Regionalmanagement Bayern gefördert durch Bayerisches Staatsministerium der Finanzen, für Landesentwicklung und Heimat

Handlungskonzept Regionalmanagementförderung nach der Förderrichtlinie Regionalmanagement (FöRReg) (01.11.2016 bis 31.12.2018) für das Regionalmanagement im Landkreis Schwandorf

Inhalt

1 Handlungsfelder und Projekte 1
1.1 Kurzbeschreibung der Handlungssituation vor Ort 1
1.2 Handlungszielrahmen für die Projektumsetzung 12
1.2.1 Auswahl der Handlungsfelder 12
1.2.2 Zielstellung für die Handlungsfelder 14
1.2.3 Projektinhalte: Ableitung von Projekten im Rahmen der Handlungsfelder ... 17
1.2.4 Übereinstimmung mit landesplanerischen Vorgaben 24
1.3 Maßnahmenplan für die Projektdurchführung 32
1.4 Zusammenfassender Zeitplan 39
1.5 Kosten- und Finanzierungsplan 42
2 Organisatorische Grundlagen für die Projektumsetzung 48
2.1 Organisations- und Personalstruktur Regionalmanagement 48
2.2 Abstimmung/Zusammenarbeit mit sonstigen regionalen Initiativen 49
2.3 Austausch mit StMFLH/zuständiger Regierung 50
Anhang: Erklärung 51
Quellennachweis 52

1 Handlungsfelder und Projekte

Zu Beginn des ersten Kapitels werden die für den Förderzeitraum 01.11.2016 bis 31.12.2018 grundlegenden rahmenstrukturellen Daten, bestehenden Strategien und Initiativen sowie die Projekte der dritten Phase der Anschubfinanzierung betrachtet. In Abschnitt 1.2 wird die Auswahl der Handlungsfelder der Richtlinie vorgestellt sowie die Ziele und Inhalte der geplanten Projekte vermittelt. Anschließend werden sie in Bezug zu landesplanerischen Vorgaben gesetzt. Im Abschnitt 1.3 wird der Maßnahmenplan in Form der zu den jeweiligen Projekten zugehörigen Projektdatenblättern wiedergegeben. Bevor abschließend der Kosten- und der Finanzierungsplan aufgeführt werden, erfolgt eine Darstellung der Projekte in einem Zeitplan.

1.1 Kurzbeschreibung der Handlungssituation vor Ort

A RAUMSTRUKTURELLE GRUNDLAGENDATEN

Die Wirtschaft im Landkreis Schwandorf ist von kleinen und mittelgroßen Unternehmen geprägt. Der Branchenmix umfasst auf Zukunftstechnologien ausgerichtete Fachbetriebe ebenso wie den Traditionswerkstoff Glas oder traditionelles Handwerk und Handel – von Fahrzeugbau und Zulieferindustrie über Elektronik, Maschinenbau bis hin zur Herstellung und Verarbeitung von Kunststoffen. Sowohl inhabergeführte Familienbetriebe, als auch DAX-notierte „global player“ spielen im Landkreis eine Rolle. So dominieren am Standort Wackersdorf neben dem Fahrzeug- und Fahrzeugteilebau die Bereiche Herstellung und Verarbeitung von Chemie, Kunststoff, Mineralölerzeugnissen und Gummiwaren. In Bruck i. d. Opf. herrscht wie in Teublitz der Fahrzeugbau vor. Zweiter Schwerpunkt in Teublitz ist die Metallerzeugung und -verarbeitung. Diese liegt auch in Burgelengenfeld vor. In Schönsee und Wernberg-Köblitz sitzen die Zentren der Glas-, Keramik- und Porzellanherstellung. In Nittenau herrscht in der Industrie die Branche Maschinenbau vor. Nabburg verfügt über Metallverarbeitung, Chemie und Elektronik. Neunburg vorm Wald ist neben der Nahrungs- und Genussmittelindustrie von Elektronik und Metallbearbeitung geprägt. Die große Kreisstadt Schwandorf besitzt Druckereien, Nahrungs- und Genussmittelindustrie, metallverarbeitende und -bearbeitende Betriebe sowie Unternehmen des Fahrzeugbaus, Maschinenbaus und Chemie/Kunststoff. In Fensterbach und Schwarzenfeld sind hauptsächlich im Bereich Bergbau, Steine und Erden spezialisierte Betriebe ansässig (IHK 2015).

Wird eine Aufgliederung der Unternehmen nach Wirtschaftszweigen vorgenommen (siehe Abbildung 1), zeigt sich, dass 32 Prozent der IHK-zugehörigen Unternehmen dem Bereich „Handel, Instandhaltung und Kfz-Reparatur“ und 20 Prozent dem Produzierenden Gewerbe zuzuordnen sind. Der Bereich „Land-, Forstwirtschaft und Fischerei“ macht nur zwei Prozent aus, liegt aber über dem Durchschnittwert der Oberpfalz mit 1,4 Prozent.

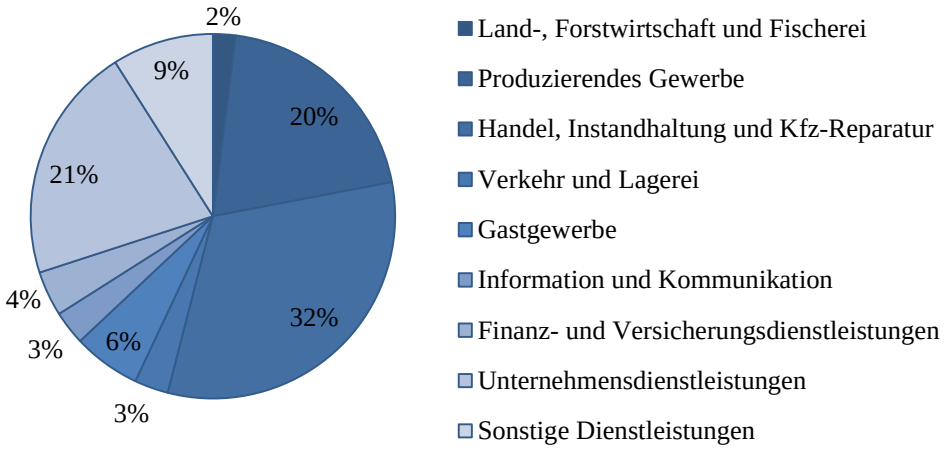

Abbildung 1: IHK-zugehörige Unternehmen nach Wirtschaftszweigen im Landkreis Schwandorf 2016 in Prozent (eigene Darstellung, Datengrundlage: IHK 2016)

Die Anzahl an sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort ist in den Jahren 2005 bis 2012 im Landkreis Schwandorf angestiegen – lediglich im Jahr 2009 erlebte der Landkreis eine Stagnation, die wohl auf die Auswirkungen der weltweiten Wirtschaftskrise zurückzuführen ist (siehe Abbildung 2).

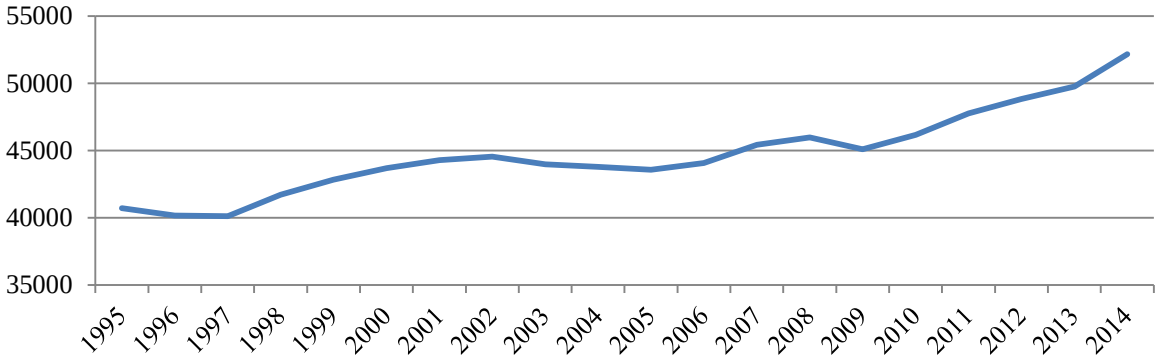

Abbildung 2: Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort im Landkreis Schwandorf zwischen 1995 und 2014 (eigene Darstellung, Datengrundlage: BLfSt 2014a)

Der Landkreis Schwandorf befindet sich, wie zahlreiche Landkreise in der Oberpfalz, derzeit in einer Phase der demographischen Umstrukturierung. Die absoluten Bevölkerungszahlen bleiben zwar, nach einem prognostizierten, zwischenzeitlichen, kurzen Anstieg von 143.614 Personen in 2014 auf 146.100 Personen im Jahr 2024 und 144.900 Personen in 2034, in den nächsten 20 Jahren nahezu gleich. Die Altersstruktur ist allerdings einschneidenden Veränderungen unterworfen. Es ist mit einer dramatischen Zunahme der Bevölkerung im Alter von 65 Jahren oder älter zu rechnen. Besonders dramatisch fällt der Rückgang um 21 Prozent der 16- bis unter 19-Jährigen ins Gewicht, da es sich um die Altersgruppe künftiger Auszubildender handelt (BLfSt 2015). (siehe Abbildung 3). Dies liegt vor allem daran, dass viele unter 18Jährige aus dem Landkreis fortziehen (siehe Abbildung 4).

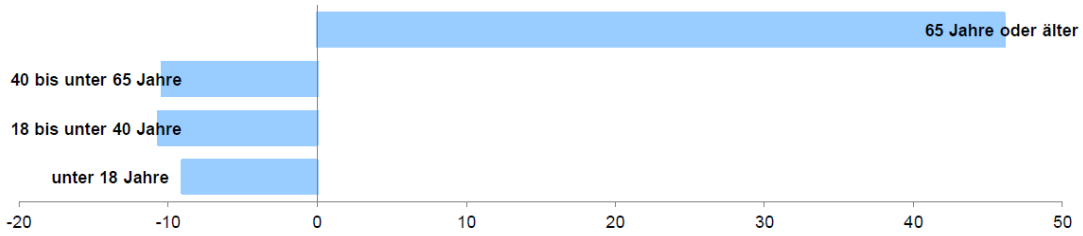

Abbildung 3: Veränderung der Bevölkerung 2034 gegenüber 2014 nach Altersgruppen in Prozent (Quelle: BLfSt 2015a)

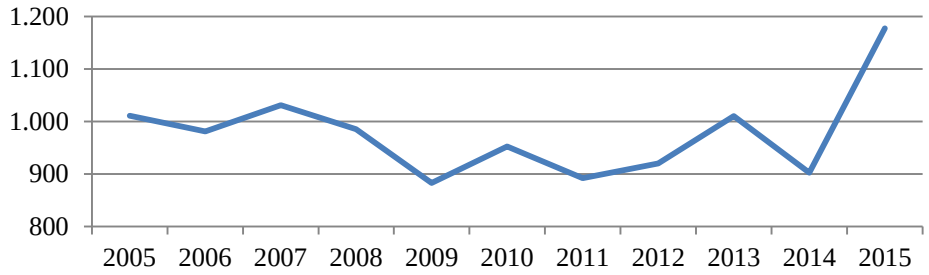

Abbildung 4: Fortzüge der unter 18Jährigen zwischen 2005 und 2015 (eigene Darstellung, Datengrundlage: BLfSt 2015b)

Problematisch für den Landkreis ist zudem die regionale Verteilung dieser Entwicklungen in den einzelnen Kommunen. Insbesondere der Norden und Osten des Landkreises sind von Abwanderung und Überalterung betroffen. Der südliche Teil rund um das Städtedreieck profitiert stärker von Zuzügen aus dem Stadt- und Landkreis Regensburg. Die „jüngsten“ und einwohnerstärksten Gebiete innerhalb des Landkreises sind daher, neben der zentral gelegenen Stadt Schwandorf, die Städte Burglengenfeld und Maxhütte-Haidhof im Südwesten. Im Landkreis lässt sich, bezüglich der absoluten Einwohnerzahlen, ein Nordost-Südwest Gefälle beobachten. Die einwohnerschwächsten Gemein-

den sind derzeit Stadlern und Weiding im äußersten Nordosten des Landkreises. Dieses bereits vorhandene Gefälle wird sich in den kommenden Jahren voraussichtlich noch verstärken (siehe Abbildung 5).

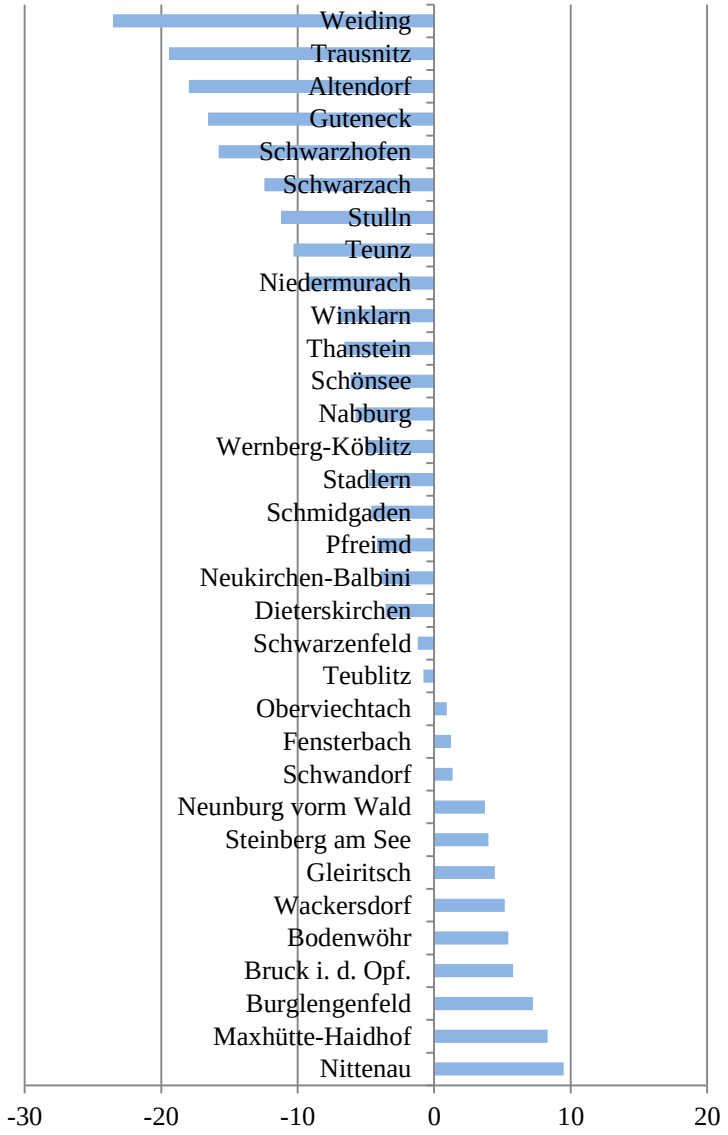

Abbildung 5: Bevölkerungsprognose aller Kommunen im Landkreis Schwandorf 2028 gegenüber 2014 in Prozent (eigene Darstellung, Datenquelle: BLfSt 2016)

Ein zweites Problemfeld stellt in Bezug auf diese räumlichen Unterschiede die verkehrliche Anbindung dar. Auf der einen Seite kann die überregionale Verkehrsanbindung des Landkreises mit den Autobahnen A93 (Regensburg–Hof) und A6 (Nürnberg-Prag) als sehr gut bezeichnet werden. Hinzukommt die über die B85 bestehende Querverbindung Nürnberg-Amberg-Cham. Auch die beiden Eisenbahnstrecken Regensburg–Schwandorf–Weiden–Hof und Nürnberg–Schwandorf–Furth i. W.–Pilsen kreuzen sich in Schwandorf. Schwandorf ist folglich Knotenbahnhof mit Fern- und Nahverkehr. Hier

treffen auch die Regionalbahnen Vogtlandbahn und Regentalbahn aufeinander. Auf der anderen Seite ist die regionale und lokale Versorgung mit Öffentlichen Verkehrsmitteln (ÖPNV) vor allem im nordöstlichen Teil des Landkreises verbesserungswürdig. Seit 2010 gibt es im Städtedreieck ein Anrufsammeltaxt, das AST. Es sammelt zu vergünstigten Preisen Mitfahrer nach Voranmeldung ein. Zuerst nur am Wochenende und auf wenige zentrale Haltestellen begrenzt, stieß das Projekt auf große positive Resonanz. Dadurch konnten die möglichen Fahrtzeiten und die Anzahl der Haltestellen ausgeweitet werden (EHRENREICH o.J.). In den Sommermonaten, von Mai bis Anfang Oktober, verbindet der Radlerbus an allen Samstagen, Sonntagen, Feiertagen und Ferientagen die Städte Schönsee und Nabburg. Das Angebot erfreut sich bei Einheimischen und Besuchern großer Beliebtheit. Hier ist eine Anmeldung am Vortag erforderlich (TAG Oberpfälzer Wald 2016). Das AST und der Radlerbus decken allerdings nicht den gesamten Landkreis Schwandorf ab. Deshalb gab es auch ein Rufbus-Projekt. Es wurde allerdings nach einer einjährigen Pilotphase 2013/14 wieder eingestellt. Nach dem Vorbild des AST und des Radlerbusses sollte der Rufbus fehlende Verbindungen im nordöstlichen Teil des Landkreises ersetzen. Eine Fahrtanmeldung am Vortag war nötig. Das Projekt konnte jedoch keine relevanten Fahrgastzahlen erreichen. Das Defizit pro Fahrgast konnte nicht unter einer Summe von 50 Euro realisiert werden. Zum Projekt fand auch keine breit angelegte, wissenschaftliche Voruntersuchung (Bedarfsanalyse) statt, welche zwingend notwendig gewesen wäre. Auch das viel zu gering budgetierte Marketing konnte die Akzeptanz nicht steigern.

