

50 Jahre
inne
von marchegg

Räumliches Entwicklungskonzept für Marchegg



Gruppe 1

Christopher Karl 1207237

Stefanie Kristen 1326491

Martin Nikisch 0826326

Julia Pferzinger 1325671

Lisa-Anna Steinmetz 1326939



Abb. 1.1. Gruppenbild



Fachbereich Örtliche Raumplanung

Vertr.Ass. Dipl.-Ing. Dr.techn. Helena Linzer
Univ.Ass. Dipl.-Ing. Dr.techn. Werner Tschirk

Fachbereich Finanzwissenschaft und Infrastrukturpolitik

Univ.Ass. Dipl.-Ing. Dr.rer.soc.oec. Gerlinde Gutheil-Knopp-Kirchwald

Fachbereich Verkehrssystemplanung

Ass.Prof. Dipl.-Ing. Dr.techn. Bardo Hörl

Institut für EDV-gestützte Methoden in Architektur und Raumplanung

Senior Lecturer Dipl.-Ing. Arnold Faller

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	4
1.1. Fakten	6
1.2. Projektablauf	8
1.3. Erste Eindrücke	9
2. Analyse	10
2.1. Bestandsanalyse	11
2.2. SWOT-Analyse	13
3. Leitbild	14
3.1. SWOT-Analyse	15
3.2. Szenarien	16
3.3. Leitbildentwicklung	20
3.4. Leitbild	21
3.5. Logo	23
3.6. Die 5 Elemente des Leitbilds.....	24
4. Leitprojekt 1	36
4.1. Einführung	37
4.2. Aufbau	39
4.3. Herleitung.....	40
4.4. GenussRegion	42
4.5. GenussLinie	48
4.6. GenussHomepage	50
4.7. GenussBlatt	51
4.8. GenussRegal	52
5. Leitprojekt 2	54
5.1. Einführung	55
5.2. Aufbau	57
5.3. Umgestaltung Bahnhofsvorplatz	58
5.4. Mehrgenerationenwohnhaus.....	70
5.5. Jugendzentrum.....	73
5.6. Anrufsammeltaxi.....	74
5.7. Themenwege	78
5.8. MarchApp	90
5.9. Begleitungsmaßnahmen	92
5.10. Kostenaufstellung	94
6. Anhang	98



1. Einleitung

1.1 Einleitung

Die Lehrveranstaltung „Projekt 2 – Räumliche Entwicklungsplanung“ ist eine der wichtigsten und gleichzeitig umfangreichsten Lehrveranstaltungen im gesamten Bachelorstudium der Raumplanung und Raumordnung an der TU-Wien. Regulär findet sie im fünften Semester statt. Das diesjährige P2 des Fachbereichs für örtliche Raumplanung ist von DI Dr.techn. Helena Linzer, DI Dr.techn. Werner Tschirk, DI Dr.rer.soc.oec. Gerlinde Gutheil-Knopp-Kirchwald und DI Dr.techn. Bardo Hörl betreut worden.

Die besondere Aufgabe bei diesem Projekt besteht darin, selbstständig die Gemeinde zu analysieren, zu erforschen und letztendlich ein örtliches Entwicklungskonzept für diese Gemeinde zu entwerfen. Im Fokus steht dabei die selbstständige Lösungsfindung auf kommunaler Ebene und eine möglichst realitätsnahe Simulation einer tatsächlichen Planung. Die Ergebnisse werden laufend von den Studierenden präsentiert.

Das diesjährige Untersuchungsgebiet der Lehrveranstaltung ist die Stadtgemeinde Marchegg in Niederösterreich an der Grenze zur Slowakei gewesen. In sieben Kleingruppen zu je fünf Personen hat die Ausarbeitung stattgefunden. Die Gemeinde regt von Anfang bis zum Ende des Semesters zum Denken, Arbeiten und Diskutieren an und zeichnet sich vor allem durch ihr vielfältiges Planungspotenzial als geeignetes Untersuchungsgebiet für das Projekt 2 aus.

Die Stadtgemeinde Marchegg bietet viele interessante Möglichkeiten, um als vielfältiges Untersuchungsgebiet für das Projekt 2 zu dienen. Es handelt sich um eine kleine, im äußeren Osten Niederösterreichs gelegene Stadtgemeinde, die rund 3000 Einwohnerinnen und Einwohner zählt (vgl. www.statistik.at). Die Gemeinde grenzt direkt an der Slowakei. Die Staatsgrenze verläuft entlang der March. Die direkte Nähe zur March und zu den über die Grenzen Österreichs bekannten Donau-March-Thaya-Auen machen die Stadtgemeinde besonders bei Naturliebenden begehrt.

Die March, ein ca. 350 km langer Fluss, ist auch der Grund dafür, dass die Gemeinde und deren Umgebung jährlich von teilweise sehr starken Überflutungen heimgesucht werden (vgl. www.wasseraktiv.at). Trotz dieser Naturgewalten ist in Marchegg viel Leben los. Beispielsweise ist die Gemeinde für ihre eindrucksvolle Storchpopulation, die jährlich viele Touristinnen und Touristen anlockt, bekannt. Neben den seltenen Vögeln bietet die Gemeinde aber auch Kulturattraktionen, wie beispielsweise das Marchegger Schloss. Dieses zeugt von der langen Geschichte, die sich in den letzten Jahrhunderten in Marchegg abgespielt hat.



Abb. 1.2. Österreich

1.2 Fakten

Ein weiteres Merkmal, das Marchegg besonders macht, ist seine Lage. Die Stadtgemeinde liegt gut gelegen zwischen den zwei Großstädten Wien und Bratislava. Die Anreise von Wien aus beträgt etwa 60 Minuten mit dem Auto oder der Bahn. Die Fahrtdauer von Marchegg nach Bratislava beträgt etwa 30 Minuten. Insbesondere durch die Erweiterung der Europäischen Union im Jahr 2004 ist Marchegg ins Zentrum des Staatenverbunds gerückt. Diese vorteilhafte Lage eröffnet daher viele Potenziale.

Der vorliegende Bericht basiert auf Recherchen vor Ort, einer intensiven Auseinandersetzung mit den Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken der Gemeindeentwicklung, Ideen seitens der Studierenden, Empathie für die Bewohnerinnen und Bewohner von Marchegg und einer Begeisterung für die Raumplanung in ländlichen Gebieten.



Abb. 1.3. Niederösterreich

1.3 Projektablauf

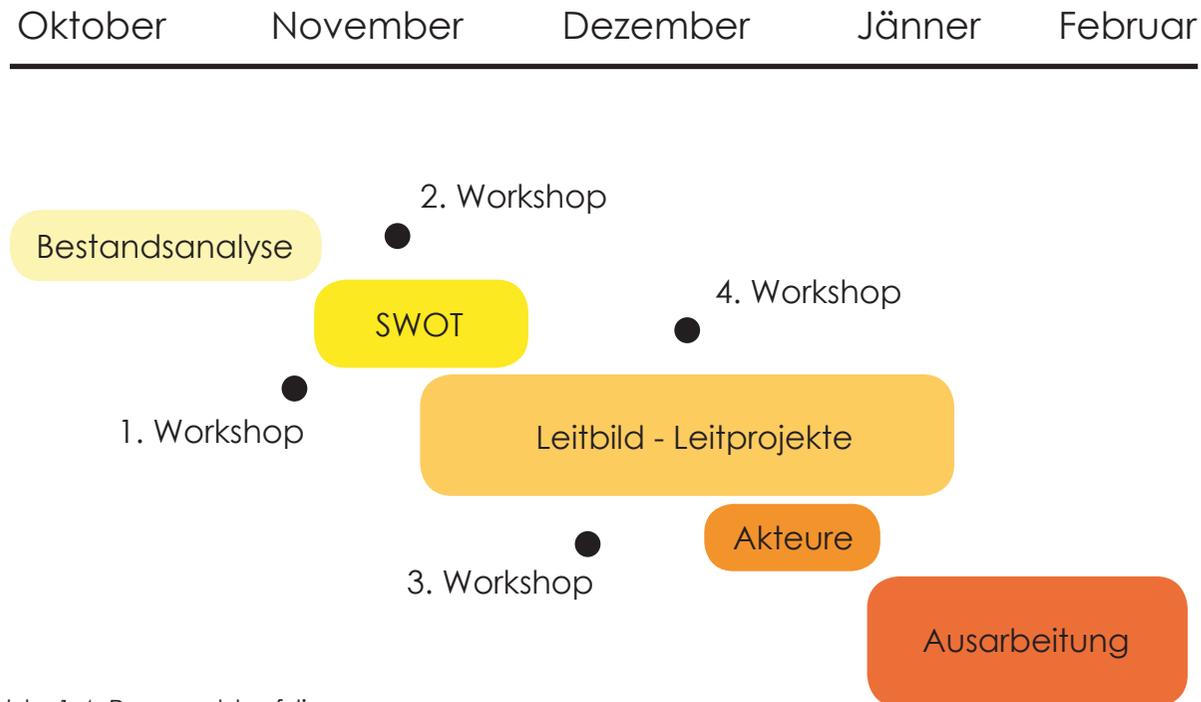


Abb. 1.4. Prozessablaufdiagramm

Dieses Ablaufdiagramm stellt die Erarbeitung einzelner Themenschwerpunkte in einem zeitlichen Kontext dar. Anhand der Grafik lässt sich die Dauer der jeweiligen Arbeitsschritte verfolgen. Der größte Arbeitsaufwand bei der Erstellung eines Entwicklungskonzepts der Stadtgemeinde Marchegg ist, wie aus der Grafik klar ersichtlich, die Entwicklung des Leitbildes und der dazugehörigen Leitprojekte. Dieser Schritt ist der wichtigste Aspekt der Planung, da er die zukünftige Entwicklung der Stadtgemeinde vorgibt. Während des Semesters hat es mehrere Workshops, die zur Erarbeitung der elementaren Bestandteile des Entwicklungskonzepts dienen, gegeben.

1.4 Erste Eindrücke



Marchegg als
„Königsstadt und Storcheparadies“

Region: am Rande des Marchfelds

Politischer Bezirk: Gänserndorf

Fläche: 45,58 km²

Einwohner: ~3.000 (Stand 2015)

Bürgermeister: Gernot Haupt
(vgl. www.marchegg.at)



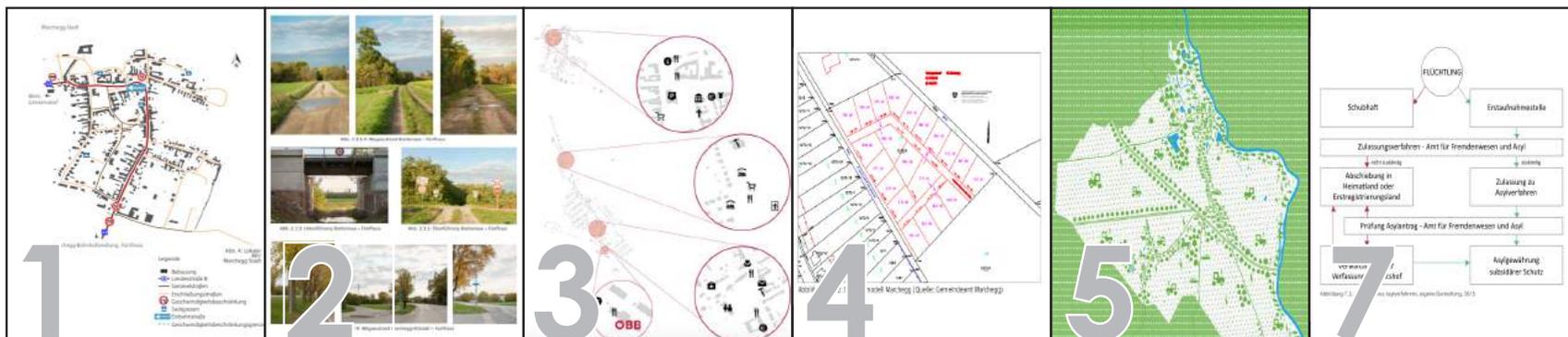


2. Analyse

2.1 Bestandsanalyse

Einen der wichtigsten ersten Schritte im Zuge des P2 stellt die Bestandsanalyse dar. Die unterschiedlichen Themen sind unter den sieben Arbeitsgruppen aufgeteilt worden. Jeder Arbeitsgruppe sind zwei Themen zugewiesen worden. Die einzelnen Themen sind anschließend von einer der Gruppen in ein einheitliches Layout zusammengefügt worden. Die Vorgangsweise in der Bearbeitung der Bestandsanalysethemen ist individuell wählbar gewesen. Neben Ortsbegehungen, Fotodokumentationen und Gesprächen mit Bewohnerinnen und Bewohnern sind auch Internetrecherchen und die Verwendung aufbereiteter Gemeindedaten angewandt worden. Unsere Gruppe ist für die Themen 6 und 12 zuständig gewesen.

Verkehrsorganisation Nicht- motorisierter IV und ÖV **Branchen und Akteure** **wirtschaffl. Rahmenbedingungen** **Naturraum und Landwirtschaft** **Flüchtlinge und Asylwerber**



Bevölkerung, Kultur und Soziales

Flächenwidmung /Baulandbilanz

Gebäude- und Wohnungsbilanz

Bauliche Strukturen

Regionaler Kontext

PR und Marketing

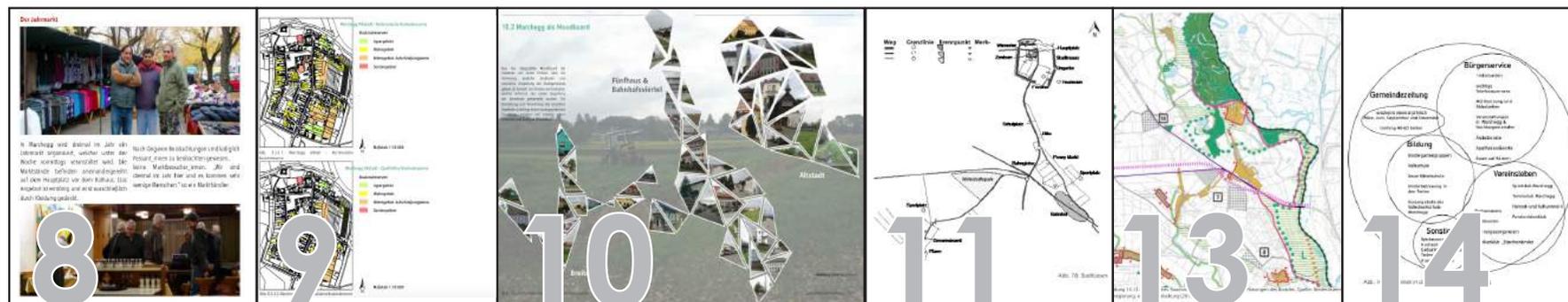


Abb. 2.1. Zusammenfassung Bestandsanalyse

2.2 SWOT

Die SWOT-Analyse ist im Zuge eines Workshops durchgeführt worden. Sie ermöglicht die gegenwärtige Situation des Analysegebiets in Bezug auf ihre Stärken (Strengths), Schwächen (Weaknesses), Chancen (Opportunities) und Risiken (Threats) zu analysieren und zusammenzufassen.

Auf Basis einer SWOT-Analyse werden die Ziele und Strategien für die angestrebte Gemeindeentwicklung aufgebaut. Aus den Aspekten der internen und von Seiten der Gemeinde beeinflussbaren Stärken und Schwächen, sowie den externen und nicht beeinflussbaren Chancen und Risiken ist eine Matrix zu erstellen. Aus dieser Matrix lassen sich vorhandene und mögliche Potenziale sowie Hemmnisse herausfiltern lassen. Darauf aufbauend lassen sich Szenarien ausarbeiten, die einen elementaren Bestandteil des Leitbilds bilden.

Stärken

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

Schwächen

- Unbelebtes Zentrum
- Baulandüberhang
- Leerstand
- Schwaches Einzelhandelsangebot
- Disperse Siedlungsstruktur
- PKW-Abhängigkeit der Bevölkerung
- Ungenutzter Wirtschaftspark

Chancen

- Förderpolitik
- Trend zur biologischen Landwirtschaft
- Aufnahme von Asylwerbern
- Überregionale Verkehrsplanungen
- Trends zum sanften Tourismus
- Lage in der Metropolregion

Risiken

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



3. Leitbild

3.1 SWOT

Im Zuge der SWOT-Analyse haben sich die jeweils drei signifikantesten Punkte der einzelnen Kategorien herauskristallisiert. Eine der größten Stärken der Stadtgemeinde Marchegg befindet sich in der Landwirtschaft. Sie bietet mit ihren fruchtbaren Böden die Möglichkeit, den Trend zur biologischen Landwirtschaft weitgehend zu vertiefen und sich in dieser Sparte zu etablieren. Daraus resultiert ein möglicher Wirtschaftsaufschwung, welcher dem suboptimalen Einzelhandelsangebot entgegenwirken kann. Die Analyseergebnisse bieten die Möglichkeit, mehrere Szenarien sinnbildlich zu simulieren. Jene drei Zukunftsszenarien der Stadtgemeinde Marchegg repräsentieren eine mögliche Entwicklung in den nächsten zehn bis zwölf Jahren. Dabei wird auf die Szenarien Stillstand, Imagewechsel und Aufschwung eingegangen. Diese Szenarien sind Entwicklungsbeispiele, die dazu beitragen sollen, die festgestellten Stärken und Chancen der Stadtgemeinde bestmöglich zu nutzen und zeitgleich die Schwächen und Risiken zu beseitigen.

Stärken

- Attraktiver Natur- und Kulturraum
- Landwirtschaft (fruchtbare Böden)
- Altstadt mit Aufenthaltsqualität

Schwächen

- Unbelebtes Zentrum
- Schwaches Einzelhandelsangebot
- PKW-Abhängigkeit der Bevölkerung

Chancen

- Förderpolitik
- Trend zur biologischen Landwirtschaft
- Trend zum sanften Tourismus

Risiken

- Aussterben der Landwirtschaft
- Kaufkraftabfluss
- Regionaler Entwicklungsdruck

1. Stillstand

- Aufschwung der Bahnhofsiedlung
-> Verlagerung des Zentrums von der Kernstadt zum Bahnhof
- Fehlende Mitte der Bahnhofsiedlung -> fehlender Treffpunkt
- Schwächung des Identitätsgefühl durch Zuzug
- Fortschreitende Zersiedlung der Gemeinde -> Baulandüberhang
- Keine Veränderung des Modal-Splits -> PKW-Abhängigkeit der Bevölkerung
- Mangelhafte Nahversorgung in der Kernstadt und in Breitensee
- Kein Bau der S8 bis Marchegg -> keine Nutzung des ecoplus-Wirtschaftsparks
- Unternutzung des Schlosses -> weiterer Verfall



Abb. 3.1. Grafik Stillstand

2. Imagewechsel

- Boom des primären Sektors -> verstärkte Nutzung der fruchtbaren Böden
- Endogene Entwicklung der Gemeinde
- Umstrukturierung der landwirtschaftlichen Betriebe -> vom konventionellen Nebenerwerb zum biologischen Vollerwerb
- Aktive regionale und überregionale Vermarktung der landwirtschaftlichen Produkte -> Produktspezialisierung und Produktveredelung
- Marktaktivitäten zur Stärkung der Identität
- Stärkung des Einzelhandels durch regionale Erzeugnisse
- Einschränkung der Baulandausweisung

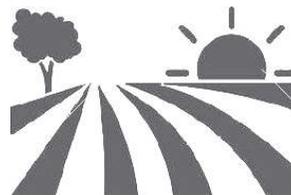


Abb. 3.2. Grafik Imagewechsel

3. Aufschwung

- Imageaufwertung der Gemeinde -> verstärkte Vermarktung von Marchegg regional und national
- Aufwertung der Kernstadt und deren Sehenswürdigkeiten -> Belebung
- Umnutzung und Sanierung des Schlosses
- Attraktivierung des Natur- und Kulturraums
- Verbesserung der Verbindung zwischen Bahnhof und Kernstadt durch Ausbau des ÖV
- Verbesserung der Erreichbarkeit durch Bau der S8
- Bevölkerungszuwachs durch Zuzug
- Nutzung der Leerstände



Abb. 3.3. Grafik Aufschwung

3.2 Szenario

1. Stillstand

Das Szenario beschäftigt sich mit dem Stillstand der derzeitigen Situation in der Stadtgemeinde Marchegg. Es wird davon ausgegangen, dass kaum Entwicklungen und Veränderungen stattfinden und somit der Status quo fortgeschrieben wird.

