MARCH.HALTIG entfalten

ÖEK der Stadtgemeinde Marchegg 2016

280.109 – P2 – Räumliche Entwicklungsplanung: Marchegg GrenzLandStadt

Gruppe 3:
Heller 1326756
Müller 1326757
Riba 1325286
Salge 1325427
Skerjanz 1204608

TU WIEN
Technische Universität Wien
Department für Raumplanung
raum
Vienna University of Technology
Department of Spatial Planning

INHALTSVERZEICHNIS

Arbeitsprozess **5**

1. Marchegg: Ein kurzer Überblick **6**

1.1 Eckdaten Marchegg 7
1.2 Bestandsanalyse 9
1.3 SSCR-Analyse 12

2. Szenarienentwicklung **19**

2.1 March.Active 20
2.2 Nachhaltig in die Zukunft 24
2.3 Marchegg, unser Wohnzimmer 28
2.4 Leitbildherleitung 32

3. Leitbild **33**

3.1 Leitbildeinführung 35
3.2 march.haltig aufblühen 38
3.3 march.haltig beleben 39
3.4 Ziele & Masznahmen 40
3.5 Masznahmen im Überblick 44
3.6 Leitprojekte 52

4. Leitprojekt I march.haltig ins G'schäft **53**

4.1 Leitprojekt I Überblick - march.haltig ins G'schäft 54
4.2 Bio-Netzwerk Marchfeld 56
4.3 Unternehmer_innenstammtisch 58
4.4 Website & Produktlogo „march.haltige Qualität" 60
4.5 Vermarktungsstandorte 62
4.6 Food Cooperative 63
4.7 Zeitlicher Ablauf 64

5. Leitprojekt II march.haltig zur Landesausstellung **65**

5.1 Leitprojekt II Überblick - march.haltig zur Landesausstellung 2021 66
5.2 Das Schloss im Mittelpunkt 68
5.3 Veranstaltungen für Alle(s) 72
5.4 Die neue Altstadt 74
5.5 Bahnhofserneuerung Schritt II 78
5.6 Die neuen Eingänge Marcheggs 82
5.7 Tourismusinformationszentrum 84
5.8 Kosten - march.haltig zur Landesausstellung 86
5.9 Zeitlicher Ablauf 89

Gruppe 3 **90**

Schlusswort **92**

6. Anhang **93**

6.1 Quellenverzeichnis 94
6.2 Abbildungsverzeichnis 98

Impressum **103**

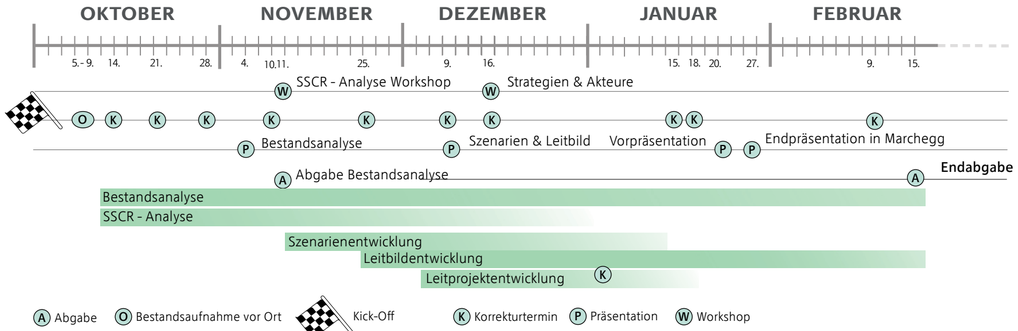
ABSTRACT

Die folgenden Seiten der Arbeit behandeln die Aufgabenstellung der Lehrveranstaltung "P2 – Räumliche Entwicklungsplanung: Marchegg GrenzLandStadt", welches im fünften Semester des Bachelorstudiums "Raumplanung und Raumordnung" an der Technischen Universität Wien abgehalten wird und sich mit der Erstellung eines örtlichen Entwicklungskonzepts beschäftigt.

Die Arbeit verkörpert ein Örtliches Entwicklungskonzept, welches in Österreich als mächtigstes Planungsinstrument auf kommunaler Ebene angesehen wird und Gemeinden die Möglichkeit bietet, ihre zukünftige, räumliche Entwicklung zu koordinieren und zu lenken. Im Zuge des Bachelorstudiums erlangen die Student_innen diverses theoretisches Wissen über den Aufbau und die Bestandteile eines Örtlichen Entwicklungskonzepts. Im fünften Semester gilt es, dieses in die Praxis umzusetzen und anhand einer österreichischen Gemeinde anzuwenden. Die Kommune, die im Zentrum der heurigen Arbeit steht, ist die niederösterreichische, im Bezirk Gänserndorf liegende, historische Stadtgemeinde Marchegg.

In einer Gruppe von fünf Stundierenden wurden über mehrere Monate hinweg eine Bestandsanalyse der Gemeinde durchgeführt, die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken herausgefiltert sowie mögliche Szenarien entwickelt. Basierend auf den darin gewonnenen Erkenntnissen wurde dann das Leitbild "march.haltig entfalten" erarbeitet und zum Schluss konkrete Leitprojekte und Maßnahmen entworfen.
Die Gesamtarbeit soll eine mögliche Richtung festhalten, in die sich Marchegg in den nächsten 15 Jahren weiterentwickeln könnte.

ARBEITSPROZESS



Zeitlicher Ablauf des Projekt 2
Die Erarbeitung des Entwicklungskonzepts für Marchegg teilt sich auf unterschiedliche Ebenen, in denen im Laufe des Semesters gearbeitet wurde. Den Auftakt der Arbeit bildete die Bestandsaufnahme in der Gemeinde vor Ort, gefolgt von einer ausführlichen Bestandsanalyse. Die Bestandsanalyse zog sich durch die gesamte Entwicklung des Konzeptes. Anschließend wurde im Rahmen der Großgruppe die SSCR-Analyse, auf Basis der Erkenntnisse durch die Bestandsanalyse, durchgeführt. Mit Hilfe der ausgearbeiteten Stärken, Schwächen Chancen und Risiken wurden mögliche sowie vorhandene Entwicklungspotenziale und – hemmnisse für Marchegg formuliert. Als letzter Schritt vor der Entwicklung des Leitbildes wurden Szenarien konzipiert, welche sich auf die SSCR-Analyse berufen und extreme, aber durchaus realistische, Zukunftsvisionen für Marchegg darstellen sollen. Schließlich wurde das Leitbild erarbeitet. Dieses konzentriert sich auf die positive Entwicklung in der Gemeinde und soll konkrete Wege und Maßnahmen zur Verbesserung der Schwächen, Intensivierung der Stärken und Verminderung der Risiken für Marchegg beinhalten. Abschließend wurden die Maßnahmen mit höchster Priorität in Form zweier Leitprojekte formuliert und teilweise berechnet.

1. Marchegg: Ein kurzer Überblick

1.1 ECKDATEN MARCHEGG

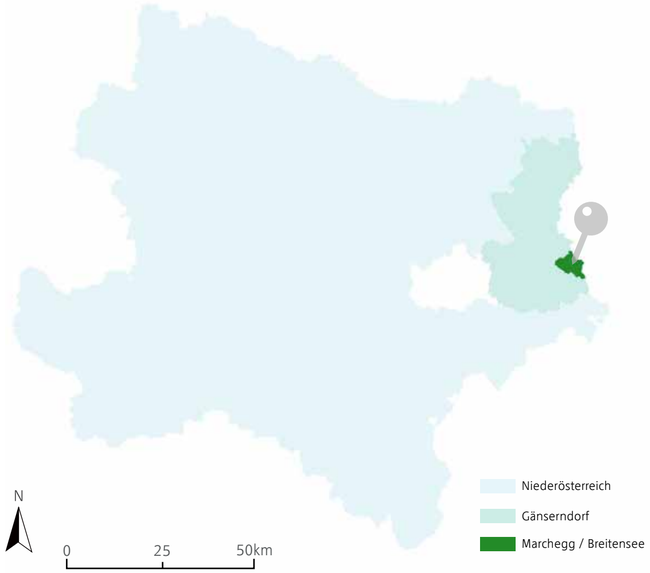


Abb. 1: Verortung Marchegg

ıdtgemeinde Marchegg befindet sich im Weinviertel Niederöster- im politischen Bezirk Gänserndorf. In unmittelbarer Nähe befinden vei europäische Metropolen (Wien und Bratislava) welche mit dem ı unter einer Stunde erreicht werden können und auch Einfluss auf werbsleben der Bewohner_innen hat.

neindegebiet befinden sich zwei Bahnhöfe (Marchegg und Brei- ·), welche für die Bewohner_innen, vor allem die Pendler_innen ertvoll sind. Mit dem Zug gelangt man in 45 Minuten in die Bun- ıptstadt Wien und ca. 30 Minuten nach Bratislava.

STATISTISCHE KENNZAHLEN

Gemeindefläche:	45,54 km²
Bevölkerung:	
Marchegg	2.926
Bevölkerungsdichte:	64.25 Ew / km²
	1.316 Gebäude
	1.702 Wohnungen
	1.226 Haushalte

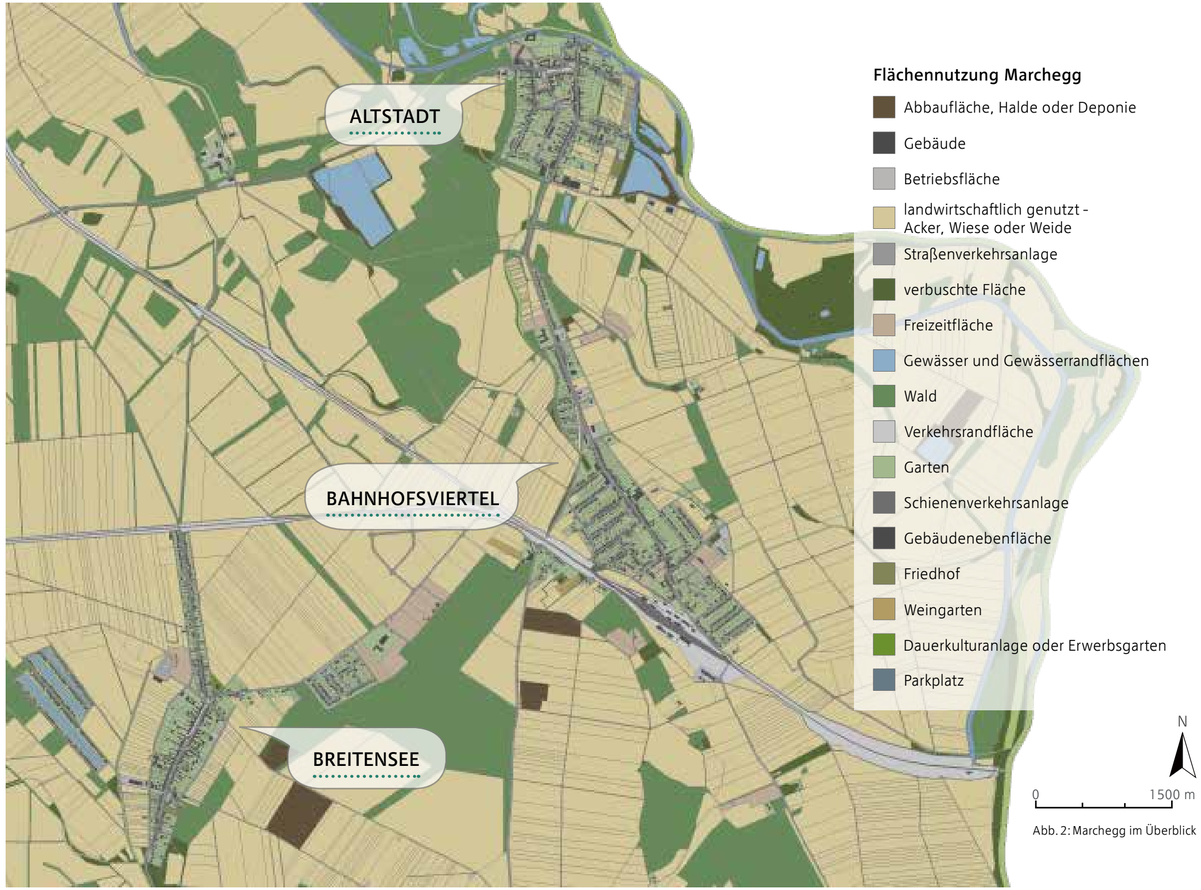


Abb. 2: Marchegg im Überblick

1.2 BESTANDSANALYSE

Den Grundstein unserer Leitbildentwicklung bildete die zuvor erarbeitete Bestandsanalyse. Im Folgenden werden die im Rahmen der weiteren Planung gesetzten Prioritäten erläutert. Die komplette Analyse ist im Folder „Bestandsanalyse Stadtgemeinde Marchegg" vom November 2015 nachzulesen.

Abb. 3: Marchauen

Naturraum

Ein bedeutender Punkt der Bestandsanalyse für das Leitprojekt war die Analyse der Umweltsituation sowie die der Landwirtschaft. Aufgrund der Bodenqualität hat Marchegg gute Vorraussetzungen für diverse landwirtschaftliche Nutzungsarten. Allerdings ist der Boden teilweise mit Nitrat belastet, was die Bodenqualität nachhaltig verschlechtert.

Der Großteil der Landwirte in Marchegg sind Vollerwerbslandwirte, was die Ressource Boden noch wertvoller und bedeutsamer für die Stadtgemeinde macht. Obwohl bezirksweit die Anzahl der landwirtschaftlichen Betriebe sinkt, gehört die facettenreiche Gemüsekultur der Region zu einem ihrer wichtigsten Wiedererkennungszeichen.

In Marchegg gibt es rund 500 gefährdete Tier- und Pflanzenarten, die Jagd und Fischerei wird nur begrenzt ausgeübt. Die Stadtgemeinde unterliegt einer Vielzahl an Unterschutzstellungen wie beispielsweise Natura 2000, Wasserschutzgebieten, dem Vogelschutzgebiet etc. was zukünftige Planungen einschränkt. Gleichzeitig unterstreichen diese Richtlinien den Wert der naturräumlichen Gegebenheiten.

Abb. 4: Marchegg Bahnhof

Verkehr

Die Stadtgemeinde Marchegg ist gut in das überregionale Straßennetz eingegliedert - die Bundeshauptstadt Wien ist über Bundesstraßen und Autobahnen in gut einer Stunde erreichbar. Die Verbindung in die Slowakei ist vergleichsweise schlecht - je nach Tageszeit und Verkehrsaufkommen benötigt man in etwa eine halbe Stunde um die Bratislava zu erreichen. Mit dem geplanten Bau der S8 soll eine noch schnellere Verbindung nach Wien und Bratislava sichergestellt werden. In Niederösterreich ist der motorisierte Individualverkehr die dominanteste Art der Fortbewegung, in den vergangenen Jahren ist der Motorisierungsgrad sogar gestiegen. Im Mobilitätskonzept 2030+ wird für 2018 ein Radfahrer_innen-Anteil von 15% im Modal Split des Bundeslandes angestrebt. Dazu bedarf es einer gut ausgebauten Radfahrinfrastruktur, welche derzeit beispielsweise in der Stadtgemeinde Marchegg lückenhaft ist.

Marchegg ist gut an das Eisenbahnnetz angeschlossen. Mit dem Regionalexpress der ÖBB gelangt man in knapp 20 Minuten nach Bratislava und in 42 Minuten nach Wien - sogar schneller als mit dem Auto. Ein Regionalbusverkehr ist in Marchegg derzeit jedoch kaum vorhanden.

Abb. 5: Café Bernstein

Abb. 6: Metzgerei Food-Truck am Hauptplatz

Wirtschaft
Es hat sich herausgestellt, dass Marchegg wirtschaftlich eine eher schwach gestellte Gemeinde ist. Dieser Umstand ist jedoch nicht zwangsläufig ein Defizit der Stadtgemeinde. Das Einzelhandelsangebot ist vor allem im kurzfristigen Bedarf großflächig gedeckt. Allerdings sind die Bewohner_innen aufgrund der großen räumlichen Abstände der Einzelhandelseinrichtungen oft auf ihr Auto angewiesen. Die Arbeitsstättenstruktur zeigt, dass die Gemeinde, besonders im Vergleich zum gesamten Bundesland Niederösterreich, von landwirtschaftlichen Betrieben geprägt ist. Eine weitere wichtige Erkenntnis war, dass teilweise großes Potenzial in den bestehenden Tourismus- und Freizeiteinrichtungen steckt. Das Schloss Marchegg, die Marchauen, die Storchenkolonie sowie die Grenzlage zur Slowakei machen Marchegg besonders in den Sommermonaten zu einem beliebten Ausflugsziel. Der finanzielle Handlungsspielraum von Marchegg ist nicht sehr groß, was zukünftige Planungen und Projekte eventuell einschränken könnte. Der Immobilienmarkt Marcheggs lässt sich als ruhig und konstant bezeichnen. Dadurch kann die Stadtgemeinde ohne Siedlungsdruck ihre eigene Bodenpolitik durchführen. Die Stadtgemeinde Marchegg zeigt durch die Zusammenarbeit mit der Raiffeisen Bank sein großes Interesse an einer aktiven Bodenpolitik.

Demographie
Die Bevölkerung Marcheggs erfährt seit 2001 eine positive Geburtenbilanz, was bedeutet, dass es durchaus Potenzial zur Erweiterung der Siedlungsgrenzen und zum Bevölkerungswachstum gibt. Gleichzeitig lässt sich eine fortschreitende Überalterung feststellen, welche besonders im Bereich der verkehrlichen Infrastruktur eine Herausforderung darstellt.
Die Gemeinde zeichnet sich durch eine ausgeprägte Vereinskultur aus – rund 34 Vereine zählt Marchegg. Diese organisieren Veranstaltungen und veranstalten regelmäßige Vereinstreffen in lokalen Gasthäusern. Das soziale Engagement und die Geselligkeit der Bewohner_innen ist positiv herauszuheben und für zukünftige Projekte von Vorteil.

Gebäude
Insgesamt gibt es in der Gemeinde augenscheinlich viel Leerstand, allerdings lässt sich dies aufgrund von Mangel an Quellen nicht immer zu 100% feststellen. Gleichzeitig gibt es, besonders hinsichtlich der Bevölkerungsprognose sowie Beobachtungen und Berechnungen der möglichen Baulandreserven, einen Baulandüberhang. Hier wiederum stellen jedoch die Unterschutzstellungen Widmungseinschränkungen dar. Innerhalb der aktuellen Siedlungsgrenzen gibt es vor allem im Bahnhofsviertel eine hohe Bautätigkeit.

Abb. 7: Leerstand in der Altstadt

Abb. 8: REX Marchegg / Devnska Nova Ves

Ein Großteil der Gebäude in Marchegg wird zurzeit mit Heizöl beheizt. Außerdem dominiert die Einfamilienhausbebauung alle drei Ortsteile – sowohl die Altstadt, das Bahnhofsviertel als auch Breitensee. Es ist wünschenswert, dass die Gemeinde im Allgemeinen ein Bewusstsein für erneuerbare Energien und nachhaltige Baupolitik erfährt. Sowohl um ihre eigenen Ressourcen zu schonen als auch um in Zukunft zum Klima- und Naturschutz beitragen zu können.

Marchegg im regionalen Kontext
Als Stadtmauernstadt und Teil des LEADER Projekts Marchfelderschlösser versucht die Stadtgemeinde seit einigen Jahren vor allem am regionalen Wettbewerb teilzunehmen und so viel wie möglich aus dem historischen Bestand in der Altstadt herauszuholen. Allerdings gibt es vor allem bei der Freiraumgestaltung und auch in der Vielfalt des touristischen Angebots großes Entwicklungspotenzial.
Marchegg ist als Teil von CENTROPE, EUREGIO Weinviertel, INTERREG und anderen überregionalen Netzwerken, Vereinen sowie Planungen relativ gut in sein Umfeld eingebettet. Sowohl der Ehrgeiz der Stadtgemeinde, im Jahr 2021 zur Niederösterreichischen Landesausstellungsstadt benannt zu werden, als auch Kooperationen mit anderen Regionen, setzen bereits auf die Nutzung der vorhandenen Potenziale.
Ein weiterer wichtiger Punkt ist die analoge und digitale Vermarktung Marcheggs. In den letzten Jahren wurde merkbar daran gearbeitet, das Angebot ist jedoch ausbaufähig. Die Social Media Präsenz auf unterschiedlichen Plattformen (z.B. Twitter, Youtube, Instagram) als auch die Werbung in Form von Broschüren und Flyern wird immer wichtiger für das Image von Gemeinden. Daran können viele unterschiedliche Akteur_innen der Stadtgemeinde zusammen arbeiten.

Abschließend lässt sich sagen, dass sich neben vielen Stärken der Gemeinde immer wieder auch dazugehörige Schwächen finden lassen. Besonders die kulturellen und naturräumlichen Bestände der Gemeinde weisen ein hohes Potenzial für zukünftige Entwicklungen auf unterschiedlichen Ebenen auf.

1.3 SSCR-ANALYSE

Anhand der Bestandsanalyse wurde in der Großgruppe eine ausführliche Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse (SSCR-Analyse) für die Stadtgemeinde Marchegg erstellt. Dabei wurden nicht nur die Ergebnisse der Bestandsanalyse zusammengefasst sondern auch miteinander verschnitten, wodurch mögliche Potenziale und Hemmnisse der Gemeinde erarbeitet werden konnten. Die SSCR-Analyse bildet, einhergehend mit der Bestandsanalyse, die Basis des erarbeiten Leitbildes und war ein wichtiger Bestandteil der gesamten Arbeit.

Den Grundstein der SSCR-Analyse bildete die Ausarbeitung der Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken. Dabei werden die Stärken und Schwächen als interne, von der Gemeinde beeinflussbare, Faktoren gesehen, während die Chancen und Risiken externe, von der Gemeinde nicht beeinflussbare Umfeld- und Marktfaktoren darstellen. Im Folgenden werden die für die Leitbildfindung besonders relevanten Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken genauer erläutert. Die gesammelte SSCR-Analyse ist der SSCR-Workshopdokumentation Marchegg zu entnehmen.

Stärken, Schwächen, Chancen & Risiken

Sowohl die Nähe zu den Marchauen, die Geschichte des Schlosses Marchegg sowie die idyllische Landschaft definieren das Image der Storchenstadt. Das Potenzial der Stadt hinsichtlich kultureller und naturräumlicher Besonderheiten wird bereits durch Ausstellungen und Führungen genutzt, in vielen Bereichen gibt es dabei allerdings Aufholbedarf. Besonders die Marchauen und das Schloss Marchegg bieten eine hohe Aufenthaltsqualität für Besucher- und Bewohner_innen im öffentlichen Raum. Dabei sind die Marchauen besonders gut geeignet für sportliche Aktivitäten wie Radfahren, Joggen etc. während das Schloss Marchegg zum Spazieren und Verweilen einlädt. Aufgrund des begrenzten Angebots für Besucher_innen (Schloss Marchegg, Radwege, Marchauen) ist die Gemeinde von den Sommermonaten abhängig und erzielt in den Wintermonaten kaum Profit. Durch den bestehende Kultur- und Naturraum hat die Gemeinde allerdings das Potenzial dieses Problem – zumindest ansatzweise – zu beheben. Auch der Einzelhandel ist aufgrund der Verödung des Altstadtzentrums zurückgegangen.

Durch die drei Ortssplitter (Breitensee, Bahnhofsviertel und Altstadt) der Stadt Marchegg gibt es kein typisches Zentrum als solches, stattdessen gibt es in jedem Stadtteil Orte welchen eine besondere Bedeutung für Besucher- und Bewohner_innen zuzurechnen ist. Besonders in den Ortskernen der drei Ortsteile konzentrieren sich allerdings sanierungsbedürftige sowie leerstehende Gebäude aber vor allem Erdgeschoßzonen. Während die Siedlungsränder der Stadtteile – besonders das Bahnhofsviertel – von viel Bautätigkeit geprägt ist, veröden die Zentren der Altstadt und Breitensees.

