



**Bilanz- und Perspektivenworkshop
LAG Region an der
Romantischen Straße e.V.**

am 26.01.2019 im Strandhotel Seehof, Pfofeld-Langlau

DOKUMENTATION

**Forschungsgruppe Agrar- und Regionalentwicklung Triesdorf (ART)
Triesdorf, 11.02.2019**



Die Dokumentation zum Bilanzworkshop der Lokalen Aktionsgruppe Region an der Romantischen Straße wird gefördert durch das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten und den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER)



Forschungsgruppe
Agrar- und **R**egionalentwicklung
Triesdorf GbR

Steingruberstraße 4
91746 Weidenbach-Triesdorf

Tel.: (0 98 26) 333 177
Fax: (0 98 26) 333 194

Johannes Föhr, B.A.
Tanja J. Strobel-Unbehaun, M.Sc., MBA
Jessica Maurer, B. Eng.
Prof. Dr. Manfred Geißendörfer
Prof. Dr. Otmar Seibert

Internet: www.fg-art.de

Inhalt

1. Hintergrund und Ausgangslage.....	1
2. Ablauf / Programm.....	3
3. Bewertung des Umsetzungsstands.....	5
3.1 Bewertung der Zielerreichung in den Handlungsfeldern	5
3.2 Bewertung der Zielerreichung bei Kooperationsprojekten	10
3.3 Bewertung der „Prozesse und LAG-Aktivitäten“	11
4. Weiterentwicklung der Entwicklungsziele.....	16
4.1 World-Café.....	16
5. Ideen aus dem Perspektivenworkshop.....	23
6. Abschließende Empfehlungen	27

1. Hintergrund und Ausgangslage

Die Lokale Aktionsgruppe (LAG) Region an der Romantischen Straße (RadRS) wurde am 12.03.2015 als LEADER-Region der ELER-Förderperiode 2014-2020 anerkannt. Hierzu hat die LAG eine Lokale Entwicklungsstrategie (LES) mit Entwicklungs- und Handlungszielen in einem Aktionsplan vorgelegt. Die Umsetzung der projekt- und prozessbezogenen Handlungsziele soll gemäß LES zur Halbzeit überprüft werden. Nach einer Befragung wichtiger Akteure im Jahr 2018 sollte der Bilanz- und Perspektivenworkshop die vorliegenden Umsetzungsdaten aufgreifen und Überlegungen zur Gestaltung der verbleibenden Förderperiode entwickelt werden. Damit mündet der Prozess der Zwischenevaluierung in eine Fortschreibung des aktuellen Aktionsplans, aber er dient darüber hinaus auch der Ideenfindung zur Festlegung künftiger Entwicklungsprioritäten.

Darüber hinaus sollte das Format des Bilanz- und Perspektivenworkshops zu einer Festigung der Beteiligung von regionalen Akteuren, kommunalen Entscheidungsträgern, Wirtschafts- und Sozialpartnern sowie engagierten Multiplikatoren in der LEADER-Region beitragen.

Die Entwicklungs- und Handlungsziele der LAG Region an der Romantischen Straße (2014-2020) sind in der folgenden Tabelle zusammengefasst:

1 Tourismusangebote ausbauen und vernetzen und das kulturelle Erbe erhalten	2 Den demographischen Wandel gestalten	3 Erhalt und Förderung der Kulturlandschaft	4 Den Wirtschaftsstandort stärken und traditionelles Handwerk erhalten
1.1 Tourismusangebote vernetzen und gemeinsam bedarfsgerecht ausbauen	2.2 Neue Wohn-, Kommunikations- und Betreuungsformen und Förderung der Innentwicklung	3.1 Partnerschaften zwischen Erzeugern und Verbrauchern fördern	4.1 Das Standortmarketing partnerschaftlich verstärken
1.2 Durch Kooperationen die Kunst- und Kulturangebote stärken	2.1 Mobilität für alle ermöglichen	3.2 Regionalvermarktung fördern und professionalisieren	4.2 Traditionelles Handwerk erhalten und touristisch nutzen
1.3 Die Geschichte pflegen und erlebbar machen	2.3 Soziale Innovationen fördern	3.3 Den regionalen Beitrag zum Klimaschutz erhöhen	

2. Ablauf / Programm

Der Auftrag zur Durchführung des Bilanz- und Perspektivenworkshops wurde am 26. April 2018 erteilt. Zur Vorbereitung des Workshops wurden

- von der LAG-Geschäftsstelle umfangreiche Unterlagen über den Verlauf der bisherigen Förderphase (Projektübersichten, Finanzdaten, Ergebnisse interner Befragungen usw.) zur Verfügung gestellt,
- mehrere Gespräche zwischen LAG-Management und Mitarbeitern der Forschungsgruppe ART zur Interpretation der gelieferten Unterlagen geführt,
- zwei Sitzungen zur Detailplanung des Workshops mit Vertretern des Vorstands der LAG, der Geschäftsführerin sowie der Leitung der Forschungsgruppe durchgeführt. In dem Zusammenhang erklärte die LAG den Wunsch, den Workshop nicht allein auf die Bewertung der bisher zurückgelegten Förderperiode auszurichten, sondern auch Raum für „kreative Ideen“ zu lassen, um aus dem Kreis der Teilnehmenden Hinweise darauf zu gewinnen, was die Region besonders prägt, womit sie ihre Image weiter festigen kann und welche neuen Chancen in der nächsten Dekade möglicherweise umfassender genutzt werden könnten.

Folgendes **Programm** wurde vereinbart und umgesetzt:

Uhrzeit	TOP
10:05	Begrüßung und Rückblick, Einführung in die Workshoparbeit
10:30	Teil I: Zwischenbilanz Inhalte & Strategie Prozess & Struktur, Arbeit der LAG
11:40	Teil II: Von der Zwischenbilanz zum aktualisierten Aktionsplan Zielanpassung/-fortschreibung (World Café)
12:30	Mittagspause
13:30	Kreativitäts-Workshop: Regionale Besonderheiten? Image? Neue Chancen? ¹
14:30	Kurzpräsentation und Ergebnisdiskussion
15:00	Zusammenfassung der Workshop-Ergebnisse. Ausblick
15:10	Schlusswort, weiterer Zeitplan

Zum Einstieg in den Workshop wurden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer aufgefordert, sich zu den nachfolgenden **Fragen** im Veranstaltungsraum zu positionieren. Auf Grundlage festgestellter Gemeinsamkeiten ergaben sich schnell angeregte Unterhaltungen über die gemeinsame Arbeit in der Aktionsgruppe.

¹ Die „Kreativitäts-Phase“ war im ursprünglich vereinbarten Arbeitsplan nicht vorgesehen.

Frage 1: Aus welcher Himmelsrichtung der Region kommen Sie?



Alle Teile der LAG waren durch Mitglieder vertreten. Die Mehrzahl der Teilnehmenden ordnete sich dem nördlichen Teil der Region zu.

Frage 2: Wie lange haben Sie schon Erfahrung mit regionalen Projekten?



Angesichts eines hohen Anteils von teilnehmenden Bürgermeistern, Vertretern von LAG-Gremien sowie Projektträgern verwiesen mehr als 80% auf eine bereits „lange“ Erfahrung in der Kommunal- und Regionalentwicklung.

Frage 3: In welchem der vier Handlungsfelder finden Sie sich am ehesten wieder?



Die Mehrzahl der Teilnehmenden äußerte eine besonders enge Verbindung zu den Themen „regionale Wirtschaft“ sowie „Tourismus und Kultur“.

3. Bewertung des Umsetzungsstands

Zur Information aller Teilnehmer und als Grundlage für die anschließende Diskussion und Bewertung stellte die LAG-Geschäftsführerin zunächst die Umsetzungsergebnisse nach Handlungsfeldern vor. Ergänzend wurde auf ein Plakat mit einer Illustration der bisher realisierten Förderprojekte verwiesen. Die Teilnehmer wurden aufgefordert, in der anschließenden Diskussion auf folgende Aspekte einzugehen:

- Wie ist die Zufriedenheit mit dem bisherigen Prozessverlauf und den erreichten Projektfortschritten?
- Lassen sich spezifische Engpässe/Erschwernisse in der Prozessgestaltung und Projektumsetzung identifizieren?
- Bestehen noch nicht ausgeschöpfte Verbesserungspotenziale, die in der restlichen Förderperiode genutzt werden sollten?

3.1 *Bewertung der Zielerreichung in den Handlungsfeldern*

Die Darstellung der umgesetzten Projekte, der bewilligten Fördermittel und somit der finanziellen Zielerreichung erfolgte nach Entwicklungszielen getrennt. Ergänzend wurden Ausführungen zu Vorhaben gegeben, die sich noch in der Planung befinden bzw. über die noch keine Förderbeschlüsse gefasst wurden. Zur Visualisierung der Umsetzungsergebnisse diente ein Ampelsystem mit folgenden farblichen Abstufungen:

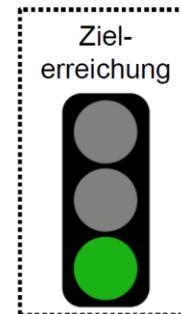
- Zielerreichungsgrad von > 66 %: grün,
- Zielerreichungsgrad von 33 % bis 66 %: gelb,
- Zielerreichungsgrad unter 33 %: rot.

