösser-Kooperation zur Stärkung des Ausflugstourismus in der Region Marchfeld	Positionierung der Region als zukunftsfähiger Wirtschaftsstandort zwischen Wien und Bratislava. Schaffung von qualifizierten Arbeitsplätzen und eines innovativen Umfelds für Start-ups
Projekt-Umsetzung	Einrichten von Rastplätzen (u.a. Trinkbrunnen, Reparatursäulen), Verbesserung der Radwegoberfläche, Etablierung Radfreundlicher Betriebe und digitaler Services. Einrichten von interaktiven Infostationen um einen Lenkungseffekt innerhalb der Region zu schaffen.	Etablierung der Genuss-tour/von Hoffesten mehrtägig als touristisches Angebot (Kulinarikreisen), Entwicklung von Kulinarik-Events an speziellen Orten (Kooperation Gastro-Landwirtschaftliche Produzenten-Tourismusbetriebe)	Entwicklung neuer touristischer buchbarer Angebote, langfristige Etablierung der Schlösser-Kooperation, Relaunch des gemeinsamen Markenauftritts, Projektmanagement	Einrichten eines regionalen Netzwerks aus Unternehmen, Gemeinden und relevanten Stakeholdern. Stärkung von digitalen Services wie einer regionalen Einkaufs-/Bonus-App, Entwicklung einer regionalen Strategie zur Belebung der Ortskerne (Leerstand)
Projektträger	Gemeinden der Region, Tourismusdestination	Genussregionen, Tourismusdestination	ARGE Marchfelder Schlös-serreich	Gemeinden, Wirtschaftsvereine
Projektdauer	3 Jahre	2 Jahre	2,5 Jahre	2 Jahre
Kostenschätzung in Euro	300.000,-	90.000,-	250.000,-	120.000,-

### 3.1.5 Beschreibung von Kooperationsaktivitäten

Die vier **LEADER-Regionen Weinviertel Ost, Weinviertel-Donauraum, Weinviertel-Manhartsberg und Marchfeld** liegen in der Tourismusdestination Weinviertel. Gemeinsame Aktivitäten und Projekte werden v.a. die touristischen Themen Rad, Genuss und Qualifizierung von Betrieben und MitarbeiterInnen im Tourismus betreffen.

Konkrete weinviertelweite Aktivitäten unter Einbindung der oben genannten Partner sind:

- Attraktivierung des Marchfeldkanalradweges (mit LAG Weinviertel-Donauraum und betroffenen Gemeinden) und Ergänzung des Radnetzes durch neue Radrouten, Verbesserung der digitalen Servicequalität an Radrouten, die Weiterentwicklung der Aktivitäten Weinviertel in Wien, Genuss-touren und Tafeln im Weinviertel (z.B. für spezielle Gruppen etwa für Kinder), Verbesserung der touristischen Infrastruktur z.B. Konzept Alberghi diffusi
- Kooperationsaktivitäten zur verstärkten Zusammenarbeit landwirtschaftlicher Betriebe mit Gastronomie und touristischen Anbietern. (z.B. B2B Logistiklösungen), mit Beteiligung der AMA Genussregionen, Netzwerk Kulinarik und von Betrieben im Weinviertel.
- Weinviertelweite Kooperation der Standort- und Stadtmarketingorganisationen zur abgestimmten Vorgangsweise bei Strategien zur Ortskernbelebung und bei Maßnahmen zur Reduzierung von Leerstand in Ortskernen, Einbindung weiterer Partner: betroffene Gemeinden, Städte bzw. Stadtmarketingvereine, LEADER Regionen, zuständige Abteilungen im Amt der NÖ Landesregierung, NÖ.Regional.GmbH, riz, WKO, ecoplus, SUM-StadtUmlandManagement Wien, Kleinregion

Marchfeld. Enge Abstimmung mit diversen anderen Förderschienen (DOERN, STERN, NAFES, ...) **Die LEADER-Region Römerland-Carnuntum und die LAG Marchfeld** haben gemeinsam Gemeinden in der **Tourismusdestination Donau Niederösterreich**. Geplante Kooperationsaktivitäten unter Einbindung der oben genannten Partner sind:

- Attraktivierung und touristische Aufwertung des Donau-Radweges in Abstimmung mit allen Donau-Anrainer-LAGs in Niederösterreich
- Gemeinsame Genussinitiativen landwirtschaftlicher und touristischer Betriebe

Mit der **LAG Rheinhessen, Deutschland**, werden folgende Themenbereiche transnational in der kommenden Periode bearbeitet (siehe Letter of Intent im Anhang). Eingebundene Partner: LEADER-Regionen im Weinviertel

- Tourismus und Weinerlebnis: Stärkung und Weiterentwicklung touristischer, weintouristischer und kultureller Potentiale, Weiterentwicklung von (Wein-)Erlebnis-Infrastruktur
- Genussregion: Weiterentwicklung als genussvolle Region, Förderung regionaler Produkte und Aufbau von Wertschöpfungsketten
- Austausch von Informationen durch Vernetzung und Best-Practice-Beispielen

Zwischen der benachbarten **LEADER-Region MAS Dolné Záhorie, Slowakische Republik**, und der Kleinregion Marchfeld gibt es seit einigen Jahren konkrete Kooperationsaktivitäten im Rahmen von INTERREG. Weitere eingebundene Partner sind Tourismusdestination Weinviertel und Bratislava Region Tourism, Betriebe und Ausflugsziele. Eine künftige Kooperation ist in folgenden Bereichen geplant:

- Rad- und Naturtourismus entlang der March
- Qualitätssteigerung im Ausflugstourismus im Umfeld der Großstädte Wien und Bratislava

### **3.2 Aktionsfeld 2: Festigung oder nachhaltige Weiterentwicklung der natürlichen Ressourcen und des kulturellen Erbes**

Das Marchfeld weist einen hohen Anteil unterschiedlicher Schutzgebiete auf. Die prominenteste Stellung nimmt dabei der Nationalpark Donau-Auen ein, der auf beiden Seiten der Donau liegt. Die Pandemie brachte einen starken Nutzungsdruck in die Natur. Deshalb sind eine vorrausschauende Raumplanung, die BesucherInnenlenkung in sensiblen Naturräumen und die Sicherung der Erholungsfunktion der Naturräume im Stadt-Umland wesentliche Themen für die nächsten Jahre. Den Schwung der NÖ Landesausstellung in Marchegg wollen wir nutzen, um die reiche Kulturgeschichte der Region noch stärker in Wert zu setzen. Die letzten Jahre haben gezeigt wie wichtig es ist sich regional zu versorgen und die Rohstoffe vor Ort zu nutzen und zu veredeln. Bioökonomie und Kreislaufwirtschaft sind deshalb wichtige Zukunftsthemen im Marchfeld.

#### **3.2.1 Auswahl der Aktionsfeldthemen, Verknüpfung zu Bedarfen und Beschreibung der Ausgangslage (Status quo)**

Das Aktionsfeld natürliche Ressourcen und kulturelles Erbe wird in den nachfolgend dargestellten drei Aktionsfeldthemen konkretisiert. Diese wurden schon in der letzten Periode sehr ähnlich definiert.

Abbildung 7: Aktionsfeldthemen im Aktionsfeld 2

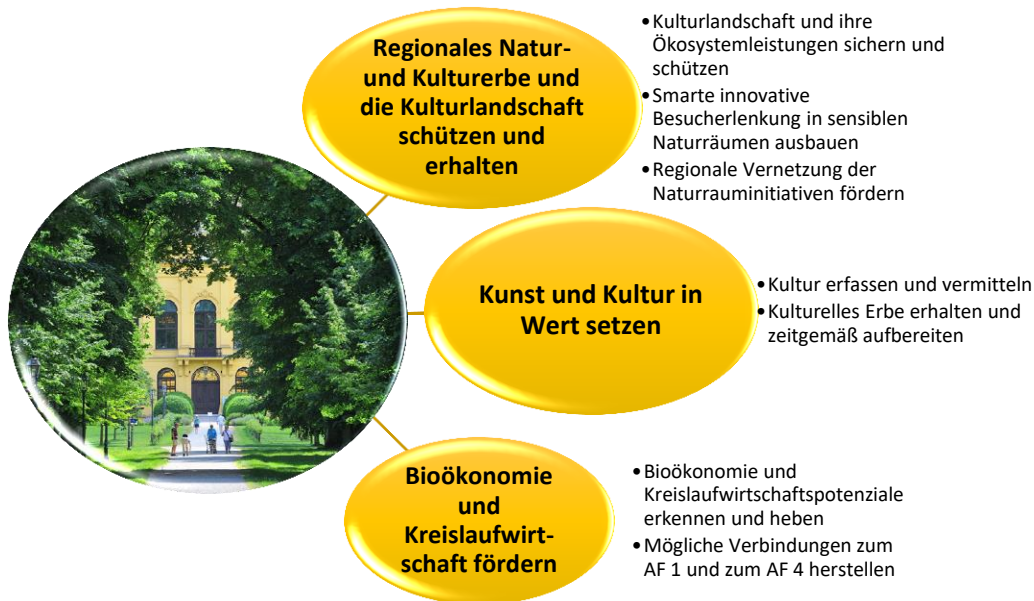


Foto: Region Marchfeld

### **Das regionale Natur- und Kulturerbe und die Kulturlandschaft schützen und erhalten**

Das Marchfeld weist einen hohen Anteil unterschiedlicher Schutzgebiete auf. Die prominenteste Stellung nimmt dabei der Nationalpark Donau-Auen ein, der auf beiden Seiten der Donau liegt.

Auf den folgenden Entwicklungsbedarf soll im Rahmen des AF 2 reagiert werden:

- Die Bevölkerung ist besser über den Natur- und Landschaftsschutz informiert.
- Eine vorausschauende Raumplanung sichert die überregionalen Wildtierkorridore und verhindert Zersiedelung
- Entwicklungschancen bieten sich in der verstärkten multithematischen Zusammenarbeit und Interessensbündelung zwischen Naturschutz, Tourismus und Landwirtschaft (Naturtourismus).
- Es wird Wert auf die Erhaltung der Biodiversität und die Pflege der Kulturlandschaft gelegt.
- Reaktion auf den allgemeinen Trend zu Bewegung in der Natur aufgrund der Pandemie (Sicherung der Erholungsfunktion der Naturräume im Stadt-Umland)

### **Kunst und Kultur in Wert setzen**

Die Region hat eine reiche Kulturgeschichte. Diese hat zahlreiche Spuren in der Landschaft hinterlassen. Mit dem schlossORTH Nationalpark-Zentrum verfügt die Region über ein NÖ Top Ausflugsziel. Das Schloss Hof, der Nationalpark Donauauen, das Kaiserliche Jagdschloss Eckartsau und das Eisenbahnmuseum Strasshof sind weitere touristische Hot-Spots.

Auf den folgenden Entwicklungsbedarf soll im Rahmen des AF 2 reagiert werden:

- Die NÖ Landesausstellung 2022 wird als nachhaltiger Impuls gesehen und die BesucherInnenzahl in der Region erhöhen.
- Historische Bauwerke und kulturelle Baudenkmäler werden als Bühne für kulturelle Veranstaltungen genutzt und so wieder in die Wertschöpfungskette integriert.

### **Bioökonomie und Kreislaufwirtschaft fördern**

Die Region hat sehr gute Voraussetzungen, um fossile Ressourcen (Rohstoffe und Energieträger) durch nachwachsende Rohstoffe in möglichst allen Bereichen und Anwendungen zu ersetzen. Die Chancen, die sich daraus ergeben, sollen koordiniert genutzt werden. Darüber hinaus sollen durch die Kreislaufwirtschaft Energie- und Materialkreisläufe verlangsamt, verringert und geschlossen werden.

Auf den folgenden Entwicklungsbedarf soll im Rahmen des AF 2 reagiert werden:

- Konzepte im Bereich Kreislaufwirtschaft und Bioökonomie entwickeln

- Initiativen zu Re-Use, Reparatur und Handwerk bekannter machen und fördern
- Wissenstransfer und Bewusstseinsbildung für die Nutzung biogener Rohstoffe betreiben

### **3.2.2 Grundstrategie beziehungsweise strategische Stoßrichtung in den Aktionsfeldthemen**

Innerhalb der Aktionsfeldthemen werden folgende Grundstrategien verfolgt:

#### **Das regionale Natur- und Kulturerbe und die Kulturlandschaft schützen und erhalten**

- Die Kulturlandschaft und ihre Ökosystemleistungen sichern und schützen
- Smarte innovative Besucherlenkung in sensiblen Naturräumen ausbauen
- Regionale Vernetzung der Naturrauminitiativen fördern

#### **Kunst und Kultur in Wert setzen**

- Kultur erfassen und vermitteln
- Kulturelles Erbe erhalten und zeitgemäß aufbereiten

#### **Bioökonomie und Kreislaufwirtschaft fördern**

- Bioökonomie und Kreislaufwirtschaftspotenziale erkennen und heben
- Mögliche Verbindungen zum AF 1 (Steigerung der Wertschöpfung) und zum AF 4 (Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel) herstellen

### **3.2.3 Angestrebte Ziele am Ende der Periode**

Die folgenden Ziele werden angestrebt:

#### **Das regionale Natur- und Kulturerbe und die Kulturlandschaft schützen und erhalten**

- Die Biodiversität und die Erholungsfunktion wertvoller Naturräume sind gesichert. Vorhandene Natur- und Kulturlandschaft, Naturräume sind erhalten, landschaftsprägende Elemente sind gesichert
- Das vorhandene Potenzial für Naturtourismus im Marchfeld wird genutzt und durch innovative und an die Zielgruppen angepasste Zusatzangebote attraktiviert

#### **Kunst und Kultur in Wert setzen**

- Das Wissen und das Bewusstsein in der Bevölkerung für die Kulturgeschichte der Region sind gestiegen

#### **Bioökonomie und Kreislaufwirtschaft fördern**

- Ein Netzwerk mit den wichtigsten Playern im Bereich Bioökonomie ist geschaffen, Kooperation mit Forschung & Wissenschaft ist eingerichtet
- Erste Projekte sind ausgearbeitet

### **3.2.4 Maßnahmen beziehungsweise Leitprojekte zur Erreichung der Ziele („Aktionsplan“)**

Die folgenden Maßnahmen wurden im Zuge der Regionsworkshops identifiziert. Mögliche Projekte und besonders wichtige Ansatzpunkte sind unterstrichen.

#### **Das regionale Natur- und Kulturerbe und die Kulturlandschaft schützen und erhalten**

##### Erhöhung der Biodiversität anstreben

- Flurplanung ausdehnen: mehr Hecken und mehr Windschutzgürtel auch entlang von Radwegen pflanzen. Mehr Wald- und Buschstreifen zwischen den großen Feldern pflanzen die gut für Tiere und positiv für das Klima sind. Dies sollte in Kooperation mit der Agrarbezirksbehörde, den Gemeinden und der Landwirtschaft umgesetzt werden (z.B. in Lasee, Untersiebenbrunn, ...)
- Verknüpfung wertvoller Naturkleinode erreichen: Unter Einbindung der Bevölkerung sollen für jede einzelne Gemeinde wertvolle Natur-Kleinode definiert und Pflegemaßnahmen für den langfristigen Erhalt dieser wertvollen Naturräume umgesetzt werden (ein Vorbild könnte zB. das Netzwerk Natur Tullnerfeld vom Naturschutzbund sein)
- Wildbienen und Blühkorridore anlegen: jede Gemeinde sollte auf Biodiversität achten und so-



nannte Trittsteine für Insekten anlegen

- Marchfelder Heideland: Schutzmaßnahmen zur Besucherlenkung des, in der Fachwelt als Pannische Sanddünen bezeichneten, Raumes sollen auch in den betroffenen Gemeinden lokale und regionale Entwicklungsimpulse setzen; darunter sind Spiel- und Erlebnisflächen als „Bewegungsausgleich“ in der Nähe bzw. außerhalb der Schutzzonen, die Gestaltung von Ortsräumen und Hintauch-Wegen oder Auslaufflächen für Hunde zu verstehen; die Festlegung von kleinregionalen Rad- und Wanderrouten, Reit- und Kutschenfahrwegen und -plätzen, die auch grüne Verbindungen zwischen den Orten durch die Heide Landschaft schaffen, sind weitere Bausteine; auch die Verknüpfung mit bäuerlichen Direktvermarktern, Sonderkulturen, Gutshöfen im Heide land, Gastronomie und Urlaub im Heide land ist möglich
- Beweidungsnetzwerk Marchfeld: Aufbau von Know-how zum Einsatz von Weidetieren für den Erhalt wertvoller Naturlandschaften, der Schwerpunkt sollte auf der mobilen Beweidung liegen
- Neophytenbekämpfung (Citizen Science, Bürgerbeteiligung), invasive Arten bedrohen zunehmend die heimische Fauna und Flora; unter Anleitung durch Fachexperten wird die Bevölkerung darin geschult Neophyten zu erkennen und die richtigen Methoden zur Entfernung dieser anzuwenden; die Erfolgskontrolle wird durch digitale Erhebungsmethoden gewährleistet, Einrichtung: Landschaftspflegeverein
- Mehr Qualität in öffentlichen Grünanlagen und Parkanlagen mit viel Natur in der Stadt schaffen, Bäume entlang der Hauptstraße wären gut, Ausbildung BauhofmitarbeiterInnen in naturnaher Grünflächenbewirtschaftung
- Maßnahmen zur BesucherInnenlenkung in sensiblen Naturräumen umsetzen: Schaffung von Anlaufpunkten (Fotopunkte, Installationen) an Wanderrouten, Einrichtung Lehrpfaden, Aussichtspunkten. Digitale Besucherdatenerhebung mittels Handyauswertung umsetzen
- Verstärkung des regionalen Angebotes an Naturvermittlungen
- Naturnahe Bereiche und Naherholungsgebiete schaffen, um den Nutzungsdruck in sensiblen Naturräumen zu entschärfen
- Maßnahmen zur Sicherstellung von legalem Kanufahren auf der March durchführen, Synergien mit der benachbarten slowakischen Region schaffen und ein Besucherlenkungsprojekt initiieren

#### Regionale Vernetzung der Naturrauminitiativen fördern

- Das Storchenhaus Marchegg soll als „Kompetenzzentrum für Naturrauminitiativen und Naturpädagogik“ und als Impulsgeber und Vernetzungsstelle die Bewusstseinsbildung in der Region für den Naturraum fördern und Gemeinden, regionale Betriebe sowie Naturraumbewirtschafter unterstützen und vernetzen
- Der Naturstammtisch soll als Abstimmungs- und Wissensplattform gestärkt werden. Wichtige Mitglieder sind: WWF, viadonau, Schutzgebietsbetreuung (EnU), Storchenhaus Marchegg, Österr. Bundesforste, Betriebsgesellschaft Marchfeldkanal, NGOs, Nationalpark Donau-Auen
- Kooperation mit dem Donaupark Bratislava im Bereich Naturschutz fördern
- Maßnahmen zur Sensibilisierung und Bewusstseinsbildung für die Bevölkerung und für Touristen umsetzen

#### **Kunst und Kultur in Wert setzen**

##### Kultur erfassen und vermitteln – die Region erforscht ihre Geheimnisse

- Qualifizierung und Attraktivierung von kleinen Museen und Kultureinrichtungen in der Region
  - Regionale Geschichte aufarbeiten und erlebbar machen (Napoleon, Kroaten, ...) Errichtung eines Heimatmuseums, ein Stück der Stadtmauer Groß-Enzersdorf mit Turm begehbar machen
  - Tag des Denkmals, Tag des Handwerks oder Tag des regionalen Museums sollen Einblick in Dinge geben, die man sonst nicht sieht,

- Marketing & gemeinsamer Auftritt von kleinen regionalen Museen fördern
- Eisenbahn-Museum Deutsch-Wagram: museumspädagogische Aufbereitung angehen, „Mobilität einst und jetzt“ als Motto nutzen
- Digitalisierung von Kulturangeboten, Topothek & Erhebung Flur- und Kleindenkmälern unterstützen:
  - Marchfeld.Geheimnis → Kulturführer Spaziergang, Regionale Spaziergänge beispielsweise durch Apps mit Erläuterungen begleiten (z.B. Eckartsau, Marchegg, Marchfeld.Geheimnis → Kulturführer Spaziergang)
  - Katalog/App/Buch/QR – Kirchenwegweiser, Kapelle, Marterl, Wegkreuze, ...
  - Kulturerlebnis an Radwegen (künstlerisch und Geschichten erzählen, App)

#### Kulturelles Erbe erhalten und zeitgemäß aufbereiten

- Qualifizierung und Attraktivierung von kleinen Museen und Kultureinrichtungen in der Region unterstützen
  - Landwirtschaftliche Produkte als Kulturgut (Spargel etc.)
  - Etablierung/Wiederbelebung von Traditionen: Stichwort Erntedank, Höfekultur
  - Kellergassen im Marchfeld: z.B. Untersiebenbrunn, Weikendorf, ...
  - Leerstände für Kultur nutzen, Silos im Marchfeld als „Leuchttürme d. Region“ mit Kultur & Kunst bespielen
  - Kulturgüter erfassen und schützen
- Vernetzung von Kulturangeboten verbessern
  - NÖ Veranstaltungskalender bewerben & Termine eintragen, für Gemeinden implementieren
  - Bestehende Vernetzungsplattformen nutzen (Bernsteinstraße, Kulturvernetzung, ...), auch für Veranstaltungskalender, Unterstützung für regionale Events, Einrichtung „Kultur-Coach“
  - Einrichtung eines Kulturcoaches
- Kulturvermittlungsangebote ausbauen
  - Sensibilisierung der Kinder in den Schulen (Kultur, Museen durchführen (zB. durch Umfragen in den Schulen und bei SeniorInnen: „Kennst du...? Warst du schon...?“
  - Nachtwächterführungen, Border Walks, Marchfelder Walk of Fame, Kulturangebote für Kinder & Jugendliche entwickeln z.B. Lese-„Nacht im Museum“
  - Sternfahrt „Fahrt ins Blaue“, Tagesausflug in der Region, Kulturangebote bewerben

#### **Bioökonomie und Kreislaufwirtschaft fördern**

Potenziale der Bioökonomie ermitteln und Chancen der Kreislaufwirtschaft aufzeigen: Ersatz von fossilen Rohstoffen zur Verringerung des Ressourceneinsatzes und des Energieaufwandes im Marchfeld andenken

Zero Waste Initiativen fördern: Hofläden ohne Verpackung, Sammeleinkäufe durchführen, weniger Abfall durch die Entwicklung neuer Produktionsschritte oder neuer Produkte in Kooperation mit Forschung und Wissenschaft fördern

- Nachhaltige Projekte zum Anbau von Hanf, Flachs Energieholz und Elefantengras in Kooperation mit Universitäten entwickeln
- Gemüseabfälle nutzen: Biomasse muss für aktives Bodenleben (=Reduzierung der Düngemittel) am Feld bleiben

Tabelle 3: Leitprojekte zum Aktionsfeld 2

Projekt	<b>digital culture Kulturschätze Marchfeld</b>	<b>Neophyten-Bekämpfung</b>	<b>Potentialanalyse Bioökonomie</b>
Welcher Entwicklungsbedarf wird bedient?	Die Region hat eine reiche Kulturgeschichte. Diese hat zahlreiche Spuren in der Landschaft hinterlassen. Historische Bauwerke und kulturelle Baudenkmäler werden als Bühne für kulturelle Veranstaltungen genutzt und so wieder in die Wertschöpfungskette integriert	Das Marchfeld weist einen hohen Anteil unterschiedlicher Schutzgebiete auf. Entwicklungschancen bieten sich in der verstärkten multithematischen Zusammenarbeit und Interessensbündelung zwischen Naturschutz, Tourismus und Landwirtschaft. Die Biodiversität ist gesichert.	Die Region hat sehr gute Voraussetzungen um fossile Ressourcen (Rohstoffe und Energieträger) durch nachwachsende Rohstoffe in möglichst allen Bereichen und Anwendungen zu ersetzen. Die Chancen, die sich daraus ergeben, sollen koordiniert genutzt werden. Darüber hinaus sollen durch die Kreislaufwirtschaft Energie- und Materialkreisläufe verlangsamt, verringert und geschlossen werden.
Projektziel	Kulturgüter, Kleindenkmäler und Orte der Geschichte im Marchfeld sind erfasst und digital aufbereitet. Das Wissen und das Bewusstsein für die Kulturgeschichte und das kulturelle Erbe der Region sind gestiegen. Nachhaltigkeit der NÖ Landesausstellung Marchfeld Geheimnisse ist gesichert.	Durch die rechtzeitige Identifizierung und Entfernung von Neophyten wie Götterbaum, Robinien, Ragweed, Riesenbärenklau können Kosten eingespart, eine Beeinträchtigung der Gesundheit der Menschen minimiert und Schäden für die Biodiversität verhindert werden.	Ein Netzwerk mit den wichtigsten Playern im Bereich Bioökonomie ist geschaffen, Kooperation mit Forschung & Wissenschaft ist eingerichtet, erste Konzepte im Bereich Kreislaufwirtschaft und Bioökonomie sind ausgearbeitet.
Projektumsetzung	Erfassen und Aufbereiten von Kulturgütern in einer Datenbank mit starker Beteiligung der Bevölkerung. Schaffung neuartiger Kulturvermittlungangebote (App, Kulturwegweiser an Spazier- und Radwegen, Schulen), Aktion zur Sanierung und langfristigen Sicherung ausgewählter Kleindenkmäler, Projektmanagement	Erhebung der Standorte von Neophyten mittels innovativer Technik (Kamera & Drohnen, Einsatz von Software zur automatischen Erkennung), Schulung und Beteiligung der Bevölkerung bei Erkennung und Entfernung der Neophyten (Citizen science), Entwicklung von Pflegekonzepten mit Biologen und Forstexperten, Schulungen für BauhofmitarbeiterInnen, Monitoring	Analyse der Stoffströme in der Region, Erhebung des Potentials, Definition von Stakeholdern und Aufbau eines Netzwerks, Ausarbeitung konkreter Maßnahmen und Definition von einer langfristigen Strategie. Bewusstseinsbildung für mehr Ressourceneffizienz in der Bevölkerung (Zero waste-Initiative, Green events).
Projektträger	Kulturvereine/Gemeinden/LLAG	Gemeinden, LAG	LAG
Projektdauer	3 Jahre	2 Jahre	1 Jahr
Kostenschätzung in Euro	120.000,-	60.000,-	40.000,-