Der neu renovierte Bahnhof Marchegg (Fertigstellung im Dezember 2015) sowie der Aus- und Umbau der Bahnstrecke Wien-Bratislava bringt viele Vorteile für Marchegg. Dadurch verbessert sich nicht nur die Vernetzung der Stadtgemeinde mit ihrem Umland sondern auch das Angebot des

Interne Faktoren

Stärken
- Aktive Bodenpolitik (Baulandreserven)
- Attraktiver Natur- & Kulturraum
- Eisenbahnknoten
- Landwirtschaft (fruchtbare Böden)
- Vereinskultur
- Altstadt mit Aufenthaltsqualität

Schwächen
- Saisonaler Tourismus
- Unbelebtes / unattraktives Zentrum
- Baulandüberhang
- Sanierungsbedarf & Leerstand
- Schwaches Einzelhandelsangebot
- Weitläufigkeit & disperse Siedlungsstruktur
- PKW-Abhängigkeit
- Grundwasserqualität & hoher Wasserstand
- Ungenutzter Wirtschaftspark

Externe Faktoren

Chancen
- Förderpolitik
- Trend zur biologischen Landwirtschaft
- Trends zum sanften Tourismus
- Aufnahme von Asylwerber_innen
- Überregionale Verkehrsplanungen
- (Sub-)Urbanisierungstendenz
- Lage in der Metropolregion

Risiken
- Klimawandel
- Demographischer Wandel
- Aussterben der Landwirtschaft
- Kaufkraftabfluss
- Regionaler Entwicklungsdruck
- Internationale & nationale Asylpolitik
- Ressourcenknappheit
- S8 Schnellstraße Marchfeld

öffentlichen Verkehrssystems für Bewohner_innen und Besucher_innen. Eine Vielzahl unterschiedlicher gesellschaftlicher, sportlicher und kultureller Vereine lassen auf ein vorhandenes und hohes soziales Engagement schließen. Hinsichtlich der demographischen Veränderung in der Gemeinde (leichtes Bevölkerungswachstum, Überalterung der Gesellschaft, ...) ist die Miteinbeziehung der Bevölkerung bei zukünftigen Planungen unerlässlich. Die vorhandene Vereinskultur sowie das soziale Engagement sind für diverse Partizipationsprozesse (Workshops, Befragungen, etc.) von Vorteil.
Der überrepräsentierte primäre Wirtschaftssektor zeigt, dass die Stadtgemeinde bereits einen großen Nutzen aus ihren hervorragenden Voraussetzungen für unterschiedliche landwirtschaftliche Nutzungsformen zieht. Besonders die Bodenqualität, die Nähe zu den Marchauen sowie die Lage im Flachland macht Marchegg zu einem guten Standort für biologische Landwirtschaft. Vor allem die nachhaltige Nutzung dieser Flächen soll in dem Leitbild eine wichtige Rolle spielen. Gleichzeitig besteht in Zukunft die Gefahr, dass die Landwirtschaft in Zukunft immerzu ausstirbt. Dieses Problem ist ein weltweites, auch in Marchegg kann es zu einem Rückgang landwirtschaftlicher Tätigkeit kommen. Mit Hilfe von z.B. finanziellen Anreizen, der Schaffung eines Produktlogos für die Region sowie die Möglichkeit des Vertriebs, könnte dem entgegengewirkt werden.
Auf Bundes-, Landes- und auch auf EU-Ebene gibt es unzählige Förderprogramme, von denen Marchegg in Zukunft profitieren kann. Besonders seine Grenzlage macht es sehr geeignet für unterschiedliche regionale und internationale Projekte. Besonders der weltweite Trend zum sanften, also naturnahen Tourismus, bringt mehrere Chancen für Marchegg in der Etablierung und Verbesserung des touristischen Angebots mit sich.

Potenziale und Hemmnisse

Die Potenziale und Hemmnisse der Gemeinde werden jeweils in zwei Charakteristika unterteilt. Es gibt vorhandene und erschließbare Potenziale für Marchegg, sowie vorhandene und mögliche Hemmnisse der Entwicklung. Diese liegen jeweils dem Verschnitt der Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken zugrunde. Die Folgenden Absätze fassen die für die Erarbeitung des Leitbildes bedeutenden Erkenntnisse dieses Analyseschrittes zusammen.

Die Gemeinde hat in den letzten Jahren stark an ihrem Image für Besucher_innen gearbeitet. Verschiedene Projekte wie die Gründung des Storchenhauses, die Ausstellung im Schloss Marchegg etc. waren wichtige Schritte für die Belebung des Tourismus in der Gemeinde. Dieses Potenzial soll in Zukunft besser ausgeschöpft werden und durch Mitgestaltungsmöglichkeiten, die Verbesserung der Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum sowie die Erhöhung der Verkehrssicherheit an wichtigen Bereichen auch der Bevölkerung dienen.
Da besonders das Zentrum der Altstadt eher unbelebt und von Sanierungsbedarf und Leerstand geprägt ist, gilt es, den vorhandenen Raum

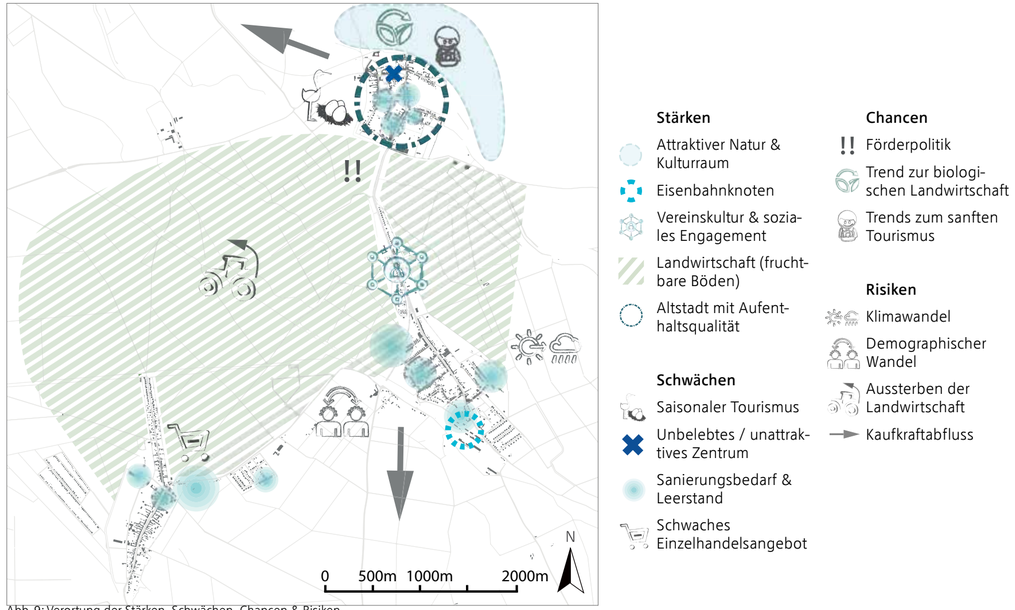


Abb. 9: Verortung der Stärken, Schwächen, Chancen & Risiken

besser zu nutzen und aufzuwerten. Besonders im Hinblick auf die Belebung des Tourismus sowie die Optimierung der Aufenthaltsqualität für Anrainer_innen soll die Aufwertung der öffentlichen Räume besondere Wichtigkeit erlangen. Für eine positive Entwicklung der Stadtgemeinde gilt es, die Verkehrssicherheit am Hauptplatz zu gewähren, attraktive Aufenthaltsräume zu entwickeln sowie den öffentlichen Raum, mit Hilfe von Veranstaltungen, Schnitzeljagden für Kinder o.ä., zu beleben.

Aufgrund der guten Voraussetzungen für landwirtschaftliche Nutzungsformen ist die Stärkung des primären Wirtschaftssektors in der Gemeinde naheliegend. Besonders der Trend zur biologischen Landwirtschaft in Österreich ist dabei zu beachten. Die Unterstützung und vielleicht sogar das Forcieren der biologischen Landwirtschaft birgt ein großes Potenzial für Marchegg. Wie in anderen Gemeinden ist die Landwirtschaft auch in Marchegg gefährdet. Durch das Aussterben der Landwirtschaft läuft Marchegg die Gefahr, ein wichtiges Merkmal der Kultur und Identität zu verlieren. Dies kann beispielsweise durch den weltweiten Klimawandel (Trockenperioden, Hochwasser, Sturm, Hagel etc.) oder auch externe Faktoren wie der Ausbau des Straßensystems, die Ansiedelung unterschiedlicher Betriebe am ecoplus Wirtschaftspark würden nicht nur den Natur- sondern auch den Kulturraum Marcheggs gefährden. Die nachhaltige und innovative Siedlungs- und Verkehrsentwicklung der Stadtgemeinde muss im Vordergrund stehen um diesen möglichen Hemmnissen entgegenzuwirken.

Das touristische Angebot in der Gemeinde ist durchaus ausbaufähig. Besonders durch die Grenzlage zur Slowakei könnten beispielsweise Ausstellungen zweisprachig gestaltet und das Angebot könnte stärker in den regionalen Kontext (z.B. mit umliegenden Gemeinden) gesetzt werden. Besonders im Vergleich mit den anderen Stadtmauernstädten in der Umgebung (z.B. Schloss Hof) hat Marchegg mit einem renovierungsbedürftigen Schloss, sowie dem saisonalen Tourismus in den Sommermonaten ist Marchegg bezüglich des touristischen Angebotes eher schlecht gestellt. Um der Verödung des Tourismus entgegenzuwirken, muss die Gemeinde besonders einen Fokus auf die öffentlichen Räume, die Schlossrenovierung sowie die öffentliche Verbindung zwischen den Ortsteilen, setzen.

Die Entwicklungspotenziale und -hemmnisse als realistische und teilweise wahre Umstände, bieten die Grundlage für die Erarbeitung der Szenarien und - in weiterer Folge - des Leitbildes.

Stärken & Chancen

Vorhandene Potenziale

- Tourismusbelebung durch bestehende Qualitäten
- Aufwertung der öffentlichen Räume in der Altstadt
- Ausbau des regionalen und grenzüberschreitenden Verkehrs
- Bevölkerungszuwachs
- Stärkung der Landwirtschaft

Schwächen & Risiken

Vorhandene Hemmnisse

- Verödung des Einzelhandels
- Leerstandsspirale
- Wiederbelebung des Gewerbegebiets
- Erhöhung der Auspendlerquote
- Möglichkeit zur nachhaltigen sozialintegrativen Landwirtschaft
- Verödung des Tourismus
- Bau ressourcenintensiver Wohneinheiten

Schwächen & Chancen

Erschließbare Potenziale

- Impulse für den Tourismus
- Wohnstruktur stärken
- Biologische Landwirtschaft forcieren
- Wirtschaftsstandort Marchegg

Stärken & Risiken

Mögliche Hemmnisse

- Gefährdung des Natur- & Kulturraumpotenzials
- Gefährdung des touristischen Images
- Fehlende Ausschöpfung des landwirtschaftlichen Potenzials
- Rückgang des sozialen Engagements
- Wertverlust der Baulandreserven
- Abwertung des öffentlichen Verkehrs

2. Szenarien-entwicklung

Ausgehend von den Erkenntnissen aus der Bestandsanalyse, der SSCR-Analyse und den daraus erarbeiteten Entwicklungspotenzialen und -hemmnissen wurden im nächsten Schritt drei Szenarien entwickelt, bei denen drei möglichst unterschiedliche Fokusse gesetzt wurden, welche die zukünftige Entwicklung der Stadtgemeinde betreffen.
Für jedes Szenario wurden zu Beginn mehrere ausschlaggebende Worte gesammelt und nach Relevanz geordnet. Daraus wurden Symbole entwickelt und des Weiteren ein fiktiver Tagebucheintrag eines Marcheggers oder einer Marcheggerin verfasst, der die Umstände in der Gemeinde je nach Szenario spielerisch wiedergeben soll. Dabei wurden absichtlich übertriebene und teilweise unrealistische Umstände gewählt.
Letztendlich führte die Szenarienentwicklung zu einem breit gefächerten Entwicklungsspektrum für die Gemeinde Marchegg, das nun geordnet und an die Realität angepasst werden musste. Aus jedem Szenario wurden jene Bestandteile, die uns am wichtigsten erschienen, entnommen und führten im nächsten Schritt zum Leitbild “march.haltig entfalten”.

2.1 MARCH.ACTIVE

- **Gegebenheiten**
  für dieses Szenario wichtiger Bestand der Gemeinde
- **Kunst & Kreativität**
  Schlagwörter, Ideen und mögliche Maßnahmen zum Thema Kunst & Kreativität
- **Sport & Aktivität**
  Schlagwörter, Ideen und mögliche Maßnahmen zum Thema Sport & Aktivität
- **Allgemeine Ansätze**
  Ideen und Ansätze, die für beide Themenbereiche als wichtig erachtet werden

Die Wordcloud, welche das Szenario „March.Active" beschreibt, zeigt einerseits die Gegebenheiten der Gemeinde – also den Bestand – andererseits aber auch Ideen und Ansätze verschiedenster Themenbereiche, durch welche die zukünftige Entwicklung Marcheggs geprägt werden kann. Fett geschriebene Wörter stellen die Schwerpunkte des Szenarios dar. „March.Active" ist ein Szenario, bei welchem die Stadtgemeinde Marchegg in 15 Jahren als DIE Anlaufstelle im Bereich des sanften Tourismus und Sporttourismus gilt. Verschiedene Maßnahmen zur Stärkung der Angebote und Aktivitäten beleben die Stadt nachhaltig.

Marchegg als Anlaufstelle Nr.1 für sanften Tourismus.
Besonders seit der Landesausstellung 20/21 ist die Stadtgemeinde ein Magnet für Aktive und kulturell Begeisterte aus aller Welt.

Michael R. (35) – Samstag, 30. März 2030
Mein Tag gestern hat sehr früh begonnen. Morgens bin ich mit dem Hund eine kleine Runde Gassi durch die Au und den Schlosspark gegangen. Um das Schloss, das seit der Renovierung und der Landesausstellung kaum wiederzuerkennen ist, wurden schon jede Menge Vorbereitungen für das Storchenfest am Abend getroffen. Wie jedes Jahr wird am letzten März-Wochenende die Ankunft der Weißstorchkolonie ausgiebig gefeiert. Deshalb sind wir und die anderen touristischen Betriebe in der Gemeinde vollends ausgebucht.

Nach dem Frühstück bin ich mit dem Rad zum Bahnhof gefahren. Ich musste eine Schulklasse aus Wien abholen, die ihre Schullandwoche bei uns verbringen will. Der Lehrerin aus dem 17. Bezirk hat es letztes Jahr so gut gefallen, dass sie mit ihrem nächsten Jahrgang gleich nochmal kommen wollte. Sie meint, nirgendwo anders in Niederösterreich wäre ein so kinderfreundliches und abwechslungsreiches Angebot zu finden. Als ich sie am Bahnhof empfing, war im Tourismusbüro unheimlich viel los. Sowohl Touristen als auch bekannte Marchegger Gesichter wollten sich dort über das Wochenendprogramm, das Angebot am Storchenfest und die kommende Saison informieren. Gut, dass ich mir das nicht angetan habe. In der App und auf der Homepage steht doch eh alles, was man wissen muss.

Wir nahmen den Bus zurück in die Altstadt. Da wir uns ja kennen, hat der Busfahrer bei mir und meinem Rad ein Auge zugedrückt. Ich ließ der Schulklasse ein wenig Zeit, um sich in die Zimmer einzuquartieren. Bis sie abmarschbereit war, bereitete ich alles für das Brot Backen vor, das meine Frau abends mit Ihnen geplant hatte. Wir spazierten ein wenig durch die Altstadt, wo ich ihnen von der Geschichte der Stadtmauernstadt Marchegg, König Ottokar und dem Hochwasser erzählte. Dann begaben wir uns ins interaktive Kindermuseum "...denn die Kuh ist nicht lila". Die Lehrerin war voriges Jahr so begeistert davon, dass sie es sich unmöglich entgehen lassen wollte. Danach brachte ich die Truppe zurück nach Hause, wo meine Frau dann das Ruder übernahm.

Endlich im Feierabend angekommen hüpfte ich noch schnell unter die Dusche, bevor ich meine drei besten Kumpels aus der Kindheit in unserem Stammbeisl traf. Wir wollten ein paar Bier trinken und später noch aufs Storchenfest schauen. Dort angekommen war viel los: Am Hauptplatz reihten sich lauter Stände, die regionale Produkte verkauften und Kostproben anboten. Vor allem der Apfelkuchen hat mir geschmeckt! Im Schlossgarten hingegen war eine Luftburg aufgebaut und ein großes Angebot für Kinder verfügbar. Schade, dass ich die Schulklasse daheim gelassen hatte. Ich unterhielt mich mit ein paar Freunden und Kollegen, doch leider hielt ich nicht lange durch. Um 23 Uhr überkam mich die Müdigkeit. Da ich am nächsten Tag wieder früh aufmusste, um mit der Schulklasse auf unser Gemüseanbaufeld zu gehen, spazierte ich nach Hause und ging ins Bett.

Abb. 10: Tagesablauf im Szenario March.Active

2.2 NACHHALTIG IN DIE ZUKUNFT

Gegebenheiten
für dieses Szenario wichtiger Bestand der Gemeinde

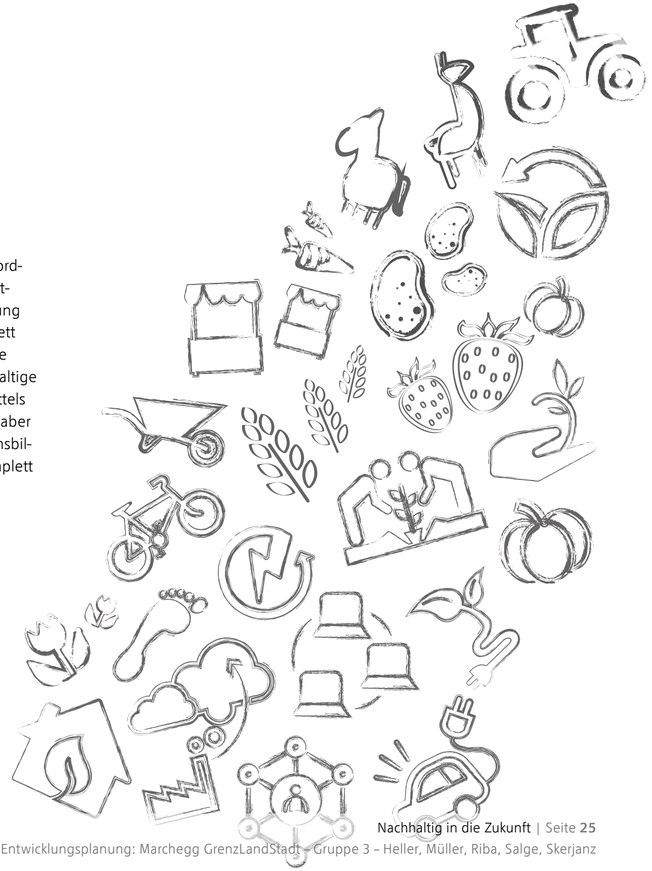
Verkehr
Maßnahmen zur Reduzierung des Individualverkehrs

Wirtschaft
Schlagwörter, Ideen und mögliche Maßnahmen hinsichtlich (land-)wirtschaftlicher Entwicklungen

Bevölkerung
Schlagwörter, Ideen und mögliche Maßnahmen, um die Bevölkerung in Zukunftsentwicklung miteinzubeziehen und den Zusammenhalt zu stärken.

Das Szenario „Nachhaltig in die Zukunft" wird mittels der Wordcloud auf der linken Seite beschrieben. Hierbei ist das Hauptaugenmerk vor allem auf die (land-)wirtschaftliche Entwicklung der Gemeinde gesetzt. Auch bei dieser Wordcloud stehen fett geschriebene Wörter für unterschiedliche Schwerpunkte. Die Positionierung der Gemeinde als energieautarke und nachhaltige Gemeinde im Jahr 2030 ist bei diesem Szenario das Ziel. Mittels der Kombination von Energiewirtschaft und Landwirtschaft, aber auch der biologischen und landwirtschaftlichen Bewusstseinsbildung innerhalb der Gemeinde, soll Marchegg zu einem komplett neuem Image verholfen werden.

Über die regionalen Grenzen hinaus hat sich Marchegg als Marke für nachhaltiges Wirtschaften, biologische Landwirtschaft und erneuerbare Energien etabliert. Nachhaltigkeit und Innovation sind zum Aushängeschild der Gemeinde geworden.



Eva S. (49) – Samstag, 30. März 2030

Ich bin wie immer früh aufgestanden, um mit unserem Lehrling Toni gemeinsam die Tiere zu füttern und allerlei andere Dinge zu erledigen, die am Hof noch anfielen. Ich checkte die Tierfuttervorräte und beschloss, das Bio-Futtermittel nachkaufen zu gehen. Als ich mit unserem E-Auto am ecoplus-Park ankam, begrüßte mich Anna, meine Schwester und Leiterin der Bio-Futtermittelproduktion, freudig. Voll beladen mit frischem Futter verabschiedete ich mich nur kurz, da ich sie nur zwei Stunden später wiedersah, beim Unternehmer_innen-Mittagstisch, der monatlich stattfindet. Ich freute mich Susanne mal wieder zu sehen und noch mehr freute ich mich, als sie mir anbot unsere am Hof produzierte Bio-Marmelade in ihrer Greißlerei zu vertreiben. Durch gemeinde- und regionsinterne Netzwerke hat sich das Geschäft unseres Hofes deutlich verbessert. Es ist toll, wie die Betriebe auf regionale Produkte setzen und sich dadurch auch noch gegenseitig unterstützen.

Beim Unternehmer_innen-Stammtisch traf ich auch Ernst, der mir stolz von der neuen Solaranlage am Dach seines Hauses berichtete. Er erzählte, dass er durch den Informationsservice der Gemeinde von Förderungen des Klima- und Energiefonds erfahren hatte, die unter anderem den Bau von Photovoltaikanlagen unterstützen. Auch uns hat der Informationsdienst bereits geholfen. Ohne ihn wären wir sicher nicht auf die Idee gekommen unseren Hof von Heizöl auf Hackschnitzel umzustellen. Ernsts Begeisterung steckte mich so sehr an, dass ich nach dem Mittagessen mit zu seinem Haus fuhr, um die Anlage zu betrachten. Ich fragte ihn, wieso sein Bruder Thomas nicht beim Mittagessen dabei war - ihm gehört ein Unternehmen für Hackschnitzelproduktion. Ernst meinte, dass Thomas einen größeren Auftrag aus Gänserndorf erhalten hatte und nun relativ im Stress war. Zum Glück redeten wir darüber, sonst hätte ich komplett vergessen, dass unsere Hackschnitzelvorräte dringend Nachschub verlangten.

Nachdem ich erfolgreich ausreichend Hackschnitzel erobert hatte und Thomas mir versprach, er würde am Abend bei der Einweihungsfeier der neuen E-Busse auf jeden Fall dabei sein, machte ich mich mit meinem E-Auto auf den Heimweg. Jedes Mal, wenn ich am Heimweg am Supermarkt vorbeifahre, bekomme ich gute Laune. Das im letzten Jahr umgesetzte Projekt, das sich die Abwärme des Supermarkts zu Nutzen machte, um die Schule zu beheizen, begeistert mich einfach bis heute.

Zuhause angekommen, lud ich die Hackschnitzel ab und musste auch schon wieder los. Jeden Freitag fahre ich bei Georgs Foodsharing-Initiative vorbei und schaue, was er so für mich hat. Ich packte noch eine Kiste Gurken ein (2030 – das Jahr der Gurkenmassenernte sollte man es meiner Meinung nach nennen, aber vielleicht liegt es auch an unserem neuen Naturdünger...), ging zur nächsten Lastenfahrradstation (mit dem Lastenfahrrad ist es viel einfacher in der Altstadt zu parken) und radelte in rekordverdächtigem Tempo hin und zurück.

Dann musste ich auch schon wieder los - zur E-Bus-Einweihungsfeier am Hauptplatz. Viele Leute brachten hausgemachte Speisen mit, ich auch - Gurkensalat.

Abb. 11: Tagesablauf im Szenario Nachhaltig in die Zukunft

2.3 MARCHEGG, UNSER WOHNZIMMER

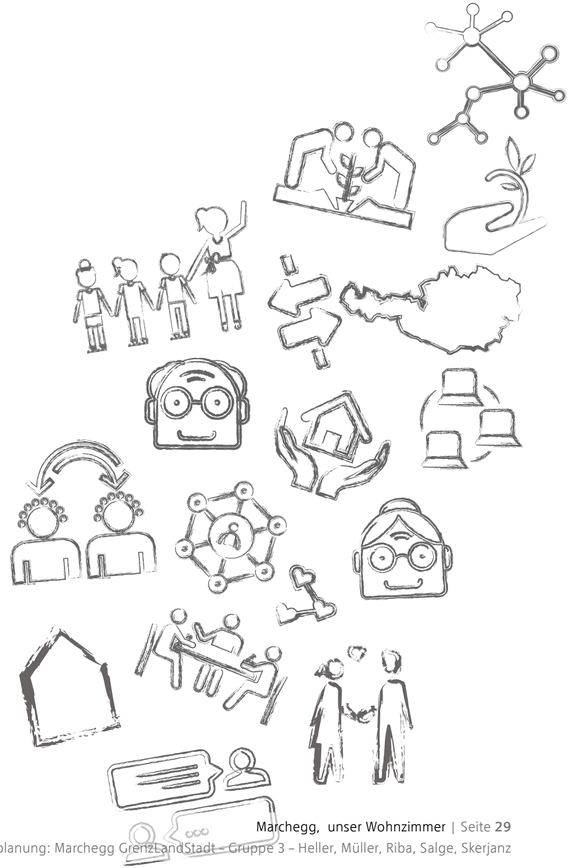
Gegebenheiten
für dieses Szenario wichtiger Bestand der Gemeinde

Raum
Schlagwörter, Ideen und mögliche Maßnahmen im Bezug auf raumplanerische und gestalterische Aspekte

Gesellschaft
Schlagwörter, Ideen und mögliche Maßnahmen für soziale Inklusion und die Verbindung der Gesellschaft

„Marchegg, unser Wohnzimmer" ist das dritte, ausgearbeitete Szenario und wird mittels der Wordcloud auf der linken Seite beschrieben. Wieder gilt, dass fett geschriebene Wörter als Hauptaugenmerke zählen. Dieses Szenario beschäftigt sich vor allem mit der Stärkung des sozialen Engagements und Zusammenhaltes der Bevölkerung. Die Verbindung von mehreren Generationen, sogar über die österreichische Grenze hinaus, durch gemeinsame Aktivitäten, Events und Projekte funktioniert vor allem durch gemeinsame Interaktionsräume, wie Mehrgenerationen-Häuser und diverse Gemeinschaftsräume. Die öffentlichen (Frei-)Räume Marcheggs sind für einen Großteil der Bevölkerung zu einer Art neuem Wohnzimmer geworden.

Das soziale Engagement der Marchegger Bevölkerung wurde in den vergangenen Jahren durch vielfältige Projekte und Events der Gemeinde und Vereine zusätzlich verstärkt. Inzwischen fungiert Marchegg als Vorbild für andere Gemeinden, vor allem im Hinblick auf soziale Inklusion und generationsübergreifende Verbindungen.



