



ENDBERICHT

Wohnen im Waldviertel 3.0 - Projekt zur
kooperativen Wohnstandortvermarktung
2016 - 2018

EXPOSEE

Die zukünftige Entwicklung der Gemeinden und der gesamten Region Waldviertel ist untrennbar mit der Bevölkerungsentwicklung verbunden. Der Schlüssel liegt in der gemeinsamen Vermarktung des Wohnstandortes Waldviertel und in einer aktiven Gemeindekooperation.

Verein Interkomm Waldviertel

Verein zur Förderung kommunaler
Zusammenarbeit

Wohnbauforschung Niederösterreich
Projekt Nr. F2251

**Wohnen
im Waldviertel**



Wo das Leben neu beginnt.

Endbericht

Wohnen im Waldviertel 3.0 -

PROJEKT ZUR KOOPERATIVEN WOHNSTANDORTVERMARKTUNG 2016 - 2018

Projektträger:

Verein Interkomm Waldviertel. Verein zur Förderung kommunaler Zusammenarbeit.

Kontaktadressen:

Vbgm. Ing. Johann Müllner
Obmann
3594 Franzen, Schmerbach 16
☎ 02988/6220
✉ muellner@poella.at

Bgm. Martin Bruckner
Projektleiter
3922 Großschönau 49
☎ 02815/6252
✉ martin.bruckner@grossschoenau.gv.at



Projektidee und -umsetzung:

Wallenberger & Linhard Regionalberatung KG
3580 Horn, Florianigasse 7
☎ 02982/4521
✉ office@regionalberatung.at
www.regionalberatung.at



Endbericht erstellt von:

Mag. Nina Sillipp
Wallenberger & Linhard Regionalberatung KG

**Wohnen
im Waldviertel**



Wo das Leben neu beginnt.

Der Inhalt

Kurzfassung	9
Einleitung	12
Inhalt und Ziele	12
Angestrebte Ziele bzw. Ergebnisse	13
Kenngrößen	13
Der Projektträger und sein Team	14
Verein Interkomm Waldviertel	14
Die 56 Projektgemeinden	15
Wallenberger & Linhard Regionalberatung KG	16
Partner & Sponsoren	16
Die aktuelle Situation im Waldviertel	17
Bevölkerungsentwicklung	17
Bevölkerungsprognose	21
Bevölkerungsbewegung	23
Wanderungsbewegungen	23
Natürliche Bevölkerungsbewegung	27
Wirtschaftsentwicklung	28
Immobilienpreise im Vergleich – ein Überblick	37
Zusammenfassung & Schlussfolgerungen der Datenanalyse	38
Werbe- und Imagekampagne	40
Die Werbelinie	40
Kreativ-Workshop mit SU GPK	41
Refreshing Werbelinie	42
Kreativ-Workshop mit Kommunikationsexperte Günter Kienpointner	42
Ausrichtungen im Wohnstandortmarketing	44
Das WohnWEB Waldviertel	46
Wartung und Weiterentwicklung Wohnweb	46
Vergabeverfahren Betreuung Wohnweb Waldviertel	46
Technische und optische Beschreibung des Wohnweb Waldviertel	47
Contentmarketing im NEWS-Bereich	61
Zugriffe auf das Wohnweb Waldviertel	63

Online-Marketing & Digitale Medien.....	68
E-Mail-Marketing.....	68
Google Marketing.....	76
Social Media Marketing.....	78
Vernetzung mit immobilenscout24.at.....	83
Klassische Werbeaktivitäten und Öffentlichkeitsauftritte.....	84
„Wohnen im Waldviertel“ – Sonderjournal.....	84
Inserate und Artikel.....	85
Radio- und Fernsehbeiträge.....	87
Pressearbeit.....	87
Öffentlichkeitsauftritte.....	94
Werbekooperationen im Bereich Kultur.....	99
Zielgruppenspezifische Werbemittel.....	101
Kurzfilme und Fotoserien.....	101
Themen-Landkarte.....	110
Pinnwand-Magnete.....	112
USB Sticks ‚key‘.....	112
Kugelschreiber.....	112
Das Botschaftermodell.....	113
Botschaftertreffen 2017.....	114
Informiert durch das exklusive Botschaftertool.....	115
Ziel erreicht: Werbe-/Kundenkontakte weiter gesteigert.....	116
Gelebte Kooperation innerhalb der Region.....	117
Das Leitungsteam.....	117
Die Projektgemeinden.....	117
Kurz-Reportings für Gemeinde-VertreterInnen und Multiplikatoren.....	118
Startworkshops für neue Gemeinden.....	119
Gemeindeworkshops in großer Runde.....	119
23 Gemeinde.Checks.2018.....	125
Bürgermeistertreffen 2018.....	130
Kleine Bürgermeister-Runde.....	130
Partner aus der Region.....	131
Viele Projektpartner an Bord.....	131
Projektsteuerungsgruppe.....	131

Partner-Treffen	135
Regions-Jour-fixe der NÖ.Regional.GmbH	136
Motive erforschen - Projekte voranbringen	137
Motivforschung am Meldeamt	137
Die Fragen (sowie die Erläuterungen für die Gemeinden)	137
Highlights aus der Motivbefragung am Meldeamt	138
Arbeiten mit Sinus-Milieus	139
Fachinputs und vertiefende Workshops	140
Wohnprojekte in Gemeinden	141
„Junges Wohnen“ in Schwarzenau	141
Ortszentrum in der Gemeinde Meiseldorf	142
Projektberatungen für Mitgliedsgemeinden	142
Bewerbung durch „Wohnen im Waldviertel“	144
Fazit.....	146
Erkenntnisse aus der Arbeit	146
Schlussfolgerungen zum Thema Standortvermarktung	147
Abbildungsverzeichnis	148
Tabellenverzeichnis.....	151
Anhang: Pressemappen 2016 bis 2018	152

**Wohnen
im Waldviertel**



Wo das Leben neu beginnt.

Kurzfassung

Projekt zur kooperativen Wohnstandortvermarktung 2016 – 2018

Mit der Initiative „Wohnen im Waldviertel“ hat sich der **Projekträger-Verein Interkomm** Waldviertel mit seinen **56 Gemeinden** zum Ziel gesetzt, die Entwicklung der Region Waldviertel durch professionelle Wohnstandortvermarktung und aktive Gemeindegovernance zu forcieren.

Unterstützt wurde der Verein dabei vom Land Niederösterreich, von der NÖ Wohnbauforschung, von Raiffeisen im Waldviertel und in Wien sowie von regionalen Kooperationspartnern. Mit der Umsetzung des Projektes wurde die Wallenberger & Linhard Regionalberatung KG als Generalunternehmen beauftragt.

Im gegenständlichen **Forschungsprojekt „Wohnen im Waldviertel 3.0 - Projekt zur kooperativen Wohnstandortvermarktung 2016 – 2018“** wurden nachstehende Zielsetzungen verfolgt.

Um die **Übertragbarkeit** auf andere Regionen bzw. Projekte zu ermöglichen, wurden dazu Forschungsfragen formuliert.

ZIEL 1: ZUZUG INDUZIEREN – ABWANDERUNG BREMSEN

Forschungsfrage: Warum braucht es verstärkt Bemühungen in der Standortvermarktung, um die Bevölkerungsentwicklung zu stabilisieren?

Die Nachfrage nach dem Wohnstandort ist erfreulich. Zwischen 2015 und 2017 haben **17.994** Personen ihren **Hauptwohnsitz im Waldviertel** begründet. Die **Wanderungsbilanz** war in Summe **positiv** (2.081 mehr Zuzüge als Wegzüge). Die größte Gruppe der zuziehenden Menschen war zwischen 25 und 29 Jahre alt, viele von ihnen brachten Kinder zwischen 0 und 6 Jahren mit.

Dennoch **sank** die **Gesamtbevölkerungszahl** im Waldviertel. Dies ist vor allem das Ergebnis der negativen Geburtenbilanz (= mehr Sterbefälle als Geburten).

Damit die **Wanderungsbilanz die Geburtenbilanz** im Waldviertel **ausgleichen** kann und so die Bevölkerungsentwicklung stabilisiert, muss der Zuzug von außen (weiterhin) verstärkt und die Abwanderung abgeflacht werden. Standortvermarktung, und damit ist sowohl Außen-, als auch Innenmarketing gemeint, ist ein gut geeignetes Instrument, um dies voranzutreiben.

Dass auch das **Innenmarketing** bereits Früchte trägt, zeigen unter anderem die 29.843 Umzüge innerhalb der Region zwischen 2015 und 2017. Diese deuten auf **vermehrtes Bleiben** der regionalen Bevölkerung hin und sprechen für einen Imagewandel.

	2015			2016			2017			2015-2017		
	Wegzüge	Zuzüge	Saldo	Wegzüge	Zuzüge	Saldo	Wegzüge	Zuzüge	Saldo	Wegzüge	Zuzüge	Saldo
Binnenumzüge im WV	9.448	9.448	0	10.353	10.353	0	10.042	10.042	0	29.843	29.843	0
aus dem Inland	3.661	3.941	280	4.220	4.617	397	4.393	3.568	-825	12.274	12.126	-148
aus dem Ausland	1.146	2.730	1.584	1.285	1.729	444	1.208	1.409	201	3.639	5.868	2.229
insgesamt (ohne WV)	4.807	6.671	1.864	5.505	6.346	841	5.601	4.977	-624	15.913	17.994	2.081

Quelle: Statistik Austria, STATcube, zuletzt aktualisiert am 25.05.2018

Die Ergebnisse der Datenanalyse für die Projektphase 2016 bis 2018 müssen hinsichtlich der großen **Flüchtlingswelle**, die Österreich Ende 2015 erlebte, interpretiert werden.

Die negative Wanderungsbilanz 2017 ist auch darauf zurückzuführen, dass es nicht gelungen ist, Migrantinnen und Migranten erfolgreich zu integrieren und in der Region zu halten.

Forschungsfrage: Wie wird eine Region am Markt als Wohnstandort auffindbar und als wettbewerbsfähig wahrgenommen?

Der Verein Interkomm setzte zwischen 2016 und 2018 eine **Werbe- und Imagekampagne** unter der Marke „Wohnen im Waldviertel – Wo das Leben neu beginnt“ um. Im Rahmen dieser Kampagne wurde mit genau überlegten Botschaften und Bildmaterial gearbeitet, um **Emotionen zu erzeugen** und Menschen in bestimmten Lebensphasen zu erreichen.

Alle Werbeaktivitäten hatten den Zweck, gegen die alten Bilder der Region anzukämpfen, als Wohnstandort aufzufallen, sichtbar und auffindbar zu sein und damit **in die Standortwahl von Wohnraumsuchenden einbezogen** zu werden.

Damit das gelingt und um möglichst viele Menschen zu erreichen, wurden möglichst viele **verschiedene Kanäle und Instrumente** genutzt. Im Offline und im Online Bereich. Die crossmediale Kommunikation setzte sich aus einem Mix von verschiedenen Kanälen zusammen. Die erfolgreichsten **Marketingmaßnahmen** waren:

- Gemeinsamer Webauftritt: www.wohnen-im-waldviertel.at
- E-Mail- und Contentmarketing durch Berichte, Fotos und Kurzvideos
- Social Media Marketing
- Google Marketing
- „Wohnen im Waldviertel“-Sonderjournal mit Mediaprint als Wochenendbeilage in Kurier und Kronenzeitung
- Klassische Werbung (z.B. Inserate), Pressearbeit und Öffentlichkeitsauftritte
- Empfehlungsmarketing durch das Botschaftermodell

Am Beginn des Projektes wurde das Ziel festgelegt, die **Werbe- und Kundenkontakte** der letzten Jahre **weiter zu steigern**. Dieses Ziel konnte erreicht werden.

ZIEL 2: KOOPERATION(EN) WEITER STÄRKEN UND VERGRÖßERN

Forschungsfrage: Warum braucht es die Zusammenarbeit zwischen Gemeinden und anderen Partnern und wie kann diese intensiviert werden?

Die umfassende Werbe- und Imagekampagne war durch die große **Gemeindekooperation** möglich, **die dahinterstand**. Die Gemeinden trafen sich beispielsweise regelmäßig zu einem gemeinsamen Workshop, um sowohl voneinander, als auch vom Projekt zu lernen. Der Verein bot aber auch Einzelberatungen an, damit die Gemeinden gut informiert und auch motiviert waren.

Es war eine Besonderheit des Projektes, dass 56 Gemeinden gemeinsam an einem Ziel arbeiten. Nicht die politischen Grenzen waren relevant, sondern die Standortvorteile, die man gemeinsam anbieten konnte.

Und auch darüber hinaus ist das Netzwerk sehr stark geworden. Der Verein hatte neben dem Land Niederösterreich und der Wohnbauforschung NÖ auch Kooperationspartner wie Raiffeisen, HARTL HAUS, die IV-NÖ, die KASTNER Gruppe und die WAV an der Seite. - Wichtige Unternehmen der Region. Und auch das Wirtschaftsforum Waldviertel, job-wald.at und die NÖ.Regional.GmbH waren wichtige regionale Partner.

Durch diese Zusammenarbeit konnte viel geschafft werden. Gemeinsam konnte man **sich als attraktiver Wohnstandort behaupten**. Gemeinsam verfügte man über **notwendige Ressourcen für eine professionelle Umsetzung**.

Für den Erfolg des Projektes war es daher wesentlich, dass sich die regionalen Akteure **regelmäßig trafen und abstimmten**.

Dazu wurden **unterschiedliche Teams bzw. Gruppen** zusammengestellt – vom kleinen Leitungsteam mit vier Personen bis hin zum Botschaftertreffen mit 200 TeilnehmerInnen.

In den Gruppen waren ausgewählte Personen aus Politik und Verwaltung der teilnehmenden Gemeinden, RegionsvertreterInnen und Unternehmen vertreten. Darüber hinaus wurde darauf geachtet, dass Personen aus kleinen und größeren Gemeinden sowie aus kleineren und größeren Unternehmen beteiligt waren und dass die Gruppen hinsichtlich Geschlecht und Alter relativ ausgewogen waren.

Gemeinsam steckten sie die Projektziele ab, schärften Inhalte und reflektierten Aktivitäten. Ziel war es, aus **unterschiedlichen Blickwinkeln zu Themen rund um den Wohnstandort Waldviertel** zu arbeiten.

Neben den persönlichen Treffen wurden auch andere **Kommunikationsmittel** (Skype, Botschaftertool, Newsletter etc.) verwendet. Das umfassende **Berichtswesen** half dabei, dem gesamten Projektteam denselben Informationsstand zur Verfügung zu stellen.

ZIEL 3: PROJEKTE IM BEREICH WOHNEN ANSTOßEN UND BEWERBEN

Forschungsfrage: Was bewegt die Zielgruppen und was brauchen sie?

In seiner Arbeit hat der Verein Interkomm laufend seine definierten Zielgruppen analysiert, beispielsweise durch

- eine Motivbefragung am Meldeamt,
- die Anwendung der Sinus-Milieus®,
- die Auswertung von Bewegungslisten,
- das Monitoring eigener Werbeaktivitäten (z.B. durch Google Analytics, KOMSIS- und Eyepin-Statistik),
- die Befragung von Testimonials und
- das Heranziehen von gesellschaftlichen und technischen Zukunftstrends.

Diese Erkenntnisse flossen sowohl in die **Zielgruppenansprache** innerhalb der Werbe- und Imagekampagne, als auch in die **Beratung von Projektgemeinden und Partnern** betreffend **Entwicklung und Umsetzung von Wohnprojekten** ein.

Denn es braucht vielfältige Wohnangebote für die sich durch den demografischen Wandel verändernde Gesellschaft. Nicht mehr nur das Einfamilienhaus, sondern auch Wohnformen für jedes Alter sind gefragt, für die erste Haushaltsgründung, das erste Kind, nach einer Trennung oder bei Eintritt in die Pension. Diese sind nötig, um die **Nachfrage** nach dem Wohnstandort Waldviertel zu **erhöhen**. Daher unterstützte der Verein Interkomm seine Partner auch bei der **Bewerbung bestehender Projekte** aus diesem Bereich.

Einleitung

Inhalt und Ziele

Die Entwicklung der Gemeinden und des gesamten Waldviertels ist untrennbar mit der Bevölkerungsentwicklung verbunden. Der **Schlüssel zu einer erfolgreichen Entwicklung** der Region liegt in einer aktiven **Gemeindekooperation und in der gemeinsamen Vermarktung des Wohnstandortes** Waldviertel.

Imagekorrektur und die Neupositionierung der Region als attraktiver Wohn- und Arbeitsstandort sind nicht nur wichtige, sondern auch langjährige Aufgaben.

Der Verein Interkomm Waldviertel und seine 60 Mitgliedsgemeinden nehmen sich dieser Aufgaben seit 2009 an. Das erfolgreiche Projekt „Wohn(t)raum Waldviertel“ wurde nach den ersten beiden Phasen (Laufzeit: 1.01.2009 bis 31.03.2012 und 1.04.2012 bis 31.12.2015) auf weitere drei Jahre verlängert und mit neuen Schwerpunkten bearbeitet.

Neben der positiven Wanderungsbilanz für die NUTS 3-Region Waldviertel seit dem Jahr 2010 (mehr Zuzug als Abwanderung!), ist die Bevölkerung im Jahr 2015 erstmals auch insgesamt gewachsen. Ziel des Projektes war es, diesen Trend im Bereich der Bevölkerungsentwicklung zu stabilisieren, indem konsequent daran gearbeitet wurde, den Zuzug ins Waldviertel zu verstärken und die Abwanderung abzuflachen.

In der Phase 2016 bis 2018 beteiligten sich 56 Gemeinden aktiv an diesem für die Region wichtigen Projekt und waren dadurch Teil einer der größten Gemeindekooperationen österreichweit. Die Wohnstandortvermarktung als kommunale und regionale Kernaufgabe wurde so immer weiter optimiert!

Unter dem Arbeitstitel **„Lange mehr vom Leben haben. Im Waldviertel.“** wurden folgende Ziele und Inhalte bearbeitet:

- Die Ziele des Projektes „Zuzug verstärken und Abwanderung bremsen“ wurden konsequent weiterverfolgt, denn HauptwohnsitzerInnen sind ein Schlüsselfaktor für Ertragsanteile, Kaufkraft, Wirtschaftsentwicklung, Arbeitskräfteangebot, Infrastrukturauslastung und Investitionen.
- Der in die Wege geleitete Imagewandel der Region als attraktiver Wohnstandort wurde fortgesetzt.
- Ein Marketing-Mix an Aktivitäten wurde eingesetzt (Mediaprint Journal, AdWords-Kampagne etc.), um den Standort Waldviertel im Raum Wien und Linz sowie innerhalb der Region zu präsentieren.
- Das Waldviertler Wohnservice (inkl. ‚WohnWEB‘ www.wohnen-im-waldviertel.at) wurde stetig ändernden Anforderungen angepasst.
- Es braucht vielfältige Wohnangebote, für die sich durch den demografischen Wandel verändernde Gesellschaft; Projekte betreffend Wohnformen für jedes Alter – für die erste Haushaltsgründung, das erste Kind, nach einer Trennung oder bei Eintritt in die Pension – aus Referenzgemeinden wurden angestoßen und promoviert.

- Zusätzlich war die Unterstützung der Zusammenarbeit von Gemeinden und Wirtschaft im Bereich Wohnstandort ein wichtiger Schwerpunkt.
- Eine umfassende Dokumentation und Datenauswertung wurde im Laufe des Projektes hergestellt, um die Übertragbarkeit auf andere Regionen zu ermöglichen.

Angestrebte Ziele bzw. Ergebnisse

Folgende Hauptziele bzw. Ergebnisse werden mit dem Projekt angestrebt:

1. Zuzug induzieren – Abwanderung bremsen
2. Kooperation(en) weiter stärken und vergrößern
3. Projekte im Bereich Wohnen anstoßen und bewerben

Die weiteren angestrebten Ergebnisse waren

- Das Waldviertel wird als gut erreichbarer Wohn- und Lebensstandort mit einem guten und leistbaren Angebot an Immobilien sowie mit Zukunftsperspektiven im Bereich Bildung und Arbeitsmarkt wahrgenommen.
- Verkauf und Vermietung von Immobilien und Grundstücken in den teilnehmenden Gemeinden wird angekurbelt.
- Bau-, Umbau- und Sanierungsmaßnahmen mit energietechnischen und ökologischen Optimierungen durch regionale Unternehmen werden induziert.
- Kaufkraft und Entwicklungsdynamik des Waldviertels werden durch Zuzug von außerhalb gestärkt.
- Impulse für den Arbeitsmarkt werden durch Investitionen im Bereich Wohnraumschaffung und Sanierung ausgelöst.
- Standortmarketingaktivitäten von Gemeinden werden professionell umgesetzt.
- Die interkommunale Kooperation wird gestärkt.

Kenngroßen

- Auswertungen von Kennzahlen und Analysen von statistischen Daten wie Wanderungsbewegungen der Hauptwohnsitze in die NUTS3-Region Waldviertel inkl. Herkunft und Altersstruktur
- Bekanntheit und Auffindbarkeit der gemeinsamen Webseite (Zahl der Besuche, Zugriffe durch GoogleAds, Auswertung des Referral Traffics, Verweildauer, konkrete Immobilienaufrufe etc.)
- Veränderungen bei der Anzahl an Objekten und Grundstücken
- Persönliches Engagement in der Region (Botschafter, Facebook-Aktivitäten, Teilnehmer an den Gemeinde-Workshops und anderen Terminen, Veröffentlichungen in Gemeindezeitungen)
- Wirkung der Werbeaktivitäten (Zahl an Pressemeldungen, Response auf Google Ads und auf Print Journale)
- Zufriedenheit der Gemeinden und Sponsoren/Partner mit der Aktion

Der Projektträger und sein Team

Verein Interkomm Waldviertel

Der Verein Interkomm Waldviertel - Verein zur **Förderung kommunaler Zusammenarbeit** - ist Projektträger von „Wohnen im Waldviertel“.

Er wurde im Frühjahr **1999** von fünf Waldviertler Gemeinden mit Unterstützung der Wal-
lenberger & Linhard Regionalberatung **gegründet**.

Mit Jänner 2019 sind **60 Gemeinden** aus dem Waldviertel mit an Bord und machen den
Verein Interkomm zu einer der größten interkommunalen Kooperationen Europas im Be-
reich Standortvermarktung.

Die Ziele des Vereines

- Erfahrungsaustausch zwischen den Gemeinden.
- Gemeinsame Nutzung von Wissen und Ressourcen.
- Erarbeitung und Umsetzung von Projekten, von denen Gemeinden und Regionen
in vielerlei Hinsicht profitieren.

Die Vorstandsmitglieder

Obmann: Vbgm. Johann Müllner, Marktgemeinde Pölla

Obmann Stellvertreter: Bgm. Josef Schaden, Marktgemeinde Schweiggers

Kassier: Bgm. Gerald Matzinger, Stadtgemeinde Groß-Siegharts

Kassier Stellvertreter: Bgm. Karl Elsigan, Marktgemeinde Schwarzenau

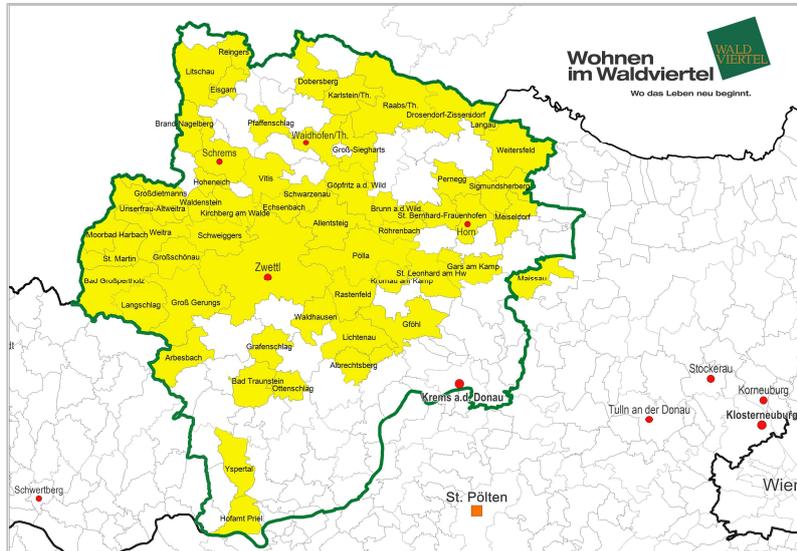
Schriftführer: Bgm. Martin Bruckner, Marktgemeinde Großschönau

Schriftführer Stellvertreterin: Vbgm. Petra Zach, Gemeinde Brunn an der Wild

Mehr Infos unter www.wohnen-im-waldviertel.at/interkomm

Die 56 Projektgemeinden

Abbildung 1: Übersicht der Projektregion „Wohnen im Waldviertel“



Liste der 56 Projektgemeinden

- | | |
|-------------------------------|--------------------------------|
| 1. Albrechtsberg a.d.Gr.Krems | 29. Lischau |
| 2. Allentsteig | 30. Maissau |
| 3. Arbesbach | 31. Meiseldorf |
| 4. Bad Großpertholz | 32. Moorbath Harbach |
| 5. Bad Traunstein | 33. Ottenschlag |
| 6. Brand-Nagelberg | 34. Pernegg |
| 7. Brunn an der Wild | 35. Pfaffenschlag |
| 8. Dobersberg | 36. Pölla |
| 9. Drosendorf-Zissersdorf | 37. Raabs an der Thaya |
| 10. Echtsenbach | 38. Rastendorf |
| 11. Eisgarn | 39. Reingers |
| 12. Gars am Kamp | 40. Röhrenbach |
| 13. Gföhl | 41. Schrems |
| 14. Göpfritz an der Wild | 42. Schwarzenau |
| 15. Grafenschlag | 43. Schweiggers |
| 16. Großdietmanns | 44. Sigmundsherberg |
| 17. Groß Gerungs | 45. St. Bernhard-Frauenhofen |
| 18. Großschönau | 46. St. Leonhard am Hornerwald |
| 19. Groß-Siegharts | 47. St. Martin |
| 20. Hofamt Priel | 48. Unserfrau-Altweitra |
| 21. Hoheneich | 49. Vitis |
| 22. Horn | 50. Waidhofen an der Thaya |
| 23. Karlstein an der Thaya | 51. Waldenstein |
| 24. Kirchberg am Walde | 52. Waldhausen |
| 25. Krumau | 53. Weitersfeld |
| 26. Langau | 54. Weitra |
| 27. Langschlag | 55. Yspertal |
| 28. Lichtenau im Waldviertel | 56. Zwettl |

Wallenberger & Linhard Regionalberatung KG

Der Verein Interkomm beauftragte ein **Generalunternehmen** für die Planung und das Berichtswesen, das Projekt- und Finanzmanagement, das Marketing, die laufende Beratung und das Monitoring.

Den Auftrag erhielt die Wallenberger & Linhard Regionalberatung KG aus Horn (in Folge ‚GU‘ genannt). Geschäftsführer Josef Wallenberger und Mag. Nina Sillipp betreuten das Projekt von 1. Jänner 2016 bis 31. Dezember 2018. Beide waren daher auch Teil des Leitungsteams.

Informationen zum Unternehmen: www.regionalberatung.at

Das **Subunternehmen** (SU) **GPK Advertising & Public Communication** war beauftragt, die Wallenberger & Linhard Regionalberatung KG im Bereich Corporate Design und Grafik zu unterstützen.

Informationen zum Unternehmen: www.gpk.at

Partner & Sponsoren

Die Gemeinden kooperierten nicht nur untereinander, sie **arbeiteten** auch eng **mit** der **Wirtschaft zusammen**, um die Entwicklung der Region Waldviertel positiv voran zu bringen.

Sponsoren, Partnerbetriebe und Organisationen trugen die Marke „Wohnen im Waldviertel – Wo das Leben neu beginnt“ ebenso mit.

Sponsoren waren das Land Niederösterreich und die NÖ Wohnbauforschung sowie Raiffeisen im Waldviertel und in Wien.

Themenrelevante Partner, die durch ihr Leistungsspektrum und ihre Bemühungen das Angebot der Initiative noch attraktiver machten und darüber hinaus auch einen Projektbeitrag leisteten, waren:

- HARTL HAUS
- Industriellenvereinigung NÖ
- KASTNER Gruppe
- Siedlungsgenossenschaft „Waldviertel“ (WAV)

Regionale Organisationen waren ebenfalls involviert:

- Jobwald.at
- NÖ.Regional.GmbH
- Waldviertel Tourismus
- Wirtschaftsforum Waldviertel

Infos unter www.wohnen-im-waldviertel.at/partner

Die aktuelle Situation im Waldviertel

Forschungsfrage: Warum braucht es verstärkt Bemühungen in der Standortvermarktung, um die Bevölkerungsentwicklung zu stabilisieren?

Eine wichtige Voraussetzung für die Entwicklung einer langfristigen und erfolgreichen Standort-Strategie ist die fachgerechte Analyse einer hinreichenden Datenbasis.

Die folgenden Daten zur Region beschreiben Ausgangssituation und Handlungsbedarf.¹

Bevölkerungsentwicklung

Abbildung 2: Bevölkerungsentwicklung im Waldviertel zwischen 2009 und 2019



Quelle: Statistik Austria, Statistik des Bevölkerungsstandes. Erstellt am 12.02.2019. *) Vorläufige Ergebnisse. Eigene Darstellung der Wallenberger & Linhard Regionalberatung KG.

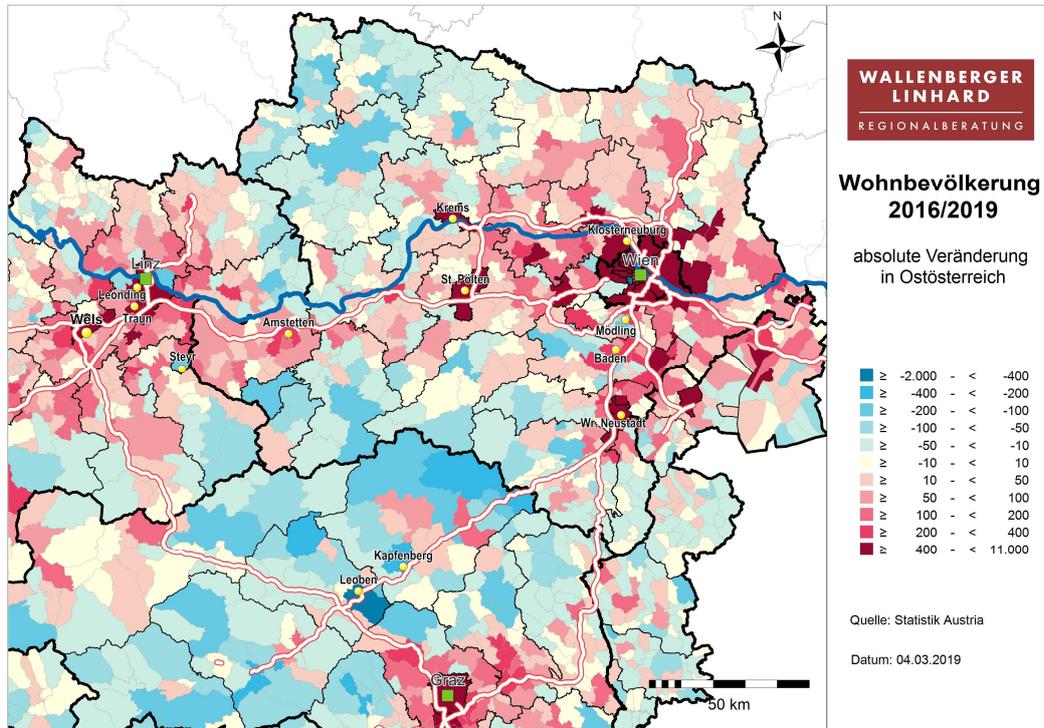
Tabelle 1: Bevölkerung im Waldviertel und den Bezirken zwischen 2015 und 2019

Bezirk, NUTS3 Region	Bevölkerung am 1.1.					Veränd. 2015 - 2019	Veränd. 2016 - 2019*)	NWS 31.10. 2016
	2015	2016	2017	2018	2019*)			
Krems Stadt	24.011	24.344	24.627	24.610	24.880	869	536	6.041
Gmünd	37.348	37.557	37.490	37.024	36.789	-559	-768	9.311
Horn	31.229	31.452	31.472	31.275	31.089	-140	-363	9.185
Krems (Land)	56.277	56.620	56.794	56.738	56.607	330	-13	12.117
Waidhofen/Th.	26.322	26.407	26.370	26.043	25.888	-434	-519	6.250
Zwettl	42.942	42.839	42.760	42.471	42.224	-718	-615	8.499
WALDVIERTEL	218.129	219.219	219.513	218.161	217.477	-652	-1.742	51.403

Quelle: Statistik Austria, Statistik des Bevölkerungsstandes. Erstellt am 12.02.2019. *) Vorläufige Ergebnisse. Abgestimmte Erwerbsstatistik 2016, Nebenwohnsitzfälle laut ZMR. Gebietsstand 2016.

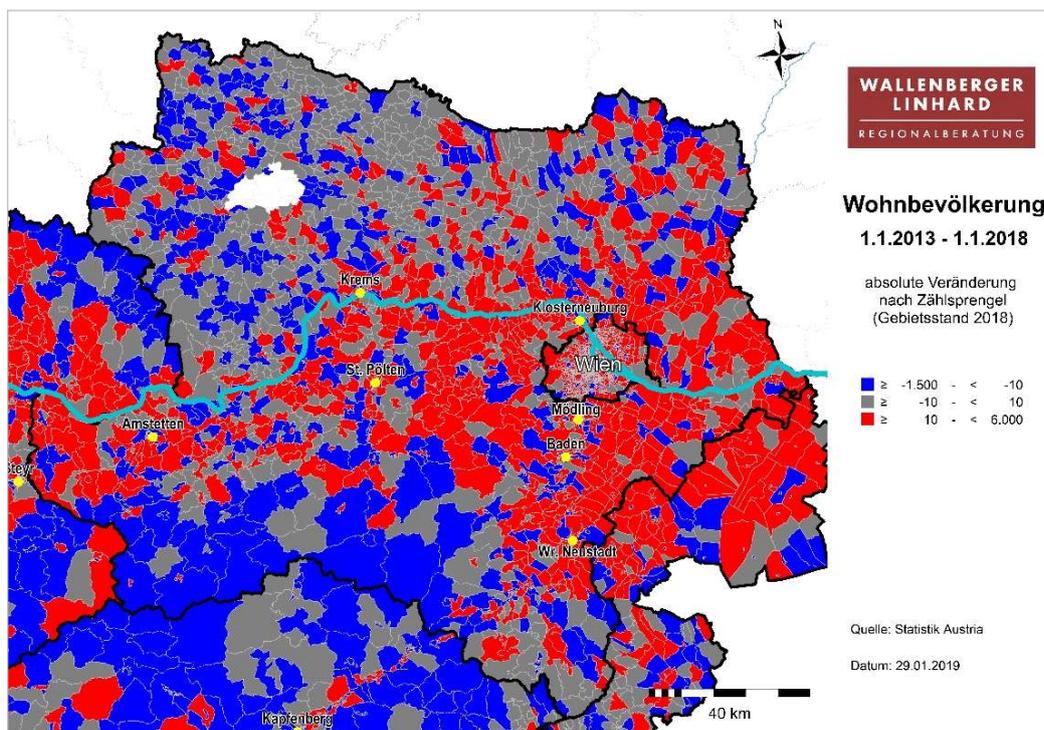
¹ Trotz sorgfältiger Prüfung des Inhalts kann für Richtigkeit, Vollständigkeit, Aktualität und Qualität der in diesem Datenprofil enthaltenen Informationen keine Gewähr übernommen werden.

Abbildung 3: Entwicklung der Bevölkerung in Ostösterreich zwischen 2016 und 2019



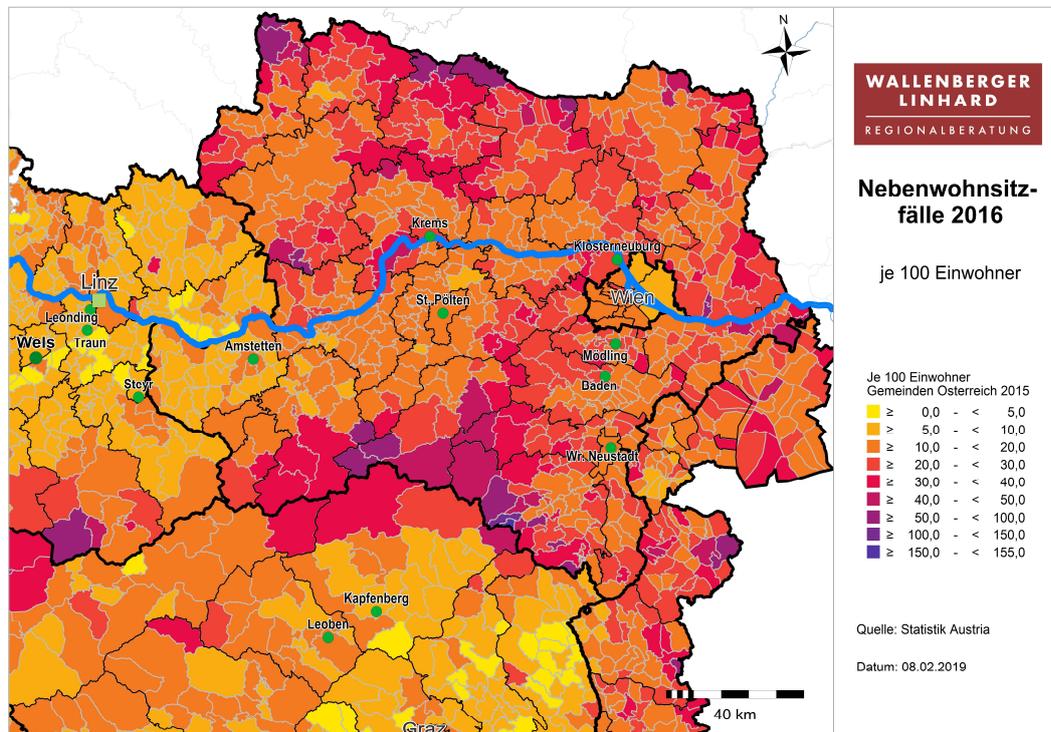
Quelle: Statistik Austria, Statistik des Bevölkerungsstandes. Erstellt am 12.02.2019. *) Vorläufige Ergebnisse. Eigene Darstellung der Wallenberger & Linhard Regionalberatung KG.

Abbildung 4: Absolute Bevölkerungsentwicklung in Niederösterreich 2013 bis 2018



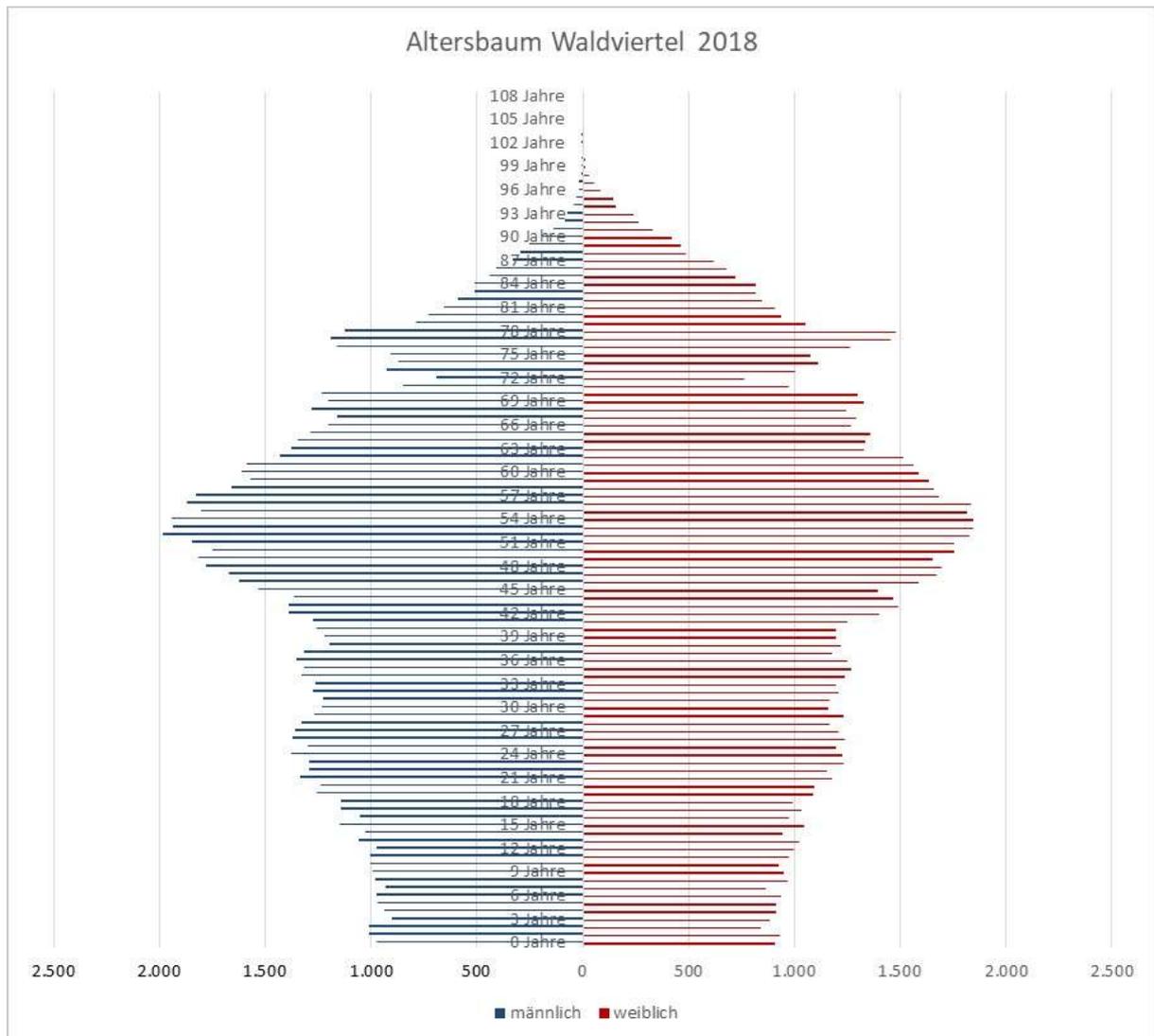
Quelle: Statistik Austria, Statistik des Bevölkerungsstandes. Erstellt am 17.05.2018. Eigene Darstellung der Wallenberger & Linhard Regionalberatung KG.

Abbildung 5: Nebenwohnsitzfälle 2016 je 100 Einwohner



Quelle: Statistik Austria, Abgestimmte Erwerbsstatistik 2016, Nebenwohnsitzfälle laut ZMR. Gebietsstand 2016.

Abbildung 6: Altersbaum des Waldviertels 2018



Quelle: Statistik Austria, Statistik des Bevölkerungsstandes. Erstellt am 17.05.2018.
Eigene Darstellung der Wallenberger & Linhard Regionalberatung KG.

Bevölkerungsprognose

Tabelle 2: ÖROK-Prognose 2018: Gesamtbevölkerung zu Jahresanfang 2018 bis 2050

Bezirk, NUTS3-Region	Prognosejahr					Veränderung 2018 - 2030
	2018	2020	2030	2040	2050	
Krems Stadt	24.610	24.835	25.811	26.419	26.850	1.201
Gmünd	37.024	36.739	35.563	34.531	33.539	-1.461
Horn	31.275	31.266	31.397	31.604	31.667	122
Krems(Land)	56.738	57.028	58.286	59.184	59.692	1.548
Melk	77.585	77.768	78.589	78.965	78.612	1.004
Waidhofen/Th.	26.043	25.806	25.065	24.516	23.864	-978
Zwettl	42.471	42.123	40.593	39.269	37.811	-1.878
Waldviertel	218.161	217.797	216.714	215.524	213.423	-1.447

Quelle: ÖROK-Regionalprognosen 2018 – Bevölkerung.

Bearbeitung: Statistik Austria, Statistik des Bevölkerungsstandes.

Tabelle 3: Vergleich der ÖROK-Prognosen 2006, 2014 und 2018 für das Waldviertel

ÖROK Prognose von	2006	2014	2018	Veränderung der Prognose 2014 zu 2018
Prognosejahr	2031	2030	2030	
Bevölkerung Waldviertel	212.004	214.960	216.714	+1.754

Quelle: ÖROK-Regionalprognosen 2006, 2014 und 2018 – Bevölkerung.

Bearbeitung: Statistik Austria, Statistik des Bevölkerungsstandes.

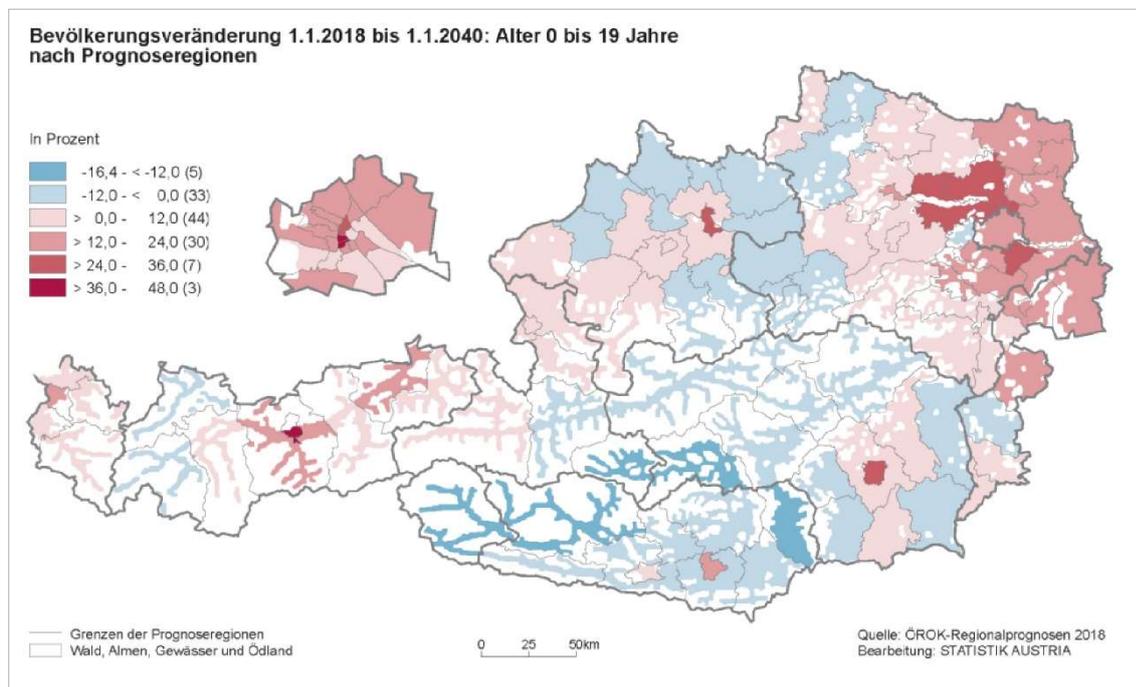
Tabelle 4: ÖROK-Prognose: Veränderung der Altersgruppen im Waldviertel 2018/2030

Waldviertel im Jahr	Altersgruppen				gesamt
	0 bis 19	20 bis 64	65 bis 84	85+	
2018	39.613	130.315	41.166	7.067	218.161
2020	39.351	129.273	41.848	7.326	217.797
2030	40.532	116.970	49.723	9.490	216.714
2018-2030	919	-13.345	8.557	2.423	-1.447

Quelle: ÖROK-Regionalprognosen 2018 – Bevölkerung.

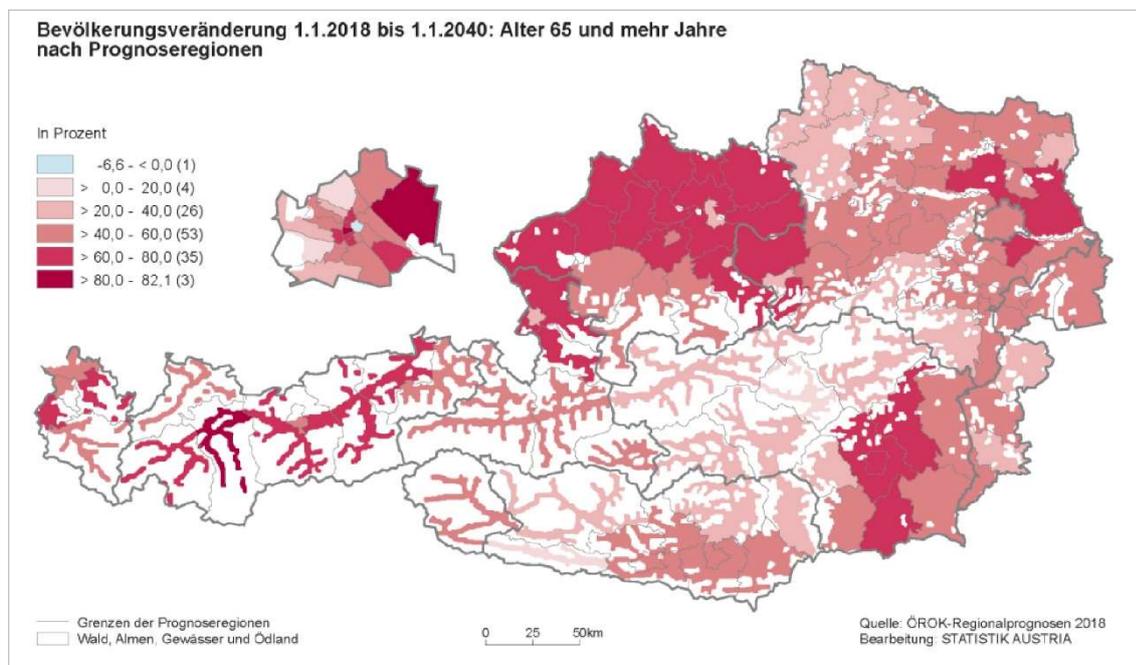
Bearbeitung: Statistik Austria, Statistik des Bevölkerungsstandes.

Abbildung 7: Veränderung 2018 bis 2040 der Bevölkerung im Alter bis 19 Jahren



Quelle: ÖROK-Regionalprognosen 2018 – Bevölkerung.
Bearbeitung: Statistik Austria, Statistik des Bevölkerungsstandes. Gebietsstand nach dem Inkrafttreten des Steiermärkischen Gemeindestrukturreformgesetzes (StGsrG).

