

## Handlungsfelder und Teilziele der LEADER-Aktionsgruppe Mittleres Oberschwaben

HF 1 Regionale Wirtschaft	HF 2 Kommunalentwicklung	HF 3 Landentwicklung	HF 4 Tourismus und Naherholung
1.1 Handwerks- Wirtschafts- und Dienstleistungsbetriebe 1.2 Gesundheitswirtschaft 1.3 Fachkräftesicherung 1.4 Energiewende 1.5 Gründungsförderung/ Diversifizierung	2.1 Interkommunale Kooperation 2.2 Demografie/Inklusion 2.3 Mobilität 2.4 Kunst und Kultur	3.1 Gewässer- und Moorentwicklung 3.2 Streuobst 3.3 Produktentwicklung 3.4 Naturschutz und Umweltbildung	4.1 Rad-, Gesundheits-, Familiéntourismus 4.2 Moore & Magie, Barock 4.3 Regionale Küche

### Handlungsfeld 1: Regionale Wirtschaft

<p><i>Das Handlungsfeld Regionale Wirtschaft besteht aus den Teilbereichen Handwerks-, Wirtschafts- und Dienstleistungsbetriebe, Gesundheitswirtschaft, Fachkräftesicherung, Energiewende sowie Gründungsförderung/Diversifizierung.</i></p>			
<p><b>HZ 1.1:</b> Handwerks-, Wirtschafts- und Dienstleistungsbetriebe werden, um die lokale Wirtschaftsstruktur zu stabilisieren, unterstützt. Sie sollen in die Lage versetzt werden, für sich und ihre Gewerke zu werben, um sich im Wettbewerb um Fachkräfte und Auszubildende gegenüber der Großindustrie behaupten zu können. Lernschwache Schüler/innen erhalten zusätzliche Unterstützung für die berufliche Integration.</p>			
TZ 1: Ein Arbeitskreis zum Thema Mitarbeitergewinnung im Handwerk hat sich gegründet und trifft sich regelmäßig.	Zahl der Netzwerke	1	2020
	Zahl der Veranstaltungen	5	
TZ 2: Kooperationsprojekte zwischen Handwerks-, Wirtschafts- und Dienstleistungsbetrieben mit Jugendlichen und Eltern – teilweise unter Einbezug von Schulen, Vereinen, Kindergärten – führten zur besseren Wahrnehmung des beruflichen Ausbildungsangebots in der Region.	Zahl der Projekte	5	2020
	Zahl der teilnehmenden Betriebe	25	
TZ 3: Ein (mobiles) Demonstrations- und „Mitmach-Zentrum für das Handwerk“ in Anlehnung an die „Wissenswerkstatt“ besteht.	Zahl der Projekte	1	2020
	Zahl der Jugendlichen	700	
<p><b>HZ 1.2:</b> Die Gesundheitswirtschaft wird unterstützt, um mit den Angeboten der Gesundheitsprävention neue Zielgruppen (Betriebe, Bevölkerung) anzusprechen sowie die bestehenden Angebote intensiver zu vermarkten.</p>			
TZ 4: Der Arbeitskreis zwischen Vertretern der Gesundheitswirtschaft und Unternehmen zur Gesundheitsprävention erfasst die Nachfrage nach gesundheitspräventiven Maßnahmen bei den Unternehmen.	Zahl der Netzwerke	1	2020
	Zahl der Analysen	1	
	Zahl der teilnehmenden Betriebe	20	
TZ 5: Die Gesundheitswirtschaft hat neue Angebote für die Zielgruppen entwickelt und führt Maßnahmen zur Gesundheitsprävention von Mitarbeitern von KMUs durch.	Zahl der neuen Angebote	4	2020
	Zahl der teilnehmenden Arbeitnehmer	200	

