



# Kleinregionaler Strategieplan 2023 - 2027

## „Kleinregion Tullnerfeld“

**Datum:** November 2023

**Periode:** 2023 - 2027

**Bearbeitung:** RegionalberaterIn Mag. Marisa Fedrlizzi  
Regionalberater DI Daniel Fries  
NÖ.Regional.GmbH

noe  regional

Die Kraft der Gemeinsamkeit



## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Vorwort der Region</b>	<b>3</b>
<b>2. Bezug zu den kleinregionalen Themenfeldern</b>	<b>4</b>
<b>3. Beschreibung der Kleinregion</b>	<b>5</b>
3.1. Festlegung des Gebiets und Beschreibung der Gebietscharakteristik	5
3.2. Bestehende Strategien / Konzepte	7
3.3. Übersicht an raumrelevanten örtlichen Grundlagen	8
<b>4. Analyse des Entwicklungsbedarfs</b>	<b>9</b>
4.1. Bearbeitete Themenfelder und umgesetzte Projekte In der letzten Periode	9
4.2. Erkenntnisse aus der vorangegangenen Periode sowie deren kleinregionale Reflexion	10
4.3. Darstellung des Entwicklungsbedarfs für die nächsten fünf Jahre	11
<b>5. Detaillierter Strategieplan 2023 – 2027 (je Themenfeld)</b>	<b>13</b>
5.1. Themenfeld Kleinregionale Identität und Bewusstseinsbildung	13
5.2. Themenfeld Verwaltung und Bürgerservice	15
5.3. Themenfeld Technische Infrastruktur und Mobilität	17
5.4. Themenfeld Gesundheit und Soziales	19
<b>6. Organisationsstruktur der Kleinregion</b>	<b>21</b>
<b>7. Finanzierungsplan</b>	<b>22</b>
7.1. Basisbudget der Kleinregion	22
7.2. Basisbudget für Projekte	22
7.3. Personelle Ressourcen für die Umsetzung des Strategieplans	22
<b>8. Erarbeitungsprozess des Strategieplans</b>	<b>23</b>
Ergebnisse Regionsforen TULLNERFELD	23
<b>9. Erläuterung zum Strategieplan</b>	<b>26</b>
<b>10. Anhang</b>	<b>28</b>

## 1. Vorwort der Region

Die Region Tullnerfeld kann positiv auf die letzten Jahre zurückblicken. Die Resonanz der Gemeinden ist sehr positiv, und die Kleinregion wird zunehmend sichtbarer. Die Marketingkampagne war erfolgreich und zeigt seine Wirkung. Diese Präsenz soll weiterhin aufrecht erhalten werden. Die zukünftigen Entwicklungen sollen auf den bisher erreichten Erfolgen aufbauen. Vor allem das Ehrenamtsprojekt und die Fotowettbewerbe sind sehr gut angekommen und sollen weitergeführt werden.



Ohne NÖ.Regional gäbe es die Kleinregion nicht, und es braucht die Betreuung als Konstante im Hintergrund, wofür ich sehr dankbar bin. Daher besteht weiterhin Interesse an einer guten Zusammenarbeit innerhalb der Kleinregion und der Unterstützung seitens der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der NÖ.Regional bzw. der Nachfolgeorganisation Dorf- und Stadterneuerung. Der Ausbau der Kooperation erfordert darüberhinaus einen weiteren Schritt – wir denken dabei an den Aufbau eines Kleinregionsmanagements, das uns hilft, unsere gemeinsame Aktivitäten gezielter und vor allem effizienter zu gestalten und vor allem eine gute begleitende Öffentlichkeitsarbeit zu machen.

Mit der neuen Strategie unterstreichen wir unser großes Anliegen, gemeinsam unter Einbindung der Bevölkerung Synergien in den Gemeinden zu erkennen und zu nutzen. Wir wollen die Gemeinschaft in der Region stärken und Verwaltungsaufgaben effizient verteilen. Unter anderem soll beispielsweise dem Thema Kinderbetreuung auf regionaler Ebene ein gewisser Fokus zukommen, um die Bereitstellung der notwendigen Infrastrukturen und des Personals für Gemeinden zu vereinfachen. Dies ist ein Beispiel von vielen, wo gemeindeübergreifend und vernetzt gearbeitet werden kann.

Ich als Obmann freue mich besonders auf die Umsetzung des neuen Strategieplans und die intensive Zusammenarbeit der Gemeinden in unserer Region.

Obmann LAbg. Bernhard Heinrichsberger, MA

## 2. Bezug zu den kleinregionalen Themenfeldern

Die kleinregionale Zusammenarbeit basiert in Niederösterreich auf dem Prinzip der **Freiwilligkeit**. Ziel ist der Aufbau eines handlungsfähigen und langfristig stabilen Kooperationsystems zwischen benachbarten Gemeinden. Zweck der Kooperation ist die Steigerung der Effizienz und Effektivität der Gemeinden bei ihrer Aufgabenerfüllung sowie die Verbesserung der Lebensqualität der Bevölkerung. Inhalte der Kooperation sind die **Abstimmung, Definition und Umsetzung kleinregional relevanter Ziele, Projekte und Maßnahmen**. Basis und rechtliche Grundlage sind die gültigen „Richtlinien für die kleinregionale Zusammenarbeit in Niederösterreich“, die „Durchführungsbestimmungen der Dorf- und Stadterneuerung, der Gemeinde21 und der Kleinregionen in Niederösterreich“ sowie die „Erläuterungen zur kleinregionalen Zusammenarbeit in Niederösterreich“.

Die acht Themenfelder aus drei Aktionsfeldern (Daseinsvorsorge; Wertschöpfung; Umweltsysteme) dienen dafür als niederösterreichweit einheitlicher Rahmen der inhaltlich-strategischen Arbeit innerhalb der Kleinregionen. Der Bezug zum LEK2035 sowie zur Hauptregionsstrategie 2025 wird über die Zuordnung zu den Aktionsfeldern 1 bis 3 hergestellt (weiterführende Informationen zur Hauptregionsstrategie 2025 auf [www.noeregional.at](http://www.noeregional.at)).

Die 8 kleinregionalen, kooperativen Themenfelder der 3 Aktionsfelder (AF) der NÖ Hauptregionsstrategien

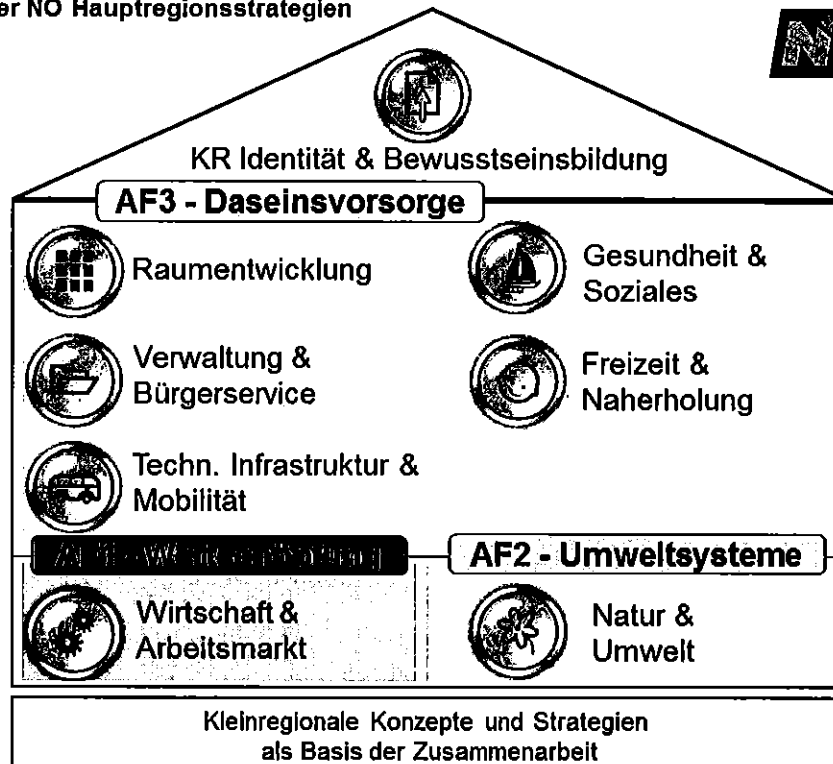


Abbildung 1: kleinregionale Themenfelder der NÖ Hauptregionsstrategie (Quelle: Amt der NÖ Landesregierung, Abt. RU7)

In jeder Kleinregion soll eine **gemeinsame Identität als Dach der Kooperation** aufgebaut und gestärkt werden. Damit verbunden sind das Wissen um die eigenen, regionalen Stärken und Schwächen, die darauf

aufbauende Entwicklung eines eigenständigen Profils sowie die Anwendung zielgruppengerechter kleinregionaler Informations- und Kommunikationsinstrumente.

Der Kleinregionale Strategieplan ist auf **mindestens vier Jahre** ausgerichtet. Neben dem Thema „Identität und Bewusstseinsbildung“ wird im Strategieplan eine **Fokussierung auf maximal drei weitere Hauptthemen** vorgenommen, um eine erfolgreiche Umsetzung zu sichern. Die Festlegung der Schwerpunktthemen erfolgt unter Berücksichtigung der (klein-)regionalen Potenziale und der Einschätzung der Akteur:innen vor Ort.

Diverse Förderprogramme unterstützen die finanzielle Umsetzung der Projekte, z. B. der **Fonds für Kleinregionen**. Darüber hinaus ist einmal jährlich eine gemeinsame **Reflexion zum Umsetzungsstand** der Kleinregionalen Strategie in der Kleinregion vorgesehen.

### 3. Beschreibung der Kleinregion

#### 3.1. Festlegung des Gebiets und Beschreibung der Gebietscharakteristik

Die Kleinregion Tullnerfeld umfasst 12 Gemeinden des Tullnerfeldes. Das ist der südwestliche Bereich des Bezirkes Tulln. Die Kleinregion wurde 2004 als ARGE gegründet, und ist seit 2020 als Verein mit einem Obmann (LAbg. Bernhard Heinrichsberger) organisiert. Das Entscheidungsgremium sind die Vertreter der Mitgliedsgemeinden (Bürgermeister), die sich zu regelmäßigen Kleinregionssitzungen treffen.



Abbildung 2: Lage und Gemeinden der Kleinregion Tullnerfeld (Quelle: [regiontullnerfeld.com](http://regiontullnerfeld.com))

Die Kleinregion Tullnerfeld liegt in 3 großen Landschaftsräumen - den Donauauen entlang der Donau, dem Tullnerfeld und den hügeligen Ausläufern des Wienerwaldes.

Sie befindet sich in einem Spannungsfeld zwischen landwirtschaftlicher Nutzung und dem damit verbundenen Schutz und Erhalt der landwirtschaftlichen Flächen auf der einen Seite, sowie dem starken Siedlungsdruck und den damit verbundenen Problemen wie Bodenverbrauch, hohes Verkehrsaufkommen oder Erholungsflächenbedarf auf der anderen Seite.

Das Tullnerfeld zählt wegen den klimatischen und topographischen optimalen Voraussetzungen sowie durch die hohe Bodenbonität zu den intensiv genutzten und ertragreichsten landwirtschaftlichen Flächen Österreichs.

## Bevölkerung

Gemeinde	Wohnbevölkerung Jewells zu Jahresbeginn			
	2022	2017	2012	2002
Atzenbrugg	3.194	2.881	2.647	2.487
Judenau-Baumgarten	2.317	2.256	2.160	2.062
Königstetten	2.534	2.361	1.993	1.869
Langenrohr	2.484	2.320	2.307	2.018
Michelhausen	3.888	3.059	2.623	2.524
Muckendorf-Wipfing	1.701	1.488	1.322	990
Sieghartskirchen	7.758	7.425	7.152	6.699
Sitzenberg-Reidling <sup>1</sup>	-	2.068	2.028	1.916
Tulbing	3.191	2.935	2.880	2.538
Tulln an der Donau	16.556	16.156	15.186	13.611
Würmla	1.576	1.390	1.272	1.233
Zieselmauer-Wolfpassing <sup>2</sup>	2.261	-	-	-
Zwentendorf ad Donau	4.181	4.013	3.951	3.687
<b>Gesamt</b>	<b>51.641</b>	<b>48.352</b>	<b>45.521</b>	<b>41.634</b>

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung in den Mitgliedsgemeinden der Kleinregion Tullnerfeld (Quelle: Statistik Austria)

Durch die Nähe zur Großstadt und die gute öffentliche Anbindung durch die HL-Bahn ist die Bevölkerung in der Region in den letzten Jahren stark gestiegen. Seit 2012 ist die Bevölkerung in den Tullnerfeld-Gemeinden um rund 13% gewachsen. Vier Gemeinden sind rund 20-30% (Atzenbrugg, Königstetten,

<sup>1</sup> Sitzenberg-Reidling ist 2020 aus der Kleinregion Tullnerfeld ausgetreten

<sup>2</sup> Zieselmauer-Wolfpassing ist 2020 in die Kleinregion Tullnerfeld eingetreten

Muckendorf-Wipfing, Würmla), die Gemeinde Michelhausen sogar um rund 48% gewachsen. Die Nachfrage an Grund und Wohnungen ist demnach hoch. Es ist zu erwarten, dass dieser Trend auch in den kommenden Jahren anhält.