Die Gemeinde wird bevölkerungsmäßig weiterhin leicht wachsen. Dieses Wachstum wird jedoch sehr unregelmäßig über das Gemeindegebiet verteilt sein. Während die Kernstadt schrumpft, wird die Bahnhofssiedlung wachsen. Dies hat zur Folge, dass sich das Zentrum des Ortes in Richtung des Bahnhofs verlagern wird. Der gesellschaftliche Zusammenhalt wird aufgrund der fehlenden Mitte der Bahnhofssiedlung und der fehlenden Treffpunkte abnehmen. Hinzu kommt, dass das Identitätsgefühl durch den Zuzug ortsfremder Personen aus den Ballungsräumen von Bratislava und Wien abnimmt.

Der bestehende Baulandüberhang kombiniert mit Baulandausweisungen am Siedlungsrand der Bahnhofssiedlung wird ein Fortschreiten der Zersiedelung beschleunigen. Auch auf den Verkehr wird sich diese Entwicklung auswirken. Die PKW-Abhängigkeit der Bewohnerinnen und Bewohner bleibt bestehen.

In diesem Szenario wird weiters davon ausgegangen, dass der Bau der Marchfeld Schnellstraße S8 nicht bis Marchegg, sondern nur bis Gänserndorf erfolgen wird. Dies hat zur Folge, dass der seit Jahren leerstehende ecoplus-Gewerbepark auch weiterhin ungenutzt bleibt. Die von der Stadtgemeinde Marchegg erhofften Kommunalsteuereinnahmen werden nicht fließen und ihr finanzieller Spielraum wird gleichbleiben. Dies hat einerseits zur Folge, dass nur notwendige Ausgaben getätigt werden und andererseits, dass eine Sanierung des Schlosses verschoben und der langsame Verfall fortgesetzt wird. Eine Neunutzung bzw. eine Intensivierung der Nutzung des Schlosses wird ebenfalls nicht eintreten.



Abb. 3.1. Grafik Stillstand

2. Imagewechsel

Bei diesem Szenario rücken die fruchtbaren Böden des Marchfelds ins Zentrum der Gemeindeentwicklung. Es kommt zu einem Boom des primären Sektors. Eine endogene Entwicklung der Gemeinde auf Basis eigener landwirtschaftlicher Erzeugnisse wird angestrebt.

Die Marchegger Landwirtinnen und Landwirten intensivieren die Nutzung ihrer Felder und führen ihre landwirtschaftlichen Tätigkeiten wieder verstärkt im Vollerwerb aus. Aufgrund veränderter wirtschaftlicher Rahmenbedingungen wird auch auf den Biolandbau gesetzt. Die Wertschöpfung wird durch die Veredelung der Erzeugnisse in der Gemeinde gehalten. Eine aktive regionale und überregionale Vermarktung der landwirtschaftlichen Erzeugnisse steigern die Bekanntheit von Marchegg.

Die veredelten Produkte werden sowohl verstärkt in der Gemeinde zum Kauf angeboten als auch regional vertrieben. Die Wertschätzung der eigenen Leistung trägt so zur Stärkung des Identitätsgefühls bei.

Die Einschränkung der Baulandausweisung an den Siedlungsrändern verhindert einerseits die Versiegelung bzw. den Verbrauch fruchtbarer landwirtschaftlicher Anbauflächen und wirkt andererseits der Zersiedelung entgegen.

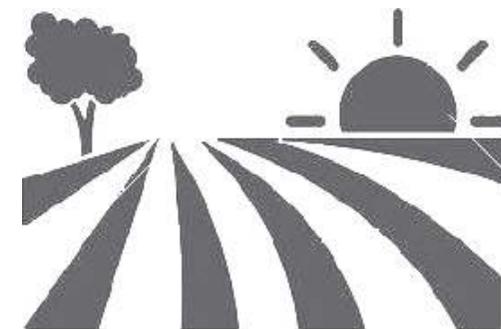


Abb. 3.2. Grafik Imagewechsel

3.2 Szenario

3. Aufschwung

Das dritte Szenario ist geprägt durch Wachstum. Die Stadtgemeinde Marchegg vermarktet sich verstärkt als Wohn- und Erholungsort für Familien. Im Zuge dieser Imageaufwertung steigt ihre regionale und nationale Bekanntheit.

Insbesondere durch den Bau der Marchfeld Schnellstraße S8, welche den Großraum Wien besser an Marchegg anbindet, ist ein Umzug nach Marchegg und das tägliche Auspendeln nach Wien eine Option für viele Erwerbstätige. Somit wächst die Bevölkerungszahl der Gemeinde durch Zuzug deutlich an. Vor allem junge Familien erwerben günstige Grundstücke und leerstehende Immobilien. Dies führt dazu, dass Leerstände in der Kernstadt wieder genutzt werden.

Gleichzeitig kommt es jedoch zu einem Anstieg des Verkehrsaufkommens im gesamten Ort. Insbesondere auf der Hauptstraße zwischen der Bahnhofssiedlung und der Kernstadt nimmt das Verkehrsaufkommen stark zu.

Auch in touristischer Hinsicht ist ein Aufschwung spürbar. Einerseits wird durch die bessere Erreichbarkeit von Wien aus Marchegg verstärkt von Tagesgästen besucht und andererseits bleiben die Besucherinnen und Besucher länger, um die attraktiven Natur- und Kultursehenswürdigkeiten zu genießen.

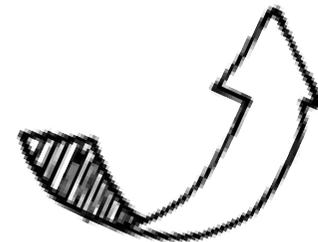


Abb. 3.3. Grafik Aufschwung

Entwicklung des Leitbilds

Die fiktiven Zukunftsszenarien legen den Grundstein für das zu entwickelnde Leitbild. Das Leitbild für die zukünftige Entwicklung beinhaltet konkrete Maßnahmen, die zu einer positiven Veränderung beitragen sollen. Das Stillstand-Szenario wird hierbei außer Acht gelassen. Es werden also nur die Qualitäten und Vorteile der beiden Szenarien Aufschwung und Imagewechsel zur theoretischen Grundlage für das künftige Leitbild vereint.

Einerseits stehen hier die Vorteile des Wirtschaftsbooms, einer Umstrukturierung der landwirtschaftlichen Betriebe und der Vermarktung von landwirtschaftlichen Produkten im Vordergrund. Andererseits sollen die Qualitäten der Stadtgemeinde durch die Aufwertung der Kernstadt und derer Sehenswürdigkeiten hervorgehoben werden. Eine verstärkte Vermarktung Marcheggs auf regionaler und nationaler Ebene soll ebenfalls angestrebt werden.

Das Leitbild die „5 SINNE von marchegg“ legt den Fokus auf den landwirtschaftlichen Aufschwung, die Vermarktung und Attraktivierung der Stadtgemeinde Marchegg.

- Marktaktivitäten zur Stärkung der Identität
- Unterstützung der Vermarktungsstrategie
- Belebung des Tourismus
- Vernetzung mit den Nachbargemeinden
- Zentrumsgestaltung in der Bahnhofssiedlung

3.4 Leitbild



Abb. 3.4. Leitbild

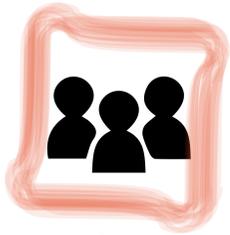


Marchegg

SCHMECKT

Abb. 3.5. Logo-Schmeckt

- Verstärkte Nutzung der fruchtbaren Böden
- Stärkung des Einzelhandels durch regionale Erzeugnisse

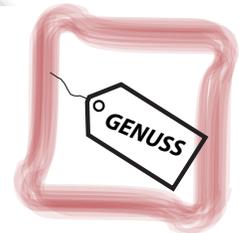


Marchegg

STRAHLT

Abb. 3.6. Logo-Strahlt

- Belebung des Zentrums
- Aufwertung der Kernstadt und deren Sehenswürdigkeiten

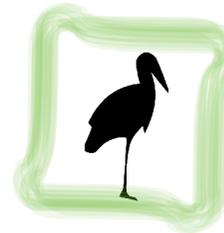


Marchegg

SCHAFFT

Abb. 3.7. Logo-Schafft

- Entwicklung einer Vermarktungsstrategie
- Imageaufwertung der Gemeinde

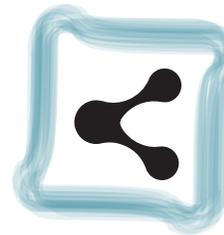


Marchegg

VERBINDET

Abb. 3.8. Logo-Verbindet

- Verstärkung des Identitätsgefühls durch Marktaktivitäten
- Stärkung der Gemeinschaft



Marchegg

GESTALTET

Abb. 3.9. Logo-Gestaltet

- Zentrumsgestaltung in der Bahnhofssiedlung
- Verbesserung des öffentlichen Verkehrs

3.5 Logo



Abb. 3.10. Logo 5 Sinne von Marchegg

Die „5 Sinne von Marchegg“ zeigen die Vielfalt des Ortes auf, die mit den Begriffen „schmeckt– strahlt – schafft – verbindet – gestaltet“ beschrieben werden. Der Buchstabe „S“ für Sinne wird von der March dargestellt, die sich zwischen den Erdbeerefeldern schlängelt. Die Erdbeere ist ein häufig angebautes landwirtschaftliches Produkt in und um Marchegg. Sie spielt daher in unserem Projekt eine tragende Rolle neben den bereits vorhandenen Störchen. Da der Storch für die Stadtgemeinde Marchegg eine große Bedeutung hat, findet man ihn auch im Logo vor. Die Darstellung des Logos symbolisiert den Zusammenhalt in Marchegg.



schmeckt

3.6 schmeckt

Oberziel

- Aufwertung des Images



Unterziele

- Präsentation der Gemeinde nach außen
- Präsentation der Gemeinde nach innen



Teilziele

- Stärkung der ortsansässigen Betriebe
- Steigerung des Wiedererkennungswertes der Gemeinde

Maßnahmen

- Vermarktungsstrategien (GenussLinie)
- Einbindung der regionalen Gastronomie
- Internetauftritt mit Online Shop (GenussHomepage)



strahlt

3.6 strahlt

Oberziel

- Erzielung überregionaler Bekanntheit



Unterziele

- Ankurbelung des Tourismus
- Verbesserung der Aufenthaltsqualität

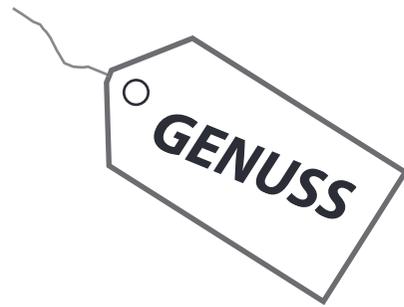


Teilziele

- Umnutzung des Schlosses
- Belebung des Zentrums
- Aufwertung des Naturraums in und um Marchegg

Maßnahmen

- MarchApp
- Sanierung der öffentlichen Gebäude
- Neugestaltung öffentlicher Bereiche (Bahnhofsvorplatz)
- Attraktivierung der Sehenswürdigkeiten
- Themenwege



schaftt

3.6 schafft

Oberziel

- Sicherung von Wertschöpfung und Arbeitsplätzen



Unterziel

- Initiieren einer endogenen Entwicklung



Teilziele

- Aufwertung der Landwirtschaft in der Gemeinde
- Verbesserung des Einzelhandelsangebots in Marchegg

Maßnahmen

- Inanspruchnahme von Fördermittel für die Landwirtschaft
- Bemühung um Schaffung einer GenussRegion
- Produktspezialisierung (GenussBeere)



verbindet

3.6 verbindet

Oberziel

- Stärkung der Gemeinschaft



Unterziele

- Verhinderung der Segregation
- Schaffung eines Identitätsgefühls

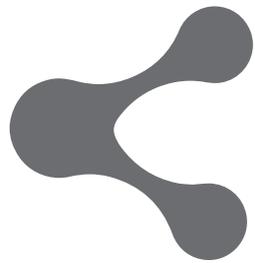


Teilziele

- Verbesserung der Verbindung zwischen den Ortsteilen
- Förderung der Kommunikation zwischen den unterschiedlichen Ortsteilen
- Stärkung des Zusammenhalts in der Gemeinde

Maßnahmen

- Seniorentreffen
- Betreutes Wohnen
- Vereinsmanagement (Vereinsfest)
- Schaffung eines zentralen Jugendzentrums
- Junges Wohnen



gestaltet

3.6 gestaltet

Oberziel

- Steigerung der Aufenthaltsqualität



Unterziele

- Schaffung eines einladenden Erscheinungsbilds
- Umschichtung des Modalsplits



Teilziele

- Attraktivierung des Bahnhofsvorplatzes
- Neunutzung des leerstehenden Erdgeschoßzonen

Maßnahmen

- Neugestaltung des Bahnhofsvorplatzes
- Verkehrsberuhigung in den Ortsteilen
- Ausbau ÖV (Anrufsammeltaxi)
- Leerstandsmanagement





4. Leitprojekt 1

4.1 Einführung

GenussBeere

Das erste Leitprojekt zielt auf eine intensive Vermarktung der landwirtschaftlichen Produkte von Marchegg ab. Neben Tomaten, Karotten, Kartoffeln und Zwiebeln soll insbesondere der Anbau von Erdbeeren forciert werden.

Ein wesentlicher Bestandteil des Leitprojekts ist die Bemühung der Gemeinde um Schaffung einer GenussRegion. Die neue GenussRegion Marchegger GenussBeere bildet die Basis für die weiteren Teilprojekte GenussLinie, GenussHomepage, GenussRegal und GenussBlatt.

Die GenussLinie sieht die Vermarktung der veredelten Erdbeererzeugnisse vor. Der Verkauf dieser soll einerseits über die neue GenussHomepage und andererseits über GenussRegale im Einzelhandel erfolgen. Weiters wird die Auflage eines GenussBlatts angestrebt. Diese Zeitschrift soll mehrmals jährlich über die Aktivitäten und Aktionen in der GenussRegion informieren.

Ziel des Leitprojekts sind die Steigerung der Bekanntheit der Stadtgemeinde Marchegg, die Sicherung der Arbeitsplätze und Wertschöpfung in der Region und die Stärkung der ortsansässigen Betriebe.

Für die Zukunft touristischer Kultur- und Naturlandschaften wird es im Wettbewerb immer wichtiger den potenziellen Besucherinnen und Besuchern ein unverwechselbares und authentisches Erlebnis anzubieten. Die Gemeinde Marchegg hat sich in den letzten Jahren verstärkt als Königsstadt und Storchennparadies positioniert. Insbesondere in den Sommermonaten wird das vorhandene touristische Angebot gut genutzt. Ein immer größer werdender Teil der Touristinnen und Touristen ist genussorientiert und möchte den Urlaubsort bzw. die Urlaubsregion intensiv genießen. Genau hier setzt das Leitprojekt an. Der Genuss nachhaltiger, regionaler Produkte rückt in den Vordergrund.

Ergänzend zum touristischen Standbein der Marchauen und der Störche rückt die Landwirtschaft in den Fokus der Gemeindeentwicklung. Zu diesem Zweck sollen die Landwirtinnen und Landwirte der Gemeinde Marchegg die Schaffung einer GenussRegion initiieren. Gemeinsam mit den Landwirtinnen und Landwirten der Nachbargemeinden Engelhartstetten, Weiden an der March, Lassees, Eckertsau, Untersiebenbrunn und Haringsee können sie auf ein außergewöhnliches Potenzial aus der Natur zurückgreifen, die fruchtbaren Böden. Ein Vorteil wäre, dass diese Gemeinden bereits über die LEADER-Region Marchfeld miteinander vernetzt sind und so Kommunikations- und Kooperationsstrukturen genutzt werden können (vgl. www.regionmarchfeld.at).

Die bisher extensiv bewirtschafteten Felder sollen im Sinne des Biolandbaus intensiv mit Erdbeeren bestellt werden. Einheitliche Qualitätsstandards unter dem Dach einer GenussRegion bieten den Landwirtinnen und Landwirten neue Absatz- und Erwerbsmöglichkeiten. Durch die neu geschaffene GenussRegion und die vernetzte Planung des Vereins erfolgen eine koordinierte Weiterverarbeitung, Vermarktung und Verkauf der Erdbeererzeugnisse. Unter der Marke GenussRegion Marchegger GenussBeere sollen die Produkte zuerst regionale, später dann nationale Bekanntheit erlangen. Auch sollen Synergien im Bereich des Tourismus mit dem Storchennhaus gezielt forciert werden. So wäre es möglich Besucherinnen und Besucher verstärkt nach Marchegg zu locken.

4.2 Aufbau



Abb. 4.1. Logo-Schmeckt

GenussBeere

GenussRegion

GenussLinie

GenussHomepage

GenussBlatt

GenussRegal

4.3 Herleitung

Da es in Marchegg im österreichischen Vergleich einen leicht überdurchschnittlichen Anteil an Ackerland gibt, bietet es sich hier besonders an Obst und Gemüse anzubauen. Daher eignen sich die Gemeinde und deren umgebende Region für den Anbau und die Vermarktung der allseits beliebten Erdbeeren.

Nicht nur der hohe Anteil an Anbauflächen spricht für dieses Vorhaben, sondern auch die besonders fruchtbaren und nährstoffreichen Böden, sowie das gemäßigte Klima. Da Erdbeeren außerdem viel Sonnenlicht zum Gedeihen brauchen, ist es von großem Vorteil, dass Marchegg eine durchschnittliche Anzahl von 2000 Sonnenstunden pro Jahr hat. Nur das Burgenland kann österreichweit eine höhere Anzahl an Sonnenstunden vorweisen (vgl. www.marchegg.at).