<b>HZ 1.3:</b> Fachkräftesicherung bei ausländischen Arbeitskräften und Studenten im Bereich Sprachbildung und sozialer sowie gesellschaftlicher Integration. Nachhaltige Fachkräftesicherung ansässiger Unternehmen durch Erfahrungsaustausch im Netzwerk.			
TZ 6: Ein Konzept für das Projekt „Sprachbildung & Integration – Willkommen in Oberschwaben“ wurde erfolgreich erstellt und Projektpartner akquiriert.	Zahl der Konzepte	1	2020
	Zahl der beteiligten Akteure	6	
TZ 7: Durch die Einrichtung eines „Strukturatlas Oberschwaben“, in dem sich die Städte und Kommunen der Region vorstellen, soll eine Imageansprache von Fachkräften erfolgen. Interessenten erhalten auf einen Blick die Gegebenheiten der Region hinsichtlich Schulen, Bauplätzen, Ärzteinfrastruktur, etc. Fachkräften soll so die Informationssuche erleichtert werden.	Zahl der Projekte	1	2020
	Zahl der beteiligten Kommunen	25	
<b>HZ 1.4:</b> Der Ausbau von Wertschöpfungsketten zur Umsetzung der Energiewende wurde durch die Förderung von Machbarkeitsstudien für Projekte im Bereich Wärme, Strom, Biogas für deren besseren Vermarktung/Vertrieb, von Smart grid-Systemen und für Energieeffizienz unterstützt. Die Schaffung von dezentralen Speicherlösungen ist eine zentrale Maßnahme.			
TZ 8: Potenzial- und Machbarkeitsstudien für Vermarktungs-, Speicherungs- und Vertriebsprojekte im Bereich Wärme, Strom, Biogas wurden umgesetzt und Investitionen eingeleitet.	Zahl der Projekte	5	2020
	Zahl der Analysen/Konzepte/Studien	8	
<b>HZ 1.5:</b> Die Förderung der Existenzgründung und Diversifizierung in der Landwirtschaft, im Tourismus und anderen Wirtschaftsbetrieben führt zu neuen Arbeitsplätzen bzw. zu arbeitsplatzsicherndem Zuerwerben.			
TZ 9: Es wurden erfolgreich Gründungen und Diversifizierungen durchgeführt und Arbeitsplätze und Zuerwerbsmöglichkeiten geschaffen.	Zahl der Projekte	6	2020
	Zahl der gesicherten Arbeitsplätze	10	
	Zahl der geschaffenen Arbeitsplätze	12	

## Handlungsfeld 2: Kommunalentwicklung

<p><i>Das Handlungsfeld Kommunalentwicklung besteht aus den Teilfeldern interkommunale Kooperation, demografische und inklusive Anpassungsprozesse, teilräumliche und gebietsübergreifende Mobilitätskonzepte sowie Kunst und Kultur im ländlichen Raum.</i></p>			
<p><b>HZ 2.1:</b> Interkommunale Kooperationen werden in den Bereichen Gewerbegebiete, Wasserversorgung und Abwasserentsorgung, Breitbandversorgung, Bauhof, Standesamt, Bildung, Kinderbetreuung u.a.m. auf- bzw. ausgebaut.</p>			
<p>TZ 10: Die Kommunen setzen entsprechend ihrem Handlungsbedarf interkommunale Kooperationsprojekte um.</p>	Zahl der Projekte	5	2020
	Zahl der beteiligten Kommunen	15	
<p><b>HZ 2.2:</b> Demografische und inklusive Anpassungsprozesse bedingen kontinuierliche Investitionen in ein barrierefreies Lebensumfeld und Anpassungen der sozialen Infrastruktur. Die neuen Möglichkeiten durch erhöhtes Bürgerengagement – aufgrund der längeren Lebenszeit – gilt es durch den Aufbau von Bürgerbeteiligungen zu nutzen.</p>			
<p>TZ 11: Die öffentliche und private Infrastruktur wird kontinuierlich den demografischen und inklusiven Anforderungen angepasst.</p>	Zahl der Projekte	7	2020
	Zahl der engagierten Bürger	120	
<p><b>HZ 2.3:</b> Teilräumliche und gebietsübergreifende Mobilitätskonzepte und -lösungen sind in Verbindung mit dem ÖPNV/SPNV und mit bürgerschaftlich-privatwirtschaftlichen Ansätzen entstanden und haben sich als tragfähig erwiesen. Die Infrastruktur E-Mobilität/Gas ist weitgehend flächendeckend ausgebaut.</p>			
<p>TZ 12: In der Region wurden Bürgerbusse oder andere Formen auf bürgerschaftlichem Engagement organisiert und Mobilitätskonzepte umgesetzt.</p>	Zahl der Projekte	5	2020
	Zahl der engagierten Bürger/Akteure	125	
<p>TZ 13: Die E-Mobilität Infrastruktur wurde erfolgreich flächendeckend eingeführt.</p>	Zahl der Projekte	5	2020
	Zahl der Netzwerke	1	
	Zahl der beteiligten Kommunen	1	
<p><b>HZ 2.4:</b> Die Rahmenbedingungen für Künstler und Kulturschaffende werden verbessert und Maßnahmen der Regional- und Soziokultur sowie der Vernetzung der Kulturinitiativen untereinander bzw. mit dem Tourismus gefördert.</p>			
<p>TZ 14: Offene Ateliers und Kooperationsprojekte zwischen Bürgern und Kunst-/Kulturschaffenden sowie Investitionen in die kulturelle Infrastruktur führen zu neuen Angeboten in der Regional- und Soziokultur.</p>	Zahl der Projekte	10	2020
	Zahl der neuen Angebote	5	
	Zahl der engagierten Bürger	200	

