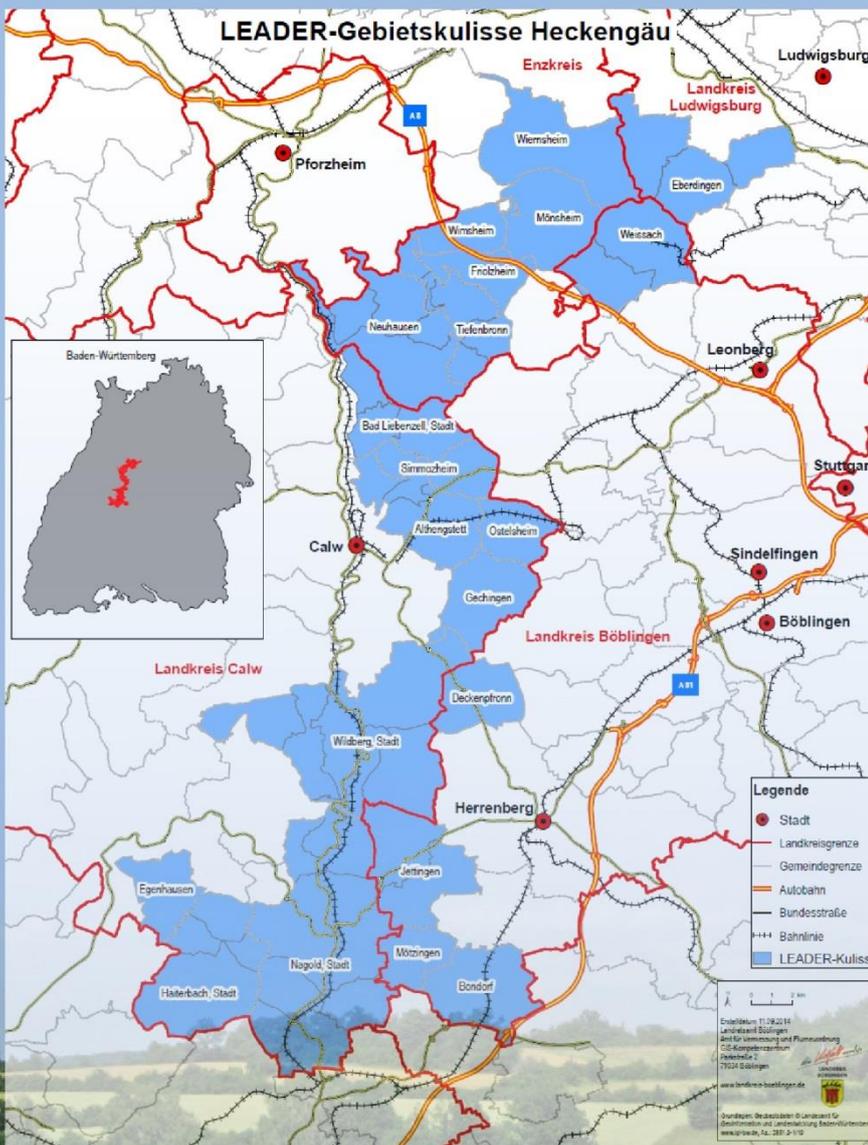


HECKENGÄU 2025

LEBEN UND ARBEITEN IM EINKLANG VON STADT UND LAND

Regionales Entwicklungskonzept (REK)



zur Bewerbung um
die Aufnahme
in das LEADER-
Förderprogramm
2014-2020





Bewerbung um Aufnahme in das LEADER Förderprogramm 2014 – 2020

LEADER Heckengäu

Unter Beteiligung der Landkreise

Böblingen, Calw, Enzkreis und Ludwigsburg



und 21 Gemeinden aus den genannten Landkreisen:

Weissach, Deckenfronn, Jettingen, Mötzingen und Bondorf (Landkreis Böblingen),

Bad Liebenzell, Simmozheim, Althengstett, Ostelsheim, Gechingen, Wildberg, Nagold, Egenhausen und Haiterbach, (Landkreis Calw),

Wiernsheim, Mönshheim, Wimsheim, Friolzheim, Tiefenbronn und Neuhausen, (Enzkreis), und

Eberdingen (Landkreis Ludwigsburg).

Bearbeitung



kommunare GbR

Institut für die Nachhaltige Regional-
und Organisationsentwicklung

Stefan & Dorle Gothe

Sebastianstr. 24 Tel.: 0228 92 12 352

53115 Bonn Fax: 0228 925 99 824

Email: stefan.gothe@kommunare.de

www.kommunare.de

Stand: Okt 2021

ZUSAMMENFASSUNG

Das Regionale Entwicklungskonzept (REK) in ZAHLEN

Beteiligungen

| | | | | |
|---|--|---|--------------------------------------|-------------|
| 1 | Auftaktveranstaltung mit 130 Personen | x | à 3 Stunden = | 390 |
| 3 | Handlungsfeldforen mit 40 Personen | x | à 9 Stunden = | 360 |
| 1 | Jugendwerkstatt mit 14 Jugendlichen und 3 Jugendreferenten = 17 Personen | x | à 7 Stunden = | 119 |
| 1 | Ideen-Abend mit regionalem Genuss mit 60 Personen | x | à 4 Stunden = | 240 |
| 1 | Jugend-Film Workshop mit 10 Jugendlichen und 3 Erwachsenen | x | à 14 Stunden = | 182 |
| 6 | Strategiegruppensitzungen mit 8 Personen | x | à 2,5 Stunden = | 120 |
| 1 | Abschlussveranstaltung mit 110 Personen | x | à 2,5 Stunden = | 275 |
| | | | women- und menpower (in Std.) | 1686 |

- 1 Film über die Erstellung des REK (Jugend-Film-Workshop, sim.tv)
- 29 Kurzgeschichten (als Broschüre und ebook veröffentlicht)

Informationen

- 2000 Informationsflyer
- 4 Großflächenplakate

Unterstützungen

- 107 Unterstützenerklärungen aus der Region

Ideen

- 218 Projektideen auf Bierdeckel gesammelt
- 66 ausgearbeitete Projektraster

Inhalte

- 1 übergeordnetes Leitbild
- 7 als wichtig ausgewählte Prioritäten
- 13 Entwicklungsziele
- 3 Handlungsfelder mit 27 Zielen
- 3 thematische Leitbilder
- 1 Jugendleitbild
- 5 Leitprojekte
- 10 Startprojekte
- 5 Kooperationsthemen
- 4 Kooperationsprojekte

KURZGESCHICHTEN – WETTBEWERB



HECKENGÄU 2025

LEBEN UND ARBEITEN IM EINKLANG VON STADT UND LAND

Wir suchen Ihre Geschichte,
egal ob spannend, romantisch oder witzig!

Zu gewinnen gibt es 3 e-book-reader,
Eintritt in die Mineraltherme (Bad Liebenzell)
mit anschließendem candle-light-dinner
bei einem Heckengäu.Koch (für 2 Personen)

für Schulklassen: Klassenflug im Hochseilgarten,
Klassenflug zum Keltenmuseum

und weitere attraktive
Preise-Gutscheine

Einsendeschluss: 18. Juni 2014






Das Regionale Entwicklungskonzept (REK) in BILDERN und GESCHICHTEN

Bildergalerie

Fehler! Hyperlink-Referenz ungültig: <http://leader-heckengäu.de/news/presse-meldungen>

Film

<http://leader-heckengäu.de/entwicklungskonzept/leader-bewerbung/film-regionalentwicklungskonzept>

Geschichten

<http://leader-heckengäu.de/entwicklungskonzept/leader-bewerbung/kurzgeschichten-wettbewerb>

Gebiet: Was sind die charakterlichen Merkmale unseres Aktionsgebietes?**→ Kapitel I.1**

Insgesamt umfasst das Aktionsgebiet einundzwanzig Gemeinden in den vier Landkreisen Böblingen, Calw, Ludwigsburg und Enzkreis. Diese liegen in den Regierungsbezirken Karlsruhe und Stuttgart nordwestlich der geografischen Mitte Baden-Württembergs. Das s-förmige Gebiet erstreckt sich zwischen der Gemeinde Eberdingen (Landkreis Ludwigsburg) im Nordosten und den Gemeinden Haiterbach und Nagold (Landkreis Calw) im Südwesten. Insgesamt weist das Gebiet eine Fläche von 435,86 km² und eine Einwohnerzahl von 119.170 auf.

Die Abgrenzung erfolgte insbesondere aufgrund der naturräumlichen Zugehörigkeit zum Heckengäu, im abgeschlossenen Naturraum Oberes Gäu. Es zeichnet sich durch eine stark landwirtschaftlich geprägte, sanft-hügelige Landschaft mit weiten Sichtachsen aus. Die typischen Heckenbänder verbinden zahlreiche Wacholderheiden, Mischwälder, Streuobst- und Magerwiesen zu einem artenreichen, großräumig wirkenden Lebensraumverbund. Die hohe Dichte von Schutzgebietsflächen, darunter FFH-Gebiete, Landschaftsschutzgebiete, Naturschutzgebiete und Naturdenkmäler, sowie das Vorkommen seltener und bedrohter Arten und zahlreiche Biotoparten, bildet die hohe ökologische Wertigkeit dieses Naturraums ab.

Die Siedlungsstruktur im Heckengäu ist geprägt durch kleine Gemeinden mit deutlich ländlicher Struktur. Die Gebietskulisse gehört laut Landesentwicklungsplan für Baden-Württemberg (2002) zur Randzone des Verdichtungsraums, dabei zählen die Gemeinden Haiterbach und Egenhausen zur Raumkategorie Ländlicher Raum (9% der Gesamtfläche). In räumlicher Nähe zum Gebiet liegen mehrere Mittelzentren sowie die vier Oberzentren Karlsruhe, Pforzheim, Stuttgart und Tübingen/Reutlingen. Für die Flächennutzung stellt sich dadurch die besondere Herausforderung, die wertvollen Ressourcen des Naturraums zu schützen. Dazu werden im Landesentwicklungsplan als besondere Entwicklungsaufgaben für die Oberen Gäue v.a. grenzübergreifende räumliche Kooperationen und Entwicklungskonzepte sowie der Erhalt größerer zusammenhängender Freiflächen genannt.

Die Nähe zu den Mittel- und Oberzentren und zur Metropolregion Stuttgart bietet für einen LEADER-Prozess gute Ansätze zur Verbesserung der Stadt-Land-Beziehungen, die von der EU-Kommission als neue Herausforderung für die LEADER-Förderphase 2014-2020 formuliert wurde (Community Led Local Development, CLLD).

Situationsanalyse: Wo liegen unsere Stärken, wo unsere Schwächen? Was sind zentrale Probleme, Herausforderungen und Chancen der Region?**→ Kapitel II.1**

Die Stärken und Schwächen sowie die Probleme und Handlungsbedarfe der Region Heckengäu werden nachfolgend anhand der aufgestellten Handlungsfelder dargelegt.

HF 1: Leben und Arbeiten auf dem Land im Einklang von Familie und Beruf

Eine hohe Lebensqualität durch schöne Kulturlandschaft, starkes Ehrenamt und vielfältige Vereinsstrukturen sowie ein gutes Arbeitsplatzangebot und negatives Pendlersaldo zeichnen das Heckengäu aus. Lokale Engpässe sind in Nahversorgung, ärztlicher Versorgung und Kinderbetreuung vorhanden. Durch den demografischen Wandel wird es viel mehr alte Menschen und weniger junge Menschen geben. Handlungsbedarfe sind:

- Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen
- Etablierung von familienfreundlichen Strukturen, Förderung von Existenzgründungen (v.a. von Frauen)
- Verbesserung der Mobilität innerhalb der Region
- Sicherung der Grund- und Nahversorgung in allen Gemeinden
- Umnutzung des Leerstandes und Schaffung von Begegnungsstätten
- Förderung des Ehrenamtes, Migration und Inklusion
- kontinuierliche Einbindung der Jugend

HF 2: Natur und Kultur - naturnaher, ländlicher Naherholungs- und Erlebnistourismus

Die Nähe zu den Ballungsräumen bietet ein hohes Potential zur Stärkung des Tourismus, dabei ist die Konkurrenz zu Schwäbischer Alb und Nordschwarzwald hoch. Um als Tourismusregion wahrgenommen zu werden müssen außergewöhnliche Angebote und regelmäßige Anreize geschaffen werden, mit Heckengäu.Natur.Nah wurden erste gute Ansätze geschaffen, die es jetzt auszubauen gilt. Handlungsbedarfe sind:

- Vernetzung der Wanderwege mit Events und zusätzlichen Angeboten
- Aufbau von dauerhaften Kultur- und Kunstangeboten für Touristen und Bewohner
- Herausarbeiten regionaler Besonderheiten zur Bildung eines einheitlichen Profils
- Akteure und Initiativen vernetzen und eine Kommunikationsplattform aufbauen
- Steigerung der Vermarktung von Regionalen Produkten und gastronomischen Angeboten
- Ausbau der Mobilitätsangebote für Touristen und Einheimische

HF 3: Landschaftspflege und Naturschutz

Die Ansätze der PLENUM-Förderung sollen fortgeführt werden, um die besondere Vielfalt der strukturreichen Landschaft zu schützen und zu nützen. Eine besondere Stärke sind die zahlreichen Akteure und Angebote im Natur- und Landschaftsschutz und in der Umweltbildung. Handlungsbedarfe sind:

- weiterer Ausbau der Vernetzung der Akteure und Kooperationen insbesondere mit den Schulen und Unternehmen
- attraktive Landschaftspflegeangebote
- Etablierung der Marke „Heimat“
- Steigerung des Absatzes von hochwertigen regionalen Produkten
- Nutzung des Landschaftspflegematerials zur Energieerzeugung

LAG: Wie wollen wir zusammenarbeiten und welche Beteiligungsgremien haben wir eingerichtet?

→ Kapitel I.2

Die LEADER-Region hat als Rechtsform einen eingetragenen Verein gewählt, der nach Auswahl mit den Organisationseinheiten, Mitgliederversammlung, Vorstand (Auswahlgremium der LAG) Geschäftsführender Vorstand und Arbeitsgruppen gegründet wird. Ein Fachbeirat soll als weiteres Gremium nach Bedarf eingerichtet werden.

In der Lokalen Aktionsgruppe (Auswahlgremium) sind insgesamt 25 LAG-Mitglieder, davon neun öffentliche Partner (36 %) und 16 Wirtschafts- und Sozialpartner (64 %). Eine Person vertritt den Bereich Senioren und vier Personen den Bereich Jugend. In der LAG sind 15 Frauen Mitglied, damit beträgt der Frauenanteil 50 %. Eine Vertreterin oder ein Vertreter im Bereich der WiSo-Partner wird von der Firma Porsche nach Auswahl als LEADER-Region benannt.

Der Geschäftsführende Vorstand besteht aus dem Vorsitzenden, den von den Landkreisen benannten Mitgliedern sowie drei weiteren, von der Mitgliederversammlung aus der Mitte des Vorstandes gewählten, Mitgliedern. Fünf der insgesamt zehn Mitglieder sind öffentliche Partner, fünf sind WiSo-Partner.

Zur Einbindung der Bevölkerung und von unterschiedlichen Interessensgruppen wurden folgende Beteiligungsformen ausgewählt.

- | | | |
|--|--|--|
| • Jugendwerkstatt | • Ideen-Abend mit regionalem Genuss | • Wettbewerbe: Projektideen, Malen, Fotos etc. |
| • Arbeitskreise | • Regionalforen „LEADER-Tag“ | • Stammtisch „LEADER“ |
| • Thematische Workshops zu ausgewählten Themen (Integration, Inklusion, Ehrenamt etc.) | • Ideen-Busreise zu besonderen Orten und Projekten | • Stammtisch „LEADER meets Unternehmen“ |

Ziele und Strategie: Wo wollen wir bis 2020 hin? Wie packen wir es an? Auf welche Schwerpunkte, Themen, Partnerschaften, innovative Methoden fokussieren wir uns?

→ Kapitel II.2

Die Strategieguppe hat auf Grundlage der Ausgangslage und den Handlungsbedarfen die folgenden thematischen Prioritäten festgelegt. Die wichtigsten Prioritäten sind blau und fett markiert.

- **Stadt-Land-Partnerschaften**
- **Ländliche Lebensqualität**
- Mobilität
- Demografischer Wandel
- **Familienfreundlichkeit**
- Klimawandel
- Ressourcenschutz
- Naturschutz
- **Landschaftspflege**
- Innovative Projekte von Frauen
- Existenzgründungen
- **Fachkräftesicherung**
- **Tourismus, Naherholung und Kultur**
- Barrierefreiheit
- **Regionale Vermarktung**

Die folgenden regionalen Entwicklungsziele sollen die mittel- und langfristigen Veränderungen der Region aufzeigen:

- Familienfreundliche Strukturen aufbauen
- Stadt-Land-Partnerschaften fördern
- Demografischem Wandel aktiv begegnen
- Naturschutz stärken
- Landschaftspflege sichern
- Ländliche Lebensqualität sichern
- (Elektro-)Mobilität in der Region verbessern
- Erneuerbare Energien ausbauen
- Interkommunale Zusammenarbeit stärken
- Gebietsübergreifende und transnationale Kooperationen fördern
- Vernetzung der regionalen Akteure ausbauen
- Ehrenamtliche Strukturen und neue Beteiligungsformen fördern
- Naherholung und Tourismus ausbauen
- Kulturangebote entwickeln

Handlungsfelder: Welche Maßnahmen wollen wir in welchen fachlichen Bereichen ergreifen?