Abbildung 8: Veränderung 2018 bis 2040 der Bevölkerung im Alter von 65 u.mehr Jahren



Quelle: ÖROK-Regionalprognosen 2018 – Bevölkerung.
Bearbeitung: Statistik Austria, Statistik des Bevölkerungsstandes. Gebietsstand nach dem Inkrafttreten des Steiermärkischen Gemeindestrukturreformgesetzes (StGsrG).

Bevölkerungsbewegung

Wanderungsbewegungen

Tabelle 5: Wanderungen im Waldviertel und in den Bezirken 2015 - 2017

Bezirk, NUTS3 Region		2015	2016	2017	2015 - 2017
Krems Stadt	Zuzüge	2.134	2.192	1.997	6.323
	Wegzüge	1.740	1.925	1.954	5.619
	SALDO	394	267	43	704
Gmünd	Zuzüge	1.470	1.266	1.007	3.743
	Wegzüge	1.015	1.140	1.221	3.376
	SALDO	455	126	-214	367
Horn	Zuzüge	1.255	1.148	1.022	3.425
	Wegzüge	856	982	1.098	2.936
	SALDO	399	166	-76	489
Krems (Land)	Zuzüge	2.108	1.967	1.801	5.876
	Wegzüge	1.731	1.783	1.830	5.344
	SALDO	377	184	-29	532
Waidhofen/Th.	Zuzüge	860	932	610	2.402
	Wegzüge	648	837	783	2.268
	SALDO	212	95	-173	134
Zwettl	Zuzüge	1.043	1.105	911	3.059
	Wegzüge	1.016	1.102	1.086	3.204
	SALDO	27	3	-175	-145
Waldviertel	Zuzüge	6.671	6.346	4.977	17.994
	Wegzüge	4.807	5.505	5.601	15.913
	SALDO	1.864	841	-624	2.081

Quelle: Statistik Austria, Wanderungsstatistik.

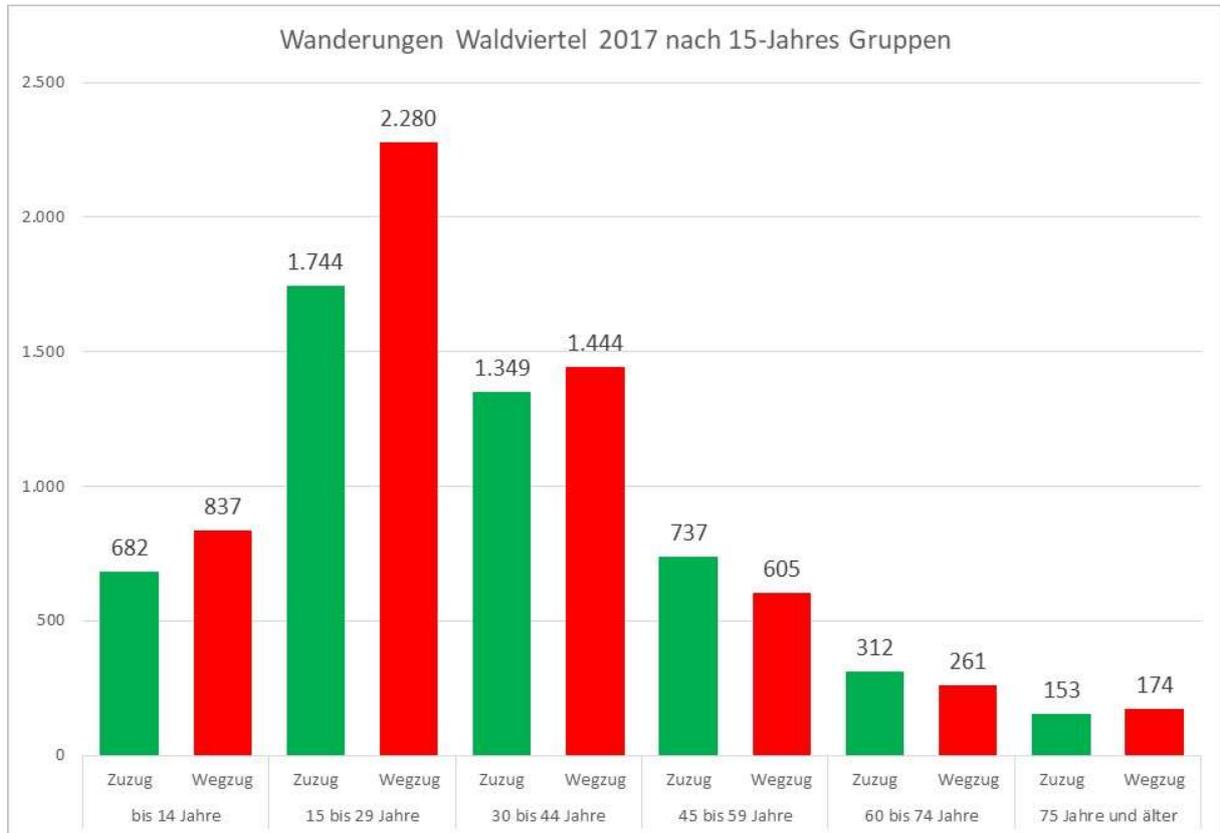
Tabelle 6: Wanderungen im W4 nach Herkunfts- u. Zielregionen zwischen 2015 und 2017

Herkunfts-/Zielregion (NUTS3)	2015 - 2017		
	Wegzüge	Zuzüge	Saldo
Mittelburgenland	15	11	-4
Nordburgenland	72	174	102
Südburgenland	32	29	-3
Mostviertel-Eisenwurzen	739	606	-133
Niederösterreich-Süd	482	562	80
Sankt Pölten	1.398	1.076	-322
<i>Waldviertel</i> *)	29.843	29.843	0
Weinviertel	715	749	34
Wiener Umland-Nordteil	1.271	1.235	-36
Wiener Umland-Südteil	432	605	173
Wien	5.002	4.301	-701
Klagenfurt-Villach	89	230	141
Oberkärnten	18	47	29
Unterkärnten	25	123	98
Graz	236	175	-61
Liezen	26	21	-5
Östl. Obersteiermark	49	148	99
Oststeiermark	74	71	-3
West- u. Südsteiermark	47	36	-11
Westl. Obersteiermark	30	21	-9
Innviertel	83	107	24
Linz-Wels	453	489	36
Mühlviertel	205	221	16
Steyr-Kirchdorf	106	66	-40
Traunviertel	104	321	217
Lungau	5	8	3
Pinzgau-Pongau	53	53	0
Salzburg u. Umgebung	173	299	126
Außerfern	1	3	2
Innsbruck	124	118	-6
Osttirol	19	14	-5
Tiroler Oberland	19	23	4
Tiroler Unterland	76	103	27
Bludenz-Bregenzener Wald	28	13	-15
Rheintal-Bodenseegebiet	73	68	-5
Inland (OHNE Waldviertel)	12.274	12.126	-148
Ausland insgesamt	3.639	5.868	2.229
In- und Ausland (OHNE WV)	15.913	17.994	2.081

Quelle: Statistik Austria, Wanderungsstatistik.

*) Binnenumzüge innerhalb der Region Waldviertel.

Abbildung 9: Wanderungen im Waldviertel nach Altersgruppen 2017



Quelle: Statistik Austria, Wanderungsstatistik 2017.
Eigene Darstellung der Wallenberger & Linhard Regionalberatung KG.

Tabelle 7: Top ausländische Zuzugsländer ins Waldviertel 2015 und 2017

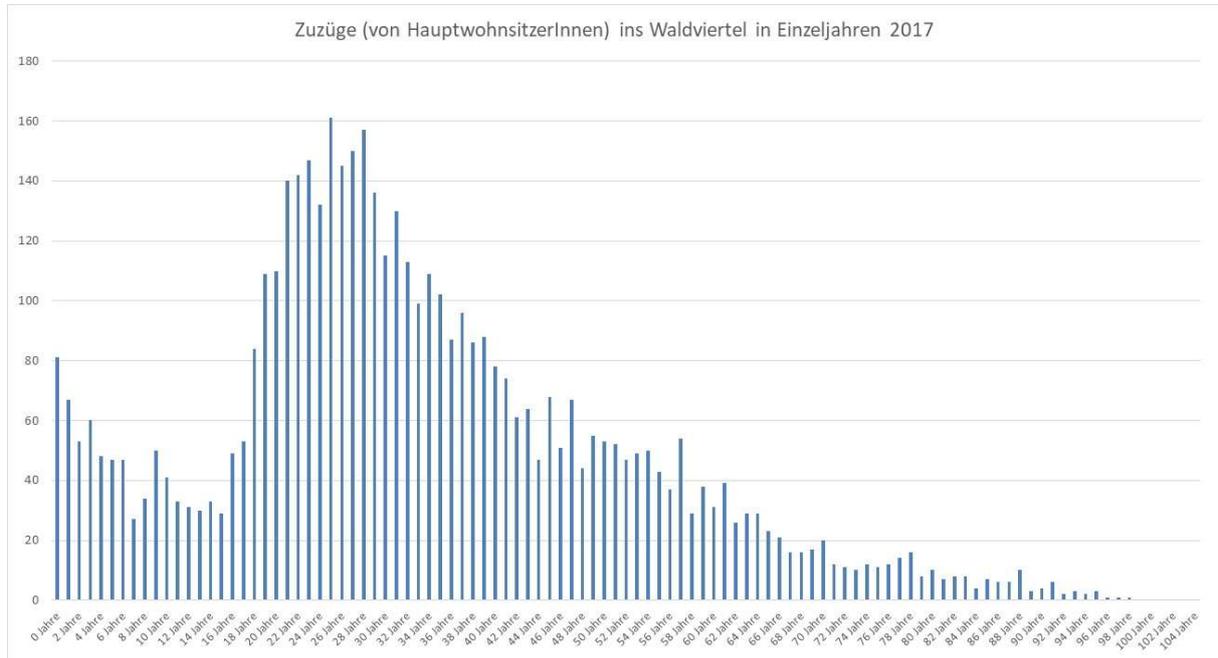
Platz	Land im Ausland	Zuzüge 2015	Land im Ausland	Zuzüge 2017
1	Syrien - Arabische Republik	559	Rumänien	358
2	Afghanistan	347	Deutschland	135
3	Irak	327	Syrien - Arabische Republik	77
4	Rumänien	319	Ungarn	73
5	Deutschland	128	Tschechische Republik	70
6	unbekannt	108	Slowakei	50
7	Tschechische Republik	104	Irak	35
8	Ungarn	88	Polen	32
9	Polen	77	Ukraine	32
10	Slowakei	54	Russische Föderation	26

Zum Vergleich kamen aus Wien...

Wien	1.529	Wien	1.296
------	-------	------	-------

Quelle: Statistik Austria, STATcube.

Abbildung 10: Zuzug ins Waldviertel in Einzeljahren am Beispiel des Jahres 2017



Quelle: Statistik Austria, Wanderungsstatistik 2017.
Eigene Darstellung der Wallenberger & Linhard Regionalberatung KG.

Natürliche Bevölkerungsbewegung

Tabelle 8: Geburten und Sterbefälle im Waldviertel und in den Bezirken 2015-2017

Bezirk, NUTS3-Region		2015	2016	2017	2015 - 2017
Krems Stadt	Geborene	209	258	256	723
	Gestorbene	278	250	312	840
	Saldo	-69	8	-56	-117
Gmünd	Geborene	274	305	291	870
	Gestorbene	521	492	541	1.554
	Saldo	-247	-187	-250	-684
Horn	Geborene	253	276	283	812
	Gestorbene	420	424	409	1.253
	Saldo	-167	-148	-126	-441
Krems (Land)	Geborene	483	486	496	1.465
	Gestorbene	523	492	528	1.543
	Saldo	-40	-6	-32	-78
Waidhofen/Th.	Geborene	225	242	208	675
	Gestorbene	348	377	360	1.085
	Saldo	-123	-135	-152	-410
Zwettl	Geborene	353	387	379	1.119
	Gestorbene	484	468	491	1.443
	Saldo	-131	-81	-112	-324
Waldviertel	Geborene	1.797	1.954	1.913	5.664
	Gestorbene	2.574	2.503	2.641	7.718
	Saldo	-777	-549	-728	-2.054

Quelle: Statistik Austria, Statistik des Bevölkerungsstandes, Statistik der natürlichen Bevölkerungsbewegung.

Wirtschaftsentwicklung

Tabelle 9: Überblick zur Erwerbsstatistik in den Waldviertler Bezirken 2016

Stadt/Bezirk	Erwerbstätigkeit		Bildung (15 Jahre und älter)		Pendler/-innen	Haushalte und Familien			Arbeitsstättenzählung		
	Erwerbstätigenquote der 15 bis 64-Jährigen	Arbeitslosenquote (15 Jahre und älter)	Anteil der Personen mit Sekundarabschluss	Anteil der Personen mit Tertiärabschluss		Zahl der Privathaushalte	durchschnittliche Haushaltsgröße (in Personen)	Zahl der Familien	Unternehmen	Arbeitsstätten	Beschäftigte in den Arbeitsstätten
Krems Stadt	65,9	8,8	57,6	15,4	45,2	11.790	2,00	6.429	1.852	2.383	19.184
Gmünd	71,4	7,4	61,3	6,7	64,2	16.562	2,24	10.590	2.644	3.111	16.674
Horn	73,5	4,9	65,2	9,1	64,6	13.518	2,30	8.929	2.726	3.205	14.847
Krems (Land)	76,1	4,1	65,0	10,6	72,5	23.553	2,39	16.546	4.874	5.341	17.647
Waidhofen/Th.	74,0	5,0	64,4	7,3	63,1	11.445	2,27	7.361	2.216	2.516	12.183
Zwettl	78,1	3,5	64,8	7,2	57,0	16.995	2,50	12.081	4.220	4.734	20.624

Quelle: Statistik Austria, Abgestimmte Erwerbsstatistik 2016, Arbeitsstättenzählung 2016, mit Stichtag 31.10.2016. Gebietsstand 2016. Erstellt am 19.09.2018.

Tabelle 10: Anzahl der Unternehmen im Waldviertel und unselbstständiger Beschäftigungsgrößen 2015

Region	Unternehmen				
	Keine unselbstständig Beschäftigten	1 - 9 unselbstständig Beschäftigte	10 - 49 unselbstständig Beschäftigte	50 - 249 unselbstständig Beschäftigte	250 und mehr unselbstständig Beschäftigte
NUTS 3 Waldviertel	12.279	5.070	924	149	25

Quelle: Arbeitsstättenzählung 2015.

Tabelle 11: Aktive Betriebsstandorte im W4 und in deren Bezirken 2012 und 2017

Tabelle 1/2

Bezirk, NUTS3-Region	Sparte	2012	2017	Veränderung 2012 - 2017
Krems Stadt	GESAMT	1.776	2.021	245
	Gewerbe u. Handwerk	661	854	193
	Industrie	26	15	-11
	Handel	709	729	20
	GKV	22	25	3
	Verkehr	76	85	9
	Tourismus	306	329	23
	Information	319	369	50
Gmünd	GESAMT	1.960	2.236	276
	Gewerbe u. Handwerk	856	1.150	294
	Industrie	65	50	-15
	Handel	817	851	34
	GKV	33	37	4
	Verkehr	80	92	12
	Tourismus	365	370	5
	Information	239	236	-3
Horn	GESAMT	1.931	2.347	416
	Gewerbe u. Handwerk	997	1.391	394
	Industrie	45	30	-15
	Handel	654	700	46
	GKV	32	34	2
	Verkehr	87	85	-2
	Tourismus	290	301	11
	Information	208	220	12
Krems (Land)	GESAMT	3.038	3.460	422
	Gewerbe u. Handwerk	1.516	1.823	307
	Industrie	53	31	-22
	Handel	1.036	1.150	114
	GKV	48	40	-8
	Verkehr	130	138	8
	Tourismus	446	509	63
	Information	412	442	30

Tabelle 2/2

Bezirk, NUTS3-Region	Sparte	2012	2017	Veränderung 2012 - 2017
Waidhofen/Th.	GESAMT	1.349	1.543	194
	Gewerbe u. Handwerk	622	808	186
	Industrie	41	31	-10
	Handel	586	608	22
	GKV	24	24	0
	Verkehr	66	64	-2
	Tourismus	196	219	23
	Information	160	162	2
Zwettl	GESAMT	2.354	2.829	475
	Gewerbe u. Handwerk	1.092	1.594	502
	Industrie	67	39	-28
	Handel	1.006	1.066	60
	GKV	49	48	-1
	Verkehr	158	160	2
	Tourismus	373	372	-1
	Information	241	288	47
Waldviertel	GESAMT	12.408	14.436	2.028
	Gewerbe u. Handwerk	5.744	7.620	1.876
	Industrie	297	196	-101
	Handel	4.808	5.104	296
	GKV	208	208	0
	Verkehr	597	624	27
	Tourismus	1.976	2.100	124
	Information	1.579	1.717	138

Quelle: WK NÖ.

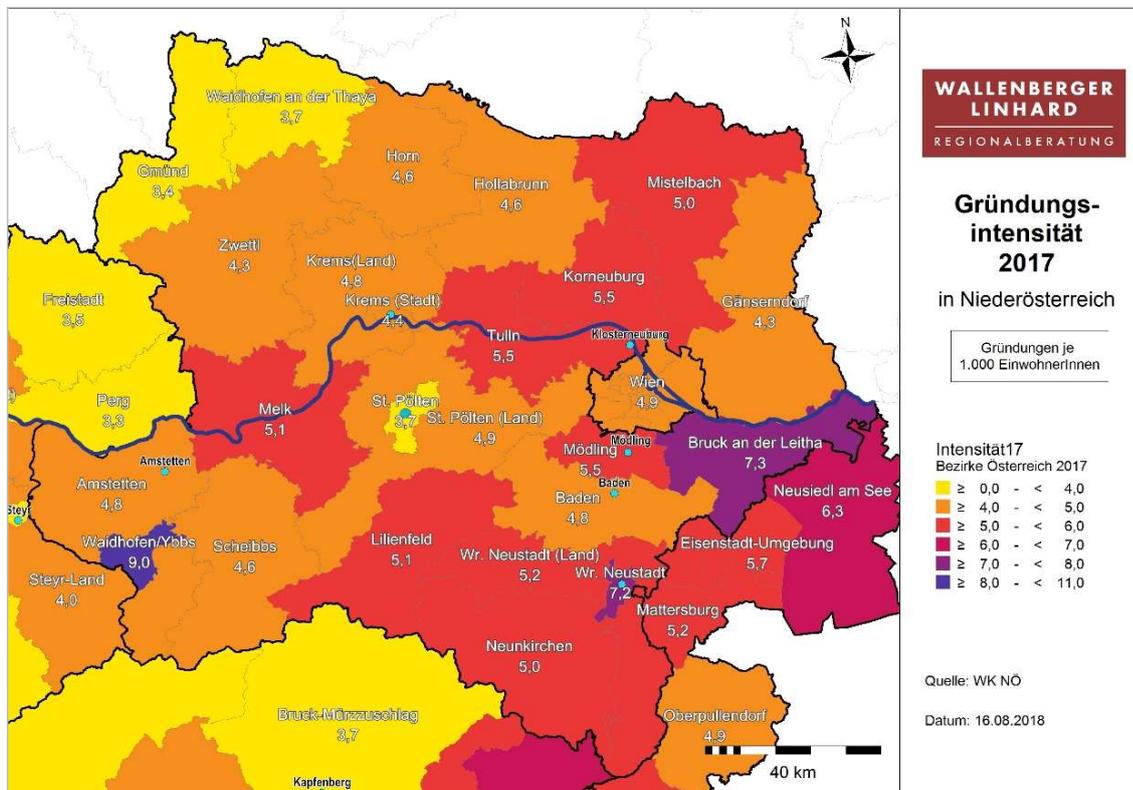
Tabelle 12: Unternehmensneugründungen und Gründungsintensität in den Waldviertler Bezirken 2012 und 2017

Bezirk; NUTS3-Region		2012	2017
Krems Stadt	Anzahl	/	109
	Gr.intensität *)	/	4,4
Gmünd	Anzahl	122	128
	Gr.intensität *)	3,2	3,4
Horn	Anzahl	156	146
	Gr.intensität *)	5	4,6
Krems (Land)	Anzahl	362	275
	Gr.intensität *)	4,5	4,8
Waidhofen/Thaya	Anzahl	87	98
	Gr.intensität *)	3,3	3,7
Zwettl	Anzahl	160	185
	Gr.intensität *)	3,7	4,3

Quelle: WKO, Gründungsstatistik.

*) Gründungen je 1.000 EinwohnerInnen; Statutarstädte früher in den Bezirken enthalten.

Abbildung 11: Gründungsintensität in Niederösterreich 2017



Quelle: WKO, Gründungsstatistik;

Gründungen je 1.000 EinwohnerInnen; Statutarstädte früher in den Bezirken enthalten.

Eigene Darstellung der Wallenberger & Linhard Regionalberatung KG.

Tabelle 13: Lohnsteuerstatistik der Arbeitnehmer in den W4 Bezirken 2010 und 2017

Stadt/ Bezirk		Arbeitnehmer und Arbeitnehmerinnen insgesamt							
		Fälle Brutto- bezüge	Brutto- bezüge 1.000 EUR	Ø Jahres- netto- einkommen (EUR)	Fälle Voll- zeitbesch.	Fälle Teil- zeitbesch.	Fälle Lohn- steuer	Lohnsteuer 1.000 EUR	Ø Jahres- lohn- steuer (EUR)
Krems Stadt	2010	10.845	317.159	20.405	7.652	2.961	8.779	47.048	4.338
	2017	11.590	370.960	19.844	7.471	3.937	9.628	52.490	2.498
Gmünd	2010	16.687	432.669	18.586	11.968	4.326	13.287	53.661	3.216
	2017	16.401	495.041	21.003	10.809	5.317	13.756	58.217	2.586
Horn	2010	14.114	383.118	19.318	10.025	3.784	11.207	50.142	3.553
	2017	14.270	452.828	21.567	9.290	4.666	12.058	57.092	2.621
Krems Land	2010	26.422	731.927	19.576	18.427	7.461	20.771	101.668	3.848
	2017	28.381	903.802	21.143	18.279	9.724	23.468	120.670	2.800
Waidhofen/T	2010	11.853	302.907	18.339	8.371	3.250	9.318	36.888	3.112
	2017	11.853	358.985	21.475	7.731	3.934	9.869	41.648	2.625
Zwettl	2010	19.892	494.357	17.914	13.923	5.560	15.504	58.529	2.942
	2017	19.918	587.988	20.741	12.820	6.811	16.553	67.220	2.498

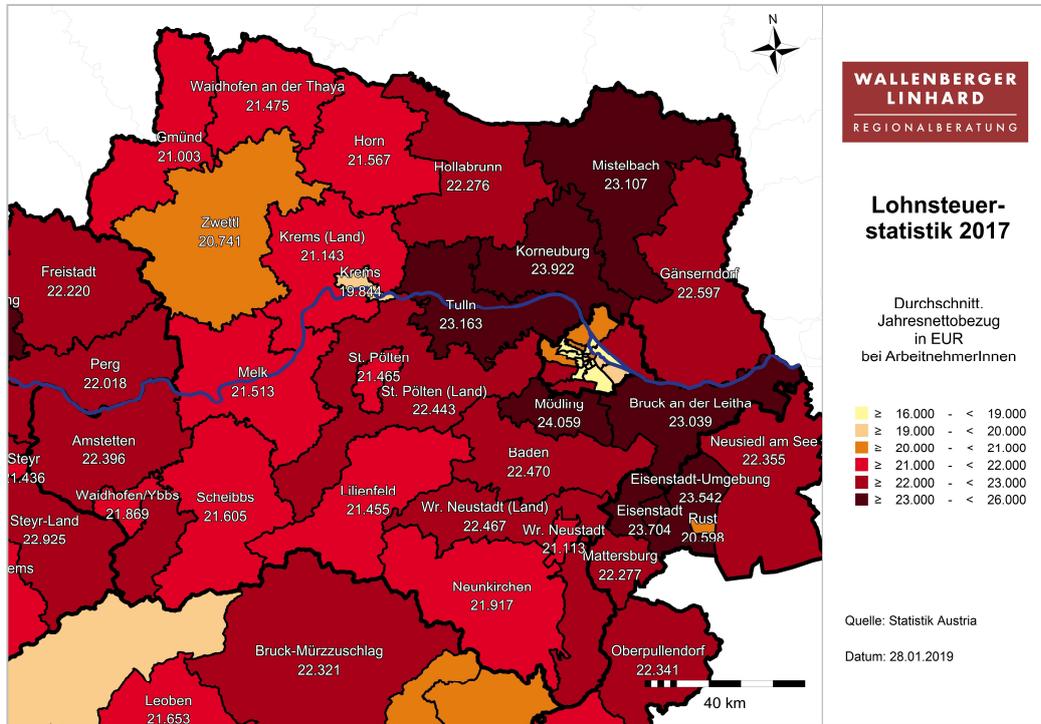
Quelle: Statistik Austria, Statistik der Lohnsteuer.

Tabelle 14: Lohnsteuerstatistik der Pensionisten in den W4 Bezirken 2010 und 2017

Stadt/ Bezirk		Pensionisten und Pensionistinnen insgesamt					
		Fälle Brutto- bezüge	Bruttobezüge 1.000 EUR	Ø Jahresnetto- einkommen (EUR)	Fälle Lohn- steuer	Lohnsteuer 1.000 EUR	Ø Jahres- lohnsteuer (EUR)
Krems Stadt	2010	6.606	150.798	18.408	4.404	20.710	3.135
	2017	6.911	177.170	19.467	4.919	23.592	3.455
Gmünd	2010	11.551	203.639	14.942	5.985	19.389	1.679
	2017	12.110	249.994	16.508	7.561	24.710	2.196
Horn	2010	8.937	171.001	15.991	5.298	18.247	2.042
	2017	9.594	214.365	17.927	6.586	23.453	2.460
Krems Land	2010	13.834	256.665	15.528	7.429	27.415	1.982
	2017	15.417	337.135	17.133	9.743	37.296	2.683
Waidhofen/T	2010	7.786	133.821	14.635	3.846	12.493	1.605
	2017	8.169	165.660	15.999	4.978	16.249	1.982
Zwettl	2010	11.122	178.980	13.808	4.669	15.454	1.390
	2017	12.103	229.553	14.901	6.346	20.839	2.155

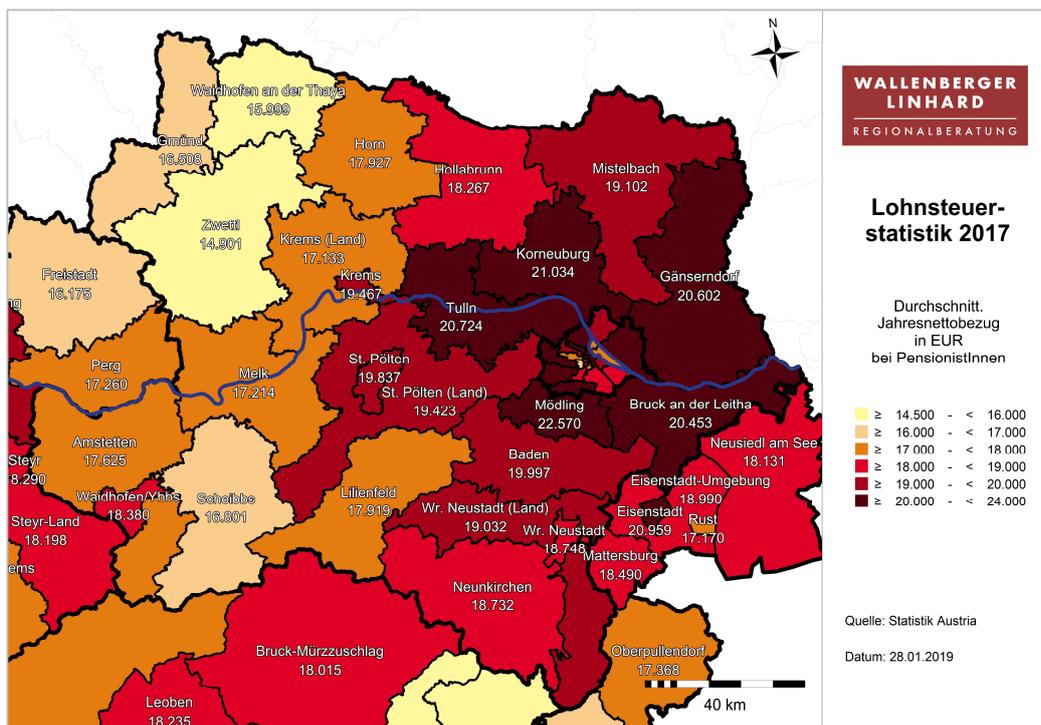
Quelle: Statistik Austria, Statistik der Lohnsteuer.

Abbildung 12: Durchschnittlicher Jahresnettoeinkommen in EUR bei Arbeitnehmer in NÖ 2017



Quelle: Statistik Austria, Statistik der Lohnsteuer.
Eigene Darstellung der Wallenberger & Linhard Regionalberatung KG.

Abbildung 13: Durchschnittlicher Jahresnettoeinkommen in EUR bei Pensionisten in NÖ 2017



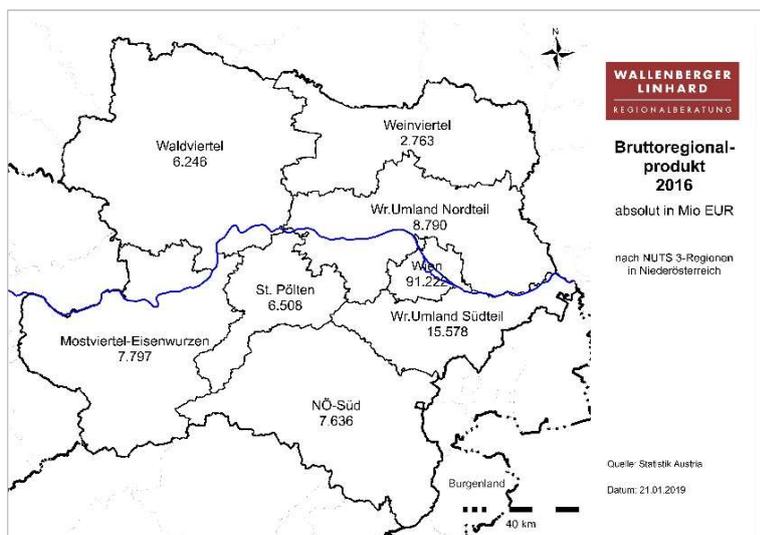
Quelle: Statistik Austria, Statistik der Lohnsteuer.
Eigene Darstellung der Wallenberger & Linhard Regionalberatung KG.

Tabelle 15: Bruttoregionalprodukt im Waldviertel 2006/2011/2016

NUTS3 Region Waldviertel	2006	2011	2016	Veränderung 2006 - 2016
Mio. EUR	4.690	5.466	6.246	+ 1.556
EUR je EinwohnerIn	21.100	24.900	28.400	+ 7.300

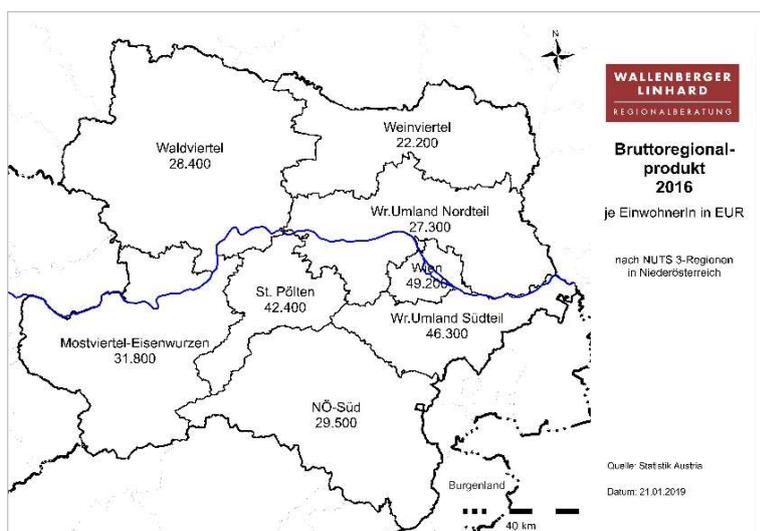
Quelle: Statistik Austria, Regionale Gesamtrechnungen. Erstellt am 4.12.2018.

Abbildung 14: Bruttoregionalprodukt absolut in Mio. EUR in NÖ 2016



Quelle: Statistik Austria, Regionale Gesamtrechnungen. Erstellt am 4.12.2018.
Eigene Darstellung der Wallenberger & Linhard Regionalberatung KG.

Abbildung 15: Bruttoregionalprodukt je EinwohnerIn in EUR in NÖ 2016



Quelle: Statistik Austria, Regionale Gesamtrechnungen. Erstellt am 4.12.2018.
Eigene Darstellung der Wallenberger & Linhard Regionalberatung KG.

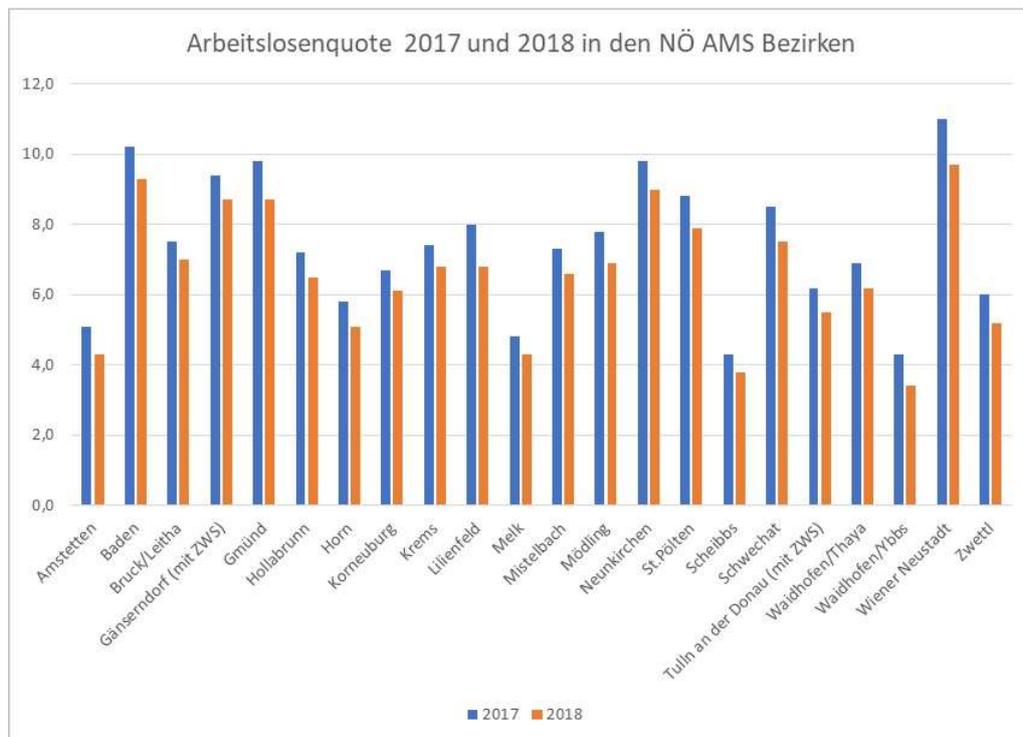
Tabelle 16: Vergleichsübersicht über die wichtigsten Arbeitsmarktdaten 2018

Regionale Geschäftsstelle AMS Bezirk	Stand an vorgemerkten Arbeitslosen 2018			Veränderung 2017/18		Arbeitslosen- quote	
	Gesamt	Frauen	Männer	abs.	%	2017	2018
Gmünd	1.337	571	766	-179	-11,8	9,8	8,7
Horn	653	272	381	-91	-12,3	5,8	5,1
Krems	2.411	1.073	1.338	-202	-7,7	7,4	6,8
Waidhofen/Thaya	668	284	384	-81	-10,8	6,9	6,2
Zwettl	938	355	583	-144	-13,3	6,0	5,2

Regionale Geschäftsstelle AMS Bezirk	50 Jahre und älter	Aus- länder	Offene Stellen	Offene Lehr stellen	Unselbstständig Beschäftigte 2018			Stellen andrang ziffer
					Gesamt	Frauen	Männer	
Gmünd	524	186	124	5	14.057	6.419	7.638	10,8
Horn	238	75	114	12	12.181	5.685	6.496	5,7
Krems	963	469	508	32	32.926	15.631	17.295	4,7
Waidhofen/Thaya	282	34	103	2	10.095	4.653	5.442	6,5
Zwettl	340	43	264	31	16.978	7.748	9.231	3,6

Quelle: AMS NÖ.

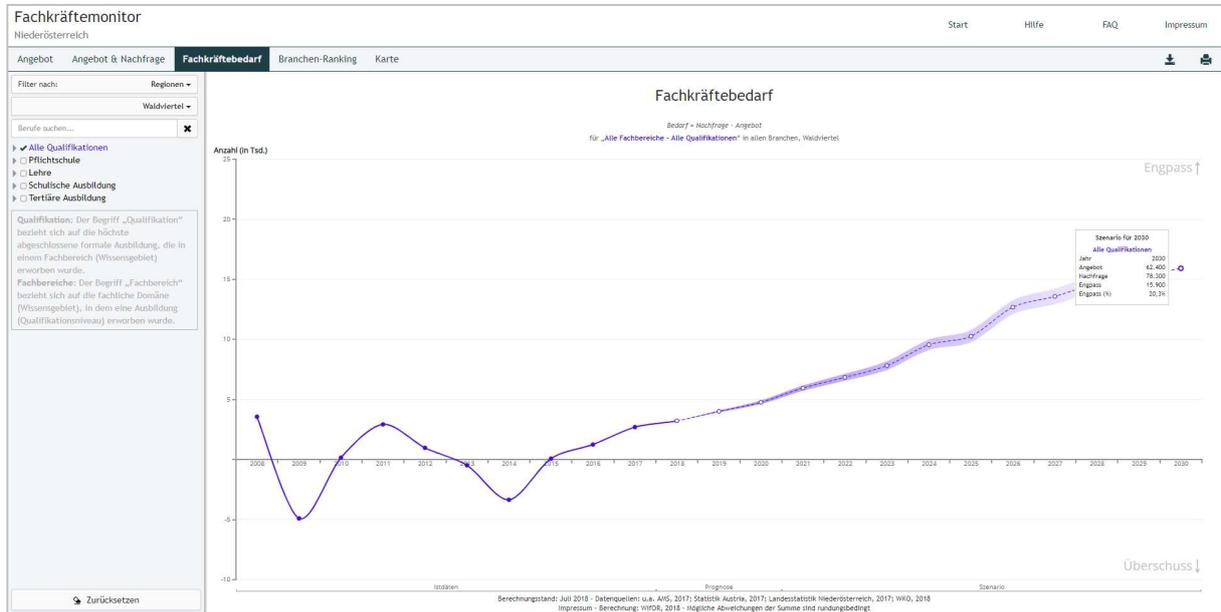
Abbildung 16: Arbeitslosenquoten in den AMS Bezirken Niederösterreichs 2017 und 2018



Quelle: AMS NÖ. Eigene Darstellung Wallenberger & Linhard Regionalberatung KG.

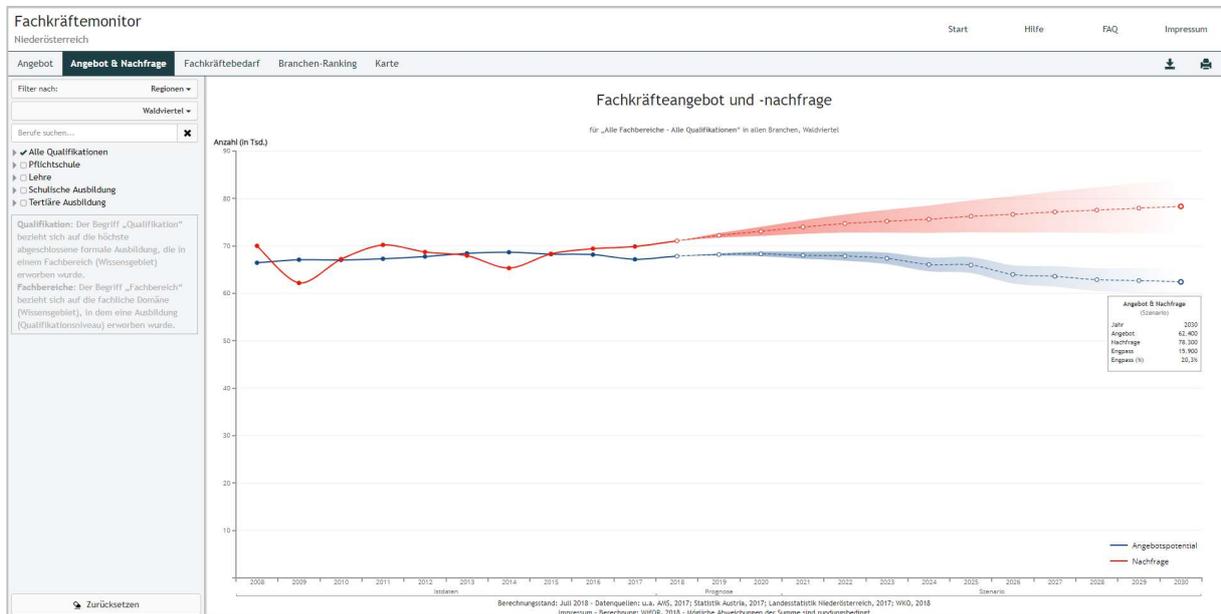


Abbildung 17: Fachkräftebedarf im Waldviertel bis 2030



Quelle: <http://fachkraefte-noe.at>

Abbildung 18: Fachkräfteangebot und -nachfrage im Waldviertel bis 2030



Quelle: <http://fachkraefte-noe.at>

Immobilienpreise im Vergleich – ein Überblick

Tabelle 17: Immobilienpreise in NÖ 2014

	Grundstücke für freistehende Einfamilienhäuser (600 - 800m²)	Miete (frei vereinbarter Mietzins)	Einfamilienhäuser
Bezirk	Preis in Euro pro m² 2014	Preis in Euro pro m² 2014	Preis in Euro pro m² 2014
<i>Industrieviertel</i>			
Baden	263	7,2	2.001
Bruck an der Leitha	107	7,1	1.523
Mödling	377	8,8	3.050
Neunkirchen	84	5,5	1.236
Wr. Neustadt (Stadt)	133	7,2	1.505
Wr. Neustadt (Land)	104	5,8	1.343
Wien-Umgebung	315	9,1	2.533
<i>Mostviertel</i>			
Amstetten	84	6,2	1.350
Melk	66	5,4	1.368
Scheibbs	55	5,6	1.247
Waidhofen a.d.Ybbs	101	5,4	1.250
<i>Waldviertel</i>			
Gmünd	31	4,4	1.033
Horn	44	3,9	1.063
Waidhofen a.d.Thaya	28	3,7	950
Zwettl	68	5,0	1.150
<i>Weinviertel</i>			
Gänserndorf	115	6,1	1.713
Hollabrunn	87	6,4	1.450
Korneburg	224	7,1	1.592
Mistelbach	90	5,3	1.395
<i>Zentralraum</i>			
Krems (Stadt)	269	8,0	1.567
Krems (Land)	94	5,4	1.350
Lilienfeld	45	4,1	1.150
St. Pölten (Stadt)	103	6,5	1.762
St. Pölten (Land)	81	5,9	1.350
Tulln	200	8,9	1.893

Quelle: WKO Immobilienpreisspiegel 2015, Berechnungen AK NÖ "Meine Region Waldviertel" 2015

Zusammenfassung & Schlussfolgerungen der Datenanalyse

Am 1.1.2019 hatten **217.477 Menschen** ihren Hauptwohnsitz in der NUTS 3 Region Waldviertel. Weitere 51.403² hatten in der Region einen Nebenwohnsitz gemeldet. Diese scheinen zwar nicht in der Statistik zur Bevölkerungsentwicklung auf, sind aber ein weiteres, großes Potenzial für die Region.

17.994 Personen haben zwischen 2015 und 2017³ ihren **Hauptwohnsitz** im Waldviertel neu **begründet**. 5.664 Kinder wurden in dieser Zeit geboren.

Demgegenüber sind 15.913 Menschen aus dem Waldviertel weggezogen. 7.718 sind verstorben.

Somit wurden in dieser Zeit um **2.081 mehr Zuzüge** als Wegzüge gezählt sowie **2.054 mehr Sterbefälle** als Geburten.

★ Für die Gesamtentwicklung der Bevölkerung bedeutet das, dass die positive Wanderungsbilanz die negative Geburtenbilanz im Waldviertel (noch) nicht ausgleichen konnte.

Die größte Gruppe der zuziehenden Menschen waren zwischen 25 und 29 Jahre alt. Viele von ihnen bringen Kinder zwischen 0 und 6 Jahren mit. Diese sogenannte **positive Haftungswanderung** ist sehr erfreulich. Sie zeichnet sich bereits im Altersbaum ab. Die Altersgruppe der jungen Menschen bildet ein gutes Fundament für die Zukunft der Region. Die aktuelle ÖROK-Prognose sagt bis 2030 einen **Anstieg der 0 – 19-jährigen** im Waldviertel von +919 voraus.

Ein weiterer positiver Aspekt sind die **29.843 Umzüge innerhalb** der Region zwischen 2015 und 2017. Diese deuten auf vermehrtes **Bleiben der regionalen Bevölkerung** hin und sprechen für einen **Imagewandel**.

Die **Wanderungsbilanz** war in Summe zwischen 2015 und 2017 in jedem Bezirk, außer Zwettl, positiv.

Betrachtet man die Einzeljahre, war die Bilanz im Jahr **2017 in jedem Bezirk negativ**.

Asylmigration und die damit zusammenhängende Unterbringung der Asylsuchenden in den Jahren 2015 und 2016 und in Folge das „Weiterziehen“ in die Zentralräume, spielen in den Ergebnissen eine Rolle.

Die **Ergebnisse der Datenanalyse** für die Projektphase 2016 bis 2018 (vor allem der beiden für das Projekt relevanten Schlüsselzahlen ‚Bevölkerungsentwicklung gesamt‘ und ‚Wanderungsstatistik‘) müssen daher hinsichtlich der großen **Flüchtlingswelle**, die Österreich **Ende 2015** erlebte, interpretiert werden.

Die negative Wanderungsbilanz 2017 ist auch darauf zurückzuführen, dass es **nicht gelungen** ist, Migrantinnen und Migranten **erfolgreich zu integrieren** und in der Region zu halten. (Hinweis: Ballungsräume wie Wien und Linz verzeichnen ihren hohen Bevölkerungszuwachs vor allem durch Wanderungsgewinn aus dem Ausland sowie einer positiven Geburtenbilanz, die ebenfalls durch Migration zustande kommt.)

² Stand 2016

³ Stichtag jeweils 31.10.

Das Zusammenspiel von natürlicher Bevölkerungsbewegung (= Geburten und Sterbefälle) und Wanderungsbewegung ergab zwischen 1.1.2016 und 1.1.2019⁴ ein **Minus von 1.742** HauptwohnsitzerInnen in der NUTS3-Region Waldviertel. Die Gesamtbevölkerung schrumpfte von 219.219 auf 217.477.

★ Die Bevölkerungsentwicklung muss stabilisiert werden, indem konsequent daran gearbeitet wird, den Zuzug ins Waldviertel zu verstärken und die Abwanderung abzuflachen. Wohnstandortmarketing muss daher kommunales und regionales Kernthema bleiben.

Es ist nicht messbar, wie sich die Region OHNE dem Projekt „Wohnen im Waldviertel“ entwickelt hätte. Fest steht jedoch, dass die **Umsetzung von Projekten** im Bereich Wohnstandortentwicklung und -vermarktung überaus **wichtig** bleibt.

Der Verein Interkomm wird weiterhin an der Neupositionierung der Region arbeiten und dafür verschiedenste Werbemittel einsetzen, um das Bild des Waldviertels ebenso positiv zu prägen.

Für einen Wohnstandort gilt dasselbe wie für eine Urlaubsdestination, ein Unternehmen oder ein spezielles Produkt. Um an **Bekanntheit** zu **gewinnen**, muss kontinuierlich Werbung gemacht werden. Nur so können Menschen für die Region begeistert werden und zum Zuzug, zur Rückkehr oder zum Bleiben bewegt werden.

★ Imagekorrektur und Neupositionierung sind langjährige Aufgaben und brauchen eine professionelle Umsetzung.

Den Zuzug zu fördern und die Abwanderung zu bremsen, wird in Zeiten des **Fachkräftemangels** noch wichtiger!

In 11 Jahren gibt es in der NUT3-Region laut ÖROK Prognose 13.000 Menschen weniger im erwerbsfähigen Alter (zwischen 20 und 64 Jahre alt). Der Fachkräftemonitor NÖ spricht von einem Fachkräftebedarf von **16.000 Menschen** für das Waldviertel im Jahr 2030. Dieser Prozess hat schon begonnen, Arbeitskräfte fehlen! Ein Beispiel: Das Lagerhaus Zwettl hat bereits jetzt 30 Jobs ausgeschrieben.

Damit die Betriebe genügend Arbeitskräfte finden und am Standort bleiben können, aber auch, damit die Schulen genügend Kinder und Jugendliche haben, die Geschäfte Kunden und die Vereine Mitglieder haben, DAFÜR arbeiten die 56 Gemeinden und ihre Partner unter der Marke „Wohnen im Waldviertel – Wo das Leben neu beginnt.“ eng zusammen.

⁴ vorläufige Zahlen

Werbe- und Imagekampagne

ZIEL 1: ZUZUG INDUZIEREN – ABWANDERUNG BREMSEN

Forschungsfrage: Wie wird eine Region am Markt als Wohnstandort auffindbar und als wettbewerbsfähig wahrgenommen?

Mit dem Ziel einer Imagekorrektur und Neupositionierung der Region Waldviertel (nach dem Wegfall des Eisernen Vorhanges und der damit verbundenen Veränderungen) als attraktiver Wohnstandort, setzte der Verein Interkomm eine professionelle **Werbe- und Imagekampagne** unter der **Marke** „Wohnen im Waldviertel – Wo das Leben neu beginnt“ um. So sollten Menschen für das Waldviertel begeistert und zum Zuzug, zur Rückkehr oder zum Bleiben bewegt werden.