Datengrundlage: Falls nicht anders vermerkt, beziehen sich alle Daten auf den Stand 31.12.2018. Sie wurden von der Geschäftsführung der LAG Region an der Romantischen Straße aus deren Förderdatei zur Verfügung gestellt.

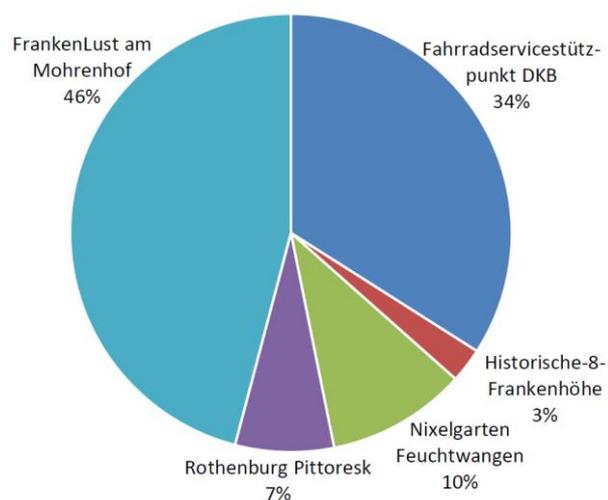
Entwicklungsziel 1 „Tourismusangebote ausbauen und vernetzen und das kulturelle Erbe erhalten“

Umsetzungsstand

LEADER-Budget in EUR (Budgetanteil in %)	Bewilligte Mittel (in EUR)	Zahl der bewilligten Projekte	Ziel-erreichung LEADER (finanziell)	Verbleibende Mittel (in EUR)
351.200 (40%)	279.382	5	80%	71.818



Aufteilung der bewilligten Mittel auf die bisherigen Projekte (in %):



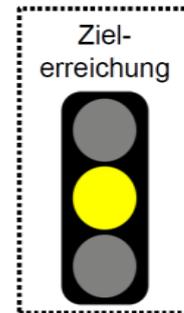
Bewertung

Für das Entwicklungsziel „Tourismusangebote ausbauen und vernetzen und das kulturelle Erbe erhalten“ sind im LAG-Budget für die gesamte Förderperiode 351 T€ eingeplant, von denen bereits 80% über bewilligte Projekte gebunden wurden. Angesichts der noch zweijährigen Restlaufzeit von LEADER darf angenommen werden, dass das finanzielle Ziel vollständig erreicht wird, zumal drei weitere Projekte in Vorbereitung sind: „Pilger- und Radlerherberge“ (Teilprojekt), „Ölmühle in Lohr“ (Teilprojekt), „Burgerlebnisspielplatz Colmberg“.

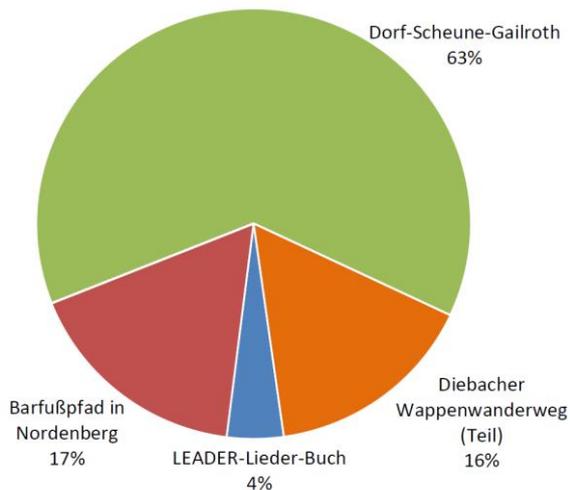
Entwicklungsziel 2 „Den demographischen Wandel gestalten“

Umsetzungsstand

LEADER-Budget in EUR (Budgetanteil in %)	Bewilligte Mittel (in EUR)	Zahl der bewilligten Projekte	Ziel-erreichung LEADER (finanziell)	Ver-bleibende Mittel (in EUR)
175.600 (20%)	103.127	4	59%	67.473



Aufteilung der bewilligten Mittel auf die bisherigen Projekte (in %):



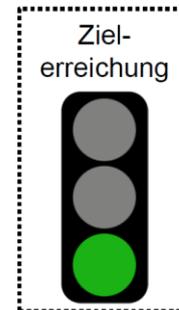
Bewertung

Von den eingeplanten Fördermitteln wurden bisher für 4 Projekte knapp 60 % bewilligt. Zwei weitere Projekte sind in Vorbereitung: „Pilger- und Radlerherberge“ (Teilprojekt) sowie „Singer Wanderweg“. Sollten diese nicht bewilligt bzw. umgesetzt werden können, dürfte die vollständige Erreichung des ursprünglichen Entwicklungsziels gefährdet sein.

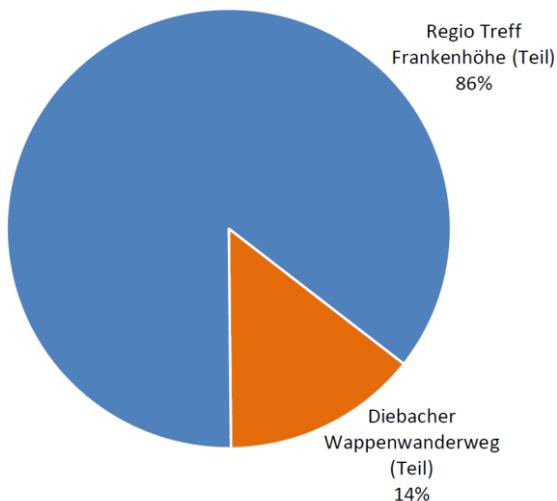
Entwicklungsziel 3 „Erhalt und Förderung der Kulturlandschaft“

Umsetzungsstand

LEADER-Budget in EUR (Budgetanteil in %)	Bewilligte Mittel (in EUR)	Zahl der bewilligten Projekte	Ziel-erreichung LEADER (finanziell)	Ver-bleibende Mittel (in EUR)
175.600 (20%)	154.800	2	88%	20.800



Aufteilung der bewilligten Mittel auf die bisherigen Projekte (in %):

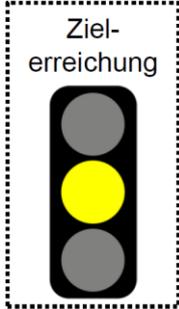


Bewertung

Von den budgetierten Fördermitteln wurden zur Grundfinanzierung von 2 Vorhaben bereits knapp 90 % bewilligt. Mit dem Vorhaben „Fruchtpresse Feuchtwangen“ befindet sich ein weiteres Projekt in Vorbereitung. Angesichts der nur noch geringen Restmittel (20,8 T€) ist deshalb die vollständige Realisierung des Entwicklungsziels bis zum Ende der Förderperiode sehr wahrscheinlich.

Entwicklungsziel 4 „Den Wirtschaftsstandort stärken und traditionelles Handwerk erhalten“

Umsetzungsstand²

LEADER-Budget in EUR (Budgetanteil in %)	Bewilligte Mittel (in EUR)	Zahl der bewilligten Projekte	Ziel-erreichung LEADER (finanziell)	Verbleibende Mittel (in EUR)	Ziel-erreichung
175.600 (20%)	67.200	1	38%	108.400	

Bewertung

Durch die (absehbare) Umsetzung lediglich eines Projektes (Ölmühle in Lohr) konnten bisher nur 38 % der verfügbaren Finanzmittel eingeplant werden. Das Thema „Regionale Wirtschaft“ wird von vielen Institutionen bearbeitet, vor allem von der regionalen Wirtschaftsförderung, der Landesentwicklung sowie den Trägern anderer Förderfonds. Diese verfügen i.d.R. über höhere Finanzvolumina und oft auch über eine spezifische fachliche Expertise. Der Handlungsspielraum einer LAG ist deshalb erwartungsgemäß begrenzt. Im Falle der LAG RadRS erklärt das deren thematische Ausrichtung auf den Schwerpunkt „traditionelles Handwerk“. Sofern die beantragten Projekte „Vinothek Tauberzell“ sowie „Ölmühle Lohr“ bewilligt werden, wäre das Entwicklungsziel jedoch erreichbar.

Zwischenfazit zur Zielerreichung in den vier Handlungsfeldern

Alle vier Entwicklungsziele zusammengenommen, konnten von dem für Projekte vorgesehenen Gesamtbudget i.H.v. 878 T€ bisher knapp 70% durch Bewilligungen gebunden oder soweit vorbereitet werden, dass ihre Bewilligung in Kürze zu erwarten ist. Werden alle Projekte in die Kalkulation einbezogen, die derzeit noch in Vorbereitung sind, könnte das Budget für Einzelprojekte bis zum Ende der Förderperiode ausgeschöpft werden. Weitere Vorhaben wären in der auslaufenden Periode dann nur noch förderfähig, wenn zusätzliche Mittel – durch Aufstockung des LEADER-Programms oder aus anderen Quellen - erschlossen werden können.

Angesichts der unterschiedlichen Fördermittelnachfrage in den 4 Entwicklungszielen/ Handlungsfeldern sollten die Gremien der LAG flexibel über die Umschichtung der noch nicht gebundenen Fördermittel (insbesondere bei EZ 2 und 4) entscheiden, sofern in anderen Handlungsfeldern ein zusätzlicher Förderbedarf angemeldet wird.