Martin. L (18) - Samstag, 30. März 2030
Bevor ich mit meiner Familie frühstückte, ging ich zum Hauptplatz wo seit einigen Jahren der wöchentliche Bauernmarkt stattfindet. Dort besorgte ich frisches Gebäck und Obst für das gemeinsame Frühstück.

Wieder zu Hause angekommen bereitete ich gemeinsam mit meinen Eltern das Frühstück vor. Ich berichtete ihnen voller Vorfreude die in der kommenden Woche bevorstehenden Schulexkursion. Gemeinsam mit der Parallelklasse besuchen wir unsere Partnerschule in der Slowakei. Am Dienstag soll es losgehen, erzählte ich ... „Wir treffen uns alle in der Früh am Bahnhof, von dort geht es dann mit unseren Rädern hinüber in die Slowakei, wo wir unsere Partnerklasse treffen. Den restlichen Tag verbringen wir in der Natur. Anschließend geht es zu den Host-Familien der slowakischen Kinder wo wir auch übernachten. Am nächsten Tag steht ein Ausflug in die Hauptstadt Slowakei am Programm. Gegen Abend werden wir mit dem Zug wieder daheim ankommen..." Meine Eltern waren von der Kooperation zwischen den beiden Schulen von Anfang an begeistert. Auch das in der Schule neuerdings das Wahlfach Slowakisch angeboten wird, finden die beiden ganz toll.

Ich erzählte so ausschweifend und voller Vorfreude über die Exkursion, dass ich völlig auf die Uhrzeit vergessen habe. Ich traf mich ja um halb eins mit meinem Buddy.... Das Projekt ist auch von der Schule ins Leben gerufen worden und soll den Asylwebern dabei helfen sich besser in die Gemeinde einzuleben. Also sprintete ich in den Stadtpark wo Ali schon mit seinen Deutschbüchern auf mich wartete... In der Regel treffen wir uns dreimal die Woche um seine Deutschkenntnisse zu verbessern, aber wir gehen auch öfters einfach nur mal Fußballspielen oder unternehmen etwas mit meinen Schulkameraden und deren Buddys. Heute hatte ich allerdings nicht so lange Zeit, da ich für meine Nachbarin noch etwas vom foodsharing für sie abholen musste. Bei ihr angekommen gab ich ihr die Sachen und unterhielt mich kurz mit ihr.

Anschließend wollte ich eigentlich nach Hause gehen und meine Hausaufgaben erledigen doch dann bekam ich eine SMS von einem Klassenkameraden aus der Partnerschule in der Slowakei. Er ist gerade am Bahnhof und fragte mich ob ich spontan vorbeischauen möchte. Ich nahm mein Smartphone und sah auf der March-APP unter Fahrgemeinschaften nach wann das nächste Auto zum Bahnhof geht. Zum Glück ging in zehn Minuten ein Auto vom Ungartor zum Bahnhof also gab ich meinem Freund Bescheid das ich in etwa 15 Minuten da bin.

Am Bahnhof angekommen traf ich Aleks der gerade am Weg nach Hause in die Slowakei war aber einen Zwischenstopp in Marchegg machte um Freunde zu besuchen. Wir setzten uns für eine halbe Stunde in ein Gastgarten und besprachen was wir bei der kommenden Exkursion alles machen wollen.

Am Abend traf ich mich im Schlossgarten mit einigen Schulkollegen um das Sommerkino zu besuchen. Auch das findet erst seit kurzen in Marchegg statt. Zu diesem Event trifft man immer bekannte Gesichter.

Abb. 12: Tagesablauf im Szenario Marchegg, unser Wohnzimmer

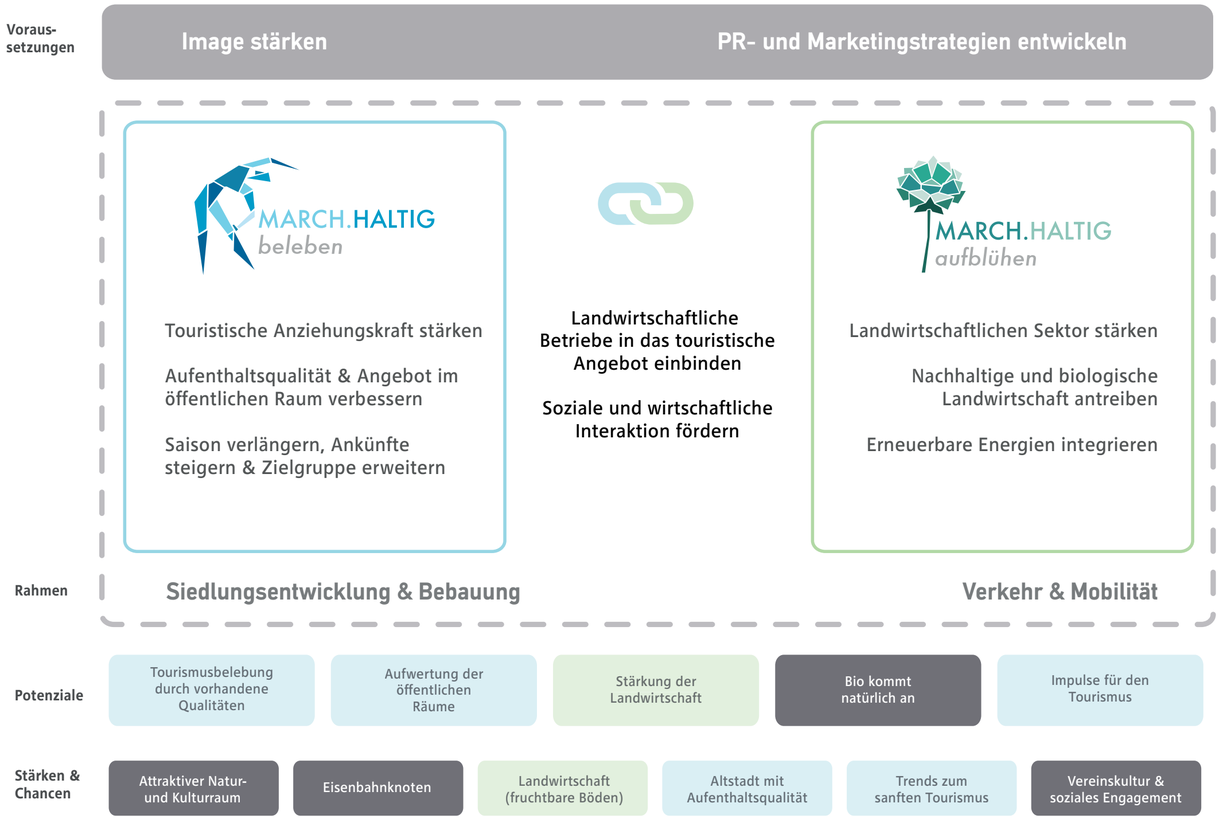
2.4 LEITBILDHERLEITUNG

Nach der Entwicklung der drei, möglichst unterschiedlichen Zukunftsszenarien für Marchegg konnte mit Hilfe dieser ein geeignetes Leitbild erstellt werden.
Im Zuge der Leitbildherleitung wurden die Szenarien nach Schnittpunkten, ähnlichen Ansätzen und Ideen untersucht und diese danach miteinander verbunden.
Durch die Verbindung all dieser unterschiedlichen Aspekte konnte ein Leitbild für die zukünftige Entwicklung der Stadtgemeinde Marchegg gestaltet werden, welches neben raumplanerischen Maßnahmen auch soziale, kulturelle und (land-) wirtschaftliche Themenbereiche abdeckt.

3. Leitbild

MARCH.HALTIG *entfalten*

Im Rahmen der Erstellung des Leitbildes für Marchegg sollen Potenziale und Stärken im Tourismus und der Landwirtschaft aufgegriffen werden, um die Attraktivität der Gemeinde und die Zukunftsaussichten der Bevölkerung und Wirtschaft zu verbessern. Der Schwerpunkt soll dabei stets auf der nachhaltigen Umsetzung der Maßnahmen liegen.



3.1 LEITBILDEINFÜHRUNG

Für die Ausarbeitung geeigneter Oberziele und Unterziele, aber auch für die Erstellung eines Maßnahmen-Katalogs für die zukünftige Entwicklung der Stadtgemeinde Marchegg war eine erneute gründliche Auseinandersetzung mit der Bestands-, sowie der SSCR-Analyse nötig.

Die Abbildung zeigt die Strukturierung des ausgearbeiteten Leitbildes für das örtliche Entwicklungskonzept Marcheggs, dessen Titel „march. haltig entfalten" lautet. Dieses greift Potenziale, Stärken und Chancen in den Bereichen des Tourismus und Kultur und der Landwirtschaft auf, um die Attraktivität und Aufenthaltsqualität der Gemeinde und die Zukunftsaussichten der Bevölkerung und Wirtschaft zu verbessern. Der Schwerpunkt soll dabei stets auf dem nachhaltigen Umgang mit Ressourcen und auf der nachhaltigen Umsetzung erarbeiteter Maßnahmen liegen.

Die Themenschwerpunkte „march.haltig aufblühen - der landwirtschaftliche Aspekt" sowie „march.haltig beleben - der gestalterische Aspekt" sollen durch spezifische und geeignete Maßnahmen miteinander verbunden werden und einander somit ergänzen.

Neben den konkreten Oberzielen für das Leitbild wurden Rahmenbedingungen, die raumplanerischen Grundthemen Siedlungsentwicklung, Bebauung und Verkehr, Mobilität sowie Voraussetzungen für das Leitbild, die Stärkung des Images der Stadt und die Entwicklung von Marketing- und PR-Strategien, erarbeitet.

Potenziale, Stärken & Schwächen
Wie bereits zuvor erwähnt, wurde bei der Leitbildherleitung besonders auf vorhergegangenen Analysen eingegangen. Deswegen bilden die Ergebnisse dieser Analysen, mit den Potenzialen, Stärken und Schwächen, den Grundstein des Leitbildes „march.haltig entfalten".

Voraussetzungen
Aus der Bestandsanalyse ersichtlich ist, dass die Gemeinde durch die Vergangenheit bereits das Image der Storchenstadt erlangt hat, welches es weiter zu pflegen gilt. Aufholbedarf besteht innerhalb der Gemeinde vor allem im Online-Auftritt der Gemeinde. Als Voraussetzungen zu einer positiven, zukünftigen Entwicklung der Gemeinde werden somit besonders die **Imagebildung**, oder auch Stärkung, der Gemeinde und die **Entwicklung von PR- und Marketingstrategien** angesehen. Damit ist nicht nur die Webpräsenz, sondern auch die Vermarktung der Gemeinde allgemein mit all ihren kulturellen und naturräumlichen Besonderheiten sowie die Erstellung von diversen Werbemitteln gemeint. Die Identifikation der Bewohner_innen mit der Gemeinde wird dabei durchwegs als zentraler Faktor angesehen und ist für die Umsetzung der unterschiedlichen Oberziele äußerst wichtig.

Rahmenbedingungen
Zu den Rahmenbedingungen gehören eine nachhaltige Bodenpolitik sowie die Verbesserung der Mobilität und des Verkehrs in der Gemeinde. Da die Siedlungsgebiete Marcheggs von Einfamilienhäusern dominiert werden und die Nachfrage von Wohnorten, besonders im Bahnhofsviertel, in den vergangenen Jahren gestiegen ist, ist der nachhaltige Umgang mit der Ressource Boden unerlässlich.

Aufgrund der drei Siedlungssplitter der Gemeinde müssen sowohl Bewohner_innen als auch Besucher_innen oft lange Strecken zurücklegen. Damit der fortwährende Zwang, auf den motorisierten Individualverkehr zurückgreifen zu müssen, eingedämmt werden kann, sind die Verbesserung der öffentlichen Verkehrsanbin-

dung sowie der Ausbau des Radwegenetzes innerhalb der Gemeinde erstrebenswert.

Siedlungsentwicklung und Bebauung

Wie bereits erwähnt handelt es sich bei dem Großteil der Gebäude in Marchegg um Einfamilienhäuser. Besonders aufgrund der optimalen Bodenverhältnisse für landwirtschaftliche Tätigkeiten gilt es, auf verdichtete Bebauung zu setzen und beispielsweise Brachflächen zu nutzen und die bestehende Bodenpolitik der Stadtgemeinde weiterzuführen. Gemeinnützige Wohnbauten unterschiedlicher Genossenschaften o.ä. gewinnen im Raum Niederösterreich an Beliebtheit. Es wäre erstrebenswert, diese Art der Wohngebäude auch in Marchegg zu etablieren.

Eine weitere Erkenntnis der Bestandsanalyse war die große Anzahl an Leerstand in allen drei Stadtteilen. Dieser sollte entsprechend genutzt und teilweise renoviert werden.

Verkehr und Mobilität

Die Verkehrssituation in Marchegg ist teilweise durchaus verbesserungsfähig. Allgemein ist aufgrund der großen Distanzen der motorisierte Individualverkehr überpräsentiert. Das ist nicht nur schlecht für die Umwelt sondern kann auch zu Gefahrenstellen innerhalb der Stadtgrenze führen. Besonders in der Nähe der Schule und im Zentrum der Altstadt ist dies der Fall. Hier gilt es, etwaige Geschwindigkeitsbegrenzungen und bauliche Abgrenzungen zu schaffen, um das Gefahrenrisiko einzudämmen und die Attraktivierung der öffentlichen Räume zu gewährleisten. Weiters ist das öffentliche Verkehrsangebot zwar vorhanden aber ebenfalls ausbaufähig. Hier kann man davon ausgehen, dass die Nachfrage nach einer besseren Verbindung besonders zwischen der Altstadt bzw. Breitensee und des Bahnhofs Marchegg durchaus da wäre. Ein weiterer wichtiger Punkt für die Durchführung des Leitbildes ist der Ausbau des Radwegenetzes. Dieses ist besonders innerhalb der Ortsgrenze lückenhaft. Die Strecke zwischen der Altstadt und dem Bahnhofsviertel existiert praktisch nicht.

march.haltig beleben - Der gestalterische Aspekt

Das touristische Angebot ist, wie die Bestandsanalyse ergeben hat, durchaus ausbaufähig – besonders hinsichtlich des Kulturtourismus. Die SSCR- Analyse hat ergeben, dass sich einige Potenziale der Stadtgemeinde im Tourismus wiederfinden, was durchaus Vorteile für Marchegg bringen kann. Dabei soll das Augenmerk unter anderem auf der Verbesserung der Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum sowie der Erweiterung des touristischen Angebots liegen. So soll versucht werden, ein Angebot zu schaffen, das nicht nur Tourist_innen sondern auch Bewohner_innen anlockt und außerdem der Stadtgemeinde zu höherer Bekanntheit verhilft. Auch der öffentliche Raum soll dabei neu gestaltet werden – sowohl durch Veranstaltungen, bauliche Veränderungen als auch Verbesserungen des Mobilitätsangebots.

march.haltig aufblühen - Der landwirtschaftliche Aspekt

Aufgrund der fruchtbaren Böden und der geographischen Lage ist Marchegg ein optimaler Standort für landwirtschaftliche Tätigkeiten. Dass dies auch genutzt wird, zeigt sich in einem überrepräsentierten primären Wirtschaftssektor. Der Trend zur biologischen Landwirtschaft ließ sich in den vergangenen Jahren in ganz Österreich verzeichnen, was ein Ansporn dazu ist, auch in Marchegg nachhaltige und biologische Landwirtschaft anzutreiben. Außerdem hat die Bestandsanalyse ergeben, dass der Boden durch verschiedene Dünger nitratbelastet ist, was für die zukünftige Entwicklung der Landwirtschaft in der Gemeinde eine Behinderung darstellen kann. Einhergehend mit dem Thema der Nachhaltigkeit und biologischem Anbau sollen erneuerbare Energien in den Alltag der Bewohner_innen Marcheggs integriert werden. Dies ist besonders hinsichtlich des Klimawandels und der immer wieder steigenden Heizölkosten im Interesse der Allgemeinheit. Besonders im Bereich der Landwirtschaft sind Photovoltaikanlagen von Vorteil.

Verbindung

Für die Verbindung der beiden Themenschwerpunkte gibt es, neben den themenspezifischen Oberzielen, zwei weitere Oberziele innerhalb des Leitbildes. Diese sind die Einbindung landwirtschaftlicher Betriebe in das touristische Angebot, sowie die Förderung sozialer und wirtschaftlicher Interaktion. Die Einbindung von landwirtschaftlichen Betrieben in das touristische Angebot könnte beispielsweise durch das Programm „Urlaub am Bauernhof" umgesetzt werden, welches in den meisten österreichischen Bundesländern bereits existiert und an hoher Beliebtheit erfreut. Mit Hilfe der zuvor erwähnten Voraussetzungen könnte es in Zukunft auch in Marchegg teilnehmende Betriebe geben.

Die Förderung sozialer und wirtschaftlicher Interaktion geht ebenfalls mit beiden Schwerpunktthemen einher. So soll es beispielsweise Kommunikationsplattformen und Netzwerke für angesiedelte Unternehmer_innen und Landwirt_innen geben. Gleichzeitig soll der öffentliche Raum insofern gestaltet werden, als dass er mehr zum Kommunikationsraum wird und auch mehr Interaktion zwischen den Bewohner_innen zulässt.

Schwerpunkt I

3.2 MARCH.HALTIG **AUFBLÜHEN**

Durch die Bestandsanalyse wurde ersichtlich, dass der primäre Wirtschaftsektor (vor allem der landwirtschaftliche Sektor) überdurchschnittlich stark repräsentiert ist (mit einem Beschäftigtenanteil von 17% liegt Marchegg 10% über dem niederösterreichischen Durchschnitt von 7%) und dass dieser auch die Lebensgrundlage für eine Vielzahl der Bewohner_innen ist. Grund für den hohen Anteil der Beschäftigten im primären Wirtschaftsektor ist die für den landwirtschaftlichen Anbau von Obst und Gemüse optimale Bodenbeschaffenheit des Marchfelds.

Es hat sich auch herausgestellt, dass dieser rentable Wirtschaftszweig viele Potenziale birgt. Zum einen hat sich im Laufe der vergangenen Jahre abgezeichnet, dass biologische Produkte bei der österreichischen Bevölkerung gut ankommen und an Wichtigkeit gewinnen. Mit einer biologischen und nachhaltigen Landwirtschaft könnte das Image der Stadtgemeinde gestärkt werden und es würde zu einer Bewusstseinsbildung zu dieser Thematik in der Bevölkerung kommen. Außerdem gibt es umfangreiche Programme auf Landes-, Bundes- und EU-Ebene, die noch stärker in Anspruch genommen werden können.

Allerdings droht, die für die Gemeinde so wichtige Landwirtschaft, aufgrund der fortschreitenden Überalterung und der Abwanderung der jungen Erwachsenen, aufgrund fehlender Perspektiven sowie dem Klimawandel in den folgenden Jahren zurückzubilden, was sich negativ auf die Wirtschaftsleistung und das Budget der Gemeinde auswirken würde.

Diese Erkenntnisse sind die Grundlage für das erarbeitete Leitbild.

Uns ist es ein Anliegen, den oben genannten Risiken entgegenzuwirken und die vorhandenen Potenziale voll auszuschöpfen. Dafür ist es notwendig, dass die Bevölkerung von Marchegg ein Bewusstsein für nachhaltige, biologische und innovative Landwirtschaft entwickelt.

Ein wesentlicher Aspekt in dem erarbeiteten Leitbild ist, dem Rückgang der Landwirtschaft entgegenzuwirken und diese nachhaltig zu stärken. Dies soll vor allem durch eine umfassende Information der Bürger_innen geschehen. Dazu braucht es eine zentrale Informationsstelle, in der die aktuellen Förderprogramme auf Landes-, Bundes- als auch EU-Ebene den Bürger_innen nähergebracht werden. Des Weiteren sollen erneuerbare Energien in die Landwirtschaft integriert werden. Dies hätte den Vorteil, dass neben dem Anbau von Obst und Gemüse auch Energie produziert werden könnte. Unter dem Motto: Vom „Landwirt zum Energiewirt" könnten sich die Landwirte ein zweites, nachhaltiges und innovatives, Standbein aufbauen, welches auch Arbeitsplätze schaffen würde.

Der Trend zu biologischen Lebensmitteln ist in der Gemeinde schon verankert, jedoch gibt es für die ansässigen Bio-Landwirt_innen kaum Absatzmöglichkeiten in der Gemeinde. Durch einen wöchentlichen Bauernmarkt würden für die Bio-Landwirt_innen ein neuer Absatzmarkt und für die Bewohner_innen ein neuer sozialer Treffpunkt entstehen.

Um die Ziele des Leitbildes zu verwirklichen wurden Maßnahmen ausgearbeitet welche auf den nächsten Seiten benannt werden.

Schwerpunkt II

3.3 MARCH.HALTIG **BELEBEN**

Teil der Bestandsanalyse war die Erkenntnis, dass österreichweit ein Trend hin zum sanften Tourismus stattfindet. Naturnahe Aufenthalte und ein qualitativ hochwertiges Angebot werden heute immer stärker nachgefragt.

Die Stadtgemeinde Marchegg verfügt in diesem Bereich durch ihre geographische Positionierung an den Marchauen und seiner bestehenden, historischen Sehenswürdigkeiten über viel Potenzial. Die Gemeinde hat demnach ideale Voraussetzungen, um sich durch die Nutzung ihrer bereits bestehenden kulturellen und naturräumlichen Gegebenheiten als beliebtes Ausflugsziel im Marchfeld zu etablieren – vor allem für kürzere Reisen und Tagesausflüge.

Um dieses Potenzial nutzen zu können, bedarf es an Investitionen und Projekten, die zum Ausbau des touristischen Angebots beitragen sowie die Gemeinde an die heutigen Ansprüche, die an den Tourismus gestellt werden, anpassen.

Die mittelfristige Schlüsselrolle und das Ziel für die kommenden fünf Jahre ist die Niederösterreichische Landesausstellung 2021.

Durch die Landesausstellung und die damit einhergehenden Förderungen soll das vorhandene touristische Angebot aufgewertet werden (Renovierung des Schlosses, etc.), um im Weiteren die Aufmerksamkeit auf die Verbesserung der Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum und dessen Angebot zu richten. Durch die Umgestaltung und Aufwertung öffentlicher Plätze profitiert auch die Bevölkerung durch gesteigerte Lebensqualität, einhergehend mit mehr Kommunikations- und Interaktionsraum.

2021 stellt in unserem Leitbild den ersten Meilenstein dar, bis zu welchem eine Vielzahl an Maßnahmen umgesetzt werden soll, um die Gemeinde „fit" für die Landesausstellung zu machen. Ein zentrales Ziel ist, die Landesausstellung als Motor zu nutzen und von der gesteigerten Bekanntheit zu profitieren. Auch über diesen Zeitpunkt hinaus sind Maßnahmen zu setzen, um die Aufenthaltsqualität zu verbessern und das abgeleitete (touristische) Angebot, das in der Bestandsanalyse als spärlich eingestuft wurde, auf nachhaltige Art zu erweitern.

Durch die Erweiterung des touristischen Angebots (Ausbau des Radfahrnetzes, Nutzung des Schlosses für Ausstellungen lokaler Künstler_innen, Pauschalreisen, Urlaub am Bauernhof, Erlebnismuseum für Kinder, u.ä.), sollen unterschiedliche Zielgruppen, wie zum Beispiel Aktivtourist_innen, Schulklassen und Familien angesprochen werden.

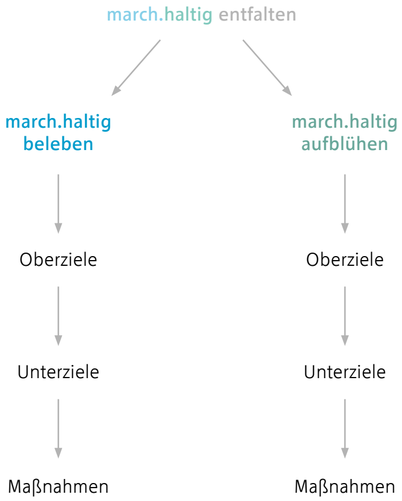
Um die vorhandene und ebenfalls durch das Leitbild geförderte Landwirtschaft in diesen Prozess einzubinden, soll unter anderem mit dem oben erwähnten Programm „Urlaub am Bauernhof" gearbeitet werden, um so den Landwirt_innen eine zusätzliche Einnahmequelle zu ermöglichen und auch damit die Anziehungskraft der Gemeinde zu steigern.

Auf die genauen Ober- und Unterziele sowie spezifische Maßnahmen wird im Folgenden eingegangen.

3.4 ZIELE & MASZNAHMEN

Im Rahmen des Leitbildes wurden passende Ober- und Unterziele formuliert, welche die Vision einer „march.haltigen Entfaltung" für Marchegg definieren sollen, um eine zukünftige Entwicklung der Stadtgemeinde steuern zu können. Für jedes Schwerpunktthema (march.haltig beleben und march.haltig aufblühen) wurde eine eigene Liste von Zielen und Maßnahmen erstellt, die sich, wie zuvor erklärt, auch überschneiden.

