



## **Unternehmenskonzept Regionalmanagement**

**Region „Mittlere Schwäbische Alb  
und Albvorland im Landkreis Reutlingen“**

**REGIONEN AKTIV –  
Land gestaltet Zukunft**

**Oktober 2005**

# Inhaltsverzeichnis

	Seite
<b>1. Zusammenfassung</b>	<b>1</b>
<b>2. Bilanzierung</b>	<b>2</b>
<b>3. Räumlicher Wirkungsbereich</b>	<b>4</b>
<b>4. Markt und Wettbewerb</b>	<b>5</b>
<b>5. Leitgedanken und Ziele</b>	<b>8</b>
<b>6. Aufgaben und Produkte</b>	<b>10</b>
<b>7. Inhaltliche Schwerpunkte</b>	<b>10</b>
<b>8. Organisation und Träger</b>	<b>14</b>
<b>9. Personalkonzept und –entwicklung</b>	<b>16</b>
<b>10. Public-Relations</b>	<b>18</b>
<b>11. Monitoring und Controlling</b>	<b>21</b>
<b>12. Realisierungsfahrplan 2006-2007</b>	<b>22</b>
<b>13. Finanzplanung</b>	<b>23</b>
<b>14. Chancen und Risiken</b>	<b>26</b>
<b>15. Anhang</b>	
<b>Anlage 1:</b> Bisherige und künftige Leistungen und Produkte des Regionalmanagements mit Nutzens-bewertung	
<b>Anlage 2:</b> Übersicht der Aufgaben der Regional-managerInnen von REGIONEN AKTIV und PLENUM	
<b>Anlage 3:</b> Realisierungsfahrplan 2006	
<b>Anlage 4:</b> Realisierungsfahrplan 2007	
<b>Anlage 5:</b> Finanznachweis	

## 1. Zusammenfassung

Der Verein PLENUM im Landkreis Reutlingen - REGION AKTIV e.V. als Träger einer naturschutzorientierten Regionalentwicklung ist seit seiner Gründung im Jahr 2001 zu einer aktiven Partnerschaft vieler Personen und Gruppierungen im Landkreis, speziell im Zusammenwirken von städtischem und ländlichem Bereich, geworden. Es ist in diesen letzten vier Jahren ein dynamischer Entwicklungsprozess entstanden, an dem viele hundert Akteure teilgenommen haben. Das hauptamtliche Regionalmanagement spielt als „Koordinierungs- und Beratungsstelle“ hier eine wichtige Rolle. Klar: Auch die ausreichende Finanzausstattung für Projekte im Rahmen des Regionalen Entwicklungskonzeptes ist ein wichtiger Erfolgsfaktor gewesen.

In seiner Entwicklung hin zu einem sich weitgehend selbstfinanzierenden „Unternehmen“ binnen der nächsten beiden Jahre wird eine Hauptaufgabe des Regionalmanagements deswegen - neben der Beratung und Begleitung von Projekten und der Steuerung des Gesamtprozesses gemeinsam mit dem Verein - in der Akquise von Fördermitteln liegen. Durch Geltendmachen von Managementkosten oder Erfolgshonoraren bei Projektanträgen soll zumindest mittelfristig eine Teilfinanzierung des Personals ermöglicht werden. Darüber hinaus wollen wir die Chance des Sponsorings nutzen.

In den vergangenen Jahren haben wir in der Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung regionaler Produkte viel erreicht. Zahlreiche neue Produkte wie der Schwäbische Alb-Dinkel, der regionale Qualitätssaft „ebbes Guad's“ oder das „Württembergische Lamm“ sind entstanden und haben sich etabliert. Dieses Wertschöpfungspotenzial wollen wir in unserem Kernthema weiter ausbauen und Arbeitsplätze im ländlichen Raum sichern und schaffen. Das Nebenthema „Verbraucherinformation und Ernährungsberatung“ bietet hierbei Unterstützung. Durch den sich weiter etablierenden Tourismus auf der Schwäbischen Alb werden zudem große Absatzchancen für qualitativ hochwertige Produkte in den kommenden Jahren gesehen, die dem Verbraucher näher gebracht werden müssen. Vor allem im vergangenen Jahr konnten wir auch gute Erfolge im Bereich der regenerativen Energienutzung erreichen (Nutzung von Rapsöl als Kraftstoff, Energiepotenzialstudie): Mit diesem weiteren Nebenthema wollen wir dazu beitragen, dass mit Hilfe regenerativer Energien Arbeitsplätze in der Landwirtschaft erhalten und unsere Kulturlandschaft bewahrt wird.

Um zusätzliche Wertschöpfung zu ermöglichen, streben wir einen Schulterschluss mit noch mehr Unternehmen unserer Region an.

Durch die Ausweisung des 1. Biosphärengebietes Baden-Württembergs in unserer Region sowie durch die Etablierung einer „regionalen Dachmarke“ werden weitere Geschäftsfelder für das Regionalmanagement entstehen. Der Verein PLENUM im

Landkreis Reutlingen - REGION AKTIV e.V. wird auf diese Entwicklungen reagieren und seine Organisationsform anpassen.

Das derzeitige Regionalmanagement weist aufgrund seiner Berufserfahrung bereits die wichtigsten Kompetenzen zur Fortführung des naturschutzorientierten Regionalentwicklungsprozesses auf. Aus diesem Grund wird ein Schwerpunkt der Qualifizierung im Erwerb von betriebswirtschaftlichen und steuerrechtlichen Kenntnissen gesehen. Da wir ein Dienstleistungsprofil erarbeiten wollen, das Lücken zu vorhandenen Entwicklungsagenturen und Organisationen schließt, wird sich das Regionalmanagement dementsprechend zusätzliche Kompetenzen aneignen müssen.

Die Teilfinanzierung des Regionalmanagements über Fördergelder des Bundesministeriums für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft zumindest in 2006 ist eine wichtige Säule in der Umsetzung des Unternehmenskonzeptes. Der Landkreis Reutlingen wird die Komplementärfinanzierung von 30% tragen. Ziel ist jedoch, bereits 2006 15% Fremdfinanzierung zu erreichen. Gleichwohl wäre ein finanzieller Beitrag seitens des BMVEL auch in 2007 eine wichtige Unterstützung.

## 2. Bilanzierung

### **Das Organisationsmodell des Landkreises Reutlingen – Die Stärken und Schwächen**

Die Regionalentwicklung im Landkreis Reutlingen ist über den Verein PLENUM im Landkreis Reutlingen – REGION AKTIV e.V. organisiert, der eng an das Landratsamt Reutlingen gekoppelt ist. Der Landrat und sein Stellvertreter sind zugleich 1. und 2. Vorsitzender des Vereins. Den weiteren Vorstand bilden ein Bürgermeister und Kreisrat, der Kreisobmann des Kreisbauernverbandes sowie ein Vertreter der Natur- und Umweltschutzverbände. Außer der Mitgliederversammlung sind derzeit zwei weitere Entscheidungsgremien aktiv. Zum einen ist das der PLENUM-Beirat, der über die Vergabe von Projektmitteln aus dem Landesförderprogramm PLENUM (Projekt des Landes zur Erhaltung und Entwicklung von Natur und Umwelt) entscheidet, zum anderen der REGION AKTIV-Beirat, der entsprechend die REGION AKTIV- Mittel vergibt. Der Verein besteht derzeit aus 64 Mitgliedern (24 Kommunen, 3 (Sonder-) Behörden, 30 Vereine und Verbände, 1 Einzelmitglied, 1 Unternehmen, 5 Einrichtungen aus dem Bereich Bildung und Kirchen).

Angestellt beim Verein sind derzeit zwei Regionalmanagerinnen über Mittel von REGIONEN AKTIV, die sehr eng mit zwei RegionalmanagerInnen aus dem Landesförderprogramm PLENUM zusammenarbeiten.

**Die Stärken des Organisationsmodells:**

1. breite Beteiligung der relevanten Akteursgruppen
2. intensive Einbindung der politischen Spitze des Landkreises
3. enge Anbindung des Regionalmanagements an die Landkreis-Verwaltung und den Abwicklungspartner (kurze Wege)
4. sehr enge Zusammenarbeit mit dem PLENUM-Team und damit große Synergieeffekte
5. überschaubare Fläche und enger Kontakt zu den Akteuren

**Die Schwächen des Organisationsmodells:**

- nur projektbezogen Transfer von Regionalentwicklungs-Know-How in angrenzende Landkreise
- noch zu wenig Unternehmenspartner

Die Arbeit des Regionalmanagements soll sich zukünftig verstärkt darauf konzentrieren, neue Unternehmenspartner zu gewinnen, die den regionalen Entwicklungsprozess mittragen und gegebenenfalls sogar mitfinanzieren. Bereits im Zuge der Entwicklung einer „regionalen Dachmarke“ werden hierfür Wege geebnet. Ebenso werden Gespräche mit den Landkreisen des gesamten Landschaftsraumes Schwäbische Alb stattfinden, um den Regionalentwicklungsprozess zu verbreitern.