² Das Projekt „Ölmühle“ wurde von den Gremien der LAG beschlossen, die (zu erwartende) Bewilligung durch die Förderverwaltung jedoch noch nicht erfolgt.

3.2 Bewertung der Zielerreichung bei Kooperationsprojekten

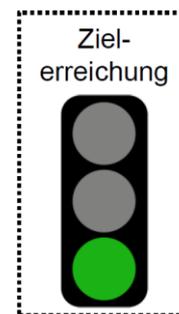
LEADER-Regionen haben die Möglichkeit, Projekte auch im Verbund umzusetzen. Ein höherer Fördersatz bietet einen Anreiz für gemeinsame Initiativen. Kooperationsprojekte werden von mindestens zwei Partnern durchgeführt, von denen mindestens einer eine LAG sein muss. Kooperationspartner von LAGn sind zumeist Gruppen mit einem vergleichbaren Ansatz in einer anderen Region. Stets muss eine federführende LAG bestimmt werden.

Die Zusammenarbeit der Partner soll dazu beitragen, das Potenzial der beteiligten Gebiete besser zu erschließen. Durch Kooperation und eine engere Vernetzung lassen sich Lösungen für gemeinsame Probleme oftmals leichter bzw. effektiver finden.

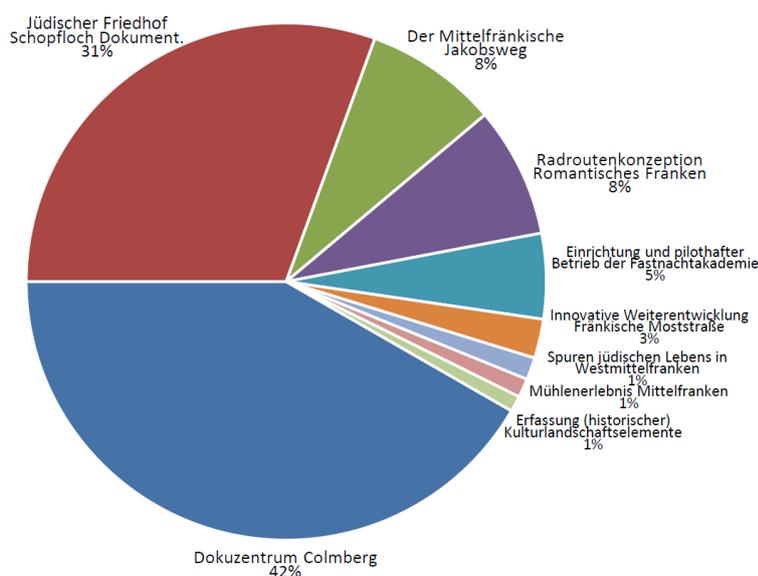
Den Angaben der Geschäftsstelle zufolge, ist die LAG Region an der Romantischen Straße an insgesamt 9 Kooperationsprojekten beteiligt (vgl. Kreisdiagramm). Es handelt sich überwiegend um Vorhaben aus den Bereichen Kultur und Tourismus, die von zwei bis vier Lokalen Aktionsgruppen gemeinsam unterstützt werden. Am Vorhaben „Fastnacht-Akademie Kitzingen“ beteiligen sich sogar 20 LAG aus ganz Franken.

Umsetzungsstand Kooperationsprojekte³

Bewilligte Mittel (in EUR)		Zahl der bewilligten Projekte	Ziel-erreichung LAG RadRS (finanziell)	Ver-bleibende Mittel (in EUR)
alle beteiligten LAGn	LAG RadRS			
1.127.490	273.694 (24%)	9	68% (von 400.000)	126.306



Aufteilung der bewilligten Mittel auf die bisherigen Projekte (in %):



³ Von den 9 Vorhaben sind 8 bewilligt, ein weiteres Projekt (Spuren jüdischen Lebens in Westmittelfranken) stand zum Zeitpunkt der Berichterstellung kurz vor der Bewilligung (Angaben der LAG).

Bei zwei Kooperationsprojekten ist die LAG RadRS federführend:

- „Spuren jüdischen Lebens in Westmittelfranken“ (Umsetzung zusammen mit LAG Region Fürth, LAG Region Hesselberg und LAG Aischgrund);
- „Mühlenerlebnis Westmittelfranken“ (Umsetzung zusammen mit LAG Region Fürth und LAG Aischgrund).

Bewertung

Für Kooperationsprojekte, an denen die LAG RadRS beteiligt ist, wurde ein Förderbudget i.H.v. insgesamt 1,127 Mio. € bereitgestellt. Davon entfällt ein Anteil von 24% auf die LAG RadRS, wovon etwa zwei Drittel für 9 Projekte gebunden bzw. eingeplant sind. Die noch verfügbaren Restmittel bieten die Möglichkeit, im Bereich von Kooperation und Vernetzung noch weitere Vorhaben in Gang zu setzen.

3.3 Bewertung der „Prozesse und LAG-Aktivitäten“

Die Arbeitsprozesse des LAG-Managements wurden im Vorfeld des Workshops durch eine von der Geschäftsstelle durchgeführte Befragung von Mitgliedern und Projektträgern bewertet und die Ergebnisse LAG-intern kommuniziert. Diese Ergebnisse waren deshalb nicht erneut Gegenstand des Workshops. Gleichwohl wiesen die Moderatoren, gestützt auf die Befragungsergebnisse und weiterführende Informationen, zum Thema „Prozesse“ auf zwei für die weitere Entwicklungsarbeit wesentliche Aspekte hin:

(1) **Überhöhte Erwartungen von Projektträgern an das Regionalmanagement:** Viele Ideen- und Projektträger gehen offensichtlich davon aus, dass es primär Aufgabe des RM sei, sich um die Vorbereitung und Umsetzung der von ihnen vorgeschlagenen Projekte zu kümmern. Diese Erwartungen sind kaum erfüllbar, zumal die erforderliche fachliche Kompetenz bei unterschiedlich ausgerichteten Projekten vom RM nicht immer erwartet werden kann. Die starke Betonung des Beteiligungs-Prinzips im LEADER-Programm fordert gerade von (potenziellen) Projektträgern ein hohes Maß an eigener Beteiligung.

(2) **Missverhältnis zwischen Aufgabenvolumen und Personalkapazität des Regionalmanagements:** Die bisherigen Umsetzungserfolge der LAG sind das Ergebnis zeitaufwändiger Vorbereitungen förderfähiger Projekte, der Betreuung von Projektträgern, der Zusammenarbeit mit Verwaltungsstellen, der Förderadministration sowie anderen LAGn, nicht zuletzt einer professionellen Geschäftsführung. Sofern die Entwicklungsarbeit der letzten Jahre nachhaltig fortgesetzt und zugleich die Vorarbeit für eine erfolgreiche Beteiligung am nächsten LEADER-Programm geschaffen werden soll, ist eine von Förderperioden unabhängige solide personelle Aufstellung erforderlich. Sie sollte so ausgestattet sein, dass den Mitarbeiter/innen ausreichend Spielraum für einen kontinuierlichen fachlichen Austausch, Weiterbildung und eine intensivere Öffentlichkeitsarbeit bleibt. Dabei ist auch zu bedenken, dass bei sehr kleinen Teams immer die Gefahr besteht, dass der Ausfall einer Person zum Verlust von wertvollem Erfahrungswissen führt und den Entwicklungsprozess zurückwirft.

Im Anschluss hatten die Workshop-Teilnehmer die Gelegenheit, die bisherigen LAG-Aktivitäten aus ihrer Sicht – unabhängig von der internen Mitgliederbefragung – zu bewerten. Dazu wurden ihnen **sieben Teilfragen** gestellt. Um den Grad der Zufriedenheit bzw. Zustimmung sichtbar machen zu können, stellten sich alle Anwesenden entlang einer Skala

von 1 (sehr unzufrieden) bis 10 (sehr zufrieden) im Raum auf. Nach jeder Frage wurde die Aufstellung der Gruppe diskutiert.

Frage 1: Sind die relevanten Akteure bzw. Akteursgruppen eingebunden?



Die Teilnehmer bewegten sich überwiegend im oberen Drittel der Skala (Aufstellung von 4 bis 9, Schwerpunkt 7/8. Ihren Aussagen zufolge sind vor allem Jugendliche im bisherigen Beteiligungsprozess unterrepräsentiert.

Frage 2: Ist die Bevölkerung kontinuierlich eingebunden?



Gleichmäßige Aufstellung von 3 bis 8. Die Teilnehmer bewegten sich überwiegend im oberen Drittel der Skala. Frauen und Unternehmen scheinen nicht ausreichend eingebunden zu sein. Auch Vereine bringen sich offensichtlich noch zu wenig ein.

Der Vorteil einer Beteiligung in der LAG werde nicht erkannt und sollte verstärkt kommuniziert werden („Wen kann ich anrufen, wenn ich eine Idee habe? Was kann die LAG eigentlich alles machen und anbieten?“). Es sollte eine Wahrnehmungssteigerung der LAG als Serviceeinrichtung erfolgen.

Frage 3: Trägt der Informationsfluss innerhalb der LAG zu einem effektiven und effizienten Arbeiten bei?



Gleichmäßige Aufstellung zwischen den Werten 3 bis 8. Die bisherige Informationsarbeit wird als „durchschnittlich bis gut“ bewertet. Bemängelt wurden die bisherige (zu wenig sichtbare) Öffentlichkeitsarbeit und insbesondere das Fehlen von Social-Media-Botschaften.