In Bezug auf die Vermarktung des Landkreis Schwandorf kann gesagt werden, dass es bisher kein einheitliches Logo für den Landkreis gibt. Zur Verfügung stehen aktuell das Wappen des Landkreises und das Logo des Landratsamtes, welche für Marketingzwecke genutzt werden könnten. Allerdings sind beide nicht flexibel anwendbar. Beim Landratsamt-Logo fehlt auch die Aussagekraft.

B BEZUG ZU VORHANDENEN, (TEIL)REGIONALEN ENTWICKLUNGSSTRATEGIEN UND -INITIATIVEN

Ziel dieses Abschnitts ist es darzustellen, welche Initiativen und Strategien bereits im Landkreis Schwandorf bestehen und welche Schwerpunkte diese fokussieren, um anschließend die angedachten Projekte zu diesen in Bezug setzen zu können.

Für die dritte Phase der Anschubfinanzierung des Regionalmanagements wurde ein Handlungskonzept erarbeitet. Die für diesen Zeitraum angedachten Projekte können den Ausführungen im weiteren Verlauf dieses Abschnitts entnommen werden. Dort wird der aktuelle Stand dieser Projekte vorgestellt.

Des Weiteren gibt es im Landkreis Schwandorf vier IRE- und zwei ILE-Gebiete sowie eine LAG und FLAG, welche teils über die Landkreisgrenze hinausreichen (siehe Abbildung 6).

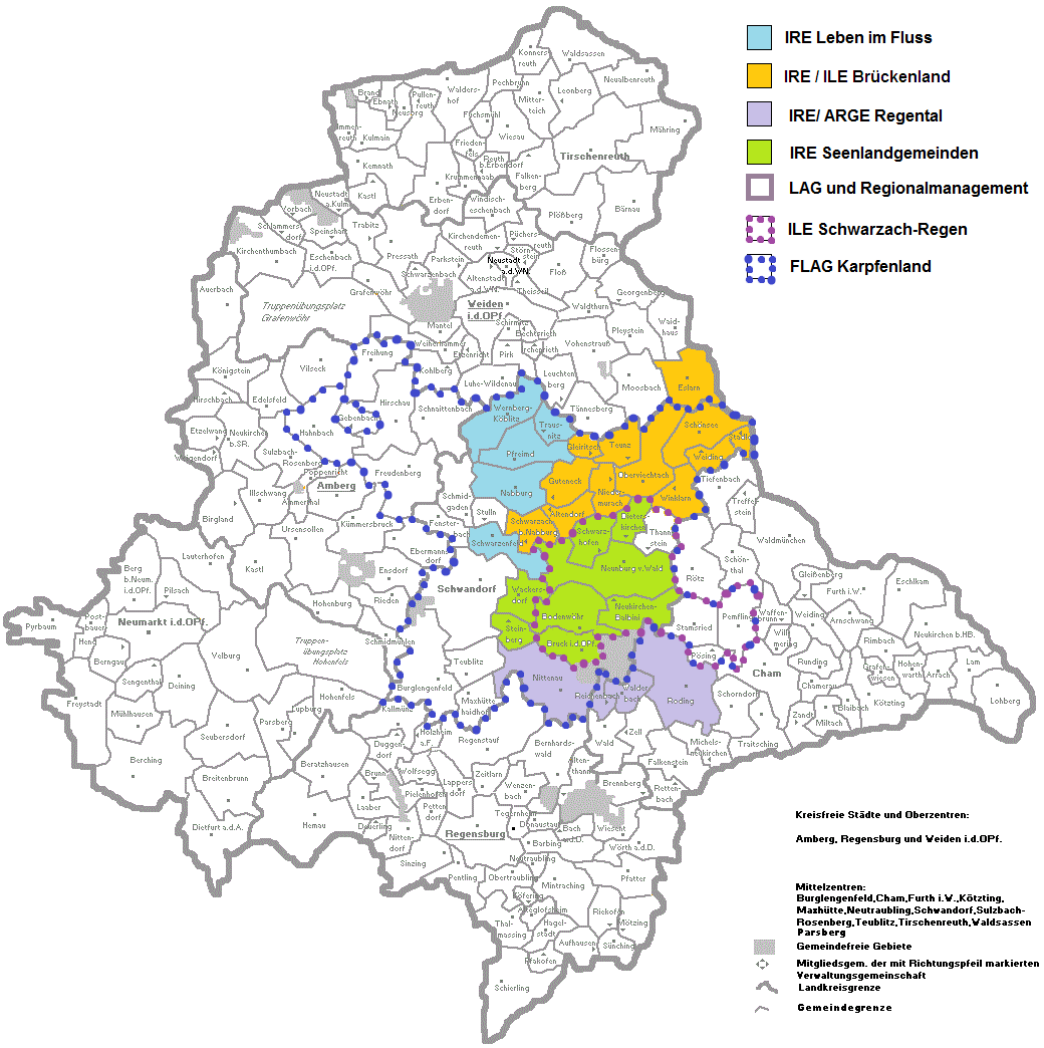

Abbildung 6: Initiativen im Landkreis Schwandorf (eigene Abbildung, Datengrundlage: eigene Daten)

- Im Rahmen der IRE „Leben im Fluss“, welche fünf Kommunen umfasst, gibt es nach aktuellem Stand sechs Projekte. In der Stadt Pfreimd soll mit dem Projekt „Wohnlöwe“ im ehemaligen Gasthof „Goldener Löwe“ eine Wohnmöglichkeit für auszubildende Jugendliche geschaffen werden. In dieser Kommune läuft auch ein Projekt für ein multifunktional nutzbares „Kulturspital“. Mit dem Projekt „Gründerzentrum im ehemaligen Sparkassengebäude“ beteiligt sich die Stadt Nabburg. Im Markt Schwar-

zenfeld besteht das Projekt „Generationenhaus“. Der Markt Wernberg-Köblitz und die Gemeinde Trausnitz verfolgen kulturelle Projekte („Theaterhalle im Jugendhaus“ und „Freilufttheater“).

- Die IRE „Seenlandgemeinden“, in welcher acht Kommunen zusammenarbeiten, ist aktuell mit der Umsetzung von zwei Projekten beschäftigt. In der Stadt Neunburg vorm Wald erfolgt eine Museumserweiterung im alten Schloss. In der Gemeinde Neukirchen-Balbini besteht ein Projekt zu Einrichtung eines „Erdstallforschungszentrums im Schießlhaus“.
- Die IRE „Arbeitsgemeinschaft Regental“ bildet sich aus vier Kommunen. Hier werden zur Zeit sechs Projekte bearbeitet. Davon gehört eines der Gemeinde Reichenbach im Landkreis Cham an. Im Bereich des Landkreis Schwandorf werden drei interkommunale Projekte verfolgt: „Vernetzung und Außendarstellung der Kulturaktivitäten in den Regentalgemeinden unter der Marke „KULTUR AM REGEN“, „Integrierter, interkommunaler Hochwasserschutz am Regen und an einmündenden Gewässern 3. Ordnung“, „Touristische Entwicklung von Burgen und Klöster“. Zudem bestehen in der Gemeinde Nittenau die Projekte „Ökonomiehof Fischbach“ und „Haus des Flusses mit Kulturzelt auf der Angerinsel“.
- Mit 12 Mitgliedskommunen ist die IRE „Brückenland“ die IRE mit den meisten beteiligten Kommunen. Hier gibt es derzeit drei Projekte. In der Stadt Schönsee besteht das „Freizeitareal Moorbad“. Die Gemeinde Winklarn ist mit dem Projekt „Schulungsstandort Denkmalpflege“ und die Gemeinde Guteneck mit dem Projekt „Zentrum für Natur, Umwelt, Land- & Forstwirtschaft“ beschäftigt.
- In Form eines ILE-Zusammenschlusses verfolgt das „Brückenland“, ebenfalls mit 12 Mitgliedskommunen, aktuell folgende Handlungsfelder laut ILSEK: „Wirtschaft & Tourismus – Unternehmertum, touristische Angebote und Vermarktung effizient fördern“, „Kultur(-erbe) und Soziales – (Bau-)Kulturerbe, regionale Identität und Gemeindewesen kreativ beleben“, „Landschaft, Landwirtschaft und Energie – Landschaft, Landwirtschaft und Energie neu denken“, „Überregionale und transnationale Zusammenarbeit – Brückenlandstrukturen und -partnerschaften übergreifend entwickeln“.
- Die ILE „Schwarzach-Regen“, welche neun Kommunen umfasst, ist derzeit damit beschäftigt ein Konzept für ihren Zusammenschluss zu erarbeiten. Somit stehen hier noch keine konkreten Projekte oder Handlungsfelder fest.

- In der LAG Regionalentwicklung im Landkreis Schwandorf arbeiten alle 33 Kommunen des Landkreises zusammen. Hier gibt es bisher neun Projekte, zu denen ein Antrag gestellt werden kann. Ein solcher liegt aber noch für keines dieser vor. Diese neun Projekte können den Entwicklungszielen „Attraktivität der Region weiter erhöhen“, „Demographiefolgen mildern, Wandel gestalten“ und „Förderung umweltschonender Technologien sowie Förderung des Umweltbewusstseins“ zugeordnet werden.
- Im Bereich der FLAG „Karpfenland“, welche sich auch aus allen 33 Kommunen des Landkreis Schwandorf zusammensetzt, gibt es zum aktuellen Zeitpunkt keine konkreten Projekte.

Wie sich hier zeigt, gibt es innerhalb der einzelnen Initiativen zahlreiche Projekte, welche zur Stärkung des betroffenen Gebietes beitragen können. Die meisten Aktivitäten betreffen allerdings nur einen relativ kleinen Teilraum im Landkreis Schwandorf, sodass es durchaus sinnvoll ist, Aktivitäten durchzuführen, mit welchen für den gesamten Landkreis ein Mehrwert erzielt werden kann. Um hier unnötige Überschneidungen zwischen den Arbeitsgruppen vermeiden zu können, finden regelmäßig – mindestens einmal jährlich – Koordinierungstreffen statt. An diesen nehmen auch die Vertreter der IRE- und ILE-Gebiete teil, um eine grundlegende Koordinierung der Landkreisentwicklung abzusichern. Folglich werden mit den im Regionalmanagement für den Förderzeitraum 01.11.2016 bis 31.12.2018 angedachten Projekten Bereiche aufgegriffen, die in dieser Art und Weise in keiner der bereits bestehenden Initiativen bearbeitet werden oder es geplant ist solche zu bearbeiten.

Beim ersten geplanten Projekt (**„erlebnisorientiertes Standortmarketing**“) scheinen zwar gewisse Überschneidungen zum übergeordneten Entwicklungsziel „Stärkung des Wirtschaftsstandortes“ der LEADER-LES und dem Handlungsfeld „Unternehmertum, touristische Angebote und Vermarktung effizient fördern“ der ILE „Brückenland“ zu bestehen, bei beiden Initiativen liegen aber noch keine konkreten Projekte vor. Somit wird hier eine genaue Abstimmung stattfinden, um potentielle Überschneidungen zu vermeiden. Zudem findet bei bedingt geplanten Projekten der genannten Initiativen der Fokus „Erlebnisorientierung“ keine Berücksichtigung. Dieser stellt den Schwerpunkt des Projektes 1 dar. Im Rahmen des Projektes „das plus der oberpfalz“ in der dritten Phase der Anschubfinanzierung wurde bisher durch Unterstützung des zugehörigen Vereins ein Netzwerk zwischen verschiedenen Kommunen des Landkreises geschaffen.

Außerdem wurde auf der zugehörigen Homepage ein Gewerbeflächenpool erarbeitet. Durch diese gemeinsame Vermarktung entstehen Synergien, die allen beteiligen Kommunen gewisse Vorteile bringen. Aktuelles Ziel bei diesem Projekt ist es die Kommunen dazu zu motivieren alle ihre verfügbaren Flächen in beiden Ansichtsvarianten im Flächenpool einzutragen, um eine größtmögliche Abdeckung zu gewährleisten. Der erlebnisorientierte Faktor des Standortmarketing findet hier allerdings kaum bis keine Anwendung. In 2015 fand zwar eine Entdeckertour durch „das plus der oberpfalz“ statt, bei dieser stand allerdings die Darstellung der Flächen, um potentielle Interessenten zu gewinnen, im Vordergrund. Beim geplanten Projekt „erlebnisorientiertes Standortmarketing“ soll im Bereich des „plus der oberpfalz“ eine innovative Idee ausgetestet werden (ein Cross-Golf-Event), bevor es auf den gesamten Landkreis Schwandorf ausgeweitet wird.

Mit dem zweiten Projekt (**„Mobilitätskonzept ÖPNV landkreisweit“**) wird das Ziel verfolgt den ÖPNV im ganzen Landkreis Schwandorf zukunftsfähig zu gestalten. Unter dem Entwicklungsziel „Förderung umweltschonender Technologien sowie Förderung des Umweltbewusstseins“ der LEADER-LES sind derzeit keine Projekte in diesem Bereich angedacht. Lediglich mit dem geplanten Ausbau der E-Bike-Region Oberpfälzer Wald könnte ein Projekt unter dem genannten Entwicklungsziel einfließen. Dieses betrifft allerdings nicht den öffentlichen Verkehr und würde auch nicht landkreisweit ausgeführt werden. In den anderen aufgeführten Kooperationen sind hierzu keine Aktivitäten geplant.

Das Thema **„Leerstandsmanagement“** (Projekt 3) soll im neuen Konzept der IRE und ILE „Brückenland“ ebenfalls eine Rolle spielen. Eine enge Abstimmung mit dem Regionalmanagement in diesem Themenbereich wurde deshalb bereits vorab vereinbart. Innerhalb der LEADER-LES wurde für das Entwicklungsziel „Stärkung des Wirtschaftsstandorts“ das Handlungsziel „Förderung der Innenentwicklung“ festgelegt. Es gibt derzeit und auf absehbare Zeit aber keinen interessierten Projektträger, der in diesem Bereich ein Projekt zur Abstimmung angemeldet hat. Im Handlungskonzept des Regionalmanagements für die dritte Phase der Anschubfinanzierung ist eine landkreisweite Datenerhebung (ohne den Fokus auf das Landkreis GIS) bezogen auf Leerstände bereits enthalten. Eine Umsetzung hat allerdings nicht stattgefunden und wurde nicht begonnen.

Das vierte geplante Projekt (**„Der Landkreis als Marke“**) zielt darauf ab ein vielseitig nutzbares Logo mit Wiedererkennungswert für den gesamten Landkreis Schwandorf zu entwickeln. Dass dies notwendig ist, zeigt sich darin, dass bisher gar kein landkreisweites Logo existiert. Ein solcher Markenbildungsprozess findet sich bisher auch bei keinem der anderen Konzepte und Initiativen. In der ILE „Brückenland“ wäre es zukünftig möglich, dass unter dem Teilhandlungsfeld „regionale Identität kreativ beleben“ ein ähnliches Projekt angedacht wird, daher wird hier eine enge Absprache erfolgen.

Der Bereich Direktvermarktung fließt mit der Erstellung eines **„Direktvermarktermaganzins mit Logo“** (Projekt 5) im Förderzeitraum 01.11.2016 bis 31.12.2018 ein. Dieser Themenbereich wurde auch in die LEADER-LES, unter dem Entwicklungsziel „Stärkung des Wirtschaftsstandorts“ aufgenommen. Konkrete Projekte sind dazu derzeit jedoch nicht in Sicht. Im bestehenden Handlungskonzept des Regionalmanagements (dritte Phase der Anschubfinanzierung) ist Direktvermarktung ebenfalls bereits enthalten. Hier wurden in enger Kooperation mit dem Regionalmanagement Neustadt a. d. Waldnaab für den touristischen Raum Oberpfälzer Wald die bestehende Direktvermarkter-Datenbank „original regional aus dem oberpfälzer wald“ und der listenförmige „Einkaufsführer für die Hosentasche“ umgesetzt. Eine landkreisbezogene emotionale Aufarbeitung der Thematik findet in diesen beiden Ausführungen allerdings nicht statt. Daher liegt der Fokus im Förderzeitraum 01.11.2016 bis 31.12.2018 genau darauf, um die Verbundenheit der Bewohner des Landkreis Schwandorf mit den Produzenten und den hier produzierten Produkten bewusst zu erhöhen. Dadurch wird auch mehr regionales Bewusstsein beziehungsweise eine regionale Identität und eine höhere regionale Wertschöpfung erreicht.