Die Konsequenzen unserer Stärken-Schwächen-Analyse spiegeln sich auch in den folgenden Kapiteln 4, 5 und 6 wieder.

**Änderung der relevanten Rahmenbedingungen**

Der 6.700 ha große im Landkreis Reutlingen liegende Truppenübungsplatz Münsingen wird zum 31.12.05 geschlossen.

Gleichzeitig ist bei der anstehenden Novellierung des Landesnaturschutzgesetzes u.a. vorgesehen, einen Schutzgebietstypus „Biosphärengebiet“ einzuführen, der den Biosphärenreservaten entspricht. Es wird daran gearbeitet, die Fläche des Truppenübungsplatzes sowie die angrenzenden Gemarkungen Bad Urach, Münsingen und Römerstein (sowie weiter noch in der Diskussion befindliche Flächen) als erstes Biosphärengebiet in Baden-Württemberg auszuweisen. Eine Zusammenarbeit mit Nachbarlandkreisen ist hierfür schon jetzt im Gange.

**Daraus resultierender Veränderungsbedarf**

Wie die Biosphärengebietsverwaltung aufgebaut und welche Funktionen sie inne haben wird, wird Thema der nächsten Monate sein. Im Zuge dieser Entwicklungen und der Entwicklungen hin zu einer „regionalen Dachmarke“ wird unser Organisationsmodell überprüft und ggf. angepasst.

### 3. Räumlicher Wirkungsbereich

Der Landkreis Reutlingen mit seinem Albvorland und der Mittleren Schwäbischen Alb hat eine Fläche von 1.094 km<sup>2</sup>, auf der rund 280.000 Einwohner leben. Dies entspricht einer durchschnittlichen Bevölkerungsdichte von 254 E/km<sup>2</sup>. Die Bandbreite reicht dabei von 1.084 E/km<sup>2</sup> (Stadt Reutlingen) bis zu 50 E/km<sup>2</sup> (Gemeinde Zwiefalten). Die Gesamtfläche des Landkreises setzt sich aus 51 % landwirtschaftlicher Nutzfläche, 35 % Wald sowie 11 % Siedlungsfläche zusammen. Bei der landwirtschaftlich genutzten Fläche nimmt das Ackerland ca. 47 % und das Grünland ca. 53 % ein. Die Anzahl landwirtschaftlicher Betriebe hat sich zwischen 1979 und 2004 von insgesamt 4.110 auf 1.555 verringert. Davon betroffen waren vor allem kleine und mittlere Betriebe mit einer Flächengröße unter 30 ha. Derzeit wirtschaften 52 Betriebe ökologisch. Auf der Mittleren Schwäbischen Alb wirtschaftet noch eine recht große Zahl von hauptberuflichen Schäfern, der gesamte Schafbestand liegt bei 28. 505 Tieren. Die Region zeichnet sich durch eine äußerst breite Palette an Produkten wie Holz, Getreide, Kartoffeln, Milch, Streuobst und Gemüse, Rind- und Schweinefleisch, Lamm-, Ziegenfleisch und -käse, Wolle, Apfelsaft, Wein und Destillate, Wild, Forellen und Honig aus. Insbesondere der Ballungsraum im Albvorland bietet hier ein Absatzpotenzial für die Direktvermarktung landwirtschaftlicher Betriebe.

Entlang des Albraufs und auf der Albhochfläche findet sich eine Biotopvielfalt von nationaler und internationaler Bedeutung. Sie reicht von Streuobstwiesen über Hang- und Schluchtwälder, Felspartien am Albrauf, über artenreiche Magerwiesen bis hin zu Feuchtlebensräumen in den Albtälern und Wacholderheiden und Karstformen auf der Albhochfläche, welche die Schwäbische Alb zu einem wichtigen Ferienziel in Baden-Württemberg machen. Die Schwäbische Alb und das Albvorland im Landkreis Reutlingen sind gerade wegen ihrer Verschiedenheit eng aufeinander angewiesen und miteinander verbunden. Sie sind eine Region.

Eine Veränderung des Wirkungsbereiches des Regionalmanagements gegenüber dem bisher festgelegten Gebietszuschnitt wird für REGIONEN AKTIV nicht vorgenommen; ggf. wird aber die eine oder andere Dienstleistung des Regionalmanagements zur Eigenanteilsfinanzierung der Regionalmanagement-Kosten über den Gebietszuschnitt hinaus angeboten. Schon bisher fand über die Grenzen des Landkreises hinweg ein Erfahrungsaustausch und Zusammenarbeit mit benachbarten Regionen statt, was vor allem im Hinblick auf die Entstehung des ersten Biosphärengebietes in Baden-Württemberg in unserer Region und die Entwicklungen im Bereich „regionale Dachmarke“ auch in Zukunft so bleiben wird. Das Regionalmanagement wird sich jedoch weiterhin auf den Landkreis Reutlingen als Wirkungsbereich konzentrieren.

## **4. Markt und Wettbewerb**

Das Regionalmanagement hat in den vergangenen vier Jahren seine Zielgruppen entsprechend dem Regionalen Entwicklungskonzept gefunden und beraten. Diese Gruppierungen sollen auch zukünftig Leistungen des Regionalmanagements in Anspruch nehmen können. Die Zielgruppe der Unternehmen im Ländlichen Raum und u.a. auch die Gastronomie sollen zukünftig verstärkt in den Fokus genommen werden. In der folgenden Bedarfsbegründung sind die Zielgruppen aufgeführt. Ziel ist es, im Zuge der Leistungskonkretisierung des Regionalmanagements in den folgenden beiden Jahren die Zielgruppen ggf. einzuschränken und die Organisationsentwicklung darauf abzustimmen.

**Regionaler Bedarf bei den Zielgruppen mit Begründung des Regionalmanagements**

Zielgruppe	Bedarf	Begründung
Alle Akteure	Bereichs- übergreifende Zusammenarbeit, Koordination, Information, Fördermittel- akquise	Eine Vernetzungs- und Informationsstelle für sektorenübergreifende Aktivitäten im Ländlichen Raum und zur Stärkung einer Stadt-Land-Beziehung ist nicht vorhanden. Ebenso gibt es keine Stelle für Hinweise zu Best-Practise- Beispielen. Viele Projekte sind in heutigen Zeiten leerer Kassen ohne Fördermittel nicht realisierbar. Das RM kann helfen, den geeigneten Topf für das entsprechende Projekt zu finden oder das Projekt nach den Anforderungen des Fördertopfes weiterzuentwickeln.
Landwirtschaftliche Akteure	Zusammenarbeit, Beratung bei innovativen Ideen	Einen bedeutenden Anteil kann hier zwar das Kreislandwirtschaftsamt leisten (z.B. Gründung von Erzeugerzusammenschlüssen). Für die Nutzung von Synergien mit anderen Sektoren allerdings ist ein Regionalmanagement unabdingbar.
Kommunen	Unterstützung bei der Zusammen- arbeit, Information	Das Regionalmanagement hilft Kommunen, Synergien und – z.B. durch gemeinsame Investitionen und Werbemaßnahmen - Einsparungen zu erzeugen.
Landkreis/Region	Öffentlichkeits- arbeit, Image- und Identitätsbildung	Das Regionalmanagement betreibt durch die Regionalentwicklung (über-)regionale Werbung und Öffentlichkeitsarbeit für die Region, was auch zur Identitätsbildung beiträgt.
Bürger, Interessierte, ggf. Touristen	Information, Vermittlung, Wissensweiter- gabe	Das Regionalmanagement informiert und berät Interessierte und leitet sie ggf. den richtigen Ansprechpartnern in den Sektoren zu.
Regierungspräsidien	Zusammenarbeit, Information	Eine Zusammenarbeit aufgrund vorhandener Landesförderprogramme und zum Informationsaustausch ist sehr wichtig.
Handwerker, mittelständische Unternehmen (z.B. Metzger, Bäcker, Keltereien, etc.)	Zusammenarbeit, Koordination, Information	Ein enger Austausch der einzelnen Glieder einer Wertschöpfungskette von der Verarbeitung bis zur Vermarktung ist hinsichtlich einer effizienten Regionalvermarktung sehr wichtig.
Handwerkskammern, Innungen, Kreishandwerker- schaft, Industrie- und Handelskammer	Zusammenarbeit, Information	Hinsichtlich einer funktionierenden Wertschöpfungskette ist ein Informationsaustausch und eine stärkere Zusammenarbeit mit diesen Organisationen unabdingbar.
Gastronomie	Zusammenarbeit, Information	Die Logistik für regionale Produkte ist nicht ausreichend ausgebaut.