### 3.2. Bestehende Strategien / Konzepte

- 2001 Kleinregionale Entwicklungskonzept südöstliches Tullnerfeld „Fragnerland“
- 2004 Kleinregionales Rahmenkonzept – Tullnerfeld West
- 2016 Verkehrskonzept Tullnerfeld West
- Seit 2018 Kleinregion „Tullnerfeld“
- Tullnerfelder Verwaltungsgemeinschaft – 6 Gemeinden über die Kleinregionsgrenzen hinausgehend
- KEM Region Ost und West
- LEADER-Projekt „Ökologische Gartenregion“, einige Gemeinden der Kleinregion
- Verstärkte Zusammenarbeit / Absprachen der Gemeinden zu unterschiedlichen Themen
- Projekt - Vis Nova

#### Strategierelevante Konzepte:

- Hauptregionsstrategie NÖ-Mitte
- LEADER-Strategie Donau NÖ-Mitte
- Tourismus Strategie der Destination Donau
- Regionale/sectorale Raumordnungsprogramme
- Regionale Leitplanung Tulln-Wagram

### 3.3. Übersicht an raumrelevanten örtlichen Grundlagen

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

Anwendung raumrelevanter (örtlicher) Programme, Instrumente & Planungstools in den Einzelgemeinden										
Kurzerläuterung zu den abgefragten Tools:	Programme, Instrumente & Planungstools									
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
<b>A) Energieausweis für Siedlungen</b> Abschätzung Energieaufwand für Siedlungsvarianten <b>B) ELAS-Rechner</b> Energetische Langzeit-Analysen von Siedlungsstrukturen <b>C) NÖ Infrastrukturkostenkalkulator (NIKK)</b> Kosten-Nutzen-Abschätzung von Siedlungserweiterungen <b>D) NÖ Flächenmanagement-Datenbank (FMD)</b> → oder vergleichbares Tool für aktives Flächenmanagement <b>E) Örtliches Entwicklungskonzept (ÖEK)</b> <b>F) Bebauungsplan</b> <b>G) örtliches Mobilitätskonzept</b> <b>H) örtliches Grünraumkonzept</b> <b>I) Vertragsraumordnung</b> <b>J) ... (weiteres: z. B. Zentrumszone, usw.)</b>	Energieausweis	ELAS - Rechner	NIKK	FMD	Örtliches Entwicklungskonzept (ÖEK)	Bebauungsplan	Mobilitätskonzept	Grünraumkonzept	Vertragsraumordnung	..
Anwendung in Einzelgemeinden										
Atzenbrugg	-	-	-	-	X	X	-	-	X	-
Judenau-Baumgarten	-	-	-	-	X <sup>3</sup>	X <sup>4</sup>	-	-	-	-
Königstetten	X <sup>5</sup>	-	-	-	X	X	-	X <sup>7</sup>	X	-
Langenrohr	-	-	-	-	X <sup>6</sup>	-	-	-	-	-
Michelhausen	-	-	-	X	X	X <sup>4</sup>	-	-	X	X <sup>8</sup>
Muckendorf-Wipfing	-	-	-	-	X	X	-	-	-	-
Sieghartskirchen										
Tulbing	-	-	-	-	X	X <sup>4</sup>	-	X <sup>7</sup>	X	-
Tulln an der Donau	-	-	-	-	X	X	X <sup>7</sup>	X <sup>7</sup>	X	X <sup>8</sup>
Würmla	-	-	-	-	X	-	-	-	-	-
Zeiselmauer-Wolfpassing	-	-	-	-	X	X	X <sup>9</sup>	-	X	-
Zwentendorf an der Donau	-	-	-	-	X	-	-	X <sup>10</sup>	X	X <sup>11</sup>
<b>Σ Summe</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>12</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>3</b>

<sup>3</sup> in der KG Freundorf vorhanden, in den KGs Judenau/Baumgarten/Zöfing in Ausarbeitung

<sup>4</sup> Teilbebauungspläne

<sup>5</sup> als Muster gerechnet

<sup>6</sup> derzeitige Überarbeitung

<sup>7</sup> im Zuge des ÖEK erstellt

<sup>8</sup> Zentrumszone (Michelhausen und Tulln an der Donau) und Bebauungsplan-Verordnung (Tulln an der Donau)

<sup>9</sup> E-Carsharing

<sup>10</sup> Biodiversitätsflächenplan

<sup>11</sup> Zentrumsentwicklung



## 4. Analyse des Entwicklungsbedarfs

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

Ergebnisfokus des KR Strategieplans 2016 – 2020																		
N°	Themenfeld sowie Projektbezeichnung (inkl. Farbcode)	Farbcode - Umsetzung lt. KR- Strategie *)			Hauptumsetzung über				Jahr(e) der Umsetzung					Art(en) der Finanzierung				
		01	02	03	Nicht umgesetzt	Basisarbeit	Impulsprojekt	Extern	selbstorganisiert	2018	2019	2020	2021	2022	Keine Kosten	Eigenmittel	Förderung (KREF...)	Sonstiges (Sponsoring...)
<b>Aktionsfeld - Daseinsvorsorge (AF3)</b>																		
<b>KR Identität, Bewusstseinsbildung</b>																		
1	...						X					X						
2	...						X			X	X							
3	...				X		X	X							X	X		
4	...				X					X	X				X			
5	...						X				X	X			X	X		
6	...						X					X						
7	Tagesbetreuung für Senioren				X													
8	...														X	X		
<b>Raumentwicklung</b>																		
9	Kleinreg. Rahmenkonzept neu	X																
10	Siedlungskonzept	X																
<b>Techn. Infrastruktur &amp; Mobilität</b>																		
11	Letzte Melle überbrücken	X																
12	...	X																
13	Radwegverbindungen ausbauen	X																
<b>Aktionsfeld – Wertschöpfung (AF1)</b>																		
<b>Wirtschaft und Arbeitsmarkt</b>																		
14	reg. Produkte online vermarkten	X																
Σ	Summen																	
	... realisierte Projekte																	
									davon mit Hauptumsetzer					Projekte/a In Umsetzung				Finanz. Dimension

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

	plangemäß realisiert	Code 2	In modifizierter Form realisiert
	neu hinzugekommen - Im Umsetzungsprozess	Code 4	nicht realisiert

**Relevante, ergänzende Anmerkungen zu einzelnen Projekten**

N° Projekt	Bezeichnung Projekt	Allfällige Anmerkungen
3	Freiwilliges Engagement im Tullnerfeld	LEADER-Projekt
7	Tagesbetreuung für Senioren	Kein Bedarf bzw. kein Regionsthema mehr
8	Ökologische Grünraumbewirtschaftung	Über Natur im Garten und LEADER
9	Kleinregionales Rahmenkonzept neu	Evaluierung wurde durchgeführt, allerdings kein neues Konzept beauftragt
10	Siedlungskonzept	Umsetzung innerhalb Regionalen Leitplanung (RLP)
11	Letzte Meile überbrücken	Tulbing: seit Mitte April ist ein Elektrobuss unterwegs, der als Zubringer zur Landstraße („Schnellbuslinie“) fungiert. Der neue „Schnellbus“ kann nun direkter fahren – Einsparung etwa 10 Minuten
12	Bus- und Zuganschlüsse optimieren	2021 neue Buspläne
13	Radwegverbindungen ausbauen	Radbasisnetz
14	Digitalisierung/ Regionale Produkte online vermarkten	Information über verschiedene Systeme – kein Interesse an weiteren Aktivitäten

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

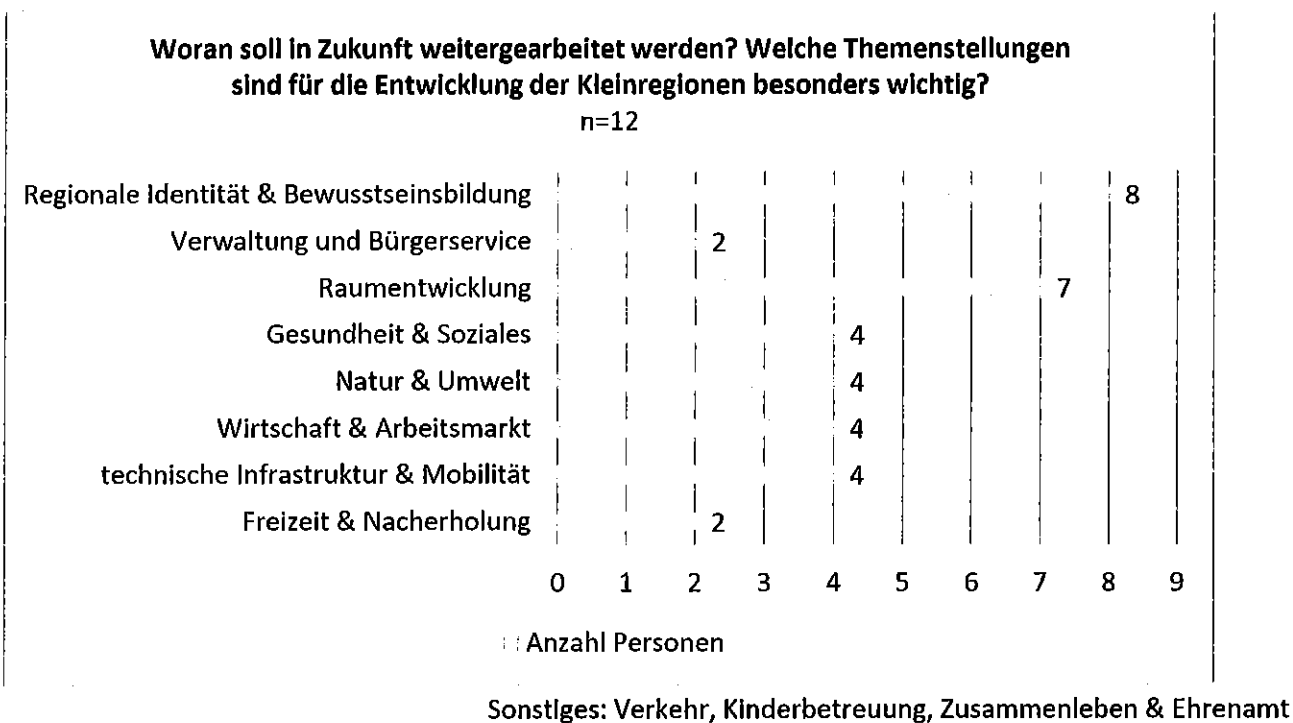
Es wurde mit viel Elan und sehr erfolgreich am Themenfeld kleinregionale Identität gearbeitet. Dabei haben sich auch viele Ideen und Projekte ergeben, die ursprünglich bei Erstellung der Strategie in der Form noch gar nicht angedacht wurden. Einige Inhalte haben sich im Verlauf als obsolet herausgestellt, beispielsweise die Seniorentagesbetreuung. Andere Inhalte wurden zum Teil durch Corona eingeschränkt, beispielsweise musste das Mobilitätsfest aufgrund dessen verschoben werden. Insgesamt ist die Motivation groß, auf den bisherigen Erfolgen weiter aufzubauen und das Thema Identität und Bewusstseinsbildung weiter primär fortzuführen. Abgesehen davon wird auch viel Wert auf Raumentwicklung gelegt.

Der Strategieplan ist zwar eine Stoßrichtung und Impulsrichtung, wie man sich fortbewegen kann, man muss allerdings flexibel bleiben und die Situation immer wieder neu reflektieren und bewerten, um neue Denkrichtungen zuzulassen und einfließen zu lassen. Es ist immer auch eine Frage der zeitlichen und finanziellen Ressourcen wie auch der aktuellen Interessen der Gemeinden, inwieweit Synergien möglich sind, Projekte entstehen bzw. Ziele auch wieder verworfen werden. Wichtig ist, dass der zeitliche Aufwand aller Beteiligten nicht zu groß wird und zugleich trotzdem herzeigbare Projekte entwickelt werden, um die Motivation zu erhalten. Aufgrund der Komplexität vieler Themen und der diskussionsintensiven Auseinandersetzungen hinsichtlich Projektideen, Maßnahmen, Lösungsvorschlägen usw. ist eine Instanz

wichtig, die die Meinungen aller schriftlich zusammenträgt und zusammenfasst, um den Überblick zu wahren und die Nachvollziehbarkeit zu gewährleisten. Basierend darauf lassen sich die nächsten Schritte gut argumentieren.

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

Das Themenfeld „kleinregionale Identität und Bewusstseinsbildung“ ist weiterhin für die Gemeinden in der regionalen Zusammenarbeit von Interesse. Auch Überlegungen zur gemeinsamen Raumentwicklung erachten die Kleinregionsmitglieder als wichtig (siehe Auswertung der Umfrage von der Kleinregionssitzung im Diagramm unterhalb).



Aufbauend auf den Ergebnissen des letzten Strategieplans, den sich verändernden Rahmenbedingungen und die Umfrage hat die Kleinregion für die nächsten fünf Jahre folgende Schwerpunkte gewählt:

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

- Kleinregionale Identität und Bewusstseinsbildung
- Raumentwicklung
- Verwaltung und Bürgerservice
- Technische Infrastruktur und Mobilität
- Gesundheit und Soziales
- Freizeit und Naherholung

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

- Natur und Umwelt

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

- Wirtschaft und Arbeitsmarkt

Der Aufbau eines gut funktionierenden Kleinregionsmanagements ist für die Region zentral – dieses fällt unter das Themenfeld „**Verwaltung und Bürgerservice**“ – zum Zeitpunkt der Umfrage oben war dieses Thema allerdings noch nicht präsent.

Das hoch gehandelte Themenfeld „**Raumentwicklung**“ wurde mit der RLP gut abgedeckt, in Zukunft sollen die Themen aus der RLP weiter berücksichtigt werden, ggf. entstehende Module und Angebote der zuständigen Landesstellen werden in Anspruch genommen.

Das Themenfeld „**technische Infrastruktur und Mobilität**“ ist den handelnden Akteur:innen sehr wichtig; v.a. angesichts des großen Erfolgs des Projekts „LISA Tulln“ ist eine konsequente und dauerhafte Beschäftigung mit dem Thema „letzte Meile“ und kleinräumige Mobilität (Anbindung zum Bahnhof Tullnerfeld) von zentraler Bedeutung.

