

# LOKALE ENTWICKLUNGSSTRATEGIE

## Südliches Waldviertel – Nibelungengau

### 2014-22



Karte: Leaderregion Südliches Waldviertel 2014-20, Quelle: Leaderregion.

**Version: 3.0 /2021**

**Ersteller:**

DI Thomas Heindl

Leadermanager

Unterer Markt 10, 3631 Ottenschlag

Tel.: +43/664 533 01 94, t.heindl@leaderregion.at

© Leaderregion Südliches Waldviertel – Nibelungengau

## Inhalt

1	Beschreibung der Lokalen Aktionsgruppe (max. Seitenanzahl: 2) .....	4
1.1	Festlegung des Gebiets und Beschreibung der Gebietscharakteristik .....	4
1.2	Angaben zur Bevölkerungsstruktur.....	5
2	Analyse des Entwicklungsbedarfs (max. Seitenanzahl: 10).....	6
2.1	Beschreibung der Region und der sozioökonomischen Lage .....	6
2.1.1	Arbeitsmarktsituation in der Region .....	7
2.1.2	Land- & Forstwirtschaftliche Flächenaufteilung und deren Nutzung .....	9
2.1.3	Tourismus .....	10
2.2	Reflexion und Erkenntnisse aus der Umsetzung von Leader in der Periode 2007 – 2013 ....	10
2.3	SWOT-Analysen der Region, die insbesondere auf folgende Themen eingeht: .....	12
2.4	Darstellung der lokalen Entwicklungsbedarfe .....	15
3	Lokale Entwicklungsstrategie (max. Seitenanzahl: 12 je Aktionsfeld).....	17
3.1	Aktionsfeld 1: Wertschöpfung .....	18
3.1.1	Auswahl der Aktionsfeldthemen und Beschreibung der Ausgangslage (Status quo) .....	18
3.1.2	Grundstrategie bzw. strategische Stoßrichtung in den Aktionsfeldthemen .....	23
3.1.3	Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023).....	24
3.1.4	Erfolgsindikatoren (messbare Indikatoren mit Angabe der Basiswerte und Sollwerte) .....	24
3.1.5	Aktionsplan (Maßnahmen)zur Erreichung der Resultate .....	25
3.1.6	Beschreibung von Kooperationsaktivitäten .....	26
3.1.7	Zusammenfassende Darstellung in der Wirkungsmatrix gemäß Vorlage .....	27
3.2	Aktionsfeld 2: Natürliche Ressourcen und kulturelles Erbe.....	29
3.2.1	Auswahl der Aktionsfeldthemen und Beschreibung der Ausgangslage (Status quo) .....	29
3.2.2	Grundstrategie bzw. strategische Stoßrichtung in den Aktionsfeldthemen .....	33
3.2.3	Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023).....	34
3.2.4	Erfolgsindikatoren (messbare Indikatoren mit Angabe der Basiswerte und Sollwerte) .....	34
3.2.5	Aktionsplan (Maßnahmen)zur Erreichung der Resultate .....	35
3.2.6	Beschreibung von Kooperationsaktivitäten .....	36
3.2.7	Zusammenfassende Darstellung in der Wirkungsmatrix gemäß Vorlage .....	37
3.3	Aktionsfeld 3: Gemeinwohl Strukturen und Funktionen .....	38
3.3.1	Auswahl der Aktionsfeldthemen und Beschreibung der Ausgangslage (Status quo) .....	38
3.3.2	Grundstrategie bzw. strategische Stoßrichtung in den Aktionsfeldthemen .....	45
3.3.3	Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023).....	46
3.3.4	Erfolgsindikatoren (messbare Indikatoren mit Angabe der Basiswerte und Sollwerte) .....	46
3.3.5	Aktionsplan (Maßnahmen)zur Erreichung der Resultate .....	47
3.3.6	Beschreibung von Kooperationsaktivitäten .....	48
3.3.7	Zusammenfassende Darstellung in der Wirkungsmatrix gemäß Vorlage .....	49
3.4	Aktionsfeld IWB: (falls relevant) .....	50
3.5	Aktionsfeld ETZ: (falls relevant) .....	50
3.6	Berücksichtigung der Ziele der Partnerschaftvereinbarung und des Programms LE 2020 und falls zutreffend der IWB und ETZ-Programme (max. Seitenanzahl für Kapitel 3.6. – 3.9.: 4) .....	50
3.7	Berücksichtigung der bundeslandrelevanten und regionsspezifischen Strategien .....	52
3.8	Erläuterung der integrierten, multisektoralen und innovativen Merkmale der Strategie ....	53
3.9	Beschreibung geplanter Zusammenarbeit und Vernetzung .....	54

4	Steuerung und Qualitätssicherung (max. Seitenanzahl: 4) .....	55
4.1	Beschreibung der Vorkehrungen für Steuerung, Monitoring und Evaluierung der LAG-internen Umsetzungsstrukturen.....	55
4.2	Beschreibung der Vorkehrungen für Steuerung, Monitoring und Evaluierung der Strategie- und Projektumsetzung inkl. Reporting an die Verwaltungsbehörde und Zahlstelle .....	58
5	Organisationsstruktur der LAG (max. Seitenanzahl: 5) .....	59
5.1	Rechtsform der LAG .....	59
5.2	Zusammensetzung der LAG (inklusive Darlegung der Struktur und getroffenen Vorkehrungen, die gewährleisten, dass die Bestimmungen des Art. 32 der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 permanent eingehalten werden) .....	60
5.3	LAG-Management .....	62
5.4	Projektauswahlgremium (inklusive Geschäftsordnung, die gewährleistet, dass die Bestimmungen des Art. 34 der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 permanent eingehalten werden).....	63
5.5	Ausschluss von Unvereinbarkeiten (Interessenskonflikten) .....	64
6	Umsetzungsstrukturen (max. Seitenanzahl: 4) .....	65
6.1	Arbeitsabläufe, Zuständigkeiten, Entscheidungskompetenzen (inklusive Organigramm) ....	65
6.2	Auswahlverfahren für Projekte (inklusive Projektauswahlkriterien).....	66
6.3	Darstellung der Transparenz der Entscheidungen.....	69
7	Finanzierungsplan (indikative Finanztabelle für die Gesamtperiode; getrennt nach Fonds, falls relevant) (max. Seitenanzahl: 2; zusätzlich ist ein Gesamtfinanzplan nach vorgegebenem Muster in Excel beizubringen).....	70
7.1	Eigenmittelaufbringung der LAG.....	70
7.2	Budget für Aktionsplan .....	71
7.3	Budget für Kooperationen .....	71
7.4	Budget für LAG-Management und Sensibilisierung (Die durchgängige Beschäftigung von mindestens 1,5 Vollzeitbeschäftigungsäquivalent für das LAG-Management ist für die Jahre 2015 bis einschließlich 2020 verpflichtend).....	71
7.5	Herkunft der Budgets für LAG eigene Projekte.....	72
8	Erarbeitungsprozess der Entwicklungsstrategie (max. Seitenanzahl: 2).....	73
8.1	Vorphase: .....	73
8.2	Erste Phase.....	73
8.3	Zweite Phase .....	74
8.4	Themengruppensitzungen .....	74
8.5	Zieldefinition .....	74
8.6	Ableiten der strategischen Maßnahmen und wichtigsten Projekte .....	74
9	Beilagen .....	75

# 1 Beschreibung der Lokalen Aktionsgruppe

## 1.1 Festlegung des Gebiets und Beschreibung der Gebietscharakteristik

Die **Leaderregion südliches Waldviertel – Nibelungengau** besteht aus 34 Gemeinden. Sie erstreckt sich über die drei politischen Bezirke Krems (2), Zwettl (12), Melk (20). In Klammer steht die jeweilige Gemeindeanzahl.

Die Region erstreckt sich von der Waldviertler Hochebene über den Donauroaum bis ins hügelige Mostviertel. Neben Unterschieden in der Landwirtschaft aufgrund klimatischer Begünstigungen im Süden der Region ergeben sich auch Differenzierungen in der Betriebsstruktur, Infrastruktur, Freizeitangebote und ferner auch in der Mentalität der Menschen. In dieser Region treffen sich die Kulturen des Waldviertels, das sanfte Hügelland, mit jenen des Mostviertels, verbunden durch die Donau, mit der Tiefebene und der typischen und bekannten Struktur.

Im Norden grenzt die Region an die Stadt Zwettl, im Westen an Oberösterreich. Im Osten grenzt die Region an die Wachau, der Süden liegt bereits im Mostviertel.

Die Region hat in dieser Form bereits am Programm 2007-13 teilgenommen und bewirbt sich nun in unveränderter Größe auch für 2014-20.

2001 haben sich die 13 Gemeinden der Kleinregion Waldviertler Kernland und der fünf nördlichen Gemeinden der Ökoregion südliches Waldviertel für das Leaderprogramm 2001- 2006 (Leaderplus) beworben. Diese 18 Gemeinden nahmen neben anderen Initiativen am Programm Leaderplus teil und wurden so auch als gleichnamige Leaderregion, „Waldviertler Kernland+“ genehmigt. Völlig neu in der regionalen Entwicklung, war es am Anfang für diese Gemeinden nicht üblich in Projekten zusammenzuarbeiten. Im Zeitraum 2002 – 2006 konnte die Leaderregion Waldviertler Kernland+ 41 Projekte umsetzen. Aufgrund der Aktivitäten, die durch die Leaderregion ausgelöst wurden, entstanden auch andere Initiativen und Projekte (INTERREG, Naturschutz, Kommunale Kooperationsprojekte, etc...).

Im Dezember 2006 haben sich aufgrund der guten Erfolge der Region auch die nördlichen Donaugemeinden des Waldviertels und die restlichen, bereits als Arbeitskreis Nibelungengau arbeitenden Gemeinden an die Leaderregion Waldviertler Kernland+, angeschlossen. Man einigte sich auf den Namen „Leaderregion Südliches Waldviertel – Nibelungengau“, entwickelte die ländliche Entwicklungsstrategie und nahm gemeinsam am Programm Leader 2007-13 teil.

Die Leaderregion besteht in dieser Form daher seit Anfang 2007 deckungsgleich aus drei Kleinregionen. Diese sind Waldviertler Kernland, Ökoregion südliches Waldviertel und der Nibelungengau. In jeder dieser Kleinregionen gibt es unterschiedliche Rahmenbedingungen, welche jedoch durch umfangreiche Kooperationen, Projekte und Lernen untereinander näher zusammengebracht wurden. Mitte 2021 ist die Gemeinde Weinzierl am Walde der Leader- Region beigetreten. Diese war bereits seit 2002 bei einzelnen Kooperationsprojekten unserer Kleinregion „Waldviertler Kernland“, speziell im Tourismusbereich, beteiligt.

Durch eine enge Kooperation mit anderen regionalen Strukturen und anderen regionalen Initiativen (Kleinregionen, Tourismusdestinationen, Regionalmanagements, Dorf- und Stadterneuerung) konnten in der Projektarbeit sehr gute Erfolge erzielt werden. Diese Kooperationen werden laufend gepflegt und ausgebaut.

Die Gemeinden der Region werden laut EU Verordnung Nr. 1303/2013 als „ländliche Gebiete“ kategorisiert und entsprechen dem Geltungsbereich des „Programms ländliche Entwicklung in Österreich 2014-20“.

## 1.2 Angaben zur Bevölkerungsstruktur

### Bevölkerung nach Altersgruppen 2001-14

Gemeinde	2001	2004	2011	2014
Albrechtsberg an der Großen Krems	1.100	1.076	1.063	1.064
Artstetten-Pöbring	1.178	1.143	1.167	1.164
Bad Traunstein	1.089	1.051	1.075	1.049
Bärnkopf	378	382	349	349
Dorfstetten	632	631	596	578
Erlauf	1.140	1.135	1.104	1.069
Golling an der Erlauf	1.699	1.602	1.539	1.482
Großgöttfritz	1.468	1.481	1.427	1.394
Gutenbrunn	600	595	564	546
Grafenschlag	893	902	892	905
Hofamt Priel	1.648	1.650	1.699	1.662
Kirchschlag	717	698	668	657
Kottes-Purk	1.628	1.613	1.536	1.499
Klein-Pöchlarn	1.002	971	976	937
Krummnußbaum	1.347	1.373	1.464	1.461
Leiben	1.289	1.336	1.357	1.350
Marbach an der Donau	1.664	1.659	1.642	1.667
Maria Taferl	872	853	853	886
Martinsberg	1.221	1.211	1.153	1.144
Münichreith-Laimbach	1.687	1.696	1.675	1.654
Nöchling	1.019	1.015	1.033	1.062
Ottenschlag	1.102	1.105	980	994
Persenbeug-Gottdorf	2.118	2.187	2.269	2.239
Pöchlarn	3.473	3.588	3.924	3.914
Pöggstall	2.594	2.557	2.468	2.465
Raxendorf	1.101	1.087	1.057	1.031
Sallingberg	1.471	1.437	1.371	1.340
Schönbach	939	905	858	832
St. Oswald	1.134	1.133	1.123	1.121
Waldhausen	1.334	1.311	1.266	1.265
Weinzierl am Wald	--	--	--	1.244
Weiten	1.153	1.168	1.120	1.103
Ybbs an der Donau	5.684	5.714	5.592	5.578
Yspertal	1.900	1.854	1.815	1.824
	<b>48.274</b>	<b>48.119</b>	<b>47.675</b>	<b>48.529</b>

Quelle:

Bevölkerung nach Altersgruppen

VZ 2001, RZ 2011

Bevölkerungsregister 01.01.2004, 01.01.2014

Aus dieser Statistik kann deutlich abgelesen werden, dass nahezu in allen Gemeinden die Bevölkerungsanzahl kontinuierlich abnimmt. Die Gründe hierfür sind generell neben der Abwanderung in die Städte vielfältig und wurden 2013 in einer Demographischen Analyse durch die Universität Wien untersucht. Eine Veröffentlichung findet sich auf der Homepage [www.leaderregion.at](http://www.leaderregion.at). Die Schlüsse und Handlungsempfehlungen dieser Untersuchung finden in dieser Strategie besondere Berücksichtigung.

## 2 Analyse des Entwicklungsbedarfs

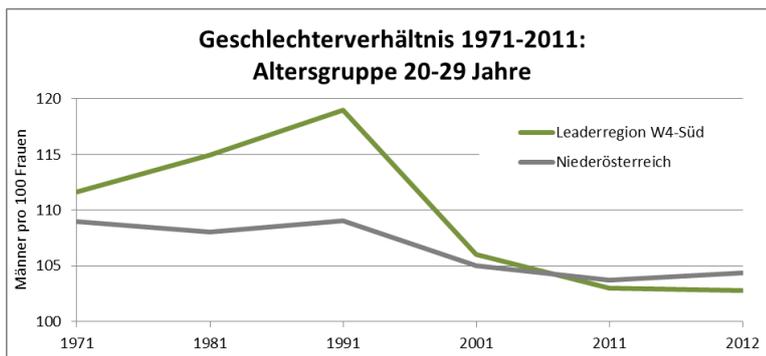
### 2.1 Beschreibung der Region und der sozioökonomischen Lage

Der österreichischen Bevölkerung wird in den nächsten Jahren weiteres Wachstum prognostiziert. Auch für Niederösterreich werden positive Wachstumszahlen berechnet. Neben diesem Wachstum wird es jedoch auch gesamt gesehen zu einer Überalterung der Bevölkerung kommen.

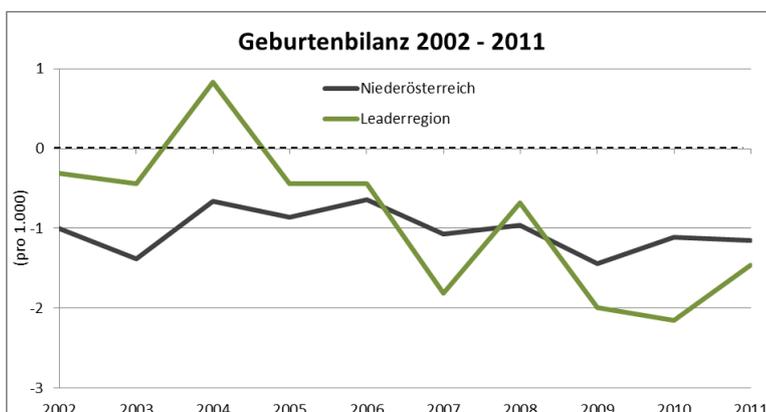
Abseits der Wachstumsregionen wird es aber auch Regionen geben, deren Bevölkerungsanzahl rückläufig ist. Abwanderungsgebiete verzeichnen bei einem gleichzeitigen Geburtenrückgang und schrumpfenden Bevölkerungszahlen auch noch erhöhte Konzentrationen der Alterung.

Aufgrund dieser Situation wurde in der Leaderregion 2013 ein Demographiecheck durchgeführt, welcher diese besonderen Herausforderungen genauer analysiert. Diese Untersuchung findet in diesen Planungen eine besondere Berücksichtigung. Demnach ist in der Region ein kontinuierlicher Geburtenrückgang zu verzeichnen. Das Geschlechterverhältnis verläuft jedoch in etwa gleich mit dem NÖ Durchschnitt.

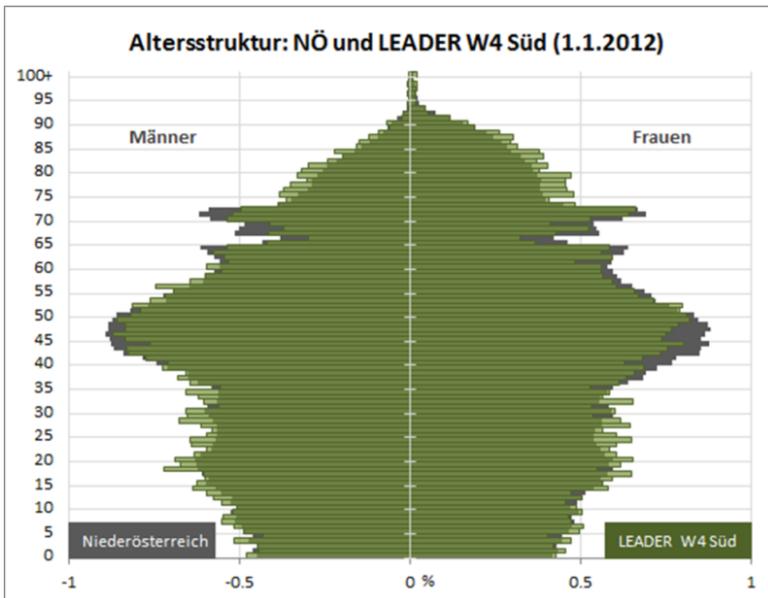
Neben der demographischen Situation findet in dieser Strategie auch die Situation der Wirtschaft und Arbeit große Beachtung. Hierbei sind die Punkte Bildungsstand der Bevölkerung, Erwerbsstruktur, Betriebsstruktur, Geschlechterverteilung, Arbeitslosigkeit, Pendler und Mobilität von besonderer Bedeutung. Das Ungleichgewicht von Frauen und Männer ist auf die Abwanderung von jungen, qualifizierten Frauen zurückzuführen.



Geschlechterverhältnis in der Altersgruppe 20-29, zwischen 1971 und 2011 (Datenquelle: Statistik Austria)



Geburtenbilanz 2002-2011 – LEADER-Region & Niederösterreich im Vergleich (Datenquelle: Statistik Austria)



Altersstruktur Niederösterreich & LEADER-Region 2012 (Datenquelle: Statistik Austria)

Die Grafik zeigt eindeutig, dass sich der niederösterreichweite Trend bezüglich der Überalterung der Bevölkerung auch in unserer Region fortsetzt und daher Maßnahmen erfordert, welche auch für Niederösterreich gelten. Darauf wird im Kapitel „Aktionsfeldthema Daseinsvorsorge“ besonders eingegangen.

### 2.1.1 Arbeitsmarktsituation in der Region

Erwerbstätige nach Sektoren							Arbeitslose		
Gemeinden	2001			2011			2001	2011	
	Primär	Sekundär	Tertiär	Primär	Sekundär	Tertiär			
	2.4866	5.673	8.2407	2.504	4.811	9.463	676	848	
	Summe			Summe					
	16.3999			16.9244					
Quelle:							Prozent	4,2	5,177
Erwerbstätige nach Sektoren									
VZ 2001, Registerzählung									

**Arbeitsmarktsituation:** Die Anzahl der Erwerbstätigen ist trotz leichter Schrumpfung der Bevölkerung fast gleichgeblieben. Die Verteilung der Beschäftigten nach Sektoren ist im primären Sektor fast gleichgeblieben, was auf eine Stabilisierung bei der Betriebsreduktion in der Land und Forstwirtschaft hindeutet. Der sekundäre Sektor hat in etwa jene Anzahl an Beschäftigte verloren, die in Dienstleistungsbereich dazu gekommen ist. Daher verschiebt sich die Beschäftigung jedenfalls in den tertiären Bereich. Die Erwerbslosen haben jedenfalls zugenommen. Bei einer gleichzeitigen Reduktion der Bevölkerung und Erhöhung der Erwerbstätigen an sich, deutet dies darauf hin, dass vermehrt Frauen, welche bisher nicht gearbeitet haben, in die Berufswelt eingebunden werden.

Erwerbsspendler								
Einpendler	2001		2011		Auspender		Gemeindebinnenpendler	
	2001	2011	2001	2011	2001	2011	2001	2011
	8.657	9.374	13.629	16.560	4.265	3.785		

Quelle: Erwerbsspendler VZ 2001, RZ 2011

Die Region hat einen sehr hohen Auspendleranteil. Dieser beträgt, wenn man lediglich die Anzahl der Beschäftigten mit denen der Erwerbsauspendler und Einpendler vergleicht, mehr als 43%. Nahezu die Hälfte aller in der Region lebenden erwerbstätigen Menschen pendelt aus. Innerregional bedeutet dies:

Je weiter man in den Norden der Region geht, bzw. je schlechter die Infrastruktur wird, desto geringer wird der Auspendleranteil (in absoluten Zahlen). Die Begründung liegt wohl in der schlechteren Erreichbarkeit des Wohnorts und der ungünstigeren Verkehrsanbindung. Um lange Fahrtzeiten zu vermeiden werden wohl eher Arbeitsmöglichkeiten angenommen, die in der Nähe liegen.

Fazit: Je besser und höherrangiger die Verkehrsinfrastruktur, desto eher und desto mehr wird gependelt. Die höchsten Auspendlerzahlen haben Ybbs an der Donau, Krummnußbaum, Persenbeug-Gottsdorf (Westbahn und Autobahnanbindung), Bärnkopf und Gutenbrunn (keine größeren Gewerbebetriebe, nur kleine Tourismusbetriebe) und Marbach (Nähe Melk, Krems).

Die Stadt Pöchlarn hat 1777 Auspendler und 2.209 Einpendler. Pöchlarn hat große Betriebe und eine sehr gute Verkehrsanbindung. Hier werden beide Bedingungen für Aus- und Einpendler erfüllt. Das gleiche gilt auch für die benachbarte Stadt Ybbs an der Donau.

### Arbeitsstätten nach Sektoren

Primärer Sektor	Sekundärer Sektor	Tertiärer Sektor
<b>1.878</b>	<b>514</b>	<b>2.172</b>

Quelle: Registerzählung 2011, z.Vg. RU2

Die Aufstellung zeigt, dass die Gemeinden mit den meisten Betriebsstandorten, bzw. mit mehr als 80 Betrieben die Gemeinden Ybbs an der Donau, Pöggstall, Pöchlarn, Persenbeug-Gottsdorf, Ottenschlag und Marbach an der Donau sind. Diese sind auch die wichtigsten Arbeitgeber.

Interessant ist auch der geschichtliche Zusammenhang: Dort wo früher die Zentren der Gerichtsbezirke/Verwaltungsbezirke (Ottenschlag, Pöchlarn, Pöggstall) waren, sind bis heute noch mehr Betriebe zu finden als im angrenzenden vergleichbaren Umfeld.

Die Städte im Donauraum (Pöchlarn und Ybbs) haben wesentlich mehr Einwohner und aufgrund dessen auch mehr Betriebe. Die meisten Betriebe sind in der Sparte Handel zu finden. Der Handel wird für die regionale Arbeitsmarktsituation immer wichtiger.

Die in der Region traditionell verankerten Handwerksbetriebe sind nur mehr an zweiter Stelle.

Die Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft findet sich an dritter Stelle wieder. Hier kann man auch die Bedeutung der Branche erkennen. Allein durch die beiden Gesundheitsleitbetriebe (Ottenschlag und Bad Traunstein) wird mit etwa 150.000 Nächtigungen jährlich gerechnet. Verbunden mit der daraus resultierenden Wirtschaftsbewegung kann sich die Statistik in den nächsten Jahren noch verbessern.

Interessant ist auch die Branche Information und Consulting. Hier kann man speziell in den Donaugemeinden sehr viele Betriebe vorfinden. Die Begründung liegt in der guten Erschließung und in der höheren Einwohnerdichte.

Ein durchgeführtes regionales Projekt hat 2003 die Bedürfnisse von solchen Dienstleistern erhoben. Das Ergebnis war jedoch, dass die Verkehrsanbindung nur Nebensache für die Standortwahl ist. Wesentlich sind gute Datenleitungen, sichere Stromversorgung und ein repräsentatives, ruhiges Umfeld. Aus diesem Grund gibt es bereits in einigen kleineren Gemeinden (Gutenbrunn, Bärnkopf). Bestrebungen, speziell solche Unternehmen, durch Investition in der Infrastruktur anzusprechen (Kleinregionsstudie September 2003, Wallenberger & Linhard GmbH).

Die wenigsten Betriebe findet man laut Tabelle 5 (mit Ausnahme von Banken & Versicherungen) in der Sparte Industrie. Eine der Begründungen ist freilich die an sich schlechte Erschließung der Region mit Verkehrsinfrastruktur (Bahn, Straße, Flughafen). Die Industriebetriebe konzentrieren sich auf einige Gemeinden im Donauraum. Im südlichen Waldviertel sind einige Industriebetriebe, vor allem Sägewerke zu finden. Diese Situation erfordert auch unterschiedliche Schwerpunkte in der Region (N/S).

In der Sparte Verkehr / Transport sind höhere Betriebszahlen in den Gemeinden Pöchlarn, Sallingberg und Ybbs zu verzeichnen.

### Land- und Forstwirtschaftliche Betriebe

## Agrarstrukturerhebung 2010

Anzahl Betriebe				
Haupterwerb	Nebenerwerb	Gemeinschaften	Jurist. Personen	Summe
1.207	1.645	4	106	2.769

Quelle:

Agrarstrukturerhebung 2011  
Statistik Austria

Die Region ist lt. Statistik Austria (Daten 2014) mit 40% **Waldanteil** im österreichischen Vergleich dicht bewaldet. Die landwirtschaftlich genutzten Flächen betragen 37% der Gesamtfläche. Es kommt noch ein Anteil von 23 % an Ackerflächen hinzu. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit von land- und forstwirtschaftlichen Projekten zur Diversifizierung in der Region.

Die Anzahl der **landwirtschaftlichen Betriebe** mit Mehrfachantrag hat sich von 2.742 im Jahr 2000 auf 2.205 im Jahr 2006/7 reduziert. Die Begründung liegt unter anderem darin, dass einige Betriebe ihre Tätigkeit einstellen und andere immer größer werden, also Flächen dazukaufen.

Die Anzahl der **Biobetriebe** lt. Mehrfachantrag hat sich von 167 Betrieben im Jahr 2000 auf 306 erhöht (Quelle: INVECOS Datenbank 2013). Das bedeutet die Betriebe werden weniger, setzen jedoch mehr auf den Trend der gesundheitsbewussten Ernährung.

Als Beispiel für gelungene Diversifizierungsmaßnahmen kann das Leader Projekt „Gustostückerl“ genannt werden. Dieses setzt auf Qualität und Authentizität.

### 2.1.2 Land- & Forstwirtschaftliche Flächenaufteilung und deren Nutzung

#### Dauersiedlungsraum

Fläche in km <sup>2</sup>	Dauersiedlungsraum in km <sup>2</sup>	Dauersiedlungsraum in %
1.020,34	490,24	48,05

Quelle:

Dauersiedlungsraum, Abgrenzung 2011. Zahlen für 2014. Statistik Austria

#### Katasterfläche nach Benutzungsart

Gemeinde	Fläche	Baufläche	landw. Nutzung	Gärten	Wald	Gewässer	sonstige Flächen
ha	97.579	609	39.126	1.211	52.033	1.486	3.114
Km2	975,79	6,09	391,26	12,11	520,33	14,86	31,14

Quelle:

Katasterfläche nach Benutzungsart in ha,  
2009, Statistik Austria

### 2.1.3 Tourismus

#### Ankünfte & Nächtigungen

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Ankünfte	76.392	70.819	75.706	78.739	90.269	85.764	91.495	95.375	91.901
Nächtigungen	164.162	156.177	163.128	174.831	259.008	258.565	266.914	285.618	271.973

Quelle:

Statistisches Handbuch des Landes NÖ

Statistik Austria

Die Wirksamkeit der regionalen Projekte zeigt sich in diesen Zahlen deutlich. Ende 2008 wurden die beiden Gesundheitszentren Ottenschlag und Bad Traunstein eröffnet. Daraus ergeben sich auch der große Zuwachs bei den Nächtigungen und der im Verhältnis dazu geringe Zuwachs bei den Ankünften.