## **Erschließung vorhandener Landesprogramme mit Themenfeldern, Gebietskulisse und Zeitlauf**

### **PLENUM**

Wichtigstes Regionalentwicklungs-Förderprogramm im Land Baden- Württemberg ist das PLENUM (Projekt des Landes zur Erhaltung und Entwicklung von Natur und Umwelt). Der Landkreis Reutlingen ist seit 2001 und bis 2008 geförderte Region. Die Förderkulisse ist identisch mit der von REGIONEN AKTIV. Derzeit sind hier zwei Regionalmanager beschäftigt (s. auch Kapitel 9, Personalkonzept und Kapitel 13, Finanzplanung). Über eine Fortführung der Förderung wird voraussichtlich Anfang 2007 entscheiden. Die Schwerpunktthemen sind „naturnahe Landwirtschaft“, „naturnahe Forstwirtschaft“, „Erhaltung der Streuobstwiesen“, „Vermarktung regionaler Produkte“, „Erhaltung der Wacholderheiden“, „Umweltbildung“ und „Sanfter Tourismus“. Sie harmonisieren mit den Zielsetzungen von REGIONEN AKTIV.

### **LEADER**

Das Land Baden-Württemberg plant, das LEADER-Programm weiterzuführen. Klare Vorgaben wird es hierzu jedoch erst gegen Ende des Jahres 2005 geben. Der Landkreis Reutlingen strebt an, sich um eine Förderung bei LEADER zu bewerben.

### **Andere Entwicklungsagenturen und deren Ressourcen**

Entwicklungsagenturen bzw. Organisationen mit Berührungspunkten zum Regionalmanagement des Landkreises Reutlingen sind:

- Der Schwäbische Alb Tourismusverband, bei dem alle 10 Landkreise der Schwäbischen Alb Mitglieder sind und dessen erster Vorsitzender der Landrat des Ostalbkreises ist. Der Verband wird sich auch in den kommenden Jahren um die Vermarktung des Tourismus auf der gesamten Alb kümmern. Die Geschäftsstelle besteht aus einem Geschäftsführer und zwei Verwaltungskräften.
- Seit 2002 ist die Schwäbische Alb „Nationaler Geopark“, inzwischen mit UNESCO-Anerkennung. Die Geschäftsstelle des Geoparks ist an den Tourismusverband angegliedert. Eine Geschäftsführerin kümmert sich um die Vermarktung. Die Mittelausstattung ist gering. Derzeit werden Mittel bei der Landesstiftung Baden-Württemberg beantragt.
- Mythos Schwäbische Alb ist der Tourismusverband im Landkreis Reutlingen, der sich um die Vermarktung des Tourismus im Landkreis kümmert. Mitglieder sind alle Gemeinden des Landkreises, der Landkreis selbst sowie drei weitere Organisationen, die den Verband gemeinsam finanzieren. Der Geschäftsführer ist gleichzeitig Kurdirektor der Stadt Bad Urach und arbeitet zusammen für beide Bereiche mit sieben Verwaltungskräften.

- Die Wirtschafts- und Tourismusförderung im Landratsamt ist an die Kreiskämmerei angegliedert. Der Kreiskämmerer ist zugleich Wirtschaftsbeauftragter. Er kümmert sich gemeinsam mit seinen Verwaltungsangestellten um die Wirtschafts- und Tourismusförderung.
- Seit 2003 besteht die Standortagentur Tübingen-Reutlingen/Neckar-Alb (Landkreise Reutlingen, Tübingen und Zollernalb, verschiedene Städte und Gemeinden), angegliedert an die Industrie- und Handelskammer. Ihr Ziel ist es, u.a. den Technologie- und Industrie-Standort und das Image der Region Neckar-Alb zu stärken, ein Schwerpunkt ist auch der Tourismus. Die Geschäfte werden von einem ehrenamtlichen Geschäftsführer, einer Projektmanagerin und einer Assistentin der Geschäftsleitung geführt.
- Das Regionalmanagement arbeitet im Sinne eines Regionalmanagement-Teams sehr eng mit dem PLENUM-Team zusammen (s. o. sowie Kapitel 9, Personalkonzept, und Kapitel 13, Finanzplanung).

Alle genannten Organisationen arbeiten in unterschiedlicher Weise im Bereich Tourismus und z.T. Unternehmensberatung oder Wirtschaftsförderung und haben somit Berührungspunkte zum Regionalmanagement. Beratungsleistungen für Projekte im Sinne der naturschutzorientierten Regionalentwicklung werden – außer von PLENUM - von diesen Organisationen nur wenig übernommen. Im Zuge der Umsetzung der Unternehmerkonzeption sollen in Gesprächen mit den Partnern Überschneidungen konkreter aufgedeckt und Lücken gefunden werden, die durch die Zusammenarbeit mit dem Regionalmanagement geschlossen werden können.

## 5. Leitgedanken und Ziele

### **Leitgedanke der Regionalmanagementorganisation**

Wir wollen naturschutzorientierte Regionalentwicklung betreiben. Dafür beraten und unterstützen wir die Akteure in unserer Region beim Aufbau und der Stärkung von regionalen Wertschöpfungsketten von der Erzeugung bis zum Verbraucher. Wir wollen dabei unser Regionalmanagement sukzessive selbst finanzieren.

### **Operationalisierte Ziele für die Organisations- und Produktentwicklung**

#### **Finanzierung des Regionalmanagements**

Wir wollen versuchen, rasch und realistisch die Refinanzierung des Regionalmanagements zu sichern. Je schneller wir eigene Einkommensquellen erschließen, umso weniger Unsicherheiten gibt es in der Fortführung unserer Arbeit.

Unser Ziel ist deshalb:

2006:

Wir werden im Jahr 2006 mindestens 15% der Kosten des Regionalmanagements durch Dienstleistungen, Produkte oder Sponsoring finanzieren. Bis 31.12.06 ist die Finanzierung des Regionalmanagements 2007 gesichert.

2007:

Wir werden im Jahr 2007 mindestens 30% der Kosten des Regionalmanagements durch Dienstleistungen, Produkte oder Sponsoring finanzieren. Bis 31.12.07 ist die Finanzierung des Regionalmanagements 2008 gesichert.

### **Kompetenzen im Regionalmanagement**

Wir wollen das Regionalmanagement möglichst schnell und umfassend auf die neuen Bedingungen des veränderten Regionalmanagement-Aufgabenprofils (siehe Kapitel 6) einstellen. Umso schneller kann das Unternehmen stabilisiert und ausgebaut werden. Daher ist unser Ziel:

2006:

Wir wollen bis 31.12.06 die analysierten Kompetenz- und Qualifizierungslücken, die durch die Änderung unseres Aufgabenprofils im Regionalmanagement entstanden sind, durch entsprechende Maßnahmen zu mindestens 75% geschlossen haben.

2007:

Wir wollen bis 31.12.07 die analysierten Kompetenz- und Qualifizierungslücken, die durch die Änderung unseres Aufgabenprofils im Regionalmanagement entstanden sind, durch entsprechende Maßnahmen zu 100% geschlossen haben und darüber hinaus das Profil des Regionalmanagements so geschärft haben, dass die Leistungssäulen anhand genau definierter Aufgaben und Leistungen konkret darstellbar sind.

### **Starke Partner für das Regionalmanagement**

Vor dem Hintergrund der geänderten Rahmenbedingungen des Modellförderprogramms REGIONEN AKTIV ändert das Regionalmanagement sein Leistungsspektrum hin zur Fokussierung von Schwerpunkten und zur Erarbeitung neuer Aufgaben über REGIONEN AKTIV hinaus. Für die Organisationsentwicklung des Regionalmanagements werden neben den Entwicklungen im Prozess „Dachmarke“ und „Biosphärengebiet“ starke Kooperationspartner eine entscheidende Rolle spielen. Die regionale Partnerschaft bleibt nach wie vor die Basis des Organisationsmodells des Regionalmanagements.