Im Themenfeld „**Gesundheit und Soziales**“ wird vor allem das Thema „Kinderbetreuung“ verankert, eine Pool-Lösung für Kinderbetreuungskräfte wird dabei angestrebt.

Das Pflicht-Themenfeld „**Kleinregionale Identität und Bewusstseinsbildung**“ ist im Tullnerfeld ohnehin sehr präsent. Die gute Arbeit der vergangenen Jahre soll verstärkt werden, mit einem Kleinregionsmanagement können die Kanäle auch durchgehend gut bespielt werden, einige neue Akzente können sich ergeben und sollen auch gezielt forciert werden.

Ein wichtiger Schwerpunkt ist themenübergreifend die Verankerung der Region in der Bevölkerung. ALLE Aktivitäten sollen regional begreifbar sein. Speziell die Freizeitmöglichkeiten in der Region können über die vorhandenen Kanäle besser gemeinsam abgebildet und beworben werden.

## 5. Detaillierter Strategieplan 2023 – 2027 (je Themenfeld)

### 5.1. Themenfeld Kleinregionale Identität und Bewusstseinsbildung

aus dem Aktionsfeld Daseinsvorsorge (AF 3)

#### Grundpositionierung bzw. strategische Stoßrichtung

Der Regionsauftritt wurde im Rahmen des letzten Strategieplans erstellt und sukzessive mit Leben gefüllt. Das Motto der Kleinregion lautet „Vielfalt erleben – Vielfalt entdecken“. Dieser gute Weg soll weiter beschrritten werden. Die Regionswebsite ist dabei Dreh- und Angelpunkt, die Social Media Kanäle können weiter ausgebaut, aber vor allem regelmäßiger bespielt werden.

Außerdem soll das Logo weiterhin sichtbar bleiben und noch stärker verankert werden, so ist zB. ein regionales DKT-Spiel in Ausarbeitung, andere Werbemittel könnten noch entstehen.

#### Ziele

Die Ziele aus dem Strategieplan 2018 – 2022 können daher in Ihren Grundlagen übernommen und etwas konkretisiert werden, sie werden mit den bereits bestehenden Maßnahmen und detaillierteren neuen Projekten hinterlegt.

- Wir stärken die Kooperation in den Bereichen Kultur, Veranstaltungen und Ehrenamt und setzen dabei verstärkt auf die Vernetzung und gemeinsame Bewerbung unserer Aktivitäten und Einrichtungen.
- Die Identifikation der Einheimischen und der Zuziehenden mit der Region ist klar sichtbar, der Begriff „Region Tullnerfeld“ ist bekannt und gut etabliert. Wir sind Tullnerfelder:innen!
- Wir treten gemeindeübergreifend auf und bespielen die relevanten Medien gemeinsam, setzen dabei verstärkt auf die Regionswebsite.

#### Wirkungen / Beabsichtigte Ergebnisse am Ende der Periode 2023 – 2027

- Die Website der Kleinregion [www.regiontullnerfeld.com](http://www.regiontullnerfeld.com) wurde ausgebaut und wird laufend bespielt. Dazu findet regelmäßig eine Vernetzung der Zuständigen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit statt. Die Facebookseite wird ebenfalls regelmäßiger mit news versorgt, zusätzlich könnte ein Instagram-Auftritt entstehen.
- Sichtbare Zeichen der Kleinregion sind umgesetzt.
- Unsere Freizeiteinrichtungen sind gemeindeübergreifend der Bevölkerung bekannt, wir haben einen Modus zur gemeinsamen Bewerbung gefunden und setzen auf Vernetzung.

**Ergebnismatrix für das Themenfeld Identität und Bewusstseinsbildung  
(geplanter bottom-up Beitrag der Kleinregion zur Umsetzung der Hauptregionsstrategie)**

Themenfeld Kleinregionale Identität und Bewusstseinsbildung				NÖ-Mitte		
	Nummer	Bezeichnung	Indikator	Basls-Wert	Ziel-Wert	Ist-Wert
Outcome 1 (= Output lt. HRS)	3.4.1.1.	Kooperationen im Bereich Daseinsvorsorge werden begleitet	Anzahl Gemeinden mit Kooperationen in der Daseinsvorsorge	x	x	
Output 1 lt. KR-Strategie		Die website <a href="http://www.regiontullnerfeld.com">www.regiontullnerfeld.com</a> ist in der Region bestens bekannt.	Zugriffszahlen pro Jahr	xx	+10.000 pro Jahr	
Output 2 lt. KR-Strategie		Es gibt einen weiteren Kanal zur Bewerbung der Region.	Anzahl der Kanäle	0	1	
Output 3 lt. KR-Strategie		Es werden sichtbare Zeichen für die Region gesetzt.	Anzahl Produkte mit Logo	1	5	
Output 4 lt. KR-Strategie		Die Vernetzung der Freizeiteinrichtungen wird gut angenommen, es gibt gemeinsame Werbemaßnahmen (Bäderkarte..)	Anzahl Freizeiteinrichtungen in Vernetzung	0	15	

**Aktionsplan – Maßnahmen und Projekte zur Erreichung der Resultate**

Gerade das Themenfeld „Kleinregionale Identität und Bewusstseinsbildung“ ist ein sehr breites Betätigungsfeld, das mit den zur Verfügung stehenden Ressourcen mehr oder weniger Aufmerksamkeit bekommen kann. Mit den derzeitigen Möglichkeiten (KR Betreuung durch Regionalberaterin NÖ.Regional (Dorf- und Stadterneuerung) und die zuständigen Mitarbeiter:innen in den Gemeinden ist eine gute und konsequente Öffentlichkeitsarbeit schwer möglich.

Die Bespielung der Website kann durchaus auch mit Unterstützung eines ehrenamtlichen Teams erfolgen (vgl. „Regionauten“ in den Bezirkszeitungen, lokale Journalist:innen), mit thematischer Spezialisierung in den Rubriken der Website.

Die laufende Öffentlichkeitsarbeit wäre in professioneller Hand allerdings zielgerichteter möglich. Wenn es gelingt, das Hauptziel der neuen Strategie – den Aufbau eines kleinregionalen Managements – zu erreichen, ist in diesem Themenfeld vieles umsetzbar.

Zum Zeitpunkt der Strategieerstellung ist das Ziel des kleinregionalen Managements in greifbarer Nähe, entsprechend werden die Maßnahmen/Projekte daran angelehnt.

**Umsetzungsplan (Zeitplan, Kostenplan, Kooperationsintensität)**

Themenfeld - Kleinregionale Identität und Bewusstseinsbildung										NÖ-Mitte									
N°	Bezeichnung Projekte	Stufe der Kooperation				Finanzlelle Dimension (grob)				Zeitliche Dimension (pro Halbjahr)									
		1. Stufe	2. Stufe	3. Stufe	4. Stufe	0 – 3.000 €	3.000 – 10.000 €	10.000 – 50.000 €	> 50.000 €	2023		2024		2025		2026		2027	
1	Laufende Öffentlichkeitsarbeit durch Kleinregionsmanagement				X		X				X	X	X	X	X	X	X	X	X
2	Aufbau „Team Regionauten“				X	X							X						
3	Vernetzung Freizeiteinrichtungen				X	X						X	X	X	X	X	X	X	X
4	Sichtbare Zeichen für die Region				X		X								X				
5	Ausflugstipp für die Region				X	X						X							
<b>Σ</b>	<b>Summen</b>				4	2	1	1				1	2	3	3	2	2	2	2
<b>5</b>	<b>... geplante Projekte mit ...</b>	<b>... geplanter Kooperationsstufe</b>				<b>... geplanten Grobkosten</b>				<b>... geplantem Zeitraum der Umsetzung</b>									

**5.2. Themenfeld Verwaltung und Bürgerservice**

aus dem Aktionsfeld Daseinsvorsorge (AF 3)

**Grundpositionierung bzw. strategische Stoßrichtung**

Die ersten Ansätze einer gemeindeübergreifenden Zusammenarbeit mit der Verwaltungsgemeinschaft Im Themenbereich „Bauamt“ ist ja erfolgreich gelaufen.

Nun ist ein weiterer wichtiger Schritt geplant: ein eigenes Kleinregionsmanagement soll aufgebaut werden. Dazu gibt sich die Region Zeit, das für alle Gemeinden passende Modell zu finden.

**Ziele**

Da dieses Themenfeld im letzten Strategieplan nicht verankert war, werden neue Ziele gesetzt:

- Bis Ende 2023 ist eine Richtungsentscheidung für ein Modell eines wirksamen KR Managements gefallen, eine allfällige Ausschreibung startet im Jänner 2024.
- Eine genaue Aktionsplanung ist gemeinsam mit dem KR Management gemacht, ein Maßnahmenplan liegt vor.
- Ein Schwerpunkt liegt auf der Vernetzung der lokalen und regional tätigen Akteur:innen.

**Wirkungen / Beabsichtigte Ergebnisse am Ende der Periode 2023 – 2027**

- Das KR Management ist etabliert und läuft seit vier Jahren gut. Es gibt sichtbare Ergebnisse, der Mehrwert des KR Managements ist klar, entsprechend wird es weitergeführt.

- Der / die KR Manager:in hat positive Akzente gesetzt und einige Projekte initiiert und umgesetzt. Dafür hat er/sie auch entsprechende Förderstellen gefunden.

**Ergebnismatrix für das Themenfeld Verwaltung und Bürgerservice  
(geplanter bottom-up Beitrag der Kleinregion zur Umsetzung der Hauptregionsstrategie)**

Themenfeld Verwaltung und Bürgerservice				NÖ-Mitte		
	Nummer	Bezeichnung	Indikatoren	Basis-Wert	Ziel-Wert	Ist-Wert
Outcome 1 (= Output lt. HRS)	3.6.1.1.	Bürger:innenbeteiligung und andere partizipative Planungen kommen in Gemeinden und Regionen verstärkt zum Einsatz.	- Anzahl von Beteiligungsprozessen zur Stärkung der Bürgergesellschaft	x	x	
Output 1 lt. KR-Strategie		Ein effektives KR Management ist etabliert	- Bestätigung des KR Managements nach einem Jahr			
Output 2 lt. KR-Strategie		Vernetzungstreffen mit lokalen/regionalen Akteur:innen	- Anzahl TN bei Vernetzungstreffen/Gemeinde	0	2	

**Aktionsplan – Maßnahmen und Projekte zur Erreichung der Resultate**

Je nach gewähltem Modell des KR Managements sind mehr oder weniger Projekte möglich. Weiters hängt es etwas von der Person ab, die natürlich auch eigene Ideen einbringen kann.

Das Management soll eng mit der/dem Betreuer:in der Dorf- und Stadterneuerung zusammenarbeiten und darüberhinaus eine gute Vernetzung zur LEADER Managerin Donau NÖ-Mitte und dem KEM-Management pflegen.

Daraus können sich weitere Projekte ergeben.

Die Schwerpunkte der ersten Zeit sollen jedenfalls der Aufbau einer funktionierenden Öffentlichkeitsarbeit unter Einbeziehung der Mitarbeiter:innen in den Gemeinden sowie eine Einarbeitung ins Thema „Mobilität“ sein.

**Umsetzungsplan (Zeitplan, Kostenplan, Kooperationsintensität)**

Themenfeld Verwaltung und Bürgerservice							NÖ-Mitte							
N°	Bezeichnung Projekte	Stufe der Kooperation				Finanzielle Dimension (grob)				Zeitliche Dimension (pro Halbjahr)				
		1. Stufe	2. Stufe	3. Stufe	4. Stufe	0 – 3.000 €	3.000 – 10.000 €	10.000 – 50.000 €	> 50.000 €	2023	2024	2025	2026	2027
1	Aufbau KR Management				X				X	X				
2	Vernetzungstreffen				X	X				X	X	X	X	X



Σ	Summen			2	1			1			2	1	1	1	1	1	1	1
2	... geplante Projekte mit ...	... geplanter Kooperationsstufe			... geplanten Grobkosten				... geplantem Zeitraum der Umsetzung									

### 5.3. Themenfeld Technische Infrastruktur und Mobilität

aus dem Aktionsfeld Daseinsvorsorge (AF 1)

#### Grundpositionierung bzw. strategische Stoßrichtung

„Auf Grund der Attraktivität der Region ist Nachfrage nach optimaler technischer Infrastruktur sehr hoch und deren Bereitstellung vorrangig.“

Geprägt ist die Region durch den Bahnhof und den damit verbundenen Verkehr. Daher wird großen Wert auf nachhaltige Mobilität gelegt. Innovative zukünftige Mobilitätskonzepte werden überprüft“. Soweit die Grundüberlegung aus dem letzten Strategieplan. Diesem Ansinnen ist nicht viel hinzuzufügen, allerdings haben sich Rahmenbedingungen und Voraussetzungen geändert – entsprechend können die Ziele auch mit neuen Überlegungen hinterlegt werden.

#### Ziele

Die Ziele aus dem letzten Strategieplan können übernommen und erweitert werden, da sich die Rahmenbedingungen immer wieder ändern und mittlerweile der Druck nach guten öffentlichen Verkehrsmitteln immer größer wird.

- Attraktive öffentliche Anbindungen (vor allem an den Bahnhof Tullnerfeld bzw. an das Pilotprojekt „LISA TULLN“) sind für alle in erträglicher Zeit erreichbar, ein Schwerpunkt liegt auf der Überbrückung der letzten Meile. Verschiedene Modelle dazu sind ausgelotet, bestenfalls ein Pilot gestartet (Mitfahrbörse, Sharing – Modelle, Alltagsradeln, ...)
- Der Motorisierte Individualverkehr (MIV) ist in der Region weiter rückläufig. Das ist auch auf die guten begleitenden Bewusstseinsbildungsmaßnahmen zurückzuführen.
- Der weitere Ausbau des Alltagsradwegenetzes macht das Erreichen des Bahnhofs Tullnerfeld per Rad besser möglich.