### 3.2.5 Beschreibung von Kooperationsaktivitäten

Die vier LEADER-Regionen Marchfeld, Weinviertel Ost, Weinviertel-Donauraum und Weinviertel-Manhartsberg liegen in der Hauptregion Weinviertel. Gemeinsame Aktivitäten betreffen:

- Maßnahmen zur Stärkung der regionalen Identität im Weinviertel, vor allem bei Zugezogenen
- Kultur bewusst erleben – Kooperative Kulturangebote

Die LEADER-Region Römerland-Carnuntum und die LAG Marchfeld haben gemeinsam den wertvollen Naturraum entlang der Donau. Geplante Kooperationsaktivitäten:

- Erfassung von wertvollen Natur-Kleinodern und Bewusstseinsbildung in der Bevölkerung, Erarbeitung von Pflegemaßnahmen und Umsetzung in Zusammenarbeit mit der lokalen Bevölkerung und Schulen; eingebundenen Partner: Teilnehmer im Naturstammtisch Marchfeld-Nationalpark Donau-Auen, WWF, Storchenhaus Schloss Marchegg, Naturschutzbund Niederösterreich, viadonau, Betriebsgesellschaft Marchfeldkanal, Birdlife Österreich, zuständige Abteilungen im Amt der NÖ Landesregierung, Österr. Bundesforste, NGOs

Zwischen der benachbarten LEADER-Region MAS Dolné Záhorie, Slowakische Republik, und der Kleinregion Marchfeld gibt es seit einigen Jahren konkrete Kooperationsaktivitäten im Rahmen von INTERREG. Eine Kooperation ist in folgenden Bereichen unter Einbindung der im Naturraum Marchfeld/Záhorie tätigen Organisationen geplant:

- Bewusstseinsbildung Naturräume und Naturvermittlung
- Qualitätssteigerung bei lokalen Kultureinrichtungen wie Museen

### 3.3 Aktionsfeld 3: Stärkung der für das Gemeinwohl wichtigen Strukturen und Funktionen

Die LEADER-Region Marchfeld hat mit zahlreichen Innenmarketing-Maßnahmen die eigenständige regionale Identität gestärkt und das Interesse der Bevölkerung am Geschehen in ihrer eigenen Region geweckt. Zielgruppe waren primär die regionale Bevölkerung sowie die Gemeinden als auch Betriebe und Vereine. Im Jahr 2021 wurde eine großangelegte weinviertelweite Bevölkerungsbefragung durchgeführt, deren Ergebnisse auch in die neue LES einfließen. Im Bereich der Belebung regionaler Ortskerne konnten die Ziele nicht erreicht werden. In Zukunft wird dies in Abstimmung mit der NÖ.Regional.GmbH umgesetzt.

#### 3.3.1 Auswahl der Aktionsfeldthemen, Verknüpfung zu Bedarfen und Beschreibung der Ausgangslage (Status quo)

Das Aktionsfeld Gemeinwohl-Strukturen und Funktionen wird in den nachfolgend dargestellten zwei Aktionsfeldthemen konkretisiert. Diese wurden schon in der letzten Periode sehr ähnlich definiert.

Abbildung 8: Aktionsfeldthemen im Aktionsfeld 3

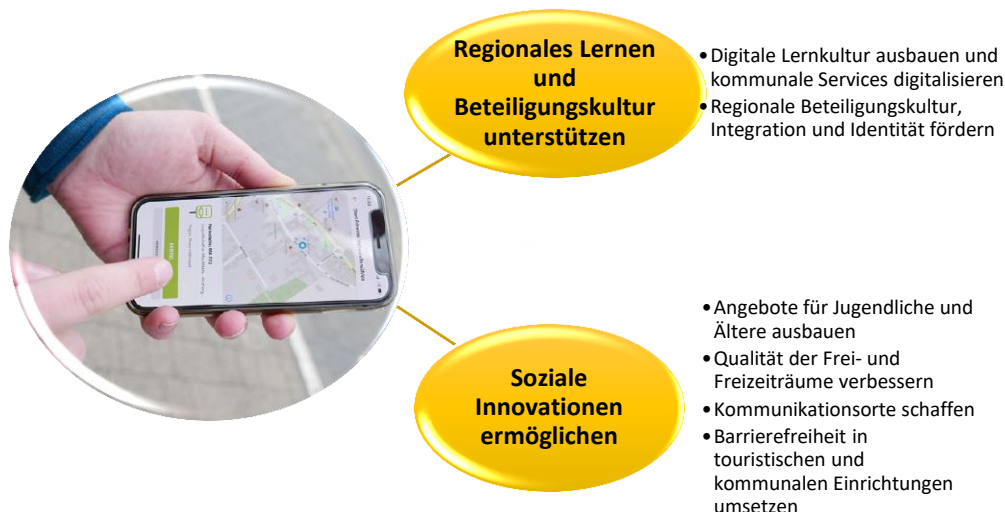


Foto: Region Marchfeld

#### Regionales Lernen und Beteiligungskultur unterstützen

Die regionale Bevölkerung ist gut ausgebildet und es steht ein ausreichendes Grundangebot an Bildungseinrichtungen zur Verfügung. 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.

Auf den folgenden Entwicklungsbedarf soll im Rahmen des AF 3 reagiert werden:

- Die Neubelebung der sozialen Strukturen nach der Pandemie soll gefördert werden
- Die Integration von ZuzügerInnen in die örtlichen Strukturen stärken
- Zur Erleichterung des lebenslangen Lernens sollen die digitalen Bildungsangebote ausgebaut werden.

#### Soziale Innovationen ermöglichen

Die Region zeichnet sich durch ein aktives Vereinsleben und vielfältiges Kulturangebot aus – mit viel Freiwilligkeit und bürgerschaftlichem Engagement. Insgesamt gibt es in der Region 475 Vereine (Quelle: Vereinsdatenbank/service-freiwillige.at). Die Nahversorgung ist in den größeren Gemeinden vorhanden, dennoch führen fehlende Begegnungszonen und die nicht vorhandene Barrierefreiheit zu Gefahren für die Lebendigkeit der Ortskerne und die Teilhabe aller Bevölkerungsgruppen (gerade

ältere, weniger mobile Personen oder Jugendliche). Stark verbesserungswürdig ist auch die Integration von Zugezogenen in die örtlichen Strukturen.

Auf den folgenden Entwicklungsbedarf soll im Rahmen des AF 3 reagiert werden:

- Es soll die Lebendigkeit der Ortskerne und die Teilhabe aller Bevölkerungsgruppen am gesellschaftlichen Leben gefördert werden
- Stark verbesserungswürdig ist die Integration von ZuzügerInnen in die örtlichen Strukturen sowie konsumfreie Freizeit- und Begegnungsräume für Jugendliche und Ältere

### **3.3.2 Grundstrategie beziehungsweise strategische Stoßrichtung in den Aktionsfeldthemen**

Innerhalb der Aktionsfeldthemen werden folgende Grundstrategien verfolgt:

#### **Regionales Lernen und Beteiligungskultur unterstützen**

- Digitale Lernkultur ausbauen und kommunale Services digitalisieren
- Regionale Beteiligungskultur, Integration und Identität fördern

#### **Soziale Innovationen ermöglichen**

- Angebote für Jugendliche und Ältere ausbauen, Qualität der Freiräume und Freizeiträume verbessern, Kommunikationsorte schaffen
- Barrierefreiheit in touristischen und kommunalen Einrichtungen umsetzen

### **3.3.3 Angestrebte Ziele am Ende der Periode**

Die folgenden Ziele werden angestrebt:

#### **Regionales Lernen und Beteiligungskultur unterstützen**

- Digitale Services und regionale Bildungsangebote sind verbessert
- Die Integration von ZuzügerInnen ist durch neue Formen der Beteiligung verbessert

#### **Soziale Innovationen ermöglichen**

- Es gibt qualitätsvolle Begegnungsräume und Treffpunkte, vor allem für Jugendliche und Ältere
- Alters- und behindertengerechte Arbeitsplätze und -modelle sind etabliert

### **3.3.4 Maßnahmen beziehungsweise Leitprojekte zur Erreichung der Ziele („Aktionsplan“)**

Die folgenden Maßnahmen wurden im Zuge der Regionsworkshops identifiziert. Mögliche Projekte und besonders wichtige Ansatzpunkte sind unterstrichen. Eine Umsetzung wird auch im Rahmen des Europäischen Sozialfonds (ESF) angestrebt.

#### **Regionales Lernen und Beteiligungskultur unterstützen**

##### Digitale Lernkultur verbessern und kommunale Services digitalisieren

- Digitale Kommunikation seitens der Gemeinden und in der Region zum Bürgerservice ausbauen: mehr Angebote digital nutzbar machen, Aktualisierung kommunaler Internetauftritte, Implementierung einer GemeindeApp inklusive Innenmarketing durchführen
- Regionale Lernkultur und Lebenslanges Lernen unterstützen und Kooperationen mit Bildungsträgern wie WIFI, VHS etc. fördern
  - Strukturen und Vernetzung (Schulungen, Weiterbildung für Betriebe)
  - Kurse für Silver Surfers (jung und alt)
  - Ressource Schule im Sommer nutzen z.B. Sommerakademie, regionale ReferentInnen und bekannte ExpertInnen
  - Vorträge zu verschiedenen Themen, Handwerk, Kunst

- Bildungsstandort Marchfeld ausbauen

##### Regionale Beteiligungskultur, Integration und Identität fördern

- Maßnahmen zur Stärkung der regionalen Identität in der Bevölkerung umsetzen
  - Identitätsbewusstsein über regionale Angebote stärken (Innenmarketing – Schlösser, Kultur,

Natur und regionale Produkte, Definition über eigene Produkte), Marchfeldtag im Marchfeld, Fotowettbewerb

- Schulen – Identitätsmaßnahmen, Lehrunterlagen für Volksschule/Mittelschule
- Regionalen Veranstaltungskalender entwickeln
- Ehrenamt stärken – ZuzüglerInnen motivieren in Vereinen mitzuarbeiten
  - Freiwilligenarbeit, Service Freiwillige, Weiterbildungsangebote organisieren, Freiwilliges Soziales Jahr, Ökologisches Jahr anbieten
  - Öffentlichkeitsarbeit für Vereine unterstützen (Vorstellung der Vereine)
  - Qualifizierungsmaßnahmen für Vereine durchführen
  - Freiwilligen Messe durchführen
- Willkommensmappe für Zugezogene ausarbeiten: Willkommensgeschenk, Willkommenspartys für Zugezogene: nicht nur wirtschaftlich, sondern auch sozial/kulturell integrieren

### **Soziale Innovationen ermöglichen**

Angebote für Jugendliche und Ältere ausbauen, Qualität der Freiräume und Freizeiträume verbessern, Kommunikationsorte schaffen

- Angebote für Jugendliche ausbauen (z.B. Jugendtreffpunkte, Bewegungsangebote (teilweise im Freien) – Pumptrack, Bikestrecke, Bowling, Kletterhalle-Park, Turnpark, Turnhalle, Skatepark etc.)
  - Therapieplätze & Integration von sozial schwachen Jugendlichen, Lernunterstützung, Buddy-Prinzip, niederschwellig,
  - Vernetzung JugendbetreuerInnen der Vereine – inhaltlicher und methodischer Austausch (z.B. Feuerwehren, Musik, Sportvereine zur Akquirierung v. Jugendlichen)
  - Mobile Jugendarbeit und Kriseninterventionsarbeit stärken, Netzwerk aufbauen (<https://www.kiju-weinviertel.at>)
  - Machbarkeitsstudie für ein gemeinsames Jugendzentrum in Deutsch-Wagram, Strasshof und Gänserndorf durchführen: Jugend stärker in regionale Prozesse einbinden
- Angebote für die ältere Generation unterstützen
  - Ehrenamt stärken (Nachbarschaftshilfe, Besuchsdienst, ...), rechtliche Grauzonen abklären
  - Neue Beschäftigungsformen im Sozialbereich in Kooperation mit AMS entwickeln Innovative Betreuungsformen aufbauen (z.B. ehrenamtlicher Besuchsdienst für Alte) Zusammenarbeit mit Hilfswerk NÖ, braucht: Ausbildung, Fahrtkosten, Netzwerk, Bewerbung; Supervision, Ausbildung (v.a. zum Thema Demenz), Helping Hands Plattform schaffen
- Qualität der Freiräume, Freizeiträume verbessern, Kommunikationsorte schaffen (nach Corona)
  - Belebte und schön gestaltete öffentliche Plätze und Räume (Dorfzentren) schaffen, wo sich Menschen treffen und vernetzen können, mehr Bänke, mehr Pflanzen, Hinweisschilder
  - mehr Freizeitmöglichkeiten fördern (z.B. Tischtennis, Boule, Outdoor gym, ...), eine Übersicht an Sport und Freizeitangeboten für jede Ortschaft erstellen

Barrierefreiheit und Inklusion in touristischen und kommunalen Einrichtungen umsetzen

- Behinderte Menschen beim Tagesausflug begleiten (Pilgrim on tour)
- Broschüre mit barrierefreien Angeboten im Tourismus herausgeben

Tabelle 4: Leitprojekte zum Aktionsfeld 3

Projekt	Digitale Lernkultur und Smart Services verbessern	Stärkung Regionale Identität	Jugend mobilisieren
Welcher Entwicklungsbedarf wird bedient?	Die regionale Bevölkerung ist gut ausgebildet und es steht ein ausreichendes Grundangebot an Bildungseinrichtungen zur Verfügung. Zur Erleichterung des Lebenslangen Lernens sollen die digitalen Bildungsangebote ausgebaut werden und der Ausbau von regionalen Bildungsangeboten forciert werden.	Die Engagement-Quote der Bevölkerung ist in kleinen Gemeinden bisher deutlich höher als in den Städten. Gründe sind die im ländlichen Raum vorherrschende Tradition der politischen Mitwirkung und die lokale Vereinskultur. Die Integration von Zugezogenen in die örtlichen Strukturen soll gesteigert werden.	Stark verbesserungswürdig sind konsumfreie Freizeit- und Begegnungsräume für Jugendliche und Ältere.
Projektziel	Digitale Services der Gemeinden und Regionale Bildungsangebote sind verbessert.	Die Integration von Zugezogenen in die örtlichen Strukturen ist durch neue Formen der Beteiligung verbessert.	Qualitätsvolle Begegnungsorte und Freizeiträume sind geschaffen. Neubelebung sozialer Strukturen nach der Pandemie ist geschafft.
Projektumsetzung	Vernetzung der Bildungsträger in der Region, Maßnahmen zur Verbesserung der digitalen Servicequalität/Bürgerservice der Gemeinden, Unterstützung/Schulungen der Gemeindebediensteten bei digitalen Medien, Smart Box: Einrichtung von öffentlich zugänglichen Räumen für Bildungsveranstaltungen (mit up-to-date equipment z.B. für webinare, online Schulungen, auch Home Office oder temporäre co-working space)	Regionsbewusstsein bei SchülerInnen unterstützen, Service für Willkommenskultur etablieren: Natur- und Kulturvermittlungen speziell für Zugezogene, Infopackage für neue BürgerInnen entwickeln, Maßnahmen zur Stärkung des Ehrenamts, Freiwilligen-Messe, Innenmarketing.	Ausarbeitung und Umsetzung regional abgestimmter Maßnahmen zur nachhaltigen Verbesserung der Jugendarbeit in den großen Gemeinden. Unterstützung von Vereinen bei der Jugendarbeit. Projektmanagement.
Projektträger	Gemeinden, LAG	LAG	Gemeinden
Projektdauer	1,5 Jahre	2 Jahre	2 Jahre
Kostenschätzung in Euro	50.000.-	20.000.-	140.000.-

### 3.3.5 Beschreibung von Kooperationsaktivitäten

Die vier LEADER-Regionen Marchfeld, Weinviertel Ost, Weinviertel-Donauraum und Weinviertel-Manhartsberg liegen in der Hauptregion Weinviertel. Gemeinsame Aktivitäten betreffen:

- Maßnahmen der Stärkung der Regionalen Identität im Weinviertel vor allem bei Zugezogenen
- Aufbereitung von Regionswissen für alle Bevölkerungsgruppen, speziell für Schulen
- Der Zuzug im Umfeld der Großstadt Wien (Bratislava) steigt ständig. Damit verbunden sind Herausforderungen in den Bereichen Mobilität, Siedlungsentwicklung/Bodenverbrauch, steigender Bedarf an Infrastruktur, Verlust regionaler Identität und Maßnahmen zur Integration von Zugezogenen im Stadt-Umland, Schaffung von Begegnungsräumen. Eingebundene Partner: LEADER-Region im Umfeld der Großstadt Wien/Bratislava, NÖ.Regional.GmbH, SUM-StadtUmlandManagement Wien, BAUM-Bratislava Umland Management, Kleinregion Marchfeld.

Mit der LAG Rheinhessen, Deutschland, werden folgende Themenbereiche transnational in der kommenden Periode bearbeitet (siehe Letter of Intent im Anhang), Eingebundene Partner: Beteiligte LEADER-Regionen

- Stadt-Umland: Entwicklung von Kooperationen zwischen Stadt und Umland, Vernetzung und Vermarktung von Angeboten mit Stadt-Land-Beziehung
- Austausch von Informationen durch Vernetzung und Best Practice-Beispielen

#### Kooperationsprojekt der LEADER-Regionen in Niederösterreich

Alle niederösterreichischen LEADER-Regionen haben sich zu einem Verein zusammengeschlossen. Dieser hat das Ziel die Regionen untereinander zu vernetzen; nach dem Motto „voneinander Lernen – miteinander wachsen“.

Ein Kooperationsprojekt mit folgendem Inhalt ist in Vorbereitung:

- **Netzwerktreffen**, 2x-jährlich zur Abstimmung der LAG-Managements untereinander

- **Obleute-Treffen**, 1x-jährlich zum Austausch von aktuellen Themen.
- **Fachvorträge**, mindestens einmal jährlich wird eine Fachveranstaltung zur Fortbildung der LAG-Managements durchgeführt.
- **Publikation**, einmal pro Periode wird eine Publikation mit erfolgreichen Projekten aus den LEADER-Regionen in Niederösterreich erstellt
- **Exkursion** zum europaweiten Austausch mit anderen LEADER-Regionen
- **Öffentliche Veranstaltung** zur Halbzeitbilanz und am Ende der Förderperiode

### Kooperation der LEADER-Regionen in Österreich - LEADER-Forum Österreich

Im Verein LEADER-Forum sind alle LEADER-Regionen Österreichs vernetzt. Gemeinsam werden Netzwerktreffen und Exkursionen organisiert.

### 3.4 Aktionsfeld 4: Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel

Dieses Aktionsfeld gibt es erst in der Periode 2023-2027, dennoch wurden in der letzten Förderperiode einige Aktivitäten in diesem Themenbereich durchgeführt. Der Großteil der Projekte wurde durch die KEM Marchfeld umgesetzt.

Die Themen Energie und Klimawandel wurden durch die Etablierung der Klimaenergiemodellregion stark ins Bewusstsein gerückt. Sowohl im Arbeitsleben als auch im Tourismus bietet die Nähe zum Ballungsraum Wien große Chancen für öffentliche Anreisen. Die Problematik der „Last Mile“ ist jedoch noch nicht überall zufriedenstellend gelöst.

In Abstimmung mit KEM soll LEADER in Zukunft Maßnahmen im AF 4 aber auch im AF 1 und AF 2 fördern, die durch die KEM vorbereitet werden und sich auf das Thema Klimawandelanpassung in der Landwirtschaft (z.B. Flurplanung, CO<sub>2</sub>-neutrale Ernährung) konzentrieren.

Abbildung 9: Aktionsfeldthemen im Aktionsfeld 4

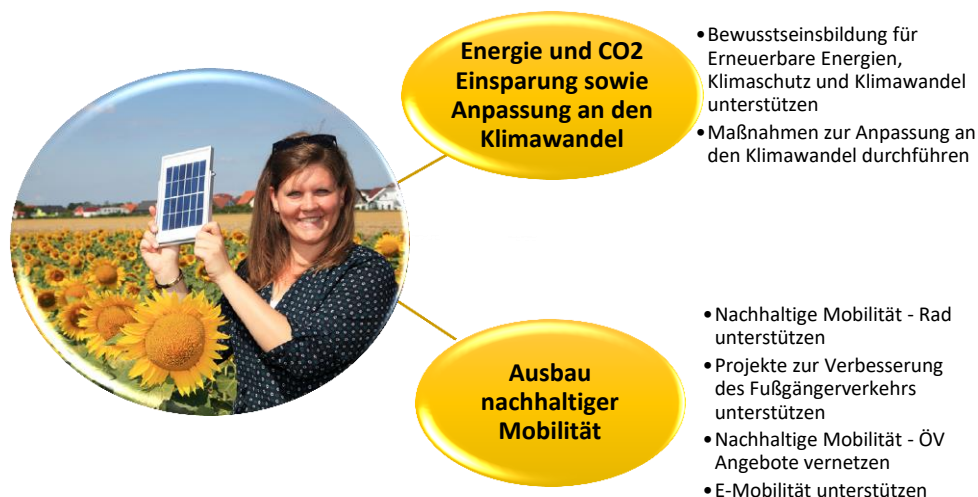


Foto: Klien/Barbara Krobath

#### 3.4.1 Auswahl der Aktionsfeldthemen, Verknüpfung zu Bedarfen und Beschreibung der Ausgangslage (Status quo)

Das Aktionsfeld „Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel“ wird in den 2 Themen Energie und CO<sub>2</sub>-Einsparung und Ausbau nachhaltiger Mobilität sowie Klimaschutzdienstleistungen umgesetzt. Diese Aktionsfeldthemen sind neu, obwohl es bereits in der Vergangenheit Projekte mit einem Energieschwerpunkt gab.

#### Energie, Treibhausgas-/CO<sub>2</sub>-Einsparung und Klimawandelanpassung



Seit 2018 bilden alle Gemeinden der LEADER-Region die Klima- und Energie-Modellregion Marchfeld. Sie verfolgt seit Jahren den Leitspruch „Von der Kornkammer zur Energiekammer“ und verfügt über viele energieerzeugende Anlagen<sup>14</sup>, darunter 19 Biomasse-Nahwärmeanlagen auf Hackschnitzel- oder Strohbasis, ca. 100 Windkraftanlagen mit einer Gesamtleistung von 213 MW, 1.441 PV-Anlagen mit einer Leistung von 10.144 kWp, 1 Kleinwasserkraftwerk mit einer Leistung von 82 kW, 3 Biogasanlagen mit einer Nennleistung von 1.441 kW sowie zahlreiche Solarthermieanlagen. Die konstante Windkraft führt dazu, dass der gesamte Strombedarf durch erneuerbare Energien gedeckt werden kann; Potenziale bestehen noch darin die Biomasse zu nutzen; es sind bereits einige größere Energienutzungsprojekte, wie z.B. die Biomasse-Nahwärme Aderklaa, die Klärschlamm-trocknung Gänserndorf oder die Abwasserwärmenutzung Deutsch-Wagram, in Planung.

Auf den folgenden Entwicklungsbedarf soll im Rahmen des AF 4 reagiert werden:

- Maßnahmen zur Anpassung an den Klimawandel sind verstärkt zu setzen
- Potenziale liegen aufgrund vorhandener Ackerflächen im Bereich der agrarischen Biomasse sowie der Nutzung der Sonnenenergie zur Wärme- und Stromproduktion. Sie sollen genutzt werden.
- Weitere Potenziale bestehen darin die Biomasse zu nutzen, in der Elektrifizierung des Gemeindefuhrparks und der Arbeitsgeräte

#### **Ausbau nachhaltiger Mobilität**

Die Gemeinden der Region profitieren von ihrer Lage nahe dem Ballungsraum Wien und entlang bestehender und geplanter hochrangiger Verkehrsachsen: Nordbahn, Marchegger Ostbahn (Ausbau und Elektrifizierung bis 2030), die S1-Spange und die S8 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 verbesserungswürdig.