Neben dem „plus der oberpfalz“ und der Direktvermarktung kann zu weiteren Projekten, welche im Handlungskonzept zur dritten Phase der Anschubfinanzierung enthalten sind, derzeit der im Folgenden beschriebene Stand festgehalten werden:

- Beim Projekt „Koordination der Ausrichtung und Zusammenarbeit künftiger Regionalentwicklung sowie der Erstellung des neuen regionalen Entwicklungs- und Handlungskonzepts für den Gesamtlandkreis“ (HF Regionalmanagement) konnte das Handlungskonzept erstellt werden. Somit kann als verbleibende Aufgabe die Koordination von beispielsweise Treffen der ILE- und IRE-Verbindungen festgehalten werden.

- Eine Unterstützung von (potentiellen) Projektträgern erfolgt im Rahmen des Projektes „Servicestelle Projektunterstützung“ (HF Service), falls Anfragen gestellt werden.
- Durch das Projekt „Standortmarketing – Teilprojekt Website“ (HF Wirtschaft) konnte die Homepage des Regionalmanagements im Landkreis Schwandorf aufgebaut werden. Sie wird weiterhin betreut.
- Des Weiteren ist das Projekt „Hochschule dual“ (HF Wirtschaft) zu nennen. Hier ist für den 30.01.2017 am JAS-Gymnasium in Nabburg eine „Roadshow“ geplant. Diese erfolgt zusammen mit Frau Altenburg von Hochschule dual, der IHK Schwandorf und weiteren relevanten Akteuren.

Im Rahmen der dritten Phase der Anschubfinanzierung wurden zudem folgende Projekte angestrebt, bei welchen allerdings aktuell keine Aktivitäten (mehr) vorliegen:

- Nahversorgung (HF Wirtschaft): keine Aktivitäten begonnen
- Fachkräfte für den Landkreis Schwandorf (HF Wirtschaft): 2015 fand eine Abimesse in Kötzting statt, aufgrund mangelnder Finanzierung wurden keine weiteren Aktivitäten durchgeführt
- Klimaschutzmanager (HF Umwelt, Klimaschutz und Energie): eine Stelle „Klimaschutzmanager“ ist nicht eingerichtet worden
- Initiierung und Aufbau eines landkreisübergreifenden Netzwerks Forst und Holz (HF Netzwerke und Kooperationen): keine Aktivitäten begonnen
- Projektmanagement Fischwirtschaftsgebiet Karpfenland Mittlere Oberpfalz (HF Netzwerke und Kooperation): keine Weiterführung, da Abgabe an LEADER-Managerin
- AzubiAkademie des BdS (HF Wirtschaft): das Projekt wurde aufgrund eines zu geringen Bedarfs nicht weitergeführt
- Förderung der E-Mobilität (HF Umwelt, Klimaschutz und Energie): am Landratsamt Schwandorf wurden eine Ladestation für Elektrofahrräder und eine Ladestation für Elektroautos eingerichtet
- Interkommunale Klärschlammverwertung: das Projekt konnte abgeschlossen und ein Zweckverband gegründet werden, der sich mittlerweile von alleine trägt

1.2 Handlungszielrahmen für die Projektumsetzung

1.2.1 Auswahl der Handlungsfelder

Folgende Handlungsfelder wurden für den Förderzeitraum 01.11.2016 bis 31.12.2018 ausgewählt:

HANDLUNGSFELD INNOVATION UND WETTBEWERBSFÄHIGKEIT

Handlungsbedarf Projekt 1: erlebnisorientiertes Standortmarketing

Im Landkreis Schwandorf sind vor allem KMU ansässig. Da solche meist nur begrenzte finanzielle und zeitliche Möglichkeiten haben, um ein Marketing durchzuführen, was eine Verringerung der Wettbewerbsfähigkeit mit sich bringt, soll ein landkreisweites, erlebnisorientiertes Standortmarketing durchgeführt und die Unternehmen damit gefördert und unterstützt werden. Bisher sind die ansässigen Betriebe auch kaum vernetzt. Eine solche Vernetzung wäre allerdings sinnvoll, damit Synergien genutzt und daraus folgend Kosten gespart werden können, welche an anderer Stelle nützlich zum Einsatz kommen können. Das Vorhaben eine breite Kooperationsstruktur aufzubauen setzt eine intensive Netzwerkarbeit voraus.

Dass die Stärkung der Wirtschaft wichtig ist, zeigt sich auch darin, dass der Landkreis Schwandorf eine hohe Bedeutung als Arbeitsort hat (siehe Zahlen zu sozialversicherungspflichtig Beschäftigten). Zudem geht der Anteil der 16- bis unter 19-Jährigen an der Bevölkerung im Landkreis Schwandorf zurück. Da dies zu einem relativ großen Anteil durch Fortzüge (Stichwort Bildungswanderer) bedingt wird und diese Altersgruppe die zukünftigen Auszubildenden darstellt, ist es von großer Bedeutung Arbeits- und Ausbildungsplätze zu sichern oder gar neue zu schaffen, um die junge Bevölkerung vor Ort halten zu können.

HANDLUNGSFELD SIEDLUNGSENTWICKLUNG

Handlungsbedarf Projekt 2: Mobilitätskonzept ÖPNV landkreisweit

Die zahlreichen regulären Busse, welche im Landkreis Schwandorf verkehren, verbinden die Ortschaften des Landkreises mit den zentralen Orten. Mit Fokus auf den Schülerverkehr fehlen aber Verbindungen zu nicht-schulischen Zeiten. Hinzu kommt ein mehrmalig nötiges Umsteigen. Damit wird die Gesamtfahrzeit gegenüber dem Individualverkehr unverhältnismäßig lang und der Busverkehr häufig nicht mehr konkurrenzfähig. Diese Situation kann auch durch die beschriebenen, ergänzenden Angebote (AST, Radlerbus) nicht ausgeglichen werden. Daher ist es wichtig dieses Handlungsfeld auf-

zugreifen und anzugehen und den ÖPNV im Landkreis Schwandorf zukunftsfähig auszubauen. Nur wenn ein solches Angebot vorliegt, kann das Erreichen von zentralen Orten mit Versorgungseinrichtungen und von Arbeitsstätten sichergestellt werden.

Handlungsbedarf Projekt 3: Leerstandsmanagement

Leerstände sind bereits in verschiedenen Ortschaften im Landkreis Schwandorf sichtbar. Dass die Leerstände in den kommenden Jahren zunehmen werden, wenn keine Aktivitäten dagegen unternommen werden, ergibt sich aus dem prognostizierten zunehmenden Anteil der über 65-Jährigen und dem Rückgang bei den unter 65-Jährigen. Sind keine Nachnutzer vor Ort, also stehend vermehrt Gebäude leer, wird das Ortsbild an Attraktivität und die Immobilien an Wert verlieren. Somit wird es zunehmend uninteressant dort zu bleiben oder dort hinzu zu ziehen. Bei diesem Themenfeld ist auch die räumlich differierende Entwicklung der Bevölkerung zu beachten. Mit den stärkeren Ausprägungen dieses Faktors im Norden und Osten des Landkreis Schwandorf, wird es hier zu größeren Veränderungen in der Siedlungsentwicklung, als im restlichen Landkreis, kommen. Schon jetzt ist dies feststellbar. Im nordöstlichen Teilgebiet fanden im Rahmen der Leerstandsoffensive[1] bereits detaillierte Untersuchungen statt – diese sind jedoch nicht auf den gesamten Landkreis Schwandorf übertragbar. Innerhalb der Leerstandsoffensive wurde neben den Leerständen die Versorgungssituation in unterschiedlichen Bereichen erhoben. Es gibt im Bereich der Leerstände unterschiedliche Bemühungen der Kommunen, die aktuell jede für sich versuchen, sich dem Problem der Leerstände zu stellen. Beispiele sind das Netzwerk Nabburg (Nabburger Feierabend)[2] und das Leerstands-Exposee in Pfreimd. Übergreifende, standardisierte Bestandsaufnahmen oder Gesamtkonzepte fehlen jedoch bislang.

HANDLUNGSFELD REGIONALE IDENTITÄT

Handlungsbedarf Projekt 4: Der Landkreis als Marke

Bislang gab es keinen Markenbildungsprozess im Landkreis Schwandorf. In den 1990er Jahren wurde lediglich ein Logo für das Landratsamt entworfen (siehe Bild links). Das Logo des Landratsamtes ist allerdings wenig flexibel verwendbar und daher nicht geeignet als Markenlabel für den gesamten Landkreis zu fungieren. Somit ist ein einheitli-

[1] entstanden aus der Alt-LAG Brückenland Bayern Böhmen, gefördert durch das Städtebauförderungsprogramm "Kleinere Städte und Gemeinden"
[2] Siehe auch: http://netzwerknabburg.de/wir/ [16.08.2016]

ches Auftreten des Landkreises als großes Ganzes, welches wichtig für die Vermarktung wäre, aktuell schwierig.

Abbildung 7: Logo Landratsamt Schwandorf

Abbildung 8: Wappen Landkreis Schwandorf

Handlungsbedarf Projekt 5: Direktvermarktermagazin mit Logo

Der im Landkreis Schwandorf vergleichsweise hohe Anteil des Bereichs „Land-, Forstwirtschaft und Fischerei“ zeigt, dass die regionalen Produkte und ihre Vermarktung gestärkt und gefördert werden sollten, um keine Arbeitsplätze und Versorgungseinrichtungen zu verlieren. Eine Unterstützung ist notwendig, da ein gewisser Anteil der Betriebe in den nächsten Jahren wegzubrechen droht, wenn die Bewirtschaftung, auch im Nebenerwerb, nicht mehr rentabel gestaltet werden kann. Somit ist es wichtig den Bekanntheitsgrad der regionalen Anbieter und die Verbundenheit mit der Region zu steigern, damit die Konsumenten vor Ort einkaufen. Dies ermöglicht den bestehenden Betrieben eine Überlebenschance. Da den ansässigen Betrieben allerdings nur begrenzt Marketingmittel zur Verfügung stehen, ist es sinnvoll ihnen eine Möglichkeit zu bieten sich vorzustellen, ihren Betrieb auf einem einfachen Weg zu bewerben und die Bedeutung regionaler Vermarktung herauszustellen. Auf diesem Weg wird das Ziel erreicht ein Bewusstsein der Bevölkerung im Landkreis Schwandorf für regionale Produkte und damit verbunden eine regionale Identität zu schaffen.

1.2.2 Zielstellung für die Handlungsfelder

Im Folgenden werden die Zielstellungen, welche für die einzelnen Projekte angedacht sind, stichpunktartig aufgelistet.

HANDLUNGSFELD INNOVATION UND WETTBEWERBSFÄHIGKEIT

Ziele Projekt 1: erlebnisorientiertes Standortmarketing

- Den Wiedererkennungswert des Landkreis Schwandorf erhöhen.
- Den Bekanntheitsgrad des Landkreis Schwandorf deutschlandweit erhöhen.
- Den Landkreis Schwandorf als potentiellen Gewerbestandort in die Köpfe potentieller Investoren bringen.

- Ansiedlungen neuer Betriebe in den vorhandenen Gewerbegebieten erreichen und diese in das bestehende Netzwerk integrieren → Generierung (weiterer) Synergien
- Ein breites und tiefes Netzwerk zwischen den ansässigen Unternehmen und über den Landkreis hinaus aufbauen (viele verschiedene Akteure, die intensiv zusammenarbeiten), um Synergien nutzen zu können und innovative Ideen zu ermöglichen → Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen und des Landkreis Schwandorf

→ Eine positive Ausstrahlung der Aktivitäten für den Gesamtlandkreis erzielen.

HANDLUNGSFELD SIEDLUNGSENTWICKLUNG

Ziele Projekt 2: Mobilitätskonzept ÖPNV landkreisweit

- Die Grundlage für eine neue Netzplanung und (außerhalb der Förderung nach der FöRReg) den Betrieb eines bedarfsorientierten Verkehrs, beispielsweise nach dem „BAXI"-Vorbild im Landkreis Tirschenreuth, schaffen.
- Das bestehende ÖPNV-Angebot durch bedarfsorientierte Linien beziehungsweise Verkehrsangebote erweitern.
- Ein zukunftsfähiges Liniennetz ermöglichen.
- Die Situation für auf den ÖPNV-Angewiesene verbessern.
  → Erreichen von Daseinsvorsorgeeinrichtungen ermöglichen/sicherstellen
  → Erreichen von Arbeitsstätten ermöglichen/sicherstellen

Ziele Projekt 3: Leerstandsmanagement

- Eine landkreisweite Übersicht über bestehende Innenentwicklungspotenziale und existierende „Gegenmaßnahmen" erlangen.
- Den Austausch der Kommunen zum Thema „Leerstandsmanagement" (Erfahrungen und Strategien) fördern oder aufbauen, um Synergien nutzen zu können.
- Eine Grundlage schaffen, um eine zukunftsfähige Siedlungsentwicklung gewährleisten, weitere Leerstände verhindern und die existierenden Leerstände in der Zukunft neuen Besitzern und damit einer erneuten Nutzung zuführen, das Erscheinungsbild der Ortskerne verbessern sowie eine weitere Abwanderung verhindern zu können. (Dies soll im weiteren Verlauf (nach 2018) umgesetzt werden. Falls eine erneute Nutzung im bisherigen Sinne aufgrund zum Beispiel unrealistischer Preisvorstellungen der Besitzer nicht realisierbar ist, ist die Umsetzung von Zwischennutzungskonzepten (z.B. Kunst in Kooperation mit dem Oberpfälzer Künstlerhaus) denkbar.)

HANDLUNGSFELD REGIONALE IDENTITÄT

Ziele Projekt 4: Der Landkreis als Marke

- Ein vielseitig nutzbares Logo mit Wiedererkennungswert generieren.
- Eine einheitliche Corporate Identity (CI), die für alle Mitarbeiter und alle Unternehmen nutzbar ist, entwickeln.
- Die Wahrnehmung und Wiedererkennung (Bekanntheitsgrad) der Region nach innen und außen durch einen einheitlichen und stimmigen Auftritt erhöhen.
  → Schaffung einer regionalen Identität und Vermarktung des Landkreis Schwandorf als großes Ganzes
  → Generierung positiver Assoziationen zum Landkreis Schwandorf
- (Zusätzliche) Multiplikatoren für den Landkreis generieren.

→ Fachkräfte, die eigenen Bürger, Unternehmen, Investoren, Gäste und Fans gewinnen und binden.

Ziele Projekt 5: Direktvermarktermagazin mit Logo

- Bereitstellung eines Marketingmittels für regionale Anbieter.
- Eine Erhöhung der Identifikation mit der Region, mit regionalen Produzenten und Produkten erreichen.
- Den Bekanntheitsgrad der regionalen Anbieter und ihrer Produkte erhöhen und die direkten Verbrauchervorteile (Frische, kürzere Transportwege, Produktion von umweltverträglichen, gesunden Produkten, Stärkung der Land-Stadt-Beziehungen, Transparenz/Herkunftsnachweis, Förderung regionaler Herkunft, Sicherung der landwirtschaftlichen Wertschöpfung, Rückbesinnung auf Bewahrtes und Vertrautes) dieser Art der Ernährung aufzeigen, um einen positiven Effekt auf das Verbraucherbewusstsein zu erzielen.
- Regionale Anbieter unterstützen und stärken und eine Erhöhung der Einnahmen dieser ermöglichen.

1.2.3 Projektinhalte: Ableitung von Projekten im Rahmen der Handlungsfelder

Wie die eben genannten Ziele umgesetzt werden sollen, wird innerhalb der nächsten Abschnitte deutlich werden.