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

Aufgrund der umfassenden Mainstreammaßnahmen und der relativ hohen Fördermittel, die zur Verfügung standen, konnten in Leader 2007-13 dreihundertneun Projekte umgesetzt werden. Die Strategie stützte sich auf die drei Bereiche Landwirtschaft & Tourismus, Wirtschaft-Energie-Holz, Kultur & Bildung. Dabei wurden etwa 42 Millionen Euro an Projektsumme in der Region umgesetzt, bzw. durch die Leader-Aktivitäten ausgelöst. Die Fördermittel wurden nicht nur als finanzielle Zuwendung betrachtet, sondern sie lösten auch einen großen Mehrwert in der Region aus. Es entstand eine gewisse Dynamik, die den beteiligten vermittelte, etwas in der Region bewegen zu können. Dadurch konnte Leader wesentlich an regionaler Bedeutung gewinnen. Die Arbeitsweise bei der Entscheidungsfindung und die Gestaltungsmöglichkeiten für die Region waren jedoch entsprechend anzupassen. Dadurch veränderte sich die personelle Besetzung in den Gremien relativ rasch. Dies führte zu entsprechenden Herausforderungen für die Organisation. Im Laufe 2007-13 wurden daher permanent Änderungen im Sitzungssetting durchgeführt. So konnten im Laufe der Zeit viele erfolgreiche Projekte umgesetzt werden, welche auch noch nach Jahren Bedeutung für die Region haben. Grundsätzlich ist zu erwähnen, dass es einige Zeit gedauert hat, bis sich die unterschiedlichen regionalen Interessen dieser Region vereinen konnten. Im Oktober 2013 wurde ein dreitägiger Strategieevaluierungsprozess durchgeführt. Grundsätzlich wurde festgestellt, dass die Region auf dem richtigen Weg sei, aber die Themen Demographische Entwicklung, Lebenslanges Lernen sowie Daseinsvorsorge zu wenig beachtet wurden. Das Thema Diversitätsperspektive und Jugendliche wurde bisher bereits bearbeitet. Die Ergebnisse dieses Prozesses sind bereits in die Erstellung der LES 2014-20 eingeflossen.

#### Erfahrungen zu Projekten aus dem Bereich Lernen:

In dem Zeitraum 2007-13 konnten 3 Qualifizierungsinitiativen mit einem Volumen von mehr als 500.000,- umgesetzt werden. Dabei besuchten mehr als 300 Personen die angebotenen Kurse, Seminare oder Vorträge. Die Tendenz war stark steigend. Die Nachfrage nach diesen Veranstaltungen war größer als das Angebot. Es konnten 4 Projekte zur Lernenden Region umgesetzt werden. Aufgrund der großen Dimension und Auswirkungen der Projekte zum Bereich Lernen wird in dieser LES das Thema **Lebenslanges Lernen** aufgenommen, da die alle Bereiche des Lernens umfasst und eine umfassende Auswirkung auf die Region hat. Diese wurden sehr gut von der Bevölkerung angenommen. Zusätzlich wurde ein Demographie-Check durchgeführt, welcher die demographische Analyse der Region untersuchte. Dieses Arbeitspapier dient der vorliegenden LES als Grundsatzpapier für alle strategischen Planungen. Ein Projekt zur Abrundung des

Thema Lernens war die „Lebendige Region“. Mit diesem Projekt konnte man die regionalen Entscheidungsmechanismen und Steuerungsabläufe beschleunigen. Derzeit ist das Projekt noch in Umsetzung, die Akteure erwarten aufgrund der guten Wirkung bereits ein Nachfolgeprojekt. Lernen ist für uns mehr als nur Lernen. Lebenslanges Lernen ist die Fortsetzung. Darunter verstehen wir speziell die Verbindung von Lernen und regionaler Entwicklung. Dadurch können mehr Synergien in die Region gebracht werden. Aufgrund der langen Erfahrungen der bisherigen Leaderarbeit (2002-2014) können Qualifizierungsverbände mit sehr guten Resultaten ausschließlich von der LAG umgesetzt werden.

#### **Erfahrungen zu Projekten aus dem Bereich Soziales:**

Regelmäßig war der Bedarf vorhanden Sozialprojekte umzusetzen. Aufgrund der stark gemainstreamten Art und Weise und der damit verbundenen Denkweise wie Leader 2007-13 gehandhabt wurde, konnte jedoch keines vollständig fertiggestellt werden.

#### **Erfahrungen zu Projekten aus dem Bereich Wirtschaft:**

Zu diesem Bereich zählt Land- und Forstwirtschaft, Energie, Gewerbe, Handwerk und Tourismus. Dieser Bereich war der Schwerpunkt in der Periode 2007-13. Fast 60% der Mittel konnten dieser Schiene zugeordnet werden. Mehr als 60 Arbeitsplätze konnten so in der Region geschaffen werden. Als fixer Bestandteil der vergangenen Perioden gibt es auch bereits zahlreiche Ideen und Projekte für 2014-20.

#### **Erfahrungen im Bereich Frauen/Jugend/Gender:**

In der Periode 2007-13 gab es bereits einige Interessentinnen Leaderprojekte durchzuführen. Es konnten bereits einige Module im Bereiche Qualifizierung und Lebenslangem Lernen umgesetzt werden. Als Projekt für die Jugend konnte eine Mobilisierungsmaßnahme für Junge umgesetzt werden, die sehr gut besucht wurde. Die Nachfrage ist kontinuierlich stark angestiegen, daher gibt es auch momentan noch eine Gruppe junger Menschen, die ein Projekt umsetzen wollen.

#### **Erfahrungen im Bereich Energie:**

Die Klimamodellregion Waldviertler Kernland konnte mit Hilfe der Leaderregion gegründet werden. Im Laufe der Periode 2007-13 konnten die meisten Maßnahmen zum Thema Energie an diese ausgelagert werden. Vorhaben zu Sensibilisierung der Bevölkerung zur Förderung des Umweltbewusstseins sind auch in dieser LES vermerkt.

### 2.3 SWOT-Analysen der Region, die insbesondere auf folgende Themen eingeht:

Berücksichtigt wurden in diesen Analysen auch die Resultate der LES 2007-13!

#### SWOT - DIVERSITÄTSPERSPEKTIVE (Frauen und Männer)

<p><b>Stärken</b>                  Bildungsangebote für Frauen &amp; Männer vorhanden                  Reifere Menschen tlw. gut in Projekte eingebunden                  Gutes Netz an sozialen Diensten vorhanden                  Frauen vermehrt im Berufsleben                  Beschäftigungsquote von Frauen gestiegen                  Ausreichend Jobs für Frauen und Männer in Region                  Frauen werden selbstsicherer                  Bereits viel passiert durch Leader 2007-13 Einzelne Frauenprojekte wurden bereits durchgeführt                  2011 durchgeführtes Frauenprojekt zeigt große Potentiale in der Region zu diesem Thema                  Jüngere sind größtenteils sehr motiviert</p>	<p><b>Schwächen</b>                  Qualität der Bildungsangebote bescheiden                  Mangelndes Generationsverständnis                  Kaum qualitativ hochwertige Wiedereinstiegsprogramme                  Zu wenig Frauen in der Wirtschaft                  Gefährdung sozialer Einrichtung durch Abwanderung                  Vorhandene Jobs bieten kaum Aufstiegsmöglichkeiten                  Frauen vermehrt in schlecht bezahlten Jobs                  Generell zu wenig Angebote für Frauen                  Es wurden bisher zu wenige Frauenprojekte durchgeführt                  Aufgrund zu weniger qualifizierter Jobs in der Region teilweise große Abwanderung von gut ausgebildeten Frauen in die Städte</p>
<p><b>Chancen</b>                  Viele vorhandene Initiativen durch Leader 2007-13                  Ausbau sozialer Dienstleistungen                  Vernetzung von Aktivitäten                  Kinderbetreuungsprogramme, auch in den Ferien                  Spezielle qualitative Bildungsangebote für Frauen                  Möglichkeiten auch für Väter bieten, da Interesse groß                  Genderbeauftragte aus den Vorperioden arbeiten in regionalen Gremien mit</p>	<p><b>Risiken</b>                  Mangelnde Unterstützung durch Institutionen/Behörden                  Hemmnis von Möglichkeiten für beruflichen Wiedereinstieg                  Immer mehr Ältere Menschen in der Region                  Abwanderung junger Menschen                  Schwindendes Interesse für gemeinnützige Arbeit                  Vermehrt gut ausgebildete Frauen wandern aus der Region                  Demographischer Wandel-siehe Demographiecheck 2012                  Neue Lebensformen – Neue Lebensmodelle</p>

#### SWOT - JUGEND

<p><b>Stärken</b>                  Kaum Jugendarbeitslosigkeit                  Sehr viele freie Lehrstellen in Region                  Familien am Land sind noch eher intakt als in Städten                  Ausreichend Infrastruktur für Jugend vorhanden                  Viele Ausbildungsmöglichkeiten vorhanden                  Sehr interessierte junge Leute (Erfahrung Leader 07-13)                  Junge wesentlich besser ausgebildet als Ältere                  Jugend ist, auch wenn sie nicht mehr in der Region wohnt noch stark mit der Heimat verbunden                  Jugend möchte, in der Region bleiben</p>	<p><b>Schwächen</b>                  Wenig Bildungsangebote für Junge                  zu wenig Jugendbetreuung                  Interesse der Jugend an Gemeinnützigkeit abnehmend                  bloßes Hinstellen der Infrastruktur zu wenig                  zu viele standardisierte Ausbildungsmöglichkeiten                  Kaum Initiativen die Jugendliche begleiten erwachsen zu                  Jugend reagiert sehr wenig auf Tendenzen und Trends                  Jüngere wollen aus der Erfahrung von 2007-13 immer weniger Verantwortung übernehmen                  Wenig Interesse für Politik von Jugendlichen</p>
<p><b>Chancen</b>                  Junge in Leader mehr einbinden als bisher                  Bildungsangebote für Jugend schaffen                  Mehr Mitsprachemöglichkeiten geben                  Schaffung eines Projektfonds für Jugendprojekte                  Jugendliche möchten in der Region bleiben                  Den Jugendlichen Raum geben, dadurch entsteht                  Freie, unkonventionelle Denkweise der Jugend                  Reaktivierung (Erfahrung Leader 07-13)                  Reaktivierung der Jugendarbeitskreise von 2007-13 sehr einfach möglich                  Neugierde der Jungen nutzen                  Arbeitskreis Jugend aus 2007-13                  Gerade weiblich Jugendliche wollen in der Region bleiben</p>	<p><b>Risiken</b>                  Politik wird von Alten gemacht, wenig zukunftsorientiert                  Städte sind für Junge anziehender als ländliche Räume                  Werte des Menschen werden nur mehr monetär gemessen                    Perspektivlosigkeit aufgrund der wirtschaftlichen Situation                  Die Jugend zu sehr einengt                    Übersättigung an Angeboten, daraus resultiert Selbstsuche                  Im Verhältnis zur Vorperiode (2007-13) keine Veränderungen bei den Rahmenbedingungen feststellbar                  Bürokratie wird mehr (Erfahrung Leader 07-13)                  Künstlich erzwungenes Wachstum verhindert Innovation                  Weibliche Jugendliche haben andere Bedürfnisse als männliche</p>

#### SWOT - DASEINSVORSORGE

<p><b>Stärken</b>                  Tlw. gute kommunale Versorgung gegeben                  Nahversorgung oft ausreichend                  Bestimmte Soziale Dienstleistungen vorhanden                  Aktive und rege Vereinstätigkeit                  Integration funktioniert meist gut                  Viele Angebote vorhanden (Erfahrung Leader 07-13)                  Bereits 2 Pilotprojekte in Leader 2007-13</p>	<p><b>Schwächen</b>                  Teilweise sehr dünn besiedelt                  Dienstleistungen wenig übersichtlich dargestellt                  Integration lässt bestimmte Zielgruppen aus                  Viele nur halbherzige Projekte                  Kaum Vernetzung unter Akteuren                  Frauen nutzen ihre Potentiale zu wenig                  Fehlende Tagesbetreuung                  Seite Leader+ kaum koordinierende Projekte</p>
<p><b>Chancen</b>                  Durch Kooperationen gute Synergien erreichbar                  Lebenslanges Lernen als Chance                  Vernetzung bestehender Einrichtungen                  Vorhandener Bedarf nutzen                  Bewusstseinsbildung                  Mehr Leader Pilotprojekte in dieser Förderperiode                  Ausbau des durchgeführten Pilotprojektes aus 2010                  Junge Menschen sind interessiert für Projekte</p>	<p><b>Risiken</b>                  Hohe Kosten durch geringe Besiedelung                  Abwanderung erschwert Entwicklung                  Bevölkerung sehr konservativ                  Entwicklung einer 2 Gruppen Gesellschaft und die daraus entstehenden Dynamik                  Zu viele Alleinerziehende                  Veränderung der Gesellschaftsstruktur                  Gesellschaftlicher Wandel (Erfahrung seit Leader 07-13)</p>

### SWOT - LEBENSLANGES LERNEN

<p><b>Stärken</b>                  Einige gute Angebote vorhanden                  Viele Bildungsstandorte (Erfahrung Leader 07-13)                  Erwachsenenbildung vorhanden                  An Bildung Interessierte Bevölkerung                  Noch hohe Lebensqualität in der Region                  Lernende Region dank Leader 2007-13                  Interesse an Erwachsenenbildung steigt                  Zufriedenheit der Bevölkerung</p>	<p><b>Schwächen</b>                  Teilweise Qualität der Angebote fraglich                  Große Entfernungen zu Schulen, Berufsschulen, etc.                  Kein Überblick über Bildungsangebote                  Zu wenig Angebote über neue Medien                  Wenig Kooperationen in Erwachsenenbildungsbereich                  Bildungsangebote in Bevölkerung zu wenig bekannt                  Kaum Vernetzung der Bildungsanbieter                  Anteil an Personen mit höher Bildung gering</p>
<p><b>Chancen</b>                  Neue Medien                  Kooperationen im Bildungsbereich                  Ausreichend bildungsinteressierte Personen in der Lebenslanges Lernen (Erfahrung Leader 07-13)                  Offene Technologielabore                  Vernetzung der Bildungsanbieter</p>	<p><b>Risiken</b>                  Wachsender Druck für Kinder und Jugendliche                  Immer weniger Schüler                  Mitbewerber regionaler zu überregionalen Bildungsangeboten (Erfahrung Leader 07-13)                  Neue Medien-Auswirkungen schwer abschätzbar                  Entwicklung der Konjunktur</p>

### SWOT - Wertschöpfung

<p><b>Stärken</b>                  Gesundheitstourismus ist und bleibt starker Faktor                  Viele erfolgreiche Projekte aus Leader 07-13                  Wanderregion gut von Touristen besucht                  Gute Direktvermarkter                  Etablierte Wirtschaftskooperationen                  Gute handwerkliche Betriebe</p> <p>Kleine stabile Betriebsstruktur                  Betriebe sind motiviert</p>	<p><b>Schwächen</b>                  Noch zu wenige Betriebe im Gesundheitstourismus aktiv                  Zu wenige qualitative Direktvermarkter in Region                  Jugend verliert zunehmend Bezug zur Region                  Bettenangebot – Qualität und Quantität                  Kooperationen zwischen Tourismus und Gastronomie                  Kooperationen zwischen Tourismus und Landwirtschaft                  Konkurrenzdenken mit benachbarten Regionen (Wachau)                  Betriebe sind sehr auf städtischen Raum konzentriert</p>
<p><b>Chancen</b>                  Kooperationen quer über alle Wirtschaftsbereiche                  Ausbau Direktvermarkter und Thema „Geschmack“                  Ausbau Wertschöpfungskette                  Vermehrte Einbindung von Frauen                  Landesausstellung 2017</p>	<p><b>Risiken</b>                  Demographischer Wandel (Erfahrung Leader 07-13)                  Infrastruktur                  Kaufkraftabfluss                  Sinkendes frei verfügbares pro Kopf Einkommen                  Starkes Konkurrenzdenken, anstatt Kooperationen</p>

## SWOT – Natürliche Ressourcen und kulturelles Erbe

<p><b>Stärken</b></p> <p>Noch sehr gute Handwerksbetriebe  Natur noch intakt und „urtümlich“ - naturbelassen  Viele kulturelle Angebote und Initiativen  Qualität der in der Region erzeugten Produkte sehr gut  Viele motivierte Menschen (Erfahrung Leader 07-13)  Viele Naturschutzgebiete (Natura 2000)  Image der Region als „Gesundes Image“  Messbarer Zuzug aufgrund unseres positiven Images  Regionsbewusstsein konnte durch bisherige Leaderaktivitäten gestärkt werden</p>	<p><b>Schwächen</b></p> <p>Zu wenig Handwerksbetriebe  Bevölkerung weiß zu wenig über regionale Vorzüge  Menschen zu wenig Stolz auf ihre Region  Kulturelle Angebote teilweise sehr niedrigschwellig  Frauen zu wenig in Aktivitäten eingebunden  Sehr viele kulturelle Angebote, jedoch tlw. sehr fragwürdig  Naturschutz wird als Gefahr, nicht als Chance gesehen  Intakte Natur wird oft von Bevölkerung nicht geschätzt  Zu wenige unkoordinierte Aktivitäten  Bevölkerung zu wenig stolz auf Vorhandenes</p>
<p><b>Chancen</b></p> <p>Zweitwohnsitzinhaber über Kultur ansprechen  Region als intakte Region vermarkten  Erhalt der Kulturlandschaft als Leitthema  Job- Sharing Modelle ausarbeiten (Frau/Mutter+ Beruf)  Eingehen auf unterschiedliche Bedürfnisse der Jugend  Vernetzung von Betrieben / Angeboten  Kooperationen aufbauen durch Leaderprojekte  Zugang zu Kultur als Grundrecht vermitteln  Aufbau von Qualitätsrichtlinien für regionale Produkte  Region ist interessantes Gebiet für Menschen die in gesunder Region leben möchten</p>	<p><b>Risiken</b></p> <p>Änderung rechtlicher Grundlagen  Sparpolitik (Erfahrung Leader 07-13)  Zuviel Holz wird verbrannt oder zu Pellets verarbeitet  Verschlechterung der wirtschaftlichen Situation  Stillstand in der Entwicklung (Erfahrung Leader 07-13)  Jugend verliert Bezug zu Region (Erfahrung Leader 07-13)  Umfassende Veränderungen in der Landwirtschaft</p> <p>Zerstörung der Natur durch Verbauung  Globale Veränderungen und Entwicklungen  Ökonomische Entwicklungen sind derzeit nicht abschätzbar</p>

## SWOT – Gemeinwohl – Strukturen und deren Funktionen

<p><b>Stärken</b></p> <p>Nahversorgung vor Ort oft gegeben  Ausreichende medizinische Versorgung vorhanden  Viele Direktvermarkter (DVM), regionale Produkte  Lernende Region – einige Initiativen  Noch viele soziale Dienste vorhanden  Bemühungen um Integration vorhanden  Einige qualitative Bildungsanbieter vorhanden  Aufgeschlossene Migranten (Erfahrung Leader 07-13)  Hoher Lebensstandard  Potentiale für Projekte sind vorhanden  Frauen und Männer gleichermaßen interessiert</p>	<p><b>Schwächen</b></p> <p>Nahversorgung tlw. zu dezentral  Kaum öffentlicher Verkehr vorhanden  Kaum Heimarbeitsplätze vorhanden  Kaum Co- Working Spaces (Gemeinschafts- Büros/Räume)  Hochrangige Bildungseinrichtung weit weg  Zu wenige Lehrlinge, Betriebe suchen Facharbeiter  Lernende Region gut entwickelt (Erfahrung Leader 07-13)  Öffnungszeiten DVM nur sporadisch und nach Belieben  Abwanderung junger Menschen in Ballungsräume  Stark veraltete Denkweise  Es werden kaum neue Ideen umgesetzt</p>
<p><b>Chancen</b></p> <p>Nahversorgung mit sozialer Versorgung kombinieren  Bürgerbeteiligungsmodelle  Vernetzungen der Nahversorger, Ab Hof Verkauf  Neue Bildungsmethoden mit Leader aufbauen  Vermittlung Regionswissen in der Schule  Anwenden neuer Medien in Lehrmethodik  Projekte gegen den demographischen Wandel  Projekte mit denen Integration gefördert wird  Zweitwohnsitzinhaber einbinden und motivieren  Entwicklung von zukünftigen Leaderprojekten  Teile der Bevölkerung sind bereit für neue Ideen  Arbeitskreis für dieses Thema will etwas bewegen  Projekte bieten Jobmöglichkeiten für Frauen</p>	<p><b>Risiken</b></p> <p>Globalisierung, Distanzen spielen immer weniger Rolle  Die Menschlichkeit geht verloren  Überalterung der Bevölkerung  Zu wenig Qualifizierte Mitarbeiter, zu viele Hilfskräfte  Demographischer Wandel  Verlust Regionsgeschichte, Verlust Regionsbezug  Klimawandel  Finanzielle Lage der Gemeinden  Abnahme Interesse an Gemeinnützigen Aktivitäten  Ausruhen auf den Lorbeeren, birgt Gefahr zurückzufallen  In Diskussionen kaum Beachtung globaler Trends  Ökonomische Veränderungen derzeit nicht abschätzbar</p>

## 2.4 Darstellung der lokalen Entwicklungsbedarfe

Die SWOT Analyse, konnte aus den Ergebnissen der Strategieworkshops (Termine und Details siehe Erstellung LES, Kapitel 8.) abgeleitet werden. Die Ableitung erfolgte in einem eigenen Workshop mit dem Regionalmanagement Mostvierte und Waldviertel, den beiden Tourismusdestinationen Waldviertel und Donau, sowie mit einigen Vorstandsmitgliedern. Eigeflossen in diese SWOT sind auch die Resultate der Förderperiode 2007-13, sowie die Ergebnisse der demographischen Analyse der Region (Demographiecheck). Dadurch konnten folgende Entwicklungsbedarfe abgeleitet werden:

**Wirtschaft/KMU/EPU und Kultur. Schaffung von Arbeitsplätzen.** Die Region ist zwar kleinstrukturiert, hat aber gute Betriebe. Eine direkte Unterstützung von Investitionsvorhaben der Betriebe soll jedoch nicht erfolgen. Die Bedarfe in diesem Bereich sind speziell Kooperationen der Betriebe untereinander.

Das **Traditionelle Handwerk** wird in der Region immer weniger, hat aber eine große Tradition. Kooperationen sollen auch hier eine weitere Verringerung der Betriebe erwirken und neue Perspektiven bieten. Dieses Thema findet sich aufgrund der langen Tradition eher beim kulturellen Erbe wieder als bei der Wirtschaft.

**Tourismus.** Ein Drittel aller Gästenächtigungen des Waldviertels entfallen auf die Leaderregion. Speziell der Gesundheits- und Seminartourismus spielt eine große Rolle in der Region. Hier konnten durch die Zusammenarbeit der Gemeinden, Unternehmen und Institutionen ausgezeichnete Erfolge erreicht werden. In Zukunft werden über Leader weniger Projekte entwickelt. Die bestehenden Angebote sollen verbessert und attraktiver vermarktet werden, bestehende Institutionen sollen kooperieren. Die 2017 in der Region stattfindende Landesausstellung soll als Impuls für die weitere Entwicklung der gesamten genutzt werden.

**Land- und Forstwirtschaft.** Hier spielen vor allem Direktvermarkter und Kooperationen (Landwirt als Nahversorger) eine große Rolle. Dadurch kann die regionale Wettbewerbsfähigkeit erhalten und gesteigert werden. Gezielte Investitionen in diesen Bereich können mit wenigen Mitteln die höchsten Erfolge erreichen. Die sozialen Dienstleistungen und Innovationen an den Höfen sollen ausgebaut werden.

**Handwerk.** Altes, regionales Handwerk ist sehr eng mit der Geschichte der Region verbunden. Das Handwerkssterben schreitet laufend voran. Nur mehr wenige Menschen beherrschen die Techniken der Jahrhunderte überdauernden Kunst. Die Erhaltung, bzw. Schaffung von Kooperationen zu diesem Thema ist eine Kernkompetenz der Leaderregion. Zahlreiche Betriebe bzw. Kooperationen haben in der Vergangenheit gute Ergebnisse erzielt. Es ist jedoch noch großes Potential für neue Projekte mit guter regionaler Wirkung vorhanden. In diesem Bereich bietet sich auch eine Vernetzung mit dem Bereich Kultur an.

**Kultur.** In der Region gibt es zahlreiche Initiativen die Kultur anbieten und erzeugen. Kultur kann als Quelle der Innovation gesehen werden, jedenfalls ist sie immer ein Indikator für eine intakte Gesellschaft. Durch Kooperationen der Initiativen/Betriebe untereinander können große Synergien erreicht werden.

**Natur- und Ökosysteme.** Die Förderung des Umweltbewusstseins in der Region ist ein wesentlicher Bedarf. Sensibilisierung zum Natur- und Landschaftsschutz. Laut SWOT Analyse spielt der Erhalt der Landschaft eine sehr große Rolle.

**Nahversorgung.** Verbunden mit dem demographischen Wandel muss auch das Thema Nahversorgung beachtet werden. Immer wieder wurden die Vorschläge und Projektideen in Workshops oder Veranstaltungen eingebracht, zum Beispiel der Landwirt als Nahversorger.

Gesicherte Nahversorgung ist gerade im Hinblick auf die Veränderte demographische Entwicklung notwendig. Die Nahversorgung ist in den meisten Gemeinden gegeben. Dort wo dies jedoch nicht der Fall ist, müssen Initiativen entwickelt werden.

**Soziales.** Die sich umkehrende Alterspyramide und der Zuzug von Migranten wirken sich auch in diesem Bereich auf die Region aus. Kinder, Senioren und Integration aller Menschen spielen auch im ländlichen Raum eine immer größer werdende Bevölkerungsgruppe. Bisher von den Aktivitäten nahezu ausgenommen, wurde im Zuge der Strategieworkshops die Notwendigkeit von derartigen Angeboten und Projekten erkannt. Speziell im Süden der Region sind soziale Projekte sehr aktuell und werden dringend benötigt. Diverse Projektskizzen sprechen von guten Möglichkeiten positive Zeichen setzen zu können. Die Koordination und Verbesserung, bzw. Transparenz bereits bestehender Angebote können leicht umgesetzt werden.

**Lebenslanges Lernen - Qualifizierung.** Unsere Gesellschaft ist am Weg zur Wissensgesellschaft. Bildung ist das Wichtigste, um in Zukunft einen guten Arbeitsplatz zu bekommen. Mit maßgeschneiderten, regionalen Angeboten soll diese Entwicklung ermöglicht werden. Fehlende Arbeitsplätze für Akademiker auf der einen Seite und zu wenig qualifizierten Arbeitskräften auf der anderen Seite stellen die Region und die Betriebe in den nächsten Jahren vor große Herausforderungen. Dem kann nur entgegengesteuert werden, indem bestehende Angebote verbessert und gebündelt, bzw. neue, hochqualitative entwickelt werden. Darüber hinaus soll das Lernen mit regionaler Entwicklung verbunden werden, wodurch wesentlich größere Synergien entstehen und größere Nachhaltigkeit der Projekte gegeben ist.

Bildungsanbieter sind in der Region vorhanden, kooperieren aber derzeit noch eher wenig miteinander. Dadurch gehen viele gute Angebote verloren, da die erforderliche Mindestteilnehmerzahl nicht erreicht wird. Der Bereich Qualifizierung/Weiterbildung erstreckt sich über alle 3 Aktionsfelder.

**Demographischer Wandel.** Er ist ein globaler Trend. Auch in unserer Region werden immer weniger Jüngere auf immer mehr Ältere treffen. Speziell für ländliche Regionen wird dies zur besonderen Herausforderung. Laut Universität Wien (Demographie Check über die Leaderregion Südliches Waldviertel-Nibelungengau 2013) gibt es für unsere Region gute Möglichkeiten und Methoden diese Tendenzen zu nutzen. Mit ausgewählten Projekten wollen wir über das Leaderprogramm unsere Ressourcen nutzen und dem globalen Trend entgegensteuern. Dadurch können auch neue Jobs und Einkommensmöglichkeiten für Jugendliche und Frauen geschaffen werden.