Auf den folgenden Entwicklungsbedarf soll im Rahmen des AF 4 reagiert werden:

- Die hervorragende Lage – mit der Nähe zu Wien – und den bestehenden und geplanten hochrangigen Verkehrsachsen (Bahn- Elektrifizierung) wird genutzt.
- Es werden grenzüberschreitende Verbindungen zum boomenden Ballungsraum Bratislava geschaffen.
- Die Bevölkerung soll über alternative Mobilitätsformen wie, E-Autos, E-Bikes und Carsharing-Modelle, informiert werden
- Die Servicequalität der "letzten Meile" bzgl. Rad- und Fußwege wird stark verbessert

#### **3.4.2 Grundstrategie beziehungsweise strategische Stoßrichtung in den Aktionsfeldthemen**

Innerhalb der Aktionsfeldthemen werden folgende Grundstrategien verfolgt:

##### **Energie und CO<sub>2</sub>-Einsparung sowie Anpassung an den Klimawandel**

- Bewusstseinsbildung für Erneuerbare Energien, Klimaschutz und Klimawandel unterstützen
- Maßnahmen zur Anpassung an den Klimawandel durchführen

##### **Ausbau nachhaltiger Mobilität**

- Nachhaltige Mobilität – Rad unterstützen
- Projekte zur Verbesserung des Fußgängerverkehrs in den Ortsgebieten unterstützen
- Nachhaltige Mobilität – ÖV Angebote vernetzen
- E-Mobilität unterstützen

#### **3.4.3 Angestrebte Ziele am Ende der Periode**

Die folgenden Ziele werden angestrebt:

##### **Energie und CO<sub>2</sub>-Einsparung**

---

<sup>14</sup> Quelle: Umsetzungskonzept KEM Marchfeld, Stand: 2018/19

- In der Region werden verstärkt erneuerbare Energien genutzt, das Bewusstsein für Klimaschutz und Klimawandel ist vorhanden
- Maßnahmen als Reaktion auf den Klimawandel sind umgesetzt

#### **Ausbau nachhaltiger Mobilität**

- Nachhaltige Mobilitätsformen (Rad, ...) sind ausgebaut und leisten einen Beitrag zur CO<sub>2</sub>-Einsparung
- Leitsysteme und Mobilitätskonzepte sind umgesetzt

#### **3.4.4 Maßnahmen beziehungsweise Leitprojekte zur Erreichung der Ziele („Aktionsplan“)**

Die folgenden Maßnahmen wurden im Zuge der Regionsworkshops identifiziert. Mögliche Projekte und besonders wichtige Ansatzpunkte sind unterstrichen.

##### **Energie, Treibhausgas-/CO<sub>2</sub>-Einsparung und Klimawandelanpassung**

###### Bewusstseinsbildung für Erneuerbare Energien, Klimaschutz und Klimawandel unterstützen

- Öffentlichkeitsarbeit und Bewusstseinsbildung für die Energiewende unterstützen
- Bürgerpartizipationsprojekte beim Ausbau Erneuerbarer Energien unterstützen

###### Maßnahmen zur Anpassung an den Klimawandel durchführen

- Mehr Beschattung durch Bäume auch im Ortskern und an Radwegen umsetzen (investive Unterstützung):
  - „Beschattung“ der Radwege mittels Überdachung mit Photovoltaik durchführen
  - Bepflanzung von Gewerbe- und Industrieflächen fördern
  - Klimaverträgliche Revitalisierung von Schottergruben fördern: Nachhaltige Nutzung von ehemaligen Schottergruben unterstützen (Biodiversität, PV-Anlagen, zweites Leben der Schottergruben)
  - Fassadenbegrünungen mit Pilotprojekten unterstützen
  - Forcierung der Regenwassernutzung
  - versiegelte Flächen rückbauen (z.B. Einfahrten und Parkplätze nicht vollversiegeln, ev. Rasensteine...)
  - Einführung einer Anlaufstelle in der Region, an die sich BürgerInnen mit Umwelt- und Klimafragen wenden können

##### **Ausbau nachhaltiger Mobilität umsetzen**

###### Nachhaltige Mobilität – Rad fördern

- Radverbindungen zwischen Orten und innerörtlich fördern, (Radstreifen neben Straße), schnell und sicher, Ausbau der Radwege zwischen den Ortschaften („Rad-Highways“), Alltagsradwege in Kooperation mit Land NÖ und in Abstimmung mit anderen Förderschienen ausbauen
- Radwegeplanung (wie Radbasisnetz) auf alle Marchfeld-Gemeinden ausdehnen. Daraus entsteht ein Konzept für die Alltagsradwege, dass in den nächsten (5-10 Jahren) umgesetzt werden kann
- Verbesserung der Servicequalität für Alltagsradverkehr anstreben: mehr Abstellanlagen inkl. Rad-schloss-Bügel, Radwegebeschilderung einrichten
- Bewusstseinsbildende Maßnahmen umsetzen: Regionaler Radtag, Radeln fürs Klima mit Stationen bei Kultureinrichtungen etc.
- Regionale Arbeitsgruppe mit Radverantwortlichen in Gemeinden aufbauen

###### Projekte zur Verbesserung des Fußgängerverkehrs in den Ortsgebieten unterstützen

- Fußgängerkonzepte oder -checks fördern, bauliche Maßnahmen umsetzen: Gehwegverbreiterungen, Engstellen entschärfen, „kurze Wege“ schaffen; aber auch Aufenthaltsqualität fördern: Beschattung (Bäume), Infrastruktur (Bänke, Brunnen, Fußgänger-Leitsystem, ...)

###### Nachhaltige Mobilität – ÖV Angebote vernetzen

- Bewusstseinsbildung zu nachhaltiger Mobilität fördern: Beteiligung an bestehenden Programmen

und Aktionen (Angebote von Radland NÖ – Agentur für Aktive Mobilität, NÖ Mobilitätsmanagement, klima:aktiv, Klimabündnis etc.); neue eigenständige Programme und Aktionen entwickeln, Bewerbung, Weiterführung des Marchfeld mobilis)

- Regionale Mitfahrbörse aufbauen

#### E-Mobilität unterstützen

- E-Lade-Infrastruktur ausbauen, E-Carsharing forcieren
- Elektrifizierung von Gemeindefuhrpark und Arbeitsgeräten unterstützen
- Elektromobilität in der Landwirtschaft durch Pilotprojekte aufbauen

Tabelle 5: Leitprojekte zum Aktionsfeld 4

Projekt	Bewusstseinsbildung Klimawandel	Schattiges Marchfeld	Aktive Mobilität im Marchfeld
Welcher Entwicklungsbedarf wird bedient?	Die Region setzt sich mit dem Klimawandel aktiv auseinander, die Bereitschaft der Gemeinden sich im Klimaschutz zu engagieren hat deutlich zugenommen. Die konstante Windkraft führt dazu, dass der gesamte Strombedarf durch erneuerbare Energien gedeckt wird. Potentiale bestehen darin die Biomasse zu nutzen und die Elektrifizierung des Gemeindefuhrparks und der Arbeitsgeräte. Dennoch fehlen innovative Erstkonzeppte für erneuerbare Energiequellen sowie das Wissen um Maßnahmen zur Steigerung der Effizienz	Die Region setzt sich mit dem Klimawandel aktiv auseinander, die Bereitschaft der Gemeinden sich im Klimaschutz zu engagieren hat deutlich zugenommen. Trockene und heiße Wetterperioden nehmen zu und erfordern gezielte Maßnahmen gegen Überhitzung der Ortskerne	Die Gemeinden der Region profitieren von ihrer Lage nahe dem Ballungsraum Wien und entlang bestehender und geplanter hochrangiger Verkehrsachsen: Nordbahn, Marchegger Ostbahn (Ausbau und Elektrifizierung bis 2030), die S1-Spange und die S8 liegen in der Region. In den Achsenzwischenräumen gibt es hingegen erhebliche Defizite in der Versorgung im ÖV und eine nahezu vollständige Abhängigkeit vom PKW.
Projektziel	Bewusstseinsbildung für Erneuerbare Energien, Klimaschutz und Klimawandel unterstützen. Das Regionalbüro ist als Anlaufstelle für Fragen zu Klimawandel und Klimaschutz etabliert.	Maßnahmen als Reaktion auf den Klimawandel sind umgesetzt. Die Reduzierung von Hitzeinseln ist durch Reduzierung der Bodenversiegelung und durch Beschattung in den Ortskernen erreicht.	Nachhaltige Mobilitätsformen (Rad, ÖV, zu Fuß) sind ausgebaut und leisten einen Beitrag zur CO2-Einsparung. Servicequalität zur Steigerung des Anteils beim Alltagsradfahren sind verbessert.
Projektumsetzung	Bewusstseinsbildende Maßnahmen zu konkreten Themen wie Bodengesundheit, Bodenerosion, Wassermangel und Humusaufbau in der Landwirtschaft, Grüne Infrastruktur für mehr Biodiversität in der Agrarlandschaft, Verringerung der Bodenversiegelung. Zielgruppen Bevölkerung, Landwirtschaft, Betriebe, Gemeinden. Umsetzung kleiner Maßnahmen.	Schaffung kühler, beschatteter Ortskerne, die auch als lebendige Kommunikationsorte gestaltet sind. Begrünung von Hausfassaden öffentlicher Gebäude, Maßnahmen zur Reduzierung der Bodenversiegelung, 2-3 Pilotprojekte.	Radabstellanlagen, Radservicesäulen, e-bike Ladesäulen etc. bei wichtigen Einrichtungen in den Orten. Verbesserung der Anbindung zwischen den Orten. Durchgängige Beschilderung und digitale Aufbereitung der Radwege. Bewusstseinsbildung in der Bevölkerung.
Projektträger	Kleinregion	Gemeinden	Gemeinden, Betriebe
Projektdauer	1,5 Jahre	2 Jahre	2,5 Jahre
Kostenschätzung in Euro	40.000,-	120.000,-	130.000,-

### 3.4.5 Beschreibung von Kooperationsaktivitäten

Die KEM Marchfeld ist räumlich deckungsgleich mit der LEADER-Region, besteht also ebenso aus den 23 Marchfeld Gemeinden. Die KEM-Managerin DI Rafaela Waxmann ist Teil des Regionalbüros Marchfeld und künftig in der PAG als Beirat und in der LAG als Beirat vertreten. Mit der KEM Marchfeld erfolgt ein intensiver Austausch und Abstimmung bei Projekten im AF 1, AF 2 und AF 4.

- Konkrete Aktivitäten betreffen den Themenbereich Verbesserung der Servicequalität in Zusammenhang mit Alltagsradfahren. Konkret wird die KEM Marchfeld den Bedarf an ergänzenden Infrastrukturen, wie Radabstellanlagen oder Servicestationen, in den Gemeinden der Region Marchfeld erheben. Auf Basis dieses Konzeptes wird die Umsetzung von Maßnahmen über einen LEADER-Fördercall vorbereitet. Somit gibt es eine klare Trennung zwischen der Phase der Vorarbeiten, welche in Rahmen der KEM stattfindet und der Umsetzungsphase, welche im Rahmen von LEADER begleitet wird. In enger Abstimmung bzw. mit Unterstützung von externen ExpertInnen

(NÖ.Regional.GmbH, Energie- und Umweltagentur des Landes NÖ, weitere MobilitätsexpertInnen.

- Konkrete Aktivitäten betreffen den Themenbereich Ressourceneffizienz: derzeit werden laut Statistiken nur rund 70 Prozent der Plastikflaschen in Österreich recycelt und der Rest wandert in den Müll. Laut EU-Zielen muss die Recyclingquote jedoch auf 90 Prozent ansteigen. Die KEM Marchfeld nimmt diese Ziele sehr ernst und will sich mit der Maßnahme „verwenden statt verschwenden“ einerseits um die Thematik Plastikflaschen, Einweggeschirr und Abfallvermeidung widmen. Es sollen bis zum Jahr 2030 die Plastikflaschen weitgehend aus den Klassenzimmern verbannt werden, das Konzept zu „nachhaltige Feste“ langfristig etabliert sein und die Möglichkeit von Reparaturen wieder bewusster gemacht werden. Mit kleinen, aber feinen Aktionen soll hier ein Schritt in die richtige Richtung gemacht werden.
- Neben einer Glasflaschen-Verteilaktion ist in Kooperation der KEM Marchfeld mit der LEADER-Region Marchfeld ein Projekt für Mehrwegbecher für die gesamte Region geplant. Diese Mehrwegbecher können bei Regionsveranstaltungen genutzt, somit das Regionsbewusstsein gestärkt und auf die Arbeit des Regionalbüros aufmerksam gemacht werden. Hier ist eine klare Trennung des Arbeitseinsatzes zwischen KEM und LEADER vorgesehen. Die KEM erstellt im Rahmen der Maßnahme ein Umsetzungskonzept (Grafik, einen Prototyp des Bechers und die Ausschreibungsunterlagen) und die LEADER-Region wird mit einer groß angelegten Beschaffungsaktion diese dann produzieren.

### **3.5 Weitere Aktionsfelder: Integration anderer Strukturfonds-Programme (Europäische Territoriale Zusammenarbeit - ETZ)**

Nicht zutreffend

### **3.6 Weitere Aktionsfelder: Integration anderer Strukturfonds-Programme (Investitionen in Beschäftigung und Wachstum - IBW)**

Nicht zutreffend

### **3.7 Anwendung und Umsetzung Smart Villages**

Die Umsetzung eines Smart Village Konzepts wird auf Ebene der Kleinregion Marchfeld angestrebt. Im Rahmen des Erstellungsprozesses haben sich noch keine konkreten Maßnahmen herausgebildet. Thematisch können alle 4 Aktionsfelder angesprochen werden. Ein besonderer Schwerpunkt wird dabei auf die Digitalisierung und Sicherung der Bedürfnisse der regionalen Bevölkerung in Hinblick auf den Demografischen Wandel gelegt.

### **3.8 Berücksichtigung der Ziele relevanter EU-Strategien, IBW und ETZ-Programme und Bundesstrategien**

Die LES steht im Einklang mit den Zielen der **Gemeinsamen Agrarpolitik (GAP)** und dem für Österreich ausgearbeiteten **Nationalen GAP-Strategieplan 2023-2027** und unterstützt im AF 1 einen intelligenten, krisenfesten und diversifizierten Agrarsektor, im AF 4 die Stärkung von Umwelt- und Klimaschutz als Beitrag zu den umwelt- und klimabezogenen Zielen der EU und im AF 3 die Stärkung des sozioökonomischen Gefüges in den ländlichen Gebieten. Sie berücksichtigt die Ziele des **Europäischen Grünen Deals (Green Deal)**, die neue Wachstumsstrategie, um die EU auf einen Weg hin zu einer klimaneutralen, fairen und wohlhabenden Gesellschaft (AF 4) mit einer modernen, ressourceneffizienten und wettbewerbsfähigen Wirtschaft (AF 1) zu bringen.

Die **Makroregionale Strategie für den Alpenraum – EUSALP** konzentriert sich auf die übergeordneten Ziele Schaffung integrativer ökologischer Rahmenbedingungen für die nachhaltige Mobilität (AFT

10), erneuerbare Energie (AFT 10) sowie eine Adaptierung und Verbesserung des Wirtschaftsstandorts Alpenraum in den Bereichen Forschung und Innovation, Wettbewerbsfähigkeit und gerechter Zugang zum Arbeitsmarkt (AFT 7, 8), die bei der Umsetzung der LES einen hohen Stellenwert einnehmen. Durch eine Schwerpunktsetzung auf die für die Erreichung der Klimaziele relevanten Themen nachhaltige Mobilität (AFT 11), Energiewende (AFT 10), Tourismus (AFT 2), Wirtschaft (AFT 3), Natur und Ökosysteme (AFT 4) harmonisiert der von der **Alpenkonvention** festgelegte **Aktionsplan zum Klimawandel** mit den Zielen der LES. Sie unterstützt mit dem AF 1 die von der **Alpenkonvention** festgelegte **Erklärung zur Förderung einer nachhaltigen Wirtschaft in den Alpen**, die sowohl wettbewerbsfähige als auch ressourcenschonende und klimafreundliche Wirtschaftssysteme miteinander vereint. Der **Klima- und energiepolitische Rahmen bis 2030** der EU wird von der LES aufgegriffen und in Form von Projekten, welche die Dekarbonisierung, den Umstieg auf erneuerbare Energie sowie Energieeffizienz forcieren (AFT 10), umgesetzt. Die **EU-Strategie für die Anpassung an den Klimawandel** nimmt in der LES einen hohen Stellenwert ein. Mit Hilfe einer nationalen Strategie wird ein breiter Handlungsrahmen gelegt, der sowohl die Verminderung von Emissionen also auch die Anpassung an die Auswirkungen des Klimawandels in allen relevanten Teilbereichen zum Ziel hat. Die LES greift dies in den AFT 10 und 11 auf.

Die **EU-Biodiversitätsstrategie für 2030** wird in die LES miteinbezogen. Der Schutz von Gebieten mit sehr hohem Biodiversitäts- und Klimawert steht hier im AFT 4 im Vordergrund. Auch die Ziele der **EU-Bioökonomie-Strategie** bzw. die **national angepasste Strategie** werden in der LES mit Fokus auf ressourcenschonende, nachhaltige und innovative Kreislaufwirtschaft (AFT 6) berücksichtigt. Die Region liegt sowohl im **INTERREG** Programmgebiet AT-CZ, SK-AT als auch AT-HU. Schon bisher wurden einige grenzüberschreitende INTERREG Projekte umgesetzt. Dieser Ansatz wird auch in der künftigen Strategie verfolgt. Wenn sich die entsprechenden Anknüpfungspunkte ergeben, werden die Aktionsfeldthemen grenzüberschreitend behandelt. Synergien zu den Schwerpunkten der Programme finden sich v.a. in den AFT 2, 3, 4, 5, 7, 8, 10 und 11. Der Funktionalraum betrifft in beiden **ETZ**-Programmen das gesamte LEADER-Gebiet. Im Zuge der Umsetzung der AFT 6, 7 und 8 können sich thematische Überschneidungen mit dem **IWB EFRE** Programm ergeben. Hier liegt der Fokus auf Kreislaufwirtschaft und Digitalisierung und Vernetzung. Das **österreichische Raumentwicklungskonzept (ÖREK) 2030** ist ein zentraler Orientierungspunkt für die Zielsetzungen der LES und bietet einen Rahmen für einen proaktiven Umgang mit den künftig zu erwartenden gesellschaftlichen, umweltbezogenen und technologischen Transformationsprozessen. Verbindungen bestehen zu den grundlegenden Säulen „Schonender Umgang mit Ressourcen“ (AF 2), „Stärkung des sozialen und räumlichen Zusammenhalts“ (AF 3), „klimaverträgliche und nachhaltige Wirtschaftsräume“ (AF 1 und AFT 6) sowie „Weiterentwicklung vertikaler und horizontaler Governance-Strukturen“. Vordergründig ist das Thema Klimaschutz und Klimawandelanpassung (AF 4).

Der **integrierte nationale Energie- und Klimaplan (NEKP)** wird durch die LES vor allem in den Bereichen Dekarbonisierung (AFT 10), nachhaltige Mobilität (AFT 11) sowie Bewusstseinsbildung und Kreislaufwirtschaft (AFT 6) aufgegriffen. Deklariertes Ziel ist die Einhaltung des Green Deals und damit das Erreichen der Klimaneutralität bis 2040. Die **österreichische Strategie zur Anpassung an den Klimawandel** bietet für die LES einen breiten Handlungsrahmen, der in allen AF Anwendung findet. Die Strategie zielt darauf ab, nachteilige Auswirkungen des Klimawandels auf Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft zu vermeiden und eine Anpassung an klimatische Entwicklungen in allen relevanten Lebensbereichen durchzuführen. Die **#mission2030 Die Österreichische Klima- und Energiestrategie** hat zum Ziel, die Treibhausgasemissionen bis 2030 um 36 % gegenüber 2005 zu reduzieren. Sie korreliert in den Schlüsselbereichen Forschung und Innovation (AFT 7), Wissensmanagement, nachhaltige Mobilität (AFT 11) sowie erneuerbare Energien (AFT 10) stark mit den AF der LES. Sie berücksichtigt die **österreichische Bioökonomiestrategie** im AFT 6 durch Projekte, die die Reduktion des Energie-,

Treibhausgas- und CO<sub>2</sub>-Ausstoßes sowie Bewusstseinsbildung und Wissensmanagement fördern. Die Strategie greift im AF 3 das übergeordnete Ziel der Klimaneutralität auf und fördert die Reduktion der Abhängigkeit von nicht erneuerbaren Rohstoffen. Die LES harmoniert mit dem **Masterplan Tourismus (Plan T)** und unterstützt dessen Ziele – eine nachhaltige Form von Tourismus, bei der ein Gleichgewicht zwischen Natur und Mensch im Mittelpunkt steht, aber auch die Schaffung von regionalem Mehrwert und Wertschöpfung einen hohen Stellenwert hat – durch die Stärkung der heimischen Wirtschaft (AFT 2 und 3) in Form einer Schwerpunktsetzung auf regionale Produkte und Dienstleistungen (AFT 1). Die Ziele des **Masterplanes Ländlicher Raum** werden von der LES durch innovative Lösungsvorschläge und Projekte in allen AF verfolgt. Der Masterplan sieht vor den gegenwärtigen und künftigen Problemen des ländlichen Raumes durch breite Bürgerbeteiligungsprozesse, Zusammenhalt und Digitalisierung entgegenzutreten. Im Rahmen der **Kreislaufwirtschaft-Strategie** berücksichtigt die LES im AFT 6 ressourcenschonende und nachhaltige Wirtschafts- und Mobilitätsformen. Das Ziel ist es, Ressourcen so lange wie möglich in Kreisläufen zu halten, um die Entnahme von Ressourcen aus der Natur zu reduzieren. Der **Umsetzungsplan Mission Innovation Austria** beinhaltet die Konkretisierung der Missionen zu den in der Klima- und Energiestrategie festgeschriebenen Schwerpunkte und hat beim Schwerpunkt „Integrierte regionale Energiesysteme“ einen starken Konnex zu den AFT 10 und 11 und den Klima- und Energiemodellregionen auf dem Weg zur Klimaneutralität. Die **Biodiversitäts-Strategie Österreich 2030** wird von der LES im AFT 4 aufgegriffen und forciert die Erhaltung der Biodiversität und der natürlichen Ökosysteme. Die Strategie hat zum Ziel, ein Drittel der gefährdeten heimischen Arten und Lebensräume wieder in einen guten Zustand zu bringen als auch den Anteil der Biolandwirtschaft (AFT 1) zu erhöhen, zudem sollen 30 % der Staatsfläche unter Schutz gestellt werden.

Der **Nationale Aktionsplan (NAP) Behinderung**, der auf Achtung der Menschenwürde und Selbstbestimmung, gesellschaftliche Teilhabe und Inklusion, Vielfalt, Chancengleichheit, Barrierefreiheit und Gleichberechtigung der Geschlechter abzielt, wird von der LES durch das AF 3 in den AFT 7 und 8 berücksichtigt. Ebenso werden die Bereiche nachhaltige Mobilität und Klimaschutz (AFT 11) miteinbezogen. Die LES berücksichtigt die **Breitbandstrategie 2030** in den AFT 3 und 7. Sie verfolgt das Ziel bis zum Jahr 2030 ganz Österreich flächendeckend zu versorgen. Die LES berücksichtigt die **FTI-Strategie 2030** im AFT 7 durch die Konzentration auf innovative Formen des Wissensmanagements sowie regionales Lernen und die Stärkung der Beteiligungskultur. Ziel der Strategie ist es, in den Bereichen Forschung, Technologie und Innovation zum internationalen Spitzenfeld aufzuschließen. Die **FTI-Strategie Mobilität 2040**, die eine klimaneutrale und zukunftsfähige Transformation des Mobilitätssektors anstrebt, harmoniert mit den Zielen der LES in den AFT 6, 7, 10 und 11. Die LES unterstützt den **Mobilitätsmasterplan 2030** und setzt sich für eine Energie-, Treibhausgas- und CO<sub>2</sub> Einsparung (AFT 10), die unter anderem durch die Förderung nachhaltiger Mobilitätsformen (AFT 11) erreicht werden kann, ein. Mit dem gemeinsamen Ziel innovative, effiziente und bürgernahen Lösungswege in wichtigen Lebensbereichen zu entwickeln, befindet sich die **Open Innovation Strategie für Österreich** im Einklang mit der LES (AFT 7).