HANDLUNGSFELD INNOVATION UND WETTBEWERBSFÄHIGKEIT

Projektinhalt Projekt 1: erlebnisorientiertes Standortmarketing

Das Projekt „das plus der oberpfalz“ ist als Kooperationsraum aus dem Regionalplan an der Drehscheibe A6/A93 (Landkreis Neustadt a. d. Waldnaab: Luhe-Wildenau; Landkreis Schwandorf: Nabburg, Pfreimd, Wernberg-Köblitz; kreisfreie Stadt Weiden i. d. Opf.), rund um das Autobahnkreuz Oberpfälzer Wald entstanden. Der Ordnungs- und Entwicklungsraum am Autobahnkreuz und entlang der BAB93 mit Schwerpunktfunktion Gewerbe wurde als Verein institutionalisiert und im Laufe der Jahre entlang der Autobahnen A6/A93 erweitert. Der Verein zählt derzeit (Juni 2016) 12 kommunale und zwei gewerbliche Mitglieder. Von den kommunalen Mitgliedern liegen acht, von den gewerblichen eines im Landkreis Schwandorf. Zudem hat der Verein „das plus der oberpfalz“ seinen Sitz im Markt Wernberg-Köblitz im Landkreis Schwandorf. Damit kann der Landkreis Schwandorf zusammengefasst den größten Nutzen aus der bestehenden Kooperation ziehen. Bayernweit einzigartig arbeiten hier die Kommunen aus vier Landkreisen freiwillig im Bereich der Wirtschaftsförderung/Gewerbeansiedlung zusammen. Sowohl kleine Kommunen mit eher wenig Einwohnern und Flächen (z.B.: Guteneck), als auch wirtschaftliche Schwergewichte (z.B.. Wackersdorf) ziehen hier an einem Strang. Gemeinsames Auftreten und Werbung für die gesamte Region stehen grundsätzlich im Vordergrund der Aktivitäten des Vereins.

Als Neuerungen gegenüber dem derzeitigen Projekt „das plus der oberpfalz“ sind für das geplante Projekt folgende zu nennen: Zum einen wird die Netzwerkarbeit durch eine vermehrte persönliche Ansprache und Kontaktaufnahme verstärkt. Sie soll sowohl über das Gebiet des „plus der oberpfalz“, als auch den Landkreis Schwandorf hinausgehen. Zum anderen wird eine neue Ausrichtung des Standortmarketings verfolgt werden. Im Rahmen des Förderzeitraums von 01.11.2016 bis 31.12.2018 liegt der Fokus also nicht mehr auf den „harten“ Standortfaktoren Verkehrsanbindung, Flächengröße und Flächenpreis, sondern auf einem einzigartigen, erlebnisorientierten Standortmarketing, um die Region für potentielle Investoren tatsächlich persönlich erlebbar zu machen. Dieser Ansatz wird bisher nirgends anders verfolgt. Hauptargument für den Standort ist nun die hervorragende, vielfältige Lebensqualität für die künftigen Unternehmer und Arbeitnehmer innerhalb kurzer Distanzen. Zudem soll das Zielgebiet des erlebnisorientierten

Standortmarketings in der Zukunft durch den gesamten Landkreis Schwandorf gebildet werden. Der Bekanntheitsgrad des Landkreis Schwandorf wird deutschlandweit weiter steigen und sich positiv überregional bemerkbar machen.

Die Veranstaltung, welche hierzu beiträgt, ist das „Cross Golf"-Event. Dieses wird zu Beginn – in Kooperation mit dem Verein „das plus der oberpfalz" – auf dem Gebiet des „plus der oberpfalz" als Art „Pilotprojekt" (2017) getestet werden. Später (2018) soll es auf den gesamten Landkreis Schwandorf ausgeweitet werden. Um auch beim „Pilotprojekt" für den gesamten Landkreis einen Nutzen zu erzielen, wird auch auf die außerhalb des „plus der oberpfalz" liegenden Kommunen hingewiesen werden und Material über den Landkreis Schwandorf bereitgestellt werden. Zudem wäre zu Beginn der Veranstaltung eine Begrüßung durch den Landrat des Landkreis Schwandorf denkbar.

Da ein solches Event bisher nirgends anders ausgetestet wurde, wird mit ihm ein innovativer Weg gegangen. Es werden verschiedene Akteure („Pilotprojekt": potentielle neue Unternehmer, Investoren, Akteure der Immobilienbranche) eingeladen werden, um Flächen zu erleben. Hierin zeigt sich auch der Unterschied zur 2015 stattgefundenen Entdeckertour, bei welcher die reine Vermarktung der verfügbaren Flächen und die harten Standortfaktoren im Vordergrund standen. Beim „Pilotprojekt" Cross-Golf wird auf Gewerbeflächen, also unabhängig von präparierten Flächen, Golf gespielt werden. Dadurch wird der Faktor „Erleben" aufgenommen. Gleichzeitig kann der zweite Schwerpunkt (Netzwerkarbeit) eingebaut werden. Zum einen soll mit einem vor Ort ansässigen Golfplatz zusammengearbeitet werden, welcher die Veranstaltung durch Coachs und Material unterstützen kann. Zum anderen werden die Teilnehmer in Teams spielen und somit beginnen Kontakte zu knüpfen. Diese können sie im Rahmen des am gleichen Tag sattfindenden Netzwerktreffens vertiefen. Da jeder, auch ohne Golfvorkenntnisse teilnehmen kann, richtet sich die Veranstaltung nicht nur an eine spezielle, elitäre Zielgruppe, sondern jeder kann teilnehmen. Treten die Akteure in Kontakt und werden sie später im Landkreis Schwandorf ansässig, bilden sich daraus weitreichende Netzwerke. Innerhalb dieser wird es zur Entwicklung und Umsetzung innovativer Ideen kommen. Diese tragen wiederum zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der Region bei. Je nach Verlauf des „Pilotprojektes" ist es für die Ausweitung denkbar weitere Akteursgruppen einzubinden und das Programm dementsprechend anzupassen. Solche Änderungen können aber erst nach einer Evaluation der Testphase erfolgen.

Indem sich die Region weiterhin positiv entwickelt, werden auch weitere Akteure oder Unternehmen im Landkreis Schwandorf interessiert sein sich an einem Zusammen-

schluss zu beteiligen. Damit kann das Netzwerk ausgebaut werden und sich eine positiv ausstrahlende Wirkung auf den Gesamtlandkreis entwickeln. Indem auch externe, überregional agierende Unternehmen durch das erlebnisorientierte Standortmarketing auf die Region und den Landkreis aufmerksam werden, kann das Projekt aktiv zur Vermarktung des gesamten Landkreis Schwandorf beitragen.

Maßnahmen:

Einführung eines innovativen, erlebnisorientierten Standortmarketings durch

- Planung, Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung eines innovativen, erlebnisorientierten Standortmarketingevents: 2017 auf dem Gebiet des „plus der oberpfalz“, 2018 ausgeweitet auf den Landkreis Schwandorf
- Erstellung und Verwendung neuer Werbematerialien, wie Beachflags und gelabelten Golfbällen, um die Region im Gedächtnis von Unternehmern, Multiplikatoren und weiteren wichtigen Akteuren zu verankern (Wiedererkennung, Bekanntheitsgrad steigern) → können auch bei anderen Veranstaltungen verwendet werden (Mehrwert)
- Verstärkung der Netzwerkarbeit innerhalb des Zusammenschlusses, über diesen und über den Landkreis Schwandorf hinaus.
  → Hemmschwellen abbauen (z.B. den Dialog zwischen Wirtschaft und Politik verbessern)
- Auflage eines Flyers für das erlebnisorientierte Standortevent.

Da im Rahmen dieses Projektes mit dem Verein „das plus der oberpfalz e.V.“ zusammengearbeitet wird, erfolgt im Folgenden eine Abgrenzung der Aufgaben der Geschäftsführung des Vereins von den Aufgaben des Regionalmanagements. „Die Geschäftsführung arbeitet im Rahmen der Vereinsziele, der Satzung und in enger Abstimmung mit den Vereinsorganen eigenverantwortlich und selbstständig. Sie organisiert die internen Vereinsabläufe, informiert Vorstände und Beiratsmitglieder zwischen den Vorstandssitzungen und setzt die Beschlüsse der Vereinsorgane um, soweit hierfür nicht schon der Vorstand zuständig ist […]“ (Vereinssatzung §6 Abs. 4). In Bezug auf Projekte gibt die Geschäftsführung in Absprache mit dem Vereinsvorstand Ideen und Themen vor. Es ist zu beachten, dass die Geschäftsleitung diese Tätigkeit nicht in Vollzeit, sondern nur „nebenbei“ ausführt. Das Regionalmanagement übernimmt daher eine breite, unterstützende Rolle. Es hilft bei der Organisation von Projekten und Veranstaltungen, welche im Rahmen des Regionalmanagements angedacht sind (siehe geschlossene Kooperationsvereinbarung).

HANDLUNGSFELD SIEDLUNGSENTWICKLUNG

Projektinhalt Projekt 2: Mobilitätskonzept ÖPNV landkreisweit

Wie weiter oben bereits beschrieben wurde, ist es unumgänglich den Landkreis Schwandorf mit einem ausreichenden, zukunftsfähigen ÖPNV-Angebot auszustatten, also die mangelhafte Versorgung im Bereich ÖPNV (vor allem) im nordöstlichen Landkreis Schwandorf zu verringern. Als grundlegend für die Umsetzung eines Netzausbaus (Durchführung im Rahmen einer weiteren Förderung) wird folgende Maßnahme erachtet:

Ausschreibung eines Mobilitätskonzeptes inklusive Vollbefragung der Bevölkerung zum Mobilitätsverhalten im gesamten Landkreis Schwandorf. Mit einer solchen Befragung sollen primär die derzeit fehlenden Verbindungen im System identifiziert werden, welche einen realen Bedarf haben. Diese sollen dann innerhalb eines anderen Förderprogramms (ÖPNV Förderung) in die Realität mittels bedarfsorientiertem Verkehr und neuen Bedienformen umgesetzt werden. Für die Erstellung des Mobilitätskonzepts (Erhebung der Daten sowie deren Auswertung, unterstützende Marketing- und Informationsveranstaltungen, zum bestehenden Liniennetz zusätzliche Liniennetzplanung und Absprache mit beteiligten Unternehmen) wird sinnvoller Weise ein Unternehmen mit bestehender Erfahrung in diesem Bereich gesucht werden. Dies ist notwendig, da die Erhebung im geplanten Umfang im Regionalmanagement aufgrund begrenzter Personal- und Zeitverfügbarkeit nicht umsetzbar sein wird. Zudem sind im Regionalmanagement für das (weitere) Vorgehen keine Mitarbeiter mit ausreichenden Fähigkeiten, Fertigkeiten und Kenntnissen vorhanden.

Projektinhalt Projekt 3: Leerstandsmanagement

Aufgrund des dargestellten Handlungsbedarfs ist es wichtig im gesamten Landkreis Schwandorf den aktuellen Stand an Innenentwicklungspotenzialen zu erfassen. Nur wenn bekannt ist, wo bereits Handlungsbedarf besteht und in Zukunft ein solcher entstehen wird, kann einer negativen Siedlungsentwicklung entgegengewirkt werden. Da sich bereits ein Teil der Kommunen mit dem Thema Leerstandsmanagement befasst hat, können die anderen von diesen lernen. Somit wird einer Verschlechterung in der Siedlungsentwicklung im Landkreis Schwandorf entgegengewirkt. Dafür wären diese Maßnahmen angedacht:

- Abfragen bereits bekannter Innenentwicklungspotenziale (Leerstände, Gebäude mit Restnutzung, (Brach-)Flächen, Baulücken) bei den Kommunen.
- Eintragung der bekannten beziehungsweise ermittelten Potenziale in das Landkreis GIS und interne Nutzung des Tools (Erstellung von Karten um einen Überblick über die Leerstände zu erhalten, Ausgabe von Anzahl und Flächen der Potenziale, Hinterlegen von Daten zu den Gebäuden und Flächen).
- Recherche weiterer Daten, wie des Alters der Eigentümer, um abschätzen zu können, bei welchen Immobilien in den nächsten Jahren Handlungsbedarf bestehen wird.
- Recherche der Vermiet-, Verkaufs- und/oder Sondernutzungsbereitschaft der Eigentümer.
- Sammlung und Bündelung der bereits bei den einzelnen Kommunen praktizierten Einzelmaßnahmen im Bereich Leerstand (z.B.: kulturelle Zwischennutzung, abendliche Events, Schaufenstergestaltung, Gutachten). Anschließende Bereitstellung des „Katalogs“ für alle Landkreiskommunen (Stichwort: Best Practice).

HANDLUNGSFELD REGIONALE IDENTITÄT

Projektinhalt Projekt 4: Der Landkreis als Marke

Dieses Themenfeld ist neu für das Regionalmanagement – es wurden bislang keine primären Standortmarketingmaßnahmen für den Landkreis Schwandorf unternommen. Deshalb ist ein Markenbildungsprozess zusammen mit einem externen Büro angedacht. Dafür sind folgende, grundlegende Maßnahmen geplant:

- Erstellung einer Kommunikationsstrategie und eines Marketingkonzeptes mit Entwicklung eines Logos, Leitbilds und kompletter Corporate Identity (Markenbildung, Wording/Slogan, Inhalte und Medien, Partner und Netzwerke) sowie Durchführung begleitender, einführender Maßnahmen. Da im Regionalmanagement kein Werbefachmann, Grafiker oder Marketingspezialist beschäftigt wird, der das entsprechende Wissen sowie die passenden Fertigkeiten, Fähigkeiten und Kenntnisse hat, um die genannten Elemente selbst entwickeln zu können, wird ein professionelles, auf Marketing spezialisiertes, Büro bestimmt werden, welches diese Aufgaben konkret und zielführend bearbeiten kann. Es wird unkompliziert mit den für das Projekt relevanten Multiplikatoren aus Wirtschaft (Unternehmen, Kammern), Politik (Bürgermeister) und Gesellschaft (Vereine, Bürgerschaft) zusammenarbeiten (Arbeitskreise) und bei der Gestaltung die notwendige Kombinierbarkeit mit weiteren beziehungsweise die nötige Integration anderer Logos berücksichtigen.

- Darauf aufbauend werden Marketing-Botschafter für die Region gewonnen. Wichtig hierbei ist nicht die Quantität, sondern die Qualität der Strategie. Ihr Inhalt soll von den Botschaftern verstanden und konsequent transportiert, also „gelebt“ werden.
- Anpassung und Ausrichtung des künftigen Marketings und der Kommunikation auf die erarbeiteten Elemente.

Projektinhalt Projekt 5: Direktvermarktermagazin mit Logo

Im aktuellen Projekt „Direktvermarktung“ der dritten Phase der Anschubfinanzierung wurde die Direktvermarkter-Datenbank „original regional aus dem oberpfälzer wald“ mit 29 eingetragenen von 96 bekannten Direktvermarktern im Landkreis Schwandorf bereits umgesetzt. Der listenförmige „Einkaufsführer für die Hosentasche“ mit einer Auflage von 5.000 Exemplaren ist ebenfalls bereits umgesetzt, publiziert und über unterschiedliche Verteiler (Landratsamt, Tourismusbüros, Kommunen, Freilandmuseum) der Öffentlichkeit präsentiert worden. Hier können die Anbieter jeweils nach Postleitzahl oder Ort sowie nach unterschiedlichen Produktgruppen gesucht werden. Diese beiden Ausführungen sind im bestehenden Handlungskonzept der dritten Phase der Anschlussförderung enthalten und wurden in enger Kooperation mit dem Regionalmanagement Neustadt a. d. Waldnaab für den touristischen Raum „Oberpfälzer Wald“ realisiert.

Um die aufgeführten Ziele des geplanten Projektes im Zeitraum 01.11.2016 bis 31.12.2018 zu erreichen und sich vom vorangegangenen Projekt abzugrenzen, werden die im Folgenden aufgezeigten Maßnahmen verfolgt:

- Im Rahmen des neuen Projektes soll kein listenförmiges Verzeichnis der Anbieter von Verkaufsstellen oder Produkten, wie es derzeit im Einkaufsführer und in der Online-Datenbank der Fall ist, fortgeführt werden, sondern eine emotionale Ansprache des Verbrauchers erfolgen und damit eine erhöhte regionale Verbundenheit geschaffen werden. Erzielt werden soll diese durch ein professionell gestaltetes Hochglanzmagazin, welches „Hofgeschichten“ enthalten wird. In diesen werden die Betriebe authentisch und emotional dargestellt. Darüber kann ein direkter Bezug zum Produzenten hergestellt werden. Der Aspekt der Persönlichkeit in den Betrieben und gegenüber dem Verbraucher kann dadurch wiederum hervorgehoben und somit das Bewusstsein für die Bedeutung der regionalen Versorgung erhöht werden. Um dies zielführend umsetzen zu können, wird eine Ausschreibung von Fotographie, Redaktion, Layout und Druck des Magazins erfolgen, da im Regionalmanagement kein

Werbefachmann, Grafiker oder Marketingspezialist beschäftigt wird, der die genannten Elemente selbst entwickeln könnte. Diese Schritte sollen alle an ein externes Büro vergeben werden, um ein professionelles Produkt, das aus einer Hand kommt, generieren zu können. Eine Zuarbeit kann in Absprache mit dem dann beauftragten Büro im Rahmen der Erstellung der Geschichten erfolgen (Aufnahme/Sammlung von Grundlagen und evtl. Formulierung von Texten).