#### Wirkungen / Beabsichtigte Ergebnisse am Ende der Periode 2023 – 2027

- Ein zusätzliches Modell zur Überbrückung der letzten Meile ist aktiv und wird gut angenommen.
- Das Alltagsradwegenetz ist gut dokumentiert, einige Lücken konnten geschlossen werden, mit bewusstseinsbildenden Maßnahmen ist die Bevölkerung von der Attraktivität des Radfahrens im Tullnerfeld überzeugt.

#### Ergebnismatrix für das Themenfeld Technische Infrastruktur und Mobilität (geplanter bottom-up Beitrag der Kleinregion zur Umsetzung der Hauptregionsstrategie)

Themenfeld Technische Infrastruktur und Mobilität				NÖ-Mitte		
	Nummer	Bezeichnung	Indikatoren	Basis-Wert	Ziel-Wert	Ist-Wert
Outcome 6 (= Output lt. HRS)	3.3.2	Umsetzung des regionalen Mobilitätskonzeptes NÖ-Mitte				

Output 1 lt. KR-Strategie		Modelle zur Abdeckung der letzten Meile sind evaluiert, eines wird ausprobiert	Anzahl Modelle	0	5	
Output 2 lt. KR-Strategie		Bewusstseinsbildende Maßnahmen sind gesetzt	Anzahl Maßnahmen / Gemeinde	0	1	
Output 3 lt. KR-Strategie		Lücken im Alltagsradwegenetz sind erhoben, Projekte zur Schließung geplant	Anzahl Projekte	0	2	
Output 4 lt. KR-Strategie		Eine Karte über die Alltagsradwege in der Region ist erhältlich.		0	1	

### Aktionsplan – Maßnahmen und Projekte zur Erreichung der Resultate

Die Maßnahmen in diesem Bereich hängen stark von der Etablierung des KR-Managements und den damit verfügbaren Zeltressourcen ab.

Eine gute Basis-Recherche ist nötig, um die Maßnahmen gut und vernetzt planen zu können.

Entsprechend sind im Umsetzungsplan nur einige Maßnahmen enthalten, die jedenfalls durchgeführt werden können. Das KR-Management hat aber die Aufgabe, weitere Ideen in diesem Bereich zu entwickeln.

### Umsetzungsplan (Zeitplan, Kostenplan, Kooperationsintensität)

Themenfeld Technische Infrastruktur und Mobilität										NÖ-Mitte					
N°	Bezeichnung Projekte	Stufe der Kooperation				Finanzielle Dimension (grob)				Zeitliche Dimension (pro Halbjahr)					
		1. Stufe	2. Stufe	3. Stufe	4. Stufe	0 – 3.000 €	3.000 – 10.000 €	10.000 – 50.000 €	> 50.000 €	2023	2024	2025	2026	2027	
1	Karte über Alltagsradwege in der Region				X	X					X				
2	Infovorträge/bewusstseinsbildende Aktionen				X	X					X	X	X	X	
3	Kampagne „Radeln im Tullnerfeld“				X	X						X			
4	Modellentwicklung „letzte Meile“				X	X						X			
<b>Σ</b>	<b>Summen</b>				<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>					<b>2</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>4</b>	<b>... geplante Projekte mit ...</b>	<b>... geplanter Kooperationsstufe</b>				<b>... geplanten Grobkosten</b>				<b>... geplantem Zeitraum der Umsetzung</b>					

## 5.4. Themenfeld Gesundheit und Soziales

aus dem Aktionsfeld Daseinsvorsorge (AF 1)

### Grundpositionierung bzw. strategische Stoßrichtung

Aus dem letzten Strategieplan gibt es in diesem Themenfeld keine Ziele, entsprechend werden sie neu formuliert.

Der Themenbereich „Gesundheit und Soziales“ ist in den letzten Jahren wichtiger geworden, vor allem die sich verändernden Rahmenbedingungen in der Kinderbetreuung geben den Gemeinden zusätzliche Aufgaben auf, die sich durchaus herausfordernd gestalten.

Eine Zusammenarbeit über die Gemeindegrenzen hinaus würde einige Ansätze erleichtern. Die Region ist von starkem Zuzug geprägt, die Zuzügler:Innen stellen durchaus ein hohes Potenzial im Bereich „Ehrenamt“ dar und sind auch für die Weiterentwicklung der Region v.a. durch ihre „Außensicht“ nicht außer Acht zu lassen.

### Ziele:

- Die NÖ Kinderbetreuungsoffensive ist auch im Tullnerfeld gut umgesetzt, eine Möglichkeit ist gefunden, Betreuungskräfte gemeindeübergreifend einzusetzen.
- Das Potenzial „Zuzügler:innen“ ist bekannt, geeignete Maßnahmen zur Einbindung der Zuzügler:innen sind gesetzt.
- Das Projekt #ehrenamttullnerfeld ist 2022 gut gelaufen, einige Aktionen zur weiteren Stärkung der Freiwilligenarbeit sollen noch gesetzt werden.

### Wirkungen / Beabsichtigte Ergebnisse am Ende der Periode 2023 – 2027

- Ein Kinderbetreuungs-pool ist aktiv und bringt den Gemeinden Vorteile.
- Sichtbare Zeichen sind im Projekt #ehrenamttullnerfeld gesetzt worden.
- Es gibt zumindest zwei Projekte (die vom KR Management ausgearbeitet worden sind), die das Potenzial der Zuzügler:innen nutzen bzw. Zuzügler:innen dabei unterstützen, in der Region anzukommen und sich beteiligen zu können.

### Ergebnismatrix für das Themenfeld Gesundheit und Soziales

(geplanter bottom-up Beitrag der Kleinregion zur Umsetzung der Hauptregionsstrategie)

Themenfeld Gesundheit und Soziales				NÖ-Mitte		
	Nummer	Bezeichnung	Indikator	Basis-Wert	Ziel-Wert	Ist-Wert
Outcome 1 (= Output lt. HRS)	3.4.1.1.	Kooperationen im Bereich „Daseinsvorsorge“ werden begleitet.	[Hier Indikator lt. HRS einfügen]			
Output 1 lt. KR-Strategie		Eine Lösung für einen regionalen Pool für Kindergarten- und TBE Betreuer:Innen ist gefunden.	Anzahl Betreuer:Innen im Pool Anzahl Einsätze in der Region	0 0	12 x	
Output 2 lt. KR-Strategie		Die Zuzügler:innen in die Region sind ein großes	Anzahl Projekte für/mit Zuzügler:innen			

		Potenzial, das genützt werden soll.	Anzahl Zuzügler:Innen, die sich engagieren			
Output 3 lt. KR-Strategie		Das #ehrenamtullnerfeld-Projekt wird weitergeführt, geeignete Maßnahmen werden gesetzt.	Anzahl Maßnahmen	3	7	

### Aktionsplan – Maßnahmen und Projekte zur Erreichung der Resultate

In diesem Themenfeld gibt es bis dato nur grobe Richtwerte, allerdings bis auf den Aufbau eines (wie auch immer gearteten) Kinderbetreuungspools noch keine konkreten Maßnahmen, da vieles von äußeren Rahmenbedingungen sowie der Arbeit des KR-Managements abhängt.

In den gesetzten Zielen ist viel Spielraum für kreative Möglichkeiten und Maßnahmen.

### Umsetzungsplan (Zeitplan, Kostenplan, Kooperationsintensität)

Themenfeld Wirtschaft und Arbeitsmarkt										NÖ-Mitte					
N°	Bezeichnung Projekte	Stufe der Kooperation				Finanzielle Dimension (grob)				Zeitliche Dimension (pro Halbjahr)					
		1. Stufe	2. Stufe	3. Stufe	4. Stufe	0 – 3.000 €	3.000 – 10.000 €	10.000 – 50.000 €	> 50.000 €	2023	2024	2025	2026	2027	
1	Aufbau Kinderbetreuungspool				X	X					X				
Σ	Summen				1	1					1				
1	... geplante Projekte mit ...	... geplanter Kooperationsstufe				... geplanten Grobkosten				... geplantem Zeitraum der Umsetzung					

## 6. Organisationsstruktur der Kleinregion

Die Kleinregion Tullnerfeld wurde ursprünglich als ARGE gegründet. Seit dem Jahr 2004 bestand dieser Zusammenschluss aus den Gemeinden Atzenbrugg, Judenau-Baumgarten, Königstetten, Langenrohr, Michelhausen, Muckendorf-Wipfing, Sieghartskirchen, Sitzenberg-Reidling, Tulbing, Tulln an der Donau, Würmla und Zwentendorf an der Donau. 2020 wurde ein Verein mit dem Namen „Region Tullnerfeld“ mit Sitz in der Gemeinde Michelhausen ins Leben gerufen. Im Zuge der Vereinsgründung trat Sitzenberg-Reidling aus der Kleinregion aus, dafür kam Zeiselmauer dazu.

Der **gemeinnützige Verein** bezweckt die interkommunale Zusammenarbeit, konkret die Entwicklung der Region in den Bereichen der kleinregionalen Identität & Marketing, der Daseinsvorsorge, der Wertschöpfung im Bereich Wirtschaft und Arbeitsmarkt sowie den Themen Umwelt und Energie.

Die erforderlichen **finanziellen Mittel** werden durch Mitgliedsbeiträge der Vereinsmitglieder sowie durch projektbezogene Sonderkosten (Subventionen und Förderungen, Erträge aus Vereinsveranstaltungen, Sponsorengelder, Werbeeinnahmen) generiert.

Die Gemeinden der Region sind **ordentliche Mitglieder** des Vereins und werden durch zwei entscheidungsbefugte Delegierte vertreten. Über die Aufnahme von Gemeinden entscheidet der Vorstand.

Die **Generalversammlung** ist die „Mitgliederversammlung“. Eine ordentliche Generalversammlung findet jedes Jahr statt. Gemeinden als Mitglieder haben das Recht, in die Generalversammlung des Vereins je zwei und in den Vorstand je einen stimmberechtigten Vertreter zu entsenden.

Der **Vorstand** setzt sich aus den Bürgermeister:innen oder je einem Vertreter der Mitgliedsgemeinden zusammen, besteht aus zumindest fünf Personen (Obfrau/Obmann und Stellvertreter:in, Schriftführer:in und Stellvertreter:in sowie Kassier:in) und wird von der Generalversammlung gewählt. Die Kleinregion wird durch einen gewählten Obmann und Stellvertreter nach außen vertreten.

Von der Generalversammlung werden zwei **Rechnungsprüfer:innen** zur laufenden Geschäftskontrolle sowie zur Prüfung der Finanzgebarung des Vereins gewählt. Zur Unterstützung der Vereinstätigkeit, insbesondere zum Zweck der Umsetzung regionaler Projekte im Sinne einer positiven Regionalentwicklung, kann der Vorstand **Arbeitskreise** einrichten.

## 7. Finanzierungsplan

### 7.1. Basisbudget der Kleinregion

Das Basisbudget der Kleinregion ist mit 50ct pro Einwohner in den Statuten geregelt. Bis dato gibt es sehr wenige regelmäßige Ausgaben. Eine administrative Kraft arbeitet auf Stundenbasis und rechnet in Paketen nach Leistung ab, darüberhinaus gibt es Ausgaben für die Website [www.regiontullnerfeld.com](http://www.regiontullnerfeld.com)

<b>BUDGET per anno</b>			
<b>EINNAHMEN in €</b>		<b>AUSGABEN in €</b>	
Mitgliedsbeiträge Gemeinden	25.821	Website	1.000
50ct pro EW		Anlassbezogener administrativer Aufwand	Rund 1.500
Projektbezogenes Budget	siehe unten		
<b>Summe</b>	<b>25.821</b>	<b>Summe</b>	<b>2.500</b>

**Anmerkung:**

Kleinregionen mit gemeinsam vereinbartem Budget beweisen eine höhere Grundintensität der Zusammenarbeit. Das wird im Rahmen etwaiger Projektbewertungen im Rahmen des Fonds für Kleinregionen entsprechend gewürdigt.

<b>PROJEKTBEZOGENES BUDGET 2023</b>			
<b>EINNAHMEN in €</b>		<b>AUSGABEN in €</b>	
LEADER-Förderung	21.500,00	Projekt #ehrenamttullnerfeld	33.000,00
<b>Summe</b>	<b>21.500,00</b>	<b>Summe</b>	<b>33.000,00</b>

### 7.2. Basisbudget für Projekte

Es gibt bis dato kein Basisbudget für Projekte, alle Projekte werden derzeit aus den Mitgliedsbeiträgen finanziert.

Ab 2024 wird sich das Budget anders zusammensetzen, da ein Kleinregionsmanagement aufgebaut werden soll. Die neu zu vereinbarende Struktur wird sich an den unterschiedlichen Intensitäten der Projekte, an Projektschwerpunkten und Projektförderungen unterschiedlicher Fördertöpfe orientieren.

### 7.3. Personelle Ressourcen für die Umsetzung des Strategieplans

Geplante personelle Ressourcen für die Strategieumsetzung (Wochenstunden)	2023	2024	2025	2026	2027
Kleinregionsbetreuung (Regionalberater:innen) (NUR für die Strategieumsetzung)	2	2	2	2	2
Kleinregionsmanagement GEPLANT		20	20	20	20
Sonstige personelle Unterstützung: Fachexpert:innen*	2	2	2	2	2

\*Verschiedene Expert:innen zu den Themen Website, Marketing und Identität, Mobilität, Kleinkindbetreuung...