Die Produktion und Vermarktung regionaler und qualitativ hochwertiger Genussmittel (AFT 1, 2) wird durch die **Strategie Kulinarik Österreich** bekräftigt mit dem Ziel Synergien mit der heimischen Wirtschaft zu schaffen und durch stabile Partnerschaften regionale Wertschöpfungsketten zu stärken. Das **Smart Village Konzept** überschneidet sich mit der LES im AF 3. Das Konzept hat zum Ziel, die Lebensqualität mit Innovationen in Form von gemeindeübergreifender Zusammenarbeit zu verbessern. Der **Digitale Aktionsplan Austria** mit seinem Ziel, durch Innovationen mehr Lebensqualität, Ausbildungsmöglichkeiten, wirtschaftliches Wachstum und Arbeitsplätze zu schaffen als auch moderne, bürgernahe und sichere Verwaltungsservices zu etablieren, ist mit der LES in den AFT 3, 7 und 8 kompatibel.

Tabelle 6: Querverbindungen der EU- und nationalen Strategien zu den Aktionsfeldern/Aktionsfeldthemen der LES

		Aktionsfelder LES Marchfeld											
		Wertschöpfung (1)			Natürliche Ressourcen und kulturelles Erbe (2)			Gemeinwohl (3)			Klimaschutz und Klimawandelanpassung (4)		
STRATEGIEN	Bedarf in der LES (Aktionsfeldthemen)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
EU	<b>GAP   nationaler GAP-Strategieplan für die Förderperiode 2023 bis 2027</b>	x			x		x		x		x		
	<b>Europäischer Grüner Deal ("Green Deal")</b>		x	x			x				x	x	
	makroregionale Strategie für den Alpenraum - EUSALP		x	x	x	x	x	x	x		x	x	
	Aktionsplan zum Klimawandel (Alpenkonvention)		x	x	x		x				x	x	
	Förderung einer nachhaltigen Wirtschaft in den Alpen (Alpenkonvention)	x		x	x		x				x		
	Klima- und energiepolitischer Rahmen bis 2030				x							x	
	EU-Strategie für die Anpassung an den Klimawandel											x	x
	EU-Biodiversitätsstrategie für 2030				x								
	EU-Bioökonomie-Strategie						x						
EU Strukturfonds	Europäische Territoriale Zusammenarbeit (ETZ, vormals INTERREG)		x	x	x	x		x	x		x	x	
	Investitionen in Wachstum und Beschäftigung (IWB)						x	x	x				
national	Österreichisches Raumentwicklungskonzept (ÖREK) 2030		x		x	x	x		x		x	x	
	<b>Integrierter nationaler Energie- und Klimaplan (NEKP)</b>						x	x			x	x	
	Österreichische Strategie zur Anpassung an den Klimawandel	x	x		x		x				x	x	
	#mission2030 Die Österreichische Klima- und Energiestrategie			x			x	x			x	x	
	<b>Österreichische Bioökonomiestrategie</b>							x			x		
	<b>Masterplan Tourismus (Plan T)</b>	x	x	x									
	<b>Masterplan Ländlicher Raum</b>	x	x	x	x	x		x	x		x	x	
	<b>Kreislaufwirtschaft-Strategie</b>						x					x	
	Umsetzungsplan Mission Innovation Austria											x	x
	Biodiversitäts-Strategie Österreich 2030	x			x			x					
	Nationaler Aktionsplan (NAP) Behinderung							x	x			x	
	Breitbandstrategie 2030			x				x					
	FTI-Strategie 2030 - Strategie der Bundesregierung für Forschung, Technologie und Innovation							x					
	Forschungs-, Technologie- und Innovationsstrategie Mobilität (FTI-Strategie Mobilität)						x	x			x	x	
	Mobilitätsmasterplan 2030										x	x	
	Open Innovation Strategie für Österreich							x					
	Strategie Kulinarik Österreich	x	x										
Smart Village Konzept							x	x					
Digitaler Aktionsplan Austria			x				x	x					

Darstellung: www.mecca-consulting.at, Stand 2022

### 3.9 Berücksichtigung der bundeslandrelevanten und regionsspezifischen Strategien

Die Aktionsfelder der LES orientieren sich an den Zielen des **Räumlichen Entwicklungsleitbildes 2035** des Landes NÖ, welches das Dach für die sektoralen und regionalen Raumordnungsprogramme und für landesweite, regionale monothematische und integrative Konzepte ist. Der multisektorale Ansatz der LES zeigt sich in hohen Übereinstimmungen mit den im REL NÖ 2035 behandelten Schwerpunkten, insbesondere zum Themenbereich „Landschaft, Grün- und Freiraum“ (AFT 1 und 4), Wirtschaft und Betriebsgebiete (AFT 3). Die LES orientiert sich an den Grundprinzipien der **Regionalen Leitplanung**, die einen neuen Ansatz der Raumordnung in Niederösterreich darstellt und das zentrale Planungsinstrument für die überörtliche Raumentwicklung ist.<sup>15</sup> In der LES werden drei der vier Kernthemen der RLP berührt, nämlich „Daseinsvorsorge“ (AF 3), „Landschaft, Grün- und Freiräume“ (AF 2) sowie „Betriebsstandorte“ (AF 1). Die **Tourismusstrategie Niederösterreich 2025** dient als Grundlage für die **Strategien der Destinationen Donau Niederösterreich und Weinviertel**, zu der die Region gehört. Die LES deckt sich mit den in der Destinationsstrategie Donau NÖ definierten Kompetenzfeldern „Kunst&Kultur-Erlebnis“ (AFT 5), „Wein&Regionale-Kulinarik“ (AFT 1, 2), „Natur- und

<sup>15</sup> Die LEADER Region wird durch die Regionale Leitplanung Weinviertel Südost abgedeckt.

Bewegungsräume“ (AFT 2, 4) sowie „Wasser-Erlebnisse“ (AFT 2) und den in der Destinationsstrategie Weinviertel definierten Themenfeldern „Authentische Genuss-Erlebnisse“ (AFT 1), „Bewegung in der Kultur-Landschaft“ (AFT 2, 5), „Historische Vergangenheit“ (AFT 5) und „Gutes für Körper, Geist und Seele“ (AFT 2). In der LES wurden die vier Handlungsprinzipien, vier Kernstrategien und ein Bündel an Instrumenten der **Wirtschaftsstrategie Niederösterreich 2025** berücksichtigt. Insbesondere zu den Kernstrategien „Intelligente, innovative, qualitativ hochwertige Produkte, Werkstoffe & Produktion (AFT 3) sowie „Klima-, umwelt- und ressourcenorientierte Entwicklungen“ (AFT 10) bestehen enge Querverbindungen.

Laut **Naturschutzkonzept Niederösterreich (2011)** gehört die LEADER-Region zur Region Donau-March-Thayaauen - Marchfeld. Die naturschutzfachlichen Schwerpunkte für diese beiden Regionen wurden bei der Erstellung der LES berücksichtigt, vor allem im Bereich der Naturparke und Landschaftsschutzgebiete (AFT 4). Der **NÖ Klima- & Energiefahrplan 2020 bis 2030** stellt die Weichen für eine saubere, erneuerbare und nachhaltige Energiezukunft des Landes. Mit ambitionierten, aber umsetzbaren Zielen soll Orientierung und Planbarkeit für die Gemeinden, die Wirtschaft und die Menschen geschaffen werden. Dabei liegt der Fokus auf den fünf großen Zielfeldern „Schaffung eines zukunftsfähigen Energiesystems“, „Begrenzung der Auswirkungen des Klimawandels“, „Sicherstellung einer zukunfts- und leistungsfähigen Infrastruktur“, „Steigerung der regionalen Wertschöpfung und Beschäftigung durch Grüne Technologien“ sowie „Engagement in der Bevölkerung – die Energiewende zu den Menschen bringen“. Querverbindungen bestehen insbesondere zu den AFT 9, 10 und 11. Zur Zielerreichung des Klima- und Energiefahrplanes wurde Anfang des Jahres 2021 das dazugehörige Umsetzungspaket geschnürt – das **Klima- und Energieprogramm 2030**, das die klima- und energiepolitischen Aktivitäten des Landes NÖ mit Maßnahmen in den Bereichen „Bauen.Wohnen“, „Mobilität.Raum“ (AFT 11), „Wirtschaft.Nachhaltig“ (AFT 6), „Energie.Versorgung“ (AFT 10), „Land.Wasser“ (AFT 1, 4) sowie „Mensch.Schutz“ (AFT 8) regelt und koordiniert.

Die **Strategie für Kunst und Kultur des Landes Niederösterreich** setzt den Fokus auf zwei Grundaufgaben: die Pflege des umfassenden kulturellen Erbes und die Förderung des zeitgenössischen künstlerischen Schaffens. Mit den vier Leitlinien „partizipativ“, „kreativ“, „kooperativ“ und „divers“ sollen die fünf strategischen Handlungsfelder „neue Zugänge für Familien erschließen“, „Chancen der Digitalisierung nutzen“, „Nachhaltigkeit und Klimaverantwortung leben“, „Kultur und Tourismus zum Gesamterlebnis entwickeln“ und „Modellregionen für Kunst und Kultur formen“ realisiert werden. Die LES nimmt die Ziele der Kulturstrategie im AF 2 bzw. AFT 5 auf. Die **Hauptregionsstrategie Weinviertel 2024** legt die strategische Stoßrichtung der Regionalentwicklung in den vier Aktionsfeldern Wertschöpfung (AFT 1, 2, 3), Umweltsystem und erneuerbare Energien (AFT 4 und 10), Daseinsvorsorge sowie Kooperationssysteme fest. Die LEADER-Region arbeitet eng mit der NÖ.Regional.GmbH zusammen – sowohl bei der Entwicklung von Projekten als auch bei der Abklärung von div. Fördermöglichkeiten außerhalb von LEADER. Es gab regelmäßige Regions-Jour fixes. Die Zusammenarbeit soll auch in Zukunft mit der fortgeführt werden. Ansatzpunkte dazu sind im Aktionsfeld Kooperationssystem der Hauptregionsstrategie festgehalten. Die LES deckt sich mit der **Kleinregionsstrategie Marchfeld**, v.a. mit den dortigen Schwerpunkt-Themenfeldern Kleinregionale Identität und Marketing (AFT 1 und 3), Technische Infrastruktur und Mobilität (AFT 11), Freizeit und Naherholung (AFT 2 und 5) sowie Raumentwicklung (AFT 4), AFT 8 und 9 sind Querschnittsmaterien. Das **Umsetzungskonzept der Klima- und Energie-Modellregion Marchfeld** wurde in der LES in den AFT 10 und 11 berücksichtigt. Bei der Erstellung der LES BW-WL wurden darüber hinaus die **Digitalisierungsstrategie NÖ** (AF 3) sowie das **„Mobilitätskonzept Niederösterreich 2030+“** (AFT 10 und 11) berücksichtigt.



Tabelle 7: Querverbindungen der bundesland- und regionsspezifischen Strategien zu den Aktionsfeldern/Aktionsfeldthemen der LES

		Aktionsfelder LES Marchfeld										
		Wertschöpfung (1)			Natürliche Ressourcen und kulturelles Erbe (2)			Gemeinwohl (3)			Klimaschutz und Klimawandelanpassung (4)	
STRATEGIEN	Bedarf in der LES (Aktionsfeldthemen)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Land	<b>Räumliches Entwicklungsleitbild 2035 REL NÖ 2035</b>	x	x	x	x	x	x					
	Tourismusstrategie Niederösterreich 2025	x	x	x	x	x	x		x			x
	Wirtschaftsstrategie Niederösterreich 2025			x							x	
	Naturschutzkonzept Niederösterreich (2011)				x							
	NÖ Klima- & Energiefahrplan 2020 bis 2030										x	x
	Klima- und Energieprogramm 2030				x		x		x		x	x
	<b>Digitalisierungsstrategie NÖ</b>							x	x			
	Kulturstrategie des Landes NÖ					x						
Region	<b>Mobilitätskonzept Niederösterreich 2030+</b>										x	x
	<b>Hauptregionsstrategie Weinviertel 2024</b>	x	x	x	x					x	x	
	<b>Regionale Leitplanung Weinviertel Südost</b>	x		x	x					x		x
	Destinationsstrategien Donau Niederösterreich und Weinviertel	x	x		x	x						
	Umsetzungskonzept der Klima- und Energie-Modellregion										x	x
	Kleinregionsstrategie Region Marchfeld	x	x	x	x	x			x	x		x

Darstellung: www.mecca-consulting.at, Stand 2022

### 3.10 Abstimmung mit den Akteuren der Region

Die LEADER- Region Marchfeld steht in enger Abstimmung mit unterschiedlichen Akteuren, welche auch in den LES-Erstellungsprozess eingebunden waren.

#### Klima- und Energiemodellregion Marchfeld (KEM Marchfeld)

Die KEM Marchfeld ist räumlich deckungsgleich mit der LEADER-Region, besteht also ebenso aus den 23 Marchfeld Gemeinden. Die KEM-Managerin DI Rafaela Waxmann ist Teil des Regionalbüros Marchfeld und künftig in der PAG als Beirat und in der LAG als Beirat vertreten. Mit der KEM Marchfeld erfolgt ein intensiver Austausch und Abstimmung bei Projekten im AF1, AF 2 und AF 4.

#### Kleinregion Marchfeld (MAREV-Verein zur Förderung der Regionalentwicklung im Marchfeld)

Der MAREV ist räumlich deckungsgleich mit der LEADER-Region und wird durch DI Rafaela Waxmann betreut. Der MAREV ist Träger der KEM Marchfeld und Gesellschafter in der Weinviertel Tourismus GmbH. Das Anrufsammeltaxi Marchfeld mobil wird federführend vom MAREV betreut (inkl. Anfragen aus der Bevölkerung). Mit der Kleinregion Marchfeld erfolgt eine Abstimmung in allen vier Aktionsfeldern. Der MAREV kommt als Projektträger in LEADER in Frage.

#### Tourismusdestination Weinviertel (Weinviertel Tourismus GmbH)

Die Weinviertel Tourismus GmbH ist zuständig für die Tourismusagenden in der Region Marchfeld und im Regionalbüro Marchfeld als Außenstelle mit einem Mitarbeiter (Mag. (FH) Mathias Wald) vertreten. Gesellschafter ist der MAREV, vertreten in der PAG (Beirat), LAG durch Geschäftsführer Hannes Steinacker. Der Weinviertel Tourismus kommt als Projektträger im AF 1 in Frage.

#### Regionalbüro Marchfeld

Die LEADER-Region Marchfeld bildet gemeinsam mit der Kleinregion (MAREV-Verein zur Förderung der Regionalentwicklung im Marchfeld, Betreuung Anrufsammeltaxi Marchfeld mobil), der KEM (Klima- und Energiemodellregion Marchfeld-eine Mitarbeiterin) und der Tourismusdestination Weinviertel (ein Mitarbeiter) eine Büroeinheit als Regionalbüro Marchfeld. Für Gemeinden und die regionale

Bevölkerung ist somit das Regionalbüro erste Anlaufstelle für die Themen Tourismus, Klimaschutz und Nachhaltige Mobilität, interkommunale Zusammenarbeit sowie alle Förderinhalte, die von LEADER abgedeckt werden. Durch den hohen Vernetzungsgrad und den hohen Grad an unterschiedlichen Fachkompetenzen der MitarbeiterInnen kann das Regionalbüro als „One-Stop-Shop“ für Gemeinden und für die Bevölkerung bezeichnet werden, was die Erfahrungen der letzten Jahre bestätigt.

Ab 2023 ist eine Bürogemeinschaft mit dem Storchenhaus Marchegg/Schloss Marchegg GmbH und dem WWF im Schloss Marchegg geplant. Als „Haus der österreichisch-slowakischen Marchregion“ stellt sich das Regionalbüro künftig zusätzlich als Anlaufstelle für Naturraum-Initiativen und grenzüberschreitende Aktivitäten mit der benachbarten slowakischen Region Bratislava dar (Anm.: das Büro der MAS Dolné Záhorie in Stupava ist nur 9 km von Marchegg entfernt – zu erreichen über die neue Marchbrücke.)

Die LEADER- Region Marchfeld betreibt und organisiert folgende **Plattformen** zur laufenden regionalen Abstimmung, um die LES bestmöglich zu erfüllen:

- PAG (Das Projektauswahlgremium der LEADER-Region Marchfeld besteht aus 17 stimmberechtigten Personen, neben 8 VertreterInnen der öffentlichen Hand sind 9 regional relevante Organisationen und die Zivilgesellschaft im PAG vertreten: siehe Anhang)
- LAG-Vollversammlung, mit VertreterInnen der öffentlichen Hand und von regional relevanten Organisationen/Zivilgesellschaft, siehe Anhang
- Querdenker-Gruppe (mit VertreterInnen aus allen relevanten Bereichen: Kunst, Wirtschaft, Natur, Landwirtschaft, Soziales, ... - aktuelle Themen werden in dieser Gruppe bei Bedarf diskutiert, um innovative Lösungen zu finden)
- Regionspartner (Gruppe aus landwirtschaftlichen und touristischen Betrieben, sowie Ausflugszielen - entstanden aus dem Qualitätspartnerprogramm rund um die NÖ Landesausstellung 2022)
- Natur-Stammtisch (Gruppe aus VertreterInnen der für den Naturraum im Marchfeld relevanten Organisationen und NaturexpertInnen, z.B. Nationalpark Donau-Auen, Storchenhaus Marchegg, viadonau, WWF, Forstverwaltung Auenreservat Marchegg, Österreichische Bundesforste, Naturschutzbund, Birdlife Österreich, NGOs; entstanden als beratendes Fachgremium rund um die NÖ Landesausstellung 2022)
- Zukunftsforum, geplant einmal jährlich als Fachkonferenz, um die für die Erfüllung der LES relevanten Themen in der Region zu diskutieren, mit wissenschaftlichen Fachinputs und Arbeitsgruppen
- Regelmäßige, themenbezogene Jour-Fixes zur Abstimmung mit regional relevanten AkteurInnen und Stakeholdern
- Laufendes Webinar-Angebot, um Themen regional zu diskutieren, teilweise weinviertelweit
- Einbinden der Bevölkerung durch laufende Öffentlichkeitsarbeit und Sensibilisierungsmaßnahmen wie Befragungen, öffentliche Veranstaltungen, ...

### **Tourismusdestination Donau Niederösterreich**

Gemeinden entlang der Donau sind zusätzlich zur Mitgliedschaft beim Weinviertel Tourismus auch Mitglied bei der Destination Donau Niederösterreich. Die Destination Donau ist vertreten in der LAG Vollversammlung.

### **Lokale Agenda 21, Dorferneuerung, Stadterneuerung**

In Niederösterreich wird die Lokale Agenda 21 als Gemeinde 21 umgesetzt. Zuständig ist die

**Landesgeschäftsstelle für Dorferneuerung - Koordinierung Agenda21** im Amt der NÖ Landesregierung, Abteilung Raumordnung und Gesamtverkehrsangelegenheiten (**DI Bernhard Haas**).

Die laufende Abstimmung der Region Marchfeld mit den Landesaktionen Dorferneuerung, Stadterneuerung und Gemeinde21 erfolgt über die ProzessbegleiterInnen der NÖ.Regional.GmbH im Rahmen der PAG (Beirat) und im Regions-Jour fixe der NÖ.Regional.GmbH. MitarbeiterInnen der NÖ.Regional.GmbH sind in die Erstellung der LES Marchfeld 2023-2027 im Rahmen der Moderation von Workshopgruppen eingebunden.

**Folgende für die Region relevante Organisationen werden zu allen öffentlichen Veranstaltungen der LEADER-Region Marchfeld eingeladen:** Klima- und Energie-Modellregion Marchfeld, Kleinregion Marchfeld (MAREV), Tourismus Destinationen Weinviertel und Donau, Kulturvernetzung NÖ, Stadt-Umland-Management, BAUM-Bratislava Umland Management, NÖ.Regional.GmbH, Betriebsgesellschaft Marchfeldkanal, Bezirkshauptmannschaft, ecoplus, ENU, NÖ Hilfswerk, Volkshilfe, Rotes Kreuz, Bildungsdirektion, Bezirkspolizeikommando, Bezirksfeuerwehrkommando, Jägerschaft, Bioernte Austria, Wirtschaftskammer NÖ- Bezirk Gänserndorf, Frau in der Wirtschaft/WKO, Landwirtschaftskammer, NÖ-Bezirksbauernkammer Gänserndorf, Bezirks-Gebietsbäuerinnen, AMS, Arbeiterkammer Gänserndorf, Genussregion Marchfelder Spargel, Genussregion Marchfeld Gemüse, Österreichische Bundesforste, ARGE Marchfelder Schlösserreich, Nationalpark Donau-Auen, WWF, viadonau, Österreichisch-slowakische Gesellschaft, Kleinregionen und LEADER-Regionen im Weinviertel, Straßenmeistereien, Landjugend, Pflegeheime, Volkshochschulen, regional tätige Wirtschaftsbetriebe, Landwirtschaftliche Betriebe, ...

### **3.11 Beschreibung regionaler Verankerung und geplanter Vernetzung**

Die LEADER-Region Marchfeld ist nicht nur innerhalb der Region Marchfeld, sondern auch im Bezirk Gänserndorf und zu Organisationen im Weinviertel gut vernetzt. Das LAG-Management wird von relevanten Organisationen regelmäßig zu Veranstaltungen und Netzwerktreffen eingeladen. Die Vernetzung aller PartnerInnen weinviertelweit erfolgt regelmäßig in folgenden Formaten:

- NÖ.Regional.GmbH – Jour fixe (mind. 2x-jährlich, alle regional aktiven Organisationen des Weinviertels), Hauptregionsversammlung des Regionalverbandes Weinviertel (REV): 1x-jährlich die festgelegten LEADER-Vertreter, Vorstand des REV: mind. 1x-jährlich (1 LEADER-Vertreter für das Weinviertel: Bgm. a.D. Johann Gartner), Generalversammlung des REV: 1x-jährlich (1 LEADER-Vertreter für das WE: Bgm. a.D. Johann Gartner), Regionale Leitplanung: Regionsforum, Abstimmungsrunden NÖ.Regional-Geschäftsführung mit den LEADER-ManagerInnen mit Amt der NÖ Landesregierung/RU7 und LF3.
- Landwirtschaftskammer – diverse Netzwerk-Veranstaltungen
- Wirtschaftskammer – diverse Netzwerk-Veranstaltungen und informelle Treffen, Unternehmensnetzwerk Marchfeld
- Genussregionen Marchfeld – Generalversammlung und diverse Veranstaltungen
- BAUM-Bratislava Umland Management (Konferenzen, Workshoptreffen)
- SUM-Stadt-Umland Management
- Bezirkshauptmannschaft Gänserndorf – BürgermeisterInnentreffen
- Nationalpark Donau-Auen – Nationalparkforum (1x-jährlich)
- viadonau, ÖBf, WWF – diverse Veranstaltungen
- Weinviertel Tourismus GmbH – jährlicher Tourismustag, Frühjahrs-/Herbstgespräche (Jour Fixe), Strategieprozess
- Destination Donau – Strategieprozess, Tourismustag
- ARGE Marchfelder Schlösserreich – laufende Sitzungen

- KEM Marchfeld (Klima- und Energiemodellregion Marchfeld) – KEM Steuerungsgruppe
- Kulturvernetzung Niederösterreich: Regionale Infotermine
- Verein Solidarität Marchfeld
- Netzwerk der NÖ LEADER-Regionen
- NÖ LEADER – Jour fixe mit LF3 und ecoplus
- LEADER-Forum Österreich
- LINC – LEADER europaweit, <http://www.info-linc.eu/>

## **4 Steuerung und Qualitätssicherung**

Die Qualitätssicherung hat einerseits die Aufgabe die internen Umsetzungsstrukturen zu prüfen und andererseits das Monitoring der LES und der Projekte zu überprüfen. Die Qualitätssicherung umfasst als Bestandteil des Qualitätsmanagements alle organisatorischen und technischen Maßnahmen, die vorbereitend, begleitend und prüfend der Schaffung und Erhaltung der in der vorliegenden LES festgeschriebenen Ziele und damit verbundenen Wirkungen dienen.

### **4.1 Interventionslogik und Wirkungsmessung**

Bereits in den vergangenen Perioden wurde die Arbeit von LEADER auf Wirkungen ausgerichtet, um sie laufend zu kontrollieren und gegebenenfalls anpassen zu können. Der Ansatz des Wirkungsmonitorings wird in modifizierter Form beibehalten.

Das aktuelle Indikatorenset besteht aus 2 Teilbereichen: den „Mehrwert-Indikatoren“ und den thematischen „Aktionsfeld-Indikatoren“. Damit soll sichergestellt werden, dass LEADER nicht nur auf die thematisch-sachlichen Wirkungen reduziert wird, sondern dass auch Wirkungen der täglichen Netzwerk- und Sensibilisierungsarbeit mit abgebildet werden können.

Die Indikatoren werden grundsätzlich auf Projektebene erfasst. Alle Indikatoren, die keinem einzelnen Projekt zugeordnet werden können, sondern die allgemeine LEADER-Arbeit beschreiben, werden über das LAG-Management-Projekt gesammelt erfasst. Das betrifft einige Indikatoren aus dem Set der „Mehrwert-Indikatoren“.

Die Indikatoren auf der Ebene der Strategieerstellung sind in der „Beilage 1 zu Kapitel 4“ dargestellt und beziehen sich auf die einzelnen Aktionsfelder.