- Außerdem ist die Erstellung eines mit dem neuen Landkreislogo (Projekt 4) korrespondierenden Logos der „Produkte aus Schwandorf“ (Arbeitstitel) geplant. Dieses soll in das Magazin integriert werden. Dadurch wird die Identifikation mit der Region, den regionalen Anbietern und Produkten gesteigert und das Bewusstsein für den regionalen Einkauf gestärkt. Auch hiermit wird das professionelle, auf Marketing spezialisierte Büro beauftragt werden. Mit diesem sollte ein unkompliziertes Zusammenarbeiten, das auch ein spontanes Lösen von Fragestellungen erlaubt, möglich sein.
- Die Kontaktdaten zu den Produzenten sollen in einer knappen Darstellung dem hochwertigen Magazin als Einleger (vier bis sechs Seiten) beigefügt werden, um diesen Teil mit einfachen Mitteln auf einem aktuellen Stand halten zu können. Außerdem wird im Hochglanzmagazin auf Direktvermarkter-Datenbanken („original regional aus dem Oberpfälzer Wald“ und Datenbank der Tourismusarbeitsgemeinschaft Oberpfälzer Wald) verwiesen werden, da dort die aktuellsten Daten abrufbar sind.

Da eine Umsetzung des Magazins ohne die Bereitstellung von Fördermitteln nicht umsetzbar ist, sind derzeit nach Ende des Förderzeitraums 01.11.2016 bis 31.12.2018 keine weiteren Auflagen des Magazins geplant. Dennoch wird bei den beteiligten Betrieben abgefragt werden, ob diese bereit wären die Finanzierung einer/von weiteren Auflage(n) oder zumindest des Einlegers zu übernehmen.

Verbindung zwischen den Einzelprojekten

Betrachtet man die geplanten Projekte übergreifend, zeigt sich, dass sie sich in gewissem Maße gegenseitig unterstützen. Dies zeigt sich unter anderem bei folgenden Aspekten: Indem im Rahmen von Projekt 1 Arbeitsplätze gesichert und neue geschaffen werden, können ansässige Bewohner im Landkreis Schwandorf gehalten und neue gewonnen werden. Neue Einwohner, werden in den ländlichen Raum ziehen, wenn aufgrund des Projektes 3 Leerstände vermarktet und somit die Ortsbilder verbessert werden kön-

nen. Die neuen Einwohner tragen wiederum zur weiteren Stabilisierung der Siedlungsstruktur bei. Um die Bewohner vor Ort zu halten und neue gewinnen zu können, ist es zudem hilfreich, wenn der ÖPNV auf Grundlage von Projekt 2 zukunftsfähig ausgebaut werden kann. Neue Bewohner und Unternehmen können auch durch den in Projekt 4 entwickelten Marketingprozess auf den Landkreis aufmerksam werden. Die durch Projekt 1 gesicherten oder gewonnenen Arbeitsplätze helfen zudem den Direktvermarktern (Projekt 5), welche als Nebenerwerbslandwirte tätig sind, ihr Einkommen zu verbessern und die Abhängigkeit vom landwirtschaftlichen Erwerb zu verringern.

1.2.4 Übereinstimmung mit landesplanerischen Vorgaben

Der Landkreis Schwandorf besteht aus 33 Gemeinden. Alle Gemeinden des Landkreises werden im LEP dem ländlichen Raum zugeordnet und als Raum mit besonderem Handlungsbedarf deklariert. Die Städte des Städtedreiecks Burglengenfeld, Maxhütte-Haidhof und Teublitz stellen neben der Stadt Schwandorf, Oberviechtach, Nabburg und Neunburg v. Wald die Mittelzentren im Landkreis dar (siehe Abbildung 9).

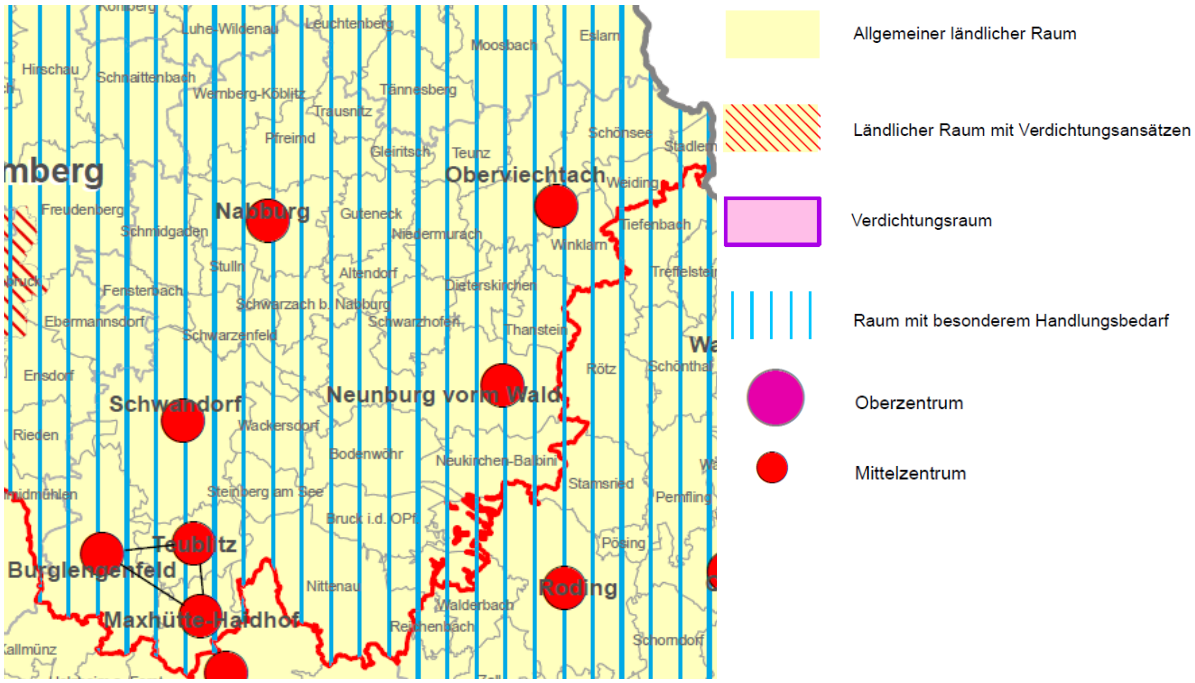

Abbildung 9: Ausschnitt aus der Strukturkarte des LEP Bayern 2013
(Quelle: StMFLH 2013)

Von den geplanten Projekten können zu verschiedenen Zielen und Grundsätzen des **Landesentwicklungsprogramms Bayern** (StMFLH 2013) Verbindungen festgestellt werden.

1.1 Gleichwertigkeit und Nachhaltigkeit

1.1.1 Gleichwertige Lebens- und Arbeitsbedingungen

(Z) *In allen Teilräumen sind gleichwertige Lebens- und Arbeitsbedingungen zu schaffen oder zu erhalten. Die Stärken und Potenziale der Teilräume sind weiter zu entwickeln. Alle überörtlich raumbedeutsamen Planungen und Maßnahmen haben zur Verwirklichung dieses Ziels beizutragen.*

Die Erreichung des Ziels gleichwertiger Lebensbedingungen wird durch das Projekt 2 („Mobilitätskonzept ÖPNV landkreisweit“) unterstützt werden, indem alle Bewohner des Landkreis Schwandorf durch den im weiteren Schritt angedachten Ausbau des ÖPNV-Netzes die Möglichkeit bekommen zentrale Orte unkompliziert zu erreichen. Eine Schaffung gleichwertiger Arbeitsbedingungen wird durch das Projekt 1 („erlebnisorientiertes Standortmarketing“) angestrebt, da hier wohnortnah diverse Arbeitsplätze erhalten und neue geschaffen werden. Mit dem vierten Projekt („Der Landkreis als Marke“) werden die Stärken und Potenziale der Region weiter entwickelt, da mit den angedachten Elementen die Verbundenheit mit der Region und deren Bekanntheitsgrad gesteigert werden kann.

(G) *Hierfür sollen insbesondere die Grundlagen für eine bedarfsgerechte Bereitstellung und Sicherung von Arbeitsplätzen, Wohnraum sowie Einrichtungen der Daseinsvorsorge und zur Versorgung mit Gütern geschaffen oder erhalten werden.*

Durch das erste Projekt wird die Grundlage geschaffen Arbeitsplätze zu sichern und weitere bereitzustellen, indem die ansässigen Unternehmen gefördert, aber auch neue Unternehmen angeworben werden. Die Projekte 2 und 5 tragen dazu bei die Versorgung mit Gütern zu sichern. Wird auf Grundlage des Mobilitätkonzeptes das ÖPNV-Netz ausgebaut, wird es Personen, die nicht die Möglichkeit haben am MIV teilzunehmen oder diesen aus persönlichen Gründen nicht nutzen möchten, ermöglicht Daseinsvorsorgeeinrichtungen zu erreichen und sich mit Gütern zu versorgen. Indem die Bekanntheit und die Akzeptanz der regionaler Anbieter und Produkte mittels des Direktvermarktermagazins gesteigert werden, wird ein Beitrag zur Sicherung der Versorgung mit Gütern geleistet.

1.2 Demographischer Wandel

1.2.2 Abwanderung vermindern

(G) *Die Abwanderung der Bevölkerung soll insbesondere in denjenigen Teilräumen, die besonders vom demographischen Wandel betroffen sind, vermindert werden.*

(G) *Hierzu sollen bei raumbedeutsamen Planungen und Maßnahmen die Möglichkeiten*

- *zur Schaffung und zum Erhalt von dauerhaften und qualifizierten Arbeitsplätzen,*
- *zur Sicherung der Versorgung mit Einrichtungen der Daseinsvorsorge,*
- *zur Bewahrung und zum Ausbau eines attraktiven Arbeits- und Lebensumfelds insbesondere für Kinder, Jugendliche, Auszubildende, Studenten sowie für Familien und ältere Menschen*

genutzt werden.

Mit Projekt 1 wird die Maßnahme verfolgt Arbeitsplätze zu schaffen und zu halten, indem die ansässigen Unternehmen unterstützt und durch das erlebnisorientierte Standortmarketing auch zusätzliche Betriebe angesiedelt werden sollen. Um den sicheren Zugang zu Daseinsvorsorgeeinrichtungen zu gewährleisten, wird es mit Projekt 2 angestrebt die Grundlage zu schaffen, um das ÖPNV-Netz im gesamten Landkreis zukunftsfähig ausbauen zu können. Nur wenn ein solches Netz gegeben ist, können Menschen, die auf den ÖPNV angewiesen sind, an ihrem Wohnort verbleiben. Ist dieses nicht gegeben, werden sie in Orte mit ausreichender Versorgungsfunktion abwandern. Projekt 3 trägt dazu bei ein attraktives Lebensumfeld zu bewahren beziehungsweise auszubauen, indem verhindert wird, dass immer mehr Gebäude leer stehen. Liegt ein attraktives Ortsbild vor, steigt die Wahrscheinlichkeit, dass bereits dort Wohnenden vor Ort bleiben und potentielle neue Bewohner angezogen werden. Indem mit Projekt 5 lokale Lebensmittel-Anbieter unterstützt werden, hilft dieses Projekt den Grundsatz zu erfüllen, Einrichtungen der Daseinsvorsorge zu sichern.

1.2.6 Funktionsfähigkeit der Siedlungsstrukturen

(G) *Die Funktionsfähigkeit der Siedlungsstrukturen einschließlich der Versorgungs- und Entsorgungsinfrastrukturen soll unter Berücksichtigung der künftigen Bevölkerungs-entwicklung und der ökonomischen Tragfähigkeit erhalten bleiben.*

Um die Funktionsfähigkeit der Siedlungsstruktur unter den genannten Faktoren erhalten zu können, ist es notwendig die Abwanderung aus den betroffenen Gebieten zu vermindern. Somit tragen zur Erreichung dieses Grundsatzes die eben zum Punkt 1.2.2 (LEP) genannten Projekte bei.

1.4 Wettbewerbsfähigkeit

1.4.4 Kooperation und Vernetzung

(G) *Durch Kooperation und Vernetzung sowie durch interkommunale Zusammenarbeit sollen innerhalb von Teilräumen sowie zwischen Teilräumen – auch grenzüberschreitend –*

- vorhandene Standortnachteile ausgeglichen,

- Synergien im Hinblick auf die teilräumliche Entwicklung geschaffen und genutzt,

- regionale Potenziale identifiziert, genutzt und deren Vermarktung optimiert sowie

- die Innovationsfähigkeit erhöht

werden.

Dieser Grundsatz wird mit dem ersten Projekt verfolgt. Indem ein vermehrtes Augenmerk auf die Netzwerksarbeit gelegt wird, sollen verschiedenste Akteure innerhalb des Landkreis Schwandorf und darüber hinaus miteinander in Kontakt treten und Kooperationen aufbauen. Dadurch entstehen vielseitig nutzbare Synergien. Wenn mehrere Akteure zusammenarbeiten und sich untereinander austauschen, steigt die Wahrscheinlichkeit, dass sie innovative Ideen entwickeln. Gemeinsam sind solche Ideen leichter umsetzbar, da Kosten und Aufwand geteilt werden. Über das erlebnisorientierte Standortmarketing werden regionale Potenziale hervorgehoben und somit die Vermarktung der Region optimiert.

3 Siedlungsstruktur

3.2 Innenentwicklung vor Außenentwicklung

(Z) *In den Siedlungsgebieten sind die vorhandenen Potenziale der Innenentwicklung möglichst vorrangig zu nutzen. Ausnahmen sind zulässig, wenn Potenziale der Innenentwicklung nicht zur Verfügung stehen.*

3.3 Vermeidung von Zersiedelung

(G) *Eine Zersiedelung der Landschaft und eine ungegliederte, insbesondere bandartige Siedlungsstruktur sollen vermieden werden.*

Indem mit Projekt 3 die bestehenden Innenentwicklungspotenziale erfasst und im Landkreis-GIS eingegeben werden, wird die Grundlage geschaffen die bestehenden ungenutzten Immobilien und Flächen einer neuen Nutzung zuzuführen. Indem die vorhandenen Potenziale gegenüber dem Neubau von Gebäuden bevorzugt werden, soll die Innen- über die Außenentwicklung gestellt und einer Zersiedlung der Landschaft entgegengewirkt werden.

4.1.3 Verbesserung der Verkehrsverhältnisse und der Verkehrserschließung

(G) *Im ländlichen Raum soll die Verkehrserschließung weiterentwickelt und die Flächen-bedienung durch den öffentlichen Personennahverkehr verbessert werden.*

Dieser Grundsatz wird mit Projekt 2 bearbeitet. Durch eine landkreisweite Erhebung der Bedarfe im öffentlichen Verkehr und eine weitere Bearbeitung dieser Daten wird die Grundlage geschaffen, um später das ÖPNV-Netz auszubauen.

Bezogen auf den **Regionalplan für die Region Oberpfalz-Nord** (Planungsverband 2014) können für die geplanten Projekte Übereinstimmungen mit den folgenden ***überfachlichen Zielen*** festgehalten werden.

Das Ziel 1 der überfachlichen, übergeordneten Ziele (Bereich I), eine Chancengleichheit für alle Bewohner der Region zu sichern und nachhaltig zu fördern und somit gleichwertige Lebensbedingungen zu schaffen, wird durch das Projekt 2 unterstützt. Indem die Grundlage geschaffen wird, das ÖPNV-Netz im Landkreis Schwandorf in einem weiteren Schritt auszubauen, wird angestrebt allen Bewohnern die Möglichkeit zu bieten Orte höherer Zentralitätsstufen und damit verbunden Daseinsvorsorgeeinrichtungen zu erreichen. Im Rahmen von vier Projekten wird das übergeordnete Ziel 2, die Wirtschaftskraft der Region zu erhalten und zu stärken, verfolgt. Um dies zu erreichen, soll das Regionalmanagement, als im Regionalplan explizit genannte Maßnahme, zum Einsatz kommen. Das Projekt 1 unterstützt die ansässigen Betriebe und verbessert die Voraussetzungen für Betriebsansiedlungen durch die neue Ausrichtung auf den Erlebnisfaktor und die verstärkte Netzwerkarbeit. Durch das Projekt 4 wird die im Regionalplan aufgeführte Maßnahme des Regionalmarketing aufgegriffen, um den Landkreis bekannter zu machen und dessen Image sowohl innerhalb, als auch nach außen zu verbessern. Das gleiche Ziel wird auch mit Projekt 5 („Direktvermarktermagazin mit Logo“) bearbeitet. Hier kommt ein weiterer Teilbereich des übergeordneten Ziels 2 aus dem Regionalplan hinzu, indem eine Regionalisierung der Märkte angestrebt und eine Wirtschaft der kurzen Wege über die Förderung der Waren aus der Region unterstützt wird. Die Regionalisierung der Märkte findet auch in Projekt 2 einen Anklang, da der lokale beziehungsweise regionale Arbeitsmarkt gestärkt wird. Arbeitskräfte, welche auf den ÖPNV angewiesen sind, um ihre Arbeitsstätte zu erreichen, wie Jugendliche, werden leichter in der Region gehalten. Dies trägt auch zur Fachkräftesicherung und damit zum Erhalt und zur Stärkung der Wirtschaftskraft bei.