→ Kapitel II.3

Für die folgenden drei Handlungsfelder, die auf der Regionalanalyse und den ausgewählten thematischen Prioritäten, dem übergeordneten Leitbild und den regionalen Entwicklungszielen aufbauen, wurden thematische Leitbilder, Handlungsfeldziele und insgesamt 218 Projektideen mit 66 ausgearbeiteten Projektrastern erarbeitet. Daraus wurden zehn Startprojekte und 6 Leitprojekte ausgewählt. Des Weiteren wurden erste Kooperationsvorhaben und –projekte mit anderen Lokalen Aktionsgruppen und transnationale Kooperationen vereinbart.

HF 1: Leben und Arbeiten auf dem Land im Einklang von Familie und Beruf

Projekte: Landmobil; Gemeinschaftshaus; Weiterentwicklung von Freizeitanlagen, Nachwuchsförderung durch Unternehmensplanspiele; Gesundheit kann man essen – 5 Sterne für die Verpflegung von Senioren in stationären Einrichtungen; Machbarkeitsstudie für Bauernhalle an der A 81 im Bereich Heckengäu

HF 2: Kultur und Natur – naturnaher, ländlicher Naherholungs- und Erlebnistourismus

Projekte: Verflochtenes Heckengäu; Kunschtbesen, S-Weg (Skulpturenweg, S=Heckengäu), Hoftour

HF 3 Landschaftspflege und Naturschutz

Projekte: Streuobstführerschein; Periodisch stattfindende Obstbaumbörsen für das gesamte Heckengäu; Streuobst Totholz-konservierung; Die Streuobstwiese – Unser Klassenzimmer im Grünen; Natur- und Obstbaumlehrpfad

Jugend-Projekte: Jugend-Freizeit-Mobilitäts-App; Jugend-Freizeit-Park „Heckengäu“

Steuerung und Management: Wie regeln wir die Umsetzung, Projektauswahl und Prozessgestaltung?

→ Kapitel III.1 und III.2

Die Lokale Aktionsgruppe (LAG) bedient sich eines Regionalmanagements zur Erledigung ihrer Aufgaben. Die Koordinierung des LEADER-Prozesses ist eine Kernaufgabe und soll daher in enger Zusammenarbeit des Vorstandes, des Geschäftsführenden Vorstandes der LAG und des Regionalmanagements erfolgen. Für die Lokale Aktionsgruppe ist zudem die Einberufung der Sitzungen (Einladung, Tagesordnung, Vorabinformationen und Einladungsfrist), die Beschlussfähigkeit und das Abstimmungsverfahren sowie die Befangenheit von LAG-Mitgliedern zu regeln. Diese Regelungen werden nach der Vereinsgründung in einer Geschäftsordnung festgehalten.

Der Vorstand des Vereins nimmt als Auswahlgremium der Lokalen Aktionsgruppe (LAG) die Auswahl der zu fördernden Projekte vor. Das entwickelte nicht diskriminierende und transparente Auswahlverfahren mit Grundvoraussetzungen und qualitativen Bewertungskriterien garantiert zudem, dass mindestens 50 % der Stimmen in den Auswahlentscheidungen von Partnern stammen, bei denen es sich nicht um Behörden handelt. Die Bewertungskriterien „Beitrag zur interkommunalen und regionalen Zusammenarbeit“, zur „nachhaltigen Entwicklung“ und zur „Bürgerbeteiligung“ werden mit einem Faktor von 2 gewichtet. Zudem wurden die Bewertungskriterien „Beitrag zu den Handlungsfeldzielen“, „Innovation und Modellhaftigkeit“ sowie „Verbesserung der Stadt-Land-Beziehungen“ mit einem Faktor von 3 gewichtet. Mit diesen Gewichtungsfaktoren sollen Projekte gezielt gefördert werden, die im besonderen Maße der Schwerpunktsetzung der Strategie entsprechen.

Monitoring: Wie wollen wir unseren Erfolg und den Zielfortschritt messen?

→ Kapitel III.4

Im Rahmen des Monitorings soll eine Projektstatistik (Inhalte, Ziele, Projektträger, Kosten etc.) auf Basis der Methode „Zielfortschrittskontrolle“ geführt werden. Neben diesem Bewertungsbereich „Inhalte und Strategie“ ist angedacht auch für die Bewertungsbereiche „Prozess und Struktur“ und „Aufgaben des Regionalmanagements“ Informationen unter Verwendung eines Tabellenkalkulationsprogramms zu sammeln. Dazu wurden passende Indikatoren ausgewählt. Das kontinuierliche Monitoring wird aufbereitet und auf einer jährlichen Klausur des Vereinsvorstands (= Auswahlgremium der Lokalen Aktionsgruppe (LAG), der um weitere Akteure, z.B. Mitglieder der Arbeitskreise und Projektträger erweitert werden kann, überprüft und notwendige Anpassungen vorgenommen. Auf Basis des Monitorings werden alle zwei Jahre Selbstevaluierungen mit externer Unterstützung durchgeführt. Dazu sollen die im Leitfaden „Selbstevaluierung in der Regionalentwicklung – Leitfaden mit Methodenbox – Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung, Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume (Hrsg. 2014)“ dargestellten Methoden eingesetzt werden. Ausgewählt wurden vor allem Methoden, die eine direkte Kommunikation zwischen den Akteurinnen und Akteuren ermöglichen. Dadurch entsteht direkt ein gemeinsames Ergebnis.

- Zielüberprüfung
- Bilanzworkshops „Inhalte und Strategie“ und „Kundenzufriedenheit“
- Aufgaben und Vollzugskritik Regionalmanagement
- Kundenbefragung „Projekte“
- Zusammenarbeitsanalyse
- Organisationsstrukturen-Analyse

Öffentlichkeitsarbeit: Wie machen wir unsere Ziele und Aktionen in der Öffentlichkeit bekannt?

→ Kapitel III.5

Der Öffentlichkeitsarbeit liegt ein Konzept zugrunde mit Zielen und Zielgruppen, die durch die folgenden Maßnahmen erreicht werden sollen.

- Presseartikel und -mitteilungen veröffentlichen.
- Beiträge für Radio- und Fernsehsender erstellen.
- In Fachzeitschriften über LEADER-Themen berichten.
- In Jahresberichten und Infobriefen sowie Flyern und Broschüren über die LEADER-Arbeit berichten.
- Regelmäßige Veranstaltungen (Regionalforen, Fachtagungen, Stammtische etc.) durchführen.
- Plakate und Tafeln an den LEADER-Projekten zur EU-konformen Information anbringen.
- Homepage und Facebook regelmäßig pflegen.

INHALTSVERZEICHNIS

| | |
|---|-----------|
| I Informationen zur regionalen Partnerschaft im LEADER-Gebiet..... | 1 |
| I.1 Abgrenzung und Lage des Aktionsgebietes..... | 1 |
| I.2 Zusammensetzung der Aktionsgruppe – Erweiterte Organisationsstruktur der regionalen Partnerschaft | 4 |
| I.2.1 Organisationsstruktur der LAG | 4 |
| I.2.2 Zusammensetzung der LAG..... | 4 |
| I.2.3 Organisationsstruktur der regionalen Partnerschaft | 8 |
| I.2.4 Beteiligungsformen..... | 8 |
| I.1.1 Organisationskonzept des LEADER-Regionalmanagements..... | 11 |
| I.3.2 Finanzierung des Regionalmanagements | 11 |
| I.4.1 Gremien, Arbeitstreffen und Veranstaltungen | 12 |
| I.4.2 Öffentlichkeitsarbeit | 16 |
| II Inhalte der gebietsspezifischen LEADER-Strategie..... | 17 |
| II.1 Beschreibung der Ausgangslage: sozioökonomische Analyse, SWOT-Analyse einschließlich Bedarfsanalyse | 17 |
| II.1.1 Raum- und Siedlungsstruktur..... | 17 |
| II.1.2 Bevölkerungsentwicklung | 18 |
| II.1.3 Regionale Lebensqualität und Grundversorgung | 19 |
| II.1.4 Wirtschaftsstruktur und Beschäftigung | 21 |
| II.1.5 Tourismus und Kultur | 24 |
| II.1.6 Landwirtschaft | 26 |
| II.1.7 Natur- und Landschaftsschutz..... | 27 |
| II.1.8 SWOT-Analysen nach Handlungsfeldern..... | 28 |
| II.2 Beschreibung der Entwicklungsziele und der Entwicklungsstrategie..... | 32 |
| II.2.1 Thematische Prioritäten, regionale Entwicklungsziele und Handlungsfelder..... | 32 |
| II.2.2 Querbezüge und Anknüpfungspunkte | 34 |
| II.3 Beschreibung der geplanten Handlungsfelder und eines Aktionsplans zu deren Umsetzung | 36 |
| II.3.1 Handlungsfeld 1: Leben und Arbeiten auf dem Land im Einklang von Familie und Beruf | 37 |
| II.3.2 Handlungsfeld 2: Kultur und Natur – naturnaher, ländlicher Naherholungs- und Erlebnistourismus | 40 |
| II.3.3 Handlungsfeld 3: Landschaftspflege und Naturschutz | 42 |
| II.3.4 Jugendleitbild und Projekte | 44 |
| II.3.5 Zusammenfassung der Handlungsfelder mit den Handlungsfeldzielen, Indikatoren und Zielgrößen | 45 |
| II.3.6 Aktionsplan | 46 |
| II.4 Gebietsübergreifende / transnationale Kooperationen mit anderen Aktionsgruppen..... | 48 |

| | |
|--|-----------|
| III Durchführung und Prozessgestaltung | 51 |
| III.1 Regularien, Aufgabenverteilung der LAG und Geschäftsordnung | 51 |
| III.1.1 Steuerungs- und Entscheidungsregelungen | 51 |
| III.1.2 Geschäfts- und Leistungskonzept des Regionalmanagements | 52 |
| III.2 Diskriminierungsfreies und transparentes Verfahren zur Projektauswahl (Projektauswahlkriterien) | 52 |
| III.2.1 Grundvoraussetzungen und Bewertungskriterien | 53 |
| III.2.2 Beschreibung der festgelegten Fördersätze | 55 |
| III.3 Indikativer Finanzierungsplan nach Maßnahmenbereichen, Handlungsfeldern und Jahren | 59 |
| III.4 Monitoring und Selbstevaluierung | 61 |
| III.4.1 Monitoring | 61 |
| III.4.2 Selbstevaluierung | 62 |
| III.5 Öffentlichkeitsarbeit | 63 |
| III.5.1 Das Konzept zur Öffentlichkeitsarbeit | 63 |

ANHANG

ANLAGE 1: Übersicht der vorliegenden Unterstützererklärungen und Auswahl von Unterstützerschreibern

ANLAGE 2: Tabellarische Übersicht der Öffentlichkeitsarbeit

ANLAGE 3: Übersicht der weiteren Projektideen

ANLAGE 4: Aktionsplan für 2018-2020

ANLAGE 5: Beispielfragen für den Einsatz in der Selbstevaluierung nach Bewertungsbereichen

ANLAGE 6: Absichtserklärungen (letter of intent)

ANLAGE 7: Tabellen zur Beschreibung der Abgrenzung, Lage und Ausgangslage des Gebietes (Auswahl)

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

| | |
|---|-----------|
| Abbildung 1: Karte der LEADER-Gebietskulisse Heckengäu | 1 |
| Abbildung 2: Organisationsstruktur der LAG | 4 |
| Abbildung 3: Organisationsstruktur der regionalen Partnerschaft | 8 |
| Abbildung 4: Organisationsstruktur des Regionalmanagements | 11 |
| Abbildung 5: Vorgehensweise zur Erarbeitung des REK | 12 |
| Abbildung 6: Altersgruppenverteilung 2012 | 18 |
| Abbildung 7: Beschäftigte nach Wirtschaftsbereiche | 22 |
| Abbildung 8: Landwirtschaftliche genutzte Fläche nach Hauptnutzungsarten | 26 |
| Abbildung 9: Landwirtschaftliche Betriebsgrößen | 26 |
| Abbildung 10: Aufbau der Entwicklungsstrategie | 32 |

TABELLENVERZEICHNIS

| | |
|--|----|
| Tabelle 1: Gemeinden des LEADER-Aktionsgebiets Heckengäu | 2 |
| Tabelle 2: Übersicht der LAG-Mitglieder | 6 |
| Tabelle 3: Übersicht der Aufgaben des Vorstandes und des Geschäftsführenden Vortandes..... | 7 |
| Tabelle 4: Übersicht der Beteiligungsformen, Zielgruppen und Intensität | 9 |
| Tabelle 5: Auswahl von Unterstützerinnen und Unterstützer | 10 |
| Tabelle 6: Finanzierung des Regionalmanagements | 11 |
| Tabelle 7: Bevölkerungsentwicklung nach Altersgruppen | 19 |
| Tabelle 8: Medizinische Versorgung auf Landkreis- und Regierungsbezirksebene im Vergleich..... | 20 |
| Tabelle 9: Ehreamtliches Engagement im Bundesvergleich | 20 |
| Tabelle 10: Sozialversicherungsbeschäftigte in ausgewählten Wirtschaftsbereichen..... | 22 |
| Tabelle 11: Kennzahlen der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Heckengäu | 23 |
| Tabelle 12: Touristische Kennzahlen des Aktionsgebiets Heckengäu | 24 |
| Tabelle 13: Viehhaltung im Heckengäu 2010 | 27 |
| Tabelle 14: Übersicht Konzepte und Beteiligungsformen..... | 35 |
| Tabelle 15: Aktionsplan für die Jahre 2015-2017 | 47 |
| Tabelle 16: Aufgabenverteilung zwischen den Gremien der Lokalen Aktionsgruppe..... | 51 |
| Tabelle 17: Projektauswahlverfahren | 54 |
| Tabelle 18: Fördersatztabellen..... | 59 |
| Tabelle 19: Finanztabelle nach Handlungsfeldern | 60 |
| Tabelle 20: Finanztabelle nach Maßnahmenbereichen..... | 61 |

| Gemeinde | Einwohner (nach Zensus 03/2013) | Fläche (km ²) | Einwohner- dichte (Einw./ km ²) | Gemeinde-/ Ge- markungs- schlüssel |
|--|---------------------------------------|------------------------------|---|--|
| Bondorf | 5.750 | 17,55 | 328 | 8115004 |
| Deckenpfronn | 3.229 | 11,42 | 283 | 8115010 |
| Jettingen | 7.497 | 21,11 | 355 | 8115053 |
| Mötzingen | 3.622 | 8,15 | 444 | 8115034 |
| Weissach | 7.425 | 22,14 | 335 | 8115052 |
| Landkreis Böblingen (Σ) | 27.523 | 80,37 | 342 | |
| | | | | |
| Althengstett | 7.859 | 19,16 | 410 | 8235007 |
| Egenhausen | 1.943 | 10,02 | 194 | 8235022 |
| Gechingen | 3.586 | 14,68 | 244 | 8235029 |
| Haiterbach | 5.689 | 28,92 | 197 | 8235032 |
| Nagold | 21.177 | 63,09 | 336 | 8235046 |
| Ostelsheim | 2.391 | 9,23 | 259 | 8235057 |
| Simmozheim | 2.843 | 9,5 | 299 | 8235067 |
| Wildberg | 9.679 | 56,68 | 171 | 8235080 |
| Gemeinden, teilweise im Gebiet | | | | |
| Bad Liebenzell (Σ) | 3.886 | 15,45 | 252 | 8235008 |
| - Möttligen | 1.226 | 7,11 | 172 | 4093 |
| - Monakam | 1.604 | 4,09 | 392 | 4094 |
| - Unterhaugstett | 1.056 | 4,25 | 248 | 4095 |
| Landkreis Calw (Σ) | 59.053 | 226,73 | 260 | |
| | | | | |
| Friolzheim | 3.831 | 8,54 | 449 | 8236019 |
| Mönsheim | 2.682 | 16,78 | 160 | 8236039 |
| Neuhausen | 5.208 | 29,76 | 175 | 8236044 |
| Tiefenbronn | 5.132 | 14,79 | 347 | 8236062 |
| Wiernsheim | 6.531 | 24,62 | 265 | 8236065 |
| Wimsheim | 2.649 | 8,06 | 329 | 8236067 |
| Landkreis Enzkreis (Σ) | 26.033 | 102,55 | 254 | |
| | | | | |
| Eberdingen | 6.561 | 26,21 | 250 | 8118012 |
| Landkreis Ludwigsburg (Σ) | 6.561 | 26,21 | 250 | |
| | | | | |
| Region Heckengäu | 119.170 | 435,86 | 273 | |

Tabelle 1: Gemeinden des LEADER-Aktionsgebiets Heckengäu, Quelle: Landesamt für Statistik, Landesamt für Vermessung und Flurneuordnung, Gemeinde Bad Liebenzell, Gemeinde Wiernsheim 06/2014

Strukturelle Homogenität

Das Heckengäu ist eine ländlich geprägte, kleingliedrige Kulturlandschaft im Naturraum Obere Gäue, die sich an den östlichen Rand des Nordschwarzwalds anschließt. Es zeichnet sich durch eine stark landwirtschaftlich geprägte, sanft-hügelige Landschaft mit weiten Sichtachsen aus. Die typischen Heckenbänder verbinden zahlreiche Wacholderheiden, Mischwälder, Streuobst- und Magerwiesen zu einem artenreichen, großräumig wirkenden Lebensraumverbund. Die hohe Dichte von Schutzgebietsflächen, darunter FFH-Gebiete, Landschaftsschutzgebiete, Naturschutzgebiete und Naturdenkmäler, sowie das Vorkommen seltener und bedrohter Arten und zahlreiche Biotoparten, bilden die hohe ökologische Wertigkeit dieses Naturraums ab.