Die Summe der Wirkungen auf LES-Ebene ergibt sich aus den Wirkungen der umgesetzten konkreten Projekte. Die Erfassung der Indikatorwerte erfolgt in der Regel bei Projektabschluss. EU-Indikatoren werden bei der ersten Zahlung erfasst. Ausgenommen davon ist der EU-Indikator R.37 Anzahl geschaffener Arbeitsplätze. Dieser wird ebenfalls bei der Schlussabrechnung erfasst. Bei Indikatoren, die dem LAG-Management-Projekt zugeordnet sind, erfolgt die Eintragung ins System zumindest einmal jährlich, idealerweise zum Zeitpunkt des Jahresberichts.

## Darstellung der Interventionslogik und Wirkungsmessung LES Marchfeld

AF1 Steigerung der Wertschöpfung									Beitrag SDG	
Interventionslogik			Wirkungsmessung						SDG Nummer	
Bedarf (Kap.2.5)	Grundstrategie (Kap.3.1.2)	Entwicklungsziel (Kap.3.1.3)	Nummer Indikator	Themenbereich	Indikator	Unterkategorie	Individualisierung (optional)	Zielwert (basierend auf Indikator und Unterkategorie)		
Das Angebot an regionalen Frischeprodukten (Gemüse,...) ist noch zu wenig in der Region verfügbar.	Smarte und innovative Formen der Direktvermarktung ausbauen	Landwirtschaftliche Kooperationen und Kooperationen mit Beteiligung landwirtschaftlicher Betriebe sind aufgebaut	AF1_2	regionale Wettbewerbsfähigkeit	Anzahl an Projekten die die Wettbewerbsfähigkeit regionaler Betriebe unterstützen	-		5	SDG 8, 9.1	
			AF1_3	betriebliche Wettbewerbsfähigkeit	Anzahl Betriebe, die von den Projektwirkungen profitieren	-		30	SDG 8.2, 8.3	
		Ein Netzwerk zur Steigerung des Absatzes landwirtschaftlicher Produkte und die Direktvermarktung im Rahmen der Marke Marchfeld ist etabliert	AF1_2	regionale Wettbewerbsfähigkeit	Anzahl an Projekten die die Wettbewerbsfähigkeit regionaler Betriebe unterstützen	-			6	SDG 8, 9.1
			AF1_4	betriebliche Wettbewerbsfähigkeit	Anzahl Betriebe, die direkt eine Zahlung/Förderung erhalten haben - EU-Indikator R.39 Developing the rural economy: Number of rural businesses, including bio-economy businesses, developed with CAP support;	-			10	SDG 8.2, 8.3
Die positiven Klimabedingungen und die Möglichkeit zur Feldberegnung durch den Marchfeldkanal werden weiterhin genutzt, um das landwirtschaftliche Hauptproduktionsgebiet Österreichs zu bleiben. Dennoch müssen klimaverträgliche landwirtschaftliche Bewirtschaftungsformen eingeführt werden	Klimafitte zukunftsfähige Landwirtschaft etablieren	Klimaverträgliche und innovative landwirtschaftliche Bewirtschaftungsformen sind etabliert	AF1_2	regionale Wettbewerbsfähigkeit	Anzahl an Projekten die die Wettbewerbsfähigkeit regionaler Betriebe unterstützen	-		3	SDG 8, 9.1	
			AF4_2.07	Klima	Anzahl der klimarelevanten Projekte mit Schwerpunkt	Landwirtschaft und Forstwirtschaft		3	SDG 15.2, 15b	
Die Verbesserung der touristischen Infrastruktur und eine regional abgestimmte Angebotsentwicklung bietet zukünftig eine Chance für die positive touristische und kulturelle Weiterentwicklung der Region	Touristische Infrastruktur wie Radrouten attraktiver gestalten	Die Tourismusinfrastruktur und das Radwegenetz sind ausgebaut und gut vernetzt	AF1_2	regionale Wettbewerbsfähigkeit	Anzahl an Projekten die die Wettbewerbsfähigkeit regionaler Betriebe unterstützen	-		12	SDG 8, 9.1	
			AF1_3	betriebliche Wettbewerbsfähigkeit	Anzahl Betriebe, die von den Projektwirkungen profitieren	-		40	SDG 8.2, 8.3	
Eine multisektorale Vernetzung von AnbieterInnen der Freizeit- und Tourismuswirtschaft mit der Landwirtschaft (DirektvermarkterInnen) könnte die genusstouristischen und kulinarischen Angebote ausbauen	Genusstouristische und kulinarische Angebote im Marchfeld ausbauen	Das Genuss- und Kulturtourismusangebot ist belebt	AF1_2	regionale Wettbewerbsfähigkeit	Anzahl an Projekten die die Wettbewerbsfähigkeit regionaler Betriebe unterstützen	-		5	SDG 8, 9.1	
			AF1_3	betriebliche Wettbewerbsfähigkeit	Anzahl Betriebe, die von den Projektwirkungen profitieren	-		55	SDG 8.2, 8.3	
			AF1_5.01	betriebliche Wettbewerbsfähigkeit	Anzahl der Projekte, bei denen sich die Wettbewerbsfähigkeit von Betrieben aus folgendem Bereich steigert:	Land- und Forstwirtschaft		5	SDG 15.1, 15.2, 15b	
			AF1_5.08	betriebliche Wettbewerbsfähigkeit	Anzahl der Projekte, bei denen sich die Wettbewerbsfähigkeit von Betrieben aus folgendem Bereich steigert:	Tourismus (Gastronomie, Beherbergung, Freizeitbetriebe)		5	SDG 8.9, 12b	
Die Nähe zum Ballungsraum Wien und Bratislava sowie die gute Erreichbarkeit der Veranstaltungen stellen für die Region ein großes Potenzial im Ausflugstourismus dar. Die Region verfügt über eine sehr reizvolle Natur- und Kulturlandschaft die touristisch besser nutzbar wären	Das Tourismusangebot ist qualitätsvoller und attraktiver gestaltet, der Tourismus ist professionalisiert	Das Tourismusangebot ist qualitätsvoller und attraktiver gestaltet	AF1_2	regionale Wettbewerbsfähigkeit	Anzahl an Projekten die die Wettbewerbsfähigkeit regionaler Betriebe unterstützen	-		8	SDG 8, 9.1	
			AF1_5.08	betriebliche Wettbewerbsfähigkeit	Anzahl der Projekte, bei denen sich die Wettbewerbsfähigkeit von Betrieben aus folgendem Bereich steigert:	Tourismus (Gastronomie, Beherbergung, Freizeitbetriebe)		8	SDG 8.9, 12b	
		Der Tourismus ist professionalisiert und die digitalen Möglichkeiten im Tourismus werden genutzt	AF1_2	regionale Wettbewerbsfähigkeit	Anzahl an Projekten die die Wettbewerbsfähigkeit regionaler Betriebe unterstützen	-			6	SDG 8, 9.1
			AF1_5.08	betriebliche Wettbewerbsfähigkeit	Anzahl der Projekte, bei denen sich die Wettbewerbsfähigkeit von Betrieben aus folgendem Bereich steigert:	Tourismus (Gastronomie, Beherbergung, Freizeitbetriebe)	Anzahl der Projekte zur Verbesserung der Digitalisierung im Tourismus	6	SDG 8.9, 12b	
Obwohl das Marchfeld eine Wachstumsregion ist haben die Gemeinden mit dem „Doughnut Effekt“ und Leerständen zu kämpfen.	Ortskernbelebung und Reduzierung von Leerstand unterstützen	Die regionalen Ortszentren sind belebt und das Glasfaser-Internet (FTTH) ist ausgebaut	AF1_1	regionale Wettbewerbsfähigkeit	Anzahl an Projekten mit Beitrag zur Wirtschafts(standort)entwicklung	-		2	SDG 8, 11, 9	
			AF2_6	Flächeninanspruchnahme	Anzahl der Projekte, die einen Beitrag zur Reduktion der Flächeninanspruchnahme und Zersiedelung leisten.	-		2	SDG 11	
Das Marchfeld ist eine klassische Pendlerregion, da am Standort zu wenige Arbeitsplätze zur Verfügung stehen. Es werden die sich aus der Zuwanderung ergebenden Chancen für die Wirtschaft noch zu wenig genutzt. Ein regionales Standortmarketing unter Einbindung der Leitbetriebe soll die Region als gute Wohn-, Freizeit- und Arbeitsregion für junge Menschen und ZuwandererInnen positionieren.	Regionales Standortmarketing aufbauen und Innovationen in der Wirtschaft fördern	Regionales Standortmarketing funktioniert und die Innovationskraft der Wirtschaft ist gesteigert	AF1_1	regionale Wettbewerbsfähigkeit	Anzahl an Projekten mit Beitrag zur Wirtschafts(standort)entwicklung	-		3	SDG 8, 11, 9	
			AF1_2	regionale Wettbewerbsfähigkeit	Anzahl an Projekten die die Wettbewerbsfähigkeit regionaler Betriebe unterstützen	-		3	SDG 8, 9.1	

AF2 Festigung oder nachhaltige Weiterentwicklung der natürlichen Ressourcen und des kulturellen Erbes									Beitrag SDG
Interventionslogik			Wirkungsmessung						
Bedarf (Kap.2.5)	Grundstrategie (Kap.3.2.2)	Entwicklungsziel (Kap.3.2.3)	Nummer Indikators	Themenbereich	Indikator (Projektebene)	Unterkategorie	Individualisierung (optional)	Zielwert (falls zutreffend; bezieht sich auf Indikator und Unterkategorie)	SDG Nummer
Das Marchfeld weist einen hohen Anteil unterschiedlicher Schutzgebiete auf. Entwicklungschancen bieten sich in der verstärkten multithematischen Zusammenarbeit und Interessensbündelung zwischen Naturschutz, Tourismus und Landwirtschaft (Naturtourismus). Eine vorausschauende Raumplanung sichert die überregionalen Wildtierkorridore und verhindert Zersiedelung und überbordende Infrastrukturprojekte	Die Natur- und Kulturlandschaft und ihre Ökosystemleistungen sichern und schützen, Smarte innovative Besucherlenkung in sensiblen Naturräumen ausbauen und die regionale Vernetzung der Naturrauminitiativen fördern	Die Biodiversität und die Erholungsfunktion wertvoller Naturräume sind gesichert. Vorhandene Natur- und Kulturlandschaft, Naturräume sind erhalten, landschaftsprägende Elemente sind gesichert	AF2_3	Biodiversität	Anzahl an Projekten, die einen Beitrag zu Erhalt/Förderung der Biodiversität oder von	-		2	SDG 15, 8
			AF2_4.01	Biodiversität	Anzahl an Projekten, die einen Beitrag zu Erhalt/ Förderung der Biodiversität oder von Ökosystemleistungen leisten, indem	Konzepte/Pläne für neue Angebote/Produkte/Dienstleistungen entwickelt werden		2	SDG 8.2, 8.3, 15
			AF2_4.02	Biodiversität	Anzahl an Projekten, die einen Beitrag zu Erhalt/ Förderung der Biodiversität oder von Ökosystemleistungen leisten, indem	Bewohnerinnen und Bewohner wurden für das Thema sensibilisiert werden (z.B. über Veranstaltungen, Informationskampagnen,...)		2	SDG 8.2, 8.3, 8,9, 15
			Das vorhandene Potenzial für Naturtourismus im Marchfeld wird genutzt und durch innovative und an die Zielgruppen angepasste Zusatzangebote attraktiviert	AF2_4.07	Biodiversität	Anzahl an Projekten, die einen Beitrag zu Erhalt/ Förderung der Biodiversität oder von Ökosystemleistungen leisten, indem	Biodiversität durch Maßnahmen gezielt gefördert werden		2
Die Region hat eine reiche Kulturgeschichte. Diese hat zahlreiche Spuren in der Landschaft hinterlassen. Historische Bauwerke und kulturelle Baudenkmäler werden als Bühne für kulturelle Veranstaltungen genutzt und so wieder in die Wertschöpfungskette integriert	Kunst und Kultur in Wert setzen, Kultur erfassen und vermitteln, Kulturelles Erbe erhalten und zeitgemäß aufbereiten	Das Wissen und das Bewusstsein in der Bevölkerung für die Kulturgeschichte der Region sind gestiegen	AF2_1	Kultur	Anzahl der Projekte mit kulturellem Schwerpunkt	-		3	SDG 4, 8
Die Region hat sehr gute Voraussetzungen um fossile Ressourcen (Rohstoffe und Energieträger) durch nachwachsende Rohstoffe in möglichst allen Bereichen und Anwendungen zu ersetzen. Die Chancen, die sich daraus ergeben, sollen koordiniert genutzt werden. Darüber hinaus sollen durch die Kreislaufwirtschaft Energie- und Materialkreisläufe verlangsamt, verringert und geschlossen werden	Bioökonomie und Kreislaufwirtschaftspotentiale erkennen und heben	Ein Netzwerk mit den wichtigsten Playern im Bereich Bioökonomie ist geschaffen, Kooperation mit Forschung&Wissenschaft ist eingerichtet, erste Konzepte im Bereich Kreislaufwirtschaft und Bioökonomie sind ausgearbeitet	AF2_5	Bio-Ökonomie	Anzahl der Projekte mit Wirkungsbeitrag zu Kreislaufwirtschaft/ Bioökonomie	-		1	SDG 7, 12

AF3 Stärkung der für das Gemeinwohl wichtigen Strukturen und Funktionen									Beitrag SDG
Interventionslogik			Wirkungsmessung						
Bedarf (Kap.2.5)	Grundstrategie (Kap.3.3.2)	Entwicklungsziel (Kap.3.3.3)	Nummer Indikator	Themenbereich	Indikator (Projektebene)	Unterkategorie	Individualisierung (optional)	Zielwert (falls zutreffend; bezieht sich auf Indikator und Unterkategorie)	SDG Nummer
Die regionale Bevölkerung ist gut ausgebildet und es steht ein ausreichendes Grundangebot an Bildungseinrichtungen zur Verfügung. Zur Erleichterung des lebenslangen Lernens sollen die digitalen Bildungsangebote ausgebaut werden und der Ausbau von regionalen Bildungsangeboten forciert werden	Digitale Lernkultur ausbauen und kommunale Services digitalisieren	Digitale Services und regionale Bildungsangebote sind verbessert	AF3_1	Daseinsvorsorge	Regionale Bevölkerung (Anzahl Personen), die einen verbesserten Zugang zu Infrastruktur und Dienstleistungen hat - EU-Indikator R.41 Connecting rural Europe: Share of rural population benefitting from improved access to services and infrastructure through CAP support	-		68 687	SDG 9
			AF3_2	Daseinsvorsorge	Anzahl an Projekten, die Anzahl und/oder Qualität von Angeboten und/oder Dienstleistungen der Daseinsvorsorge steigerten	-		2	SDG 9
Gründe sind die im ländlichen Raum vorherrschende Tradition der politischen Mitwirkung und die lokale Vereinskultur. Die Engagement-Quote der Bevölkerung ist in kleinen Gemeinden bisher deutlich höher. Die Integration von ZuzügerInnen in die örtlichen Strukturen soll gesteigert werden.	Regionale Beteiligungskultur, Integration und Identität fördern	Die Integration von Zugezogenen ist durch neue Formen der Beteiligung verbessert	AF3_2	Daseinsvorsorge	Anzahl an Projekten, die Anzahl und/oder Qualität von Angeboten und/oder Dienstleistungen der Daseinsvorsorge steigerten	-		1	SDG 9
			AF3_6	Demografie	Anzahl an Projekten zur Unterstützung im Umgang mit den Folgen des demografischen Wandels	-		1	SDG 11
Stark verbesserungswürdig sind konsumfreie Freizeit- und Begegnungsräume für Jugendliche und Ältere.	Angebote für Jugendliche und Ältere ausbauen, Qualität der Freiräume und Freizeiträume verbessern, Kommunikationsorte schaffen	Es gibt qualitätsvolle Begegnungsräume und Treffpunkte, vor allem für Jugendliche und Ältere	AF3_2	Daseinsvorsorge	Anzahl an Projekten, die Anzahl und/oder Qualität von Angeboten und/oder Dienstleistungen der Daseinsvorsorge steigerten	-		3	SDG 9
			AF3_4.03	Daseinsvorsorge	Personen(gruppen) die von neuen/verbesserten Angeboten und Dienstleistungen besonders profitieren - EU-Indikator R.42 Promoting social inclusion	Jugendliche		300	SDG 8
			AF3_4.01	Daseinsvorsorge	Personen(gruppen) die von neuen/verbesserten Angeboten und Dienstleistungen besonders profitieren - EU-Indikator R.42 Promoting social inclusion	ältere Menschen		300	SDG 8
Fehlende Begegnungszonen und die nicht vorhandene Barrierefreiheit führen zu Gefahren für die Lebendigkeit der Ortskerne und die Teilhabe aller Bevölkerungsgruppen (gerade ältere, weniger mobile Personen oder Jugendliche).	Barrierefreiheit in touristischen und kommunalen Einrichtungen umsetzen	Alters- und Behindertengerechte Arbeitsplätze und -modelle sind etabliert. Orte der Begegnung und der Kommunikation sind nach dem Prinzip der Inklusion gestaltet.	AF3_2	Daseinsvorsorge	Anzahl an Projekten, die Anzahl und/oder Qualität von Angeboten und/oder Dienstleistungen der Daseinsvorsorge steigerten	-		4	SDG 9
			AF3_4.08	Daseinsvorsorge	Personen(gruppen) die von neuen/verbesserten Angeboten und Dienstleistungen besonders profitieren - EU-Indikator R.42 Promoting social inclusion	Menschen mit Behinderung		100	SDG 8



AF4 Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel									Beitrag SDG
Interventionslogik			Wirkungsmessung						
Bedarf (Kap.2.5)	Grundstrategie (Kap.3.4.2)	Entwicklungsziel (Kap.3.4.3)	Nummer Indikator	Themenbereich	Indikator (Projektebene)	Unterkategorie	Individualisierung (optional)	Zielwert (falls zutreffend; bezieht sich auf Indikator und Unterkategorie)	SDG Nummer
Die Region setzt sich mit dem Klimawandel aktiv auseinander, die Bereitschaft der Gemeinden sich im Klimaschutz zu engagieren hat deutlich zugenommen. Die konstante Windkraft führt dazu, dass der gesamte Strombedarf durch erneuerbare Energien gedeckt wird. Potentiale bestehen darin die Biomasse zu nutzen und die Elektrifizierung des Gemeindefuhrparks und der Arbeitsgeräte. Dennoch fehlen innovative Erstkonzepte für erneuerbare Energiequellen sowie das Wissen um Maßnahmen zur Steigerung der Effizienz	Bewusstseinsbildung für Erneuerbare Energien, Klimaschutz und Klimawandel unterstützen	In der Region werden verstärkt erneuerbare Energien genutzt, das Bewusstsein für Klimaschutz und Klimawandel ist vorhanden	AF4_1	Klima	Anzahl der Projekte, die Klimaschutz oder Klimawandelanpassung fördern - EU-Indikator R.27 Environment Number of operations contributing to environmental sustainability, climate mitigation and adaptation goals in rural areas	-		20	SDG 13
			AF4_2.05	Klima	Anzahl der klimarelevanten Projekte mit Schwerpunkt	Gemeinden und Raumplanung	8	SDG 11.3, 11a	
	Maßnahmen zur Anpassung an den Klimawandel durchführen	Maßnahmen als Reaktion auf den Klimawandel sind umgesetzt	AF4_2.07	Klima	Anzahl der klimarelevanten Projekte mit Schwerpunkt	Landwirtschaft und Forstwirtschaft		3	SDG 15.2, 15b
			AF4_3.01	Klima	Anzahl der Projekte, die Klimaschutz oder Klimawandelanpassung fördern, indem	Bewohnerinnen und Bewohner wurden für das Thema sensibilisiert werden (z.B. über Veranstaltungen, Informationskampagnen,...)		4	SDG13.3
Die Gemeinden der Region profitieren von ihrer Lage nahe dem Ballungsraum Wien und entlang bestehender und geplanter hochrangiger Verkehrsachsen: Nordbahn, Marchegger Ostbahn (Ausbau und Elektrifizierung bis 2030), die S1-Spange und die S8 liegen in der Region. In den Achsenzwischenräumen gibt es hingegen erhebliche Defizite in der Versorgung im ÖV und eine nahezu vollständige Abhängigkeit vom PKW	Ausbau nachhaltiger Mobilität umsetzen: Radverkehr unterstützen, ÖV Angebote vernetzen, E-Mobilität unterstützen und Fußgängerverkehr verbessern	Nachhaltige Mobilitätsformen (Rad,ÖV, zu Fuß) sind ausgebaut und leisten einen Beitrag zur CO2-Einsparung	AF4_2.08	Klima	Anzahl der klimarelevanten Projekte mit Schwerpunkt	Verkehr und nachhaltige Mobilität (Radfahren im Alltag- und Freizeit, Zu Fuß gehen Alltagswege & Wandern; e-Mobilität, Sharing, ÖPNV und Mikro-ÖV, sonstiges)		20	SDG 9.1, 9.2, 9.4, 11.2, 11.3
			AF4_2.10	Klima	Anzahl der klimarelevanten Projekte mit Schwerpunkt	Wirtschaft und Tourismus		6	SDG 12b

### Themenübergreifende verpflichtende Indikatoren (Zusammenfassung)

Indikator	aggregierter Zielwert	Quellen:
Anzahl an Smart Village Strategien (EU-Indikator R.40)	1	Tabelle 4.2 IN1.05
Anzahl geschaffener Arbeitsplätze (EU-Indikator R.37)	20	Tabelle 4.2 IN3
Anzahl an LA21 Projekten	0	Tabelle 4.2 DK1.01
Anzahl Betriebe, die direkt eine Zahlung/Förderung erhalten haben (EU-Indikator R.39)	10	Tabelle 4.1.1 AF1_5
Anteil der regionalen Bevölkerung, die durch das Projekt verbesserten Zugang zu Infrastruktur und Dienstleistungen haben (EU-Indikator R.41)	68 687	Tabelle 4.1.1 AF3_1
Anzahl an Personen, die von neuen Angeboten und Dienstleistungen besonders profitieren (EU-Indikator R.42)	700	Tabelle 4.1.1 AF3_4.01- AF3_4.10
Anzahl Projekte zur Förderung von Klimaschutz oder Klimawandelanpassung (EU-Indikator R.27)	20	Tabelle 4.1.1 AF4_1

## LEADER-Mehrwert

Bereich	Nr.	Indikator	Zielwert
Sozialkapital: regional, national, europäisch	SK1	Anzahl der Projekte bei denen die Projektwirkung maßgeblich durch die Kooperation von zumindest zwei Partnern generiert wird	
	SK1.01	Land- und Forstwirtschaft	
	SK1.02	Energiewirtschaft	
	SK1.03	Nahrungs- / Genussmittel (Verarbeitung)	
	SK1.04	Textil/ Bekleidung	
	SK1.05	Chemie, Metalle, Elektronik, Baugewerbe	
	SK1.06	Handel	
	SK1.07	Banken, Versicherungen	
	SK1.08	Tourismus (Gastronomie, Beherbergung, Freizeitbetriebe)	
	SK1.09	Kreativwirtschaft	
	SK1.10	Kulturorganisationen/ Organisationen für Schutz und Erhalt des kulturellen Erbes (z.B. Welterbe-Vereine,...)	
	SK1.11	Bildung	
	SK1.12	Forschung/ Universitäten	
	SK1.13	Sozialpartner (Wirtschaftskammer, Arbeiterkammer, AMS, Landwirtschaftskammer)	
	SK1.14	Gemeinden (Politik/ Verwaltung)	
	SK1.15	Organisationen aus dem Sozialbereich	
	SK1.16	Organisationen aus Natur- und Umweltschutz (z.B. Naturparke, Nationalparke,...)	
	SK1.17	sonstige zivilgesellschaftliche Organisationen (Vereine, Interessengemeinschaften,...)	
	SK1.18	Sonstige	
	SK2	Anzahl an Personen, die in den Projekten aktiv waren	
	SK2.01	davon Frauen	
	SK3	Anzahl an Projekten, bei denen der Projektträger erstmalig ein LEADER-Projekt umsetzt.	
	SK4	Anzahl an Projekten, die das europäische Verständnis auf lokaler/regionaler Ebene verbessern	
	SK5	Anzahl an Projekten, die den persönlichen Kontakt herstellen zwischen BewohnerInnen der Region und BewohnerInnen von	
	SK5.01	LAGs aus dem selben Bundesland	
	SK5.02	LAGs aus anderen Bundesländern	
	SK5.03	LAGs aus anderen EU-Mitgliedsstaaten	
	SK6	Anzahl an Kooperationsprojekte	
	SK6.01	mit LAGs aus dem selben Bundesland	
	SK6.02	mit LAGs aus anderen Bundesländern	
	SK6.03	mit LAGs aus anderen Mitgliedsstaaten	
	SK7	Anzahl der Personen, die von Beratung, Schulung, Wissensaustausch im Rahmen von LEADER finanzierten Projekten profitieren	
	Governance und Demokratie	DK1	Anzahl an Projekten die Beteiligungsmöglichkeiten bieten.
DK1.01		Anzahl an LA21 Projekten	0
DK1.02		Anzahl an Projekten bei denen niederschwellige Beteiligung für die breite Bevölkerung erfolgt.	
DK1.03		Anzahl an Projekten, bei denen beteiligung als ExpertInnenformat erfolgt	
DK2		Anzahl an Projektideen, die vom LAG Management beraten wurden/ an denen die LAG in der Entstehung beteiligt war, die dann in anderen Förderprogrammen gefördert bzw. anderweitig finanziert wurden	
DK3		Summe öffentlicher und privater Mittel die im Rahmen der LAG zusätzlich zu den LEADER-Mitteln gemeinsam verwaltet/ genutzt werden (z.B. CLLD/EFRE, ESF, CLLD INTERREG, Regionalfonds, Crowdfunding wenn nicht projektbezogen,...)	
DK4		Das Projekt hat Wirkungen in folgenden Gemeinden (Auswahl der betreffenden Gemeinde od. gesamte Region)	
Innovation und Ergebnisqualität	IN1	Welche Art von Innovation wird im Projekt generiert?	
	IN1.01	Produkt- und Markeninnovation	
	IN1.02	Strukturinnovation/ organisatorische Innovation/ Prozessinnovation	
	IN1.03	Soziale Innovation	
	IN1.04	Innovationen mit Digitalisierungsaspekt/ unter Nutzung digitaler Technologien;	
	IN1.05	EU-Indikator R.40: Smart transition of the rural economy: Number of supported Smart Village strategies	1
	IN2	LEADER unterstützt dieses Projekt in der Phase....	
	IN2.01	Konzeption/Anbahnung	
	IN2.02	Umsetzung des Projektes	
	IN2.03	dauerhafte Durchsetzung/ sich selbst tragende Anschlussinitiative	
	IN3	EU Indikator R.37: Growth and jobs in rural areas: New jobs supported in CAP projects	20
	IN3.01	davon für Männer	
	IN3.02	davon für Frauen	
	IN3.03	davon für nicht binäre Geschlechtsidentitäten	
	IN4	Anzahl gesicherter Arbeitsplätze	
IN4.01	davon für Männer		
IN4.02	davon für Frauen		
IN4.03	davon für nicht binäre Geschlechtsidentitäten		

## 4.2 Umsetzung des Wirkungsmonitorings

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

Hier wird dargestellt wie die Umsetzung des Wirkungsmodells und des Monitorings der Werte zu den Indikatoren in die LAG Strukturen eingebunden ist.