Nach Aussagen der Geschäftsführung befindet sich das Social Media-Infosystem noch in der Aufbauphase.

Frage 4: Wie werden die Zusammenarbeit und der Zusammenhalt innerhalb der Aktionsgruppe bewertet?



Die Teilnehmer bewegten sich überwiegend im oberen Teil der Skala (bei 7 bis 9). Obwohl die meisten Mitglieder der LAG erst seit wenigen Jahren verbunden sind, deutet dies auf einen guten Zusammenhalt innerhalb des teilnehmenden Gremiums hin.

Die Aufstellung weniger Teilnehmer bei 4 könnte sowohl Ausdruck unzureichender Informationen über die LAG-Arbeit als auch einer noch unklaren Überzeugung vom Nutzen des LEADER-Programms sein. Es sollte versucht werden, diese Zurückhaltung durch gemeinsame Aktionen aufzulösen.

Frage 5: Sind Häufigkeit und Dauer der Sitzungen gut gewählt?



Die Teilnehmenden standen überwiegend im mittleren und oberen Teil der Skala (Aufstellung von 4 bis 10, Schwerpunkt bei 8/9).

Die Sitzungen laufen nach Einschätzung der Gruppe gut und werden zielführend organisiert. Dauer und Häufigkeit sollten nicht geändert werden. Ein Optimum wird bei 2 bis 2,5 Stunden Sitzungsdauer gesehen.

Frage 6: Wie bekannt ist die LAG bereits in der Region?



Aufstellung von 4 bis 10, ohne eindeutiges Muster;

Wenngleich nahezu allen Teilnehmenden die LAG-Arbeit bekannt war, wurde kritisch angemerkt, dass deren öffentliche Wahrnehmung in der Region als zu gering empfunden werde. Eine Zusammenarbeit mit Akteuren finde überwiegend projektorientiert statt. Insofern würden LAG-Mitglieder und interessiertes Publikum von Entwicklungsprojekten und –fortschritten nur wenig erfahren, sofern sie nicht direkt an Projekten beteiligt seien

Frage 7: Wie aktiv sind die Mitglieder der LAG in der Öffentlichkeitsarbeit?



Gleichmäßige Aufstellung von 3 bis 8.

Angesichts des hohen Anteils von teilnehmenden Bürgermeistern und Projektträgern dürften die durchweg positiven Reaktionen auf die Frage wenig repräsentativ für den gesamten Mitgliederstamm sein. Eine Kommunikation von Inhalten des LEADER-Programms oder von Umsetzungserfolgen der LAG beschränkt sich häufig auf die unmittelbar Betroffenen. Möglicherweise sind bestimmte Gruppen deshalb bisher auch zu wenig in die LAG-Arbeit eingebunden. Eine verstärkte PR-Arbeit wurde deshalb einmütig als notwendig gefordert.

Vorschläge der Teilnehmer zur Verbesserung der Öffentlichkeitsarbeit waren: Bereitstellung von PR-Mitteln für jedes Projekt, Vorstellung von Projekten in Wanderausstellungen, turnusmäßige Vorstellung von Projekten im Gemeinde- bzw. Stadtrat.

4. Weiterentwicklung der Entwicklungsziele

4.1 World-Café

Ziel war die Diskussion von Chancen und Risiken sowie von Handlungsbedarfen und möglichen Partnern in vier Themenfeldern, die sich an die Entwicklungsziele der LES anlehnten. Die Themenfelder wurden bewusst breiter gefasst, um Zukunftsideen nicht vorab einzuschränken, und zu ihrer Bearbeitung die Methode des „World-Cafés“ gewählt. Die in vier Gruppen aufgeteilten Teilnehmenden konnten während der „Café-Zeit“ zweimal zu anderen Tischen wechseln. Anmerkungen und Ergänzungen wurden auf der „Tischdecke“ notiert.

Themenfeld „Kultur und Tourismus“

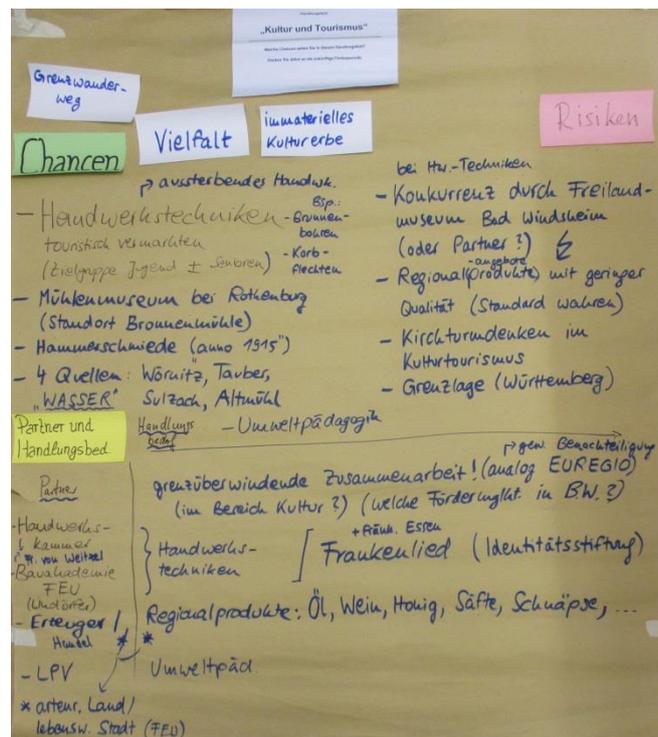
Das Thema „Kultur und Tourismus“ wurde von den Teilnehmenden intensiv bearbeitet und mit zahlreichen Vorschlägen bedacht. Als zentrale Themen stellten sich die folgenden Punkte heraus:

Chancen:

Die zentralen Inhalte des Entwicklungsziels 4 „Den Wirtschaftsstandort stärken und traditionelles Handwerk erhalten“ wurden aufgegriffen, indem die stärkere touristische Vermarktung aussterbender oder ausgestorbener Handwerkstechniken der Region, z.B. Brunnenbohren, Korbflechten, Möbel schreinern) als wichtige Chance herausgestellt wurde.

Damit verknüpft waren die Vorschläge:

- inhaltliche Ergänzung des sich in Vorbereitung befindlichen Projektes „Ölmühle in Lohr“ über Einrichtung eines Mühlenmuseums am Standort Bronnenmühle (Einöde bei Rothenburg);
- Museal-touristische Herrichtung der alten Hammerschmiede in der gleichnamigen Rothenburger Ortslage;



Die Themenfelder „Wasser“ und „Quellen“

wurden als große Chance für die Stärkung der regionalen Identität erkannt. Die Region habe als Quellgebiet von vier auch überregional bedeutsamer Flüsse (Altmühl, Tauber, Wörnitz, Sulzach) zudem touristisches Vermarktungspotenzial. Eine Verknüpfung mit den Themen (durch Wasser angetriebene) „Mühlen“ und „Europäische Wasserscheide“ böte sich an.

Die Grenzlage der RadRS zu Württemberg wurde nicht nur als Hemmnis (s.u.), sondern auch als Chance gesehen: die Ausweisung eines „Grenzwanderweges“ in Kooperation mit einer LAG aus Baden-Württemberg könne ein erster Schritt sein.

Weiterhin als Chancen genannt, aber nicht näher ausgeführt wurden: „Immaterielles Kulturerbe“, „Umweltpädagogik“ und die „regionale Vielfalt“.

Risiken, Hemmnisse:

Im Bereich der Handwerkstechniken besteht nach Ansicht der Teilnehmer möglicherweise eine Konkurrenzsituation mit dem Freilandmuseum in Bad Windsheim. Eine Partnerschaft durch gegenseitige Ergänzung in Bezug auf alte Handwerkstechniken sollte geprüft werden.

Ein potenzielles Risiko sei ein zu niedriger Qualitätsstandard der regionalen Angebote. Es sei deshalb eine Herausforderung, einen hinreichend hohen Standard (etwa bei touristischen Angeboten) zu erreichen. Gerade im Bereich des Kulturtourismus sei aber auch das kommunale „Kirchturmdenken“ ein Hemmnis.

Außerdem schränke die Grenzlage zu Württemberg die Handlungs- und Kooperationsmöglichkeiten ein, weil gerade bei der LEADER-Förderung Bundesland-spezifische Richtlinien eine niederschwellige Zusammenarbeit behindern.

Partner und Handlungsbedarfe:

Mehrfach genannt wurde dennoch die Notwendigkeit, die Zusammenarbeit über die Bundesländer-Grenze hinweg auszubauen, v.a. im Kulturbereich. Dazu sollten zeitnah Kontakte zu benachbarten LAGn in Baden-Württemberg aufgenommen werden. In dem Zusammenhang wurde allerdings die relative Benachteiligung gegenüber internationalen Kooperationsformen bedauert, etwa der EUREGIO-Förderung.

Als Partner im Bereich alter Handwerkstechniken wurden genannt: Handwerkskammer, Bauakademie Feuchtwangen, als Privatperson: Frau von Weitzel.

Größten Handlungsbedarf sahen die Teilnehmenden beim Angebot und der Vermarktung von Regionalprodukten. Wichtige Produkte seien etwa Wein, Pflanzenöl, Honig, Saft oder Schnaps. Vordringlich sei die Initiierung eines Netzwerks von regionalen Erzeugern und dem Handel. Partner könnten sein: der Verein Artenreiches Land - Lebenswerte Stadt (ALLES) mit der Regionaltheke als Vermarktungsplattform sowie der Landschaftspflegeverband.

