

# (Wohn-)Standortmarketing Südburgenland

THEMENBEREICH | BASISDIENSTLEISTUNGEN, LEADER, GEMEINDEN

UNTERGLIEDERUNG | GEMEINDEENTWICKLUNG |

STANDORTENTWICKLUNG | LEERSTAND

PROJEKTREGION | BURGENLAND

LE-PERIODE | LE 14-20

PROJEKTLAUFZEIT | 12/22-03/25 (GEPLANTES PROJEKTENDE)

PROJEKTKOSTEN GESAMT | 719.010,78€

FÖRDERSUMME AUS LE 14-20 | 575.208,62€

MASSNAHME | FÖRDERUNG ZUR LOKALEN ENTWICKLUNG (CLLD)

TEILMASSNAHME | 19.2. FÖRDERUNG FÜR DIE DURCHFÜHRUNG DER VORHABEN IM RAHMEN DER VON DER ÖRTLICHEN BEVÖLKERUNG BETRIEBENEN STRATEGIE FÜR LOKALE ENTWICKLUNG

VORHABENSART | 19.2.1. UMSETZUNG DER LOKALEN ENTWICKLUNGSSTRATEGIE

PROJEKTRÄGER | SÜDBURGENLAND PLUS

## KURZBESCHREIBUNG

Die positive Bevölkerungsentwicklung im Südburgenland täuscht über die Situation hinweg, dass nahezu alle Gemeinden einen Geburtenrückgang verzeichnen und das Wachstum nur auf Zuzug beruht. Um (geregelten) Zuzug zu forcieren, müssen alle Gemeinden an einem Strang ziehen. Es braucht ein aktives Wohnstandortmarketing, damit das Südburgenland im Wettbewerb mit anderen Regionen wahrgenommen wird.

Ziel des Projektes ist es, Zuzug und Rückkehr ins Südburgenland zu forcieren, die Abwanderung zu bremsen und somit die Wirtschaft und die Kommunen zu stärken. Mittels interkommunaler Kooperation sollen und können die Vorzüge des Südburgenlandes als zukunftsfähiger Wohnstandort professionell in Wert gesetzt werden. Dafür müssen gemeinsame Marketingmaßnahmen gesetzt und entsprechende Planungs- und Vermarktungsinstrumente aufgebaut und verwendet werden.

## AUSGANGSSITUATION

Das Südburgenland umfasst die drei Bezirke Oberwart, Güssing und Jennersdorf. Die Gesamtfläche beträgt rund 1.452 km<sup>2</sup> mit 98.500 Einwohner:innen in 71 Gemeinden. Es gibt einige größere Gemeinden wie Oberwart (7.600 EW), Pinkafeld (5.900 EW), Jennersdorf (4.200 EW), Güssing (3.660 EW) (Stand: 2020). Ansonsten Gemeinden in der Größenordnung von 70 bis 3.000 Einwohner:innen.

Jahrelang war das Südburgenland, und hier vor allem die beiden Bezirke Güssing und Jennersdorf, von Abwanderung und Bevölkerungsrückgang geprägt. In vielen Gemeinden ist diese Entwicklung durch leerstehende Gebäude sichtbar. Auch die ÖROK Bevölkerungsprognose aus dem Jahr 2018 zeigt, dass das Südburgenland 2040 um 2,9% weniger Einwohnerinnen und Einwohner haben wird, während der nördliche Teil des Burgenlandes im selben Zeitraum stark wachsen wird. Aber auch im Südburgenland findet Zuzug statt und in den letzten Jahren hat der ländliche Raum als Wohnort sehr an Bedeutung gewonnen. Seit ein paar Jahren besteht eine positive Wanderungsbilanz. Wie Auswertungen von Immobilientransaktionen zeigen, ist die Nachfrage

nach Objekten und Flächen im Südburgenland seit dem letzten Jahr stark gestiegen. Zudem wird der Wohnraum in den bedeutenden Zentralräumen Wien und Graz und deren suburbanen Räumen immer teurer und teilweise nicht mehr leistbar.