Unser Ziel ist:

2006:

Wir wollen bis 31.12.06 unter Einbeziehung starker Partner ein marktgängiges Dienstleistungsprofil für das Regionalmanagement erstellt haben.

2007:

Wir wollen bis 31.12.07 zusammen mit Kooperationspartnern die Organisationsentwicklung des Regionalmanagements bis 2009 festgelegt haben.

## 6. Aufgaben und Produkte

Die Geschäftsfelder des Regionalmanagements umfassen

- das Projekt- und Förderprogramm-Management,
- das Anwerben von Fördermitteln und
- das Sponsoring.

Durch das Geltendmachen von Verwaltungs-, Organisations- und Managementkosten sowie Erfolgshonorare entstehen Refinanzierungsmöglichkeiten für das Regionalmanagement.

Eine Nutzensbewertung der bisherigen, fortzuführenden und künftigen Leistungen/Produkte für die Region befindet sich in Anlage 1.

## 7. Inhaltliche Schwerpunkte

### 1. Schwerpunkt und Kernthema:

**„Regionale Wertschöpfungsketten stärken - Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte“**

Seit Jahren werden unter anderem durch das Modellprojekt REGIONEN AKTIV Maßnahmen in unserer Region gefördert, um regionale Wertschöpfungsketten zu stärken. Einige Beispiele für regionale Wertschöpfungsketten wollen wir hier nennen:

Der **Schwäbische Alb-Dinkel** wird von der Erzeugergemeinschaft „Römersteiner Dinkel“ auf der Albhochfläche des Landkreises Reutlingen naturnah angebaut. Was 1996 mit 5 Erzeugern auf 20 ha Fläche begann, ist inzwischen auf 23 Erzeuger auf 250 ha ausgeweitet. Die Erzeugergemeinschaft liefert an eine genossenschaftliche

Mühle, die in Kooperation mit einer großen Bäckerei und einem mittelständischen Teigwarenhersteller im Landkreis einen Großteil der insgesamt 480 Tonnen Dinkelmehl umsetzt. Durch den Aufbau dieser Wertschöpfungskette werden in unserer Region Arbeitsplätze in der Landwirtschaft und der Verarbeitung zukunftsorientiert gesichert. Inzwischen wurde von den Verarbeitern eine Schwäbischer Alb-Dinkel GmbH gegründet, die mit den bäuerlichen Vertragspartnern der Erzeugergemeinschaft kontrollierte Erzeugerkriterien festgelegt hat. Enthalten ist darin auch der Verzicht auf gentechnisch verändertes Saatgut, da der Landkreis Reutlingen gemeinsam mit zwei anderen Landkreisen die größte zusammenhängende **gentechnikfreie Anbauregion** in Baden-Württemberg bildet, die Qualitätsvermarktung im Landkreis Reutlingen forciert.

Die **Lammfleischvermarktung** aus dem Landkreis Reutlingen wird neben der Direktvermarktung zum größten Teil über die Viehzentrale in Stuttgart abgewickelt. Diese vermarktet etwa 15% ihrer Lämmer, rund 8.500 Stück, unter der Marke „Württembergischer Lamm“. Dabei nehmen die Lämmer des Landkreises Reutlingen einen Anteil von rund 40% ein. Diese Entwicklungen sichern Arbeitsplätze in der regionalen Schäferei und erhalten unsere Kulturlandschaft, insbesondere die Wacholderheiden der Schwäbischen Alb. Verschiedene Projekte in unserer Region haben für die Schäfer die Triebwegesituation auf der Mittleren Schwäbischen Alb verbessert. Außerdem wird viel Energie in die Öffentlichkeitsarbeit für regionales Lammfleisch investiert, z.B. eine Informationsveranstaltung zum Thema durch das Verbraucher-Forum, der „Schäferlauf“ oder eine Marktplatzveranstaltung mit Lammfleischverköstigung in Bad Urach, regelmäßig wiederkehrende Veranstaltungen.

Im Bereich der **Streuobstvermarktung** haben sich in der Region verschiedene Produkte im Landkreis etabliert. Neben einem Bio-Apfelsaft aus Reutlinger Äpfeln mit einem Umsatz von ca. 100.000 l pro Jahr ist ein regionaler Apfelsaft „Ebbes Guad's“ aus Äpfeln des Landkreises Reutlingen und einem benachbarten Kreis auf den Markt gekommen, der mit jährlich ca. 900.000 l vermarktet wird und inzwischen in Märkten der Edeka-Gruppe gelistet ist. Neben den Äpfeln wurden Produkte für Birnen, z.B. ein regionaler Palmischbirnenschnaps, und verschiedene Produkte für die Erntestäler Knorpelkirsche, z.B. ein Kirschlikör, entwickelt, die in noch geringer Stückzahl produziert und erfolgreich vermarktet werden. Für die Erzeugung von Streuobst wurden Qualitätskriterien festgelegt. Diese Maßnahmen tragen wirksam zum Erhalt unserer Kulturlandschaft, insbesondere der Streuobstwiesen, bei.

Durch intensive Öffentlichkeitsarbeit ist eine merkbare Zunahme des **Interesses der Öffentlichkeit an regionalen Produkten** zu spüren. Veranstaltungen mit regionalem Bezug erfahren starken Zulauf, wie zuletzt der Schwäbische Markt „neigschmeckt“ in Reutlingen mit über 30.000 Besuchern, das erste Dettinger Kirschenfest mit über 10.000 Besuchern und das jährlich stattfindende Kartoffelfest mit 12.000 Besuchern und unterstützen die Sicherung des Absatzes regionaler Produkte aus unserer Landwirtschaft.

Das breite Angebot der **Umweltbildung** und des **Sanften Tourismus**, das konstant das Thema „Regionale Produkte“ aufgreift (Bsp. Albhof-Tour, Alb-Guides, Obstbaumuseum), unterstützt diese Entwicklung in unserer Region und wirkt damit als sehr wichtiger Bereich an der Stärkung von Wertschöpfungsketten für landwirtschaftliche Produkte mit.

Zudem werden **verschiedenste Vermarktungsansätze für regionale Produkte** schon umgesetzt. Neben einem Bauernladen in Pfullingen, der von einer Gruppe von Landfrauen betrieben wird, und einem Regionalen Regal in verschiedenen Supermärkten finden sich regionale Produkte z.B. im Landmarkt des ALB-GOLD Kundenzentrums in Trochtelfingen und in der Kelter in Metzingen. Naturfreundehäuser haben regionale Produkte in ihr Sortiment aufgenommen, ein Partyservice bietet regionales Catering an. Eine Bauernmarkthalle, in der ländliche Betriebe ihre Produkte anbieten können, ist in Planung.

Im Landkreis hat sich unter Federführung des Regionalmanagements in 2005 ein **Arbeitskreis Dachmarke** mit über 30 Teilnehmern aus den Bereichen Landwirtschaft, Forstwirtschaft, Tourismus, Verarbeitung und Handel gebildet, der in unserer Region als wichtigen Schritt für die Regionalentwicklung die Einführung einer regionalen Dachmarke vorantreiben will. Auf regionale Wertschöpfungsketten hat eine Dachmarke deutlich positive Auswirkungen.

Das Regionalmanagement wird die Analyse von Wertschöpfungsketten voranbringen und gemeinsam mit Akteuren und Beratern Konzepte zur Optimierung entwickeln und umsetzen. Dabei wird die Einbindung der Entwicklungen aus dem Dachmarkenprozess eine wichtige Rolle spielen.

Eine Stabilisierung und ein Ausbau der oben beschriebenen Wertschöpfungsketten hat große Bedeutung für die regionale Entwicklung, sie führt zu gesicherten Arbeitsplätzen vor allem in der Landwirtschaft, zu funktionierenden Absatzmärkten und geschlossenen Wirtschaftskreisläufen in unserer Region.

## 2. Schwerpunkt:

### „Regenerative Energieerzeugung“

Wir haben mit dem „**Forum Pflanzenöl als Kraftstoff**“ und der **Umrüstung von Bussen und Schleppern auf reines Rapsöl** einen ersten wichtigen Entwicklungsschritt in die Nutzung von landwirtschaftlichen Produkten als Energieträger getan.

Die Studie „**Erneuerbare Energien – Energiepotenziale in Metzingen**“ hat für einen Bereich der Region beispielhaft Potenziale dargestellt, deren wirtschaftlicher Nutzen deutlich wird. Dieser Ansatz soll nach und nach auf den Landkreis ausgeweitet werden. Eine erste Umsetzung der Ergebnisse ist mit der Einrichtung einer **Aufbereitungsanlage für Holzhackschnitzel** geschehen. Aufgrund des vorbildlichen Engagements der bereits länger aktiven Gruppe ist eine weitere Umsetzung im Gange.