Anhand der ausformulierten Ober- und Unterziele des Leitbildes wurden passende Maßnahmen für die beiden Aspekte erarbeitet. Diese sollen zu unterschiedlichen Fortschritten im Entwicklungsprozess führen. Ausgehend von den definierten Ober- und Unterzielen wird der dazugehörige Maßnahmenkatalog im Folgenden genauer erläutert. Aus dem Katalog wurden im Anschluss Maßnahmen besonders hoher Wichtigkeit in Form zweier Leitprojekte ausformuliert, genauer beschrieben und teilweise berechnet.



der gestalterische Aspekt
MARCH.HALTIG beleben

der (land-)wirtschaftliche Aspekt
MARCH.HALTIG aufblühen

OBERZIELE

- Touristische Anziehungskraft stärken
- Aufenthaltsqualität & Angebot im öffentlichen Raum erhöhen
- Landwirtschaftlichen Sektor stärken
- Nachhaltige & biologische Landwirtschaft antreiben
- Saison verlängern, Ankünfte steigern & Zielgruppe erweitern
- Soziale und wirtschaftliche Interaktion fördern
- Erneuerbare Energien integrieren

UNTERZIELE / MASZNAHMEN

MARCH.HALTIG beleben

- Bevölkerung in Entwicklung miteinbeziehen
  - Partizipationsprozesse mit Bevölkerung einsetzen
  - **Veranstaltungen initiieren**
- Touristische & gastronomisches Angebot erweitern
  - Anreize für gastronomische Weiterentwicklung schaffen
  - Programm „Urlaub am Bauernhof" & Pauschalreisen einführen
  - Radwegenetz erweitern und koordinieren
  - Ausstellungsangebot erweitern
- Touristische, verkehrliche & soziale Infrastruktur ausbauen
  - Höchstgeschwindigkeiten entlang der Hauptstraße begrenzen
  - **Hauptplatz, Bahnhofsvorplatz und Ortseinfahrten umgestalten**
  - **Tourismusinformationszentrum ansiedeln**
- Vorhandene öffentliche Räume umgestalten
  - **Schloss Marchegg renovieren**
- Bekanntheitsgrad steigern
  - Medialen Auftritt stärken
  - im Leitprojekt **„march.haltig zur Landesausstellung"** enthalten

Zuordnung zu jeweiligen Oberzielen

UNTERZIELE / MASZNAHMEN

MARCH.HALTIG aufblühen

- Regionale Produkte vermarkten
  - **Website und Produktlogo erstellen**
  - **Verkaufsstandorte festlegen und Food Coop starten**
- Sensibilisierung und Information der Bevölkerung
  - (Weiter-) Bildung im Bereich der nachhaltigen LW & Energie
  - **Unternehmer_innenstammtisch einführen**
  - **Regionales Netzwerk für Biobauer_innen gründen**
  - Informationsservice zu Fördergeldern für Bewohner_innen gründen
- Sozialen Engagement stärken
  - Gerätschaften & Flächen gemeinsam nutzen
  - Food Sharing-Initiativen starten
  - Online Plattform für Fahrgemeinschaften gründen
- Lebensmittel & Ressourcen nachhaltig nutzen
  - Biomasse & Hackschnitzel produzieren und verarbeiten
- Landwirtschaftliche Betriebe zur Energieproduktion motivieren
  - im Leitprojekt **„march.haltig ins G'schäft"** enthalten

Zuordnung zu jeweiligen Oberzielen

3.5 MASZNAHMEN IM ÜBERBLICK

In dieser Karte wurden die Maßnahmen aus beiden Schwerpunktthemen verortet und in einer Karte gebündelt dargestellt.

Bei den Umgestaltungen am Hauptplatz, dem Bahnhofsvorplatz und der Ortseinfahrten soll die Bevölkerung stark in den Entwicklungsprozess miteinbezogen werden, um die Maßnahmen an deren Bedürfnisse und Wünsche anpassen zu können. Die Icons welche die Umgestaltungen am Hauptplatz und dem Bahnhofsvorplatz visualisieren sollen, enthalten noch mehrere Maßnahmen, welche allerdings nicht alle auf der Karte verortet werden konnten. Sie befinden sich allerdings im Detail ausgearbeitet im Entwicklungskonzept.

Weiters soll das Radwegenetz in der Gemeinde besser strukturiert und vernetzt werden, um sich an das gut ausgebaute, überregionale Radwegenetz anzupassen.

Da unser Entwicklungskonzept auch einige organisatorische Maßnahmen mit sich bringt welche nicht verortet werden können, wie die Etablierung von Fahrgemeinschaften und einer Food Cooperative oder das betreiben einer Nachhaltigen Landwirtschaft und einer Umfangreichen Informationsleistung zu Förderungen oder Weiterbildungen wurden diese mittels Icons in der Mitte situiert.

- Umgestaltung des Hauptplatzes
- Umgestaltung des Bahnhofes
- Etablierung von Fahrgemeinschaften
- Einführung eines Unternehmer_innenstammtisch
- Urlaub am Bauernhof
- Umgestaltung der Ortseinfahrten
- Einführung von food-sharing und einer food cooperative
- Ausbau des Radwegenetzes
- mögliche Verkaufsstandorte
- Renovierung des Schlosses
- nachhaltige Landwirtschaft
- Siedlungsgrenze
- Netzwerk für Bio-Landwirt_innen
- Informationsleistung
- landwirtschaftlich genutzte Flächen
- March
- Siedlungsgebiet
- Wald
- Geschwindigkeitsbegrenzung

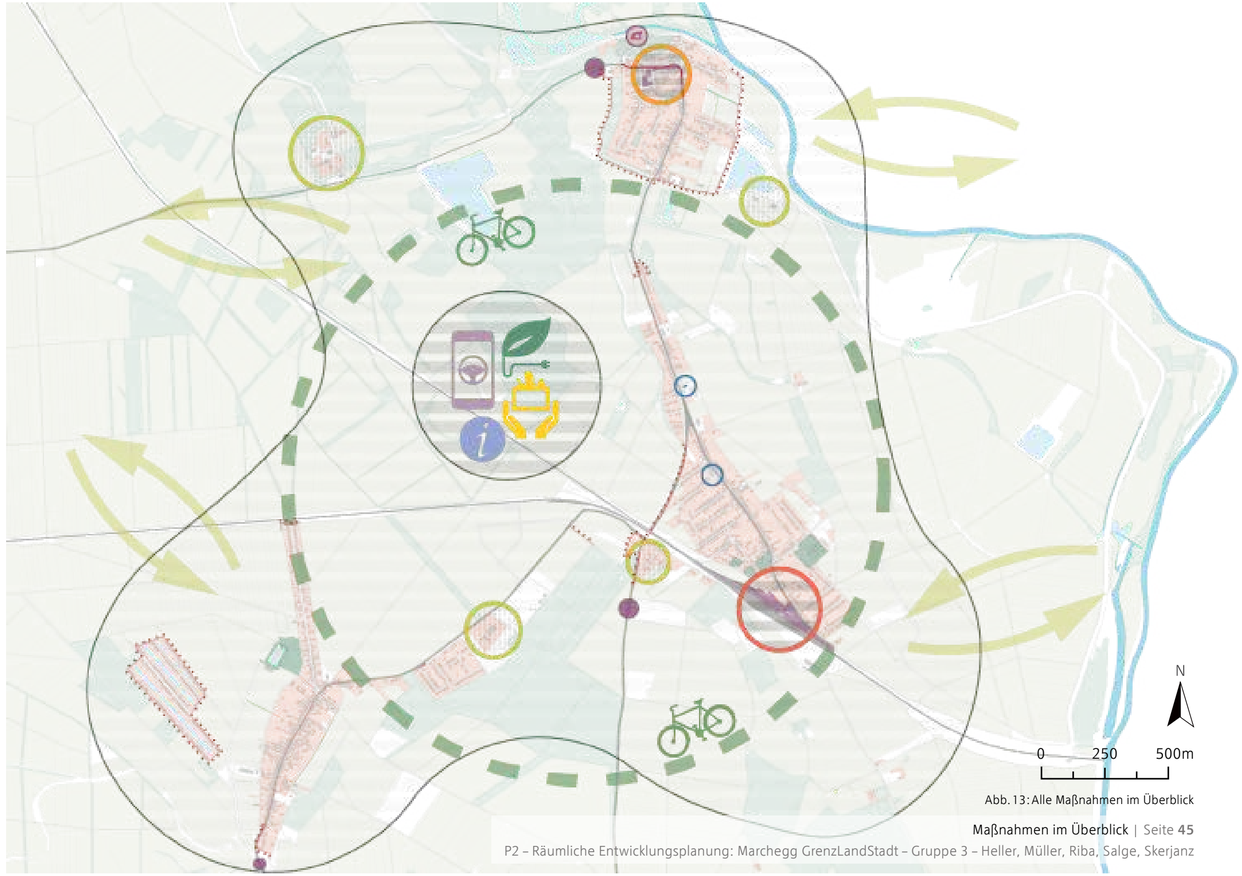


Abb. 13: Alle Maßnahmen im Überblick

Umgestaltung des Hauptplatzes

Umgestaltung des Bahnhofes

Urlaub am Bauernhof

Umgestaltung der Ortseinfahrten

Renovierung des Schlosses

Ausbau des Radwegenetzes

Landwirtschaftlich genutzte Flächen

March

Siedlungsgebiet

Wald

Geschwindigkeitsbegrenzung

N

0m 250m 500m

Abb. 14: Maßnahmen march.haltig beleben

march.haltig beleben der gestalterische Aspekt

Anreize für gastronomische Weiterentwicklung schaffen

Um sowohl Touristen als auch der Bevölkerung ein größeres kulinarisches Angebot zu bieten, soll die Gemeinde Marchegg Maßnahmen setzen. Durch Kooperationen mit touristischen Einrichtungen (Information zu gastronomischen Betrieben im Schloss Marchegg, Rabatt- oder Gutscheinvergabe im Tourismusbüro, etc.) könnte der Umsatz der Restaurants und Cafés in Marchegg gesteigert werden . Im Zuge der Hauptplatzerneuerung könnte das Stadtcafé außerdem einen attraktiven Schanigarten einrichten.

Höchstgeschwindigkeiten entlang der Hauptstraße begrenzen

Im Rahmen der Umgestaltung des Hauptplatzes wird die Höchstgeschwindigkeit im Zentrum auf 30 km/h reduziert. Weiters soll auch in der Nähe der Schule und anderen verkehrlichen Brennpunkten im Umkreis sozialer und Freizeiteinrichtungen für mehr Sicherheit gesorgt werden.

Radwegenetz erweitern und koordinieren

Die Radinfrastruktur im Umkreis der Gemeinde Marchegg hat bereits viel zu bieten. Zahlreiche idyllische Radwege durch das Marchfeld bis nach Bratislava und Schloss Hof sind vorhanden. Was jedoch fehlt, ist die Verknüpfung innerhalb der Gemeinde. Neue Radwege, die sich durch die gesamte Gemeinde ziehen, soll zur Reduktion des motorisierten Individualverkehrs führen und den sanften Tourismus ankurbeln.

Schloss Marchegg renovieren

Die Renovierung des Schlosses ist ein wichtiger Schritt zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität in der Altstadt sowie eine Notwendigkeit zur Verbesserung des touristischen Angebots in Marchegg.

Veranstaltungen initiieren

Um das bestehende Sozialnetz der Stadtgemeinde zu stärken und um die Altstadt zu beleben, sollen besonders am Hauptplatz und an anderen öffentlichen Orten zukünftig Veranstaltungen mit unterschiedlichen Themen (z.B. Storchenfest, Informationsveranstaltungen zu alternativen Energien, Kürbisfest etc.) geplant werden und stattfinden.

Hauptplatz, Bahnhofsvorplatz und Ortseinfahrten umgestalten

Sowohl der Hauptplatz der Altstadt, der Bahnhofsvorplatz am Bahnhof Marchegg als auch die Ortseinfahrten sind das Aushängeschild der Gemeinde. Um Marchegg als Reiseziel attraktiver zu machen, sollten besonders in dieses Bereichen unterschiedliche Verbesserungsmaßnahmen - von der Verkehrsberuhigung bis zur Umgestaltung des öffentlichen Raumes - durchgeführt werden. Der Fokus soll dabei besonders auf der nachhaltigen und kostengünstigen Umsetzung der Maßnahmen liegen. Besonders im Hinblick auf die bestehende Chance der Gemeinde zur Niederösterreichischen Landesausstellungsstadt 2021 gekürt zu werden, ist die Verbesserung des Angebots im öffentlichen Raum notwendig.

Tourismusinformationszentrum gründen

Um Besucher_innen gleich bei ihrer Ankunft mit dem Angebot Marcheggs vertraut zu machen soll am Bahnhofsvorplatz ein Tourismusinfor-

mationszentrum entstehen. Dieses kann auch regionsübergreifend fungieren und somit Marchegg und die umliegenden Gemeinden (sowohl in Österreich als auch in der Slowakei) besser miteinander zu verknüpfen. Die Lage am Bahnhof soll es für Besucher_innen leichter machen, an Informationen zu kommen. Das Informationszentrum soll auch gleichzeitig einen Radverleih beheimaten, um besonders im Sommer die Mobilitätskette für Besucher_innen zu verbessern.

Ausstellungsangebot erweitern

Spätestens bis zur Landesausstellung 2021 muss sich die Gemeinde Marchegg ein spannendes Ausstellungsprogramm überlegt haben. Dieses soll jedoch nach dem kulturellen Höhepunkt jedoch nicht verschwinden, sondern soll noch weiter bestehen. Gemeinsam mit der Renovierung des Schlosses soll an einer Erweiterung des Ausstellungsangebots gearbeitet werden, um mehr Besucher_innen verschiedener Altersgruppen und Herkunft anziehen zu können.

Medialen Auftritt stärken

Um das touristische Angebot besser nach Außen zu tragen, muss der mediale Auftritt überarbeitet werden. Wie auch der zweite Schwerpunkt „march.haltig aufblühen" vorsieht, soll die Website der Gemeinde erneuert, die PR- und Marketingstrategien Marcheggs verbessert und die Präsenz in den sozialen Netzwerk erhöht werden.

Partizipationsprozesse mit Bevölkerung einsetzen

Die Bevölkerung Marcheggs soll so stark wie möglich in die Entscheidungen der Gemeinde miteinbezogen werden. Vor allem bei gestalterischen Maßnahmen am Hauptplatz, dem Bahnhofsvorplatz und der Ortseinfahrten, soll diese über die Zukunft entscheiden. Abgesehen von regelmäßigen Informationsabenden soll vor allem über die Medien (Homepage, Zeitung, etc.) zur Partizipation aufgerufen werden.

Programm „Urlaub am Bauernhof" & Pauschalreisen einführen

Bei „Urlaub am Bauernhof" handelt es sich um eine Dachorganisation, die bundesweit über 2500 bäuerlichen Betrieben miteinander verknüpft und somit besser vermarktet (Verein Urlaub am Bauernhof in Österreich 2016). Da es unser Ziel ist, die Tourismusbranche mit der Landwirtschaftsbranche zu verknüpfen, wäre die Teilnahme einiger bäuerlicher Betriebe Marcheggs bei der Organisation von großem Vorteil. Pauschalreisen (bestehend aus Unterkunft, Tages- und Abendprogramm, Verpflegung, etc.) könnten von dem Tourismusbüro zusammengestellt werden und Tourist_innen ihren Aufenthalt erleichtern.

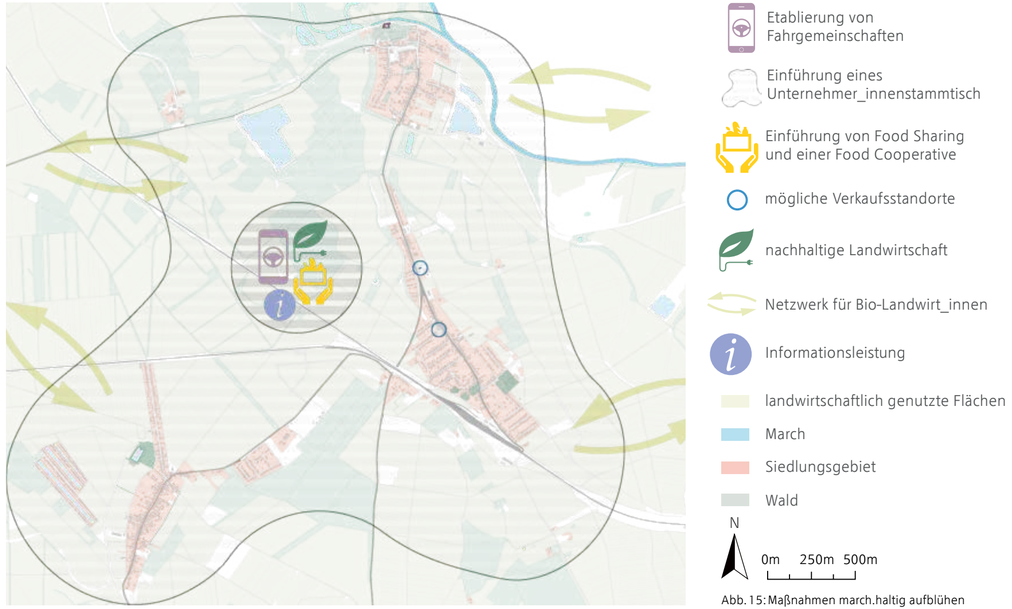


Abb. 15: Maßnahmen march.haltig aufblühen

march.haltig aufblühen
der (land-)wirtschaftliche Aspekt

Regionales Netzwerk für Bio-Landwirt_innen gründen

Besonders im Hinblick auf Netzwerke ist die Stadtgemeinde Marchegg im Vergleich zu Gemeinden gleicher Größe in Österreich etwas hinten nach. Um dem entgegenzuwirken soll ein Netzwerk für Bio-Landwirt_innen in der Region gegründet werden. Dies soll dazu führen, dass die außerordentliche Landwirtschaft in Marchegg erfolgreich weitergeführt wird.

Unternehmer_innen Stammtisch gründen

Um die unterschiedlichen Unternehmen in Marchegg miteinander zu vernetzen und zukünftige Zusammenarbeit zu verbessern, soll ein Unternehmer_innenstammtisch gegründet werden. Dieser soll ausnahmslos alle Unternehmer_innen der Stadtgemeinde, aber auch der Region ansprechen. Der Austausch zwischen Unternehmer_innen führt zu einer Verbesserung des Angebots in der Stadtgemeinde.

Website und Produktlogo erstellen

Um die Medienpräsenz der Gemeinde zu verbessern, soll eine neue Website und das Produktlogo „march.haltig" für Produkte (Lebensmittel, Merchandise, etc.) aus der Region entstehen. Die Website soll benutzerfreundlich gestaltet sein und das Logo soll für Besonderheiten in der Region sowie biologische Landwirtschaft mit unterschiedlichen Richtlinien stehen. Dies würde langfristig das Image Marcheggs stärken.

Verkaufsstandorte festlegen & Food Cooperative starten

Die „march.haltigen" Produkte sollen besonders innerhalb der Region aber auch außerhalb vertrieben werden. Dazu müssen Verkaufsstandorte festgelegt werden. Diese können von einem einfachen Regal im Supermarkt bis hin zu einem Online-Shop oder Marktständen auf Bauernmärkten etc. reichen. Einhergehend damit soll eine FoodCooperative (kurz: FoodCoop) gestartet werden. FoodCoops sind Organisationen, die Lebensmittel direkt von den produzierenden Landwirt_innen beziehen und somit den Schritt Supermarkt überspringen. Diese Organisationen sind besonders für kleine Gemeinden geeignet, da sie gleichzeitig z.B. ältere Personen etc. beliefern können.

(Weiter-) Bildung im Bereich der nachhaltigen LW & Energie

Um eine nachhaltige Zukunft gestalten zu können, soll den Wirtschaftstreibenden in Marchegg eine Weiterbildungsmöglichkeit im Bereich erneuerbarer Energien und Landwirtschaft geboten werden. Beispielweise könnten Expert_innen und Fachleute regelmäßig zum Unternehmer_innenstammtisch oder zu zusätzlichen Treffen eingeladen werden und ihr Know-How mit der Bevölkerung teilen, damit diese es in ihre Betriebe integrieren kann.

Food Sharing Initiativen starten

Bei Foodsharing handelt es sich um eine Gemeinschaft, welche nicht gebrauchte Lebensmittel unentgeltlich der Öffentlichkeit zur Verfügung stellt. Es besteht die Möglichkeit, dass Interessenten die Ware an einem vereinbarten Ort abholen oder dass Lebensmittel an bestimmten Orten für alle zugänglich werden. Durch die Einführung einer Foodsharing-Plattform in Marchegg würde sowohl der fortschreitenden Lebensmittelverschwendung entgegengewirkt, als auch der Zusammenhalt und die Interaktion der Bürger_innen gefördert werden. Marchegg hat für eine solche Plattform gute Voraussetzungen, da viele Lebensmittelproduzenten in der Umgebung ansässig sind, welche ihre frischen Lebensmittel nicht zur Gänze absetzen können. Foodsharing kann auch im Zusammenhang mit der Food Cooperative (im Leitprojekt) stattfinden.

Gerätschaften & Flächen gemeinsam nützen

Brachflächen im Stadtzentrum sollen nicht mehr länger ungenutzt bleiben, sondern in öffentliche Flächen umgewidmet werden. So können beispielsweise jene Bewohner_innen Marcheggs, die keinen Garten besitzen, Flächen gemeinsam nützen, um Gemüse in Gemeinschaftsgärten anzubauen. Außerdem können neue Treffpunkte entstehen. Auch Gerätschaften der Landwirt_innen sollen geteilt werden. Dies soll über eine Online Tauschplattform organisiert werden und dazu führen, dass Geräte effizienter genützt werden.

Biomasse & Hackschnitzel produzieren und verarbeiten

Biomasse- und Hackschnitzelheizungen gelten als CO_2-neutral und sind somit umweltfreundlicher (RWE Effizienz GmbH 2016). Diese Ressourcen sollen sowohl landwirtschaftliche als auch jene Betriebe der anderen Sektoren integriert werden und zu einem nachhaltigen Umgang mit der Umwelt führen.

Online Plattform für Fahrgemeinschaften gründen

Im Zuge der Erneuerung der Website für die Gemeinde Marchegg soll ebenfalls eine Organisation für Fahrgemeinschaften eingeführt werden. Dadurch sollen einerseits Bewohner_innen, die täglich die selben Wege (häufig zum Bahnhof und zurück nach Hause) zurücklegen, gemeinsam ein Auto benützen. Andererseits können Personen ohne Auto (Kinder und Pensionisten) Mitfahrgelegenheiten finden. Dadurch soll der motorisierte Individualverkehr eingedämmt und die verkehrliche Effizienz gesteigert werden.

Informationsservice zu Fördergeldern für Bewohner_innen gründen

Förderdatenbanken der WKO oder der Europäischen Union existieren bereits im Internet. Trotzdem soll eine übersichtliche Förderdatenbank für vor allem landwirtschaftliche Betriebe eingerichtet werden, die den Bewohner_innen den Zugang zu Informationen erleichtern und Anreize für eine Erweiterung ihrer Betriebe und die Integration erneuerbarer Energien schaffen soll.

3.6 LEITPROJEKTE

Die Darstellung rechts zeigt die Strukturierung des Leitbildes „march.haltig entfalten", welches in zwei thematische Schwerpunkte gegliedert ist, nämlich „march.haltig aufblühen - der (land-)wirtschaftliche Aspekt" und „march.haltig beleben - der gestalterische Aspekt".
Unter den beiden Schwerpunktthemen stehen themenspezifische Umsetzungsmaßnahmen, wobei bei jedem Schwerpunkt jeweils vier Maßnahmen zu einem Leitprojekt zusammengefasst wurden.
Das erste Leitprojekt trägt den Namen „march.haltig ins G'schäft" und umfasst (land-)wirtschaftlichen Maßnahmen. Das zweite Leitprojekt wiederum stützt sich auf gestalterische – oder raumplanerische – Maßnahmen und hat den Titel „march.haltig zur Landesausstellung".

4. Leitprojekt I
march.haltig ins G'schäft

4.1 LEITPROJEKT I ÜBERBLICK
MARCH.HALTIG INS G'SCHÄFT

Ausgehend von den Ober- und Unterzielen zum Schwerpunkt „march.haltig aufblühen" und den dazugehörigen Maßnahmen, welche vor allem die landwirtschaftliche Entwicklung der Gemeinde und deren Umgang mit der Ökologie und Energie betreffen, entstand das Leitprojekt „march.haltig ins G'schäft".

Dieses setzt sich aus vier individuellen aber sich in vielen Weisen ergänzenden Maßnahmen zusammen. Gemeinsam sollen sie dazu führen, dass sich Marchegg besser am Markt positionieren kann und vermehrt regionale und gemeindeinterne Kooperationen stattfinden. Ein nachhaltiger Umgang mit biologischen Produkten steht im Mittelpunkt, welche gemeinsam mit einer effektiven Verkaufsstrategie zu erhöhten Umsätzen und wirtschaftlicher Verbesserung führen soll. Marchegg steigt somit gemeinsam mit der Bevölkerung ins G'schäft ein.

Die vier Maßnahmen, welche unter dem Leitprojekt stehen, haben unterschiedliche Prioritäten und sollen daher in folgender Reihenfolge in Angriff genommen werden:

1. Regionales Netzwerk für Bio-Landwirt_innen gründen

Zu Beginn soll ein Verein gegründet werden, der die Bio-Landwirt_innen in der Region zusammenbringen soll, um regionale Kooperationen zu fördern und Zusammenarbeit zu stärken.