Bodennutzung Marchegg 2009

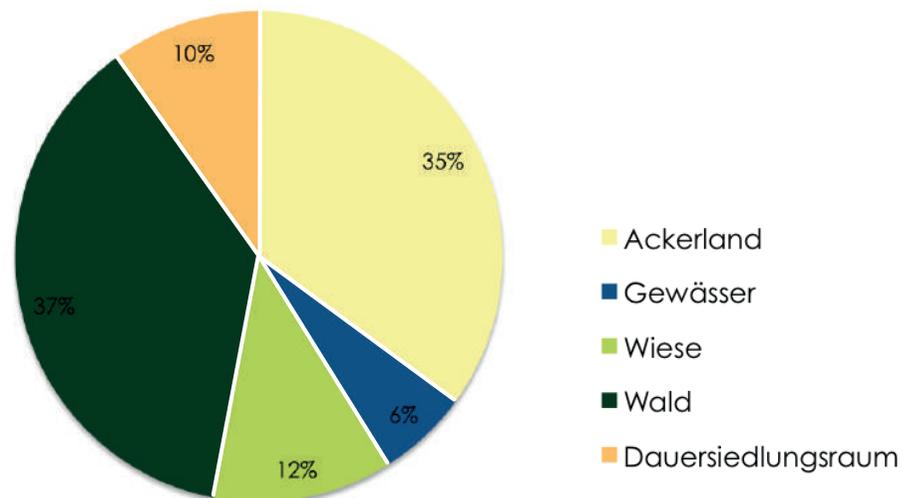


Abb. 4.2. Diagramm Bodennutzung Marchegg

Bodennutzung Österreich 2011

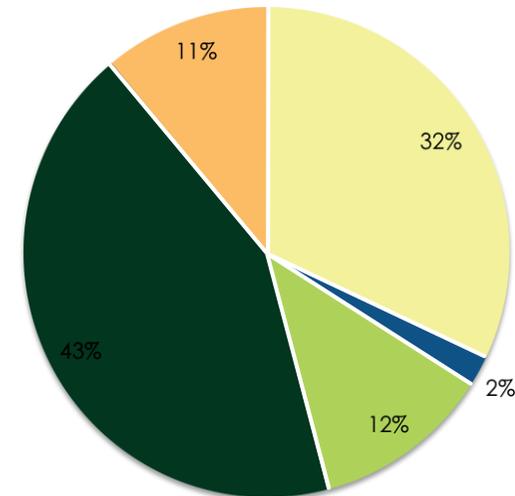


Abb. 4.3. Diagramm Bodennutzung Österreich

4.3 Herleitung

Das Leitprojekt GenussBeere nutzt die Stärken der Gemeinde intensiv aus. Die Landwirtin und Landwirte initiieren die Schaffung einer GenussRegion, welche sich aus Marchegg und den sechs Nachbargemeinden Weiden an der March, Untersiebenbrunn, Lasee, Haringsee, Eckertsau und Engelhartstetten zusammensetzt. Fünf der sieben Gemeinden können bereits Landwirtin und Landwirte aufweisen, die Erdbeeren anbauen. Diese Anzahl der landwirtschaftlichen Betriebe mit Spezialisierung auf die Erdbeere wird im Zuge der Realisierung der GenussRegion noch steigen.



Abb. 4.4. Karte Abgrenzung GenussRegion

GenussHöfe (Produktions- und Verarbeitungsbetriebe, Direktvermarkter)

Marchegg:	Biohof Michaeler, Markus Brandenstein
Weiden an der March:	Biohof Hansi
Lasee:	Alfred Butz
Engelhartstetten:	Markus Hutter
Haringsee:	Pepi Hopf

WEG ZUR GENUSSREGION

1. Verein gründen
 2. Landwirtschaftliche Betriebe vernetzen
 3. Regionaltypisches Produkt vorweisen
 4. Produkt beschreiben
 5. Region definieren
 6. Regionsnamen wählen
 7. Qualitätsstandards definieren
 8. Produkt in der heimischen Gastronomie verankern
 9. Produkt in der Region vermarkten
 10. Produktbezogene Veranstaltungen organisieren
 11. Zum Dachverband beitreten
1. Etappe
2. Etappe
3. Etappe

(vgl. www.genuss-region.at)

4.4 GenussRegion

1. Verein gründen:

Genussverein unter Vorsitz eines Landwirts ins Leben rufen

2. Landwirtschaftliche Betriebe vernetzen:

Motivation der Landwirte

3. Regionaltypisches Produkt vorweisen:

Erdbeere

4. Produkt beschreiben:

Marchegger GenussBeere

5. Region definieren:

Marchegg, Engelhartstetten, Weiden an der March, Lasee, Eckertsau, Untersiebenbrunn, Haringsee

6. Regionsnamen wählen:

GenussBeere

7. Qualitätsstandards definieren:

- Biologischer Landbau
- Umweltgerechte Verarbeitungs- und Veredelungsprozesse
- Handgepflückt
- Adäquate Bezahlung der Erntehelfer

8. Produkt in der heimischen Gastronomie verankern:

Gericht mit Erdbeererzeugnissen verfeinern

9. Produkt in der Region vermarkten:

- Direktverkauf ab Hof
- ADEG Engelhartstetten
- GenussHomepage
- ADEG Dürnkrot
- GenussRegal
- LIDL Gänserndorf
- Storchenhaus



10. Produktbezogene Veranstaltungen organisieren:

- *Breitenseer Erdbeerfest*: Das Event findet jährlich seit 2014 im Ortsteil Breitensee statt.
- *Erdbeerfete*: Nach Ende der Ernte wird ähnlich dem Erntedankfest ein Erdbeerfest abgehalten. Die besten Früchte werden von den Landwirten präsentiert. Das Fest findet im Schlosspark statt. Der Eintritt ist selbstverständlich kostenlos.
- *Erdbeerlauf*: Einmal jährlich findet kurz vor Beginn der Ernte der Erdbeerlauf statt. Die Laufroute führt auf einer Länge von fünf Kilometern durch Erdbeerbefelder. Naschen während des Laufens ist ausdrücklich erlaubt.
- *Erdbeerzauber*: Diese Veranstaltung richtet sich speziell an Kinder. Unter Anleitung können Kinder Erdbeersaft selbst pressen und Erdbeeren mit Schokolade überziehen. Weiters werden auch Führungen durch die Erdbeerbefelder angeboten. Eine Einführung in die Sortenkunde soll den jungen Besucherinnen und Besuchern zusätzliches Wissen vermitteln.
- *Erdbeermarkt*: Veredelte Erzeugnisse werden abwechselnd am Bahnhofvorplatz und vor dem Schloss zum Kauf angeboten. Dieser Markt wird einmal pro Monat am Wochenende stattfinden.

11. Zum Dachverband beitreten

4.4 Referenzbeispiel

Eine Vielzahl von Gemeinden in Österreich ist bereits über eine GenussRegion mitander vernetzt. Unter dem Dach der GenussRegion bieten diese Gemeinden ihre regional typischen landwirtschaftlichen Produkte und Erzeugnisse zum Verkauf an.

Als gute Referenz haben sich zwei nordburgenländische GenussRegionen erwiesen. Beide nutzen die Stärken ihrer Region, wie beispielsweise überdurchschnittlich viele Sonnenstunden und fruchtbare Böden und lange Traditionen beim Anbau des regional spezifischen Produkts, intensiv aus.

Leithaberger Edelkirsche

Die Region um den Leithaberger ist nun seit vielen Jahren auch als Kirschblütenregion bekannt, denn sie erstrahlt jedes Jahr im April in der weißen Blütenpracht tausender Kirschbäume. Die Kirschblütenregion ist eine bunt strukturierte und alte Kulturlandschaft, im nördlichen Burgenland. Das Klima des Gebietes wird wesentlich durch den Neusiedler See beeinflusst der als riesiger Wärmespeicher wirkt.

Der Kirschenanbau in der GenussRegion Leithaberger Edelkirsche lässt sich einige Jahrhunderte zurückverfolgen. Mehr als 15 verschiedene Kirschensorten sind heute rund um die Region Leithaberger zu finden. Um die Erhaltung dieser zahlreichen, speziellen Kirschensorten zu gewähren und ein Aussterben zu verhindern, wird besonders die Nachpflanzung in der Region gefördert.

Die Magie der Kirsche beginnt im April mit der Kirschblüte, wenn sich die Bäume mit ihrem weißen Kleid schmücken. Danach geht es der roten Versuchung an den Stengel und ab in die Kochtöpfe der heimischen Gastronomie. Jedes Jahr zeigen Betriebe ihr Können bei der kulinarischen Präsentation der Leithaberger Edelkirschen (vgl. www.genuss-region.at²).



Abb. 4.5. Logo GenussRegion Leithaberger Edelkirsche

4.4 Referenzbeispiel



Abb. 4.6. Loge GenussRegion Kittseer Marille

Kittseer Marille

Das außergewöhnlich fruchtige Aroma verdanken die Kittseer Marillen dem pannonischen Klima. Die Hauptsorte „Ungarische Beste“ ist bei den Kunden seit vielen Jahren bekannt und beliebt, da sie sich neben dem Frischgenuss bestens für Marmeladen und auch hervorragend zum Schnapsbrennen eignet. Daneben werden die schmackhaften und gesunden Früchte der GenussRegion zu Mehlspeisen, wie Marillenknödeln, Kuchen und Strudeln, verarbeitet. In der GenussRegion wird auch vermehrt Marillennektar hergestellt, der sich besonders zum Mischen mit Mineralwasser oder Sekt eignet.

Die vollreifen Früchte werden von den Landwirtinnen und Landwirten täglich frisch geerntet und ab Hof sowie an Verkaufsständen im Ort vermarktet. An diesen können neben den aromatischen Früchten auch hausgemachte Verarbeitungsprodukte gekauft werden. Besonders begehrt sind die Destillate der Marillenbauern, welche sich durch Natürlichkeit und feinem Aroma auszeichnen.

Neben der bekanntesten Sorte „Ungarische Beste“ werden auch neue Sorten ausgepflanzt, welche sich durch längere Haltbarkeit und Transportfähigkeit auszeichnen. Sie sind vor allem für die Vermarktung über den Handel gedacht (vgl. www.genuss-region.at³).

Abgrenzung der GenussRegion GenussBeere (330 km²)

- ① Marchegg (45 km²)
- ② Weiden an der March (55 km²)
- ③ Untersiebenbrunn (30 km²)
- ④ Lasseersee (55 km²)
- ⑤ Haringsee (30 km²)
- ⑥ Eckertsau (50 km²)
- ⑦ Engelhartstetten (65 km²)



Abb. 4.7. Karte Abgrenzung GenussRegion

4.4 GenussRegion



Abb. 4.8. Logo GenussRegion GenussBeere

GenussRegion



Hauptakteur: Verein / GmbH GenussBeere

Weitere Akteure: Verein Genuss Region Österreich
(Dachverband)

Instrument: Koordination

Weitere Instrumente: Geldtransfer, Fiskalische Anreize

Realisierung:	██████████	kurzfristig
Priorität:	████████████████████	hoch
Investitionskosten:	██████████	niedrig
Laufende Kosten:	██████████	niedrig

GenussLinie

Die GenussLinie ist eine Produktlinie, welche veredelte, regionale Marchegger Erdbeeren zum Kauf anpreist. Aufgrund ihrer großen Vielfalt und der vielfältigen Einsatzmöglichkeiten befinden sich die Marchegger Erdbeeren in unterschiedlichsten Variationen am Markt. Die Produktlinie der regionalen Erzeugnisse erstreckt sich von der Erdbeermarmelade bis hin zum Erdbeeressig und ist in nahezu allen erdenklichen Formen im Handel erhältlich.

Im Vordergrund der GenussLinie steht die Freude am Genuss von qualitativ hochwertigen Spezialitäten. Die Erdbeeren werden von heimischen Landwirtinnen und Landwirten angebaut und geerntet. Die Veredelung der Erdbeeren erfolgt ebenfalls in der Region.

Die biologisch erzeugten Marchegger Erdbeeren sind Teil der GenussRegion Marchegger GenussBeere, die für Herkunft, Sicherheit und Kontrollen stehen und gesetzliche Vorgaben nicht nur einhalten, sondern übertreffen. Die aus dem Herzen Marcheggs stammenden qualitativ hochwertigen und leistbaren Produkte bestechen durch einzigartigen Geschmack und Qualität.

Ziel der Marke ist es, regionale und nationale Anerkennung zu erlangen und sich langfristig auf dem österreichischen Lebensmittelmarkt zu etablieren, sowie die Erlangung eines hohen Wiedererkennungswerts.

Die Logistik soll von einem Transportunternehmen aus dem Bezirk Gänserndorf übernommen werden. Dies garantiert kurze Anfahrts- und Transportwege. Als Transportpartner käme beispielsweise die Riedmüller-Gruppe aus Lassee oder die Windisch-KG in Engelhartstetten in Frage.



Abb. 4.9. Kochschürze

GenussLinie



Hauptakteur: Genuss Höfe (Landwirte)

Weitere Akteure: Verein/ GmbH GenussBeere

Instrument: Setzen von Normen und Standards

Weitere Instrumente: -

Realisierung:	▬	kurzfristig
Priorität:	▬▬▬	hoch
Investitionskosten:	▬▬▬▬	mittel
Laufende Kosten:	▬▬▬▬▬	mittel

4.5 GenussLinie



Erdbeermarmelade



Fruchtgummi



Erdbeertee



getrocknete Erdbeeren



Erdbeeressig



Jutebeutel

GenussHomepage

Hauptakteur: Verein / GmbH GenussBeere

Weitere Akteure: GenussHöfe (Landwirte)

Instrument: Information

Weitere Instrumente: Laufende Dienstleistung
Befugnis begründete Rechtsnormen



Realisierung:	██████████	kurzfristig
Priorität:	██████████	niedrig
Investitionskosten:	██████████	mittel
Laufende Kosten:	██████████	niedrig

Im Online Shop der GenussHomepage findet man einerseits ein weites Angebot an Produkten unterschiedliche Geschenkartikeln aus der Region und andererseits bietet die Website auch Informationen zu den Manufakturen, in welchen die Erzeugnisse der GenussBeere produziert werden, sowie unterschiedliche Vorteilsangebote. Der Online Shop bietet neben einem bequemen Einkauf von Zuhause auch die Möglichkeit, sich über aktuelle Veranstaltungen rund um die Marchegger Erdbeere zu informieren.

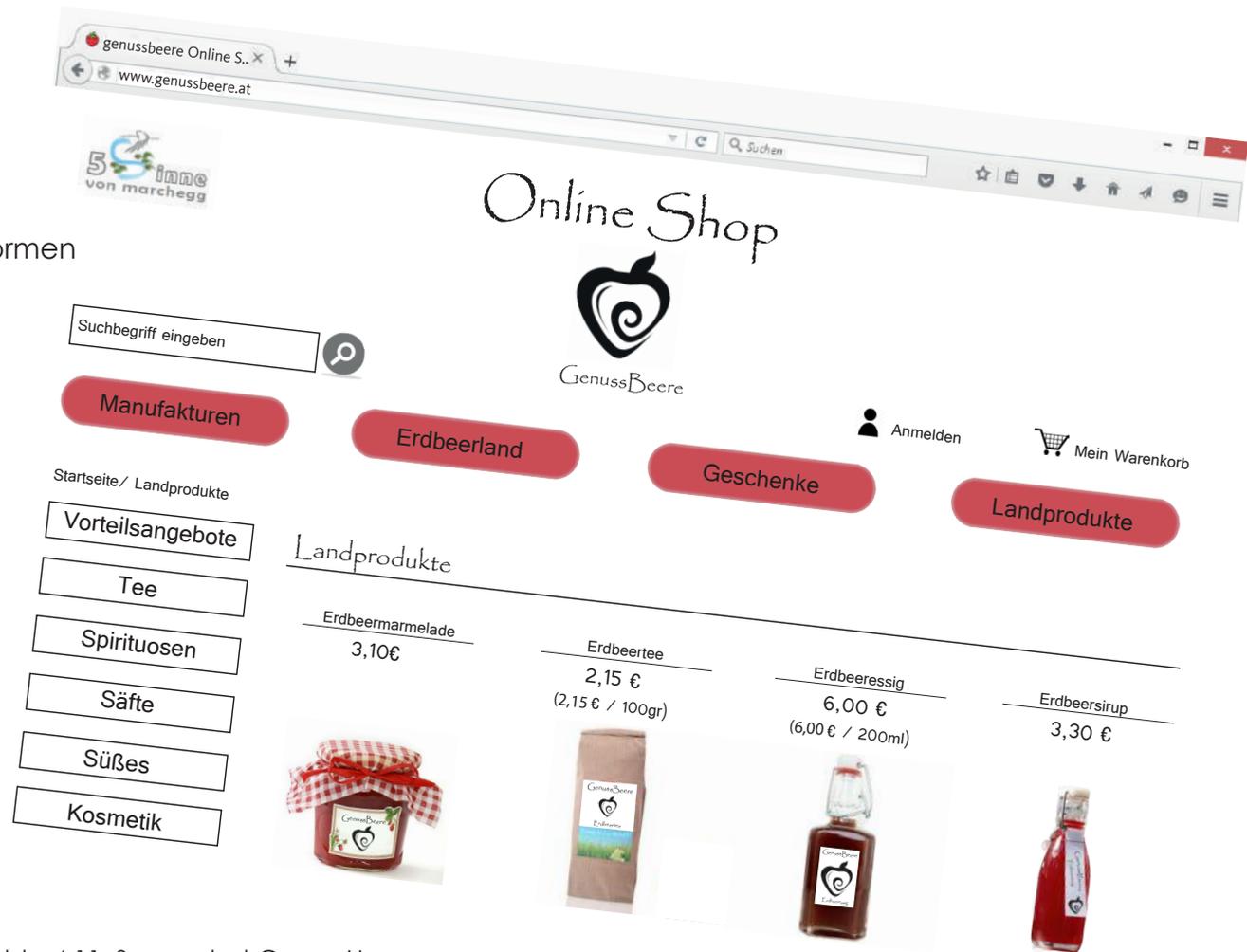
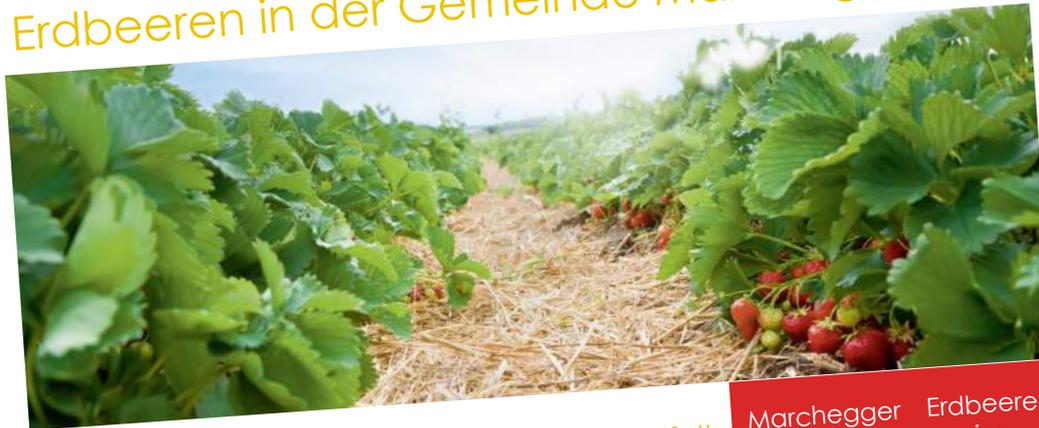


Abb. 4.11. Screenshot GenussHomepage

4.7 GenussBlatt



Rote schmackhafte Vielfalt Erdbeeren in der Gemeinde Marchegg



Gemeinde Marchegg- Ein Naturpark der Vielfalt

Unsere Erdbeeren sind wieder am Start! Frühlingszeit ist Erdbeerzeit in Marchegg! Die kleinen, roten Lieblingsfrüchte blühen schon so richtig auf! Auf die Plätze, fertig, los!