## 8. Erarbeitungsprozess des Strategieplans

Der Ablauf der Strategieerstellung wurde gemeinsam mit den Bürgermeister:innen der Region im Frühjahr 2023 festgelegt. Eine Einbindung der Bevölkerung war jedenfalls erwünscht.

Folgende Module wurden geplant:

- Regionsumfrage: Wiederholung der Befragung von 2019, teilweise gleiche Fragen, um einen Vergleich möglich zu machen.
- Zwei Regionsforen zu vier großen Themenbereichen
- Vereinsgespräch
- Vernetzung von regionalen Akteur:innen
- Vernetzung von Mitarbeiter:innen In der Öffentlichkeitsarbeit In den Gemeinden
- Bürgermeister:innenrunden zur Abstimmung der Strategie.

Die **Regionsumfrage** brachte weniger Rücklauf als 2019, eine gewisse Tendenz ist aber ablesbar. Ergebnisse im Anhang.

Die zahlenmäßige Beteiligung an den **Regionsforen** war zwar überschaubar, die Qualität der besprochenen Themen und Ideen allerdings sehr gut. Es waren Teilnehmer:innen aus einigen Gemeinden der Region anwesend, auch thematisch war eine große Bandbreite gegeben.

### Ergebnisse Regionsforen TULLNERFELD

#### 1. Regionsforum Michelhausen „Soziales, Gesundheit & Freizeit“ und „Kultur & Identität“

##### Teilnehmer:innen

Michelhausen	Obm. Bernhard Heinrichsberger
Atzenbrugg	Bgm Beate Jilch
Atzenbrugg	Peter Haferl
Michelhausen	Dominik Steigl
Michelhausen	Bettina Hauk
Königstetten	Bgm. Roland Nagl
Königstetten	Vizebgm. Ronald Gutscher
Judenau-Baumgarten	Petra Hiesinger
Muckendorf-Wipfing	Barbara Vacha
Zieselmauer-Wolfpassing	Marlon Pircher



Die Teilnehmer:innen kamen aus verschiedensten teilweise auch thematisch „passenden“ Berufen (Krankenschwester, Psychologin, etc.), auch IT-Techniker waren dabei.

##### Diskutierte Themen

- Hochbeete für die Schulen
- Jede Gemeinde besucht das Haus der Digitalisierung – wie können wir als Region vom Haus der Digitalisierung profitieren?
  - o Das Thema hat mehrere Facetten – Bewusstseinsbildung Digitalisierung (wieviel digital müssen wir wirklich sein, Einsatz von digitalen Lösungen), Umgang mit Medien, „Störungen“, Achtsamkeit

Welche anlogen Angebote gibt es? Aufzeigen von „nicht digitalen Alternativen“ für Kinder und Jugendliche – Workshop für Schulen, Vortragsreihe etc.

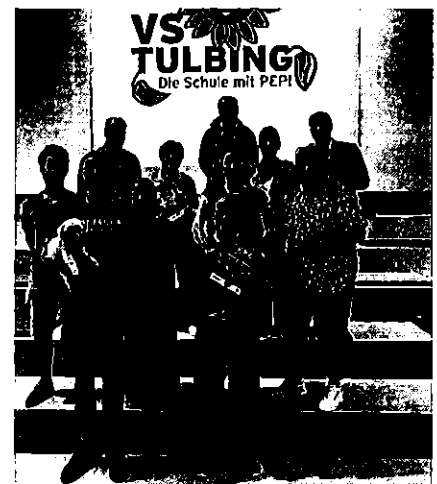
(Anm: in der VS Tulbing gibt es das schon!)

- **Diabetes** ist bereits Problem In Kindergärten, Volksschulen
  - o Kochen, Ernährung, Unverträglichkeiten
  - o Programm in Schulen oder auch bei Ferienspielen
- **Sozialraumanalyse**
- **Schwerpunktthema „Zuzügler:Innen“:** zb. Infos über die Region in Jede Willkommensmappe in jeder Gemeinde
- **Vernetzung von bestehenden Einrichtungen in den Gemeinden (Freizeitkarte)**
  - o Jugendräume bzw. –angebote
  - o Freizeitangebote generell (Bäderpass, oä)
  - o Spielplätze (Aktion mit Stempeln – wer 7 Spielplätze in der Region besucht hat, bekommt ein kleines Geschenk oä)
  - o Bibliotheken (Bücheraustausch möglich machen)
  - o Begegnungsstätten in den Gemeinden
- **Freizeitangebote** über die Regionswebsite oder auch Gem2Go oder andere GemeindeAPP bekannter machen „regionaler Ausflugstipp“
- **Service Freiwilligenbörse** ev. mit Filter auf die Regionswebsite verlinken (Angebot-Nachfrage von freiwilliger Tätigkeit) <https://www.freiwilligenboerse-noe.at/>
- **SummerStage Judenau** – könnte ev. durch alle Gemeinden touren (vgl. Dirndlkirtag oder Pielachtaler Künstlertage)

## 2. Regionsforum Tulbing, „Umwelt, Klima & Mobilität“, „Digitalisierung & Direktvermarktung“

Teilnehmer:innen

Atzenbrugg	Sabine Sass
Atzenbrugg	Ludwig Sass
Atzenbrugg	Bgm Beate Jilch
Atzenbrugg	Peter Haferl
Michelhausen	Dominik Steigl
Michelhausen	Bettina Hauk
Judenau- Baumgarten	Vizebgm. Tanja Schüttengruber
Königstetten	Vizebgm. Ronald Gutscher
Judenau-Baumgarten	Heinz Hahl
Tulbing	Bgm Anna Haider



Die Teilnehmer:innen diskutierten in zwei Gruppen und tauschten das Thema nach einiger Zeit.

### Umwelt, Klima, Mobilität

- Klimafitte Gestaltung von Rabatten (öffentliche Grünräume an Straßen/Plätzen)
- Flurreinigung/Frühjahrsputz zweimal im Jahr, auch Schulen und Kindergärten (Anm: wird in vielen Gemeinden ohnehin so gemacht)
- Regenwasserauffangbecken unter den Gebäuden für Brauchwasser



- Infoveranstaltungen über Umwelt und Energiesparen
- PV Anlagen über Radwegen und auf allen gemeindeeigenen Dächern
- Energiegemeinschaft: Verbesserung der Kommunikation, Informationsweitergabe an Interessenten ist derzeit mangelhaft
- Gemeindeübergreifendes Radwegenetz
- Anruf-Sammel-Taxi oder Bus
- Stoßzeitenverstärkerbusse – Ultimob
- Förderung von Fahrgemeinschaften

### **Digitalisierung, Direktvermarktung**

- Landkarte bzw. Katalog der Direktvermarkter (im Vorbild von booking.com, mit Zoom-Möglichkeit in die Region)
  - (Anm: Atzenbrugg hat bereits einen schönen Folder)
- „Regions-Zehner“ für Einkaufen in der Region
- Weinläser mit eigenem Logo? – zusätzlich eine Aktion, gemeinsame Veranstaltung
- Fahrender Wochenmarkt in der Region (samstags)
- Geschirrmobil bekannter machen/koordinieren (sauberhafte Feste), Geschirrmobil für die Region? (Beispiel Pielachtal)
- Glasfaserausbau koordinieren (NÖGIG)
- Kommunikationskanäle diversifizieren (abseits von Gem2Go), Kommentarfunktionen
- Inhalte für die Regionswebsite erarbeiten / Redaktionsteam

Generelle Projektidee aus dieser Gruppe:

Die Regionswebsite hat Potenzial, derzeit scheitert es aber daran, dass es zu wenige Personen gibt, die Inhalte für die Website generieren. Ein ehrenamtliches Team könnte sich um diese Inhalte kümmern, so können weitere Rubriken entstehen (z.B. Tullnerfelder:in des Monats, Ausflugstipp des Monats, etc.)

Das **Vereinsgespräch** hat eine gute Resonanz gebracht.

Die **Vernetzungsgespräche** mit den regional tätigen Akteur:innen bzw. die Vernetzung der ÖA-Mitarbeiter:innen werden auf 2024 verschoben.

## 9. Erläuterung zum Strategieplan

### A) Intensität der Zusammenarbeit (Kooperationsniveau 1-2-3-4)

Stufe	Intensität der Kooperation	Beispiele
Stufe 1	Erfahrungs-, Wissens- und Meinungsaustausch. Gemeinschaftliche Aktionen. Vernetzungsaktivitäten.	Treffen der Amtsleiter etc. Exkursionen. Homepage. Bewusstseinsbildende Maßnahmen diverser Themen etc.
Stufe 2	Gemeinschaftlicher Einkauf von Spezialgeräten... (Im Sinne einer Sammelbestellung => <b>getrennte Finanzierung und Nutzung</b> )	Sammeleinkäufe
Stufe 3	Gemeinschaftliche und abgestimmte Errichtung von Anlagen die einer allgemeinen Nutzung offenstehen	Rad- und Wanderwege etc. Regionale Standortkonzepte
Stufe 4	Gemeinschaftliche Anschaffung und/oder <b>gemeinschaftliche Nutzung von Ressourcen (Personal; Anlagen etc.) / Personal / Ressourcen</b> in den beteiligten Gemeinden (Inkl. gemeinsame Finanzierung, Vereinbarungen bzgl. Nutzung...)	Interkommunal genutzte Geräte. Anlagen und Personal (Traktor für Schneeräumung, Bauhof, Bausachverständiger, Betriebsgebiet etc.)

### B) Unterscheidung Projekte und Maßnahmen

Schnellunterscheidung „Maßnahmen – Projekte“: Beispiele aus den Strategieplänen 2016 - 2020

Maßnahme	Projekt
Fahrplandialoge	Standortplan für .....
Regelmäßige Amtsleiterbesprechungen	Pflegemodell für die Region
Gemeinsamer Einkauf von Streusplitt	Gemeinsame Nutzung von Maschinen/Geräten/Personal
Gemeinsame Anschaffungen von Spezialgeräten	Gemeindekooperationen im Bereich Verwaltung (Gerätedatenbank, Baumkataster, Bauhofmitarbeiter)
Saisonkarte für alle Freibäder	Interkommunale Gewerbe- und Industrieparks mit Kommunalsteueraufteilung
Gemeinderäte vernetzen	Es gibt eine rechtsverbindliche Wirtschaftsstandortkooperation Marchfeld
Artikel in Gemeindezeitungen	E-car sharing Angebote sind ausgebaut
Regionsfolder Neuaufgabe	Verwaltungswiki/Plattform für Bau- und Infrastrukturvorhaben
Homepage für die Kleinregion	Interkommunale Altstoffsammelzentren
Regionkarte	Gemeinsames Betriebsgebiet bzw. Vermarktung von Bauland/Gewerbegründen
Gemeinden stimmen sich in der räumlichen Entwicklung laufend ab	Der Wirtschaftsstandort Tullnerfeld ist gestärkt und Kooperationen zwischen Tullnerfelder Betrieben sind ausgebaut
Nachhaltige Qualitätskriterien für den Dirndlkirtag.	Eröffnung von „Start-Up-Büros“ in leerstehenden Gebäuden

Ob eine Aufgabe als Projekt oder Maßnahme definiert wird, ist jedoch stets eine **subjektive Entscheidung**, die sich an den besonderen **Merkmale der Aufgabe orientiert**.

**Merkmale zur Unterscheidung von Projekten und Maßnahmen können u.a. sein:**

Merkmale von Aufgaben	Ausprägung	
	Maßnahme	Projekt
Häufigkeit	oftmalig	einmalig
Komplexität	gering	mittel-groß
Leitungsumfang	klein	mittel-groß
Bedeutung	gering-mittel	mittel-groß
Dauer	kurz	mittel
Personaleinsatz	gering	mittel-groß
Kosten	gering-mittel	mittel-groß
Anzahl beteiligter Menschen / Organisationen	wenige	mehrere-viele

## 10. Anhang

### 10.1. Auswertung der Bevölkerungsbefragung

#### Inhaltsverzeichnis

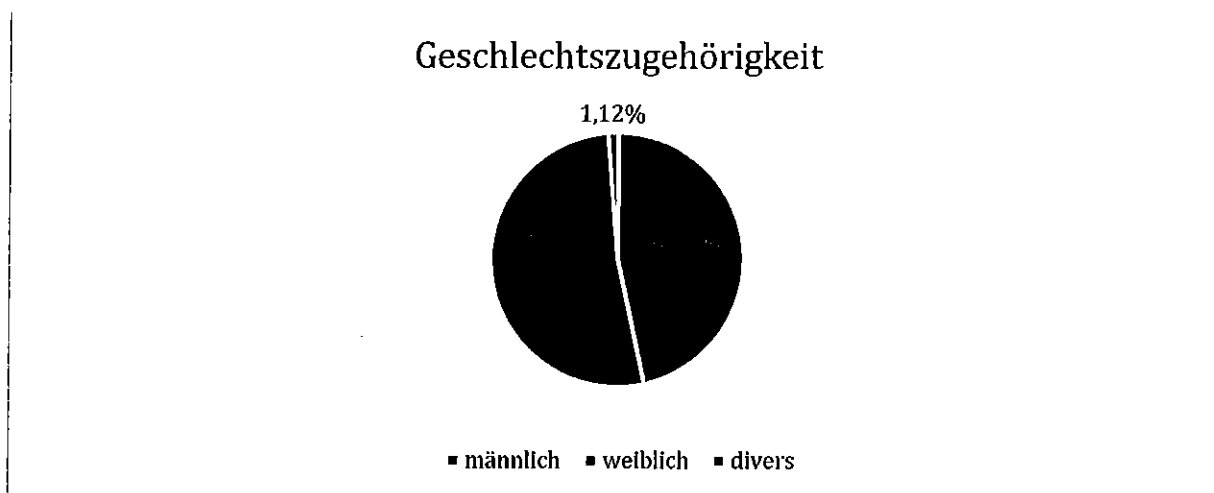
1. Einleitung und statistische Daten .....	29
1.1. Geschlecht und Alter .....	29
1.2. Wohnort und Wohndauer .....	30
2. Grundstimmung und Verbundenheit mit dem Tullnerfeld .....	32
2.1. Aussagen zum Tullnerfeld .....	32
2.2. Gründe für die Verbundenheit mit der Region .....	33
2.3. Stärken und Schwächen der Region .....	34
3. Projekte der letzten Jahre .....	35
4. Zukunftsweisende Themenfelder .....	36
5. Information über Angebote der Region .....	37

## 1. Einleitung und statistische Daten

Die Bürger:innenbefragung wurde im Zuge der Aktualisierung der Strategie für die Kleinregion Tullnerfeld durchgeführt. Der Fragebogen wurde in Anlehnung an die 2019 durchgeführte Umfrage von der Kleinregionsbetreuerin Marisa Fedrizzi (NÖ.Regional) erarbeitet und mit den Mitgliedern der Generalversammlung – allen Bürgermeister:innen der Kleinregionsgemeinden – abgestimmt.