2. Unternehmer_innenstammtisch einführen

Die wichtigen Wirtschaftsakteur_innen der Gemeinde sollen sich regelmäßig am Unternehmer_innenstammtisch zusammenfinden. Hier sollen Vermarktungskooperationen geschaffen und Know-How ausgetauscht werden

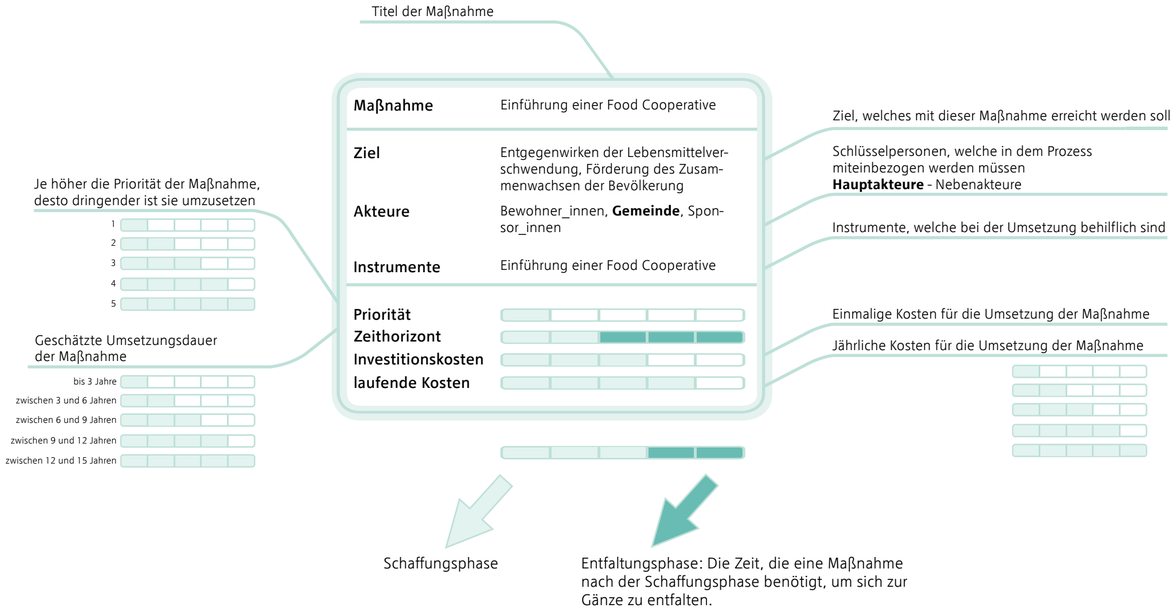
3. Website und Produktlogo erstellen

Um Identität zu schaffen, sollen biologische Produkte, die aus der Region stammen und dem gemeinsamen Produktionsverfahren entsprechen, durch ein Produktlogo gekennzeichnet und auf einer Website vorgestellt werden.

4. Verkaufsstandorte festlegen und Food Cooperative starten

Zum Schluss soll festgelegt werden, wo die march.haltigen Produkte ins G'schäft kommen sollen und eine Food Cooperative soll gestartet werden

ERLÄUTERUNG DER **INFOBOX**



4.2 BIO-NETZWERK MARCHFELD

In anderen Regionen Österreichs haben sich in den vergangenen dreißig Jahren sogenannte „Bio-Regionen" entwickelt. Bio-Regionen präsentieren sich als Regionen, deren zentrales wirtschaftliches Standbein die biologische Landwirtschaft ist. Durch Vernetzung zwischen Landwirt_innen, Veredler_innen und Bevölkerung werden Synergien geschaffen und eine überregionale Vermarktung der Produkte möglich gemacht.
Diese Bio-Regionen haben viele Vorteile:

- stärkere Präsenz
- einfachere und effizientere Vermarktung
- Förderung von Kooperationen und Synergien
- Austausch von Wissen zwischen den Beteiligten
- Unterstützung für auf den Bio-Betrieb umsteigende Landwirt_innen

Eine Bio-Region kann jedoch nicht aus dem Nichts gegründet werden, sondern ist vielmehr „das Produkt einer Vernetzung von regionalen Bioinitiativen untereinander sowie mit anderen regionalen Initiativen und Akteuren" (Schermer 2005 14).
Als ersten Schritt in Richtung **Bio-Region Marchfeld**, soll ein Verein gegründet werden um die Vernetzung unter Bio-Landwirt_innen und Vertreiber_innen zu ermöglichen.
Der Verein soll über die Gemeindegrenzen hinaus Interaktionen fördern, um so die Region in sich zu vernetzen und überregional in der Branche der Bio-Landwirtschaft vertreten und präsentieren zu können. Außerdem soll er Landwirt_innen den Umstieg hin zur biologischen Landwirtschaft erleichtern.
Dadurch soll neben neuen Kooperationen auch die Vermarktung erleichtert werden, wodurch ein größeres Publikum wie auch Partner_innen in der Gastronomie, der Veredlung und dem Vertrieb erreicht werden können.

Im Rahmen des Vereins sollen außerdem Fortbildungen angeboten werden, um Informationen zu Bewirtschaftung sowie möglichen Förderungen durch Land, Bund und EU zu vermitteln und so die Qualität der Produkte bestmöglich zu steigern.
Bereits heute bestehen ähnliche Bio-Vereine, wie beispielweise Erde & Saat, ein Verband von Bio-Landwirt_innen, der ausgehend vom Mühlviertel inzwischen Mitglieder in 7 Bundesländern hat.
Weiters gibt es Online-Plattformen wie biologisch.at oder bauernnetzwerk.at, die es Direktvermarkter_innen ermöglichen sich zu präsentieren und zu informieren und durch andere Tools auf den Plattformen Kooperationen fördern. bauernnetzwerk.at bietet Landwirt_innen beispielsweise die Möglichkeit sich zu vernetzen, um gemeinsam Sammelbestellungen aufzugeben und so Kosten zu sparen u.ä.
Eine momentane Schwachstelle dieser Vernetzungsmöglichkeiten, ist die Weitläufigkeit – die geographische Distanz stellt ein Hindernis für Kooperationen dar. Das geplante Bio-Netzwerk soll sich ausschließlich auf die Region Marchfeld konzentrieren aber auch Vertriebspartner_innen außerhalb der Region ansprechen. So soll das Netzwerk das Zugehörigkeitsgefühl stärken und Betriebe eher motivieren sich zu vernetzen. Denn bisher sind in den genannten Plattformen keine Landwirt_innen aus Marchegg und nur wenige aus der Umgebung vertreten.
Ein regionales Netzwerk könnte besser auf die regionale Bewirtschaftung und Besonderheiten eingehen und ermöglicht darüber hinaus den persönlichen Kontakt zwischen den Landwirt_innen.

Maßnahme	Bildung eines Bio-Landwirt_innen-Netzwerkes in Form eines Vereins
Ziel	Vernetzung der Bio-Landwirt_innen in der Region Marchfeld, um die Präsenz von Bio-Landwirt_innen zu stärken und den Umstieg auf Bio-Landwirtschaft zu erleichtern
Akteure	**(Bio-)Landwirt_innen**, Verkaufsbetriebe, Gemeinden, **Verein**
Instrumente	Information, Vereinsgründung, Koordination, Investitionen (u.a. Online-Plattform)
Priorität	
Zeithorizont	
Investitionskosten	
laufende Kosten	

Abb. 16: Erde & Saat

Referenzbeispiele
Der **Bio-Verband Erde & Saat** wurde 1988 im Mühlviertel gegründet und umfasst heute über 380 Mitglieder aus Ober- und Niederösterreich, Burgenland, Steiermark, Salzburg, Kärnten und Vorarlberg.
Als ihre Ziele definieren sie den „Aufbau von gemeinschaftlich organisierten, professionellen Verarbeitungseinrichtungen, die Zusammenarbeit mit gewerblichen Partnern", den „Aufbau einer Bio-Fachbranche und den Erhalt der bäuerlichen Landwirtschaft." (Erde & Saat 2015).
Angeboten werden Fortbildungsmöglichkeiten und Vorträge. Außerdem werden Hoftage und -feste in kleineren Arbeitsgruppen mehrmals im Jahr organisiert, online stehen Informationen zu neuen Verordnungen und Bewirtschaftungstipps zur Verfügung sowie die Möglichkeit Geräte oder Produkte anzubieten oder nachzufragen.
Als Aufnahmevoraussetzung ist eine biologische Produktionsweise laut EU-Verordnung (834/2007) sowie einige zusätzliche Auflagen (z.B. mindestens 5 Stunden Weiterbildung im Bereich der biologischen Landwirtschaft für jeden Bio-Landwirten etc.) festgesetzt.
Außerdem enthält das Leitbild von Erde & Saat noch viele weitere Leitlinien, die zwar empfohlen, jedoch nicht kontrolliert werden (z.B. hofeigener Dünger, Umgang mit Saisonarbeiter_innen etc.).

Abb. 17: Mühlviertel

Die **Bio-Region Mühlviertel** basiert selbst auf einem 2010 gestarteten Regionalentwicklungsprojekt. Inzwischen ist die Idee der biologischen Produktion und Lebensweise im Mühlviertel verwurzelt. Die Bio-Region bietet vielfältige Möglichkeiten an, die Bevölkerung in diesen Prozess miteinzubeziehen. Vor allem Schulen werden durch Programme wie „Schule am Bauernhof" eingebunden, aber auch Einzelpersonen werden angesprochen. Es können Felder von Gemeinschaftsgärten gemietet werden, die während der Brachezeit von Landwirt_innen biologisch gedüngt und vorbereitet werden. Außerdem bietet eine Online-Datenbank aller Bio-Betriebe durch eine Filtersuche eine optimale Präsentations- und Vermarktungsplattform für ihre Mitglieder dar. Mitglieder der Bio-Region können neben Bio-Landwirt_innen und (fördernden) Privatpersonen auch Bio-Veredler_innen, -Vermarkter_innen und -Tourismusbetriebe sein.

4.3 UNTERNEHMER_INNENSTAMMTISCH

Die zweite Maßnahme, die im Rahmen des Leitprojekts „march.haltig ins G'schäft" in Angriff genommen werden soll, ist die Einführung eines Unternehmer_innenstammtisch für Wirtschaftstreibende der Gemeinde Marchegg. Durch diesen soll die soziale und wirtschaftliche Interaktion gefördert werden und Zusammenarbeit zwischen den Akteur_innen unterschiedlichster Branchen stattfinden. So soll eine Basis für Vermarktungskooperationen biologischer Produkte entstehen und die Voraussetzung und Gegebenheiten derer Produktion abgesprochen werden. In regelmäßigen Abständen (zum Beispiel monatlich) sollen sich die Unternehmer_innen gemeinsam an einen Tisch setzen und sich austauschen. Dafür könnten Räume im Fischereivereinshaus oder in einem der Gasthäuser gemietet werden, welche durch freiwillige Spenden der Unternehmer_innen finanziert werden.

Angekündigt soll der Unternehmer_innenstammtisch sowohl in analoger als auch in digitaler Form werden. Flyer mit dem anstehenden Programm sollten an die Unternehmen und Landwirte verschickt werden. Außerdem soll der Termin in den sozialen Netzwerken und auf der Website der Stadtgemeinde Marchegg eingetragen werden. So sollen alle Akteur_innen immer auf dem neuesten Stand der Dinge sein und eventuellen gemeinsame Initiativen starten.

Referenzbeispiel: Unternehmer_innenstammtisch Gumpoldskirchen
Die Gemeinde Gumpoldskirchen im Bezirk Mödling hat nur eine Spur mehr Einwohner_innen als die Stadtgemeinde Marchegg und veranstaltet regelmäßig einen Unternehmer_innenstammtisch. Dieser wird vor allem durch die Gumpoldskirchner Volkspartei unterstützt, welche auch die Veranstaltungsorganisation übernimmt. Gemeinsam mit Gemeinderäten

Abb. 18: Unternehmer_innenstammtisch Gumpoldskirchen

und dem Bürgermeister werden sowohl aktuelle Themen als auch Projekte in der Zukunft in Angriff genommen. (Volkspartei Niederösterreich 2015)

Maßnahme	Unternehmer_innenstammtisch einführen
Ziel	Um die soziale & wirtschaftliche Interaktion zwischen den Unternehmer_innen in Marchegg zu stärken, soll regelmäßig ein Treffen und Austausch stattfinden.
Akteure	**Unternehmer_innen**, Gemeinde, Wirtschaftskammer NÖ, Vereine, Sponsor_innen, Medien
Instrumente	Information, Koordination
Priorität	
Zeithorizont	
Investitionskosten	
laufende Kosten	

Abb. 19: Schaubild Unternehmer_innenstammtisch

4.4 WEBSITE & PRODUKTLOGO
„MARCH.HALTIGE QUALITÄT“

Die Gründung eines regionalen Netzwerkes aus Bio-Landwirt_innen dient als Grundlage für die Einführung einer regionalen Marke, welche es ermöglicht lokale und regionale Produkte anzubieten und an verschiedenen Standorten zu verkaufen. Unter Berücksichtigung der nachhaltigen, biologischen und gentechnikfreien Landwirtschaft sollen durch das gegründete Netzwerk gemeinsame Qualitätsmerkmale erarbeitet werden, um die qualitative Hochwertigkeit des Produktsortiments zu sichern.

Die Logo

Das march.haltige Qualität-Logo fungiert neben der klassischen Funktion als Logo gleichzeitig auch als eine Art Qualitätssiegel, um somit der Nachfrageseite die Garantie zu geben, dass gekaufte Produkte einerseits aus der Marchfeld-Region stammen, andererseits die Herstellung des gesamten Sortiments bestimmten qualitativen Merkmalen und Anforderungen unterliegt.

march.haltige Qualität
- fungiert als eine Art „Qualitätssiegel“
- kennzeichnet Produkte des Bio-Netzwerks Marchfeld
- stellt Nachhaltigkeit im biologischen Anbau sicher
- gemeinsame Produktionsverfahren

Maßnahme	Erstellung Produktlogo & Website
Ziel	Bekanntheit regionaler / lokaler Produkte über regionale Grenzen hinaus stärken, qualitative Aufwertung
Akteure	**Bio-Landwirt_innen**, Gemeinden der Region, Sponsor_innen, **Grafiker_in, Programmierer_in**
Instrumente	Investitionen, Information, Gebühren
Priorität	
Zeithorizont	
Investitionskosten	
laufende Kosten	

Die Website

Die Erstellung einer Website ermöglicht es, die Bekanntheit der regionalen Marke zu steigern. Zum einen dient sie als eine Plattform zur Informationsübermittlung und des Austausches, zum anderen kann sie durch den Einbau eines Online-Shops direkt als Vertriebsplattform des Produktsortiments genutzt werden. Dadurch wird eine Erweiterung der Zielgruppe ermöglicht, da österreichweit versandt werden kann.

Referenzbeispiel: „Biologisch.Kaufen“ Bio-Region Mühlviertel

Bei der Website „Biologisch.Kaufen“ handelt es sich um eine Vermarktungsplattform, also um einen Online-Shop, der Bio-Region Mühlviertel, auf welcher Produkte der Bio-Region verkauft werden. Alle Produkte stammen von Mitgliedsbetrieben der Bio-Region und sind zu 100% regional und auch biologisch. Mit der Gründung dieser Plattform war es der Bio-Region Mühlviertel möglich, regionale Produkte auch außerhalb der Region zu verkaufen und somit an Bekanntheit zu gewinnen.

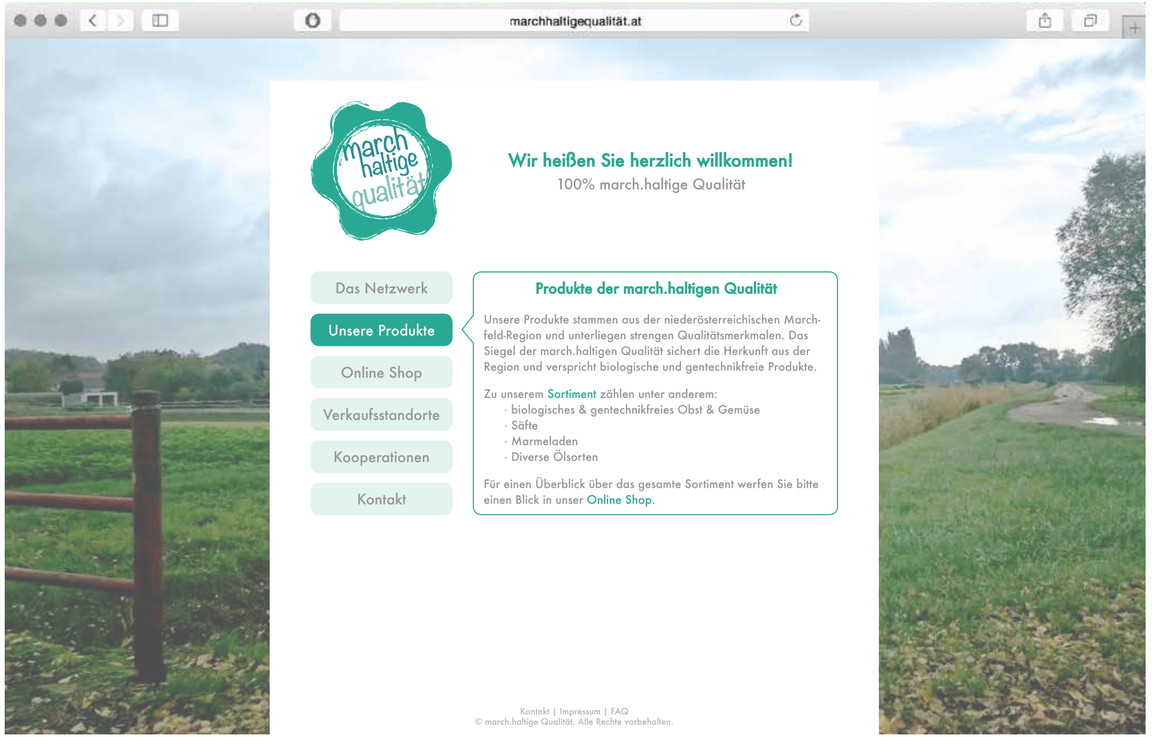


Abb. 20: Website „march.haltige Qualität“

4.5 VERMARKTUNGSSTANDORTE

Nach der Gründung des regionalen Netzwerkes für ansässige Bio-Landwirt_innen und der Einführung des Qualitätssiegels für Produkte aus der Marchfeldregion, geht es darum Vermarktungsstandorte für diese Waren in - und eventuell auch außerhalb - der Gemeinde zu finden. Da die Gemeinde nicht binnen kürzester Zeit ein Areal für die Vermarktung der angebauten Lebensmittel zur Verfügung stellen kann, ist es notwendig Alternativen zu finden, um die Produkte mit dem Qualitätssiegel absetzen zu können.

Beispielsweise könnten lokale Greissler oder Supermärkte (siehe Abb. 15), die biologisch angebauten Lebensmittel in ihren Bestand aufnehmen und diese zu einem angemessenen Preis verkaufen. Das Storchenhaus in der Altstadt Marchegg setzt derzeit schon einige lokal angebaute Produkte ab und könnte sein Angebot an regionalen Produkten erweitern. Weiters könnten Bio-Landwirt_innen als Direktvermarkter_innen agieren.

Lebensmittel-Truck in Marchegg
Die Einrichtung eines Lebensmittel-Trucks wäre in Marchegg durchaus sinnvoll, da dieser mobil wäre und so alle Stadtteile Marcheggs in kurzer Zeit erreichen könnte. Einzig die Anschaffung eines solchen Trucks wäre mit höheren Kosten verbunden. Damit der Bus bei der kleinen Gemeindefläche von Marchegg nicht ineffizient ist, könnten sich umliegende Gemeinden, sowohl in Österreich als auch der Slowakei, beteiligen und das Angebot ebenfalls nutzen.

Maßnahme	Vermarktungsstandorte für regionale Produkte
Ziel	Das Schaffen von Absatzmöglichkeiten der Produktlinie „march.haltige Qualität"
Akteure	**Bio-Landwirt_innen**, Bevölkerung, Gemeinde, Vereine, Sponsor_innen, **Betriebe**
Instrumente	Information, Investitionen, Koordination
Priorität	
Zeithorizont	
Investitionskosten	
laufende Kosten	

Referenzbeispiel: Mobile Food Market Toronto
In Toronto (Kanada) fährt zweimal die Woche ein mobiler Food-Truck durch abgelegene Stadtteile. Angeboten werden frische Lebensmittel zu fairen Preisen. Das Projekt entstand durch eine Kooperation zwischen einer in Toronto ansässigen Foodsharing-Organisation, der Stadt Toronto sowie United Way, einer Non-Profit-Organisation.

Abb. 21: Mobile Food Market (Toronto)

Abb. 22: Innenansicht des Mobile Food Markets

4.6 FOOD COOPERATIVE

Bei einer Food Cooperative (kurz FoodCoop) handelt es sich um eine Lebensmittelgemeinschaft, sprich der Zusammenschluss von Personen und Haushalten, welche die Anschaffung von Lebensmitteln selber organisieren. Dabei werden ökologisch erzeugte Produkte direkt von lokalen Landwirt_innen bezogen. Sie zeichnen sich somit dadurch aus, dass sie den „Zwischenschritt" Supermarkt überspringen. Die Lebensmittel werden dann von den Personen selbst verwendet oder an andere Teilnehmer_innen der Organisation weitergegeben. Eine alternative Möglichkeit zur FoodCoop wäre, dass die ansässige Bevölkerung selbst frisches Gemüse, Obst und andere Lebensmittel herstellt und die Gemeinde eine Fläche zur Verfügung stellt, wo diese Lebensmittel zu einem fairen Preis abgesetzt werden können. Für die Einrichtung einer FoodCoop hätte die Stadtgemeinde Marchegg gute Voraussetzungen, da viele Bio-Landwirt_innen in der Umgebung ansässig sind und diese ihre Lebensmittel nicht zur Gänze absetzten können. Mit dieser Initiative würde also nicht nur ein neuer Absatzmarkt entstehen, sondern sie würde auch den persönlichen Kontakt zwischen den Produzierenden und Verbraucher_innen fördern, somit den Zusammenhalt in der Gemeinde stärken. Zudem würde es der Etablierung der biologischen und nachhaltigen Landwirtschaft dienen, welche in unserem Leitbild eine zentrale Rolle einnimmt.

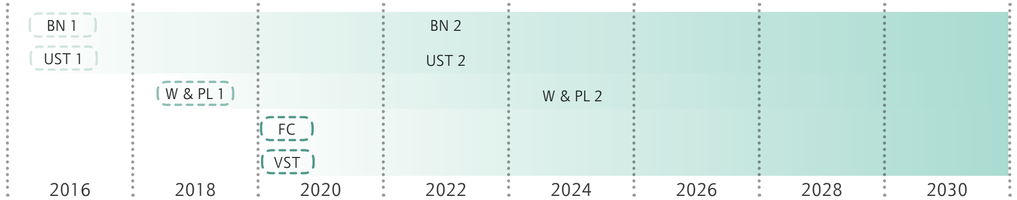
Maßnahme	Einführung einer Food Cooperative
Ziel	Förderung der biologischen und nachhaltigen Landwirtschaft sowie des Zusammenwachsens der Bevölkerung
Akteure	**Bio-Landwirt_innen**, **Bevölkerung**, Gemeinde, Vereine, Sponsor_innen
Instrumente	Information, Investitionen, Kooperation
Priorität	
Zeithorizont	
Investitionskosten	
laufende Kosten	

Abb. 23: Westwood Food Cooperative

Abb. 24: Angebot der Cooperative

Referenzbeispiel: Westwood Food Cooperative
Westwood (CA, USA) wurde eine lange Zeit als „food desert" bezeichnet. Das bedeutet, dass sich die Mehrheit der Bevölkerung keine gesunden Lebensmittel leisten konnte und daher an Diabetes und anderen durch ungesunde Ernährung hervorgerufenen Erkrankungen litt. Vor etwa fünf Jahren entstand ein Netzwerk von über 300 „gardening families", welche frisches Gemüse, Obst und Weizen selbstständig anbauen. Heute ist dieses Programm eines der größten Urban-Farming-Projekte in den USA. Es werden jährlich in etwa 2 Tonnen Lebensmittel, welche an einem angekauftem Areal mehrmals die Woche verkauft werden, angebaut.

4.7 ZEITLICHER ABLAUF



Das Leitprojekt march.haltig ins G'schäft, das sich auf die nachhaltige, (land-)wirtschaftliche Entwicklung konzentriert, wirkt durch viele punktuelle Aktionen. Dadurch werden Veränderungen initiiert, die durch Vernetzung und Verbreitung ihre Wirkung entfalten.

Der erste Abschnitt des Projektes vernetzt Marchegg intern – durch den Unternehmer_innenstammtisch – und extern – durch das Bio-Netzwerk. Durch die Gründungen der jeweiligen Initiative wird ein Vernetzungs- und Kooperationsprozess gestartet. Da diese langwierig sind und damit auch ihre Ergebnisse Zeit bedürfen, soll diese Maßnahme in naher Zukunft umgesetzt werden.

Anschließend an das neu entstandene Netzwerk von Bio-Landwirt_innen und Unternehmer_innen soll die Vermarktung und Kennzeichnung der entsprechenden – biologischen – Güter effektiver gestaltet werden, indem das Siegel der „march.haltigen Qualität" eingeführt und auch online vermarktet wird.

Nachdem ein solches Erkennungsmerkmal geschaffen wird, sollen - beispielsweise durch die Organisationsarbeit des Bio-Netzwerks - geeignete Verkaufsstandorte gefunden werden. Im Sinne der Nachhaltigkeit ist außerdem der Aufbau einer Food Cooperative geplant, die eine zusätzliche Absatzmöglichkeit darstellt.

Bio-Netzwerk Marchfeld

BN 1	Gründung des Vereins
BN 2	ein- bis zweimonatige Treffen, Organisation von Weiterbildungen, Veranstaltungen, etc.