Neben der Ernte der reifen Früchte ist auch der Startschuss für den 1. Erdbeerlauf am 5. Juni 2016. Hierbei darf während dem Lauf entlang der Felder

Erdbeeren aus Marchegg – ein ganz besonderes Produkt
Erdbeeren gehören zu den beliebtesten Obstsorten in Österreich. Die köstlich

Marchegger Erdbeere aus der Genussregion

Fruchtige Spezialität in der Frühlingszeit!

neben den vielen Vitaminen und Mineralstoffen vergleichsweise nur wenige Kalorien. Die Felder in und um Marchegg bieten einen optimalen Untergrund für

Abb. 4.12. Scan GenussBlatt



GenussBlatt

Hauptakteur: Tourismusverband Donau NÖ

Weitere Akteure: -

Instrument: Information

Weitere Instrumente: -

Realisierung:  mittelfristig

Priorität:  niedrig

Investitionskosten:  niedrig

Laufende Kosten:  mittel

Das GenussBlatt ist neben der GenussLinie, der GenussHomepage und dem GenussRegal ein weiteres Teilprojekt des Leitprojekts GenussBeere.

Hierbei wird die Auflage einer Zeitschrift, welche quartalweise erscheint, angestrebt. Die Zeitschrift gibt Aufschluss über Aktivitäten und Aktionen in der GenussRegion Marchegger GenussBeere. Des Weiteren wird ein Veranstaltungskalender angeführt, der über kommende Events in und um Marchegg informiert. Fotostrecken über vergangene Events werden ebenfalls im Blattinneren abgedruckt.

Um die Produkte aus der GenussRegion erfolgreich zu vertreiben, werden sogenannte GenussRegale in regionalen Einzelhandelsfilialen installiert. In den Filialen von LIDL in Gänserndorf, sowie von ADEG in Dürnkrot und Engelhartstetten wird dies zuerst vorgenommen, da diese Partner der GenussRegion sind.

Diese GenussRegale enthalten die Erzeugnisse der GenussLinie aus der GenussRegion Marchegger GenussBeere. Die GenussLinie besteht aus Produkten und Erzeugnissen von Landwirtinnen und Landwirten, sowie Produzentinnen und Produzenten aus den Gemeinden Marchegg, Engelhartstetten, Weiden an der March, Lasee, Eckartsau, Untersiebenbrunn und Haringsee. Angeboten werden essbare Produkte, wie Erdbeermarmelade, Erdbeeressig, Süßigkeiten und Mehlspeisen mit Erdbeeren, Spirituosen sowie alkoholfreie Getränke aus Erdbeeren, aber auch Produkte, wie bedruckte Jutebeutel, Kochschürzen und Holzkochlöffel, die als Mitbringsel für Touristinnen und Touristen dienen sollen.

Das GenussRegal stellt neben der GenussHomepage die wichtigste Verkaufsstelle für diese Produkte dar. Es werden dieselben Produkte wie auf der GenussHomepage verkauft, wobei man auf der GenussHomepage eine etwas größere Vielfalt erwarten kann. Allerdings soll das GenussRegal auch als Anlauf- und Informationsstelle zu den Produkten dienen. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den besagten Verkaufsstellen werden extra geschult und können gezielt Informationen über Herkunft, Herstellung, Betriebe und Produktion geben. Auf diese Weise sollen die in der GenussRegion produzierten Produkte auf regionaler Ebene an Bekanntheit gewinnen.

Nach erfolgreichem Vertrieb der Produkte in den regionalen Einzelhandelsfilialen sollen auch andere Filialen in Niederösterreich die Produkte anpreisen.



Abb. 4.13. GenussRegal

GenussRegal

Hauptakteur: Verein GenussRegion Österreich (Dachverband)

Weitere Akteure: -

Instrument: Investitionen

Weitere Instrumente: Laufende Dienstleistung

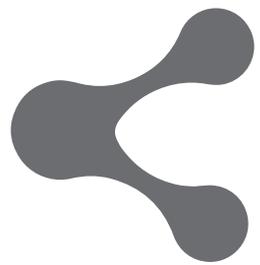
Realisierung:  mittelfristig

Priorität:  hoch

Investitionskosten:  mittel

Laufende Kosten:  mittel

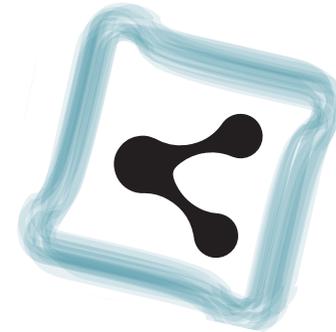




5. Leitprojekt 2

5.1 Einführung

Willkommen in Marchegg



Das Leitprojekt 2 befasst sich einerseits mit baulich gestalterischen Maßnahmen und andererseits mit der verstärkten Nutzung der touristischen Potenziale.

Für die Stärkung und den Zusammenhalt der Gemeinschaft ist es von großer Bedeutung, dass sich alle Einwohnerinnen und Einwohner sowie Besucherinnen und Besucher in Marchegg wohl und willkommen fühlen. Genau das ist der Inhalt dieses Leitprojekts. Durch das Schaffen einer neuen, modernen und einladenden Atmosphäre am Bahnhofsvorplatz in Marchegg soll eine Art Tor zur Gemeinde geschaffen werden.

Jede Besucherin und jeder Besucher soll willkommen geheißen werden und ein herzliches Bild der Stadtgemeinde vermittelt bekommen. Eine einladende Atmosphäre bieten auch die extra geschaffenen Themenwege und die dazugehörige MarchApp.

5.1 Einführung

Der erste Schritt des Leitprojekts ist die Umgestaltung des Bahnhofsvorplatzes nach der Fertigstellung der P&R-Anlage. Nach der Verlagerung der PKW-Stellplätze auf ihren neuen Standort nordwestlich des Bahnhofs bedarf der Bahnhofsvorplatz einer dringenden Aufwertung.

Ein Teilprojekt ist die Verbesserung der Erreichbarkeit zwischen dem Bahnhof und der Kernstadt, wobei hier die ÖV-Angebote in Anspruch genommen werden sollen. Hier soll gezielt der öffentliche Nahverkehr in Form eines Anrufsammeltaxis ausgebaut werden. Diese Maßnahme soll nicht nur der einheimischen Bevölkerung zugutekommen, sondern auch Touristinnen und Touristen, welche umweltfreundlich mit der Bahn anreisen.

Ein weiterer Schritt des Leitprojekts ist die Attraktivierung der touristischen Infrastruktur. Spezielle Themenwege sollen die Gemeinde erlebbar machen. Hierbei werden die bestehenden Rundwege integriert und durch zusätzliche Themenwege ergänzt. Das neue MarchApp soll das touristische Angebot schließlich ins 21. Jahrhundert führen.

5.2 Aufbau

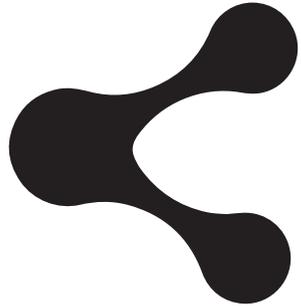


Abb. 5.1. Logo-Gestaltet

Willkommen
in Marchegg

Umgestaltung Bahnhofsvorplatz

Mehrgenerationenwohnhaus

Jugendzentrum

Anrufsammeltaxi

Themenwege

MarchApp

Der wesentliche Teil des Leitprojekts besteht in der Umgestaltung des Bahnhofsvorplatzes. Nach dem Verlegen der PKW-Stellplätze auf die neuerrichtete P&R-Anlage soll der Vorplatz des Bahnhofs ein gänzlich neues Aussehen bekommen. Der Vorplatz soll ein einladendes Erscheinungsbild erhalten und als Tor nach Marchegg dienen.

Eine zeitgemäße Ausgestaltung mit Stadtmobiliar, die Pflasterung mit großformatigen Betonplatten und gezielte Begrünungsmaßnahmen sollen einen einladenden und positiven ersten Eindruck nach Ankunft mit der Bahn vermitteln. Auch die Lage der Busstation und die Zufahrt zur P&R-Anlage werden in den Planungen optimiert. Weiters wird eine Kiss&Ride-Zone in unmittelbarer Nähe des Zugangs zu den Bahnsteigen eingerichtet.

Zusätzlich soll die Busstation überdacht werden, um den Komfort der wartenden Personen zu erhöhen. Die Lage der neuen Bushaltestelle ist so gewählt worden, dass eine gerade Gehsteigkante gegeben ist. Dies hat den Vorteil, dass ein barrierefreier Zustieg in den Bus möglich ist. Zur Belebung des Vorplatzes ist die Errichtung eines Mehrgenerationenspielplatzes angedacht. Weiters sollen Hochbeete mit saisonaler Bepflanzung die Besucherinnen und Besucher auf die landwirtschaftliche Seele Marcheggs aufmerksam machen. Um die jungen Bewohnerinnen und Bewohner von Marchegg in den Planungsprozess einzubeziehen, soll der Neubau des Jugendzentrums in Abstimmung mit den Vorstellungen der Jungen erfolgen. Weiters soll ein Mehrgenerationenwohnhaus mit Betreutem Wohnen und Jungem Wohnen unmittelbar angrenzend an den Vorplatz entstehen. Zu diesem Zweck soll die Gemeinde an eine Wohnungsgenossenschaft herantreten und partnerschaftlich das gemeinsame Projekt umsetzen.

Bahnhofsvorplatz



Hauptakteur: Gemeinde

Weitere Akteure: Grundeigentümer (ÖBB), Wohnbauträger, Wohnbaufördergeber (Land), Gewerbetreibende

Instrument: Eigentums- und Verfügungsrechte

Weitere Instrumente: Auflagen für die Ausübung eines Eigentums- oder Verfügungsrechts, Geldtransfers, Investitionen

Realisierung:  mittelfristig

Priorität:  hoch

Investitionskosten:  hoch

Laufende Kosten:  mittel

5.3 Umgestaltung Bahnhofsvorplatz



Abb. 5.2. Visualisierung des Bahnhofsvorplatzes

Umwidmung

Bevor eine bauliche Umgestaltung des Bahnhofsvorplatzes durchgeführt werden kann, ist eine Umwidmung der entsprechenden Flächen notwendig. Die derzeitige Widmungsart Gkg Grünland-Kleingärten (NÖ ROG 1976 § 19) ist in die Widmungsart BW Bauland-Wohngebiete (NÖ ROG 1976 § 16) überzuführen. Das notwendige öffentliche Interesse zur Umwidmung ist gegeben. Die Widmungsart BW Bauland-Wohngebiete ermöglicht sowohl Wohngebäude als auch Gebäude, die dem täglichen Bedarf dienen. Ebenso sind Betriebe möglich, wenn diese keine unzumutbaren Emissionen verursachen (NÖ ROG 1976 § 16).

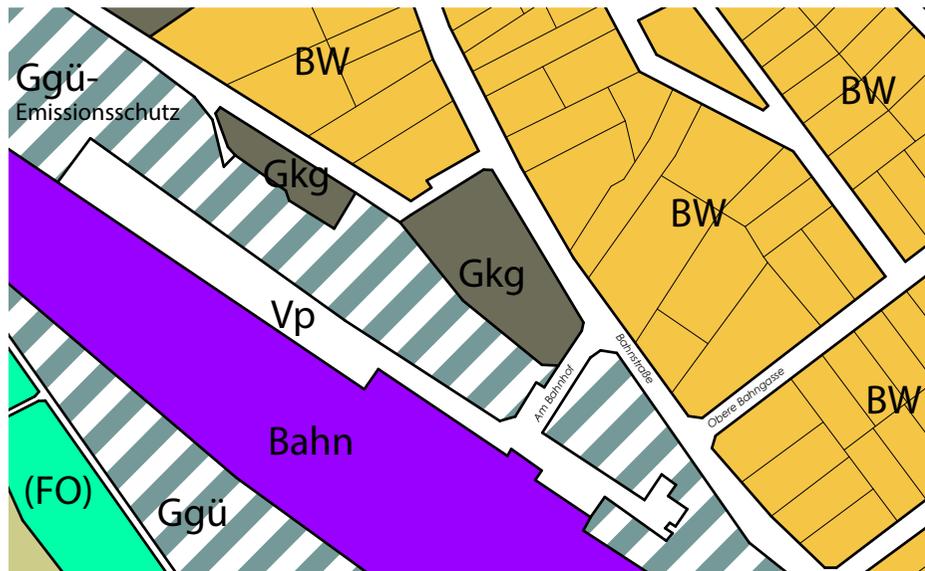


Abb. 5.3. Derzeitige Widmung

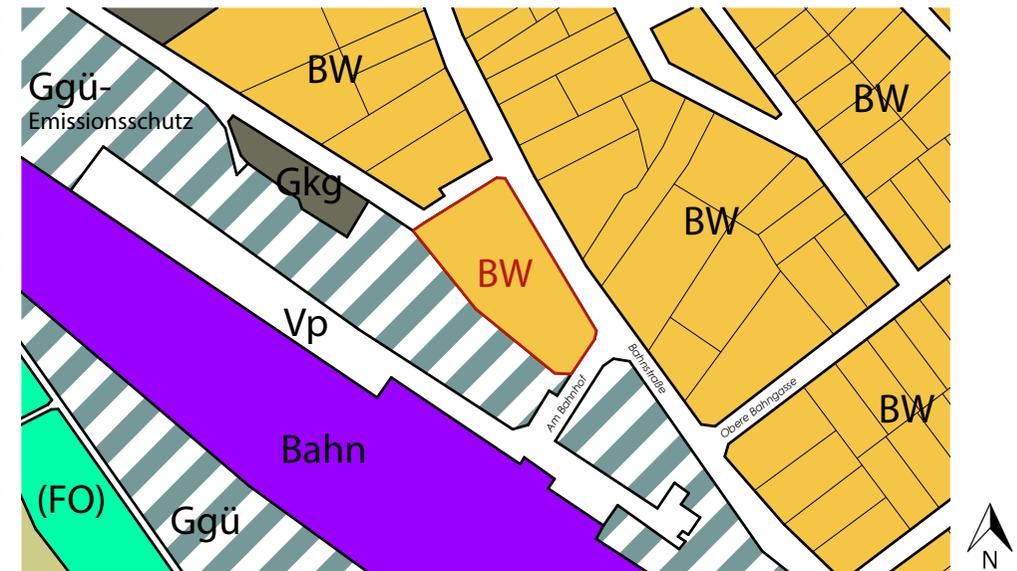
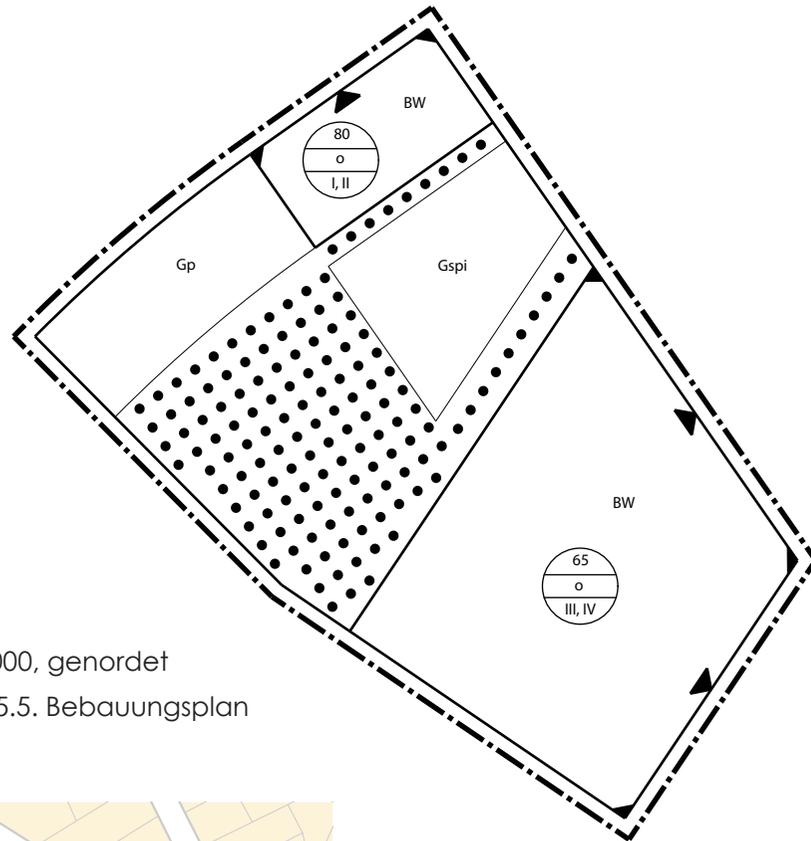


Abb. 5.4. Angestrebte Umwidmung

Pläne sind maßstabslos dargestellt

5.3

Umgestaltung Bahnhofsvorplatz



M 1:1000, genordet

Abb. 5.5. Bebauungsplan



Baufluchtlinie



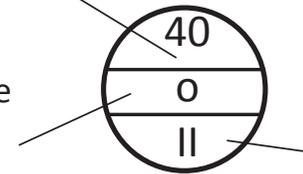
Fußgängerzone

Bebauungsdichte

(Grundflächen- bzw. Geschossflächenzahl
Anteil der bebauten Fläche
an Gesamtgrundfläche)

Bebauungsweise

g.....geschlossen
k.....gekuppelt
eo.....einseitig offen
o.....offen
f.....freie Anordnung der Gebäude



Bebauungshöhe

I.....Bauklasse I (bis 5m)
II.....Bauklasse II (5 bis 8m)
III.....Bauklasse III (8 bis 11m)
IV.....Bauklasse IV (11 bis 14m)
V.....Bauklasse V (14 bis 17m)
VI.....Bauklasse VI (17 bis 20m)
VII.....Bauklasse VII (20 bis 23m)
VIII.....Bauklasse VIII (23 bis 25m)
IX.....Bauklasse IX (über 25m)
Arabische Zahl für die höchstzulässige
Gebäudehöhe in Metern

BW Bauland - Wohngebiet
Gp Grünland – Park
Gspi Grünland – Spielfläche

Bebauungsplan

Ergänzend zur Änderung des Flächenwidmungsplans wird auch der Bebauungsplan der Gemeinde angepasst. Im Einklang mit den Vorstellungen des künftigen Erscheinungsbildes des Bahnhofsvorplatzes werden Festlegungen und Festsetzung vorgenommen.