Im überfachlichen Bereich II (Raumstrukturen) können Verbindungen zum Ziel 2.3 hergestellt werden. Mit Projekt 1 wird es angestrebt die Erwerbsmöglichkeiten in Wohnortnähe zu verbessern, indem Arbeitsplätze durch die Unterstützung der ansässigen Unternehmen und die angestrebte Ansiedlung neuer Betriebe erhalten beziehungsweise ausgebaut werden. Durch das Projekt 5 wird dazu beigetragen eine leistungsfähige und umweltverträgliche Land- und Teichwirtschaft zu erhalten und weiter zu entwickeln. Dies wird durch die Steigerung der Bekanntheit und der Akzeptanz der regionalen Produzenten und Produkte erreicht. Indem die Vernetzung im Landkreis Schwandorf durch die verschiedenen Projekte gestärkt wird, wird auch das Ziel 4.2, die Kooperationsräume „Drehscheibe A6/A93“ und „Schwandorf/Wackersdorf/Steinberg“ in ihrer interkommunalen Zusammenarbeit zu unterstützen, verfolgt.

Die Projekte können auch auf die ***fachlichen Ziele*** des Regionalplans bezogen werden.
Dem fachlichen Ziel 1.1 des Fachbereichs II (Siedlungswesen) kann vor allem das Projekt 3 („Leerstandsmanagement“) gerecht werden. Durch die Erfassung und Weitervermittlung von ungenutzten Gebäuden und Flächen wird eine aktive und vorausschauende Bodenpolitik der Kommunen unterstützt und somit ein Beitrag dazu geleistet werden die Innen- über die Außenentwicklung zu stellen. Aber auch das zweite geplante Projekt wird zu einer nachhaltigen Stärkung der Siedlungsentwicklung beitragen, wenn mehr Bewohner aufgrund einer ausreichenden und zukunftsfähigen ÖPNV-Anbindung vor Ort wohnen bleiben. Damit wird auch das Ziel 1.2 unterstützt, da eine stabile oder steigende Anzahl an Bewohnern auf eine Siedlungsentwicklung hinwirkt, die in besonderem Maße zur Auslastung der Infrastruktureinrichtungen beiträgt. Als Gebiet mit besonderem Handlungsbedarf wird im Regionalplan auch der nordöstlichen Landkreis Schwandorf genannt.
Überschneidungen zu Zielen aus dem Fachbereich III (Land- und Forstwirtschaft) ergeben sich durch vier Projekte. Allem voran ist hier das Projekt 5 zu nennen. Mit ihm wird das allgemeine Ziel 1 die Landwirtschaft zu erhalten und zu stärken und somit die Lebensgrundlage der Landwirte zu sichern unterstützt, indem im Sinne des Ziels 2.1 eine standortgemäße Vermarktung gefördert wird. Hierüber trägt es auch dazu bei den Bestand an Versorgungseinrichtungen zu sichern, den Erhalt der Kulturlandschaft zu gewährleisten und einer weiteren Entvölkerung des ländlichen Raums entgegenzuwirken (Ziel 2.3). Die Projekte 2 und 3 helfen auch die Abnahme der Bevölkerung im ländlichen Raum einzudämmen. Durch eine bessere ÖPNV-Anbindung werden mehr Bewohner am Wohnort gehalten. Durch eine erneute Nutzung von Leerständen werden zum

einen neue Bewohner für die Ortschaften gewonnen. Zum anderen steigt die Attraktivität des Ortbildes, wenn weniger Leerstände vorhanden sind, was wiederum neue Bewohner anzieht und die ansässigen hält. Einem Teil des Ziels 2.3 wird zudem das Projekt 1 gerecht, da durch die Unterstützung der ansässigen Betriebe und die Ansiedlung neuer Unternehmen zusätzliche nichtlandwirtschaftliche Arbeitsplätze für Nebenerwerbslandwirte bereitgehalten beziehungsweise geschaffen werden.

Mit dem Projekt 1 wird durch die Bereithaltung und angestrebte Schaffung von Arbeitsplätzen auch das Ziel 1.5 aus dem Fachbereich IV (Gewerbliche Wirtschaft) bearbeitet. Dies wird durch die Ansiedlung neuer Betriebe oder insbesondere über die Stärkung bereits ansässiger Unternehmen erreicht. Damit wird die regionale Wirtschaftsstruktur verbessert und weiterentwickelt, sodass die wirtschaftliche Leistungskraft nachhaltig gestärkt wird (Ziel 1.1). Diese nimmt des Weiteren zu, wenn der technische und technologische Fortschritt gefördert werden. Hierzu trägt die angestrebte verstärkte Netzwerkarbeit bei, da eine Zusammenarbeit von Betrieben häufig dazu beiträgt die Innovationstätigkeit von Unternehmen, auch im technologischen Bereich, zu erhöhen. Zudem werden kooperierende Betriebe kostenaufwendige Technologien zusammen anwenden und dadurch wiederum Synergien ausnutzen.

Durch die eben beschriebenen Prozesse trägt das erste Projekt auch zur Erreichung von Zielen aus dem Fachbereich V (Arbeitsmarkt) bei. Durch die Schaffung weiterer Arbeitsplätze, auch in neuen Unternehmen, und die Förderung von technischen und technologischen Veränderungen, werden neuartige Arbeitsmöglichkeiten oder gar neue Berufe implementiert. Damit werden die beruflichen Chancen von Jugendlichen verbessert (Ziel 1). Um diese und andere auf den ÖPNV angewiesene Arbeitnehmer aus dem peripher gelegenen Gebieten zu unterstützen, ist es wichtig diese Gebiete an die Arbeitsplatzschwerpunkte anzubinden (Projekt 2). Nur so kann die Möglichkeit geschaffen werden, breitere Berufsmöglichkeiten unabhängig vom MIV oder von Fortzügen aus der Region nutzen zu können (Ziel 2.4). Über die Verringerung der Abwanderung aus dem peripher, ländlichen Raum durch die genannten Maßnahmen, besteht auch ein Bezug zum Projekt 3, da hiermit die Wahrscheinlichkeit sinkt, dass die Anzahl der Leerstände weiter steigt.

Als letztes kann ein Bezug zwischen dem Projekt 2 und Zielen des Fachbereichs IX (Verkehr und Nachrichtenwesen) hergestellt werden. Das Mobilitätskonzept wird die Grundlagen darstellen, um den ÖPNV weiter auszubauen. Damit wird es im weitergehenden Schritt dazu beitragen, dass der ÖPNV zur Herstellung und Sicherstellung

gleichwertiger Lebensbedingungen in allen Teilen der Region als eine vollwertige Alternative zum MIV ausgestaltet wird. Dies soll eine Anbindung der Wohnbereiche an Arbeitsstätten sowie öffentliche, soziale und kulturelle Einrichtungen sicherstellen (Ziel 2.1). Um dies zu erreichen wird, wie in Ziel 2.1.1 angesprochen, eine bedarfsgesteuerte Angebotsform fokussiert. Für diese Maßnahme wird der östliche Teil des Landkreis Schwandorf explizit genannt. Ziel ist hier auch die Leistungsfähigkeit des öffentlichen Personennahverkehrs in und zu den Mittelzentren Schwandorf und Burglengenfeld/Maxhütte-Haidhof/Teublitz zu verbessern und den ÖPNV vorrangig als attraktive und leistungsfähige Alternative zum motorisierten Individualverkehr auszubauen (Ziel 2.1.2).

1.3 Maßnahmenplan für die Projektdurchführung

Handlungsfeld	**INNOVATION UND WETTBEWERBSFÄHIGKEIT**
Projekttitel	***1. erlebnisorientiertes Standortmarketing***
Zuwendungsempfänger	Landkreis Schwandorf
Projektpartner	alle Mitglieder im Verein „das plus der oberpfalz e.V.“, Invest in Bavaria, Bayern Innovativ, Kommunen und Betriebe im Landkreis Schwandorf und darüber hinaus
Projektraum	„das plus der oberpfalz“ – landkreisübergreifendes Kooperationsgebiet rund um das Autobahnkreuz Oberpfälzer Wald Gesamter Landkreis Schwandorf
Projektziele	Der Fokus liegt zum einen auf einem innovativen, erlebnisorientierten Standortmarketing, um die Region als Gewerbestandort gemeinsam zu vermarkten. Zum anderen wird die Netzwerkarbeit den zweiten Schwerpunkt bilden. • Den Wiedererkennungswert des Landkreis Schwandorf erhöhen. • Den Bekanntheitsgrad des Landkreis Schwandorf deutschlandweit erhöhen. • Den Landkreis Schwandorf als potentiellen Gewerbestandort in die Köpfe potentieller Investoren bringen. • Ansiedlungen in den vorhandenen Gewerbegebieten erreichen. • Ein breites und tiefes Netzwerk aufbauen (viele verschiedene Akteure, die intensiv zusammenarbeiten). → Eine positive Ausstrahlung auf den Gesamtlandkreis erzielen.
Projektmaßnahme(n) *(mit Kurzbeschreibung der Aufgaben des Regionalmanagements)*	Verstärkung der Netzwerkarbeit durch vermehrte persönliche Ansprache und Kontaktaufnahme (intern) Neuausrichtung des Standortmarketings: Einführung eines innovativen, erlebnisorientierten Standortmarketings (weiche Standortfaktoren, Lebensqualität) (intern) Planung, Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung eines innovativen, deutschlandweit einmaligen, erlebnisorientierten Standortmarketingevents: „Cross-Golf-Event“ (2017) (intern, Zusammenarbeit mit Golfexperten): Potentielle neue Unternehmer, Investoren und Akteure der Immobilienbranche erleben die freien Gewerbeflächen. Der Fokus liegt auf den weichen Standortfaktoren (Erlebniswert und Lebensqualität des Landkreis Schwandorf). Es wird nicht nur das Gebiet des „plus der oberpfalz“ beworben, sondern auch die Kommunen, welche nicht im Vereinsgebiet liegen. Zudem wird eine Informationstüte über den Landkreis Schwandorf verteilt/bereitgestellt. ➔ Einzelmaßnahmen: Location Scouting, Einladungsmanagement, begleitende Öffentlichkeitsarbeit, Ermittlung der Referenten, Einladung und Marketing, Durchführung Netzwerkveranstaltung, Evaluierung

	Erstellung (extern) und Nutzung von Werbemitteln, wie Beachflags und gelabelten Golfbällen, welche auch bei anderen Veranstaltungen verwendet werden können (Mehrwert) → Wiedererkennungswert und Bekanntheitsgrad steigern Auflage eines Flyers für das erlebnisorientieret Standortevent (extern in Zusammenarbeit – Input zu Inhalt und Gestaltung von intern) Ausweitung des Zielgebietes auf den gesamten Landkreis Schwandorf (2018), Durchführung eines erlebnisorientierten Standortevents auf Landkreisebene Da im Regionalmanagement nicht das Personal mit dem entsprechenden Wissen und passenden Fähigkeiten und Fertigkeiten zur Verfügung steht, wird für die Maßnahmen, bei welchen dies vermerkt ist, ein externes Büro ausgewählt werden, welches diese Aufgabe gezielt bearbeiten kann. Weitere Angaben zu diesen Aspekten können erst später in Zusammenarbeit mit dem zu bestimmenden Büro erarbeitet werden.
Zeitplan	Beginn 01.11.2016 2016: Angebotseinholung: Erstellung neue Werbemittel und Flyer erlebnisorientiertes Standortevent 2017: erlebnisorientierte Standortmarketingveranstaltung (Cross Golf Event auf Gewerbefläche) im Gebiet des „plus der oberpfalz“ 2018: erlebnisorientierte Standortmarketingveranstaltung auf Ebene das Landkreis Schwandorf Ende 4. Quartal 2018
Umsetzungsstand	Das Projekt wurde noch nicht begonnen.
Evaluierungsindikatoren / Messgrößen	mindestens 1 Netzwerktreffen mit mindestens 40 Teilnehmern mehr als 1.000 angeschriebene/eingeladene Multiplikatoren deutschlandweit mehr als 20 Teilnehmer am ganztägigen Standort-Event Vergleich der Anzahl der Mitglieder im Verein jetzt und Ende 2018: eine Steigerung um 2 ist angestrebt

Handlungsfeld	**SIEDLUNGSENTWICKLUNG**
Projekttitel	***2. Mobilitätskonzept ÖPNV landkreisweit***
Zuwendungsempfänger	Landkreis Schwandorf
Projektpartner	Busunternehmer des Landkreises
Projektraum	Landkreis Schwandorf
Projektziele	• Schaffung der Grundlage für eine neue Netzplanung und den Betrieb eines bedarfsorientierten Verkehrs • Erweiterung des bestehenden ÖPNV-Angebots durch bedarfsorientierte Linien beziehungsweise Verkehrsangebote • Ein zukunftsfähiges Liniennetz ermöglichen. → Situation für auf den ÖPNV-Angewiesene verbessern (Erreichen von Daseinsvorsorgeeinrichtungen und Arbeitsstätten sichern/ermöglichen)
Projektmaßnahme(n) *(mit Kurzbeschreibung der Aufgaben des Regionalmanagements)*	Ausschreibung des Mobilitätskonzeptes inklusive Vollbefragung der Bevölkerung zum Mobilitätsverhalten im gesamten Landkreis Schwandorf (externe Bearbeitung). Die Erstellung des Konzeptes soll folgende Leistungen enthalten: Auswertung der Vollbefragung, unterstützende Marketing- und Informationsveranstaltungen, eine zum bestehenden Liniennetz zusätzliche Liniennetzplanung, Absprache zu Voraussetzungen mit beteiligten (Verkehrs-) Unternehmen Da die Erhebung im geplanten Umfang im Regionalmanagement aufgrund begrenzter Personal- und Zeitverfügbarkeit nicht umsetzbar ist, wird ein Unternehmen mit bestehender Erfahrung im Bereich „Mobilitätskonzepte“ gesucht und festgelegt. Für die (weiteren) genannten Leistungen sind im Regionalmanagement keine Mitarbeiter mit ausreichenden Fähigkeiten, Fertigkeiten und Kenntnissen vorhanden. Dies betrifft auch die Marketing- und Informationsveranstaltungen, welche unter anderem dazu dienen sollen die in der Befragung gewonnen Daten zu vertiefen und zu erweitern (durch qualitative Daten – Aussagen der Teilnehmer). Die Veranstaltungen bilden somit eine Grundlage für das Konzept. Da das genaue Vorgehen bei der Erstellung des Konzeptes vom dann ausgewählten Büro abhängig ist, können dazu noch keine Details beschrieben werden. Die verantwortliche interne Person wird an regionalen Veranstaltungen zum Projekt teilnehmen und diese gegebenenfalls unterstützen.
Zeitplan	Beginn 01.11.2016 2016: Ausschreibung und Vergabe 2017: Umfrage, Auswertung, Ableitung Handlungsbedarf 2018: Erarbeitung Bedienformen, Kommunikationswege, Netzplanung Ende 4. Quartal 2018
Umsetzungsstand	Das Projekt wurde noch nicht begonnen.
Evaluierungsindikatoren / Messgrößen	Angestrebte Rücklaufquote im Rahmen der Befragung aller Haushalte im Landkreis Schwandorf: 5% Mobilitätskonzept bis 12/2018 fertig erstellt Bis spätestens 12/2018: Fassen eines Beschlusses zur Umsetzung des Mobilitätskonzeptes

Handlungsfeld	**SIEDLUNGSENTWICKLUNG**
Projekttitel	***3. Leerstandsmanagement***
Zuwendungsempfänger	Landkreis Schwandorf
Projektpartner	alle Kommunen des Landkreises
Projektraum	Gesamtlandkreis Schwandorf
Projektziele	• Schaffung einer landkreisweiten Übersicht über bestehende Innenentwicklungspotenziale und existierende Gegenmaßnahmen • Förderung und Aufbau des Austauschs der Kommunen zum Thema „Leerstandsmanagement“ • Schaffung einer Grundlage, um die Innenentwicklungspotenziale in der Zukunft neuen Besitzern und damit einer erneuten Nutzung zuführen → das Erscheinungsbild der Ortskerne verbessern → eine weitere Abwanderung und zusätzliche Leerstände verhindern
Projektmaßnahme(n) *(mit Kurzbeschreibung der Aufgaben des Regionalmanagements)*	(alle Maßnahmen intern) Abfragen bereits bekannter Innenentwicklungspotenziale bei den Kommunen Eintragung der bekannten beziehungsweise ermittelten Innenentwicklungspotenziale in das Landkreis GIS und interne Nutzung des Tools (Erstellen von Karten, Ausgabe von Anzahl und Fläche der Potenziale, Hinterlegen von Daten…) Recherche weiterer Daten, z.B. Ermittlung des Alters der Eigentümer (Abschätzen des zukünftigen Handlungsbedarfs), Kontaktdaten (Kontakt für Kooperationsbereitschaft aufnehmen) Recherche der Vermiet-, Verkaufs- und/oder Sondernutzungsbereitschaft der Eigentümer Sammlung und Bündelung der bereits bei den einzelnen Kommunen praktizierten Einzelmaßnahmen im Bereich „Leerstandsmanagement“ Bereitstellung des „Katalogs“ für alle Landkreiskommunen (Stichwort: Best Practice)
Zeitplan	Beginn 01.09.2017 2017: Abfrage der Innenentwicklungspotenziale und Eintragung ins GIS 2018: Sammlung und Verbreitung der kommunalen „Gegenmaßnahmen“ Ende 4. Quartal 2018
Umsetzungsstand	Das Projekt wurde noch nicht begonnen.
Evaluierungsindikatoren / Messgrößen	Erfassung der Innenentwicklungspotenziale in/Beteiligung von 100% der Kommunen im Landkreis Schwandorf