Die Siedlungsstruktur im Heckengäu ist geprägt durch kleine Gemeinden mit deutlich ländlicher Struktur. Die Gebietskulisse gehört laut Landesentwicklungsplan für Baden-Württemberg (2002) zur Randzone des Verdichtungsraums, dabei zählen die Gemeinden Haiterbach und Egenhausen zur Raumkategorie Ländlicher Raum (9% der Gesamtfläche). In räumlicher Nähe zum Gebiet liegen mehrere Mittelzentren sowie die vier Oberzentren Karlsruhe, Pforzheim, Stuttgart und Tübingen/Reutlingen. Für die Flächennutzung stellt sich dadurch die besondere Herausforderung, die wertvollen Ressourcen des Naturraums zu schützen. Dazu werden im Landesentwicklungsplan als besondere Entwicklungsaufgaben für die Oberen Gäue v.a. grenzübergreifende räumliche Kooperationen und Entwicklungskonzepte sowie der Erhalt größerer zusammenhängender Freiflächen genannt.

Die Nähe zu den Mittel- und Oberzentren bietet für einen LEADER-Prozess gute Ansätze zur Verbesserung der Stadt-Land-Beziehungen, die von der EU-Kommission als neue Herausforderung für die LEADER-Förderphase 2014-2020 formuliert wurde (Community Led Local Development, CLLD). Große regionale Entwicklungspotentiale werden insbesondere durch die Lage zwischen der Metropolregion Stuttgart und der Destination Schwarzwald v.a. im Hinblick auf Tages- und Wochenendtouristen und durch den im Ballungsraum vorhandenen Absatzmarkt für regionale Produkte gesehen.

Der wirtschaftliche Schwerpunkt der Region liegt im zweiten und dritten Sektor auf mittelständischen Handwerks- und Dienstleistungsunternehmen. Dabei wird die regionale Wirtschaftsstruktur auch stark von den internationalen Unternehmen beeinflusst, die am Rande der Gebietskulisse liegen, wie Daimler, IBM, HP, Bosch u.a. Im Aktionsgebiet selbst sind bis auf das Forschungszentrum von Porsche in Weissach keine industrieintensiven Unternehmen vorhanden. Ein großer Anteil der Bevölkerung pendelt zu den Arbeitsplätzen außerhalb der Region und ein negatives Pendlersaldo zeichnet die meisten Gemeinden im Gebiet aus. Für den Tourismus wurde mit der Initiative Heckengäu.Natur.Nah eine gute Grundlage als eine eigenständige Tourismusdestination geschaffen.

Auszeichnung als Projekt UN-Dekade Biologische Vielfalt der UNESCO

Die angedachte LEADER-Kulisse kann auf die Erfahrungen durch das PLENUM-Projekt Heckengäu, dabei insbesondere auf das eingerichtete Regionalmanagement und die erfolgreiche Schwerpunktsetzung auf naturnahen Tourismus aufbauen. Die Tourismusinitiative Heckengäu.Natur.Nah wurde dafür u.a. als offizielles Projekt der UN-Dekade Biologische Vielfalt der UNESCO ausgezeichnet. Bei der Begründung zur Auszeichnung wurde die intensive Öffentlichkeitsarbeit und Bürgerbeteiligung hervorgehoben. Es wurde lobend bestätigt, dass das Heckengäu zur Marke für naturnahen Tourismus entwickelt wurde und eine Identität mit dem Naturraum in der Region geschaffen hat.

Neben der Tourismusinitiative wurden auch die Heckengäu-Naturführer, der Verein „Lernort Bauernhof“ sowie die Streuobstpädagogen im Heckengäu mit dieser Auszeichnung bedacht. Sie alle sorgen dafür, dass Bewusstseinsbildung in Bezug auf Bedeutung und Wert regionaler Kulturlandschaft erfolgt und die Menschen schon von klein auf wertschätzen und begreifen, welche Schätze es zu bewahren gilt.

Die Menschen sind im Heckengäu eng mit der Region verbunden und ein starkes ehrenamtliches Engagement sowie ein vielfältiges Vereinsleben zeichnen die sozialen Strukturen aus. Die Pflege alter Traditionen hat hier einen hohen Stellenwert und nahezu jede Gemeinde weist entsprechende Veranstaltungen, Museen, Initiativen und Vereine auf. Wichtige, identitätsstiftende Merkmale sind die aus traditionellen Wirtschaftsweisen entstandenen typischen Weißdorn- und Schlehenhecken, die ihren Ursprung in den Steinwällen aus ausgelesenen Feldsteinen am Ackerrand haben. Die Region weist außerdem eine breite Vielfalt kultureller Besonderheiten auf. Zahlreiche historische Bauwerke und Fundstücke belegen die bewegte Geschichte der Region Heckengäu, die wahrscheinlich schon seit der Mittelsteinzeit besiedelt war. So haben Kelten, Römer und

Alemannen, ebenso geschichtliche Ereignisse, wie der Böblinger Bauernkrieg um 1525, ihre Spuren im Heckengäu hinterlassen. Berühmte Persönlichkeiten wie Roland Emmerich, Johannes Kepler, Hermann Hesse und Heinrich Schickhard aus der Region, die großen Konzerne wie die Porsche AG, Häfele, Walter Knoll etc. im regionalen Umfeld und die Tatsache, dass das mittelständische Handwerk in hohem Maß vertreten ist, zeugen darüber hinaus von dem engagierten Unternehmertum und Erfindergeist seiner Bewohner.

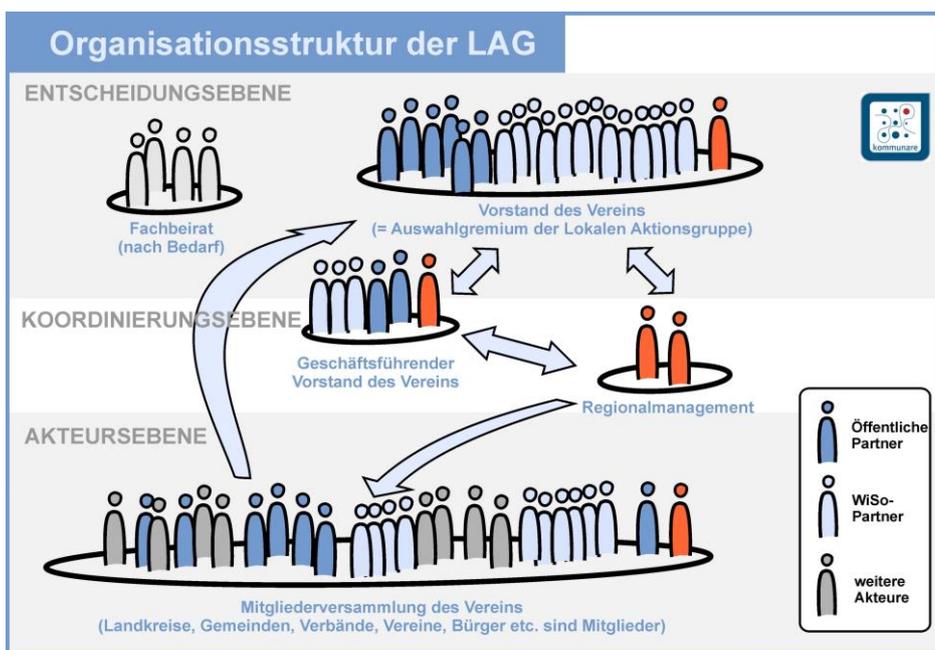
I.2 Zusammensetzung der Aktionsgruppe – Erweiterte Organisationsstruktur der regionalen Partnerschaft

Die Zusammensetzung der Lokalen Aktionsgruppe (LAG) mit ihren Aufgaben sowie die Organisationsstruktur der regionalen Partnerschaft sind nachfolgend beschrieben. Die Beteiligungsformen und deren Intensitäten zur Einbindung von fachlichen und thematischen Interessensgruppen, der Bevölkerung, Unternehmen und Vertreterinnen und Vertretern der Zivilgesellschaft sind anschließend dargestellt.

I.2.1 Organisationsstruktur der LAG

Die LEADER-Region hat als Rechtsform einen eingetragenen Verein gewählt, der nach Auswahl mit den folgenden Organisationseinheiten Mitgliederversammlung, Vorstand (Auswahlgremium der LAG), Geschäftsführendem Vorstand und Arbeitsgruppen gegründet wird. Ein Fachbeirat soll als weiteres Gremium nach Bedarf eingerichtet werden. Das Regionalmanagement nimmt beratend an den Sitzungen der Mitgliederversammlung, des Vorstandes und des Geschäftsführenden Vorstandes teil. (siehe Abbildung 2)

I.2.2 Zusammensetzung der LAG



Über die verschiedenen Beteiligungsformen (siehe Kapitel I.4) konnten engagierte Akteurinnen und Akteure für die Mitarbeit in der Lokalen Aktionsgruppe (Vorstand des Vereins = Auswahlgremium der Lokalen Aktionsgruppe) gewonnen werden. Dabei wurde besonderer Wert auf die Mitgliedschaft von Frauen sowie Vertreterinnen und Vertreter von Senioren und Jugendlichen gelegt.

LAG-Mitglieder

In der Tabelle 2 sind die LAG-Mitglieder (Vorstand des Vereins) nach öffentlichen Partnern und WiSo-Partnern unterschieden. Ins-

Abbildung 2: Organisationsstruktur der LAG

gesamt sind von den 25 LAG-Mitgliedern neun öffentliche Partner (36%) und sechzehn Wirtschafts- und Sozialpartner (64%). Darunter sind Vertreter für den Bereich Senioren und den Bereich Jugend. Besonders hervorzuheben sind auch die unternehmerischen und wirtschaftlichen Kompetenzen durch die Vertreter von Unternehmen. Im Vorstand sind neun Frauen Mitglied und damit beträgt der Frauenanteil 36%. Des Weiteren sind die Themenbereiche, fachliche Qualifikationen und organisatorische Kompetenzen der Mitglieder beschrieben und deren Zuordnung zu den Handlungsfeldern, die auch die Schwerpunktsetzung der ausgewählten thematischen Prioritäten und Handlungsfelder (siehe Kap. II.2) widerspiegelt.

| | WiSo-Partner | Name | Themenbereiche, fachliche Qualifikationen und organisatorische Kompetenzen | HF |
|----|---|-----------------------|--|-----------|
| 1 | 1. Vorsitzender des Natur und Fischereivereins Weissach | Hansulrich Benz | Architektur (Vorsitzender der Architektenkammer), Kulturlandschaft (Sprecher der Agenda Landschaft in Weissach) | 2,3 |
| 2 | Streuobstpädagogin, Nagold | Martina Bitzer | Streuobst, Kräuterpädagogik, Umweltbildung | 3 |
| 3 | Stiftung Zenit Zentrum für Eingliederung, Nachteilsausgleich, Integration und Teilhabe) | Marie Digel | Mobilität, Integration, Projektberatung | 1 |
| 4 | Pensionär | Wolf Eisenmann | Ehem. Leitung Projektbeirat PLENUM Heckengäu | 1,2,3 |
| 5 | Bürgerforum Nagold | Karin Frey | Bau- und Immobilienwesen, Leitung Arbeitskreis Wirtschaft und Tourismus in Nagold, Jurymitglied „Helfer Herzen“, | 1,2 |
| 6 | Arbeitskreis Tourismus Wiernsheim | Inge Frühlingsdorf | Kultur, Tourismus | 2 |
| 7 | CVJM Wildberg-Sulz | Margit Gärtner | Gesundheitsversorgung, Betreuung und Pflege, Frauen- und Jugendarbeit | 1 |
| 8 | Obst- & Gartenbauverein Nussdorf | Albert Geiger | Natur- und Umweltschutz, Streuobst | 3 |
| 9 | SWB Schotterwerk Johannes Mayer, Rohrdorf | Hans-Martin Kübler | Unternehmerische Kompetenz (Geschäftsführer mehrerer mittelständische Unternehmen), Ehrenamtliche Tätigkeiten | 1 |
| 10 | Schwarzwaldverein Gechingen | Gerhard Mörk | Natur- und Umweltschutz, sanfter Tourismus | 2,3 |
| 11 | Reisebüro Müller | Carolin Müller | Tourismus, Mitarbeit bei PLENUM, Naturpark Schwarzwald Mitte Nord | 2 |
| 12 | BUND Neuhausen | Friedrich Oberndörfer | Umwelt- und Naturschutz, Landschaftspflege, Erziehungsarbeit, Erwachsenenbildung | 3 |
| 13 | Jugendvertreter aus Bondorf | Marc Petersmann | Jugend, ehem. Schulsprecher, | 1 |
| 14 | CVJM Wildberg-Sulz | Rolf Röhm | Erwachsenenbildung, Weiterbildung von Menschen mit und ohne Behinderung, Mitglied in Kirchengemeinde | 1 |
| 15 | Geschäftsführer natur art GmbH, Markgröningen | Frieder Weigand | Landschaftsarchitektur, Kunstförderung, Geschäftsführer eines Garten und Landschaftsbaubetriebs mit Schwerpunkt naturnaher Gartenbau | 2,3 |
| 16 | Vorstandsmitglied LandFrauenverband Baden-Württemberg | Waltraud Widmann | LandFrauenverband, ehem. Beirätin bei PLENUM | 1,3 |

| | Öffentliche Partner | Name | Themenbereiche, fachliche Qualifikationen und organisatorische Kompetenzen | HF |
|---|---|------------------|--|--------|
| 1 | Bürgermeister Bondorf | Bernd Dürr | Senioren (Vorsitzender Förderverein für Seniorenzentrum Am Rosengarten) | 1,2 |
| 2 | Bürgermeister Gechingen | Jens Häußler | Verwaltung, ehem. Beirat PLENUM Heckengäu, Wald (Vorstandschaft im Kreisverband Calw des Schutzverbandes Deutscher Wald) | 1,2, 3 |
| 3 | Erster Landesbeamte Enzkreis | Wolfgang Herz | Ehem. Beirat PLENUM Heckengäu | 1,2, 3 |
| 4 | Landkreis Böblingen, Regionalentwicklung u. Tourismus | Simone Hotz | Mitglied Kulturwerkstatt Deckenpfronn e.V., Mitarbeit bei PLENUM Heckengäu | 1,2, 3 |
| 5 | Bürgermeister Neuhausen | Oliver Korz | Tourismus und PLENUM-Erfahrung | 1,2, 3 |
| 6 | Stadt Nagold | Sarah Leutner | Tourismus, Netzwerkarbeit, Bürgerbeteiligungsprozesse, | 2 |
| 7 | Dezernatsleitung Land- und Forstwirtschaft, Verbraucherschutz im Landratsamt Calw | Reinhold Rau | Land- und Forstwirtschaft, ehem. Beirat bei PLENUM | 1,2, 3 |
| 8 | Erster Landesbeamte Landkreis Böblingen | Martin Wuttke | Ehem. Beirat PLENUM Heckengäu | 1,2, 3 |
| 9 | PLENUM Heckengäu, Landratsamt Böblingen | Siegfried Zenger | Regionalentwicklung, Tourismus, Streuobst, Naturschutz, Projektmanagement, Netzwerkarbeit | 1,2, 3 |

Tabelle 2: Übersicht der LAG-Mitglieder

Der Vorstand der LAG soll max. viermal im Jahr mit einer durchschnittlichen Dauer von drei bis vier Stunden tagen. Es ist angedacht, dass zwei bis drei Sitzungen zur Auswahl von Projekten durchgeführt werden.

Der Geschäftsführende Vorstand besteht aus insgesamt zehn Mitgliedern. Diese setzen sich aus dem Vorsitzenden sowie den von den Landkreisen benannten Mitgliedern und weiteren, von der Mitgliederversammlung aus der Mitte des Vorstandes gewählten, Mitgliedern zusammen. Fünf der zehn Mitglieder sind öffentliche Partner, fünf sind WiSo-Partner. Damit soll zwischen der öffentlichen Hand und dem Bereich Wirtschaft und Soziales auf Augenhöhe gearbeitet werden. Des Weiteren nehmen die Mitarbeiter des Regionalmanagements beratend an den Vorstandssitzungen teil.

Der Geschäftsführende Vorstand setzt sich aus folgenden Personen zusammen:

| | |
|-----------------|---|
| Vorsitz | Martin Wuttke (Öffentlicher Partner) |
| | Reinhold Rau (Öffentlicher Partner) |
| | Wolf Eisenmann (WiSo-Partner) |
| | Karin Frey (WiSo-Partner) |
| | Wolfgang Herz (Öffentlicher Partner) |
| | Oliver Korz (Öffentlicher Partner) |
| | Carolin Müller (WiSo-Partner) |
| | Friedrich Oberndörfer (WiSo-Partner) |
| | Frieder Weigand (WiSo-Partner) |
| | Siegfried Zenger (Öffentlicher Partner) |
| Beratend | Regionalmanagement |

Nachfolgend sind die Aufgaben des Vorstandes der LAG und des Geschäftsführenden Vorstandes dargestellt:

| Aufgaben des Vorstandes der LAG | Aufgaben des Geschäftsführenden Vorstandes |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Begleitung und Evaluierung des LEADER-Prozesses • Beteiligung der Interessensgruppen, der regionalen Akteurinnen und Akteure sowie der Bevölkerung • Einrichtung von Arbeitskreisen und Projektgruppen nach Bedarf • Entscheidung als Auswahlgremium über die Förderanträge • Aufbau gebietsübergreifender und transnationaler Kooperationen • Information über den LEADER-Prozess • Weiterentwicklung des Öffentlichkeitskonzeptes • Wahl des Geschäftsführenden Vorstandes | <ul style="list-style-type: none"> • Leitung der Lokalen Aktionsgruppe • Vertretung der Lokalen Aktionsgruppe nach außen • Unterstützung des Regionalmanagements • Begleitung der überregionalen und transnationalen Kontakte und Projekte • Dienst- und Fachaufsicht über die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Regionalmanagements |

Tabelle 3: Übersicht der Aufgaben des Vorstandes und des Geschäftsführenden Vorstandes

I.2.3 Organisationsstruktur der regionalen Partnerschaft

Die oben beschriebene Organisationsstruktur der Lokalen Aktionsgruppe in der Rechtsform eines Vereins soll zudem zu einer regionalen Partnerschaft erweitert werden. Nachfolgend ist diese Struktur, die zusätzlich zu den Entscheidungs- und Koordinierungsebenen die Akteurs- und Öffentlichkeitsebenen beinhaltet, beschrieben.