Ebenso steigt das Interesse in der Region, **Biomasseanlagen** zu erstellen, vor allem als weiteres Standbein für die Landwirtschaft. Eine Regionalstrom-Aufpreisvermarktung mit festgelegten Erzeugerkriterien ist angestrebtes Ziel.

Wir wollen die Aufbruchstimmung in der Region aufgreifen und erwarten in diesem Schwerpunkt neue Standbeine für die Landwirtschaft, eine klare Steigerung der Wertschöpfung durch die Nutzung regionaler Rohstoffe und die Erhaltung von Arbeitsplätzen und Betrieben in der Region.

### 3. Schwerpunkt:

#### „Verbraucherinformation und Ernährungsberatung“

Seit dem Jahr 2003 ist das **VerbraucherForum** Anlaufstelle für Bürgerinnen und Bürger in unserer Region zu Verbraucherfragen. Die Internetseite wird von ca. 9.000 Besuchen pro Monat aufgerufen. Auch die Veranstaltungen des VerbraucherForums zu verschiedenen Verbraucherthemen, vor allem aus dem Bereich „Ernährung“, finden großes Interesse. Fragen aus der Bevölkerung an das VerbraucherForum betreffen daher oft die Verfügbarkeit regionaler Lebensmittelprodukte, aber auch Dienstleistungen z.B. aus den Bereichen Tourismus und Umweltbildung. Der 2005 von VerbraucherForum und VHS initiierte Kochkurs mit regionalen Produkten und viele von uns geführte Gespräche an Informationsständen von REGIONEN AKTIV zeigen, dass Bürger und Bürgerinnen der Region großes Interesse an Ernährungsthemen und regionalen Produkten haben, jedoch ein deutliches Informationsdefizit besteht. Beratung und Informationsmaterialien werden sehr gut angenommen.

Gleiches gilt für Projekte im Ernährungsbereich, beispielsweise der Kochkurs **„Kochen gegen Fast Food“** des Deutschen Hausfrauenbundes, **„Fit-Ess-Fun“** im Bereich „Gesunde Kinderernährung für Übergewichtige“ oder **„Schule und Kindergarten auf dem Bauernhof“**, wo Kindern die Erzeugung von Lebensmitteln zielgruppengerecht dargestellt wird.

Projekte aus dem Bereich der Umweltbildung (Bsp. **Alb-Guides, Lehrkräutergarten Trochtelfingen, Umweltbildungszentrum Listhof**) und des Sanften Tourismus (Bsp. **AlbhofTour**) sowie Veranstaltungen wie der **Landerlebnistag** in Ehestetten, der **„Genusszug“** auf der Albhochfläche, **„neigschmeckt“** in Reutlingen oder das **Kartoffelfest** in St. Johann tragen ebenfalls zur Verbraucherinformation bei.

Dieser Schwerpunkt wird den Bereich unseres Kernthemas intensiv unterstützen. Verbraucherinformationen tragen als wichtiges Element für die Vermarktung von regionalen landwirtschaftlichen Produkten zur Stärkung von Wertschöpfungsketten bei. Auch der Schwerpunkt „Regenerative Energieerzeugung“ profitiert von einer Intensivierung der Verbraucherinformation in der Region, ebenso wie der gesamte Regionale Entwicklungsprozess. Die isolierte Inwertsetzung des Schwerpunktes „Verbraucherinformation“ ist schwer messbar zu machen, sie muss vielmehr im Zusammenspiel der Schwerpunkte betrachtet werden.

Wir wollen in diesem Handlungsfeld bestehende Instrumente für die Vermittlung von Informationen an unsere regionalen Verbraucher optimieren (Bsp. VerbraucherForum, Gläserne Produktionen) und neue Instrumente gemeinsam mit den Akteuren (Bsp. „Ernährungsinformationszentren“) aufbauen.

## 8. Organisation und Träger

Der Verein PLENUM im Landkreis Reutlingen – REGION AKTIV e.V. wird zunächst Bestand haben, da er auch für die Abwicklung des Landesprogramms PLENUM zuständig ist.

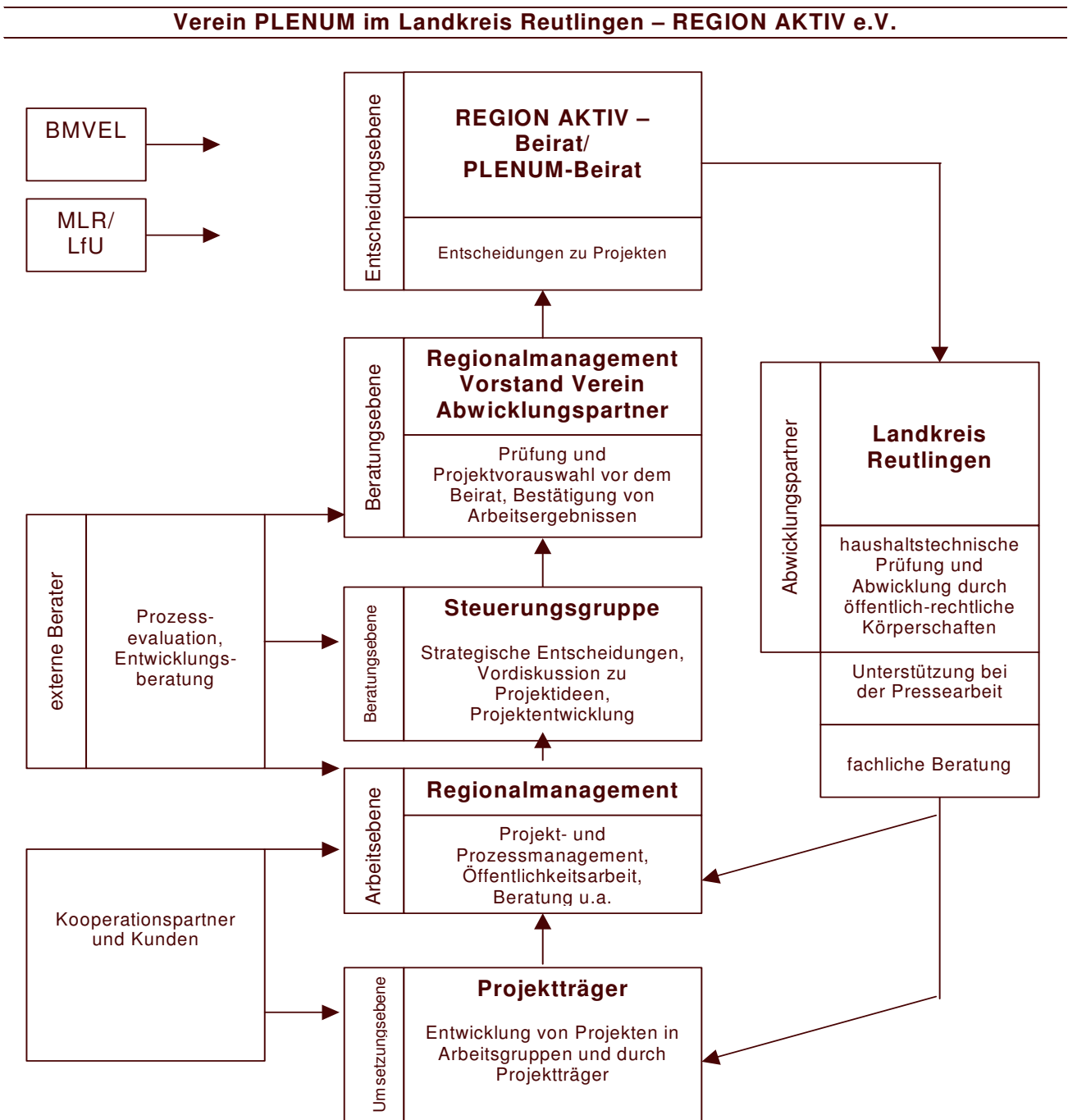
Die Infrastruktur für REGIONEN AKTIV und damit der REGION AKTIV-Beirat wird fortgeführt. Für die Steuerung des Kernthemas wird eine Steuerungsgruppe eingerichtet, die zusammen mit dem Regionalmanagement die Vorbereitung von Projekten und Aktionen übernimmt.