Unternehmer_innenstammtisch

UST 1	Initiierung
UST 2	regelmäßiges Zusammenkommen

Website & Produktlogo

W&PL 1	Launch der Website und erster Einsatz des Qualitätssiegels
W&PL 2	Updaten der saisonalen Angebote und Informationsleistungen

Vermarktungsstandorte

VST	Einführung von Produkten „march. haltiger Qualitäten" an bestimmten Verkaufsstellen

Food Cooperative

FC	Aufbau einer Food Cooperative

5. Leitprojekt II **march.haltig zur Landesausstellung**

5.1 LEITPROJEKT II ÜBERBLICK
MARCH.HALTIG ZUR LANDESAUSSTELLUNG 2021

Das Leitprojekt „march.haltig zur Landesausstellung“ entstand ausgehend von den Ober- und Unterzielen des Schwerpunktthemas „march. haltig beleben“, welches die Stärkung bereits vorhandener touristischer Potenziale, aber auch die Aufwertung der Interaktions- und Kommunikationsräume Marcheggs vorsieht. Der Trend hin zum sanften Tourismus wird hierbei miteinbezogen.

Das Leitprojekt setzt sich aus vier unterschiedlichen, raumplanerischen und gestalterischen Maßnahmen zusammen, welche ergänzend aufeinander wirken. All diese Maßnahmen sollen dazu führen, das touristische Angebot Marcheggs, und die einhergehende Aufenthaltsqualität der Stadt zu stärken und zu attraktivieren. „march.haltig zur Landesausstellung“ soll als mittelfristige Schlüsselrolle fungieren, damit die gewonnene Bekanntheit der Stadtgemeinde, durch die veranstaltete Landesausstellung, als Impuls genutzt werden kann, um zukünftige raumplanerische Entwicklungen voran zu treiben und weitere Maßnahmen zur Attraktivierung und Aufwertung zu setzen.

1. Schloss Marchegg renovieren

Aufgrund des derzeitigen Zustandes des Schloss Marcheggs ist als ersten Schritt eine Renovierung durchzuführen, sodass es seine volle Anziehungskraft entfalten kann.

2. Veranstaltungen initiieren

Verschiedenste Feste und Veranstaltungen sollen den Zusammenhalt der Bevölkerung stärken und als Treffpunkt für Besucher_innen dienen.

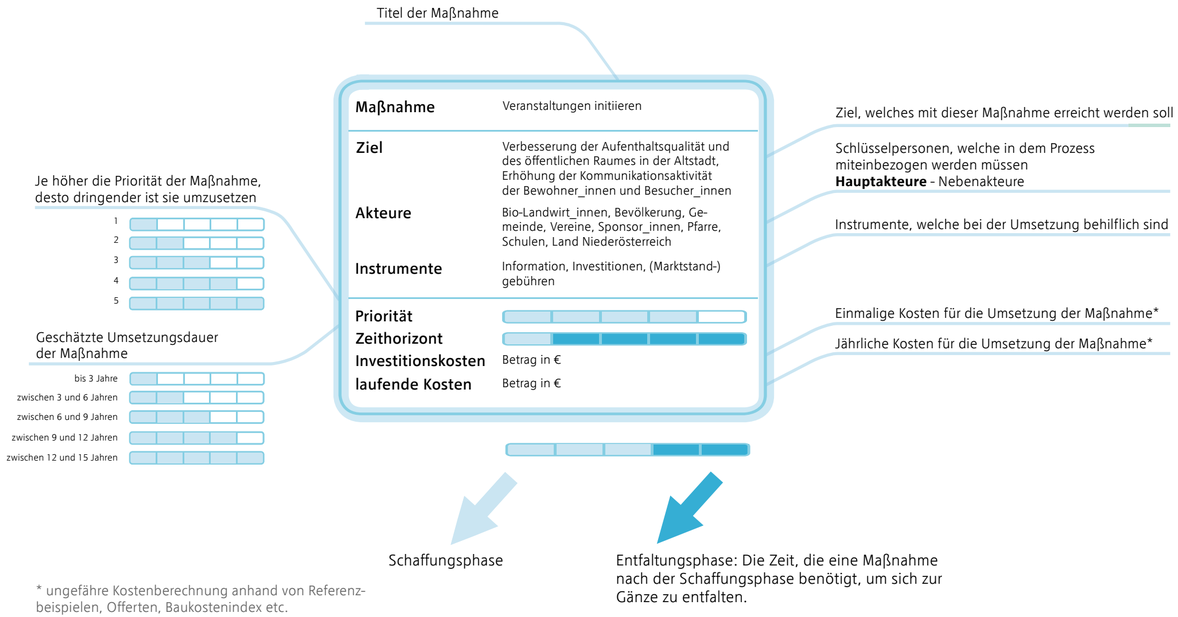
3. Hauptplatz, Bahnhofsvorplatz & Ortseinfahrten umgestalten

Die Umgestaltung wichtiger Treffpunkte des öffentlichen Raumes soll die Bevölkerung, aber auch Besucher_innen, durch gesteigerte Lebensqualität, einhergehend mit mehr Kommunikations- und Interaktionsraum profitieren.

4. Tourismusinformationszentrum ansiedeln

Ein Tourismusinformationszentrum, welches am Bahnhof und beim Storchenhaus situiert wird, soll den zukünftigen Besucher_innen helfen schnellst möglich an verschiedenste Informationen zu gelangen.

ERLÄUTERUNG DER **INFOBOX**



* ungefähre Kostenberechnung anhand von Referenzbeispielen, Offerten, Baukostenindex etc.

5.2 DAS SCHLOSS IM MITTELPUNKT

Momentane Lage
Bevor die Gemeinde das Schloss Marchegg vor rund 60 Jahren erwarb, stand der Abriss des Gebäudes in Aussicht. Durch private Spenden, Bemühungen und Investitionen der Gemeinde konnte dies verhindert werden. Seitdem werden die Räumlichkeiten als Museum und Veranstaltungsort genutzt. Die 2010 eröffnete Ausstellung „Es ist ein gutes Land", die sich mit der Geschichte des Schlosses und der Stadtgemeinde beschäftigt, wurde 2012/13 ausgebaut. Im Rahmen dieser Ausstellungserweiterung kam auch die interaktive Ausstellung „Erlebnis Auenwald" hinzu, die vor allem die jüngere Zielgruppe anspricht.

Maßnahme	Schlossrenovierung und erweiterte Nutzung
Ziel	Historisches Wahrzeichen Marcheggs renovieren, um es als Ausstellungsort u.a. für die LA 2021 nutzen zu können und die Anziehungskraft der Gemeinde zu erhöhen
Akteure	**Gemeinde**, **ARGE Marchfeldschlösser**, Land, EU, **Bauträger**, Sonstige (Künstler_innen, Musiker_innen u.ä.)
Instrumente	(EU-)Förderungen, Investition, laufende Dienstleistungen, Information, Koordination, Bewilligungen
Priorität	
Zeithorizont	
Investitionskosten	8 Mio. €, davon 2,3 Mio € von Gemeinde getragen
laufende Kosten	60.700€

Die jährliche Besucherzahl liegt bei 30.000 Marchauen- und 5.000 Schlossbesucher_innen (Potmesil 2015). Dies kann als Zeichen dafür gesehen werden, dass das Schloss keine hohe Anziehungskraft besitzt, da selbst ein Großteil der Besuchenden Marcheggs das Schloss nicht besichtigt und das darin befindliche Angebot nicht in Anspruch nimmt.

Die bisher gesetzten Maßnahmen haben das Potenzial des Schlosses demnach genutzt, jedoch nicht voll ausgeschöpft. Als Hauptgrund hierfür lässt sich der bauliche Zustand des Schlosses, der mit dem touristischen Angebot in der Umgebung, wie zum Beispiel Schloss Hof, nicht mithalten kann, erkennen. Die Innen- und Fassadenrenovierung des Schlosses ist zentral, um die touristische Wettbewerbsfähigkeit der Gemeinde zu steigern und so die Nächtigungen und Besucherzahl zu steigern.

Geplante Zukunft
Bereits geplant ist eine Renovierung der Außenfassade um 2 Mio. €, die durch eine Kooperation des Volkskundemuseums Wien und des Nationalmuseums Bratislava im Rahmen des EU-Projektes „Schätze aus Zentraleuropa" zu 85% gefördert wird . Diese Maßnahme ist bereits gesichert und soll bis 2017 umgesetzt werden.

Sollte das Marchfeld und damit Marchegg zum Austragungsort für die Landesausstellung 2021 werden, ist eine gänzliche Renovierung des Schlosses für weitere 6 Mio. € vorgesehen, von denen die Stadtgemeinde 2 Mio. € tragen wird.

Eine zusätzliche Möglichkeit Förderungen zur Renovierung des Schlosses zu bekommen, ist die Volkskultur Niederösterreich, die 2014 Interesse an einer Sonderausstellung kundtat, was wiederum mit Fördergeldern zur Renovierung der Räume einhergehen würde (Potmesil 2014). Diese Förderung wäre primär im Falle einer negativen Entscheidung hinsichtlich der Landesausstellung 2021 interessant.

Abb. 25: Zustand des Schlosses 2015

Abb. 26: Zustand des Schlosses 2021

Nach der Renovierung
Im Anschluss an die Schlossrenovierung soll die gesteigerte Attraktivität genutzt und vermarktet werden – dafür ist die Teilnahme an der Landesausstellung 2021 nicht unbedingt notwendig, sie wäre jedoch eine wünschenswerte Stütze für die Entwicklung Marcheggs.

Dazu zählt neben dem bereits zuvor erwähnten überarbeiteten Webauftritt der Gemeinde auch ein passendes Leitsystem, das wiederum mit der Maßnahme des Tourismusinformationszentrums (siehe S. 84) ineinandergreift. Momentan werden ankommende Besucher_innen sowohl durch entsprechende Beschilderungen als auch durch einen Shuttle Service vom Bahnhof Marchegg direkt nach Schloss Hof und Schloss Niederweiden geführt. Durch den Einsatz eines weiteren Shuttlebusses und der Erweiterung des Shuttle Fahrplans nach Schloss Marchegg kann die verkehrliche Anbindung dieser Tourismusziele optimiert werden. Durch eine Kooperation zwischen den Gemeinden Engelhartstetten und Mar-

Abb. 27: Zukünftige Shuttleroute

chegg kann auf diese Weise ein verbessertes, verkehrliches Angebot erzielt und durch das erweiterte Angebot die Anziehungskraft verstärkt werden. Ein weiterer Vorteil wäre die Wirtschaftlichkeit, da die Investions- und Instandhaltungskosten des Shuttle Services zwischen den Gemeinden geteilt werden können.

Die Renovierung des Schlosses ist weiters mit der ebenfalls im Leitprojekt enthaltenen Maßnahme Veranstaltungen intiieren verknüpft, da diese auf die verbesserten Räumlichkeiten und das Erscheinungsbild des Schlosses zurückgreift.

Die Nutzung des Schlosses über die Landesausstellung hinaus ist dabei essentiell. So soll das Schloss in Zukunft zu einem qualitativ hochwertiger Veranstaltungsort werden, der Platz für verschiedenste Veranstaltungen und Ausstellungen bietet, wie Kunstausstellungen, interaktive Ausstellungen für Kinder und Schulklassen, Theateraufführungen, Konzerte, Märkte oder auch größere private Feste wie Hochzeiten. Dabei sollen nicht nur die renovierten Räumlichkeiten, sondern auch die angrenzenden weitläufigen Grünflächen (Schlosspark) genutzt werden.

Marchegg kann dabei vor allem auch von seiner (Grenz-)Lage profitieren.

In der Region Marchfeld liegen neben dem Schloss Marchegg auch das Schloss Hof, Schloss Eckartsau, Schloss Orth, Schloss Niederweiden und Schloss Obersiebenbrunn. All diese Schlösser bilden die 2012 gegründete Arbeitsgemeinschaft (ARGE) Marchfeldschlösser, wobei jedoch nur vier (Schloss Hof, Orth, Marchegg und Eckartsau) über die ihre Online-Plattform Schloessereich.at vermarktet werden. Die ARGE Marchfeldschlösser, deren Ziel es ist die „Schlösser auf regionalen und überregionalen Märkten effektiver [zu] positionieren" (noe.orf.at 2013), kann dem Schloss Marchegg als regionales Netzwerk dienen, um so an Bekanntheit zu gewinnen (u.a. durch die darauf ausgerichtete Website). Aber auch Kooperationen mit den umliegenden Schlössern werden dadurch ermöglicht, wodurch wiederum eine größere Bandbreite an Veranstaltungen und Angeboten bereitgestellt werden kann.

Andererseits bietet die Nähe zur Slowakei das Potenzial des grenzübergreifenden Tourismus in dessen Sinne nicht nur lokale und regionale österreichische Künstler_innen und Anbieter_innen für die geplanten Veranstaltungen genutzt werden können, sondern auch das slowakische Angebot miteinfließen kann. Auf diese Weise kann zusätzlich die slowakische Zielgruppe verstärkt angesprochen werden und das kulturelle und gastronomische Angebot erweitert werden.

Diese Schritte setzen alle das Schloss Marchegg in den Mittelpunkt der touristischen Entwicklung Marcheggs. Der erste Schritt wird 2017 durch die Außenrenovierung erfüllt. Im Falle einer positiven Bewerbung als Ausrichtungsort für die Landesausstellung 2021 wird der Schwerpunkt auf der vollständigen (Innen-)Renovierung des Schlosses liegen, die im Jahre der Landesausstellung abgeschlossen sein soll.

In weiterer Folge kommen vor allem der Gemeinde als Besitzerin des Schlosses und der ARGE Marchfeldschlösser verstärkt Verantwortung zu, um als Organisatorinnen und Koordinatorinnen zu wirken.

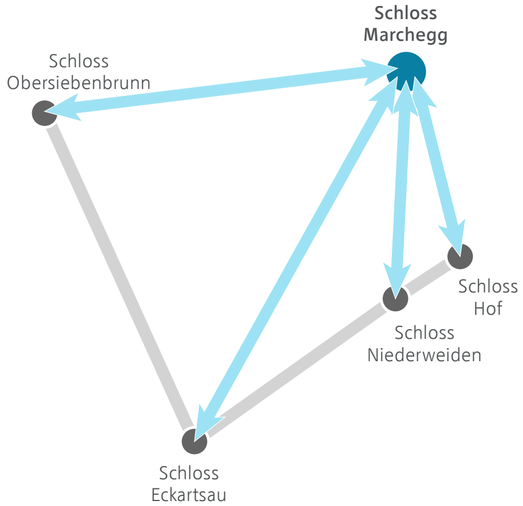


Abb. 28: Marchfelderschlösser

5.3 VERANSTALTUNGEN FÜR ALLE(S)

Um die Gemeinde fit für die Landesausstellung 2021 zu machen und die Bevölkerung miteinzubeziehen, soll es zukünftig themenbezogene Veranstaltungen in der Gemeinde geben. Diese können beispielsweise im Rahmen besonderer Ereignisse innerhalb der Gemeinde Marchegg (z.B. Sonnwende, Ostern, etc.) oder aber auch anderer Themen wie Umweltschutz stattfinden. Aufgrund der stark ausgeprägten Vereinskultur in Marchegg hat die Gemeinde gute Voraussetzungen, sich in diese Richtung zu entwickeln. Dabei sollen besonders die Bewohner_innen im Fokus stehen, allerdings soll das Angebot auch für Besucher_innen ein Ansporn sein, die Gemeine zu besuchen und besser kennen zu lernen. Diese Maßnahme wird vor allem von der Gemeinde Marchegg, der Bevölkerung und besonders finanziell vom Land Niederösterreich getragen. Es gibt beispielsweise Förderungen des Landes für Veranstaltungen, welche in einem umweltfreundlichen Kontext stattfinden. Das Ganze läuft unter dem Namen Veranstaltungscheck. Dabei würde das Land Expert_innen einladen, einen Großteil der Kosten (Diese müssen mindestens 500€ betragen, davon wird 75% vom Land Niederösterreich gefördert. Der Förderbetrag darf 1000€ nicht überschreiten.) übernehmen. (Amt der NÖ Landesregierung, 2015)

Maßnahme	Veranstaltungen initiieren
Ziel	Verbesserung des sozialen Netzwerkes in Marchegg, Verbreitung von Information über Projekte und Energiesparmaßnahmen, Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Stadtgemeinde in der Region
Akteure	Bio-Landwirt_innen, **Bevölkerung**, **Gemeinde**, **Vereine**, Sponsor_innen, Pfarre, Schulen, Land Niederösterreich
Instrumente	Information, Investitionen, (Marktstand-)Gebühren, Koordination
Priorität	
Zeithorizont	
Kosten für eine Veranstaltung	1000 - 2 000 €

Das Positive an Veranstaltungen ist, dass die Investitionskosten sehr gering ausfallen und dass die Kosten für die jeweiligen Veranstaltungen (z.B. Informationsleistung, Koordination, Verpflegung, Unterhaltungsprogramm etc.) durch Einnahmen wie z.B. Marktgebühren teilweise gedeckt werden. Außerdem können unterschiedliche Bildungseinrichtungen und Vereine in die Planung und Umsetzung miteinbezogen werden, um eine Vielzahl an unterschiedlichen Zielgruppen anzusprechen und das Sozialnetz in der Gemeinde zu stärken.

Es könnten beispielsweise Feste am umgestalteten Hauptplatz oder im Schloss (Speicher, Schlossgarten,...) stattfinden. Durch die Umgestaltung des Hauptplatzes entsteht gleichzeitig ein attraktiver Ort für Veranstaltungen.

Die Vereine in der Gemeinde könnten dabei zum Beispiel das Unterhaltungsprogramm leiten, Stände aufbauen und neue Mitglieder zur Teilnahme motivieren. Vorhandene Veranstaltungen wie das jährliche Storchenfest, der Schlösser-Marathon etc. könnten ausgebaut (z.B. über den Hauptplatz erweitert) und für ein größeres Publikum zugänglich gemacht werden. Die Investitionskosten (besonders für Werbung) wären dadurch zwar deutlich höher, allerdings würden vermehrte Veranstaltungen das Image der Gemeinde nach außen hin stärken.

Abb. 29: Beispiel für eine Veranstaltung am Hauptplatz in Marchegg

Referenzbeispiel Nenzinger Energiefest
Wo? Ramschwagsal Nenzing, Vorarlberg
Was? Nenzing Energiefest, 25 Jahre Wasserkraftwerk Latz
Angebot? Bewegung- und Geschicklichkeitsspiele für Kinder und Erwachsene, Verpflegung, Vorstellung vergangener Projekte

Referenzbeispiel Energiefest Wals-Siezenheim
Wo? Altstoffsammelzentrum Gemeinde Wals-Siezenheim, Salzburg
Was? Energiefest
Angebot? Energiequiz, Informationen zu Elektromobilität, Vorführung eines Solarkochers, Familienradtag

Referenzbeispiel Energiefest Mils
Wo? Gemeindeamt Mils, Tirol
Was? Energiefest zur 10-Jahresfeier der Energieberatung.
Angebot? Energiequiz, Public Viewing für EM-Viertelfinale, Informationen zu Energiesparmaßnahmen

Referenzbeispiel Energiefest Leobersdorf
Wo? Rathausplatz Leobersdorf, Niederösterreich
Was? 10 Jahre Klimabündnis-Gemeinde
Angebot? Leistungsschau zu den Themen E-Mobilität und energieautarkes Bauen und Wohnen, Musik

5.4 DIE NEUE ALTSTADT

Der umgestaltete Hauptplatz soll eine neue Verbindung zum Schloss und zur Kirche schaffen. Dafür sollen besonders die Grünverbindungen am Platz selbst besser miteinander verknüpft werden, um ihm ein neues, urbanes, aber auch naturnahes Image zu verschaffen. Da der Hauptplatz, neben dem Schloss, das „Aushängeschild" der Gemeinde Marchegg ist, ist es besonders wichtig, diesen so zu gestalten, dass er den Besucher_innen positiv in Erinnerung bleibt und auch Bewohner_innen als Kommunikationsraum zur Verfügung steht.

Angebote & Aktivitäten

Im Gegensatz zu den Marchauen, welche von Besucher_innen vor allem für diverse naturnahe sportliche Aktivitäten sowie Spaziergänge genutzt werden, sollen am Hauptplatz Freiflächen mit einer vielfältigen Mischnutzung entstehen - besonders zur Erholung, Spiel, Gastronomie und Kommunikation. Durch das erweiterte Angebot an Erholungsmöglichkeiten und Aktivitäten soll ein belebtes, grünes aber auch urbanes Altstadtzentrum entstehen.

Die größte Freifläche der Altstadt, welche derzeit als Allee fungiert, könnte mit einem neuen Pfad versehen und mit Pflanzen der Marchauen bepflanzt werden, um das Erholungsgebiet auch in das Stadtzentrum zu holen. Außerdem wäre es möglich, entlang dieser Freifläche einen Lehrpfad zu situieren, welcher beispielsweise das erste Lebensjahr eines Storches aufzeigt. Die Situierung der einzelnen Stationen können eine Art Wegweiser zum Schloss Marchegg und den Marchauen bilden und so den Hauptplatz und die Tourismusattraktion miteinander verbinden. Weitere Freiraumelemente können beispielsweise Picknicktische, ein Bodenschachbrett, diverse Tische mit unterschiedlichen Brettspiel-Möglichkeiten, ein Marktplatz für den Verkauf der Produktlinie „march.haltige Qualität", ein offenes Bücherregal, aber auch Schanigärten für Cafés im Altstadtzentrum, sein.

Verkehr & Mobilität

Um den Aufenthaltscharakter des Hauptplatzes zu erhöhen, soll eine größere fußgängerfreundliche Fläche geschaffen werden. Um dies zu erreichen, wird die Einbahnstraße nördlich des Rathauses in eine Begegnungszone für Fußgänger_innen und Radfahrer_innen mit einer möglichen Befahrbarkeit für Lieferverkehr und mobilitätseingeschränkten Personen umgewandelt.

Maßnahme	Umgestaltung: Hauptplatz
Ziel	Verbesserung der Aufenthaltsqualität und des öffentlichen Raumes in der Altstadt, Schaffung von Kommunikationsraum für Bewohner_innen und Besucher_innen
Akteure	**Gemeinde**, Land Niederösterreich, **Bevölkerung**, **Raumplaner_innen**, Landschaftsplaner_innen, **Bauträger**, ansässige Unternehmen
Instrumente	Verordnung, Investitionen, Gebühren, PPP, Kapitalbeteiligungen, Verhaltensnormen, Bewilligungen
Priorität	
Zeithorizont	
Investitionskosten	72.000 €
laufende Kosten	1.500 € p.a.

Abb. 30: Gestaltungsplan Hauptplatz

- Schloss Marchegg
- Fahrradabstellplatz
- Kirche
- Stadtbus-Haltestelle
- P1 P2 jeweils 20 Parkplätze
- Ladezone & Behindertenparkplätze
- Riesen-Schachbrett
- Zebrastreifen mit Bodenmarkierung
- Pflasterung
- 30er Zone im Altstadtgebiet
- Begegnungszone

Da innerhalb der Altstadt nach dieser Maßnahme weiterhin 60 Parkplätze im Bereich des Hauptplatzes und des Schlosses zur Verfügung stehen, werden die bisher hier angesiedelten Parkplätze aufgelassen. Dies soll zusätzlich im Sinne der Nachhaltigkeit einen Anreiz für Radfahr- und öffentlichen Verkehr setzen. Eine Ausnahme stellen dabei die Behindertenparkplätze vor dem Rathaus dar. Diese sollen bestehen bleiben, um wie auch bei den übrigen gestalterischen Maßnahmen die Barrierefreiheit zu berücksichtigen, um allen Bevölkerungs- und Altersgruppen die möglichst problemlose Bewegung zu ermöglichen. Durch den gewonnenen Platz wird ein urbaner öffentlicher Raum geschaffen, der auch als Schanigarten des Stadtcafés genutzt werden kann.

Weiters soll das gesamte Altstadtzentrum zur 30er Zone für den motorisierten Individualverkehr (kurz: MIV) werden. Zusätzlich werden zwei Schutzstreifen für Fußgänger_innen entlang hoch frequentierten Stellen platziert, welche mit roten Bodenmarkierungen sowie mit Pflasterungen - vor und nach den Schutzstreifen - markiert werden. Dies soll zur Verkehrssicherheit am Hauptplatz beitragen, da Nutzer_innen des MIVs durch die Geschwindigkeitsbegrenzung und die neu angelegten Schutzwege gezwungen werden, in der Nähe des Hauplatzes achtsam zu fahren.

Um die vorhandenen Flächen besser nutzen zu können und um den Stadtbus für Besucher_innen besser erreichbar zu machen, ist außerdem eine Umsiedlung der Bushaltestelle in Richtung des Schlosses angedacht. Dadurch kann der bisherige Wendeplatz des Busses als Marktplatz fungieren und die Mobilitätskette Bahnhof - Schloss verkürzt werden.

Planung & Beteiligungsprozesse

Die Planung und Umsetzung der Umgestaltung des Hauptplatzes soll in direkter Zusammenarbeit mit der Bevölkerung Marcheggs erfolgen. Das Hauptaugenmerk der Bürger_innenbeteiligung am Planungsprozess soll sowohl bei einer Wettbewerbsausschreibung, als auch bei der Vergabe der Planung an ein von der Gemeinde ausgewähltes Planungsbüro, liegen. Wünsche und Anregungen der Marchegger_innen sollen während des gesamten Planungs- und Umsetzungsprozesses Gehör finden und in die Konzipierung integriert werden.

Die unterschiedlichen Teilmaßnahmen sollen in drei Phasen umgesetzt werden. Die erste Phase soll noch vor der Landesausstellung 2021 eingeleitet werden. Zu ihr zählen die Verlegung der Bushaltestelle, die Erstellung der Schutzwege sowie die Geschwindigkeitsbegrenzung im gesamten Gebiet.

Im zweiten Teilschritt sollen die Begegnungszone verordnet sowie die Grünflächen mit Auenpflanzen versehen werden. Die letzte Phase befasst sich insbesondere mit der Freiraummöblierung und -gestaltung. Neue Parkbänke, das Bodenschachbrett und Picknicktische sollen in diesem Teilabschnitt ihren Platz finden. Die genaue zeitliche Abfolge ist im Kapitel "5.9 Zeitlicher Ablauf" zu finden.