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 8: Qualitätsmanagement-Team (QM-Team) Marchfeld

Name	Funktion
DI Elisabeth Sandfort	Regionale Identität, Generationen, Integration
Andrea Prenner	Landwirtschaft/Direktvermarktung, Frau in der Wirtschaft/WKO
DI Judith Michaeler-Teixeira	Naturraum, Nachhaltiger Tourismus

Das QM-Team trifft sich mindestens einmal jährlich, um die internen Umsetzungsstrukturen und Ergebnisse sowie die Strategie- und Projektumsetzung zu überprüfen und zu bewerten. Das LAG Management bereitet diese Sitzungen mit allen notwendigen Unterlagen vor und erstellt im Anschluss ein Ergebnisprotokoll. Das QM-Team berichtet über die Ergebnisse der Überprüfung an PAG und Vorstand. PAG und Vorstand werden diese Evaluierungsergebnisse bei der Erstellung künftiger Arbeitsprogramme und vom QM-Team empfohlene Maßnahmenvorschläge bei den Beschlüssen berücksichtigen. Beide Gremien können im Bedarfsfall weitere Handlungsempfehlungen und Anregungen geben. So sollen Abweichungen, Fehlentwicklungen und andere Defizite rechtzeitig erkannt und korrigiert werden. Der Vorstand kann etwaiger Anpassungs- oder Verbesserungsmaßnahmen – sowohl im Bereich der LAG-internen Umsetzungsstrukturen als auch für die Umsetzung der LES – beschließen. Die Ergebnisse der Evaluierung werden in einem Controllingbericht an das zuständige Ministerium sowie an die LEADER-verantwortliche Landesstelle (LVL) übermittelt. Ein erstes Treffen des QM-Teams ist spätestens im Folgejahr nach Genehmigung der LES geplant. Bei diesem Treffen wird der genaue Ablauf des Monitorings- und Qualitätsmanagements festgelegt.

Um die Erfüllung der inhaltlichen Aufgaben der LAG zu gewährleisten, ist es unerlässlich, dass die Vereinsorgane ihre Aufgaben, Pflichten und Rechte entsprechend wahrnehmen. Mit der Steuerung, Monitoring und Evaluierung der Umsetzungsstrukturen und Abläufe wird ihr reibungsloses Funktionieren gewährleistet. Daher ist die Überprüfung einer optimal abgestimmten Erfüllung der jeweiligen Funktionen eine zentrale Controlling-Aufgabe des QM-Team. Insbesondere werden dazu folgende Indikatoren überprüft:

#### Erfüllung der Organfunktionen

Indikator: Vorstand, Obmann, LAG Management, Projektauswahlgremium (PAG), QM-Team, ProjektträgerIn nehmen ihre Aufgaben, Pflichten und Rechte wahr.

Tabelle 9: Organfunktionen

WER	WAS	WANN	WIE
LAG-Mgmt.	Unterstützt QM-Team durch die Ausarbeitung von Unterlagen sowie bei der Formulierung von Empfehlungen	1x/Jahr	Gespräche, schriftl. Berichte
LAG-Mgmt.	Einhaltung der Vorgaben hinsichtlich der Quoten sowohl bei der Zusammensetzung der Gremien als auch im Rahmen der Beschlussfassungen	Laufend	Gemäß LES
LAG-Mgmt.	Einhaltung der Transparenz des Projektauswahlverfahrens	Laufend	Gemäß LES
LAG-Mgmt.	Einhaltung der Unvereinbarkeitsbestimmungen sowie grundsätzlich der Einhaltung und Umsetzung der in den Statuten und der Geschäftsordnung festgeschriebenen Regelungen und Aufgaben der Vereinsorgane	laufend	Gemäß LES
QM-Team	befragt alle LAG Organe über die subjektive Einschätzung des reibungslosen Ablaufes der Entscheidungsprozesse	1x/Jahr	Persönliche Befragung
	Erarbeitet, wenn nötig Vorschläge/Maßnahmen zur Verbesserung der Erfüllung der Organfunktion		Schriftl o. mündl. Bericht
	Berichtet an den Vorstand	1x/Jahr	Bericht an den

			Vorstand
Vorstand	Mindestens vier Vorstandssitzungen pro Jahr Ergreift bei Bedarf Maßnahmen	4x/Jahr n.Bedarf	Einladung Anweisung an LAG Management
LAG	Mindestens eine Sitzung pro Jahr	1x/Jahr	Einladung
PAG	Mindestens zwei Sitzungen pro Jahr/ Schriftliche Beschlüsse nach Bedarf	n.Bedarf 2x/Jahr	Einladung

### 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

Tabelle 10: Potenzialhebung

WER	WAS	WANN	WIE
LAG-M	Beiträge in regionalen und ggf. überregionalen Medien Newsletterversand Aktualisierung der Website www.leadermarchfeld.at Nutzung der regionalen Social Media-Kanäle Beiträge in (allen) Gemeindezeitungen bzw. Gemeinde-Newsletter der Region	Mind. 10 12x/Jahr laufend 2x/Monat 4x/Jahr	Presseaussendung Mail Organisation Posting Herausgabe
	Anzahl der durchgeführten Ideen- und Projektberatungen und der eingereichten Projekte	20/Jahr	Projektliste
	Informations- und Imageveranstaltungen, Beteiligung an einer anderen publikumswirksamen Veranstaltung zur Mobilisierung der Bevölkerung	2x/Jahr	Organisation
	Analysiert, erhebt und evaluiert die Erfüllung der definierten <u>Genderkriterien</u> und erarbeitet Umsetzungsvorschläge zur Sicherstellung der Genderziele	laufend	Projekt-Monitoring 4R-Methode
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

### Einhaltung des LAG Budgets (Finanzen /Liquidität)

Indikatoren:

- Die finanzielle Situation der LAG ist stabil, finanzielle Effizienz
- Das LAG-Management ist bis 2030 mit den notwendigen finanziellen Ressourcen ausgestattet, um seine Geschäfte abzuwickeln

Tabelle 11: Finanzprüfung

WER	WAS	WANN	WIE
LAG-M	Erstellt Budgetvoranschlag für das nächste Jahr	Okt/Nov	Excel Liste
	Erfasst laufend alle finanziellen Bewegungen und Übermittelt sie an die mit der Buchhaltung beauftragten Steuerberatungskanzlei Erstellt Rechnungsabschluss	Laufend monatlich	EAR Übermittlung
	Stand der Mittelausschöpfung: laufende Überprüfung des aktuellen Ausschöpfungsstandes (ausbezahlte Mittel) des zugewiesenen Regionsbudgets sowie der genehmigten Fördermittel	laufend	Projektliste
	Finanzierungs- und Liquiditätsplanung in Bezug auf LAG eigene LEADER-Förderprojekte	Laufend monatlich	Liquiditätsplan, Saldenlisten
	Informiert bei Abweichungen unverzüglich den/die Obmann/Obfrau, Kassier	sofort	
Vorsitzende	Beruft im Bedarfsfall eine Vorstandssitzung ein	Bei Bedarf sofort	Einladung
QM-Team	Überprüft die Finanzdaten auf Plausibilität	Jährlich	Plausibilitätscheck des LAG Berichtes
Rechnungsprüfer	Kontrollieren und überprüfen die Finanzgebarung des Vereins	1x/Jahr	Rechnungsprüfung
LAG	Genehmigt den Budgetvoranschlag und Rechnungsabschluss	1x/Jahr	Generalversammlung

## Zusammenarbeit, Vernetzung und Erfahrungsaustausch

Indikatoren:

- Die Beteiligung am nationalen LEADER-Netzwerk ist gegeben
- Die Beteiligung am NÖ LEADER-Netzwerk ist gegeben
- Die Beteiligung mit allen relevanten Netzwerken der Regionalentwicklung in NÖ
- Die Region beteiligt sich an nationalen und transnationalen Kooperationsprojekten

Tabelle 12: Zusammenarbeit, Vernetzung und Erfahrungsaustausch

WER	WAS	WANN	WIE
LAG-M	Teilnahme von LEADER-AkteurInnen an Netzwerk-Veranstaltungen auf Landes-, Bundes- und/oder EU-Ebene	1x/Jahr	Monitoring
	Erhebt Beteiligung an nationalen und transnationalen Kooperationsaktivitäten	1x/Jahr	Monitoring
	regelmäßige Teilnahme der LAG-MitarbeiterInnen an Fortbildungsveranstaltungen	1x/Jahr	Monitoring

## 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

Tabelle 13: Programm- und Projektmanagement

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;	Mind. 2x/Jahr	Besuch Fortbildung
	Fachvorträge innerhalb der LAG (Vorstand, Vollversammlung, PAG . . . )	1x/Jahr	Vortrag
	Erhebt Effizienz der Büroorganisation (Entwicklung Meilensteine, Auswertung der dokumentierten Responsezeiten u.a.)	1x/Quartal	Tätigkeits-, Aufgabenprofile
	Evaluiert Verbesserungsmöglichkeiten	Umsetzung lfd.	Kurze Responsezeiten
	Evaluierung Anzahl und Analyse der Qualität der Kontakte (Anzahl der Aktivitäten zur Kontaktpflege)	1x/Quartal	Kontaktdatenbank
	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
QM-Team	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

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

Im folgenden Abschnitt wird das System dargestellt, wie die im Kapitel 3 beschriebene Strategie im Zuge ihrer Umsetzung gesteuert und evaluiert wird.

Das Evaluierungssystem für die Strategie- und Projektumsetzung sieht für Projekt- und Aktionsfeld-Ebene folgende transparente Strukturen und Prozesse vor, die für alle beteiligten Akteure Klarheit und Orientierung ermöglichen.

### Steuerung, Monitoring und Evaluierung auf Projektebene

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

Tabelle 14: Steuerung, Monitoring und Evaluierung auf Projektebene

WER	WAS	WANN	WIE
Projekt-träger	Erstellt Projektcontrollingbericht: Vergleich Basis und Sollwerte Darstellung und Begründung von Abweichungen für: a) <u>Wirkungscontrolling</u> b) <u>Umsetzungscontrolling</u> : Einhaltung geplanter Zeitablauf, des Projektbudgets insgesamt, Kostenpositionen/Arbeitspaket, Projektinhalte/-Ziele	Am Projektende (bei Projekten die länger als ein Jahr dauern mindestens einmal/Jahr);	Projektcontrolling

	Übermittelt Projektcontrollingbericht und Projektendbericht an LAG	Spätestens 2 Monate nach Projektende	Projektendbericht
LAG-M	Unterstützt Projektträger beim Führen der Projektcontrolling-Formulare	Nach Bedarf	Beratung
	Erarbeitet Lösungsvorschlag z.B.: Projektzeitverlängerungen, Kostenumschichtungen bei vorhersehbaren Abweichungen gemeinsam mit den Projektträgern	Bei Bedarf, vor Änderung	Beratungsgespräch
	Berichtet an QM-Team Status Quo aller laufenden Projekte	2x/Jahr	Sitzung

### Steuerung, Monitoring und Evaluierung auf LES-Ebene (Aktionsfelder)

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

Tabelle 15: Steuerung, Monitoring und Evaluierung auf LES Ebene

WER	WAS	WANN	WIE
LAG-M	Erfassen der relevanten Indikatoren je Aktionsfeld	laufend	Projektmonitoring
	Beurteilt ausgehend von den Ist- und Soll-Werten die Entwicklung Erstellt auf Basis der Projektcontrolling-Berichte einen zusammenfassenden Controllingbericht je Aktionsfeld inklusive der Berücksichtigung der LEADER Mehrwertindikatoren	1x/Jahr im Jän für das vorangegangene Jahr	Controllingformular (in Ausarbeitung)
	Erarbeitet Handlungsempfehlungen für Aktionsfelder, 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)	1x/Jahr	Calls Kommunikation über Medien, direkt, Veranstaltungen . . .
	Erstellt einen LES-Fortschrittsbericht	Februar	Schriftl. Bericht
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. Dieser Bericht enthält falls erforderlich Empfehlungen für Steuerungsmaßnahmen.	Jeweils im Februar für das vorangegangene Jahr	Schriftl. Bericht
	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 Entgegennahme und Erörterung der Controlling-Endberichte je Aktionsfeld Entgegennahme und Beschluss des LES-Fortschrittsberichtes per Jahr	Vorstandssitzung	Beschluss

### Reporting an die Verwaltungsbehörde

Tabelle 16: Reporting an die Verwaltungsbehörde

WER	WAS	WANN	WIE
LAG-M.	Übermittelt Controllingbericht je Aktionsfeld gemeinsam mit dem LES-Fortschrittsbericht der LEADER-Region an das zuständige Ministeriumsowie an die LVL	Bis Ende Februar (erstmalig 2024)	Nach Vorgabe: Elektronisch oder als Papier

## 5 Organisationsstruktur der LAG

Die Lokale Aktionsgruppe (LAG) ist für die Umsetzung der lokalen Entwicklungsstrategie verantwortlich. Sie stellt eine ausgewogene und repräsentative Gruppierung von PartnerInnen aus unterschiedlichen sozioökonomischen Bereichen der Region dar, wobei auf die Gleichstellung der Geschlechter geachtet wird. In der LAG sind weder VertreterInnen der öffentlichen Hand noch andere einzelne Interessensgruppierungen mit mehr als 49 % der Stimmrechte vertreten.

Im Projektauswahlgremium muss gewährleistet sein, dass mind. 50 % der Stimmen in den Auswahlentscheidungen von PartnerInnen stammen, bei denen es sich nicht um VertreterInnen der öffentlichen Hand handelt. Der Frauen- bzw. Männeranteil im Projektauswahlgremium beträgt jeweils mindestens 40 %.

### 5.1 Rechtsform der LAG

Die LAG Marchfeld ist als Verein organisiert. Der Verein führt den Namen „LEADER-Region Marchfeld“ und besitzt gemäß Vereinsgesetz in der geltenden Fassung Rechtspersönlichkeit. Der Verein ist gemeinnützig, seine Tätigkeit ist nicht auf Gewinn gerichtet. Er bezweckt die professionelle Umsetzung der im Rahmen des „Programmes für die Ländliche Entwicklung in Österreich 2023-2027“ entwickelten Lokalen Entwicklungsstrategie (LES) und der darin erarbeiteten Ziele, Maßnahmen und Projekte.

### 5.2 Zusammensetzung der LAG

Der Verein LEADER-Region Marchfeld hat in seinen Statuten folgende Vereinsorgane festgelegt: Vorstand, Generalversammlung (=LAG Mitglieder-Vollversammlung), Projektauswahlgremium, RechnungsprüferInnen und Schiedsgericht. Die jeweiligen Aufgaben und Entscheidungskompetenzen sind in den Statuten detailliert beschrieben und liegen als Anhang bei.

Mitglieder der LAG sind 49 VertreterInnen öffentlicher Organisationen und der Zivilgesellschaft.

- 24 VertreterInnen der öffentlichen Institutionen
- 25 VertreterInnen der Zivilgesellschaft

Eine detaillierte Liste der LAG-Mitglieder finden Sie in der Beilage. Die Statuten tragen den spezifischen Vorgaben gem. Art. der Verordnung gem. Art. 77 der Verordnung (EU) 2021/2115 und Art. 31-34 der Verordnung (EU) 2021/1060 Rechnung

Mitglieder des PAG (Projektauswahlgremium) sind 17 VertreterInnen öffentlicher Organisationen und der Zivilgesellschaft. Der Frauen- bzw. Männeranteil im Projektauswahlgremium beträgt jeweils mindestens 40 %:

- 8 VertreterInnen der öffentlichen Institutionen
- 9 VertreterInnen der Zivilgesellschaft

### 5.3 LAG-Management und LEADER-Büro

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/n GeschäftsführerIn, welche/r durch eine Assistentkraft unterstützt wird. Das Beschäftigungsausmaß des LAG-Managements beträgt 70 Wochenstunden (mind. 60) in einem Angestelltenverhältnis. Damit wird sichergestellt, dass ausreichend Kapazitäten vorhanden sind, um die vorgesehenen Aufgaben in guter Qualität durchzuführen. Aktuell ist eine Projektmitarbeiterin (40 Wochenstunden) im Verein angestellt. Die Beschäftigung von Personen zur Projektarbeit ist auch künftig angedacht. Die Verant-



wortung im LAG-Managements trägt die/der GeschäftsführerIn mit dem Obmann. Das LAG-Management ist gegenüber dem Vorstand weisungsgebunden. Die Aufgaben und Kompetenzen des LAG Managements sind:

- Führung der Vereinsgeschäfte lt. Vereinsstatuten (MitarbeiterInnen, Budget, Büro etc.)
- Aufbereitung und Umsetzung der Beschlüsse des Vorstandes und der LAG-Generalversammlung
- Sammlung und Aufbau der regionalen Potentiale gemeinsam mit der PAG
- Förderberatung
- Aufbereiten und Veröffentlichung von Fördercalls
- Entgegennahme von Anträgen auf Unterstützung
- Vorbereitung/Aufbereitung der Projekteinreichungen für die PAG
- Unterstützung der PAG bei der Auswahl der Vorhaben (Bewertung und Protokollierung), 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 eigenen Projekten
- Unterstützung der FörderwerberInnen bei der Durchführung und Abrechnung ihrer Projekte
- Verfassen eines jährlichen Berichtes zum Umsetzungsstand der LES an die LVL und an das zuständige Ministerium
- Netzwerkentwicklung und -koordination
- Koordination regionsüberschreitender Projekte
- Initiierung von Kooperationen – Netzwerkaktivitäten
- Initiierung von Qualifizierungsmaßnahmen
- Netzwerken und Know-how Transfer mit anderen LAGs niederösterreichweit, österreichweit und europaweit
- Einbeziehung von ExpertInnen 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 mit der LAG-Assistentin eine eigene, ausgebildete Genderbeauftragte zur Sicherstellung der Gleichstellung von Männern und Frauen sowie des gleichen Zuganges zu allen regionalpolitischen Prozessen. Ihre Aufgabe ist es unter anderem die Interessen und Möglichkeiten von Männern und Frauen gleichermaßen bei jedweder Aktivität, die vom LAG-Management ausgeht, sicherzustellen. 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-)Anforderungen an das LAG Management**

#### Anforderungsprofil des/der LAG-ManagerIn:

- Einschlägige Berufsausbildung und/oder Berufserfahrung in der Regionalentwicklung
- Praktische Erfahrung in der Projektentwicklung und im Projektmanagement (inkl. Finanzmanagement)
- Fähigkeit zum selbständigen, konzeptionellen und systematischen Arbeiten
- Erfahrung in Qualitätsmanagement und Monitoring
- Erfahrung in der Durchführung und Moderation von Veranstaltungen, Workshops
- Erfahrung in Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Social Media
- Hohe kommunikative Kompetenz und Fähigkeit zum Auf- und Ausbau von Netzwerken

- Vorhandenes Regionales Netzwerk
- Ausgezeichnete Englischkenntnisse
- Eigenverantwortung, Engagement und Flexibilität, hohe Selbstlernkompetenz
- Großes Interesse und Bereitschaft für LLL (Lebenslanges Lernen)

Anforderungsprofil Assistentkraft:

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

#### **5.4 Projektauswahlgremium**

Das Projektauswahlgremium (PAG=LAG Auswahlgremium) setzt sich aus Mitgliedern des Vereines LEADER-Region Marchfeld zusammen. Das PAG besteht aus 17 Mitgliedern und wird für die Dauer der gesamten LEADER-Periode von der Generalversammlung gewählt. Auch im PAG ist dafür Sorge zu tragen, dass die Bestimmungen des gem. Art. 77 der Verordnung (EU) 2021/2115 und Art. 31-34 der Verordnung (EU) 2021/1060 eingehalten werden. Der Öffentliche Sektor besteht aus VertreterInnen der Gemeinden und des Arbeitsmarktservice. Der nicht öffentliche Sektor besteht aus Personen der Vollversammlung und Delegierten der Landwirtschaftskammer, Wirtschaftskammer, Arbeiterkammer und der Zivilgesellschaft. Die Tourismusdestination und die NÖ.Regional.GmbH sind im PAG beratend ohne Stimmrecht vertreten. Im Falle des Ausscheidens eines Mitglieds ist das Gremium zur Kooptierung eines neuen Mitglieds berechtigt (nachträgliche Genehmigung der Hauptversammlung notwendig). Das Projektauswahlgremium ist dermaßen zusammengesetzt, dass mind. 50% der Stimmen in den Auswahlentscheidungen von Partnern stammen, bei denen es sich nicht um VertreterInnen des öffentlichen Sektors handelt. Wurden alle Mitglieder eingeladen und ist zumindest die Hälfte anwesend und die Quoten gesichert, gilt das Gremium als beschlussfähig.

Mitglieder des PAG (Projektauswahlgremium) sind 17 VertreterInnen öffentlicher Organisationen und der Zivilgesellschaft. Der Frauen- bzw. Männeranteil im Projektauswahlgremium beträgt jeweils mindestens 40 %:

- 8 VertreterInnen der öffentlichen Institutionen
- 9 VertreterInnen der Zivilgesellschaft

Eine detaillierte Liste der PAG-Mitglieder ist im Anhang zu finden.

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**

Unvereinbarkeiten bestehen vor allem dort, wo Interessenskonflikte zwischen der Funktion als Mitglied eines LEADER-Entscheidungsgremiums (LAG-Vollversammlung, PAG, LAG-Management) 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.

**Bei Entscheidungen in den beschlussfassenden Gremien (LAG-Vollversammlung, PAG) gelten Mitglieder als befangen und dürfen an der Diskussion und Abstimmung nicht teilnehmen:**

- a) in Sachen, an denen sie selbst, einer ihrer Angehörigen oder einer ihrer Pflegebefohlenen beteiligt sind;
  - b) in Sachen, in denen sie als Bevollmächtigte eines Förderwerbers/einer Förderwerberin bestellt waren oder noch bestellt sind;
  - c) wenn sonstige wichtige Gründe vorliegen, die geeignet sind, ihre volle Unbefangenheit in Zweifel zu ziehen.
- (1) Angehörige im Sinne dieser Regelung sind der Ehegatte, die Verwandten in gerader Linie und die Verwandten zweiten, dritten und vierten Grades in der Seitenlinie, die Verschwägerten in gerader Linie und die Verschwägerten zweiten Grades in der Seitenlinie, die Wahleltern und Wahlkinder und die Pflegeeltern und Pflegekinder, Personen, die miteinander in Lebensgemeinschaft leben, sowie Kinder und Enkel einer dieser Personen im Verhältnis zur anderen Person sowie der eingetragene PartnerInnen.
  - (2) Die durch eine Ehe oder eingetragene Partnerschaft begründete Eigenschaft einer Person als Angehöriger bleibt aufrecht, auch wenn die Ehe/eingetragene Partnerschaft nicht mehr besteht.