**Frauen und Jugend.** Steigende Beschäftigungsquoten der Frauen, aber noch zu wenig qualifizierte Jobs zeigen das große Potential dieses Themas. Das zunehmende Interesse der Jugend zeigt sich vor allem in den Workshops zu Erarbeitung dieser LES deutlich, es wurden auch bereits einige Projektideen bei den Workshops eingebracht.

**Lebendige Region (Projektlabore, Migration).** bereits schrumpfende Wirtschaft und die derzeitige

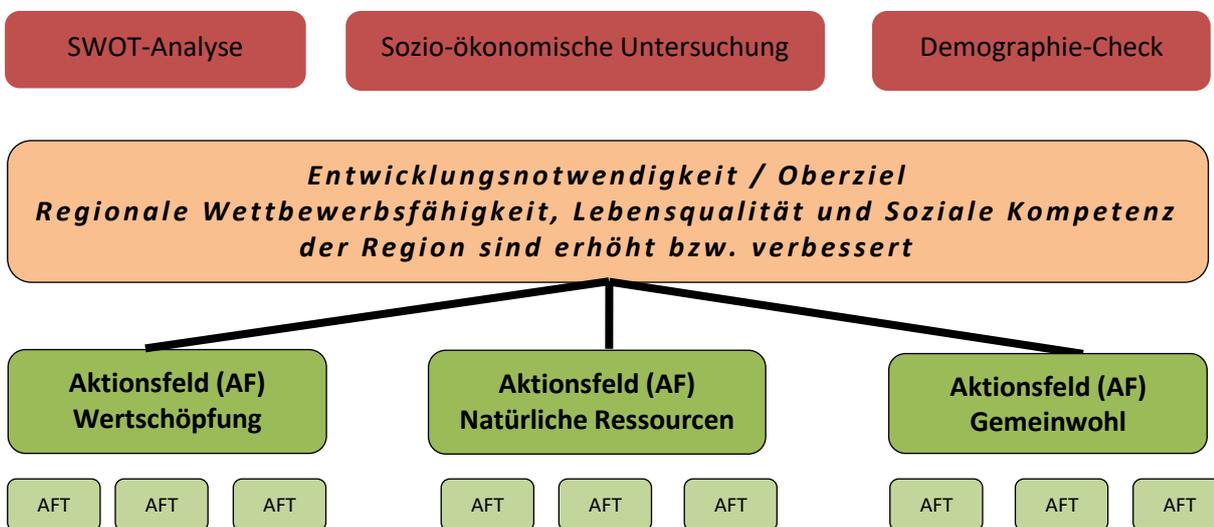
ökonomische Situation macht neues Denken notwendig. Dies kann nur durch Innovation passieren. Es muss jedoch auch Platz für Innovation geben. Dieser Platz soll durch sogenannte Projektlabore entstehen. Zahlreiche positive Beispiele in Österreich zeigen den Beweis, dass derartiges funktionieren kann und ausgezeichnete Erfolge hat. Die Region hat alle erforderlichen Rahmenbedingungen dafür. Projekte zur lebendigen Region machen die regionalen Prozesse schneller und effektiver.

### 3 Lokale Entwicklungsstrategie

Basierend auf den Ergebnissen der sozioökonomischen Erhebung, jenen der SWOT Analysen und der bereits Ende 2013 durchgeführten demographischen Analyse (Demographie Check) wurde die regionale Entwicklungsnotwendigkeit abgeleitet. Jedem dieser Entwicklungsachsen wird ein Aktionsfeld zugeordnet, welches Strategien zu Initiierung regionaler Entwicklungsprozesse enthält. Jedem aus den Entwicklungsfeldern abgeleiteten Aktionsfeldthema wird wiederum eines der drei übergeordneten Aktionsfelder zugeordnet:

- Aktionsfeld 1: Wertschöpfung
- Aktionsfeld 2: Natürlichen Ressourcen und des kulturellen Erbes
- Aktionsfeld 3: Gemeinwohl Strukturen und Funktionen

Beschreibung, Aufbau und Grundlagen dieser LES in den drei Aktionsfeldern:



...AFT = Aktionsfeld- Thema (in Summe 9 AFT) – Diese finden im jeweiligen Aktionsfeld ihre Beschreibung  
 ...AF Aktionsfeld (in Summe 3 AF)

Anhand des Umfangs der geplanten Aktivitäten je Aktionsfeld ergibt sich die Schwerpunktsetzung und strategische Ausrichtung der Region Südliches Waldviertel-Nibelungengau für die Leader Periode 2014-20. Das Hauptziel der Strategie ist es, die Lebensqualität der Menschen und die wirtschaftlichen Bedingungen in der Region zu verbessern. Diese Ziele können nur durch die Steigerung der Wertschöpfung, einer Weiterentwicklung der natürlichen Ressourcen, der Entwicklung des kulturellen Erbes und der Entwicklung des kulturellen Erbes und der Stärkung der für das Gemeinwohl wichtigen Ressourcen erreicht werden.

Zu jedem Aktionsfeld wird die Ausgangssituation, basierend auf der SWOT Analyse (siehe Kapitel 2) beschrieben. Anschließend wird je Thema ausgewiesen, welche Vernetzungsaktivitäten angestrebt werden. Der Mehrwert, der durch die Umsetzung dieser Strategie entstehen kann sowie die Impulse die dadurch entstehen können, werden ebenfalls beschrieben. Die Leitprojekte je Aktionsfeld sollen die strategischen Ansätze dieser LES greifbar machen und aufzeigen, wie und in welcher Weise die angestrebten Ziele realisiert werden können. Diese Leitprojekte entstammen einer großen Anzahl an Projektideen, welche bei den Workshops entstanden sind.

### 3.1 Aktionsfeld 1: Wertschöpfung

In den Regionsworkshops der ersten Phase wurden mit den Stakeholdern der Region (wichtige Projektanten, Gemeindevertreter, Amtsleiter, Interessensvertreter, Mitglieder der LAG, sonstige Frauen und Männer) nach Sammlung der erarbeiteten Themen und Ideen die drei Aktionsfelder definiert. Für das Aktionsfeld Wertschöpfung wurden die Ergebnisse der Workshops und somit Unterthemen Wirtschaft, Gewerbe, Tourismus, KMU und EPU, Tourismus und landwirtschaftliche Direktvermarktung gebündelt.

Zu diesen Themen wurden auch jeweils eigene SWOT Analysen durchgeführt, welche für diese LES jedoch gebündelt wurden. In der zweiten Phase der Workshops wurde mit einer Art Stimmungsbarometer nach Projektideen gefragt, um so die Investitionsbedarfe bis 2023 abschätzen zu können.

Zur Steigerung der Sensibilisierung von Frauen und Männern, sowie benachteiligter Personen (Alleinerziehende, Menschen mit besonderen Bedürfnissen, Ältere ab 55+, Jugend) tritt der Arbeitskreis dieses Aktionsfelds aktiv nach außen, um diese Themen bekannt zu machen und gibt, zusammen mit dem LAG Management, Beratung und Hilfestellung bei der Ideenfindung und bei deren Umsetzung. Dazu wurde ein eigenes Budget zur Verfügung gestellt.

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

Um das definierte Ziel zu erreichen, teilt sich das Aktionsfeld (Ländliche) Wertschöpfung nach den Ergebnissen der Workshops in drei Aktionsfeldthemen. Zu diesen Themen wurde eine eigene SWOT Analyse durchgeführt, die gebündelt und zu einer zusammengefasst wurde. Die drei Aktionsfeldthemen sind:

- Regionale Wirtschaft stärken (Wirtschaft, Gewerbe, Handwerk, KMU, EPU)
- (Ländlicher) Tourismus
- Landwirtschaftliche Direktvermarktung

#### A. Regionale Wirtschaft stärken (Wirtschaft, Gewerbe, Handwerk, KMU, EPU)

##### Ausgangslage

In der Region sind hauptsächlich kleine Betriebe zu finden. Die Beschäftigungsquote ist jedoch sehr hoch. Die meisten Personen arbeiten mittlerweile im tertiären Bereich, der Primäre wird laufend weniger. Der sekundäre Bereich stagniert, bzw. ist leicht rückläufig. Es zeigt sich eine starke Zunahme von Klein und Kleinstunternehmen. Das Lohnniveau ist im Vergleich zu anderen österreichischen Regionen niedrig angesetzt. Das Niveau befindet sich im unteren Drittel beim Medianeinkommen der Bevölkerung (lt. Statistik Austria 2012, Demographie Check der Region aus 2012). Das bedeutet, die Menschen sind eher geneigt zu pendeln, um ein höheres Einkommen zu erhalten. Wodurch auch bei den Maßnahmen in dieser LES besondere Rücksicht zu nehmen ist.

Der Abwanderung von Facharbeitskräften aus der Region kann nur durch die Schaffung von interessanten und besser bezahlten Beschäftigungsmöglichkeiten und dem Ausbau von Bildungsangeboten entgegengewirkt werden.

Die regionalen Wirtschaftsplattformen (z.B. Waldviertler Kernland, Tor zum Waldviertel und Ybbser Wirtschaft) funktionieren sehr gut. Es können aber noch mehr Synergien entwickeln werden. Dadurch werden auch Investitionen ausgelöst und Arbeitsplätze geschaffen. Nachfolgende Statistik zeigt die Aufstellung der Betriebsgrößen nach Gemeinden. Hieraus geht hervor, dass in der Region ein starker Fokus auf KMU und EPU liegt.

Nachfolgende Tabelle zeigt die vorhandenen Betriebsgrößen nach Mitarbeiter und Gemeinden:

Gemeinde	keine	1 bis 4	5 bis 19	20 bis 99	100 bis 199	200 und mehr
Albrechtsberg	6	19	6	2	0	0
Artstetten-Pöbring	10	17	6	0	0	0
Bärnkopf	6	13	2	0	0	0
Bad Traunstein	12	17	8	0	0	0
Dorfstetten	11	13	2	0	0	0
Erlauf	8	16	9	0	0	0
Golling an der Erlauf	15	15	6	1	1	0
Großgöttfritz	7	14	8	4	0	0
Gutenbrunn	8	14	4	0	0	0
Grafenschlag	11	16	8	2	0	0
Hofamt Priel	20	18	6	2	0	0
Kirchschlag	12	12	2	0	0	0
Kottes-Purk	14	28	15	3	0	0
Klein-Pöchlarn	9	31	11	1	0	0
Krummnußbaum	10	22	6	2	1	0
Leiben	12	29	3	3	0	0
Marbach an der Donau	33	42	20	2	0	0
Maria Taferl	17	22	6	1	0	0
Münichreith-Laimbach	13	27	8	2	0	0
Martinsberg	11	18	14	2	0	0
Nöchling	8	17	8	0	0	0
Ottenschlag	18	34	25	7	0	0
Persenbeug-Gottsdorf	21	37	28	9	1	0
Pöchlarn	54	79	57	21	3	1
Pöggstall	25	58	26	7	0	0
Raxendorf	7	14	3	0	0	0
Sallingberg	16	30	17	1	0	0
Schönbach	8	19	8	4	0	0
Sankt Oswald	13	11	8	0	0	0
Waldhausen	17	25	7	1	0	1
Weinzierl am Walde	91	64	8	0	0	0
Weiten	10	23	12	2	0	0
Ybbs an der Donau	72	129	68	22	3	2
Yspertal	18	39	24	3	0	0
	623	982	449	104	9	4

Quelle: Statistik Austria 2012

## Ziel

Die Zielhierarchie ist von oben nach unten dargestellt. Durch eine Förderung von (multisektoralen) Betriebskooperationen sollen die Portfolios der regionalen Betriebe gestärkt werden, Synergien ermöglicht und deren Innovationsfähigkeit erhöht werden.

Durch **neue betriebliche und branchenübergreifenden Kooperationen** und Innovationen kann die eher kleinere Betriebsstruktur mit dem zur Verfügung gestellten und geplanten Budget maximal unterstützt werden. Diese Wirtschaftskooperationen sollen ausgebaut und miteinander vernetzt werden. Es müssen Projekte entwickelt werden, durch die eine größere Kundenbindung erreicht werden kann. Durch eigene Projekte sollen Modelle entwickelt werden, wie **Innovationen** in Betrieben entstehen und realisiert werden können. Es sollen Kooperationen ermöglicht werden, die auch eine multisektorale Zusammenarbeit der Betriebe fördern. Zur Entwicklung dieses Aktionsfelds sollen eigens definierte **Qualifizierungsprogramme** (LLL) entwickelt werden.

## B. Regionales Tourismus und Freizeitangebot aufwerten

### Ausgangslage

Die einmalige Natur- und Kulturlandschaft übt einen besonderen Reiz auf die Menschen aus. Die vielfältigen und hoch qualitativen Angebote locken jedes Jahr unzählige Besucher als Tagestouristen in die Region. Der Nächtigungsbereich spielt eine immer größer werdende Rolle. Der Tourismus hat in der Region eine besondere Bedeutung für die Beschäftigung. So konnte die zunehmende touristische Entwicklung und Ausrichtung der Region seit der Eröffnung der beiden Gesundheitszentren in Bad Traunstein und Ottenschlag spürbar wahrgenommen werden. Zahlreiche Betriebe, die mit den bestehenden Angeboten kooperieren, sind entstanden. In den beiden vorangegangenen Förderperioden Leaderplus und Leader 2007-13 konnten hier durch zahlreiche Projekte gute Erfolge erzielt werden. Es gibt einige Gemeinden, in denen der Tourismus eine große Rolle spielt, in anderen weniger.

Gemeinde	NÄCHTIGUNGEN			ANKÜNFTE		
	2004	2008	2013	2004	2008	2013
Albrechtsberg	2 122	730	2 795	465	201	494
Artstetten-Pöbring	4 974	3 832	5 307	2 262	1 833	2 750
Bärnkopf	11 535	8 973	5 305	2 751	2 092	1 704
Bad Traunstein	8 631	19 319	63 177	2 812	5 201	9 127
Dorfstetten	877	n.a.	n.a.	283	n.a.	n.a.
Erlauf	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Golling an der Erlauf	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Großgöttfritz	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Gutenbrunn	2 199	2 673	1 988	875	1 147	987
Grafenschlag	1 136	n.a.	n.a.	122	n.a.	n.a.
Hofamt Priel	48	2 341	2 666	31	1 265	1 301
Kirchschlag	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Kottes-Purk	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Klein-Pöchlarn	3 078	2 344	3 917	1 649	1 220	2 470
Krummnußbaum	1 169	658	621	633	364	
Leiben	2 816	3 177	1 522	2 283	1 681	1 315
Marbach an der Donau	11 639	12 693	14 398	7 204	7 331	7 718
Maria Taferl	33 894	32 641	28 575	17 418	19 833	19 109
Münichreith-Laimbach	4 532	3 965	3 884	1 056	1 007	1 847
Martinsberg	1 976	n.a.	n.a.	789	n.a.	n.a.
Nöchling	5 638	3 591	n.a.	1 026	874	n.a.
Ottenschlag	1 895	9 767	68 728	435	3 100	7 586
Persenbeug-Gottsdorf	8 833	7 259	6 025	6 907	5 679	4 700
Pöchlarn	11 648	12 240	24 015	5 322	6 002	14 623
Pöggstall	2 898	2 821	2 199	724	834	603
Raxendorf	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Sallingberg	3 955	4 871	4 052	706	957	990
Schönbach	3 010	5 941	2 875	730	1 119	742
Sankt Oswald	5 358	4 265	2 736	2 057	2 250	1 746
Waldhausen	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Weinzierl am Walde	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Weiten	3 218	453	5 363	943	158	926
Ybbs an der Donau	13 017	10 701	7 106	10 500	8 491	5 675
Yspertal	25 377	19 576	15 340	7 446	6 100	5 488
	<b>175 473</b>	<b>174 831</b>	<b>272 594</b>	<b>77 429</b>	<b>78 739</b>	<b>91 901</b>

Quelle: NÖ Landesregierung, Abt. RU2. N.a. bedeutet nicht angegeben oder nicht messbar, da sehr gering

Die Gemeinden Ottenschlag und Bad Traunstein mit den Gesundheitszentren, sowie die Städte Ybbs/Donau und Pöchlarn mit ihren Industriebetrieben und den daraus resultierenden Firmennächtigungen, als auch der Wallfahrtsort Maria Taferl sind aus dieser Aufstellung besonders hervorzuheben. Das Wandergebiet rund um Yspertal zeigt sich auch deutlich in den Nächtigungen, bzw. Ankünften.

Die wenigste Bedeutung hat der Tourismus in den Gemeinden Erlauf, Golling und Waldhausen.

Generell bestätigt sich in der Region der Trend zum Tagestourismus, welcher auch sehr stark zugenommen hat. Alleine anhand der von Leader geförderten Projekte hat eine Vervielfachung der Tagesbesucher stattgefunden.

Die aktuellen Zahlen der Ankünfte sind noch wesentlich höher als angegeben, da einige Betriebe diese Zahlen aus unterschiedlichen Gründen bei den Gemeinden nicht gemeldet haben.

## Ziel

Die Zielhierarchie ist von oben nach unten dargestellt.

Ziel ist durch innovative Methoden eine bessere Kooperation der Betriebe untereinander zu erreichen. Das aufwändigste und teuerste für jeden Betrieb ist es den Kunden in die Region zu bringen. Durch Kooperationen können Synergien im Ausflugspaket entstehen und die Touristen länger in der Region verweilen lassen.

Die Inwertsetzung der Natur- und Kulturlandschaft ist ein weiteres Ziel. Einer der Schwerpunkte liegt in dem Ausbau des Tagestourismus für Menschen aus dem Ballungsräumen Linz und Wien, die eine Abwechslung zum Alltag in erreichbarer Nähe (40-70 Minuten Fahrzeit) suchen. Dies kann ebenfalls durch **Kooperationen** erreicht werden. Der Tourist sucht das Authentische. Dies betrifft nicht nur die Landschaft, sondern vor allem auch die Kulinarik. Darum ist es ein Ziel die **Genussangebote der Region** auf – und auszubauen und gemeinsam zu vermarkten.

Speziell durch die NÖ Landesausstellung 2017, welche in der Region stattfindet, können viele **Synergien genutzt** werden. Es ist wichtig, eine Anlaufstelle für die Vermittlung des regionalen Wissens zu schaffen. Ein Ziel ist die Förderung der touristischen Angebote im Winter, um eine gleichmäßigere Auslastung der Betriebe zu erreichen. Durch Kooperationen, bessere Vermarktung und Steigerung der Qualität der Angebote (Märkte, kulturelle Angebote, Ausstellungen, Gastronomie, Ausflugsziele) kann dies erreicht werden.

Zur besseren Entwicklung des Aktionsfeldthema Tourismus sollen spezielle innovative **Qualifizierungsprogramme** (z.B. Qualitätspartnerprogramme, LLL) geschaffen werden. Um größtmögliche Synergien in diesem Aktionsfeldthema zu erreichen, werden große touristische Ereignisse (Bsp. Landesausstellung 2017, 700 Jahre Ybbs) in Projekte integriert.

## C. Stärkung der Landwirtschaft - landwirtschaftliche Direktvermarktung

### Ausgangslage

Eng einhergehend mit der touristischen Entwicklung und der SWOT Analyse haben vermehrt landwirtschaftliche Betriebe begonnen, die Direktvermarktung aufzubauen, bzw. jene die es bereits begonnen haben, sich besser zu vermarkten. Zaghafte Versuche die regionalen Tourismusbetriebe mit deren Produkten zu versorgen wurden bereits durch Leader in der Vergangenheit eingeleitet. So konnten auch hier in den beiden vorangegangenen Förderperioden Leaderplus (2002-06) und Leader 2007-13 zahlreiche innovative Direktvermarkter- Projekte und Kooperationen umgesetzt werden.

Speziell in der Angebotsentwicklung und der Kooperation der Betriebe sind noch große Potentiale vorhanden. Nach wie vor spielt die Landwirtschaft eine bedeutende Rolle in der Region. Insgesamt gibt es derzeit in der Region noch 2.632 Betriebe (Haupt- und Nebenerwerb). Die Chancen liegen generell in den Bereichen Direktvermarktung, dem Ausbau der Wertschöpfungskette, den Kooperationen Landwirtschaft – Wirtschaft (Bsp. Gastronomie) und in der Diversifizierung (z.B. Erneuerbare Energien und Green Care).

1.107 landwirtschaftlichen Betrieben im Haupterwerb stehen 1.525 Betriebe im Nebenerwerb gegenüber, deren Struktur eher klein ist. Darüber hinaus besteht der Trend Produkte vom Bauern direkt zu beziehen. Dem Ausbau der landwirtschaftlichen Direktvermarktung kommt dadurch große Bedeutung zu.

### Ziel

Die Zielhierarchie ist von oben nach unten dargestellt.

Ziel ist es, das Leistungsfeld der landwirtschaftlichen Betriebe auszubauen sowie die Zusammenarbeit der Betriebe zu stärken. Der Ausbau der Struktur und die Anzahl der **Direktvermarkter** (Einzelbetriebe und Kooperationen) in der Region wird entlang der Dienstleistungskette angestrebt.

Gerade in sehr ländlichen, abgelegenen Gemeinden hat der Direktvermarkter die Chance sein Angebot mit innovativen Ideen und Kombinationen auszuweiten sich als Nahversorger zu etablieren. Um die Wertschöpfung der landwirtschaftlichen Erzeugnisse nachzuweisen, wird die Zahl der **qualitativen Produkte** erhöht.

Die Herkunftsbezeichnung „Waldviertel“ verschafft einen großen, nicht zu unterschätzenden Wettbewerbsvorteil, den es zu fördern gilt.

Betriebe sollen sich auch mit der Verbreiterung der Angebote bzw. der Aufnahme von **neuen Dienstleistungsangeboten** (neue Einkommensperspektive „Soziale Angebote am Bauernhof“-Green Care, Altenbetreuung, etc.) beschäftigen.

Zur Entwicklung dieses Aktionsfelds sollen eigens definierte **Qualifizierungsprogramme** (LLL) entwickelt werden.

Die Vernetzung der Betriebe untereinander und die Motivation zur Teilnahme an Direktvermarkter-Plattformen werden gefördert.

### 3.1.2 Grundstrategie bzw. strategische Stoßrichtung in den Aktionsfeldthemen

#### **Die Grundstrategie des Aktionsfelds ist eine Steigerung der Ländlichen Wertschöpfung!**

Zur Steigerung der Wertschöpfung in der Region sollen, die natürlich gegebenen und somit bereits vorhandenen Rahmenbedingungen bestmöglich genutzt werden. Dabei spielen die Entfernung zu den Ballungsräumen, die Infrastruktur, die relative hohe Pendlerquote, die geringe Arbeitslosigkeit und hohe Beschäftigungsquote sowie globale Trends eine besondere Rolle. Durch Kooperationen können durch Synergien entstehen, die nur sehr schwer vorhersehbar sind. Die Erfahrung aus den beiden vorangegangenen Leader- Perioden hat gezeigt, dass durch Synergien wesentlich mehr Nutzen entstehen kann als durch die Zuteilung hoher Fördermittel. Durch das Nutzen von Nischen können Projekte umgesetzt werden, welche die Wertschöpfung in der Region erhöhen und neue Beschäftigungsmöglichkeiten schaffen bzw. die vorhandenen Arbeitsplätze sichern.

Die Grundstrategie dieses Aktionsfelds bedeutet für die drei Aktionsfeldthemen daher:

#### **Wirtschaft, Gewerbe, Handwerk, KMU, EPU**

Strategische Stoßrichtung: Förderung von Innovationen in den Unternehmen.

Innovationen sollen in den Betrieben zugelassen und ermöglicht werden. Es gibt in der Region viele Möglichkeiten und Ressourcen dafür. Die vorhandenen Ressourcen sollen genutzt und ausgebaut werden. Dies wird erreicht unter anderem durch den Ausbau von Unternehmensnetzwerken (Wirtschaftsplattformen) und Bildungsmaßnahmen (auch spezielle Angebote für Frauen) erreicht.

#### **Tourismus**

Strategische Stoßrichtung: Steigerung der Anzahl Touristen in der Region.

Dies wird erreicht durch das Andocken an regionalen und überregionalen touristischen Highlights der nächsten Jahre, wie zum Beispiel der NÖ Landesausstellung 2017 oder der 700 Jahr Feier der Stadt Ybbs. Kooperationen der Tourismusbetriebe führen dazu, den Tagestourismus zu beleben und auch für neue Kundengruppen attraktiver zu gestalten. Dafür sind auch höhere Qualitätsstandards für Betriebe erforderlich. Zur Ausweitung der Angebote sollen auch der Wandertourismus, Genuss- und Radtourismus ausgebaut werden. Dies führt zu einer höheren Nächtigungszahl in der Region und zu einer Verlängerung der Verweildauer der Touristen.

#### **Landwirtschaftliche Direktvermarktung**

Strategische Stoßrichtung: Förderung von Diversifizierung in der Landwirtschaft.

Dies wird erreicht durch die Umsetzung von innovativen Ideen bei den landwirtschaftlichen Betrieben. Eine Steigerung der Qualität der Produkte soll hervorgehoben werden. Die Förderung der landwirtschaftlichen Kooperationen motiviert und führt zu einer Steigerung der Anzahl der Direktvermarkter mit innovativen Produkten. Neue Dienstleistungen am Bauernhof zu entwickeln führt zu neuen Einkommensperspektiven in diesem Bereich.

### 3.1.3 Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023)

- Es gibt neue betriebliche branchenübergreifende Kooperationen unter KMU und EPU
- Es gibt eine deutliche Erhöhung der Personen die Bildungsangebote in der Region besucht haben
- Es gibt Projekte die ausschließlich zur Förderung der regionalen Innovation verwendet werden
- Das Genussangebot der Region wurde ausgebaut und touristisch vermarktbar gemacht
- Es gibt neue Projekte und Synergien durch große touristische Themen
- Die Anzahl der landwirtschaftlichen Direktvermarkter hat zugenommen. DVM haben ihre Produktpalette erweitert und sind zu Nahversorgern geworden
- Es gibt neue Dienstleistungen am Bauernhof
- Es gibt eine größere Anzahl an qualitativen landwirtschaftlichen Produkten, die in der Region erzeugt werden

### 3.1.4 Erfolgsindikatoren (messbare Indikatoren mit Angabe der Basiswerte und Sollwerte)

**Die Quellenangaben sind jeweils unterschiedlich und befinden sich in der Grafik Wirkungsmatrix.**

	BASISWERT	SOLLWERT
Anzahl der Kooperationsprojekte	0	4
Anzahl der beteiligten Akteure	0	120
Anzahl der Kursteilnehmer	Zahlen 2013	Zahlen 2020
Anzahl der Projekte, Quelle: LAG	0	+ 3
Anzahl der beteiligten Personen, Quelle: LAG	0	+ 25
Anzahl der neuen Kooperationsprojekte, und Anzahl der beteiligten Betriebe an Projekten	0 0	+ 5 Projekte + 120 Betriebe
Anzahl der beteiligten oder profitierenden Betriebe	3	10
Bauernhöfe mit neuen Dienstleistungen	1	5
Anzahl der Geschaffenen Arbeitsplätze	0	5
Zertifizierte Direktvermarkter Anzahl	8	16
DVM welche als Nahversorger auftreten	0	4
Anzahl der Betriebe die in Kooperationen sind, welche Produkte mit Gütesiegel haben	20	50

### 3.1.5 Aktionsplan (Maßnahmen) zur Erreichung der Resultate

Für die geplanten Maßnahmen wurde das diesem Aktionsfeld zu geteilte Budget (siehe Beilage Gesamtfinanzplan, Anlage 3) anteilig dem Gesamtrahmen zu Grunde gelegt. Sollte es bei der Genehmigung der LES 2014-20 entscheidende Abweichungen von dem geplanten Budget geben, können möglicherweise nicht alle Maßnahmen umgesetzt werden. Die Auflistung erfolgte in priorisierter Reihenfolge, die jedoch nur eine Momentaufnahme ist. Änderungen sind nach Veränderungen bei den Projektträgern möglich.

#### **Qualitätspartnerprojekt**

Im Zuge der in unserer Region stattfindenden Landesausstellung 2017 kann diese dabei entstehende Dynamik auch von der Leader Region genutzt werden und die Betriebe auf ein wettbewerbsfähiges und vergleichbares Niveau gehoben werden. Durch neue Kooperationen sollen hier speziell im Bereich Vermarktung und der Qualitätssicherung Maßnahmen gesetzt werden, die eine Vergleichbarkeit der Betriebe untereinander ermöglichen. Beschreibung von Kooperationsaktivitäten und gemeinsame Vermarktung, wodurch ein Mehrwert für die Region entsteht. Ziel ist es, dem Touristen gebündelte Angebote zur Verfügung zu stellen, damit auch leichter buchbare Pakete erstellt werden können. Projektträger zu gründende ARGE.