Auf der Akteursebene sollen die Handlungsfeldforen (Arbeitskreise), die zur Erarbeitung des Regionalen Entwicklungskonzeptes eingerichtet worden sind, weiterhin tagen. Die Arbeitskreise sind für alle interessierten Personen offen. Damit Arbeitskreise über die gesamte LEADER-Förderphase bestehen, müssen sie eine Funktion erhalten, denn die Erfahrungen zeigen, dass die Anzahl der Sitzungen mit Fortschreiten des Prozesses abnehmen, wenn diesen keine Funktion zugeordnet wird. Daher sollen diese genutzt werden, um

die Projekte vor der jeweiligen Sitzung des Auswahlgremiums der LAG dort zu besprechen und ein Votum für das Auswahlgremium abzugeben. Die Arbeitskreise sollen zudem ein- bis zweimal im Jahr zur kontinuierlichen Fortschreibung des Regionalen Entwicklungskonzeptes genutzt werden. Dabei sollen der Zielfortschritt geprüft und Rückmeldungen zum Prozess eingesammelt werden. Des Weiteren geht es auch um die Entwicklung von neuen Ideen. Das Regionalmanagement informiert dazu über den Prozess und die Projekte sowie deren Umsetzungsgrad. Neben den Arbeitskreisen können nach Bedarf Projektgruppen eingesetzt werden.

Die Öffentlichkeitsebene zielt neben der kontinuierlichen Öffentlichkeitsarbeit (siehe Kap. III.5) vor allem auf die Einbindung der Bevölkerung und von Interessensgruppen (siehe Kap. I.2.4) außerhalb der Lokalen Aktionsgruppe ab.

I.2.4 Beteiligungsformen

Zur Einbindung der Bevölkerung und von unterschiedlichen Interessensgruppen wurden im Rahmen der Erstellung des Regionalen Entwicklungskonzeptes verschiedene Beteiligungsformen angewendet, die auch bei der Umsetzung der Entwicklungsstrategie neben neuen Formen weiter eingesetzt werden sollen (siehe Tabelle 4). Die im Rahmen der Erarbeitung des Konzeptes eingesetzten Formen sind fett markiert.

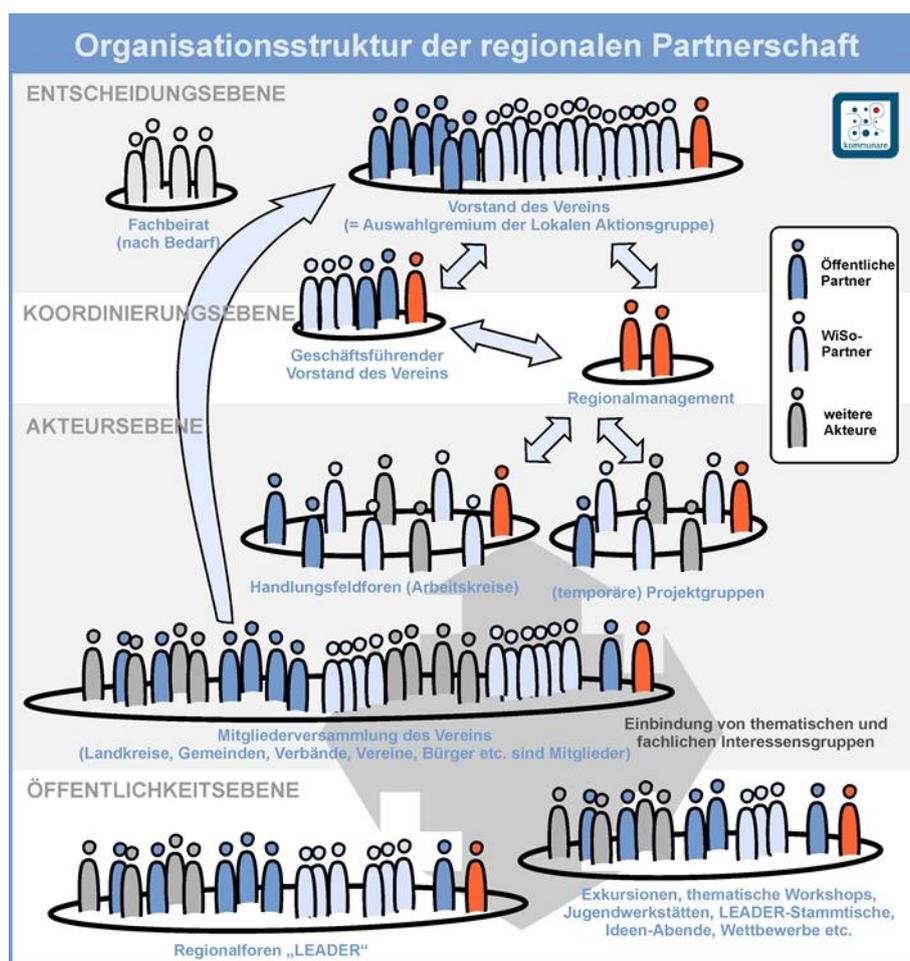


Abbildung 3: Organisationsstruktur der regionalen Partnerschaft

| Beteiligungsformen | Zielgruppe | Intensität |
|---|---|----------------|
| Jugendwerkstatt | Jugendliche | jährlich |
| Arbeitskreise | Fachliche oder thematische Interessensgruppen, Öffentliche Partner, WiSo-Partner und Bevölkerung | 2-4 x pro Jahr |
| Regionalforen „LEADER-Tag“ | BM, Gemeinderäte, Unternehmen, Interessensgruppen und Bevölkerung (außerhalb des Entscheidungsgremiums) | 1 x pro Jahr |
| Ideen-Busreise zu besonderen Orten und Projekten | BM, Gemeinderäte, Unternehmern, Interessensgruppen etc. (außerhalb des Entscheidungsgremiums) | 1 x pro Jahr |
| Wettbewerbe: Projektideen, Malen Fotos etc. | Bevölkerung und regionale Akteure | Alle 2 Jahre |
| Stammtisch „LEADER“ (2x pro Jahr Stammtisch mit Antragstellern und Vorständen & 2x pro Jahr mit Themen-Schwerpunkt) | Am LEADER Prozess beteiligte Akteure Bevölkerung und regionale Akteure | 4 x pro Jahr |
| Stammtisch „LEADER meets Unternehmen“ | Unternehmen | Alle 2 Jahre |

Tabelle 4: Übersicht der Beteiligungsformen, Zielgruppen und Intensität

Unterstützung

Die LEADER-Bewerbung und deren Umsetzung werden von den folgenden Partnerinnen und Partnern aus der Region aktiv unterstützt. Diese haben dazu eine schriftliche Unterstützererklärung abgegeben (siehe Tabelle 5). Insgesamt liegen dem federführenden Landratsamt Böblingen 107 Erklärungen, davon 21 von den beteiligten Gemeinden, vier von den beteiligten Landkreisen, 70 von den WiSo-Partnern und Vertreterinnen und Vertretern der Zivilgesellschaft und einzelnen am Prozess beteiligten Bürgerinnen und Bürger und 12 weitere aus öffentlichen Bereichen vor. Eine Auswahl der Vereine und Verbände sowie der Unternehmen und Betriebe (WiSo-Partner und Zivilgesellschaft), die die Bewerbung und die Umsetzung aktiv unterstützen, ist in der nachfolgenden Tabelle dargestellt.

| Unterstützerinnen und Unterstützer | |
|--|---|
| Öffentliche Partner | |
| alle 21 beteiligten Gemeinden, 4 Landkreise und 11 weitere Partner | |
| WiSo-Partner / Zivilgesellschaft | |
| Vereine und Verbände | Unternehmen |
| BUND Nagold | Schotterwerk Mayer Mötzingen |
| Kreissenorenrat Calw | tb Nagoldtal GmbH |
| BUND Bezirksverband Gäu-Nordschwarzwald | Katz Flechtmöbel Manufaktur |
| PLENUM Heckengäu | HEIMAT - Nichts schmeckt näher |
| Streuobstinitiative Calw-Enzkreis-Freudenstadt e.V. | Börlind Gesellschaft für kosmetische Erzeugnisse mbH |
| Heckengäu-Naturführer e.V. | Maschinen- und Betriebshilfering, Böblingen-Calw e.V. |
| Agenda Landschaft Weissach | VHS Wildberg |
| Kreisbauernverband Böblingen | FEMOS gemeinnützige GmbH |
| Swingolf Renningen e.V. | AMW Asphaltmischwerk |
| NABU Bezirksverband | Porsche Weissach |
| Apfelsaftinitiative Landkreis Böblingen | Benz-Weine GmbH & Co. KG |
| Internationaler Kulturverein Gechingen e.V. | Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH |
| OGV Nussdorf | |
| Schäferwagen Wildberg e.V. | |
| Rotary Club Herrenberg/ Nagold | |
| | |

Tabelle 5: Auswahl von Unterstützerinnen und Unterstützern

Der Verein und die LEADER-Geschäftsstelle des Regionalmanagements sollen nach der Auswahl als LEADER-Region für die ersten beiden Jahre organisatorisch unabhängig im Landratsamt Böblingen angesiedelt werden. Dort wird mit der Geschäftsstelle von PLENUM eine Bürogemeinschaft aufgebaut, um vorhandene Räumlichkeiten und Ausstattungen gemeinsam zu nutzen. Ein weiterer Grund ist die zentrale Anbindung des Landratsamtes. Dies ist besonders wichtig, da es sich bei der geplanten LEADER-Region um eine Gebietskulisse handelt, die über vier Landkreise reicht. Des Weiteren können die PLENUM-Manager ihre langjährigen Erfahrungen bei der Umsetzung einer naturschutzorientierten Regionalentwicklung einbringen.

Bei einer Aufnahme in das LEADER-Programm läuft die PLENUM-Förderung noch bis Ende 2016 in den Gemeinden, die nicht in der Gebietskulisse der geplanten LEADER-Region liegen. Diese angedachte Zusammenarbeit ermöglicht einen direkten Start und setzt die Ziele einer naturschutzorientierten Regionalentwicklung aufbauend auf PLENUM fort. Außerdem sollen Sprechstunden einmal im Monat in den Gemeinden der Gebietskulisse durchgeführt werden. Nach Auslaufen der PLENUM-Förderung wird der Sitz des Regionalmanagements und des Vereins geprüft werden.

I.1.1 Organisationskonzept des LEADER-Regionalmanagements

Der Aufbau des LEADER-Regionalmanagements, die Organisation und die zur Verfügung stehenden Ressourcen sind nachfolgend beschrieben.

Aufbau und Organisation

Die Geschäftsstelle übernimmt als zentrale Aufgabe die Prozesskoordination. Dies bedeutet die Betreuung und Begleitung der Lokalen Aktionsgruppe (Auswahlgremium und Vorstand des Vereins), des Geschäftsführenden Vorstandes und der Arbeitsgruppen sowie der Projektträger (siehe Abbildung 4). Die weiteren Aufgaben des Regionalmanagements sind im Kapitel III.1. detailliert beschrieben. Die Geschäftsstelle ist von montags bis freitags ganztätig besetzt und führt regelmäßig Sprechstunden in der Gebietskulisse durch.

Ressourcen

Das Regionalmanagement wird mit 2 Arbeitskräften ausgestattet. Es wird eine geschäftsführende Stelle eingerichtet, sowie eine Assistenzstelle welche auch kleinere Verwaltungsaufgaben übernimmt. Die Personalkosten orientieren sich an den Einstellungsempfehlungen des Landes und liegen in Höhe von 125.000 €. Die Sachmittelkosten für den laufenden Betrieb und die Sensibilisierungsmaßnahmen betragen 30.000 €. Damit entstehen jährlich Gesamtkosten von 155.000 € für die Jahre 2015 bis 2020. Die Kosten für die Jahre 2021 und 2022 werden entsprechend reduziert. Die beiden Arbeitskräfte werden über EU-Mittel finanziert und über eine entsprechende Ausschreibung mit Bewerbungsverfahren besetzt werden. Eine Vergabe an ein externes Büro ist nicht vorgesehen.

Die Ausstattung des Regionalmanagements ist wie folgt vorgesehen:

- Räumlichkeiten und Mobiliar
- Kopierer + Scanner
- Fax + Drucker
- Zugriff auf Dienstwagen
- PC, Laptop
- Beamer und Leinwand
- Nutzung von Sitzungsräumen
- Drucker
- Telefon
- Digitalkamera
- Moderationswände und –material
- Nutzung der Querschnittsämtler (Personalamt, Fuhrpark etc.)

I.3.2 Finanzierung des Regionalmanagements

In der Tabelle 6 wird die Finanzierung der beiden Regionalmanagementstellen aufgezeigt. Diese erfolgt zu einem Anteil von 60 % durch EU-Fördermittel. Die Kofinanzierung der Kosten des Regionalmanagements (von 40%) erfolgt mit Finanzmitteln des Landkreises Böblingen (30%) und der am LEADER Programm beteiligten Städte und Gemeinden (70%). Die Kofinanzierung der Städte und Gemeinden erfolgt nach Umlage pro Einwohner in Höhe von rund 0,36 € bis einschließlich 2017, ab 2018 werden 0,48 € je Einwohner erhoben.

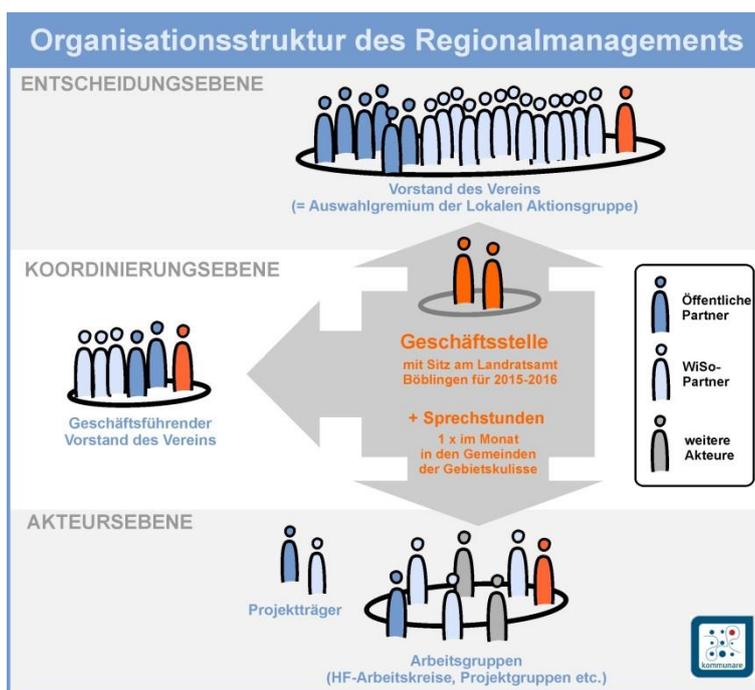


Abbildung 4: Organisationsstruktur des Regionalmanagements

Finanzierung des Regionalmanagements pro Jahr für die Jahre 2015-2020 in Euro

| | |
|------------------------------------|------------|
| Gesamtkosten | 155.000,00 |
| EU-Anteil 60% | 93.000,00 |
| Kofinanzierung 40% | 62.000,00 |
| Anteil Landkreis Böblingen (30%) | 18.600,00 |
| Anteile Städte und Gemeinden (70%) | 43.400,00 |

Im Rahmen der Erarbeitung des Regionalen Entwicklungskonzepts wurden die Bürgerinnen und Bürger, die Vertreterinnen und Vertreter von Interessensgruppen, Verbänden und Institutionen aus der Zivilgesellschaft sowie die kommunalen Entscheidungsträger eingebunden. Die durchgeführten Beteiligungsformen, Veranstaltungen, Arbeitskreistreffen und die beteiligten Gremien sind in Abbildung 5 in ihrem zeitlichen Ablauf dargestellt. Eine kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit unterstützte die beteiligungsorientierte Erarbeitung des Regionalen Entwicklungskonzepts (siehe Anhang: Tabellarische Übersicht der Öffentlichkeitsarbeit und Sonderanhang „Pressespiegel“). Hierbei

sind vor allem die filmische Begleitung des Prozesses durch die Kinderfilmakademie sim.tv in Sindelfingen hervorzuheben sowie der Einsatz der Mitglieder der Strategieguppe, in der Region über LEADER zu informieren.

Ein weiterer Erfolg war die Verwendung der Bierdeckel zur Projekt-Ideen-Sammlung (Ergebnis: 218 Ideen auf Bierdeckeln).



Des Weiteren werden die Funktionen, die Aufgaben und die Inhalte der Gremien, Arbeitskreise und Veranstaltungen sowie der durchgeführten Beteiligungsformen dargestellt. Dazu wird auf den Kreis der Beteiligten und insbesondere die breite Beteiligung von nicht-kommunalen Akteuren im Ideenfindungsprozess, die Arbeitsschritte zur Einbindung und die Intensität der Beteiligungs- und Abstimmungsverfahren sowie die Öffentlichkeitsarbeit eingegangen.