Abb. 5.6. Gesamtfläche des Planungsgebiets



Abb. 5.7. Unterteilung des Planungsgebietes in Umwidmung und Gestaltung

Das gesamte Planungsgebiet der Bahnhofsvorplatzumgestaltung hat eine Größe von zirka 15250 m² und liegt zwischen der Bahnstraße und dem Gleiskörper. Das Planungsgebiet umfasst auch eine umzuwidmende Fläche.

5.3

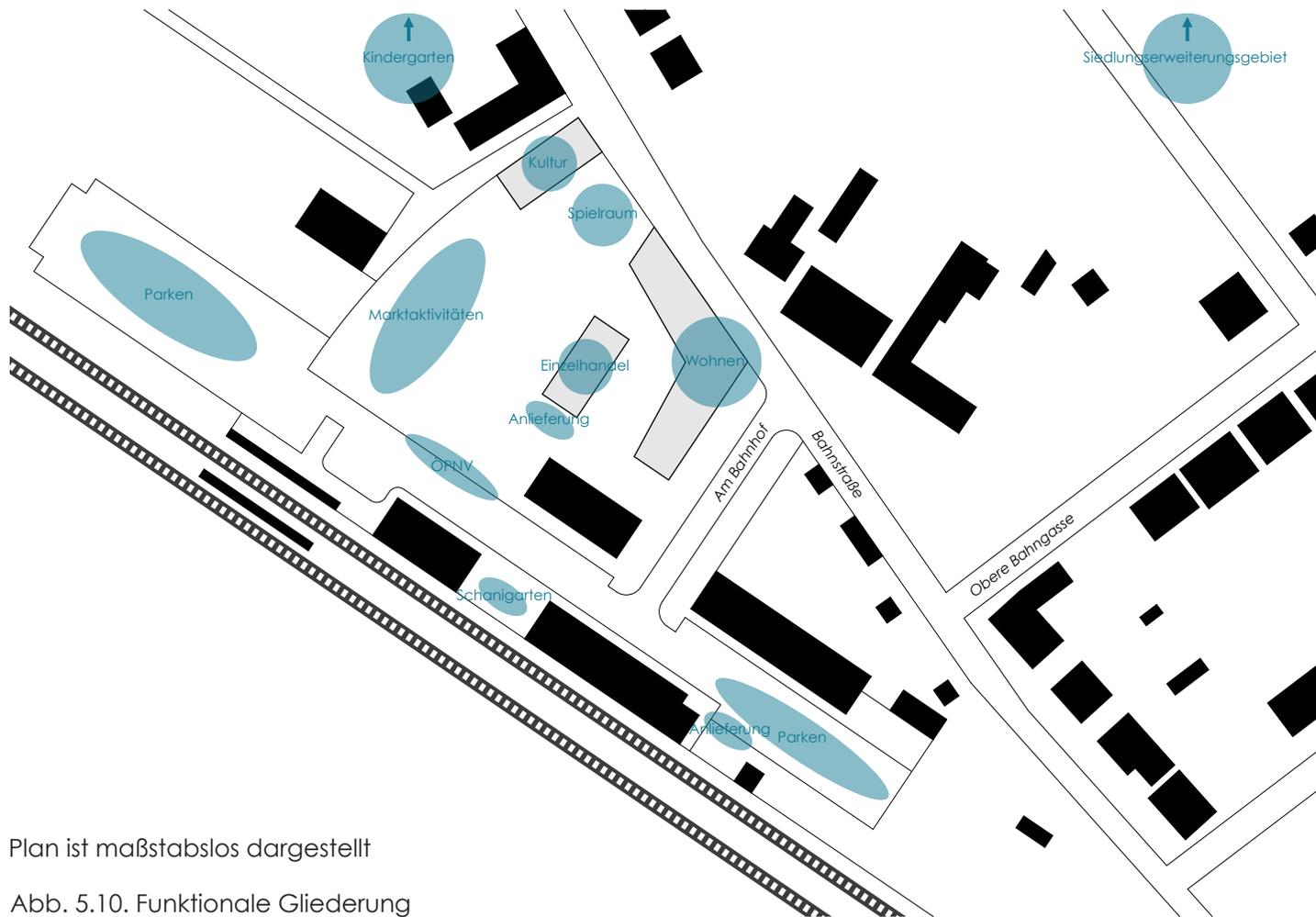
Umgestaltung Bahnhofsvorplatz



Abb. 5.8. Unterteilung in Grundstücke

Die Fläche, welche umgewidmet werden soll, ist in etwa 5270m² groß. Die verbaute Fläche beträgt in Summe 1690m². Die verbaute Fläche setzt sich aus der des Jugendzentrums (350m²), des Mehrgenerationenwohnhauses (1020m²) und des Geschäftslokals (320m²) zusammen.

Abb. 5.9. Vorgesehene Bebauung



Funktionale Gliederung

Der Bahnhofsvorplatz und dessen Umgebung werden in verschiedene Aktionsräume unterteilt. Der zentrale Raum ermöglicht eine flexible Nutzung für Marktaktivitäten. Die Fläche wird von Bebauung freigehalten, um möglichst anpassungsfähig zu sein. Die umgebenden Räume ermöglichen stets Begegnung, Gestaltung und Kommunikation zwischen den Nutzerinnen und Nutzern.

Plan ist maßstabslos dargestellt

Abb. 5.10. Funktionale Gliederung

5.3 Umgestaltung Bahnhofsvorplatz

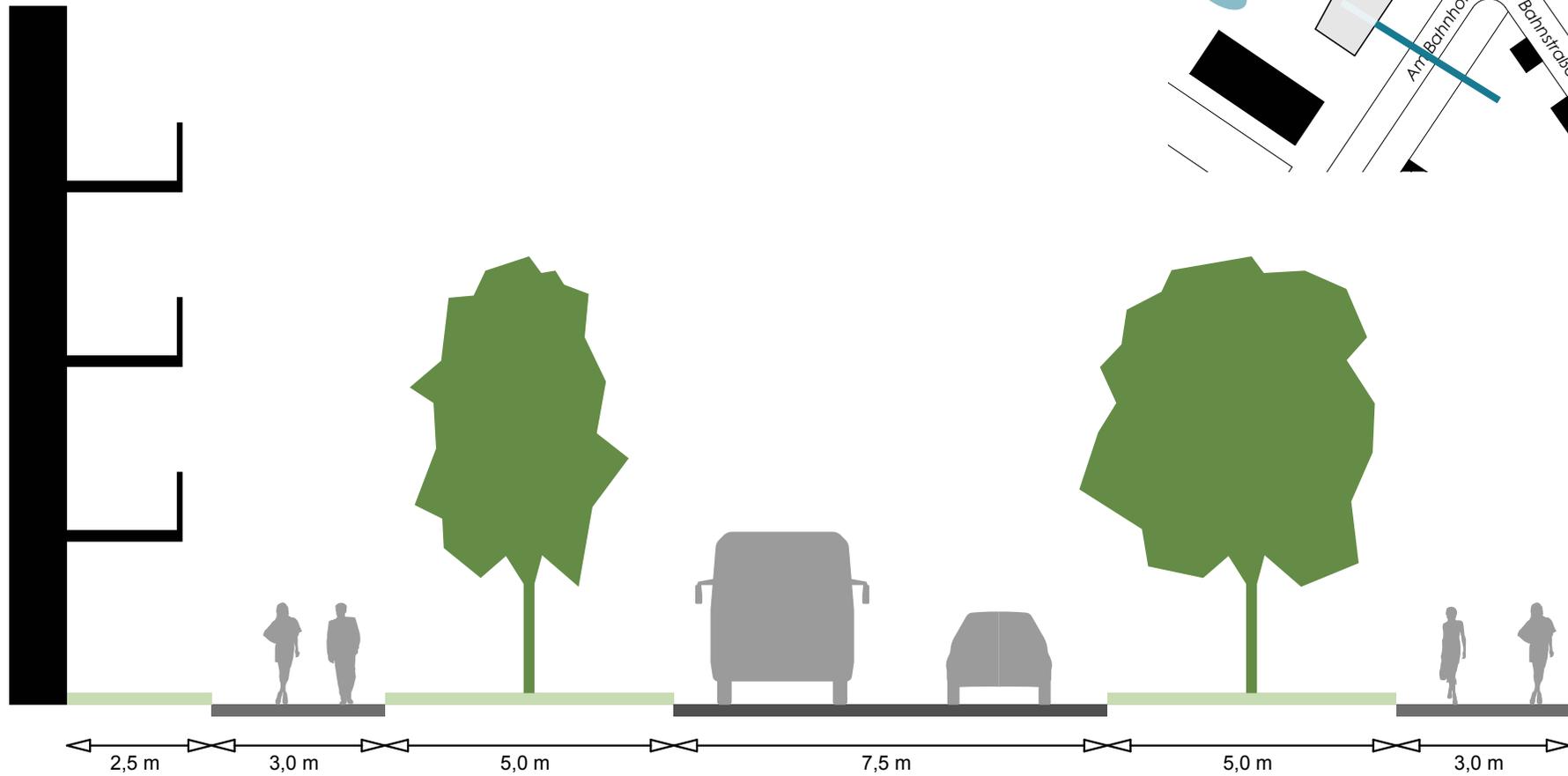
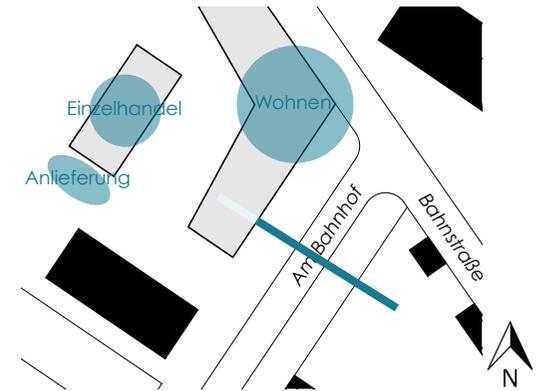
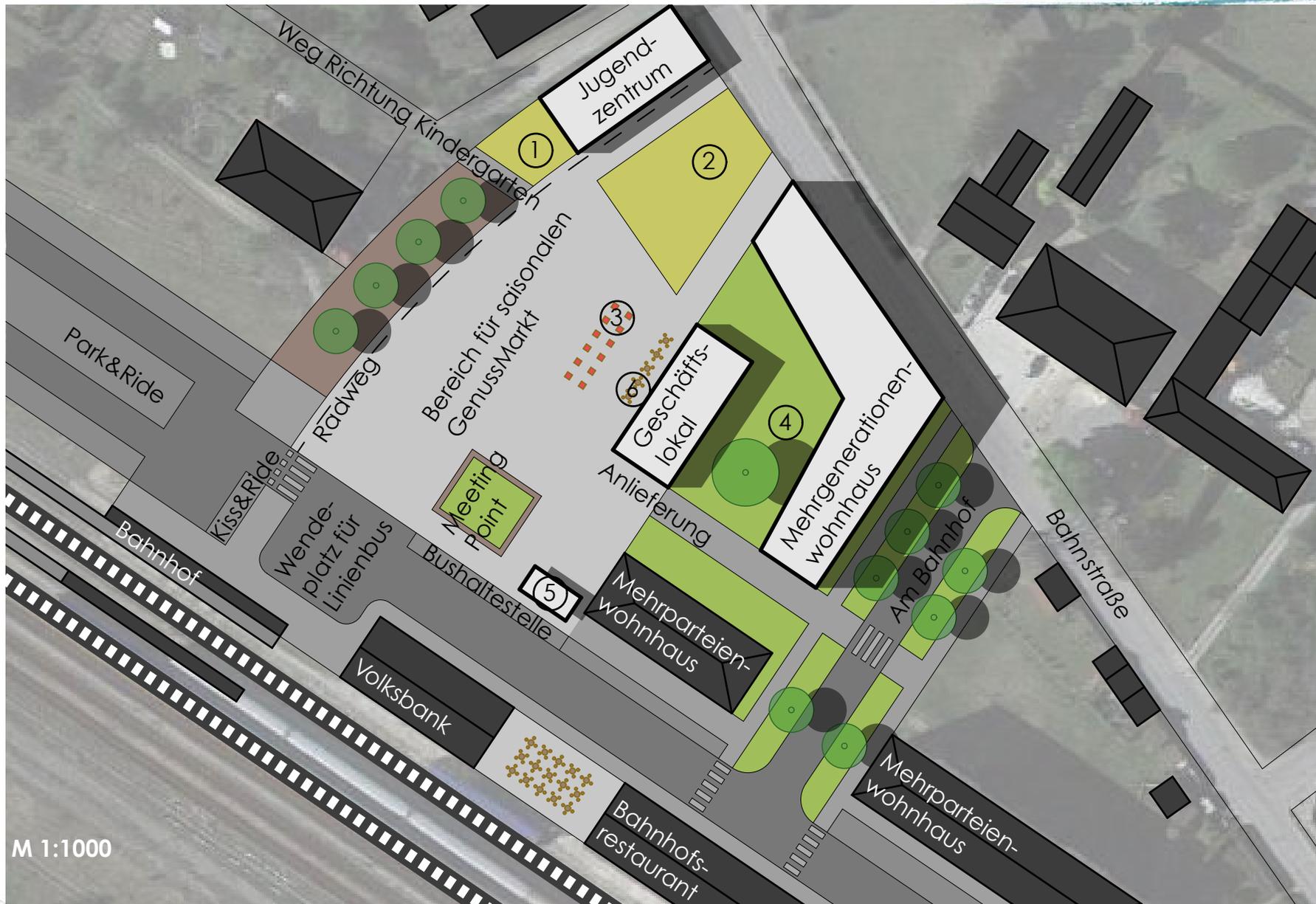


Abb. 5.11. Straßenquerschnitt Bahnhofszufahrt „Am Bahnhof“

Neugestaltung Bestand



M 1:1000



5.3

Umgestaltung Bahnhofsvorplatz



Abb. 5.12. Liegefläche

Auf diesem Platz befinden sich moderne Liegeflächen, die an warmen und sonnigen Tagen zum Verweilen und Entspannen einladen.



Abb. 5.13. Mehrgenerationenspielplatz

Ein Ort wo Jung und Alt aufeinander treffen und gemeinsam agieren. Hier können sich alle Generationen austoben.



Abb. 5.14. Hochbeete

In den Hochbeeten entlang des Platzes wachsen die regionale Setzlinge, wie beispielsweise Erdbeeren und Tomaten. Sie dienen nicht nur als visuelles Stilelement, sondern auch als Kostproben.



Abb. 5.15. Mehrgenerationenwohnhaus

Das Mehrgenerationenwohnhaus stellt für die Bevölkerung Wohneinheiten zu günstigen Preisen zur Verfügung. Des Weiteren finden hier wohnende, ältere Personen Betreuungsservices.



Abb. 5.16. Überdachte Bushaltestelle

Die überdachte Bushaltestelle verhindert, dass Nutzerinnen und Nutzer des öffentlichen Nahverkehrs bei schlechtem Wetter der Witterung ausgesetzt sind.



Abb. 5.17. Schanigarten

Der Schanigarten des Geschäftslokals gliedert sich architektonisch und künstlerisch passend in die umgebende Situation des Bahnhofsvorplatzes ein.

Realisierungsprozess

1. Erste Kontaktaufnahme mit dem Grundeigentümer
2. Information der Bevölkerung
3. Kontaktaufnahme mit Wohnbaugenossenschaften
und Betreuungsdienstleistern
4. Ankauf der Fläche
5. Ausschreibung eines Architektenwettbewerbs
6. Küren des Siegerprojekts
7. Vorstellung des Siegerprojekts
in der Gemeinde
8. Bauliche Umsetzung

Abb. 5.18. Realisierungsprozess

Realisierungsprozess

1. Erste Kontaktaufnahme mit dem Grundeigentümer:

Die Gemeinde bekundet Interesse an der Entwicklung des Areals und tritt in Kontakt mit dem Grundeigentümer (ÖBB). Die Rahmenbedingungen eines etwaigen Grundstückskaufs sind zu eruieren.

2. Information der Bevölkerung:

Bei bestehendem Verkaufsinteresse seitens des Grundeigentümers (ÖBB) sind die Bürgerinnen und Bürger der Stadtgemeinde Marchegg zu informieren. Wichtig ist, dass ihnen die Möglichkeit der Mitbestimmung und Mitgestaltung angeboten werden. Dies kann beispielsweise im Rahmen von Planungsworkshops geschehen.

3. Kontaktaufnahme mit Wohnbaugenossenschaften und Betreuungsdienstleistern:

Die Gemeinde tritt in Kontakt mit österreichischen Wohnbaugenossenschaften, wie beispielsweise NÖSTA, ÖSW oder SCHWARZATAL, und erarbeitet partnerschaftlich mit diesen ein Nutzungskonzept. Die Wohnbaugenossenschaft wiederum erarbeitet gemeinsam mit dem Betreuungsdienstleister, wie beispielsweise CARITAS, DIAKONIE oder HILFSWERK, ein Raumprogramm. Ab diesem Zeitpunkt kann die Wohnbaugenossenschaft erste Kontakte mit potenziellen Betreibern des Geschäftslokals aufnehmen.

4. Ankauf der Fläche:

Der Grundstücksankauf wird abgewickelt. Sowohl die Gemeinde als auch die Wohnbaugenossenschaft erwerben die ausgewählten Grundstücke. Die Wohnbaugenossenschaft erwirbt die Flächen für das zukünftige Mehrgenerationenwohnhaus mit Geschäftslokal. Die Gemeinde erwirbt die übrigen Flächen für den Bau des Jugendzentrums und der Vorplatzes.

5. Ausschreibung eines Architektenwettbewerbs:

Die Gemeinde schreibt gemeinsam mit der Wohnbaugenossenschaft einen Architektenwettbewerb zur Neugestaltung des Bahnhofsvorplatzes aus. Die Bewertungskriterien sollen gemeinsam mit den Bewohnerinnen und Bewohnern von Marchegg in einem Planungsworkshop erarbeitet werden.

6. Küren des Siegerprojekts:

Eine Jury entscheidet sich anhand der zuvor festgelegten Bewertungskriterien in einem ein- oder mehrstufigen Auswahlverfahren für ein Projekt.

7. Vorstellung des Siegerprojekts in der Gemeinde:

Das Siegerprojekt wird in einer öffentlichen Veranstaltung in der Gemeinde präsentiert.

8. Bauliche Umsetzung

5.4 Mehrgenerationenwohnhaus

Angrenzend an den Bahnhofsvorplatz ist die Errichtung eines Mehrgenerationenwohnhauses angedacht. Im Hauptgebäude sollen sowohl ein Betreutes Wohnen als auch ein Junges Wohnen untergebracht werden. In einem Nebengebäude auf der zum Bahnhofsvorplatz zugewandten Seite ist ein Geschäftslokal vorgesehen.