#### **Wirtschaftskooperationen Südliches Waldviertel**

Die Betriebe der Leaderregion bieten sehr gute Leistungen, die aber den Kunden zu wenig bekannt gemacht werden. Durch Kooperationen können sinnvolle regionale Dienstleistungsketten hergestellt werden, die für alle Beteiligten von großem Vorteil sind. Das Entwickeln von gemeinsamen Leistungsketten und Angebotspaletten erhöhen die Attraktivität dieser Kooperationen. Projektträger Vereine der Wirtschaftsplattformen.

#### **Direktvermarkter-Plattform – regionaler Einkaufskorb**

Es soll ein Projekt entwickelt werden, mit dem durch gemeinsame Kooperation etwa 30 Betriebe der Region einen innovativen gemeinsamen Auftritt als Qualitätsbetriebe der Region durchführen. Projektträger neuer Verein.

#### *Projekte in Kooperation und Abstimmung mit der Tourismus Destination Waldviertel*

##### **Landesausstellung 2017**

Durch die geplante Landesausstellung werden gewaltige Synergien im Tourismus möglich. Die Chancen sollen genutzt werden. Es sollen Kooperationen und Qualitätssteigerungen mit den Tourismusbetrieben durchgeführt werden. Zeitgleich sollen Initiativen entwickelt werden die Qualität der Angebote zu erhöhen. Projektträger Destination Waldviertel.

##### **Wanderregion südliches Waldviertel**

Die Region südliches Waldviertel war die erste Wander- Musterregion in Österreich. Der Wanderer von heute hat jedoch völlig neue Anforderungen an die Strecke und das Angebot selbst wie damals.

Daher soll die Vermarktung und thematische Struktur verbessert und modernisiert, bzw. um neue Angebote erweitert und weiterentwickelt werden. Diese Synergien entstehen in erster Linie durch Kooperationen der Betriebe und Institutionen untereinander. Projektträger Destination Waldviertel.

### **Ganz mein Geschmack**

Das Geschmackserlebnis der Waldviertler Produkte soll besser vermarktet werden. Betriebskooperationen werden aufgebaut und bestimmten Qualitätsrichtlinien unterzogen. Gemeinsame Vermarktungsregeln werden entwickelt und unter den Betrieben abgestimmt. Projektträger Destination Waldviertel.

### *Projekte in Kooperation und Abstimmung mit der Tourismus Destination Donau*

#### **Verbindender Donauradweg**

Der Donauradweg ist der am meisten genutzte Radweg Europas. Er verläuft von oberhalb Regensburg bis zu Mündung ins Schwarze Meer. Speziell die Strecke Passau Wien gilt als sehr beliebt. Etwa 240.000 Radfahrer werden auf diesem Weg jährlich in Österreich gezählt. Dieser Radweg ist daher eine wichtige Einkommensquelle für Tourismusbetriebe. Es sollen nun Überlegungen angestellt werden, wie ein längerer Verbleib der Touristen in der Region erreicht werden kann. Innovative Projektansätze sollen entwickelt und umgesetzt werden. Projektträger Destination Donau.

#### **Weinstraße Donau**

Eine Steigerung der Nächtigungen und der Wertschöpfung im Ausflugsbereich durch integrierte Produktentwicklung mit anderen regionalen Angeboten (z.B. landwirtschaftliche Direktvermarkter) und integrierte, wechselseitige Vermarktung soll erreicht werden. Dieses Projekt ist eine übergreifende Initiative der Destination Donau. Projektträger Destination Donau.

#### **Produktentwicklung Donauklang**

Steigerung der Nächtigungen und der Wertschöpfung im Ausflugsbereich durch integrierte Produktentwicklung mit Kunst & Kulturanbietern und integrierte wechselseitige Vermarktung und Kooperation. Dieses Projekt ist eine übergreifende Initiative der Destination Donau. Projektträger Destination Donau.

#### **Weitwanderweg Nibelungengau**

Steigerung der Nächtigungen und der Wertschöpfung im Ausflugsbereich durch weitere, von Betrieben gemeinsam durchgeführte Maßnahmen im Wanderbereich. Dieses Projekt ist eine übergreifende Initiative der Destination Donau. Projektträger Destination Donau oder ARGE Nibelungengau.

### 3.1.6 Beschreibung von Kooperationsaktivitäten

## **1. Nationale Kooperationen**

Im Aktionsfeldthema Tourismus sollen die Betriebe miteinander kooperieren und gemeinsam neue Vermarktungswege beschreiten. Dadurch kann es zu einer Einsparung bei den Betrieben kommen, zeitgleich entstehen jedoch große Synergieeffekte. Es sind in folgenden Wirtschaftsbereichen Kooperationen geplant:

### ***Verein Wirtschaftsregion Waldviertler Kernland***

Ein Projekt der Leader Periode 2007-13. 80 Betriebe der Kleinregion Waldviertler Kernland haben sich bisher zum Zweck der gemeinsamen Vermarktung und Steigerung der Synergien zusammengeschlossen. Diese Gruppe von Unternehmen publiziert 4X jährlich eine Zeitung und sie haben eine Regionalwährung als Kundebindungsinstrument herausgegeben. Das Projekt soll in einen höheren Level als nur einer Vermarktungskoooperation gebracht werden. Es sollen gemeinsame Aufträge angenommen werden, bzw. Personal angestellt werden.

### ***Verein Wirtschaftsplattform Tor zum Waldviertel***

102 Betriebe der vier Gemeinden Pöggstall, Yspertal, Münichreith-Laimbach und Weiten kooperieren miteinander. Gemeinsame Verkaufsaktionen und Veranstaltungen pflegen das Image der regionalen Betriebe auch über die Region hinaus bis nach Oberösterreich. Es sind Kooperationen mit den anderen Vereinigungen in Planung.

### ***Verein Ybbsser Wirtschaft***

40 Betriebe der Stadt Ybbs organisieren diverse Aktivitäten zur Belebung und Förderung der Wirtschaft in der Stadt Ybbs. Die Initiative betreibt auch einen Wochenmarkt, der laufend neue Kunden anlockt. Eine Erweiterung des Wochenmarktes mit mehr Unternehmen und Produkten, bzw. längere Öffnungszeiten sind geplant.

### ***ARGE Gustostückerl***

Dieser Zusammenschluss von 21 Betrieben aus dem Bereich Gastronomie, Hotellerie und Direktvermarkter gibt es seit 2003 und war ein Ergebnis der bisherigen Leader Arbeit. Ziel war es, den Touristen länger in der Region verweilen zu lassen und mit einem gemeinsamen Budget diverse Aktivitäten quer über die Wirtschaftsbereiche und Sektoren zu entwickeln. Die landwirtschaftlichen Direktvermarkter suchen bereits nach einer Plattform wo sie ihre Produkte gemeinsam vertreiben können. Die Herausforderung dieser Aktivitäten wird jedoch sein, einheitliche, gemeinsame Qualitätsstandards zu entwickeln.

## **2. Transnationalen Kooperationen**

Mit Partnern in Osteuropa (Rumänien) sollen gemeinsam Bildungsinitiativen entwickelt werden. Kursteilnehmer aus dem Bereich Direktvermarkter sollen Angebot über Produktion und Vermarktung in Rumänien besuchen und umgekehrt. Zusammenfassende Darstellung in der Wirkungsmatrix gemäß Vorlage

### 3.1.7 Aktionsfeld 1: Ländliche Wertschöpfung

Interventionsebene		Indikatoren	Basiswerte / Sollwerte Quellen (Belege)		Externe Rahmenbeding.
<b>Impact /</b> Oberziel	Beitrag zur Verbesserung der Lebensqualität in unserer Region	Index für Lebensqualität			Wirtschaftsentwicklung in Europa
<b>Outcome /</b> Ziel	<b>Die Wertschöpfung in unserer Region ist (bis 2023) gesteigert</b>	Kaufkraft je Einwohner Anzahl neu geschaffener Arbeitsplätze Anzahl Beschäftigte Anzahl neuer Unternehmen (Gründer)	16.608,- 0 16.534 0	+ 11% 20 + 2% 51	Wirtschaftsentwicklung in Europa, Inflation Quelle: WKO
<b>Output 1</b>	Es gibt neue betriebliche, oder branchenübergreifende Kooperationen unter KMU oder EPU	Anzahl der Kooperationsprojekte Anzahl der beteiligten Akteure	0 0 Quelle: LAG	15 200 Quelle: LAG	Mut der Betriebe zu Kooperationen
<b>Output 2</b>	Es gibt eine deutliche Erhöhung der Personen die Qualifizierungsangebote in der Region besucht haben	Anzahl der Kursteilnehmer, Daten über Bildungsnetzwerk (Bildungsdatenbank)	245 Quelle: Bildungsdatenbank	+ 5% Quelle: Bildungsdatenbank	Förderungen für Kurse oder Teilnehmer
<b>Output 3</b>	Es gibt Projekte die ausschließlich zur Förderung der Innovation entwickelt werden	Anzahl der Projekte, Quelle: LAG Anzahl der beteiligten Personen, Quelle: LAG	0 0 Quelle: LAG	+5 + 100 Quelle: LAG	Eigenmittel der Projektträger
<b>Output 4</b>	Es gibt neue Synergien und Projekte auch durch große touristischen Themen (Bsp. LA 2017) und durch Kooperationen mit Ausflugszielen	Anzahl der neuen Kooperationsprojekte, und Anzahl der beteiligten Betriebe an Projekten	0 0 Quelle: LAG	+ 5 Projekte + 120 Betriebe Quelle: LAG	Eigenmittel der Projektträger
<b>Output 5</b>	Das Genussangebot der Region wurde ausgebaut und touristisch vermarktbar gemacht	Anzahl der beteiligten oder profitierenden Betriebe	3 Quelle: Destination	12 Quelle: Destination	Förderrichtlinien, Wettbewerbsrichtlinien
<b>Output 6</b>	Es gibt neue Dienstleistungen am Bauernhof (Seminarbauernhöfe, Altenpflege, Gesundheitsbetriebe)	Bauernhöfe mit neuen Dienstleistungen Anzahl der Geschaffenen Arbeitsplätze	1 0 Quelle: LWK	3 1 Quelle: LWK	Veränderungen der rechtlichen Situation
<b>Output 7</b>	Anzahl landwirtschaftlichen Direktvermarkter (DVM) hat zugenommen. DVM haben ihre Produktpalette erweitert und sind zum Nahversorger geworden	Zertifizierte Direktvermarkter Anzahl DVM welche als Nahversorger auftreten	8 1 Quelle: LWK	18 4 Quelle: LWK	Motivation der Landwirte
<b>Output 8</b>	Es gibt eine größere Anzahl an Qualitativen landw. Produkten die in der Region erzeugt werden	Anzahl der Betriebe die in Kooperationen sind, welche Produkte mit Gütesiegel haben	14 Quelle: LAG	40 Quelle: LAG	Förderrichtlinien, Eigenmittel
<b>Input / Akt.</b> d.LAG Man.	Management, Administration, Projekte entwickeln und entscheidende Schritte einleiten, Koordination...	Ressourcen: Kontakte zur Bevölkerung, Verwaltungsbehörden, Betriebe und entscheidenden Multiplikatoren	Kosten: 25 % des im AF z.Vg. stehenden Budgets	Quelle: LAG	

## 3.2 Aktionsfeld 2: Natürliche Ressourcen und kulturelles Erbe

In den Regionsworkshops der ersten Phase wurden mit den Stakeholder der Region (wichtige Projektanten, Gemeindevertreter, Amtsleiter, Interessensvertreter, Mitglieder der LAG) nach Sammlung der erarbeiteten Themen und Ideen die drei Aktionsfelder definiert.

Zur Steigerung der Sensibilisierung von Frauen und Männern, sowie benachteiligter Personen (Alleinerziehende, Menschen mit besonderen Bedürfnissen, Ältere ab 55+, Jugend) tritt der Arbeitskreis dieses Aktionsfelds aktiv nach außen, um diese Themen bekannt zu machen und gibt, zusammen mit dem LAG Management, Beratung und Hilfestellung bei der Ideenfindung und bei deren Umsetzung. Dazu wurde ein eigenes Budget zur Verfügung gestellt.

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

Um das definierte Ziel zu erreichen, teilt sich das Aktionsfeld natürliche Ressourcen und kulturelles Erbe nach den Ergebnissen der Workshops in drei Aktionsfeldthemen. Zu diesen Themen wurde eine eigene SWOT Analyse durchgeführt, die gebündelt und zu einer zusammengefasst wurde. Die drei Aktionsfeldthemen sind:

- (traditionelles) Handwerk
- Kultur
- Natur- und Ökosysteme

#### A. Traditionelles, altes Handwerk

##### Ausgangslage

Viele alte Handwerksberufe haben in der Region eine lange Tradition. Die Leistungen dieser Betriebe waren durch hohe Qualität weit über die Grenzen hinaus bekannt. Die Anzahl dieser traditionellen Handwerksbetriebe nimmt ständig ab, viele Produktionsschritte werden ausgelagert, halbfertige Produkte zukaufen oder importiert. Jene Betriebe, die mit langjährig erprobten und verwendeten Methoden selbst fertigen, bieten höchste Qualität, sind aber in der Vermarktung nicht sehr aktiv und daher nicht ausreichend bekannt.

In der Region gibt es (laut Statistik-Austria.at, 2013) 1.327 Gewerbe und Handwerksbetriebe. Es sollen jene Betriebe unterstützt werden, welche sich noch mit dem historischen Handwerk beschäftigen.

Durch die Sensibilisierung der Bevölkerung für das Handwerk soll die Zahl der Lehrlinge gesteigert werden. Derzeit gibt es in der Region viel zu wenige Jugendliche, die sich für eine Lehre interessieren, um die in diesem Bereich zur Verfügung stehenden Ausbildungsplätze besetzen zu können.

## Ziel

Die Zielhierarchie ist von oben nach unten dargestellt.

Durch Kooperationen der Betriebe können die Angebote gebündelt werden. Als Beispiel für ein entsprechendes Projekt könnte die Vermarktungskooperation Meisterstraße herangezogen werden. Ziel ist es somit eine professionelle **Unterstützung und Beratung** für Handwerksinitiativen und Produkte zu entwickeln.

Ziel ist es, auf die ausgezeichnete Qualität, mit der diese Betriebe produzieren, aufmerksam zu machen. Die Landschaft prägt die Menschen und somit auch den Charakter der dort hergestellten Produkte.

Zur Entwicklung dieses Aktionsfelds sollen eigens definierte **Weiterbildungsprogramme** oder Sensibilisierungsprogramme aufgebaut werden, um so die Personenanzahl zu erhöhen die sich höher qualifiziert / entwickelt. Lebenslanges Lernen (LLL) wird auch hier umgesetzt (Bsp. Naturführer Ausbildung), oder der Sensibilisierung der Bevölkerung zum Klimaschutz und der Anpassung an den Klimawandel. .

Umsetzung von Initiativen und Projekten in der Region um sich als „**attraktive Innovationsregion**“ etablieren zu können.

## B. Kultur

### Ausgangslage

Das Waldviertel bietet an sich seit langem auch diverse kulturelle Angebote und Nischen, die man sonst meist nur im urbanen Bereich findet. Unsere Region zieht laufend unterschiedlichste Talente an, die sich aus vielerlei Gründen als Haupt- oder Nebenwohnsitzer ansiedeln. Die Personen sind in der Region oft jedoch zu wenig bekannt- bzw. kaum in der Gesellschaft integriert. Kultur drückt immer den Zustand der Gesellschaft aus und macht einen Standort lebenswert. Kultur- bzw. das vorhandene kulturelle Angebot ist neben attraktiven Arbeitsplätzen- sowie Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten einer der Bereiche die vorhanden sein müssen, damit sich die Menschen wohlfühlen und auch hier wohnen möchten.

Wichtig in der Region ist laut SWOT Analyse das Vorhandensein so genannter „kultureller Nahversorger“, die entsprechende Angebote schaffen. Die kulturellen Projekte bieten jedoch nicht nur Freizeitvergnügen, sondern können auch Elemente enthalten, die in Zusammenhang mit anderen Bereichen Wertschöpfung entstehen lassen.

## Ziel

Die Zielhierarchie ist von oben nach unten dargestellt.

Kooperationen der Bildungsanbieter stärken den kulturellen Bereich. Wenn das Angebot über die Gemeindegrenzen hinaus bekannt gemacht wird, entwickeln sich auch diverse andere Initiativen. Schaffung von kulturellen Versuchslaboren können viele Dinge entstehen lassen. Die Kultur ist ein Wegbereiter für neue Initiativen und Strömungen. Zahlreiche positive und negative Beispiele der Menschheitsgeschichte finden in der Kultur seinen Ursprung. Diese Dynamik und dieses Wissen möchte sich die Region zu Nutze machen und unterstützen. Ziel ist daher eine **Vernetzung der kulturellen Anbieter** zu entwickeln, um so innovative regionale Kulturinitiativen zu stärken und der Bevölkerung dieses Angebot leichter zugänglich zu machen.

## C. Natur- und Ökosysteme

### Ausgangslage

Der Zustand der Umwelt ist in der Region noch sehr gut. Ein sehr hoher Anteil an Biolandbau (Quelle: INVECOS Datenbank 2013). und alternativen Bewirtschaftungsformen sind hier häufig anzutreffen. In der Forstwirtschaft wird vermehrt von Monokulturen auf Mischwald umgestellt. Es gibt viele Naturschutzgebiete wie Natura 2000, FFH oder Moorlandschaften. Zahlreiche seltene Tier- und Pflanzenarten sind in unserer Region noch vorhanden.

Dieses Image der Region, mit noch intakter Natur, wird von vielen Menschen getragen, ist jedoch noch ausbaufähig.

Gemeinde	Baufläche	landw. Nutzung	Gärten	Wald	Gewässer	sonstige Flächen
Albrechtsberg	0,69	52,39	1,28	42,05	0,82	2,78
Artstetten-Pöbring	0,61	52,50	1,05	42,71	0,31	2,82
Bärnkopf	0,08	3,60	0,16	94,68	0,35	1,13
Bad Traunstein	0,40	37,30	0,36	59,20	0,22	2,52
Dorfstetten	0,21	16,62	0,34	80,67	0,34	1,81
Erlauf	1,05	66,25	2,25	19,63	2,77	8,06
Golling an der Erlauf	4,09	37,38	12,80	34,59	3,33	7,80
Großgöttfritz	0,62	54,51	0,50	41,53	0,29	2,56
Gutenbrunn	0,21	7,74	0,56	89,50	0,16	1,83
Grafenschlag	0,47	48,65	0,53	47,27	0,43	2,65
Hofamt Priel	0,42	20,20	1,37	71,37	3,44	3,19
Kirchschlag	0,43	49,47	0,34	47,14	0,18	2,45
Kottes-Purk	0,52	56,52	0,62	38,99	0,28	3,07
Klein-Pöchlarn	1,01	26,69	4,02	49,55	11,82	6,91
Krummnußbaum	1,31	46,24	4,58	28,96	12,06	6,85
Leiben	1,10	52,38	2,90	27,73	11,37	4,51
Marbach an der Donau	1,58	37,57	3,83	42,85	8,89	5,28
Maria Taferl	0,76	47,22	1,52	47,54	0,27	2,69
Münichreith-Laimbach	0,57	38,18	1,10	57,49	0,17	2,49
Martinsberg	0,65	51,65	0,60	43,22	0,64	3,24
Nöchling	0,61	52,18	0,89	41,84	1,01	3,47
Ottenschlag	0,59	36,30	1,08	57,85	1,01	3,16
Persenbeug-Gottsdorf	2,19	40,91	7,10	24,22	17,10	8,48
Pöchlarn	2,33	52,94	5,37	16,50	8,50	14,37
Pöggstall	0,62	43,28	2,07	50,76	0,32	2,96
Raxendorf	0,47	44,00	0,69	51,82	0,38	2,65
Sallingberg	0,50	40,03	0,69	56,07	0,32	2,40
Schönbach	0,44	37,88	0,17	58,58	0,42	2,52
Sankt Oswald	0,44	45,01	0,37	51,47	0,39	2,33
Waldhausen	0,61	51,67	0,77	42,88	0,96	3,11
Weinzierl am Walde	0,80	60,20	1,55	40,41	0,81	2,42
Weiten	0,55	38,16	1,67	55,85	0,63	3,14
Ybbs an der Donau	2,15	46,86	6,16	27,57	9,68	7,58
Yspertal	0,51	28,32	0,86	67,69	0,36	2,25

Quelle: Amt der NÖ Landesregierung, Abt. RU2

Die Flächenverteilung in Prozent zeigt sehr deutlich, dass fast die Hälfte der Region bewaldet, ist bzw. der zweitgrößte Teil landwirtschaftlich genutzt wird (Quelle: Katasterfläche nach Benutzungsart, Statistik Austrian, 2009,). Die schonende Nutzung der Landschaft erzeugt eine spezielle, herzeigbare und traditionsreiche Mischung dieser aus.

Die landwirtschaftlichen Produkte stehen für gute Qualität und Natürlichkeit. Sie stehen für die Ursprünglichkeit der Region. Tourismus-, Gewerbe-, und Dienstleistungsbetriebe nutzen dieses Image, um auf ihre Leistungen und die fairen Preise aufmerksam zu machen.

## Ziel

Die Zielhierarchie ist von oben nach unten dargestellt.

Die einzigartige Landschaft gilt es zu erhalten. Daher sind Impulse und professionelle Unterstützung zur **Verbesserung der Artenvielfalt** das Ziel. Mit dieser Landschaft wirtschaften die Betriebe (Tourismusbetriebe), sie wird aber auch zum Markenzeichen für diverse Leistungen (Handwerk aus dem Waldviertel, Landschaft steht für Marke- Marke steht für Qualität). Neben dem Schutz und der Pflege unserer Kulturlandschaft- kommt auch dem Ausbau und Erhalt der Landschaft eine große Bedeutung zu. Um diese Vorteile aus den natürlichen Ressourcen auch dauerhaft erhalten zu können, sind auch Maßnahmen zu ergreifen, die den Erhalt der Landschaft nachhaltig sichern können.

Ziel sollte eine ähnliche Vorgehensweise aller Gemeinden im Waldviertel und im Nibelungengau sein, da auch die Verteilung der Flächen jeweils ähnlich ist.

Um die Bevölkerung und die Touristen auf unsere einzigartige Landschaft aufmerksam zu machen, ist das Ziel eine **Einrichtung zur Information über die typische regionale Landschaft** zu schaffen. Auch die Ausbildung von regionalen Naturführern, bzw. Projekte zum Lebenslangen Lernen (LLL) stellen sehr wichtige Maßnahmen dar.

Speziell im Hinblick auf große touristische Trends (Landesausstellung, Zunahme der Tagestouristen), kann es durch innovative Kooperationen in diesem Bereich mit großen Synergien kommen. Projekte bei denen Umweltaspekte (Energiesparmaßnahmen, Umweltschutz, Ökologie) eine große Rolle spielen sollen umgesetzt werden.

Projekte zum Thema Ökotourismus, shared economy, oder solidarische Landwirtschaft sollen mit diesem Aktionsfeldthema umgesetzt werden können.

### 3.2.2 Grundstrategie bzw. strategische Stoßrichtung in den Aktionsfeldthemen

#### **Die Grundstrategie des Aktionsfelds ist eine Verbesserung der Lebensqualität der Region!**

In der Region gibt es große Traditionen und kulturelle Grundlagen. Durch die strategische Stoßrichtung soll unser kulturelles Erbe erhalten und ausgebaut werden. Den Menschen in der Region soll unser kultureller Schatz aufgezeigt werden. Dadurch soll eine erhöhte Identifikation der Bevölkerung mit der Region erreicht werden. Unser traditionelles, kulturelles Erbe teilt sich in die drei Bereiche:

Die Grundstrategie dieses Aktionsfelds bedeutet für die drei Aktionsfeldthemen daher:

#### **(traditionelles) Handwerk**

Strategische Stoßrichtung: Erhalt des handwerklichen Erbes.

Dies wird erreicht durch innovative Ansätze bei den Projekten. So werden aufgeschlossene Handwerksbetriebe rekrutiert mit denen Kooperationen aufgebaut werden. Dabei erfolgt die Entwicklung einheitlicher Kriterien und ethischen Standards der Produkte und Produktion über ein Management. Es soll die Spitzenqualität der traditionellen Handwerksbetriebe aufgezeigt werden. Durch Qualifizierungsmaßnahmen soll auch eine Verbindung von Handwerk mit der Landschaft erfolgen, die Landschaft prägt die Menschen – die Landschaft prägt die Produkte. Kooperationen in diesem Bereich sind sehr wichtig, auch mit anderen bereits bestehenden Handwerksinitiativen.

#### **Kultur**

Strategische Stoßrichtung: Region ist eine geistige Innovationsregion.

Diese Stoßrichtung wird erreicht durch die Kooperationen der „kulturellen Nahversorger“ mit denen neue Zielgruppen angesprochen werden. Einer Schaffung von kulturellen Laboren, mit denen kreative Köpfe gefunden werden. Gemeinsame Projekte erzeugen eine Verbindung von Kultur mit der Landschaft der Region. Diese Region schafft einen bestimmten Typus von Kultur (Humor, Lebensstil).

#### **Natur- und Ökosysteme**

Strategische Stoßrichtung: Erhaltung der Biodiversität und des natürlichen Erbes.

Dies wird erreicht durch eine Förderung des Umweltbewusstseins der Bevölkerung. Einer Stärkung des Bewusstseins für die typische Landschaft und somit der Vermarktung der typischen Landschaft der Region. Um die Bürger rascher zu erreichen, soll mindestens eine Einrichtung zur Vermittlung von Information über die regionale Kulturlandschaft entstehen. Diese kann das ökologische Bewusstsein fördern und Naturvermittler ausbilden. Dadurch entstehen Projekte, die das Verständnis für die Natur fördern und somit die Artenvielfalt erhöhen.

### 3.2.3 Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023)

- Es gibt eine professionelle Unterstützung und Beratung für Handwerksinitiativen die Produkte entwickeln wollen
- Es gibt eine Erhöhung der Anzahl der Personen die beruflich relevante Aus- und Weiterbildungsangebote in der Region besucht haben
- Es gibt Initiativen um die Region als „attraktive Innovationsregion“ zu etablieren
- Es gibt eine neue Einrichtung, die über die typische regionale Landschaft der Region und deren Vorzüge informieren kann, wodurch auch das Image der Region gestärkt wird
- Es gibt eine Vernetzung der kulturellen Anbieter und Initiativen
- Es gibt Impulse und professionelle Unterstützung zur Verbesserung der Artenvielfalt

### 3.2.4 Erfolgsindikatoren (messbare Indikatoren mit Angabe der Basiswerte und Sollwerte)

**Die Quellenangaben sind jeweils unterschiedlich und befinden sich in der Grafik Wirkungsmatrix.**

	BASISWERT	SOLLWERT
Anzahl der professionellen Beratungen	0	25
Anzahl der Teilnehmer	0	30
Anzahl der Veranstaltungen	0	4
Anzahl geschaffener Arbeitsplätze	0	5
Anzahl der Kursteilnehmer	120	300
Erreichbaren Bevölkerung mit Bildungsmedien	12.000	40.000
Anzahl der Betriebe die bei VA teilnehmen	0	150
Anzahl der umgesetzten Projekte	0	5
Anzahl an Beratungsgesprächen	0	80
Anzahl der Institutionen in dieser Vernetzung	0	15
Anzahl der Menschen die Angebot annehmen	0	400
Anzahl der vorhandenen Einrichtungen	0	1
Anzahl der beratenen Menschen	0	500
Anzahl der Menschen an Infoveranstaltungen	0	800
Anzahl der durchgeführten Projekte	0	3
Anzahl der beteiligten Personen	0	80

### 3.2.5 Aktionsplan (Maßnahmen) zur Erreichung der Resultate

Für die geplanten Maßnahmen wurde das diesem Aktionsfeld zugeteilte Budget (siehe Beilage Gesamtfinanzplan, Anlage 3) anteilig dem Gesamtrahmen zu Grunde gelegt. Sollte es bei der Genehmigung der LES 2014-20 entscheidende Abweichungen von dem geplanten Budget geben, können möglicherweise nicht alle Maßnahmen umgesetzt werden. Die priorisierte Reihenfolge (Änderungen möglich):

#### **Kooperationen und Plattform für alte traditionelle Handwerksbetriebe**

Die traditionellen Handwerksbetriebe der Region finden ein vertrauenswertes Medium, welches auf die besonderen Qualitäten ihrer Produkte, deren Herkunft und der Region hinweist. Projektträger Verein der Handwerksbetriebe.

#### **Naturführerausbildungen**

Die Natur in der Region ist noch weitgehend intakt. Es gibt viele naturinteressierte Personen, die gerne Führungen abhalten möchten. Es sollen Bildungsangebote mit überregionalen Bildungsanbietern (Landwirtschaftliche- und forstliche Ausbildungsstätten) entwickelt werden, die das notwendige Wissen vermitteln. Projektträger ARGE LA 2017 oder Verein Ökoregion Südliches Waldviertel oder neu zu gründender Verein.