Der Fragebogen wurde online gestellt und über die Websites der Gemeinde sowie diverse Newsletter, Facebookseiten, Gemeindezeitungen und die NÖN bekannt gemacht. 268 Personen beteiligten sich an der Umfrage (2019 waren es 966).

### 1.1. Geschlecht und Alter

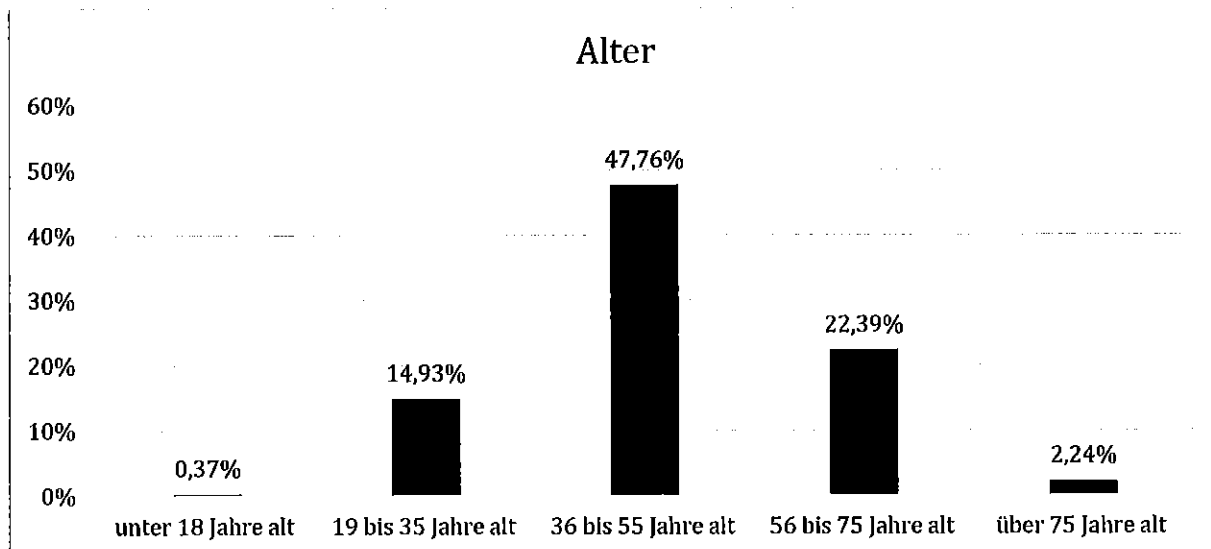


Geschlechtszugehörigkeit		
	Prozent	Anzahl
männlich	40,30%	108
weiblich	45,15%	121
divers	1,12%	3
Keine Antwort	1,12%	3
Nicht beendet oder nicht gezeigt	12,31%	33

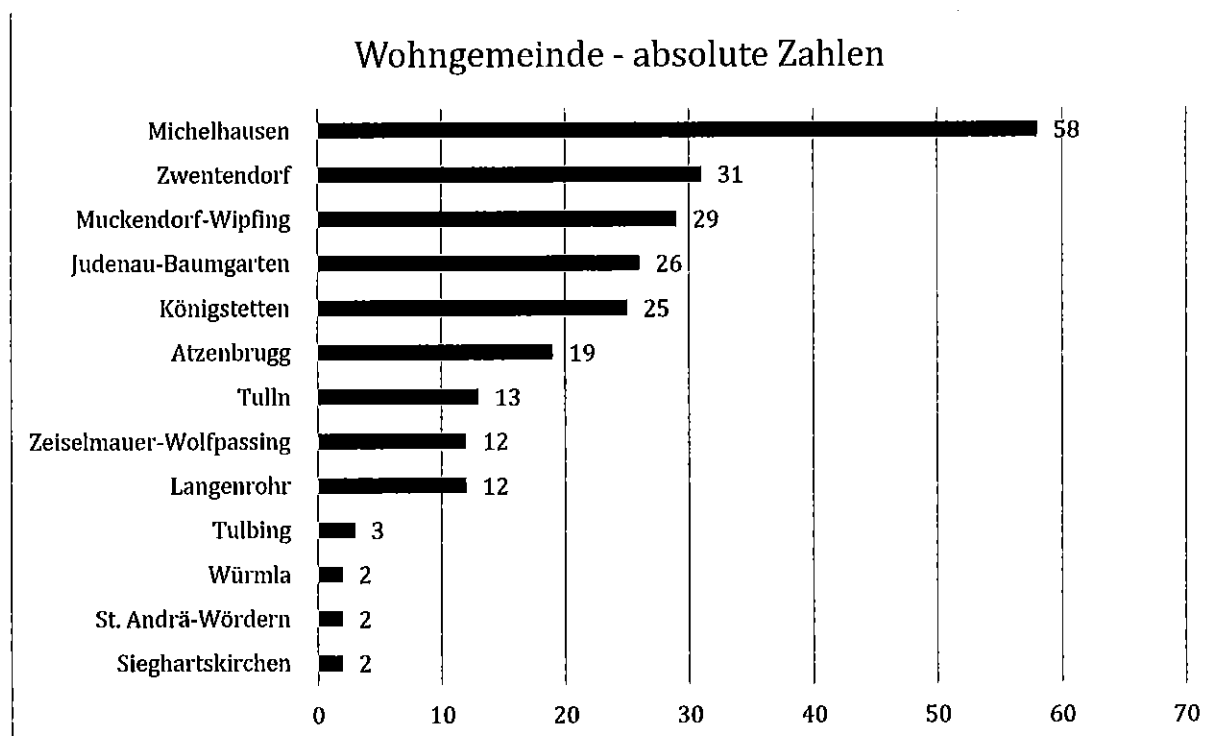
Rund 45% der Teilnehmer:innen waren Frauen, 40% Männer, der Rest wählte „divers“, „keine Antwort“ oder beendete die Frage nicht.

Alter		
	Prozent	Anzahl
unter 18 Jahre alt	0,37%	1
19 bis 35 Jahre alt	14,93%	40
36 bis 55 Jahre alt	47,76%	128
56 bis 75 Jahre alt	22,39%	60
über 75 Jahre alt	2,24%	6
Keine Antwort	0,00%	0
Nicht beendet oder nicht gezeigt	12,31%	33

Der Großteil der Befragten (rund 48%) gehörte der Altersgruppe der 36- bis 55-Jährigen. Im Wesentlichen gar nicht vertreten waren Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren (<1%), ältere Menschen über 75 Jahren eher gering (<2,5%).



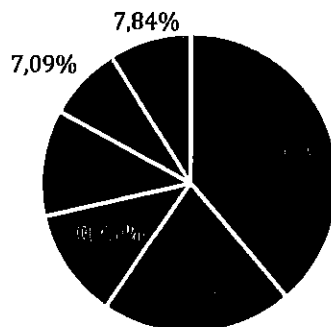
## 1.2. Wohnort und Wohndauer



Die meisten Teilnehmer:innen kamen aus der Gemeinde Michelhausen (>20%), die wenigsten aus Sieghartskirchen, St. Andrä-Wördern und Würmla (<1%).

In welcher Gemeinde der Region Tullnerfeld wohnen Sie?		
	Prozent	Anzahl
Sieghartskirchen	0,75%	2
St. Andrä-Wördern	0,75%	2
Würmla	0,75%	2
Tulbing	1,12%	3
Langenrohr	4,48%	12
Zeiselmauer-Wolfpassing	4,48%	12
Tulln	4,85%	13
Atzenbrugg	7,09%	19
Königstetten	9,33%	25
Judenau-Baumgarten	9,70%	26
Muckendorf-Wipfing	10,82%	29
Zwentendorf	11,57%	31
Michelhausen	21,64%	58
Keine Antwort	0,37%	1
Nicht beendet oder nicht gezeigt	12,31%	33

### Wohndauer



- seit meiner Geburt
- seit mehr als 20 Jahren
- seit 11-20 Jahren
- seit 6-10 Jahren
- seit 3-5 Jahren
- kürzer als 3 Jahre

Seit wann leben Sie in der Region Tullnerfeld?		
	Prozent	Anzahl
seit meiner Geburt	33,96%	91
seit mehr als 20 Jahren	18,28%	49
seit 11-20 Jahren	10,45%	28
seit 6-10 Jahren	10,07%	27
seit 3-5 Jahren	7,09%	19
kürzer als 3 Jahre	7,84%	21
Keine Antwort	0,00%	0
Nicht beendet oder nicht gezeigt	12,31%	33

Die meisten Teilnehmer:Innen (rund 34%) geben an, seit Ihrer Geburt in der Region zu leben, viele seit mehr als 20 Jahren (rund 18%). Von Jenen, die an der Befragung teilnahmen, leben nur rund 8% weniger als 3 Jahre in der Region.

Die statistischen Daten füllten 122 Personen nicht aus – die Grundgesamtheit beträgt somit jeweils 381 Fragebögen + die jeweilige Anzahl bei „keine Antwort“.

Die Verteilung ist, wenn man den Bevölkerungsschlüssel betrachtet, nicht besonders gut.

Auswertungen nach Gemeinde sind entsprechend wenig aussagekräftig.

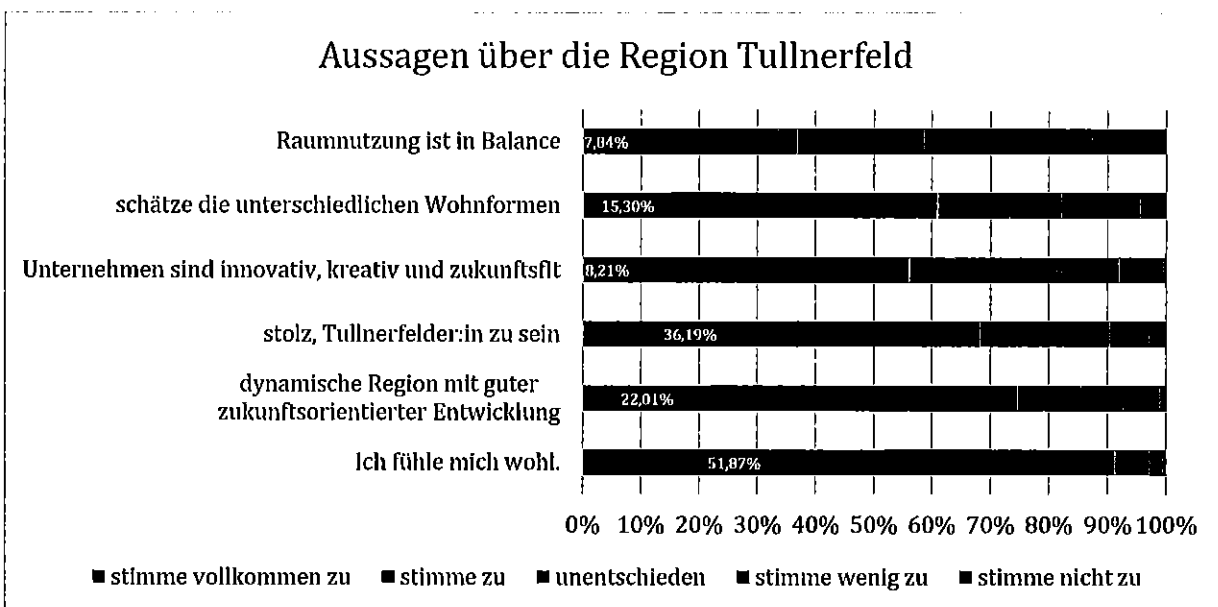
## 2. Grundstimmung und Verbundenheit mit dem Tullnerfeld

Um den Fragebogen einzuleiten und die Teilnehmer:innen auf die Thematik einzustimmen, wurden einige grundsätzliche Fragen zur Stimmung und zur generellen Wahrnehmung der Region gestellt.