★ Alle Aktivitäten hatten den Zweck, gegen die alten Bilder der Region anzukämpfen, als Wohnstandort aufzufallen, sichtbar und auffindbar zu sein und damit in die Standortwahl von Wohnraumsuchenden einbezogen zu werden.

Damit es gelingen konnte, den Wohnstandort Waldviertel attraktiv zu positionieren und zielgruppenorientiert zu bewerben, wurde **crossmediale Kommunikation** mit einem Mix von verschiedenen Kanälen eingesetzt.

So konnten selbst mit einem mäßigen Werbebudget Menschen in unterschiedlichen Lebensphasen in den Zielmärkten Wien, Linz und Waldviertel erreicht werden.

Neben den Waldviertlerinnen und Waldviertlern selbst wurden vor allem junge Familien mit Kindern sowie Menschen, die nach vielen Jahren in der Stadt nach einer Veränderung suchen, angesprochen.

Die **Zielmärkte** wurden aufgrund der bereits vorherrschenden Nachfrage nach den Vorteilen des Lebensraumes Waldviertel **definiert** und eingegrenzt. So konnten teure, wenig effektive **Streuverluste vermieden** werden.

Die Werbelinie

IMAGEWERBUNG BEWEGT

Im Rahmen der Image- und Werbekampagne für das Waldviertel arbeitete der Verein Interkomm mit genau überlegten Botschaften und Bildmaterial, um **Emotionen** zu **erzeugen** und **Menschen** in bestimmten Lebensphasen zu **erreichen**.

Es wurden Themen angesprochen wie beispielsweise das behütete Aufwachsen von Kindern, die Qualität der Schulen am Land, hitzegeplagte Sommer oder wenig Platz zum Wohnen in den Großstädten. In seiner Kommunikation konzentrierte sich der Verein darauf, die konkreten **Vorteile** des Wohnens im Waldviertel **hervorstreichend**, ohne dabei andere Standorte offensiv in ein schlechtes Licht zu rücken.

★ Visuelle Berührungspunkte sind für ein positives Image einer Region wichtig, denn sie bestimmen die erste Wahrnehmung und legen fest, ob ein Betrachter ein positives, neutrales oder negatives Bild einer Region hat. Deshalb haben selbst Formatierungen, Design und Bildsprache einen nicht zu unterschätzenden Stellenwert im Wohnstandortmarketing.

Kreativ-Workshop mit SU GPK

28. April 2016

09:00 – 14:00 Uhr

1030 Wien

Ende April 2016 arbeiteten GU und SU an einen umfassenden **Check der Werbelinie, Botschaften und Trends**. Nach der Reflektion wurden neue Schwerpunkte für die Kommunikation der kommenden Monate herausgearbeitet.

BLITZLICHTER AUS DEN ERGEBNISSEN

Es brauchte ein Update für die Werbelinie, sowohl nach innen als nach außen. Eine Auffrischung, die auf den ersten Blick wahrgenommen wird, sich aber im Rahmen der bestehenden Gesamtlinie bewegt.

Nach dem Motto „Es wurde etwas bewegt - wir haben viel erreicht“ sollte ein motiviertes „Und jetzt geht es weiter!“ vermittelt werden.

Das Layout sollte nicht gänzlich neu gemacht, sondern aufgefrischt und mit der neuen Bildwelt (divers digital, Selfies etc.) bestückt werden.

In den bisherigen Projektjahren stand alles im Zeichen des AUFBRUCHES (Flucht aus der Stadt, das Waldviertel ist besser, schöner, dort geht es uns gut, Wohlfühlen, Stimmung machen, auch innerhalb der Region, 56 Gemeinden - ein gemeinsames Ziel).

2016 hatten sich die Motive verändert. Menschen waren auf der Suche nach SICHERHEIT, INTAKTHEIT, GEBORGENHEIT, haben EXISTENZÄNGSTE. Dafür mussten substanziellere und auch existenziellere Botschaften kommuniziert werden.

Wichtig dabei: „managing expectations“, d.h. „Wir sind nicht die Lösung“, sondern „Wir verstehen dein Problem“.

KINDER/FAMILIE/ARBEIT waren nun ein noch größeres Thema als bisher: Da wo mein Kind sicher aufwachsen kann, wo mein Kind einmal echte Arbeit finden kann, wo es in eine gute Schule gehen kann.

Auch KLIMAWANDEL, Wärme, Sonne hatten mittlerweile einen anderen Kontext: Die Holländer „flüchten“ aus dem Norden aufgrund des Klimawandels („Der Norden ist auch nicht mehr das, was er mal war.“) Was damals als kalt empfunden wurde, war jetzt angenehm kühl oder frisch.

Mit 2016 war „Wohnen im Waldviertel“ nun in der Offensive, weil gemeinsam vieles geschafft wurde: „Wir sind Pioniere!“

WILLKOMMEN für alle, die das Waldviertel lieben. Für die ist es der richtige Ort. („Das Waldviertel ist nicht nur eine Region, das Waldviertel ist eine Haltung!“ - J. Wallenberger)

Falsche Botschaft: „Es sind alle willkommen, die kommen möchten.“

Bessere Botschaften: „Kommt, weil es bei uns besonders ist. Im Waldviertel finde ich etwas » Mein Wahlviertel – mein Waldviertel. Einen besseren Platz für unsere Familie finde ich nicht.“

Nicht mehr: Das Leben genießen. » Sondern: Das Leben leben KÖNNEN. Im Waldviertel.

Ziel war es, innerhalb der Werbemaßnahmen, auf der Webseite und über Social Media noch mehr mit EMOTIONEN zu arbeiten! Die Menschen sollten sich für das Waldviertel interessieren und die Region immer „auf ihrem Radar haben“.

Refreshing Werbelinie

7. März 2017

2017 wurde das Corporate Design (CD) von „Wohnen im Waldviertel“ überarbeitet und aufgefrischt. Das Refreshing war am 7. März 2017 abgeschlossen.

Das neue Designelement, ein weißer Rahmen in Form und Neigung des grünen Waldviertel-Logo-Quadrats, rückte die Botschaften von „Wohnen im Waldviertel“ nun noch besser in den Mittelpunkt.

Es wurde nur noch das satte CD-Gelb ohne Zwischentöne verwendet, welches vom weißen Rahmen und den Imagebildern unterbrochen wird. Die Layouts wurden noch klarer, frischer und moderner.

Es gab die Möglichkeit mit einem größeren Imagebild zu arbeiten und zusätzlich mit einer Bilderleiste. Die Bilder waren abgestimmt auf die Headline bzw. auf das Thema des Inserates. Die Bildleiste war etwas reduzierter als bisher, die Themenschwerpunkte konnten dennoch gut untergebracht werden. Die neue Bildsprache mit Mut zu Emotionen wirkt frischer, klarer, emotionaler und frecher. Mehr Grüntöne, mehr Blau, sattere Farben, mehr Weißräume.

Kreativ-Workshop mit Kommunikationsexperte Günter Kienpointner

24. Juli 2018

10:00 – 15:00 Uhr

Büro Horn

Für ein umfassendes Monitoring der Image- und Werbekampagne von „Wohnen im Waldviertel“ wurde ein Kreativ-Workshop mit Günter Kienpointner (SU) durchgeführt.

Zur Vorbereitung erhielt er ein schriftliches Briefing mit einem aktuellen Überblick zu den Projektaktivitäten. Darin enthalten:

- .) Kurzer Überblick zu den Projektphasen und teilnehmenden Gemeinden
- .) Statistik zum Waldviertel: Bevölkerungsstand und -bewegung
- .) Ansicht Design Relaunch 2017
- .) Nicht nur „Wohnen“, sondern Schwerpunktsetzung „Wohnen. Arbeiten. Leben.“ gewinnt immer mehr an Bedeutung:
 - Anzahl Immobilien vs. Anzahl Jobs im Waldviertel
 - Zu wenig verfügbarer Leerstand (Service ‚Kostenlos inserieren‘)
 - Großes Angebot an Baugründen: Thema „Bauen im Waldviertel“ (Partnerschaften z.B. mit Fertigteilhaushersteller HARTL HAUS und immobilienScout24.at)
- .) Wichtigste Aktivitäten der letzten Zeit
 - 13. „Wohnen im Waldviertel“-Journal mit Mediaprint als Wochenendbeilage in Kurier und Kronenzeitung
 - Empfehlungsmarketing Botschaftermodell
 - Mundpropaganda im Internet: Facebook Aktivitäten
 - Sichtbarkeit und Auffindbarkeit im Netz (Google Marketing)
 - Schwerpunkt Bewegtbilder: Erklärvideo und Kurz-Clips zu den Standortvorteilen

- Voneinander lernen: großer Gemeindegewinn
- Bewerbung der Einzelgemeinden: Herausarbeiten von Alleinstellungsmerkmalen vor Ort in den Gemeinden

.) Imagekorrektur

- Negativ-Presse am Jahresanfang (inkl. Studie von Pöchlhammer Innovation Consulting GmbH „Zukunftsranking der österreichischen Bezirke“)
- Positive Berichterstattungen: „Fake news“-Artikel (1 ganze Seite in der Kronenzeitung), Beitrag im ORF2 am 15. April 2018
- Das Waldviertel in Zahlen (Inserat für NÖN Waldviertel, „Wohnen im Waldviertel“-Journal und Gemeindenachrichten April und Mai 2018)

Im Workshop wurden relevante **Entwicklungen und Trends** bearbeitet wie:

- „wenig verfügbarer Leerstand“ → Thema „Baugrund und Bauen“ verstärken
- „Fachkräftebedarf“ → das Thema „Arbeiten im Waldviertel“ verstärkt in die Bewerbung aufnehmen, um Abwanderung aufgrund von vermeintlich fehlenden Jobs abzubremsen und um Zuzug von Fachkräften zu generieren
- Diskussion rund um die „Europaspange“ und ihren Einfluss auf Projekt und Region
- „Landlust vs. Stadtfrust“ → Fragen eruieren, die die Menschen aus der Stadt treiben und die die Menschen vom Land fernhalten; anschließend Antworten darauf formulieren und kommunizieren!
- Potenzial Zielgruppe 45+

WOHNRAUM VS. WOHNSTANDORT

Ein für den weiteren Verlauf des Projektes wichtiges Feedback war der Eindruck von G. Kienpointner, dass die anfängliche Intention, eine **Imagekampagne** für das Waldviertel umzusetzen, scheinbar etwas **in den Hintergrund** getreten ist.

Von außen wirkte „Wohnen im Waldviertel“ – und im Speziellen die Webseite www.wohnen-im-waldviertel.at – für ihn mehr wie eine „**Immobilien-Aktion**“ als eine „**Identitäts-Aktion**“. Auf der Webseite war für ihn nicht ersichtlich, ob hier Gemeinden oder nicht doch Makler hinter der Aktion stehen („Noch so eine Immobilien-Plattform“).

Zusammengefasst: „Zu viel Wohnraum, zu wenig Lebensraum!“

Bzw. „Zu viel Immobilie, zu wenig Identität.“

→ Werbeaktivitäten wieder mehr auf den Fokus Imagebildung/-korrektur ausrichten

→ Bereits in Arbeit und daher als gut bewertet: neue, vorgelagerte Startseite mit Fokus auf alle drei Schwerpunkte: Wohnen, Arbeiten und Leben

WO DAS LEBEN NEU BEGINNT.

Die Frage wurde bearbeitet, ob der **Claim** nach 10 Jahren erneuert werden muss oder noch passfähig ist.

Da das Waldviertel nach wie vor oftmals als „tote Gegend“ dargestellt wird (Norden, kalt, tot, oben) und die Initiative dem gegenüber „den Beginn des Lebens“ stellt, ist der Claim aus Sicht des Experten nach wie vor sehr gut einsetzbar und bleibt **zentrales Versprechen** innerhalb der Imagekampagne.

Außerdem muss der Claim als Klammer gesehen werden, innerhalb derer konkrete Botschaften (Headlines) untergebracht werden können.

AKTIVITÄTEN UND PARTNER

Im Anschluss wurden über neue Werbe-Aktivitäten und mögliche neue Partner diskutiert. Ö3-Radio-Werbung, Kino-Werbung, ORF online, Backlinks von Partnern und Botschaftern und ein Buch mit dem Titel „Entdeckungen fürs Leben“ wurden überlegt.

Ausrichtungen im Wohnstandortmarketing

VERTRAUEN UND AUTHENTIZITÄT ALS WICHTIGER ECKPFEILER

Das Vertrauen von Standortsuchenden ist mehr wert als manchen Regionsvertretern bewusst ist. Denn dieses Vertrauen entscheidet darüber, ob eine Standortentscheidung zugunsten der Region getroffen wird, eine Empfehlung ausgesprochen oder Infrastruktur genutzt wird. Deshalb setzte der Verein Interkomm viel daran, das **Vertrauen** der Menschen **ins Waldviertel** zu **stärken**.

Dabei ging es unter anderem auch um klare Kommunikation. Die Vorteile des Wohnstandortes Waldviertel wurden ehrlich und mit Fakten hinterlegt beschrieben. Nachteile bzw. Unterscheidungen zu anderen (urbanen) Standorten wurden nicht unter den Tisch gekehrt oder vertuscht. Stattdessen wurde immer eine offene, positive Kommunikationsstrategie gewählt, die Suchenden Fragen beantwortete, Hintergründe erklärte, Lösungswege bzw. andere Sichtweisen aufzeigte.

Damit wollte der Verein zeigen, dass er die Anliegen und Wünsche von Standortsuchenden ernst nimmt. Denn: **Besondere Entscheidungen brauchen besonderes Service!**

AUSWAHL DER MARKETINGAKTIVITÄTEN

Um möglichst viele Menschen zu erreichen, musste der Verein viele verschiedene Kanäle und Instrumente nutzen. Im **Online und Offline** Bereich.

Der Verein Interkomm testete und analysierte regelmäßig, welche Werbekanäle und -aktivitäten zielgruppengerecht, effektiv und leistbar waren. Aus der **Analyse** haben sich einige Marketing-Schwerpunkte herauskristallisiert, die im Preis-Leistungs-Vergleich den größten **Mehrwert** versprochen.

AUF DAS VERHALTEN VON STANDORTSUCHENDEN EINGEHEN

Jede/r kennt das vom eigenen Verhalten, **egal wonach man sucht**, nach einem Geschenk, einem Urlaubsziel oder einem neuen Zuhause, die **Suche beginnt** meist **im Internet**.

Und so recherchieren auch Standortsuchende immer häufiger und gründlicher im Netz, immer später treten sie in den direkten Kontakt mit Gemeinden, RegionsvertreterInnen oder Immobilienanbietern.

★ Verschiedene Umfragen und Studien belegen, dass Webseiten die am häufigsten genutzten Informationsquellen sind. Und so war eines der größten Ziele jeder Werbeaktivität, BesucherInnen auf die gemeinsame Webseite zu bringen!

Daher setzte der Verein Interkomm umfassende Aktivitäten, um die drei entscheidenden **Erfolgsfaktoren in der Online-Kommunikation** für die Initiative zu nutzen:

1. Hohe **Marken- und Domainbekanntheit**
2. Relevanter, informativer **Content** (User Experience)
3. Sichtbarkeit bei Google & Co

DIE SCHWERPUNKTE IM MARKETING-MIX

- Professioneller Webauftritt unter www.wohnen-im-waldviertel.at
- E-Mail-Marketing
- Google-Marketing
- Contentmarketing
- Social Media Marketing
- Klassische Werbeaktivitäten, allen voran ein „Wohnen im Waldviertel“-Sonderjournal
- Pressearbeit und ausgewählte Öffentlichkeitsauftritte
- Empfehlungsmarketing durch Waldviertel-BotschafterInnen

★ Um möglichst viele Menschen zu erreichen braucht es crossmediale Kommunikation.

Das WohnWEB Waldviertel

Angesichts dessen, dass Webseiten als die Informationsquelle Nummer eins bei Suchenden gelten, bestand kein Zweifel, dass auch der Verein sein regionales und kommunales **Angebot auf einer Webseite präsentieren** muss, um **am Markt wahrgenommen** zu werden.

Unter www.wohnen-im-waldviertel.at werden viele Fragen zu Wohnen, Arbeiten und Leben beantwortet!

Wartung und Weiterentwicklung Wohnweb

Der Verein Interkomm betreibt seit September 2009 einen professionellen Webauftritt, der bereits mehrfach überarbeitet wurde.

Es wurde einiges an Zeit und Geld in die gemeinsame Webseite investiert, denn dieser Webauftritt galt als ein Herzstück der Werbe- und Imagekampagne. Es wurden, je nach Werbeaktivität, **150 bis 600 Zugriffe täglich** von Waldviertel-Interessierten gezählt.

Seit September 2009 wurde stark in die Webseite investiert, dazu gehörten: Webdesign, technische Umsetzung und Wartung sowie Domangebühren und Webhosting.

Die (Daten-)Pflege, die regelmäßige Überprüfung (Synchronisation der Immobilien-Daten, Anmeldevorgänge, Funktion ‚kostenlos Inserieren‘ etc.) und das Einleiten notwendiger Reparaturen war fixer Bestandteil der täglichen Arbeit im Projekt, um die dauernde und **einwandfreie Bedienbarkeit** der Webseite zu gewährleisten.

Auch laufende Recherchen und die Erstellung von Artikel sowie das Einpflegen und Bewerben von NEWS-Berichten aus der Region und im Speziellen aus den 56 Gemeinden hat Projektressourcen gebunden.

ERFOLG: In den drei Jahren wurden **398.000 Besuche** auf der Webseite gezählt - mehr als 50 % davon aus Wien - die **760.000 Immobilien-Inserate** aufgerufen haben!

Vergabeverfahren Betreuung Wohnweb Waldviertel

Im März und April 2016 wurde ein intensives Vergabeverfahren für Hosting, Betreuung und Weiterentwicklung des Wohnweb Waldviertel 2016 bis 2018 abgewickelt.

Die Entscheidung zwischen fünf eingeladenen regionalen und überregionalen Firmen erfolgte mittels zuvor festgelegter Kriterienbewertung.

Tabelle 18: Bewertung der Kriterien für die Ausschreibung Wohnweb 2016 – 2018

Kriterium	Gewichtung	Contemas GmbH & Co	E-CONOMIX GmbH	Gugler Brand & Digitl	Seam media group	WEBprofil – Gernot Ploner e.U.
zu erwartende fachliche Kompetenz und Umsetzungsqualität	30%	90	40	90	90	90
Erfahrung mit der Entwicklung und Betreuung von TYPO3-Webseiten	30%	100	100	100	100	100
zu erwartendes Preis-Leistungs-Verhältnis	30%	70	0	70	90	90
Prägnanz, Strukturiertheit und Klarheit des vorgelegten Angebots sowie der präsentierten	10%	100	0	100	100	20
Summen	100%	88	42	88	94	86

Quelle: Eigene Bewertung

Die eingeladenen Firmen wurden gewissenhaft geprüft und bewertet. Drei von fünf Firmen lagen aufgrund der vorgelegten Angebote sehr eng beieinander. Contemas, Gugler und Seam media group. Preislich lagen die ersten beiden etwas höher.

Außerdem wollte Gugler das Update auf Typo3 LTS erst nach Auftragsvergabe separat anbieten. So war dieses Modul nicht Inhalt des gegenständlichen Angebotes.

Das Angebot von E-CONOMIX GmbH war nicht vergleichbar und wenig aussagekräftig (Kosten nicht nach Modulen aufgeschlüsselt, Kosten für Hosting nicht angegeben, Endsummen nicht nachvollziehbar).

WEBprofil übermittelte ebenfalls ein „schwer vergleichbares“ Angebot. Außerdem schienen manch kalkulierte Aufwände (wie z.B. 3 Std für die Übernahme der Website auf einen neuen Server) als unmachbar, wodurch der Verein Unerfahrenheit befürchtete. Dazu kam, dass das Unternehmen in den letzten Jahren meist als Subunternehmer tätig war und daher wenig erfahren im Projektmanagement schien, was in einem umfassenden Projekt wie „Wohnen im Waldviertel“ jedoch notwendig war. Daher erhielt diese Firma, die der billigste Anbieter der Runde war, trotz Top TYPO3-Erfahrung und guter Referenzen keinen Zuschlag.

Seam media group in Kooperation mit DIGIHOUSE blieb aufgrund hoher Kompetenzen und gutem Preis-Leistungsverhältnis bis 31.12.2018 Auftragnehmer für Hosting, Wartung und Weiterentwicklung der Website www.wohnen-im-waldviertel.at sowie der mobilen Version und des Botschaftertools.

Nach einem ersten Abstimmungsgespräch erfolgte die schriftliche Beauftragung, unterzeichnet von Obmann Ing. Johann Müllner, und die Gegenzeichnung von GF Manfred Schigritsch (seam media group) am 11. April 2016.

Technische und optische Beschreibung des Wohnweb Waldviertel

★ Das Waldviertler Wohnservice in Form des WohnWEB Waldviertel wurde den sich stetig ändernden Anforderungen angepasst.

Im Jahr 2018 wurde die neue übergeordnete Startseite online geschaltet. Ein wichtiger Schritt, um neben dem Thema „Wohnen“ auch die **Themen „Arbeiten“ und „Leben“ besser in den Fokus** der Webseiten-Besucher zu stellen.



Abbildung 19: Neue Startseite des Wohnweb Waldviertel

Wohnen im Waldviertel | [Aktuelles](#) | [Über uns](#) | [Botschafter](#) | [Kontakt](#)

WOHNEN ARBEITEN LEBEN

Neues Zuhause gesucht? Gefunden!

ICH SUCHE | ICH VERKAUFE

Haus in allen Gemeinden

Wohnen im Waldviertel

Es gibt viele Gründe, warum immer mehr Menschen ins Waldviertel ziehen. Jährlich entscheiden sich zwischen 3.000 und 4.500 Menschen für die Region als neues Zuhause.

- 218.000 Hauptwohnsitze
- 21.200 Arbeitsstätten
- 190 Pflichtschulen

Nahversorgerzentrum mitten in Rasfenfeld

Am 14. Februar 2019 eröffneten ein Wandel im Lebensstil, die Café „Café und Frisch“ und die Bäckerei „Bella Italia“ mitten in der Gemeinde Rasfenfeld.

Berufe schnuppern bei HARTL HAUS

Vor Auswahl des Lehrberufes wird „Berufsschnuppern“ empfohlen, um sich selbst ein Bild machen zu können. I WITTL I HAUS bietet jährlich Schnupperwochen ab 8. Schulstufe an.

Sallingberg startet durch

14 neue Gemeinden sind Teil der Initiative „Wohnen im Waldviertel“. Die Gemeinde Sallingberg ist eine von ihnen und startet gleich am Montag durch.

[NOCH MEHR NEWS](#)

Arbeiten im Waldviertel

Die Wirtschaftskraft und die Vielfalt dieser Firmen sind bemerkenswert. Wären Sie, dass im Waldviertel 95.000 Menschen in 5.000 Firmen ihren Arbeitsplatz haben?

[MEHR INFOS](#)

Unsere Botschafter für's Waldviertel

Botschafter

Wie Schönheit und Reinheit der Landschaft Auge und Seele gut tun. Wie somit das Herz zur Ruhe und wird heile.

Regine Nestler

[ALLE BOTSCHAFTEN](#)

Lassen Sie sich inspirieren

Umgebungcheck

56 Gemeinden

Neueste Immobilien

Sicher aufwachsen

Zuzugs-Geschichten

Bauen & Wohnen

Kontakt

Fragen zur Initiative „Wohnen im Waldviertel“ und zur Region?

TEL +43 664 230 56 70
E-MAIL office@wohnen-im-waldviertel.at
Anschrift: 3580 Horn, Floriansgasse 7

Newsletter

Mit dem „Wohnen im Waldviertel“-Newsletter erhalten Sie das ganze Jahr über kostenlose Insider-Tipps und aktuelle Berichte aus dem Waldviertel.

[NEWSLETTER ANMELDEN](#)

Finanzministerium | © Gemeindeförderung | [Presse](#) | [Impressum](#) | [Sitemap](#) | [Datenschutz](#)

Aufgrund der hohen Komplexität der Webseite und der hohen Fülle an Content sowie aus Budgetgründen war die Webseite von „Wohnen im Waldviertel“ mit Ende der Projektlaufzeit noch nicht responsive programmiert (= automatische Anpassung an verschiedene Bildschirmgrößen), sondern bestand in zwei Versionen.

- 1.) **Desktop**-Variante, auf großen Bildschirmen bedienbar
- 2.) **Mobile** Version für Smartphones und Tablets

Version **1** gibt es seit September 2009. Im Jahr **2013** wurde ein **optischer und technischer Relaunch** durchgeführt.

Version **2** (mobile Version) wurde im Jänner **2015** gelauncht.

Dieser Schritt war aufgrund der gesellschaftlichen und technischen Entwicklungen notwendig, da **immer mehr Webseiten-User über kleinere Endgeräte** (Smartphones und Tablets) auf das Wohnweb zugegriffen haben. Dies zeigten globale Trends⁵, ergaben darüber hinaus aber auch eigene Analysen der Webseite mittels Google Analytics.

Nach dem Launch wurden die Verbesserungen für den User anhand zweier, in der Webanalyse signifikanter Messwerte, deutlich sichtbar, wobei bei der Analyse nur Webseitenbesuche mit Smartphones berücksichtigt wurden.

Die Anzahl der pro Smartphone-User aufgerufenen Webseiten wurde um mehr als 100% gesteigert. Außerdem wurde die durchschnittliche Besucherzeit pro User um eine halbe Minute erhöht. Durch die offensichtliche Verbesserung der Nutzerfreundlichkeit auf Smartphones konsumierte der User viel mehr optimal aufbereiteten Content mit ähnlichem Zeitaufwand.

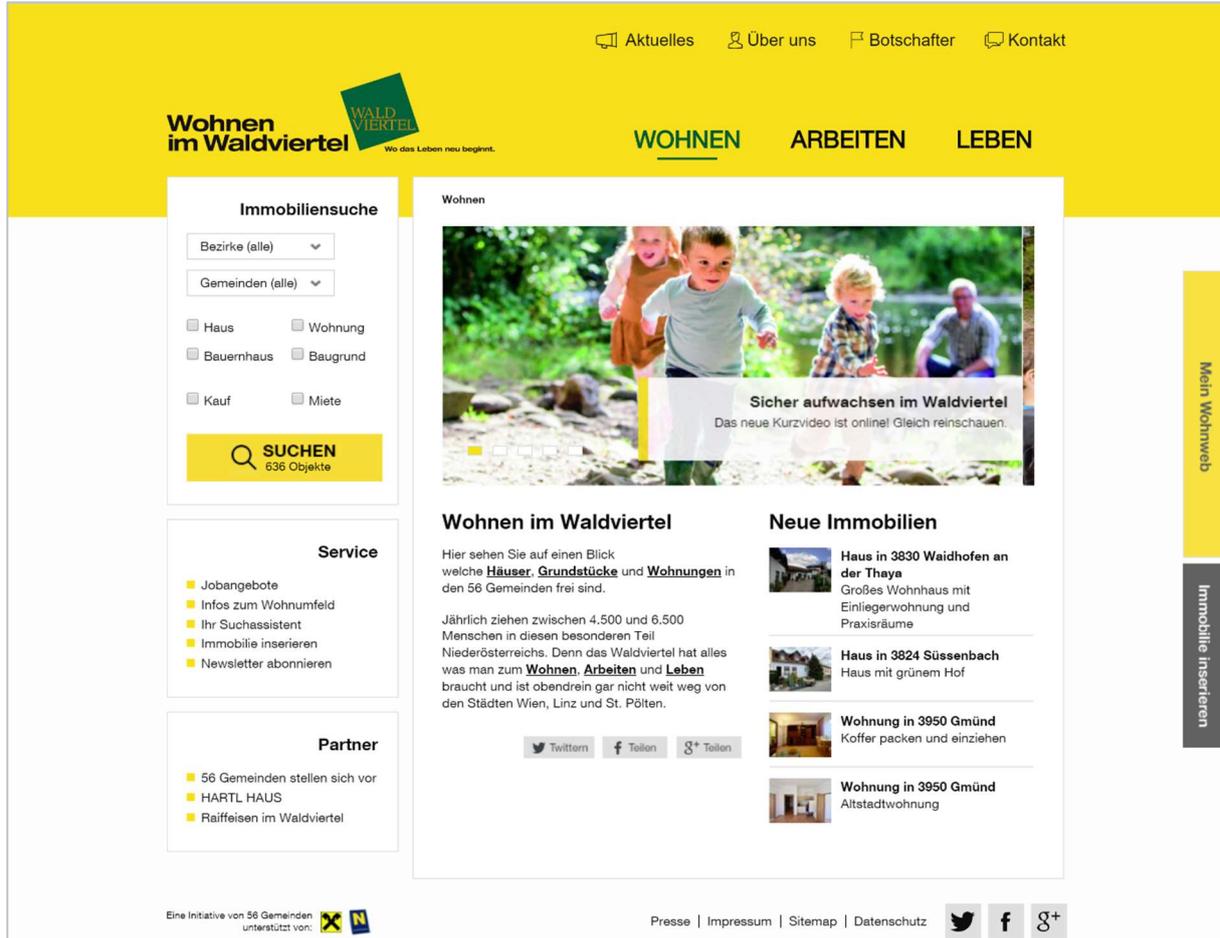
Die Inhalte der Regionsplattform wurden seither schrittweise mobil optimiert.

★ Immer mehr User besuchen Webseiten mit einem kleinen Endgerät wie Smartphone oder Tablet.

⁵ Mehrere Prognosen haben vorausgesagt, dass 2014 das „Jahr der Revolution“ sein wird, in dem Anwender von ausschließlich Mobilgeräten die Desktop-Anwender überholen. In den USA wurde die Aussage wahr, aber erst im Jahre 2015. Seit 2017 hat Mobile den Desktop überholt und behauptet seine Position konstant; Quelle: <https://de.vpnmentor.com/blog/internet-trends-statistiken-fakten-aus-den-usa-und-weltweit>

Die Desktop-Variante des Wohnportals

Abbildung 20: Bereich ‚Wohnen‘ in der Desktop-Version



Wohnen im Waldviertel

Wo das Leben neu beginnt.

Aktuelles Über uns Botschafter Kontakt

WOHNEN ARBEITEN LEBEN

Immobilien suche

Bezirke (alle)

Gemeinden (alle)

Haus Wohnung
 Bauernhaus Baugrund
 Kauf Miete

SUCHEN
636 Objekte

Service

- Jobangebote
- Infos zum Wohnumfeld
- Ihr Suchassistent
- Immobilie inserieren
- Newsletter abonnieren

Partner

- 56 Gemeinden stellen sich vor
- HARTL HAUS
- Raiffeisen im Waldviertel

Wohnen



Sicher aufwachsen im Waldviertel
Das neue Kurzvideo ist online! Gleich reinschauen.

Wohnen im Waldviertel

Hier sehen Sie auf einen Blick welche **Häuser**, **Grundstücke** und **Wohnungen** in den 56 Gemeinden frei sind.

Jährlich ziehen zwischen 4.500 und 6.500 Menschen in diesen besonderen Teil Niederösterreichs. Denn das Waldviertel hat alles was man zum **Wohnen**, **Arbeiten** und **Leben** braucht und ist obendrein gar nicht weit weg von den Städten Wien, Linz und St. Pölten.

Twittern Teilen G+ Teilen

Neue Immobilien

- Haus in 3830 Waidhofen an der Thaya**
Großes Wohnhaus mit Einliegerwohnung und Praxisräume
- Haus in 3824 Süssenbach**
Haus mit grünem Hof
- Wohnung in 3950 Gmünd**
Koffer packen und einziehen
- Wohnung in 3950 Gmünd**
Altstadtwohnung

Mein Wohnweb

Immobilie inserieren

Eine Initiative von 56 Gemeinden unterstützt von: 

Presse | Impressum | Sitemap | Datenschutz 

Abbildung 21: Immobilien - Suchergebnisliste in der Desktop-Version mit Möglichkeit ‚Suche speichern‘ (links oben)

[Aktuelles](#) | [Über uns](#) | [Botschafter](#) | [Kontakt](#)

Wohnen im Waldviertel

WOHNEN ARBEITEN LEBEN

Suche speichern

Neue Immobilien bequem per E-Mail erhalten.

Suchassistent
AKTIVIEREN

Immobilienuche

Bezirke (alle) ▼

Gemeinden (alle) ▼

Haus Wohnung
 Bauernhaus Baugrund
 Kauf Miete

Suche verfeinern

Kaufpreis von bis

Mietpreis von bis

Wohnfläche von bis

Grundfläche bis

Zimmer -

Objekte mit Bild

SUCHEN
636 Objekte

Service

- Jobangebote
- Infos zum Wohnumfeld
- Ihr Suchassistent
- Immobilie inserieren
- Newsletter abonnieren

Partner

- 56 Gemeinden stellen sich vor
- HARTL HAUS
- Raiffeisen im Waldviertel

Wohnen > Suchergebnis

Immobilien im Waldviertel

Sortierung ▼ | Neue Objekte ▼

Haus in 3830 Waidhofen an der Thaya

Großes Wohnhaus mit Einliegerwohnung und Praxisräume

Dieses geräumige Anwesen befindet sich in Ortsrandlage mit Fernblick in Waidhofen an der ...

Kaufpreis € 650.000

Wohnfläche 350m²

Grundfläche 2.002m²

Zimmer 12

Haus in 3824 Süssenbach

Haus mit grünem Hof

Helles gemütliches Haus mit 3-4 Schlafzimmern, Wohnküche und Wohnzimmer, Badezimmer, ...

Wohnfläche 300m²

Grundfläche 700m²

Zimmer 7

Wohnung in 3950 Gmünd

Koffer packen und einziehen

Diese helle Mietwohnung befindet sich in einem gepflegten Innenhof am Gründer Stadtplatz. ...

Mietpreis € 493

Betriebskosten € 177

Wohnfläche 50m²

Zimmer 2

Wohnung in 3950 Gmünd

Altstadtwohnung

Die Wohnung hat ein Ausmaß von 66,45 m² und teilt sich in Vorkam, 2 Zimmer, Wohnküche und ...

Mietpreis € 571

Betriebskosten € 173

Wohnfläche 66m²

Zimmer 2

Haben Sie schon an einen **BAUGRUND** mit **FERTIGHAUS** gedacht?

Überzeugen Sie sich **HIER** beim beispielhaften **KOMPLETTANGEBOT!**

Appliken, Appliken - alle HARTL HAUS

Wohnung in 3874 Litschau

Apartment in Ruhelage im Hoteldorf Königleith Litschau

Im autarken Hoteldorf Königleith (B.J. 1987) im Luftkurort Litschau, im nördlichen ...

Kaufpreis € 59.900

Wohnfläche 58m²

Grundfläche 10.443m²

Zimmer 3

Baugrund in 3862 Eisgarn

Baugrund

Grundfläche 720m²

Wohnung in 3970 Weitra

Wohnung in Weitra

WOHNZUSCHUSS beantragen!!! Unsere Wohnungen und Reihenbuser sind vom Land NÖ großzügig ...

Kaufpreis € 888

Mietpreis € 888

Wohnfläche 70m²

Wohnung in 3970 Weitra

Wohnung in Weitra

Terrasse, Abstellraum, 3 Zimmer, Spielplatz, Heizung, Gastherme, GarageWOHNZUSCHUSS ...

Kaufpreis € 623

Mietpreis € 623

Wohnfläche 74m²

Haben Sie schon an einen **BAUGRUND** mit **FERTIGHAUS** gedacht?

Überzeugen Sie sich **HIER** beim beispielhaften **KOMPLETTANGEBOT!**

Appliken, Appliken - alle HARTL HAUS

Haus in 3802 Vitis

Reihenhaus in Vitis

Garten, Terrasse, 4 Zimmer, Abstellraum, Parkleitz, kontroll. Wohnraumlüftung, Heizung: ...

Kaufpreis € 752

Mietpreis € 752

Wohnfläche 99m²

Haus in 3945 Hoheneich

Reihenhaus in Nordorf

Carport, Balkon, Terrasse, Abstellraum, 4 Zimmer, kontroll. Wohnraumlüftung, Heizung: ...

Kaufpreis € 954

Mietpreis € 954

Wohnfläche 105m²

Mehr Laden

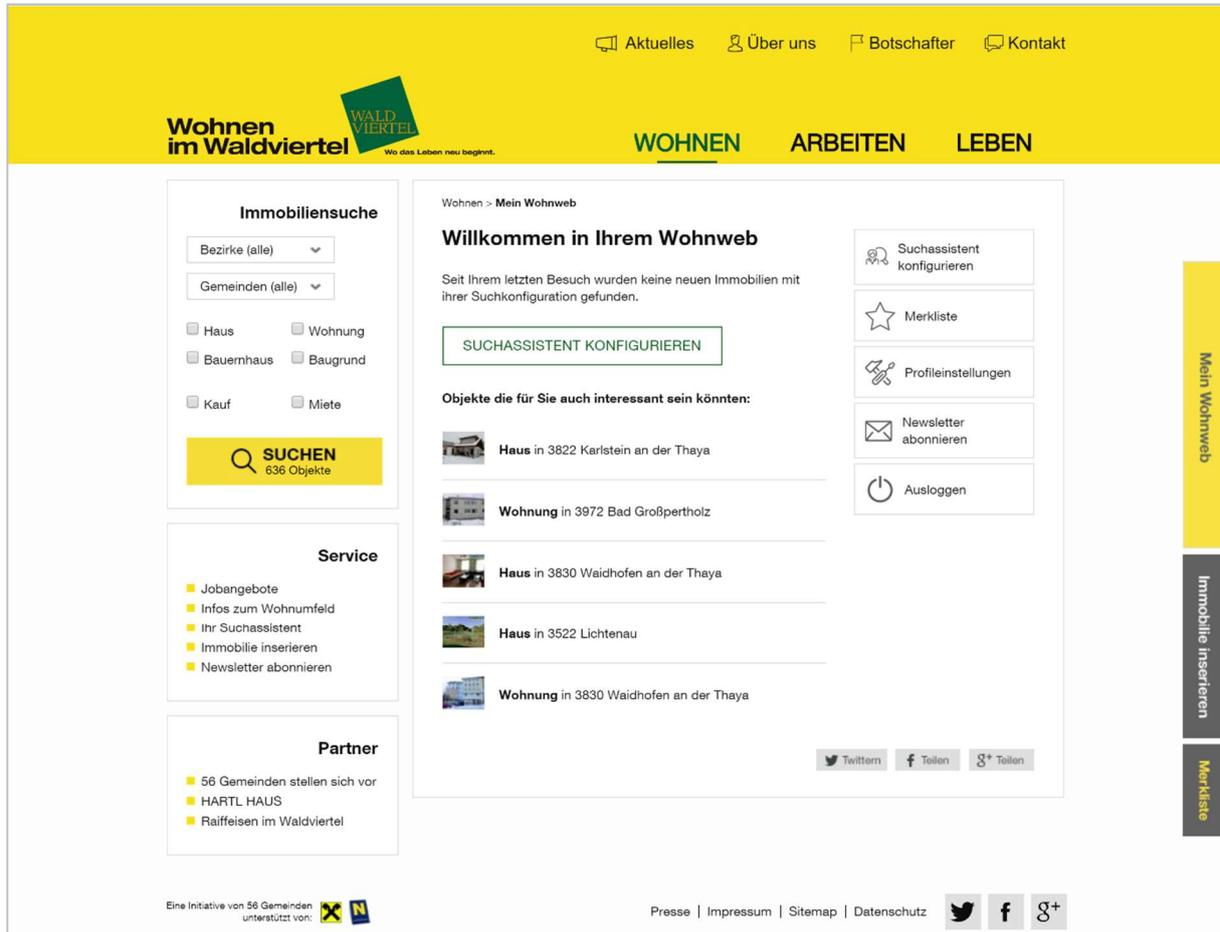
[Twittern](#) | [Teilen](#) | [Teilen](#)

Eine Initiative von 56 Gemeinden unterstützt von:

[Presse](#) | [Impressum](#) | [Sitemap](#) | [Datenschutz](#)

51

Abbildung 22: Funktion ‚Mein Wohnweb‘ in der Desktop-Version



The screenshot shows the 'Mein Wohnweb' user dashboard. At the top, there is a yellow navigation bar with links for 'Aktuelles', 'Über uns', 'Botschafter', and 'Kontakt'. Below this, the website logo and tagline are repeated. The main navigation includes 'WOHNEN', 'ARBEITEN', and 'LEBEN'. The dashboard is divided into several sections:

- Immobilienuche:** Search filters for districts (Bezirke) and municipalities (Gemeinden), with checkboxes for property types (Haus, Wohnung, Bauernhaus, Baugrund) and transaction types (Kauf, Miete). A yellow 'SUCHEN' button indicates 636 objects.
- Service:** Links for job offers, neighborhood info, search assistant, listing properties, and newsletter subscription.
- Partner:** Links for 56 municipalities, HARTL HAUS, and Raiffeisen im Waldviertel.
- Willkommen in Ihrem Wohnweb:** A welcome message stating that no new properties were found based on the user's search configuration. A 'SUCHASSISTENT KONFIGURIEREN' button is provided.
- Objekte die für Sie auch interessant sein könnten:** A list of five property recommendations, each with a small image and text: 'Haus in 3822 Karlstein an der Thaya', 'Wohnung in 3972 Bad Großpertholz', 'Haus in 3830 Waidhofen an der Thaya', 'Haus in 3522 Lichtenau', and 'Wohnung in 3830 Waidhofen an der Thaya'.
- Right Sidebar:** A vertical menu with 'Mein Wohnweb' (highlighted), 'Immobilie inserieren', and 'Merkmale'.
- User Actions:** A panel on the right with options: 'Suchassistent konfigurieren', 'Merkmale', 'Profileinstellungen', 'Newsletter abonnieren', and 'Ausloggen'.
- Footer:** Social media sharing buttons for Twitter, Facebook, and Google+, and a footer with 'Eine Initiative von 56 Gemeinden unterstützt von:' and logos, along with links for 'Presse', 'Impressum', 'Sitemap', and 'Datenschutz'.

www.wohnen-im-waldviertel.at/meinwohnweb

Mit Ende des Jahres 2018 waren rund 190 Personen als Wohnweb-User angemeldet und nutzten aktuell den **Suchassistenten der Webseite**, um mittels E-Mail automatisch auf neue Immobilien hingewiesen zu werden.

Abbildung 23: Funktion ‚Kostenlos Immobilie inserieren‘ in der Desktop-Version

[Aktuelles](#) | [Über uns](#) | [Botschafter](#) | [Kontakt](#)



Wohnen im Waldviertel
Wo das Leben neu beginnt.

WOHNEN **ARBEITEN** **LEBEN**

Service

- Jobangebote
- Infos zum Wohnumfeld
- Ihr Suchassistent
- Immobilie inserieren
- Newsletter abonnieren

Partner

- 56 Gemeinden stellen sich vor
- HARTL HAUS
- Raiffeisen im Waldviertel

Wohnen > Kostenlos inserieren

Anzeige - Haus verkaufen

1

Standort & Flächen

2

Ausstattung

3

Zustand & Preis

4

Bilder

5

Beschreibung

6

Anzeige aufgeben

STANDORT UND TITEL

Bitte wählen Sie die entsprechende Gemeinde in der Ihre Immobilie liegt: *

Bitte wählen Sie eine unserer Projektgemeinden ▾

Postleitzahl * Ort *

Straße

Lageinformationen

Bitte wählen ▾

Anzeigentitel

z.B. Einfamilienhaus in bevorzugter Lage

FLÄCHEN

Grundfläche in m² *

Wohnfläche in m²

Räume

Geschosse

WEITER ZU AUSSTATTUNG

Twittern | Teilen | Teilen

Eine Initiative von 56 Gemeinden unterstützt von:



[Presse](#) | [Impressum](#) | [Sitemap](#) | [Datenschutz](#)



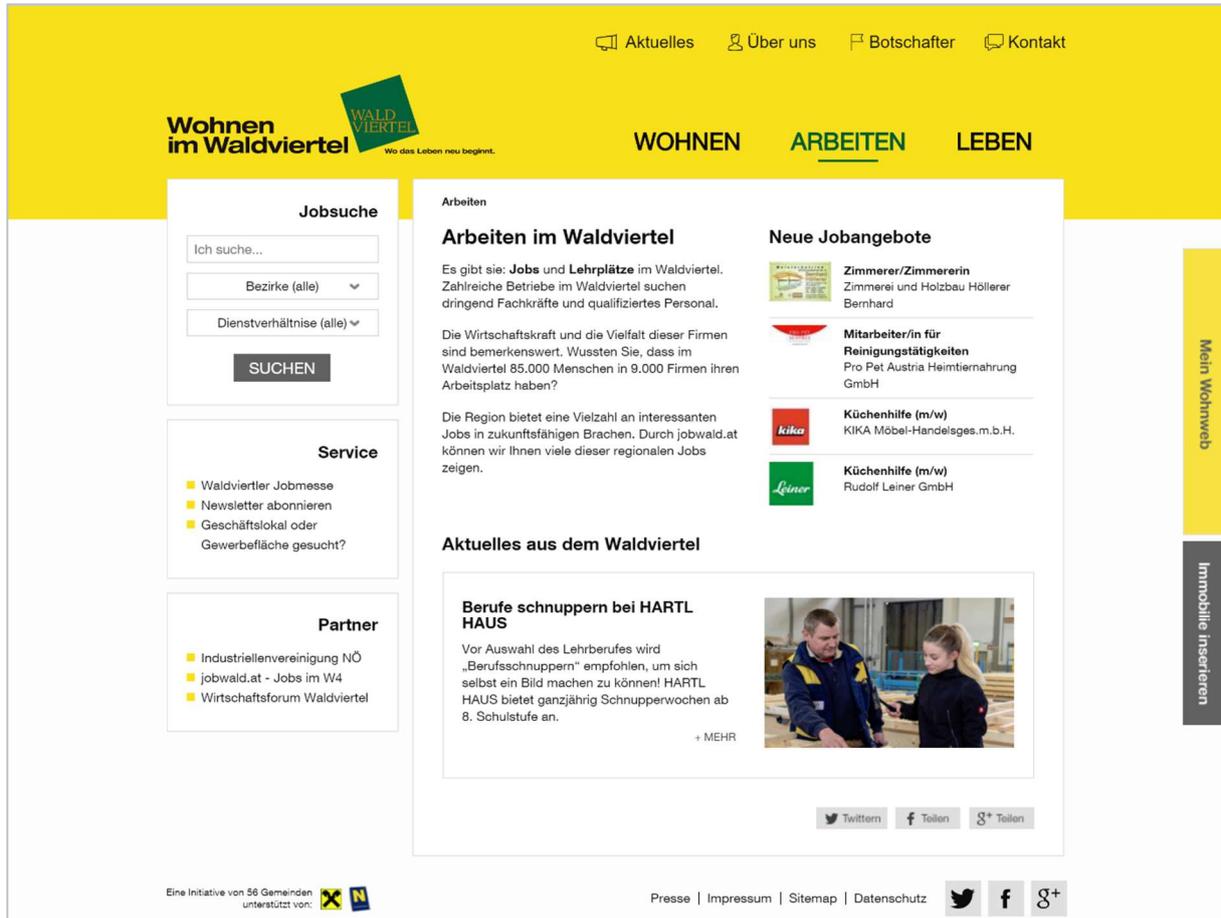
Mein Wohnweb

Immobilie inserieren

Merliste

www.wohnen-im-waldviertel.at/inserieren

Abbildung 24: Bereich ‚Arbeiten‘ in der Desktop-Version



Jobsuche

Ich suche...

Bezirke (alle) ▾

Dienstverhältnisse (alle) ▾

SUCHEN

Service

- Waldviertler Jobmesse
- Newsletter abonnieren
- Geschäftslokal oder Gewerbefläche gesucht?

Partner

- Industriellenvereinigung NÖ
- jobwald.at - Jobs im W4
- Wirtschaftsforum Waldviertel

Arbeiten

Arbeiten im Waldviertel

Es gibt sie: **Jobs** und **Lehrplätze** im Waldviertel. Zahlreiche Betriebe im Waldviertel suchen dringend Fachkräfte und qualifiziertes Personal.

Die Wirtschaftskraft und die Vielfalt dieser Firmen sind bemerkenswert. Wussten Sie, dass im Waldviertel 85.000 Menschen in 9.000 Firmen ihren Arbeitsplatz haben?

Die Region bietet eine Vielzahl an interessanten Jobs in zukunftsfähigen Branchen. Durch jobwald.at können wir Ihnen viele dieser regionalen Jobs zeigen.

Aktuelles aus dem Waldviertel

Berufe schnuppern bei HARTL HAUS

Vor Auswahl des Lehrberufes wird „Berufsschnuppern“ empfohlen, um sich selbst ein Bild machen zu können! HARTL HAUS bietet ganzjährig Schnupperwochen ab 8. Schulstufe an.

+ MEHR

Neue Jobangebote

- Zimmerer/Zimmererin**
Zimmerei und Holzbau Höllerer Bernhard
- Mitarbeiter/in für Reinigungstätigkeiten**
Pro Pet Austria Heimtierernahrung GmbH
- Küchenhilfe (m/w)**
KIKKA Möbel-Handelsges.m.b.H.
- Küchenhilfe (m/w)**
Rudolf Leiner GmbH

Mein Wohnweb

Immobilie inserieren

Eine Initiative von 56 Gemeinden unterstützt von: 

Presse | Impressum | Sitemap | Datenschutz 

Abbildung 26: Wohnumfeld-Darstellung direkt unter einem Immobilieninserat

[Aktuelles](#) | [Über uns](#) | [Botschafter](#) | [Kontakt](#)

Wohnen im Waldviertel
Wo das Leben neu beginnt.

 WOHNEN ARBEITEN LEBEN

Kontakt

Telefon:
06643711446

E-Mail
helga.tauferer@gmail.com

Service

Lokale Informationen

www.kirchbergamwalde.at

Weitere Immobilien

- Wohnung** in 3932 Kirchberg am Walde
- Baugrund** in 3932 Kirchberg am Walde

Wohnen > Suchergebnis > Haus in 3824 Süssenbach

Haus mit grünem Hof

Haus in 3824 Süssenbach, Süssenbach 79
Objektnummer: Onlineeintrag21147

[Galerie](#) | [Karte](#)

ANFRAGEN

Wohnfläche **300m²**

Grundfläche **700m²**

Zimmer **7**

Lage **Ortskern**

HWB **-0**

IGEE **3,00**

Drucken Merken
Weiterempfehlen

Teilen g+ f t

Details

Helles gemütliches Haus mit 3-4 Schlafzimmern, Wohnküche und Wohnzimmer, Badezimmer, Keller. Über den Hof erreichbar ein ehemaliger Stall, der als Holzlager verwendet wird. Dahinter ein...