#### **Kulturführer**

Es sollen Personen ausgebildet werden, welche ihre Dienstleistung in Führungen anbieten und etwas zur Geschichte und der kulturellen Entwicklung der Region erzählen können. Bei der NÖ Landesausstellung 2017 können diese Personen bereits erfolgreich tätig sein. Die Angebote sollen jedoch auch nach diesem Zeitraum bestehen bleiben. Projektträger Verein Ökoregion Südliches Waldviertel oder neu zu gründender Verein.

#### **Kulturkooperation Waldviertel- Donau**

Die Kulturanbieter der Region sollen sich vernetzen und interessierten Personen anbieten Kultur zu genießen. Gemeinsame Aktivitäten erzeugen einen Mehrwert in der Region. Projektträger ARGE Nibelungengau.

#### **Innenmarketing**

Die Stärken der regionalen Identität sollen aufgezeigt werden. Die Landschaft beeinflusst den Menschen. Wir wollen aufzeigen, warum es in der Region so lebenswert ist und warum es sich lohnt in die Region zu ziehen. Projektträger LAG.

#### **Digital- History**

Vermittlung des regionalen Wissens mit modernen Medien (YouTube, Video). Hier sollen Zeitzeugen über die Geschichte und Menschen der Region berichten und wertvolle Dokumente digital aufbereitet werden. Projektträger ARGE mit lokalen Multiplikatoren.

### 3.2.6 Beschreibung von Kooperationsaktivitäten

#### **1. Nationale Kooperationen:**

Kooperation von traditionellen, alten Handwerks- und Meisterbetrieben und vermarktbareren Produkten. Dieses Projekt ist jedoch mehr auf das Produkt konzentriert und weniger auf die Landschaft/Region. Darin enthalten sind auch Qualitätsoffensiven für die Betriebe. Bei den Workshops haben sich bereits einige neue Möglichkeiten abgezeichnet. Diese Kooperationen finden auch überregional statt.

Kooperationen im kulturellen Bereich: Durch Kooperationen mit Kulturanbietern innerhalb und außerhalb der Region können Synergieeffekte erreicht werden. Diese bestehen aus einer Abstimmung der Angebote untereinander, sowie in dem entwickeln gemeinsamer neuer Aktivitäten.

#### **2. Transnationale Kooperationen:**

Mit unseren beiden Partnerregionen in Tschechien (Raum Budweis und Raum Olmütz) konnten in der Vergangenheit bereits einige Kooperationsprojekte umgesetzt werden. Nun gibt es bereits Gespräche ein Kooperationsprojekt im Bereich Handwerk durchzuführen. Dabei geht es um den Aufbau einer Plattform wo Betriebe ihr Know-how austauschen und Partner im jeweils anderen Land finden können. Dabei sollen neue Produkte entstehen, die einen Mehrwert für die Region haben.

### 3.2.7 Zusammenfassende Darstellung in der Wirkungsmatrix gemäß Vorlage

#### Aktionsfeld 2: Natürliche Ressourcen und kulturelles Erbe

Interventionsebene		Indikatoren	Basiswerte/Sollwerte Quellen (Belege)		Externe Rahmenbeding.
<b>Impact /</b> Oberziel	Beitrag zur Verbesserung der Lebensqualität in unserer Region	Index für Lebensqualität			Entwicklung der politischen Situation in Europa
<b>Outcome /</b> Ziel	<b>Die natürlichen Ressourcen und das kulturelle Erbe in der Region sind gestärkt und nachhaltig ausgebaut</b>	<b>Index für Lebensqualität</b> Anzahl der beteiligten Personen an Aktivitäten Anzahl der beteiligten Betriebe an Projekten Anzahl der beteiligten Frauen an Aktivitäten Anzahl der neu entstandenen Kooperationen Anzahl der durchgeführten Projekte	31 0 0 0 0 0 Quelle: LAG	54 220 115 45 4 12 Quelle: LAG	Interesse der Bevölkerung an Region
<b>Output 1</b>	Es gibt eine professionelle Unterstützung und Beratung für Handwerksinitiativen die Produkte entwickeln wollen	Anzahl der professionellen Beratungen Anzahl der Teilnehmer Anzahl der Veranstaltungen Anzahl geschaffener Arbeitsplätze	0 0 0 0 Quelle: LAG	50 60 4 5 Quelle: LAG	Kooperation mit WKO, Engagement und Interesse d. Betriebe
<b>Output 2</b>	Es gibt eine Erhöhung der Personen die beruflich relevante Aus- und Weiterbildungsangebote in der Region besucht haben	Anzahl der Kursteilnehmer Erreichbaren Bevölkerung mit Bildungsmedien	220 12.615 Quelle: LR	400 40.000 Quelle: LR	Förderungen für Kurse oder Teilnehmer, Interesse der Bevölkerung an Bildung
<b>Output 3</b>	Es gibt Initiativen um die Region als „attraktive Innovationsregion“ zu etablieren	Anzahl der Betriebe die bei VA teilnehmen Anzahl der umgesetzten Projekte Anzahl an Beratungsgesprächen	0 0 0 Quelle: LAG	150 7 80 Quelle: LAG	Geistiger Nährboden in der Region muss vorhanden sein
<b>Output 4</b>	Es gibt eine Vernetzung der kulturellen Anbieter und Initiativen untereinander	Anzahl der Institutionen in dieser Vernetzung Anzahl der Menschen die Angebote annehmen	2 64 Quelle: Kulturvern.	16 300 Quelle: Kulturvern.	Initiativen müssen bereit sein zu investieren
<b>Output 5</b>	Es gibt eine neue Einrichtung, die über die typische regionale Landschaft der Region und deren Vorzüge informieren kann. Wodurch auch das Image der Region gestärkt wird	Anzahl der vorhandenen Einrichtungen Anzahl der beratenen Menschen Anzahl der Menschen an Infoveranstaltungen	0 0 0 Quelle: LAG	1 100 800 Quelle: LAG	Alle wichtigen Personen müssen dafür kooperieren
<b>Output 6</b>	Es gibt Impulse und professionelle Unterstützung zur Verbesserung der Artenvielfalt	Anzahl der durchgeführten Projekte Anzahl der beteiligten Personen	0 0 Quelle: LAG	5 95 Quelle: LAG	Landwirte müssen dies umsetzen
<b>Input/Aktiv.d.</b> LAG Man.	Managmt., Admin., Projekte entwickeln, entscheidende Schritte einleiten, Koordination, Netzwerken	Ressourcen: Kontakte zur Bevölkerung, Behörden, Betriebe und Multiplikatoren	Kosten: 25 % Budgets	Quelle: LAG	

### **3.3 Aktionsfeld 3: Gemeinwohl Strukturen und Funktionen**

In den Regionsworkshops der ersten Phase wurden mit den Stakeholder der Region (wichtige Projektanten, Gemeindevertreter, Amtsleiter, Interessensvertreter, Mitglieder der LAG) nach Sammlung der erarbeiteten Themen und Ideen die drei Aktionsfelder definiert.

Zur Steigerung der Sensibilisierung von Frauen und Männern, sowie benachteiligter Personen (Alleinerziehende, Menschen mit besonderen Bedürfnissen, Ältere ab 55+, Jugend) tritt der Arbeitskreis dieses Aktionsfelds aktiv nach außen, um diese Themen bekannt zu machen und gibt, zusammen mit dem LAG Management, Beratung und Hilfestellung bei der Ideenfindung und bei deren Umsetzung. Dazu wurde ein eigenes Budget zur Verfügung gestellt.

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

Um das definierte Ziel zu erreichen, teilt sich das Aktionsfeld Gemeinwohl, Strukturen und Funktionen nach den Ergebnissen der Workshops in drei Aktionsfeldthemen. Zu diesen Themen wurde eine eigene SWOT Analyse durchgeführt, die gebündelt und zu einer zusammengefasst wurde. Die drei Aktionsfeldthemen sind:

- Nahversorgung
- (soziale) Dienstleistung
- Regionales Lernen (Lebenslanges Lernen)

Gewachsene und funktionierende Strukturen machen eine Region lebenswert. Wenn sich Menschen wohl fühlen, bleiben sie im Ort / Gemeinde.

#### **A. Nahversorgung**

##### **Ausgangslage**

Die regionale Nahversorgung ist laut SWOT Analyse in den Zentralräumen größtenteils vorhanden. Außerhalb dieser müssen erst wieder entsprechende Strukturen aufgebaut werden. Dieser Umstand kann insbesondere bei älteren Menschen dazu führen, dass sie nicht mehr in ihrer gewohnten Umgebung bleiben können. So entschließen sich immer mehr Ältere aufgrund der prekären Versorgungssituation (z.B. Haus- und Gartenpflege) in Anlagen des betreuten Wohnens oder später in Pflegeheime zu gehen.

Die Sicherung und der Ausbau der Nahversorgung garantiert darüber hinaus auch Arbeitsplätze in den Bereichen Dienstleistung und Handel. Die basisorientierten Versorgungsangebote müssen für jeden Menschen gesichert sein. Wenn keine räumliche Sicherung möglich ist, müssen Alternativen- bzw. alternative Konzepte entwickelt werden, wie dies auch in Zukunft dezentral gelingen kann. Durch das Entwickeln von innovativen,

multisektoralen Konzepten können sowohl die Bevölkerung als auch die Landwirte- oder sonstige Wirtschaftsreibende gestärkt werden.

Gemeinde	GEBÄUDE			WOHNUNGEN		
	1991	2001	2011	1991	2001	2011
Albrechtsberg	379	452	448	377	478	522
Artstetten-Pöbring	365	377	409	372	413	482
Bärnkopf	130	150	151	149	178	189
Bad Traunstein	351	390	401	346	422	516
Dorfstetten	191	209	211	187	232	270
Erlauf	323	348	359	384	446	488
Golling an der Erlauf	350	389	401	678	782	831
Großgöttfritz	377	428	480	450	514	583
Gutenbrunn	199	222	227	295	312	327
Grafenschlag	327	351	377	339	378	424
Hofamt Priel	494	551	602	563	665	773
Kirchschlag	240	252	266	274	316	353
Kottes-Purk	559	589	624	548	645	750
Klein-Pöchlarn	307	331	353	370	432	532
Krummnußbaum	412	465	504	492	581	674
Leiben	411	472	481	481	575	688
Marbach an der Donau	560	608	642	662	723	854
Maria Taferl	250	277	291	263	331	411
Münichreith-Laimbach	480	535	560	498	598	758
Martinsberg	385	432	447	413	479	508
Nöchling	228	263	288	270	354	447
Ottenschlag	436	467	487	474	494	553
Persenbeug-Gottdorf	647	723	799	796	951	1167
Pöchlarn	980	1 069	1 158	1 465	1 607	1965
Pöggstall	913	954	973	963	1 082	1192
Raxendorf	342	362	383	330	394	492
Sallingberg	526	556	560	540	592	639
Schönbach	294	308	329	326	354	399
Sankt Oswald	263	281	290	291	341	372
Waldhausen	579	620	611	611	621	678
Weinzierl am Walde	n.a.	n.a.	453	n.a.	n.a.	558
Weiten	387	406	413	423	469	521
Ybbs an der Donau	1 417	1 556	1 700	2 080	2 341	2669
Yspertal	609	682	681	583	719	882
	<b>16 702</b>	<b>18 076</b>	<b>18 917</b>	<b>19 284</b>	<b>21 820</b>	<b>24920</b>

Quelle: NÖ Landesregierung, Abt. RU2

Die Zahl der Wohnungen und Häuser, somit der Haushalte, nimmt ständig zu, jedoch sinkt die Zahl der Einwohner. Gleichzeitig nimmt der Anteil an Älteren zu. Leerstehende Häuser und aussterbende Ortskerne sind das Ergebnis. Um auf diese Entwicklungen reagieren zu können, müssen neue Konzepte zur Nahversorgung angeboten werden.

## **Ziel**

Die Zielhierarchie ist von oben nach unten dargestellt.

Die Vernetzung von mobilen Versorgern und das Organisieren von mobilen sozialen Diensten (z.B. Einkaufs- Haus- und Gartenpflagedienste)

Entwickeln neuer innovativer, multisektoraler Konzepte zur Lösung dieser Herausforderungen.

In jeder Gemeinde soll ein Nahversorger sein, der die Grundbedürfnisse der lokalen Bevölkerung abdecken kann. Dadurch kann ein wesentlicher Schritt für die Versorgung aller Menschen der Region mit Basisleistungen gegeben sein. Schaffung von Angeboten und Sensibilisierung der Bevölkerung, Frauen, Jugend und benachteiligter Gruppen durch Lebenslanges Lernen (LLL).

## B. Dienstleistung

### Ausgangslage

Es gibt in der Region sehr viele Vereine, Institutionen und ehrenamtliche Organisationen, die in diesem Bereich tätig sind. Sie haben mit ihren Leistungen eine wichtige Rolle in der Gesellschaft eingenommen. Gerade für ältere Menschen ist es besonders wichtig, nicht nur die Güter des täglichen Bedarfs abzudecken, sondern auch soziale Dienstleistungen beziehen zu können.

Große Nahversorgerketten haben sich laut SWOT durch die freizügige Siedlungs- und Raumordnungspolitik an den Ortsrändern niedergelassen. Dies bringt gerade für Ältere- bzw. Benachteiligte eine große Herausforderung ihren täglichen Bedarf an Gütern ohne KFZ abzudecken.

Die Altersstruktur der Bevölkerung in der Region:

Gemeinde	0-19	20-64	65+
Albrechtsberg	228	643	229
Artstetten - Pöbring	306	682	190
Bad Traunstein	289	596	204
Bärnkopf	92	215	71
Dorfstetten	192	336	104
Erlauf	291	694	155
Golling a.d. Erlauf	442	994	263
Großgöttfritz	418	847	203
Gutenbrunn	115	363	122
Grafenschlag	234	479	180
Hofamt Priel	411	980	257
Kirchschlag	185	391	141
Kottes - Purk	407	906	315
Klein-Pöchlarn	255	593	154
Krummnußbaum	323	812	212
Leiben	288	807	194
Marbach a.d. Donau	400	989	275
Maria Taferl	225	501	146
Martinsberg	330	664	227
Münichreith - Laimbach	438	1 015	234
Nöchling	308	574	137
Ottenschlag	289	625	188
Persenbeug - Gottsdorf	530	1 234	354
Pöchlarn	803	2 073	597
Pöggstall	636	1 497	461
Raxendorf	272	636	193
Sallingberg	376	820	275
Schönbach	275	497	167
St.Oswald	344	631	159
Waldhausen	325	731	278
Weinzierl am Walde	228	721	295
Weiten	285	646	222
Ybbs a.d. Donau	1 240	3 236	1 208
Yspertal	498	1 087	315
	<b>12 278</b>	<b>28 515</b>	<b>8 725</b>

Quelle: NÖ Landesregierung, Abt. RU2

	Nebenwohnsitzfälle 31.10.2011
Gemeinde	
Albrechtsberg	240
Artstetten-Pöbring	172
Bärnkopf	151
Bad Traunstein	210
Dorfstetten	138
Erlauf	173
Golling an der Erlauf	163
Großgöttfritz	122
Gutenbrunn	275
Grafenschlag	160
Hofamt Priel	392
Kirchschlag	150
Kottes-Purk	252
Klein-Pöchlarn	161
Krummnußbaum	225
Leiben	198
Marbach an der Donau	448
Maria Taferl	192
Münichreith-Laimbach	274
Martinsberg	251
Nöchling	107
Ottenschlag	284
Persenbeug-Gottsdorf	425
Pöchlarn	700
Pöggstall	603
Raxendorf	179
Sallingberg	328
Schönbach	198
Sankt Oswald	120
Waldhausen	246
Weinzierl am Walde	200
Weiten	216
Ybbs an der Donau	893
Yspertal	457
	<b>9 303</b>

Quelle: NÖ Landesregierung, Abt. RU2

Berücksichtigt man auch die relativ hohe Anzahl der Nebenwohnsitzfälle, haben diese für alle drei Aktionsfeldthemen eine große Bedeutung. Die Region hat somit zusätzlich etwa 25% der Einwohner im Nebenwohnsitz. Nebenwohnsitzinhaber sind meist älter und besitzen eine eigene Immobilie im Eigentum oder zur Miete. Diese Personen verbringen mit hoher Wahrscheinlichkeit eine gewisse Zeit in der Region und überproportional viele wollen auch ihren Ruhestand teilweise sogar als Hauptwohnsitzfälle in der Region verbringen. Dies jedoch nur, sofern die Rahmenbedingungen dafür gegeben sind. Die nötigen Angebote können durch das Aktionsfeld 3 geschaffen werden.

**Ziel**

Die Zielhierarchie ist von oben nach unten dargestellt.

Entwicklung neuer innovativer Konzepte, um durch spezielle Dienstleistungsangebote und Nahversorgungsaktionen Ältere und Benachteiligte in der Region zu halten.

Die Entwicklung von Projekten, welche die Integration der Zuwanderer im städtischen Bereich fördern und so neue Projekte entstehen können.

Angebote schaffen, um die Jugendlichen in der Region zu halten.

Die Ansiedelung junger Menschen und Zweitwohnsitzinhaber durch Schaffung von Arbeitsplätzen und Wohnmöglichkeiten sowie die Etablierung der Region als Wohnstandort über alle Altersgruppen hinweg.

Die Entwicklung von Wohnformen, in denen Ältere und Junge gemeinsam wohnen.

**C. Lebenslanges Lernen - Regionales Lernen****Ausgangslage**

Gerade im ländlichen Raum und speziell in unserer Region sind Menschen mit höherer Bildung unterrepräsentativ vertreten. Absolventen einer Universität sind gemeindeabhängig unterschiedlich, jedoch meist mit einem Anteil von weniger als 10% in der Region vertreten.

Bildung und Lernen sind wesentliche Elemente in der regionalen Entwicklung. Quer über alle Wirtschaftsbereiche und Entwicklungsthemen kommt dem Lernen in seinen unterschiedlichen Ausprägungen große Bedeutung zu.

In unserer heutigen Wissensgesellschaft ist Lernen nicht nur ein Abschnitt im Leben, sondern muss lebenslang betrieben werden. Wer nicht lernt, bleibt stehen. Wer ständig lernt und sich weiterbildet, kann die Chancen und Möglichkeiten im Beruf und im privaten Rahmen optimal nutzen. Lebenslanges Lernen bietet eine Chance für den ländlichen Raum alle Bereiche der Regionalentwicklung mit dem Lernen zu verbinden.

Der Bereich Lernen beschränkt sich aufgrund der Altersstruktur der Region nicht nur auf jüngere, im Erwerbsleben stehende Menschen.

Im Bereich Bildung ist gerade in der Region bereits viel Vorarbeit geleistet worden. Die Gründung einer regionalen Volkshochschule und eines Bildungsverbundes mit regionalen Anbietern waren entscheidende Schritte. So konnten neben klassischen Kursen und Seminaren auch spezielle Programme umgesetzt werden. In den vergangenen Jahren wurden alleine über diese Volkshochschule mehr als 1000 verschiedene Kurse und Seminare, viele davon mit Unterstützung der Leaderregion, abgehalten. In dieser neuen Planungsperiode ist einer der Schwerpunkte der Bereich Erwachsenenbildung.

Gemeinde	Pflichtschule	Lehre	BMS	AHS	BHS	Kolleg	PÄDAK	Uni./FH
Albrechtsberg	317	337	159	21	49	3	14	20
Artstetten-Pöbring	297	383	163	19	73	8	19	31
Bad Traunstein	263	349	154	22	62	2	23	25
Bärnkopf	108	132	38	4	17	1	2	5
Dorfstetten	188	204	65	6	27	0	3	6

Erlauf	263	360	156	25	71	1	17	25
Golling/Erlauf	499	548	139	30	67	2	10	30
Großgöttfritz	421	478	188	13	72	1	13	22
Gutenbrunn	167	170	76	15	20	0	11	22
Grafenschlag	232	265	157	16	58	2	7	25
Hofamt Priel	393	568	252	42	97	2	25	58
Kirchschlag	168	239	100	7	34	0	9	11
Kottes-Purk	458	491	202	27	72	2	20	34
Klein-Pöchlarn	214	346	154	32	63	1	20	31
Krummnußbaum	336	488	177	51	106	1	30	54
Leiben	283	465	184	82	89	2	16	34
Marbach/Donau	391	568	228	40	90	5	22	44
Maria Taferl	188	282	118	18	52	4	8	34
Martinsberg	303	360	195	18	78	1	17	21
Münichreith-Laimb.	486	522	213	41	86	4	16	39
Nöchling	253	282	172	12	65	5	15	30
Ottenschlag	219	295	165	31	73	7	39	36
Persenbeug-Gottsd.	518	774	344	60	126	7	39	71
Pöchlarn	983	1240	524	107	249	19	65	158
Pöggstall	689	759	332	51	161	6	45	74
Raxendorf	300	341	171	20	44	1	12	13
Sallingberg	399	412	222	22	64	3	18	30
Schönbach	255	261	111	16	47	4	13	17
St. Oswald	335	330	125	17	60	1	10	26
Waldhausen	395	366	171	25	69	4	7	42
Weinzierl am Walde	321	430	187	21	68	2	14	53
Weiten	325	365	108	27	67	2	11	25
Ybbs an der Donau	1517	1561	896	172	321	19	98	223
Yspertal	500	529	261	32	117	4	28	58

Quelle: Amt der NÖ Landesregierung, Abt. RU2

## Ziel

Die Zielhierarchie ist von oben nach unten dargestellt

Lebenslanges Lernen über alle Sektoren als neuen Ansatz für die Region zu etablieren

Entwickeln von neuen, innovativen Wissensvermittlungsmethoden

Regionales Lernen zu Steigerung des Regionsbewusstseins nutzen

Nutzen von Schulen, Bibliotheken und Vereinshäusern für die Abhaltung von Seminaren

Verbesserung der Gesprächs- und Dialogkultur der Bevölkerung

Schaffung von Bildungsangeboten von Jung und Alt

### 3.3.2 Grundstrategie bzw. strategische Stoßrichtung in den Aktionsfeldthemen

#### **Die Grundstrategie des Aktionsfelds ist die Lebensqualität in der Region zu verbessern!**

Der ländliche Raum hat viele Strukturen, die auf den ersten Blick nicht offensichtlich sichtbar sind. Durch unterschiedliche Projekte soll dies aufgezeigt und entwickelt werden. Die größten Chancen Wirkungen mit Leader zu erreichen, ergeben sich in folgenden drei Bereichen:

Die Grundstrategie dieses Aktionsfelds bedeutet für die drei Aktionsfeldthemen daher:

#### **Nahversorgung**

Strategische Stoßrichtung: Belebung der Ortszentren.

Eine Belebung der Ortszentren ist für eine umfassende Entwicklung eines Ortes sehr wichtig und kann in erster Linie durch einen Gesellschaftlichen Multiplikator, Bspw. einen Nahversorger, erreicht werden. Dort wo kein Nahversorger vorhanden ist können Direktvermarkter unterstützt werden, die sich als Nahversorger etablieren wollen, bzw. können andere flexibler Nahversorgerprojekte unterstützt werden.

#### **Dienstleistung**

Strategische Stoßrichtung: Integration von allen Bevölkerungsgruppen in die Region.

Dies wird erreicht durch die Schaffung bzw. Koordination von mobilen Dienstleistungen und Systemen. Einer Vernetzung und Abstimmung von bereits vorhandenen mobilen Dienstleistungen. Nur durch barrierefreien Zugänge für ältere und benachteiligte Menschen können alle Bürger in die Gesellschaft integriert werden (Bspw. Vereinsleben). Die Stoßrichtung besteht auch aus der Schaffung von Dienstleistungsangebote für Ältere und speziell Frauen, bzw. der Unterstützung von Älteren im Gemeinschaftsleben, bzw. Aufbau von Häusern der Generationen wo Jung und Alt in einem Gebäude wohnt.

#### **Lebenslanges Lernen - Regionales Lernen**

Strategische Stoßrichtung: Entwickeln von maßgeschneiderten Bildungsangeboten für die Bürger quer über alle Sektoren.

Dies wird erreicht durch die Entwicklung von Bildungsangeboten die zu großen wirtschaftlichen und sozialen Projekten der nächsten Jahre passen (Bsp. Landesausstellung 2017, 700 Jahre Ybbs, Regionspartnerprogramme, etc...). Die Gehirnressourcen der Region müssen gebündelt werden (Viele kluge Köpfe, jeder macht jedoch unabhängig vom anderen, was er will). Schaffung von Entfaltungsmöglichkeiten für Jüngere. Der Aufbau von speziellen Bildungsangeboten für Frauen, sowie einer generellen Steigerung der Anzahl der Menschen in der Region, die Bildungsangebote in Anspruch nehmen. Daher sollen alle Regionsgemeinden Mitglied bei regionalen Bildungsprojekten sein, bzw. alle

Bildungsanbieter sich ausbauen und vernetzen. Strategisch wichtig ist auch die Vernetzung der Leaderregion mit anderen Regionen.

### 3.3.3 Angestrebte Resultate am Ende der Periode (2023)

- Belebung regionaler Ortszentren auf Innovative Art und Weise
- In jeder Gemeinde gibt es einen Nahversorger
- Es gibt eine Erhöhung der Personen die Bildungsmaßnahmen in der Region besucht haben, oder bei Bildungsprojekten beteiligt sind
- Es gibt Maßnahmen zur Verbesserung der Integration
- Es gibt Vernetzungen an Dienstleistungsangeboten für Jung und/oder Alt, bzw. Frauen
- Es gibt „Labore“, also Räume, in der Region wo Menschen ihre Potentiale entfalten können
- Es gibt Initiativen zur Bündelung von Bildungsangeboten

### 3.3.4 Erfolgsindikatoren (messbare Indikatoren mit Angabe der Basiswerte und Sollwerte)

**Die Quellenangaben sind jeweils unterschiedlich und befinden sich in der Grafik Wirkungsmatrix.**

	BASISWERT	SOLLWERT
Anzahl der Beteiligten Menschen-Bevölkerung	0	150
Anzahl der belebten Ortszentren/Projekte	0	1
In jeder der 33 Gemeinden gibt es einen Nahversorger	Nein	Ja
Anzahl der beteiligten Initiativen	0	8
Anzahl der profitierenden Bevölkerung	0	80
Anzahl der beteiligten Personen, Quelle: LAG	0	200
Anzahl der Labore, Quelle: LAG	0	3
Anzahl der geschaffenen Arbeitsplätze	0	4
Anzahl der Kursteilnehmer	Zahlen 2014	Zahlen 2020
Teilnehmer an derartigen Maßnahmen	0	100
Anzahl der Maßnahmen	0	10
Anzahl der Projekte	0	5
Anzahl der beteiligten Bildungsträger	4	12

Anzahl der profitieren Bevölkerung von dieser Initiative, bzw. Teilnehmer	168	300
---	-----	-----

### 3.3.5 Aktionsplan (Maßnahmen) zur Erreichung der Resultate

Für die geplanten Maßnahmen wurde das diesem Aktionsfeld zu geteilte Budget (siehe Beilage Gesamtfinanzplan, Anlage 3) anteilig dem Gesamtrahmen zu Grunde gelegt. Sollte es bei der Genehmigung der LES 2014-20 entscheidende Abweichungen von dem geplanten Budget geben, können möglicherweise nicht alle Maßnahmen umgesetzt werden. Die Auflistung erfolgte in priorisierter Reihenfolge, die jedoch nur eine Momentaufnahme ist. Änderungen sind nach Veränderungen bei den Projektträgern möglich.

#### **Qualifizierungsinitiativen**

Aus den Erfahrungen der vorangegangenen Förderperioden 2002-06 und 2007-13 konnten insgesamt 6 Leader Qualifizierungsinitiativen mit mehr als 400 Teilnehmern umgesetzt werden. Qualifizierung in der Region stellt einen wesentlichen Schwerpunkt der regionalen Arbeit dar. Die bereits erzielten Ergebnisse zeigen die Notwendigkeit derartiger Angebote in der Region auf. Die Initiativen hatten jeweils einen anderen Schwerpunkt und konnten so laufend die Qualität der abgehaltenen Veranstaltungen über die gesamte Region erhöhen. Zu Beginn jeder Förderperiode wurde eine Studie erstellt, wie der Qualifizierungsbedarf bestmöglich mit den vorhandenen Mitteln umgesetzt werden kann. Projektträger LAG. Geplant sind neue Qualifizierungsinitiativen mit anerkannten Abschlüssen, um mehr Menschen in der Region Aus- und weiterbilden zu können. Projektträger LAG.

#### **Soziale Versorgung für Ältere**

Die großen sozialen Hilfsdienste decken die breite Basispalette an sozialen Hilfsleistungen ab. Für regionsspezifische Leistungen sollen maßgeschneiderte, innovative Lösungen angedacht werden. Projektträger LAG oder neu zu gründender Verein.