### 2.1. Aussagen zum Tullnerfeld

Die Teilnehmer:innen wurden gebeten, ihre Zustimmung (von vollkommen zu – stimme nicht zu) zu folgenden Aussagen zu geben:

- Ich fühle mich wohl im Tullnerfeld
- Das Tullnerfeld ist eine dynamische Region mit guter zukunftsorientierter Entwicklung.
- Ich bin stolz, TullnerfelderIn zu sein.
- Unternehmen in der Region sind Innovativ, kreativ und zukunftsfit
- Ich schätze die unterschiedlichen Wohnformen in der Region
- Raumnutzung in der Region ist in Balance

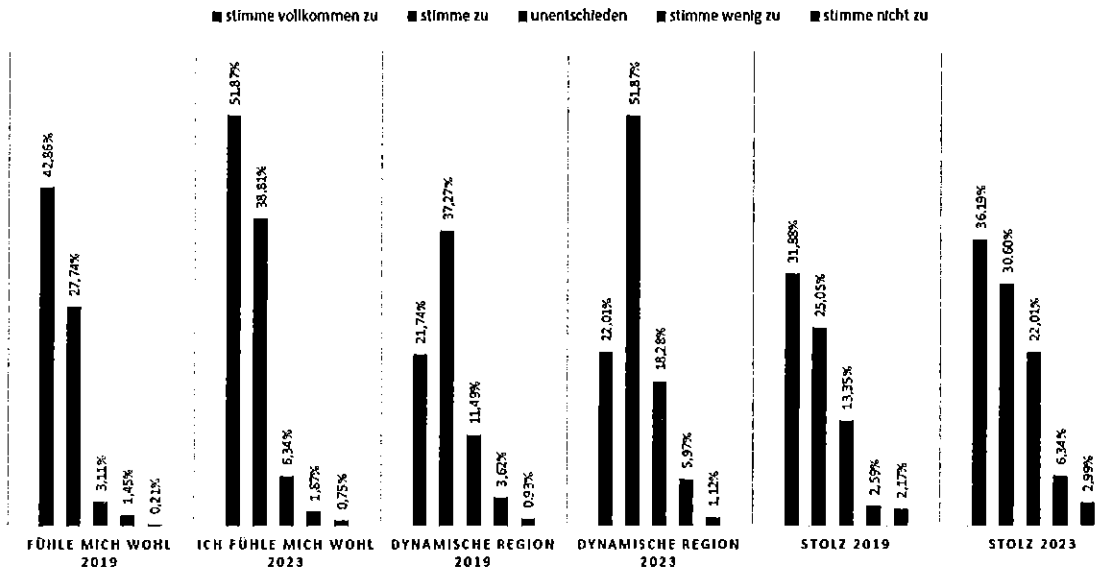


Über 90% der Befragten stimmen der Aussage zu, sich im Tullnerfeld wohlfühlen, mehr als 66% stimmen zu bzw. stimmen vollkommen zu „stolz, Tullnerfelderin zu sein“. Ebenfalls ein hoher Prozentsatz ist der Meinung, dass das Tullnerfeld eine dynamische Region mit guter zukunftsorientierter Entwicklung ist. Etwas kritischer wird die Aussagen eingeschätzt, dass die Raumnutzung im Tullnerfeld in Balance ist.

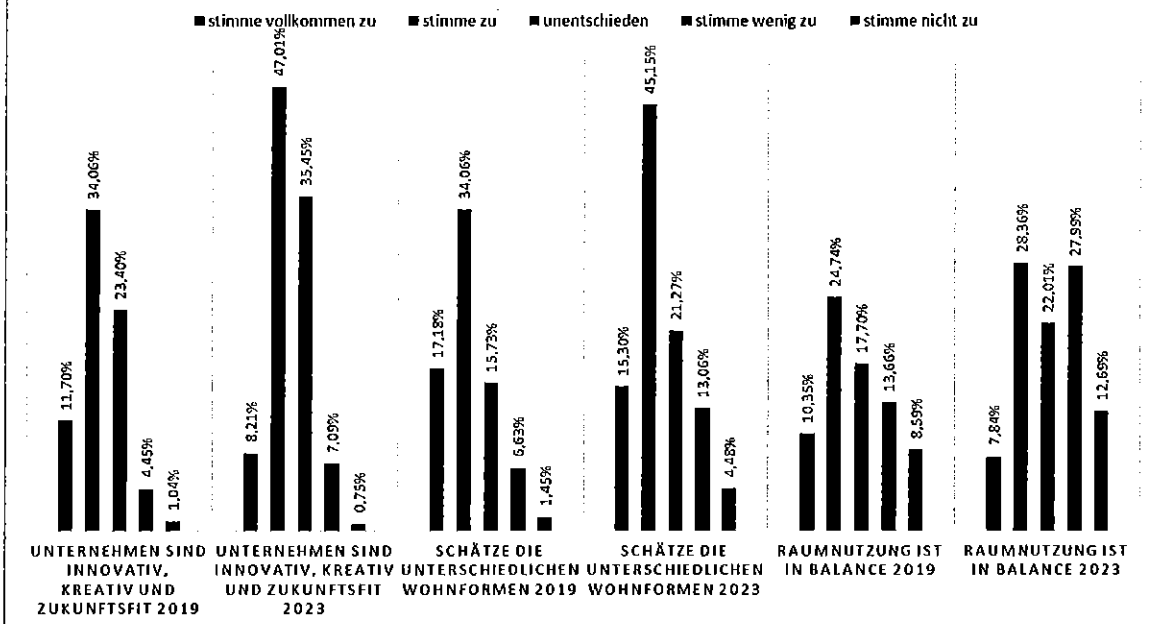


Im Vergleich zur Umfrage im Jahr 2019 hat sich die Zustimmung zu den Aussagen „Ich fühle mich wohl“, „das Tullnerfeld ist eine dynamische Region“ und „Ich bin stolz, TullnerfelderIn zu sein“ von bereits sehr hohen Werten noch deutlich verbessert.

**VERGLEICH 2019 - 2023**



**VERGLEICH 2019 - 2023**



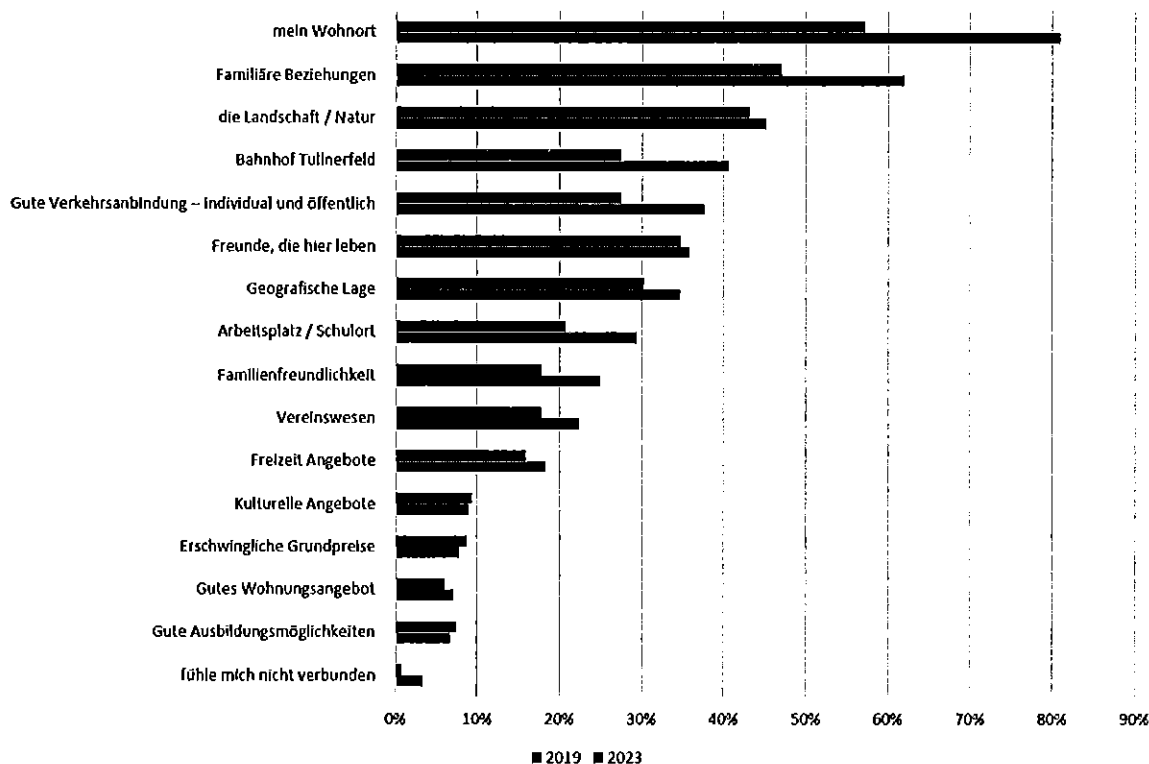
**2.2. Gründe für die Verbundenheit mit der Region**

Die Gründe für die Verbundenheit mit der Region können ja besonders vielfältig sein. Die Teilnehmer:innen wurden gebeten, aus der Liste maximal drei Gründe anzukreuzen.

Der Wohnort in der Region erzeugt die stärkste Verbundenheit, gleich danach folgen familiäre Beziehungen und Landschaft und Natur. An der Reihenfolge der drei meistgenannten Gründe hat sich damit im Vergleich

zu 2019 nichts geändert. Wesentlich mehr Nennungen und damit einen Aufstieg im Ranking im Vergleich zur letzten Umfrage gab es beim „Bahnhof Tullnerfeld“ bzw. der „guten Verkehrsanbindung“.

### Verbundenheit zur Region



### 2.3. Stärken und Schwächen der Region

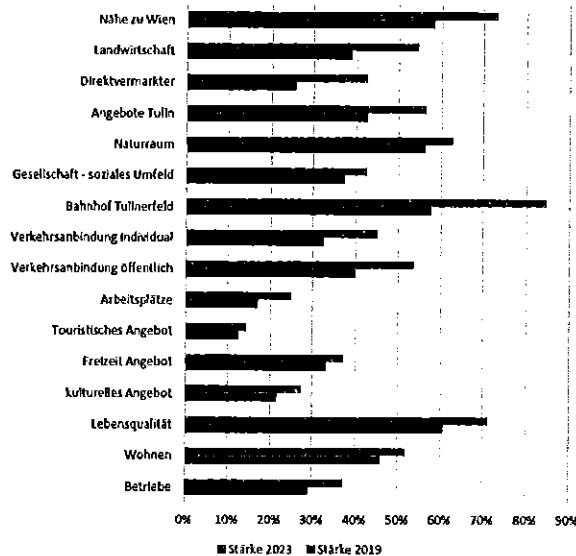
Die Teilnehmer:innen wurden gebeten, vorgegebene Themenbereiche als „Stärke“ oder „Schwäche“ zu markieren – die Möglichkeit, das Thema in „unentschieden“ einzureihen, war ebenfalls gegeben. Ranking der jeweils fünf Themenbereiche, die von den Teilnehmer:innen am öftesten als „Stärke“ bzw. „Schwäche“ gesehen worden sind:

Stärken	Schwächen
Bahnhof Tullnerfeld (84,7%)	Touristisches Angebot(32,8%)
Nähe zur Wien (73,1%)	Arbeitsplätze (25,8%)
Lebensqualität (71,3%)	Kulturelles Angebot (20,2%)

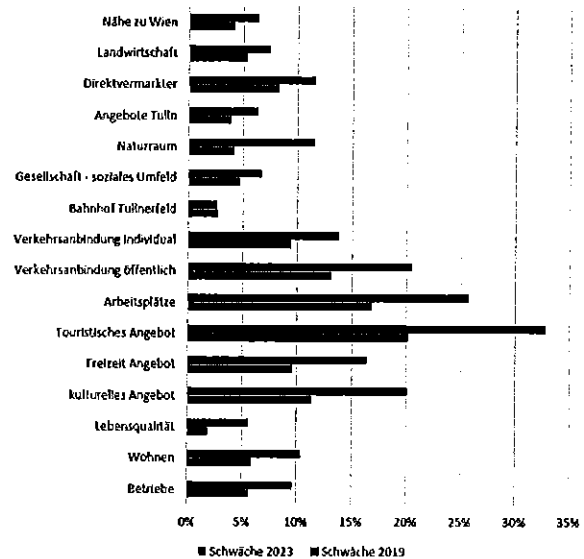
Die größten Unsicherheiten (also Antwortmöglichkeit „unentschieden“) besteht bei Betrieben (50,4%), beim kulturellen (50%) und touristischen Angebot (49,3%).

Interessant ist, dass sich an der Reihung der meistgenannten Stärken und Schwächen im Vergleich zur Umfrage von 2019 wenig geändert hat.

Stärken - Vergleich 2019 - 2023



Schwächen - Vergleich 2019 - 2023

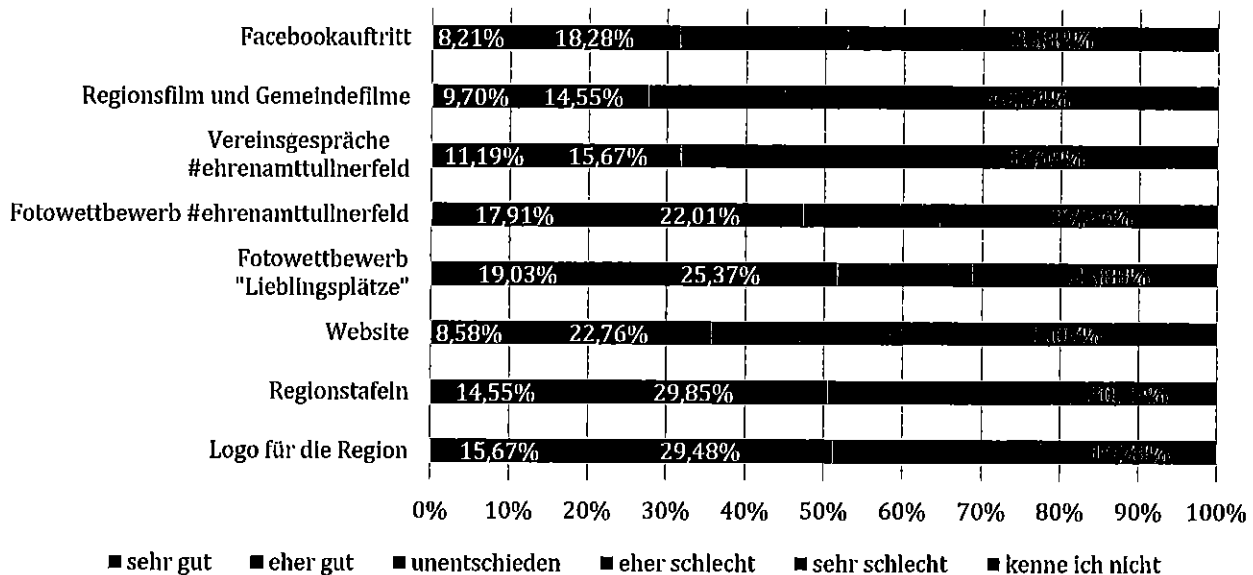


### 3. Projekte der letzten Jahre

Die Teilnehmer:innen wurden gebeten, die Projekte der letzten Jahre mit „sehr gut“ bis „sehr schlecht“ bzw. „kenne ich nicht“ zu beurteilen.