Zudem besteht im Südburgenland die höchste Baulandreserven in Österreich (Ca.39% unbebautes Bauland), daher ist davon auszugehen, dass dieser Trend zum Zuzug, zu vermehrten Bautätigkeiten und weiterer Zersiedelung führen wird. Demgegenüber steht die weitere Herausforderung für größere, aber auch kleinere Gemeinden - die Ortskernentleerung und die damit einhergehende Leerstandsproblematik. Während Wachstum und Bauvorhaben sich vor allem an den Rand der Orte konzentriert, stehen viele Gebäude und Räume in Ortskernen leer. Hier steckt viel Potential in der Reaktivierung und Nutzung der Leerstände. Das würde langfristig viele positive Effekte bringen, wie zum Beispiel das Schaffen kurzer Wege, Verhinderung von Bodenversiegelung und damit auch einen Ressourcen. Nicht zu übersehen sind dabei auch zwei große Transformationsprozesse, die für ländliche Räume wie dem Südburgenland große Herausforderungen, aber auch Chancen darstellen.

- Der demografische Wandel (siehe Altersbaum, Anforderungen an Wohnraum und Gesundheitsangebote, Veränderungen am Arbeitskräftemarkt etc.)
- Die technischen Entwicklungen (Digitalisierung mit Veränderungen in der Wirtschaft und der Arbeitswelt (Beispiel Homeoffice, Anforderungen an die Infrastruktur und vieles mehr.) Um auf diese Entwicklungen reagieren zu können und sich daraus ergebende Chancen aktiv zu nutzen, haben sich Vertreterinnen und Vertreter der Region Südburgenland dazu entschlossen, eine professionelle Wohnstandortentwicklung zu betreiben. Es braucht Aktivitäten, um als Wohnregion wahrgenommen zu werden. Vergleichbare Regionen wie das Waldviertel, die Eisenstraße, das Weinviertel und die Oststeiermark setzten schon sehr stark auf die Bewerbung der Region als Wohnstandort.

## ZIELE UND ZIELGRUPPEN

Die Region Südburgenland soll als Wohnstandort neu positioniert werden inklusive professionellem Marktauftritt – dabei sollen alle 71 Mitgliedsgemeinden beteiligt werden.

- Professionalisierung der Wohnstandortvermarktung durch interkommunale Zusammenarbeit und durch Kooperationen mit relevanten Unternehmen und Organisationen
- Förderung von Zuzug und Rückkehr in das Südburgenland Bremsung von Abwanderung Schaffung einer regionalen Identität und eines regionalen Images
- Bewusstseinsbildung in den Gemeinden zum Thema Wohnstandortentwicklung und Leerflächenmanagement
- Leerflächen und Objekte als Wohnraum oder Gewerbeflächen als brachliegendes Potential nutzen, bevor neuer Boden versiegelt wird
- Unterstützung der Gemeinden beim Aufbau eines professionellen Standortinformationssystems und eines gemeindeübergreifenden Leerflächenmanagements
- Gewerbeflächen und -objekte sollen von Gründerinnen und Gründern und Ansiedlerinnen und Ansiedlern leichter gefunden werden (fit für den Standortwettbewerb).

Die Zielgruppe kann in zwei Bereiche geteilt werden:

- Projektinterne Zielgruppe: Südburgenländische Gemeinden, Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger in der Region, Landesstellen, Wirtschaft Burgenland, Südburgenland Tourismus, Unternehmerinnen und Unternehmer etc.
- Projektexterne Zielgruppe: Potenziell interessierte Zuzieherinnen und Zuzieher aus ganz Österreich, speziell aus der Ostregion Österreichs, wie zum Beispiel junge Familien aus den urbanen Räumen um Wien und Graz, aber auch Personen aus dem Südburgenland, die auf der Suche nach Wohnmöglichkeiten und daneben auch Multiplikatorinnen und Multiplikatoren sind.

## PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

- Argumente zum Wohnstandort erarbeiten
- Standortanalyse
- Zukauf von Daten
- Gemeinsame Erarbeitung der Argumente mit Akteuren in der Region
- Bürger:innenbeteiligung
- Entwicklung von Tools zur besseren Integration von „Zugezogenen“ in den Gemeinden
- Erstellung eines Handbuchs zum Wohnstandort Südburgenland für alle Beteiligten.
- Interkommunale Zusammenarbeit
- Implementierung und Schulung Standortbeauftragte in jeder Gemeinde
- Materialien zur internen Kommunikation
- Regionsmarketingstrategie Werbe- und Kommunikationslinie, CI erstellen
- Zielgruppenanalyse „Wer zieht zu“ und konkrete Zielgruppendefinition
- Marketingmaßnahmen: Broschüren, Journale, Flyer, Imagetrailer, Inserate, Radiospots, Social Media, Google Ads, Newsletter Programmierung und Erarbeitung Wohnplattform für 71 Gemeinden
- Schnittstellenmanagement (JobBörse, ImmoDatenbanken, Gemeindedaten etc.)
- Weiterbildungen und Workshops
- Veranstaltungen zum Thema: Leerstandsmanagement, Ortskernentwicklung, Baukultur, Finanzierung, Marketing, Zielgruppenansprache
- Exkursion

## ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

Durch gezielte Wohnstandortentwicklung werden die Stärken des Südburgenlandes herborgehoben und strategische Grundlagen für weitere Maßnahmen geschaffen. Daneben wird ganz konkret die Abwanderung gebremst und der Zuzug verstärkt und kanalisiert, vorhandene Objekte, Ressourcen und Flächen beziehungsweise die kommunale Infrastruktur wird besser ausgelastet.

Verfügbare freie Flächen werden durch das Leerflächenmanagement erfasst und damit zum sichtbaren Entwicklungspotential.

Für Gemeinden: Zusätzliche Ertragsanteile und Kaufkraft. Investitionen in Wohnraum und Gewerbeobjekte beleben die Wirtschaft. Leerstand wird reduziert, Revitalisierungen wirken auf das Ortsbild.

Für Eigentümerinnen und Eigentümer: Aufgrund der Aktivitäten und der zusätzlichen Nachfrage werden Besitzerinnen und Besitzer ermutigt zu verkaufen beziehungsweise zu vermieten. Dadurch entstehen zusätzliche Einnahmen = Kaufkraft. Langfristig steigt der Wert von Immobilien und Flächen.

Für das Land Burgenland: Stabilisierung der Bevölkerung sichert die Daseinsvorsorge (ÖPNV, Schulen, Nahversorgung, Gesundheitsversorgung). Zuzug bringt Entwicklungsdynamik. Der Arbeitskräftemarkt wird stabilisiert, was den Standort insgesamt attraktiviert.

Für die Bevölkerung: Besseres Regionsmarketing stärkt die Identität. Zuzug bringt Wertschöpfung und damit Arbeit und verbessert Infrastrukturangebote und stoppt die Negativspirale des Bevölkerungsrückganges.

## ERFAHRUNG

Die Arbeit am Projekt hat gezeigt, wie wichtig eine klare Positionierung und authentische Kommunikation der regionalen Stärken ist, um das Südburgenland als attraktiven Wohn- und

Arbeitsstandort nachhaltig sichtbar zu machen. Besonders wertvoll war die enge Zusammenarbeit mit regionalen Partnerinnen und Partnern, Gemeinden und Betrieben, die eine zielgerichtete Entwicklung und Umsetzung gemeinsamer Maßnahmen ermöglicht hat. Gleichzeitig stellte die Heterogenität der Region organisatorisch wie inhaltlich eine Herausforderung dar – etwa in der Abstimmung einheitlicher Botschaften oder der Priorisierung von Maßnahmen. Dennoch konnte durch den partizipativen Ansatz ein solides Fundament für langfristige regionale Identitätsbildung und Standortattraktivität gelegt werden.



südburgenland plus



südburgenland plus

## LINKS

[mein-suedburgenland.at](https://mein-suedburgenland.at/) (https://mein-suedburgenland.at/)

[www.suedburgenlandplus.at](https://www.suedburgenlandplus.at/) (https://www.suedburgenlandplus.at/)

## DOWNLOADS

[Logo](https://le14-20.zukunftsraumland.at//index.php?inc=download&id=3160) (https://le14-20.zukunftsraumland.at//index.php?inc=download&id=3160)