## Handlungsfeld 3: Landentwicklung

<p><i>Das Handlungsfeld Landentwicklung besteht aus den Teilbereichen Gewässer- und Moorentwicklung, Streuobstpflanze, Produktvermarktung, Naturschutz und Umweltbildung.</i></p>			
<p><b>HZ 3.1:</b> Die Kulturlandschaftselemente wie Wälder, Moore, Seen und Flüsse sind als zentrale Identifikationspunkte bei der Bevölkerung stärker zu verankern und Maßnahmen zum Schutz bzw. zur Inwertsetzung (u.a. Ökopunktekonzept) werden umgesetzt.</p>			
<p>TZ 15: Aufwertung von regionalen (Fließ-) Gewässern durch Renaturierungs- und Naherholungsmaßnahmen verbunden mit dem Ziel der Sicherung der Artenvielfalt und Sichtbarmachung der Biotopvernetzung.</p>	<p>Zahl der Projekte</p>	<p>2</p>	<p>2020</p>
<p>TZ 16: Informationskampagnen zur Bedeutung der Moore und Gewässer für den Klimaschutz und als prägender Teil der Oberschwäbischen Landschaft sind umgesetzt.</p>	<p>Zahl der Kampagnen</p>	<p>3</p>	<p>2020</p>
<p><b>HZ 3.2:</b> Die durch Streuobst mitgeprägte Kulturlandschaft wird über Nachbepflanzungen und Einbeziehung neuer Akteursgruppen gepflegt und ist durch die Bewirtschaftung (Grünlandbiomasseverwertung und neue Produktentwicklungen) attraktiver gemacht worden.</p>			
<p>TZ 17: Neue Akteursgruppen werden für die Pflege bzw. die Nachbepflanzung gewonnen.</p>	<p>Zahl der neuen Akteure</p> <p>Zahl der neu bepflanzten Flächen</p>	<p>150</p> <p>20</p>	<p>2020</p>
<p>TZ 18: Für vernachlässigte Streuobstbestände werden neue Pflege- und Nutzungskonzepte entwickelt und implementiert.</p>	<p>Zahl der Projekte</p>	<p>10</p>	<p>2020</p>
<p>TZ 19: Die Kampagne „Blühende Landschaft“ wird fortgeführt und für die bienen-/insektenfreundliche Landnutzung geworben.</p>	<p>Zahl der Projekte</p>	<p>3</p>	<p>2020</p>
<p><b>HZ 3.3:</b> Die Produktentwicklung (u.a. Obst, Saft, Gemüse, Honig, Walnussöl, Fleisch aus Landschaftspflege-maßnahmen), die Vermarktung und der Vertrieb (inkl. Verzahnung mit der Gastronomie) werden unterstützt.</p>			
<p>TZ 20: Die Produktentwicklung wird im Sinne der Schaffung von Spezialitäten forciert und neue Märkte erschlossen.</p>	<p>Zahl der neuen Produkte</p> <p>Zahl neuer Vertriebsstellen</p>	<p>5</p> <p>10</p>	<p>2020</p>
<p>TZ 21: Die Gastronomie fragt verstärkt nach regional erzeugten Produkten und engagiert sich für eine regionale Küche.</p>	<p>Zahl der Projekte</p> <p>Zahl der teilnehmenden Gastronomiebetriebe</p>	<p>5</p> <p>10</p>	<p>2020</p>
<p><b>HZ 3.4:</b> Umweltbildungs- und Qualifizierungsmaßnahmen sowie Modellprojekte entwickeln notwendige Kompetenzen und schaffen ein breites Bewusstsein für nachhaltige Landnutzung.</p>			
<p>TZ 22: Bildungsmaßnahmen im Bereich Kulturlandschaftspflege werden für Landbewirtschaftler und für Verbraucher regelmäßig durchgeführt.</p>	<p>Zahl der Veranstaltungen</p> <p>Zahl der Teilnehmer</p>	<p>12</p> <p>120</p>	<p>2020</p>
<p>TZ 23: Es erfolgt eine Förderung von modellhaften Formen der Landbewirtschaftung wie z.B. Solidarische Landwirtschaft, Urban Gardening, Gemeinschaftsgärten u.a.m.</p>	<p>Zahl der Projekte</p> <p>Zahl der Teilnehmer</p>	<p>1</p> <p>50</p>	<p>2020</p>