Die sonstige Weiterentwicklung der Organisation muss über den Jahreslauf geprüft werden. Sie ist vor allem von zwei Punkten abhängig:

1. Einrichtung einer „regionalen Dachmarke“: Wir stehen am Anfang unseres Entwicklungsprozesses. Viel spricht dafür, dass die Marke den ganzen Landschaftsraum der Schwäbischen Alb einbeziehen soll. Geplante Gespräche mit den anderen Landkreisen sollen hier in Kürze mehr Klarheit bringen.
2. Einrichtung eines Biosphärengebiets: Wir wollen die Entwicklung unseres Organisationsmodells Regionalmanagement eng an die Entwicklungen des Biosphärengebiets koppeln.

Die neue Organisation soll spätestens im Herbst 2007 einsatzfähig sein.

Grafische Darstellung der für 2006 angestrebten Organisation



## 9. Personalkonzept und -entwicklung

Die bereits seit 2002 bzw. 2003 beschäftigten Regionalmanagerinnen haben aufgrund ihrer Berufserfahrung und des Entwicklungsprozess, den sie in Phase I von REGIONEN AKTIV mitbegleitet haben, weitreichende Kompetenzen eines Regionalmanagements.

Beratungsleistungen des Regionalmanagements für die Akteure werden auch zukünftig eine wichtige Rolle spielen. Aus diesem Grund müssen auch die Beratungs- und Kommunikationsfähigkeiten sowie die Fähigkeiten im Prozessmanagement der Regionalmanagerinnen erweitert und das fachliche Profil für die Kernthemenbearbeitung geschärft werden.

Auch hinsichtlich der zukünftigen Zielsetzungen müssen Kompetenzen in der Unternehmensführung, Organisation und Controlling aufgebaut werden. Da ein Ziel des Regionalmanagements die mittelfristige Selbstfinanzierung ist, bedarf es zukünftig unternehmerischer Fähigkeiten (Betriebswirtschaft, Rechnungswesen), die bei den Regionalmanagerinnen aufgrund ihrer Ausbildung und Berufserfahrungen nur teilweise vorhanden sind.

### **Aktuell vorhandene Kompetenzen und „Kompetenz-Lücken“ im IST - SOLL-Vergleich (vgl. auch Anlage 2, Übersicht der RegionalmanagerInnen)**

Notwendige Kompetenz	IST	SOLL
Kommunikationskompetenz	vorhanden	zielgruppenspezifisch weiter ausbauen
Moderation	vorhanden	
Prozessmanagement	vorhanden	weiter verbessern
Projektmanagement	vorhanden	
Ökologische Kompetenz	vorhanden	
Kompetenz Fördermanagement	vorhanden	
Vermarktungskompetenz	vorhanden	weiter verbessern
Beratungskompetenz	vorhanden	zielgruppenspezifisch weiter ausbauen
Ländliche Entwicklungspolitik	vorhanden	aktualisieren
Ökonomische Kompetenz/Betriebswirtschaft		schulen
Unternehmensführung und Organisation		schulen
Rechnungswesen und Controlling		schulen

### Maßnahmen der Personalentwicklung im Bereich der Fortbildung/ Qualifizierung/Coaching sowie der zusätzlichen Kompetenzerschließung

Das Regionalmanagement bei REGIONEN AKTIV soll bis April 2006 mit 1,7 Stellen, ab Mai 2006 mit 1,5 Stellen fortgeführt werden. Damit sind 9,5 Fortbildungstage vorzuweisen. Die Qualifizierungslücken werden durch eine Mischung aus Seminaren, Coaching und fachlichem Austausch geschlossen.

#### Qualifizierung 2006

Art der Maßnahme	Person	Aufwand
Organisation und Unternehmensführung	RM 100/RM 50	2 Tage
Rechnungswesen und Controlling	RM 100	1 Tag
Prozessmanagement	RM 100/RM 50	1,5 Tage
Beratung und Kommunikation	RM 100	1 Tag
Vermarktung	RM 50	1 Tag
ELER – Perspektiven der neuen EU-Verordnung	RM 100	1 Tag
Coaching für Evaluation und Organisationsentwicklung, s. auch Kapitel 11 Monitoring und Controlling	RM 100/RM 50	2 Tage
weitere Kompetenzerschließung durch		
Coaching durch andere Regionalmanagement-Teams (Kollegiale Beratung)	RM 100/RM 50	4 Tage
Kompetenzerschließung durch Sitz im Kreislandwirtschaftsamt	RM 50	1 Tag/ Woche
stetige Kompetenzerschließung und kollegiale Beratung durch enge Zusammenarbeit mit PLENUM-Team (Geograph/Agraringenieurin)	RM 100/RM 50	mind. 1x/Woche

RM 100 = Regionalmanagerin mit 100%-Anstellung

RM 50 = Regionalmanagerin mit 70/50%-Anstellung

Die Qualifizierungsmaßnahmen für 2007 werden entsprechend der Entwicklung rechtzeitig im Herbst 2006 geplant.

## 10. Public-Relations

Unser Hauptziel 2006 im Bereich Public-Relations ist die Steigerung des Bekanntheitsgrades des Regionalmanagements in der Region sowie die Bekanntmachung seines neuen Leistungsspektrums. Die thematische Fokussierung von REGIONEN AKTIV auf ein Kern- und zwei Nebenthemen und die Erweiterung des Angebotes des Regionalmanagements auf Produkte und Dienstleistungen zur Refinanzierung muss verschiedenen Zielgruppen vermittelt werden. Damit geht auch eine Veränderung des Images des Regionalmanagements in der Region einher. Bisher wurden die Leistungen des Regionalmanagements von Akteuren, Antragstellern und Partnern immer in engem Zusammenhang mit schon vorhandenen Projektfördermitteln wahrgenommen. Diese Situation wird sich durch die Erschließung neuer Leistungssäulen des Regionalmanagements ändern - vor allem, wenn keine Projektmittel von REGIONEN AKTIV zur Verfügung stehen. Eine schnelle und offene Kommunikation der Änderung der Rahmenbedingungen im Regionalmanagement ist ausschlaggebend für die Akzeptanz des Regionalmanagements in der Region und Voraussetzung für eine weiterhin gute Zusammenarbeit mit den Akteuren.

Wir haben verschiedene Zielgruppen (siehe Grafik) für unsere PR-Maßnahmen identifiziert. Eine wichtige Gruppe ist die der Einwohner und Verbraucher sowie der Touristen in unserer Region. Hier verfolgen wir das Teilziel, das Regionalmanagement allgemein bekannt zu machen und über eine thematische Zuordnung unserer Leistungen zu informieren. Wir wollen damit unser Image in der Region weiter verbessern. Geplant sind Events mit regionalem Schwerpunkt, bei denen wir als (Mit-) Veranstalter auftreten und über unsere Arbeit informieren. Weitere Maßnahmen für diese Zielgruppe sind intensive Pressearbeit, Internetpräsenz und die Verteilung von Informationsbroschüren.

In einer weiteren Gruppe haben wir die Zielgruppen zusammengefasst, die wir intensiver über unsere Arbeit informieren wollen. Hier soll das gesamte Spektrum unserer Arbeit kommuniziert werden, wobei wir zielgruppenspezifische Schwerpunkte setzen wollen. Eine wichtige Zielgruppe sind die verschiedenen Wirtschaftspartner, die an den regionalen Wertschöpfungsketten beteiligt sind (Landwirtschaft, Handel, Handwerk, Gastronomie, etc.). Außerdem haben wir verschiedene Zielgruppen identifiziert, die wir als starke Partner benötigen (Kommunen, Verbände, Medien, Vertreter der Ministerien und des Regierungspräsidiums, Medien, Vertreter von Entwicklungsagenturen mit anderen Schwerpunkten und von Kammern, Innungen und von Bildungseinrichtungen). Nicht zuletzt ist eine gute Kommunikation mit der Regionalen Partnerschaft wichtig, um die Akzeptanz der Arbeit des Regionalmanagements an der Basis zu erhalten. Neben den schon genannten Maßnahmen Internetpräsenz, Infobroschüren und intensiver Pressearbeit wollen wir hier besonders auf persönliche Kontaktaufnahme setzen. Newsletter-Mailings sollen den Kontakt aufrecht erhalten.

Außerdem werden wir auf entsprechenden Veranstaltungen für Fachpublikum über unsere Arbeit informieren sowie Infoabende für bestimmte Zielgruppen anbieten.

Einen Teil der Maßnahmen werden wir in Zusammenarbeit mit dem Regionalmanagement von PLENUM im Landkreis Reutlingen durchführen, mit dem wir sehr eng zusammenarbeiten. Für das Jahr 2006 sind für Public Relations insgesamt 8.500 € in den Kostenplan eingestellt (siehe Kapitel 13).