Folgende Projekte wurden abgefragt:

#### Projekte der letzten Jahre



Als „sehr gut“ bzw. „eher gut“ (> 40%) wurden dabei das Logo für die Region, die Regionstafeln und der Fotowettbewerb „Lieblingsplätze“ beurteilt.

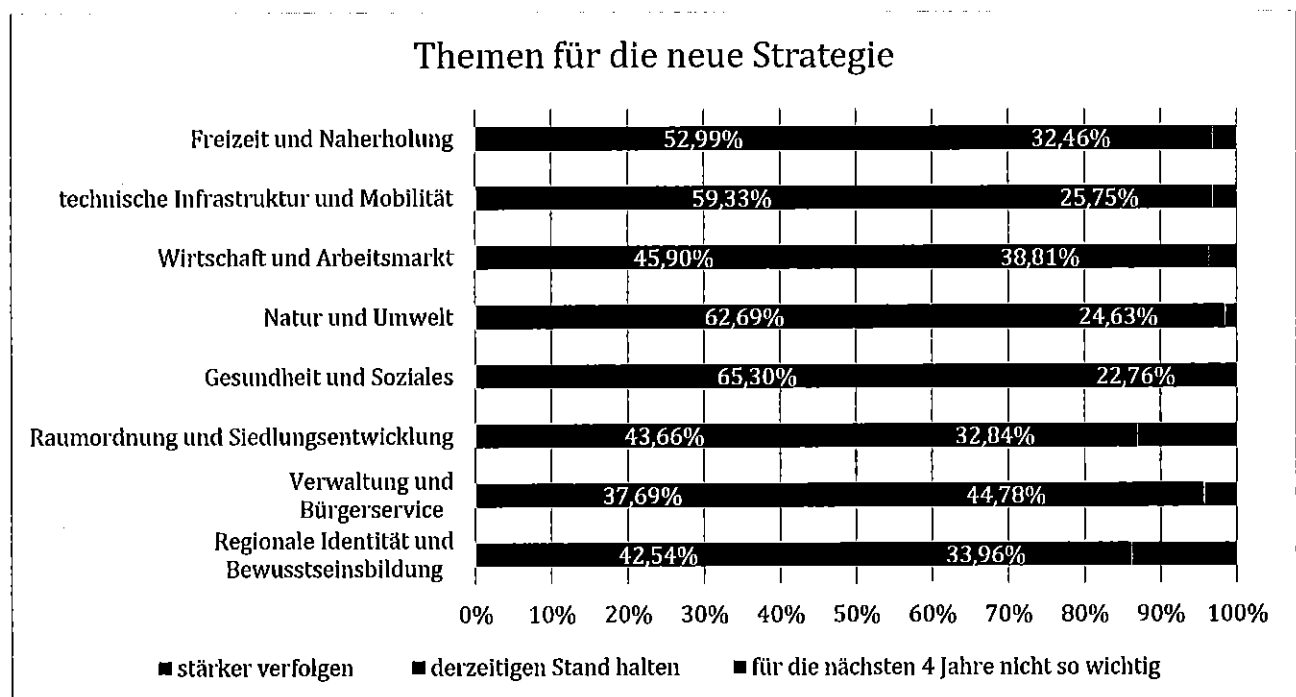
Deutlich heraussticht, dass viele Projekte gar nicht gekannt werden. Unter den eher unbekannteren Projekten liegen die Regions- und Gemeindefilme, die Vereinsgespräche „#ehrenamtullnerfeld“, der Facebookauftritt oder etwa die Website mit jeweils mehr als 35% der Nennungen.

#### 4. Zukunftsweisende Themenfelder

Nach dem Blick in die Vergangenheit behandelten die Umfrageteilnehmer:innen nun zukünftige Themen. Die Frage lautete „Die Region Tullnerfeld erstellt für die Jahre 2023 - 2027 eine neue Strategie, die Ziele der letzten Jahre werden dabei als Basis verwendet. Wie sehen Sie folgende Bereiche/Themen - welche würden Sie persönlich in der Region in Zukunft stärker verfolgen?“

Folgende Themen wurden abgefragt:

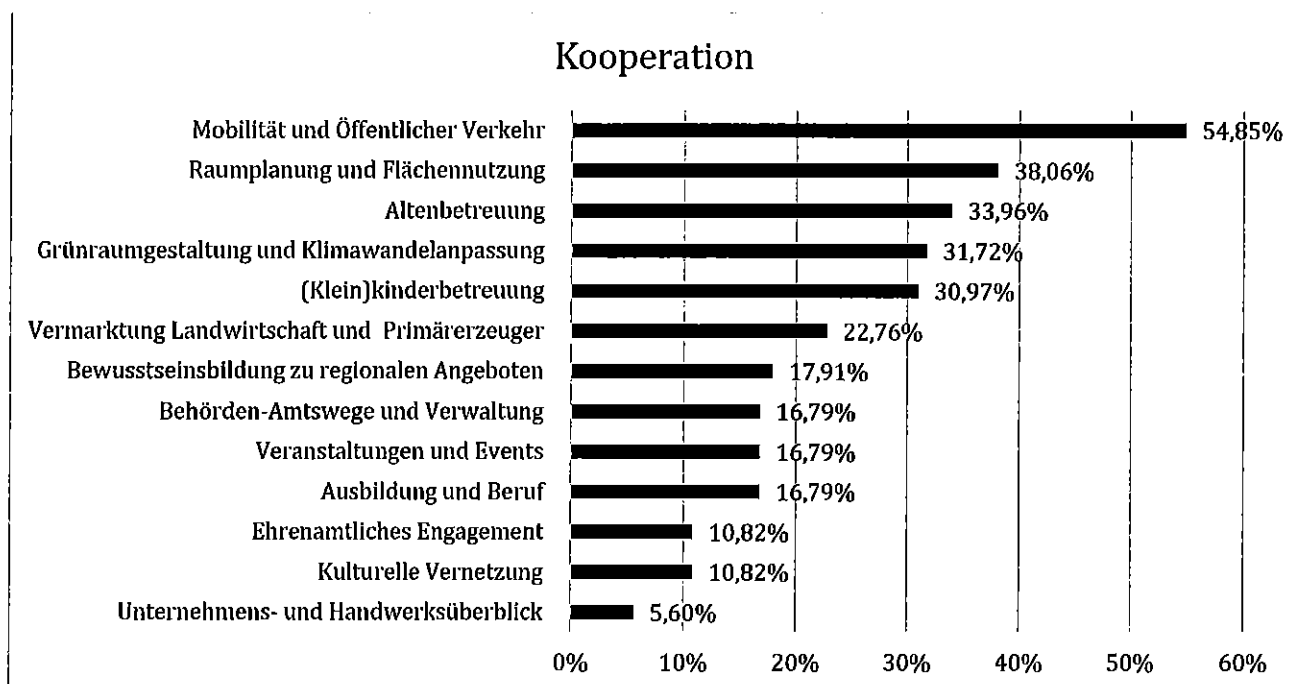
- Regionale Identität und Bewusstseinsbildung
- Verwaltung und Bürgerservice
- Raumordnung und Siedlungsentwicklung
- Gesundheit und Soziales
- Natur und Umwelt
- Wirtschaft und Arbeitsmarkt
- Technische Infrastruktur und Mobilität
- Freizeit und Naherholung



Es zeigt sich, dass vor allem die Themen „Natur und Umwelt“ sowie „Gesundheit und Soziales“ mit über 60% der Nennungen stärker verfolgt werden sollen. Ebenfalls als wichtig erachtet werden die Themenfelder „technische Infrastruktur und Mobilität“ und „Freizeit und Naherholung“. Der derzeitige Stand gehalten werden soll bzw. als nicht so wichtig für die nächsten 4 Jahre erachtet man das Thema „Verwaltung und Bürgerservice“.

Die Gemeinden der Region Tullnerfeld arbeiten bereits jetzt auf vielen Ebenen zusammen. Gerade die letzten Jahre haben gezeigt, dass Vernetzung und Kooperation wichtige Faktoren sind. Dabei spielen nicht nur die Gemeinden eine große Rolle, sondern auch Institutionen und Organisationen. Da in der Strategie 2023-2027 auch Schwerpunkte in Richtung Kooperation gesetzt werden sollen, wurden die Teilnehmer:innen gefragt, wo sie eine stärkere Zusammenarbeit als sinnvoll erachten. Es konnten dabei maximal 4 Antwortmöglichkeiten ausgewählt werden.

Das Themenfeld bei dem man das größte Potential in der Zusammenarbeit sieht ist dabei „Mobilität und öffentlicher Verkehr“ mit fast 55% der Nennungen. An zweiter Stelle befindet sich das Thema „Raumplanung und Flächennutzung“ mit rund 38% der Nennungen, die „Altenbetreuung“ befindet sich mit rund 34% an der dritten Stelle. Am wenigsten sinnvoll erachtet man eine Zusammenarbeit beim Thema „Unternehmens- und Handwerksüberblick“.



Die Teilnehmer:innen wurden auch in einer offenen Frage nach konkreten Ideen für gemeindeübergreifende Projekte in der Region Tullnerfeld gefragt. Hier die thematisch geclusterten Antworten:

Verbindungen
Radwegenetz - Lücken schließen, Verbindungen erneuern
LISA Shuttle in umliegende Gemeinden ausweiten
letzte Meile generell - Anbindung der umliegenden Gemeinden an BF Tullnerfeld
Verbindung Michelhausen - Zwentendorf
Fahrplanharmonisierung (Bus-Zug, Abfahrt-Ankunft)
Leihradnetz ausbauen
Verbindung Zwentendorf - Moosbierbaum / Heiligeneich
Ausweitung S40 nach St. Pölten
Übersicht aller öffentlichen Verkehrsmittel auf Gemeindeforens, digitale Schnittstelle bei Bushaltestellen

Freizeit, Kinder, Jugendliche
Freibad
offene Jugendarbeit
Freigabe der Forststraßen für Radfahrer
mehr Freizeitangebote

Unterhaltung außerhalb der Stadt Tulln
Kinderbetreuung regional organisieren / ausbauen, Ferienbetreuung für Volksschulkinder, Nachmittagsbetreuung
Veranstaltungszentrum für die Jugend (Bar, Club..)
Tullnerfelder Veranstaltungen zur Stärkung regionaler Identität und Vernetzung der Vereinsaktivitäten

<b>Umwelt, Klima</b>
Bodenversiegelung stoppen
Vernetzung naturnaher Räume
Renaturierung von Gewässern
stärkere Nutzung von Photovoltaik
Biolandwirtschaft stärker in den Fokus rücken
Windschutzgürtel wieder aufbauen
Wildtierschutz
Grundwasserschutz
Baum- und Strauchpflanzungen
pestizidfreie LW
regionale Windkraft forcieren
Angestellte für Müllbeseitigung
Bauhöfe zusammenlegen
Bausünden der letzten 50 Jahre renaturieren - Bäume statt Beton

<b>Wirtschaft, Region</b>
regionale Wertschöpfung
In jeder Gemeinde ein Nahversorger und ein Bankomat
Ortskerne beleben
touristische Entwicklung
Zusammenarbeit der Gastronomie (mehr Kaffeehäuser statt Wirtshäuser, mehr Sonntagsöffnung)
Kleinunternehmen und Direktvermarkter stärker präsentieren
Unternehmensverzeichnis
Konsolidierung von Gewerbegebieten (enger zusammen, weniger Flächenverbrauch)
Arbeitsplätze
Jobbörse der Region
Campus BF Tullnerfeld (Unternehmen ansiedeln)
Co-Working Spaces
Bildungscluster
Statistiken, Infos über die Region

<b>Gesellschaft</b>
Kinder/Jugendliche aus Schloss Judenau stärker in die Gesellschaft integrieren
Community Nurse
Seniorentagesbetreuung / 2 zentrale Seniorenheime im Tullnerfeld
Primärversorgungszentrum einrichten
Stopp des ungezügelten Zuzugs

## 5. Information über Angebote der Region

Abschließend wurden die Teilnehmer:innen noch gebeten, bekannt zu geben, wie sie sich über Angebot der Region informieren.

Informationen beziehen die Teilnehmer:innen derzeit vor allem aus den lokalen Medien – den jeweiligen Gemeindezeitungen (68,7%) bzw. Gemeinewebsites (53,7%). Ebenfalls von etwa einem Drittel der

Befragten werden „Gem2Go“, „Facebook“ und „Regionalzeitungen“ genannt. Der „Infoscreen – digitale Werbe- und Infotafel“ wird hingegen als Informationsquelle sehr unterdurchschnittlich genutzt.

### Information über Angebote in der Region