I.4.1 Gremien, Arbeitstreffen und Veranstaltungen

Für die Erarbeitung des Regionalen Entwicklungskonzeptes wurde eine Strategieguppe eingerichtet, die den Prozess intensiv begleitet hat. In Handlungsfeldforen wurde mit den engagierten Akteurinnen und Akteuren gearbeitet. Anschließend werden die Auftakt- und Abschlussveranstaltung, der Kurzgeschichten-Wettbewerb, der Jugend-Film-Workshop, die Jugendwerkstatt, der Ideen-Abend mit regionalem Genuss und weitere Beteiligungsformen aufgezeigt. Auf der Internetseite <http://leader-heckengäu.de/news/pressemeldungen> sind Berichte und Bilder zu den durchgeführten Veranstaltungen eingestellt

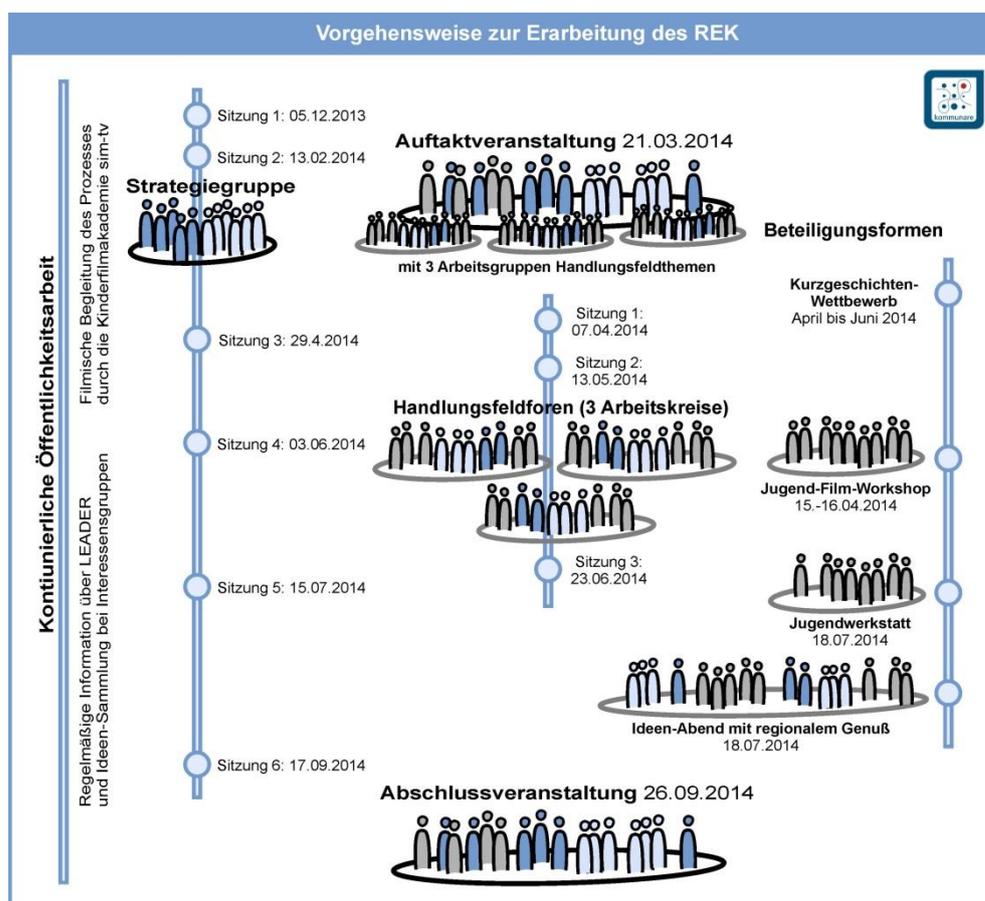


Abbildung 5: Vorgehensweise zur Erarbeitung des REK

Strategiegruppe

Die Strategiegruppe hat den Prozess intensiv begleitet und dazu insgesamt sechsmal getagt. Dazu wurden zehn Personen aus der Region und zwar Vertreterinnen und Vertreter aus dem öffentlichen Bereich und dem Bereich von Wirtschaft und Soziales eingebunden. Die Strategiegruppenmitglieder hatten bei der Erarbeitung des Konzeptes eine Koordinierungs- und Entscheidungsfunktion und warben als Multiplikatoren intensiv für die Teilnahme an den durchgeführten Veranstaltungen und Beteiligungsformen.



Die folgenden Themen und Inhalte wurden in der Strategiegruppe besprochen:

- Abstimmung der Vorgehensweise und der Beteiligungsformen zur Erstellung des REK
- Vorbereitung der Start- und Abschlussveranstaltungen
- Diskussion und Abstimmung der SWOT-Analyse
- Erarbeitung und Abstimmung thematischer Prioritäten, Leitbilder und Ziele
- Entwicklung der Arbeits- und Organisationsstruktur
- Abstimmung eines Projektauswahlverfahrens
- Auswahl der Leit- und Startprojekte
- Besetzung der LAG
- Erstellung des Finanzplans

Auftaktveranstaltung

Am 21.03.2014 fand in Althengstett die Auftaktveranstaltung mit 130 Personen statt. Sie war der offizielle Startschuss zur Bewerbung um Aufnahme in das LEADER-Programm und die Erstellung des Regionalen Entwicklungskonzeptes. Zu der Veranstaltung wurden insbesondere die nicht-kommunalen Vertreterinnen und Vertreter der Vereine und Verbände, der Zivilgesellschaft, die Bürgerinnen und Bürger sowie die kommunalen Vertreterinnen und Vertreter der beteiligten Kommunen und



Landkreise eingeladen. Im Rahmen der Auftaktveranstaltung wurden die Grundsätze von LEADER sowie die Vorgaben durch das Land Baden-Württemberg, die Inhalte der Interessensbekundung und die geplanten Handlungsfelder vorgestellt. Danach wurde die Vorgehensweise zur Erstellung des Regionalen Entwicklungskonzeptes dargelegt, die Strategiegruppenmitglieder vorgestellt und zu den verschiedenen Beteiligungsformen aufgerufen. Im Anschluss wurde in drei Arbeitsgruppen zu den geplanten Handlungsfeldern an Themen und Ideen für die zukünftige Entwicklung gearbeitet.

Handlungsfeldforen

Es haben im Zeitraum von April bis Juni insgesamt drei Handlungsfeldforen stattgefunden. Dort tagten die Arbeitskreise zu den folgenden drei Handlungsfeldern parallel. Die Sitzungen wurden jeweils von 30-45 Personen besucht und dauerten zwischen drei bis vier Stunden. Dabei konnte durch die gemeinsame Einführung zu Beginn und den gemeinsamen Abschluss mit einer gegenseitigen Präsentation der Ergebnisse aus den Arbeitskreisen ein Informationsaustausch über alle Handlungsfelder gewährleistet werden. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Handlungsfeldforen äußerten sich sehr positiv über das parallele Arbeiten der Arbeitskreise und den damit verbundenen Informationsaustausch über die Handlungsfelder hinweg.

Es wurde zu den folgenden drei Handlungsfeldern (HF 1-3) gearbeitet:

HF 1: Leben und Arbeiten auf dem Land im Einklang von Familie und Beruf

HF 2: Kultur und Natur – naturnaher, ländlicher Naherholungs- und Erlebnistourismus



HF 3: Landschaftspflege und Naturschutz

In den Handlungsfeldforen wurden folgende Themen und Inhalte bearbeitet:

- Stärken und Schwächen
- Regionale Entwicklungsziele
- Themenbezogene Leitbilder
- Handlungsfeldziele
- Projekte

Die Ergebnisse aus den Arbeitskreisen, die mit der Strategieguppe diskutiert und abgestimmt wurden, sind im Kapitel II detailliert beschrieben.

Kurzgeschichten-Wettbewerb

Die Entwicklung eines übergeordneten Leitbildes sowie der drei thematischen Leitbilder zu den Handlungsfeldthemen war ein wichtiger Baustein bei der Erarbeitung der Entwicklungsstrategie. Die Leitbilder sind die Zukunftsbilder der Akteurinnen und Akteure für ihre Region. Um diese Zukunftsbilder zu finden wurde u.a. im Zeitraum April bis Juni 2014 ein Kurzgeschichten-Wettbewerb durchgeführt, an dem sich alle Bürgerinnen und Bürger (ab 10 Jahren) und Schulklassen beteiligen konnten. Die Aufgabe bestand darin, das Leben im Heckengäu im Jahr 2025 in Bezug auf die Themen der Handlungsfelder und damit die Zukunft des Heckengäus zu beschreiben. Die Strategieguppe wählte aus den eingereichten 29 Beiträgen die besten Geschichten aus, die als ebook und als Broschüre veröffentlicht wurden und deren Autorinnen und Autoren auf der Abschlussveranstaltung prämiert wurden. Die Geschichten stehen als PDF-Datei und als ebook unter <http://leader-heckengäu.de/entwicklungskonzept/leader-bewerbung/kurzgeschichten-wettbewerb> zum download bereit. Mit dem Wettbewerb wurden ausschließlich Bürgerinnen und Bürger erreicht, die nicht in den Handlungsfeldforen oder den anderen Gremien mitarbeiten. Der Wettbewerb wurde neben der Pressearbeit und persönlichen Ansprachen innerhalb der Region über Postkarten, Flyer und Großflächenplakate beworben.



Jugend-Film-Workshop



In Kooperation mit der Sindelfinger Kinderfilmakademie sim.tv, die auch die Auftaktveranstaltung filmisch begleitet hat, wurde ein Jugend-Film-Workshop durchgeführt. Bei dem Workshop ging es darum, herauszuarbeiten, warum das Heckengäu es unbedingt verdient hat, bei der Bewerbung um eine LEADER Förderung den Zuschlag zu bekommen. Dies haben 10 Jugendliche im Rahmen des Workshops am 15. und 16. April 2014 herausgearbeitet und filmisch dokumentiert. Es wurden zudem Passanten auf der Straße, ein Heckengäu-Koch sowie Herr Dr. Murschel, Sprecher der Landtagsfraktion der

Grünen für den Ländlichen Raum zu den Besonderheiten des Heckengäus interviewt. Der Film, der unter <http://leader-heckengäu.de/entwicklungskonzept/leader-bewerbung/film-regionalentwicklungskonzept> zu sehen ist, dokumentiert auch die weiteren Beteiligungsformen des Ideen-Abends mit regionalem Genuss und die durchgeführte Jugendwerkstatt.

Jugendwerkstatt „Jugendliche im Heckengäu – Wir sind die Zukunft im ländlichen Raum“

Die Jugendwerkstatt fand am 18.07.2014 auf der KraxlAlm mit 14 Jugendlichen, zwei Jugendreferentinnen und einem Jugendreferenten statt. Es wurde in Kleingruppen zu den Themen Freizeit, Mobilität und Ausbildung gearbeitet und folgende Fragen beantwortet: „Was fehlt Euch im Heckengäu?, Welche Themen sind für Euch und Eure Zukunft im Heckengäu wichtig vom Leben und Arbeiten, über Mobilität, Schule, Ehrenamt und Freizeitgestaltung bis hin zu Energie, Natur und Umwelt im ländlichen Raum?, Wo wollt ihr mitgestalten?, Welche Projekte würdet ihr gerne umsetzen?“ Aus den Vorstellungen der Jugendlichen über die Zukunft wurde ein Jugendleitbild erarbeitet, das anschließend mit konkreten Projektideen unteretzt wurde. Das Leitbild und die Projektideen sind im Kapitel II.3 dargestellt. Ein Jugendlicher und eine Jugendreferentin konnten gewonnen werden, bei der Lokalen Aktionsgruppe mitzuarbeiten. Die Jugendwerkstatt wurde auch in dem Film (<http://leader-heckengäu.de/entwicklungskonzept/leader-bewerbung/film-regionalentwicklungskonzept>), welcher von der Kinderfilmakademie erstellt wurde, dokumentiert.



Ideen-Abend mit regionalem Genuss

Am 18.07.2014 fand in der Ölmühle in Weissach der Ideen-Abend mit regionalem Genuss statt. Dazu wurden die 60 teilnehmenden Personen von einem Heckengäu-Koch in drei Gängen mit tollen Gerichten aus heimischen Produkten verwöhnt. Zu jedem Gang wurden die zu den drei Handlungsfeldern erarbeiteten Ergebnisse von den thematischen Leitbildern über die Handlungsfeldziele bis hin zu den erarbeiteten Projektideen vorgestellt. Auf den Bierdeckeln wurden nach jedem Gang weitere Ideen gesammelt. Insgesamt kamen hier nochmals über 70 Ideen zusammen.

Der Ideen-Abend mit regionalem Genuss wurde ebenfalls in dem Film, welcher von der Kinderfilmakademie erstellt wurde, dokumentiert. (<http://leader-heckengäu.de/entwicklungskonzept/leader-bewerbung/film-regionalentwicklungskonzept>)



Abschlussveranstaltung

Auf der Abschlussveranstaltung vom 26.09.2014 in Nagold wurde vor rund 110 Personen das Regionale Entwicklungskonzept mit den erarbeiteten Ergebnissen vorgestellt. Dazu gehörten die Leitbilder und die regionalen Entwicklungsziele, die Handlungsfeldziele, die Start- und Leitprojekte, die angedachte Lokale Aktionsgruppe sowie die Arbeits- und Organisationsstruktur und der aufgestellte Aktionsplan. Des Weiteren wurden die Gewinnerinnen und Gewinner des Kurzgeschichten-Wettbewerbs prämiert. Der Einladung zur Veranstaltung folgten insgesamt rund 110 Personen. Die hohe Beteiligung während des ganzen Prozesses zeigte sich auch nochmals am Ende dieser Veranstaltung. Das Foto von allen Teilnehmenden soll die Unterstützung der Bewerbung des Heckengäus um Aufnahme in das LEADER-Programm unterstreichen.



I.4.2 Öffentlichkeitsarbeit

Die regelmäßige Öffentlichkeitsarbeit (siehe Übersicht der eingesetzten Medien zu den durchgeführten Veranstaltungen und Beteiligungsformen im Anhang) hat zu einer hohen Beteiligung von den engagierten Akteurinnen und Akteuren sowie politischer Entscheiderinnen und Entscheidern sowie insbesondere zur Einbindung von verschiedenen Interessensgruppen und der Bevölkerung geführt. Dazu wurde zu Beginn des Prozesses ein Informationsflyer (Auflage 2000 Stück) erstellt, der über die Gemeinden und auf Veranstaltungen verteilt wurde. Ausgewählte Beispiele sind im Sonderanhang „Pressespiegel“ zu finden.

Neben der Pressearbeit und eingesetzten Medien wie Postkarten, Flyer, Plakaten und Großflächenplakaten wurde über die Internetseite <http://www.leader-heckengaeu.de/> und die Facebook-Seite www.facebook.com/leaderheckengaeu kontinuierlich über den Prozess informiert. Dies hat dazu geführt, dass ein sehr hoher Wert von 130 gefällt-mir-Angaben erreicht werden konnte.

Besonders hervorzuheben ist an dieser Stelle auch der Einsatz der Strategiegruppenmitglieder, die auf den unterschiedlichen Veranstaltungen und Sitzungen über LEADER informiert haben. Beispielhaft sind hier genannt: Stammtisch Heckengäu.Köche, Tagung der Naturschutzbeauftragten, Besprechungen mit den landwirtschaftlichen Ortsvereinen (in Weissach, Schönaich, Renningen etc.), Sitzung des LEV Fachbeirates, Veranstaltungen verschiedener Obst und Gartenbauvereine, Besprechungen mit Flurbereinigungsbehörde, Bauernverband, Landfrauen, AOK und Rotary-Club Sitzungen sowie dem Schlemmermahl der Heckengäu.Köche. Des Weiteren gab es im Rahmen der Erstellung des Regionalen Entwicklungskonzeptes ein Gespräch bei der im Gebiet ansässigen Firma Porsche (Weissach), die die Bewerbung unterstützt und einen Vertreter in die LAG entsendet (siehe Kapitel I.2).



II Inhalte der gebietsspezifischen LEADER-Strategiebeschreibung der Ausgangslage: sozioökonomische Analyse, SWOT-Analyse einschließlich Bedarfsanalyse

Die im Folgenden beschriebene sozioökonomische Analyse der Region dient dazu, Potenziale und Engpässe der Region abzuleiten. Die Ergebnisse fließen in die erarbeitete Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse (SWOT) für die Handlungsfelder ein.

Die sozioökonomische Analyse gliedert sich in die Bereiche Raum- und Siedlungsstruktur, Bevölkerungsentwicklung, Lebensqualität und Grundversorgung, Wirtschaft und Beschäftigung, Tourismus, Landwirtschaft sowie Natur- und Landschaftsschutz. Die Analyse erfolgt hauptsächlich auf der Basis von Daten des Statistischen Landesamts Baden-Württembergs, für Bad Liebenzell werden die Daten der gesamten Gemeinde verwendet.

II.1.1 Raum- und Siedlungsstruktur

Das Heckengäu ist eine vielfältige, ländlich geprägte Kulturlandschaft am Rande des Nordschwarzwalds, dessen Gemeinden unterschiedlichen Verwaltungsgrenzen unterliegen. Zur Entwicklung der Region ist eine gebietsübergreifende Zusammenarbeit zwischen Kommunen, Landkreisen und Regierungsbezirken erforderlich.

Naturraum

Das Heckengäu bildet als westlicher Teil der Oberen Gäue (Naturraum 4. Ordnung nach SSYMANK, LUBW 2002) einen abgeschlossenen Naturraum, der sich an den östlichen Rand des Nordschwarzwalds anschließt. Aufgrund des kontinental geprägten Klimas im Windschatten des Nordschwarzwaldes, der kleingliedrigen Landschaft und des verkarsteten Muschelkalkgrunds ist das Heckengäu ein edaphisch trockener, sehr artenreicher Naturraum. Er wird im Norden durch Kraichgau, Stromberg und Strohgäu, sowie im Osten durch Schönbuch und Korngäu begrenzt. Kleinräumig gliedert es sich durch die Flusstäler in das Nagold-Heckengäu, das Würm-Heckengäu und das Enz-Grenzbach-Heckengäu. Die vielfältige Kulturlandschaft zeichnet sich landschaftlich durch wellig-kuppige Hochflächen und flachmuldige Trockentäler mit weiten Sichtachsen aus. Namengebend sind die typischen Heckenlandschaften mit Steinriegeln, Gebüsch und Feldgehölzen, welche die offenen Landschaften und die Waldgebiete zu einem großräumig wirkenden Lebensraumverbund miteinander verzahnen. Im nördlichen Bereich liegt die Landschaft mit Höhen von 400 und 500m ü. NN etwas niedriger als im südlichen Bereich und wird durch die fruchtbare Lössbedeckung vor allem landwirtschaftlich genutzt. Im südwestlichen Teil, im Übergang zum Nordschwarzwald, überwiegen Höhen von bis zu 630m ü. NN, karge Böden und eine forstwirtschaftliche Nutzung.