[mehr Details](#) ▼

Infos zum Wohnstandort Kirchberg am Walde

Gemeinden & Gemeinschaft
Betriebe & Branchen
Schule & Bildung
Sicherheit & Erreichbarkeit
Gesundheit & Soziales
Freizeit & Sport

[Kindergärten](#) | [Volkschulen](#) | [NMS und Poly](#) | [Gymnasien](#) | [Berufsbildende Schulen](#) | [Erwachsenenbildung](#) | [Musikschulen](#)

Kindergärten und Kinderbetreuung im Umkreis von Kirchberg am Walde

Umkreis Darstellung: 10km

Karte | Satellit

- Echsenbach Landeskindergarten
- Tagesbetreuungseinrichtung Schweiggers
- Hoheneich Landeskindergarten
- Vitis Landeskindergarten
- Kirchberg am Walde Landeskindergarten
- Waldenstein Landeskindergarten
- Schrems Parkkindergarten
- Zwettl - Gr. Globnitz Landeskindergarten
- Schweiggers Landeskindergarten

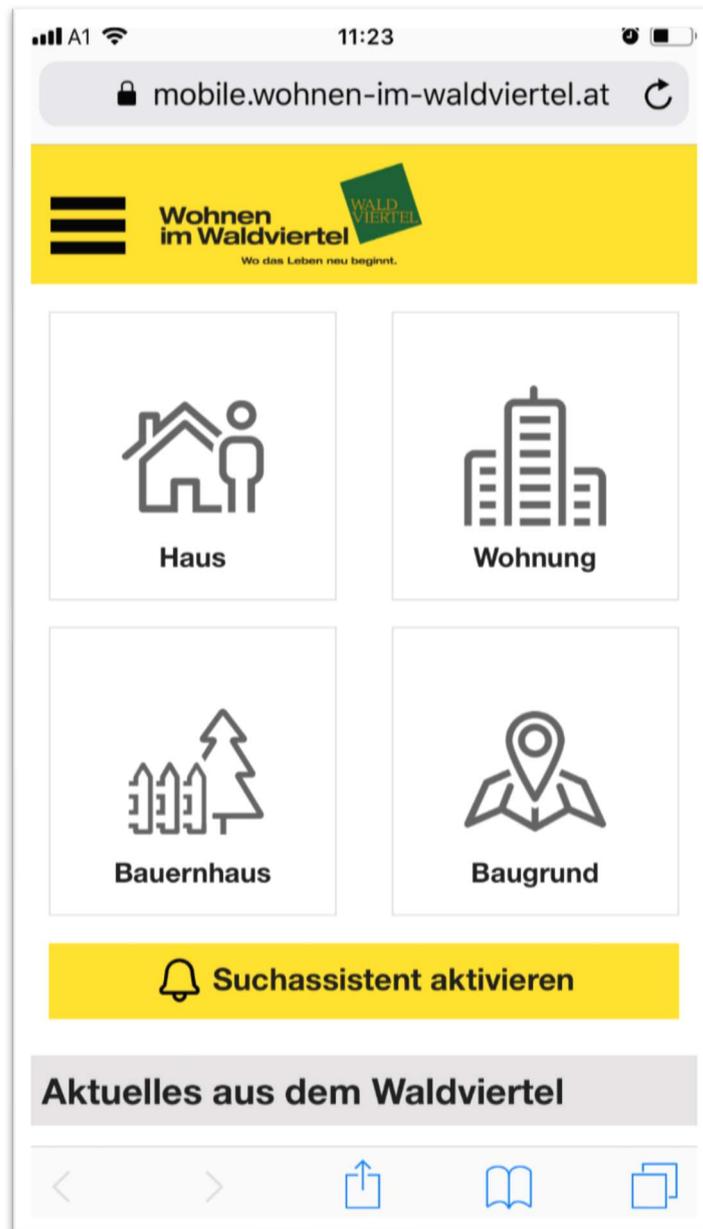
Mein Wohnweb
Immobilie inserieren

Eine Initiative von 56 Gemeinden unterstützt von:

[Presse](#) | [Impressum](#) | [Sitemap](#) | [Datenschutz](#)

Die speziell zugeschnittene Mobilversion des Wohnweb

Abbildung 27: Startseite des mobil optimierten Wohnportals: Suche nach Immobilien, Zugang zum Suchassistent und NEWS



mobile.wohnen-im-waldviertel.at

Abbildung 28: Übersicht der mobil optimierten Inhalte (Stand Dezember 2018)

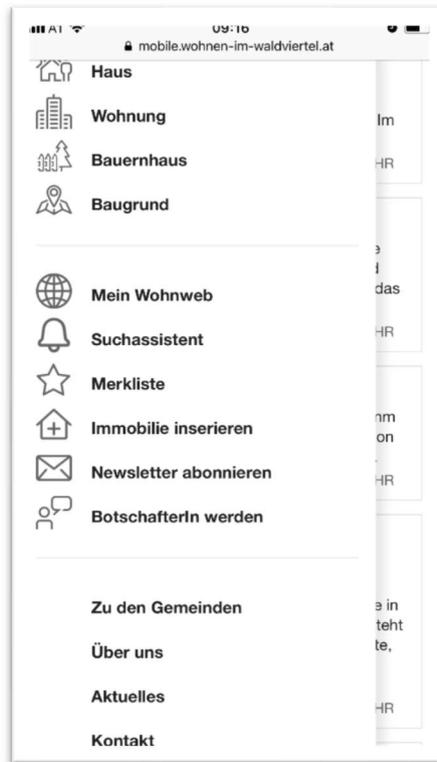


Abbildung 29: Funktion ‚Immobilie in der Nähe suchen‘ in der mobilen Version

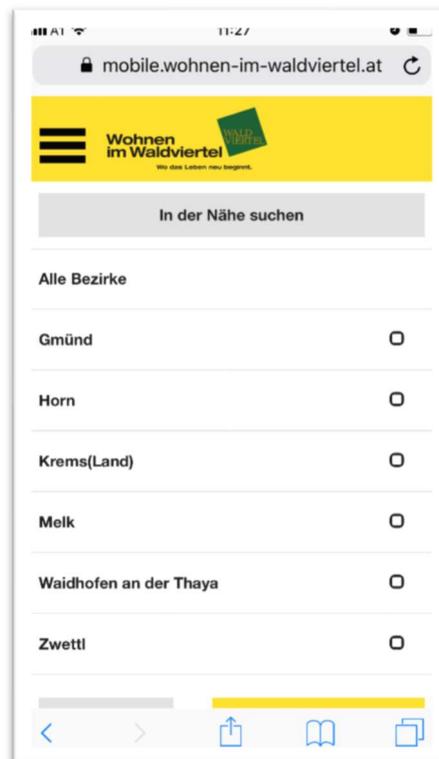


Abbildung 30: Zugang zum Service ‚Mein Wohnweb‘ mit Suchassistent und Merkliste in der mobilen Version

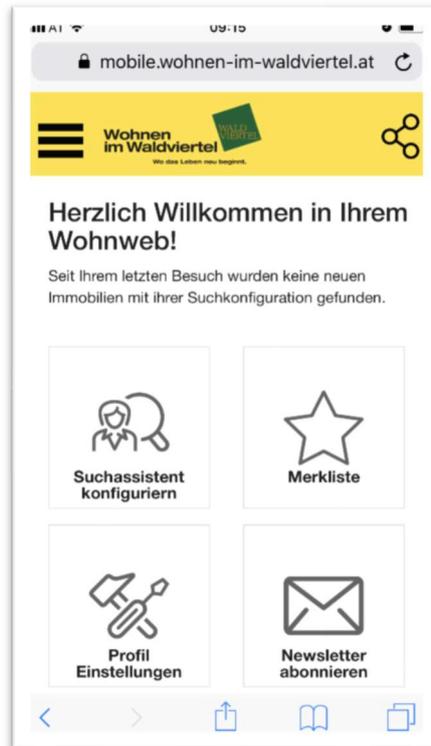
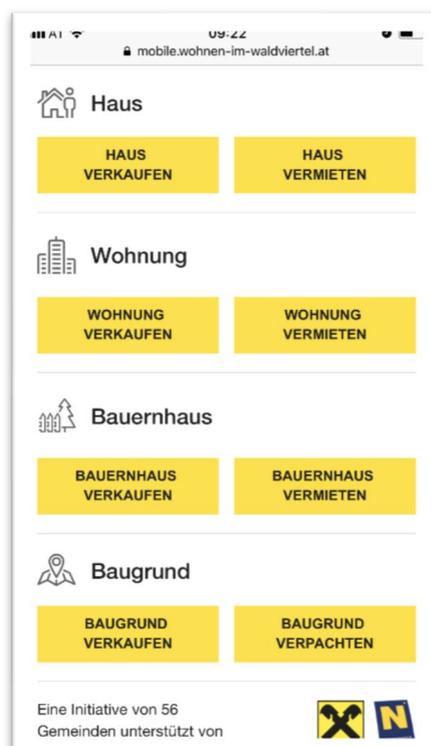


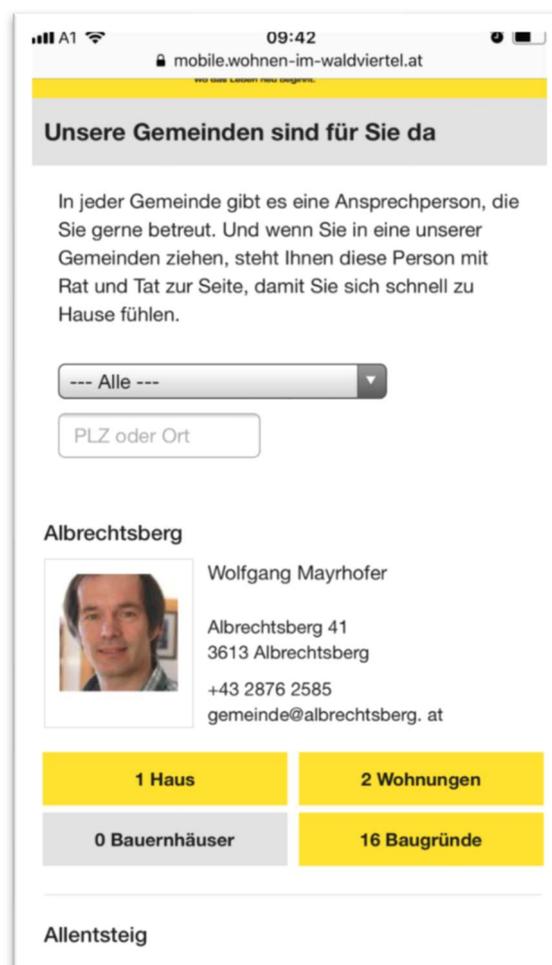
Abbildung 31: Funktion ‚Immobilie selbstständig inserieren‘ in der mobilen Version



Weiters mobil zugänglich:

- Newsletter-Anmeldung
- Anmeldung zum Botschafter
- Gesamter Navigationspunkt ‚Über uns‘ mit den Inhalten:
 - Die Initiative
 - Kurz erklärt (= Erklärvideo)
 - Unsere Partner
 - Verein Interkomm
 - 56 Gemeinden – und deren Ansprechpersonen
 - INKL. Anzahl der aktuell verfügbaren Objekte in der Gemeinde

Abbildung 32: Navigationspunkt ‚56 Gemeinden‘ – und deren Ansprechpersonen INKL. Anzahl der aktuell verfügbaren Objekte in der Gemeinde in der mobilen Version



- Aktuelles (= NEWS-Bereich, Aktuelles aus dem Waldviertel)
- Kontakt

Contentmarketing im NEWS-Bereich

Eine große Zielsetzung zwischen 2016 und 2018 war, das Wohnweb zusätzlich zu einer spannenden **Informationsplattform** für sämtliche Themen zu den Bereichen Wohnen, Arbeiten und Leben auszubauen.

Dafür wurde der gesamte NEWS-Bereich, sowohl in der Desktop- als auch in der Mobilversion überarbeitet. Unter www.wohnen-im-waldviertel.at/news konnten Interessierte nun **Kurz-Artikel unter den Kategorien** ‚Bauen & Wohnen‘, ‚Über die Initiative‘, ‚Aus den Gemeinden‘, ‚Jobs und Betriebe‘, ‚Zukunft Region‘, ‚Botschafter und Botschaften‘ sowie ‚Zuzugs-Geschichten‘ lesen.

Die Inhalte stammten zu einem aus der fortlaufenden Recherche des Vereines Interkomm nach neuen Entwicklungen und Projekten im Internet, insbesondere auf Social Media sowie in den Gemeindenachrichten und in anderen regionalen Medien.

Zum anderen wurden die 56 Projektgemeinden in regelmäßigen Abständen gebeten, interessante kommunale Neuigkeiten für die gemeinsame Webseite zur Verfügung zu stellen, damit regelmäßig **hochwertiger Content** angeboten werden konnte.

Ziel war, durch Werbeaktivitäten, vor allem im **Social Media-Bereich** und durch **Email-Marketing**, immer mehr **Interesse für** diese aktuellen **Berichte** aus dem Waldviertel zu schaffen und demnach mehr Website-BesucherInnen zu gewinnen.

So wurden Menschen über die Entwicklungen innerhalb der Region informiert, **Vorurteile bekämpft** und **neue Bilder** des Wohnstandortes Waldviertel **geschaffen**. Und so haben wiederum einige dieser Website-BesucherInnen aktiv oder passiv dazu beigetragen, die Marke „Wohnen im Waldviertel – Wo das Leben neu beginnt“ bekannter zu machen.

Wichtig war solcher Content darüber hinaus auch im Hinblick auf die **Auffindbarkeit in Suchmaschinen**. Anhand der Website-Inhalte bewerten Suchmaschinen die Qualität und die Relevanz einer Seite und ranken diese in den Suchergebnissen.

Abbildung 33: Beispiel einer NEWS aus dem Bereich ‚Arbeiten‘ in der Desktop-Version

[Aktuelles](#) | [Über uns](#) | [Botschafter](#) | [Kontakt](#)

Wo das Leben neu beginnt.

WOHNEN ARBEITEN LEBEN

Letzte Beiträge

- Nahversorgerzentrum mitten in Rastendorf
- Berufe schnuppern bei HARTL HAUS
- Sallingberg startet durch
- Multidata-Büro in Groß Gerungs eröffnet
- Die Mitte finden. In Pölla.
- [49] Wirtschaft trifft Schule
- kulturOFFENSIVE Gastern 2019 startet
- Neues Führungsteam bei HARTL HAUS
- HARTL HAUS investiert und will weiter wachsen

ALLE BEITRÄGE

Aktuelles

KASTNER bewirbt Jobs mit Videos

17. Dezember 2018 | JOBS UND BETRIEBE < zurück

KASTNER sucht die Besten

KASTNER ist ein innovatives, eigentümergeführtes Familienunternehmen mit langer Tradition, welches an 8 Standorten rund € 218 Mio. Umsatz erwirtschaftet.

In den letzten Jahrzehnten ist die KASTNER Gruppe von 70 (1970) auf bereits **850 Mitarbeiter** (2018) gewachsen. Für die ausgeschriebenen Stellen bewerben sich jährlich rund 5.500 Personen.

„Unser Ziel ist es, die besten Mitarbeiter am richtigen Platz zu haben. Denn unsere Stärke sind die hohe Kompetenz und Motivation unserer Mitarbeiter.“, so KR Christof Kastner, geschäftsführender Gesellschafter der KASTNER Gruppe.

Videos geben Einblick

Bei einem Großteil der über 40 verschiedenen Berufsbilder in der KASTNER Gruppe bietet KASTNER mittels Videos einen Einblick in die Tätigkeitsfelder. KASTNER Mitarbeiter erzählen authentisch aus erster Hand über ihre Tätigkeiten und die Anforderungen für die jeweiligen Berufsbilder.

Durch diese Videos können sich die Bewerber bereits in der Bewerbungsphase **ein richtiges Bild über den Tätigkeitsbereich** machen, wodurch der Bewerbungsprozess im Unternehmen optimiert wird.

Informieren Sie sich selbst unter: www.kastner.at/berufsbilder

Arbeiten im KASTNER Team

Im KASTNER Team wird **interne Kommunikation** großgeschrieben. Ein **modern gestaltetes Arbeitsumfeld**, umfangreiche **Weiterbildungs- und Weiterentwicklungsmöglichkeiten** sowie viele **Sozialleistungen** sorgen dafür, dass KASTNER ein attraktiver Arbeitgeber ist.

Weiters ist es ein vorrangiges Ziel der KASTNER Gruppe ein familienfreundliches Arbeitsumfeld zu schaffen. Im umfangreichen Schulungsangebot des Unternehmens sind neben arbeits-spezifischen Schulungen auch Trainings und Seminare zur Förderung der aktiven Lebensgestaltung enthalten.

Jetzt über offene Jobs bei KASTNER informieren: jobs.kastner.at

FOTOS

Twittern | f Teilen | g+ Teilen

Eine Initiative von 56 Gemeinden unterstützt von:

Presse | Impressum | Sitemap | Datenschutz

 Mein Wohnweb
 Immobilien inserieren

Zugriffe auf das Wohnweb Waldviertel

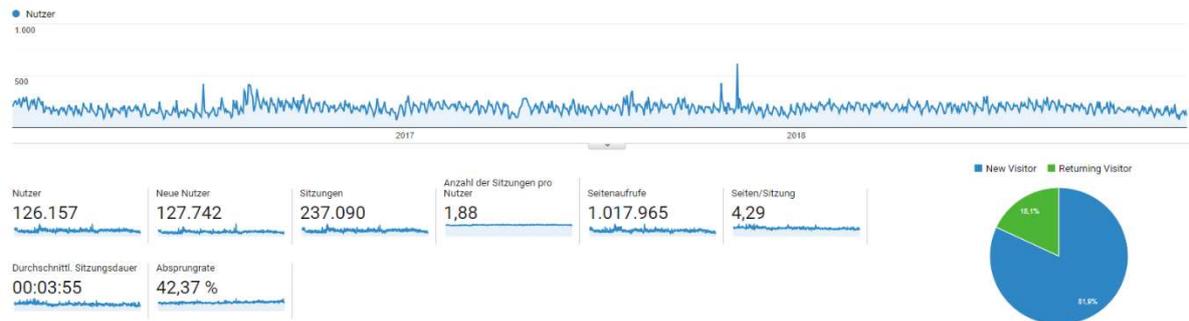
Wichtige Kennzahlen

Tabelle 19: Wichtige Kennzahlen der Desktop-Version

Monat	Seitenaufrufe	Besuche	% Neue Besuche	Seiten/Besuch	Nutzer	Ø Besuchsdauer	Absprungrate
2016 01	36.747	8.219	52,76%	4,47	5.607	04:09 min	40,46%
2016 02	25.871	5.369	53,19%	4,82	3.778	04:27 min	37,94%
2016 03	26.435	5.550	54,36%	4,76	3.953	04:28 min	39,05%
2016-04	25.119	5.469	53,68%	4,59	3.776	04:39 min	39,81%
2016 05	26.420	5.219	53,96%	5,06	3.555	04:56 min	39,61%
2016 06	24.745	5.369	55,26%	4,61	3.634	04:37 min	40,14%
2016 07	26.760	5.621	57,18%	4,76	3.964	04:50 min	41,65%
2016 08	40.861	8.895	56,07%	4,59	5.971	04:15 min	42,28%
2016 09	36.518	7.694	52,40%	4,75	5.039	04:26 min	39,84%
2016 10	30.066	7.031	54,02%	4,28	4.706	03:51 min	41,15%
2016 11	26.123	6.592	52,87%	3,96	4.397	03:23 min	41,49%
2016 12	23.228	5.707	54,90%	4,07	3.998	03:19 min	42,72%
2017-01	30.529	7.246	55,67%	4,21	4.959	03:46 min	41,28%
2017-02	28.699	6.631	53,16%	4,33	4.463	03:45 min	39,84%
2017-03	29.790	6.901	51,43%	4,32	4.522	03:53 min	40,36%
2017-04	29.244	6.222	51,66%	4,70	4.079	04:25 min	38,73%
2017-05	28.794	6.572	50,70%	4,38	4.273	03:57 min	39,77%
2017-06	26.298	6.164	51,23%	4,27	4.036	03:54min	40,07%
2017-07	31.359	6.888	53,82%	4,55	4597	04:24 min	40,66%
2017-08	31.325	7.299	55,19%	4,29	5016	03:46 min	42,96%
2017-09	28.786	6.802	52,50%	4,23	4505	03:58min	42,37%
2017-10	28.552	6.854	53,38%	4,17	4.623	03:34 min	43,13%
2017-11	27.420	6.743	55,48%	4,07	4.671	03:46 min	46,00%
2017-12	23.134	5.314	51,86%	4,35	3.555	03:52 min	43,56%
2018-01	29.185	6.967	54,61%	4,19	4.688	03:49 min	42,83 %
2018-02	25.940	6.477	54,19 %	4,00	4.429	03:37 min	43,71 %
2018-03	30.055	7.366	53,19 %	4,08	4.847	03:52 min	43,27 %
2018-04	27.160	6.682	55,39%	4,06	4.537	03:35 min	43,18%
2018-05	27.070	7.001	54,16%	3,87	4.700	03:26 min	46,01%
2018-06	26.197	6.798	55,59%	3,85	4.657	03:27 min	47,44%
2018-07	28.912	7.120	53,01%	4,06	4.683	03:36 min	43,40%
2018-08	33.621	7.795	53,93%	4,31	5.232	04:07 min	44,26%
2018-09	26.787	6.615	52,68%	4,05	4.399	03:36 min	46,03%

2018-10	25.710	6.445	54,15%	3,99	4.407	03:31 min	44,33%
2018-11	21.532	5.625	55,89%	3,83	3.946	03:21 min	47,41%
2018-12	19.525	5.040	55,12%	3,87	3.525	03:17 min	48,65%

Abbildung 34: Auszug aus analytics.google.com für die Desktop-Version



Die angeführte Statistik wurde bereinigt⁶. **236.302 Besuche** und **1.014.517 Seitenaufrufe** wurden auf der Desktop-Version des Wohnweb Waldviertel registriert.

Durchschnittliche **Sitzungsdauer** lag bei **4 Minuten**, die **Absprungrate** lag bei **42 %**.

Tabelle 20: Wichtige Kennzahlen der Mobilen Version

Monat	Seitenaufrufe	Besuche	% Neue Besuche	Seiten/Besuch	Nutzer	Ø Besuchsdauer	Absprungrate
2016 01	23.362	3.225	49,77%	7,24	2.068	03:35 min	31,47%
2016 02	10.379	1.506	50,20%	6,89	1.028	03:32 min	34,33%
2016 03	11.899	1.773	47,15%	6,71	1.139	03:45 min	36,44%
2016 04	11.393	1.759	54,97%	6,48	1.225	03:25 min	42,13%
2016 05	12.670	1.670	50,78%	7,59	1.088	03:58 min	31,56%
2016 06	10.344	1.402	48,72%	7,38	905	03:45 min	33,81%
2016 07	13.544	2.437	61,76%	5,56	1.737	02:58 min	49,53%
2016 08	20.269	2.992	58,16%	6,77	2.035	03:31 min	35,80%
2016 09	27.142	3.875	52,28%	7,00	2424	03:16 min	29,37%
2016 10	24.950	3.580	49,19%	6,97	2.217	03:10 min	29,36%
2016 11	23.469	3.698	46,97%	6,35	2.246	03:03 min	30,75%
2016 12	20.779	3.256	50,37%	6,38	2.121	02:50 min	32,06%
2017-01	29.972	4.504	51,47%	6,65	2.930	03:04 min	32,17%

⁶ Teilweise werden auch Zugriffe in Trackingtools wie Google Analytics aufgezeichnet, obwohl kein Crawler, Bot oder echter User auf die Seite gegangen ist. Somit ist kein Eintrag in den Serverlogs zu sehen, aber in Google Analytics. Vereinzelt werden die Trackingcodes der eigenen Seite auf anderen Webseiten platziert, um in der Statistik des Webmasters aufzutauchen. Für eine saubere Statistikauswertung, müssen diese Spam Referrals gefiltert werden. In Google Analytics ist es möglich diese Aufrufe in den „Einstellungen der Datenansicht“ zu deaktivieren. Hierbei muss „Alle Treffer von bekannten Bots und Spidern ausschließen“ aktiviert werden. Google sind jedoch nicht alle Bots und Spider bekannt. Über einen Filter der Datenansicht, kann eine individuelle Verweis-Liste mit einem regulären Ausdruck gefiltert werden.

2017-02	26.756	3.897	46,57%	6,87	2.415	03:13 min	27,35%
2017-03	32.754	4.840	48,60%	6,77	3.009	03:04 min	29,75%
2017-04	26.829	4.148	49,71%	6,47	2.711	03:00 min	34,26%
2017-05	30.651	4.665	46,52%	6,57	2.836	03:02 min	28,30%
2017-06	32.590	4.860	47,63%	6,71	3.007	02:57min	27,98%
2017-07	38.749	5.970	52,56%	6,49	3.917	03:06 min	34,79%
2017-08	42.563	7.685	58,69%	5,54	5.449	02:21 min	45,87%
2017-09	34.304	5.008	47,72%	6,85	3.201	03:00min	28,89%
2017-10	33.925	4.957	46,84%	6,84	3.146	03:02 min	27,68%
2017-11	28.305	4.449	49,31%	6,36	2.904	02:40 min	33,18%
2017-12	26.464	3.865	51,72%	6,85	2.654	02:45 min	27,94%
2018-01	33.914	5.620	52,26%	6,03	3.791	02:27 min	34,20%
2018-02	32.182	4.789	50,16%	6,72	3.152	02:43 min	29,71%
2018-03	38.442	7.340	55,68%	5,24	4.933	02:12 min	45,72%
2018-04	36.526	5.228	48,89%	6,99	3.346	02:58 min	29,93%
2018-05	65.688	5.916	47,16%	11,10	3.611	02:47 min	7,45%
2018-06	77.452	6.338	47,57%	12,22	3.891	02:38 min	1,20%
2018-07	88.622	7.563	49,61%	11,72	4.688	02:32 min	1,08%
2018-08	48.141	7.372	48,48%	6,53	4.532	02:54 min	33,76%
2018-09	37.520	5.965	49,14%	6,29	3.840	02:45 min	34,18%
2018-10	33.193	5.397	45,40%	6,15	3.321	02:28 min	31,33%
2018-11	31.375	5.066	53,55%	6,19	3.485	02:34 min	35,29%
2018-12	28.810	5.050	52,95%	5,70	3.466	01:50 min	31,86%

Es wurden weitere **161.665 Besuche** und **1.145.927 Seitenaufrufe** auf der Mobilversion des Wohnweb Waldviertel registriert.

Die Durchschnittliche **Sitzungsdauer** lag bei **3 Minuten**, die **Absprungrate** bei **30 %**.

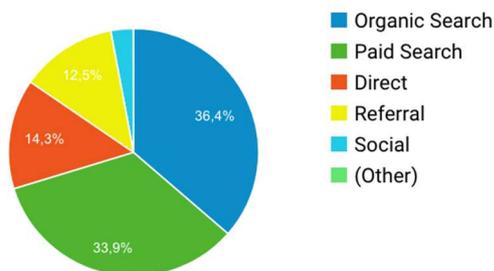
Abbildung 35: Auszug aus analytics.google.com für die Mobile Version



Wie werden wir gefunden?

Abbildung 36: Zugriffsquellen 2016 bis 2018 am Beispiel der Desktop-Version:

Top-Channels



Die beiden Top-Kanäle, über die das Wohnweb im Projektzeitraum gefunden wurde, waren (1) die organische Suche mit 36,4 % (User sucht in der Suchmaschine und stößt dabei in der Suchergebnisliste auf „Wohnen im Waldviertel“) und (2) die bezahlte Suche (Google Ads Kampagne) mit 33,9 %.

14,3 % der User gaben die Domain www.wohnen-im-waldviertel.at in die Adresszeile ihres Internetbrowsers ein (= *direct*). Weitere 12,5 % der User gelangten über einen Backlink ins Wohnweb, der auf einer anderen (Partner-)Webseite platziert und gefunden wurde (= *referral*). Die restlichen Zugriffe wurden über Social Media Links erzielt.

Tabelle 21: Top 10 Quellen des Referral Traffics⁷:

Quelle	Nutzer	Neue Nutzer	Sitzungen	Absprung-rate	Seiten/Sitzung	Durchschnittl. Sitzungsdauer
metajob.at	1737	1698	2040	83,38%	1,34	00:34 min
drosendorf.at	1031	919	1844	37,53%	4,20	02:59 min
hartlhaus.at	880	767	1018	53,34%	3,27	02:15 min
moorbad-harbach.gv.at	722	652	2163	65,83%	2,67	01:57 min
gars.at	578	507	869	23,01%	5,58	04:37 min
litschau.at	486	390	677	20,24%	6,41	06:11 min
gerungs.at	438	363	713	20,62%	5,18	04:15 min
jobwald.at	356	273	1201	13,99%	4,85	03:06 min
waidhofen-thaya-stadt.at	336	249	516	22,29%	5,11	03:37 min
willhaben.at	331	288	450	60,44%	3,58	02:39 min

⁷ Besucher, die die eigene Website besuchen, indem sie von anderen Websites (nicht von Suchmaschinen) her finden, werden als Referral-Traffic bezeichnet.

Von wo aus Österreich erfolgen die Zugriffe?

Am Beispiel der Monate Jänner 2016, Juli 2017 und Dezember 2018

Tabelle 22: Top 10 Herkunftsorte der Desktop-Version

Jänner 2016		Juli 2017		Dezember 2018	
Wien	3.443	Wien	3.421	Wien	2.700
St. Pölten	2.029	St. Pölten	717	Linz	230
Zwettl	296	Zwettl	447	St. Pölten	191
Linz	220	Krems	341	Zwettl	174
Krems	185	Horn	187	Krems	118
Waidhofen/Thaya	102	Linz	145	Waidhofen/Ybbs	90
Amstetten	83	Hainfeld	97	Horn	87
Melk	76	Hoheneich	76	Salzburg	74
Horn	68	Waidhofen/Thaya	69	Graz	73
Dornbirn	66	not set	52	St. Martin	45

Tabelle 23: Top 10 Herkunftsorte der Mobilien Version

Jänner 2016		Juli 2017		Dezember 2018	
Wien	1.952	Wien	4.020	Wien	3.605
St. Pölten	800	St. Pölten	582	St. Pölten	148
Zwettl	78	Zwettl	327	Linz	130
Waidhofen/Thaya	73	Krems	205	Horn	126
Krems	41	Horn	124	Zwettl	118
Linz	31	Hollabrunn	43	Krems	111
Melk	20	Waidhofen/Thaya	35	Graz	63
Dornbirn	20	Linz	33	Waidhofen/Thaya	51
Amstetten	17	Wr. Neustadt	31	Salzburg	45
Mank	15	Wolkersdorf	29	Melk	29

Feedback aus Bad Traunstein zum Rücklauf bei Immobilien-Inserat

Von: office@bad-traunstein.at
Gesendet: Montag, 5. März 2018
An: nina.sillipp@regionalberatung.at
Betreff: AW: Service-Paket

Hallo Nina!

Eines wollte ich dir nur kurz berichten: Mein Bruder hat unser Elternhaus zum Verkauf inseriert. Der Rücklauf ist Wahnsinn. Gleich am selben Tag hatte er mehrere Anrufe, am nächsten Tag sagte er schon über 700 Aufrufe, schon einige Besichtigungstermine...

Super!!!

Liebe Grüße
Martina Friedl
Gemeindesekretärin

Online-Marketing & Digitale Medien

Zwischen 2016 und 2018 wurde verstärkt auf Investitionen in digitale Medien gesetzt.

Digitale Medien sind Kommunikationsmedien, die auf der Grundlage von Informations- und Kommunikationstechnik funktionieren (z. B. Internet). Werden digitale Medien im Internet publiziert, also online verfügbar gemacht, so spricht man auch von Onlinemedien.⁸

Solche Onlinemedien, die über Internetdienste zugänglich gemacht werden, sind beispielsweise Internetseiten, Chat, E-Mail, Messenger, Online-Games, Netzpublikationen und Video-on-demand.⁹

★ Die Erfahrung hat gezeigt, dass man mit Online-Werbeaktivitäten richtig liegt. Erstens ist das **Preis-Leistungs-Verhältnis** ein sehr gutes, zweitens **erreicht** man die definierten **Zielgruppen** ausgesprochen gut und beinahe das ganze Jahr durchgängig und drittens sind die Aktivitäten und deren Erfolge sehr gut **messbar**.

E-Mail-Marketing

E-Mail-Marketing-Aktivitäten gelten im Digitalen Marketing als herausragend erfolgreich.

Sie sind effizient, kostengünstig, persönlich und individuell. Man kommt mit einer eigenen Nachricht direkt in die Mailbox der EmpfängerInnen und kann individuelle Inhalte nach Empfängerprofil und -wünschen zustellen, zum Vorteil für Versender und Empfänger.

E-Mail ist der Kanal, mit dem Follower und Fans **gezielt** und vor allem auch **persönlich angesprochen** werden können.

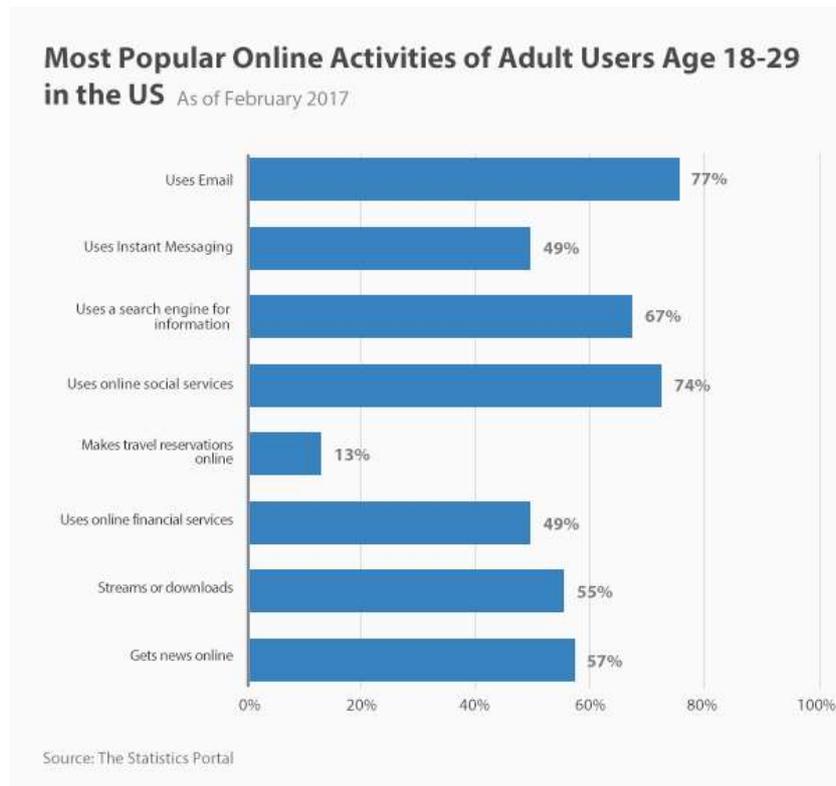
Audience Bloom fand bei einer Umfrage heraus, dass 2017 über 45 % der Befragten via Newsletter über neue Themen informiert werden wollen. Auch Campaigner schlussfolgerte ein solches Ergebnis. Aus ihrer Studie geht hervor, dass 44 % der Befragten E-Mail als Lieblingskanal für Brand Interaction empfinden.

⁸ Quelle: https://de.wikipedia.org/wiki/Digitale_Medien

⁹ Quelle: <https://de.wikipedia.org/wiki/Onlinemedien>

Die populärsten Online-Aktivitäten der letzten Jahre passierten in den Bereichen Kommunikation und Soziale Apps. Weit vorne lag dabei das Verwenden von E-Mails für Kommunikation und Information.

Abbildung 37: Die populärsten Online-Aktivitäten 2017



Quelle: <https://de.vpnmentor.com/blog/internet-trends-statistiken-fakten-aus-den-usa-und-weltweit>

Seit 2011 erhalten Waldviertel-Interessierte einen Newsletter über Entwicklungen, Aktivitäten und Veranstaltungen in der Region. Mit Mai 2016 wurde eine **neue Qualität im Email-Marketing**, also im Versand des Newsletters an BotschafterInnen, Interessierte und Wohnweb-Nutzer, eingeführt.

Der Verein arbeitete mit der Firma **Eyepin**, einem professionellen Anbieter zusammen. Am 3. Mai 2016 wurde der erste personalisierte Newsletter an 1.114 Adressen versandt.

Der „Wohnen im Waldviertel“-Newsletter war in Kombination mit einem optimierten NEWS-Bereich und dem viralen Marketing über Social Media ein wirkungsvolles Marketing-Instrument, um die Marke Schritt für Schritt bekannter zu machen.

14 „WOHNEN IM WALDVIERTEL“-NEWSLETTER

Tabelle 24: Versand-Termine der „Wohnen im Waldviertel“-Newsletter

Datum	Uhrzeit	Empfänger	Delivery	Views	Clicks
3. Mai 2016	11:00 Uhr	1.114	91 %	39,6 %	36,3 %
28. Juli 2016	11:10 Uhr	1.025	98 %	36,6 %	40,6 %
23. Sept. 2016	11:30 Uhr	1.030	97,6 %	33,5 %	35,6 %
6. Dez. 2016	11:25 Uhr	1.052	97,7 %	36,9 %	34,3 %
9. März 2017	10:55 Uhr	1.067	97,8 %	34,5 %	40,8 %
18. Mai 2017	10:45 Uhr	1.094	97,4 %	37 %	33 %
27. Juli 2017	10:55 Uhr	1.086	96,7 %	40,2 %	32,5 %
9. Nov. 2017	10:40 Uhr	1.193	95,9 %	42,3 %	34,1 %
1. Feb. 2018	11:20 Uhr	1.177	98 %	41,9 %	31,7 %
3. Mai 2018	11:00 Uhr	1.200	98,2 %	42,4 %	30,1 %
28. Juni 2018	11:05 Uhr	1.258	97,7 %	41,7 %	28,7 %
23. Aug. 2018	11:00 Uhr	1.246	98,5 %	38,6 %	32,3 %
11. Okt. 2018	11:00 Uhr	1.255	98,8 %	39,6 %	25,5 %
13. Dez. 2018	10:50 Uhr	1.250	99,5 %	37,5 %	19,7 %



Platz für ein Botschafter-Statement



Ich schätze das Waldviertel
weil es mich inspiriert, ausgleicht und meinem Lebensbaum festen Halt im Sturm des Lebens gibt. (Rainer Neuwirth, Botschafter)

Personalisiert

Liebe Leserinnen und Leser!
Wohnen im Waldviertel liegt im Trend. Denn immer mehr Menschen sehnen sich nach genau dem, was die Region zu bieten hat. Die Initiative "Wohnen im Waldviertel" und die 56 teilnehmenden Gemeinden helfen allen dabei, ihre Sehnsucht nach einem anderen Leben zu erfüllen. Und so ziehen mittlerweile jährlich 4.500 Menschen ins Waldviertel. Aus unterschiedlichsten Gründen! In unserem Newsletter berichten wir regelmäßig davon, was den Wohnstandort Waldviertel so besonders macht!

Viel Spaß beim Lesen wünscht
der Verein Interkomm Waldviertel

Die Top Themen im Mai



Warum Nina und Michael Dräger ins Waldviertel kamen
Es gibt die unterschiedlichsten Wege, die ins Waldviertel führen. Von einigen dürfen wir erzählen. Bei Nina und Michael Dräger war es die Ausbildung. Sie wollten in den 1990er Jahren nicht drei Jahre auf einen Turnusplatz in Wien warten, kamen deshalb ins Landeskrankenhaus Zwettl UND blieben!
[Weiterlesen](#)

Einsatz von Testimonials



HARTL HAUS Förderung für alle Häusbauer
HARTL HAUS ist "Wohnen im Waldviertel"-Partner der ersten Stunde. Nun wartet der Fertighauspezialist aus Echtsbach mit einer Waldviertel Förderung auf. Wer ein HARTL HAUS im Waldviertel baut, erhält ab sofort eine spezielle Förderung.
[Mehr Infos](#)



Regionale Produkte aus dem Waldviertel online
Spezialitäten und Handwerkskunst aus dem Waldviertel einfach online bestellen! Diese Idee von drei Studenten - einer davon aus dem Waldviertel - ist mittlerweile überaus erfolgreich. myProduct.at vereint die besten Landwirte, Familienbetriebe & Manufakturen und macht deren Produkte bequem per Mausclick direkt vom Betrieb beziehbar.
[Gleich reinschauen](#)

Werbepbanner mit Hinweis auf wichtige Services und Angebote

Zu vermieten? Zu verkaufen?
www.wohnen-im-waldviertel.at

Hinweise auf Events in und ums Waldviertel

Es tut sich was im Waldviertel



"Traumhaus"
Die Jahresausstellung 2016 "Traumhaus" im Kunstmuseum Waldviertel in Schrems von 19. März 2016 bis 15. Jänner 2017 lädt Besucher:innen ein mit zu träumen und das eigene Traumhaus zu finden.
[Kunst.Klick](#)

BIOEM 2016
Auf der BIOEnergieMesse in Großschönau von 26. bis 29. Mai werden Wege zu mehr Energieeffizienz und Verwendung Erneuerbarer Energien aufgezeigt. Mehr als 250 Aussteller erwarten die Besucher:innen.
[Energie.Klick](#)

waldviertelpur 2016
Ein neuer Ort, ein neuer Termin und bestens bekannte Qualität in Sachen Kulinarik, Kultur, Brauchtum und Handwerk: Von Mittwoch, 18. Mai, bis Freitag, 20. Mai am Wiener Rathausplatz!
[Event.Klick](#)

Links auf wichtige Bereiche im Wohnweb

- BOTSCHAFTER TOOL
- IMMOBILIE SUCHEN
- IMMOBILIE INSERIEREN
- MEIN WOHNWEB

Sponsoren

Dieses Projekt von 56 Gemeinden wird unterstützt von  Impressum | Abmelden | Weiterleiten | Daten ändern 

Social Media Verknüpfung

Abbildung 38: Ansicht eines „Wohnen im Waldviertel“-Newsletters

PROFESSIONELLE SOFTWARE ZAHLT SICH AUS

Vorteile im Überblick

- Strategische Erstellung und Platzierung von Anmeldeformularen auf der Webseite
- Automatisches Sammeln und Pflegen von Kontakten
- Schnelles Entwerfen von attraktiven E-Mail Designs
- Personalisieren von Inhalten für spezifische Empfängergruppen
- E-Mails an mehrere Empfänger gleichzeitig senden
- Auswerten und Optimieren anhand von Statistiken und Reports

Mit professioneller Newsletter-Software kann man den eigenen Newsletter personalisiert, sauber dargestellt und gut bedienbar ausschicken.

Unabhängig davon, auf welchem Endgerät und mit welchem E-Mail-Programm der Newsletter geöffnet wird, man kann sich darauf verlassen, dass er „gut“ beim Empfänger ankommt.

Die Newsletter-Anmeldung wird, im Sinne der DSGVO¹⁰, regel- und rechtskonform über ein **Double-Opt-in-Verfahren**¹¹ abgewickelt.

Diese Double-Opt-In-Methode ist die rechtliche Voraussetzung einer ausdrücklichen Einwilligung. Nach der Anmeldung wird automatisch ein Aktivierungs-Link versendet, um die E-Mail-Adresse zu verifizieren. Darüber hinaus hilft diese Methode auch dabei Spam-Anmeldungen, hohe E-Mail-Versandkosten und Bounce-Raten sowie niedrige Öffnungs- und Klickraten zu vermeiden. Die DOI-E-Mails haben in der Regel eine deutlich höhere Öffnungsrate als herkömmliche Newsletter.

Ein weiterer Mehrwert beim Einsatz einer professionellen Software ist die Möglichkeit, den eigenen Adressdatensatz laufend kontrollieren und verbessern zu können. Ist die Adresse des Empfängers falsch oder nicht mehr aktuell, erhält man diese Info durch das Ausweisen von Bounces¹². Auch die Angaben der Abmeldungen sind hilfreich.

Abbildung 39: Auszug aus der Eyepin-Statistik am Beispiel des Newsletters Nov. 2017



Quelle: <https://app.eyepin.com>

¹⁰ DSGVO = Datenschutzgrundverordnung

¹¹ Opt-in ist ein ausdrückliches Zustimmungsverfahren, bei dem der Endverbraucher Werbekontaktaufnahmen explizit bestätigen muss. Dafür muss der Eintrag der Abonnentenliste in einem zweiten Schritt bestätigt werden. Hierfür wird eine E-Mail mit Bitte um Bestätigung an die eingetragene Kontaktadresse gesendet.

¹² Als Bounces bezeichnet man die E-Mails, die nicht erfolgreich zugestellt werden konnten, weshalb der empfangende Mail-Server eine Fehlermeldung (= Bounce) zurückschickt; Quelle: www.Online-Marketing-Forum.at

Mit der Software von Eyepin kann die gesamte **Performance** des Newsletters sowie das **Userverhalten analysiert** werden.

Durch dieses Feedback zur Wirkung des einzelnen Newsletters hat man die Möglichkeit diese **Werbeaktivität fortlaufend zu optimieren** und an die Zielgruppe anzupassen.

Unter anderem sind Öffnungs- und Klickrate auf einen Blick ersichtlich.

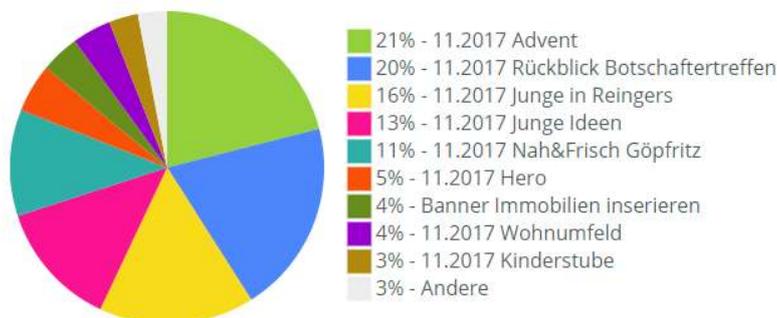
Beim Newsletter vom November 2017 wurden beispielsweise eine Öffnungsrate von **43,7 %** und eine relative Klickrate¹³ von **34,4 %** erzielt.

E-Mail-Marketing rechnet immer mit einem **hohen kalkulierten Streuverlust**. Statistisch gesehen liegt eine gute Öffnungsrate bei gerade einmal 20 bis 25 %. Die eindeutige Klickrate¹⁴ liegt laut einer Studie von Newsletter2Go nur bei 3,5 %. Der „Wohnen im Waldviertel“-Newsletter lag hier bei fast **15 %**.

★ Durch die gute Messbarkeit der Werbewirkung eines Newsletters und die dadurch mögliche laufende Optimierung ist im Marketing der Versand eines Newsletters dem Versand einer klassischen E-Mail vorzuziehen.

KLICKS

Abbildung 40: Ranking der geklickten Artikel im November 2017



Quelle: <https://app.eyepin.com>

Interessant sind auch die Rückschlüsse auf die beliebtesten Artikel, wobei man hier nicht zu schnell Schlussfolgerungen treffen sollte.

Berücksichtigt werden müssen Faktoren wie Platzierung innerhalb des Newsletters oder notwendige Detailinfos. So kann es durchaus sein, dass der Newsletter im kurzen Einleitungstext genügend Informationen zu Veranstaltung, Zeit und Ort gegeben hat und ein weiterführender Klick auf die jeweiligen Webseiten nicht unbedingt notwendig war.

Durch die einwandfreie Userverwaltung mit eyepin kann jeder Artikel einer selbst definierten Zielgruppe zugewiesen und nur dieser übermittelt werden.

¹³ Relative Klickrate beschreibt das Verhältnis zu geöffneten Emails.

¹⁴ Die eindeutige Klickrate meint das Verhältnis zwischen der Anzahl der Empfänger, die mindestens einen Link geklickt haben, zu der Anzahl aller Empfänger.

ZUGRIFFE VS. E-MAIL-PROGRAMME

Das um und auf im Email-Marketing ist, die eigenen E-Mails für das breite **Spektrum an Endgeräten, Plattformen und E-Mail Clients** zu optimieren, um einer breiten Masse von EmpfängerInnen ein gleichbleibend hochwertiges E-Mail Erlebnis anbieten zu können.

Mit Eyepin stand „Wohnen im Waldviertel“ ein **responsiver Newsletter** zur Verfügung. Alle LeserInnen konnten demnach in gleicher Qualität mit Inhalten bedient werden, da der Newsletter sich auf sämtliche Bildschirm-Größen anpasste und in jeder Form, funktional genauso wie optisch, einwandfrei funktionierte.

Eyepin weist in der Statistik auf, wie viele LeserInnen auf einem Standgerät oder Laptop auf den Newsletter zugegriffen haben und wie viele den Newsletter mobil geöffnet und gelesen haben. Auch Webmail wird extra ausgewiesen.

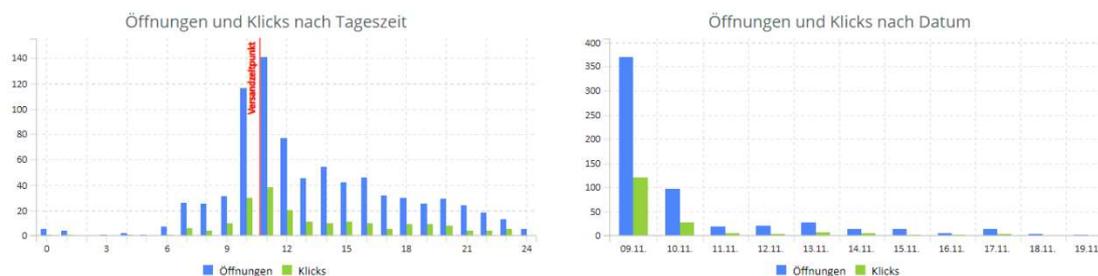
„Mobil“ heißt nicht zwangsläufig „unterwegs“, sondern eher „nicht-im-Büro-Arbeit“, d.h. dass das mobile Lesen von Werbemails kein 100%iges „Unterwegs“-Phänomen ist. Vielmehr steigen die mobilen Zugriffe an Tagen an, an denen weniger gearbeitet wird und viele Menschen generell weniger Zeit am Computer verbringen.