Referenzbeispiel: Neugestaltung Griesplatz Graz

Im Juli 2015 beschloss der Grazer Gemeinderat die Projektgenehmigung für die Neugestaltung des Griesplatzes in Graz, welcher durch eine hohe Verkehrsbelastung eine geringe Aufenthaltsqualität für den Fußgänger_innen- und Radverkehr aufweist. Neben der wissenschaftlichen Begleitung durch Studierende der technischen Universität Graz (Institut für Wohnbau) spielt beim Vorbereitungs- und Planungsprozess für die Umgestaltung vor allem die Bürger_innenbeteiligung eine zentrale Rolle. Das Einbinden aller Zielgruppen ist ein Hauptaugenmerk des Planungsprozesses, weshalb hierfür ein Beteiligungskonzept, unter Beachtung der Leitlinien für Bürger_innenbeteiligung, ausgearbeitet wurde. Der Beteiligungsprozess soll mit unterschiedlichen Maßnahmen, wie Workshops, Aktivitäten vor Ort, Begehungen und umfangreiche Information aller Interessierten, umgesetzt werden, um in späterer Folge Wünsche, Anliegen, Stellungnahmen und Rückmeldungen in die Planung einzubinden.

Abb. 31: Unten - Visualisierung des Hauptplatzes 2025

5.5 BAHNHOFSERNEUERUNG SCHRITT II

Nachdem die Renovierung des Bahnhofes Marchegg im Dezember 2015 erfolgreich abgeschlossen wurde, soll nun eine optische Aufwertung stattfinden und Verbesserung der Mobilitätskette vorgenommen werden, um ankommende Besucher_innen die Gestaltung und Organisation ihres Aufenthalts in Marchegg zu erleichtern.

Um ankommenden Tourist_innen zu signalisieren, dass ein Angebot an öffentlichen Verkehrsmittel besteht und den Nutzer_innen des öffentlichen Verkehrs kürzere Strecken bei dem Wechsel des Verkehrsmittels zu ermöglichen, soll die Bushaltestelle näher an die Hauptausgänge des Bahnhofes gerückt werden und mit einem überdachten Wartehäuschen ausgestattet werden. Weiters sollen die Intervallzeiten der am Bahnhof haltenden Busse optimiert werden und an den Bedarf und die Zug Intervalle angepasst werden.

Maßnahme	Umgestaltung des Bahnhofsvorplatzes
Ziel	Gestaltung eines einladenden Bahnhofsvorplatzes, Erhöhung der Barrierefreiheit und Verkürzung der Mobilitätskette
Akteure	**Gemeinde**, **ÖBB**, Land, **Bauträger**, Bevölkerung
Instrumente	Investitionen, PPP, Gebühren, Bewilligungen
Priorität	
Zeithorizont	
Investitionskosten	67.000 €
laufende Kosten	1.600 € p.a.

Eine weitere Maßnahme sieht vor ein Tourismusinformationszentrum am Bahnhof anzusiedeln (siehe Kapitel 5.7). Generell soll dieses ankommende Tourist_innen über das Angebot in Marchegg und in der Region informieren.

Um die Verkehrssicherheit am Bahnhof zu gewährleisten und die Aufenthaltsqualität sowie die optische Erscheinung zu verbessern, soll schließlich die zur Zeit brüchige Parkfläche, die bereits Schlaglöcher aufweist, über den gesamten Bahnhofsvorplatz neu asphaltiert werden.

Auf der Brachfläche in der Nähe der Park&Ride-Anlage soll ein optisch ansprechender Wartebereich für Besucher- und Bewohner_innen, ausgestattet mit Sitzgelegenheiten und Informationstafel, entstehen. Bei der Gestaltung der Grünfläche soll vor allem die Bevölkerung mitwirken und auf ihre Bedürfnisse eingegangen werden.

Abb. 32: Brachfläche bei Park&Ride-Anlage

Abb. 33: Brüchige Asphaltierung

Referenzbeispiel: Bahnhofsvorplatz Hohenems:

Ähnlich wie in Marchegg wurde im Jahr 2014 der Bahnhof in Hohenems (Vorarlberg) renoviert. Im Zuge der Umbauten wurden die Gleisanlagen erneuert, eine Bahnsteigunterführung sowie ein neues Bahnhofsgebäude erreichtet und die Bahnsteige neu überdacht. Nachdem nun alle Züge barrierefrei erreichbar sind, soll bis Mitte 2016 an der Gestaltung der Vorplatzbereiche gearbeitet werden.

Wie schon erwähnt, haben die beiden Projekte diverse parallelen, so hat sich am Bahnhof in Hohenems mit der fertiggestellten Renovierung ein kleines Reiseinformationszentrum angesiedelt (Bus+Bahn), welches Auskünfte über Preise und Fahrpläne gibt.

Bis Mitte 2016 sollen außerdem die Vorplatzbereiche attraktiver gestaltet werden und mit Sitzmöglichkeiten ausgestattet werden. Dabei hat bereits der Bürger_innen-Rat Hohenems in den Prozess eingebracht. Dies fand in Form einer ausgewählten repräsentativen Gruppe von zwölf bis 16 Bürger_innen statt, welche eineinhalb Tage die Entwicklung der Stadt diskutiert haben. Daraus ergab sich eine durgehende Zustimmung bei der Umgestaltung das Bahnhofes.

Die Stadt Hohenems wird in den kommenden Jahren in etwa 3,5 Millionen Euro in die Umgestaltung des neuen Busbahnhof, den neuen Bahnhofsvorplatz sowie den Neubau von Unterführungen aufwenden.

Abb. 34: Bahnhofvorplatz Hohenems

Abb. 35: Reiseinformationszentrum Hohenems

Abb. 36: Gestaltungsplan Bahnhofvorplatz

Die Kosten für den Bahnhofsvorplatz würden sich schätzungsweise auf 67.700 € belaufen. Unter den Maßnahmen welche verwirklicht werden sollen, ist die Asphaltierung des Vorplatzes mit Sicherheit die kostenaufwendigste. Hierbei muss von einer Investition in der Höhe von ca. 50.000 € gerechnet werden. Sollte die Untergrundbeschaffenheit jedoch nicht den Normen entsprechen, könnten die Kosten für die Neuasphaltierung deutlich höher ausfallen.

Ein weitaus geringerer Kostenaufwand wird bei dem Wartebereich hinter der neuen Bushaltestelle erwartet. Auf der 210m² großen Fläche soll eine Rasenfläche mit diversen Sitzmöglichkeiten und Bäumen entstehen. Diese werden sich auf mindestens 15.000 € belaufen, abhängig davon, ob man auf kostengünstigere Modelle zurückgreift oder nicht.

- private Grünfläche
- öffentliche Grünfläche
- Park & Ride-Anlage
- Tourismusinformationszentrum
- Bushaltestelle
- Sitzmöglichkeiten
- Zugänge vom Bahnsteig

Abb. 37: Visualisierung Bahnhofvorplatz

5.6 DIE NEUEN EINGÄNGE MARCHEGGS

Um die Umgestaltung der öffentlichen Räume (Bahnhofsvorplatz und Hauptplatz) auch an die Stadtgrenze Marcheggs zu tragen, sollen die Ortseinfahrten mit neuen Schildern versehen werden. Zwei davon befinden sich an den Hauptortseinfahrten entlang der B49, während die anderen drei Einfahrten entlang der Landesstraßen aufgestellt werden sollen.

Bei der Umgestaltung sollen die Bürger_innen Marcheggs im Rahmen eines Design-Wettbewerbs den Prozess miteingebunden werden.

Variante 1: Ideenwettbewerb (Referenzbeispiel: Langenlois)
In der Gemeinde Langenlois wurde 2010 ein Ideenwettbewerb gestartet, bei dem Teilnehmer_innen ein Konzept zur Umgestaltung der Ortseinfahrten einreichen konnten. Genau definierte Bewertungskriterien und eine Jury entschieden letztendlich, welches Projekt gewinnen und ein Preisgeld von €1.500 erhalten sollte. Mit einer ähnlichen Methode könnte die Gemeinde Marchegg viele kreative Ideen einholen und ihre Bürger_innen zur Partizipation aufrufen. (Ursin Haus Vinothek & Tourismusservice GmbH 2010)

Abb. 38: Ortseinfahrten Ideenwettbewerb Langenlois

Variante 2: Abstimmung (Referenzbeispiel: Levern)
Anders ging man im Stiftsort Levern (Norddeutschland) an die Aufgabe heran. Im Rahmen einer Initiative, welche der „Niederösterreichischen Dorferneuerung" ähnlich ist, wurden drei unterschiedliche Begrüßungsschilder entwickelt. Auf dem 2x2 Meter großen Schild konnte im oberen Teil über das passende Logo abgestimmt werden, während es im unteren Teil die Möglichkeit gab, Werbung zu Veranstaltungen der verschiedenen Vereine anzubringen. (Huntemann, Dirk 2015)

Durch die Anwendung eines solchen Beteiligungsprozesses könnte die Bevölkerung über die vorhandenen Entwürfe entscheiden. Die Gestalter_innen dieser Schilder könnten von Kindern der Volks- und Mittelschule bis zu professionellen Grafiker_innen reichen.

Maßnahme	Ortseinfahrten umgestalten
Ziel	Ansprechende Ortseinfahrten durch klare Kennzeichnung der „Eingänge" Marcheggs
Akteure	**Gemeinde**, Bevölkerung, Grafiker_in
Instrumente	Investitionen, Information, Koordination
Priorität	
Zeithorizont	
Investitionskosten	2.000 €

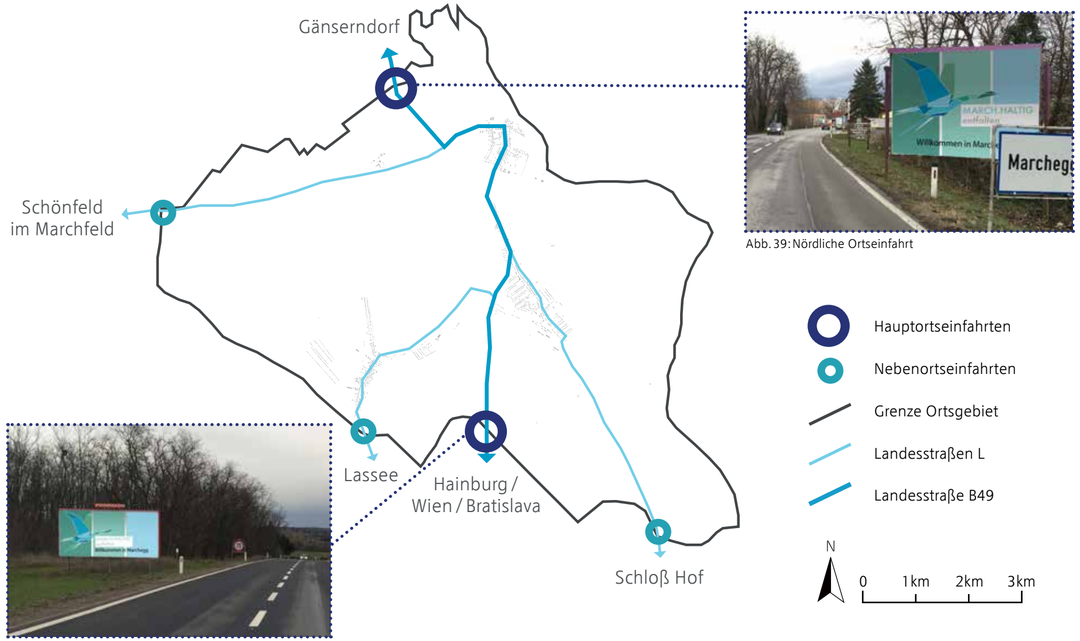


Abb. 39: Nördliche Ortseinfahrt

Abb. 40: Südliche Ortseinfahrt

Abb. 41: Standorte Ortseinfahrten

5.7 TOURISMUSINFORMATIONSZENTRUM

Auf dem Gelände des Bahnhofsvorplatzes soll ein Tourismusinformationszentrum angesiedelt werden, welches eine bessere und strukturiertere Organisation für ankommende Besucher_innen gewährleisten und deren Mobilitätskette verbessern soll. Besonders im Hinblick auf die im Jahr 2021 stattfindende Landesausstellung weist Marchegg bezüglich der Aufenthaltsorganisation der ankommenden Besucher_innen Entwicklungsbedarf auf.

Ziel ist es das breit gefächerte touristische Angebot der Gemeinde Marchegg für Besucher_innen unterschiedlichster Alters- und Interessensgruppen kompakt an einer Anlaufstelle anzubieten und die Tourist_innen mit Informationen, Prospekten, Stadtplänen oder ähnlichen zu versorgen. Weiters könnte das Tourismusinformationszentrum auch als Ticketservice für das Schloss oder das Heimatmuseum fungieren. Durch eine Kooperation mit umliegenden Gemeinden könnten zusätzlich die Betriebskosten gemindert werden und das regionale Angebot miteinander verknüpft werden. Ein regionales Tourismuszentrum würde sich gerade in Marchegg aufgrund der sehr guten Bahnverbindung anbieten.

Eine Kombination aus Tourismusinformationszentrum und Radverleih würde den Besucher_innen die Möglichkeit geben, jederzeit mobil zu sein und somit die Fahrpläne der öffentlichen Verkehrsmittel nicht beachten zu müssen. Die Abgabe der verliehenen Fahrräder würde in der Altstadt das Storchenhaus übernehmen, welches neben seiner derzeitigen Funktion, als zweiter Standort des Tourismusinformationszentrums fungieren und somit mit dem Tourismusinformationszentrum am Bahnhofsvorplatz in Kooperation stehen würde.

Maßnahme	Tourismusinformationszentrum ansiedeln
Ziel	Verbesserung der Organisation für ankommende Besucher_innen, um das vorhandene Angebot besser nutzen zu können
Akteure	**Gemeinde**, **ÖBB**, Storchenhaus, Nachbargemeinden
Instrumente	Investitionen, Gebühren, Kapitalbeteiligungen, PPP
Priorität	
Zeithorizont	
Investitionskosten	97.000€
laufende Kosten	36.000 € p.a.

Abb. 42: Bahnhofvorplatz Marchegg

Am Bahnhof 10

Das Tourismusinformationszentrum am Bahnhofsvorplatz könnte in einer derzeitig leerstehenden Erdgeschoßzone des ÖBB-Bahnhofgebäudes (Am Bahnhof 10) angesiedelt werden, wobei hierbei eine Kooperation der Gemeinde und ÖBB wünschenswert wäre. Beispielsweise könnte das Tourismusinformationszentrum auch Auskunft über Bus- & Bahnverbindungen und Fahrplanzeiten geben, aber auch Angebote und Aktionen der ÖBB beworben werden. Ein weiterer Vorteil einer Kooperation wäre somit, dass durch diese Zusammenarbeit die ÖBB der Gemeinde Räumlichkeiten zur Nutzung zur Verfügung stellen könnte und die Gemeinde diese sanieren, zu einem Tourismusinformationszentrum umgestalten und auch die jährlichen, laufenden Kosten übernehmen könnte.

Referenzbeispiel: Tourismusinformation Baiersbronn

Im deutschen Baiersbronn (Baden-Württemberg) würde 2010 ein neues Tourismusinformationszentrum eröffnet. Es befindet sich unmittelbar am Hauptplatz in einem Gebäude aus den 1980er Jahre und fällt vor allem durch sein markantes Design auf. Bemerkenswert ist, das sich bei dem Projekt insbesondere der örtliche Tourismusverband für das Projekt engagiert hat. Bei der Neugestaltung des Tourismusinformationszentrums wurden ausschließlich regionale Handwerker beauftragt und das verwendete Holz kommt aus einem in der Nähe liegenden Wald.

Des weiteren ist die Gemeinde im Internet sehr präsent. Auf der Internestseite schwarzwald-tourismus.info findet man nahezu alle Informationen zum breiten Tourismusangebot der Region und hat einen guten Überblick über anstehende Events und Veranstaltungen. Weiters gibt es eine detaillierte Übersicht zu den verschiedenen Tourismussparten (Sport, Wellness, Abenteuer etc.) und den in der Umgebung vorhandenen Übernachtungsmöglichkeiten.

Abb. 43: Tourismusinformation Baiersbronn

Abb. 44: Tourismusinformation Baiersbronn

5.8 KOSTEN
MARCH.HALTIG ZUR LANDESAUSSTELLUNG

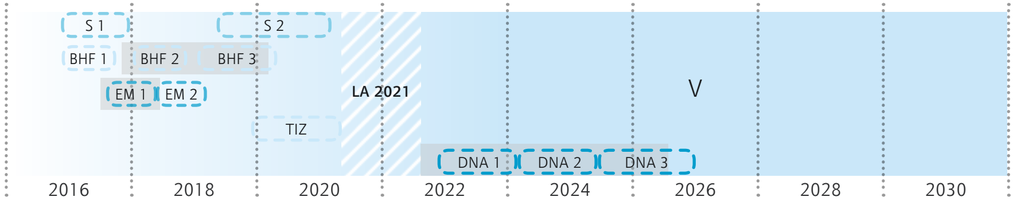
Maßnahme	Anzahl / Einheit	einmalige Kosten / Einheit	Instandhaltungskosten / Jahr	Summe einmaliger Kosten
Schlossrenovierung				
Innensanierung	1x	6 000 000€	-	6 000 000€
Außensanierung	1x	2 000 000€	-	2 000 000€
Angestellte	2x	-	60 700€	-
Förderungen				
Schätze aus Zentraleuropa	1x	-1 700 000€	-	-1 700 000€
Landesausstellung 2021	1x	-4 000 000 €	-	-4 000 000€
Summe			**60 700€**	**2 300 000€**
Veranstaltungen				
Storchenfest Hauptplatz (50 bis 100 Personen)				
Bühne	25m²	25€	-	625€
Toiletten	2 Stk.	30€	-	60€
Soundanlage	1 Stk.	300€	-	300€
Unterhaltung (Stelzengeher)	4 Std.	200€		800€
Plakate	20 Stk.	10€	-	200€
Summe (rund)			**-**	**2000€**
Energie Sommerfest (30 bis 40 Personen)				
Bühne	25m²	25€	-	625€
Toiletten	2 Stk.	30€	-	60€
Soundanlage	1 Stk.	300€	-	300€
Verpflegung (Buffet)	40 Stk.	4€	-	160€
Verpflegung (Getränke)	40 Stk.	20€	-	800€
Veranstaltungsscheck Land NÖ	-	-1 000€	-	-1000€
Summe (rund)			**-**	**1000€**

Maßnahme	Anzahl / Einheit	einmalige Kosten / Einheit	Instandhaltungskosten / Jahr	Summe einmaliger Kosten
Umgestaltung: Hauptplatz				
Angebote				
Fahrrad-Abstellanlage	2 Stk. (= 20 Plätze)	280€	-	560€
Lehrpfad-Tafel	5 Stk.	1200€	-	6000€
Bodenplatten (Schachbrett)	4,5m²	120€	5€	540€
Schachfiguren	1 Satz	500€	-	500€
Hängematten	4 Stk.	30€	-	120€
Sitzmöglichkeiten	8 Stk.	270€	-	2160€
Verkehr				
Busbucht	1 Stk.	5730€	-	5730€
Bushaltestelle	1 Stk.	2300€	-	2300€
Schutzwege	60m²	11€	-	660€
Aufplasterung	80m²	130€	-	10 400€
Begegnungszone (Pflastersteine)	1180m²	35€	1420€	41 300€
Verkehrsschilder	6 Stk.	160€	-	960€
Bäume	12 Stk.	95€	60€	1140€
Summe (rund)			**1500€**	**72 000€**
Umgestaltung: Bahnhofsvorplatz				
Angebote				
Fahrrad-Abstellanlage	1 Stk. (= 10 Plätze)	280€	-	280€
Freiraummöbel (Enzis)	5 Stk.	1000€	-	5000€
Rasenfläche	210m²	40€	680€	8400€

Maßnahme	Anzahl / Einheit	einmalige Kosten / Einheit	Instandhaltungskosten / Jahr	Summe einmaliger Kosten
Bäume	9 Stk.	95€	45€	855€
Verkehr				
Asphaltierung	740m²	67,57€	888€	50 000€
Bushaltestelle	1 Stk.	2300€	-	2300€
Summe (rund)			**1600€**	**67 000€**
Umgestaltung: Ortseinfahrten				
Schilder (2x2m)	5 Stk.	400€	-	2000€
Summe (rund)			**-**	**2000€**
Tourismusinformationszentrum				
"Am Bahnhof 10"-Teilsanierung	60m²	67 270€	5 720€	67 270€
Arbeitskraft	1x	-	30 350€	-
Leitsystem	20 Stk.	1200€	-	24 000€
Website	1 Stk.	5500€	-	5500€
Summe (rund)			**36 000€**	**97 000€**
Kosten des Leitprojektes II "march.haltig zur Landesausstellung"			**99 800€[1]**	**2 538 000€**

[1] exklusive regelmäßiger Veranstaltungen

5.9 ZEITLICHER ABLAUF



Der zeitliche Rahmen des Leitprojekts march.haltig zur Landesausstellung wird vor allem durch die Landesausstellung 2021 (LA 2021) bestimmt. Bis zu diesem Meilenstein sollen die meisten der Maßnahmen bereits umgesetzt sein. Vor allem der Ankunftsort, der Bahnhof sowie der Austragungsort, das Schloss, haben hohe Priorität. Beide Maßnahmen werden in Teilschritten bewältigt (siehe rechts).

Die neuen Eingänge Marcheggs, die Besucher_innen an der Gemeindegrenze willkommen heißen, bedürfen einer kürzeren Umsetzungsdauer, sollen jedoch ebenfalls vor Beginn der LA 2021 installiert sein.

Die letzte umzusetzende Maßnahme vor der LA 2021 ist die Schaffung des Tourismusinformationszentrums, deren Entstehung mit der Bahnhofserneuerung zusammenwirkt.

Durch die Renovierung wird hochwertiger Veranstaltungsraum geschaffen, der wiederum als Platz für die Maßnahme Veranstaltungen für Alle(s) bietet, die sich über den gesamten Planungszeitraum zieht.

Aufgrund von zeitlichen und finanziellen Ressourcen ist Realisierung der Hauptplatzumgestaltung später angesetzt, um so die finanzielle Belastung über einen gewissen Zeitraum zu verteilen.

Bahnhofserneuerung Schritt II
BHF 1 Neuasphaltierung
BHF 2 Versetzung der Bushaltestelle, Errichtung eines Wartehäuschens
BHF 3 Platzierung der Freiraumelemente

Tourismusinformationszentrum
TIZ Umbau und Eröffnung des Tourismusinformationszentrums

Veranstaltungen für Alle(s)
V Organisation von Veranstaltungen durch Gemeinde und Bevölkerung

Bürger_innenbeteiligung

Das Schloss im Mittelpunkt
S 1 Renovierung der Außenfassade
S 2 Renovierung der Räumlichkeiten

Die neuen Eingänge Marcheggs
EM 1 Designwettbewerb
EM 2 Errichtung der Ortstafeln

Die neue Altstadt
DNA 1 Versetzung der Bushaltestelle, Errichtung der Schutzwege, Geschwindigkeitsverordnung
DNA 2 Aufpflasterung der Begegnungszone und Bepflanzung
DNA 3 Platzierung der Freiraumelemente

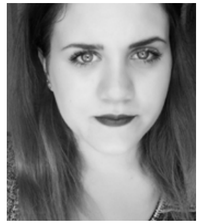
GRUPPE 3

Elena Heller
1326756

Veronika Müller
1326757

Sebastian Riba
1325286

Stefanie Salge
1325427



Christiane Skerjanz
1204608

SCHLUSSWORT

Nach einem langen Semester in unserem Studium sind wir nun am Ende der Lehrveranstaltung „Räumliche Entwicklungsplanung: Marchegg GrenzLand-Stadt" angekommen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass das Projekt einen wichtigen Meilenstein in unserem Studium dargestellt hat. Es war das erste Mal, dass wir als Gruppe Studierender auf eine Gemeinde „losgelassen" und mit den wahren, gemeindeübergreifenden räumlichen Problemen und Phänomenen konfrontiert wurden. Im Rahmen eines örtlichen Entwicklungskonzepts durften wir unser bisher erlangtes Wissen und unsere Kreativität einsetzen.

Der Weg zum fertigen Entwicklungskonzept war nicht immer einfach, allerdings haben unser Wille und unsere Motivation uns bis zum Schluss nicht verlassen. Auch wenn wir uns von unendlich vielen Ideen, Lösungsansätzen, Grafiken, Plänen, Bildern, Wunschvorstellungen und Zukunftsvisionen immer wieder verabschieden mussten, war es jede Überlegung und Diskussion wert und hat unser Entwicklungskonzept zu dem gemacht, was es heute ist.

Besonders die Erkenntnis darüber, dass es viele Maßnahmen gibt, deren Umsetzung so naheliegend und zielführend wäre, aber so unrealistisch und schwierig ist, war ein wichtiger Schritt in unserer Entwicklung als zukünftige Planer_innen.

Marchegg hat unser raumplanerisches Denken und Agieren im Laufe des Semesters geprägt und jeder von uns ist an der Arbeit an dem Projekt gewachsen.

Abschließend bedanken wir uns bei der Gemeinde und den Lehrenden, die uns bei unserer Arbeit unterstützt haben, denn auch sie haben maßgeblich dazu beigetragen, dass auch wir uns march.haltig entfalten konnten.