Themenfeld „Demographie und Soziales“**Chancen:**

Um attraktive Umfeldbedingungen für die Bevölkerung zu schaffen, seien intelligente Mobilitätskonzepte eine Chance. Eine Aktivierung von Projektträgern, die beispielgebende Mobilitätslösungen entwickeln/anbieten, könnte Impulse für Nachbargemeinden und -regionen auslösen (Mitfahrer-Konzepte, Bürgerbus-Angebot, kommunale und überkommunale Zusatzangebot in Kombination mit VGN, App-Lösungen).

Darüber hinaus könnten alternative Wohnformen entwickelt werden, um leerstehende Häuser zu füllen und zusätzlichen Bauflächenbedarf zu senken. Die Nachfrage nach (günstigen) Wohnungen sei insbesondere in den günstiger gelegenen bzw. städtischen Mitgliedsgemeinden sehr hoch („Sozialer Wohnungsbau“, Mehrgenerationen-Wohnen, „Spanisches Dorf“ etc.). In Verbindung mit aktiven Seniorenangeboten könnten Vorhaben entwickelt werden, die den Transfer von (altem Handwerks-) Wissen an Jugendliche zum Ziel hätten und zugleich deren Kompetenzen zur Alltagsbewältigung festigen.

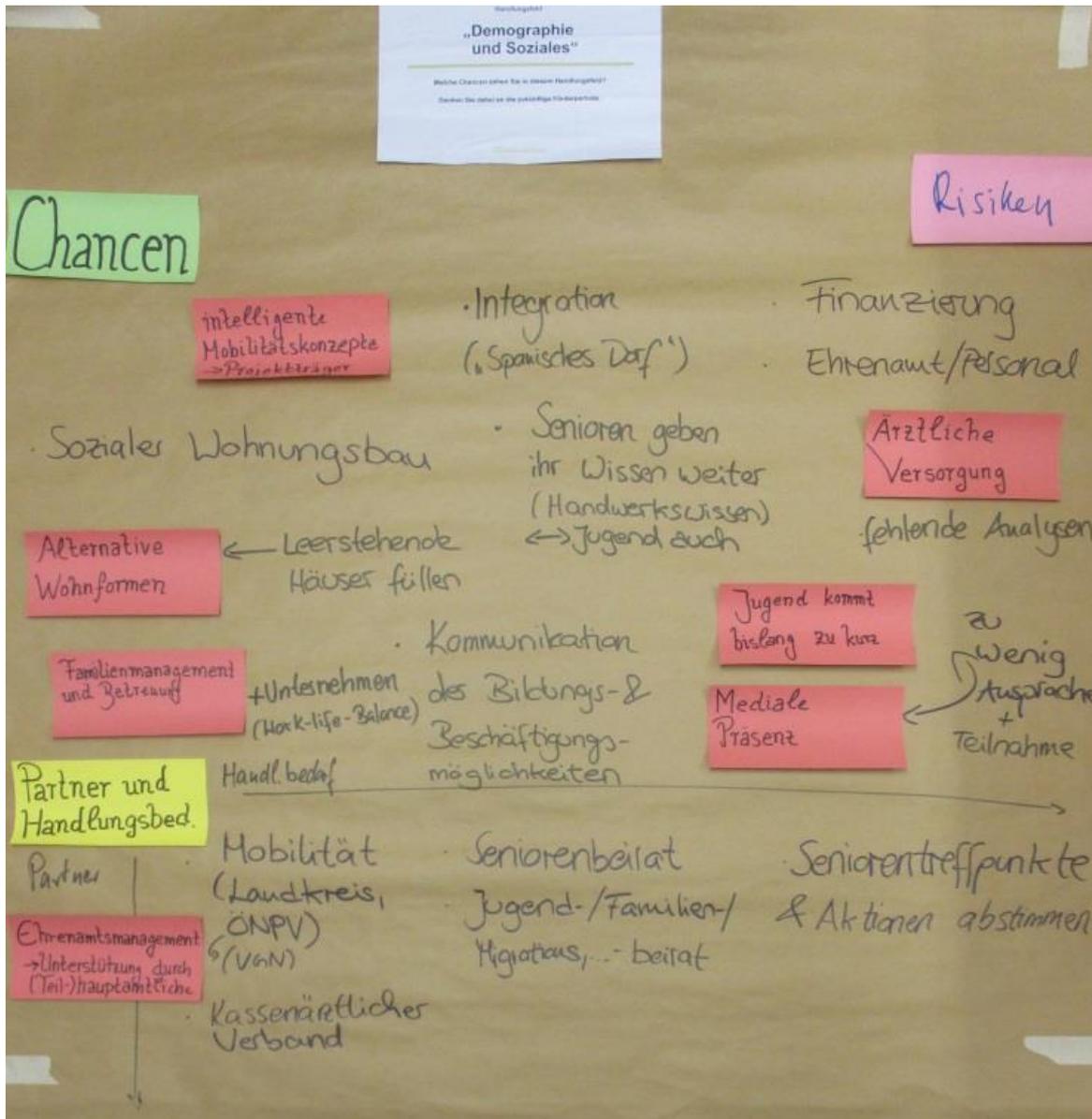
Eine Chance für die Verbesserung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf wären „Familienfreundliche Betreuungsangebote“, auch in Zusammenarbeit mit Unternehmen. (Work-Life-

Balance). Jungen Menschen in der Ausbildungsphase sollten Bildungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten der Region breiter kommuniziert werden.

Risiken:

In der Region werden typische ländliche Versorgungslücken erwartet, z.B. bei der Abdeckung der medizinischen Grundversorgung. Unzureichende Informationen und fehlende Analysen zur Versorgungsentwicklung erschweren die Einschätzung des Risikos und des kommunalen Handlungsbedarfs.

Darüber hinaus wurde konstatiert, dass die Jugend und ihre Belange „zu kurz kommen“. Eine fehlende direkte Ansprache und zu geringe Beteiligung dieser Gruppe könne zu Resignation führen. Risiken seien aber auch der hohe kommunale Finanzbedarf zum Erhalt der (sozialen) Grundinfrastrukturen und das befürchtete Nachlassen des derzeit noch hohen Ehrenamts-Engagements. Ferner wurden die geringe mediale Präsenz von Ansprechpartnern und die schwache Kommunikation von Entwicklungsmöglichkeiten, v.a. mit Blick auf die jüngeren Zielgruppen, angesprochen.



Partner, Handlungsbedarfe:

Für die diskutierten Mobilitätsthemen sollten Landkreis, ÖPNV, VGN und Ehrenamts-Initiativen gewonnen und in die Erarbeitung von Lösungen eingebunden werden.

Um die medizinische Versorgungslage zu klären, wären Fachpartner wie Kassenärztliche Vereinigung, Kreisverband der Kassenärzte etc. zu kontaktieren.

Für die Bearbeitung weiterer sozialer Fragen existieren bereits vereinzelt Beiräte, z.B. für Senioren, Jugend, Familien und Migration. Diese wären in die Entwicklung von Konzepten einzubinden. Um Akteure im Bereich der Senioren-Arbeit zusammenzubringen, sei eine gemeindeübergreifende Abstimmung von Seniorentreffpunkten und –Aktionen erforderlich.

Themenfeld „Landschaft, Umwelt, Energie“

Chancen:

Der Schwerpunkt der Gespräche bezog sich auf das Thema „Energie“. Das Auslaufen der EEG-Förderung für Photovoltaik- und Biogasanlagen wurde auch als Chance gesehen, angesichts der großen Zahl an Anlagen möglicherweise ein regionales Energiekonzept für Strom und Wärme entwickeln zu können. Damit verbunden war eine Diskussion über Elektro-Mobilität. Deren Ausbau – insbesondere zur Versorgung von E-Bikes – könnte dem Tourismus weitere Impulse geben, aber auch Carsharing-Angebote attraktiver machen.

Als weitere Chancen wurden andiskutiert:

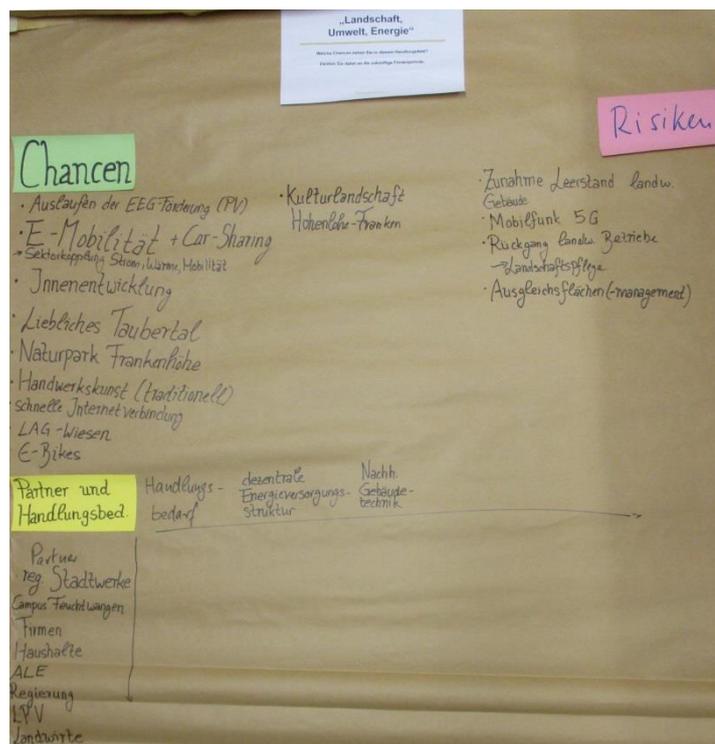
- Höhere Anstrengungen im Bereich der Dorf-Innenentwicklung, auch unter Beachtung energetischer Aspekte;
- Umfassendere touristische Inwertsetzung von Natur- und Landschaftspotenzialen: Kulturlandschaft Hohenlohe-Franken, Liebliches Taubertal, Naturpark Frankenhöhe.