Siedlungsstruktur

Insgesamt leben 119.170 Einwohner im LEADER-Aktionsgebiet Heckengäu. Die Siedlungsstruktur des Gebietes ist geprägt durch kleine und mittlere Gemeinden, hauptsächlich zwischen 3.000 und 6.000 Einwohnern, die sich über das gesamte Gebiet verteilen. Die Stadt Nagold mit acht ländlich geprägten Teilorten ist mit 21.177 Einwohnern die größte Gemeinde im Aktionsgebiet und liegt im Süden der Gebietskulisse. Sie ist die zweitgrößte Stadt des Landkreises Calw und bildet ein Mittelzentrum für umliegende Gemeinden. Die durchschnittliche Einwohnerdichte ist mit 273 Einwohnern/km² geringer als im Landesdurchschnitt (296 Einwohnern/km²), und deutlich geringer als der Durchschnitt der Regierungsbezirke Karlsruhe (388 Einwohnern/km²) und Stuttgart (374 Einwohnern/km²), in denen sich das Gebiet befindet. Es zeigt, dass die Besiedlungsdichte im Vergleich zum Umfeld der Region gering ist. Die höchste Einwohnerdichte haben die Gemeinden Frielzheim (449 Einwohner/km²) am Rand des Oberzentrums Pforzheim, sowie Mötzingen (444 Einwohner/km²) am Rand des Mittelzentrums Nagold im Süden. Dabei sind die geringen Flächengrößen von 7,4 und 8,3 km² zu berücksichtigen, es sind die kleinsten Gebietsflächen der Gebietskulisse. Die niedrigste Einwohnerdichte haben die Gemeinden Mönshausen (160 Einwohner/km²), Wildberg (171 Einwohner/km²), Neuhausen (175 Einwohner/km²), Egenhausen und Haiterbach (je 194 Einwohner/km²).

Im Umfeld der Gemeinden, die vorwiegend durch die landwirtschaftliche Nutzung, die kleinräumige Siedlungsstruktur und durch größere zusammenhängende Freiflächen sehr ländlich geprägt sind, liegen die Oberzentren Karlsruhe, Pforzheim, Stuttgart und Tübingen/Reutlingen sowie die Mittelzentren Böblingen, Leonberg, Ludwigsburg/Kornwestheim, Mühlacker, Sindelfingen und Vaihingen an der Enz.

Verkehrsanbindung

Im Bahnverkehr sind durch Strecken rund um das Gebiet gute Anbindungen vorhanden. Besonders der nördliche Teil des Heckengäus ist mit den S-Bahnen (S1, S6, S60) und der Strohgäubahn (Bahnhof Weissach) gut an Stuttgart angebunden. Die Kultur- bzw. Nagoldtalbahn (Pforzheim-Horb a.N.) verbindet den südwestlichen Teil der Region, Bahnhöfe im Gebiet sind Bad Liebenzell und Nagold. Mit der Gäubahn (Stuttgart - Hattingen/Baden) am östlichen Rand (Intercity und Regionalverbindungen, Bahnhöfe Gärtringen und Bondorf) ergibt sich ein geschlossener Bahntrassen-Ring um das Aktionsgebiet. Die angestrebte Reaktivierung der Württembergischen Schwarzwaldbahn von Calw nach Weil der Stadt (Ost-West-Verbindung, Anbindung an S6), würde eine wichtige Versorgungslücke zwischen Nordschwarzwald und Stuttgart im Zentrum des Gebietes schließen.

Engpässe ergeben sich innerhalb des Gebiets, dabei v.a. von Norden nach Süden. So dauert die schnellste Verbindung von Eberdingen im Norden bis Haiterbach im Süden laut Auskunft der Bundesbahn (inkl. Busverkehr) knapp drei Stunden und führt über Stuttgart und Herrenberg - mit dem Auto würde die Strecke (80km) etwa eine Stunde Fahrtzeit dauern. Streckenführung und Taktung der Buslinien und Bahnanschlüsse sind noch nicht ausreichend von den unterschiedlichen Verkehrsverbänden aufeinander abgestimmt. Gerade im Hinblick auf die Potentiale der Naherholung sollten die touristischen Ziele gut mit dem ÖPNV erreichbar sein. Für touristische Gäste in den Gemeinden Bad Liebenzell und Calw gibt es das attraktive ÖPNV-Angebot der kostenlosen KONUS-Fahrkarte der Schwarzwald Tourismus GmbH. Für die Region Heckengäu und für die Bewohner gibt es noch kein entsprechendes Angebot.

Die Region Heckengäu ist über die Autobahnen A8 und A81 sowie ein Netz aus mehreren Bundesstraßen erreichbar, wobei die direkten Anbindungen an die Autobahnen teilweise weite Fahrstrecken erfordern.

II.1.2 Bevölkerungsentwicklung

In der Region Heckengäu waren im Jahr 2012 laut Statistischem Bundesamt (inkl. der gesamten Gemeinde Bad Liebenzell, in der Gebietskulisse sind nur Teile der Gemeinde vertreten) 123.462 Einwohner registriert, davon 49% männlich und 51% weiblich. Die Altersverteilung entspricht in etwa der Verteilung des Landesdurchschnitts, wobei der 3% geringere Anteil der 20-40-Jährigen und der 2% höhere Anteil der 40-60-Jährigen auf eine durchschnittlich etwas ältere Bevölkerung verweist.

Dem Trend des demografischen Wandels folgend, wird der Bevölkerungsstand im Aktionsgebiet laut den Prognosen des Statistischen Landesamtes ohne die Berücksichtigung von Wanderungen bis 2030 um etwa 4% zurückgehen, damit stärker als in Baden-Württemberg (-3%). Dabei sind die Veränderungen in der Zusammensetzung der Altersgruppen besonders deut-

lich. Insgesamt wird die Bevölkerung älter und es wird wesentlich mehr über 60-Jährige und weniger unter 60-Jährige geben. Vorausgesagt wird eine Steigerung des Anteils der über 60-Jährigen von 59%. Demnach werden im Heckengäu im Jahr 2030 12.444 mehr Menschen zwischen 60 und 85 Jahre alt sein als im Jahr 2012, und 2.566 mehr Menschen über 85 Jahre alt sein. Dagegen soll der Anteil der unter 20-Jährigen um 23% sinken.

Für die soziale Infrastruktur bedeutet das eine große Umstellung. Während Wohnformen für ältere Menschen, darunter Pflegeeinrichtungen und andere altersgerechte Wohnformen, ihre Kapazitäten erweitern müssen, wird es in der flächendeckenden Versorgung mit Einrichtungen für Kinder und Jugendliche vermehrt Engpässe geben. Des Weiteren wird für die Altersgruppe der 40-60-Jährigen ein Rückgang von 32% prognostiziert, was sich negativ auf die Anzahl der erwerbstätigen Bevölkerung und damit auf die Gemeindeeinnahmen, aber auch auf die Ehrenamtsstrukturen

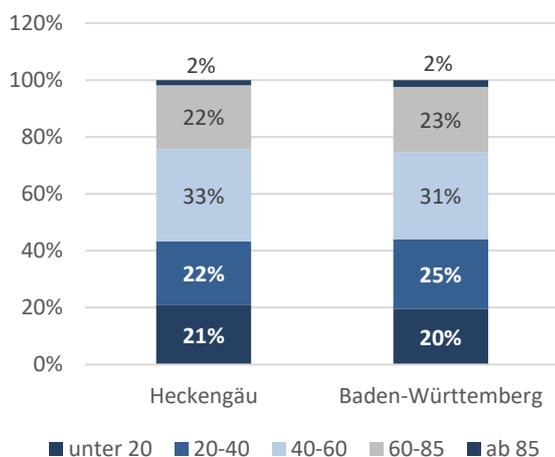


Abbildung 6: Altersgruppenverteilung 2012,
Quelle: Statistisches Landesamt

auswirken wird. Die Veränderungen in den Altersgruppen sind im Vergleich zum Durchschnitt Baden-Württembergs deutlich höher, in der Altersgruppe der 20-40-Jährigen mit -2% nicht so ausgeprägt, aber bei den unter 20-Jährigen fast dreifach höher.

Die Gemeinden und Gemeindeteile der Gebietskulisse werden unterschiedlich stark von den Veränderungen betroffen sein. Die höchsten Bevölkerungsrückgänge ohne Wanderungen werden für Bad Liebenzell (-7,1%), Weissach (-5,3%) und Nagold (-5,5%) vorhergesagt. Leichte Zuwächse werden nur für Simmozheim (+0,8%), Mötzingen (0,3%) und Deckenpfronn erwartet. Die höchsten Verluste bei unter 20-Jährigen wird es danach in Ostelsheim, Bondorf und Egenhausen (jeweils um die 29%) geben. Die niedrigsten Rückgänge liegen mit 16,1% in Bad Liebenzell und 17,2 % in Deckenpfronn immer noch fast dreimal höher als der prognostizierte durchschnittliche Rückgang von 6% im Landesdurchschnitt. In der Altersgruppe der 60-80 Jährigen müssen sich v.a. Bondorf (+80%), Mötzingen (+70,5%), Deckenpfronn (68,5%) und Simmozheim (67,0%), bei den über 85-Jährigen Simmozheim (+333,3%), Ostelsheim (+253,6%) und Mötzingen (+224,3%) und Wimsheim (+222,2%) auf Veränderungen einstellen.

Inklusive des Wanderungsverhaltens wird sich der Bevölkerungsstand im Heckengäu insgesamt bis 2030 laut dem statistischen Bundesamt nicht verändern, d.h. der prognostizierte Rückgang ohne Wanderungen von -1% wird voraussichtlich ausgeglichen. In Baden Württemberg wird für diesen Zeitraum ein Zuwachs von 2% erwartet. Die meisten Gemeinden im Gebiet werden von den Wanderungen profitieren und die Rückgänge reduzieren sich auf maximal -3 %, bzw. in Neuhausen auf -4%. Auch in Bad Liebenzell, ohne Wanderungen den höchsten Rückgang vorausgesagt, reduziert sich mit Wanderungen der Rückgang auf -2%. Dennoch wird die Bevölkerung in den meisten Gemeinden schrumpfen und Anpassungsmaßnahmen werden notwendig sein.

II.1.3 Regionale Lebensqualität und Grundversorgung

Die Menschen im Heckengäu identifizieren sich stark mit der schönen Landschaft und besonders mit den Heckenlandschaften und den Streuobstwiesen, die für die regionale Lebensqualität einen hohen Wert haben. Sie haben ein ausgeprägtes Heimatgefühl und ein Bewusstsein für die Besonderheiten des Naturraums Heckengäu, gefördert durch die öffentlichen Maßnahmen der PLENUM-Förderungen, entwickelt. Damit die Menschen weiterhin das vorfinden, was sie zum Leben brauchen, müssen die Strukturen der Grundversorgung und die regionale Lebensqualität erhalten bleiben. Wichtige Bereiche dafür sind die Nahversorgung, Vereine und Ehrenamt, Kinder- und Jugendangebote, Bildung sowie Wohnen im Alter, auf die im Folgenden näher eingegangen wird.

Nahversorgung

Im Heckengäu ist die Nahversorgung durch die nah gelegenen Ober- und Mittelzentren und auch in den Gemeinden insgesamt gut. Der Einzelhandel ist in den Gemeinden unterschiedlich stark vertreten. In einigen Ortschaften sind keine Nahversorgungsmöglichkeiten vorhanden, was besonders für die immobile Bevölkerung problematisch ist.

Auch in der medizinischen Versorgung werden im Vergleich der Landkreisdaten einige Engpässe deutlich. So werden in den Landkreisen des Heckengäus insgesamt mehr Patienten von einem Arzt, einem Zahnarzt oder einem Arzt in freier Praxis oder im Krankenhaus betreut, als im Vergleich zum Landesdurchschnitt. Versorgungslücken sind laut den Daten insbesondere

| Heckengäu | | | |
|-------------------|-------------------|----------------------------|------------|
| | Einwohneranzahl* | Veränderungen zu 2012 in % | |
| | 2012 | 2020 | 2030 |
| unter 20 | 25.988 | -17% | -23% |
| 20-40 | 27.384 | +4% | -2% |
| 40-60 | 40.250 | -11% | -32% |
| 60-85 | 27.602 | +20% | +45% |
| ab 85 | 2.238 | +47% | +15% |
| Insgesamt | 123.462* | -1% | -4% |
| Baden-Württemberg | | | |
| | 2012 | 2020 | 2030 |
| unter 20 | 2.066.529 | -10% | -6% |
| 20-40 | 2.595.574 | -3% | -15% |
| 40-60 | 3.225.192 | -7% | -14% |
| 60-85 | 2.428.970 | +13% | +17% |
| über 85 | 252.846 | +26% | +33% |
| insgesamt | 10.569.111 | -1% | -3% |

Tabelle 7: Bevölkerungsentwicklung nach Altersgruppen, Quelle: Landesamt für Statistik Baden-Württemberg, 06/2014 * abweichend von Zensus-basierten Daten, inkl. Bad Liebenzell gesamt

im Bereich der Krankenhäuser gegeben, dabei v.a. im Enzkreis und im Landkreis Böblingen. Im Landkreis Calw entspricht die Versorgung weitgehend dem Landesdurchschnitt und im Landkreis Ludwigsburg liegen die Werte im mittleren Bereich der Vergleichswerte. Generell wird es in ländlichen Gebieten besonders für die immobile Bevölkerung schwer, die medizinischen Angebote zu erreichen, auch aufgrund stellenweise mangelhafter öffentlicher Nahverkehrsangebote.

| Ärztliche Versorgung | | | | | |
|---------------------------------------|----------|---------------------------|------------------------------------|---------------------------------|---------------------------|
| Auf ... Einwohner kamen am Jahresende | ein Arzt | ein Arzt in freier Praxis | ein hauptamtlicher Krankenhausarzt | ein behandelnd tätiger Zahnarzt | darunter in freier Praxis |
| Landkreis Böblingen | 346 | 776 | 850 | 1224 | 1625 |
| Landkreis Calw | 260 | 739 | 472 | 1603 | 1983 |
| Landkreis Enzkreis | 538 | 970 | 1865 | k.A. | k.A. |
| Landkreis Ludwigsburg | 326 | 796 | 754 | 1335 | 1764 |
| Land Baden-Württemberg | 236 | 656 | 478 | 1197 | 1592 |

Tabelle 8: Medizinische Versorgung auf Landkreis- und Regierungsbezirksebene im Vergleich, Quelle Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 06/2014

Vereine und Ehrenamt

Die Region Heckengäu weist in allen Gemeinden ein vielfältiges Vereinsleben auf, darunter Obst- und Gartenbauvereine, Sportvereine, Gesangsvereine, Heimatvereine, Posaunenchöre, Trachtengruppen, Natur- und Umweltschutzvereine, Kultur- und Kunstvereine sowie Gruppen des Bauernverbands oder auch die Klimaschutzinitiativen in Nagold und Althengstett. Die Vereine bieten damit ein vielfältiges Freizeitangebot und bilden ein soziales Netz für den gesellschaftlichen Zusammenhalt. In den meisten Vereinen sind nur wenige Jugendliche bzw. jüngere Erwachsene beteiligt und in vielen Bereichen stellt sich eine Nachwuchsproblematik mit weitreichenden Folgen, darunter auch z.B. für die Freiwillige Feuerwehr.

Viele weitere ehrenamtliche Strukturen zeigen ein hohes gesellschaftliches Engagement. Das wird durch den „Engagemetatlas 09“ der Prognos-AG bestätigt, in dem das ehrenamtliche Engagement im Jahr 2009 bundesweit erhoben und mit dem Bundesdurchschnitt verglichen wurde (siehe nachfolgende Tabelle). Besonders hohe Werte für das ehrenamtliche Engagement hat dabei der Landkreis Calw, mit 18h pro Person und Monat, einem Anteil engagierter Personen von über 50% der Bevölkerung und weiteren 34% die ihr Engagement erhöhen wollen. Nach den Ergebnissen der Studie sind in allen Landkreisen noch Potentiale für ehrenamtliches Engagement vorhanden, die z.B. für den regionalen Entwicklungsprozess genutzt werden können.

| Ehrenamtliches Engagement 2009 im Bundesvergleich | | | |
|--|---|---|--|
| | Anteil Engagierte (an der Gesamtbevölkerung) | Durchschnittliche Engagementstunden (pro engagierter Person und Monat) | Potential für zukünftiges Engagement, (Anteil der Bevölkerung, der Engagement erhöhen will) |
| Landkreis Böblingen | 40-50% (+) | ca. 13h (-) | ca. 28% (+/-) |
| Landkreis Calw | > 50% (++) | ca. 18h (+/-) | ca. 34% (+) |
| Enzkreis | 30-40% (+/-) | ca. 13h (+/-) | ca. 22% (+/-) |
| Ludwigsburg | 40-50% (+) | ca. 11 h (-) | ca. 29% (+/-) |
| Vergleich mit Bundesdurchschnitt in (): -- weit unterdurchschnittlich, - unterdurchschnittlich, +/- durchschnittlich, + überdurchschnittlich, ++ weit überdurchschnittlich | | | |

Tabelle 9: Ehrenamtliches Engagement im Bundesvergleich, Quelle: Prognos AG, Generali Zukunftsfonds <http://zukunftsfonds.generalideutschland.de/online/portal/gdinternet/zukunftsfonds/content/314342/309588> 08/2014

Kinder und Jugend

In der Kinderbetreuung gibt es in einigen Gemeinden noch Versorgungslücken, insbesondere für die Betreuung von unter 3-Jährigen. Verschiedene Initiativen engagieren sich in diesem Bereich, darunter z.B. der Verein Tagesmütter im Enzkreis e.V., die Tageselternförderung und -vermittlung in Gechingen oder auch die BABS Babysitter-Koordination in Mötzingen. Es ist ein gutes Freizeit- und Ferienangebot für Kinder vorhanden, dabei besonders für Altersgruppen bis 14 Jahre. Darüber hinaus werden viele schulische und außerschulische Umweltbildungsangebote angeboten, die von Akteuren der PLENUM-Prozesse entwickelt wurden.