#### **Nahversorgungskooperation**

Nahversorger können mit anderen Betrieben (Bsp. Landwirte die Ab Hof Laden betreiben) kooperieren. Dadurch kann das Angebot erhöht werden und Frequenzkunden angesprochen werden. Projektträger neu zu gründender Verein.

#### **Der Landwirt als Nahversorger**

Gerade im ländlichen Raum kann der Landwirt als Nahversorger auftreten. Forcierung von Nahversorgerinitiativen unter den Direktvermarkter, speziell dort wo es kaum Nahversorger gibt Projektträger neu zu gründender Verein.

#### **Offene Labore (OTELO)**

In einer Region gibt es viele Initiativen und Strömungen die wenig Budget benötigen. Hier geht es lediglich um das Ermöglichen von Ideen, d.h. dem Ausprobieren, Tüfteln und „In die Praxis umsetzen“. Kontakte und Netzwerken stehen im Vordergrund. Diese Offenen Labore sollen Menschen aus der Bevölkerung Raum für ihre Ideen zu bekommen. Projektträger Zusammenschluss von Zivilpersonen. Diese Kooperationen erfolgen auch über die Regions- und Gemeindegrenzen hinweg. Projektträger lokale Vereine oder neu zu gründender Verein.

### **Lebendige Region**

Die Prozesse in der regionalen Entwicklung verlaufen mit einer bestimmten Geschwindigkeit. Dabei bleiben viele Kräfte und Potentiale auf der Strecke. In diesem Projekt sollen die maximal möglichen Potentiale gehoben und in die Regionalentwicklung eingebettet werden. Bei diesem Projekt geht es das Lebenslange Lernen in der Region quer über alle Sektoren aufzubauen. Dadurch entstehen für die Regionalentwicklung wichtige Resultate.

## **3.3.6 Beschreibung von Kooperationsaktivitäten**

### **1. Nationale Kooperationen**

Kooperationen in diesem Bereich sind unumgänglich und werden in der ersten Phase mit dem etablierten Anbieter von derartigen Leistungen angestrebt. Beim Projekt „Der Landwirt als Nahversorger“ werden über die Regions- und Bundeslandgrenzen hinaus Kooperationen mit anderen Landwirten und Direktvermarkter aufgebaut.

### **2. Transnationale Kooperationen**

Für den Bereich Lebenslanges Lernen gibt es eine Arbeitsgruppe mit Malta und Tschechien. Es fanden Exkursionen und Vorträge statt, die intensiviert und ausgebaut werden sollen. Es wurden Projektskizzen entwickelt, um eine Musterregion für Lebenslanges Lernen zu aufzubauen. Hierbei sollen Bildungsstandorte in beiden LAG entwickelt werden.

Derzeit gibt es zwar das LAG Management in Malta, jedoch noch keinen Projektpartner (Bildungsanbieter) im Ausland, jedoch Wünsche und Ideen aus der regionalen und transnationalen Bevölkerung.

### 3.3.7 Zusammenfassende Darstellung in der Wirkungsmatrix gemäß Vorlage

#### Aktionsfeld 3: Wichtige Funktionen und Strukturen für das Gemeinwohl

Interventionsebene		Indikatoren	Basiswerte/Sollwerte Quellen (Belege)		Externe Rahmenbeding.
<b>Impact /</b> Oberziel	Beitrag zur Verbesserung der Lebensqualität in unserer Region	Index für Lebensqualität			Politische u. wirtschaftliche Entwicklung
<b>Outcome /</b> Ziel	<b>Für das Gemeinwohl wichtige Strukturen und Funktionen sind gestärkt</b>	Index für Gemeinwohl Anzahl der profitierenden Bevölkerung	39 0 Quelle: LAG	9 450 Quelle: LAG	Motivation bestehender Strukturen
<b>Output 1</b>	Belebung regionaler Ortszentren auf Innovative Art und Weise	Anzahl der Beteiligten Menschen-Bevölkerung Initiativen zur Belebung von Ortszentren/Projekte	0 0 Quelle: LAG	80 6 Quelle: LAG	Verständnis der Entscheidungsträger von Investitionen Abstand zu nehmen
<b>Output 2</b>	In jeder Gemeinde gibt es einen Nahversorger	In jeder der 33 Gemeinden gibt es einen Nahversorger, bzw. mobilen Nahversorger	Nein Quelle: LAG	Ja Quelle: LAG	Wettbewerbsrichtlinien
<b>Output 3</b>	Es gibt Vernetzungen an Dienstleistungsangeboten für Jung und/oder Alt, bzw. Frauen	Anzahl der beteiligten Initiativen Anzahl der profitierenden Bevölkerung	0 0 Quelle: LAG	8 90 Quelle: LAG	Akzeptanz unter etablierten Institutionen
<b>Output 4</b>	Es gibt „Labore“, also Räume, wo Menschen der Region ihre Potentiale entfalten können	Anzahl der beteiligten Personen, Quelle: LAG Anzahl der Labore, Quelle: LAG Anzahl der geschaffenen Arbeitsplätze	0 0 0	200 5 4	Finden der Gemeinden & interessierten Bürger
<b>Output 5</b>	Es gibt eine Erhöhung der Personen die Bildungsmaßnahmen in der Region besucht haben oder bei Bildungsprojekten beteiligt sind	Anzahl der Kursteilnehmer Anzahl der erreichten Bevölkerung	45 0 Quelle: LR	100 18.500 Quelle: LR	Förderungen für Kurse oder Teilnehmer
<b>Output 6</b>	Es gibt Maßnahmen zur Verbesserung der Integration	Teilnehmer an derartigen Maßnahmen Anzahl der Maßnahmen Anzahl der Projekte	0 0 0 Quelle: VHS	100 10 5 Quelle: VHS	Motivation der Zielgruppe
<b>Output 7</b>	Es gibt Initiativen zur Bündelung von Bildungsangeboten	Anzahl der beteiligten Bildungsträger Anzahl der profitieren Bevölkerung von dieser Initiative, bzw. Teilnehmer	3 45 Quelle: LR	12 300 Quelle: LR	Interesse der Bildungsträger wecken
<b>Input /</b> Aktiv. d. LAG Man.	Management, Administration, Projekte entwickeln und entscheidende Schritte einleiten, Koordination	Ressourcen: Kontakte zur Bevölkerung, Verwaltungsbehörden, Betriebe und entscheidenden Multiplikatoren	Kosten: 25 % des im AF z.Vg. stehenden Budgets	Quelle: LAG	

### 3.4 Aktionsfeld IWB: (falls relevant)

Wird über Leader in unserer Region nicht umgesetzt.

### 3.5 Aktionsfeld ETZ: (falls relevant)

Wird über Leader in unserer Region nicht umgesetzt.

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

#### Berücksichtigung der thematischen Ziele der Europa 2020-Strategie<sup>1</sup>

Thematisches Ziel	Beiträge des ELER	Bezug zur LES
<b>1 FTEI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stärkung der Kooperationsbeziehungen zwischen Forschung, Innovation und LuF-Betrieben sowie anderen Betrieben der Nahrungsmittelkette</li> </ul>	<b>teilweise</b>
<b>2 IKT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ausbau der IKT-Nutzung im ländlichen Raum</li> </ul>	<b>Ja</b>
<b>3 KMU</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Steigerung des Anteils LuF-Betriebe, die Restrukturierungsmaßnahmen auf Grundlage nachhaltiger Betriebsstrategien vornehmen, und damit Steigerung des LuF-Einkommens</li> <li>Steigerung des Anteils von Qualitätsprodukten, auch unter Berücksichtigung des Tierwohls</li> <li>Steigerung der Beschäftigungschancen im ländlichen Raum</li> <li>Nachhaltige Steigerung des Anteils an nachwachsenden Rohstoffen</li> <li>Nachhaltige Strategie für Risikomanagement und -prävention</li> </ul>	<b>Ja</b> <b>Ja</b> <b>Ja</b> <b>Nein</b> <b>Nein</b>
<b>4 CO2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verstärkter Einsatz erneuerbarer Energien</li> </ul>	<b>ja</b>
<b>5 KLIMA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verringerung klimaschädlicher Gase</li> <li>Verbesserung des Risikobewusstseins und -managements</li> <li>Steigerung der Ressourceneffizienz</li> </ul>	<b>Ja</b> <b>Nein</b> <b>Ja</b>
<b>6 UMW/RE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Steigerung des LuF-Flächenanteils, der unter Biodiversitätsmaßnahmen fällt</li> <li>Forcierung der biologischen Produktion</li> <li>Verringerung gewässerschädlicher Einträge durch die Land- und Fischereiwirtschaft</li> <li>Beitrag zu Erosionsschutz und Bodengesundheit</li> </ul>	<b>Teilweise</b> <b>Ja</b> <b>Ja</b> <b>Ja</b>
<b>8 EMPL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Steigerung der Erwerbs- und Beschäftigungschancen durch Diversifizierung und Gründung neuer Kleinbetriebe</li> </ul>	<b>Ja</b>
<b>9 POV</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verbesserte Nutzung der endogenen Potentiale des ländlichen Raums und Erhöhung der Beschäftigungschancen im ländlichen Raum, insbesondere durch Förderung integrierter, sektorenübergreifender und lokaler Entwicklungsinitiativen</li> </ul>	<b>Ja</b>
<b>10 LLL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Steigerung des Anteils gut ausgebildeter Personen in der LuF</li> </ul>	<b>Ja</b>

<sup>1</sup> Gemäß Partnerschaftsvereinbarung: STRAT.AT 2020 vom 22.9.2014

**Berücksichtigung der Ziele des Programms für ländliche Entwicklung in Österreich 2014-2020**

Priorität ELER	Schwerpunktbereich ELER	Bezug zur LES
1) Förderung von Wissenstransfer und Innovation in der Land- und Forstwirtschaft und den ländlichen Gebieten mit Schwerpunkt auf den folgenden Bereichen:	a) Förderung der Innovation, der Zusammenarbeit und des Aufbaus der Wissensbasis in ländlichen Gebieten;	Ja
	b) Stärkung der Verbindungen zwischen Landwirtschaft, Nahrungsmittelerzeugung und Forstwirtschaft sowie Forschung und Innovation, u.a. im Interesse eines besseren Umweltmanagements und einer besseren Umweltleistung;	Ja
	c) Förderung des lebenslangen Lernens und der beruflichen Bildung in der Land- und Forstwirtschaft;	Ja
2) Verbesserung der Lebensfähigkeit der landwirtschaftlichen Betriebe und der Wettbewerbsfähigkeit aller Arten von Landwirtschaft in allen Regionen und Förderung innovativer landwirtschaftlicher Techniken und der nachhaltigen Waldbewirtschaftung	a) Verbesserung der Wirtschaftsleistung aller landwirtschaftlichen Betriebe, Unterstützung der Betriebsumstrukturierung und –modernisierung, insbesondere mit Blick auf die Erhöhung der Marktbeteiligung und -orientierung sowie der landwirtschaftlichen Diversifizierung;	Ja
	b) Erleichterung des Zugangs angemessen qualifizierter LandwirtInnen zum Agrarsektor und insbesondere des Generationswechsels;	Nein
3) Förderung einer Organisation der Nahrungsmittelkette, einschließlich der Verarbeitung und Vermarktung von Agrarerzeugnissen, des Tierschutzes und des Risikomanagements in der Landwirtschaft mit Schwerpunkt auf den folgenden Bereichen:	a) Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der Primärerzeuger durch ihre bessere Einbeziehung in die Nahrungsmittelkette durch Qualitätssicherungssysteme, die Wertsteigerung von Agrarerzeugnissen, die Absatzförderung auf lokalen Märkten und kurze Versorgungswege, Erzeugergemeinschaften und -organisationen und Branchenverbände;	Ja
	b) Unterstützung der Risikovorsorge und des Risikomanagements in den landwirtschaftlichen Betrieben;	Nein
4) Wiederherstellung, Erhaltung und Verbesserung der mit der Land- und Forstwirtschaft verbundenen Ökosysteme mit Schwerpunkt auf den folgenden Bereichen:	a) Wiederherstellung und Erhaltung sowie Verbesserung der biologischen Vielfalt, auch in Natura-2000-Gebieten, Gebieten, die aus naturbedingten oder anderen spezifischen Gründen benachteiligt sind, sowie Bewirtschaftungssystemen mit hohem Naturschutzwert, und des Zustands der europäischen Landschaften;	Ja
	b) Verbesserung der Wasserwirtschaft, einschließlich des Umgangs mit Düngemitteln und Schädlingsbekämpfungsmitteln;	Nein
	c) Verhinderung der Bodenerosion und Verbesserung der Bodenbewirtschaftung.	Ja
5) Förderung der Ressourceneffizienz und Unterstützung des Agrar-, Nahrungsmittel- und Forstsektors beim Übergang zu einer kohlenstoffarmen und klimaresistenten Wirtschaft mit Schwerpunkt auf den folgenden Bereichen:	a) Effizienzsteigerung bei der Wassernutzung in der Landwirtschaft;	Ja
	b) Effizienzsteigerung bei der Energienutzung in der Landwirtschaft und der Nahrungsmittelverarbeitung;	Ja
	c) Erleichterung der Versorgung mit und stärkere Nutzung von erneuerbaren Energien, Nebenerzeugnissen, Abfällen,	Ja
	d) Verringerung der aus der Landwirtschaft stammenden Treibhausgas- und Ammoniakemissionen;	Ja
	e) Förderung der CO <sub>2</sub> -Speicherung und -Bindung in der Land- und Forstwirtschaft;	Ja

6) Förderung der sozialen Inklusion, der Armutsbekämpfung und der wirtschaftlichen Entwicklung in ländlichen Gebieten mit Schwerpunkt auf den folgenden Bereichen:	a) Erleichterung der Diversifizierung, Gründung und Entwicklung von kleinen Unternehmen und Schaffung von Arbeitsplätzen;	Ja
	b) Förderung der lokalen Entwicklung in ländlichen Gebieten;	Ja
	c) Förderung des Zugangs zu Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT), ihres Einsatzes und ihrer Qualität in ländlichen Gebieten;	Ja

### 3.7 Berücksichtigung der bundeslandrelevanten und regionspezifischen Strategien

Im Zuge der Erhebungen dieser LES wurden folgende bundesland-relevant Strategien (Strat.at und LE2020) durchgearbeitet und berücksichtigt. **Diese LES ist mit folgenden Bundes- und Landesstrategien abgestimmt, bzw. findet seinen Bezug in den jeweils beschriebenen Kapiteln:**

#### Bundesstrategien:

STRAT.AT2020, Fassung vom 22.09.2014

Natura 2000 Managementpläne, Gender Mainstreaming.

#### Landesstrategien von NÖ:

Wirtschaftsstrategie NÖ: Ein Bezug der Wirtschaftsstrategie findet in der LES statt. Speziell die Kapitel Förderung von Investitionen von Unternehmen (siehe Wirtschaftsstrategie NÖ Kernstrategie 1) nach Schwerpunkten (zur Leader Thematik) finden sich auch in dieser LES wieder. Auch die Förderung von kooperativen Innovationsprojekten (siehe Wirtschaftsstrategie NÖ Kernstrategie 2) findet sich im Bereich Innovation dieser LES. Der Bereich Tourismusmarketing (siehe Wirtschaftsstrategie NÖ Kernstrategie 4) findet sich in der LES der Leaderregion.

Hauptregionsstrategie Waldviertel: Aus der Strategie des Waldviertels werden speziell die Bereiche Steigerung der Wertschöpfung, Steigerung der Lebensqualität des Bundeslandes, eine Verbesserung der Umweltsituation, einen gesteigerten Anteil an erneuerbaren Energieträgern, Projekte zur Daseinsvorsorge, sowie Kooperationen zwischen den Organisationen berücksichtigt. Das Ergebnis mehr Resilienz und Exzellenz, sowie die Attraktivität des Landes, in NÖ wird damit unterstützt.

Hauptregionsstrategie Mostviertel: Aus der Strategie des Mostviertel sollen speziell die Bereiche Steigerung der Wertschöpfung, Steigerung der Lebensqualität des Bundeslandes, eine Verbesserung der Umweltsituation, einen gesteigerten Anteil an erneuerbaren Energieträgern, Projekte zur Daseinsvorsorge, sowie Kooperationen zwischen den Organisationen berücksichtigt. Das Ergebnis mehr Resilienz und Exzellenz, sowie die Attraktivität des Landes, in NÖ wird damit unterstützt.

Strategie Destination Waldviertel: Speziell die Bereiche Tourismusmarketing und Waldviertel übergreifende Kooperationen finden sich im Aktionsfeld 1 und 2 dieser LES wieder. Dies betrifft vor allem die Themen Geschmack, Gesundheitstourismus, das alte Handwerk, das sanfte Erleben im Waldviertel und die NÖ LA2017. Projektmanagement im Bereich Handwerk und Wandern im südlichen Waldviertel.

Strategie Destination Donau: die Schwerpunkte und strategische Ausrichtung des Donauraumes als Geheimtipp für kultivierte Lebensart, Genuss und Kulinarik, qualitativer Ausflugstourismus und Erlebnis Nibelungengau sind Bereiche die sich auch in unserer LES befinden.

**Kultur:** In Rücksprache mit der Kulturabteilung des Landes spielt die strategische Ausrichtung vor allem in Hinblick auf die 2017 stattfindende NÖ Landesausstellung eine große Rolle.

**Darüber hinaus werden noch folgende NÖ Landesstrategien berücksichtigt:**

Jugendarbeit Niederösterreich: Gerade in diesem Bereich sind die Jugendgemeinderäte besonders wichtig für unsere Region. Durch Berücksichtigung des Angebots „Jugendcoaching“ erwarten wir uns die Umsetzung des Leitprojekts Offenes Technologielabor in zumindest einer unserer Mitgliedsgemeinden. Energiefahrplan, stellt eine wichtige Richtung die Zukunft der NÖ Energieversorgung- Sicherung und Planung dar. Abfallwirtschaftsplan, Naturschutzcharta NÖ, Naturschutzkonzept NÖ, Konzept zum Schutz von Lebensräumen und Arten in NÖ.

NÖ Tourismusstrategie 2020: Speziell die Bereiche Genuss und Kulinarik, Gesundheitsangebote und Landschaft (Naturerlebnis) finden sich in dieser LES im Aktionsfeld 1 dieser LES wieder. Wie im letzten Kapitel der NÖ Tourismusstrategie beschrieben wurden die touristisch relevanten Kapitel der LES an die Grundsätze dieser Strategie angepasst.

Landesentwicklungskonzept NÖ, Strategie Stadtregion plus, NÖ Strategie Verkehr und Mobilität NÖ, Kleinräumige Mobilitätsangebote.

Leitbild zur Integration in NÖ: Das Leitbild für Integration spielte vor allem im Bereich Integration in dieser LES eine wichtige Rolle. Programm der NÖ Mobilitätszentralen, Mobilitätszentrale Waldviertel

Strategie Klima- und Energiemodellregionen: Da die Klimamodellregion Waldviertler Kernland von der damals gleichnamigen Leaderregion bereits 2009 gegründet wurde und im selben Gebäude angesiedelt ist. Dadurch entstehen große Synergien in diesem Bereich. Es sind alle Ziele / bisherigen Ergebnisse der Klima Modellregion bereits in diese LES eingeflossen.

### **3.8 Erläuterung der integrierten, multisektoralen und innovativen Merkmale der Strategie**

**Die Strategie der Leaderregion hat folgende integrierte und multisektorale Merkmale:** Zur Förderung des Bereichs **Wirtschaft/KMU/EPU** will man die multisektorale Zusammenarbeit zwischen Gastronomie- und Beherbergungsbetrieben, Kultur und Freizeiteinrichtungen, des Tourismus, land- und forstwirtschaftlichen Betrieben und Naturschutzeinrichtungen vorantreiben. Alle Bereiche des Aktionsfelds Wirtschaft sollen miteinander verknüpft werden, wodurch ausgezeichnete Synergien entstehen können. Der Bereich Urproduktion, Veredelung, Weiterverarbeitung sind mit dem Bereich Tourismus und Freizeitwirtschaft verknüpft. Hier geht es um die integrierte Stärkung von multisektoralen Wertschöpfungsketten entlang der regionalen Kernkompetenzen.

Im Aktionsfeldthema **Lebenslanges Lernen (LLL)** sollen die Bildungsanbieter miteinander kooperieren und Produkte entwickeln. Die Kräfte der Region sollen durch Sensibilisierung der Bevölkerung gehoben und gebündelt werden. Es soll das Bewusstsein zum Thema Bildung schaffen und die Bildung an sich vom klassischen Bild des „Schulunterrichts“ lösen. Bildung ist mehr als nur einen Kurs besuchen, Bildung soll eine Lebensaufgabe sein. Bildung soll die umfassende, multisektorale Spange aller strategischen Aktionsfelder dieser Strategie sein. Lernen in der Region, vor Ort, ohne Grenzen, über alle Bereiche und Themen hinweg. Es werden dadurch auch innovative Bildungsmethoden angewandt. LLL wird auch auf benachteiligte Menschen, Jugendliche und Frauen verstärkte Berücksichtigung legen.

Im Aktionsfeld **Gemeinwohl Strukturen und Funktionen** soll unter anderem die regionale Nahversorgung entwickelt und besser vernetzt werden. So bilden sie ein regionales Ganzes und sollen durch neue Wege des direkten Vertriebs regionaler Qualitätsprodukte auch in der Region breiter verkauft werden können. Dadurch profitieren einerseits die Direktvermarkter, andererseits auch die Menschen, die durch Lücken im Nahversorgungsbereich betroffen sind. Die Region soll offener für alle Regionsbürger werden.

**Innovation ist ein durchgängiges Element dieser Strategie. Dies bezieht sich sowohl auf Inhalte und Methoden:**

- Schaffung innovativer Werkstätten, vernetzend über alle Sektoren

- Schaffung einer „W4Waldschule“, wo Wissen um die Natur vermittelt werden kann
- Einrichtung neuer Offener Technologielabors und Gründungswerkstätten
- Schaffung neuer Formen des Wohnens
- Durchführung innovativer Weiterbildungsmaßnahmen
- Neue Form des Findens und Aufbauens von Talenten

### 3.9 Beschreibung geplanter Zusammenarbeit und Vernetzung

Vernetzung und Zusammenarbeit gehören zu den wesentlichen Elementen der regionalen Arbeit der Region. Diese wird sowohl mit den Gemeinden untereinander als auch mit regionalen Institutionen, Vereinen, Betrieben, Akteuren, wie auch den LAG's in der EU, in Österreich und speziell den LAG's in Niederösterreich durchgeführt. Vernetzung und Zusammenarbeit sind wesentliche Elemente dieser LES, da dadurch große Synergien entstehen können und auch bereits in den vorangegangenen Perioden entstanden sind.

Mit der LVL, diversen Abteilungen und Institutionen des Landes wurde auch in den vergangenen Perioden eng zusammen gearbeitet. Im Zeitraum 2007-13 wurde die Leaderregion von zahlreichen Leaderregionen aus der EU besucht. Dabei wurden Exkursionen organisiert. Es entstanden darüber hinaus auch einige kleinere grenzüberschreitende Projekte.

#### **Erstellung LES:**

Es wurde bereits Kontakt mit den Abteilungen und Institutionen der unter Punkt 3.7. genannten Strategien aufgenommen. Dabei wurden einige von ihnen nochmals befragt über die Erwartung ihrer Strategien befragt. Die Ergebnisse dieser Gespräche wurden bereits in diese LES eingearbeitet. Diese LES wurde in Kooperation mit den Regionalmanagements Mostviertel und Waldviertel, der Dorf- und Stadterneuerung, den Tourismusdestinationen Donau und Waldviertel, sowie der Kulturvernetzung erstellt. Diese Kooperationen soll durch Projekte ausgebaut und intensiviert werden.

#### **Geplante Aktivitäten:**

##### **National:**

Laufende Abstimmung und Information der regionalen Institutionen, welche sich für die in Punkt 3.7. verantwortlich zeichnenden Strategien zeigen, erfolgt einmal jährlich. Es werden die jeweiligen Landesabteilungen, bzw. Institutionen zu Generalversammlungen eingeladen, um einen aktuellen Stand der Entwicklungssituation erfahren zu können.

Teilnahme an österreichischen Leader Netzwerktreffen.

Aufbau eines Netzwerks der NÖ LAG's. Die NÖ Leaderregionen planen ein Kooperationsprojekt. Mit diesem wollen sich die Managements der Regionen vernetzen und gemeinsamen Erfahrungsaustausch über alle Ebenen der regionalen Arbeit durchführen. Es soll eine flexible, an die aktuellen Herausforderungen angepasste, fachlich- thematische Abstimmung der Regionen untereinander ermöglichen und ein koordiniertes Vorgehen bei Anfragen an LVL und BMLFUW erreicht werden. So können viele Personal-, Zeit-, und Regionsressourcen geschont werden.

Durch dieses Vorhaben kann gemeinsam gelernt und die Qualität und Effizienz der regionalen Arbeit und deren Organisationen gesteigert werden.

Inhaltlich soll mit unterschiedlichen, bereits etablierten Werkzeugen aus wirtschaftsnahen Strukturen und nonprofit- Organisationen eine Unterstützung des LAG Managements in ihrer täglichen Arbeit ermöglicht werden (Intervision, Weiterbildung, Vorträge, Fach- Exkursionen, Coaching und Beratung), wodurch die positive Auswirkungen rasch in den jeweiligen Regionen spürbar sind.

##### **Themenbezogene Kooperationen:**

Im Bereich Wirtschaft sollen die Zusammenarbeit und Kooperation der Regionen oder Projekte untereinander fortgeführt und ausgebaut werden. Die Region beabsichtigt auch in Zukunft an

überregionalen und internationalen Aktivitäten und Vernetzungen mit dabei zu sein. Das Engagement hängt im Wesentlichen von den jeweils anliegenden Themen ab.

## 4 Steuerung und Qualitätssicherung

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

Die LAG Südliches Waldviertel- Nibelungengau hat bereits Anfang 2008 ein Qualitätsmanagementsystem eingeführt, das intern verwendet wurde und in der kommenden Leader Periode (2015-20) um die Wirkungsindikatoren erweitert werden soll. Sie soll als Controlling System zur Steuerung, Monitoring und Evaluierung eingesetzt werden.

Die LES 2014-20 wird in einer leicht lesbaren und transparenten KURZFORM auf der Homepage der Leaderregion veröffentlicht, bzw. den Mitgliedern der LAG und anderen Ausschüssen zur Verfügung gestellt.

#### A.QUANTITATIVE Steuerung/Monitoring/Planung und Abweichungsdokumentation\*:

Hier wurde ein Planungs- und Kontrollsystem auf 4 Ebenen entwickelt. Es wird 1Xp.a. von der LAG bewertet. Die Ergebnisse werden veröffentlicht.

1. Ebene: LAG Management / Gesamtbudget der LAG
2. Ebene: Das Budget je Aktionsfeld (AF) / Jahr, sowie Budget Kleinprojekte / AF und Kooperationsprojekte
3. Ebene: Budget LAG / LAG Management
4. Ebene: Budget LAG Projekte (LAG eigener Projekte umgesetzt laut LES und Zeitplan)

Beispiel des Budgetcontrolings / Aktionsfeld (AF):

CONTROLLING BUDGET*								
Aktionsfeld 1 / WERTSCHÖPFUNG								
Leadermittel Gesamt:		980 000,00						
Leadermittel jährlich:		140 000,00						
		SOLL		IST				
Projekt Titel	Projekt Träger	Gesamt Kosten	Förderung	Gesamt Kosten	Förderung	Summe Förderung	Aus-schöpfung Budget	% der Aus-schöpfung
Alpha	NN1	30 000,00	15 000,00	28 000,00	14 000,00	14 000,00	126 000,00	90,0
Beta	NN2	35 000,00	20 000,00	35 000,00	20 000,00	20 000,00	106 000,00	75,7
Bravo	NN3	50 000,00	25 000,00	40 000,00	20 000,00	20 000,00	86 000,00	61,4
Charlie	NN4	40 000,00	20 000,00	30 000,00	15 000,00	15 000,00	71 000,00	50,7
Echo	NN5	70 000,00	35 000,00	50 000,00	25 000,00	25 000,00	46 000,00	32,9

\*Steuerung Budget (Übernimmt die LAG, mind. 1Xp.a.)

Für alle bei uns eingereichten Projekte gelten folgende Grenzen:

Aus den Erfahrungen der bisherigen Projekte werden die Projekt- Unter- und Obergrenzen angepasst. Aufgrund des gestiegenen administrativen Aufwands bei den Projekten wurden die Grenzen wie folgt definiert:

Projekttyp	Proj. Untergrenze	Proj. Obergrenze	Förderobergrenze
Wertschöpfungsrelevante Projekte	20.000,-	400.000,-	keine
Nicht- Wertschöpfungsrel. Projekte	20.000,-	400.000,-	keine
Bildung- und Querschnittsziele	20.000,-	400.000,-	keine
Kooperationen	20.000,-	400.000,-	keine
LAG Management	--	--	--
Kleinprojekte	3.000,-	5.700,-	keine
Kleine Projekte	3.000,-	5.000,-	keine

**Kooperationen** haben aufgrund der hohen Entwicklungseffekte einen wesentlichen Schwerpunkt in der neuen LES. Daher wird der Anteil des Budgets für Kooperationsprojekte (nach den rechtlichen Rahmenbedingungen) so weit wie möglich geöffnet und die Fördersätze angehoben.