Anknüpfend an das aktuelle Volksbegehren „Artenvielfalt – Rettet die Bienen“ entstand die Projektidee, durch Vernetzung von Wiesen über alle LAG-Gemeinden hinweg ein „blühendes Band“ zu schaffen. Jede Gemeinde solle streifenförmig Flächen zur Verfügung stellen, auf denen Blümmischungen ausgebracht würden. Den Blumensamen sollte die LAG bereitstellen; die Beschilderung der Blühflächen könnte gleichzeitig zur Vermittlung von Informationen über die LAG-Arbeit genutzt werden.

Abweichend vom Themenfeld wurden auch in dieser Runde die alten Handwerkskünste als Entwicklungschance angesprochen.

Risiken, Hemmnisse:

Als offensichtliche Risiken wurden thematisiert:



- Zunahme des Leerstands landwirtschaftlicher Gebäude;
- auch als Folge davon: Rückgang landschaftspflegerischer Maßnahmen.

Als ein mögliches Risiko wurde zudem das derzeit praktizierte Management von ökologischen Ausgleichsflächen hervorgehoben. Inzwischen würden Flächen zum Zweck des Ausgleichs von weiter entfernt liegenden Städten gekauft, die selbst über keine Ausgleichsflächen verfügten oder in denen freie Flächen ungleich teurer seien als auf dem Land. Dieses Thema solle unabhängig von LEADER intensiver angegangen werden.

Als ein ebenfalls grundlegendes Risiko äußerten die Teilnehmer die Befürchtung, dass auch nach Einführung des Mobilfunkstandards 5G in Teilen des LAG-Gebiets keine ausreichende Netzabdeckung erreicht werde.

Partner, Handlungsbedarfe:

Hinweise auf Partner bezogen sich vor allem auf den Themenbereich Energie. Um eine dezentrale Energieversorgungsstruktur aufbauen und auch im Bereich „nachhaltige Gebäudetechnik“ Akzente setzen zu können, sollten in die Konzeptentwicklung eingebunden werden: Regionale Stadtwerke, Campus Feuchtwangen, einschlägig tätige regionale Unternehmen, Landwirte (Biogas), Haushalte, Amt für Ländliche Entwicklung, Regierung von Mittelfranken.

Handlungsfeld „Wirtschaft und Standortentwicklung“

Chancen:

Zur Aktivierung der regionalen Wirtschaft wurden von den Teilnehmenden folgende Ansatzpunkte herausgestellt:

- Die zentrale Lage der Region mit günstiger Autobahnanbindung und angrenzend an die wirtschaftlich starke Region Hohenlohe als Entwicklungspotenzial stärker herausstellen;
- Die Region über typische regionale Produkte und Dienstleistungen nach außen besser erkennbar machen;
- Mehr lokale Dienstleistungen Gemeinde-übergreifend organisieren (Beispiel Musikschule), um die Angebote dauerhaft und kostengünstig anbieten zu können;
- Engere Abstimmung der Kommunen bei der Ausweisung von Gewerbegebieten; inter-kommunale Gebietsausweisungen zur Verringerung des Flächenverbrauches und Einsparung von Erschließungskosten;
- Vereinte Anstrengungen aller relevanten Stellen (Arbeitsagentur, Kammern, Wirtschaftsförderung, Unternehmen, Schulen usw.), um Fachkräfte zu binden



- bzw. zu sichern;
- Die bestehende Ausbildungsbörse Interfranken umfassender für das gesamte LAG-Gebiet nutzen;
 - Jungen Menschen die wirtschaftlichen Standortvorteile, das breite Kulturangebot und die insgesamt hohe Lebensqualität überzeugend vermitteln;
 - Die wirtschaftlichen / sozialen / kulturellen Potenziale Frankens auch im angrenzenden Hohenlohe besser bekannt machen, um die Abwanderung von Fachkräften aus dem LAG-Gebiet zu verhindern (durchweg höheres Lohnniveau in Hohenlohe) und ggf. Zuwanderer von dort zu gewinnen;
 - Aufbau einer „Rückhol-Agentur“, um ehemalige Regionsangehörige zu einer Rückwanderung zu bewegen; Die Argumente wären altersspezifisch zu formulieren;
 - Stärkere Förderung der Jugendkultur, Möglichkeiten zu einer unkomplizierten Unterstützung sinnvoller Jugendprojekte eröffnen;
 - Jugendgruppen dazu direkt ansprechen und Ansprechpartner (z.B. für Kommunen oder die LAG-Geschäftsstelle) bestimmen;
 - Bewusstsein für die Vorteile einer umfassenderen Versorgung mit regionalen Lebensmitteln schaffen / stärken; dazu wären geeignete regionale Agrarprodukte und Lebensmittel auszuwählen;
 - Die gegenseitige Abhängig von Stadt und Land offener kommunizieren, vor allen in den Bereichen Agrarprodukte / Lebensmittel, Natur und Freizeit, Energieproduktion;
 - Wertschöpfungsketten für regional herstellbare Lebensmittel aufbauen, Integration von Landwirtschaft, Lebensmittelhandwerk und Handel;
 - Wertschöpfung aus regionaler Energieproduktion ausweiten und regionale Ressourcen umfassender nutzen, u.a. durch Schaffung dezentraler Strukturen / Kreisläufe.

Risiken, Hemmnisse:

- Die Ausweitung der regionalen Lebensmittelproduktion („Regionalität“) scheitert derzeit an fehlenden / zu schwachen Verarbeitungsstrukturen;
- Interne Konkurrenz zwischen Kommunen und Unternehmen in verwandten Geschäftsfeldern (z.B. Gastronomie, Hotellerie) behindert die Zusammenarbeit; Innerhalb des LAG-Gebiets sehen die Landkommunen ungleiche Wettbewerbsverhältnisse im Vergleich mit den Städten Rothenburg, Feuchtwangen, Dinkelsbühl; sie fühlen sich nicht als gleichwertige Partner wahrgenommen;
- Die Planung und Umsetzung von Entwicklungsprojekten wird durch die (zu) vielen Einfluss- und Entscheidungsebenen behindert: Metropolregion Nürnberg, Bezirksregierung / Regionalplanung, Landratsamt / Wirtschaftsförderung, Kommunen, LEADER und vergleichbare Programme;
- Für die künftigen Anforderungen einer digitalisierten regionalen Wirtschaft (Wirtschaft 4.0) dürften die Fachkräfte fehlen.

Partner und Handlungsbedarfe:

- Region Hohenlohe: Die dortigen Landkreise für eine künftig besser abgestimmte Kommunikation kultureller Angebote gewinnen;

- Träger von Kulturprogrammen sowie die regionale Wirtschaft: Systematische Kommunikation aller Angebote aus Kultur und Wirtschaft über alle Medien, insbesondere soziale Medien, die von der jüngeren Regionsbevölkerung genutzt werden;
- Handwerkskammer, Vereine, Kreisjugendring: Alte Handwerke im Bewusstsein (der Jugend) halten; eine „Hand-Werkstatt“ für Schulkinder und Jugendliche einrichten, um ihnen den Reiz regionaler Handwerke näher zu bringen;
- Regionale Energieversorger, Wohnbauunternehmen (evtl. ALE Ansbach): Modellvorhaben für neue (bezahlbare) Bauformen und (energieautarkes Wohnen schaffen, Förderung der Innenentwicklung besser nutzen.

5. Ideen aus dem Perspektivenworkshop

Die Auswertung der Ergebnisse des zweiten Teils der Veranstaltung dient der Weiterentwicklung von Ideen, die mittel- bis langfristig in die Strategie der Region einfließen könnten. Dazu wurden zu drei Themenkreisen sogenannte „Kugellager“ organisiert, die eine Fülle von Anregungen brachten, die allerdings aufgrund der zu knappen Zeit nicht weiter diskutiert werden konnten. Die drei Gruppen behandelten folgende Themen:

- Regionale Besonderheiten und Wertschöpfung
- Image und Kommunikation
- Innovation und neue Chancen.



Im „Minutentakt“ wurden von den Teilnehmern spontane Reaktionen auf vorformulierte Fragen erwartet und diese Antworten dann an die jeweils folgenden Gesprächspartner weitergegeben.

Getrennt nach den drei Themenebenen werden die relevanten Antworten, die sich häufig deckten, in den folgenden Übersichten wiedergegeben.