In der Jugendarbeit haben die Gemeinden Bondorf, Deckenpfronn, Gechingen, Jettingen, Bad Liebenzell, Althengstett, Gärtlingen, Haiterbach, Nagold (Youz), Simmozheim, Mötzingen, Wildberg und Wiernsheim Jugendtreffs oder Jugendreferate eingerichtet. Zur politischen Beteiligung wurde in der Gemeinde Nagold ein Jugendgemeinderat eingerichtet. Ein wichtiger Ansprechpartner für die Jugendarbeit im südlichen Heckengäu ist die sozialpädagogische Einrichtung Waldhaus, die die kommunale Jugend- und Jugendsozialarbeit für zwölf Städte und Gemeinden im Landkreis Böblingen und in der Stadt Calw betreut. Einige Waldhaus-Mitarbeiterinnen und ein -Mitarbeiter haben sich auch an der Jugendwerkstatt beteiligt, welche im Rahmen des Beteiligungsprozesses für die LEADER-Bewerbung durchgeführt wurde. Laut Aussage der Jugendlichen in der Jugendwerkstatt sind in der Region einige gute Angebote vorhanden, sie sind aber einem Großteil der Jugendlichen in der Region nicht bekannt und durch den öffentlichen Nahverkehr oft nicht erreichbar. Daher fahren viele Jugendliche in ihrer Freizeit in nah gelegene Zentren, sie würden bei entsprechend attraktiven Angeboten aber auch in der Region bleiben. Engpässe für Freizeitangebote gibt es nach ihrer Aussage v.a. für die über 16-Jährigen.

Bildungsangebote

In der Region sind die Gemeinden mit Grundschulen und weiterführenden Schulen gut ausgestattet, doch aufgrund der weiter sinkenden Schülerzahlen wird für einige Standorte die untere Kapazitätsgrenze erreicht werden. Verschiedene Initiativen zur Sicherung der Schulstandorte in den Gemeinden und Landkreisen, wie bspw. der Schulentwicklungsplan im Landkreis Calw, zeigen großes Engagement in diesem Bereich. Für die Unternehmen der Region ist auch die Sicherung der Berufsschulstandorte von großer Bedeutung, besonders im Hinblick auf die Fachkräftesicherung und die Bindung von jungen Menschen an die Region. In der außerschulischen Bildung bieten verschiedene private Anbieter und Schulen im Bereich Kunst und Musik sowie die Volkshochschulen ein vielseitiges Angebot an.

Leben im Alter

Da der Anteil der Senioren in den nächsten Jahren stark steigen wird, ist der Ausbau der Versorgungskapazitäten der Pflegeeinrichtungen, für die häusliche Pflege und auch für alternative Wohnformen ohne Pflegestufen eine der wichtigen Aufgaben von Kommunen und Sozialverbänden. In nahezu allen Gemeinden gibt es ein vielfältiges Freizeitangebot für Senioren, wie Seniorentreffs, Seniorennachmittage und Seniorenreisen, dabei auch einige generationenübergreifende Angebote, wie den Bondorfer Erlebnissommer oder Projekte zur Nachbarschaftshilfe in Jettingen, Mötzingen oder Wimsheim.

II.1.4 Wirtschaftsstruktur und Beschäftigung

In der Region Heckengäu ist die Wirtschaftsstruktur vor allem durch mittelständische Handwerks- und Dienstleistungsunternehmen im zweiten und dritten Sektor geprägt. Dabei ist die Region umgeben von mehreren wirtschaftsstarken Räumen der Metropolregion Stuttgart und damit auch von arbeitsplatzintensiven Industrie-, Gewerbe- und Dienstleistungsbetrieben, darunter bspw. Daimler, IBM, HP und Bosch. Innerhalb des Gebiets liegt in Weissach das Forschungs- und Entwicklungszentrum der Firma Porsche. Durch die Autobahn A8, die durch den nördlichen Teil des Gebiets verläuft, und die A81 am östlichen Rand des Gebiets sind die Unternehmen gut an den Straßenverkehr angebunden.

Die Wertschöpfungsleistungen der Landkreise weisen unterschiedliche Anteile der Sektoren an der Bruttowertschöpfung aus, so ist der Anteil des produzierenden Gewerbes im Jahr 2012 im Landkreis Böblingen mit 53% am höchsten, und auch im Enzkreis (47%) und im Landkreis Ludwigsburg (41%) höher als im Landkreis Calw (34%), bzw. dem Landesdurchschnitt (39%). Der Dienstleistungssektor trägt v.a. im Landkreis Calw mit 65% zur Wertschöpfung bei und liegt damit nah am Landesdurchschnitt (61%). In den anderen Kreisen ist er anteilig nicht so stark vertreten. Der Wertschöpfungsanteil von Landwirtschaft, Forstwirtschaft und Fischerei entspricht mit 0-1% dem Landesdurchschnitt.

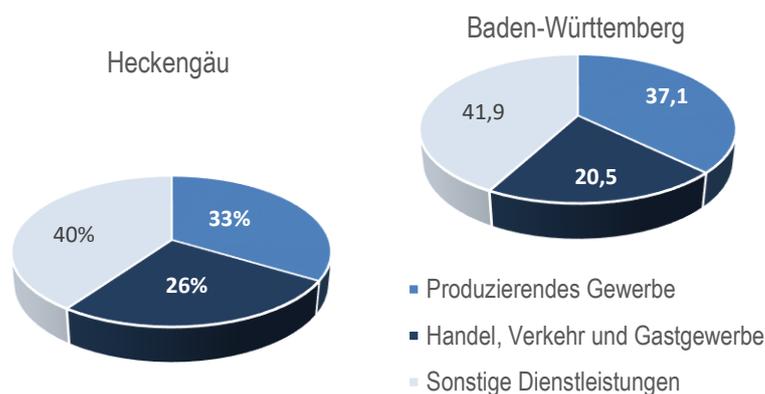


Abbildung 7: Beschäftigte nach Wirtschaftsbereichen, Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 06/2014

Auch anhand der Beschäftigungszahlen werden die Schwerpunkte im zweiten und dritten Sektor deutlich. Von den 35.808 Beschäftigten am Wohnort waren 33% im produzierenden Gewerbe, 26% in Handel, Verkehr und Gastgewerbe sowie 40% im Bereich sonstiger Dienstleistungen beschäftigt (Stand 2013). In Vergleich zum Landesdurchschnitt, deutet der etwa 3% geringere Anteil im produzierenden Gewerbe und 6% höhere Anteil in Handel, Verkehr und Gastgewerbe auf das stärkere Wachstum im Dienstleistungssektor hin, der im Vergleich der Jahre 2007, 2009, 2011 und 2013 bestätigt wird (siehe Tabelle 1). Der Rückgang bzw. das geringere Wachstum im produzierenden Gewerbe ist auf die weltweite Konkurrenz in den Wertschöpfungsstufen zurückzuführen, was auch im Heckengäu dazu geführt hat, dass im Vergleich zu den anderen Sektoren nur wenig neue Arbeitsplätze entstanden sind. Im Hinblick auf die weltweite Finanzkrise (2007-2011) ist der Zuwachs aber dennoch als ein positiver Trend zu werten. Besonders deutlich ist der Zuwachs von mehr als 3.000 Arbeitsplätzen im Dienstleistungssektor.

| Sozialversicherungsbeschäftigte in ausgewählten Wirtschaftsbereichen | | | | | | | |
|--|-------------------------|------------------------|------|---------------------------------|------|---------------------------|------|
| Jahr | Beschäftigte am Wohnort | Produzierendes Gewerbe | | Handel, Verkehr und Gastgewerbe | | Sonstige Dienstleistungen | |
| | | Anzahl | in % | Anzahl | in % | Anzahl | in % |
| 2007 | 30842 | 11665 | 38% | 7732 | 25% | 11046 | 36% |
| 2009 | 31219 | 11720 | 38% | 7855 | 25% | 11401 | 37% |
| 2011 | 32893 | 11496 | 35% | 8781 | 27% | 12382 | 38% |
| 2013 | 35808 | 11951 | 33% | 9324 | 26% | 14308 | 40% |

Tabelle 10: Sozialversicherungsbeschäftigte in ausgewählten Wirtschaftsbereichen, Quelle: Daten des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg, 06/2014

Insgesamt waren im Jahr 2013 im Heckengäu 85.775 Menschen beschäftigt, davon 49.147 am Wohnort (57%) und 36.628 am Arbeitsort (43%). Dabei ist der Frauenanteil bei den Beschäftigten am Arbeitsort 3% geringer (41%) als der Beschäftigten am Wohnort (44%), was ein Hinweis auf fehlende Strukturen für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf sein kann. Durch die teilweise langen Anfahrtswege im ländlichen Raum können Teilzeitarbeit und attraktive Kinderbetreuungszeiten wichtige Handlungsansätze sein. Dafür spricht auch, dass mehr Menschen aus der Region auspendeln als einpendeln. Aus der Differenz von Berufseinpendlern (26.494) und Berufsauspendlern (40.173) ergibt sich ein deutlich negatives Pendlersaldo von 13.679 mehr Auspendlern, bis auf die Gemeinden Weissach, Nagold und Mönshheim sind alle Gemeinden durch ein negatives Pendlersaldo geprägt. Die Beschäftigungsschwerpunkte innerhalb der Region liegen in Nagold (10.241 Beschäftigte) und in Weissach (5.721 Beschäftigte). (siehe Tabelle 11)

Die durchschnittliche Arbeitslosenquote von 2,4% (Anteil der Arbeitslosen an den 20-60-Jährigen 2012) ist im deutschlandweiten Vergleich gegenüber 6,8% sehr niedrig, auch im Vergleich mit dem Durchschnitt Baden-Württembergs (3,9%) noch niedriger.

Insgesamt kann die wirtschaftliche Entwicklung positiv bewertet werden, es ergeben sich aber aufgrund der heterogenen Struktur und Entwicklungen unterschiedliche Handlungsbedarfe in den Gemeinden. Dabei wird es für die Unternehmen durch den prognostizierten Rückgang der erwerbstätigen Bevölkerung im Zuge des demografischen Wandels zunehmend schwierig, ausreichend Arbeitskräfte zu akquirieren, besonders im Bereich der Fachkräfte. In der Förderung des Zuzugs von Arbeitskräften, gelten die altersgerechte Arbeitsplatzgestaltung (Teilzeit, Home-Office, Sabbat- und Elternzeiten) sowie die attraktive Grundversorgung und regionale Lebensqualität (Nahversorgung, Kinder- und Seniorenbetreuung, Schulen, Mobilität, Landschaftsbild, Freizeit und Kultur) als entscheidende Kriterien. Viele Unternehmen im Heckengäu haben dies erkannt, und sehen eigene Entwicklungspotentiale durch die Beteiligung am regionalen Entwicklungsprozess.

| Kennzahlen der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Heckengäu | | | | | | | | | | |
|--|---------------|----------------|------------|----------------|-----------------|------------------|--------|------------------------|---------------------------------|---------------------------|
| Gemeinde | am Arbeitsort | davon weibl. % | am Wohnort | davon weibl. % | Berufseinpender | Berufsauspendler | Saldo | Produzierendes Gewerbe | Handel, Verkehr und Gastgewerbe | Sonstige Dienstleistungen |
| Bondorf | 1496 | 31% | 2299 | 43% | 1232 | 2035 | -803 | 15,3% | 51,9% | 30,7% |
| Deckenpfronn | 839 | 49% | 1268 | 45% | 586 | 1015 | -429 | 47,6% | 16,2% | 36,1% |
| Jettingen | 1141 | 48% | 2960 | 45% | 765 | 2600 | -1835 | 45,4% | 33,7% | 20,1% |
| Mötzingen | 639 | 43% | 1426 | 42% | 514 | 1301 | -787 | 62,0% | 14,9% | 23,2% |
| Weissach | 5721 | 20% | 2888 | 43% | 5081 | 2248 | 2833 | 5,8% | 4,6% | 89,6% |
| Althengstett | 1845 | 43% | 3130 | 43% | 1379 | 2664 | -1285 | 62,1% | 21,1% | 16,3% |
| Bad Liebenzell ges. | 1901 | 59% | 3333 | 45% | 1079 | 2511 | -1432 | 14,3% | 28,1% | 57,4% |
| Egenhausen | 345 | 48% | 738 | 43% | 270 | 663 | -393 | 22,9% | 24,6% | 51,3% |
| Gechingen | 503 | 47% | 1363 | 44% | 370 | 1230 | -860 | 54,7% | 9,9% | 35,2% |
| Haiterbach | 1841 | 30% | 2231 | 43% | 1288 | 1678 | -390 | 56,3% | 26,8% | 15,9% |
| Nagold | 10241 | 53% | 8366 | 45% | 6775 | 4900 | 1875 | 29,9% | 37,7% | 32,4% |
| Ostelsheim | 234 | 58% | 991 | 44% | 145 | 902 | -757 | 21,8% | 17,1% | 46,2% |
| Simmozheim | 235 | 43% | 1166 | 46% | 156 | 1087 | -931 | 31,1% | 26,8% | 42,1% |
| Wildberg | 1791 | 41% | 3952 | 44% | 1017 | 3178 | -2161 | 42,8% | 17,3% | 39,5% |
| Friolzheim | 1503 | 26% | 1594 | 45% | 1259 | 1350 | -91 | 30,5% | 57,5% | 11,8% |
| Mönsheim | 1086 | 32% | 1053 | 43% | 903 | 870 | 33 | 34,4% | 8,3% | 57,0% |
| Neuhausen | 1037 | 38% | 2026 | 46% | 691 | 1680 | -989 | 71,4% | 10,0% | 18,3% |
| Tiefenbronn | 595 | 48% | 1987 | 46% | 352 | 1744 | -1392 | 53,1% | 22,0% | 24,5% |
| Wiernsheim | 967 | 41% | 2588 | 43% | 653 | 2274 | -1621 | 46,8% | 25,9% | 26,6% |
| Wimsheim | 721 | 48% | 1161 | 47% | 597 | 1037 | -440 | 51,2% | 30,8% | 17,8% |
| Eberdingen | 1127 | 46% | 2627 | 44% | 743 | 2243 | -1500 | 54,2% | 16,6% | 22,7% |
| Region Heckengäu | 36628 | 41% | 49147 | 44% | 26494 | 40173 | -13679 | 33,4% | 26,0% | 40,0% |

Tabelle 11: Kennzahlen der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Heckengäu, Quelle: Statisches Landesamt 08/2014, eigene Berechnungen

Der hohe Anteil der Berufspendler zeigt die Problematik nicht ausreichend vorhandener Arbeitsplätze und Unternehmen im Aktionsgebiet, bietet aber durch die sicheren Arbeitsplätze im angrenzenden Umfeld eine gute Kaufkraft der Bewohnerinnen und Bewohner. Darin liegt ein großes Potenzial für die Wertschöpfung in der Gebietskulisse.

II.1.5 Tourismus und Kultur

Die Bereiche Tourismus und Kultur sind im Heckengäu durch die PLENUM-Förderung, dabei insbesondere durch die Initiative Heckengäu.Natur.Nah stark gefördert worden. Damit wurde die Grundlage zu einer eigenen kleinräumigen Tourismus-Destination geschaffen, die das Gebiet des angrenzenden Naturparks Schönbuch mit einschließt. Zwischen dem Nordschwarzwald und der Schwäbischen Alb gelegen stellt sich dabei für das Heckengäu die Herausforderung, als neue Tourismusregion wahrgenommen zu werden. Mit der unmittelbar angrenzenden Destination (Nord-)Schwarzwald bzw. mit der Schwarzwald-Tourismus GmbH bestehen schon seit den PLENUM-Förderphasen enge Kooperationen. So wird das Heckengäu als eine Tourismus-Region auf dem Schwarzwald-Destinationsportal beworben.

Touristische Infrastruktur

Die Kennzahlen der touristischen Infrastruktur zeigen, dass die Region bisher keine klassische Tourismusregion war, denn nur sechs Gemeinden der Gebietskulisse weisen mehr als zwei Beherbergungsbetriebe auf und werden mit weiteren Kennzahlen erfasst. Insgesamt wurden im Jahr 2013 für das Heckengäu 62 Beherbergungsbetriebe mit 3.260 Schlafgelegenheiten ausgewiesen. Dabei sind auch Daten der gesamten Gemeinde Bad Liebenzell enthalten (20 Betriebe), die nur teilweise im Aktionsgebiet liegt. Aus insgesamt 270.477 Übernachtungen bei 92.865 Ankünften ergibt sich eine durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 2,9 Tagen, sie liegt damit etwas höher als in Baden-Württemberg (2,6 Tage) und dem nah gelegenen Schwarzwald (2,8 Tage im Jahr 2012, Geschäftsbericht 2013 der Schwarzwald Tourismus GmbH).