Das Mehrgenerationenhaus soll ein richtungsweisendes Projekt sein. Das Angebot richtet sich sowohl an junge Menschen aus Marchegg als auch an Personen, welche bis ins hohe Alter selbstbestimmt leben wollen. Die Wohnform wird in vielen europäischen Ländern erprobt, in Österreich jedoch nur spärlich umgesetzt, obwohl durch den demografischen Wandel der Anteil der Generation 60+ stetig wächst. Aus den Daten der zuvor durchgeführten Bestandsanalyse hat sich ergeben, dass der Anteil von Personen der Generation 60+ in Marchegg höher ist als im niederösterreichischen Durchschnitt. Geeigneter Wohnraum für Personen im hohen Alter steht in Marchegg jedoch kaum zur Verfügung.

Das Betreute Wohnen richtet sich speziell an ältere Marcheggerinnen und Marchegger, denen ein Leben im Einfamilienhaus zusehends schwerfällig erscheint. Im Betreuten Wohnen ist ein selbstbestimmtes Leben weiterhin möglich. Bei Bedarf können Betreuungsangebote zugebucht werden.

Neben dem Betreuten Wohnen soll auch ein Junges Wohnen im Mehrgenerationenwohnhaus möglich sein. Der Grundgedanke beim Jungen Wohnen besteht darin, dass jungen Menschen kostengünstiger Wohnraum zur Verfügung gestellt wird. Diese sogenannten Starterwohnungen werden von Wohnbaugenossenschaften errichtet, vom Land Niederösterreich gefördert und von den Gemeinden vergeben. Insbesondere junge Singles und Paare aus Marchegg sollen in den Genuss einer solchen Starterwohnung kommen.

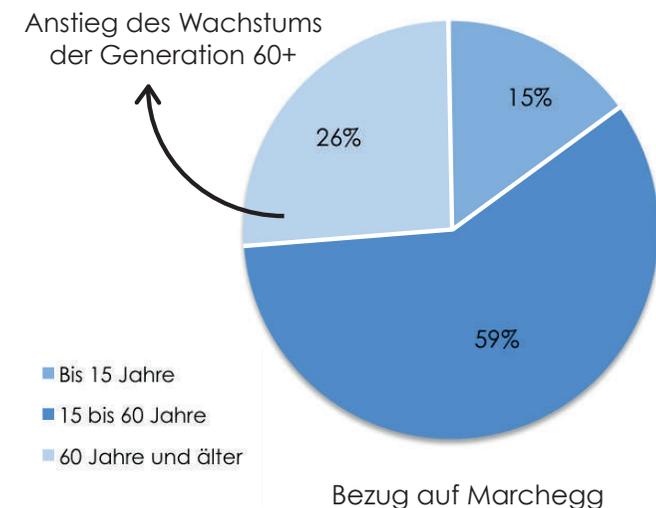


Abb. 5.19. Diagramm der Generationenanteile der Marchegger-Bevölkerung

5.4 Mehrgenerationenwohnhaus

Das Mehrgenerationenwohnhaus soll 54 Wohneinheiten mit einer maximalen Wohnnutzfläche von 55m² bieten. Angedacht sind 1- und 2-Zimmerwohnungen sowie großzügige Gemeinschaftsbereiche zur allgemeinen Nutzung. Die Gemeinschaftsbereiche dürfen von allen Bewohnerinnen und Bewohnern genutzt werden und sollen die Kommunikation zwischen den Generationen fördern. Alle Wohnungen sollen gemäß ÖNORM B 1600 barrierefrei ausgeführt werden. Dies hat neben dem erhöhten Benützungskomfort auch den Vorteil, dass nachträgliche, kostspielige Anpassungen entfallen.

Teil des Projekts ist weiters ein Geschäftslokal in einem Nebengebäude auf der zum Bahnhofsvorplatz zugewandten Seite. Dieses wird ebenfalls von der Wohnbaugenossenschaft errichtet und anschließend vermietet. Das Geschäftslokal hat eine Nettonutzfläche von etwa 300m². Dem Geschäftslokal ist ein Gastgarten vorgelagert.

Um die P&R-Anlage den Pendlerinnen und Pendlern vorzubehalten, werden Parkplätze in unmittelbarer Nähe geschaffen. 80 Parkplätze für die Bewohnerinnen und Bewohner des Mehrgenerationenwohnhauses befinden sich in unmittelbarer Nähe. Diese liegen in etwa 100m Entfernung in südöstlicher Richtung.

Die Lärmbelastung der Bewohnerinnen und Bewohner des Mehrgenerationenwohnhauses wird als gering eingestuft, da sowohl Lärmschutzwände entlang der Bahngleise bestehen und ein Grüngürtel zwischen Gleiskörper und Planungsgebiet vorhanden ist. Mehrgeschoßige Bestandsgebäude schirmen weiters das Mehrgenerationenwohnhaus von Bahnlärm ab.

Mehrgenerationenwohnhaus

Junges Wohnen, Betreutes Wohnen

Bruttogeschosßfläche: 4000m²

Nettonutzfläche: 3600 m²

Gemeinschaftsfläche: 600 m²

Wohnnutzfläche: 3000 m²

54 Wohneinheiten

Mehrgenerationenwohnhaus



Hauptakteur: Wohnbaugenossenschaft

Weitere Akteure: Betreuungsdienstleister

Instrument: Investition

Weitere Instrumente: Information

Realisierung:  mittelfristig

Priorität:  hoch

Investitionskosten:  hoch

Laufende Kosten:  hoch

5.4 Mehrgenerationenwohnhaus

Referenz des Mehrgenerationenwohnhaus aus Ulm

Betreutes Wohnen unterstützt in der Haushaltsführung und in der Organisation des täglichen Lebens:

- Organisation von Aktivitäten in der Gruppe
- Hilfestellung bei diversen Problemen
- 24-Stunden-Notruf
- Essensservice
- Reinigungsservice
- Wäscheservice
- Hol- und Bringservice
- Gästebetreuungsservice
- Professionelle Fachpflegeservice und Therapieservice

Das Mehrgenerationenhaus in Ulm gilt als besonderes Modell sozialökonomischen Wohnens. In 24 Wohnungen verschiedener Größe und unterschiedlichen Zuschnitts leben Bewohnerinnen und Bewohner im Alter von vier bis achtzig Jahren. Das Mehrgenerationenhaus bietet Platz für Familien mit Kindern, Paare, Alleinstehende, Seniorinnen und Senioren sowie Menschen mit Behinderungen. Die Bewohnerinnen und Bewohner wollen bewusst Teil einer Gemeinschaft sein und dennoch in ihren eigenen vier Wänden leben.

Um dieses Konzept zu unterstützen werden die Wohnungen je Etage über ein gemeinsames, sehr großzügiges Stiegenhaus erschlossen, das durch eine große Glasfront das Innenleben wie in einem Schaufenster sichtbar macht. Auf jeder Etage steht den Bewohnerinnen und Bewohnern viel Fläche für gemeinschaftliche Aktivitäten zur Verfügung. Der im Erdgeschoß liegende Gemeinschaftsraum dient auch als Begegnungsort mit der Nachbarschaft.



Abb. 5.20. Beispielwohnungen im Mehrgenerationenwohnhaus

5.5 Jugendzentrum

Ebenfalls angrenzend an den Bahnhofsvorplatz soll das neue Jugendzentrum entstehen. Da das derzeit bestehende Jugendzentrum hinter dem BILLA wenig einladend und daher kaum genutzt wird, soll ein neues lichtdurchflutetes Gebäude entstehen. Mit einer Nettonutzfläche von etwa 310m² bietet das neue Zentrum auch deutlich mehr Platz für Spiel, Spaß und Aktion.

Jugendliche sollen das neue Jugendzentrum in vielfältiger Weise nutzen. Im Mittelpunkt unserer Planung steht dabei die Möglichkeit, dass die Jugendlichen sich in jeder Hinsicht aktiv an der Gestaltung dieses selbst gewählten Freizeit- und Bildungsraumes beteiligen. Ernst gemeinte Partizipation soll in allen wesentlichen Angelegenheiten möglich sein. Entscheidungen im Jugendzentrum sollen immer unter Einbeziehung jener junger Menschen getroffen werden, die regelmäßig die Angebote nutzen.



Abb. 5.21. Jugendzentrum

Ausgestattet soll das Jugendzentrum mit diversen Musikinstrumente, einem Mikrofon, einem Beamer, einem Wuzzler und einer Dartscheibe sein. Weiters soll ein WLAN-Hotspot eingerichtet werden. Auch ist eine Teeküche zur Möglichkeit der Selbstversorgung angedacht. Im Außenbereich sollen Loungemöbel zum Verweilen einladen.

Jugendzentrum

Hauptakteur: Gemeinde

Weitere Akteure: -

Instrument: Investition

Weitere Instrumente: Information

Realisierung:  mittelfristig

Priorität:  hoch

Investitionskosten:  hoch

Laufende Kosten:  mittel



5.6 Anrufsammeltaxi

Willkommen heißt einen auch das neu initiierte Anrufsammeltaxi, welches seine Dienste in Zukunft in Marchegg anbieten soll. Gemeinsam mit der Umgestaltung des Bahnhofsvorplatzes wird auch eine Haltestelle für Busse und Anrufsammeltaxis eingerichtet. Das Anrufsammeltaxi ist eine praktische Ergänzung zum öffentlichen Nahverkehrsangebot und bietet bereits in vielen Gemeinden Niederösterreichs, wie beispielsweise Amstetten, Gänserndorf, Hollabrunn, Klosterneuburg, Korneuburg, Münchendorf, Pöchlarn, Stockerau, Schwechat und Tulln, Bürgerinnen und Bürgern Mobilität und Komfort zu einem günstigsten Preis.

Angestrebt ist eine Kooperation mit dem Unternehmen Maxi in Gänserndorf, welches seine Dienstleistungen bereits im südlichen Teil des Bezirks anbietet. Der Einzugsbereich dieses Anrufsammeltaxis wird um die Gemeinde Marchegg erweitert, damit eine bessere Erreichbarkeit innerhalb der Region gegeben ist. Das Anrufsammeltaxiunternehmen ist zwischen 7 Uhr morgens bis 22 Uhr abends erreichbar und verschafft vor allem Studentinnen und Studenten sowie Berufspendlerinnen und Berufspendler, die zur etwas späteren Stunde ohne eigenen PKW unterwegs sind, einen großen Vorteil.

In Marchegg sind mehrere gekennzeichnete Abholstationen, von denen die Anrufsammeltaxis die Kundinnen und Kunden an jede Wunschadresse im Bedienungsgebiet eskortieren, geplant. Diese Abholstationen sollen sich in ganz Marchegg befinden. Abholstationen sollen beispielsweise im Bahnhofsviertel direkt am Bahnhof, in Fünfhaus bei der Volksschule, in Breitensee vor der Raiffeisen und in der Altstadt am Hauptplatz sein. Mit dieser Maßnahme soll ein Fortbewegen in der Stadtgemeinde Marchegg auch ohne eigenen PKW unterstützt werden.

Vor Inbetriebnahme des Services ist eine Wirtschaftlichkeitsrechnung seitens des Anrufsammeltaxiunternehmens durchzuführen. Sollte der Betrieb nicht kostendeckend zu führen sein, dann ist zu prüfen, ob der Zuschuss der Gemeinde oder der Fahrtarif für die Nutzinnen und Nutzer erhöht werden kann. Möglich wäre auch eine Verkürzung der Betriebszeiten.

Anrufsammeltaxi



Hauptakteur: Taxibetreiber

Weitere Akteure: Verkehrsverbund Ostregion, Gemeinde

Instrument: Koordination

Weitere Instrumente: |Geldtransfers, Information

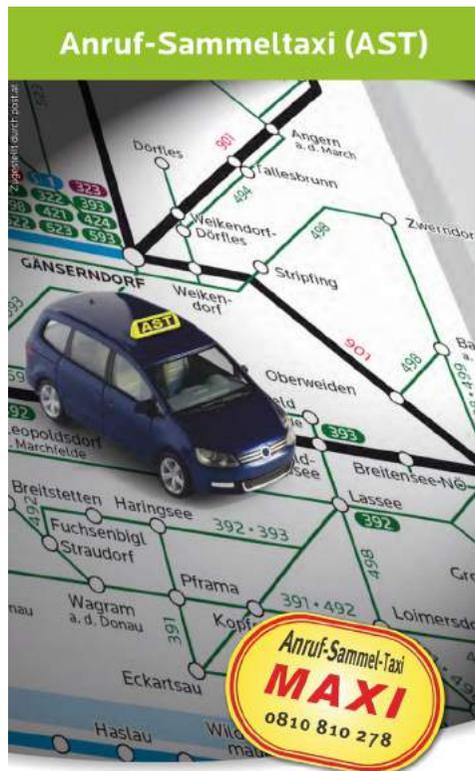
Realisierung:  kurzfristig

Priorität:  mittel

Investitionskosten:  niedrig

Laufende Kosten:  niedrig

5.6 Anrufsammeltaxi



Gänserndorf - Strasshof - Weikendorf
 Weiden an der March - Angern -
 Untersiebenbrunn - Lasseesee - Marchegg

Neue Sammelstelle ab 1.7.2016

Besser unterwegs



Abb. 5.22. Neue Broschüre vom Unternehmen Maxi

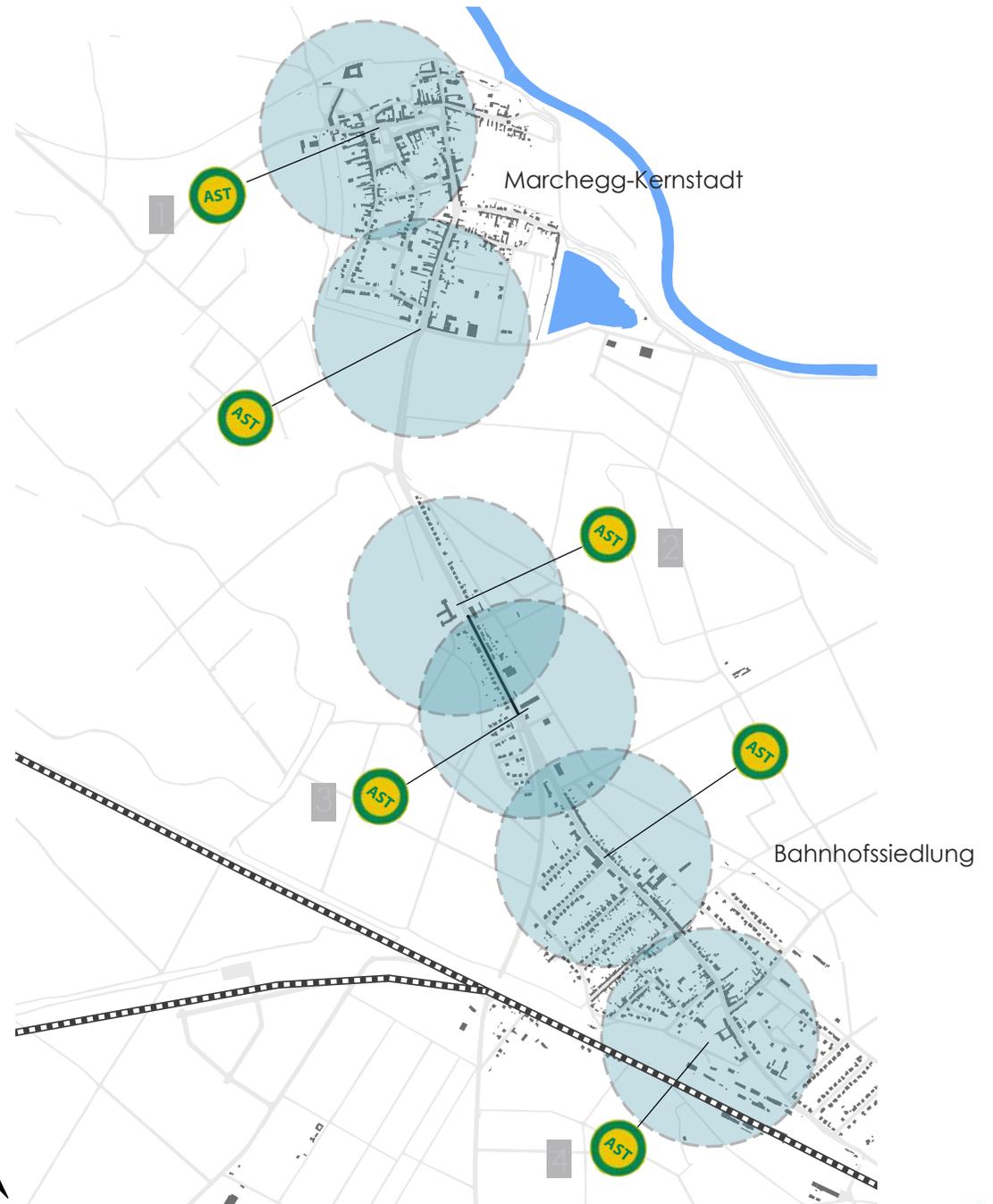


Abb. 5.23. Karte Anrufsammeltaxihaltstellen
 Plan ist maßstabslos dargestellt

5.6 Anrufsammeltaxi

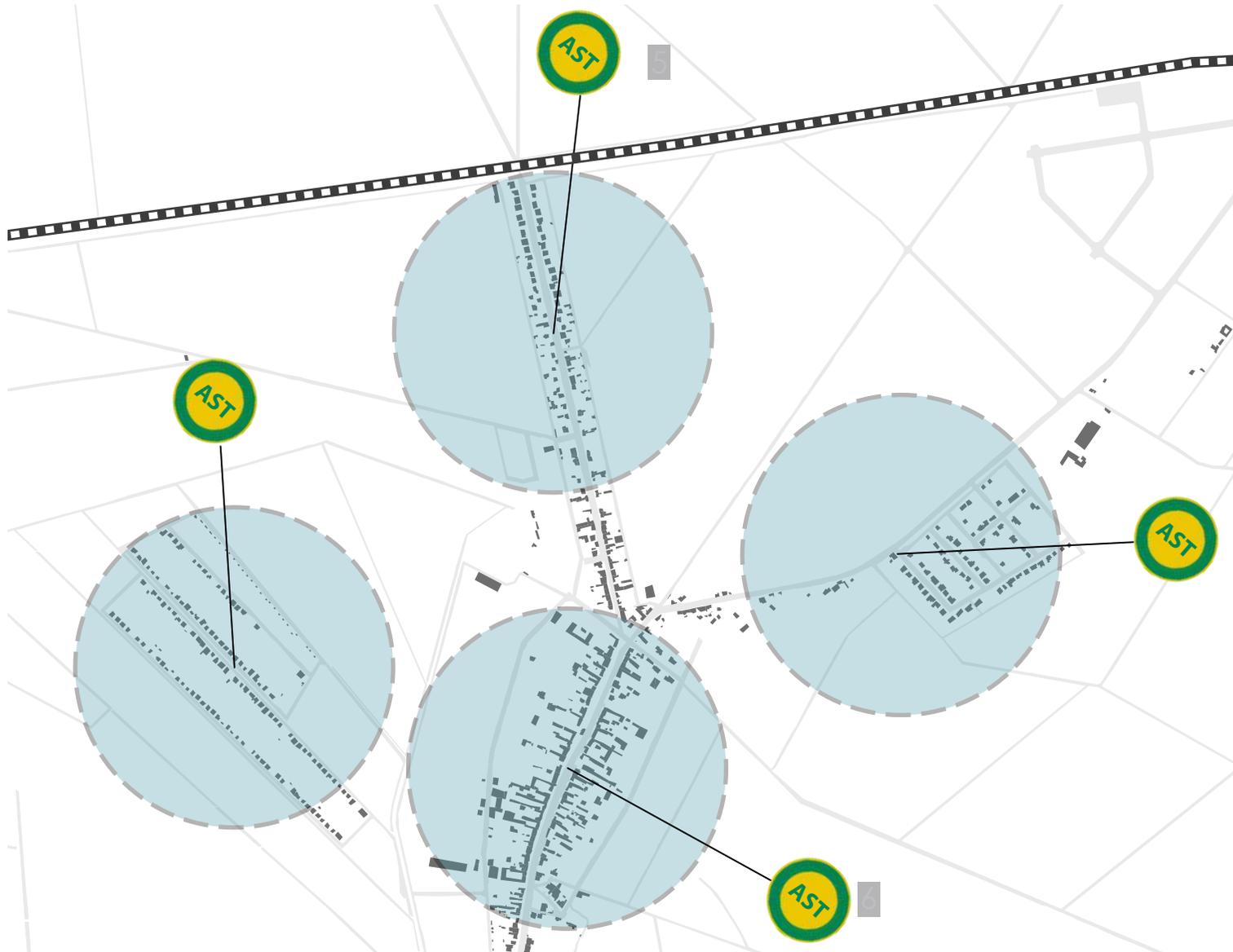


Abb. 5.24. Karte Anrufsammeltaxihaltestellen in Breitensee

Plan ist maßstabslos dargestellt

Projekt 2 | Marchegg | Gruppe 1 | WS 2015

5.6 Anrufsammeltaxi

Wichtige Stationen des Anrufsammeltaxis:

■ Marchegg-Kernstadt

Sie ist von großer Bedeutung, denn sie bildet die Einstiegstelle vor dem Schloss. Durch ihre zentrale Lage am Hauptplatz ist die Station sowohl von Bewohnerinnen und Bewohnern als auch von Touristinnen und Touristen bestens erreichbar.