6. Anhang

6.1 QUELLENVERZEICHNIS

Amt der Niederösterreichischen Landesregierung, 2015: Veranstaltungs-Scheck für Gemeinden verlängert bis Ende 2016. http://www.noe.gv.at/Umwelt/Klima/Foerderungen-Gemeinden/Veranstaltungsscheck.html, 10.02.16

Baukosteninformationszentrum Deutscher Architektenkammern, 2007: BKI Baukosten 2007. Teil 2 Statistische Kostenkennwerte für Bauelemente. S. 189

Bezirksblätter Niederösterreich GmbH, 2015: Schloss Marchegg wird international. http://www.meinbezirk.at/gaenserndorf/lokales/schloss-marchegg-wird-international-d1279612.html, 10.02.16.

BHW Bildungs- und Heimatwerk Niederösterreich GmbH, 2015: Checkliste Veranstaltungen. http://www.lernende-gemeinde.at/system/web/GetDocument.ashx?fileid=502968, 10.02.16.

Bio-Region Mühlviertel, 2015a: Das Mühlviertel - die führende Region im Bereich BIO. http://www.bioregion-muehlviertel.at/de/bioregion-muehlviertel/projektbeschreibung.html, 10.02.16.

Bio-Region Mühlviertel, 2015b: Was ist die Bio-Region Mühlviertel. http://www.bioregion-muehlviertel.at/index.php/pid.107, 10.02.16.

Böhm, Mathias, 2015: Der Bioverband Erde & Saat. Leitbild. http://www.erde-saat.at/über-uns/, 20.02.16.

Brachl, Florian, 2016: Kostenschätzung Asphaltierung Hauptplatz von der ÖBB Infra, 05.02.16.

Das Modul, 2016: Kalte Snacks. http://www.cateringmodul.at/index.php?idp=336&lang=1&idk=1, 14.02.2016.

ECOM CONSULTING GmbH, 2015: Biologisch kaufen. http://www.biologisch.kaufen/bioregion-muehlviertel, 06.01.16

Edlinger, Franz, 2015: Das Bauernnetzwerk. http://www.bauernnetzwerk.at/startseite/, 10.02.16.

Erento GmbH, 2016: Party, Messe, Events. http://www.erento.at/mieten/party_messe_events/toilette,_wc_dusche/toiletten/8856275146.html, 14.02.2016.

Finkbeiner Jörg et al., 2013: Tourist Information Baiersbronn. http://www.archdaily.com/360458/tourist-information-baiersbronn-partnerundpartner-architekten, 10.02.16.

Fischer, Silvia, 2015: Biologisch Home. http://biologisch.at, 10.02.16.

Forster Verkehrs- und Werbetechnik GmbH, 2015: Verkehrstechnik. https://www.forster.at/fileadmin/root_forster/Produkte/Verkehrstechnik/VZ-Katalog/

FORSTER_Verkehrstechnik-Katalog_08-2015.pdf, 14.02.16.

Gemeinde Mils, 2016: Energiefest der Gemeinde. http://www.mils-tirol.at/energiesparprogramm/energiefest-der-gemeinde, 14.02.16.

Gemeinde Wals Siezenheim, 2016: 1. Energiefest der Gemeinde Wals-Siezenheim, http://www.wals.salzburg.at/1_Energiefest_der_Gemeinde_Wals-Siezenheim, 14.02.16.

German.alibaba.com, 2016: Hochwertige Gebrauchte Bushaltestellen zum Verkauf. http://german.alibaba.com/goods/high-quality-used-bus-shelters-for-sale.html, 14.02.16.

Guxme Ltd. & Co. KG, 2016: Stelzenlauf. http://www.guxme.de/Kuenstler/Show-Kuenstler/Stelzenlauf/, 14.02.16.

Huntemann, Dirk, 2015: http://www.levern.de/Apps/Schilder-Umfrage.pdf. 12.01.16.

IFOER, 2015: Kostenrichtwerte Infrastruktur. Wintersemester 2015/16, LVA 280.109. Wien: Technische Universität Wien, Fachbereich Örtliche Raumplanung

Inc. Amazon.com Inc., 2016b: Übergames Giga Schach Figuren aus hochwertigem, wetterbeständigem, UV-beständigem Kunststoff. http://www.amazon.de/Übergames-hochwertigem-wetterbeständigem-UV-beständigem-Kunststoff/dp/B00A25VM7I/ref=sr_1_1?s=toys&ie=UTF8&qid=1455287300&sr=1-1&keywords=riesen+schachfiguren, 14.02.16.

Inc. Amazon.com, 2016a: Amazonas Hängematte bubblegum. http://www.amazon.de/Amazonas-683-Hängematte-bubblegum/dp/B00E6O4ULG/ref=sr_1_2?s=toys&ie=UTF8&qid=1455287243&sr=1-2&keywords=hängematte, 14.02.16.

Klimabündnis Österreich GmbH, 2016: 10 Jahr Klimabündnis-Gemeinde. http://kbalt.marmara.at/start.asp?ID=246049, 14.02.16.

Kummer/Leitgeb, 2012: Food Coops. Das Wichtigste auf einen Blick. http://foodcoops.at/wp-content/uploads/2011/07/FoodCoop_Broschuere_web.pdf, 10.02.16.

Lindenthal, Thomas et al., 2004: Endbericht flächendeckende Umstellung auf biologischen Landbau. Integrative Akzeptanz- und Wirkungsanalyse anhand ausgewählter Untersuchungsregionen. http://www.boku.ac.at/fileadmin/data/H03000/H73000/H73300/pub/Biolandbau/2004_KLF_Endbericht.pdf, 10.02.16.

Marktgemeinde Leobersdorf, 2011: Energiefest in Leobersdorf. http://www.leobersdorf.at/system/web/news.aspx?bezirkonr=0&detailonr=222339003&menuonr=218539487, 14.02.16.

Marktgemeinde Nenzing, 2013: Nenzinger Energiefest. http://doku.cac.at/20131111154516.pdf, 14.02.16.

Mayerhofer, Karl, 2016: Offerte für Ortstafeln von Georg Ebinger GmbH, 27.01.16.

MINEKO GmbH, 2015: Nebenkosten pro Quadratmeter. https://www.mineko.de/nebenkosten-pro-quadratmeter/, 16.02.16.

noe.orf.at, 2013: Marchfeldschlösser gehen in Offensive. http://noe.orf.at/news/stories/2583670/, 13.02.2015.

NUNTIO Audio-Video Solutions GmbH, 2015: Verleih | Eventservice. 2015-2016. S. 3

Österreichischer Rundfunk, 2009: „BürgerInnen-Rat" sorgt für Diskussion. http://vbgv1.orf.at/stories/388571, 10.02.16.

Potmesil, Ulrike, 2013: Das neue Reich der Marchfelder. meinbezirk.at. http://www.meinbezirk.at/gaenserndorf/lokales/das-neue-reich-der-marchfelder-d777889.html, 10.02.16.

Potmesil, Ulrike, 2014: Von Ottokar bis Adebar. meinbezirk.at. http://www.meinbezirk.at/gaenserndorf/lokales/von-ottokar-bis-adebar-d951920.html, 10.02.16.

Potmesil, Ulrike, 2015: Schloss Marchegg wird international. meinbezirk.at. http://www.meinbezirk.at/gaenserndorf/lokales/schloss-marchegg-wird-international-d1279612.html, 12.02.2016.

Potmesil, Ulrike, 2016: Marchegg und Strasshof sollen Standorte der Landesausstellung 2021 werden. meinbezirk.at. http://www.meinbezirk.at/gaenserndorf/lokales/marchegg-und-strasshof-sollen-standorte-der-landesausstellung-2021-werden-d1611051.html, 10.02.16.

Re:Vision Westwood Community, 2016: Westwood Food Cooperation. http://www.revision.coop/westwood-food-coop, 10.02.16.

Russmedia Digital GmbH, 2013: Marktgemeinde Nenzing feierte „Energiefest". http://www.vol.at/nenzing/marktgemeinde-nenzing-feierte-energiefest/3749283, 14.02.16.

Schermer, Markus, 2005: Bio+Region=Bio-Region?. The concepts of ecoregions in Austria. http://oega.boku.ac.at/fileadmin/user_upload/Tagung/2002/02_Schermer.pdf, 20.02.16.

Schloß Schönbrunn Kultur- und Betriebsges.m.b.H, 2015a: Tusculum Rurale großer Fürsten. http://www.schlosshof.at/cms_neu/index.php?page=die-geschichte, 10.02.16.

Schloß Schönbrunn Kultur- und Betriebsges.m.b.H, 2015b: Der Weg nach Schloss Hof und Schloss Niederweiden.http://www.schlosshof.at/cms_neu/index.php?page=anreise-shuttle-lage, 10.02.16.

Schuster Werbesysteme GmbH, 2015: Produktdetails Pylon. http://www.pylon-schuster.de/ProduktdetailsKunden.php?searchHP=58&searchKat=Pylon&searchMod=&searchMat=&searchForm=&searchZus=&searchHanf=&searchHend=, 14.02.16.

Schwarzwald Tourismus GmbH, 2016: Tourist-Information Baiersbronn. http://www.schwarzwald-tourismus.info/Media/Attraktionen/Tourist-Information-Baiersbronn, 10.02.16.

Stadtentwicklung Graz, 2015: Neugestaltung Griesplatz. http://www.stadtentwicklung.graz.at/cms/ziel/6501103/DE/, 12.02.2016

Stadtverwaltung Hohenems, 2014: Bahnhof Hohenems: Kundenbüro Bus+Bahn. http://www.hohenems.at/de/news/bahnhof-hohenems_-kundenbuero-bus_bahn, 10.02.16.

Stadtverwaltung Hohenems, 2015: Verkehrsfreigabe für den Bahnhofsvorplatz. http://www.hohenems.at/de/news/archiv-2015/verkehrsfreigabe-fuer-den-bahnhofsvorplatz, 10.02.16.

Ursin Haus Vinothek & Tourismusservice GmbH, 2015: Langenlois Ideenwettbewerb. Gestaltung Ortseinfahrten Langenlois und Installation „Wein Garten Design", http://www.langenlois.at/uploads/media/Ortseinfahrten_Ideenwettbewerb.pdf. 12.01.16.

Volkspartei Niederösterreich, 2015: Gumpoldskirchner Volkspartei. Neuerungen bei UnternehmerInnenstammtisch präsentiert. http://gumpoldskirchen.vp-noe.at/startseite/news-detail/article/neuerungen-bei-unternehmerinnenstammtisch-praesentiert.html, 02.01.16. Abb. 0: Eigene Darstellung. Eigene Aufnahme.

6.2 ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 0: Eigene Darstellung. Eigene Aufnahme.

Abb. 1: Eckdaten Marchegg?

Abb. 2: Plangrundlage: IFOER, 2015: Digitale Katastermappe Geodaten Marchegg. Wintersemester 2015/16, LVA 280.109. Wien: Technische Universität Wien, Fachbereich Örtliche Raumplanung, 11.02.2016.

Abb. 3: Eigene Aufnahme.

Abb. 4: Eigene Aufnahme

Abb. 5: Eigene Aufnahme.

Abb. 6: Eigene Aufnahme.

Abb. 7: Eigene Aufnahme.

Abb. 8: Wendt, Thomas, 2010: Rex, Marchegg. Devínska Nová Ves. http://www.bahnbilder.de/bild/oesterreich~dieselloks~br-2016/453179/2016100-rex-marchegg—devnska-nov.html, 11.02.16.

Abb. 9: Eigene Darstellung. Plangrundlage: IFOER, 2015: Digitale Katastermappe Geodaten Marchegg. Wintersemester 2015/16, LVA 280.109. Wien: Technische Universität Wien, Fachbereich Örtliche Raumplanung, 11. 02. 16.

Abb. 10: Eigene Darstellung. Plangrundlage: IFOER, 2015: Digitale Katastermappe Geodaten Marchegg. Wintersemester 2015/16, LVA 280.109. Wien: Technische Universität Wien, Fachbereich Örtliche Raumplanung, 11.02.2016; Fotos: OVB24 GmbH, 2011: Dorffest Ampfing. http://www.innsalzach24.de/bilder/2011/08/21/1369518/1469120567-dorffest-ampfing-g77aNPOJsef.jpg, 11.02.16; Zell am See-Kaprun Tourismus GmbH, 2016: Tourismusbüro neu. http://www.zellamsee-kaprun.com/media/presse/dateien-fuer-pressemeldungen/2012/12-09-05-eroeffnung_buero_kaprun/tourismusbuero_neu.jpg, 11.02.16; Stadt Freiburg im Breisgau, 2016: Erlebnisraum Wald. http://www.freiburg.de/pb/site/freiburg_museen/get/params_E-288173336/555156/Erlebnisraum_Wald_5-.jpg, 11.02.16.

Abb. 11: Eigene Darstellung. Plangrundlage: IFOER, 2015: Digitale Katastermappe Geodaten Marchegg. Wintersemester 2015/16, LVA 280.109. Wien: Technische Universität Wien, Fachbereich Örtliche Raumplanung, 11.02.16.; Fotos: Eberl Online GmbH, 2016: Kühe auf Weide. http://files.dreamway.com/filer/19248/2011/7/28/kuehe_auf_weide__biohof_tr__ger_.jpg, 11.02.16; HS Land- und Forstwirtschaft GmbH, 2016: Hackschnitzel. http://

www.h-s-wettringen.de/images/hackschnitzel/_MG_9802.jpg, 11.02.16; Ever Energy Group GmbH, 2014: Dach Solarpanele. http://www.everenergy.de/wp-content/uploads/2011/08/referenzkunde_binninger1.jpg, 11.02.16.

Abb. 12: Eigene Darstellung. Plangrundlage: IFOER, 2015: Digitale Katastermappe Geodaten Marchegg. Wintersemester 2015/16, LVA 280.109. Wien: Technische Universität Wien, Fachbereich Örtliche Raumplanung, 11. 02. 2016.; Fotos: Hamburg.de GmbH & Co. KG, 2015: Schanzenkino. http://www.hamburg.de/contentblob/4006802/data/schanzenkino-bild-0%29.jpg, 11.02.16; Freenet.de GmbH, 2016: Fahrgemeinschaft. http://blob.freent.de/contentblob/1650442/1/teaserImg847x565/fahrgemeinschaft.jpg, 11.02.16; Steirischer Bauernbund, 2014: 30 Jahr Bauernmarkt. http://neuesland.at/30-jahre-bauernmarkt/, 11.02.16.

Abb. 13: Plangrundlage: IFOER, 2015: Digitale Katastermappe Geodaten Marchegg. Wintersemester 2015/16, LVA 280.109. Wien: Technische Universität Wien, Fachbereich Örtliche Raumplanung, 11. 02. 16.

Abb. 14: Plangrundlage: IFOER, 2015: Digitale Katastermappe Geodaten Marchegg. Wintersemester 2015/16, LVA 280.109. Wien: Technische Universität Wien, Fachbereich Örtliche Raumplanung, 11. 02. 16.

Abb. 15: Plangrundlage: IFOER, 2015: Digitale Katastermappe Geodaten Marchegg. Wintersemester 2015/16, LVA 280.109. Wien: Technische Universität Wien, Fachbereich Örtliche Raumplanung, 11. 02. 16.

Abb. 16: Böhm, Mathias, 2015: Der Bioverband Erde & Saat. https://u.jimdo.com/www400/o/s1cd7be53b095d52a/emotion/crop/header.jpg?t=1363726142, 20.02.16.

Abb. 17: Bio-Region Mühlviertel, 2015: Bio-Region Mühlviertel Logo. http://members.aon.at/jlangede/mat/biologo01.jpg, 10.02.16.

Abb. 18: Volkspartei Niederösterreich, 2015: Unternehmer_innenstammtisch Gumpoldskirchen. http://gumpoldskirchen.vpnoe.at/startseite/news-detail/article/jvp-gumpoldskirchen-was-wir-brauchen-ein-neues-miteinander.html, 02.01.16.

Abb. 19: Eigene Darstellung. Grundlage: Mühlheim & Business GmbH, 2015: Gut besuchter Unternehmerinnenstammtisch. http://www.muelheim-business.de/unternehmerinnen-stammtisch-mit-ueber-60-teilnehmerinnen/, 02.01.16.

Abb. 20: Eigene Darstellung.

Abb 21: Pop up-City, 2016: Farmer's Market On Wheels Delivers Veggies To Toronto's Food Deserts, http://popupcity.net/farmers-market-on-wheels-delivers-veggies-to-torontos-food-deserts/, 14.02.16.

Abb. 22: Pop up-City, 2016: Farmer's Market On Wheels Delivers Veggies To Toronto's Food Deserts, http://popupcity.net/farmers-market-on-wheels-delivers-veggies-to-torontos-food-deserts/, 14.02.16.

Abb. 23: Re:Vision Westwood Community, 2016: Westwood Food Cooperation. http://www.revision.coop/westwood-food-coop, 10.02.16.

Abb. 24: Facebook, 2016: Westwood Food Cooperative. https://www.facebook.com/westwoodfoodcooperative/photos/pb.813525822054537.-2207520000.1450780284./932156643524787/?type=3&theater, 10.02.16.

Abb. 25: Eigene Aufnahme.

Abb. 26: Eigene Darstellung. Grundlage: Eigene Aufnahme. Montagelemente: Open Source Wordpress, 2016: Himmel. https://pixelheart1.files.wordpress.com/2014/09/pixelheart-img_1532.jpg, 11.02.16; Squarespace Inc., 2016: Couple Walking. http://static1.squarespace.com/static/55947ac3e4b0fa882882cd65/55947cf6e4b0c9512a3dbb4d/564265b7e4b00b392cc87774/1449174863813/NSC_0009.png?format=750w, 11.02.16; Skalgubbar 2014: http://4.bp.blogspot.com/-J88ONrtsAeU/VSYV7WwqYWI/AAAAAAAAFQI/GD8HA99P26A/s1600/Skalgubbar_291_e_and_j_picknick_on_the_18th_floor.png, 12.02.2016; Urszula Tarasiewicz, 2016: http://www.mrcutout.com/index.php/component/content/article/78-cutouts/people-cutouts/1799-boy-group-playing-0001, 12.02.16.

Abb. 27: Eigene Darstellung. Grundlage: Google earth V 6.2.2.6613. (08.07.2015). Marchegg und Engelhartstetten, Niederösterreich, Österreich. 48°12'29.03" N, 16° 51' 08.76" O, Höhe 144m. Digital Globe 2016. CNES/Astrium 2016. http://www.earth.google.com/, 12.02.16.

Abb. 28: Eigene Darstellung.

Abb. 29: Grundlage: Eigene Aufnahme. Montageelemente: Movico BV, 2016: Mobile Podium Plattform. http://www.movico.nl/de/facilities/mobile-podium-platform, 11.02.16.; Schellhammer, Nico, 2015: Marktstand. http://www.holzklappstand.de/marktstand.html, 11.02.16.; Frei, Wolf-Dieter, 2015: TUWEL Montageelemente. Sommersemester 2014, LVA 280.143. Wien: Technische Universität Wien, Fachbereich Örtliche Raumplanung, 11.02.16.

Abb. 30: Eigene Darstellung. Grundlage: IFOER, 2015: Digitale Katastermappe Geodaten Marchegg. Wintersemester 2015/16, LVA 280.109. Wien: Technische Universität Wien, Fachbereich Örtliche Raumplanung, 11. 02. 16.

Abb. 31: Eigene Darstellung. Grundlage: IFOER, 2015: Digitale Katastermappe Geodaten Marchegg. Wintersemester 2015/16, LVA 280.109. Wien: Technische Universität Wien, Fachbereich Örtliche Raumplanung, 11. 02. 2016; Montageelemente: My free Textures, 2016: http://www.myfreetextures.com/wp-content/uploads/2015/01/deep-green-grass-texture.jpg, 10.02.16; Dzzyn, 2016: http://www.dzzyn.com/20-tree-png-images-free-cutouts-for-

architecture-landscape-interior-renderings/, 10.02.16; Immediate Entourage, 2016a: http://www.immediateentourage.com/another-tree/, 10.02.16; Immediate Entourage, 2016b: http://www.immediateentourage.com/cropped-tree/, 10.02.16; WP, 2016a: http://i2.wp.com/www.dzzyn.com/wp-content/uploads/2015/01/20-Free-Tree-PNG-Images-Bamboo-Tree.png, 10.02.16; Deviantart, 2016: Welsh Dragon. http://welshdragonstockn-art.deviantart.com/art/Hydrangea-Bush-460045906, 10.02.16; WP, 2016b: http://i0.wp.com/www.dzzyn.com/wp-content/uploads/2015/11/10-Free-Plants-Flowers-PNG-Images-at-Dzzyn.com-Green-Bush.png, 10.02.16; Blogspot, 2016a: http://3.bp.blogspot.com/-3I-Hsdug74Q/VmCIx7WrbqI/AAAAAAAAFYo/3CPVSilQvJk/s1600/skalgubbar_301_I_and_B_lost_in_central_park_webres.png, 10.02.16 ; Blogspot, 2016b: https://3.bp.blogspot.com/-SzliFxdDuqg/VGKHtLD8KaI/AAAAAAAAFHo/0RBF_iQhxyA/s1600/skalgubbar_284_s_on_his_bike.png, 10.02.16 ; Escalalatina, 2016: http://www.escalalatina.com/mujeres/patineta-2/, 10.02.16 .

Abb. 32: Eigene Aufnahme.

Abb. 33: Eigene Aufnahme.

Abb. 34: Ostertag Architekten, 2012: Hohenems: Bahnhofsumbau um 35 Mio. Euro., http://vorarlberg.orf.at/news/stories/2553481/, 14.02. 16.

Abb. 35: Stadverwaltung Hohenems, 2014: Bahnhof Hohenems: Kundenbüro Bus+Bahn. http://www.hohenems.at/de/news/bahnhof-hohenems_-kunden-buero-bus_bahn, 14.02.16.

Abb. 36: Eigene Darstellung. Plangrundlage: IFOER, 2015: Digitale Katastermappe Geodaten Marchegg. Wintersemester 2015/16, LVA 280.109. Wien: Technische Universität Wien, Fachbereich Örtliche Raumplanung, 11. 02. 16.

Abb. 37: Eigene Darstellung. Grundlage: Eigene Aufnahme. Montageelemente: Immediate Entourage, 2016a: http://www.immediateentourage.com/kid-sitting-alone/, 10.02.16; Immediate Entourage, 2016b: http://www.immediateentourage.com/man-sitting-on-pier/, 10.02.16; Pinteret, 2015: https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/564x/0b/d5/ca/0bd5ca156de7e35248276a0393d85668.jpg, 12.02.2016; Toxigen, 2014: http://www.turbosquid.com/FullPreview/Index.cfm/ID/830017, 12.02.2016; Skalgubbar 2014: http://3.bp.blogspot.com/-3I-Hsdug74Q/VmCIx7WrbqI/AAAAAAAAFYo/3CPVSilQvJk/s1600/skalgubbar_301_I_and_B_lost_in_central_park_webres.png, 12.02.2016; pngsammlung.com, 2015: http://pngsammlung.com/photo/tree/nature/15/default.html, 12.02.2016; Skalgubbar 2014: http://41.media.tumblr.com/tumblr_m6cg4pQt5c1qikgdeo1_r1_1280.png, 12.02.2016; Skalgubbar 2014: http://41.media.tumblr.com/tumblr_lmsumbqupO1qikgdeo1_1280.png, 12.02.2016.

Abb. 38: SOLID architecture ZT GmbH, 2011: Ortseinfahrten Langenlois. http://www.solidarchitecture.at/projects/044/project.html. 12.01.16.

Abb. 39: Eigene Darstellung. Grundlage: Eigene Aufnahme.

Abb. 40: Eigene Darstellung. Grundlage: Eigene Aufnahme.

Abb. 41: Eigene Darstellung. Plangrundlage: IFOER, 2015: Digitale Katastermappe Geodaten Marchegg. Wintersemester 2015/16, LVA 280.109. Wien: Technische Universität Wien, Fachbereich Örtliche Raumplanung, 11. 02. 16.

Abb. 42: Eigene Aufnahme.

Abb. 43: LEADER-Aktionsgruppe Nordschwarzwald, 2014: Mit edlem Weißtannenholz zum Holzerlebnis. http://www.leader-nordschwarzwald.de/aktuell_service/aktuell/mit_edlem_weisstannenholz_zum_holzerlebnis, 14.02.16.

Abb. 44: Architectism - Architecture Magazine, 2015: Touristinformation Baiersbronn by PartnerundPartner Architekten. http://architectism.com/tourist-information-baiersbronn-by-partnerundpartner-architekten/, 14.02.16.

Abbildungen Gruppenseite: Eigene Aufnahmen.

Abb. 45: Imgflip LLC, 2016: Politicials Laughing. Meme Generator. https://imgflip.com/memegenerator/14221707/Politicians-Laughing, 14.02.16.

IMPRESSUM

ÖEK der Stadtgemeinde Marchegg 2016

280.109 – P2 – Räumliche Entwicklungsplanung:
Marchegg GrenzLandStadt WS 2015 / 2016

Verfasser_innen

Heller Elena 1326756
Müller Veronika 1326757
Riba Sebastian 1325286
Salge Stefanie 1325427
Skerjanz Christiane 1204608

Betreuungsteam TU Wien, Department für Raumplanung

Faller Arnold, Digital Architecture and Planning
Gutheil-Knopp-Kirchwald Gerlinde, Finanzwissenschaft und Infrastrukturpolitik
Hörl Bardo, Verkehrssystemplanung
Linzer Helena, Örtliche Raumplanung
Tschirk Werner, Örtliche Raumplanung

in Zusammenarbeit mit

Hanak Edwin, Regionalberater NÖ. Regional. GmbH
Haupt Gernot, Bürgermeister von Marchegg

Technische Universität Wien
Department für Raumplanung
Vienna University of Technology
Department of Spatial Planning