Der bei „Wohnen im Waldviertel“ relativ hohe Desktop-Wert ist auch auf den gewählten Wochentag und die Uhrzeit des Versandes (Dienstag oder Donnerstag, 11:00 Uhr) zurückzuführen.

Außerdem beeinflusst die Branchenzugehörigkeit, wo E-Mails gelesen werden. Welche Präferenzen die Zielgruppe hat und wie sie mit der Marke interagiert, hängt demnach von der Branche des Versenders ab. Dieselben Menschen verhalten sich unterschiedlich, je nachdem welches Thema und welchen Lebensbereich Newsletter ansprechen.

ZEITVERLAUF

Abbildung 41: Zeitverlauf der Öffnungen und Klicks des Newsletters im Nov. 2017



Quelle: <https://app.eyepin.com>

Die meisten Öffnungen und Klicks wurden in den ersten beiden Tagen bzw. sofort nach dem Versand gezählt.

FORTLAUFEND NEWSLETTER-ADRESSEN SAMMELN

Da sich E-Mail-Marketing zu einem wichtigen Werbe-Standbein im Marketing und speziell im Projekt „Wohnen im Waldviertel“ entwickelt hat, war erklärtes Ziel, weitere Adressen zu sammeln, die beschickt werden dürfen.

Je mehr Adressen beschickt werden konnten, desto breiter konnten Botschaften zum Waldviertel gestreut werden.

Eine gute **E-Mail-Liste ist wichtig**, weil:

- E-Mails eine kostengünstige und effektive Möglichkeit sind, Zielgruppen zu erreichen
- E-Mails nicht durch einen Algorithmus beeinflusst werden (wie bei Social Media Kanälen), sondern direkt im Posteingang des Empfängers landen
- Empfänger persönlich adressiert werden können
- E-Mails sich über eine lange Zeit bewiesen haben und nicht von einem Plattformbetreiber abhängig sind

Um also stetig mehr und vor allem wirklich interessierte Menschen ausfindig zu machen, die informiert werden wollen, wurden beispielsweise **bei der Jobmesse** Info-Blätter inkl. Anmeldeformular aufgelegt.

Außerdem wurde ein **Inserat** kreiert, welches die Gemeinden in ihren **Gemeindenachrichten** veröffentlicht haben, um die eigenen BürgerInnen auf den Newsletter als wichtige Infoquelle innerhalb der Region hinzuweisen.

Abbildung 42: Inserat für die Gemeindenachrichten zur Bewerbung des Newsletters



Weiters wurden Aufrufe zur Anmeldung **über Social Media** getätigt und das Anmeldeformular **auf der Webseite** wurde **strategisch besser platziert**. Die Anmeldung war jeder Zeit unter www.wohnen-im-waldviertel.at/newsletter möglich.

★ Beim Sammeln von Newsletter-Adressen geht es in erster Linie um Qualität als um Quantität, denn im Endeffekt zählen Öffnungs- und Klickrate mehr als die Größe des Adressen-Kontingents.

AUTOMATISIERTE E-MAIL NEWSLETTER KAMPAGNEN FÜR BOTSCHAFTER

Zur weiteren Optimierung der E-Mail-Marketing-Aktivitäten im Rahmen von „Wohnen im Waldviertel“ wurde ab 2018 ein neues Tool aus der eyepin Marketing Suite hinzugezogen: Lynn - Marketing Intelligence & Automation

Damit können individuelle Inhalte nach Empfänger-Profil und -Wünschen automatisch zugestellt werden.

Lynn lässt sich intelligent steuern und erledigt das ganze Jahre über alle aufgetragenen Aufgaben, die bisher händisch erledigt werden mussten.

Das Tool **steuerte vorhandene Kampagnen nach Userverhalten** aus und sendete so vorbereitete E-Mail Newsletter in Echtzeit an die richtigen Kontakte. Jede einzelne Aufgabe konnte eigene Einstellungen haben und auf unterschiedliche Inhalte zugreifen.

Solche **Drip-Marketing Kampagnen** bestehen aus einer Reihe von Einzelkampagnen, die in bestimmten Zeitabfolgen oder nach Userverhalten ausgesendet werden.

Für „Wohnen im Waldviertel“ wurden dadurch vier verschiedene automatisierte E-Mails an registrierte BotschafterInnen versendet:

- Willkommens-E-Mail nach der Anmeldung zum Botschafter
- Dankes-E-Mail am Jahrestag (der Anmeldung) jedes Botschafters
- Erinnerung an die Inhalte im Botschaftertool, wenn sich Botschafter länger als 90 Tage nicht angemeldet haben
- Info, wenn ein anderer User die eigene Botschaft zum Waldviertel im Wohnweb kommentiert hat

Der Zeitpunkt, wann welcher Botschafter welches E-Mail erhielt, wurde also (je nach Anmeldedatum) vollautomatisch festgelegt und umgesetzt.

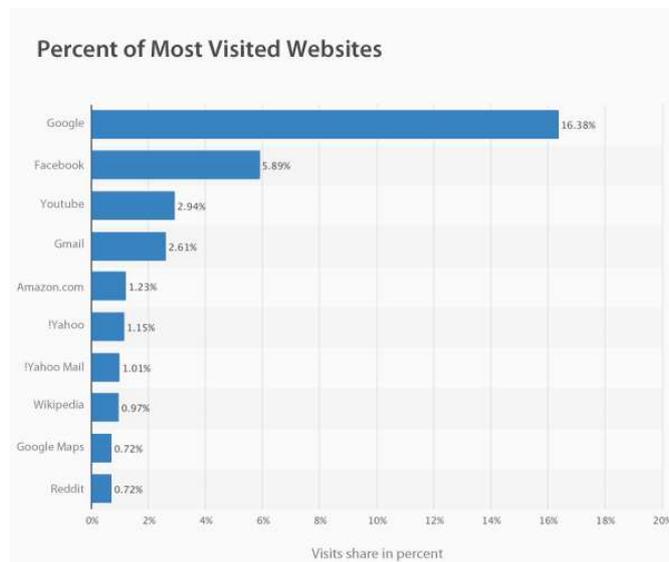
Um das zu bewerkstelligen, wurden Schnittstellen zwischen „Wohnen im Waldviertel“ und eyepin gebaut, sodass sowohl BotschafterInnen, als auch Wohnweb-User, die sich über die Webseite anmeldeten, automatisch in der eyepin-Adressliste aufgenommen wurden. Ebenfalls eine Tätigkeit, die davor „händisch“ erledigt werden musste.

Google Marketing

ADWORDS-KAMPAGNEN UND SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG

Google stellt seit vielen Jahren große Bemühungen an, um DAS Portal des Internets zu werden. Mittlerweile wird der Website-Gigant fast dreimal so oft besucht wie der zweite Rang (Facebook).

Abbildung 43: Ranking der am häufigsten besuchten Websites



Quelle: <https://de.vpnmentor.com/blog/internet-trends-statistiken-fakten-aus-den-usa-und-weltweit>

Die **Sichtbarkeit und Auffindbarkeit im Internet** war für „Wohnen im Waldviertel“ zentrales Thema im Marketing. Allen voran die Sichtbarkeit in der Google Suchmaschine.

Weltweit gibt es über **1,24 Milliarden Webseiten**¹⁵, darunter viele große Immobilienplattformen. Bedenkt man außerdem das **Suchverhalten** der meisten Menschen (die meisten Suchprozesse beginnen im Suchschlitz von Google), erkennt man die Wichtigkeit, **in den Suchmaschinen so gut platziert** zu sein, damit die eigene Webseite bei Suchanfragen gefunden wird.

Sowohl mit bezahlter Google-Werbung (Google Ads), als auch durch langjährige Suchmaschinenoptimierung (SEO) schaffte es „Wohnen im Waldviertel“ mittlerweile auf die erste Suchergebnis-Seite (z.B. bei der Eingabe „Suche Haus Waldviertel“). Dies ist wichtig, da nur wenige Menschen auf die zweite oder dritte Ergebnis-Seite klicken.

Beide Aktivitäten wurden konsequent durchgeführt.

GOOGLE ADS

Google Ads (früher AdWords) sind Textanzeigen, die in der Google-Suchergebnisliste geschaltet werden mit dem **Hinweis „Anzeige“**.

Sie schienen dann auf, wenn ein Nutzer eine Suchanfrage auf Google stellte, die den vorher **definierten Keywords** (Suchworten) von „Wohnen im Waldviertel“ entsprachen.

Mit diesen Keywords konnte festgelegt werden, welche User die Suchanzeigen sehen, daher war eine laufende, thematisch passende Keyword-Recherche wichtig.

Gekonnt eingesetzt, konnten so für die Initiative relevante Zielgruppen angesprochen und Streuverluste minimiert werden.

Parallel zu den Keywords wurden Textanzeigen geschaltet. Eine Textanzeige besteht aus Anzeigentitel, Anzeigen-URL und Beschreibung. Die Anzeigen verwiesen auf themenrelevante Zielseiten bzw. Landingpages.

Man legt für jedes einzelne Keyword fest, wie viel man bereit ist, pro Klick zu zahlen (= CPC, **Cost per Click**, dieser liegt in der Regel zwischen 20 Cent und 10 Euro pro Klick, bei „Wohnen im Waldviertel“ bei durchschnittlich 70 Cent).

Kosten entstanden also nur, wenn der Nutzer auf die Anzeige klickte, um auf die Webseite zu gelangen (Cost per Klick vs. Cost per View).

Die Werbeplätze in der Suchmaschine werden **wie bei einer Auktion** versteigert. Der Bieter mit höchstem AdRank erhält die beste Position.

Man bezahlt also nicht den Preis, den man bereit ist zu bezahlen, sondern nur den, der von Google berechnet wird.

Die Ausgabensicherheit ist dadurch gegeben, dass man darüber hinaus auch festlegt, wie viel man im Monat insgesamt auszugeben bereit ist. Bei „Wohnen im Waldviertel“ waren es beispielsweise etwa EUR 900.- pro Monat.

¹⁵ Quelle:

<https://de.vpnmentor.com/blog/internet-trends-statistiken-fakten-aus-den-usa-und-weltweit>

SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG

Professionelle Suchmaschinenoptimierung (= SEO) stellte ein Muss im Marketing-Mix der Initiative dar, um die Auffindbarkeit von „Wohnen im Waldviertel“ im Netz sicherzustellen und um bei Google & Co auf Seite 1 unter den ersten Suchergebnissen zu stehen.

Es gibt zahlreiche Ranking-Faktoren für die Suchmaschinenoptimierung und diese werden von Google immer wieder verändert. Man unterscheidet prinzipiell zwischen Faktoren für die **On-Page-Optimierung** und **Off-Page-Optimierung**.

Relevanter Content ist für beide Bereiche wichtig (siehe ‚Contentmarketing im NEWS-Bereich‘)! Da Google in erster Linie eine **textbasierte Suchmaschine** ist, geht es sehr stark darum, interessante Texte zu schreiben, die den User auf der Webseite halten.

Damit dies gut vonstattengehen konnte, brauchte es unter anderem die intensive **Zusammenarbeit mit den Gemeinden und Projektpartnern**. Indem diese die Chance nutzten, sich im Wohnweb Waldviertel individuell zu präsentieren, entstand informativer Content, durch den wiederum die Sichtbarkeit in der Google Suchmaschine gewährleistet werden konnte.

Darüber hinaus wurden zum Beispiel auch Tools wie die TYPO3 Extension **CS SEO** genutzt, die eine Evaluierung der bestehenden Inhalte der Webseite möglich machte, um diese aus SEO-Sicht zu verbessern. Zusätzlich konnten damit Seitentitel und Beschreibung bearbeitet werden und erhielt die Vorschau, wie die Seite in einer Suchmaschine sowie in Sozialen Medien aussehen wird.

Social Media Marketing

Eine regelmäßige **Online-Kommunikation mit den „Waldviertel-Fans“** war für den Erfolg der Imagekampagne unerlässlich.

Zwischen 2016 und 2018 wurden die Social-Media-Auftritte über Facebook und Twitter und ab 2018 auch über Instagram¹⁶ beinahe **täglich betreut**, beobachtet und weiterentwickelt.

Ziel war, durch **unterhaltsame und informative Inhalte**, Fotos und Video-Clips noch mehr Emotionen und damit auch mehr Interaktion mit den Fans zu erzeugen.

In einer Studie des Social Media Examiner gaben 89 % aller Marketer an, dass Social Media ihrem Unternehmen **zu mehr Bekanntheit verholfen** haben.

Außerdem gaben 75 % an, dass ihr Website-Traffic (= Referral-Traffic) durch ihre Aktivitäten in sozialen Medien gestiegen ist. Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Google+, Instagram und Pinterest wurden dabei als die wichtigsten sozialen Netzwerke der Marketer genannt.

In den sozialen Medien unterwegs zu sein, ist schon lange keine reine Trenderscheinung mehr. Vielmehr ist es eine legitime Marketing-Taktik, mit der Marketer **mehr Traffic, Leads und Umsatz** erzielen können.

Jedes Mal, wenn man als Region, Gemeinde oder Unternehmen Content twittert, teilt, likt oder pinnt, erschafft man damit eine Gelegenheit, Referral-Traffic auf die eigene Webseite zu bringen.

¹⁶ Instagram ist ein werbefinanzierter Onlinedienst zum Teilen von Fotos und Videos, der zu Facebook gehört. Instagram ist eine Mischung aus Microblog und audiovisueller Plattform.

Außerdem erhöht man damit die Wahrscheinlichkeit, in Suchergebnissen gefunden zu werden. 58 % der befragten Marketer gaben an, dass ihre Präsenz in den sozialen Medien ihre Suchmaschinen-Rankings verbesserte.¹⁷

DIE REICHWEITE

Die Arbeit mit Social Media ist in jedem Fall wichtig, um sich **Gehör** zu **verschaffen** und aufzufallen. Die nötige Reichweite zu erzielen, wird jedoch immer schwieriger. Experten sprechen mittlerweile davon, dass man sinkende **organische Reichweite** (= Reichweite, für die man nicht bezahlen muss, um User zu erreichen) als **bezahlte Reichweite** zurückkaufen muss.

Die vielen Geschehnisse der letzten Jahre, besonders in der Politik und hier im Speziellen im US-Präsidenten-Wahlkampf, waren für Social-Media-Plattformen ungünstig und geschäftsschädigend. Deshalb kündigte Facebook eine deutliche Veränderung an.

Der Plan von Facebook war, den privaten Aspekt des Netzwerks wieder mehr in den Vordergrund zu stellen. Der Newsfeed sollte wieder mehr von Nachrichten bestimmt sein, die aus dem Freundeskreis kommen. Die Sichtbarkeit von Seiten, also Inhalte von Unternehmen und Marken sowie sonstiger öffentlicher Content, sollte stark eingeschränkt werden. Das Ziel war, zurück zur persönlichen Kommunikation zu gelangen.

Das war jedoch nicht neu, denn schon davor war zu beobachten, dass die erreichte Reichweite der eigenen Facebook-Seite in keiner Weise übereinstimmte mit der Zahl der eigentlichen Abonnenten. Maximal 25 % der Facebook-Fans sehen die eigenen Beiträge, obwohl sie sich zu deren Erhalt entschieden haben.

Diese Problematik wird sich laut Experten eher verschärfen als verbessern. Der Verein Interkomm versuchte gegenzusteuern, indem er **Inhalte postete, die Interaktion generierten** und von der Zielgruppe als interessant empfunden wurden.

Darüber hinaus wurde versucht, das **Timing von Posts** auf Facebook zu optimieren. Es gibt Hinweise darauf, dass folgende Veröffentlichungszeiten mehr Likes, Kommentare, Shares und eine höhere Klickrate bringen:

- Die beste Zeit zum Posten auf Facebook ist zwischen 12 und 15 Uhr am Montag, Mittwoch, Donnerstag und Freitag.
- Am Samstag und Sonntag ist die beste Zeit zwischen 12 und 13 Uhr.

Die Halbwertszeit eines Facebook-Posts liegt bei 90 Minuten, die eines Tweets nur bei ca. 25 Minuten. Dieses relativ kleine Engagement-Zeitfenster bedeutet, dass die eigenen Tweets von möglichst vielen Menschen gesehen werden müssen – das heißt, wenn der größtmögliche Teil der Zielgruppe gerade auf Twitter unterwegs ist.

- Die beste Zeit zum Posten auf Twitter ist von Montag bis Freitag um 15 Uhr.

Aber auch das sind nur Richtlinien aus Ergebnissen mancher Analysen. Der Erfolg hängt immer auch von der eigenen Zielgruppe, dem eigenen Standort und natürlich von der **Content-Strategie** ab.

¹⁷ Quelle: <https://blog.hubspot.de/marketing/leads-generieren-mit-referral-traffic>

Der Verein war in den drei Jahren neben Facebook auch auf Instagram und Twitter tätig. Es wurde beinahe täglich getwittert und ein- bis zweimal auf Facebook und Instagram gepostet. Die **Betreuung** der sozialen Medien war **aufwendig**, zahlte sich jedoch aus – vor allem im Sinne der Imagekorrektur.

Vor allem Twitter eignete sich für „Wohnen im Waldviertel“ sehr gut dafür, einen Einblick zu erlangen, worüber in Bezug auf das Waldviertel „gezitschert“ wird und wie die Stimmung ist.

★ Man sollte täglich (mindestens eine Stunde) in den sozialen Medien präsent sein, auch andere Beiträge von anderen Accounts liken, anstatt nur immer selbst zu posten.

Am Projektende hatte der Verein über die Social Media-Kanäle Facebook, Instagram und Twitter rund **5.250 Abonnenten**, die mit Botschaften erreicht werden konnten.

Auf Facebook erreichte man Menschen ab 30, bei Instagram waren die jüngsten Nutzer 14 Jahre alt.

Durch die **digitale Mundpropaganda** wurden auch immer wieder Leute angesprochen, die man anders nicht erreichen würde.

Letztlich sind alle Kanäle dafür da, eine größere **Nähe zum „Kunden“** aufzubauen. Über soziale Medien konnte der Verein sehr gut **Wohngefühl, Lebensqualität und Emotionen** vermitteln! Vor allem Instagram entwickelte sich dabei immer mehr zum Instrument, um das Branding aufzubauen.

Exkurs: „Wie kann die Interaktion mit den Fans verbessert werden?“

Durch die regelmäßige Online-Kommunikation mit den Facebook-Fans blieb die Fanseite für die BotschafterInnen der Region interessant. Der Verein war bemüht, die Inhalte unterhaltsam und informativ zu gestalten. Um das zu gewährleisten, orientierte er sich an folgenden Grundsätzen¹⁸:

1) Persönlichkeit

Die Beiträge sollen im eigenen Stil geschrieben werden, damit die Inhalte eine persönliche Note erhalten und die Seite authentisch wirkt.

2) Bilder und Videos einbinden

Auswertungen zeigen, dass Posts mit Bildern oder kurzen Videos von den Fans häufiger angeklickt und gelesen werden. Ist das Foto originell, erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass die Leser den Beitrag „ liken“ oder sogar kommentieren und teilen.

Ein wichtiger Grund, warum der Verein 2018 in diese Werbemittel investiert hat.

3) Fragen und Diskussionen

Um Interaktion zu erreichen, lohnt es sich, den Fans eine kurze Frage zu stellen. Das muss nicht immer thematisch 100 %ig zur Initiative passen. Freizeitthemen oder Fragen zum aktuellen Tagesgeschehen eignen sich ebenfalls. Auch Umfragen oder aufgestellte Thesen eignen sich, um die User einzuladen, ihre Meinung kundzutun.

¹⁸ Quelle: www.onlinemarketing-ihk.de/blog/2014/02/19/wie-kann-ich-die-interaktion-mit-meinen-fans-steigernverbessern

So wurde zum Beispiel der Wohnslogan der Gemeinde Groß Gerungs über eine solche Facebook-Befragung ausgewählt: Knapp 60 Personen nahmen teil. Die Umfrage ergab 62 % Zuspruch für „Groß Gerungs. Wo dein Herz zu Hause ist“ und zu 38 % „Groß Gerungs. Eine Herzensangelegenheit.“

4) Statistiken & Zahlen

Einfache Zahlen können nicht nur beeindrucken, sie bleiben auch gut in Erinnerung und werden gern weitergegeben. Dabei muss darauf geachtet werden, dass die Zahlen, die gepostet werden, zur Fanseite passen und die Zielgruppe interessieren.

„Das Waldviertel in Zahlen“ war jedes Mal ein voller Facebook-Erfolg für den Verein.

Abbildung 44: Facebook- Posting vom 29. Mai 2018



Alles da. Im Waldviertel.

Bezirke: Grönd, Horn, Krems Land, Waldhofen/Thaya, Zwettl und die Stadt Krems

111 Gemeinden	20 Stadtgemeinden
218.000 Hauptwohnsitzer	51.000 Zweitwohnsitzer
4.900 Menschen ziehen jährlich zu	39.000 Zugewogene zwischen 2008 und 2016
6 Krankenhäuser	540 Allgemeinmediziner und Fachärzte
160 Kindergärten	190 Pflichtschulen
32 AHS und Berufsbildende Schulen (5 HAKS, 1 HTL, 1 HLW etc.)	5 Berufsschulen
Betriebsstandorte in den Sparten:	
5.100 Handel	7.800 Gewerbe, Handwerk und Industrie
2.100 Tourismus	1.700 Information und Controlling
21.200 Arbeitsstätten	100.100 Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigte
2.400 Lehrlinge	780 Lehrbetriebe

www.wohnen-im-waldviertel.at

Wohnen im Waldviertel

Wo das Leben neu beginnt.

www.facebook.com/WohnenImWaldviertel

Abbildung 45: Facebook-Posting vom 6. Juni 2017



www.facebook.com/WohnenImWaldviertel

5) Studien oder Pressemitteilungen

Um den Fans eine eigene Studie oder Pressemitteilung schmackhaft zu machen, hilft es, interessante bzw. überraschende Informationen/Ergebnisse herauszunehmen und diese (anstatt nur der Überschrift) zu posten. Das macht neugierig.

6) Wettbewerb und Verlosung

Zur Steigerung der Interaktion mit den Fans kann man auch ein Gewinnspiel einrichten. Die Preise müssen dabei nicht immer materiell sein. Man kann zum Beispiel auch jemanden zum „Fan (oder Botschafter) des Monats“ küren. (Unbedingt die rechtlichen Hinweise von Facebook beachten, um die Richtlinien nicht zu verletzen.)

7) Humor

Posts, die die LeserInnen zum Schmunzeln bringen, verbreiten sich auf Facebook besonders gut. Und durch die virale Reichweite erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, auch neue Fans zu gewinnen.

8) Zielgruppe und Zeiten

Zu beachten ist, wann und zu welcher Tageszeit die eigenen Posts veröffentlicht werden. Ist die Zielgruppe an den ausgesuchten Tagen und Uhrzeiten auf Facebook aktiv? Werden die Beiträge unter der Woche bevorzugt gelesen oder vielleicht eher am Wochenende?

Es gilt: Nicht zu häufig posten! Das kann abschrecken! Ein gutes Mittelmaß ist wichtig. Solange man wirklich nützliche Informationen und Neuigkeiten bereitstellt, kann aber auch ruhig einmal öfter gepostet werden.

9) Reaktion zeigen

Auf Kommentare oder Anfragen der Fans sollte unbedingt reagiert und geantwortet werden! Vor allem kritische Statements sollten nicht einfach so im Raum stehen bleiben.

10) Abwechslungsreich

Es sollten verschiedene Beitragsarten verwendet werden. Nach einem Sachartikel folgt ein Foto von der eigenen Arbeit, eine Empfehlung oder ein lustiges Rätsel. Auch Umfragen oder Tipps sind eine angenehme Abwechslung. So bleibt die Seite interessant.

★ 3 wichtige Regeln bei der Nutzung von sozialen Netzwerken¹⁹

Regelmäßigkeit: Nicht nur eigene Inhalte posten, sondern auch aktiv kommunizieren, liken und teilen interessanter Nachrichten von anderen. Soziale Netzwerke sind dafür da, sich miteinander auszutauschen.

Ausdauer: Nur wer regelmäßig aktiv ist, wird einen aktiven Kanal bekommen. Dazu ist es auch wichtig, den Followern zuzuhören. Vielleicht haben sie ja auch den einen oder anderen guten Tipp oder auch Fragen, zu denen man Wissenswertes berichten kann.

Ausprobieren: Nicht alles, was von Experten empfohlen wird, muss auch gut für den eigenen Kanal sein. Empfehlungen sind Richtlinien, an denen man sich orientieren kann. Es ist jedoch auch wichtig, selbst Dinge auszuprobieren und herauszufinden, was für den eigenen Kanal und die eigenen Postings gut ist.

Vernetzung mit immobilenscout24.at

Seit 11. April 2018 wurden Bauplätze, die von einer Gemeinde in die KOMSIS-Immobilien-datenbank eingetragen wurden, durch eine automatisierte Schnittstelle auf den großen Immobilienplattformen Österreichs, www.immobilienscout24.at und www.immobilienet.at, präsentiert.

Mit dieser Kooperation bzw. durch diese neuen Werbekanäle, die monatlich 800.000 Besucher zählten, wurden mehr Anfragen nach Grundstücken in den Gemeinden generiert.

Der Austausch von Immobiliendaten (Baugründen) erfolgte im OpenImmo-Format 1.2. Die Bereitstellung des Datenfiles und der Bilder lief über den Server der Wallenberger & Linhard Regionalberatung. Diese konnten via https abgerufen werden. Die Aktualisierung des Exportfiles erfolgte 1x täglich. Übertragen wurden ausschließlich jene Grundstücks-Inserate, bei denen die Gemeinde als Ansprechperson angegeben war.

Für immobilenscout24.at war die Partnerschaft interessant, da die Plattform nur begrenzt Zugang zu verfügbaren Bauplätzen hat. Durch die Schnittstelle zu den Waldviertler Gemeinden vergrößerte sich deren „listing“ in dieser Objektart.

Für die „Wohnen im Waldviertel“-Gemeinden war die Partnerschaft von Vorteil, da sie ihre verfügbaren Baugründe auf Österreichs größter Immobilienplattform bewerben und somit eine ganz neue Zielgruppe ansprechen konnten (normalerweise kostenpflichtig).

¹⁹ Quelle: www.seo-triebwerk.de/die-beste-zeit-zum-posten

Klassische Werbeaktivitäten und Öffentlichkeitsauftritte

Neben den vielen Aktivitäten im Online-Marketing setzte der Verein Interkomm parallel dazu analoge Werbung und Öffentlichkeitsauftritte auf ausgewählten Plätzen ein.

Obwohl digitales Marketing in der heutigen Zeit enormes Potenzial verspricht, sollten klassische Werbewege nicht ignoriert werden. Denn selbst wenn Otto Normalverbraucher gefühlt 24/7 online ist, sollte man immer bedenken, dass selbst die größte Gruppe von Online-Usern, die 14- bis 29-Jährigen, täglich „nur“ **vier Stunden im Netz** verbringt.

Darüber hinaus gibt es weitere Gründe²⁰, warum Analog-Werbung noch immer bedeutsam ist. Einer davon ist, dass **Menschen haptisch veranlagte Wesen** sind. Das ist auch der Grund, warum das Smartphone-Display summt, wenn man auf ein App-Symbol drückt oder warum nach wie vor 90 % aller verkauften Bücher aus Papier sind, obwohl E-Books komfortabler und platzsparender sind.

Was wir physisch spüren, sehen, riechen, hat für uns eine andere Wertigkeit als etwas Digitales, das sich ausschließlich auf das Optische beschränkt.

In Zusammenhang mit Werbung bedeutet das, dass sich Menschen leichter von etwas begeistern lassen, das sie in die Hand nehmen können. Beispiele dafür sind postalisch zugestellte Werbebriefe oder Infojournale.

Analoge Werbung wird Altersgruppen-übergreifend **als weniger aufdringlich empfunden**. Digitale Werbung hingegen stellt oftmals ein Ärgernis dar. Popups werden beispielsweise immer häufiger softwaretechnisch blockiert, Banner stören oftmals den Lesefluss und gut integrierte Werbung wird als Versuch missinterpretiert, den User hinters Licht führen zu wollen.

Bedenkt man dann noch, dass die Reichweite digitaler Werbung bei der Generation 50+ stark sinkt, ist Analogmarketing eine echte Notwendigkeit.

„Wohnen im Waldviertel“ – Sonderjournal

22./23. April 2016 * 21./22. April 2017 * 20./21. April 2018

Einen besonderen Stellenwert innerhalb des Marketing-Mix in der klassischen Bewerbung des Waldviertels als Wohnstandort hat das „Wohnen im Waldviertel“-Sonderjournal erreicht.

Die 24-Seiten starke Wochenend-Beilage erschien einmal im Jahr im **Kurier** (am Freitag) und in der **Kronzeitung** (am Samstag) mit einer Auflage von bis zu **323.000 Stück**.

Die **Verteilgebiete** entsprachen jenen Zielmärkten, die für die gesamte Imagekampagne definiert wurden: Wien gesamt, Linz Stadt und Umgebung sowie alle Bezirke im Waldviertel. Darüber hinaus erfolgte die Zustellung auch an die Postabonnenten in Gesamt Wien und Niederösterreich.

Ein Überdruck von 5.000 bis 10.000 Stück diente dazu, das Journal das ganze Jahr über bei verschiedensten Gelegenheiten zu verteilen. Die 56 Gemeinden und die Projektpartner waren hierbei besonders engagiert.

²⁰ Quelle: www.unternehmer.de/marketing-vertrieb/195341-analoge-werbung-chancen-risiken

Das Journal war jedes Mal voller „schöner Seiten“ des Waldviertels. Menschen berichteten, warum sie hier wohnen und arbeiten. Die 56 teilnehmenden Gemeinden, Top-Betriebe und Produkte der Region sowie interessante Wohnbauprojekte wurden vorgestellt. Außerdem fanden die LeserInnen des Journals Tipps zum Bauen und Wohnen, Hinweise auf freie Jobs sowie Daten und Fakten zur Region.

Viele Gemeinden, Firmen und Organisationen nutzten das Journal als Gelegenheit, ihre Angebote, Dienstleistungen, Veranstaltungen, aber auch zufriedene Kunden, engagierte Arbeitskräfte und Lehrlinge sowie freie Jobs oder Lehrstellen in einem speziell geschaffenen redaktionellen Umfeld zu präsentieren.

Abbildung 46: Cover der Sonderjournale 2016, 2017 und 2018



Inserate und Artikel

Neben dem Sonderjournal wurden weitere Zeitungen und Journale genutzt, um mittels Inserat oder Artikel auf das „Wohnen im Waldviertel“ aufmerksam zu machen.

★ Klassische Werbung in Printmedien ist im Standortmarketing mit meist kleinerem Budget vor allem ein Mittel zur lokalen Ansprache.

Bewährt haben sich besonders:

- Die **Gemeindenachrichten** der 56 Projektgemeinden

Der Verein Interkomm verfasste mehrfach Artikel, die die 56 Gemeinden regelmäßig in ihren Gemeindenachrichten veröffentlichten. Außerdem gab es auch Inserate, die immer wieder (ohne Kosten) geschaltet wurden. Ein wertvoller Beitrag im Innenmarketing!

- **Freizeitjournal** Edition Waldviertel 2016, 2017 und 2018

Aufgrund der interessanten Zielgruppe wurde in jedem Projektjahr auf der Rückseite (U4) des Waldviertler Freizeitjournals für das Projekt „Wohnen im Waldviertel“ geworben. Zusätzlich zum Inserat berichtete jeweils ein Artikel im Magazin-Inneren von der Initiative.

Das Freizeitjournal ist schon seit einigen Jahren ein beliebter Wegbegleiter für Waldviertel-Interessierte. Seit 2013 erscheint das Heft im praktischen A5 - Format.

Es wird kostenlos in Hotels, Gemeinden, Pensionen, Gasthöfen, bei Ausflugszielen, Tourismus-Betrieben, Messen, Verbänden etc. verteilt. Das Journal erscheint immer Ende Februar/Anfang März mit einer Auflage von ca. 85.000 Stück.

▪ **Genusskrone Waldviertel**

Durch die gute Zusammenarbeit mit der Kronenzeitung erhielt der Verein mehrmals zwischen 2016 und 2018 kostenreduzierte Angebote, in der Genusskrone zu inserieren bzw. durch kostenfreie Artikel in Erscheinung zu treten. So zum Beispiel am 24. Juni 2016, am 30. Juni 2017, am 22. September 2017, am 13. Dezember 2017 und am 30. März 2018.

Hierbei handelt es sich um eine regionale Beilage in der Kronenzeitung, die laut Mediadata eine Reichweite von ca. 31,5% hat und mit einer Auflage von bis zu 110.000 Stück rund 286.000 LeserInnen erreicht.

Die Genusskrone war ein interessantes Medium, um die Zielmärkte von „Wohnen im Waldviertel“ zu erreichen. Das Verteilgebiet in NÖ bildeten die Bezirke Gmünd, Hollabrunn, Horn, Korneuburg, Krems, Stockerau, Tulln, Waidhofen/Th. und Zwettl. In Wien waren es die Rand-Bezirke Richtung Waldviertel: Floridsdorf und Donaustadt. Und in Oberösterreich die Bezirke Freistadt, Perg/Steyregg und Urfahr-Umgebung.

▪ **Messejournal zur Waldviertler Jobmesse**

Zur Ankündigung der jährlich im Herbst stattfindenden Jobmesse des Wirtschaftsforums Waldviertel erschien am Wochenende davor ein Messejournal als Beilage im Kurier am Freitag sowie in der Kronenzeitung am Samstag mit einer Auflage von bis zu 85.000 Stück. Zudem wurde das Journal bei der Messe selbst an die BesucherInnen verteilt.

Die enge Kooperation mit dem Wirtschaftsforum ermöglichte es, über einen kostenfreien Artikel im Journal auf die Initiative und auf das Wohnweb aufmerksam zu machen.

▪ **BioEM Messejournal**

Als Einleitung zur jährlich im Mai oder Juni durchgeführten BioEM in Großschönau erschien das dazugehörige Messejournal.

Der Verein nutzte das Heft in allen drei Jahren, um auf „Wohnen im Waldviertel“ aufmerksam zu machen. Ein ganzseitiges Inserat wurde gebucht. Ein zusätzlicher, kostenfreier Artikel war ebenfalls Teil des Angebotes.

▪ **Kronenzeitung Waldviertel und Wien**

Die LeserInnen der Kronenzeitung waren eine der definierten Zielgruppen im Projekt „Wohnen im Waldviertel“. In den drei Jahren Projektlaufzeit wurden (vor allem innerregional) einige Inserate geschaltet, wodurch wiederum Presseaussendungen im Waldviertel und in Wien veröffentlicht wurden. So wie beispielsweise am 2. und 7. Dezember 2016, am 20. September, 6. Oktober und am 31. Dezember 2017 sowie am 4. April, 17. Oktober und 28. Dezember 2018.

Weitere Inserat-Schaltungen erfolgten in den **Waldviertel NEWS** vom Waldviertel Tourismus in KW 17/2017, im **Stadtjournal „HOTSPOT Weitra“** am 6. Juli 2017 (anlässlich des Bierkirtags in Weitra), in der **NÖN** im Waldviertel am 17. April 2018 sowie in der **Wiener Zeitung** am 9. November 2018.

Sämtliche Belege des Pressespiegels der letzten drei Jahre, die dem Verein zur Verfügung stehen, wurden in einer eigenen Pressemappe zusammengestellt (siehe Anhang) und werden an dieser Stelle nicht im Detail präsentiert.

Radio- und Fernsehbeiträge

Auch Funk und Fernsehen wurden auf die Initiative „Wohnen im Waldviertel“ aufmerksam. Am 26. August 2016 interviewte Ulrich Detsch, Reporter beim **Bayerischen Rundfunk**, den Regionalentwickler Josef Wallenberger (GU) zum Thema Kooperatives Wohnstandortmarketing am Beispiel der Initiative „Wohnen im Waldviertel“. Das ausführliche Interview wurde am 22. September 2016 ausgestrahlt.

Josef Wallenberger war es auch, der ein **Ö1**-Interview am 23. Juni 2017 in der Sendung „Punkt eins“ zum Thema „Stadt -Land: Zu den Hintergründen und Folgen der Polarisierung.“ gemeinsam mit Univ.-Prof. Dr. Christoph Reinprecht, Institut für Soziologie der Universität Wien, nutzte, um einige Botschaften über „Wohnen im Waldviertel“ zu streuen.

In Zusammenarbeit mit Manuela Matl (Redaktion I, Landesstudio NÖ, Österreichischer Rundfunk) wurde am 15. April 2018 ein Beitrag des ORF Landesstudios NÖ aus der Reihe „Österreich-Bild am Sonntag“ im **ORF 2** ausgestrahlt. Titel: „Bevölkerung im Wandel – Auswirkungen auf Wirtschaft und Gesellschaft.“

Der Bericht beleuchtete eine mögliche Veränderung der Bevölkerung in den nächsten In Jahren und Jahrzehnten und daraus resultierende Auswirkungen auf die Gesellschaft und Wirtschaft. Dabei wurden folgende drei Schwerpunkte anhand konkreter Beispiele beleuchtet: die steigende Lebenserwartung, die Herausforderungen des ländlichen Raums und die Migration.

„Wohnen im Waldviertel“ mit seinen 56 Gemeinden und im Speziellen die Gemeinde Bad Großpertholz wurden als positive Beispiele im ländlichen Raum erwähnt!

Der Standort Waldviertel wurde vor allem für junge Familien als interessant dargestellt.

Pressearbeit

Der Verein engagierte sich auch in der Pressearbeit, das heißt im **Informieren und Unterstützen der Presse**. Es wurde versucht, gute Beziehungen zu entsprechenden Journalisten aufzubauen und diese mit gut aufbereiteten Pressemitteilungen zu versorgen.

Neben dem großen Ziel, dadurch in wichtige Medien zu gelangen, war es dem Verein ein großes Anliegen, die Journalisten selbst **zum Umdenken zu bewegen**, ihnen ein aktuelles Bild des Waldviertels zu vermitteln und sie dadurch zu Berichterstattungen zu motivieren, die auf Fakten basieren, nichts schönreden, aber auch keine einseitig negativen Bilder zeichnen (die nicht oder nicht mehr der Wahrheit entsprechen).

Unter anderem wurden **Interviews** gegeben und eine Vielzahl an **statistischen Daten** zur Verfügung gestellt, wie z.B. an die Tips-Redakteurin Kathi Vogl am 20. Februar 2017, für die NÖN am 5. April 2018 und für den Kurier-Redakteur Jürgen Zahrl am 15. Oktober 2018.

Herr Zahrl lies das umfassende Datenmaterial zur Region sowie ein ausführliches Statement zur momentanen Situation im Waldviertel von Josef Wallenberger (GU) in einen Artikel einfließen, der von Aktivitäten im Waldviertler Kernland handelte unter dem Titel „Wir geben nicht auf, sondern gehen es an“ (am 21. Oktober 2018). Außerdem wurde in einer separaten Spalte die Expertenmeinung von Josef Wallenberger unter dem Titel „Bessere Infrastruktur und Jobs als Chance“ veröffentlicht.

Ein weiteres Beispiel ist die Betreuung der ORF-Redakteurin Manuela Matl, die sich nach einer Internet-Recherche (u.a. im Wohnweb Waldviertel) am 12. Oktober 2017 am „Wohnen im Waldviertel“-**Servicetelefon** meldete.

Sie befragte Mag. Nina Sillipp (GU) über aktuelle Entwicklungen im Waldviertel und über Eckpfeiler des Projektes „Wohnen im Waldviertel“. Für einen Bericht war sie auf der Suche nach einer Familie, die aufs Land gezogen ist, damit dort ihre Kinder aufwachsen können.

Nina Sillipp machte sich daraufhin auf die Suche und wurde dank dem großen Engagement der Standortbeauftragten Helga Wandl in Bad Großpertholz fündig. Der Bericht im ORF 2 am 15. April 2018 war ein großer Erfolg für die Initiative „Wohnen im Waldviertel“.

Durch die Pressearbeit erschienen auch einige Artikel in regionalen sowie überregionalen Medien, wie zum Beispiel durch eine Presseaussendung am 11. August 2016, durch die ein Artikel unter dem Titel „790 Menschen für das Waldviertler Image“ kostenfrei in den **Bezirksblättern** platziert werden konnte.

Auch die TIPS Horn veröffentlichten Presseinfos, wie z.B. am 23. Februar 2017.

Eine weitere wichtige Aufgabe des Vereines war die **Medienbeobachtung** und daran anschließend das **Schreiben von Leserbriefen**. Anfang des Jahres 2018 sorgte das Erscheinen der neuen Bevölkerungsstatistik (wie gewohnt) für Negativ-Presse für den Wohnstandort Waldviertel.

Der Verein kümmerte sich um das Verfassen von zwei Leserbriefen an die Wiener Zeitung und an den Standard (in Zusammenarbeit mit der Gemeinde Bad Großpertholz) und half außerdem der Kleinregion Lainsitztal beim Verfassen einer Stellungnahme zum Artikel „Aufwärtstrend vorbei. Bezirk Gmünd verlor 500 Einwohner.“ an Herrn Mag. Lohninger von der NÖN Gmünd. Datenauswertung für den Bezirk Gmünd und für die Gemeinde Bad Großpertholz inklusive.

Dass sich **Pressearbeit lohnt**, bewies ein großer Erfolg im Herbst 2016, als es gelungen ist, einen großen, kostenfreien Artikel in der **KURIER-Beilage „Wohnungsmarkt“** unterzubringen.

Durch die Kombination aus

- Medienbeobachtung (Artikel vom 5. September 2016),
- Bezugnahme auf die Region Waldviertel bzw. auf das Projekt „Wohnen im Waldviertel“,
- Kontaktaufnahme mit dem jeweiligen Redakteur (Paul Jezek) und
- passgenaue Informationsübermittlung

veröffentlichte der KURIER am 28. September 2016 einen überaus positiven Bericht unter dem Titel „Waldviertel als Wohn-Magnet“:

Im Wohnweb unter www.wohnen-im-waldviertel.at/leben stellen wir uns bereits seit 2010 der Aufgabe, Immobiliensuchende über Infrastruktur und Lebensqualität zu informieren, so wie es der GF von sREAL in Ihrem Artikel unterstreicht.

Unter jedem Immobilieninserat ist das Wohnumfeld mittels 6x2 Themen beschrieben. Wir bauen dieses Tool laufend aus.

Wenn wir Sie näher informieren dürfen, freuen wir uns über Ihren Kontakt! Infos finden Sie selbstverständlich auch unter www.wohnen-im-waldviertel.at/presse

Mit lieben Grüßen aus Horn

Nina Sillipp

Für den Verein Interkomm

Verein zur Förderung kommunaler Zusammenarbeit

Von: Paul Jezek

Gesendet: Montag, 12. September 2016

An: Nina Sillipp

Betreff: AW: So wollen wir wohnen vom 5. September

Hallo Frau Sillipp,

das ist tatsächlich spannend, schicken Sie mir bitte weitere Infos und vor allem Fotos.

Danke schön, beste Grüße

Paul Jezek

Von: Nina Sillipp

Gesendet: Montag, 12. September 2016 18:08

An: Paul Jezek

Betreff: AW: So wollen wir wohnen vom 5. September

Lieber Herr Jezek,

schön, dass Sie sich so schnell melden! Damit ich Sie nicht mit zu viel Information auf einmal eindecke, beschränke ich mich fürs Erste

- auf einige Screens zum Wohnweb, damit Sie eine Vorstellung unserer Plattform erhalten,
- auf ein Diagramm zur Altersstruktur der Zu- und Abwanderer Waldviertel,
- auf zwei Fotos:
 - o 1. Zuzug ins Waldviertel" (bzw. nach Reingers)
 - o 2. Unsere Waldviertel-BotschafterInnen

Details und einen kurzen Text finden Sie im Word-Dokument.

Sollten Sie auch Details zur Initiative an sich benötigen, weitere Fotos zum Waldviertel oder auch zu statistischen Daten, dann melden Sie sich!!

Meine Info-Depots sind prall gefüllt :)

Mit lieben Grüßen

Nina Sillipp

Von: Paul Jezek [mailto:p.jezek@medianet.at]
Gesendet: Mittwoch, 28. September 2016 10:51
An: Nina Sillipp
Betreff: Was daraus wurde...

Wohnungsmarkt heute im Kurier, siehe Seite 4
 Liebe Grüße Paul Jezek

Abbildung 48: Seite 4 in der Kurier-Beilage "Wohnungsmarkt" am 28. September 2016

SERVICE
4

WOHNUNGSMARKT
EINE PRODUKTION DER MEDIAPRINT

Mittwoch
28. September 2016

Das Waldviertel als Wohn-Magnet

Eisgarn? Heidenreichstein? Litschau? Im Wohnweb Waldviertel gibt es Antworten auf (fast) alle Wohnfragen

Seit 2009 haben sich nicht weniger als 33.000 Menschen entschieden, ins Waldviertel zu ziehen und hier ihr neues Zuhause zu gründen. Noch nie war offenbar die Sehnsucht nach dem Land so groß wie heute: Jährlich ziehen zwischen 4500 und 6000 Menschen (Quelle: Statistik Austria) in diese Region im nördlichen Niederösterreich, weil ihnen die Großstadt zu laut, zu eng, zu heiß oder zu unsicher geworden ist. Dabei unterstützt www.wohnen-im-waldviertel.at die Suche nach einer passenden Immobilie oder nach einem Bauplatz.

Genaue Beschreibungen Kauf oder Miete, groß oder klein, traditionell oder modern: Jede Immobilie ist inklusive Fotos und Lageplan detailliert beschrieben. Interessante Objekte können auf einer Merkleliste gespeichert werden, durch einen persönlichen Suchagenten wird man sofort informiert, sobald es neue, passende Immobilien im Angebot gibt. Auch die eigene Immo-

bili kann kostenlos inseriert und an Waldviertel-Liebhaber verkauft oder vermietet werden: www.wohnen-im-waldviertel.at/insertieren

Hinter der Initiative „Wohnen im Waldviertel“ stehen gleich 56 Gemeinden, namhafte Projektpartner sowie mittlerweile auch rund 800 Waldviertel-Botschafter, die sich gemeinsam für ein neues Bild des Waldviertels einsetzen.

Wichtige Zusatzinfos Die Region ist im Wohnweb Waldviertel virtuell erlebbar und hilft so, unkompliziert den optimalen Wohnstandort zu finden. Unter „Leben“ können Waldviertel-Interessierte erfahren, was die Region an Angeboten und Vorzügen zu bieten hat. Wo sind Nahversorger und Direktvermarkter im Umkreis von 10, 20 und 50 Kilometern? Wo können Kinder in die Schule gehen? Wo ist der nächste Arzt und das nächste Krankenhaus? Welche Vereine sind in den Gemeinden aktiv? Wie lange fährt man in die Zentralräume Wien, Linz und St. Pölten? Und im Bereich „Arbeiten“ kann durch die Schnittstelle zu jovoi.at nach ei-



Infos zu Infrastruktur und Lebensqualität gleich „unter“ jedem Inserat bei „Wohnen im Waldviertel“

nen neuen Arbeitsplatz innerhalb der Region gesucht werden.

Keinerlei „Altersheim“ Pensionistenreservoir Waldviertel? Keineswegs! Ganz im Gegensatz zur allgemeinen Meinung ziehen nicht nur „die Alten“ ins Waldviertel – genauso wenig wie die Jungen „flüchten“. Das zeigt die Grafik links

zum Zu- und Wegzug nach Altersgruppen 2015. Und auch in den Jahren zuvor konnte diese Altersstruktur der zu- und wegziehenden Hauptwohnsitzer beobachtet werden. Die stärkste Gruppe, die zuzieht, sind die 15- bis 29-Jährigen.

Außerdem auffällig: die sogenannte „Haftungswanderung“: Kinder bis 14 Jahre kommen mit in die Region.

Handy oder Tablet Das Wohnweb Waldviertel steht sowohl als Vollversion auf großem Bildschirm und auf Tablets wie auch als mobile Version für die Immobiliensuche auf Smartphones zur Verfügung. – PAUL JEZEK

WALDVIERTEL: ZUZÜGE UND WEGZÜGE

So viele Menschen sind 2015 ... zugezogen (grün) / weggezogen (rot)

Altersgruppe	Zugezogen	Weggezogen
bis 14-Jährige	1173	484
15- bis 29-Jährige	2443	2071
30- bis 44-Jährige	1676	1237
45- bis 59-Jährige	894	616
60- bis 74-Jährige	326	255
75 Jahre und älter	159	144

Grafik: CB / Quelle: Wohnen im Waldviertel

Exkurs: Datenpflege für die Wohnumfelddarstellung

Der erwähnte Artikel „So wollen wir wohnen“ am 5. September 2016 im Kurier und die darin enthaltene Aussage des sREAL-Geschäftsführers, dass **Informationen zur Infrastruktur bei der Suche nach einem neuen Zuhause immer wichtiger** werden, bestätigten den Verein in seinen Bemühungen, die Wohnumfelddarstellung unter www.wohnen-im-waldviertel.at/leben weiter auszubauen und zu pflegen, wenngleich diese Arbeit überaus zeit- und kostenintensiv war.

Das Waldviertel gilt durch diese Wohnumfelddarstellung im Rahmen eines Immobilienportals nach wie vor als **Musterregion**. Die Relevanz von Zusatzinfos zu Infrastruktur & Co wurde schon sehr früh erkannt und umgesetzt (2010). Diese Vorreiter-Rolle wurde Schritt für Schritt ausgebaut.

Presseaussendungen im Überblick

- **„750 Personen mehr im Waldviertel als 2015“**
am 1. März 2016

Anlässlich der neuen Bevölkerungsstatistik wurde eine Presseinfo zusammengestellt und regional verteilt.