Regionale Besonderheiten und Wertschöpfung				
Welche verbindenden / einenden Elemente gibt es in unserer Region?	Wie können wir ein Zusammengehörigkeitsgefühl in unserer Region schaffen?	Welche sichtbaren Kennzeichen u. identitätsstiftenden Symbole gibt es in unserer Region?	Welche Geschichte(n) und traditionellen Verhaltens- und Arbeitsweisen gibt es in unserer Region?	Welche besonderen Kompetenzen hat unsere Region?
<p><u>Institutionell:</u> Gemeinden, Zweckverbände, ILE, ALE; Überörtliche Zusammenarbeit auf allen Ebenen; Romantisches Franken, Romant. Straße; Regionalvermarktung</p> <p><u>Naturraum:</u> Naturpark Frankenhöhe; Gewachsene Kulturlandschaft, Wasserläufe / Flüsse;</p> <p><u>Raum und Bevölkerung:</u> Ländlicher Charakter; Charakter der Bürger, Bevölkerungsstruktur; Stadt-Land-Verbindungen; überregional zentrale Lage; gutes Preis-Leistungsverhältnis (Lebenshaltungskosten);</p> <p><u>Frankentum:</u> Fränkische Identität, Sprache / Dialekt (2x); Vielfalt (auch bzgl. kulinarischer Produkte), Kulinarik;</p> <p><u>Kultur:</u> Vereinsstruktur / Vereinsleben / Zusammenarbeit d. Vereine; Bräuche / Traditionen, Veranstaltungen, (Kirchweihen), historische Wurzeln;</p>	<p><u>Image, Kommunikation:</u> Gemeinsame Imagekampagne: Thema „Menschen, Kultur und Landschaft“ von Einheimischen beschreiben (lassen); Mit PP-Präsentation zum Motto „Wir gehören alle zusammen“ über die Gemeinde- und Stadträte breit kommunizieren, was LEADER bedeutet, welche Projekte möglich sind und bisher umgesetzt wurden; Gemeinsame Projekte zu den vier wichtigen Quellen entwickeln und touristisch nutzen (Themenwege, ähnlich Mühlen); Kommunale Mitteilungsblätter umfassender nutzen;</p> <p><u>Fränkisches Brauchtum:</u> Traditionen betonen: historische, bäuerliche, kirchliche, Volksfeste, Kirchweihen; Bräuche wieder aktivieren/reanimieren und kommunizieren, Betonung des Fränkischen Bundes (Landsmannschaft Franken); Bedeutende historische Linien (Fürstentümer, Hohenzollern) thematisieren;</p> <p><u>Gemeinsamkeiten, Vernetzung:</u> Analyse gemeinsamer Interessen aller Kommunen hinsichtlich Besonderheiten; Interessen bündeln und „Wir-Gefühl“ stärken; Feste Netzwerke schaffen bzw. optimieren, öffentliche Kommunikation der Vernetzung;</p> <p><u>Wirtschaft:</u> Lokale Stärken (z.B. Energie) ausbauen und als Alleinstellungsmerkmal platzieren; Arbeitsplatzangebot kommunizieren, regionales Handwerk herausstellen;</p> <p><u>Bevölkerung einbeziehen:</u> Durchführung vieler gemeinsamer Veranstaltungen, z.B. Tag der Regionen (Bsp. Burgbernheim); Bevölkerung in Projekte besser einbinden;</p>	<p><u>Historische Bau- substanz:</u> Schlösser u. Burgen (wie Schillingsfürst, Colmberg) entlang der Burgenstraße (2x); Historische Altstädte (freie Reichsstädte); fränkische Dörfer</p> <p><u>Landschaft:</u> Reizvolle fränkische Kulturlandschaft (2x), Frankenhöhe (2x), viele Wälder;</p> <p><u>Symbole:</u> Stadtwappen, Landkreiswappen Frankenrechen, Farben rot/weiß Fränkische Küche (Gerichte)</p> <p>Feste, Festspiele DKB/ROT/FEU; Kirchweih/-musik, Volksfeste; Straßen: Romant. Straße, Burgenstraße, Bocksbeutelstraße); Immaterielles Erbe, ländlicher Charakter;</p>	<p><u>Geschichte(n):</u> Der Meistertrunk, Histor. Festspiele, Mittelalterliche Städte;</p> <p><u>Handwerk:</u> Töpfereien, „ehrbares Handwerk“;</p> <p><u>Agrarwirtschaft:</u> Kleinbäuerliche Landwirtschaft, (noch) bäuerliche Strukturen; Schäferei auf der Frankenhöhe, Weinbau;</p> <p><u>Fränkischer Charakter:</u> Fränkische Dickköpfigkeit, Weltoffenheit, Ehrlichkeit, Zuverlässigkeit, soziale Kompetenz; Geschäftstüchtigkeit, Zielorientierung, Innovationsgeist; Redefaultheit, Konservatismus, Bodenständigkeit;</p> <p>Fränkische Spezialitäten: fränk. Bratwurst, Schneeballen;</p>	<p>(Kultur-) Landschaft (3x)</p> <p>Touristische Strukturen, Tourismus-Image, Tourist. Konzentration auf Zentrum Rothenburg;</p> <p>Erholungsfunktion, Wohnfunktion;</p> <p>Verkehrstechnische Erschließung, Industriemix, Kunststofftechnik, Bildungsangebote;</p> <p>Historisch-geographische Zusammenhänge mit anderen Regionen; Kulturelle Vielfalt; Zielstrebige Mentalität;</p> <p>Kulinarische Vielfalt, Gastronomie;</p>

Image und Kommunikation				
Wie soll unser Image bzw. unsere Identität vermittelt werden?	Mit welcher positiven Wahrnehmung soll unsere Region nach außen assoziiert werden?	Mit welcher positiven Wahrnehmung soll unsere Region nach innen assoziiert werden?	Wer soll unser Image vermitteln? Welche Partner brauchen wir dazu?	Warum sollen die Menschen hier bleiben bzw. in unsere Region kommen? Was kann die Region den Menschen bieten?
<p><u>Öffentlichkeitsarbeit:</u> Presse, Social Media / neue Medien (2x); Zeitung, Fernsehen; (Tourismus-) Messen;</p> <p><u>Veranstaltungen und Bürgerkontakt (Teilaspekt ÖA):</u> Öffentl. Veranstaltungen, Kulturelles Leben; unterschiedliche regionale Traditionen vermitteln; Gespräch mit Bürgern; Mund-zu-Mund-Propaganda; persönliche Empfehlungen;</p> <p>Agentur als Partner (z.B. Werbeagentur für Flyer); Flyer in Hotels und öffentlichen Einrichtungen;</p> <p>Hohe Qualität der Projekte;</p> <p>Region besser eingrenzen/beschreiben und betiteln, analog „Fränkisches Seenland“; mehr Besonderheiten aufarbeiten und gezielt vermitteln, (analog fränkische Bratwurst);</p>	<p><u>Arbeiten:</u> Moderne Arbeitsplätze, innovative Unternehmen (z.B. Elektrolux, AEG), 3D-Technologie;</p> <p><u>Menschen:</u> Offenheit/Aufgeschlossenheit der Bevölkerung; Zusammenhalt, Engagement der Bevölkerung; hohes Bildungsniveau;</p> <p><u>Landschaft:</u> Ursprünglichkeit der Region; Vielfalt von Landschaft u. Natur;</p> <p><u>Leben, Wohnen & Erholen:</u> Hohe Lebensqualität, gutes Preis-Leistungs-Verhältnis (Lebenshaltung); günstige Bauplätze, gute Grundlage für Familiengründung; kurze Wege, gute regionale Lage; hohe Umweltqualität, gute Luft, reizvolle Natur; Vielfalt der kulturellen Angebote (Traditionen, Kirchweihen, Feste);</p> <p><u>Vorschläge in Richtung Image/ Slogan/Leitbild:</u> Mehr als nur „romantisch“ – Image stärker auf „Jung - vital - innovativ“ entwickeln und damit junge Familien ansprechen; Aktive Vereine;</p>	<p><u>Identitätsstiftung:</u> Rituale, Brauchtum, Traditionen, Kirchweihen: ausbaufähige Potenziale (Frankenlied); Essen & Trinken (Heckenwirtschaften); das „Fränkische“ hervorkehren; Musikvereine, Weinfeste;</p> <p>=> Herausforderung: Regionale Erkennungszeichen schaffen!</p> <p><u>Jugend:</u> Jugend vermitteln, dass Abwanderung nicht lohnt; Lebensqualität, die auch bezahlbar ist: => Mehrheit der Jungen ist nicht abwanderungsgefährdet, deshalb: => stärker auf diese Gruppe konzentrieren, die in der Region bleibt (Anreize schaffen);</p> <p><u>Charakter der Bevölkerung:</u> Leichte „Hintersinnigkeit“ als Eigenschaft herausstellen; Bodenständigkeit;</p> <p>Gesunde Umgebung, Umweltqualität; schöne Natur, Ursprünglichkeit; wenig Zeitaufwand für lange Wege;</p> <p>Wirtschaftl. Gesundheit; vielfältige Beschäftigungsmöglichkeiten; Tourismuspotenzial, Tradition;</p> <p>Zukunftszugewandtheit, Innovation; Zusammenhalt, Gemeinschaftsgefühl;</p> <p>=>die Besonderheiten herausarbeiten und dann auch kommunizieren;</p>	<p><u>Privatpersonen:</u> Projekträger, erfolgreiche Projekte; Vor allem private Träger sollen die Bevölkerung authentisch ansprechen; Bürger als Zielgruppe, Mund-zu-Mund-Propaganda; Agenturen als Partner -> gestalterische Mittel;</p> <p><u>Tourismus & Regionalmarketing:</u> Tourismusverband (Romantisches Franken); Stadtmarketing-Agenturen; Netzwerk der deutschen Rothenburgs (Austausch über Gesamtregion);</p> <p>Ämter und Behörden;</p> <p><u>Ansprache der Jugend:</u> Kreisjugendring; Schulen; Vereine im Verbund;</p> <p><u>Wirtschaft:</u> Region. Unternehmer/innen; regionale Veranstaltungen (z.T. mit Unterstützung durch Politik) – Unternehmerstammtisch Rothenburg, Kamingespräche der IHK, Kunststoff-Cluster;</p> <p><u>Multiplikatoren</u> ... aus verschiedenen Bereichen der Region a) Innovative Unternehmer/ Erfinder, hidden champions, b) „Traditionsvertreter“: Geschichte(n), gerne in historischen Kostümen (z.B. Meistertrinker), c) Politische Entscheidungsträger. d) Regionale Prominente als Botschafter, z.B. Christiane Karg (Sopranistin);</p>	<p><u>Kulturlandschaft:</u> Flurbereinigung hat wenig „kaputtgemacht“ (Frankenhöhe); Vielfalt an Landschaftselementen; gute Luft, gute Nahrungsmittel;</p> <p><u>Familienplanung:</u> Wohnraum günstig; Mehr Entfaltungsmöglichkeiten als in Städten;</p> <p>Lage zwischen Großstädten; gute Verkehrsanbindung (Autobahnen); Kurze Wege;</p> <p><u>Für Fortgezogene:</u> Heimatgefühl, Wohlfühlfaktor; guter Zusammenhalt; iedrige Arbeitslosigkeit;</p> <p>Kultur, Sightseeing</p> <p>Perspektive der Region: Stärkung der Wirtschaft, Entgegenwirken gegen demograf. Wandel;</p>