■ Fünfhaus-Volksschule

Von hier aus können die Kinder in Abwesenheit ihrer Eltern oder Familienmitglieder sicher mit dem Anrufsammeltaxi nach Hause geführt werden.

■ Fünfhaus-Billa

Die Filiale der Einzelhandelskette ist eine der umsatzstärksten Einzelhändler in der Stadtgemeinde Marchegg. Sollte der Lebensmitteleinkauf größer als geplant ausfallen, können die Kundinnen und Kunden ihre schweren Einkaufstaschen und sich selbst bequem nach Hause chauffieren lassen.

■ Marchegg-Bahnhof

Die Haltestelle direkt am Bahnhofsvorplatz stellt die wichtigste Einstiegstelle in der Stadtgemeinde dar. Direkt nach der Ankunft mit der Bahn können Gäste das Taxiunternehmen kontaktieren und ihre Fahrt ordern. Die kurze Wartezeit können die Fahrgäste wettergeschützt unter der neuen Bushaltestelle überbrücken.

■ Breitensee-Einfamilienhaussiedlung

Eine Anrufsammeltaxistation befindet sich in Breitensee in der Einfamilienhaussiedlung. Diese Einstiegstelle bildet den optimalen Standort für die Bewohnerinnen und Bewohner der umliegenden Häuser.

■ Breitensee

Im Herzen Breitensees befindet sich eine weitere Einstiegsmöglichkeit des Anrufsammeltaxis. Diese Haltestelle liegt direkt vor der Filiale der Raiffeisenbank.

5.7 Themenwege

Zum Leitprojekt 2 zählen unter anderem die fünf Themenwege mit unterschiedlichsten Routen. Diese Themenwege setzen sich aus dem Stadtmauernweg, dem Genusswanderweg, dem historischen Rundwanderweg, dem Vitalweg und die Erlebnispfade in den Marchauen zusammen.

Der Stadtmauernweg, der historische Rundwanderweg sowie den Erlebnispfaden sind bereits vorhanden und werden nur geringfügig adaptiert. Der Genusswanderweg sowie der Vitalweg werden komplett neu angelegt und gestaltet.

Um die Kernstadt mit dem Bahnhofsviertel zu verbinden und einen Anschluss zu den weiteren Themenwegen zu schaffen, wird der Vitalweg angelegt. Er ist ausgestattet mit unterschiedlichen Spiel- und Turngeräten, welche zum Ausprobieren und Trainieren anregen. Auch für kulinarische Genießerinnen und Genießer wird ein spezieller Themenweg angeboten, welcher als Rad- und Fußweg genutzt werden kann. Hierbei handelt es sich um den Genusswanderweg, welcher Stationen bei verschiedenen landwirtschaftlichen Betrieben hat. Dort können die regionalen Produkte und Erzeugnisse verkostet werden.

Die Themenwege werden mit Hinweistafeln ausgestattet. Diese werden zusätzlich mit QR-Codes versehen, welche mit dem dazugehörigen MarchApp ausgelesen werden können.

Themenwege



Hauptakteur: Gemeinde

Weitere Akteure: Tourismusverband Donau NÖ

Instrument: Investition

Weitere Instrumente: Information

Realisierung:  mittelfristig

Priorität:  mittel

Investitionskosten:  hoch

Laufende Kosten:  mittel

5.7 Themenwege

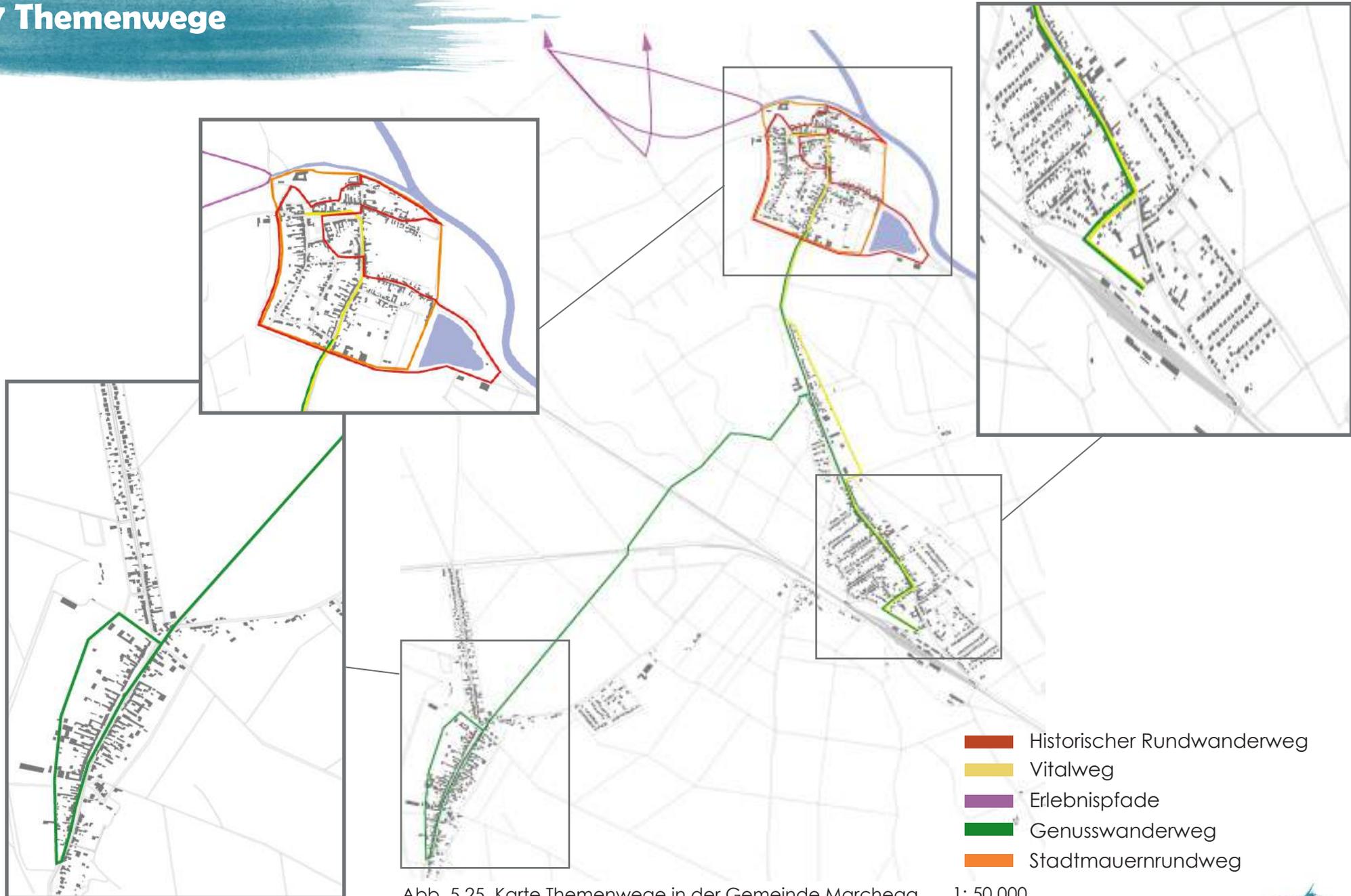


Abb. 5.25. Karte Themenwege in der Gemeinde Marchegg

1: 50 000

5.7 Themenwege



Vitalweg

Bei dem Vitalweg handelt es sich um einen Themenweg vom Bahnhofsviertel in die Kernstadt von Marchegg. An verschiedenen Stationen wird die Möglichkeit zur sportlichen Betätigung angeboten. Die Stationen erstrecken sich entlang des Pfades im Bereich Fünfhaus. Jede Station setzt einen anderen Schwerpunkt fürs Körpertraining.

Dauer: ca. 1 Stunde

Streckenlänge: 4km



5.7 Themenwege



5.7 Themenwege



Abb. 5.28. Karten Historischer Rundwanderweg 1: 30 000



Historischer Rundwanderweg

Der historische Rundwanderweg führt entlang der wichtigsten Hotspots der Stadtgemeinde Marchegg. Neben dem Schloss Marchegg befinden sich auch der Pulverturm und das Rathaus am Weg und laden zum Bewundern ein. Um Wissen zu den jeweiligen Sehenswürdigkeiten zu sammeln, werden Informationstafeln mit QR-Codes aufgestellt. Diese QR-Codes können mit Hilfe der MarchApps eingescannt werden und liefern spannende Informationen zu der jeweiligen Sehenswürdigkeit.



Abb. 5.29. Schloss Marchegg



Abb. 5.30. Rathaus Marchegg

Dauer: ca. 1,5 Stunden

Streckenlänge: 6km

5.7 Themenwege



Abb. 5.29. Schloss Marchegg



Abb. 5.30. Ungar Tor



Abb. 5.31. Pulvorturm



Abb. 5.32. Stadtmauer



Abb. 5.33. Wiener Tor



Abb. 5.34. Pfarrkirche hl. Margaretha



5.7 Themenwege

Erlebnispfade

Bei den Erlebnispfaden handelt es sich um bereits bestehende Naturwanderwege des WWF, welche in das Konzept der Themenwege miteinfließen. Sie bieten die Möglichkeit, die in den Auen lebenden Tiere zu beobachten und durch unterschiedliche Stationen mehr über die Bewohnerin und Bewohner des Naturparks zu erfahren. Einige Punkte im Naturschutzgebiet sind bereits mit QR-Codes versehen. Diese können mit Hilfe einer kostenlosen App eingesehen werden und stellen detaillierte Informationen zu den einzelnen Themenbereichen zur Verfügung.

Dauer: 1- 3 Stunden

Streckenlänge: 2 - 7 km



Abb. 5.35. Karten WWF Auenreservat Marchegg

5.7 Themenwege



Abb. 5.36. Riechstation



Abb. 5.37. Taststation



Abb. 5.38. Vogelstation



Abb. 5.39. Baumstation



Stadtmauernrundweg (4km)

Der Stadtmauernrundweg ist ebenfalls ein bereits vorhandener Weg, welcher die Altstadt von Marchegg umrundet. Dieser Themenweg erstreckt sich, wie der Name schon sagt, entlang der mittelalterlichen Stadtmauer. Zu den Hotspots zählen an diesem Weg die noch erhaltenen Stadttore.

Dauer: 1 Stunde

Streckenlänge: 4 km



Abb. 5.40. Karte Stadtmauernrundweg

5.7 Themenwege



Abb. 5.41. Wiener Tor



Abb. 5.42. Ein Teil der Stadtmauer



Abb. 5.43. Ungar Tor



Abb. 5.44. Haus entlang der Stadtmauer



Abb. 5.45. Ein der Teil der Stadtmauer

5.7 Themenwege



Genusswanderweg

Der Genusswanderweg ist einer der neu gestalteten Themenwege. Der Weg startet am Bahnhof und führt zu landwirtschaftlichen Betrieben in der Gemeinde Marchegg. Die Stationen an diesen Betrieben sollen zum Verkosten und Kaufen der regionalen Produkte anregen. Der Genusswanderweg bietet sowohl für Kinder als auch für Erwachsene ein attraktives Freizeitangebot.

Dauer: 2,5 Stunden

Streckenlänge: 10 km



5.7 Themenwege



Abb. 5.46. Wanderweg zum Biohof Gehard Michaeler

Biohof Michaeler

Der Biohof befindet sich an der Hauptstraße in der Kernstadt Marchegg. Neben dem Anbau von Obst und Gemüse bietet dieser Betrieb auch die Möglichkeit einer Übernachtung



Abb. 5.47. Wanderweg neben den Erdbeerefeldern

Erdbeeren Schmid

Der landwirtschaftliche Betrieb befindet sich in der Ortstraße in Breitensee. Neben der Produktion von Erdbeeren ist der Betrieb auch Veranstalter des jährlichen Erdbeerfestes, welches im Juni stattfindet.

5.8 MarchApp

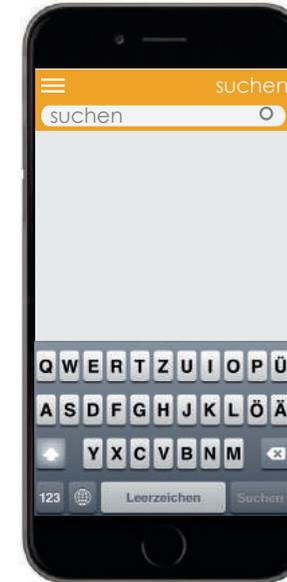
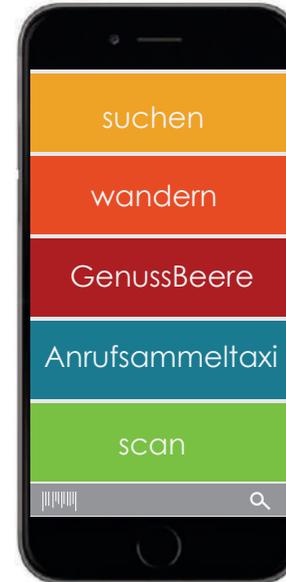
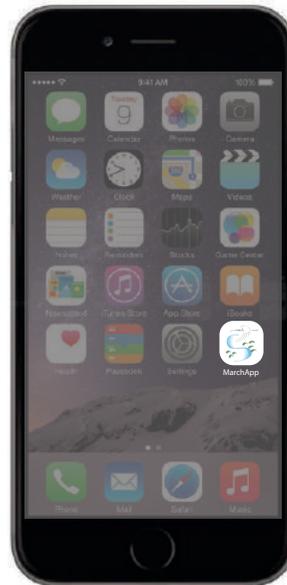


Abb. 5.48. Funktion der MarchApp

5.8 MarchApp

Die MarchApp gibt ihren Nutzerinnen und Nutzern die Möglichkeit einen Überblick über das breitgefächerte Tourismusangebot.

Die App teilt sich in fünf unterschiedlich farbig markierte Bereiche auf. Der gelbe Bereich befasst sich mit der Suchfunktion. Hier bekommen die Nutzerin oder Nutzer die Möglichkeit Schlagwörter einzugeben und es folgen dazu Erklärungen und Verortungen. Der orange Bereich zeigt die Themenwege mit zusätzlichen Informationen über die Weglänge und die Dauer auf. Die Nutzerin oder der Nutzer wählen einen Weg aus, so erscheint eine Beschreibung zu dem gewünschten Wanderweg. Der rote Bereich ist eine Verlinkung zur Homepage der GenussBeere. Diese Funktion ist erst nach dem Beitritt zur GenussRegion möglich. Der blaue Bereich beschäftigt sich mit dem Anrufsammeltaxi. Hier bekommen die Nutzerin oder Nutzer mit einem Klick die Nummer des Anrufsammeltaxis, sowie eine Verortung der nächsten Abholstation.

Das Highlight der MarchApp ist die Funktion des Scannens im grünen Bereich. Neben jeder Informationstafel oder bedeutenden Stelle in Marchegg befinden sich QR-Codes. Diese QR-Codes werden von der Nutzerin oder dem Nutzer gescannt und erhalten alle wissenswerten Informationen darüber.