Handlungsfeld	**REGIONALE IDENTITÄT**
Projekttitel	***4. Der Landkreis als Marke***
Zuwendungsempfänger	Landkreis Schwandorf
Projektpartner	Kammern (IHK, HWK), Unternehmen, Bürger, Vereine
Projektraum	gesamter Landkreis Schwandorf
Projektziele	• Generierung eines vielseitig nutzbaren Logos mit Wiedererkennungswert • Erhöhung der Wahrnehmung und Wiedererkennung (in) der Region • Entwicklung einer einheitlichen Corporate Identity (CI), die für alle Mitarbeiter und alle Unternehmen nutzbar ist • Den Bekanntheitsgrad nach innen und außen erhöhen (regionale Identität, Vermarktung als großes Ganzes, positive Assoziationen) • Generierung von Multiplikatoren für den Landkreis Schwandorf → Fachkräfte, die eigenen Bürger, Investoren, Gäste und Fans gewinnen und binden
Projektmaßnahme(n) *(mit Kurzbeschreibung der Aufgaben des Regionalmanagements)*	Erstellung einer Kommunikationsstrategie mit Entwicklung eines Logos, Leitbilds und kompletter Corporate Identity (Markenbildung, Wording/Slogan, Inhalte und Medien, Partner und Netzwerke). (extern) Da im Regionalmanagement kein passender Spezialist beschäftigt wird, der die genannten Elemente selbst entwickeln kann, wird ein professionelles, auf Marketing spezialisiertes Büro bestimmt werden, welches diese Aufgaben konkret und zielführend bearbeiten kann. Das Büro muss unkomplizierte mit den für das Projekt relevanten Multiplikatoren (Arbeitskreise) zusammenarbeiten können und die notwendigen Kombinierbarkeit mit weiteren beziehungsweise der nötigen Integration anderer Logos bei der Gestaltung berücksichtigen. Da die genauen Ausführungen erst mit dem zu bestimmenden Büro erarbeitet werden können, kann hierzu bisher keine Aussage getroffen werden. Durchführung begleitender, einführender Maßnahmen. Gewinnung von Marketing-Botschaftern für die Region (extern in Zusammenarbeit). Die Leistungen des externen Büros sollen folgende Leistungen beinhalten: öffentliche Präsentationen, Abstimmungstreffen zur Implementierung und Verteilung Die verantwortliche interne Person wird Workshops und Arbeitskreistreffen begleiten und ggf. moderieren.

Zeitplan	Beginn 01.11.2016 2016: Ausschreibung und Vergabe von Kommunikationsstrategie/Marke/Logo 2017: Arbeitskreise, Ableitung CI, Abstimmungstreffen 2018: Implementierung, Marketing und Kommunikation Ende 4. Quartal 2018
Umsetzungsstand	Das Projekt wurde noch nicht begonnen.
Evaluierungsindikatoren / Messgrößen	mindestens 30 Teilnehmer bei den Veranstaltungen (insgesamt) mindestens 3 Abstimmungstreffen mindestens 10 Personen/Firmen/Institutionen (außerhalb der Verwaltung), die die CI des Landkreises bis Ende 2018 teilen/verwenden mindestens 3 Marketingbotschafter

Handlungsfeld	**REGIONALE IDENTITÄT**
Projekttitel	***5. Direktvermarktermagazin mit Logo***
Zuwendungsempfänger	Landkreis Schwandorf
Projektpartner	AELF Nabburg, Direktvermarkter im Landkreis Schwandorf
Projektraum	Landkreis Schwandorf
Projektziele	• Erhöhung der Identifikation mit der Region, mit regionalen Produzenten und Produkten • Erhöhung des Bekanntheitsgrades der regionalen Anbieter und ihrer Produkte • Aufzeigen der direkten Verbrauchervorteile dieser Art der Ernährung → regionale Anbieter unterstützen/stärken (u.a. Einnahmen erhöhen)
Projektmaßnahme(n) *(mit Kurzbeschreibung der Aufgaben des Regionalmanagements)*	Ein Marketingmittel bereitstellen. Professionell gestaltetes Hochglanzmagazin mit Hofgeschichten (Betriebe authentisch und emotional darstellen) (extern) auflegen. Ausschreibung von Fotographie, Redaktion, Layout und Druck des Hochglanzmagazins. Die Erstellung des Magazins soll die Erarbeitung eines neuen Logos „Produkte aus Schwandorf“ (Arbeitstitel) enthalten. Da im Regionalmanagement kein Werbefachmann, Grafiker oder Marketingspezialist beschäftigt wird, der die genannten Elemente selbst entwickeln könnte, sollen alle diese Schritte an ein externes, auf Marketing spezialisiertes Büro vergeben werden. Dies ermöglicht ein professionelles Produkt, das aus einer Hand kommt. Eventuell ist eine Zuarbeit in Absprache mit dem ausgewählten Büro bei der Erstellung der „Hofgeschichten“ möglich. Mit dem Büro soll ein unkompliziertes Zusammenarbeiten möglich sein. Beifügen der Kontaktdaten als Einleger im Magazin (mit einfachen Mitteln auf aktuellem Stand halten können) Verweisen auf die Onlinedatenbanken („original regional aus dem Oberpfälzer Wald“ und Tourismusarbeitsgemeinschaft Oberpfälzer Wald) im Magazin (Aktuellster Stand)
Zeitplan	Beginn 01.09.2017/nach Fertigstellung des Landkreis-Logos 2017: Ausschreibung und Vergabe: Fotografie, Redaktion, Layout, Druck 2018: Erscheinen, Verteilung, Marketing Ende 4. Quartal 2018
Umsetzungsstand	Das Projekt wurde noch nicht begonnen.
Evaluierungsindikatoren / Messgrößen	Anzahl gedruckter Exemplare: 20.000 Anteil bis Ende 2018 verteilter Exemplare: 25% 4 Presseberichte

1.4 Zusammenfassender Zeitplan

Zeitplan	4. Quartal 2016	1. Quartal 2017	2. Quartal 2017	3. Quartal 2017	4. Quartal 2017	1. Quartal 2018	2. Quartal 2018	3. Quartal 2018	4. Quartal 2018
Projekt 1 Erlebnis-orientiertes Standort-marketing	Angebotseinho-lung: Erstellung und Druck neuer Werbemittel	Planung und Organi-sation des erlebnisori-entierten Standorte-vents (Location scou-ting, Transport und Catering organisieren, ggf. Präsentationen vorbereiten, Referen-tensuche) inklusive Netzwerkveranstal-tung am Abend (Ge-biet „plus der ober-pfalz“)	Vorbereitung des erlebnisori-entierten Stan-dortevents (Presseinfos) (Gebiet „plus der oberpfalz“)	Durchführung des Standorte-vents: Einla-dungs-management, begleitende Öffentlichkeits-arbeit (Gebiet „plus der ober-pfalz“)	Nachbereitung des Standortevents (Gebiet „plus der oberpfalz“)	Planung und Organi-sation des erlebnisori-entierten Standorte-vents auf Landkreis-ebene	Vorbereitung des erlebnisorientierten Standortevents (Presseinfos) auf Landkreisebene	Durchführung des Standortevents: Einladungs-management, begglei-tende Öffentlich-keitsarbeit auf Landkreisebene	Nachbereitung des Standortevents auf Landkreisebene
Projekt 2 Mobilitäts-konzept ÖPNV landkreis-weit	Ausschreibung und Vergabe	Konkretisierung Beginn Untersuchung und Datenerhebung, Infoveranstaltungen	Durchführung der standardi-sierten Umfra-ge, Experten-meinungen, Infoveranstal-tungen	Ende Durchfüh-rung Umfrage/ Beginn Auswer-tung, Ermittlung der vorhandenen Mobilitätsbe-dürfnisse	Auswertung, Ableitung Hand-lungsbedarf und Handlungsoptio-nen: z.B.: Opti-mierung Be-standsverkehr, Überarbeitung der Liniennetzpla-nung, neue zusätz-liche flexible Bedienzeiten	Bei vorhandenem Bedarf: Erarbeitung von weiteren Umset-zungsmaßnahmen, z.B.: Übertrag der Ergebnisse auf vor-handenes Liniennetz, detail. Absprache zu Voraussetzungen mit den beteiligten (Ver-kehrs-) Unternehmen	Erarbeitung geeigne-ter Bedienformen, Ausarbeitung von für die Bevölkerung geeigneten Kommu-nikations-wegen	Vorbereitung der Umsetzungsphase bei vorhandenem Bedarf: z.B. Netz-planung NEU, Marketing für das neue System	Mobilitätskonzept/ Ergebnisse liegen vor, öffentliche Präsentation des Mobilitätskonzepts, weitere Marketing- und Infoveranstal-tungen

Zeitplan	4. Quartal 2016	1. Quartal 2017	2. Quartal 2017	3. Quartal 2017	4. Quartal 2017	1. Quartal 2018	2. Quartal 2018	3. Quartal 2018	4. Quartal 2018
Projekt 3 Leer-stands-manage-ment				Nutzung Landkreis GIS für Leerstandsdatenbank primär intern: Einrichten Zugang, Abfrage: Innen-entwicklungspotenziale bei den Kommunen, Datenbank Aktualisieren	Abfrage der bekannten Innenentwicklungspo-tenziale (Leerstände, Gebäude mit Restnut-zung, (Brach-) Flächen, Baulücken, inkl. Status, Eigentümer, etc.) bei den Kommunen, Ab-stimmung mit ILSEK Brückenland, Eintragen der vorhandenen Innen-entwicklungspotenziale in das neu eingerichtete GIS	Ermittlung/ Anschreiben der Eigentümer, Abklären der Verkaufs - , Vermiet- und/oder Veröffentli-chungs-bereitschaft, Exposée/ Datenblatterstel-lung zu den einzelnen Innenentwicklungspoten-zialen , bei denen Ver-kaufs- und Veröffentli-chungs-bereitschaft besteht	Auswertung der abgefrag-ten Daten	Abfrage: weiterer Innenentwicklungspo-tenziale bei den Kom-munen, Datenbank Aktualisieren - Ermitt-lung/Anschreiben der Eigentümer, Abklären der Verkaufs - und/oder Veröffentlichungs-bereitschaft	laufend Exposée/Daten-blatterstellung zu den einzelnen Innenentwick-lungspotenzialen, bei denen Verkaufs- und Veröffentlichungs-bereitschaft besteht, Evaluierung fortsetzen
Projekt 4 Der Land-kreis als Marke	Ausschrei-bung und Vergabe	diverse Tref-fen/ggf. Bildung Arbeits-kreise zur Erarbei-tung der Inhalte	diverse Tref-fen/ggf. Bildung Arbeits-kreise zur Erarbei-tung der Inhalte	Konzept wird erstellt	Kommunikations-konzept fertig erstellt, öffentliche Präsentation	Ableitung CI, diverse Abstimmungstreffen zur Implementierung	Verteilung, Implementie-rung, Anpas-sung vorhan-dener Vorla-gen, Signatu-ren etc. an die neue CI	Marketing und Kommu-nikation ggf. anpassen und verstärken	Neue Kommunika-tion weiter verbreiten, erste Marketingbotschafter bei Vorzeigefirmen im Land-kreis akquirieren

Zeitplan	4. Quartal 2016	1. Quartal 2017	2. Quartal 2017	3. Quartal 2017	4. Quartal 2017	1. Quartal 2018	2. Quartal 2018	3. Quartal 2018	4. Quartal 2018
Projekt 5 Direktvermarkter-magazin mit Logo				Ausschreibung und Vergabe, Extern: Fotografie, Redaktion, Erstellung, Layout und Druck, Detailbesprechung Inhalte, an das CI vom Landkreis angepasstes Logo	Erstellung des Magazins durch externen Dienstleister	Erstellung des Magazins durch externen Dienstleister	Erstellung des Magazins durch externen Dienstleister	Erscheinen des Magazins - Verteilung, Marketing, Messe, Bauernmärkte, Hofläden, Bioläden…, begleitende Öffentlichkeitsarbeit, Implementierung des Logos	Verteilung, Marketing, Messe, Bauernmärkte, Hofläden, Bioläden…

1.5 Kosten- und Finanzierungsplan

Kostenplan	**Erläuterungen**	**HH-Jahr 2016 (ab 01.11.2016)**	**HH-Jahr 2017**	**HH-Jahr 2018**	**Gesamt-summe**	**ggf. Kooperation mit…**
Projekt 1: erlebnisorientiertes Standortmarketing						dem Verein "das plus der oberpfalz e.V."
Personalkosten		erst ab Sept 2017 möglich	4.250	12.250	16.500	
Reisekosten		111	333	333	777	
Bewirtung		56	111	111	278	
Öffentlichkeitsarbeit		0	3.333	8.889	12.222	
Externe Beratungs- und Serviceleistungen	Auflage eines Flyers für das erlebnisorientierte Standortevent und Anfertigung von Werbemitteln → Da im Regionalmanagement nicht das Personal mit dem entsprechenden Wissen und passenden Fähigkeiten und Fertigkeiten zur Verfügung steht, wird für diese Maßnahmen ein externes Büro ausgewählt werden, welches diese Aufgabe gezielt bearbeiten kann.	0	2.222	1.111	3.333	
Summe		**167**	**10.249**	**22.694**	**33.110**	

Projekt 2: Mobilitäts-konzept ÖPNV land-kreisweit						
Personalkosten		erst ab Sept 2017 möglich	3.500	10.500	14.000	
Reisekosten		125	375	375	875	
Bewirtung		63	125	125	313	
Öffentlichkeitsarbeit		0	0	0	0	
Externe Beratungs- und Serviceleistungen	Erstellung eines Mobilitätskonzeptes → Da die Erhebung im geplanten Umfang im Regionalmanagement aufgrund begrenzter Personal- und Zeitverfügbarkeit nicht umsetzbar ist und für das weitere Vorgehen im Regionalmanagement keine Mitarbeiter mit ausreichenden Fähigkeiten, Fertigkeiten und Kenntnissen vorhanden sind, wird die Erstellung des Mobilitätskonzeptes extern vergeben.	0	56.875	8.750	65.625	
Summe		**188**	**60.875**	**19.750**	**80.813**	

Projekt 3: Leerstands-management						
Personalkosten		erst ab Sept 2017 möglich	3.500	10.500	14.000	
Reisekosten		0	375	375	750	
Bewirtung		0	0	0	0	
Öffentlichkeitsarbeit		0	0	0	0	
Externe Beratungs- und Serviceleistungen		0	0	0	0	
Summe		**0**	**3.875**	**10.875**	**14.750**	

Projekt 4: Der Land-kreis als Marke						
Personalkosten		erst ab Sept 2017 möglich	3.750	12.750	16.500	
Reisekosten		125	375	375	875	
Bewirtung		63	125	125	313	
Öffentlichkeitsarbeit		0	0	21.250	21.250	
Externe Beratungs- und Serviceleistungen	Erstellung einer Kommunikationsstrategie mit Entwicklung eines Logos, Leitbilds und kompletter Corporate Identity sowie Gewin-nung von Marketing-Botschaftern → Da im Regionalmanagement kein passender Spezialist beschäftigt wird, der die genannten Elemente selbst entwickeln kann, wird ein professionelles, auf Marketing spezialisiertes Büro bestimmt werden, welches diese Aufgaben konkret und zielführend bearbeiten kann.	0	43.750	0	43.750	
Summe		**188**	**48.000**	**34.500**	**82.688**	

Projekt 5: Direktver-markterma-gazin mit Logo						
Personalkosten		erst ab Sept 2017 möglich	5.000	14.000	19.000	
Reisekosten		0	375	375	750	
Bewirtung		0	125	125	250	
Öffentlichkeitsarbeit		0	5.000	7.500	12.500	
Externe Beratungs- und Serviceleistungen	Erstellung eines professionell gestalteten Hochglanzmagazins → Da im Regionalmanagement kein Werbefachmann, Grafi-ker oder Marketingspezialist beschäftigt wird, der die ge-nannten Elemente selbst entwickeln könnte, sollen alle die-se Schritte an ein exter-nes, auf Marketing spezialisiertes Büro vergeben werden. Dies ermöglicht ein professionelles Produkt, das aus einer Hand kommt.	0	12.500	7.500	20.000	
Summe		**0**	**23.000**	**29.500**	**52.500**	

Gesamtausgaben alle Projekte **		**543**	**145.999**	**117.319**	**263.861**	

<u>Hinweis für Kooperationsprojekte:</u> nur die Ausgaben, die bei dem jeweiligen Regionalmanagement (hier A) für Projektmaßnahmen anfallen (auf Grundlage einer Kooperationsvereinbarung)

<u>Hinweis für Projekte im Rahmen einer Kofinanzierung EU/Bund:</u> Projektliste ergänzen um Verweis auf dort angesetzte Ausgaben - hierzu aber gesonderte Abwicklung erforderlich!