Eigenprojekte der LAG können vom Projektauswahlgremium beschlossen werden.

Die LAG-Vollversammlung trifft keine Projektentscheidung und darf auf die Entscheidung des 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. Vor der Beurteilung jedes Projektes werden außerdem von dem/der Obmann/Obfrau Unvereinbarkeiten geprüft (Frage an das Gremium, ob Interessenskonflikte vorliegen);

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. Jedes Gremiumsmitglied ist befugt auf einen Interessenskonflikt bzw. eine Unvereinbarkeit eines anderen Mitglieds hinzuweisen. Im Zweifel entscheidet der/die Vorsitzführende über das Vorliegen einer Unvereinbarkeit.

Dies hat keinen Einfluss auf die Beschlussfähigkeit (einfache Mehrheit). 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 sozio-ökonomischen 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.

LAG-Management: um grundsätzliche Unvereinbarkeiten im Zusammenhang mit dem LAG-Management auszuschließen, dürfen LAG-ManagerInnen 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 gewährleisten, ist der/die LAG-ManagerIn von der Bewertung im Rahmen der Projektauswahl ausgeschlossen. Weiters dürfen keine bezahlten Aufträge für andere ProjektwerberInnen übernommen werden, die lt. Vereinsstatuten innerhalb der Aufgaben des Regionalentwicklungsverbandes liegen. Nebenberufliche Tätigkeiten der MitarbeiterInnen des LAG-Managements bedürfen der Genehmigung des Dienstgebers. Er/sie kann nicht als Förderwerber für Projekte in der eigenen Region auftreten. Er/sie unterfertigt ebenso wie die Gremiumsmitglieder die Interessenskonflikt- und Vertraulichkeitserklärung. Die entsprechenden Gremien und Personen sind zu Beginn der Förderperiode über die Bestimmungen zu Befangenheit und Unvereinbarkeiten vom Obmann/ von der Obfrau zu informieren.

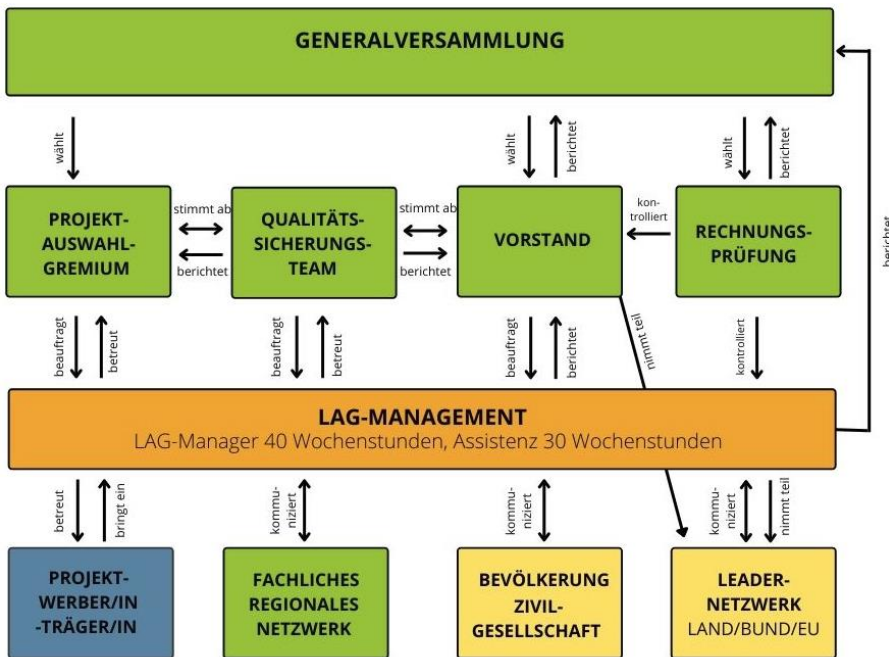
Zur Verbindlichen Handhabung im Sinne einer Vermeidung von Interessenskonflikten und zur Wahrung der Vertraulichkeit entwickelt das LAG-Management eine „Verpflichtungserklärung“, welche von allen Mitgliedern der LEADER-Gremien bei Antritt ihrer Funktion unterfertigt werden.

## 6 Umsetzungsstrukturen

### 6.1 Arbeitsabläufe, Zuständigkeiten, Entscheidungskompetenzen inklusive 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 und das Schiedsgericht. Sämtliche Funktionen werden ehrenamtlich ausgeübt.

Abbildung 10: Umsetzungsstrukturen, Zuständigkeiten und Entscheidungskompetenzen der LAG



Das oberste beschlussfassende Gremium der Lokalen Aktionsgruppe ist die Generalversammlung des Vereines LEADER-Region Marchfeld. Diese wählt bzw. bestellt den Vorstand, die Rechnungsprüfer, das Qualitätsmanagement-Controlling Team sowie das Projektauswahlgremium. Die Generalversammlung ist das zuständige Gremium für die Beschlussfassung der Lokalen Entwicklungsstrategie für die Region Marchfeld. Dem Vorstand obliegt die Leitung des Vereines. Zur Vorbereitung, Koordination und Begleitung der Umsetzung der Lokalen Entwicklungsstrategie bestellt der Vorstand Kraft seiner Zuständigkeit für Dienstverhältnisse die MitarbeiterInnen des LAG-Management-Teams. Das LAG- bzw. LEADER-Management ist die operative Schlüsselstelle der Lokalen Aktionsgruppe. Es agiert auf Basis grundlegender Bestimmungen der Beschlüsse der Generalversammlung (Gesamtfinanzrahmen, Jahresbudgets etc.) und jener des Vorstandes. Das LAG-Management handelt grundsätzlich im Auftrag des Vorstandes, ist in der Vorbereitung, Koordination und Durchführung der gegenständlichen Aufgabenstellungen aber eigenständig tätig. Die Mitglieder des LAG-Management-Teams erfüllen ihre Aufgaben auf sachlich-objektiver und völlig unparteiischer Basis und sorgen neben operativen Tätigkeiten innerhalb der LAG und der Region für Vernetzungstätigkeiten sowie auch für geeignete Informations- und Sensibilisierungsmaßnahmen.

Tabelle 17: Gremien, Organe und AkteurInnen

Gremium/ Organ / AkteurIn	Zuständigkeit
<b>Aufgabenteilung</b>	
Generalversammlung <i>Strategische Ebene, Entscheidungsebene</i>	Beschlussfassendes Gremium gem. Statuten a. Entgegennahme und Genehmigung des Rechenschaftsberichtes und des Rechnungsabschlusses unter Einbindung der RechnungsprüferInnen; b. Beschlussfassung über den Finanzplan; c. Bestellung und Enthebung der Mitglieder des Vorstandes und der Rechnungsprüfer; d. Bestellung und Enthebung der Mitglieder des Projektauswahlgremiums; e. Entlastung des Vorstandes; f. Festsetzung der Höhe der Mitgliedsbeiträge;

	g. Verleihung und Aberkennung der Ehrenmitgliedschaft; h. Beschlussfassung über Statutenänderungen und die freiwillige Auflösung des Vereines; i. Beratung und Beschlussfassung über sonstige auf der Tagesordnung stehende Fragen; j. Festlegung von Leitlinien im Sinne des §10 und Überwachung ihrer Einhaltung.
Vorstand  <i>Strategische Ebene</i>	Leitungsorgan des Vereines Verantwortungsbereich gem. Statuten a. Die Erstellung eines Jahresvoranschlags und allfälliger Nachträge sowie der Jahresrechnung, b. Vorbereitung der Generalversammlung, c. die Verwaltung des Vereinsvermögens, d. die Erstellung von Arbeitsprogrammen e. die Anstellung oder Kündigung bzw. Entlassung von Angestellten, f. die allfällige Erstellung von Geschäftsordnungen g. Erstellung eines Vorschlages für die Zusammensetzung des Projektauswahlgremiums zur Vorlage in der Generalversammlung.
Obmann/Obfrau  <i>Strategische Ebene</i>  <i>Managementebene</i>	Repräsentation des Vereins/der LAG, Vollziehung der Beschlüsse, Vorsitz in der GV, im Vorstand und in der PAG
LAG-Management  <i>Managementebene</i>  <i>Umsetzungsebene</i>	Operative Geschäftsführung des Vereines LEADER-Region Marchfeld
Projektauswahlgremium  <i>Strategische Ebene Entscheidungsebene</i>	Ausübung des Auswahlverfahrens, Beurteilung von Projektanträgen
Controlling- und Qualitätsmanagement Team  <i>Strategische Ebene</i>	Beratende Funktion zur LES-Umsetzung Controlling-Funktion Prüfende Funktion – Budgetkontrolle; gegebenenfalls werden konkrete Handlungsalternativen benannt, um die LAG zu steuern
ProjekträgerInnen  <i>Umsetzungsebene</i>	Beantragung und Umsetzung von Projekten zur Lokalen Entwicklungsstrategie

## 6.2 Auswahlverfahren für Projekte

Die Mobilisierung der Bevölkerung zur Einreichung von Projekten erfolgt nach Bestätigung der LEADER-Region durch intensive Sensibilisierungsmaßnahmen, mit denen die Bevölkerung über die Aktionsfelder informiert wird. Bis Ende 2023 erstellt das LAG-Management gemeinsam mit der Projektauswahlgruppe einen **strategischen Meilensteinplan** für die thematische Umsetzung 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 2025 in Projekten umgesetzt bzw. auf den Weg gebracht zu haben. Das LAG Management unterstützt die Förderwerber bei der Erstellung der Einreichunterlagen.

Das LAG-Auswahlgremium entscheidet in einem transparenten Prozess über neu eingebrachte Projektideen durch einfache Mehrheitsbeschlüsse. Es gibt folgende Projekttypen:

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

### LEADER-Projekte

Für alle Projekte gibt es ein einheitliches Bewertungsverfahren mit formellen und inhaltlichen Kriterien. Die formellen Kriterien beziehen sich laut Programm LE 23-27 auf das Ausmaß des Beitrages zur Zielerreichung der LES, zur Umsetzung des Aktionsplanes, die Bewilligende Stelle prüft die Einhaltung des Vergaberechtes, den Nachweis der fachlichen Qualität und die Wirtschaftlichkeit des Projektes und Übereinstimmung mit anderen Rechtsvorschriften. Die inhaltlich qualitativen Kriterien beziehen

sich auf die ökologische, soziale und ökonomische Nachhaltigkeit, die Verbindung mehrerer Sektoren, den Innovationsgrad der Projekte und ihre Gleichstellungsorientierung sowie die Kooperationen und die Beiträge der Projekte zum Klimaschutz. Die von der LAG ausgewählten Projekte werden von der LVL auf formelle Kriterien geprüft. Leitprojekte müssen dasselbe Auswahlverfahren durchlaufen wie alle anderen Projekte. Es gibt die Möglichkeit für ProjektträgerInnen, Einwendungen bei der LAG gegen Auswahlentscheidung zu erheben und eine schriftliche begründete Rückmeldung zu erhalten. Der Prozess der Projektauswahl und die Auswahlkriterien werden nach Genehmigung der LES auf der Homepage der LEADER-Region publiziert. Hier werden auch – unter Berücksichtigung des Datenschutzes – die genehmigten Projekte veröffentlicht. Nach der erfolgten Bekanntmachung via Call ist die Einreichung von Projekten während der Laufzeit des Calls jederzeit möglich. Das PAG Gremium tritt nach Schließung jedes Calls zusammen. Grundlage für die Projektauswahl sind die eingereichten Projektanträge, die auf Basis des Bewertungsbogens von jedem einzelnen Mitglied der PAG bewertet werden.

Mögliche Projektträger von LEADER-Projekten sind: der Verein „LEADER-Region Marchfeld“, Natürliche Personen, Juristische Personen, eingetragene Personengesellschaften und Gemeinden

#### Nationale und transnationale Kooperationsprojekte

LEADER-Kooperationsprojekte werden durch die LAG ausgewählt. Es gelten dieselben Auswahlkriterien und derselbe Auswahlprozess wie für alle LEADER-Projekte.

#### **6.2.1 Mindeststandards für Ablauf des Auswahlverfahren und Aufrufe für die Einreichung von Projekten (Calls)**

Das LEADER-Management führt eine Erstbeurteilung/Screening der Projektanträge gemäß den Vorgaben der DFP (digitale Förderplattform eAMA) bzw. den Festlegungen der Kriterien für die Projekteinreichung durch. Dabei wird die Übereinstimmung mit der Entwicklungsstrategie und die Förderbarkeit laut den in der LES festgelegten Auswahlkriterien bzw. allfälliger weiterer Kriterien, die im Vorfeld an potenzielle Projektträger kommuniziert wurden (u.a. über die Homepage oder die DFP), überprüft. Der Workflow wird dabei gemäß Programmvorgaben eingehalten.

Die definitive Projektentscheidung erfolgt dann durch das PAG gemäß Geschäftsordnung und der definierten Auswahlkriterien.

Bei im PAG genehmigten Projekten werden die gemäß Programmvorgaben bzw. DFP Vorgaben relevanten Dokumente zur Finalisierung der Einreichung in der DFP hochgeladen und damit zur weiteren Bearbeitung der BST (bewilligenden Stelle) beim Land zugeteilt. Im PAG abgelehnte Projektanträge werden gemäß den DFP-Vorgaben dokumentiert und an die LVL weitergeleitet. Diese Projekte bleiben für alle Beteiligten in der DFP sichtbar. Ergänzend dazu werden die Projektträger über die Entscheidung des PAG unterrichtet und darauf hingewiesen, dass im System der Anerkennungsstichtag generiert wird, der wesentlich für die Anerkennung von Kosten ist.

Das Projektauswahlgremium wird vom Obmann/Obfrau einberufen, der/die auch die Sitzung leitet, bei seiner Verhinderung die entsprechende Vertretung gemäß Statuten. Die Sitzungstermine orientieren sich an den Einreichterminen für die Projekte bzw. Zeiträume der Calls.

Nähere Details zum PAG gemäß Geschäftsordnung oder andere nähere Erläuterungen wann beschlussfähig ist etc.

Protokoll über alle Sitzungen des Projektauswahlgremiums wird vom LAG-Management angefertigt, an die PAG-Mitglieder übermittelt und im Protokollordner abgelegt.

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

## 6.2.2 Förderungshöhen und Förderbarkeit

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 anhand der Auswahlkriterien (siehe 6.2.3.) wird von der PAG für diese Projekte (je nach Projektart siehe Tabelle) die Möglichkeit eines **höheren Fördersatzes (Bonus von 10%)** in einem weiteren, vom Auswahlverfahren unabhängigen, Bewertungsschritt geprüft. In einem gesonderten Bewertungsbogen (ja/nein) werden vor allem den erklärenden Anmerkungen der PAG-Mitglieder Raum gegeben. Der höhere Fördersatz (Bonus) wird Projekten nur dann zuerkannt, wenn die einfache Mehrheit der PAG-Mitglieder in diesem Bewertungsschritt mindestens zwei der folgenden Merkmale mit ja bewertet:

- besonders kooperativ (es handelt sich um ein Projekt, dass durch gleichgestellte Zusammenarbeit mehrerer Betriebe/Partner/Gemeinden umgesetzt wird) oder
- besonders innovativ (technische, technologische und soziale Innovation; das Projekt muss neuartig in der Region sein, die Ergebnisse oder der Ansatz können in der Folge von anderen genutzt werden und stellen einen Mehrwert dar;) oder
- Klimaschutz und Klimawandel (es werden aktiv Maßnahmen zur Verbesserung des Klimaschutzes und Milderung des Klimawandels gesetzt) oder
- Digitalisierung (Einsatz und/oder Entwicklung neuer digitaler Lösungen, z.B. Digitalisierung der Daseinsvorsorge/von Serviceleistungen, ...) oder
- Generationen (es werden besonders benachteiligte Personengruppen, Jugendliche, Senioren, ... angesprochen)

Ziel ist es, den regionalen FörderwerberInnen einen besonderen Anreiz für jene Faktoren zu bieten, welche sehr wertvoll für die Erreichung der Ziele der LES sind bzw. welche eine hohe Dynamik (Anstoß) für die regionale Entwicklung der Region erreichen und Mitnahmeeffekte ermöglichen.

Die Förderwerber werden bis spätestens 14 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 18: Fördersätze nach Projektart

Fördersätze nach Projektart	Fördersatz	Bonus	Bonuskriterien
<b>Direkt einkommenschaffende Maßnahmen/direkt wertschöpfende Maßnahmen</b> Studien, Konzepte, Umsetzung verpflichtende Einhaltung von beihilferechtlichen Vorgaben, nationale Kooperationsprojekte	30 %	+ 10 %	- besonders kooperativ  - besonders innovativ  - Klimaschutz und Klimawandel  - Digitalisierung  - Generationen
<b>Nicht direkt einkommenschaffende Maßnahmen/indirekt wertschöpfende Maßnahmen</b> Studien, Konzepte, Umsetzung nationale Kooperationsprojekte	50 %	+10 %	
<b>Maßnahmen zu Querschnittszielen wie Bildung, Klima und Umwelt, Demografie, Chancengleichheit, Ehrenamt, Kultur und Identität sowie betreffend unterschiedlicher Zielgruppen wie Kinder und Jugendliche, Frauen, Migrantinnen und Migranten oder Menschen mit Behinderung, sofern diese nicht direkt oder indirekt wertschöpfend sind</b> Konzeption, Prozessbegleitung, Bewusstseinsbildung, nicht für überwiegend bauliche Maßnahmen, nationale Kooperationsprojekte	70 %	+10 %	
<b>LAG-Kooperationsprojekte</b>	70%	+10%	
<b>Transnationale LAG-Kooperationsprojekte</b>	80%		
<b>Nationale und transnationale Kooperationsprojekte</b>	Je nach LEADER-Projektart		
<b>LAG-Management</b> Sensibilisierungsmaßnahmen, Sachkosten inkl. Schulungen, Öffentlichkeitsarbeit, Monitoring, Evaluierung, Personalkosten, Reisekosten, Kosten für Büroinfrastruktur	70 %		
<b>GAP Strategieplan (LE-Mainstreaming Maßnahmen)</b> 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 Förderintensität angewandt.	Ein entsprechender Hinweis wird auf der Website der LAG veröffentlicht		

### 6.2.3 Projektauswahlkriterien

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

Tabelle 19:Projektauswahlkriterien

<b>Projektname:</b>		
<b>Projektträger:</b>		
<b>Formelle Kriterien</b>	<b>ja</b>	<b>nein</b>
Trägt maßgeblich zur Zielerreichung der LES Marchfeld bei		
Die maximale Kostenobergrenze (Projektgesamtkosten) von 300.000 EURO wird eingehalten		
Die Finanzierung des Projektes ist gewährleistet, die Aufbringung der Eigenmittel ist nachvollziehbar und gesichert		
<b>Inhaltliche Kriterien/Qualitätskriterien</b>	<b>Punkte</b>	
	<i>Optimale, sehr gute Erfüllung des Kriteriums = 2 Punkte</i>	
	<i>Ausreichend erfüllt = 1 Punkt</i>	
	<i>Trifft nicht zu, das Projekt kann hier nicht bewertet werden = 0 Punkte</i>	
<b>Ökologische Nachhaltigkeit</b>		
Beitrag zum Umweltschutz		
Beitrag zum Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel		
Schutz von natürlichen Ressourcen; Förderung der Biodiversität		
<b>Soziale Nachhaltigkeit</b>		
Generationenverbindender Beitrag des Projekts		
Leistet einen Beitrag zur Inklusion aller in der Region lebenden Menschen		
Stärkt das Gemeinschaftsbewusstsein, unterstützt den gesellschaftlichen Zusammenhalt unter der regionalen Bevölkerung		
<b>Ökonomische Nachhaltigkeit</b>		
Kosten/Nutzen-Relation des Projektansatzes		
Das Projekt ist so angelegt, dass es nachhaltig weiterbetrieben werden kann		
Leistet einen Beitrag zur Wertschöpfung in der Region		
<b>Beschäftigungswirkung</b>		
Das Projekt ist beschäftigungsrelevant, es trägt zur Sicherung von Arbeitsplätzen bei bzw. schafft Arbeitsplätze		
<b>Kooperation &amp; Multisektoral</b>		
Zusammenarbeit und Vernetzung von Akteur/innen innerhalb der Region		
Verbindung mehrerer Sektoren/sectorenübergreifend		
<b>Innovationsgehalt &amp; Originalität – Ist dieses Projekt neuartig, innovativ, einmalig in:</b>		
Gemeinde/Region/NÖ		
Im eigenen Umfeld/Branche		
<b>Gleichstellungsorientierung</b>		
Berücksichtigung der Balance von Frauen/Männern, Jungen/Älteren und Migrant/innen während des Projekts und in den Projektergebnissen		
<b>Bildung</b>		
Das Projekt leistet einen Beitrag zum Prinzip „Lebenslanges Lernen“/Qualifizierungsmaßnahmen		
<b>Leitprojekt</b>		
Projekt mit Modellcharakter bzw. große Ausstrahlung und Folgewirkung		
<b>Digitalisierung</b>		
Das Projekt stärkt die digitalen Kompetenzen		
Einsatz von digitalen Anwendungen/Techniken		
<b>Anzahl der erreichten Personen</b>		
Direkt oder indirekt einbezogene Personen im Projekt		
Die regionale Bevölkerung profitiert in hohem Maße von den Leistungen/Produkten/Ergebnissen aus dem Projekt		

Bei der Beurteilung der 20 Bewertungskriterien ist eine Mindestpunktezahl von 16 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.

### 6.3 Darstellung der Transparenz der Entscheidungen

Folgende Regelungen sind notwendig für die Transparenz der Entscheidungen:

- Der Auswahlprozess, die Zusammensetzung des Projektauswahlgremiums und die Projektauswahlkriterien werden vom Verein auf der Vereins-Homepage veröffentlicht, sodass die Rahmenbedingungen für alle potenziellen Projektträger nachvollziehbar und transparent sind.
- In begründeten Fällen können die Auswahlkriterien im Laufe der Periode abgeändert werden. Sie werden der Verwaltungsbehörde zur Kenntnis gebracht. Jede Änderung wird im Sinne der Transparenz auf der Vereins-Homepage veröffentlicht.
- Zur Sensibilisierung wird die regionale Bevölkerung über alle dem LAG-Management zur Verfügung stehenden Medien (Website, Newsletter, Social Media, Regionszeitung, regionale Medien) über das LEADER-Programm informiert. Calls werden ebenso wie zuvor beschrieben veröffentlicht und mit einer angemessenen Frist bis zur Prüfung und Bewertung durch das Projektauswahlgremium versehen. Alle von der Lokalen Aktionsgruppe ausgewählten Projekte werden mit Projekttitle, ProjektträgerIn, Kurzbeschreibung, Projektlaufzeit und Fördermittel – unter Berücksichtigung des Datenschutzes – unmittelbar nach Genehmigung durch die Bewilligende Stelle in geeigneter Form in der Vereins-Homepage veröffentlicht.
- Unvereinbarkeiten im Auswahlprozess der Projekte können sich u.a. dadurch ergeben, dass ein Mitglied des Auswahlgremiums ein Eigeninteresse an einem Projekt hat. Liegt eine solche Unvereinbarkeit vor, dann erfolgt die Abstimmung ohne jene Mitglieder, bei denen es eine Unvereinbarkeit gibt. Diese Vorgangsweise wird auch im Protokoll der Entscheidung festgehalten.
- Keine Unvereinbarkeiten gibt es in diesem Zusammenhang bei Projekten der LAG, da in diesem Fall alle Mitglieder des Auswahlgremiums betroffen wären. Da die Genehmigung aller LEADER-Projekte nicht durch die LAG, sondern durch die bewilligende Stelle erfolgt, gibt es aber auch hier eine klare Trennung zwischen inhaltlicher Projektauswahl und fördertechnischer Bewilligung.
- Das Auswahlverfahren sowie die Entscheidungskriterien sind ausführlich zu dokumentieren. Die Projektauswahl erfolgt objektiv und unvoreingenommen. Die Ergebnisse sind auch der bewilligenden Stelle zu übermitteln. Entscheidungen über die Projektauswahl (Befürwortung und Ablehnung) werden für die ProjektwerberInnen 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.
- Auf Beschwerden, die diesen Auswahlprozess betreffen, erfolgen stets Rückmeldungen. Diese Beschwerden werden vom Vereinsvorstand analysiert und bei Bedarf werden Konsequenzen daraus gezogen.
- Bloßer Sitz eines Projektträgers in der Gemeinde eines Auswahlgremiums ohne die beschriebenen Verflechtungen begründet in der Regel keine Befangenheit.
- Im Fall der Freundschaft eines Mitglieds des Projektauswahlgremiums mit einem Projektwerber liegt die Entscheidung, ob Befangenheit angemeldet werden muss, beim jeweiligen Mitglied des Projektauswahlgremiums. Im Zweifelsfall hat das Mitglied jedoch Befangenheit anzumelden.