MarchApp



Hauptakteur: Gemeinde

Weitere Akteure: Tourismusverband Donau NÖ

Instrument: Investition

Weitere Instrumente: Information

Realisierung:  kurzfristig

Priorität:  hoch

Investitionskosten:  niedrig

Laufende Kosten:  niedrig

5.9 Begleitmaßnahmen



Abb. 5.49. Ausschnitt der Begleitmaßnahmen Marchegg-Kernstadt
Pläne sind maßstabslos dargestellt



Abb. 5.50. Ausschnitt der Begleitmaßnahmen Bahnhofsiedlung

5.9 Begleitmaßnahmen



Abb. 5.51. Ausschnitt der Begleitmaßnahmen Breitensee
Pläne sind maßstabslos dargestellt

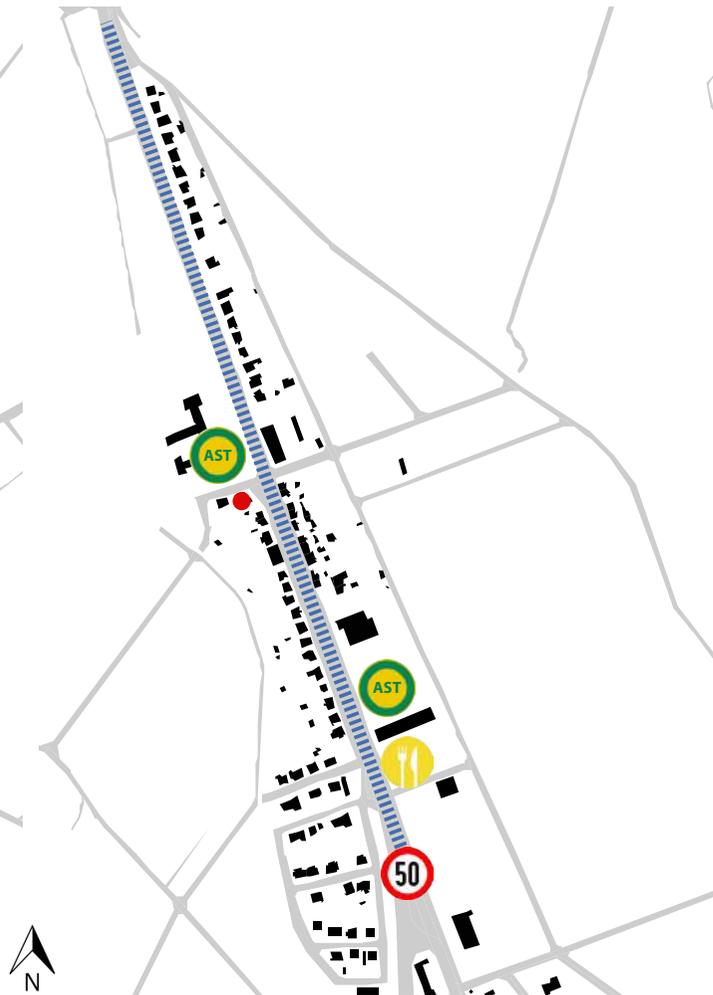


Abb. 5.52. Ausschnitt der Begleitmaßnahmen Fünfhaus

-  Geschwindigkeitsbegrenzung 50km/h
-  Geschwindigkeitsbegrenzung 30km/h
-  Leerstandsmanagement
-  Jugendzentrum
-  Sanierungsmaßnahmen
-  Maßnahmen zur Eingliederung der Gastronomie in die GenussRegion
-  Maßnahmen zur Attraktivierung der Sehenswürdigkeiten
-  Anrufsammeltaxi
-  Mehrgenerationenwohnhhaus

5.10 Kostenaufstellung

Bahnhofsvorplatz

	Einheit	Bedarf	Investitionskosten/ Einheit (€)	Investitionskosten (€)	Betriebskosten/ Einheit (€)	Betriebskosten (€)
Grundstückskosten	m ²	5500	54	297000	-	-
Mehrgenerationenspielplatz	m ²	560	40	22400	12,46	6977,6
Pflasterung	m ²	4500	135	607500	1,58	7110
Schutzweg	m ²	150	15	2250	0,15	22,5
Straße	m ²	4500	135	607500	22,1	99450
Jugendzentrum	m ² BGF	350	1500	525000	4	1400
Wasserleitung	lfm	60	312	18720	0,51	30,6
Elektrizitätsleitung	lfm	60	54	3240	3,28	196,8
Kleiner Baum	Stk	12	440	5280	13,2	158,4
Hochbeet	Stk	12	275	3300	20	240
Bushaltestelle	Stk	1	220000	220000	200	200
Moderne Sitzbank	Stk	5	600	3000	12	60
Beleuchtung	Stk	20	780	15600	7,42	148,4
Informationstafel	Stk	1	1000	1000	0,2	0,2
Beschilderung	Stk	4	100	400	0,2	0,8
Poller	Stk	10	285	2850	2,7	27
Gesamtkosten für die Gemeinde				2038040		116022,3

Mehrgenerationenwohnhaus

	Einheit	Bedarf	Investitionskosten/ Einheit (€)	Investitionskosten (€)	Betriebskosten/ Einheit (€)	Betriebskosten (€)
Grundstückskosten	m ²	2270	54	122580	-	-
Betreutes & Junges Wohnen, Gesct	m ² BGF	4400	2500	11000000	-	-
Gesamtkosten der Wohnbaugenossenschaft				11000000		-

Abb. 5.53. Tabellarische Kostenaufstellung

5.10 Kostenaufstellung

	Quelle	Indexanpassung/Jahr
<hr/>		
Bestandsanalyse (siehe Anhang)		
Lenk, " Der Investitions- und Folgelastenplaner für Kommunen", Boorberg Verlag, 1996		2%/a
Lenk, " Der Investitions- und Folgelastenplaner für Kommunen", Boorberg Verlag, 1996		2%/a
Lenk, " Der Investitions- und Folgelastenplaner für Kommunen", Boorberg Verlag, 1996		2%/a
eigene Schätzung		
Weyrer, "Energieausweis für Siedlungen", 2014		2%/a
SIR-Konkret, Ausgabe 04/2007		2%/a
Trolf, Institut für Städtebau, Landschaftsarchitektur und Entwerfen, 2011		2%/a
www.kommunalbedarf.at		
eigene Schätzung		
www.kommunalbedarf.at		
Gemeinde Bad Vöslau		
www.kommunalbedarf.at		
www.kommunalbedarf.at		
Lenk, " Der Investitions- und Folgelastenplaner für Kommunen", Boorberg Verlag, 1996		2%/a

Quelle

www.sbw-steiermark.at

5.10 Kostenaufstellung

Anrufsammeltaxi

	Einheit	Bedarf	Investitionskosten/ Einheit (€)	Investitionskosten (€)	Betriebskosten/ Einheit (€)	Betriebskosten (€)
Zuschuss der Gemeinde Fahrten		1620	0	0	1	1620
Gesamtkosten der Gemeinde				0		1620

Themenwege

	Einheit	Bedarf	Investitionskosten/ Einheit (€)	Investitionskosten (€)	Betriebskosten/ Einheit (€)	Betriebskosten (€)
Weg	lfm	20000	180	3600000	0,15	3000
Fitnessgeräte	Stk	12	3000	36000	300	3600
Informatonstafel	Stk	15	300	4500	0,2	3
QR-Code	Stk	25	1000	25000	0,2	5
Gesamtkosten der Gemeinde				3665500		6608

MarchApp

	Einheit	Bedarf	Investitionskosten/ Einheit (€)	Investitionskosten (€)	Betriebskosten/ Einheit (€)	Betriebskosten (€)
Programmierung & Wartung	-	1	6000	6000	1000	1000
Grafik	-	1	2500	2500	-	-
Gesamtkosten der Gemeinde				8500		1000

Abb. 5.53. Tabellarische Kostenaufstellung

5.10 Kostenaufstellung

Quelle

eigene Berechnung (siehe Anhang)

Annahme:

Betriebszeit: 15 h

Betriebstage: 360 d

Fahrten/h: 0,3 Fahrten/h

Fahrten/d: 4,5 Fahrten/d

Fahrten/a: 1620 Fahrten/a

Quelle

Lenk, "Der Investitions- und Folgekostenplaner für Kommunen", Boorberg Verlag, 1996

www.sport-thieme.at/Outdoor-Fitnessgeraete

www.kommunalbedarf.at

Quelle

digitalwerk.agency

digitalwerk.agency



6. Anhang

6. Anhang

Ergänzende Unterlagen

Im Zuge der Präsentation in Marchegg wurde ein GenussSackerl angefertigt. Es besteht aus einem Flyer, der die Leitprojekte beschreibt, sowie eine Erdbeermarmelade aus der GenussRegion.



Abb. 6.3. Inhalt des GenussSackerls



Abb. 6.5. GenussSackerln bei der Präsentation



Abb. 6.1. Vorderseite Etikett



Abb. 6.2. Rückseite Etikett



Abb. 6.4. Vorderseite Flyer

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1.1. Gruppenfoto, eigene Darstellung

Abb. 1.2. Österreich, <http://kwf.at/wibis/elemente/druck/Karten/Oesterreich/Oesterreich.png>

Abb. 1.3 Niederösterreich, <http://kwf.at/wibis/elemente/druck/Karten/Oesterreich/Oesterreich.png>

Abb. 1.4. Prozessablaufdiagramm, eigene Darstellung

Abb. 1.5. Erste Eindrücke, eigene Darstellung

Abb. 2.1. Zusammenfassung_Bestandsanalyse, eigene Darstellung

Abb. 2.2. Biotopstrukturen, eigene Darstellung

Abb. 2.3. Hauptplatz Aufteilung, eigene Darstellung

Abb. 3.1. Grafik Stillstand, <http://img3.cliparto.com/pic/xl/232809/4478151-hexagonal-stop-traffic-sign.jpg>

Abb. 3.2. Grafik Imagewechsel, <http://us.123rf.com/450wm/romul/romul1311/romul131100032/24188161-landwirtschaft-icons-vektor-set-f-r-sie-entwerfen.jpg?ver=6>

Abb. 3.3. Grafik Aufschwung, eigene Darstellung

Abb. 3.4. Leitbild, eigene Darstellung

Abb. 3.5. Logo-Schmeckt, eigene Darstellung

Abb. 3.6. Logo-Strahlt, eigene Darstellung

Abb. 3.7. Logo-Schafft, eigene Darstellung

Abb. 3.8. Logo-Verbindet, eigene Darstellung

Abb. 3.9. Logo-Gestaltet, eigene Darstellung

Abb. 3.10. Logo 5 Sinne von Marchegg, eigene Darstellung

Abb. 4.1. Logo-Schmeckt, eigene Darstellung

Abb. 4.2. Diagramm Bodennutzung Marchegg, eigene Darstellung, Datengrundlage: Bestandsanalyse

Abb. 4.3. Diagramm Bodennutzung Österreich, eigene Darstellung, Datengrundlage: www.lko.at

6. Anhang

Abb. 4.4. Karte Abgrenzung GenussRegion, eigene Darstellung

Abb. 4.5. Logo GenussRegion Leithaberger Edelkirsche, <https://www.genuss-region.at/genussregionen/burgenland/leithaberger-edelkirsche/index.html>

Abb. 4.6. Logo GenussRegion Kittseer Marille, <https://www.genuss-region.at/genussregionen/burgenland/kittseer-marille/index.html>

Abb. 4.7. Karte Abgrenzung GenussRegion, eigene Darstellung

Abb. 4.8. Logo GenussRegion GenussBeere, eigene Darstellung

Abb. 4.9. Kochschürze, eigene Darstellung

Abb. 4.10. Produkte GenussLinie, eigene Darstellung

Abb. 4.11. Screenshot GenussHomepage, eigene Darstellung

Abb. 4.12. Scan GenussBlatt, eigene Darstellung

Abb. 4.13. GenussRegal, eigene Darstellung

Abb.5.1. Logo-Gestaltet, eigene Darstellung

Abb. 5.2. Visualisierung des Bahnhofsvorplatzes, eigene Darstellung

Abb. 5.3. Bestand des Flächenwidmungsplans, eigene Darstellung

Abb. 5.4. Umgestaltung des Flächenwidmungsplans, eigene Darstellung

Abb. 5.5. Bebauungsplan, eigene Darstellung

Abb. 5.6. Gesamtfläche des Planungsgebietes, eigene Darstellung

Abb. 5.7. Unterteilung des Planungsgebietes in Umwidmung und Gestaltung, eigene Darstellung

Abb. 5.8. Unterteilung in Grundstücke, eigene Darstellung

Abb. 5.9. Vorgesehene Bebauung, eigene Darstellung

Abb. 5.10. Funktionale Gliederung, eigene Darstellung

Abb. 5.11. Straßenquerschnitt Bahnhofszufahrt „Am Bahnhof“, eigene Darstellung

Abb. 5.12. Gestaltungsplan, eigene Darstellung

Abb. 5.12. Liegefläche, <http://www.6sqft.com/wp-content/uploads/2014/06/high-line-bench-lounger.jpg>

Abb. 5.13. Mehrgenerationenspielplatz, http://www.kompan.de/media/465989/KPX320_PowerFahrrad.jpg

- Abb. 5.14. Hochbeete, http://www.meinhochbeet.at/fileadmin/_processed_/csm_MV_Massiv_35_0fd5f76a24.jpg
- Abb. 5.15. Mehrgenerationenwohnhaus, http://www.bahnprojekt-stuttgart-ulm.de/uploads/pics/Milaneo2_01.jpg
- Abb. 5.16. Überdachte Bushaltestelle, <https://anonw.files.wordpress.com/2014/10/pa100216.jpg>
- Abb. 5.17. Schanigarten, http://restaurant-galaxie.at/file/2015/03/header_schanigarten.jpg
- Abb. 5.18. Realisierungsprozess, eigene Darstellung
- Abb. 5.19. Diagramm der Generationenanteile der Marchegger-Bevölkerung, eigene Darstellung, Grundlage Bestandsanalyse
- Abb. 5.20. Grundriss eines Zimmers im Mehrgenerationenwohnhaus, https://www.ulm.de/leben_in_ulm/bauen_wohnen/mehrgenerationenwohnen.101839.3076,3665,4271,101839.htm
- Abb. 5.21. Jugendzentrum, <https://www.dkjs.de/aktuell/meldung/news/geliebte-mitbestimmung-kinder-und-jugendpartizipation-in-kommunen>
- Abb. 5.22. Broschüre vom Unternehmen Maxi, <https://www.vor.at/fileadmin/upload/downloads/.../AST-MAXI.pdf>
- Abb. 5.23. Karte Anrufsammeltaxihalttestellen, eigene Darstellung
- Abb. 5.24. Karte Anrufsammeltaxihalttestellen in Breitensee, eigene Darstellung
- Abb. 5.25. Karte Themenwege in der Gemeinde Marchegg, eigene Darstellung
- Abb. 5.26. Karte Vitalweg, eigene Darstellung
- Abb. 5.27. Hinweistafeln entlang des Vitalwegs, <http://www.schwabmuenchen.de/index.php?id=0,438>
- Abb. 5.28. Karten Historischer Rundwanderweg, eigene Darstellung
- Abb. 5.29. Schloss Marchegg, eigene Darstellung
- Abb. 5.30. Rathaus Marchegg, eigene Darstellung
- Abb. 5.31. March, eigene Darstellung
- Abb. 5.32. Ungar Tor, eigene Darstellung
- Abb. 5.33. Pulverturm, eigene Darstellung
- Abb. 5.34. Stadtmauer, eigene Darstellung
- Abb. 5.35. Wiener Tor, eigene Darstellung
- Abb. 5.36. Pfarrkirche hl. Margaretha, eigene Darstellung
- Abb. 5.37. Karten WWF Auenreservat Marchegg, http://www.life-march.at/downloads/WWF_Auenreservat_Unter-

6. Anhang

wegs_Folder.pdf

Abb. 5.38. Riechstation, http://www.life-march.at/downloads/WWF_Auenreservat_Unterwegs_Folder.pdf

Abb. 5.39. Taststation, http://www.life-march.at/downloads/WWF_Auenreservat_Unterwegs_Folder.pdf

Abb. 5.40. Vogelstation, http://www.life-march.at/downloads/WWF_Auenreservat_Unterwegs_Folder.pdf

Abb. 5.41. Baumstation, http://www.life-march.at/downloads/WWF_Auenreservat_Unterwegs_Folder.pdf

Abb. 5.42. Karte Stadtmauernrundweg, eigene Darstellung

Abb. 5.43. Wiener Tor, eigene Darstellung

Abb. 5.44. Ein Teil der Stadtmauer, eigene Darstellung

Abb. 5.45. Ungar Tor, eigene Darstellung

Abb. 5.46. Haus entlang der Stadtmauer, eigene Darstellung

Abb. 5.47. Ein der Teil der Stadtmauer, eigene Darstellung

Abb. 5.48. Karte Genusswanderweg, eigene Darstellung

Abb. 5.49. Genusswanderweg zum Biohof Gehard Michaeler, www.schmid-erdbeeren.at, Erdbeerfest, <http://schmid-erdbeeren.at/erdbeerfest-2/>, 1.11.2015

Abb. 5.50. Genusswanderweg neben den Erdbeerefeldern, eigene Darstellung

Abb. 5.51. Funktion der MarchApp, eigene Darstellung

Abb. 5.52. Ausschnitt der Begleitmaßnahmen Marchegg-Kernstadt, eigene Darstellung

Abb. 5.53. Ausschnitt der Begleitmaßnahmen Bahnhofsiedlung, eigene Darstellung

Abb. 5.54. Ausschnitt der Begleitmaßnahmen Breitensee, eigene Darstellung

Abb. 5.55. Ausschnitt der Begleitmaßnahmen Fünfhaus, eigene Darstellung

Abb. 5.56. Tabellarische Kostenaufstellung, eigene Darstellung

Abb. 6.1. Vorderseite Etikett, eigene Darstellung

Abb. 6.2. Rückseite Etikett, eigene Darstellung

Abb. 6.3. Inhalt des GenussSackerls, eigene Darstellung

Abb. 6.4. Vorderseite Flyer, eigene Darstellung

Abb. 6.5. GenussSackerln bei der Präsentation, eigene Darstellung

Literaturverzeichnis

www.statistik.at, Einwohnerzahl 1.1.2015 nach Gemeinden mit Status, Gebietsstand 1.1.2015, http://www.statistik.at/web_de/nomenu/suchergebnisse/index.html, 18.11.2015

www.wasseraktiv.at, Die March
<http://www.wasseraktiv.at/fluss-des-monats/836,die-march.html>, 18.11.2015

www.marchegg.at, Zahlen und Fakten <http://www.marchegg.at/system/web/fakten.aspx?menuonr=218795845>, 18.11.2015

www.regionmarchfeld.at, Mitgliedsgemeinden der Region Marchfeld, <http://www.regionmarchfeld.at/cms/region/gemeinden>, 1.11.2015

www.marchegg.at, Leserbrief, www.marchegg.at/system/web/GetDocument.ashx?fileid=695809, 1.11.2015

www.genuss-region.at1, Kriterien für die Nominierung von neuen Regionen, <https://www.genuss-region.at/initiative/kriterien.html>, 1.11.2015

www.genuss-region.at2, Leithaberger Edelkirsche, <https://www.genuss-region.at/genussregionen/burgenland/leithaberger-edelkirsche/index.html>, 1.11.2015

www.genuss-region.at3, Kittseer Marille, <https://www.genuss-region.at/genussregionen/burgenland/kittseer-marille/index.html>, 1.11.2015

www.ulm.de, Mehrgenerationenwohnen, https://www.ulm.de/leben_in_ulm/bauen_wohnen/mehrgenerationenwohnen.101839.3076,3665,4271,101839.htm, 1.11.2015

6. Anhang

www.noe.gv.at, Anruf-Sammeltaxi-Projekte, http://www.noe.gv.at/Verkehr-Technik/Oeffentlicher-Verkehr/Anrufsammeltaxis/AST_Projekte.pdf, 1.11.2015

www.schuleambauernhof.at, Michaeler, <http://www.schuleambauernhof.at/?+Christine+Michaeler,+Mag.++F-H+&id=2500%2C1001658%2C%2C%2Cc1F1PV9fXyZtb2RIPW5leHQmcGFnaW5nPXllc19fMjY0>, 1.11.2015

www.schmid-erdbeeren.at, Erdbeerfest, <http://schmid-erdbeeren.at/erdbeerfest-2/>, 1.11.2015