**Entwurf eines PR-Konzepts für das Regionalmanagement 2006**

Ziel	<b>Wir wollen den Bekanntheitsgrad des Regionalmanagements und seines Leistungsspektrums in der Region erhöhen!</b>															
Teilziele	<b>Die für den Regionalen Entwicklungsprozess wichtigen Akteure sollen das Regionalmanagement und sein Leistungsspektrum kennen.</b>	<b>Die Mehrzahl der Bürgerinnen und Bürger soll wissen, dass es ein Regionalmanagement gibt und mindestens einen Handlungsbereich des Regionalmanagements kennen.</b>														
Zielgruppen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Betriebsleiter landwirtschaftlicher und verarbeitender Betriebe / Handwerk / Handel / Gastronomie / Logistik</b></li> <li>• <b>Vertreter der Kommunen (Landräte / Bürgermeister /...)</b></li> <li>• <b>Regionale Partnerschaft / Verein</b></li> <li>• <b>Vertreter der Medien (Redakteure)</b></li> <li>• <b>Verbandsvorstände (über)regionale Ebene (Umwelt / Naturschutz / Bauern /...)</b></li> <li>• <b>Referatsleiter MLR / RP</b></li> <li>• <b>Geschäftsführer Entwicklungsagenturen</b></li> <li>• <b>Vorstände IHK / KHS / Innungen / HWK</b></li> <li>• <b>Vorstände Bildungseinrichtungen (VHS / Institute / Universitäten)</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Einwohner/Verbraucher Landkreis</b></li> <li>• <b>Touristen</b></li> </ul>														
zentrale Maßnahmen	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td colspan="2"><b>Informationsbroschüren (rd. 1.500 €)</b></td> </tr> <tr> <td colspan="2"><b>2 Internetseiten mit Infos zu Regionalmanagement und Verbrauchertemen ( rd. 500 €)</b></td> </tr> <tr> <td colspan="2"><b>Pressemitteilungen und –gespräche (ca. 14-tägig, keine zusätzlichen Kosten)</b></td> </tr> <tr> <td style="width: 50%;"><b>Informationsstände Veranstaltungen ( rd. 1.000 €)</b></td> <td style="width: 50%;"><b>Beteiligung an Veranstaltungen mit regionalem Schwerpunkt / Infostände ( mind. 3 Events, 4.000 €)</b></td> </tr> <tr> <td colspan="2"><b>zielgruppenspezifische Infoabende (rd. 1.500€)</b></td> </tr> <tr> <td colspan="2"><b>persönliche Kontaktaufnahme (keine zusätzlichen Kosten)</b></td> </tr> <tr> <td colspan="2"><b>Newsletter-Mailings (keine zusätzlichen Kosten)</b></td> </tr> </table>		<b>Informationsbroschüren (rd. 1.500 €)</b>		<b>2 Internetseiten mit Infos zu Regionalmanagement und Verbrauchertemen ( rd. 500 €)</b>		<b>Pressemitteilungen und –gespräche (ca. 14-tägig, keine zusätzlichen Kosten)</b>		<b>Informationsstände Veranstaltungen ( rd. 1.000 €)</b>	<b>Beteiligung an Veranstaltungen mit regionalem Schwerpunkt / Infostände ( mind. 3 Events, 4.000 €)</b>	<b>zielgruppenspezifische Infoabende (rd. 1.500€)</b>		<b>persönliche Kontaktaufnahme (keine zusätzlichen Kosten)</b>		<b>Newsletter-Mailings (keine zusätzlichen Kosten)</b>	
<b>Informationsbroschüren (rd. 1.500 €)</b>																
<b>2 Internetseiten mit Infos zu Regionalmanagement und Verbrauchertemen ( rd. 500 €)</b>																
<b>Pressemitteilungen und –gespräche (ca. 14-tägig, keine zusätzlichen Kosten)</b>																
<b>Informationsstände Veranstaltungen ( rd. 1.000 €)</b>	<b>Beteiligung an Veranstaltungen mit regionalem Schwerpunkt / Infostände ( mind. 3 Events, 4.000 €)</b>															
<b>zielgruppenspezifische Infoabende (rd. 1.500€)</b>																
<b>persönliche Kontaktaufnahme (keine zusätzlichen Kosten)</b>																
<b>Newsletter-Mailings (keine zusätzlichen Kosten)</b>																

## 11. Monitoring und Controlling

Zur Erfolgskontrolle und Qualitätssicherung des Regionalmanagements und des Gesamtentwicklungsprozess sollen Maßnahmen der Selbstbewertung, z.T. mit externer, fachlicher Unterstützung durchgeführt werden.

### **Vorhandene und geplante Instrumente/Methoden für die Begleitung und Bewertung des Regionalmanagements**

#### **Selbstevaluierung:**

- wöchentliche Jours Fix zum Austausch mit dem PLENUM-Team
- monatliche Reflexionstage jeder Managerin für systematischen Überblick über die anstehenden Aufgaben und Projekte
- zweimonatlich Teamreflexionen (im Zuge verlängerten Jour Fix): gemeinsame Reflexion mit dem PLENUM-Team für systematischen Überblick über die anstehenden Aufgaben und Projekte

#### **Selbstevaluierung mit externer Unterstützung:**

- November jeden Jahres: Wie bereits bisher durchgeführt plant das Regionalmanagement ein Strategietreffen pro Jahr gemeinsam mit dem PLENUM-Team und wichtigen Fachvertretern aus den Behörden und Organisationen, bei dem die Umsetzung der Jahresplanung in den einzelnen Handlungsfeldern bewertet (Prozesscheck-Bogen) und die Jahresplanung durchgeführt wird (mit externer Moderation).
- Diese Methode soll einmal jährlich auch mit den Akteuren, aufgeteilt in die bestehenden Netzwerke, durch das Regionalmanagement angewandt werden.
- Das noch nicht ausgereifte Jahresarbeitsprogramm des Regionalmanagements soll mit Hilfe externer Unterstützung optimiert werden.
- Für die mittel- und langfristige Organisationsentwicklung soll gegebenenfalls eine Beratung und ein Coaching mit Evaluierung des bisherigen Organisationsmodells hinsichtlich der aktuellen Entwicklungen stattfinden.

Weiterhin sollen im Zuge einer Mitgliederversammlung im Herbst 2006 eine Erfolgskontrolle zum Gesamtprozess und Regionalmanagement stattfinden, um die Jahresplanung 2007 auch hinsichtlich der Finanzierung sicherzustellen und weiterzuführen.

### Erfolgsindikatoren für das Regionalmanagement

Basierend auf den zukünftigen Leistungen und Produkten des Regionalmanagements werden folgende Erfolgsindikatoren festgelegt:

Erfolgsindikator	Erfolgskontrolle anhand
Summe der akquirierten Projekt-, Stiftungs- und Sponsoring-Mittel (in Relation zu den Zielvorgaben)	Einnahmenbilanz
Erfolge bei Projekten im Kernthema (Wertschöpfung, Arbeitsplätze)	Projektelevaluation
Anzahl gewonnener neuer (Wirtschafts-)Partner und daraus resultierende Refinanzierung	Einnahmenbilanz

## 12. Realisierungsfahrplan 2006-2007

Aufgrund der besseren Darstellbarkeit sind unsere groben Vorhabenschritte mit Meilensteinen in Anlage 3 und 4 dargestellt.