## 7 Finanzierungsplan

Die **indikative Finanztabelle** für die Gesamtperiode ist als Beilage dargestellt. Die wesentlichen Fakten sind in der folgenden Tabelle ersichtlich

Tabelle 20: Gesamtfinanzplan

Bezeichnung der LAG:	Marchfeld (Summen in €)				
Positionen	Kosten	öffentliche Mittel LEADER-Programm	Eigenmittel LAG	Eigenmittel Projekträger	davon Gemeindemittel
LAG Management inklusive Sensibilisierung	863.319,64	<b>604.323,74</b>	258.995,89	0,00	258.995,89
Umsetzung der Strategie	2.589.958,93	1.812.971,26	234.391,28	542.596,39	528.351,62
Aktionsfeld 1	1.424.477,41	997.134,19	71.223,87	356.119,35	213.671,61
Aktionsfeld 2	388.493,84	271.945,69	54.389,14	62.159,01	97.123,46
Aktionsfeld 3	258.995,89	181.297,13	46.619,26	31.079,51	72.518,85
Aktionsfeld 4	517.991,79	362.594,25	62.159,01	93.238,52	145.037,70
davon Kooperationen*	<b>388.493,84</b>	<b>271.945,69</b>			
ETZ					
IBW					
<b>Summe</b>	3.453.278,57	<b>2.417.295,00</b>	493.387,17	542.596,39	787.347,51
Anteil LAG Management an der LES		<b>25,00</b>			

\* das Kooperationsbudget inklusive des Budgets für transnationale Kooperationsprojekte ist in den Aktionsfeldern inkludiert

### Eigenmittelaufbringung der LAG

Die Eigenmittel ergeben sich aus den jährlichen Mitgliedsbeiträgen der 23 Marchfeldgemeinden. Für die neue LEADER-Förderperiode wird ein jährlicher Mitgliedsbeitrag in der Höhe von € 1,70 pro Person mit Hauptwohnsitz in der Region eingehoben. Die exakte Höhe der Mitgliedsbeiträge hängt davon ab, wie viele Personen am 31.10. des Vorjahres (wie für die Berechnung der Ertragsanteile des Landes Niederösterreich) nach dem Zentralen Melderegister ihren Wohnsitz im jeweiligen Gemeindegebiet hatten. Durch den ständigen Bevölkerungszuwachs im Marchfeld steigen auch die jährlichen Mitgliedsbeiträge geringfügig an.

Damit die Finanzierung der LEADER-Region langfristig gesichert ist, wurde die Teilnahme an der LEADER-Region inklusive der Mitgliedsbeiträge in den Gemeinderäten bis 31.12.2030 beschlossen. Entsprechende Gemeinderatsbeschlüsse entnehmen sie der den Beilagen

Tabelle 21: Eigenmittelaufbringung der LAG pro Jahr

Gemeinde	Einwohner Finanzjahr 2022	Mitgliedsbeitrag pro Jahr	Mitgliedsbeitrag gesamt von 2023-2029
Aderklaa	195	€ 331,50	€ 2.320,50
Andlersdorf	144	€ 244,80	€ 1.713,60
Deutsch-Wagram	9.023	€ 15.339,10	€ 107.373,70
Eckartsau	1.343	€ 2.283,10	€ 15.981,70
Engelhartstetten	2.084	€ 3.542,80	€ 24.799,60
Gänserndorf	11.839	€ 20.126,30	€ 140.884,10
Glinzendorf	325	€ 552,50	€ 3.867,50
Groß-Enzersdorf	11.730	€ 19.941,00	€ 139.587,00
Großhofen	108	€ 183,60	€ 1.285,20
Haringsee	1.178	€ 2.002,60	€ 14.018,20
Lasseo	2.946	€ 5.008,20	€ 35.057,40

Leopoldsdorf	2.920	€ 4.964,00	€ 34.748,00
Mannsdorf	393	€ 668,10	€ 4.676,70
Marchegg	2.982	€ 5.069,40	€ 35.485,80
Markgrafneusiedl	888	€ 1.509,60	€ 10.567,20
Obersiebenbrunn	1.741	€ 2.959,70	€ 20.717,90
Orth a.d.Donau	2.185	€ 3.714,50	€ 26.001,50
Parbasdorf	174	€ 295,80	€ 2.070,60
Raasdorf	663	€ 1.127,10	€ 7.889,70
Strasshof a.d.Nordbahn	11.021	€ 18.735,70	€ 131.149,90
Untersiebenbrunn	1.760	€ 2.992,00	€ 20.944,00
Weiden a.d.March	982	€ 1.669,40	€ 11.685,80
Weikendorf	2.052	€ 3.488,40	€ 24.418,80
<b>Summe</b>	<b>68.676</b>	<b>€ 116.749,20</b>	<b>€ 817.244,40</b>

\* Bevölkerungszahl 31.10.2020 für das Finanzjahr 2022 (wird jährlich angepasst)

Die LAG Marchfeld erhält von 2023-2029 Mitgliedsbeiträge in der Höhe von gesamt **€ 817.244,40**. Mit dieser Summe werden die Eigenmittel sowie der nicht förderbare Anteil des LAG-Managements inklusive Sensibilisierung sowie die LAG-eigenen Projekte finanziert. Zusätzliche Eigenmittel für LAG-eigene Projekte stammen von den Gemeinden bzw. bei Qualifizierungsmaßnahmen von den teilnehmenden Personen. Außerdem werden bei regionalen Projekten gezielt Finanzmittel von anderen Organisationen und Institutionen bzw. Firmen aus der Region akquiriert.

### **Budget für Umsetzung der LES Marchfeld**

Das Projektbudget ergibt sich aus den aufgebrachten Eigenmitteln der ProjektträgerInnen und den Fördermitteln des LEADER-Programmes. Einen Überblick über die Aufteilung des Budgets auf die Aktionsfelder und das LAG-Management gibt die Tabelle Gesamtfinanzplan.

Die Verteilung der Fördermittel auf die Aktionsfelder wurde mit einem durchschnittlichen Fördersatz von 70% erstellt, basierend auf den erarbeiteten Leitprojekten und Schwerpunkten der LES sowie den Erfahrungswerten der vergangenen LEADER-Förderperioden.

Für die Umsetzung **des Aktionsfeldes 1** wurden 55% der zur Verfügung stehenden Fördermittel (ohne LAG Management) veranschlagt. Mehr als 83% des Projektvolumens in diesem Aktionsfeld wird mit Eigenmitteln von regionalen ProjektträgerInnen aufgebracht. Dazu gehören schwerpunktmäßig die Tourismusdestinationen Weinviertel und Donau, die Genussregionen und die ARGE Marchfelder Schlösserreich für die Umsetzung der geplanten (genuss)touristischen Schwerpunkte für das Marchfeld. Gemeindemittel kommen hier schwerpunktmäßig für die Umsetzung der radtouristischen Infrastrukturmaßnahmen zum Einsatz. Für Projekte im Bereich klimafitte Landwirtschaft und Direktvermarktung kommen die Eigenmittel von Betrieben.

Für die Umsetzung **des Aktionsfeldes 2** wurden 15% der zur Verfügung stehenden Fördermittel (ohne LAG Management) veranschlagt. Rund 50% des Budgets werden für LAG-eigene Projekte wie z. B. Potentialanalyse Bioökonomie und die Neophyten-Bekämpfung investiert. Die weiteren etwa 50% sind für kultur- und naturtouristische Maßnahmen wie z. B. BesucherInnenlenkung in sensiblen Naturräumen und die digitale Aufbereitung regionaler Kulturgüter durch Gemeinden und Kulturvereine vorgesehen.

Für die Umsetzung **des Aktionsfeldes 3** wurden 10% der zur Verfügung stehenden Fördermittel (ohne LAG Management) veranschlagt. Rund zwei Drittel des Budgets werden für LAG-eigene Projekte wie z. B. Stärkung der regionalen Identität und Digitalisierung & Vernetzung im Bereich Bildung und Bürgerservice. Für das restliche Drittel sind ebenfalls Maßnahmen für Gemeinden/Vereine vor allem

in den Bereichen Jugendmobilisierung und Schaffung von Kommunikationsorten geplant, die für die Finanzierung aufkommen werden.

Für die Umsetzung **des Aktionsfeldes 4** wurden 20% der zur Verfügung stehenden Fördermittel (ohne LAG Management) veranschlagt. Rund zwei Drittel des Budgets sind für Gemeinden und regionale Betriebe für die Bereiche Klimaschutz und Klimawandelanpassungen reserviert. Mit dem restlichen Drittel wird die LAG selber bewusstseinsbildende Maßnahmen in den Bereichen Umweltschutz, Klimawandel und vor allem Klimawandelanpassung durchführen.

Kooperationsprojekte werden schwerpunktmäßig im Aktionsfeld 1 realisiert.

### Budget für LAG-Management und Sensibilisierung

Tabelle 22: Budget für LAG-Management und Sensibilisierung

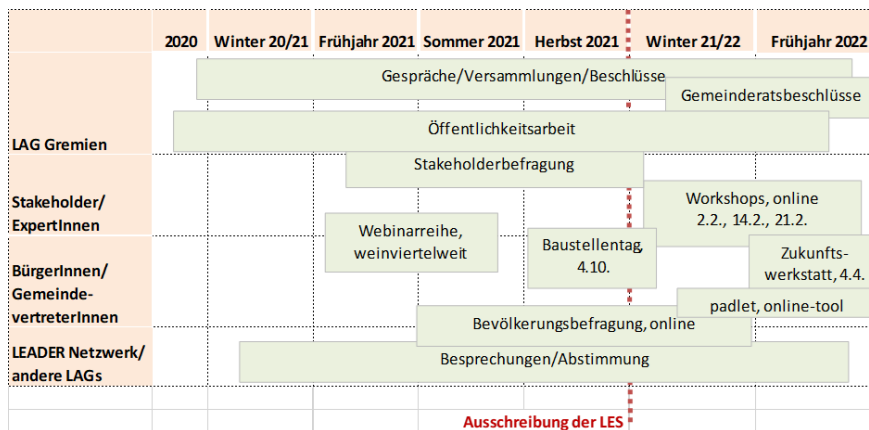
	Ausgaben 2023	Gesamtausgaben 2023-2029	Gesamtförderung (70 %) in €	gesamten Eigenmittel (30%) in €
Personal (1,75 Vollzeitäquivalente)	€ 128 274,75	€ 982 900,42	€ 688 030,29	€ 294 870,13
Öffentlichkeitsarbeit, Sensibilisierung	€ 7 142,86	€ 50 000,00	€ 35 000,00	€ 15 000,00
Betriebskosten (Miete, Strom, Heizung, Telefon, Internet)	€ 11 000,00	€ 77 000,00	€ 53 900,00	€ 23 100,00
Verwaltungsaufwand	€ 5 714,29	€ 40 000,00	€ 28 000,00	€ 12 000,00
Reisegebühren	€ 2 400,00	€ 16 800,00	€ 11 760,00	€ 5 040,00
Anschaffungen	€ 6 428,57	€ 45 000,00	€ 31 500,00	€ 13 500,00
<b>Gesamtsumme</b>	<b>€ 160 960,46</b>	<b>€ 1 211 700,42</b>	<b>€ 848 190,29</b>	<b>€ 363 510,13</b>

\* Indexanpassung von 3% bei den Personalkosten kalkuliert

## 8 Erarbeitung der Entwicklungsstrategie

Die Entwicklungsstrategie wurde in einem breit angelegten Beteiligungsprozess in der Region entworfen. Im Rahmen von mehr als 42 Arbeitsgesprächen und Strategieveranstaltungen wurde basierend auf der aktualisierten SWOT-Analyse der Entwicklungsbedarf, sowie die Handlungsfelder der LES mit den möglichen Projektansätzen erarbeitet. In die Erarbeitung waren die Bevölkerung und alle relevanten EntwicklungspartnerInnen sowie die wichtigsten Stakeholder der Region mit einbezogen. Der LES Erarbeitungsprozess erstreckte sich über einen Zeitraum von 14 Monaten (Februar 2021 bis Anfang Mai 2022) und wurde von der LAG Marchfeld konzipiert. Die fachliche Unterstützung übernahm das externe Beratungsunternehmen mecca-consulting; KollegInnen einiger Partnerorganisationen unterstützten die Moderation der diversen Workshopgruppen.

Abbildung 11: Erarbeitung der Entwicklungsstrategie



### Beteiligung der Bevölkerung von Februar 2021–April 2022

Die Bevölkerung wurde in verschiedenen Formaten eingeladen, sich im Rahmen der LES Erstellung einzubringen: weinviertelweite Webinar-Reihe, Bevölkerungsbefragungen (online), bei öffentlichen Veranstaltungen und bei den Workshops rund um die vier LEADER-Aktionsfelder. Die Information erfolgte dabei über lokale Medien mittels Presseaussendungen, über die Website der Region Marchfeld, dem Newsletter „Neues aus der Region“, im Padlet „Strategie Marchfeld 2030“ (einer digitalen Pinnwand), über die Social Media Kanäle Facebook und Instagram, die Gemeindezeitungen der Mitgliedsgemeinden unter der Rubrik „Neues aus der Region“ und mittels direct-mailing an sämtliche Kontakte der LEADER-Region (Gremien, Partnerorganisationen, ProjektträgerInnen, Stakeholder etc.).

- **Weinviertelweite online Webinar-Reihe von Februar bis Juni 2021**

Bereits im Februar 2021 startete mit der weinviertelweiten online Webinar-Reihe der Erstellungsprozess der LEADER-Strategie 2023-27 ganz nach dem Motto „Wir gestalten gemeinsam die Zukunft unserer Region!“. Folgende Themen wurden bei den fünf Veranstaltungen näher beleuchtet: Herausforderungen in der Regionalentwicklung, Lebensqualität, Ehrenamt, Daseinsvorsorge, Standortmarketing, Innovation, Digitalisierung und Leerstandsmanagement. Zu jedem Termin wurden jeweils 1-3 ExpertInnen eingeladen, die den entsprechenden Fachinput lieferten und im Anschluss konnten die teilnehmenden Gäste ihre Einschätzungen und Bedürfnisse in unterschiedlichen Arbeitsgruppen diskutieren und auf einer digitalen Pinnwand festhalten. Die Ergebnisse der Gruppendiskussionen sind in den Strategieprozess eingeflossen.

- **Weinviertelweite Bevölkerungsbefragung „Wo drückt der Schuh“ von Mai-September 2021**

Bei der weinviertelweiten Bevölkerungsbefragung „Wo drückt der Schuh“ war die Meinung der Bevölkerung gefragt – ebenfalls nach dem Motto „Gestalten wir gemeinsam die Zukunft der Region“. Wie soll unsere Region 2030 aussehen? Welche Stärken müssen im Marchfeld weiter ausgebaut

werden? Das Marchfeld erhielt über 200 Rückmeldungen und die Ergebnisse, Wünsche und Anregungen sind ebenfalls in die Strategie eingeflossen.

- **Tag der offenen Baustelle am 1. Oktober 2021**

Im Rahmen der Veranstaltung „Tag der offenen Baustelle“ beim Schloss Marchegg war die LEADER-Region gemeinsam mit der KEM Marchfeld mit einem Informationszelt vertreten und die rund 800 Gäste der Veranstaltung wurden herzlich eingeladen sich aktiv bei der Erstellung der neuen Lokalen Entwicklungsstrategie der Region Marchfeld einzubringen. Auf einem großen Transparent wurden alle Ideen dokumentiert und die Ergebnisse sind in die neue Lokale Entwicklungsstrategie eingeflossen.

- **Jugendbefragung Marchfeld im Dezember 2021**

Im Rahmen des LEADER-Projekt Jugend im Marchfeld wurde ein Jugendfragebogen konzipiert, um die Bedürfnisse und den Bedarf der Jugendlichen im Marchfeld zu ermitteln. Damit möglichst viele Jugendliche an der Befragung teilnehmen, wurde hier noch intensiver über die Social Media Kanäle und Jugend- und Sportvereine der Jugendfragebogen beworben. Mit 265 Rückmeldungen erhielten wir einen sehr guten Überblick über die Wünsche und Anliegen der Jugendlichen und diese konnten in die Strategie aufgenommen werden.

- **Workshopreihe Oktober 2021 – April 2022**

In diesem Zeitraum fand zu jedem Aktionsfeld ein LEADER-Workshop statt. Engagierte MarchfelderInnen aktualisierten die bestehende SWOT-Analyse und passten diese den aktuellen Gegebenheiten an und formulierten gemeinsam Anregungen und Projektansätze zu den jeweiligen Aktionsfeldern. Nach den vier online Workshops fand abschließend am 4.4.2022 eine große Zukunftswerkstatt als Präsenzveranstaltung im Speicher beim Schloss Marchegg statt, wo sämtliche Projektideen bei den zehn Themenstationen durchdiskutiert und Haupt- und Leitthemen der Region Marchfeld festgelegt wurden.

- **Padlet „Unser Marchfeld 2030“ – offene & flexible Bevölkerungsbeteiligung**

Über das Padlet „Unser Marchfeld 2030“, einer digitalen Pinnwand im Internet, hatte die Marchfelder Bevölkerung von November 2021 bis April 2022 jederzeit die Möglichkeit aktuelle Infos rund um den Erstellungsprozess der neuen Lokalen Entwicklungsstrategie einzusehen und die Möglichkeit selber Projektideen zu den Aktionsfeldern einzutragen. Immerhin wurden auf diese Art und Weise rund 30 Projektideen und Anregungen eingebracht.

Abbildung 12: Auszug aus dem Padlet





### **Einbindung und Abstimmung mit Organisationen und Stakeholdern**

Die Abstimmung der LEADER-Region Marchfeld mit der Kleinregion Marchfeld (MAREV) und der Klima- und Energie- Modellregion Marchfeld erfolgt laufend im Rahmen der regelmäßigen Büro Jourfixes und Vereinssitzungen im Regionalbüro Marchfeld. Die genannten Organisationen sind räumlich deckungsgleich. Insgesamt fanden 12 Termine mit Stakeholdern in Kooperation der vier LEADER-Regionen im Weinviertel statt. Dabei wurden gemeinsame Themen und Projektansätze erörtert und Ziele für die kommenden Jahre definiert. Niederösterreichweit fanden einige Abstimmungstermine zwischen VertreterInnen der NÖ LEADER-Regionen und NÖ-weit tätigen Organisationen sowie den Tourismusdestinationen zur Abstimmung relevanter Themen und Strategien statt.

Weitere Stakeholder-Treffen und Abstimmungsgespräche fanden mit folgenden Organisationen statt: NÖ.Regional, LEADER-Regionen österreichweit, niederösterreichweit sowie speziell mit den LEADER-Regionen Weinviertel, Römerland Carnuntum, entlang der Donau und der angrenzenden LEADER-Region in der Slowakei, ecoplus, Tourismusdestination Weinviertel und Donau, SUM-StadtUmlandManagement, VertreterInnen vom Naturstammtisch Marchfeld (WWF, Naturschutzbund, Birdlife, viadonau, Storchenhaus Marchegg,...), Kulturvernetzung NÖ, Netzwerk Kulinarik, AMA-Genussregionen, Agrar plus, Agrarbezirksbehörde sowie mit dem Service Freiwillige Sozialpartner, BBK, WK, Regionspartnerbetriebe, Nationalpark Donauauen, Marchfeldschlösser sowie politische Beauftragte waren bei allen Veranstaltungen & Workshops eingeladen und haben teilgenommen.

## 9 Beilagen

LAG Vereinsstatuten

LAG- Mitgliederliste, Mitgliederliste Projektauswahlgremium

Geschäftsordnung Projektauswahlgremium und LAG-Management

Tabellen zur Wirkungsorientierung

Gesamtfinanzplan im Excel Format

Gemeinderatsbeschlüsse

Tabelle zu Bottom-up-Prozess

Kooperationsvereinbarungen

## 10 Abkürzungen

AF	Aktionsfeld
AFT	Aktionsfeldthema
AMA	Agarmarkt Austria
AMS	Arbeitsmarktservice
B2B	Business-to-Business
BAUM	Bratislava Umland Management
Bgm	BürgermeisterIn
BOKU	Universität für Bodenkultur
BST	bewilligenden Stelle
DFP	digitale Förderplattform eAMA
E-	Elektro-
ecoplus	Niederösterreichische Wirtschaftsagentur
EnU	Energie- und Umweltagentur des Landes NÖ
EU	Europäische Union
EW	Einwohner
FTTH	fibre to the home, Glasfasernetz
GWh	Gigawattstunde
INVEKOS	Integriertes Verwaltung- und Kontrollsystem, ein durch die EU schrittweise eingeführtes System zur Durchsetzung einer einheitlichen Gemeinsamen Agrarpolitik (GAP) in den EU-Mitgliedstaaten
KEM	Klima- und Energie-Modellregionen
KLAR!	Klimawandel Anpassungsmodellregion
kW	Kilowatt
kWp	Kilowatt-Peak
LAG	Lokale Aktionsgruppe
LAG-M	Lokale Aktionsgruppe Management
LEADER	englischsprachiges Akronym von französisch Liaison entre actions de développement de l'économie rurale, „Verbindung zwischen Aktionen zur Entwicklung der ländlichen Wirtschaft“
LES	Lokale Entwicklungsstrategie
LFS	Landwirtschaftliche Fachschule
LVL	LEADER-verantwortliche Landesstelle
MA	MitarbeiterInnen
MAREV	Verein zur Förderung der Regionalentwicklung im Marchfeld
MW	Megawatt
NAFES	Niederösterreichische Arbeitsgemeinschaft zur Förderung des Einkaufs in Stadtzentren
NGO	Nichtregierungsorganisation
NÖ	Niederösterreich
ÖROK	Österreichische Raumordnungskonferenz

ÖV	Öffentlicher Verkehr
PAG	Projektauswahlgremium
POI	Point of Interest (interessanter Ort)
PT	Projekträger
PV	Photovoltaik
QM	Qualitätsmanagement
REL NÖ 2035	Räumliches Entwicklungsleitbild Niederösterreich 2035
REV	Regionalverband
riz	Niederösterreichs Gründeragentur
SUM	Stadtumland Management
SWOT-Analyse	Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse
WKO	Wirtschaftskammer Österreich

## 11 Verzeichnisse

### Abbildungen

Abbildung 1: Die Breitbandinfrastruktur in der LEADER Region Marchfeld .....	8
Abbildung 2: Energiemosaik Marchfeld .....	9
Abbildung 3: Energieverbrauch in den Gemeinden .....	9
Abbildung 4: Marchfeld: Rückblick 2014 – 2020.....	12
Abbildung 5: Aktionsfeldthemen in den Aktionsfeldern.....	22
Abbildung 6: Aktionsfeldthemen im Aktionsfeld 1 .....	24
Abbildung 7: Aktionsfeldthemen im Aktionsfeld 2 .....	31
Abbildung 8: Aktionsfeldthemen im Aktionsfeld 3 .....	36
Abbildung 9: Aktionsfeldthemen im Aktionsfeld 4 .....	40
Abbildung 10: Umsetzungsstrukturen, Zuständigkeiten und Entscheidungskompetenzen der LAG ...	69
Abbildung 11: Erarbeitung der Entwicklungsstrategie.....	79
Abbildung 12: Auszug aus dem Padlet .....	80

### Karten

Karte 1: LEADER Region Marchfeld 2022 .....	4
Karte 2: Bevölkerungsentwicklung 2011-2021 und Prognose bis 2040.....	6
Karte 3: Schutzgebiete in der LEADER Region Marchfeld .....	11

### Tabellen

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung 2011-2021 und Prognose bis 2040.....	5
Tabelle 2: Leitprojekte zum Aktionsfeld 1.....	29
Tabelle 3: Leitprojekte zum Aktionsfeld 2.....	35
Tabelle 4: Leitprojekte zum Aktionsfeld 3.....	39
Tabelle 5: Leitprojekte zum Aktionsfeld 4.....	43
Tabelle 6: Querverbindungen der EU- und nationalen Strategien zu den Aktionsfeldern/Aktionsfeldthemen der LES.....	47
Tabelle 7: Querverbindungen der bundesland- und regionsspezifischen Strategien zu den Aktionsfeldern/Aktionsfeldthemen der LES.....	49
Tabelle 8: Qualitätsmanagement-Team (QM-Team) Marchfeld.....	60
Tabelle 9: Organfunktionen.....	60
Tabelle 10: Potenzialhebung .....	61
Tabelle 11: Finanzprüfung .....	61
Tabelle 12: Zusammenarbeit, Vernetzung und Erfahrungsaustausch .....	62

Tabelle 13: Programm- und Projektmanagement .....	62
Tabelle 14: Steuerung, Monitoring und Evaluierung auf Projektebene .....	62
Tabelle 15: Steuerung, Monitoring und Evaluierung auf LES Ebene .....	63
Tabelle 16: Reporting an die Verwaltungsbehörde.....	63
Tabelle 17: Gremien, Organe und AkteurInnen .....	69
Tabelle 18: Fördersätze nach Projektart .....	73
Tabelle 19: Projektauswahlkriterien .....	74
Tabelle 20: Gesamtfinanzplan .....	76
Tabelle 21: Eigenmittelaufbringung der LAG pro Jahr .....	76
Tabelle 22: Budget für LAG-Management und Sensibilisierung .....	78