		2016	2017	2018	Gesamt	
Personalkosten inkl. Summiert pro HH-Jahr*		0	20.000	60.000	**80.000**	

*beginnend mit September 2017 wegen zweiter Anschlußförderung, unter Beachtung des Besserstellungsverbots: pauschaler Abzug von 5 % ggü äquivalenter Eingruppierung in TVL, Berechnungsgrundlage: E 10/4;

**generell: max. Fördersumme 100.000 €/a, Abzug von jeweils 1/12 für jeden "zu spät" angefangenen Monat seit 01.01.2016

Finanzierungsplan	**Fördersatz**	**HH-Jahr 2016 (ab 01.10.2016)**	**HH-Jahr 2017**	**HH-Jahr 2018**	**Gesamtsumme**	**ggf. Kooperation mit…**
Projekt 1: erlebnisorientiertes Standortmarketing	**90%**					dem Verein "das plus der oberpfalz e.V."
Eigenfinanzierung Regionalmanagement		17	1.024	2.269	3.310	
Förderung StMFLH		150	9.225	20.425	29.800	
Summe		**167**	**10.249**	**22.694**	**33.110**	

Projekt 2: Mobilitätskonzept ÖPNV landkreisweit	**80%**					
Eigenfinanzierung Regionalmanagement		38	12.175	3.950	16.163	
Förderung StMFLH		150	48.700	15.800	64.650	
Summe		**188**	**60.875**	**19.750**	**80.813**	

Projekt 3: Leerstandsmanagement	**80%**					
Eigenfinanzierung Regionalmanagement		0	775	2.175	2.950	
Förderung StMFLH		0	3.100	8.700	11.800	
Summe		**0**	**3.875**	**10.875**	**14.750**	

Projekt 4: Der Landkreis als Marke	**80%**					
Eigenfinanzierung Regionalmanagement		38	9.600	6.900	16.538	
Förderung StMFLH		150	38.400	27.600	66.150	
Summe		**188**	**48.000**	**34.500**	**82.688**	

Projekt 5: Direktvermarktermagazin mit Logo	**80%**					
Eigenfinanzierung Regionalmanagement		0	4.600	5.900	10.500	
Förderung StMFLH		0	18.400	23.600	42.000	
Summe		**0**	**23.000**	**29.500**	**52.500**	

Gesamtaufwendung Regionalmanagement		92	28.174	21.194	49.460	
Gesamtaufwendung StMFLH		450	117.825	96.125	214.400	
GESAMT		**543**	**145.999**	**117.319**	**263.861**	

<u>Hinweis für Kooperationsprojekte:</u> erhöhter Fördersatz, durch Zuschlag plus 10 %

2 Organisatorische Grundlagen für die Projektumsetzung

2.1 Organisations- und Personalstruktur Regionalmanagement

Benennung des Zuwendungsempfängers:

Landkreis Schwandorf
Rechtsform: Körperschaft des öffentlichen Rechts; Gebietskörperschaft
Vertretungsberechtigt: Herr Landrat Thomas Ebeling
Bankverbindung:
Sparkasse im Landkreis Schwandorf
IBAN: DE 57 7505 1040 0380 0090 050
BIC: BYLADEM1SAD

Angaben zur Projektumsetzung erfolgen durch das Personal des Regionalmanagements.

Projektkoordinierung und -umsetzung der Projekte im Rahmen der dritten Phase der Anschubfinanzierung (bis Ende August 2017): Vollzeit durch den/die Regionalmanager/in (1 AK).

Projektumsetzung der Projekte des Förderzeitraums 01.11.2016 bis 31.12.2018 bis Ende August 2017: Koordination durch Sgb. A4/Kreisentwicklung/Regionalmanagement, Projektumsetzung jeweils projektbezogen (siehe Tabelle), Gesamtkoordination durch den/die Regionalmanager/in (1 AK).

Projektkoordinierung und -umsetzung der Projekte des Förderzeitraums 01.11.2016 bis 31.12.2016 ab September 2017 bis Dezember 2018: Vollzeit durch den/die Regionalmanager/in (1 AK).

erlebnisorientiertes Standortmarketing	Geschäftsführung des Vereins das plus der oberpfalz e.V. (Frau Cornelia Fehlner, WiFö Stadt Weiden i. d. Opf.)
Der Landkreis als Marke	Sgb. A4/ Kreisentwicklung, Herr Christian Meyer
ÖPNV Mobilitätskonzept landkreisweit	Sgb. A4/ Kreisentwicklung, Herr Tim Dirmeier
Leerstandsmanagement	Start erst ab 09/2017
Direktvermarkter Magazin mit Logo	Start erst ab 09/2017 – externes Büro/Vergabe/Ausschreibung

Die Stelle des Regionalmanagers/der Regionalmanagerin ist derzeit zeitlich befristet und wird mit Ende der dritten Phase der Anschubfinanzierung zum 31.08.2017 enden, falls (ab 01.09.2017) keine Gelder aus der neuen Förderung (Förderzeitraum 01.11.2016 bis 31.12.2018) zur Verfügung stehen werden. Voraussetzung für das Fortbestehen des Regionalmanagements im Landkreis Schwandorf ist also die Bereitstellung weiterer Fördergelder.

2.2 Abstimmung/Zusammenarbeit mit sonstigen regionalen Initiativen

Die Zusammenarbeit und der Erfahrungsaustausch mit anderen Akteuren der Regionalentwicklung, insbesondere mit LEADER-Verantwortlichen, Ansprechpartnern der IRE- und ILE-Gebiete (siehe Kapitel 1.1) sowie weiteren regionalen Akteuren sind für das Regionalmanagement und seine Arbeit essentiell. Gleiches gilt für das Netzwerken und die Kooperation mit anderen Regionen beziehungsweise Regionalmanagements.

Dies wird zum Beispiel durch regelmäßiges Teilnehmen an den Erfahrungsaustausch-Tagungen und den bezirksweiten Treffen der Regionalmanager, durch die Organisation von halbjährlichen Koordinierungstreffen innerhalb der Region sowie weiteren regionalen thematischen Netzwerktreffen und dem dort stattfindenden Austausch umgesetzt (siehe Abbildung 10). Hier werden Synergieeffekte generiert und der nachhaltige regionale Entwicklungsprozess gefördert.

Abbildung 10: Organisation der Abstimmung/Zusammenarbeit regionaler Initiativen im Landkreis Schwandorf

Das LAG/FLAG-Management ist seit 2008 in die Steuerungsgruppe des Regionalmanagements integriert. Im Gegenzug ist eine Mitgliedschaft des Regionalmanagements, von Vertretern des örtlich zuständigen AELF in Neumarkt, des ALE in Tirschenreuth und der ILE/IRE-Regionen im Fachbeirat der neuen LAG und damit in beratender Funktion vorgesehen.

Eine enge Abstimmung und regelmäßige Konsultation der jeweils anderen Institution ist, wie bisher auch schon mit den bestehenden LAGen geschehen, auch darüber hinaus sinnvoll und wünschenswert. Durch die Zusammenfassung der LAG-Geschäftsführung,

des LAG-Managements und des Regionalmanagements in einem gemeinsamen Sachgebiet für Kreis- und Regionalentwicklung am Landratsamt Schwandorf sind der kontinuierliche Informationsaustausch und die Abstimmung dieser Instrumente dauerhaft sichergestellt.

2.3 Austausch mit StMFLH/zuständiger Regierung

Die Steuerungsgruppe des Regionalmanagements setzt sich aus 18 Mitgliedern wie folgt zusammen:

Anrede	Nachname	Institution	Funktion
Herr	Ebeling	Landkreis Schwandorf	Landrat
Frau	Dr. Plank	Stadt Maxhütte-Haidhof	1. Bgm
Herr	Schärtl	Stadt Nabburg	1. Bgm
Herr	Weigl	Stadt Oberviechtach	1. Bgm
Herr	Hagl	Partner für den Landkreis Schwandorf e.V.	Erster Vorsitzender
Herr	Vogl	HWKNO	Betriebsberater HWK Niederbayern Oberpfalz
Herr	Pilz	AELF Neumarkt	Leader-Manager für die Oberpfalz
Herr	Trepesch	StMFLH	Referat 58 Regionalmanagement
Herr	Beier	Regierung der Oberpfalz	Beauftragter für Regionalmanagement Sgb. 24 Landes- und Regionalplanung
Herr	Lischka	IHK Schwandorf	Geschäftsstellenleiter
Herr	Häring	Zweckverband Oberpfälzer Seenland	Geschäftsführer Zweckverband Oberpfälzer Seenland
Frau	Beier	Tourismuszentrum Oberpfälzer Wald, Sgb. A1	Leiterin des Tourismus-zentrums Oberpfälzer Wald (Nabburg)
Herr	Meyer	Sgb. A4 LRA Schwandorf	Abt. f. Kreisentwicklung, Energie- u. Demographie-beauftragter
Frau	Seitz	Sgb. 2.0. LRA Schwandorf	Seniorenbeauftragte
Frau	Wischert	A4 LRA	LAG und FLAG Managerin

Die oben genannten zuständigen Personen der Regierung und des Ministeriums, unter anderem die Beauftragten für Regionalmanagement und die Mitglieder des StMFLH/Referat 58 sind feste Mitglieder in der Steuerungsgruppe des Regionalmanagements. Die Steuerungsgruppe tagt mindestens einmal jährlich.

Zweimal jährlich werden Sachstandsberichte (Inhalt: aktueller Stand der Projekte und der Projektdatenblätter) für die Regierung der Oberpfalz und das StMFLH angefertigt.

Beim letzten Treffen der Steuerungsgruppe am 11.02.2016 wurden die oben beschriebenen Projekte vorbesprochen und einstimmig als umsetzenswert befunden.

Im zuständigen Ausschuss KUTA (Ausschuss für Kultur, Umwelt und Tourismus) des Landkreises Schwandorf wurde am 07.03.2016 und im Kreistag am 04.04.2016 ebenfalls einstimmig zugestimmt, die oben benannten Projekte innerhalb der neuen FöRREG durch das Regionalmanagement umzusetzen.

Anhang: Erklärung

1. Der Antragsteller erklärt, dass für den Fördergegenstand keine Förderung im Rahmen anderer Programme des Bundes, der Länder oder der EU erfolgen.
2. Der Antragsteller erklärt, dass mit den einzelnen Projekten noch nicht begonnen wurde und diese auch nicht vor der Bekanntgabe des Zuwendungsbescheids in Angriff genommen werden.
3. Der Antragsteller erklärt, dass die erforderlichen Eigenmittel zur Kofinanzierung der einzelnen Projekte zur Verfügung stehen.
4. Der Antragsteller erklärt, dass er zum Vorsteuerabzug nicht berechtigt ist.
5. Subventionserklärung (Formblatt)

Quellennachweis

BLfSt – Bayerisches Landesamt für Statistik (2016): Demographiespiegel für bayerische Gemeinden. URL: https://www.statistik.bayern.de/statistik/gemeinden/00484.php [10.08.2016]

BLfSt – Bayerisches Landesamt für Statistik (2015a): Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für Bayern bis 2034. Demographisches Profil für den Landkreis Schwandorf. URL: https://www.statistik.bayern.de/statistik/kreise/09376.pdf [10.08.2016]

BLfSt – Bayerisches Landesamt für Statistik (2015b): Wanderungen über Gemeindegrenzen. Gemeinde. Zu- und Fortzüge, Saldo, Altersgruppen, Geschlecht, Jahre. URL: https://www.statistikdaten.bayern.de/genesis/online/data?operation=abruftabelleBearbeiten&levelindex=2&levelid=1476088233725&auswahloperation=abruftabelleAuspraegungAuswaehlen &auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=werteabruf&selectionname=12711-112z&auswahltext=%23RKREISE-09376%23Z-01.01.2015%2C01.01.2014%2C01.01.2013%2C01.01.2012%2C01.01.2011%2C01.01.2010%2C01.01.2009%2C01.01.2008%2C01.01.2007%2C01.01.2006%2C01.01.2005&nummer=2&variable=1&name=BEV034&nummer=3&variable=2&name=KREISE&werteabruf=Werteabruf [10.10.16]

BLfSt – Bayerisches Landesamt für Statistik (2014a): Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort nach Wochenarbeitszeit und Geschlecht. Kreise. URL: https://www.statistikdaten.bayern.de/genesis/online/data?operation=abruftabelleBear beiten&levelindex=2&levelid=1470899267328&auswahloperation=abruftabelleAusprae gungAuswaehlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=werteabruf&selectionname=13111-006z&auswahltext=%23RKREISE09376&nummer=2&variable=1&name=KREISE&nummer =3&variable=2&name=ERW032&werteabruf=Werteabruf [11.08.2016]

BLfSt – Bayerisches Landesamt für Statistik (2014b): Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort nach Berufsausbildung und Geschlecht. Kreise. URL: https://www.statistikdaten.bayern.de/genesis/online/data?operation=abruftabelle Bearbeiten&levelindex=2&levelid=1470900491308&auswahloperation=abruftabelleAusprae gungAuswaehlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=werteabruf&selectionname=13111-005r&auswahltext=%23SGKRL-09376%23Z-30.06.2014&nummer=3&variable=2&name=ERW 032&nummer=6&variable=3&name=KREISE&werteabruf= Werteabruf [11.08.16]

BLfSt – Bayerisches Landesamt für Statistik (2014c): Fläche nach Art der tatsächlichen Nutzung. Gemeinden. URL: https://www.statistikdaten.bayern.de/genesis/online/data?operation=abruftabelleBearbeiten&levelindex=2&levelid=1470906302592&auswahloperation=abruftabelleAuspraegungAuswaehlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=werteabruf&selectionname=33111-001r&auswahltext=%23Z-31.12.2014%23SGKRL093%2C09%2C09376&nummer=4&variable=2&name=NUTZG1&nummer=5&variable=3&name=GEMEIN&werteabruf=Werteabruf [11.08.2016]

IHK – Industrie und Handelskammer Regenburg (2016): IHK-zugehörige Unternehmen nach Wirtschaftszweigen. Januar 2016. URL: https://www.ihk-regensburg.de/blob/rihk24/downloads2/1462870/5eeb636ff1f20e931a5011d4d2e406fa/IHK-zugehoerige-Unternehmen-nach-Branchen-und-Regionen-data.pdf [09.08.2016]

IHK – Industrie- und Handelskammer Regensburg (2015): Industriestandortkarte. URL: https://www.ihk-regensburg.de/blob/rihk24/downloads2/3419738/90a4e3c76bef7426ce078b8eba2d3bec/IHK-Industriestandortkarte_2015-data.pdf [10.08.2016]

Planungsverband – Regionaler Planungsverband Oberpfalz-Nord (2014): Regionalplan Region Oberpfalz-Nord (6). URL: http://www.regierung.oberpfalz.bayern.de/leistungen/regionalplanung/regionalpl6/rpl6-inhalt.htm [18.08.2016]

Planungsverband – Regionaler Planungsverband Oberpfalz-Nord (2005): Teilraumgutachten A6. URL: http://www.oberpfalz-nord.de/gut_ergeb.htm [12.08.2016]

StMFLH – Staatsministerium der Finanzen, für Landesentwicklung und Heimat (2013): Landesentwicklungsprogramm. URL: https://www.landesentwicklung-bayern.de/instrumente/landesentwicklungsprogramm/landesentwicklungs-programm-bayern-lep/ [18.08.2016]

Tourismusarbeitsgemeinschaft Oberpfälzer Wald (2016): Radlerbus auf dem bayerisch-böhmischen Freundschaftsweg. URL: http://www.oberpfaelzerwald.de/radlerbus-bayern [12.08.2016]

EHRENREICH – Verkehrsunternehmen Oliver Ehrenreich (o.J.): Das Anrufsammel-TAXI. URL: http://www.1234taxi.de/docs/flyer_ast.pdf [12.08.2016]