- **„Sind Sie Waldviertel-Botschafter.in?“**
am 11./12. August 2016

Auf der Suche nach neuen Waldviertel-BotschafterInnen bzw. für einen neuerlichen Aufruf wurde im August 2016 ein Artikel verfasst, der nicht nur das Botschaftermodell beschrieb, sondern auch zwei Waldviertel-BotschafterInnen und ihre Botschaften zur Region vorstellte.

- **„Die aktuellen Bevölkerungszahlen für´s Waldviertel sind da“**
am 10. Februar 2017

Nach Veröffentlichung der vorläufigen Ergebnisse der Statistik Austria zum Bevölkerungsstand am 1.01.2017 verfasste der Verein Interkomm einen kurzen Bericht dazu aus Sicht der Initiative „Wohnen im Waldviertel“.

- **„Ein.Blick ins Waldviertel“**
am 7. März 2017

Zur Bewerbung der beiden neuen Werbemittel ‚Themenlandkarte‘ und ‚Erklärvideo‘ wurde im März 2017 eine weitere Pressemeldung verfasst.

- **„Waldviertler Gemeinden arbeiten zusammen“**
am 21. April 2017

Im April 2017 wurde vom großen Gemeindegewerkshop berichtet. In diesem Jahr fand dieser Workshop in Gföhl statt. Thema des Vormittags: „Was wir mit Kommunikation erreichen können.“ Und zwar im positiven, als auch im negativen Sinne. Fest steht, „man kann nicht nicht kommunizieren“ (das sagte schon Paul Watzlawick).

- **„Das war das Botschaftertreffen 2017“**
am 17. September 2017

Mitte September 2017 wurde vom Botschaftertreffen in der Stadthalle in Schrems berichtet, das erfolgreich über die Bühne gegangen war.

- **„Junge(s) wohnen im Waldviertel“**
am 29. September/2. Oktober 2017

Nach dem Motto „Nicht ÜBER junge Menschen reden, sondern MIT IHNEN!“ wollte der Verein Interkomm die Landjugend immer wieder mit ins „Wohnen im Waldviertel“-Boot holen. Junge Meinungen sollten in das Projekt und damit in die Regionalentwicklung einfließen. Denn die Region hat nur dann Zukunft, wenn junge Menschen hier eine Zukunft sehen, hierbleiben wollen oder nach Ausbildung und ersten Berufserfahrungen wieder zurückkehren. Dazu gab es am 29. September 2017 ein Treffen und am 2. Oktober 2017 eine Presseinfo, die an regionale RedakteurInnen verschickt und im Wohnweb Waldviertel implementiert wurde.

- **„Sicher. Besser. Leben. Wohnen im Waldviertel“**
am 23. November 2017

Zur Bewerbung der gemeinsamen Internetplattform wurde Ende des Jahres 2017 eine Pressemeldung verfasst unter dem Motto „Wo Nachfrage und Angebot zusammentrifft“.

- **„Die Region wird nachgefragt“**
am 9. Februar 2018 und 2. März 2018

Als Reaktion auf die Negativ-Presse in verschiedensten Tageszeitungen betreffend die Bevölkerungsentwicklung wurde eine Pressemeldung verfasst, um das Waldviertel positiv zu positionieren.

Zusätzlich wurden Daten zu den Wanderungsbewegungen 2009 bis 2016, ein Diagramm zur Wanderung 2016 nach In- und Ausland sowie nach Altersgruppen, die Gründungsstatistik zwischen 2007 und 2017 sowie die Entwicklung der aktiven Betriebsstandorte zwischen 2007 und 2017 zur Verfügung gestellt.

- **„Das Klima des Waldviertels - besser als sein Ruf?“**
am 9. August 2018

Auch die Menschen im Waldviertel beschäftigte im Sommer 2018 die Hitze. Der Verein nahm dies zum Anlass, um darüber zu berichten, nämlich vom ewig strapazierten Bild des rauen und feuchten Klimas im Waldviertel, von der Wetterstation beim Stift Zwettl und einem Fundus aus dem Archiv - ein wissenschaftlicher Artikel von Hubert Nagl mit dem Titel „Das Klima des Waldviertels – besser als sein Ruf?“

- **„Waldviertel findet Stad(t)“**
am 11./12. Oktober 2018

Nachdem die Presseaussendung über die Projektteilnahme aller vier Bezirksstädte ab 2019 von allen BürgermeisterInnen freigegeben war, wurde diese am 12. Oktober 2018 an sämtliche regionale und überregionale Medien übermittelt. Die Redakteure wurden informiert über ein aktuelles Motto der Initiative: „Etwas Schönes, wenn man aufs Land zieht und am Land lebt, sind die die Städte!“

- **„Wo das Leben neu beginnt“**
am 14. Dezember 2018

Durch viele Veränderungen der letzten Jahre beginnt das Leben im Waldviertel neu! Und so entscheiden sich auch immer mehr Menschen dafür, in die Region zu ziehen und hier zu wohnen, um mit ihrem neuen Leben zu beginnen. Über diesen Aufschwung und den stetigen Zuzug durch die gemeinsame Mission wurde am Ende des Jahres 2018 berichtet.

Die Pressemeldungen sind nachzulesen unter:

www.wohnen-im-waldviertel.at/presse

Auch an dieser Stelle sei auf die im Anschluss beigefügte Pressemappe der Jahre 2016 bis 2018 hingewiesen, die sämtliche Belege des Pressespiegels der letzten Jahre aufzeigt, die dem Verein zur Verfügung stehen.

Öffentlichkeitsauftritte

Kommunale Veranstaltungen

Durch die 56 Gemeinden gab es über die drei Jahre Projektlaufzeit immer wieder die Möglichkeit, innerhalb der Region über die Projektziele und -aktivitäten zu berichten.

So zum Beispiel bei **Neujahrs- und Vereinsempfängen, Gemeinderatssitzungen** oder **Kleinregions-Veranstaltungen** in den Gemeinden Eisgarn, Echtsenbach, Langau, Schwarzenau, Schweiggen, St. Bernhard-Frauenhofen, Weitra u.a.

Um das **Innenmarketing** zu stärken, ging der Verein Interkomm, vertreten durch Josef Wallenberger (GU), diesen Einladungen gerne nach. Er übernahm dabei die Präsentation des Projektes, gab aktuelle Informationen zum Waldviertel und motivierte zur aktiven Mitarbeit am Projekt.

Tag der offenen Tür bei HARTL HAUS

23. April 2016 * 6./7. Mai 2017 * 5./6. Mai 2018

Durch die gute Partnerschaft mit der Firma HARTL HAUS, konnte die Initiative „Wohnen im Waldviertel“ alljährlich beim Tag der offenen Tür in Haimschlag (Echtsenbach) in Erscheinung treten. An dieser Stelle wurde auch das Sonderjournal verteilt.

Abbildung 49: Infostand beim Tag der offenen Tür der Firma HARTL HAUS 2016



Josef Wallenberger (GU, links am Bild) gemeinsam mit Peter Litschauer (2.v.r.), KR Roland Suter (rechts am Bild) und Gattin (2.v.l.) von HARTL HAUS

Präsentation Wohnweb Waldviertel in Reingers, Meiseldorf und Waidhofen/Th.

5. September 2016	19:00 – 22:30 Uhr	Reingers
6. September 2016	18:30 – 21:30 Uhr	Meiseldorf
13. September 2016	19:00 – 22:00 Uhr	Waidhofen/Thaya

Die Boku Wien, in Kooperation mit Josef Strummer (Büroleiter Waldviertel der NÖ.Regional.GmbH), bearbeitete 2016/2017 ein Projekt zur **Ortskernbelebung durch Leerstandsmanagement** in vier Pilotgemeinden im Waldviertel.

Mag. Nina Sillipp (GU) wurde zu Workshops in drei dieser Gemeinden (Reingers, Meiseldorf und Waidhofen a.d. Thaya) eingeladen, um die Initiative, die Wichtigkeit von Vermarktungsplattformen für Immobilien und im Speziellen das WohnWEB sowie die Möglichkeit des ‚Kostenlosen Inserierens‘ eigener Immobilien und Liegenschaften vorzustellen.

Infostand auf der Waldviertler Jobmesse

30. September und 1. Oktober 2016	Schulzentrum Gmünd
29./30. September 2017	Sporthalle Waidhofen/Thaya
28./29. September 2018	TÜPI Allentsteig

Die Waldviertler Jobmesse des Wirtschaftsforums Waldviertel ist inzwischen fester Bestandteil im Waldviertler Veranstaltungskalender und damit auch im Meilensteinplan der „Wohnen im Waldviertel“-Werbeaktivitäten.

TOP-Betriebe präsentieren sich seit 2011 mit ihren offenen Jobs, ihren Lehrstellen und Berufsbildern! Zuletzt fand sie mit 76 ausstellenden Betrieben und Organisationen im Lager Kaufholz am TÜPI Allentsteig statt.

Über 3.500 BesucherInnen, davon 1.100 SchülerInnen aus dem ganzen Waldviertel, nutzten die Gelegenheit, um sich bei den Betrieben und Organisationen umfassend zu informieren.

Unter den zahlreichen namhaften RegionsvertreterInnen waren bei der Eröffnung der Messe Landeshauptmann-Stv. Johanna Mikl-Leitner (2016), LR Ludwig Schleritzko (2017), NR Martina Diesner-Wais, NR Angela Fichtinger, NR Maurice Androsch und NR Konrad Antoni sowie LABg. Jürgen Maier (2018) unter den Ehrengästen.

Ein großer **Infostand direkt im Eingangsbereich** wies jedes Jahr auf die Initiative „Wohnen im Waldviertel“ hin. Neben Infos zum Waldviertel und zur Initiative gab es für Interessierte die Möglichkeit, sich gleich vor Ort für den „Wohnen im Waldviertel“-Newsletter anzumelden.

Außerdem wurde die Initiative auch im Jobmesse-Journal präsentiert, welches jedes Jahr eine Woche vor der Messe in Kurier und Kronenzeitung erschien.

Im Gegenzug unterstützte der Verein Interkomm das Wirtschaftsforum Waldviertel bei der Bewerbung bzw. Ankündigung der Messe im Vorfeld.

★ Die Teilnahme an einer solchen Jobmesse ist in Zeiten des Fachkräftemangels sehr wichtig. Zuzug zu fördern und Abwanderung zu bremsen, ist mittlerweile auch für die regionalen Betriebe enorm wichtig, damit sie genügend Arbeitskräfte finden und am Standort bleiben können.

Abbildung 50: LH-Stv. Johanna Mikl-Leitner am Infostand von „Wohnen im Waldviertel“ auf der Jobmesse 2016



Abbildung 51: Infostand von „Wohnen im Waldviertel“ auf der 8. Jobmesse 2018



25 Jahre NÖ Wohnbauforschung

6. Oktober 2016

Josef Wallenberger (GU) wurde eingeladen, bei der Veranstaltung „25 Jahre NÖ Wohnbauforschung“ über „Wohnen im Waldviertel“ als Erfolgsprojekt zu referieren und anschließend an der Podiumsdiskussion teilzunehmen.

Eine tolle Auszeichnung für „Wohnen im Waldviertel“, unter so vielen Projekten als Referenz ausgewählt worden zu sein.

Zu Gast auf der 1. Nachbarschafts- & Freiwilligenmesse in Ottenschlag

17. und 18. März 2017

Schloss Ottenschlag

Um Vereine und Organisationen bei der Suche nach neuen Mitgliedern und Freiwilligen zu unterstützen, organisierte die Kleinregion Waldviertler Kernland am 17. und 18. März 2017 die erste Nachbarschafts- & Freiwilligenmesse des Waldviertels im Schloss Ottenschlag.

Motivation hinter der Veranstaltung war, dass viele, die sich ehrenamtlich engagieren möchten, oft nicht wissen, welche Vereine oder Möglichkeiten es in der Region gibt.

Diese Messe wollte aufzeigen, welche Vielzahl es an unterschiedlichen Vereinen und Organisationen im Waldviertel gibt und Möglichkeiten zur ersten Kontaktaufnahme bieten.

Neben den über 30 Ausstellern gab es ein umfangreiches Rahmenprogramm sowie viele interessante Vorträge. Organisiert wurde die Messe in Kooperation mit Service Freiwillige und der Fachschule Ottenschlag.

Die Initiative „Wohnen im Waldviertel“ wurde eingeladen, sich im Rahmen der Messe vorzustellen. Dazu wurde ein Messestand aufgebaut, an dem sich Interessierte viele Informationen abholen konnten.

Abbildung 52: Infostand „Wohnen im Waldviertel“ im Schloss Ottenschlag 2017



Viertelstreffen der Landjugend Waldviertel

29. September 2017

19:00 – 21:00 Uhr

Pfarrheim Süßenbach

Wie bereits unter „Presseaussendungen“ berichtet, war der Verein bemüht, eine Partnerschaft zwischen der Landjugend und „Wohnen im Waldviertel“ einzuleiten. Junge Meinungen sollten in das Projekt und damit in die Regionalentwicklung einfließen, ganz nach dem Motto „Nicht ÜBER junge Menschen reden, sondern MIT IHNEN!“.

Beim Regions-Jour-Fixe der NÖ.Regional.GmbH im Mai 2017 kamen Rosi Groiss, die Viertelsreferentin der Landjugend Waldviertel, und Nina Sillipp (GU) ins Gespräch. Rosi Groiss hatte die Präsentation über „Wohnen im Waldviertel“ und im Speziellen auch das Erklärvideo so gut gefallen, dass sie darum bat, diese Präsentation auch im Rahmen eines Viertelstreffens der Landjugend Waldviertel zu halten.

Abbildung 53: Mag. Nina Sillipp (GU) zu Gast beim Viertelstreffen der LJ Waldviertel



Dieses Treffen fand am 29. September 2017 im Pfarrheim in Süßenbach statt. Die Einladung ging an alle Bezirksleitungen und Landesbeiräte im Waldviertel.

Programm des Abends:

- Eröffnung und Begrüßung
- Rückblick
- **„Wohnen im Waldviertel - eine Initiative braucht frischen Wind“**
- Niederösterreichische Versicherung stellt sich vor – mit Bettina Pabisch
- Generalversammlungen
- Funktionärsschulungen
- Jollynox Viertelsparty
- Termine, Allfälliges

Mag. Nina Sillipp (GU) stellte – auch mit Hilfe des Erklärvideos - die Initiative vor und lud die Mitglieder zur Mitarbeit ein. Die Idee eines gemeinsamen Workshops, bei dem die 100 besten jungen Ideen für das Waldviertel erarbeitet werden, entstand.

Impulstage der Wohnbauforschung Niederösterreich

9. November 2017	14:00 – 16:30 Uhr	Grafenegg
7. November 2018	13:30 – 17:00 Uhr	St. Pölten

Josef Wallenberger (GU) nahm als Vertreter für den Verein Interkomm an den Impulstagen der NÖ WBF 2017 und 2018 teil.

Eine gute Gelegenheit, um Netzwerkkontakte zu pflegen und Informationen zum Projekt zu geben, z.B. an Landesrat Karl Wilfing (2016) und Landesrat Martin Eichinger (2018).

Industriestammtische Waldviertel

5. September 2016	17:00 – 20:30 Uhr	Sigmundsherberg
4. Mai 2017	18:00 – 21:30 Uhr	HTL Karlstein
12. Dezember 2017	18:00 – 21:00 Uhr	HAK Zwettl

Als Kooperationspartner der Industriellenvereinigung Niederösterreich nahmen VertreterInnen des Projekts Wohnen im Waldviertel (Verein Interkomm) an mehreren Industriestammtischen im Waldviertel teil.

2016 ging es in erster Linie um die **Bahnverbindung** zwischen Gmünd, Horn und Wien. Neben der Präsentation einer aktuellen Studie über die Ausbaumöglichkeiten stand auch eine Führung durch das Eisenbahnmuseum Sigmundsherberg auf dem Programm.

Im Mai 2017 fand das Treffen in der HTL Karlstein statt. Josef Wallenberger (GU) unterstützte das IV-Team zum einen bei der Organisation des Veranstaltungsortes und bei der Auswahl des Referenten. Zum anderen war er auch vor Ort unterstützend tätig und hielt außerdem ein kurzes Impulsreferat zu aktuellen Entwicklungen im Waldviertel.

Rainer Neuwirth, wissenschaftlicher Mitarbeiter der FH Wieselburg, referierte zum Thema **„E-Trends 2030“**. Mit unterhaltsamen Fallbeispielen – von Chatbots bis hin zur Blockchain – zeigte er auf, wie technologische Entwicklungen unseren Alltag, aber auch die Wirtschaft verändern werden.

Dabei wurde klar, dass die Digitalisierung große Chancen für den Standort eröffnet, es aber ebenso wichtig ist, neue Herausforderungen, insbesondere im Bereich der Aus- und Weiterbildung, rasch anzugehen.

Im Dezember 2017 fand das Treffen in der HAK in Zwettl statt. Das Schwerpunktthema lag auf der **Bildungslandschaft** im Waldviertel am Beispiel der Umstrukturierung der Handelsakademien und der Bedeutung des Zuzugs junger Menschen für die Aufrechterhaltung der Schulstandorte.

Präsentation beim Symposium des Alois Mock Instituts und der NÖ WBF

19. Jänner 2018

13:00 – 17:00 Uhr

Tulln

Das Land Niederösterreich und das Alois Mock Institut – Forum für Zukunftsfragen veranstalteten am 19. Jänner 2018 am Messegelände in Tulln im Zuge der Messe ‚HausBau + EnergieSparen Tulln‘ das Symposium „Wie wir wohnen werden – die Zukunft des Wohnbaus zwischen Grundbedürfnis und Luxusgut“.

Bei diesem Symposium beschäftigten sich Fachexperten und -expertinnen mit der Frage, was wir in der Wohnbaupolitik leisten müssen, damit Wohnen nicht zum Luxusgut wird und zugleich seine Qualität behält!

Expertinnen und Experten aus den Bereichen Wohnbau, Raumordnung, Demografie, Soziologie, Trendforschung und Genetik skizzierten in Vorträgen und im Rahmen einer Podiumsdiskussion die Zukunft des Wohnens.

Auch Josef Wallenberger (GU) war dazu eingeladen. Dieser nutzte die Gelegenheit, um im Rahmen seines Referates die Initiative „Wohnen im Waldviertel“ als Best Practice-Projekt vorzustellen.

Werbekooperationen im Bereich Kultur

Der Verein sah Potenzial in Werbekooperationen innerhalb der Region, vor allem im Bereich Kultur unter dem Motto „Kultur leben. Im Waldviertel.“.

Darüber hinaus wurden regionale Partner, Angebote (z.B. SONNENWELT) und Events (z.B. EM der Blasmusik) weiterempfohlen, z.B. über das Botschaftertool oder über Social Media-Kanäle.

Werbekooperation mit dem Kunstmuseum Waldviertel

Seit 2016 war der Verein Interkomm offizieller Partner des Kunstmuseums, in dem die jeweilige Jahresausstellung gefördert und werblich unterstützt wurde.

„Traumhaus – Heute. Morgen. Übermorgen“

von 19. März 2016 bis 15. Jänner 2017

„Garten Eden“

25. März 2017 bis 14. Jänner 2018

„WunderWALD“

24. März 2018 – 13. Jänner 2019

Dadurch wurde dem Verein folgende Werbung zugesprochen:

- Eintrag im Ausstellungsfolder mit einer Auflage von 30.000 bis 50.000 Stk.
- Bericht im Ausstellungskatalog (Format 265 x 297 mm)
- Eintrag und Link auf der Webseite
- Nennung als Sponsor bei der offiziellen Eröffnung der Jahresausstellung
- Präsentation der Initiative im Foyer bzw. Eingangsbereich des Museums mit Plakat und Broschüren

Werbekooperation „fiareschaun“

5. Mai bis 5. August 2018

Anfang Februar 2018 wurde eine Werbepartnerschaft mit dem Viertelfestival Waldviertel vom 5. Mai bis zum 5. August 2018 geschlossen. Ansprechpersonen waren Mag. Stephan Gartner (Kulturvernetzung NÖ) und Mag. Christian Pfabigan (ukweli.at).

Für einen zu leistenden Kooperationsbeitrag erhielt der Verein folgende Werbeleistungen:

- U3 im Programmbuch (= letzte Seite im Buchinneren); Auflage 15.000 Stück, davon 10.000 direkt an den Adress-Verteiler der Kulturvernetzung
- Mini-Inserat im Übersichtsfolder; Auflage 80.000 – 100.000 Stück, Beilage in der NÖN im gesamten Waldviertel
- „Wohnen im Waldviertel“-Logo auf der Sponsorseite als Kooperationspartner im Programmbuch und im Übersichtsfolder
- „Wohnen im Waldviertel“-Logo auf dem Sponsor-Plakat (wird bei allen Projekten aufgehängt)
- Zwei Kurzvideos für das Projekt „Wohnen im Waldviertel“ in der Reihe „Ein.Blick ins Waldviertel“ zu den Themen: Sicher aufwachsen im Waldviertel & Ausbildung und Arbeit im Waldviertel (siehe dazu „Kurzfilme und Fotoserien“).

Viertelfestival Waldviertel 2018

5. Mai bis 5. August 2018

Um die kulturbegiertere Zielgruppe zu erreichen und das große Kulturangebot des Waldviertels auch dem Wohnstandort zuzuschreiben, wurde 2018 die Werbekooperation mit dem Viertelfestival vereinbart.

Im Rahmen der Kooperation war „Wohnen im Waldviertel“ in der Programmübersicht mit einem querformatigen Inserat sowie im Programmbuch mit einem ganzseitigen Inserat vertreten.

Zielgruppenspezifische Werbemittel

Kurzfilme und Fotoserien

Exkurs: Recherche Werbeaktivitäten für die Einzelgemeinden

Auf Wunsch des Vereinsvorstandes wurden Anfang des Jahres 2018 Werbeaktivitäten recherchiert, die die Mitgliedsgemeinden alleine (als Einzelstandort) durchführen können, um sich auch als Einzelstandort optimal zu präsentieren.

Im Zuge dieser Recherche wurde wieder deutlich, welchen **Mehrwert** eine **Werbekoperation** wie „Wohnen im Waldviertel“ hat. Für Einzelgemeinden ist Werbung in vielen Fällen zu teuer. Außerdem sind die meisten Gemeinden zu „klein“ und haben eine zu wenig ausgeprägte Positionierung um im Wettbewerb der Standorte tatsächlich aufzufallen.

Folgende zwei Aktivitäten versprachen dennoch Werbewert: Kurzfilme und Fotoserien!

Diese wurden den Gemeinden vorgeschlagen. Die Unterstützung von Seiten des Vereines wurde in Form eines **zweiteiligen Service-Paketes** zugesagt (siehe dazu auch ‚Gemeinde.Checks.2018‘):

Teil 1: Eine 2stündige Beratung für jede Gemeinde durch das Team der Wallenberger & Linhard Regionalberatung (Projektverantwortliches GU). Inhalte:

- Definition der Besonderheiten der Gemeinde als Wohnstandort (Gemeinsame Erarbeitung der kommunalen Alleinstellungsmerkmale)
- Einzelauswertung der Bevölkerungskennzahlen
- Fachinput zu Aktivitäten im Contentmarketing
- Feedback zum Webauftritt der Gemeinde und zur Arbeit mit KOMSIS

Teil 2: Gutschein²¹ in der Höhe von EUR 500.- für eines der folgenden Werbemittel:

Möglichkeit A: 2-Minuten-Kurzfilm

Pro Gemeinde wird ein Kurzfilm mit 90 – 120 Sekunden produziert, in dem eine bis max. drei Besonderheiten des Wohnstandortes hervorgehoben werden (keine Tourismuswerbung), in Kombination mit Online-Marketing-Aktivitäten

Kostenpunkt: EUR 1.000.- pro Gemeinde (netto)

Vorteile:

- Hilfreich, um eine Gemeinde kompakt vorstellen zu können (bei Veranstaltungen, per Email, auf der Webseite,)
- Verteilung über Youtube (= zweitgrößte Suchmaschine der Welt)
- Videos sind aktuell eines der beliebtesten Werbemittel, v.a. im Online-Bereich
- Auffindbar im gesamten world wide web.
- Einzubauen auf der eigenen Webseite. Mind. 1 – 2 Jahre aktuell

²¹ Der Gutschein war nicht Teil des Projektbudgets. Der Verein unterstützte damit seine Mitgliedsgemeinden aus dem allgemeinen Vereinsbudget und stärkte so zusätzlich das Projekt „Wohnen im Waldviertel“!

Möglichkeit B: Fotoserie à 10 Fotos

Pro Gemeinde werden von einem beauftragten Fotografen 10 lebendige Fotos zu den Themen Wohnen, Arbeiten und Leben gemacht. (Auch hier liegt der Fokus nicht auf Tourismuswerbung, sondern auf Wohnstandortvermarktung.)

Kosten: EUR 500.- pro Gemeinde (netto)

Vorteile:

- Professionelles Material für verschiedene Werbeaktivitäten und Kanäle (Ortsreportagen, Mediaprint-Journal, Flyer, Willkommensmappe, Standortfolder,...)
- Auf der eigenen Webseite und im Wohnweb Waldviertel einsetzbar
- Bilder in der Werbung erzeugen Emotionen und sind somit geeignetes Material für Wohnstandortmarketing (insb. Social Media Marketing)

Bewegtbildkommunikation durch Kurzfilme

Der Verein Interkomm ermöglichte seinen Mitgliedsgemeinden im Jahr 2018 die Produktion eines kurzen Imagefilmes, eine langfristige **Investition in Akquisemaßnahmen**, geeignet um Reichweite und „Markenbekanntheit“ zu steigern.

Die Werbeform „Film“ wurde gewählt, weil sich die Kommunikation immer mehr virtualisiert und in den Online-Bereich verlagert. **Meinungsbildung findet zunehmend im Internet statt** und zu diesem Image- und Meinungsbildungsprozess sollten die Gemeinden etwas beitragen.

Imagefilme eignen sich dafür sehr gut, weil sie online leicht verschickt, geteilt und veröffentlicht werden können. Aber auch darüber hinaus sind sie **vielseitig einsetzbar**, ohne dass hohe Kosten für die weitere Verbreitung entstehen. Sie können auf Webseiten, als Hand-Out auf DVDs oder USB-Sticks oder für Präsentationen immer wieder neu eingebunden werden. Besonders gut eignen sich Filme auch als „Gesprächsöffner“ vor Sitzungen oder anderen Veranstaltungen.

Die Wirksamkeit eines Filmes ist hoch, da **komplexe Themen und Botschaften in kurzer Zeit** unterhaltsam und emotional **vermittelt** werden können. Im Gegensatz zu Texten einer Broschüre oder einer Website können Videos den Zuschauer durch eine interessante Bildsprache, einen animierenden Ton und eine spannende Inszenierung für sehr viele Themen begeistern.

Da Texte immer erstmal langweilig erscheinen, kommt hinzu, dass viele LeserInnen Werbe- und Informationstexte nur überfliegen und sich recht schnell ein oft unzureichendes Urteil bilden. Bewegte Bilder hingegen sind unterhaltsam und erzeugen Aufmerksamkeit!

★ Der Mensch funktioniert visuell, „er will sehen um zu glauben“. Wenn der Film gut gemacht ist, wird der Zuschauer dran bleiben, ihn bis zu Ende schauen und – am Wichtigsten – die Botschaft verstehen.²²

²² Quelle: www.diefilmagentur.de/news/720-wozu-imagefilm

Das Erklärvideo

Unter dem Arbeitstitel „Die Region hat sich verändert.“ wurde Ende November 2016 ein Erklärvideo bei der Firma vervievas in Auftrag gegeben.

Dieses Video hatte zum Ziel, auf einfache Art und Weise die Initiative „Wohnen im Waldviertel“ und das Wohnweb Waldviertel vorzustellen und auch die Veränderungen der letzten Jahre innerhalb der Region aufzuzeigen (u.a. durch statistische Kennzahlen).

Abbildung 54: Auszug aus dem Erklärvideo



Im Sinne des Innenmarketings war die **Zielgruppe** dieses besonderen Werbemittels vor allem **Gemeinde- und RegionsvertreterInnen** aus dem Waldviertel.

Kurzfilme über Standort-Vorteile

Unter dem Motto „**Ein.Blick ins Waldviertel**“ wurden im April und im Juni/Juli 2018 zwei kurze Themenvideos für „Wohnen im Waldviertel“ produziert und online veröffentlicht.

Ziel war es, die Vorteile des Wohnstandortes Waldviertel anhand zwei konkreter Themenstellungen zu skizzieren.

Damit wurde dem aktuellen (Online-)Marketing-Trend Folge geleistet und **in die zweitgrößte Suchmaschine der Welt, youtube, investiert**, um auch an dieser Stelle eine bessere Auffindbarkeit und Sichtbarkeit zu gewährleisten.

„Sicher aufwachsen im Waldviertel“

Der erste Film widmete sich dem Thema „**Sicher aufwachsen im Waldviertel**“.

Die Zielgruppe waren in erster Linie Eltern, die überlegen, wo ihr Kind aufwachsen soll.

Gezeigt wurden verschiedene Angebote und Kinderbetreuungseinrichtungen aus der Region für den „**Start ins Leben**“ und viele Gründe, warum das Waldviertel die besten Voraussetzungen dafür bietet.

„Arbeit und Ausbildung im Waldviertel“

Der zweite Film beleuchtete die Themen „**Ausbildung und Arbeit**“. Die Annahme, dass man für gute Ausbildung und Jobs immer in die Stadt pendeln muss, sollte widerlegt werden.

Kurzfilme der Gemeinden

IMAGEFILME MACHEN LUST AUF WOHNEN, ARBEITEN UND LEBEN IN DEN GEMEINDEN

Auf Initiative des Vereines Interkomm wurde mit einigen Gemeinden ein Kurzfilm über den Standort gedreht. Begleitet hat das Projekt Christian Pfabigan (ukweli.at).

Die 90 – 120-Sekunden langen Filme zeigen kurz und anschaulich, was Wohnen in der jeweiligen Gemeinde bedeutet! Ziel war es, das **Image der Gemeinden positiv zu prägen** und sie als attraktiven Wohnstandort zu positionieren und bekannter zu machen.

Mit dem Film sollen Menschen für die Gemeinden begeistert werden. Wer bereits hier wohnt, sieht, was er hier alles für Möglichkeiten hat und jene, die ein neues Zuhause suchen, sollen Gusto auf die Lebensqualität bekommen, die man hier vorfindet.

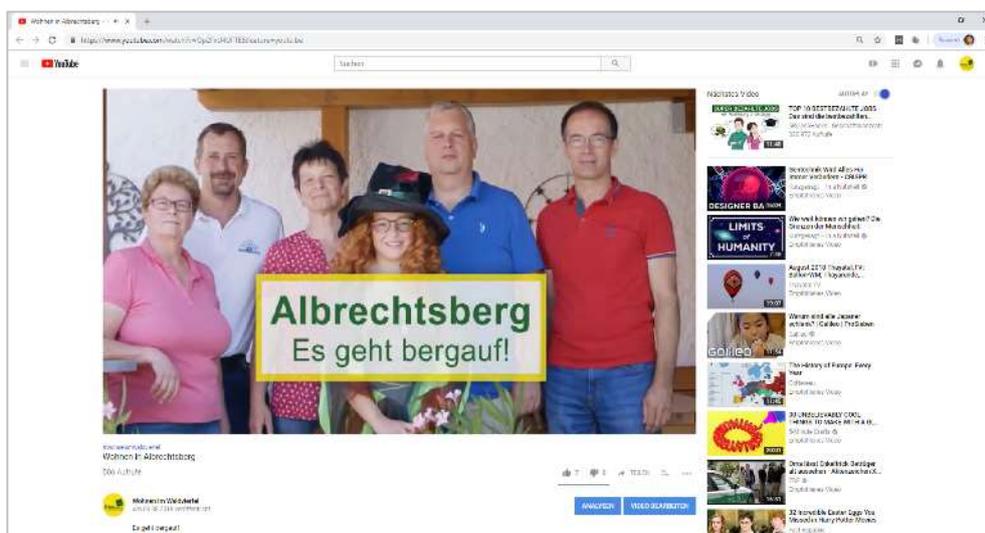
Darüber hinaus sollen mit diesem Werbemittel auch die regionalen Firmen bei der Personalrekrutierung unterstützt werden, indem es gelingt, Leute in die Gemeinden und in die Region zu holen.

Bei den Filmdrehs ging es nicht darum, das gesamte kommunale Angebot ausführlich und langatmig aufzuzählen, sondern **einige Besonderheiten herauszufiltern**, die sie von anderen Gemeinden unterscheiden.

Nach der jeweiligen Einzelberatung in den Gemeinden (siehe ‚Gemeinde.Checks.2018‘) wurde für jeden Standort ein **individueller Slogan** (= CI) erarbeitet, das **Briefing** für den Fotografen Dieter Schewig (= erwünschte **Motive**) und für den Videoproduzenten Christian Pfabigan (= **Drehbuch**) verfasst und eine Karte zur Verortung der Kommune erstellt.

Am 30. Juli und am 3. August 2018 wurden die ersten Gemeinde-Kurzfilme über Hofamt Priel und Albrechtsberg über den Youtube-Channel des Vereines veröffentlicht.

Abbildung 55: Screenshot des Kurzvideos von Albrechtsberg auf Youtube.com



Quelle: www.youtube.com

Feedback der Gemeinde Albrechtsberg zum fertigen Kurzfilm

Von: w.mayrhofer@albrechtsberg.at

Gesendet: Montag, 30. Juli 2018

An: nina.sillipp@regionalberatung.at

Betreff: AW: euer Kurzvideo

Hallo Nina,
sehr geehrter Herr Mag. Pfabigan!

Wir sind alle (inkl. Hr. Bgm. Rosenkranz) vom Video total begeistert.

Bis jetzt wussten wir gar nicht, dass es bei uns so schön ist 😊

Beim Betrachten vergisst man ganz, wie schnell so eineinhalb Minuten vergehen können.
Man bekommt direkt Lust auf mehr!

Jedenfalls Gratulation zu diesem sehr gelungenen Produkt!!

Liebe Grüße, Wolfgang
Amtsleiter

Info über Performance Kurzvideo an die Gemeinde Albrechtsberg

Von: nina.sillipp@regionalberatung.at

Gesendet: Mittwoch, 24. Oktober 2018

An: w.mayrhofer@albrechtsberg.at; franzenkranz@aon.at; andreas@groyss.at

Betreff: euer video auf facebook schlägt alles

Meine Lieben,
nur eine kurze Info von mir!

Euer Kurz-Video auf unserer Facebook-Fanpage schlägt alles!
Nicht nur, dass es **2.696 Mal aufgerufen** wurde, wurde es auch ganze **37 Mal geteilt**.
Eure Fan-Gemeinde ist scheinbar ganz schön groß!

Und auch auf Youtube seid ihr schon bei **520 Aufrufen**!
Die Arbeit hat sich jedenfalls ausgezahlt.

Das Einbauen des Videos mit eigenem Fenster auf eurer Webseite unter www.albrechtsberg.at/Albrechtsberg (ohne, dass der User wegklickt) ist möglich mittels Code:[...]

Von: w.mayrhofer@albrechtsberg.at

Gesendet: Mittwoch, 24. Oktober 2018

An: nina.sillipp@regionalberatung.at

Betreff: AW: euer video auf facebook schlägt alles

Liebe Nina,

das sind ja ganz tolle Neuigkeiten!
Es freut mich sehr, dass das Video so gut ankommt.

Das übertrifft auf jeden Fall meine Erwartungen.

Liebe Grüße, Wolfgang
Amtsleiter

Aufrufe der Kurzfilme auf Youtube und Facebook

Sämtliche Videos, die im Rahmen der Werbekampagne von „Wohnen im Waldviertel“ produziert wurden, sind seither abrufbar über

- Video-Suchmaschine ‚youtube‘
- Wohnweb Waldviertel in den jeweiligen News-Beiträgen und im Steckbrief der jeweiligen Gemeinde
- Facebook Page der Initiative facebook.com/WohnenImWaldviertel

Bis Anfang des Jahres 2019 wurden die Filme **5.314 Mal auf Youtube** und **31.392 Mal auf Facebook** aufgerufen:

Tabelle 25: Aufrufe der Kurzfilme auf Youtube und Facebook

Video	auf YOUTUBE seit	YOUTUBE Aufrufe	auf FACEBOOK seit	FACEBOOK Aufrufe	AUFRUFE insg.
Pölla	22.01.2019	63	05.02.2019	4.283	47.847
Gföhl	21.12.2018	129	10.01.2019	9.834	53.438
Sigmundsherberg	23.11.2018	613	03.12.2018	937	44.987
Hofamt Priel	16.10.2018	14	14.08.2018	532	43.872
Inkl.über Gde Channel	30.07.2018	584			
Moorbad Harbach	09.10.2018	250	05.11.2018	310	43.969
Großschönau	05.10.2018	420	19.10.2018	1.175	44.987
Albrechtsberg	03.08.2018	708	10.09.2018	3.567	47.628
Arbeit und Ausbildung	27.06.2018	421	05.07.2018	4.206	47.913
Sicher aufwachsen	26.04.2018	795	30.04.2018	1.234	45.249
Erklärvideo	23.02.2017	1.317	24.02.2017	5.314	49.421
GESAMT		5.314		31.392	36.706

Quelle: Eigene Auswertung

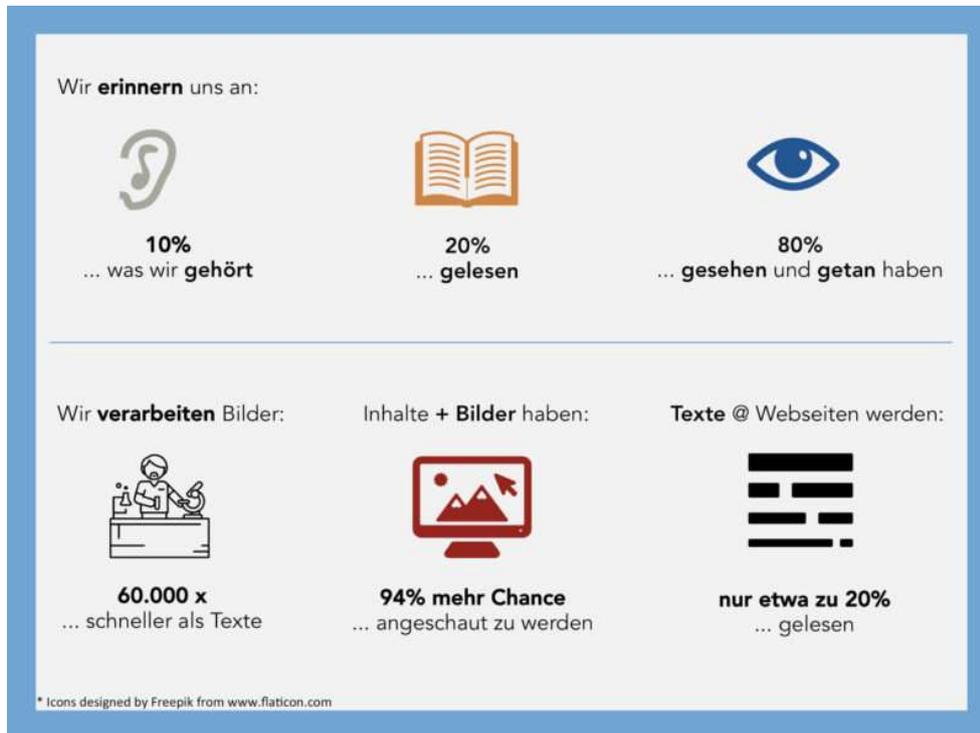
Die Reichweite macht deutlich: **YouTube** sollte nicht als eine Option angesehen werden, sondern als ein **fester Bestandteil im Marketing-Mix**. Die Aufrufe beweisen zudem, dass die Zuschauer auf der Plattform Werbung gegenüber offen sind – wenn diese ansprechend gestaltet ist.

★ Oft sind Imagefilme der erste Kontakt und damit der erste Eindruck, den ein potenzieller neuer Bürger hat – und der sollte stimmen!

Bild-Kommunikation – Warum Bilder im Marketing wichtig sind

Visuell aufbereitete Inhalte mit Fotos, Grafiken, Videos, Illustrationen, etc. (= Visual Content) machen Werbe-Botschaften im Internet um ein Vielfaches erfolgreicher.

Bilder erfassen wir besser und schneller als Texte:



Quelle: <https://hm-kommunikation.at/bild-kommunikation>

★ 3 Gründe, warum man Bildmaterial braucht²³:

Bilder sind die visuelle Eintrittskarte in die Gemeinde und die Region.

Bilder visualisieren das kommunale und regionale Corporate Design – damit schafft man seine eigene Marke im Internet.

Bilder veranschaulichen die USP und die eigene Wiedererkennung. Die Einzigartigkeit einer Gemeinde und einer Region kann bestmöglich gezeigt werden.

Fotoserien der Gemeinden

Nach der Einzelberatung in den Gemeinden (siehe ‚Gemeinde.Checks.2018‘) entschieden sich zehn Gemeinden dazu, Fotos im Sinne eines professionellen Wohnstandortmarketings anfertigen zu lassen. Das **Briefing** für den Fotografen Dieter Schewig (= erwünschte **Motive**) wurde vom Verein übernommen.

²³ Quelle: <https://hm-kommunikation.at/bild-kommunikation>

Wohnen im Waldviertel



Wo das Leben neu beginnt.

Pro Gemeinde wird hier ein Beispiel gezeigt:

- Bad Traunstein



- Hoheneich



- Gföhl



- Langau



- Hofamt Priel



- Ottenschlag



- Pfaffenschlag



- Sigmundsherberg



- St. Bernhard-Frauenhofen



- Zwettl



Die Fotos wurden sofort innerhalb der Werbekampagne eingesetzt. Sie leisteten beispielsweise einen wichtigen **Beitrag im neuen Instagram-Auftritt**.



Abbildung 56: Screen Instagram-Post vom 11. Dezember 2018

Exkurs: Warum Instagram-Marketing

Visueller Content wird immer wichtiger im Social Media Marketing. Instagram und Pinterest folgen diesem Trend im Besonderen²⁴:

- Instagram ist aktuell eines der **beliebtesten** sozialen **Netzwerke** weltweit
- Mit über 800 Millionen Benutzern ist Instagram **die am häufigsten genutzte Social-Plattform** zum Foto- und Video-Sharing
- 500 Millionen aktive Instagram Nutzer pro Tag
- **Täglich** werden **über 55 Millionen Fotos** auf Instagram geteilt
- **80% der Nutzer folgen** mindestens einem **Unternehmen**

Inhalte, die visuell aufbereitet sind, **sprechen unsere Sinne an**, verbessern das Erinnerungsvermögen und können auch komplexe und unübersichtliche Informationen und Sachlagen anschaulich darstellen. Tatsächlich **verarbeitet** unser **Gehirn visuelle Informationen 60.000 Mal schneller** als Text. 90% der Informationen, die unser Gehirn aufnimmt, sind daher visueller Natur.

Das Teilen von visuellen Inhalten (Fotos und Videos) auf Instagram, die Nutzung von **Hashtag Marketing** und die Verwendung einer ausgefeilten Instagram Hashtag Marketing Strategie kann laut ExpertInnen erheblich zur Neukundengewinnung im Internet beitragen!

Mit Instagram erreicht man vor allem eine **junge Zielgruppe**. Hier findet man viele Menschen, die **zwischen 1980 und 1990** geboren wurden (45% der Menschen sind unter 30 Jahren). Auch für andere Zielgruppen ist Instagram Marketing sinnvoll.

Alles was **es** dazu **braucht** ist ein **Smartphone**, die **Instagram App**, einen kostenlosen Account UND selbstverständlich **ansprechendes Foto- und Videomaterial**. Weitere Kosten (außer Personalkosten) entstehen nicht.

Themen-Landkarte

Um den Lebensraum Waldviertel als attraktiven Wohnstandort mitten in Europa zu präsentieren wurde Anfang des Jahres 2017 ein spezielles Werbemittel gewählt, eine Themen-Landkarte.

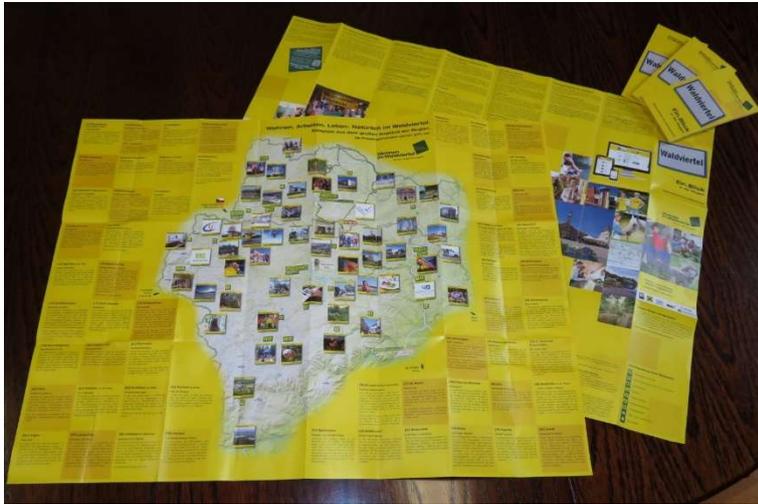
Diese Karte hatte das Ziel, die Vielfalt der 56 Mitgliedsgemeinden des Projektes darzustellen. Auf einen Blick wurde jeweils **eine Gemeindebesonderheit** vorgestellt.

Das Werbemittel wurde in Zusammenarbeit mit der Firma GISDAT erarbeitet.

- Format: Ortsplan: offen mind. 80 x 60 cm (BxH); geschlossen: 10 x 20 cm (BxH)
- Auflage: 5.000 Stück
- 4/4c färbig Offsetdruck, beidseitig bedruckt, abfallend, 100 g matt
- Vorderseite: Themenkarte und Themenschwerpunkte der Mitgliedsgemeinden
- Rückseite: Angebote und Standortmarketing - Inhalte und Gemeindepräsentation aller relevanten Lebensbereiche mittels Text und Bild (auch als Aushang geeignet)

²⁴ Quelle: <https://kundenwachstum.de/instagram-marketing>

Abbildung 57: Themen-Landkarte von „Wohnen im Waldviertel“



Start Kampagne „Themen-Landkarte“

Um jede der 56 Gemeinden auch in ihrer Besonderheit einzeln zu präsentieren und um die intensiven Arbeiten an der Landkarte doppelt zu nutzen, startete der Verein am 6. Februar 2017 eine kleine Facebook-Kampagne.

Auf der **Facebook Fanpage** wurde ein **Fotoalbum** mit dem Titel ‚**Blitzlichter aus dem Waldviertel**‘ erstellt, in dem immer wieder eines der Gemeinde-Fotos aus der Landkarte zusammen mit der Kurzbeschreibung veröffentlicht wurde.

Abbildung 58: Facebook-Fotoalbum ‚Blitzlichter‘ und 1. Posting über Albrechtsberg



Quelle: www.facebook.com/WohnenImWaldviertel

Abbildung 59: Post vom 12. Nov. 2018 aus der Kampagne zur Gemeinde Schwarzenau



Quelle: www.facebook.com/WohnenImWaldviertel

Pinnwand-Magnete

Seit Anfang des Jahres 2018 wurden Pinnwand-Magnete von „Wohnen im Waldviertel“ als Give Away eingesetzt. Auch die VerwaltungsmitarbeiterInnen der Gemeinden erhielten Magnete für ihren Arbeitsplatz, sozusagen als „Projekterinnerung“.

USB Sticks ‚key‘

Als Werbemittel für Wohnweb-User (Website-User, die die Funktion ‚Suchassistent‘ aktiviert haben, um auf neue Immobilien in der Datenbank hingewiesen zu werden) wurden 2018 USB-Sticks in Form eines goldenen Schlüssels mit 16 GB Speicherplatz und Gravur bestellt: „Der Schlüssel ins Waldviertel“.

Kugelschreiber

Zu den beliebtesten Streuartikeln zählen Kugelschreiber und so wurden auch welche mit der Gravur www.wohnen-im-waldviertel.at zur Verteilung angefertigt.



Pinnwand-Magnet



USB-Stick in Form eines Schlüssels



Kugelschreiber mit Hinweis auf gemeinsame Internetplattform

Das Botschaftermodell

MARKENBOTSCHAFTER FÜR DAS WALDVIERTEL

Dass ein positives **Image** wichtig ist, um einen **langanhaltenden Marketingernfolg** und demnach Zuzug zu garantieren, ist nichts Neues. Es gewinnt sogar immer mehr an Bedeutung.

Diese **Imagebildung** beginnt bei der Contenterstellung, zieht sich über alle Angebote, die eine Region nach außen gibt, und geht hin bis zur internen Kommunikation. Denn Waldviertler und Waldviertlerinnen sind **starke MarkenbotschafterInnen der Region** und können ein positives Image nach außen tragen.

★ Durch das Botschaftermodell bedient man sich nicht nur einem effizienten Empfehlungsmarketing, sondern bindet auch viele WaldviertlerInnen selbst an die Region bzw. bindet sie in die Bemühungen des Vereines ein.

Der Verein Interkomm gründete am 28. Februar 2011 im Stadtsaal Zwettl offiziell die Community der Waldviertel-BotschafterInnen.

Aktuell sind es rund **800 Personen**, die hinter der Marke „Wohnen im Waldviertel – Wo das Leben neu beginnt“ stehen.

Ca. 500 von ihnen darf der Verein Interkomm seinen regelmäßigen **Newsletter** schicken. Viele von ihnen präsentieren sich auf der gemeinsamen Webseite mit einem Foto und einem Statement zur Region.

Je mehr Personen positiv über das Waldviertel sprechen, desto besser! Denn das Waldviertel hat nach wie vor gegen Vorurteile zu kämpfen.

BotschafterInnen tragen die Stärken der Region weiter und ermutigen Menschen aus ihrem privaten und beruflichen Umfeld dazu, ins Waldviertel zu ziehen oder hier zu bleiben. Sie leisten einen großen Beitrag für den Imagewandel der Region.