Bei Kooperationsprojekten mit mehreren Projektpartnern muss der jeweils aliquote Anteil des Projekts in der Region seine Wirkung haben. Ein Förderwerber muss nicht seinen Sitz in der Region haben, jedoch die Wirkung des Projekts.

Der Anteil des Budgets für **Kleinprojekte** wird bei den maximal möglichen Vorgaben belassen (derzeit 5% vom Budget).

Für das **LAG Management** gilt der rechtlich festgelegte Rahmen von 25% des Gesamtbudgets.

**B.QUALITATIVE Planung, Steuerung, Monitoring:**

Bei der Qualität der **internen Organisation** und der **Qualität der Prozesse** gibt es folgende Unterteilungen:

**Qualität der Prozesse:**

Transparente und nachvollziehbare Prozesse sollen im Hinblick auf mögliche Projektträger sichergestellt sein. Details siehe Kapitel 5. und 6. Zur Sicherung der Qualität und der Nachvollziehbarkeit von Prozessen, ist die Projektskizze per Email mit Rückbestätigung einzubringen. Danach wird mit dem Projektträger ein Zeitplan vereinbart, bis zu welchem das Projekt fertiggestellt bei der LAG eintreffen wird. Es erfolgt eine Qualitätsdefinition. Welche Qualität müssen die Unterlagen haben, um zu einer Bearbeitung, bzw. einer Behandlung im PAG zu kommen.

Diese Evaluierung erfolgt einmal jährlich. Sie beginnt 2016 und wird durch das QM Team (Ausschuss) durchgeführt. Dieses Gremium setzt sich aus Mitgliedern der LAG zusammen, welche sowohl Vorstandsmitglieder als auch PAG Mitglieder enthält.

Zusätzlich wird eine Befragung der Projektträger und LAG Mitgliedern durchgeführt.

**Diese Evaluierung erfolgt durch das 2008 entwickelte QM System, jedoch erweitert mit den Wirkungsindikatoren diese LES:**

Das Projektcontrolling wird von der LAG selbst durchgeführt und erfolgt nach dem Wirkungsmodell.

**Sonstige Maßnahmen welche die Sicherung der Qualität unterstützen:**

**Erfüllung der Organfunktion (interne Organisation):**

Das QM Team überprüft mindestens 1Xp.a. alle Organe (Vorstand, LAG, Geschäftsführung, PAG) ob diese ihre Aufgaben laut Statuten und Geschäftsordnungen übernommen haben und dokumentiert diese Ergebnisse auf einem Bogen, welcher nach der Präsentation vor den Gremien veröffentlicht wird.

**Sensibilisierung und Mobilisierung:**

Das QM Team überprüft 1Xp.a. ob hier Maßnahmen durchgeführt wurden. Medienauftritte (mindestens 10 p.a.), Homepage aktualisiert (mind. 2Xp.a.), Gemeindeaussendungen (mind. 1 Aussendungen p.a.). Diese Ergebnisse werden auf einem Bogen dokumentiert.

### **Kooperationen:**

Das QM Team überprüft 1Xp.a. ob an Veranstaltungen teilgenommen wurde und trägt die Ergebnisse in einem Bogen ein. Ziel ist die Teilnahme an folgenden Netzwerken: NÖ Netzwerk (2Xp.a.), am Österreich Netzwerk (2Xp.a.), Abstimmungsmaßnahmen national (1Xp.a.), Kooperationsprojekte (mind. 1 Projekt p.a.).

### **Programmmanagement & Projektmanagement:**

Das QM Team überprüft 1Xp.a. folgende Faktoren und trägt die Ergebnisse in den Bogen ein: Zufriedenheit der Mitarbeiter (nach Schulnotensystem 1-5), Zufriedenheit der Förderwerber (nach Schulnotensystem 1-5), Weiterbildungsmaßnahmen (Anzahl, mind. 2Xp.a.), Arbeitszeitaufzeichnungen nach Kostenstellen und Stunden (Projektarbeit, Administration, Verwaltung, Projektabrechnung, QM, etc.).

### **Projektcalls**

Es finden mindestens 4 Projektcalls pro Jahr statt. Die Ausschreibung erfolgt auf der Regionshomepage. Es wird so ausgeschrieben, dass mindestens 6 Wochen bis zum Ende des Calls Zeit bleibt. Das QM Team überprüft die Durchführung und Richtigkeit bzw. Fristen und Termine der Projektcalls für die LAG. In den Calls werden jeweils strategische Schwerpunkte passend zu den 3 AF gesetzt. Dadurch soll eine bestmögliche Umsetzung der LES gewährleistet werden. Bei jedem Calls stehen auch die dafür zur Verfügung stehenden Fördermittel. 1Xp.a. werden die Rahmenbedingungen für die im laufenden Jahr kommenden Calls von der LAG bestimmt.

### **QM Team**

Einrichtung eines QM Teams (Qualitätsausschuss), welches von der LAG bestimmt wird QM Maßnahmen zu prüfen und anzuwenden. Es ist vor der LAG berichtspflichtig. Die Mitglieder des QM Teams werden aus dem Kreis der Mitglieder der LAG gewählt. Die Neuwahlen erfolgen parallel mit den Wahlen der Vereinsorgane, also alle drei Jahre. Dieses Team besteht aus zwei nichtpolitischen Personen und dem LAG Manager, welcher eine beratende Stimme hat. Das QM Team berichtet mind. 1Xp.a. der LAG.

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

### **Projektebene:**

Um die Wirkungen auf Strategie und Projekte analysieren zu können wird das **Wirkungsmodell** wie in der Unterlage von Franz Schlögl, F: Leader Unterlagen Praxisseminar, zum Wirkungsmodell auf der Homepage des BMLFUW veröffentlicht, zur Anwendung. Nur wenn die entsprechenden Unterlagen vorliegen, können Projekte bearbeitet werden.

Ein wichtiges **Qualitätsziel** ist es auch, dass alle Projekte auch maximal mögliche Wirkungen in dem Bereich der Grundstrategie der LES erreichen. Daher wird die LAG gemeinsam mit dem Projektträger bei der Konzeptierung des Projekts auch Vorschläge machen, wie die bestmöglich eine Gesamtwirkung zu erzielen ist (Bsp.: Querschnittsthemen, Frauen, Jugend, etc.).

Jedenfalls sind in der Controlling Unterlage folgende Planungsdaten dargestellt: Zugehörigkeit zu Aktionsfeld, Zugehörigkeit zu mindestens einem Resultat (Output) im Aktionsfeld, Jeder Output wird zum Wirkungsziel (Outcome), Beschreibung der Outputs, Bewertung des Projekts anhand der Indikatoren wie bereits angegeben.

Der Projektträger (PT) ist für das Controlling auf Projektebene zuständig. Es hat zumindest 1X, spätestens bei Projektende, zu erfolgen. In Form des Projekt Controlling- Berichts werden alle Basis- Soll- und Ist- Werte verglichen und Abweichungen dargestellt. Das ausgefüllte Formular muss spätestens 50 Tage nach dem Projektabschluss bei der LAG per Post, oder digital einlangen.

#### **LES Ebene:**

Die kumulierten Projektcontrolling- Berichte fließen in das Controlling auf Aktionsfeldebene ein. Das LAG Management erfasst die Indikatoren und stellt diese in einem Controlling Rohbericht zusammen, interpretiert diese und empfiehlt Handlungsoptionen. Zur **Steuerung, Monitoring und Evaluierung** der Strategie auf Aktionsfeldebene wird das Wirkungsmodell wie oben beschrieben angewendet. Halbjährlich beginnend mit Mitte 2016 wird die Entwicklung der Hauptindikatoren und der Umsetzungsgrad der Strategie vom Qualitätsteam beurteilt. Jährlich erfolgt eine genaue Beurteilung der Wirkungsindikatoren, des Umsetzungsgrads der Strategie sowie der Projekte und Aktionsfelderergebnisse. Ebenso erfolgt eine Steuerung und Monitoring der quantitativen Strategie- und Projektumsetzung auf Basis des oben dargestellten **Budgetplanungs- und Kontrollsystems**.

Das QM Team erörtert, diskutiert und erstellt einen Controlling- Endbericht für das vergangene Kalenderjahr mit dem Titel: Bericht über die Strategie- und Projektumsetzung: LAG Südliches Waldviertel- Nibelungengau für das Jahr 20XX.

Der Controlling- Bericht erscheint jeweils spätestens im Februar im nachfolgenden Kalenderjahr, zum ersten Mal bis zum 28. Februar 2017.

Dieser Bericht geht ebenso an den (Vereins-) Vorstand. Der Vorstand entscheidet über Änderungen in den steuerungsrelevanten Maßnahmen aufgrund des Controlling Endberichts durch das QM Team.

Eine **Evaluierung des Projektbeurteilungssystems** erfolgt jährlich einmal durch die Mitglieder des Entscheidungsgremiums. Sofern ein Veränderungsbedarf ermittelt wird, erfolgte eine Information an zuständige Förderstelle sowie BMLFUW und eine entsprechende Änderung nach Vorliegen der Zustimmung, sofern erforderlich. Erfassung der Wirkungsindikatoren: wie in den Aktionsfeldern angegeben.

Beschäftigungswirksamkeit: Befragung der jeweiligen Akteure, Beobachtung.

Projektberichte werden erstellt und 1Xp.a der LAG präsentiert.

#### **Reporting an die Verwaltungsbehörde und Zahlstelle:**

Die Controlling Berichte erfolgen auf Basis jedes Aktionsfelds nach den Vorgaben des BUNDESMINISTERIUMS FÜR EIN LEBENSWERTES ÖSTERREICH.

## **5 Organisationsstruktur der LAG**

### **5.1 Rechtsform der LAG**

Die LAG ist als Verein organisiert.

Vereinsregister Nummer 434206625, Bezirkshauptmannschaft Zwettl

Der Vereinssitz ist: Unterer Markt 10, 3631 Ottenschlag, Tel. 02872 200 79, Fax: 02872 200 79 50, [www.leaderregion.at](http://www.leaderregion.at), [office@leaderregion.at](mailto:office@leaderregion.at).

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

**Die Mitgliederlisten liegen dem Anhang dieser LES bei!**

### **Die Vereinsmitglieder**

- a. Ordentliche Mitglieder: Gemeinden der Region mit je einem Stimmberechtigten
- b. Außerordentliche Mitglieder: Mitglieder der LAG (Lokale-Aktionsgruppe), sowie Mitglieder der Themengruppen

### **Der Verein besteht aus folgenden vier Vereinsorganen**

Generalversammlung, Vorstand, Rechnungsprüfer, Schiedsgericht.

**A. Die Generalversammlung** ist die Mitgliederversammlung im Sinne des Vereinsgesetzes. Eine ordentliche Generalversammlung findet einmal jährlich statt.

Eine außerordentliche Generalversammlung findet durch:

- Beschluss des Vorstands oder der ordentlichen Generalversammlung
- Schriftlichen Antrag von mindestens einem Zehntel der Mitglieder
- Verlangen der Rechnungsprüfer (§ 21 Abs. 5 erster Satz VereinsG)
- Beschluss eines gerichtlich bestellten Kurators, statt.

Für die ordentliche und außerordentliche Generalversammlung sind alle Mitglieder mittels schriftlicher Verständigung unter Bekanntgabe der Tagesordnung, der Zeit und des Ortes mindestens 2 Wochen vorher einzuberufen. Die Einberufung erfolgt durch den Obmann. Im Falle von Abs. 2, lit. c und d durch die Rechnungsprüfer, bzw. durch den Kurator.

Sie ist nach ordnungsgemäßer Einberufung bei Anwesenheit der Hälfte aller stimmberechtigten Mitglieder beschlussfähig. Andernfalls findet eine halbe Stunde später eine neue Generalversammlung statt, welche ohne Rücksicht auf die Anzahl der erschienenen Mitglieder beschlussfähig ist. Die von der jeweiligen Gemeinde entsandten Stimmberechtigten können sich nicht vertreten lassen. Dies gilt auch für außerordentliche Mitglieder. Allfällige Anträge von Mitgliedern müssen spätestens eine Woche vor der Generalversammlung beim Vorstand eingelangt sein. Solche Anträge sind als Ergänzung der Tagesordnung spätestens zwei Tage vor der Generalversammlung den Mitgliedern per E-Mail oder Fax (an die vom Mitglied angegebene Adresse) zur Kenntnis zu bringen.

Satzungsänderungen, Auflösung des Vereins und Anträge zum Ausschluss von Mitgliedern müssen in der Einladung bereits als Tagesordnungspunkte aufscheinen, um behandelt werden zu können. Beschlüsse über Satzungsänderungen, Ausschluss von Mitgliedern und Auflösung des Vereines erfordern eine 2/3 Mehrheit der anwesenden stimmberechtigten

Mitglieder. Alle anderen Beschlüsse werden mit einfacher Mehrheit der Stimmen der stimmberechtigten Mitglieder gefasst. Bei Stimmgleichheit gilt der Antrag als angenommen. Den Vorsitz in der Generalversammlung führt der Obmann, bei Verhinderung einer der Stellvertreter, ansonsten das an Jahren älteste anwesende Vorstandsmitglied.

#### **Aufgaben der Generalversammlung**

Die Generalversammlung ist das oberste, beschließende und überwachende Organ des Vereines. Als beschließendes Organ sind in der Generalversammlung außer den ihr schon durch andere Bestimmungen dieser Satzung zugewiesenen Angelegenheiten insbesondere vorbehalten:

- die Wahl und die Abberufung der Mitglieder des Vorstandes, der Lokalen Aktionsgruppe (LAG) und der Rechnungsprüfer;
- der Ausschluss von Vereinsmitgliedern;
- Satzungsänderungen;
- die Festsetzung der Mitgliedsbeiträge für fördernde Mitglieder;
- die Festsetzung von Mitgliedsbeiträgen für die ordentlichen Mitglieder zu Beginn der neuen Leader-Periode
- Beschlussfassung über den Voranschlag
- die Entgegennahme und Genehmigung des Tätigkeitsberichtes und des Rechnungsabschlusses unter Einbindung der Rechnungsprüfer;
- die Entlastung des Vorstandes;
- die Genehmigung von Arbeitsrichtlinien;
- die Beratung und Beschlussfassung über Anträge der Vereinsorgane und der Vereinsmitglieder;
- die Festsetzung allfälliger Aufwandsentschädigungen für den Obmann und die Vorstandsmitglieder
- die Entgegennahme von Berichten der Rechnungsprüfer und die Beschlussfassung hierüber nach Anhörung der Rechnungsprüfer und der betroffenen Vereinsorgane;
- die Genehmigung von Geschäftsordnungen der Vereinsorgane;
- die Beschlussfassung über die freiwillige Auflösung des Vereines;
- die Beschlussfassung über alle sonstigen Angelegenheiten, soweit sie nicht ausdrücklich anderen Organen des Vereines durch die Satzungen zugewiesen sind.

**B. Der Vorstand** setzt sich aus ordentlichen und außerordentlichen Mitgliedern zusammen. Die Vorschläge für die Personen sollen aus den Kleinregionen und den Themengruppen kommen. (mindestens je ein ordentliches und ein außerordentliches Mitglied aus den Kleinregionen)

Der Vorstand besteht aus 15 Personen dem Obmann, den beiden Stellvertretern, dem Kassier, dessen Stellvertreter und dem Schriftführer, sowie 9 Beiräten.

Bei Ausscheiden eines gewählten Mitgliedes hat der Vorstand das Recht, an seine Stelle ein anderes wählbares Mitglied (muss aus der jeweiligen Gruppe kommen) zu kooptieren, wozu die nachträgliche Genehmigung in der nächsten Generalversammlung einzuholen ist.

Die Funktionsdauer des Vorstandes beträgt 3 Jahre. Der Vorstand tritt bei Bedarf zusammen. Er ist auf begründeten Antrag von mindestens 2 Vorstandsmitgliedern binnen 7 Tagen zu einer Sitzung einzuberufen.

Der Obmann führt den Vorsitz in den Vorstandssitzungen, im Projektauswahlgremium, in der LAG und in der Generalversammlung. Bei Verhinderung übernimmt einer seiner

Stellvertreter den Vorsitz, ansonsten das älteste anwesende Vorstandsmitglied. Der Obmann vertritt den Verein nach außen, bei Geldangelegenheiten gemeinsam mit dem Kassier, bei schriftlichen Angelegenheiten gemeinsam mit dem Schriftführer. Rechtsgeschäftliche Bevollmächtigungen, den Verein nach außen zu vertreten, bzw. für ihn zu zeichnen, können ausschließlich von den Vorstandsmitgliedern ausgeübt werden. Sie können jedoch nach der Geschäftsordnung der Geschäftsführung übertragen werden, wobei das Vier-Augen-Prinzip gewahrt werden muss.

Dem Kassier obliegen die Kassenführung und die gesamte Verrechnung. Im Falle der Verhinderung dessen Stellvertreter.

Der Schriftführer ist verantwortlich für die gesamten schriftlichen Arbeiten.

Der Vorstand ist beschlussfähig, wenn alle Mitglieder des Vorstandes verständigt wurden und mindestens die Hälfte der Mitglieder anwesend ist. Die Beschlüsse werden mit einfacher Mehrheit gefasst, bei Stimmgleichheit gilt der Antrag als angenommen.

#### Aufgaben des Vorstandes

Dem Vorstand obliegt die Leitung und Abwicklung der Vereinsgeschäfte. Es fallen ihm insbesondere folgende Aufgaben zu:

die Ausarbeitung der Tagesordnung und die Durchführung sonstiger Vorarbeiten für die Generalversammlung

die Vorberatung und Antragstellung in allen der Generalversammlung zur Beschlussfassung vorbehaltenen Angelegenheiten

die Aufnahme aller Mitglieder

die Bestellung und Abberufung des Geschäftsführers, sowie von Mitarbeitern

die Festsetzung von Aufwandsentschädigungen und Entgelten für den Geschäftsführer und die Mitarbeiter

die Durchführung der Beschlüsse der Generalversammlung im Rahmen der Satzungen des Vereins

die Verwaltung des Vereinsvermögens

die Erstellung des jährlichen Tätigkeitsberichtes, des Voranschlages und Rechnungsabschlusses gemeinsam mit dem Geschäftsführer

die Führung der erforderlichen Aufzeichnungen über die Vereinstätigkeit und die gefassten Beschlüsse innerhalb des Vereines

**C. Die Rechnungsprüfer.** Details siehe auch Statuten.

**C. Das Schiedsgericht.** Details siehe auch Statuten.

### **5.3 LAG-Management**

Das LAG Management besteht derzeit aus einer 40 Stunden hauptamtlich bestellten Geschäftsführung und 30 Stunden Assistenz, mindestens sind jedoch 60 Wochenstunden garantiert. Die Geschäftsführung und deren Assistenz haben ein ordentliches Dienstverhältnis mit dem Rechtsträger. Der LAG Manager ist seit 2001 in diesem Beruf tätig,

die Assistenz seit zwei Jahren. Eine Beschreibung der Mindestqualifikation des LAG Managements liegt dem Anhang bei.

Für das LAG Management sind derzeit mindestens 70 Wochenstunden gewährleistet. Das LAG Management ist für die Umsetzung der LES 2014-20 verantwortlich. Zur Erleichterung der operativen Geschäfte wurde eine Geschäftsordnung erstellt. Die wesentlichen Aufgaben des LAG Managements sind:

- Information, Bündelung und Moderation der regionalen Interessen
- Sensibilisierung und Motivation der Bevölkerung (Durch Präsentationen, Workshops, Öffentlichkeitsarbeit und Aktive Ansprache von Menschen)
- Steuerung der regionalen Entwicklung durch Umsetzung der LES und anderer Überregionaler Konzepte
- Vermittlung regionaler Anliegen nach Außen
- Umsetzung der Beschlüsse und Wahrung der gemeinsamen Interessen von EU, Bund, Ländern, Kommunen
- Entwicklung von Projekten mit regionaler Bedeutung
- Aktive Öffentlichkeitsarbeit
- Planung, Durchführung und Koordination von Veranstaltungen und Aktionen die der Regionsentwicklung dienen

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

Das Projektauswahlgremium ist das Entscheidungsgremium für die in der jeweiligen Verordnung beschriebenen Leader Angelegenheiten und –Projekte Es hat auch die von der LAG übertragenen Aufgaben durchzuführen. **Die Mitgliederliste liegt dem Anhang bei!**

Die einzelnen Aufgaben und Befugnisse- bzw. deren Zusammensetzung entsprechen sämtlichen rechtsgültigen Verordnungen und finden sich auch in den Statuten § 13 und § 14 wieder. Diese sind auch in eigens dafür definierten Geschäftsordnungen geregelt (siehe Anhang).

- Das Projektauswahlgremium besteht aus 15 Personen, wovon maximal 7 Vertreter öffentlicher Institutionen (Bürgermeister, Vizebürgermeister, Nationalräte, Bunderäte und Landtagsabgeordnete, Bezirkshauptmann- bzw. dessen Vertreter, EU-Abgeordnete) sein dürfen. Mindestens 8 Personen sind aus den Themenkreisen (mindestens 2 Themenkreise berücksichtigen) aufzustellen.
- Dabei ist ein Frauenanteil von mindestens 33% zu berücksichtigen, sowie mindestens ein Vertreter der Jugend nominiert sein
- Die Mitgliedschaft im Projektauswahlgremium ist auf die Person bezogen. Eine Vertretung ist nicht möglich. Die regionale Verteilung soll bei der Bestellung der Mitglieder berücksichtigt werden.
- Um den Informationsfluss erhalten zu können, ist eine regelmäßige Anwesenheit notwendig.
- Bei Mandatsverlust eines Vertreters für eine öffentliche Institution bzw. bei Eintritt in eine politisch-öffentliche Funktion ist entsprechend zu handeln.
- Für eine gültige Abstimmung müssen mindestens 5 Mitglieder des Projektauswahlgremiums anwesend sein, wobei die Stimmanteile den Vorgaben entsprechen müssen (höchstens 49% aus einer Interessensgruppe, mindestens 33%

Frauen). Dabei werden alle Bestimmungen des Art. 34 der VO (EU) 1303/2013 eingehalten

Die Aufgaben des Projektauswahlgremiums sind: die Beratung und Beschlussfassung über die Unterstützung von Projekten im Rahmen der von der LAG vorgegebenen Förderbedingungen (Korridor, Förderhöhe) unter Berücksichtigung der ländlichen Entwicklungsstrategie (LES). Es werden die Beschlüsse mit einfacher Mehrheit gefasst.

**Mitgliederlisten, bzw. Geschäftsordnungen sind den Beilagen zu entnehmen.**

## **5.5 Ausschluss von Unvereinbarkeiten (Interessenskonflikten)**

Die Unvereinbarkeitsbestimmungen finden sich aufgrund der Wichtigkeit im § 22 der Statuten wieder. Die Geschäftsführung prüft ob Unvereinbarkeiten vorliegen. Diese Unvereinbarkeitsbestimmungen gelten für die Mitglieder aller Gremien des Vereins. Unvereinbarkeiten entstehen dort, wo Interessenskonflikte in der Funktion als Mitglied und des Projektauswahlgremiums bestehen könnten. Unvereinbar sind jene Vorgehensweisen, wo ein Projektträger, dessen Ehepartner- oder ein nahestehender Verwandter ersten Grades ein Leader- Projekt umsetzen möchte, an einem Projekt beteiligt ist, oder als Anbieter bei einem LAG-Projekt auftritt- und dabei eine Stimme im Gremium hat. Außerdem dürfen Mitarbeiter des LAG Managements nicht als Förderwerber in Leaderprojekten auftreten. Das LAG Management darf auch keine Nebentätigkeiten haben, die mit den Interessenskonflikten konkurrieren. Sollte bei einem Mitglied des Entscheidungsgremiums die Unvereinbarkeit gegeben sein, hat das jeweils betroffene Mitglied dies sofort zu melden. Wenn diese oder die Unvereinbarkeitsbestimmungen des Bundesvergabegesetzes zutreffen, darf die betroffene Person nicht an der Abstimmung zum Projekt teilnehmen und muss den Raum verlassen. Wenn über ein LAG Projekt abgestimmt wird, dürfen jene Vertreter des PAG nicht mitstimmen, in dessen Arbeitskreis das LAG Projekt fällt. Jedes Projekt wird auf Unvereinbarkeiten/Interessenskonflikte von der Geschäftsführung im Rahmen der qualitativen Prüfung geprüft. Die Ergebnisse werden dem Projektauswahlgremium vor der Abstimmung zum Projekt mitgeteilt.

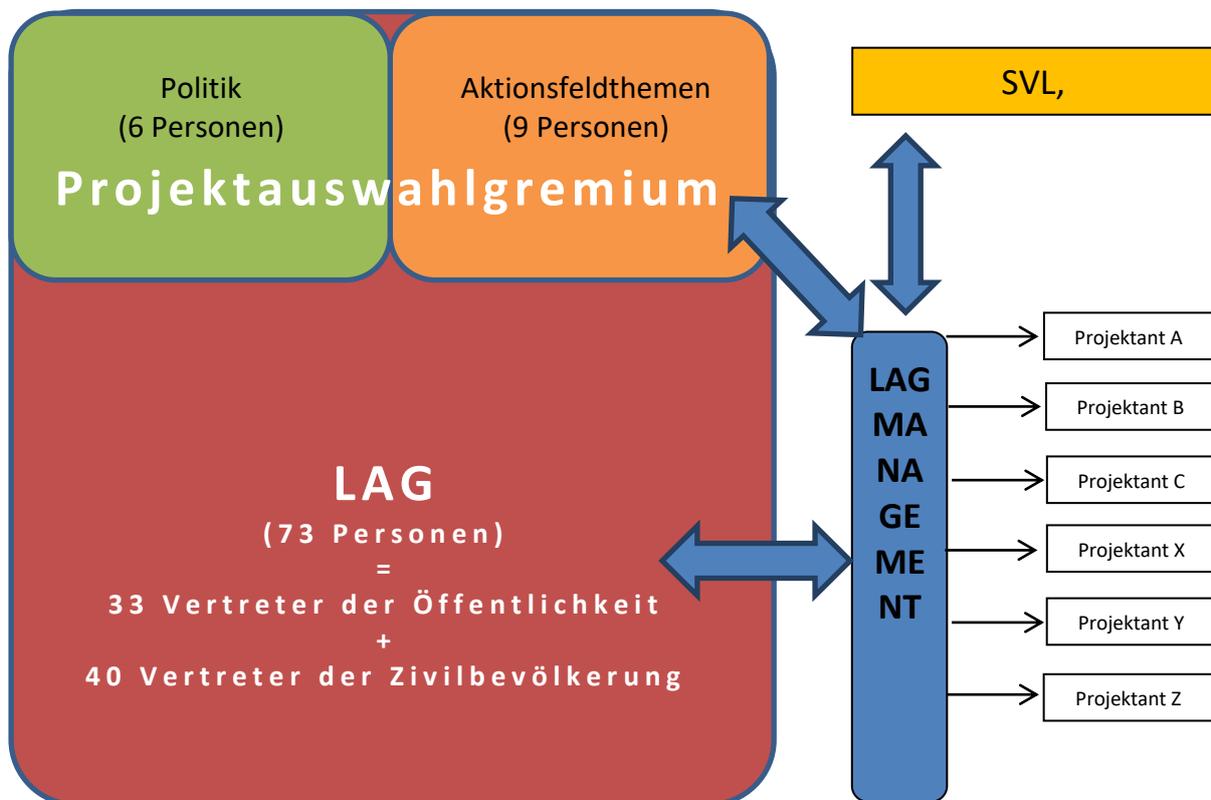
Um die Transparenz der Entscheidung zu gewährleisten, wird das Ergebnis aller Projektabstimmungen auf der regionalen Webseite publiziert.

Die Mitglieder des Projektauswahlgremiums und des QM Teams verpflichten sich über Verschwiegenheit zu den näheren Details über den Förderwerber.

## 6 Umsetzungsstrukturen

### 6.1 Arbeitsabläufe, Zuständigkeiten, Entscheidungskompetenzen (inklusive Organigramm)

Die Entscheidungskompetenzen sind in den Vereinsstatuten- bzw. die Handlungsfähigkeit in den Geschäftsordnungen geregelt. Dokumente siehe Anhang. Da die vereinsrechtlichen Agenden im Wesentlichen wenig mit den Vorgaben zur Umsetzung des Programms zu tun haben, wurden zur Vereinfachung die Organisationen zusammengelegt, bzw. einander angeglichen. Die vereinsrechtlich erforderliche Generalversammlung entspricht derzeit der LAG. Dabei sind in alle rechtlichen Bedingungen in der Zusammensetzung des Gremiums eingehalten worden.