Innovation und neue Chancen				
Welche Themen und Produkte begeistern unternehmerische Akteure?	Welche hilfreichen Mittel erleichtern Zusammenkommen und Zusammenarbeit der unternehmerischen Akteure?	Welche Events begeistern unternehmerische Akteure?	An welchen Orten treffen sich die unternehmerischen Akteure?	Welche Menschen sind in meiner Region besonders einfalls- und ideenreich?
<p>Themen: Verkehrsanbindung (2x); Energie; Breitbandnetz; Digitalisierung, Smart Home;</p> <p>Kommunikation, Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, soziale Medien, Präsentationstechniken;</p> <p>Entbürokratisierung;</p> <p>Produktvielfalt, regionale Produkte;</p> <p>Kinderbetreuung; Schullandschaft, Berufsfachschule DKB;</p> <p>Kulturelle Vielfalt, Pflege der heimischen Traditionen;</p> <p>Fleißige und zuverlässige Menschen;</p> <p>Produkte: E-Bikes; Technische Produkte, Innovative Verpackungen;</p>	<p>Veranstaltungen: Unternehmerforum (2x); Regionalmessen, internat. Messen; Austausch zwischen Arbeitgebern (bessere Einbindung der Wirtschaftsförderung!); Jugend-Sommerfest;</p> <p>Plattformen zur Zusammenarbeit: Lehrstellenbörse; Arbeitsgemeinschaften, Arbeitskreise;</p> <p>Moderne Kommunikationsmittel: Soziale Netzwerke, soziale Medien, WhatsApp, Facebook;</p> <p>Verbindende Themen: Organisierter ÖPNV; Breitbandausbau; Digitalisierung (von Arbeitsmitteln);</p>	<p>Messen & Branchenveranstaltungen: Unternehmerforum; Internat. und regionale Messen (Kontakte), Fachmessen, Gewerbeschauen; IHK-Empfang; Fortbildungen;</p> <p>Fachkräftesicherung: Ausbildungsbörsen, Jobbörsen (Speeddating); Schülerpraktika; Tag der offenen Tür in Schulen;</p> <p>Festlichkeiten: Brauereifest Reichelshofen (Landwehrbräu); Fränk. Kirchweihen; Beteiligung bei Landjugendfesten; Taubertal-Festival; Kulturelle Festspiele (Freilichttheater, Heimatspiele);</p> <p>Veranstaltungen zur Steigerung der Bekanntheit des eigenen Unternehmens: Alles, was Umsatz bringt;</p> <p>Veranstaltungen im Freilandmuseum;</p>	<p>Wirtschaftliche Veranstaltungen: Regionalmessen NUE, AN (2x); Wirtschaftsforen, Unternehmerforen; Ausbildungsbörsen, Jobbörsen; Innungen; Landw. Verbände; Handwerkskammer; Fortbildungen, Tagungen; Business Lounges; Unternehmerempfang (des Landkreises); Unternehmertreffs (regional, lokal);</p> <p>Kulturelle Veranstaltungen: Ausstellungseröffnungen, Einweihungen; Vorträge, Vortragsveranstaltungen; Versammlungen von Vereinen / Vereinigungen; Themenspezifische Kulturwochen; Sportveranstaltungen;</p> <p>Private Unternehmungen: Gemeinsame Freizeitaktivitäten, gemeinsame Urlaube; Familienfeste; Wirtshaus (Hinterzimmer), Stammtische;</p> <p>Soziale Medien;</p>	<p>Einzelpersonen/ Unternehmen: Tim Riedmüller, layer manufactory GmbH, FEU; Stephan und Johannes Keitel, KombinatBLAU Veranstaltungstechnik, Neusitz; Dr. Heidi Christ, Forschungsstelle für Fränkische Volksmusik; Herbert Lindörfer, Vorsitzender der LAG; Friedhelm Brusniak, Musikpädagoge, FEU; Johann Stein GmbH, Bauunternehmen, Neusitz; Roland Muss, romutec Steuer- und Regelsysteme GmbH, Buch am Wald; Bernie's Fun Pizzeria, Buch am Wald; Georg Fürst, Komponist (Badenweiler-Marsch);</p> <p>Personengruppen: Junge Handwerker mit Zukunftsideen; Unternehmer im IT-Bereich; Landwirte mit Erfahrungen im Bereich erneuerbare Energien; Senioren (Reiche Lebenserfahrung) (2x); Menschen in verantwortungsvollen Bereichen; Aktive Vereinsmitglieder; Jugendliche; Studenten; Neubürger;</p>

6. Abschließende Empfehlungen

Mit der Dokumentation der Workshop-Ergebnisse, die im März im Rahmen einer Mitgliederversammlung nochmals präsentiert werden, sind die mit der LAG vereinbarten Leistungen der Forschungsgruppe abgeschlossen.

Für die Organisation der LAG-Arbeit in der noch verbleibenden Förderphase lassen sich u.a. vier grundlegende Empfehlungen ableiten:

- (1) Aktualisierung des Finanzstatus: In den von der LAG bereitgestellten Förderdaten sind neben endgültig bewilligten Projekten auch einige Vorhaben enthalten, die zwar von den LAG-Gremien beschlossen, aber fördertechnisch noch nicht bewilligt wurden. Außerdem befinden sich offensichtlich eine Reihe von Projekten noch im Vorbereitungs-Status. Deshalb sollte als Grundlage für weitergehende Planungen noch in der ersten Hälfte des laufenden Jahres der tatsächliche finanzielle Status der LAG erfasst werden.
- (2) Die vier in der LES gesetzten Entwicklungsziele wurden im bisherigen Programmverlauf unterschiedlich intensiv bearbeitet. Sofern nicht zu erwarten ist, dass in den Handlungsfeldern „Demographie“ (EZ 2) und „Wirtschaftsstandort“ (EZ 4) noch größere Projektvorschläge zur Umsetzungsreife vorbereitet werden können, sollten die dort eingeplanten Restmittel umgeschichtet werden.
- (3) Im Rahmen des Workshops wurde an mehreren Stellen kritisiert, dass die bisherige Öffentlichkeitsarbeit die Leistungen der LAG und damit auch die Chancen des LEADER-Programms in der Region zu wenig sichtbar gemacht habe. Verfügbare Restmittel sollten deshalb auch in die Professionalisierung der Öffentlichkeitsarbeit fließen. Wichtig wäre dabei auch eine umfassendere Bedienung von social media, um wichtige Gruppen wie die der Jugendlichen / jungen Erwachsenen für die LAG-Arbeit zu gewinnen.
- (4) Die in der LES gesetzten Entwicklungsziele waren das Ergebnis der Einschätzung von Chancen und Risiken vor nunmehr 4 bis 5 Jahren. Wie der Ideenworkshop gezeigt hat, sind in der Zwischenzeit neue Ideen gereift und neue Herausforderungen hinzugekommen. Die vier Entwicklungsziele wurden seinerzeit so weitgefasst formuliert, dass diese Vorschläge im Rahmen der verfügbaren Restmittel aufgegriffen werden könnten. Das betrifft den Vorschlag „Alte Handwerkskunst“ ebenso wie eine „Imagekampagne für die Region mit hoher Lebensqualität“ oder die engere „Koordination von Kulturveranstaltungen“. Besonders häufig wurde das Themenfeld „Wasser und Quellen“ als touristischer Anknüpfungspunkte und zugleich als Chance für die Stärkung der regionalen Identität herausgestellt.