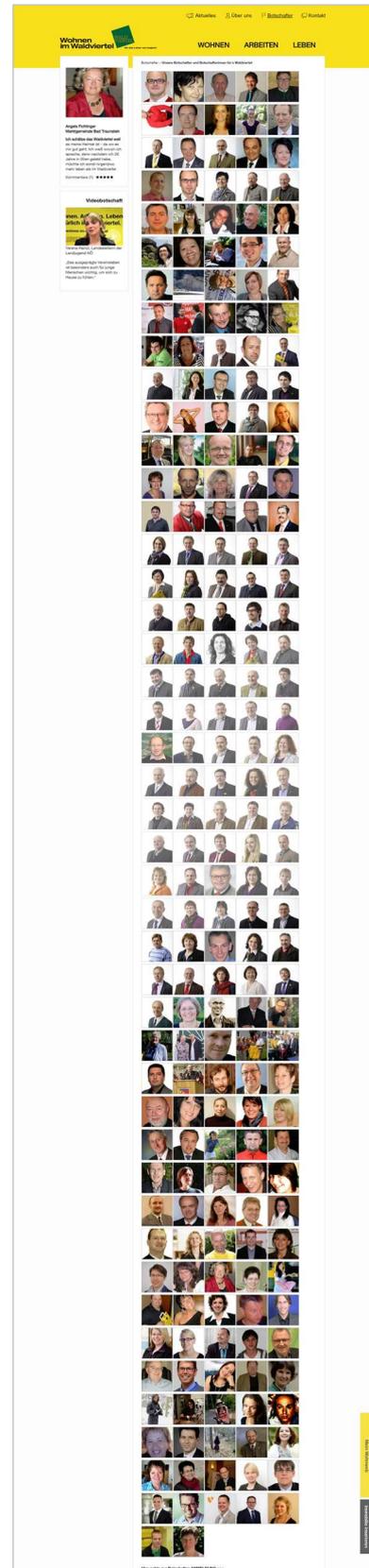


Abbildung 60: Botschaftergalerie im Wohnweb

Botschaftertreffen 2017

14. September 2017

ab 19:00 Uhr

Stadthalle Schrems

Abbildung 61: Gäste beim Botschafterinnen-Treffen 2017



Am Donnerstag, den 14. September 2017, fand das dritte Botschaftertreffen der Initiative „Wohnen im Waldviertel“ in der Stadthalle in Schrems statt.

Die Einladung richtete sich an RegionsvertreterInnen und Waldviertel-Interessierte. Viele Gäste nahmen die Gelegenheit wahr, um an nur einem Termin aktuelle Waldviertel-Infos zu bekommen und gleichzeitig interessante Kontakte zu nutzen.

Auch LR Ludwig Schleritzko, LR Maurice Androsch, NR Martina Diesner-Wais und NR Konrad Antoni waren mit dabei.

Im Laufe des Abends wurden Entwicklungen, Veränderungen und Trends beleuchtet, die für das Waldviertel relevant sind. Außerdem wurden Menschen und Organisationen vor den Vorhang geholt, die wichtige Weichen für die Weiterentwicklung der Region stellen.

MENSCHEN & MEINUNGEN VS. BEISPIELE & FAKTEN

Der Verein Interkomm und seine Initiative „Wohnen im Waldviertel“ verstehen sich als Teil einer großen „**Waldviertel-Allianz**“. Ein Team, das sich mit der Entwicklung der Region beschäftigt.

Der Verein Interkomm mit seinen 60 Mitgliedsgemeinden möchte einen Beitrag dazu leisten, **Menschen und Organisationen**, die sich für den Wohnstandort Waldviertel engagieren, **zusammenzubringen** und möchte dabei einen **Meinungsaustausch** sowie ein **NewsUpdate** ermöglichen.

Mag. Nina Sillipp (GU) führte die Gäste durch den Abend, erläuterte die Ziele von „Wohnen im Waldviertel“ seit 2009 und betonte die Bedeutung der Zusammenarbeit in der Regionalentwicklung.

Regionalentwickler Josef Wallenberger (GU) brachte Fakten und Beispiele zu den Themen Bevölkerungsentwicklung, Wanderungsbewegungen, veränderte Wohnbedürfnisse, Mobilität der Zukunft und Perspektiven am Arbeitsmarkt. Mit 35.500 Zuzügen zwischen 2010 und 2016 wurde aufgezeigt, dass das Waldviertel zu einem interessanten Lebensraum geworden ist.

Die Interviewgäste berichteten über aktuelle **Themen und Blitzlichter** aus der Praxis: mobility.lab.Waldviertel, Jobmesse, Tat.Ort Jugend, ZentrumsEntwicklung oder „Junges Wohnen“, um nur einige Beispiele zu nennen.

Auf der Bühne waren in der 1. Interview-Runde: Anna Haghofer (Landjugend NÖ) und Niko Reisel (Gemeinde Meiseldorf), in der 2. Runde: LR Maurice Androsch, LR Ludwig Schleritzko und Obmann Ing. Johann Müllner und in der 3. Runde: Anne Blauensteiner (Frau in der Wirtschaft) und Dir. Manfred Damberger (Siedlungsgenossenschaft „Waldviertel“).

Ein weiterer Programmpunkt war das Impulsreferat von Dr. Georg Wögerbauer, Arzt für Allgemeinmedizin, Psychotherapeut und Buchautor, der seit 33 Jahren mit seiner Familie im Waldviertel lebt. Titel: „Lebensraum Waldviertel - Ressourcen sehen und nutzen!“

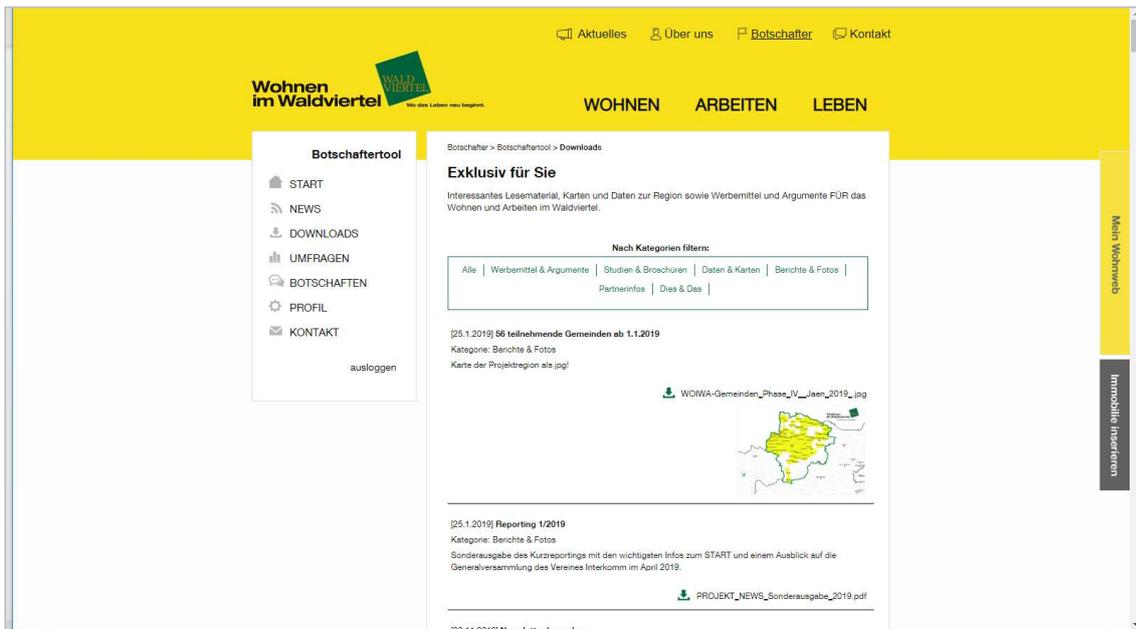
Die Gäste wurden im Anschluss zum gemütlichen Beisammensein und zum anregenden Meinungsaustausch am Buffet eingeladen. Als nützliches Geschenk erhielten alle TeilnehmerInnen einen USB-Stick in Holzoptik mit Infos zum Waldviertel.

Informiert durch das exklusive Botschaftertool

Im Wohnweb gibt es einen exklusiven Bereich für die Waldviertel-BotschafterInnen. Mittels Passwort gelangt die Community ins Botschaftertool, wo sie vertiefende News nachlesen, Downloads (wie z.B. Daten und Karten) nutzen, Botschaften (Statements) zum Waldviertel verfassen und ihr Profil aktualisieren können:

www.wohnen-im-waldviertel.at/botschaftertool

Abbildung 62: Botschaftertool: Downloads



www.wohnen-im-waldviertel.at/botschaftertool

Ziel erreicht: Werbe-/Kundenkontakte weiter gesteigert

Am Beginn des Projektes wurde das Ziel festgelegt, die Werbe- und Kundenkontakte der letzten Jahre weiter zu steigern. Gezählt wurde hier seit Start der Initiative im Jahr 2009.

Tabelle 26: Steigerung der Werbe-/Kundenkontakte 2016 bis 2018

	Anfang 2016	Ende 2018
Immobilien-Inserat-Aufrufe	1.760.000	2.330.000
Besuche im Internetportal	524.000	923.000
davon aus Wien	250.000	482.500
Aufrufe der Kurzvideos über Youtube und Facebook	-	36.700
wieder genutzte/vermietete und verkaufte Immobilien und Baugründe		10.500
Waldviertel-Fans auf Facebook, Twitter und Instagram	4.470	5.250
Newsletter-Abonnenten	-	1.260
Waldviertel-Botschafter.innen, die sich für das Waldviertel und ein neues Bild der Region einsetzen	780	800
Artikel in lokalen, regionalen und überregionalen Medien	400	500
lokale/regionale Veranstaltungen	100	130
Journale als Wochenendbeilage in Krone & Kurier	10 Ausgaben, Gesamtauflage: 3,1 Mio.	13 Ausgaben, Gesamtauflage: 4 Mio.

Quelle: Eigene Auswertung

Gelebte Kooperation innerhalb der Region

ZIEL 2: KOOPERATION(EN) WEITER STÄRKEN UND VERGRÖßERN

Forschungsfrage: Warum braucht es die Zusammenarbeit zwischen Gemeinden und anderen Partnern und wie kann diese intensiviert werden?

Das Leitungsteam

Das Leitungsteam des Vereines Interkomm war bemüht, neben einer sauberen Umsetzung aller Aktivitäten, die Projektinhalte und Ziele regelmäßig zu evaluieren und zu adaptieren.

Mindestens vier Mal im Jahr traf sich das Leitungsteam zu einem **Jour fixe**, in der Zeit dazwischen gab es eine Vielzahl an Abstimmungen via **Telefon, Skype** oder **E-Mail**.

Das Kernteam bestand aus dem Obmann des Vereines, Ing. Johann Müllner, dem Projektleiter Bgm. Martin Bruckner (Schriftführer) und den beiden Projektverantwortlichen des Generalunternehmens (GU), GF Josef Wallenberger und Mag. Nina Sillipp.

In einigen Sitzungen waren auch Bgm. Josef Schaden (Obmann-Stellvertreter), Bgm. Gerald Matzinger (Kassier) und Bgm. Karl Elsigan (Kassier-Stellvertreter) mit dabei.

Die in diesem Rahmen vorbesprochenen und vorbereiteten Inhalte wurden im nächsten Schritt bei den Vorstandssitzungen vorgebracht und abgestimmt.

Die detaillierten Informationen zum Projektverlaufe erhielt das Leitungsteam in Form von **12** ausführlichen **Quartalsberichten** über sämtliche Aktivitäten im Projekt, die vom GU verfasst und übermittelt wurden.

★ Regelmäßige Abstimmungen im Team sind für den Projekterfolg wichtig! Um Ressourcen und Wege zu sparen, empfiehlt es sich, für das Abhalten von Sitzungen auf Tools wie Skye oder GoToMeeting zurückzugreifen. So sind auch kurzfristig einberufene Besprechungen mit mehreren TeilnehmerInnen leichter möglich.

Die Projektgemeinden

Die 56 teilnehmenden Gemeinden wurden in den vergangenen drei Jahren mittels unterschiedlicher Informations- und Kommunikationskanäle über das Projekt und über relevante Entwicklungen innerhalb der Region informiert und zur Mitarbeit motiviert. Das Bewusstsein für Wohnstandortmarketing als kommunale Kernaufgabe wurde geschärft.

Via E-Mail wurden die Kommunen fortlaufend über aktuelle Werbeaktivitäten, Aufgaben, Veranstaltungen und Entwicklungen unterrichtet.

Wenn die Gemeinden Fragen hatten oder Unterstützung brauchten, wandten sie sich auch **telefonisch** an das GU. **Hilfestellungen** erhielten sie unter anderem in Form von

- Datenauswertungen
- Artikel und Inserate für die Gemeindenachrichten
- (Power-Point-)Präsentationen für Veranstaltungen (wie z.B. für den Jahresrückblick der Gemeinde Schweiggers am 25. November 2017)

- Impulsreferate bei Gemeinderatssitzungen (wie z.B. in St. Bernhard-Frauenhofen am 14. Jänner 2016)
- Checklisten (z.B. für die Stadtgemeinde Schrems zum Thema ‚Vorbereitung und Durchführung einer Pressekonferenz‘ am 12. Dezember 2017)

Kurz-Reportings für Gemeinde-VertreterInnen und Multiplikatoren

Drei bis vier Mal im Jahr erstellt der Verein auf einer Seite (inkl. Anhang) einen aktuellen Überblick über interessante Themen rund um die Initiative „Wohnen im Waldviertel“ und Entwicklungen in der Region.

Die jeweiligen Ansprechpersonen auf den Gemeinden wurden im Zuge dessen darum gebeten, dieses Kurz-Reporting innerhalb der Gemeinde zu verteilen: an Gemeinderäte und andere Multiplikatoren, per E-Mail, als Ausdruck oder Handzettel bei einer Sitzung.

Abbildung 63: Ansicht Projekt-Kurzreporting vom 23. November 2018



Wohnen im Waldviertel
Wo das Leben neu beginnt.

PROJEKT NEWS

November 2018



Auf den Punkt gebracht
Neue Immobiliensuchmaske für die Gemeindefwebseite
Um der **Nachfrage** nach der Gemeinde als Wohnstandort ein ansprechendes **Angebot** gegenüberzustellen, braucht es eine gut funktionierende Immobilien-Suche auf der eigenen Webseite, mit der Häuser, Wohnungen und Baugründe gefunden werden können! → Die Anleitung zur **neuen, mobil optimierten KOMSIS-ImmobilienSuchmaske** finden Sie unter **www3.komsis.at** - ‚Extras‘ - ‚Web-Service: Suche‘.

Bauplätze der Gemeinde auf www.immobilienscout24.at
Seit April werden **Bauplätze**, die von einer Gemeinde in die KOMSIS-Datenbank eingetragen werden, **auf den größten österreichischen Immobilienplattformen** präsentiert: www.immobilienscout24.at und www.immobilien.net. Mit diesen neuen Werbekanälen, die monatlich 800.000 Besucher zählen, sollen mehr Anfragen generiert werden. Die **exklusive Partnerschaft** wurde bis Ende 2019 verlängert.

51 Gemeinderats-Beschlüsse liegen vor
Aktuell liegen dem Verein Interkomm 51 positive GR-Beschlüsse für die weitere Teilnahme am Projekt (Phase 4) vor. Neu: Alle 4 Bezirksstädte nehmen **ab 2019** teil!
Aktuell laufen (sehr gute) Gespräche mit den Sponsoren Land NÖ und Raiffeisen sowie mit den Projektpartnern HARTL HAUS, IV-NÖ, KASTNER Gruppe und WAV.

Entwicklungen im Waldviertel
mobility.lab Waldviertel
Erfahrungen im Projekt „Wohnen im Waldviertel“ haben gezeigt, dass für Zuziehende das Thema **Erreichbarkeit durch öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV)** eine große Rolle bei der Wahl des Wohnstandortes spielt.
Der Verein Interkomm hat daher mit Unterstützung der Verkehrsabteilung des Landes NÖ das Projekt „mobility.lab Waldviertel“ gestartet, welches sich mit der **Zukunft der Mobilität im Waldviertel** befasst.

Aktuelle Werbung
Inserate (2 Beispiele)
Jobmesse-Journal
22. September 2018
Wiener Zeitung
9. November 2018

Instagram
Social Media Onlinedienst zum Teilen von Fotos und Videos, um das Waldviertel ins Gespräch zu bringen;
seit 15. Oktober 2018

Google AdWords
Google Suchmaschine ganzjährig

Geplant
Kurzvideos zum W4
Weitere Gemeindevideos unter
www.youtube.com
Winter 2018

Newsletter Nr. 14
an 1.265 Adressaten
6. Dezember 2018

Daran gedacht?
Melden Sie sich für den „Wohnen im Waldviertel“-Newsletter an, um bestens informiert zu sein, und empfehlen Sie ihn weiter. → www.wohnen-im-waldviertel.at/newsletter
Siehe Anhang!

Kontakt zur Wallenberger & Linhard Regionalberatung (Projektentwicklung und Projektmanagement)
☎ 0664 / 230 58 70 | ✉ office@wohnen-im-waldviertel.at | 📍 3580 Horn, Florianigasse 7

Startworkshops für neue Gemeinden

21. März 2016

09:00 – 11:00 Uhr

Büro Horn

Die 2016 neu dem Projekt beigetretenen Gemeinden Eisgarn, Meiseldorf und Pernegg wurden am 21. März 2016 zu einem gemeinsamen Startworkshop eingeladen.

Ziel war, dass die GemeindevertreterInnen problemlos in die Projektarbeit einsteigen konnten und dass Informationsgleichstand zwischen ihnen und den bereits teilnehmenden Gemeinden hergestellt werden konnte.

Auf der Tagesordnung standen:

1. Einführung in das Projekt und Übersicht über geplante Werbeaktivitäten
2. Einschulung in die Immobiliendatenbank KOMSIS
3. Präsentation Wohnweb Waldviertel www.wohnen-im-waldviertel.at
4. Einblick in die Zusammenarbeit zwischen Gemeinden und Projektmanagement

Gemeindeworkshops in großer Runde

31. März 2016

08:00 – 12:00 Uhr

WALDLAND

20. April 2017

08:00 – 12:00 Uhr

Stadtsaal Gföhl

Für den 31. März 2016 und den 20. April 2017 wurden Workshops mit den 56 teilnehmenden Gemeinden und mit vielen Projektpartnern (wie Raiffeisen, HARTL HAUS, KASTNER Gruppe, Siedlungsgenossenschaft Waldviertel und das Wirtschaftsforum Waldviertel) organisiert.

Mit diesen Workshops wurde das **Netzwerk** innerhalb der Region **gestärkt**, die TeilnehmerInnen erhielten Infos zu den aktuellen Entwicklungen im Waldviertel, konnten projektinterne und regionale Themen diskutieren und erhielten neuen Ansporn, um sich wieder intensiv den Projektaktivitäten zu widmen.

Auch so wurde Wohnstandortvermarktung als eine Kernaufgabe der Gemeinden mehr und mehr optimiert.

Im Rahmen des Workshops im März 2016 bei der Firma WALDLAND wurden die Gemeinden und Projektpartner **über** den **Projektstart** mit Jänner 2016 **informiert**.

Unter dem **Motto „Besondere Entscheidungen brauchen besondere Services“** wurde gemeinsam zum Thema **„Wohn-Service in den Gemeinden“** gearbeitet. Der Erfahrungsaustausch stand dabei im Fokus. NR Angela Fichtinger, Mag. (FH) Martina Noé (GF des WFWV), Bgm. Andreas Kozar aus Reingers und die Standortbeauftragten aus Grafenschlag, Regina Hochstöger, und aus Lichtenau, Andreas Grimas, waren aktiv eingebunden.

Der Workshop 2017 fand in Gföhl statt. Thema des Vormittags war: **„Was wir mit Kommunikation erreichen können.“** Und zwar im positiven, als auch im negativen Sinne. Fest steht, „man kann nicht nicht kommunizieren“ (Paul Watzlawick).

Kommunikation passiert überall und zu jeder Zeit. Mündlich, schriftlich und sogar ohne Worte. Sie kann **großen Nutzen bringen**, Probleme lösen, Missverständnisse ausräumen. Sie kann aber auch **Schwierigkeiten** und **schlechte Stimmung auslösen**.

Das geht so weit, dass man **durch Kommunikation** dem **Image** einer Region **schadet** und die eigenen Kinder dazu bringt, aus der Region wegzuziehen, weil sie hier keine Zukunftschancen sehen.

Neben den wichtigsten Neuigkeiten zum Projekt und zur Region, erfuhren die Gemeinden auch, wie das **Corporate Design** der Marke „Wohnen im Waldviertel. – Wo das Leben neu beginnt.“ verändert wurde, um wieder neu aufzufallen.

Außerdem wurde das Wohnweb Waldviertel detailliert präsentiert, damit die GemeindevertreterInnen über die aktuellen Inhalte und den Nutzen der Webseite ausreichend Information hatten.

Nach dem Treffen erhielten die TeilnehmerInnen die neuesten Werbemittel zum Verteilen in der Gemeinde, wie z.B. das Sonderjournal, neue Fahnen und die „Wohnen im Waldviertel“-Landkarte.

Abbildung 64: Gemeindeworkshop 2016 bei WALDLAND



Abbildung 65: Gemeindeworkshop 2017 im Stadtsaal von Gföhl



★ Der Aufbau und die Optimierung eines Wohnservices für Wohnstandortsuchende in jeder Gemeinde war in diesem Projekt ein wichtiges Ziel. Um dieses zu erreichen, braucht es den regelmäßigen, persönlichen Kontakt zu den Gemeinden.

Feedback der teilnehmenden Gemeinden zum Gemeindegewerkshop 2017

Zur internen Qualitätssicherung war der Verein interessiert, Feedback zu Aktivitäten zu bekommen. Am 27. April 2017 wurden die TeilnehmerInnen des Gemeindegewerkshops gebeten, das Treffen via **Limesurvey-Umfrage** zu bewerten.

Auch jene Gemeinden, die nicht anwesend waren, wurden um die Beantwortung einiger (anderer) Fragen gebeten.

An der Umfrage nahmen **14 Gemeinden** teil. Hier die Ergebnisse:

Frage 1: Ist die Anzahl der Projektsitzungen ausreichend?

Antwort	Anzahl	Prozent
1x im Jahr ist genau richtig.	12	85,71%
2x im Jahr wäre besser.	1	7,14%
keine Antwort	1	7,14%

Frage 2: Ist die Dauer der Projektsitzungen angemessen?

Antwort	Anzahl	Prozent
Ein ganzer Tag wäre besser.	1	7,14%
Ein Vormittag - so wie bisher - ist genau richtig.	11	78,57%
Zwei Stunden (und dafür ohne lange Pause für den Erfahrungsaustausch) wären ausreichend.	1	7,14%
keine Antwort	1	7,14%

Frage 3: Sind Sie nach dem Workshop wieder gut über den aktuellen Projektstatus und wichtige Entwicklungen im Waldviertel informiert?

Wie bewerten Sie die Informationsdichte?

Antwort	Anzahl	Prozent
viel zu viel	0	0,00%
viel	2	14,29%
genau richtig, um wieder up to date zu sein	10	71,43%
eher wenig	1	7,14%
viel zu wenig	0	0,00%
keine Antwort	1	7,14%

Frage 4: War inhaltlich für Sie etwas Neues dabei?

Antwort	Anzahl	Prozent
Es war viel Neues dabei.	1	7,14%
Es war einiges neu.	11	78,57%
Ich hab kaum Neues erfahren.	1	7,14%
Für mich war überhaupt nichts neu.	0	0,00%
keine Antwort	1	7,14%

Frage 5: Wie wichtig sind für Sie folgende Inhalte bzw. Informationen, die Sie im Rahmen des Gemeindeforum bekommen haben?

» Werbeaktivitäten durch „Wohnen im Waldviertel“ seit dem letzten Workshop

Antwort	Anzahl	Prozent
sehr wichtig	8	57,14%
eher wichtig	4	28,57%
kaum wichtig	0	0,00%
überhaupt nicht wichtig	1	7,14%
keine Antwort	1	7,14%

» Weitere relevante Projektaktivitäten und Projektfortschritt

Antwort	Anzahl	Prozent
sehr wichtig	10	71,43%
eher wichtig	3	21,43%
kaum wichtig	0	0,00%
überhaupt nicht wichtig	0	0,00%
keine Antwort	1	7,14%

» Best Practice Beispiele von anderen Gemeinden

Antwort	Anzahl	Prozent
sehr wichtig	7	50,00%
eher wichtig	6	42,86%
kaum wichtig	0	0,00%
überhaupt nicht wichtig	0	0,00%
keine Antwort	1	7,14%

» Zahlen und Daten zum Waldviertel

Antwort	Anzahl	Prozent
sehr wichtig	7	50,00%
eher wichtig	5	35,71%
kaum wichtig	0	0,00%
überhaupt nicht wichtig	0	0,00%
keine Antwort	2	14,29%

» Andere wichtige Projekte im Waldviertel

Antwort	Anzahl	Prozent
sehr wichtig	4	28,57%
eher wichtig	7	50,00%
kaum wichtig	0	0,00%
überhaupt nicht wichtig	0	0,00%
keine Antwort	3	21,43%

» Für das Waldviertel relevante Zukunftstrends

Antwort	Anzahl	Prozent
sehr wichtig	8	57,14%
eher wichtig	4	28,57%
kaum wichtig	0	0,00%
überhaupt nicht wichtig	0	0,00%
keine Antwort	2	14,29%

Frage 6: Welche Inhalte bzw. Infos interessieren Sie noch?

- Jobstatistik - Ein- und Auspendler
- Gibt es eine Auflistung der Wohnsitzer pro Gemeinde, die seit 2009 zugezogen sind?
- Alles rund um das Wohnen
- Praxisbezogene Beispiele über bereits erledigte Umsetzungen wie von der Fr. Bürgermeisterin in Gföhl. Was trägt der Verein Interkomm bzw. Wohnen im Waldviertel praktisch dazu bei? Anschreiben der Unternehmen zur Ansiedelung, Verwirklichung von Projekten wie z.B. Wohnungsbau etc.?
- Erfahrungsberichte anderer Gemeinden

Frage 7: Können Sie beim Gemeindeforum Ihre Vorstellungen, Gedanken und Vorschläge ausreichend einbringen?

Antwort	Anzahl	Prozent
Ja, ich bekomme genug Gelegenheit.	13	92,86%
Nein, ich brauche künftig noch mehr Raum für mein Feedback.	0	0,00%
keine Antwort	1	7,14%

Frage 8/9: Bitte bewerten Sie das beauftragte Team der Wallenberger & Linhard Regionalberatung:

Nina Sillipp

» Fachwissen / Kompetenz

Antwort	Anzahl	Prozent
sehr gut	12	85,71%
gut	0	0,00%
nicht besonders	0	0,00%
keine Antwort	2	14,29%

» Präsentationsstil / Rhetorik

Antwort	Anzahl	Prozent
sehr gut	12	85,71%
gut	0	0,00%
nicht besonders	0	0,00%
keine Antwort	2	14,29%

» Vorgebrachte Inhalte

Antwort	Anzahl	Prozent
sehr gut	11	78,57%
gut	1	7,14%
nicht besonders	0	0,00%
keine Antwort	2	14,29%

Josef Wallenberger

» Fachwissen / Kompetenz

Antwort	Anzahl	Prozent
sehr gut	11	78,57%
gut	1	7,14%
nicht besonders	0	0,00%
keine Antwort	2	14,29%

» Präsentationsstil / Rhetorik

Antwort	Anzahl	Prozent
sehr gut	11	78,57%
gut	1	7,14%
nicht besonders	0	0,00%
keine Antwort	2	14,29%

» Vorgebrachte Inhalte

Antwort	Anzahl	Prozent
sehr gut	10	71,43%
gut	1	7,14%
nicht besonders	0	0,00%
keine Antwort	3	21,43%

Frage 10: Nennen Sie uns Verbesserungs- und Ergänzungsvorschläge für die nächsten Workshops!

- Vielleicht könnte man den Frühjahrsworkshop in den Mai verlegen?
- Ist immer informativ und man wird auf den neuesten Stand des Projekts gebracht. Erhält Erfahrungsberichte anderer Gemeinden, welche dann wieder einen Ansporn und Gedankenanstoß für einen selber sind.
- Grundsätzlich gut organisiert. Nachmittagstermin für vor allem für GemeindemitarbeiterInnen besser.
- Er sollte etwas kürzer sein.
- Definitionen: Was macht der Verein außer Werbung fürs Waldviertel, in welcher Weise wird die Gemeinschaft eigentlich genutzt außer öffentliche Auftritte, welche konkreten Ziele (Bauwerke?, Einsparungen?, Straßenausbau?, Arbeitsplätze in den einzelnen Gemeinde?) können definitiv erlangt werden?
- Erfahrungsaustausch mit erfolgreichen Regionen forcieren.

23 Gemeinde.Checks.2018

16. März 2018	09:00 – 11:00 Uhr	Hofamt Priel
29. März 2018	14:30 – 16:30 Uhr	St. Bernhard-Fr.
5. April 2018	18:00 – 20:00 Uhr	Pfaffenschlag
9. April 2018	19:00 – 21:00 Uhr	Albrechtsberg
12. April 2018	09:00 – 11:00 Uhr	Großschönau
12. April 2018	14:30 – 16:30 Uhr	Hoheneich
13. April 2018	8:30 – 10:30 Uhr	Bad Traunstein
17. April 2018	14:00 – 16:00 Uhr	Gföhl
24. April 2018	15:00 – 17:00 Uhr	Moorbad Harbach
7. Mai 2018	09:00 – 11:00 Uhr	Ottenschlag
8. Mai 2018	20:00 – 22:00 Uhr	Sigmundsherberg
8. Juni 2018	08:00 – 10:00 Uhr	St. Leonhard/Hw
11. Juni 2018	16:00 – 18:00 Uhr	Zwettl
15. Juni 2018	15:00 – 17:00 Uhr	Lichtenau
22. Juni 2018	09:00 – 11:00 Uhr	Langau
2. Juli 2018	08:00 – 10:00 Uhr	Pölla
12. Juli 2018	10:00 – 12:00 Uhr	Waldenstein
21. September 2018	09:30 – 12:00 Uhr	Horn
25. September 2018	09:00 – 11:30 Uhr	Unserfrau-Altweitra
11. Oktober 2018	09:00 – 11:00 Uhr	Meiseldorf
12. Oktober 2018	10:00 – 12:30 Uhr	Groß Gerungs
29. Oktober 2018	17:00 – 19:00 Uhr	Rastenfeld
3. Dezember 2018	09:00 – 11:30 Uhr	St. Martin

Im Auftrag des Vereines Interkomm führte das GU im Jahr 2018 Gemeinde.Checks in den Mitgliedsgemeinden des Projektes „Wohnen im Waldviertel“ durch.

Gestartet wurde in Hofamt Priel am 16. März 2018.

Hauptaugenmerk wurde auf das **kommunale Wohnstandortmarketing** gelegt. Ziel war, die Gemeinden in der eigenen Vermarktung noch stärker und professioneller zu machen und das **Bewusstsein zu stärken**, dass auch Gemeinden **für sich Werbung machen** müssen, um im Wettbewerb zu bestehen.

Die Zuspitzung auf wenige, ganz besondere **Alleinstellungsmerkmale** wurde im Rahmen dieser Einzelberatung empfohlen, um sich **als Standort zu differenzieren** und um sich im Wettbewerb zwischen den Gemeinden besser behaupten zu können.

Im ersten Teil der Beratung ging es um die Analyse und die richtige **Interpretation von statistischen Kennzahlen** - sowohl für die Gemeinde (dafür wurden Einzelauswertungen vorbereitet), als auch für die Region Waldviertel.

Ziel war die **Sensibilisierung für die eigenen Gegebenheiten**.

Ist der Bevölkerungsanstieg oder -rückgang Resultat von Wanderungs- oder Geburtenbilanz? Wohin ziehen die Menschen, die weggehen? Woher kommen jene, die zuziehen? Wie alt sind diese Personen? Bringen sie Kinder mit? Wie steht es um die Altersstruktur in der eigenen Gemeinde?

Im zweiten Teil ging es um die **Bedeutung von regionalem und kommunalem Wohnstandortmarketing**.

Die GemeindevertreterInnen erfuhren Aktuelles zum Projekt „Wohnen im Waldviertel“ und erhielten **individuelles Feedback und Empfehlungen** zu kommunalen Aktivitäten in den Bereichen Standortmarketing, Leerstandsmobilisierung und Kommunikation. Die Bedeutung von Contentmarketing wurde ebenfalls thematisiert.

Im anschließenden Kreativteil ging es um das **Herausarbeiten von ein bis drei kommunale Besonderheiten** aus den Bereichen Wohnen, Arbeiten und Leben. Wichtig dabei war, sich auf die Bedürfnisse der eigenen Zielgruppe zu besinnen. So konnten jene Standortfaktoren identifiziert (und in späterer Folge gestärkt) werden, die im Wettbewerb mit anderen Gemeinden zu einem Vorteil führen.

Denn eines der wichtigsten Ziele einer Gemeinde lautet stets: BürgerInnen gewinnen und langfristig binden. Wer sich als attraktiver Wohnstandort für die eigenen BürgerInnen und für Zuziehende behaupten will, muss sich professionell und glaubwürdig positionieren! Dafür ist ein einzigartiges und wettbewerbsfähiges Profil und ein entsprechendes Image notwendig.

Die Ergebnisse dieser Workshops dienten in Folge dem Briefing eines Fotografen bzw. eines Videoproduzenten, die entweder eine Fotoserie oder einen Kurzclip zur jeweiligen Gemeinde erarbeiten sollten, mit dem Ziel, den Wohnstandort zeitgemäß darzustellen. Dafür wurde für jede Gemeinde ein spezieller **Wohn-Slogan** entwickelt.

★ Durch gezielte und individuelle Kommunikation des Gemeindeprofils wird der Standort am Markt besser wahrgenommen.

Nach dem jeweiligen Termin wurde ein detailliertes **Protokoll** erstellt, **Tipps und Hinweise** wurden für die jeweilige Gemeinde zusammengefasst. Diese wurden gemeinsam mit der Datenauswertung, der PowerPoint-Präsentation und dem Gruppenfoto per E-Mail an alle TeilnehmerInnen übermittelt.



Hofamt Priel. In bester Lage.



St. Bernhard-Frauenh. Das Beste aus beiden Welten.



Pfaffenschlag. Öko.Logisch.Leben.



Albrechtsberg. Es geht bergauf!



Großschönau. Spür die Energie.



Hoheneich. Wohin andere pilgern.



Bad Traunstein. Kraft & Energie fürs Leben.



Gföhl. Kleine Stadt mit großem Herz.



Moorbad Harbach. rundum g'sund.



Ottenschlag. Resort für ein genussvolles Leben.

Wohnen im Waldviertel



Wo das Leben neu beginnt.



Sigmundsherberg. Bitte einsteigen!



Stadt.Land.Zwettl.



Lichtenau. Sie haben Ihr Ziel erreicht.



Langau. Die freie Zeit zu Hause verbringen.



Pöll. Die Mitte finden.



Waldenstein. Einfach wohlfühlen.



Horn ist vorn.



Unserfrau-Altweitra. Land | Leben | Pur



Meisdorf. Voller Energie.



Groß Gerungs. Wo dein Herz zu Hause ist.



Rastenfeld. Das Gute liegt so nah.



St. Martin. Wohnen auf der Sonnenseite.

★ Die Einzelberatungen der Gemeinden erwiesen sich als optimale Gelegenheit, um auf deren individuelle Situation und Herausforderungen eingehen zu können. Ein weiterer Effekt war, dass das Projekt und deren Wichtigkeit wieder einmal in den kommunalen Arbeitsalltag gerückt werden konnte.

Ergebnis aus dem Gemeinde.Check: Ortsreportage St. Bernhard-Frauenhofen

14. Juni 2018



In einer Ortsreportage im Juni 2018 hat die Gemeinde St. Bernhard-Frauenhofen nicht nur das Projekt „Wohnen im Waldviertel“ beworben, sie hat auch die **Erkenntnisse aus dem Gemeinde.Check** vom 29. März 2018 **einfließen** lassen. Der Wohnstandort wurde unter dem Motto **„Das Beste aus beiden Welten“** sehr gut beschrieben und beworben.

Auszug: *„In einem faszinierenden Wechselspielt zwischen Einkaufsmetropole und Ruheroase hat sich die Gemeinde einen ganz besonderen Sonderstatus innerhalb des Bezirkes erworben.“*

Abbildung 66: Erste Seite der Ortsreportage von St. Bernhard-Frauenhofen

Bürgermeistertreffen 2018

19. April 2018

18:00 – 21:00 Uhr

Kulturstadl Göpfritz

Am 19. April 2018 trafen sich auf Einladung des Vereines Interkomm BürgermeisterInnen der Region, um sich über den aktuellen Projektstand und über die mögliche Projektförderung ab 1. Jänner 2019 zu informieren. Auch Landesrat Ludwig Schleritzko war mit dabei und stärkte dem Verein und dessen Zielen den Rücken.

„Das Waldviertel hat hervorragende Grundlagen, um die Zukunft zu meistern! Das Land NÖ steht als verlässlicher Partner hinter der Region. Gemeinsam können wir vieles bewegen!“, so Landesrat Schleritzko zu den anwesenden GemeindevertreterInnen.

Auf der Tagesordnung stand:

- Begrüßung durch Obmann Müllner
- „Wo stehen wir?“ – Josef Wallenberger
- Marketing am Beispiel des W4 Tourismus – Andreas Schwarzinger
- Wohnen im Waldviertel: Warum? Wie? – Nina Sillipp
- Teilnahmebedingungen WOIWA IV und Umbau Verein – Johann Müllner
- Ausblick Wohnen im Waldviertel 2019+ - Nina Sillipp
- Kurzfilm „Sicher aufwachsen im W4“- Christian Pfabigan
- Impuls Landesrat Ludwig Schleritzko
- „Wir schaffen das!“ – Martin Bruckner
- Gruppenfoto
- Gespräche und Fragen im Anschluss

Alle Gemeinden des Waldviertels waren eingeladen, ab 2019 am Projekt teilzunehmen. 68 Personen nahmen an der Veranstaltung teil. Darunter auch einige interessierte Gemeinden, die zu diesem Zeitpunkt noch nicht am Projekt teilnahmen.

Kleine Bürgermeister-Runde

6. Dezember 2018

16:30 – 19:00 Uhr

Büro Horn

Am 6. Dezember 2018 trafen sich Obmann Johann Müllner, Projektleiter Martin Bruckner und das projektverantwortliche Team Nina Sillipp und Josef Wallenberger mit vier Bürgermeister kleinerer Gemeinden aus vier Waldviertler Bezirken:

- Bgm. Peter Höbarth, St. Martin (Bezirk Gmünd)
- Bgm. Franz Linsbauer, Langau (Bezirk Horn)
- Bgm. Roland Datler, Gastern (Bezirk Waidhofen/Thaya)
- Bgm. Andreas Maringer, Langschlag (Bezirk Zwettl)

In diesem Rahmen wurden Überlegungen angestellt, welche Schwerpunktsetzungen des Vereines Interkomm zukünftig für die Region, und vor allem aus Sicht kleinerer, disloziert gelegener Gemeinden, am besten sind. Dazu wurden folgende Fragen bearbeitet:

- Was kann man in kleineren Gemeinden mit dem Projekt „Wohnen im Waldviertel“ entwickeln?
- Was sind wichtige Themen darum herum?
- Soll der Verein im Rahmen dessen ein bestimmtes Thema aufgreifen?

Partner aus der Region

Viele Projektpartner an Bord

Die Firma **HARTL HAUS**, die Industriellenvereinigung NÖ (**IV-NÖ**), **jobwald.at**, die **KASTNER Gruppe**, die **NÖ.Regional.GmbH**, **Raiffeisen** im Waldviertel und in Wien, die Siedlungsgenossenschaft „Waldviertel“ (**WAV**), **Waldviertel Tourismus** sowie das **Wirtschaftsforum Waldviertel** waren Projektpartner der Initiative „Wohnen im Waldviertel“.

Ausgewählt wurden Partnerunternehmen und Organisationen, die in ihrer Ausrichtung zu den Zielen und Aktivitäten von „Wohnen im Waldviertel“ passen.

Im Rahmen dieser Kooperation unterstützten sich die Parteien durch Informations- und Erfahrungsaustausch sowie durch gegenseitige und gemeinsame Werbeaktivitäten. Anlassbezogen wurden gemeinsame Zusatz-Projekte zum Thema „Wohnen. Arbeiten. Leben“ erarbeitet und umgesetzt.

Das GU traf sich in Vertretung des Vereines Interkomm ein- bis zwei Mal jährlich mit den Projektpartnern, um aktuelle Anknüpfungspunkte und mögliche gemeinsame Werbeaktivitäten abzustecken und um die Partner über das Projekt upzudaten.

Projektsteuerungsgruppe

Das Treffen der Projektsteuerungsgruppe war unverzichtbarer Bestandteil der Projektweiterentwicklung. Gemeinden, Regionsvertreter und Unternehmen steckten gemeinsam die weiteren Projektziele ab, schärften Inhalte und reflektierten Aktivitäten.

Treffen der Projektsteuerungsgruppe 2016

29. September 2016

14:00 – 16:30 Uhr

Göpfritz a.d. Wild

Ende September 2016 traf sich diese Projektsteuerungsgruppe am Gemeindeamt in Göpfritz an der Wild.

Abbildung 67: TeilnehmerInnen der Projektsteuerungsgruppe 2016



Die Gruppe setzte sich zusammen aus ausgewählten Personen aus Politik und Verwaltung der teilnehmenden Gemeinden sowie aus VertreterInnen der Sponsoren, Projektpartner und regionalen Organisationen.

Programm 2016

- (1) Reflexion der bisherigen Projektphase III von „Wohnen im Waldviertel“
- (2) Große Veränderungen kommen auf den Standort Waldviertel zu! Wie gehen wir damit um, wie nutzen wir die Potenziale?
- (3) Top aktuell: Zusammenarbeit mobility.lab.Waldviertel & Wohnen im Waldviertel
- (4) Arbeiten in Kleingruppen

Auszug aus dem Protokoll 2016

3 GROÙE TRANSFORMATIONSPROZESSE IN DER REGIONALENTWICKLUNG

- Demografischer Wandel: Jung & Alt, Migration
- Technischer Wandel: Digitalisierung, Automatisierung
- Nachhaltige Nutzung von Energie

Digitalisierung oder Globalisierung, Demografischer Wandel oder Energiewende – die sogenannten Megatrends verändern den ländlichen Raum maßgeblich und stellen uns vor immer neue Herausforderungen. Wenn das Waldviertel gezielt und rasch die Möglichkeiten nutzt, die sich durch den demografischen Wandel, Flexibilisierung am Arbeitsmarkt, Digitalisierung, Automatisierung, Energiewende u.a.m. ergeben, entstehen für die Region enorme Chancen die Wettbewerbsfähigkeit zu steigern.

MOBILITY.LAB WALDVIERTEL

Das GU hat auf Grund der Erfahrungen im Projekt „Wohnen im Waldviertel“ festgestellt, dass die gute Erreichbarkeit mittels zeitgemäÙen ÖV-Angebot immer stärker von Standortsuchenden nachgefragt wird. Gemeinsam mit dem Austrian Institute of Technology und weiteren Partnern wurde deshalb ein Projekt für den Verein Interkomm angeregt, das sich mit „Wohnen im Waldviertel“ in vielen Bereichen verzahnen soll.

Bei dem Projekt geht es um die Etablierung des Waldviertels als Labor für neue Modelle der Erreichbarkeit mittels ÖV und um Bewusstseinsarbeit in den Projektgemeinden zum Thema ÖV.

ERGEBNISSE AUS DEN KLEINGRUPPEN

Die statistischen Zahlen, die Projekterfolge seit 2009, der aktuelle Pressespiegel und die Trends zeigen die aktuellen Chancen für das Waldviertel auf.

WIR SIND DER MEINUNG: *„Ohne Zweifel und Kritik entwickeln wir uns nicht weiter, aber ohne Bilder von einer guten Zukunft auch nicht.“*

ABER immer noch gibt es sehr viele Menschen, die rückwärtsgewandt raunzen!

» **Frage 1: Was steckt dahinter?**

In erster Linie Angst und Unsicherheit (Angst, es könnte schlechter werden; Angst, es geht uns dann nicht mehr so gut; „früher war alles besser“ – viele haben vergessen, dass auch früher nicht immer alles rosig war).

Dominierende Negativschlagzeilen und seichte Infos, die über die Medien transportiert werden, schüren diese Ängste.

» **Frage 2: Wie kommen wir aus dieser Falle heraus?**

- Entwicklungen, Veränderungen, Trends sprechen für das Waldviertel:
 - o Die Voraussetzungen für das Waldviertel haben sich erheblich verbessert, deshalb können wir positiv in die Zukunft blicken, sofern wir bereit sind, „mitanzupacken“ und Entwicklungen voran zu treiben.
- Fundiert informieren, Zukunftsbilder einsetzen:
 - o Positives aufzeigen und bewusstmachen, Menschen helfen, Positives zu erkennen
 - o Informationen durch Daten und Fakten
 - o Informationen auch mit Spaß in die Bevölkerung bringen („Lockerheit“)
 - o Über verschiedene Kanäle informieren, Ressourcen wie z.B. „Wohnen im Waldviertel“ nutzen, um fundierte Informationen zu verteilen
- Good News in den Medien verstärken (Stichwort *constructive journalism*)
- Lebensqualität:
 - o Bei hohem Wohlfühlfaktor und Sicherheit durch Job und Partnerschaft ist die Grundeinstellung positiver.
 - o Nicht vergessen, eines der größten Kapitale des Waldviertels zu erhalten: Naturraum! Naherholung für die BürgerInnen bedeutet Lebensqualität.
- Es braucht Vorbilder und Überzeugung, Rückhalt und eine starke Community:
 - o „Dagegen halten“, wenn *geraunzt* wird
 - o Sich der Diskussion stellen
 - o Positive Stimmung durch das Aufzeigen von Perspektiven
 - o Ängste relativieren
 - o Selbst positiv gestimmt sein
 - o Dran bleiben an Dingen, die wir ändern können
 - o Durch Community Infos bekommen, Batterien aufladen, sich einbringen können
- Junge Menschen als BotschafterInnen vor den Vorhang holen (Testimonials):
 - o Junge Menschen *raunzen* nicht so viel und können durch ihre positive Stimmung *Raunzer* übertönen und oft auch überzeugen.

- Junge Menschen nehmen sich mehr Zeit. Wohlstand wird weniger über Geld als über freie Zeit definiert: Geistiger Wohlstand vs. materieller Wohlstand („Work-Leisure-Balance“).
- Wirtschaftlicher Wandel:
 - Berufsbilder und Jobs verändern sich, werden durch neue Medien flexibler und mobiler, müssen nicht immer am selben Standort verrichtet werden bzw. können auch von zu Hause aus erledigt werden, traditionelle Organisationsstrukturen lösen sich auf, alternative Beschäftigungsmodelle verändern den Alltag der ArbeitnehmerInnen.
 - Fachkräfte werden mehr gesucht denn je (z.B. APV im „Industriedorf“ Dallein).
- Vereine: Wer sich engagiert *raunzt* weniger.
 - Identität schaffen durch positive Gruppendynamik, die durch Engagement in Vereinen und Mitarbeit an Projekten entsteht.
 - Über das eigene Projekt *raunzt* man nicht.
 - Konkrete Projekte zur Bekämpfung von Problemen initiieren und umsetzen.
 - Spaß an Aktivitäten fördern – Projekte schaffen.
 - Gemeinsame Revitalisierung von Leerstand bzw. diversen Objekten (z.B. Kino Gföhl, Groß Gerungs).

Treffen der Projektsteuerungsgruppe 2017

19. Oktober 2017

14:00 – 16:30 Uhr

KASTNER Gruppe

Auch 2017 traf sich die Projektsteuerungsgruppe, um in kleiner Runde für das Projekt relevante Themen zu bearbeiten, damit die Inhalte und Ziele geschärft und neu ausgerichtet werden konnten.

Abbildung 68: TeilnehmerInnen der Projektsteuerungsgruppe 2017



Die Gruppe bestand 2017 wieder aus ausgewählten VertreterInnen der 56 Gemeinden (aus Politik und Verwaltung) sowie aus Sponsoren, Projektpartnern und regionalen Organisationen. Dieses Mal wurde auch ein weiterer themenrelevanter Partner eingeladen: Thomas Hetzendorfer, Immobilienmakler aus dem Raum Heidenreichstein.

Durch diesen bunten Personen-Mix konnten jedes Jahr repräsentative Ergebnisse erarbeitet werden, die für das Gesamtprojekt von großer Bedeutung sind.

Der Workshop fand dieses Mal bei der KASTNER Gruppe in Zwettl statt. Geschäftsführer Christof Kastner stellte eingangs wichtige Eckpfeiler seines Unternehmens vor.

Nach einem kurzen Rückblick auf die Ergebnisse der Steuerungsgruppe von 2016 und einem Überblick, welche Ergebnisse wo im Projekt umgesetzt wurden, erarbeiteten drei Kleingruppen neue Ideen zu folgenden Themen:

LEERSTAND MOBILISIEREN

- Mit welchen Argumenten kann man Liegenschaftseigentümer überzeugen, ihre leerstehende Immobilie oder ihren Baugrund zu verkaufen?
- Welche Maßnahmen zur Mobilisierung kann und soll man als Gemeinde setzen?

MAKLER EINBINDEN

- Was können Makler besser als „Wohnen im Waldviertel“-Gemeinden?
- Wie können Makler als Partner in das Projekt eingebunden werden?

PASSENDE PROJEKTE UNTERSTÜTZEN.

- Gibt es aktuell konkrete Projekte oder Projektideen im Bereich Wohnstandortentwicklung und -marketing, die „Wohnen im Waldviertel“ unterstützen soll?
- Welche Unterstützung von „Wohnen im Waldviertel“ macht Sinn?
- Wie weit kann die „Wohnen im Waldviertel“-Unterstützung für Gemeinden gehen, die nicht Teil der Initiative sind?

Diese drei Themen, die sich gegenseitig bedingen und die in der Region verstärkt ihre Kreise zogen, wurden ausgiebig diskutiert! Die Ergebnisse wurden Schritt für Schritt in das Projekt integriert.

Partner-Treffen

26. September 2018

18:00 – 21:30 Uhr

GH Lorbaer

Neben Arbeitsgruppensitzungen (Projektsteuerungsgruppe) gab es auch Partnertreffen in weniger formellem Rahmen, so wie beispielsweise am 26. September 2018 in Waidhofen an der Thaya.