## Handlungsfeld 4: Tourismus und Naherholung

<p><i>Das Handlungsfeld Tourismus und Naherholung besteht aus den Teilbereichen Gesundheits-, Natur-, Kultur- und Familientourismus sowie Kulinarik.</i></p>			
<p><b>HZ 4.1:</b> Vorhandene Produktlinien wie Rad, Gesundheit, Familien werden weiter qualifiziert, marktgerecht (barrierefrei) ausgebaut und gebündelt vermarktet.</p>			
<p>TZ 24: Eine Angebots- und Qualitätsentwicklung ist zusammen mit den Leistungsträgern im Bereich Familien-, Gesundheits-, Wander- und Radtourismus durch Maßnahmen wie z.B. barrierefreie, wander- und radfreundliche Unterkünfte erfolgt.</p>	<p>Zahl der Projekte</p>	<p>8</p>	<p>2020</p>
<p>TZ 25: Neue Vermarktungsmaßnahmen erschließen Kurgäste als künftige Urlauber.</p>	<p>Zahl der Projekte</p>	<p>2</p>	<p>2020</p>
<p><b>HZ 4.2:</b> Im Naturtourismus wird die Produktentwicklung Moor &amp; Magie gefördert, im Kulturtourismus ein Relaunch der Oberschwäbischen Barockstraße und eine internationale Vermarktung vorangetrieben.</p>			
<p>TZ 26: Das vorhandene Konzept Moor &amp; Magie wird im Zusammenhang mit dem UNESCO-Welterbe Pfahlbauten umgesetzt und in den Markt eingeführt. Ergänzende Maßnahmen, wie z.B. Aussichtstürme, Wohnmobilstellplätze werten die touristische Infrastruktur auf.</p>	<p>Zahl der Projekte</p> <p>Zahl der Netzwerke</p> <p>Zahl der neuen Produkte/Angebote</p> <p>Zahl neuer touristischer Leistungsträger</p>	<p>5</p> <p>1</p> <p>5</p> <p>10</p>	<p>2020</p>
<p>TZ 27: Die Oberschwäbische Barockstraße ist besser mit dem Kulturbereich der Region vernetzt und wartet mit neuen erlebnisorientierten Angeboten auf. Die Zielgruppen werden auf nationale und internationale Gäste ausgeweitet.</p>	<p>Zahl der Projekte</p> <p>Zahl der Netzwerke</p> <p>Zahl der neuen Produkte/Angebote</p> <p>Zahl der neuen touristischen Leistungsträger</p>	<p>2</p> <p>1</p> <p>4</p> <p>10</p>	<p>2020</p>
<p><b>HZ 4.3:</b> Die gute regionale Küche wird sich über einen verstärkten Einsatz regionaler Produkte sowie der Förderung eines erlebnisreichen gastronomischen Angebots weiter profilieren.</p>			
<p>TZ 28: Kulinarische Aktionen führen zu einer intensiveren Zusammenarbeit der regionalen Erzeuger mit der Gastronomie. Zugleich werden neue Vertriebswege ausgebaut und der Anteil regionaler Produkte in der Gastronomie erhöht sich merklich.</p>	<p>Zahl der Projekte</p> <p>Zahl der Betriebe</p>	<p>5</p> <p>20</p>	<p>2020</p>
<p>TZ 29: Investitionen in neue Erlebnisbereiche führen zu einer gesteigerten Attraktivität der Landgasthöfe und Hotels.</p>	<p>Zahl der Projekte</p> <p>Zahl der beteiligten Betriebe</p> <p>Zahl der neuen Beherbergungskapazitäten</p>	<p>12</p> <p>12</p> <p>10</p>	<p>2020</p>