**Die Leader Aktionsgruppe (LAG):** Liste mit den Mitgliedern der LAG befindet sich im Anhang.

Diese besteht aus Vertretern der Region die eine Repräsentation des Aufbaus der Bevölkerung widerspiegeln. Die Mitglieder setzen sich zusammen aus Frauen (derz.40%), politischen und nichtpolitischen Personen, Jugendlichen sowie Interessenvertretern, wobei keine der Gruppen mehr als 49% Anteil im Gremium hat. Die der (EU) Verordnung entsprechenden Personen und deren Verteilung werden eingehalten. Der Anteil der politischen Vertreter beträgt derz.45%.

**Das Projektauswahlgremium (PAG):** Liste mit den Mitgliedern des PAG befindet sich im Anhang

Der vereinsrechtlich erforderliche Vorstand entspricht dem Projektauswahlgremium. Hier sind alle Bedingungen in der Zusammensetzung des Gremiums eingehalten worden. Der Anteil an Frauen und Interessensvertretern sowie der Anteil der zivilen Bevölkerung wurden entsprechend berücksichtigt. Im PAG haben Frauen einen Stimmrechtsanteil von derz.53%, der Anteil öffentlicher Sektor ist derz.40%. Gemäß Artikel 34 EU (VO) 1303/2013 gelten die einzuhaltenden Quoren auch bei einer schriftlichen (elektronischen) Beschlussfassung. Hierbei wird am Tag der

Abstimmung eine E-Mail an alle Mitglieder des PAG versendet. Diese haben 4 Tage Zeit ihre Bewertungen auszufüllen und an das LAG Management zu schicken. Gemeinsam mit dem QM Team werden in diesem Fall vorher etwaige Unvereinbarkeiten geprüft, um die entsprechenden Quoren für jedes Projekt erreichen zu können. Sollte ein Mitglied des PAG für die Abstimmung zu einem Projekt nicht befugt sein, wird dies schriftlich darauf hingewiesen.

## 6.2 Auswahlverfahren für Projekte (inklusive Projektauswahlkriterien)

Diese Auswahlkriterien gelten für alle Projekttypen.

### die Bekanntmachung / Ausschreibung zum Projektauftrag:

Die Region arbeitet aufgrund der guten Resultate ausschließlich mit Förderaufrufen (Calls). Mindestens 1 X im Jahr findet ein Projektcall statt. Der Einreichzeitraum beträgt mindestens 4 Wochen.

Die PAG Sitzung findet unmittelbar danach entweder mittels realer Sitzung, per Umlaufbeschluss oder online statt (Videokonferenz).

Alle Termine und Fristen (Call & Sitzungen) werden 4 Wochen vorher auf der Regionshomepage veröffentlicht. Ebenso werden die für eine Einreichung erforderlichen Förderanträge, Auswahlkriterien, Auswahlverfahren, Formblätter und die rechtlichen Rahmenbedingungen auf der Regionshomepage veröffentlicht.

Spätestens eine Woche vor der PAG Sitzung werden die Mitglieder über die Inhalte der eingereichten Projekte informiert.

### Der Vergabeprozess:

Das LAG Management prüft die eingegangenen Projekte auf die festgelegten Projektausschlusskriterien und legt dem PAG bei der Gremiumssitzung jene Projekte vor, welche einen positiven Bericht haben.

Vor Beginn der Abstimmung überprüft der Vorsitzende (Obmann/Obfrau) ob die Beschlussfähigkeit gegeben ist und alle erforderlichen Quoren eingehalten werden.

Alle Projekte werden mit gleichen Kriterien bewertet. Im Anschluss wird der Durchschnitt der Ergebnisse der anwesenden PAG Mitglieder berechnet. Befangene Mitglieder müssen sich der Stimme enthalten. Im Fall eines positiven Ergebnisses (siehe Projektkriterien) werden die Unterlagen an die zuständige Stelle weitergeleitet. Die Projektbewertung erfolgt auf einen eigenen Bewertungsbogen, dieser befindet sich im Anhang.

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 Regionsseite „[www.leaderregion.com](http://www.leaderregion.com)“ veröffentlicht.

Die Projektbewertung erfolgt anhand eines zweistufigen Verfahrens (2 Phasen):

1. Prüfung der Ausschlusskriterien und
2. Prüfung der Qualitätskriterien

### **1.Phase: Die Projektausschlusskriterien.**

Diese werden bei der Vorabprüfung vom LAG Management durchgeführt und stellen die Basis zur Vorlage des jeweiligen Projekts bei dem Projektentscheidungs-gremium dar (die Befugnis dieser

Vorabprüfung findet sich in der Geschäftsordnung für das LAG Management). Ein Projekt, welches diese Ausschlusskriterien nicht besteht, kann nicht dem PAG vorgelegt werden. Jeder Punkt muss erfüllt sein (100%). Erst nach bestehen dieser ersten Phase kann das Projekt dem Projektauswahlgremium vorgelegt und bewertet werden.

Die sechs Ausschlusskriterien (formelle Kriterien):

1. Ist Projekt innerhalb des Calls eingelangt (Fristencheck) und entspricht es den Inhalten des Calls
2. Ist die Qualität der Projektunterlagen (lt. QM- Fördereinreichung) gegeben?
3. Entspricht das Projekt den aktuellen übergeordneten Richtlinien und Gesetzen? (zB BVerg.G, Beihilferecht)
4. Entspricht das Projektziel den Grundsätzen der aktuellen LES
5. Entspricht das Projektziel den Strategien und Zielsetzungen der EU, des Bundes und des Landes NÖ?
6. Sind eventuelle Naheverhältnisse zwischen Förderwerber und PAG klar kommuniziert und lokalisiert?

Die Punktebewertung der Ausschlusskriterien ist mit JA / NEIN angegeben. Ja bedeutet ein Punkt, Nein bedeutet keiner. Jedes Projekt muss, um in die inhaltliche Bewertung (zur Vorlage beim PAG) zu kommen, 6 Punkte erreichen. Der vom LAG Manager unterzeichnete Bewertungsbogen wird dem PAG vorgelegt.

## **2.Phase: Die Bewertung durch das PAG.**

Alle Projekttypen werden mit den gleichen Kriterien bewertet.

Der Vorsitzende verliert, wenn benötigt, die Inhalte des Projekts. Daraufhin bewertet jedes PAG Mitglied das Projekt für sich allein. Im Anschluss wird vom Management der Durchschnitt berechnet und das Resultat verkündet.

Die Bewertung erfolgt nach einem Punktesystem, welches aus 12 Kriterien besteht (Qualitätskriterien).

Für jedes Kriterium können 2 Punkte vergeben werden. In Summe sind daher max. 24 Punkte möglich. Die Projekte müssen um förderfähig zu sein mindestens 12 Punkte erreichen!

Jedes Projekt wird vorgestellt. Dabei kann das Gremium auch noch über Hintergründe und über die Entstehung des Projekts informiert werden.

### **Das PAG muss bei der Bewertung auf folgende Punkte achten:**

- Jedes Projekt muss bewertet werden. Alle Ergebnisse werden gesammelt und sofort ausgewertet.
- Das Projekt muss den Inhalten des Calls entsprechen. Sofern es kein rein thematischer Call ist, können Projekte nicht ausschließlich aus einem Aktionsfelds genehmigt werden.
- Nach der Bewertung der Projekte erfolgt eine Reihung derselben. So werden jene Projekte mit den meisten Punkten bevorzugt, und zwar so lange bis das Budget aus dem jeweiligen Call erschöpft/vergeben ist (die Projekte mit den meisten Punkten bekommen den Zuschlag). Daher können unter Umständen nicht alle Projekte eine Förderung aus diesem Call erhalten.

- Projekte, die keinen Zuschlag mehr erhalten, können zurückgestellt werden und dem nächsten Call, sofern das Projekt thematisch in diesen passt, erneut eingebracht werden. Durch die Neueinreichung des Projekts entstehen jedoch keinerlei Vorzüge. Dies ist ein Wettbewerb, bei dem nur die besten Projekte eines jeweiligen Calls bestehen.
- Das Abstimmungsergebnis wird in einer Zusammenfassung auf der Homepage veröffentlicht.

Die zwölf Qualitätskriterien im Detail (**CHECKLISTE**) lauten wie folgt:

1. Findet sich das Projekt in den Zielen der LES wieder?
2. Gibt es bei dem Projekt eine Kooperation?
3. Wird die Region durch das Projekt lebenswerter/attraktiver?
4. Ist das Projekt ein Bildungsprojekt oder trägt es zur Bildung bei?
5. Entsteht durch das Vorhaben ein Beitrag zur positiven demografischen Entwicklung der Region?
6. Trägt das Projekt zur besseren Vernetzung bei?
7. Wird ein Querschnittsziel (zB Gleichstellung, Jugend, Senioren, Migranten) weiterentwickelt?
8. Entsteht durch das Projekt ein positiver Beitrag zum Umwelt- oder Klimaschutz?
9. Nutzt das Projekt in der Region vorhandene Ressourcen?
10. Können durch das Projekt Arbeitsplätze entstehen oder werden diese gesichert?
11. Liefert das Projekt einen Beitrag zur sozialen Nachhaltigkeit in der Region (zB Daseinsvorsorge, Lebenslanges Lernen)?
12. Ist das Projekt innovativ (am Ort der Umsetzung)?

**Der Bewertungsschlüssel:**

Punkte

0	Nicht vorhanden / nicht beurteilbar	Das Projekt kann hier nicht bewertet werden
1	Vorhanden	Vorhanden, es könnte jedoch optimaler sein
2	Optimal	Gute Erfüllung des Kriteriums

## Fördersätze der LAG Südliches Waldviertel – Nibelungengau:

Projekttyp	Beschreibung	Förder-satz
<b>Wertschöpfungsrelevant</b>	Mind. 5 Kooperationspartner (Investitions-, Sach-, und Personalkosten)	40%
	Sonstige wertschöpfende Projekte (Investitions-, Sach-, und Personalkosten)	30%
<b>Nicht Wertschöpfungsrelevant</b> (nicht Einkommensschaff.)	Projekte bei denen keine Einnahmen entstehen (Investitions-, Sach-, und Personalkosten). Alle Projektträger, sofern nicht anderen Projekttypen zuordenbar.	50%
	Projekte mit Wirtschafts- u. Tourismusverbänden, Destinationen	60%
<b>Bildung und Querschnittsziele</b>	Bildungsprojekte (Investitions-, Sach-, und Personalkosten), sowie die Querschnittsthemen Jugendliche/Gleichstellung/MigrantInnen/Klimawandel, Umwelt/Demographie/regionale Kultur/Digitalisierung/smart region. Wenn außerordentlich hohe gesamtregionale Wirkung, od. mind. 50% der Regionsgemeinden oder mind. 15 Projektpartner beteiligt sind (zB Gemeindekooperationen, LAG Projekt).	80%
	Wenn mindestens 3 Regionsgemeinden und/oder Institutionen / Gemeinden am Projekt beteiligt	60%
<b>Kooperationen und Schirmprojekte</b>	Projekte mit außerordentlich hoher gesamtregionaler Wirkung, od. mind. 50% der Regionsgemeinden oder mind. 15 Projektpartner. Projektträger ist Gemeindeverbund / Gemeindekooperation (zB Vereins- oder LAG- Beschluss, etc.).	80%
	Projekte mit mindestens 5 Projektpartnern, sonst. Rechtsform (zB GmbH, Gemeinden)	60%
<b>LAG Management</b>	Projekte zur Abwicklung des LAG Managements und dessen Effizienzsteigerung	70%
<b>Kleinprojekte</b> und Kleines Projekt	Es entstehen keine Einnahmen, außerordentlich hohe Wirkung für die regionale Bevölkerung/Zielgruppe. Öffentlich und kostenlos zugänglich	80%

\*Es gelten die nationalen und europäischen Wettbewerbsrichtlinien. Der Fördersatz richtet sich nach diesen übergeordneten Richtlinien laut ELER Programm. Einhaltung der **Bestimmungen des Beihilfenrechts** und der De Minimis Regelung (lt. Richtlinie), bzw. Gruppenfreistellungsverordnung verpflichtend.

Es kann nicht höher gefördert werden als dies andere Programme in ELER erlauben.

Anteil an Kooperationsprojekten wird erhöht auf min. 20% des Projektbudgets.

Ein wesentliches Element von Leader ist Kooperation. Da Kooperationsprojekte generell eine größere Wirkung in der Region haben, wird der Anteil an Kooperationsprojekten erhöht. Dadurch wollen wir noch größere Effekte durch LEADER- Projekte erreichen.

### 6.3 Darstellung der Transparenz der Entscheidungen

Das Projektauswahlgremium wird von den Mitgliedern der LAG für eine Funktionsperiode (lt. Statuten) gewählt.

Für jede Sitzung des PAG gibt es ein Protokoll. Dabei spielt es keine Rolle auf welche Art und Weise die Sitzung stattgefunden hat (echte Sitzung, Videokonferenz oder Umlaufbeschluss). Im Protokoll wird die Anwesenheit der Mitglieder dokumentiert, wann die Entscheidung getroffen wurde und wie hoch die durchschnittliche Gesamtpunktezahl ist. Die Ergebnisse der Bewertung jedes Projekts

werden auf der Homepage der Region veröffentlicht und sind dort bis zum Ende der Förderperiode abrufbar.

**Die Transparenz gestaltet sich wie folgt:**

- Festlegen von Calls zum Einreichen von Projekten.
- Die Termine und Inhalte werden rechtzeitig vorher auf der Homepage der Region veröffentlicht
- Die Bewertungskriterien sind auf der Homepage der Region veröffentlicht
- Die Ergebnisse werden auf der Homepage der Region veröffentlicht
- Der Förderstelle wird eine Zusammenfassung aller Entscheidungen auf einem Übersichtsblatt pro Projekt übermittelt
- Unvereinbarkeiten werden bereits vor Beginn der Projektvorstellung vom Management festgesetzt und die vorhergesehenen Maßnahmen festgelegt.
- Bei Umlaufbeschlüssen werden die Ergebnisse gesammelt, ausgedruckt und im jeweiligen Projektordner archiviert, der Förderstelle übermittelt und die Ergebnisse auf der Regionshomepage veröffentlicht
- Bei online PAG Sitzungen gelten die gleichen Prozesse wie bei echten Sitzungen
- Jeder Förderwerber wird über die Ergebnisse des PAG informiert
- Nach Genehmigung durch die LVL wird jedes Projekt mit einer Kurzbeschreibung auf der Regionsseite veröffentlicht
- Die Genehmigung der Projektauswahlkriterien und der Fördersätze erfolgt durch die LAG
- Alle Veränderungen in der Struktur der LES werden von der LAG beschlossen und auf der Homepage der Region veröffentlicht

## **7 Finanzierungsinplan**

### **7.1 Eigenmittelaufbringung der LAG**

Die Eigenmittel der LAG werden nach Einwohner pro Gemeinde bemessen. Entsprechend der einschlägigen (EU) Leader Richtlinien und Normen verpflichten sich die Gemeinden an den Verein einen jährlichen Leader - Mitgliedsbeitrag für das Programm Leader bis zum Jahr 2031 zur Grundfinanzierung in der Höhe von € 2,70,- je Einwohner aufzubringen (Diese Anpassung erfolgte mit 01/2021)

Eine Anpassung nach dem Index wird vorgenommen, sofern die Summe 10 Eurocent/EW übersteigt. Als Einwohnerbasis gelten die Daten der Statistik Austria des jeweils vorangegangenen Kalenderjahres.

Mit diesen Beträgen werden ausschließlich die Kosten für das Leader-management und einige grundsätzliche LAG Projekte (Qualifizierung / Lebenslanges Lernen / sonstige Querschnittsthemen) gedeckt.

## 7.2 Budget für Aktionsplan

Das Budget berechnet sich auf die 3 Aktionsfelder + LAG Management wie folgt:

	Ursprünglich geplant	Planung neu	Prozent Anteil	
<b>Techn. Abwicklg.</b>	822.000,00	1,059.000,00	--	
Aktionsfeld 1	863.100,00	1,016.640,00	40	
Aktionsfeld 2	863.100,00	762.480,00	30	
Aktionsfeld 3	739.800,00	762.480,00	30	
<b>Projektbudget Ges.</b>	<b>2.466.000,00</b>	<b>3,177.000,00</b>		
<b>GESAMTBUDGET</b>	<b>3.288.000,00</b>	<b>4,236.000,00</b>	--	--

Für Kleinprojekte bleibt der Anteil am Gesamtprojektbudget bei 5% - Dieser Anteil wurde nicht herausgerechnet.

## 7.3 Budget für Kooperationen

Für Kooperationen in allen drei Aktionsfeldern werden mindestens 20% des gesamten Regionsbudgets reserviert, was (abzüglich des Budgets für LAG Management) umgerechnet € 635.400,-: bedeutet.

## 7.4 Budget für LAG-Management und Sensibilisierung

<b>Einnahmen, Übersicht</b>	<b>Referenzjahr 2014</b>	<b>2015-23</b>
Eigenmittel	118.212,50	945.700,00
Förderung	97.222,00	875.000,00
<b>Einnahmen</b>	<b>215.434,50</b>	<b>1,820.700,00</b>
<b>Laufende Kosten, Übersicht</b>	<b>Referenzjahr 2014</b>	<b>2015-23</b>
Personalkosten (derzeit 70Std./Wo.) inkl. LNK & km Gelder	101 000,00	909.000,00
Telefon & Internet	1 500,00	13.500,00
Büromiete, Strom, Wasser	5 200,00	46.000,00
Spesen, Verpflegung bei Veranstaltungen	4 800,00	34.200,00
Weiterbildung, Veranstaltungen, Zeitungen	14 500,00	130.000,00
Sensibilisierungsmaßnahmen (Öffentlichkeitsarbeit)	17 000,00	153.000,00
EDV, Drucker und Verbrauchsmaterialien	2 672,00	13.500,00
Kontoführung und Gebühren	200,00	1.800,00
Steuerberatung, Rechtsberatung, Externe. Beratung	2 700,00	24.300,00
<b>Ausgaben</b>	<b>149 572,00</b>	<b>1,346.154,00</b>

In den Bereich Sensibilisierung, zählen neben den normalen PR-Aktivitäten auch Maßnahmen die zur Mobilisierung von Frauen und Männern, Jugendlichen oder benachteiligten Gruppen dienen. Dadurch erwarten wir uns eine erhöhte Mitarbeit dieser angeführten Bevölkerungsgruppen.

## 7.5 Herkunft der Budgets für LAG eigene Projekte

Wenn der Fördersatz für das LAG Management wie bisher 65% beträgt, belaufen sich die erforderlichen LAG Eigenmittel rechnerisch auf € 52.350,- (da € 97.222,- Förderung). Nun werden 118.212,50 an Eigenmittel jährlich eingehoben, daher bleiben € 65.862,50,- für LAG Projekte, bzw. nicht förderbare Projekte, oder **RÜCKLAGEN** p.a. übrig. Die Erhöhung der Eigenmittel der LAG erfolgt parallel zum Anstieg des VPI. Daher genügt das Referenzjahr 2014 als Berechnungsgrundlage.

Aufgrund der ausreichenden Eigenmittel durch den Verein können alle LAG Projekte rein mit den Mitgliedsbeiträgen finanziert werden. Somit sind keine weiteren Mittel notwendig! Für Bildungsprojekte wie zum Beispiel Qualifizierungsverbund / Bildungsmaßnahmen kommen die Eigenmittel von den Kursteilnehmern selbst. Daher sind selbst für das Jahr 2023 ausreichend Rücklagen vorhanden!

## 8 Erarbeitungsprozess der Entwicklungsstrategie

Für die Erstellung der lokalen Entwicklungsstrategie wurde ein mehrstufiges Verfahren (4 Säulen Modell) entwickelt. Durch dieses Verfahren soll die größtmögliche Beteiligung der Bevölkerung und eine Maximierung des Knowhow-Transfers von entscheidenden Multiplikatoren in die LES erreicht werden. In dieses Modell flossen die Erfahrungen und Werte der beiden vorangegangenen Leaderperioden ein. Daher entspricht dieser Prozess einer laufenden Weiterentwicklung.

Anbei die Beschreibung des Erstellungsprozesses in chronologischer Form:

### 8.1 Vorphase:

12.-14. Oktober 2013: Evaluierungsworkshop für die Leaderperiode 2007-13. Hierbei wurden die 16 wichtigsten Multiplikatoren der Region (politische und nichtpolitische Vertreter) zu einem moderierten dreitägigen Workshop in Klausurformat eingeladen. Für eine Maximierung der Ergebnisse wurde ein von der Region entfernter Ort gewählt, da alle drei Tage voll genutzt werden sollten. Die Multiplikatoren setzten sich aus Menschen zusammen, welche die Bereich Gemeinden, kooperierenden Organisationen (DOERN, Energieagentur) Betrieben, Frauenvertretern, Interessenvertretern und Wirtschaft abdeckten. Die Verteilung dieser Vertreter erfolgte nach dem Abbild der Bevölkerung und nach den regionalen strategischen Zielen der Förderperiode für den Zeitraum 2007-13. Über die Ergebnisse dieses Workshops wurde die LAG und die Generalversammlung, aber auch die Bevölkerung informiert.

### 8.2 Erste Phase

Stakeholder Workshops. In dieser Phase wurden drei Workshops durchgeführt. Für die Optimierung der regionalen Kraft wurde eine Unterteilung der Region in drei Teilregionen durchgeführt, welche sich an die Kleinregionen (Waldviertler Kernland, Ökoregion südliches Waldviertel und Nibelungengau) orientiert. Jede dieser Kleinregion hat eine eigene Geschichte, mit geographischen Unterschiedlichkeiten, mit jeweils anderen Entwicklungspotentialen.

Zu diesen drei Workshops (17., 26., 27., März 2014) wurden unsere etwa 1000 Stakeholder eingeladen. Diese stammen aus den Bereichen Bevölkerung, Politik, Jugend Wirtschaft, Landwirtschaft, Tourismus, Interessensvertretern und Frauen. Die Stakeholder sind unsere Partner die für unsere strategische Ausrichtung wichtig sind- und mit welchen wir bereits längere Zeit zusammenarbeiten, d.h. diese sehr gut über unsere bisherigen Arbeiten Bescheid wissen. In dieser Phase wurden die 10 strategischen Arbeitsthemen Land- und Forstwirtschaft, Tourismus, Wirtschaft & Gewerbe/KMU/EPU, Energieproduktion, Dienstleistungen, Nahversorgung, Regionales Lernen/Lebenslanges Lernen, Natur & Ökosysteme, Kultur, Handwerk von den 161 (in Summe, in allen drei Veranstaltungen) erschienenen Stakeholdern herausgearbeitet. Dazu wurden die Themen Jugend & Frauen ausgewiesen, welche zu jedem Thema Relevanz finden sollen.

### **8.3 Zweite Phase**

Workshops für Bevölkerung. In der zweiten Phase wurde in drei Terminen (22., 23., 24. April 2014) die Bevölkerung eingeladen, ihre Ideen einzubringen. Titel der Veranstaltung war „Ideen für die Region“. Hier wurden die in der ersten Phase entwickelten Themen mit Inhalte gefüllt, bzw. ergänzt, gestrichen, verändert und bearbeitet. Zu diesen drei Veranstaltungen wurde durch Inserate, Gemeindezeitungen und Mailings in diversen Regionalmedien und Zeitungen die gesamte Regionsbevölkerung eingeladen. Zur Veranstaltung selbst kamen etwa 330 Personen aus der Bevölkerung. Es war ein sehr befruchtender Prozess, der viele neue Ideen entstehen ließ.

### **8.4 Themengruppensitzungen**

Zu jedem Thema der Region wurde eine Arbeitsgruppensitzung (10., 11., 12. Juni) einberufen. Diese wurden nach Blöcken geordnet (Steigerung der Wertschöpfung, Stärkung der für das Gemeinwohl wichtigen Strukturen, Festigung/Weiterentwicklung des kulturellen Erbes/natürlichen Ressourcen) und auf drei Termine verteilt. Wobei eine räumliche Trennung aller Themen erfolgte. Bei diesen Workshops haben etwa 250 Personen teilgenommen.

In dieser Phase ging es primär um das Herausarbeiten von regionsübergreifenden Projekten und dem Zusammenbringen der Themengruppen- sowie um die Organisation der Gruppen selbst. Für jede Gruppe wurde ein Sprecher und dessen Stellvertreter gewählt, welche sich auch in der LAG wieder finden.

### **8.5 Zieldefinition**

Mit der LAG wurde am 2. Juli 2014 die Zieldefinition durchgeführt.

### **8.6 Ableiten der strategischen Maßnahmen und wichtigsten Projekte**

Am 3. & 4. Juli 2014 wurden von den Mitarbeitern des Leaderbüros und den drei Kleinregionen Waldviertler Kernland, Ökoregion südliches Waldviertel und Nibelungengau, sowie vom Leiter der Dorf- und Stadterneuerung Waldviertel und dem Regionalmanager aus dem Mostviertel die strategischen Maßnahmen zusammengefasst und die wichtigsten Projekte gruppiert und abgeleitet.

Laufend arbeiteten Mitglieder der LAG beim Entstehungsprozess dieser lokalen Entwicklungsstrategie mit.

Dieses Konvolut an Maßnahmen wurde in der Generalversammlung am 19. September besprochen und in der nachfolgenden Sitzung der lokalen Arbeitsgruppe vorgelegt. Nach Präsentation und Diskussion- bzw. einigen Änderungen mit den Teilnehmern konnte die vorliegende Strategie beschlossen werden. Es erfolgte in der an diesem Tag stattfindenden LAG Sitzung auch eine Neuwahl des Projektauswahlgremiums. In der LAG Sitzung vom 9. 10. 2014 wurde diese LES, die Projektauswahlkriterien, der Förderkorridor- sowie die Budgetmittelverteilung beschlossen.

## 9 Beilagen

Antrag zur Anerkennung als LAG  
Finanztabelle, indikative Finanztabelle lt. Beilage  
Mitgliederliste Lokale Arbeitsgruppe  
Mitgliederliste Projektentscheidungsgremium  
Wirkungsmatrix Aktionsfeld ländliche Wertschöpfung  
Wirkungsmatrix Aktionsfeld Natürliche Ressourcen und kulturelles Erbe  
Wirkungsmatrix Aktionsfeld Wichtige Funktionen und Strukturen für das Gemeinwohl  
Organigramm der Leaderregion  
Projektbewertungsbogen für Leaderprojekte  
Geschäftsordnung Geschäftsführung  
Geschäftsordnung Obmann/Vorstand  
Geschäftsordnung Projektentscheidungsgremium  
Vereinsstatuten  
Vereinsregisterauszug  
Protokoll der LAG Sitzung mit Beschluss LES 2014-20  
Ausschreibung Geschäftsführung mit Anforderungsprofil  
Ausschreibung Assistenz der Geschäftsführung mit Anforderungsprofil  
Gemeinderatsbeschluss Albrechtsberg an der Großen Krems  
Gemeinderatsbeschluss Artstetten-Pöbring  
Gemeinderatsbeschluss Bad Traunstein  
Gemeinderatsbeschluss Bärnkopf  
Gemeinderatsbeschluss Dorfstetten  
Gemeinderatsbeschluss Erlauf  
Gemeinderatsbeschluss Golling an der Erlauf  
Gemeinderatsbeschluss Großgöttfritz  
Gemeinderatsbeschluss Gutenbrunn  
Gemeinderatsbeschluss Grafenschlag  
Gemeinderatsbeschluss Hofamt Priel  
Gemeinderatsbeschluss Kirchschatz  
Gemeinderatsbeschluss Kottes-Purk  
Gemeinderatsbeschluss Klein-Pöchlarn  
Gemeinderatsbeschluss Krummnußbaum  
Gemeinderatsbeschluss Leiben  
Gemeinderatsbeschluss Marbach an der Donau  
Gemeinderatsbeschluss Maria Taferl  
Gemeinderatsbeschluss Martinsberg  
Gemeinderatsbeschluss Münichreith-Laimbach  
Gemeinderatsbeschluss Nöchling  
Gemeinderatsbeschluss Ottenschlag  
Gemeinderatsbeschluss Persenbeug-Gottsdorf  
Gemeinderatsbeschluss Pöchlarn

Gemeinderatsbeschluss Pöggstall  
Gemeinderatsbeschluss Raxendorf  
Gemeinderatsbeschluss Sallingberg  
Gemeinderatsbeschluss Schönbach  
Gemeinderatsbeschluss St. Oswald  
Gemeinderatsbeschluss Waldhausen  
Gemeinderatsbeschluss Weinzierl am Wald  
Gemeinderatsbeschluss Weiten  
Gemeinderatsbeschluss Ybbs an der Donau  
Gemeinderatsbeschluss Yspertal  
Teilnehmerlisten aller Strategieworkshops