Mit diesem Geschäftsessen bedankte sich der Verein Interkomm bei den langjährigen Partnern für die wichtige Unterstützung. Außerdem wurde damit die Möglichkeit geschaffen, sich in angenehmer Atmosphäre über aktuelle Entwicklungen im Waldviertel und die Zukunft der Region und des Projektes „Wohnen im Waldviertel“ auszutauschen.

Teilgenommen haben Bgm. Martin Bruckner (Interkomm Projektleiter), Manfred Damberger (WAV), Christof Kastner (Kastner Gruppe und WFWV), Vbgm. Ing. Johann Müllner (Interkomm Obmann), Vbgm. Josef Schaden (Interkomm Obmann-Stv.), Dir. Werner Scheidl (Raiffeisen), Mag. (FH) Andreas Schwarzinger (Waldviertel Tourismus) und Josef Wallenberger (GU).

LR Ludwig Schleritzko und NR Angela Fichtinger (Land NÖ) sowie Dr. Andreas Windsperger (NÖ Wohnbauforschung) mussten aus terminlichen Gründen, Dir. Roland Suter (HARTL HAUS) aus gesundheitlichen Gründen **absagen**.

Im Rahmen des Treffens konnten **Erfahrungen ausgetauscht** und **Anregungen gesammelt** werden. Die Diskussionen waren umfassend, von der Bauordnung bis zum Arbeitskräftemangel, von der Erreichbarkeit der Region bis hin zur engeren Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Gemeinden.

Regions-Jour-fixe der NÖ.Regional.GmbH

11. Mai 2017	13:00 – 18:00 Uhr	Gastern
14. November 2017	13:00 – 17:30 Uhr	Gars am Kamp
25. Jänner 2018	13:30 – 17:00 Uhr	Echsenbach
29. November 2018	13:30 – 17:00 Uhr	Japons

Seit 2017 nahm das GU in Vertretung für den Verein Interkomm an Vernetzungstreffen der NÖ.Regional.GmbH teil und nutzte damit die gute Gelegenheit, mit vielen regionalen Multiplikatoren zusammenzutreffen, über Entwicklungen in der Region informiert zu werden und selbst informieren zu können.

Dieser **Informationsaustausch zu aktuellen waldviertelrelevanten Themen** im Rahmen des Regions-Jour-fixe brachten unter anderem folgende Organisationen an einen Tisch:

- Energie- und Umweltagentur
- Energieagentur der Regionen
- Kleinregionen
- Leader-Regionen
- Kulturvernetzung
- Landwirtschaftskammer
- Mobilitätsmanagement
- Verein Interkomm
- Wirtschaftsforum Waldviertel
- Wirtschaftskammer

Das GU informierte die TeilnehmerInnen über das Projekt „Wohnen im Waldviertel“, erläuterte die Ziele der Initiative, stellte kurz wichtige aktuelle Werbeaktivitäten vor (z.B. Fotos und Filme mit und für Gemeinden) und richtete immer wieder die Einladung an die RegionsvertreterInnen, die Kanäle von „Wohnen im Waldviertel“ zu nutzen, um wichtige Aktivitäten und Erfolge aus dem eigenen Wirkungsbereich zu bewerben.

Die Zusammenarbeit mit der **NÖ Regional.GmbH** war in den letzten drei Jahren sehr gut. Die **MitarbeiterInnen wurden auch unterstützt**, wenn es um Informationen oder Tipps ging.

So traf sich Nina Sillipp (GU) beispielsweise am 13. September 2018 mit Paul Schachenhofer in Zwettl, da er um Informationen betreffend vergangene Aktivitäten **in der Region Waldviertel-Mitte** bat, die er wiederum in die geplanten neuen Strategie-Ausrichtungen rund um das Thema Wohnen miteinfließen lassen wollte.

Motive erforschen - Projekte voranbringen

ZIEL 3: PROJEKTE IM BEREICH WOHNEN ANSTOßEN UND BEWERBEN

Forschungsfrage: Was bewegt die Zielgruppen und was brauchen sie?

Motivforschung am Meldeamt

Im Rahmen des Projektes „Wohnen im Waldviertel“ wurde ab April 2016 in einigen Gemeinden eine Motivbefragung am Meldeamt durchgeführt.

Mit dieser Befragung **im Zuge einer Neuanmeldung** wurden Erkenntnisse über die neu zugezogenen BürgerInnen und deren Erwartungen an den Standort gewonnen: Woher kommen sie und warum haben sie die Gemeinde bzw. die Region als neues Zuhause ausgewählt?

Die gewonnenen Informationen wurden bei der inhaltlichen Weiterentwicklung des Projektes „Wohnen im Waldviertel“ berücksichtigt.

In erster Linie sollten aber die Gemeinden ihre neuen BürgerInnen (besser) kennenlernen, mit ihnen ins Gespräch kommen und Fragen beantworten, um Vertrauen und eine Bindung aufzubauen - **Stichwort „Willkommenskultur“**.

Die Gemeinden stellten die Fragen persönlich an die ZuzüglerInnen. Die Antworten wurden währenddessen in einem Fragebogen festgehalten und danach online eingegeben, um eine Gesamtauswertung zu gewährleisten.

Der Verein hatte dazu einen Erstentwurf der Befragung erarbeitet und bat die Gemeinden Gföhl, Lichtenau, Sigmundsherberg und Zwettl am 8. Jänner 2016 um ihr Feedback: Ist die Vorgehensweise der Befragung okay? Wie werden die einzelnen Fragen bewertet? Bringen die daraus gewonnenen Ergebnisse einen Gewinn für die Gemeinde und für das Projekt „Wohnen im Waldviertel“? Welche Fragen fehlen? Welche Fragen machen eher keinen Sinn?

Lichtenau und Zwettl haben das neue Tool genau getestet. Ihre Rückmeldungen flossen in die Fertigstellung des Fragebogens ein. Start der Befragung war April 2016.

Die Fragen (sowie die Erläuterungen für die Gemeinden)

1. Wo war Ihr vorheriger Hauptwohnsitz?
2. Hatten Sie vorher in der Gemeinde einen Zweitwohnsitz?
*Die ersten beiden Fragen können aus der Meldekartei eruiert werden.
So wird die Befragung für den Interviewpartner kürzer.*
3. Wie sind Sie auf die Gemeinde / Region aufmerksam geworden?
4. Warum haben Sie Ihren Wohnsitz gewechselt? Was war der Anlass für Ihren Wohnsitz-Wechsel?
5. Kennen Sie die Aktion „Wohnen im Waldviertel“ und die dazugehörige Webseite www.wohnen-im-waldviertel.at?

Das sind die für das Projekt und die Gemeindeentwicklung relevantesten Fragen!

6. Interessieren Sie sich für folgende Themen bzw. Vereine?
7. Wollen Sie von verantwortlichen Personen der von Ihnen genannten Vereine/Themen kontaktiert werden?

Mit diesen beiden Fragen haben Sie die Gelegenheit dabei zu helfen, die neuen BewohnerInnen kennen zu lernen und sie bei der Integration zu unterstützen.

8. Gibt es Ihrerseits Erwartungen an die Gemeinde bzw. was kann die Gemeinde tun, damit Sie sich hier wohlfühlen?

Antworten auf diese Fragen helfen Ihnen als Gemeinde Ihr Service zu optimieren.

9. Fragen zur Person und zu den Personen, die im Haushalt leben:
Geschlecht und Geburtsjahr

10. Arbeitsort (PLZ und Ort)

Mit zwei Fragen zu den Personen kann ausgewertet werden, ob Einzelpersonen, Paare oder Familien zuziehen und wie alt sie sind. Außerdem kann so eine Aussage über Pendeldistanzen und Pendelbereitschaft getroffen werden.

11. Kommentare und Anregungen

Mit diesem Feld geben wir den neuen BewohnerInnen Platz für Anregungen, Wünsche, Kommentare oder Kritik.

Highlights aus der Motivbefragung am Meldeamt

Seit April 2016 wurden bei der Motivbefragung (bei Anmeldung eines Hauptwohnsitzes) am Meldeamt **119 Fragebögen** vollständig und 63 teilweise ausgefüllt.

23 Gemeinden haben sich beteiligt.

Top 1 mit den meisten eingegebenen Fragebögen sind Lichtenau und St. Bernhard-Frauenhofen, gefolgt von Bad Großpertholz, Hoheneich und Waldenstein.

Hier die Hauptergebnisse:

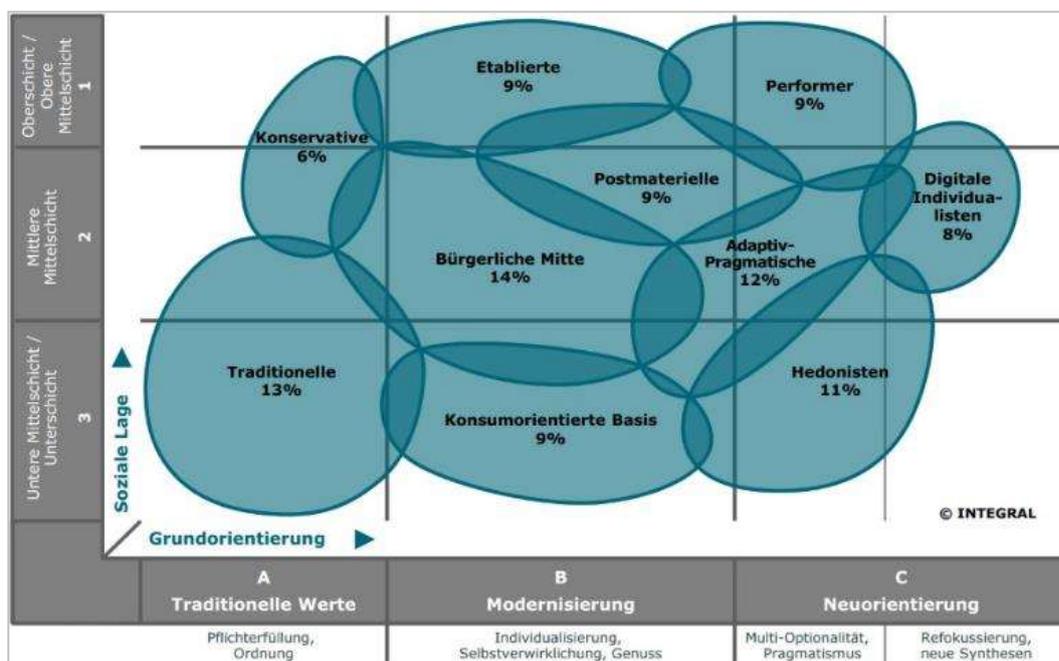
- 21,7 % der Zugezogenen hatten ihren vorherigen Hauptwohnsitz in Wien. 11 % hatten vorher in der Gemeinde einen Zweitwohnsitz.
- **Aufmerksam geworden** sind sie v.a. durch Familie, Freunde oder Bekannte (24,7 %) und über eine konkrete Immobilie bzw. einen Baugrund, über eine andere Immobilienwebseite bzw. eine/n ImmobilienmaklerIn (22,2 %). Weitere 19 % sind hier aufgewachsen bzw. kannten die Gemeinde/die Region bereits. [Doppelnennungen waren möglich.]
- Der **Anlass für den Wohnsitz-Wechsel** war, dass die passende Immobilie bzw. passenden Baugrund gefunden worden ist (18,1 %), der Wunsch nach mehr Lebensqualität da war (11,9 %) sowie nach intakter Natur, frischer Luft, gesundem Leben und geringer Lärmbelastigung (11,1 %). 7,8 % gaben Partnerschaft / Heirat / Trennung als Grund an. [Doppelnennungen waren möglich.]
- 63,4 % der Befragten kennen die Initiative „Wohnen im Waldviertel“.
- Ein Großteil der Befragten bzw. der im Haushalt lebenden ist 23 bis 41 Jahre alt.
- Die Top 3 Arbeitsorte sind Wien, Horn und Gmünd.

Arbeiten mit Sinus-Milieus

Der Verein Interkomm war bemüht, die bewährten Sinus-Milieus® in der Projektarbeit einfließen zu lassen.

Die Sinus-Milieus® betrachten die realen Lebenswelten der Menschen, d.h. grundlegende Wertorientierungen und Einstellungen zu Arbeit und Freizeit, zu Familie und Partnerschaft, Konsum und Politik – und stellen diese in einen Kontext mit demografischen Eigenschaften wie Bildung, Beruf oder Einkommen.

Abbildung 69: Sinus-Milieus® in Österreich



Quelle: www.integral.co.at

Auch im Projekt „Wohnen im Waldviertel“ wurde mit diesem Modell gearbeitet. Die Möglichkeiten, die sich aus einer Regions-Analyse für das Waldviertel ergaben, wurden in Zielgruppen-spezifische Marketing-Aktivitäten eingearbeitet.

Dazu arbeitete der Verein Interkomm mit den Vertretern von INTEGRAL Markt- und Meinungsforschungsges.m.b.H und T-Factory, Dr. Bertram Barth und Mag. Bernhard Heinzlmaier, zusammen. Als externe Experten brachten sie wichtige Informationen und Arbeitsgrundlagen zu den potenziellen Zielgruppen von „Wohnen im Waldviertel“ ein.

Fachinputs und vertiefende Workshops²⁵

23. Februar 2017	17:00 – 19:00 Uhr	Raiffeisensaal Horn
15. März 2017	14:00 – 18:00 Uhr	Gemeindeamt Göpfritz
27. April 2017	14:00 – 18:00 Uhr	Sonnenplatz Großschönau

Im Rahmen eines Fachvortrages am 27. Februar 2017 im Raiffeisensaal in Horn stellten Dr. Bertram Barth von der INTEGRAL Markt- und Meinungsforschungsges.m.b.H. und Mag. Bernhard Heinzlmaier von T-Factory die Sinus-Milieus® im Waldviertel vor und beleuchteten dabei die Veränderungen der Gesellschaft.

Abbildung 70: VertreterInnen von Interkomm und INTEGRAL



Am Foto (v.l.n.r.): Obmann Johann Müllner, NR Angela Fichtinger, Mag. Bernhard Heinzlmaier, Dr. Bertram Barth, Josef Wallenberger, Bgm. Ludmilla Etzenberger und Bgm. Martin Bruckner am 15. März 2017 in Horn

Beim darauffolgenden Workshop am 15. März 2017 bzw. 27. April 2017 (mit jeweils 10 Gemeinden) wurde die Milieustruktur im Waldviertel präsentiert. Folgende Schwerpunktmilieus konnten in der Region identifiziert werden: die traditionellen Milieus, die Milieus der Mitte und die gehobenen Milieus.

Anschließend wurden deren Bedürfnisse skizziert und erörtert und die optimale Kommunikation mit diesen Gruppen dargelegt. Auf Basis dieser Informationen wurden mit den GemeindevertreterInnen die spezifischen Probleme in den Gemeinden diskutiert und milieusensible Lösungen erarbeitet.

Besonders wichtig war für die teilnehmenden Gemeinden die Sensibilisierung in Bezug auf die Kommunikation mit ihren Bürgerinnen und Bürgern und mit Wohnstandortsuchenden. Die zentralen Milieus der Region mit ihren individuellen Bedürfnissen sollten dabei immer mitgedacht werden.

²⁵ Die Auswertung der SinusMilieus im Waldviertel und die Workshops waren nicht Teil des Projektbudgets. Der Verein unterstützte damit seine Mitgliedsgemeinden aus dem allgemeinen Vereinsbudget und stärkte so zusätzlich das Projekt „Wohnen im Waldviertel“!

Wohnprojekte in Gemeinden

Der demografische Wandel bringt natürlich gesellschaftliche Veränderungen mit sich. Daher braucht es im Waldviertel neben dem klassischen Einfamilienhaus vielfältige andere Wohnangebote.

Der Verein Interkomm **unterstützte und bewarb** aufgrund dessen Projekte in Referenzgemeinden betreffend Wohnformen für jedes Alter – für die erste Haushaltsgründung, das erste Kind, nach einer Trennung oder bei Eintritt in die Pension – mit dem ihm zur Verfügung stehenden Ressourcen und Möglichkeiten.

Neubau und Sanierungen, in Kooperation mit regionalen Betrieben, insbesondere in Ortszentren waren das Ziel: **„Jung sein, alt werden – gemeinsam im Waldviertel.“**

„Junges Wohnen“ in Schwarzenau

In der Gemeinde Schwarzenau wurde neuer Wohnraum für junge Menschen geschaffen. Durch äußerst attraktive Mietpreise (maximal EUR 382.- für 60m²) werden junge Menschen bis zum 35. Lebensjahr beim Start in ein eigenständiges Leben in der ersten eigenen Wohnung unterstützt.

Der Verein Interkomm, vertreten durch das GU, unterstützte die Gemeinde Schwarzenau, die WAV und HARTL HAUS bei der Projektentwicklung und der daran anschließenden Bewerbung.

Am 13. Jänner 2018 fand in der neuen Wohnhausanlage der Siedlungsgenossenschaft WAV für „Junges Wohnen“ in Schwarzenau ein Tag der offenen Tür statt. Acht Wohnungen mit einer Wohnfläche von je 60 m² waren hier entstanden.

Dabei bestand die Möglichkeit, die Wohnungen zu besichtigen und sich ein Bild Anlage zu machen.

Jede Wohnung verfügt über einen eigenen Balkon bzw. über eine Terrasse und pro Einheit sind zwei PKW-Abstellplätze zugeteilt. Im Nebengebäude sind ein Fahrradabstellraum, der Technik- und Müllraum sowie die einzelnen Abstellräume pro Wohnung untergebracht. Der Gemeinschaftsgarten steht allen Bewohnern frei zur Verfügung. Durch die großzügige Förderung des Landes NÖ sind die Wohnungen besonders preiswert und können mit nur 4.000,- Eigenmitteleinsatz angemietet werden.

Die Wohnungen liegen in Zentrumsnähe und verfügen über gute Verkehrsanbindung.

Abbildung 71: Wohnprojekt „Junges Wohnen“ in Schwarzenau



© Siedlungsgenossenschaft „Waldviertel“

„Junges Wohnen“ ist eine Förderschiene des Landes NÖ. Speziell junge Menschen werden bei ihrem Start in der ersten eigenen Wohnung unterstützt.

- kostengünstige Mietwohnung bei max. EUR 382.- monatlich
- Höchstalter 35 Jahre (zum Zeitpunkt der Anmietung)
- Wohnungsgröße 55 m² bis 60 m² Wohnnutzfläche
- Vergabe nur in Miete ohne Kaufoption
- Finanzierungsbeitrag (Eigenmittel) max. EUR 4.000.-

Mit dem Projekt in Schwarzenau wurde ein Modell realisiert, dass den anderen Gemeinden als Beispiel diene und entsprechend kommuniziert wurde.

★ Leistbares Wohnen ist einer der wichtigsten Standortfaktoren für Gemeinden und Regionen. Nur mit einem solch passenden Angebot bleibt der eigene Standort für junge Menschen so attraktiv, dass sie hierbleiben (können). Abwanderung kann dadurch nachweislich gebremst werden.

Ortszentrum in der Gemeinde Meiseldorf

9. Juni 2016

09:00 – 11:00 Uhr

Klein-Meiseldorf

Im Juni 2016 bat die Projektgemeinde Meiseldorf das GU um ein Gespräch zum geplanten (Wohn-)Projekt im Ortskern.

Das GU konnte einige Ideen beisteuern und sicherte eine regelmäßige Berichterstattung im Rahmen von „Wohnen im Waldviertel“ zu. Empfohlen wurde eine Teilnahme am Ortskernprojekt Waldviertel und eine weiterführende Beratung durch die NÖ.Regional.GmbH, um das Projekt weiter voran zu bringen.

Bei einem Folgetermin zum Impulsprojekt Ortskernbelebung im Juli 2016 in Meiseldorf erhielt der Bürgermeister eine detaillierte Übersicht über **mögliche Werbeaktivitäten** im Rahmen der „Wohnen im Waldviertel“-Werbekanäle:

Ende 2018 erfolgte der Spartenstich für das Ortszentrum. Zuvor trug die Bevölkerung das Althaus ab.

Der Neubau soll vieles integrieren: Veranstaltungssaal mit Küche, Platz für die Jugend und den Nahversorger und ein Multifunktionsraum. Die Kombination ergab sich aus den Workshops, in denen BewohnerInnen Wünsche aussprechen konnten.

Projektberatungen für Mitgliedsgemeinden

Darüber hinaus gab es weitere Projektansätze, bei denen das GU, in Vertretung für den Verein Interkomm, involviert war.

Die **Stadtgemeinde Horn** wollte im Juni 2016 ein spezielles **Wohnprojekt im Ortskern** prüfen und bestenfalls umsetzen, um als Wohnstandort attraktiver zu werden.

Dazu wurde das GU gebeten, in der Einleitungsphase begleitend mit dabei zu sein. Die Einreichung bei der NÖ Wohnbauforschung wurde empfohlen.

Im März 2017 bat Direktor Manfred Damberger, Gemeinderat der Projektgemeinde Karlstein an der Thaya und Vorstandsmitglied vom Projektpartner WAV, Josef Wallenberger (GU) um seine Einschätzungen betreffend **Entwicklung eines Ortskernprojektes** in der Gemeinde **Karlstein an der Thaya**.

Stefan Schrenk, Firmenchef der **Schrenk GmbH Vitis**, bat um Expertise des GU bei der Entwicklung eines ganz speziellen Produktes: **Das Schrenk-Haus!**

Das Musterhaus wurde mittlerweile in kurzer Bauzeit in Vitis beim Kreisverkehr montiert. Es baut am Lukas Lang Baukastensystem auf und ist mit einer vorinstallierten Haustechnikbox ausgestattet. Dieses Haus kann auch temporär errichtet werden. Sonst nicht verfügbares Bauland kann durch solche Wohnformen eventuell mobilisiert werden.

Technische Details:

- Gesamtbauzeit: 8 Werktage (von der grünen Wiese bis zum Einzug)
- Schraubfundament: 1 Tag
- Hausanschluss: Kanal, Elektro, Wasser: 2 Tage
- Außenhülle: 2 Tage
- Innenausbau & Einrichtung: 3 Tage
- Bauweise Lukas Lang Baukastensystem mit Schraubfundament; Temporär, Erweiterbar
- Nettogrundfläche: 77 m²
- Räume: Wohnküche, Bad/WC, Schlafzimmer, Zimmer
- Haustechnik: Haustechnikbox von Schrenk & Appel: Loxone Smart Home, Infrarotheizung, Warmwasser elektrisch
- Heizwärmebedarf: Aktuell im Testbetrieb, um den genauen Bedarf zu ermitteln

Siehe: www.schrenk.co.at/innovationen/intelligent-bauen/musterhaus-schrenk-haus/

Abbildung 72: Das Schrenk-Haus



Quelle: www.schrenk.co.at

Ein interessantes Pilotprojekt das auch den Projektgemeinden vorgestellt wurde.

Wohnen im Waldviertel

Wo das Leben neu beginnt.

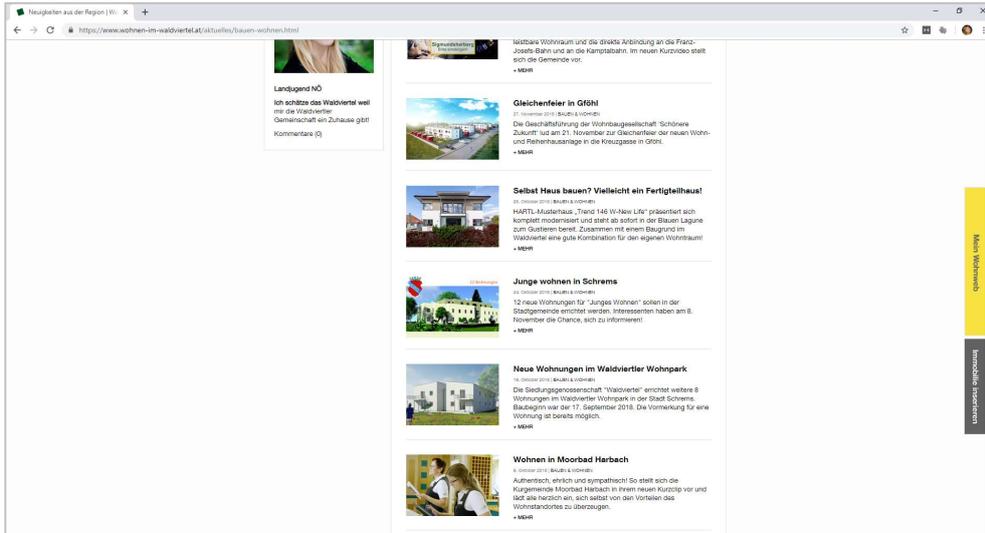


Bewerbung durch „Wohnen im Waldviertel“

Alle dem Verein bekannten Wohnprojekte wurden während der Projektlaufzeit über die Werbekampagne von „Wohnen im Waldviertel“ beworben.

Besonders geeignet war dafür der **NEWS-Bereich im WohnWEB Waldviertel** unter der Kategorie ‚Bauen und Wohnen‘.

Abbildung 73: NEWS Beiträge im Wohnweb Waldviertel zum Thema ‚Bauen & Wohnen‘



www.wohnen-im-waldviertel.at/aktuelles/bauen-wohnen

Im **Sonderjournal** der Mediaprint wurden zudem ausgewählte Artikel an die Zielgruppe gerichtet. So zum Beispiel das Projekt „Bürooffensive“ aus Großschönau:

Abbildung 74: Auszug aus einem "Wohnen im Waldviertel"-Sonderjournal

Münchner im Waldviertel

Für Christian Polito und Stephanie Wolfsteiner aus Bayern ist Bad Großperloz Heimat geworden. Dank moderner Glasfasertechnik auch Arbeitsplatz.

Was um beide nach Bad Großperloz (Bezirk Gmünd) gekommen sind? Nun, das hat mehrere Gründe, wie Christian Polito, laut Eigendefinition „Jahreswanderer mit Sinn für Nachhaltigkeit und Qualität“, erklärt: „München ist eine wunderschöne Stadt, aber das Preis-Leistungsverhältnis stimmt einfach nicht mehr. Für eine 4-Zimmerwohnung dürfen Sie mit ca. 600.000 Euro rechnen. Wenn man wie wir beide naturverwandt ist, und ins Grüne will, dann muss man München lassen. Oder du ziehst ins Waldviertel.“ Aber auch in Sachen

Mentalität sprach einiges für das Waldviertel. Stephanie Wolfsteiner: „Was mich erwarnt, ähnelt sich Österreich und Bayern schon sehr. Wir schätzen also grundlegend die Anlehnung Bayerns an Österreich. Wir schätzen die Leute, die Natur, den Hausstand und den Umgang mit Wasser wie gegenseitige Hilfe, die hier häufiger gelebt werden. Der Spagat zwischen Ruhe und Großbusiness ist ein Paradox. Im Waldviertel ist das auch noch erschwinglich.“ Selbstverständlich spielte

auch die Frage der Anbindung an das Internet eine wichtige Rolle. Dank eines modernen Glasfasernetzes in Bad Großperloz bleiben diesbezüglich keine Wünsche offen. Daher ist es auch nicht verwunderlich, dass beide das Waldviertel

Christian Polito und Stephanie Wolfsteiner: Leben im Waldviertel und schließen den Menschenringschluss.

Wohnen - Arbeiten - Leben neu denken

Sie sind jung, kreativ und brauchen Platz, um sich beruflich zu entfalten? Sie suchen Ruhe und zugleich sozialen Anschluss in naturnaher Umgebung und wollen ein erfülltes Leben führen? Dann sind Sie in Großschönau bestens aufgehoben.

Die Gemeinde Großschönau ist in Kooperation mit dem Bekanntheitsunternehmen BETZ als soziales Zentrum (BETZ) ab sofort EUB in der Wärmehäuser, der passenden Infrastruktur (Hilf, Glasfasernetz) im Waldviertel setzt. Lustbar und großzügig sind nur zwei von vielen Argumenten, die für ein Büro in Großschönau sprechen – und es geht auch gleich für eine neue Wohnung oder sogar ein neues Haus. Dazu kommen eine perfekte Breitbandkabel-Anbindung (100 Mbit/s), Gastronomie und Shop in der Nähe, Lagermöglichkeiten und Übernahme von Baulandbeständen. Auch Vermarktungslösungen können temporär gemietet werden.

Mehr Infos zum Business Center: www.betz.at/buerooffensive

Thayarunde auf der Zielgeraden

Die Thayarunde ist ein 111 km langes Radparadies auf den ehemaligen Bahntrassen der Thayatalbahn und der Göpfritz-Raabsbahn. Am 5. Juni wird die Teilstrecke Göpfritz - Raabs eröffnet.

Infos zur Thayarunde unter www.thayaland.at

Rad unterwegs sein. Auch als Freizeitaktivität für die ganze Familie ist die Thayarunde ein zusätzlicher Nutzen in der Region. Die Thayarunde verläuft auf ehemaligen Bahntrassen. Nach veränderten essensmattenspersonellen können entlang der Strecke bewirtschaftet werden. Die zwei Thayarunde-Eisen-Netzen-Konstruktionen sind aus dem Jahr 1908 auf der Strecke Waldhofen-Steinbrunn, das alte Holzhaus in Waldhofen, alte Eisenbahnwege und ein Kleinstschmiedwerk (Kleinstschmiedwerk, Holzwerkstatt und Holzwerkstatt) sind erhalten und beidseitig auf beiden Strecken. Die Thayarunde soll die ausgewählte erste Infrastrukturbaustrecke werden, also eine Strecke, welche den Bedürfnissen von Menschen mit Handicap entspricht. Das bauliche

Meine persönliche Waldviertel-Botschaft

Bürooffensive GROSSCHÖNNAU - wo das Leben beginnt

144



Auch die WAV und ihre Projekte wurden unterstützt:

Tschüss Hotel Mama!

Früher oder später ist für jeden Jugendlichen der Zeitpunkt gekommen, sein behagliches Nest im Hotel Mama zu verlassen und sich die erste eigene Wohnung einzurichten.

Das Land Niederösterreich hat sich diesen Wünschen und Anforderungen der Jugend angenommen und eine spezielle Förderschiene entwickelt. Das Wohnbauprogramm „Junges Wohnen“ verbindet die örtlichen sowie architektonischen Anforderungen und ermöglicht dennoch günstige Mieten. Die WAV (Gemeinnützige Bau- und Siedlungsgenossenschaft Waldviertel) konnte mittlerweile schon in vielen Orten derartige Wohnhausanlagen umsetzen. Aufgrund der großen Nachfrage sind momentan 8 weitere

Wohnhausanlagen für junges Wohnen im Wald- und Weinviertel im Bau. Beispielsweise entstehen gerade in Pöchlarn-Ottensheim in der Marktgemeinde Rastenfeld 24 Wohnungen für junges Wohnen. Jede einzelne Wohneinheit ist zweigeschöckig aufgebaut und verfügt über eine Wohnzusatzfläche von 50 m². Alle Wohnungen werden mit einer eigenen Terrasse ausgestattet, über die direkt der Gemeinschaftsgarten betreten werden kann. Außerdem wird die Anlage als Niedrigenergiehaus errichtet, was sich maß-

geblich auf den Energieverbrauch auswirkt. Zusätzlich erhält jede Einheit eine kontrollierte Wohnraumlüftung und eine Photovoltaikanlage, was weitestgehend die Erhaltungskosten spart.



Waldviertler Massivhaus.
Zehn Abteilungen vom Lagerhaus Meister Center in Zwettl bauen Ihr Massivhaus. Fertig, zum Fixpreis & Fixtermin!
Für die gesamte Abwicklung haben Sie einen Ansprechpartner. Ziegel oder Massivholzmauern bilden die Wände Ihres Eigenheimes für eine lange Lebensdauer.

€ 107.650,-
Ausbaustufe Rohbau
(Massivwerk, Dach, Fenster)

Preis ab Oberkante Kellerdecke/Fundamentplatte. Preis inkl. MwSt. 2019/19 für Art.

02822 / 506-564
w4massiv Pater Werner Dabli Str. 7 | 3910 Zwettl

14 Wohnen im Waldviertel

Wohlfühlen in NIEDERÖSTERREICH

JUNGES WOHNEN in ARBESBACH in BAU

1921 Arbesbach

- ca. 55 m² Wohnzusatzfläche in Plaza
- Terrasse bzw. Balkon
- Eigentum ab € 4.000,-
- Gemeinschaftsgarten
- PKW-Anschluß
- kosten. Wohnraumlüftung
- Förderung vom Land NO
- HWS ca. 15 kWh/m²/a

WOHNUNGEN in KARLSTEIN

Theresen- & Matzinger-Gasse | 3821 Karleins/Th.

- ca. 38 m² – 61 m² Wfl.
- in Plaza (inkl. Kellertreppe)
- Eigentum ab € 1.000,-
- Terrasse bzw. Balkon
- Gemeinschaftsgarten
- PKW-Anschluß
- kosten. Wohnraumlüftung
- Förderung vom Land NO
- HWS ca. 21 kWh/m²/a

REIHENHÄUSER in IRNFRIEZ in BAU

Feldstraße | 3754 Irnfritz

- ca. 108 m² Wohnzusatzfläche in Plaza mit Kellertreppe
- Eigentum ab € 14.300,-
- überdachtes Terrassen
- eigenen Garten
- mit. Skulpturen (Carpent)
- kosten. Wohnraumlüftung
- Förderung vom Land NO
- HWS ca. 18 kWh/m²/a

WOHNUNGEN und REIHENHÄUSER

Edvard-Kersch-Siedlung | 3853 Pöchlarn

- ca. 45 m² – 106 m² Wfl.
- in Plaza mit Kellertreppe
- teilweise eigener Garten
- Eigentum ab € 7.100,-
- Terrasse bzw. Balkon
- Coparc
- kosten. Wohnraumlüftung
- Förderung vom Land NO
- HWS ca. 18 kWh/m²/a

WOHNUNGEN in ALLENTSTEIG

3804 Allentsteig

- ca. 51 m² – 101 m² Wfl.
- in Plaza (inkl. Kellertreppe)
- teilweise Balkon
- Eigentum ab € 2.000,-
- PKW-Anschluß
- teilweise Garten
- eigenen Kellertrepp
- Förderung vom Land NO
- HWS ca. 14, - 21 kWh/m²/a

WOHNUNGEN in DROSSENDORF

2995 Drosendorf

- ca. 39 m² – 95 m² Wfl.
- in Plaza (inkl. Kellertreppe)
- teils Balkon
- Eigentum ab € 1.000,-
- Gemeinschaftsgarten
- PKW-Anschluß
- eigenen Kellertrepp
- Förderung vom Land NO
- HWS ca. 19, - 18 kWh/m²/a

Unsere EXPERTEN beraten Sie gerne!

02846 / 7015
Wohnbauplatz 1 | 3810 Raasdorf an der Theya
Gem. Bau- und Siedlungsgenossenschaft „Waldviertel“

Wohnungen und Reihenhäuser in Plaza (inkl. Kellertreppe) | mehr Infos auf www.w4massiv.at

Fazit

Erkenntnisse aus der Arbeit

NEUPOSITIONIERUNG DES WALDVIERTELS ALS WOHNSTANDORT

- Die bisherige Arbeit zeigt, dass die Region als Wohnstandort wettbewerbsfähig ist.
- Der Fall des Eisernen Vorhangs, Folgeinvestitionen in Infrastruktur, günstige Immobilienpreise und gesellschaftliche Trends wirken positiv auf den Standort.
- Das Waldviertel ist beliebt bei jungen Paaren mit Kindern (=Zielgruppe!). Die größte Gruppe der Zuziehenden ist um die 30 Jahre alt. Viele von ihnen bringen Kinder mit.
- 10.500 wieder genutzte Immobilien und Baugründe (vermietet/verkauft) zeigen die Dynamik im Projekt.
- Standortmarketing ist eine regionale und kommunale Kernaufgabe. Ziel ist es, die negative Geburtenbilanz durch die positive Wanderungsbilanz auszugleichen.
- Zuzug fördern und Abwanderung bremsen ist in Zeiten des Fachkräftemangels noch wichtiger, um Betriebe am Standort zu halten.
- Für einen Wohnstandort muss genauso wie für Unternehmen, Produkte oder Urlaubsdestinationen fortlaufend Werbung gemacht werden, um Menschen zum Zuzug, zur Rückkehr und zum Bleiben zu bewegen.
- Imagekorrektur und Neupositionierung brauchen eine professionelle Umsetzung und sind langjährige Aufgaben.

GEMEINDEKOOPERATION ALS WESENTLICHER ERFOLGSFAKTOR

- Mit 56 Gemeinden ist das Projekt eine der größten und mit 10 Jahren Erfahrung auch eine der nachhaltigsten interkommunalen Kooperationen zum Thema Standortentwicklung.
- Die IMAGEKORREKTUR der REGION und die konkrete Vermarktung als Wohnstandort wird mittlerweile von den Projektgemeinden als „kommunale Kernkompetenz“ wahrgenommen.

PLATTFORM

- „Wohnen im Waldviertel“ hat sich als DIE Plattform für das Thema Wohnstandort etabliert.
- Neben der Tourismusdestination wurde „Wohnen im Waldviertel“ mit den Themen Wohnen – Arbeiten – Leben zur zweiten großen regionalen Plattform.
- Ein wesentlicher Erfolgsfaktor ist der laufend organisierte Erfahrungs- und Wissensaustausch.

Schlussfolgerungen zum Thema Standortvermarktung

Standortvermarktung ist zu einer Disziplin geworden, die **in der Regionalentwicklung** immer mehr **an Bedeutung gewinnt**. Erfolgreiche Standorte verstehen sich heute als Marke, die aufgebaut und gepflegt werden will²⁶. Und das ist gut so, denkt man an den zunehmenden Standortwettbewerb um Menschen und Unternehmen.

In dieser Arbeit **geht** es sehr stark **um Image**. Denn nur wenn ein Standort als attraktiv wahrgenommen wird, schafft man es, **Menschen anzuziehen** – Menschen, die Kaufkraft mitbringen, Menschen, die Arbeit suchen, Menschen die Steuern zahlen, Menschen, die das Landleben lebendig machen!

Dennoch gibt es erst wenige Regionen, die Standortmarketing-Kampagnen **in erforderlicher Intensität und guter Qualität durchführen**. Denn oft wird zwar die Notwendigkeit erkannt, jedoch werden die benötigten Mittel zu knapp kalkuliert, wodurch die Bemühungen kaum Wirkung zeigen.

Der **Verein Interkomm übernimmt** diese wichtige **Aufgabe** für die Region Waldviertel. Die Gesamtentwicklungen und die konkreten Zuzugszahlen der letzten 10 Jahre zeigen, dass die Region als Wohnstandort wettbewerbsfähig ist und dass sich diese Anstrengungen lohnen.

Die strategischen Mittel für die Vermarktung des Waldviertels liegen in der **Kommunikation** sowie in der **Vernetzung** und in der **Positionierung** des Standortes Waldviertel.

Neben dem Waldviertel Tourismus hat sich „Wohnen im Waldviertel“ so **zur zweiten großen Werbeschiene für das Waldviertel** etabliert.

Durch eine gut durchdachte Gesamtstrategie für den Standort und durch Kreativität in der Umsetzung hat der Verein Interkomm seine Ressourcen effektiv und effizient eingesetzt. Das war möglich, weil ein klares Konzept mit Zielen, Zielgruppen und einer eindeutigen Positionierung verfolgt wurde, welches auf Daten und Fakten basierte. Die Stärken des Standorts wurden analysiert und erkannt, die Werbeaktivitäten und -mittel waren zeitgemäß und individuell und setzten auf Bilder und eine emotionale Ansprache.

Wie schon mehrfach erwähnt, ist Imagekorrektur und Positionierung einer Region als attraktiver Wohnstandort eine langjährige Aufgabe. Der Verein Interkomm und seine 56 Gemeinden arbeiten konsequent daran, den Zuzug ins Waldviertel zu verstärken.

Und eines ist gewiss: Diese **Kontinuität ist ein wesentlicher Faktor für erfolgreiche Standortvermarktung**. Es braucht Zeit, Durchhaltevermögen und sehr viel Engagement bis die Marke „Wohnen im Waldviertel – Wo das Leben neu beginnt.“ und die dahinterstehenden Botschaften eine gewisse Breitenwirkung in den Zielgruppen bekommt.

²⁶ Quelle: Standortmarketing in der Wirtschaftsförderung: Grundlagen für die Praxis, von Stefan Lennardt und David Stakemeier

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Übersicht der Projektregion „Wohnen im Waldviertel“	15
Abbildung 2: Bevölkerungsentwicklung im Waldviertel zwischen 2009 und 2019.....	17
Abbildung 3: Entwicklung der Bevölkerung in Ostösterreich zwischen 2016 und 2019 ...	18
Abbildung 4: Absolute Bevölkerungsentwicklung in Niederösterreich 2013 bis 2018	18
Abbildung 5: Nebenwohnsitzfälle 2016 je 100 Einwohner.....	19
Abbildung 6: Altersbaum des Waldviertels 2018	20
Abbildung 7: Veränderung 2018 bis 2040 der Bevölkerung im Alter bis 19 Jahren	22
Abbildung 8: Veränderung 2018 bis 2040 der Bevölkerung im Alter von 65 u.mehr Jahren	22
Abbildung 9: Wanderungen im Waldviertel nach Altersgruppen 2017	25
Abbildung 10: Zuzug ins Waldviertel in Einzeljahren am Beispiel des Jahres 2017.....	26
Abbildung 11: Gründungsintensität in Niederösterreich 2017	31
Abbildung 12: Durchschnittlicher Jahresnettobezug in EUR bei Arbeitnehmer in NÖ 2017	33
Abbildung 13: Durchschnittlicher Jahresnettobezug in EUR bei Pensionisten in NÖ 2017	33
Abbildung 14: Bruttoregionalprodukt absolut in Mio. EUR in NÖ 2016.....	34
Abbildung 15: Bruttoregionalprodukt je EinwohnerIn in EUR in NÖ 2016	34
Abbildung 16: Arbeitslosenquoten in den AMS Bezirken Niederösterreichs 2017 und 2018	35
Abbildung 17: Fachkräftebedarf im Waldviertel bis 2030.....	36
Abbildung 18: Fachkräfteangebot und -nachfrage im Waldviertel bis 2030.....	36
Abbildung 19: Neue Startseite des Wohnweb Waldviertel	48
Abbildung 20: Bereich ‚Wohnen‘ in der Desktop-Version	50
Abbildung 21: Immobilien - Suchergebnisliste in der Desktop-Version mit Möglichkeit ‚Suche speichern‘ (links oben).....	51
Abbildung 22: Funktion ‚Mein Wohnweb‘ in der Desktop-Version.....	52
Abbildung 23: Funktion ‚Kostenlos Immobilie inserieren‘ in der Desktop-Version	53
Abbildung 24: Bereich ‚Arbeiten‘ in der Desktop-Version.....	54
Abbildung 25: Bereich ‚Leben‘ in der Desktop-Version	55
Abbildung 26: Wohnumfeld-Darstellung direkt unter einem Immobilieninserat	56
Abbildung 27: Startseite des mobil optimierten Wohnportals: Suche nach Immobilien, Zugang zum Suchassistent und NEWS	57
Abbildung 28: Übersicht der mobil optimierten Inhalte (Stand Dezember 2018)	58
Abbildung 29: Funktion ‚Immobilie in der Nähe suchen‘ in der mobilen Version	58

Abbildung 30: Zugang zum Service ‚Mein Wohnweb‘ mit Suchassistent und Merkliste in der mobilen Version	59
Abbildung 31: Funktion ‚Immobilie selbstständig inserieren‘ in der mobilen Version	59
Abbildung 32: Navigationspunkt ‚56 Gemeinden‘ – und deren Ansprechpersonen INKL. Anzahl der aktuell verfügbaren Objekte in der Gemeinde in der mobilen Version	60
Abbildung 33: Beispiel einer NEWS aus dem Bereich ‚Arbeiten‘ in der Desktop-Version..	62
Abbildung 34: Auszug aus analytics.google.com für die Desktop-Version	64
Abbildung 35: Auszug aus analytics.google.com für die Mobile Version.....	65
Abbildung 36: Zugriffsquellen 2016 bis 2018 am Beispiel der Desktop-Version:.....	66
Abbildung 37: Die populärsten Online-Aktivitäten 2017	69
Abbildung 38: Ansicht eines „Wohnen im Waldviertel“-Newsletters	71
Abbildung 39: Auszug aus der Eyepin-Statistik am Beispiel des Newsletters Nov. 2017 .	72
Abbildung 40: Ranking der geklickten Artikel im November 2017	73
Abbildung 41: Zeitverlauf der Öffnungen und Klicks des Newsletters im Nov. 2017	74
Abbildung 42: Inserat für die Gemeindenachrichten zur Bewerbung des Newsletters	75
Abbildung 43: Ranking der am häufigsten besuchten Websites.....	76
Abbildung 44: Facebook- Posting vom 29. Mai 2018	81
Abbildung 45: Facebook-Posting vom 6. Juni 2017	82
Abbildung 46: Cover der Sonderjournale 2016, 2017 und 2018	85
Abbildung 47: Pressespiegel Kurier-Beilage „Wohnungsmarkt“ vom 5. Sept.2016	89
Abbildung 48: Seite 4 in der Kurier-Beilage "Wohnungsmarkt" am 28. September 2016	91
Abbildung 49: Infostand beim Tag der offenen Tür der Firma HARTL HAUS 2016	94
Abbildung 50: LH-Stv. Johanna Mikl-Leitner am Infostand von „Wohnen im Waldviertel“ auf der Jobmesse 2016	96
Abbildung 51: Infostand von „Wohnen im Waldviertel“ auf der 8. Jobmesse 2018.....	96
Abbildung 52: Infostand „Wohnen im Waldviertel“ im Schloss Ottenschlag 2017	97
Abbildung 53: Mag. Nina Sillipp (GU) zu Gast beim Viertelstreffen der LJ Waldviertel	97
Abbildung 54: Auszug aus dem Erklärvideo.....	103
Abbildung 55: Screenshot des Kurzvideos von Albrechtsberg auf Youtube.com.....	104
Abbildung 56: Screen Instagram-Post vom 11. Dezember 2018	109
Abbildung 57: Themen-Landkarte von „Wohnen im Waldviertel“	111
Abbildung 58: Facebook-Fotoalbum ‚Blitzlichter‘ und 1. Posting über Albrechtsberg	111
Abbildung 59: Post vom 12. Nov. 2018 aus der Kampagne zur Gemeinde Schwarzenau	112
Abbildung 60: Botschaftergalerie im Wohnweb	113
Abbildung 61: Gäste beim Botschafterinnen-Treffen 2017.....	114

Abbildung 62: Botschafertool: Downloads.....	115
Abbildung 63: Ansicht Projekt-Kurzreporting vom 23. November 2018.....	118
Abbildung 64: Gemeindegworkshop 2016 bei WALDLAND.....	120
Abbildung 65: Gemeindegworkshop 2017 im Stadtsaal von Gföhl.....	120
Abbildung 66: Erste Seite der Ortsreportage von St. Bernhard-Frauenhofen	129
Abbildung 67: TeilnehmerInnen der Projektsteuerungsgruppe 2016.....	131
Abbildung 68: TeilnehmerInnen der Projektsteuerungsgruppe 2017.....	134
Abbildung 69: Sinus-Milieus® in Österreich	139
Abbildung 70: VertreterInnen von Interkomm und INTEGRAL	140
Abbildung 71: Wohnprojekt „Junges Wohnen“ in Schwarzenau.....	141
Abbildung 72: Das Schrenk-Haus	143
Abbildung 73: NEWS Beiträge im Wohnweb Waldviertel zum Thema ‚Bauen & Wohnen‘	144
Abbildung 74: Auszug aus einem "Wohnen im Waldviertel"-Sonderjournal.....	144

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerung im Waldviertel und den Bezirken zwischen 2015 und 2019	17
Tabelle 2: ÖROK-Prognose 2018: Gesamtbevölkerung zu Jahresanfang 2018 bis 2050..	21
Tabelle 3: Vergleich der ÖROK-Prognosen 2006, 2014 und 2018 für das Waldviertel.....	21
Tabelle 4: ÖROK-Prognose: Veränderung der Altersgruppen im Waldviertel 2018/2030.	21
Tabelle 5: Wanderungen im Waldviertel und in den Bezirken 2015 - 2017	23
Tabelle 6: Wanderungen im W4 nach Herkunfts- u. Zielregionen zwischen 2015 und 2017	24
Tabelle 7: Top ausländische Zuzugsländer ins Waldviertel 2015 und 2017	25
Tabelle 8: Geburten und Sterbefälle im Waldviertel und in den Bezirken 2015-2017	27
Tabelle 9: Überblick zur Erwerbsstatistik in den Waldviertler Bezirken 2016.....	28
Tabelle 10: Anzahl der Unternehmen im Waldviertel und unselbstständiger Beschäftigungsgrößen 2015.....	28
Tabelle 11: Aktive Betriebsstandorte im W4 und in deren Bezirken 2012 und 2017.....	29
Tabelle 12: Unternehmensneugründungen und Gründungsintensität in den Waldviertler Bezirken 2012 und 2017	31
Tabelle 13: Lohnsteuerstatistik der Arbeitnehmer in den W4 Bezirken 2010 und 2017...32	
Tabelle 14: Lohnsteuerstatistik der Pensionisten in den W4 Bezirken 2010 und 201732	
Tabelle 15: Bruttoregionalprodukt im Waldviertel 2006/2011/2016.....	34
Tabelle 16: Vergleichsübersicht über die wichtigsten Arbeitsmarktdaten 2018.....	35
Tabelle 17: Immobilienpreise in NÖ 2014	37
Tabelle 18: Bewertung der Kriterien für die Ausschreibung Wohnweb 2016 – 2018.....	46
Tabelle 19: Wichtige Kennzahlen der Desktop-Version	63
Tabelle 20: Wichtige Kennzahlen der Mobilien Version	64
Tabelle 21: Top 10 Quellen des Referral Traffics:.....	66
Tabelle 22: Top 10 Herkunftsorte der Desktop-Version.....	67
Tabelle 23: Top 10 Herkunftsorte der Mobilien Version.....	67
Tabelle 24: Versand-Termine der „Wohnen im Waldviertel“-Newsletter	70
Tabelle 25: Aufrufe der Kurzfilme auf Youtube und Facebook	106
Tabelle 26: Steigerung der Werbe-/Kundenkontakte 2016 bis 2018	116

**Wohnen
im Waldviertel**



Wo das Leben neu beginnt.

Anhang: Pressemappen 2016 bis 2018