### 13. Finanzplanung

<b>Kostenplan Regionalmanagement 2006<sup>1</sup></b>				
		REGIONEN AKTIV <small>Januar – April 06</small>	REGIONEN AKTIV <small>Mai – Dez. 06</small>	PLENUM <small>(Landkreis finanziert 30% der Personal- und Geschäftskosten, restl. Mittel sind Landesmittel, Laufzeit in Reutlingen bis 2008)</small>
1	Personalkosten	31.000	56.000	147.000
2	Reisekosten	2.000	1.000	3.000
3	Fortbildungs-/Coachingskosten	4.500	3.000	
4	Honorare und Reisekosten für Externe	1.000	1.000	
5	Public Relation/Öffentlichkeitsarbeit	4.000	4.500	20.000
6	Geringfügige Anschaffungen / Reparaturen der Bürogeräte/Werkverträge/Veranstaltungskosten/	2.000	1.050	25.000 (inkl. Kostenarten 3, 4 und 9)
7	Büromiete, Gebäudeunterhalt	1.400	2.800	
8	Gemeinkosten: (Aufschlüsselung für REGIONEN AKTIV siehe Anlage 5)	2.820*	5.650*	12.500 (inkl. Kostenart 7)
9	Gremienarbeit (Aufwandsentschädigungen)	1.000	500	
10	Projektmittel	0	0	290.000
	<b>Zwischensumme Gesamtkosten</b>	49.720	75.500	
11	<b>Kosten, gesamt</b>	125.220		497.500

\* Aufstellung unbarer Sachleistungen des Landkreises für das Regionalmanagement Gesamtjahr 2006 [Euro]:

Rechnungsprüfungsamt	89
Pressestelle	2.478
Hauptamt	446
(Lohn- und Gehaltsstelle, Fortbildungen, Zuschussbedarf)	
Kreiskämmerei	705
Fernsprechzentrale, Telefon	451
Zentrale Dienste	1.950
(Postwesen, Botendienst, Hausdruckerei, Hausmeister)	
EDV-Betreuung	784
Bereitstellung Fuhrpark	969
Versicherungen/Unfallkasse	598
<b>Summe</b>	<b>8.470</b>

<b>Finanzierungsplan REGIONEN AKTIV 2006</b>			
		Januar – April 2006	Mai – Dezember 2006
1	Mitgliedsbeiträge und Spenden	0	0
2	Zuschuss des Landkreis Reutlingen (Haushaltsmittel 2006)	0	17.000
3	Erlöse aus Dienstleistungen / Projektmanagement	0	0*
4	Sponsoring / Nutzungsrechte	0	0*
5	Nicht geldwerte Sachleistungen des Landkreises Reutlingen	2.820	5.650
6	Öffentliche Fördermittel: REGIONEN AKTIV	46.900	52.850
7	Öffentliche Fördermittel Land/EU: ILEK; LEADER+ etc.	0	0
8			
9			
10	<b>Einnahmen, gesamt</b>	49.720	75.500
			125.220

\* Unser Ziel für 2006 ist es, mindestens 15% der Kosten des Regionalmanagements durch Produkte, Dienstleistungen oder Sponsoring des Regionalmanagements selbst zu decken. Die Mittel sind noch nicht gesichert, deshalb führen wir sie nicht im Finanzierungsplan auf. In dem Maße, in dem wir unser Ziel erreichen oder gar übertreffen, reduzieren sich die weiteren Kofinanzierungsanteile an den Kosten für das Regionalmanagement (BMVEL, Landkreis) entsprechend.

Das Regionalmanagement wird im Zeitraum Januar bis April 2006 die Möglichkeit der Verlängerung der Finanzierung des Regionalmanagements zu praktisch 100% aus „Altmitteln“ des BMVEL (Restmittel 2005) nutzen. Rund 6% der Sachleistungen (Kostenplan, Kostengruppe 8: Gemeinkosten) werden nicht geldwert vom Landkreis zur Verfügung gestellt, was auch in den Jahren 2003 - 2005 der Fall war.

Für den Zeitraum Mai bis Dezember 2006 wird der Landkreis Reutlingen 30% der Kosten für das Regionalmanagement finanzieren. Dabei werden etwa 3/4 dieser Mittel geldwerte Leistungen sein (Haushaltsmittel), etwa 1/4 besteht aus nicht geldwerten Sachleistungen des Landkreises.

Im Kosten- und Finanzierungsplan sind sämtliche Voraussetzungen für die Bewilligung gemäß den Ausschlusskriterien enthalten:

- die nicht geldwerten Sachleistungen im relevanten Zeitraum Mai bis Dezember 2006 übersteigen mit 5.650 € nicht 10% der Gesamtfinanzierung von 75.500 €.
- die Fortbildungskosten des RM sind im Finanztableau dargestellt. Es werden 2006 für 9,5 Fortbildungstage 7.500 € Kosten kalkuliert.

## **Finanzierungsmodelle für 2007**

### **Szenario 1: Fortführung des Regionalmanagements 2007 mit 50% REGIONEN AKTIV-Mitteln**

Finanzierungsmodell:

50% BMVEL

20% Landkreis Reutlingen

30% Erlös aus Dienstleistungen und Produkten des RM, Sponsoring

Das Regionalmanagement hat als Ziel 2007 formuliert, im Jahr 2007 30% der Kosten selbst zu finanzieren. Diese Mittel sind noch nicht gesichert. Geplant sind Dienstleistungen im Bereich des Förderprogramm- bzw. Fördermittelmanagements über REGIONEN AKTIV hinaus (eventuell LEADER, Stiftungsgelder, ...) sowie in der Netzwerkbildung und Projektentwicklung. Zudem wird das Regionalmanagement Sponsorpartner suchen.

### **Szenario 2: Fortführung des Regionalmanagements 2007 ohne REGIONEN AKTIV-Mittel**

Finanzierungsmodell:

50% Landkreis Reutlingen

50% Erlös aus Dienstleistungen und Produkten des RM, Sponsoring

Grundsätzlich ist unser Ziel (siehe Leitgedanken und Ziele des Regionalmanagements, Kapitel 5), einen möglichst großen Anteil des Regionalmanagements auf „eigene Beine“ zu stellen durch ein entsprechendes Angebot an Dienstleistungen, Produkten und Sponsoren (siehe Szenario 1 und Kapitel 6).

Die Sicherung der Finanzierung des Regionalmanagements über Eigenleistungen von 0% auf 100% innerhalb ca. 1 Jahr bis 2007 ist allerdings nicht realistisch. Über die Höhe verfügbarer Haushaltsmittel des Landkreises für das Regionalmanagement 2007 wird zu gegebener Zeit entschieden. Kompensation der fehlenden REGIONEN AKTIV-Mittel muss auch durch vermehrte Akquisition von Sponsoren und die Verstärkung von Refinanzierungsmaßnahmen des Regionalmanagements erfolgen. Dadurch wird sich der Arbeitsschwerpunkt des Regionalmanagements zu Ungunsten anderer inhaltlicher Aufgabenbereiche deutlich in diesen Leistungsbereich verschieben.

Für die Stabilisierung des Regionalmanagements wären Bundesmittel für 2007 zur Kostendeckung sehr zu begrüßen.

## 14. Chancen und Risiken

Das Unternehmenskonzept hat gute Umsetzungschancen. Es ist im Landkreis ein dynamischer Regionalentwicklungsprozess mit vielen engagierten Akteuren im Gange. Zahlreiche Ideen für vielversprechende Projekte sind vorhanden. Das Regionalmanagement hat ein großes Ansehen in unserer Region. Somit besteht eine gute Chance, dass bei entsprechender Kommunikation das sich im Prozess ändernde Leistungsprofil des Regionalmanagements angenommen wird.

Hinzu kommt die sich abzeichnende Einrichtung eines Biosphärengebiets, die auch Chancen für die weitere Finanzierung eines etablierten Regionalmanagements bietet. Die Überlegungen gehen in Richtung einer Stiftung, für die eine Geschäftsstelle personell besetzt werden muss.

Lizenzgebühren einer sich etablierenden Dachmarke bieten mittelfristig weitere Refinanzierungsmöglichkeiten für das Regionalmanagement.

Zudem kann bei entsprechenden Entwicklungen auf EU-Ebene auch das LEADER-Programm für eine Finanzierung des Regionalmanagements in Frage kommen. Hierfür bietet das etablierte Regionalmanagement einen hervorragenden Ausgangspunkt.

Grundsätzlich liegt die Chance des Konzepts in der Steigerung der Effizienz der Dienstleistungen und der Mittel für die Entwicklung in der Region und in den Wertschöpfungs- und Arbeitplatzeffekten.

Die Risiken liegen natürlich in der schwierigen Kalkulierbarkeit der Einnahmen durch Dienstleistungen wie Fördermittelmanagement sowie der aufgrund rückläufiger Haushalte unsicheren Grundfinanzierung. Umso mehr ist es das Ziel und die Herausforderung, die Bekanntheit des Regionalmanagements und die Erfolge so zu steigern, dass es als nicht mehr wegzudenkende Institution angesehen wird.

## 15. Anhang

- Anlage 1:** Bisherige und künftige Leistungen und Produkte des Regionalmanagements mit Nutzensbewertung
- Anlage 2:** Übersicht der Aufgaben der RegionalmanagerInnen von REGIONEN AKTIV und PLENUM
- Anlage 3:** Realisierungsfahrplan 2006
- Anlage 4:** Realisierungsfahrplan 2007
- Anlage 5:** Finanznachweis