Der Schwerpunkt der Beherbergungsbetriebe liegt im Landkreis Calw, teilweise zugehörig zum Gebiet der Tourismusregion (Nord-)Schwarzwald. Hier sind 47 der insgesamt 62 Betriebe registriert, davon in Bad Liebenzell 20 Betriebe (1.456 Schlafgelegenheiten), in Nagold 12 Betriebe (482 Schlafgelegenheiten) und in Wildberg 8 Betriebe (771 Schlafgelegenheiten).

Die drei Gemeinden umfassen 2.709 von insgesamt 3.260 Schlafgelegenheiten, bzw. 83% der statistisch angegebenen Beherbergungskapazitäten des Aktionsgebiets. Weitere Schlafgelegenheiten werden nur für die Gemeinden Althengstett, Neuhausen und Tiefenbronn angezeigt.

| Touristische Kennzahlen im Heckengäu | | |
|--------------------------------------|----------------|----------------|
| | 2003 | 2013 |
| Betriebe | 64 | 62 |
| Schlafgelegenheiten | 2.379 | 3.260 |
| Ankünfte | 71.960 | 92.865 |
| davon Ausländer | 6.623 | 11.144 |
| Übernachtungen | 280.884 | 270.477 |
| davon % Ausländer | 7,7% | 16,1% |
| Aufenthaltsdauer | 3,9 | 2,9 |

Tabelle 12: Touristische Kennzahlen des Aktionsgebiets Heckengäu, inkl. gesamtes Gebiet Bad Liebenzell, Quelle: Statistisches Landesamt, Erfassung ab 9 bzw. 10 Betten, Veröffentlichung nur bei mehr als zwei Betrieben pro Gemeinde

Im Vergleich zu den Kennzahlen von 2003 wird deutlich, dass es im Jahr 2013 trotz der zusätzlichen 1.100 Schlafgelegenheiten und weiteren 20.000 Ankünften dennoch 10.000 Übernachtungen weniger gegeben hat. Dies ist auf den bundesweiten Trend zu durchschnittlich kürzeren Aufenthalten im Inland zurückzuführen, der die Beherbergungsbetriebe durch die dadurch geringere Auslastung vor große Herausforderungen stellt. Auch die wachsenden Ansprüche an die Qualität der Unterkunft, an Service- und an Freizeitangebote führen zu einem strukturellen Wandel in der Beherbergung. Der Anteil der Übernachtungen von Ausländern hat sich von 7,7% auf 16,1% mehr als verdoppelt und liegt weit hinter dem Schwarzwald zurück (23,6% der Übernachtungen, Bilanz 2013, Schwarzwald Tourismus GmbH), aber noch vor dem Durchschnitt in Baden-Württemberg (9,5%, Beherbergungstatistik 2013, Statistisches Bundesamt).

Touristische Schwerpunkte

Durch die Nähe zu den Ballungsgebieten ist ein großes Potential in der Naherholung gegeben. Dabei hat die klare Positionierung zu naturnahem Tourismus, hochwertigem regionalem Genuss und Kulturerlebnis durch die Initiative Heckengäu.Natur.Nah für das Heckengäu einen Markenstatus geschaffen, der auch in der Angebotsgestaltung schon deutlich zum Ausdruck kommt. Eine intensive Öffentlichkeitsarbeit, regelmäßige Werbemaßnahmen, das Corporate Design, sowie die Medien Heckengäumagazin, Heckengäukalender, die Heckengäu-App und die Homepage tragen zur Markenbildung bei. Durch die Auszeichnung von Heckengäu.Natur.Nah als offizielles Projekt der UN Dekade Biologische Vielfalt und regelmäßige Auftritte auf der Tourismusmesse CMT in Stuttgart konnte eine große Aufmerksamkeit erreicht werden.

Die touristischen Hauptthemen sind der Wander- und Radtourismus. Dafür wurde ein vielfältiges Angebot an Rad- und Wanderwegen geschaffen. Bedeutendster Fernwanderweg ist der Gäu.Rand.Weg (120 km), der gemeinsam mit dem Schwarzwaldverein eingerichtet wurde. Daneben bieten die Erlebniswege zu den Themen Streuobst, Wald, Bach, Schäferei, Bienen und Natur, sowie Themenrouten wie der Waldenser- und Hugenottenpfad dauerhafte Angebote, die verschiedene Zielgruppen ansprechen. Im Bereich Radsport wurden die Radwege Würm.Rad.Weg, Nah.Tour.Radweg, Kult.Tour.Radweg umgesetzt und mit einem Netz aus E-Bike Ausleih- und Ladestationen ausgestattet. Umfangreiches Karten- und Informationsmaterial, auch durch digitale Medien, wird kostenlos zur Verfügung gestellt. Weitere naturnahe Angebote sind die Wanderreitstationen in Kooperation mit dem Verein Heckengäule und die durch die UNESCO ausgezeichneten Landschaftsführungen, auch mit Begleitservice.

Für die Bewerbung von Naherholungsgästen in den Ballungsgebieten ist es wichtig, immer wieder neue Anreize für Besuche im Heckengäu zu schaffen. Mit regelmäßigen Events, wie dem Heckengäutag, dem Schäferlauf in Wildberg, aber auch den Schlemmer.Mahlen der Heckengäu.Köche konnte bereits eine hohe Aufmerksamkeit erreicht werden. Ein besonderes Highlight ist die aktuell laufende Land-Art-Ausstellung SCULPTOURA.

Weitere Potentiale könnten durch eine zielgruppenspezifische Ansprache und Angebotsgestaltung für die Bewohner in den nah gelegenen Ballungsräumen und durch gute Verbindungen im öffentlichen Nahverkehr nutzbar werden. Engpässe ergeben sich bei den Beherbergungskapazitäten in verschiedenen Kategorien, so sind beispielsweise nur wenige Camping- und Gruppenunterkünfte vorhanden. Passend zum naturnahen Kultur-Image wurde die Förderung von alternativen Übernachtungsmöglichkeiten wie Schlafen im Schäferwagen oder in Jurten angedacht. In der touristischen Vermarktung sind die Potentiale von gemeinsamen Pauschalangeboten (Wellness-, Sportler-, Familienwochenenden etc.) weitgehend noch ungenutzt, erste Angebote für Wandern ohne Gepäck auf dem Gäu.Rand.Weg sind vorhanden.

Kulturangebote

Das Kulturangebot im Heckengäu ist groß und vielfältig. Das liegt zum einen an der bewegten Geschichte, zum anderen an interessierten und engagierten Menschen. Viele traditionsreiche Feste, Kunst- und Kulturveranstaltungen, bunte Märkte und vielfältige Museen bieten ein umfangreiches und höchst abwechslungsreiches Angebot an Kunst und Kultur. Der Schäferlauf in Wildberg ist eine landesweit herausragende Traditionsveranstaltung und auch das Keltenfest in Nagold zieht Besucher aus nah und fern an. Das Kepler-Museum in Weil der Stadt oder das Keltenmuseum in Eberdingen-Hochdorf sind neben vielen lebenswerten Heimatmuseen Beispiele für die Bandbreite der Museen. Dazu bieten kulturhistorisch bedeutsame Bauwerke ganz besondere Kulissen für Veranstaltungen, sei es das Burgtheater auf der Burgruine Nagold oder der Calwer Klostersommer mit zahlreichen Konzerten und Aufführungen im Kloster Hirsau. Aber auch Kultur für die jüngere Generation kommt nicht zu kurz – beim Groß-Event „Calw rockt“ strömt junges und jung gebliebenes Publikum zum Open-Air auf den mittelalterlichen Calwer Marktplatz.

Historische Stätten und Funde belegen die bewegte Geschichte des Heckengäus, das schon seit der Mittelsteinzeit besiedelt war. So hat die Besiedlung der Kelten, Römer und Alemannen (Herkunft vieler Ortsnamen mit „-ingen“ am Ende, die sogenannten schwäbischen Urdörfer) Spuren hinterlassen. Ein zentrales historisches Ereignis war beispielsweise auch die Böblinger Bauernkriegsschlacht im Jahr 1525.

Ein Kulturhighlight der besonderen Art ist die SCULPTOURA, Kunst in der Natur im Landkreis Böblingen. Auf einer Länge von fast 30 Kilometer entlang eines Radwegs sind rund 80 Plastiken aus der Region und darüber hinaus ausgestellt. Die Aktion läuft bis Sommer 2016, teilweise werden Skulpturen jedoch auch darüber hinaus in der Natur verbleiben. Zahlreiche Events am Rande dieser Freiluft-Ausstellung, wie Bildhauer-Symposien, Lesungen, Wander- und Radtouren oder auch Vorträge und Tanzveranstaltungen schaffen zusätzliche Anreize und stärken das Kulturprofil der Region.

II.1.6 Landwirtschaft

Im LEADER-Aktionsgebiet Heckengäu sorgen 451 landwirtschaftliche Betriebe für eine weitgehend flächendeckende Nutzung der insgesamt 19.548ha umfassenden Landwirtschaftsfläche (Stand 2010, statistisches Landesamt). Die Einzelbetriebe werden zu 67% im Nebenerwerb und 33% im Haupterwerb betrieben, das sind deutlich mehr Nebenerwerbsbetriebe als in Baden-Württemberg (38% Nebenerwerb und 62% Haupterwerb).

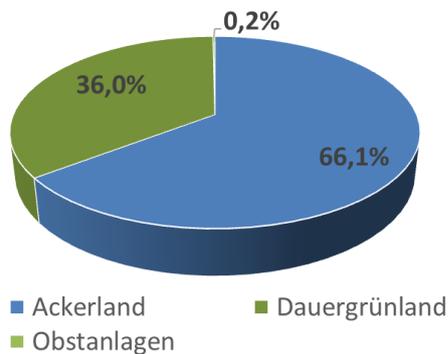


Abbildung 8: Landwirtschaftliche genutzte Fläche nach Hauptnutzungsarten, Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Daten des Landesamts für Statistik Baden-Württemberg, 06/2014

In der Nutzung der Fläche ergibt sich mit durchschnittlich 67% Ackerland und 32% Grünland ein ackerbaulicher Schwerpunkt. Doch aufgrund der natürlichen Voraussetzungen gestaltet sich dies in den Teilregionen sehr unterschiedlich. Der Anteil von Ackerland ist besonders im Norden und Osten sehr hoch, hier spielen auch Obst- und Gemüsebau noch eine größere Rolle.

Mötzingen (97%), Bondorf (86%) und Ostelsheim (86%) haben die höchsten, überdurchschnittlichen Anteile an Ackerland. Im südwestlichen Heckengäu, im Übergang zum Nordschwarzwald, sind die Anteile aufgrund teilweise karger Böden und größerer Höhenunterschiede viel geringer. Den geringsten Ackerflächenanteil haben Althengstett (38%) und Bad Liebenzell (42%). In diesem Gebiet überwiegen Grünlandbetriebe mit Rinderhaltung und auch die Schafhaltung ist hier noch ausgeprägt. In den drei Gemeinden Wildberg (6 Betriebe mit 2.865 Tieren), Nagold (9 Betriebe mit 1.870 Tieren) und Haiterbach (6 Betriebe mit 1.493 Tieren) liegen 88% der Schafbestände der Region.

Auch im Heckengäu sind die landwirtschaftlichen Betriebe einem kontinuierlichen Strukturwandel unterworfen. So sind im Zeitraum von 1990 bis 2010 insgesamt 165 Betriebe aufgegeben worden, was einem Rückgang von 32% entspricht. Die durchschnittlichen Betriebsgrößen sind von 31,4ha auf 44,3ha gestiegen und liegen damit höher als der Landesdurchschnitt von 23,5ha (1990) und 31,7ha (2010). Dabei sind deutliche Unterschiede in den Gemeinden festzustellen, die Spanne reicht von einer durchschnittlichen Betriebsgröße von 87,1ha in Mönshausen bis 21,5ha in Mötzingen bzw. 14,5ha in Bad Liebenzell. Obwohl man sich von steigenden Betriebsgrößen auch mehr Haupterwerbsbetriebe verspricht, ist im Heckengäu entgegen des landesweiten Trends (+4%) der Anteil der Haupterwerbsbetriebe um 0,5% gesunken, was ein Hinweis auf einen beispielsweise erhöhten Anteil der Hobby-Tierhaltung bei Schafen und Pferden sein kann.

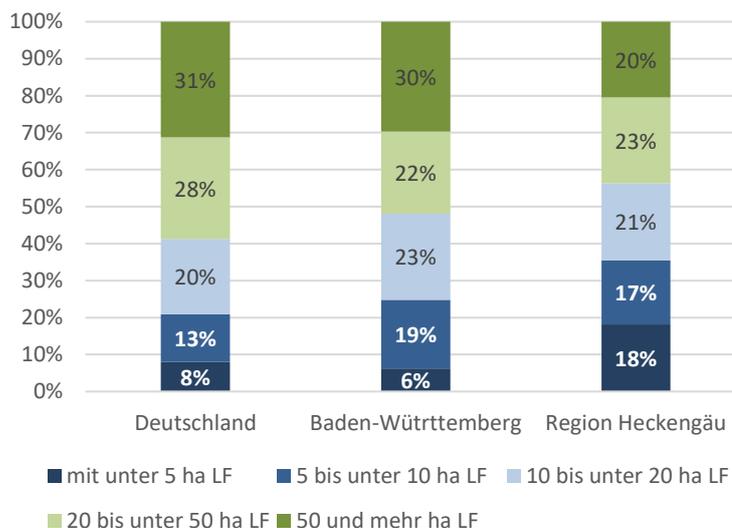


Abbildung 9: Landwirtschaftliche Betriebsgrößen, Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Daten des Landesamts für Statistik Baden-Württemberg, 06/2014

In der Tierhaltung sind die Anzahl von Betrieben und Tieren von 1990 bis 2010 in fast allen Betriebsarten um rd. die Hälfte gesunken (siehe folgende Tabelle). Dabei bilden die Schaf- und Pferdehaltung die Ausnahme. Zwar sind von 1990 bis 2010 von 61 Betrieben 9 Schafhaltungsbetriebe aufgegeben worden, die Anzahl der Tiere hat sich aber nur geringfügig verringert, was sicherlich auch auf die Förderungen durch PLENUM zurückzuführen ist.

| Tierart | Rinder | | Milchkühe | | Schweine | |
|---------|----------|-------|------------------|-------|----------|-------|
| | Betriebe | Tiere | Betriebe | Tiere | Betriebe | Tiere |
| 1999 | 256 | 10145 | 167 | 3072 | 177 | 17491 |
| 2010 | 146 | 8342 | 69 | 1870 | 82 | 9807 |
| Tierart | Schafe | | Einhufer/ Pferde | | Hühner | |
| | Betriebe | Tiere | Betriebe | Tiere | Betriebe | Tiere |
| 1999 | 61 | 7312 | 121 | 880 | 229 | 25444 |
| 2010 | 52 | 7044 | 114 | 1329 | 114 | 13200 |

Tabelle 13: Viehhaltung im Heckengäu 2010, Quelle: Landesamts für Statistik Baden-Württemberg, 06/2014

Ein wichtiges Ziel der PLENUM Förderung war es, landwirtschaftliche Strukturen zu fördern, die auch dem Naturschutz und der Landschaftspflege zu Gute kommen. Dafür wurden Maßnahmen zur extensiven Bewirtschaftung, bspw. Beweidungskonzeptionen, Stallbau und mobile Weidezäune, die Pflege von Magerrasen, Streuobstwiesen und Hecken sowie insbesondere die Vermarktung von regional erzeugten Produkten mit Naturschutzleistungen gefördert. Dafür wurde die regionale Marke „HEIMAT - Nichts schmeckt näher“ konzipiert und auf dem Markt etabliert. Die Produktpalette umfasst Streuobstsäfte, Destillate, Schaumweine, Chutneys und Wein, Lein-, Mohn- und Traubenkernöl, Honige, Mehle und Backmischungen, die Heckengäulinsen und Apfelchips. Die Marke steht für qualitativ hochwertige, besondere Produkte und trägt durch Information über Naturschutz und Landschaftspflege zur Bewusstseinsbildung bei.

Zur Stärkung der landwirtschaftlichen Betriebe werden ungenutzte Wertschöpfungspotentiale in der Produktentwicklung und bei touristischen Angeboten, in der Direktvermarktung und horizontalen Erzeugerkooperationen, sowie im Absatz an LEH, Supermärkte, Mühlen, Metzgereien, Bäckereien, Kantinen und Gastronomie, z.B. an die Heckengäu.Köche, gesehen.

II.1.7 Natur- und Landschaftsschutz

Der Natur- und Landschaftsschutz ist für das Heckengäu ein wichtiges, identitätsstiftendes Handlungsfeld, denn die ausgesprochen schöne Landschaft und die zahlreichen Streuobstwiesen, Weißdorn- und Schlehenhecken werden von der Bevölkerung sehr geschätzt. Dazu hat auch besonders die PLENUM-Förderung der zwei Förderphasen (2002-2009 und 2009-2014) mit vielen umweltpädagogischen und öffentlichkeitswirksamen Maßnahmen beigetragen. In den insgesamt zwölf Jahren konnte ein breites Akteursnetzwerk zu Naturschutz und Landschaftspflege, aber auch zu regionaler Vermarktung, umweltschonenden Wirtschaftsweisen, regenerativen Energien, Umweltbildung und naturnahem Tourismus aufgebaut werden.

Wertvolle Naturräume

Ökologisch wertvolle, artenreiche Lebensräume finden sich im Heckengäu neben den unzähligen Feldhecken auf Lesesteinriegeln, in Wacholderheiden, Halbtrockenrasen und Streuobstwiesen, in kleineren Flächen naturnaher Wälder, an Talhängen, in Feuchtbiotopen (feuchte und nasse Wiesen in den Talauen, naturnahe Bachabschnitte, feuchte Hochstaudenflure und Röhrichte) und besonders in den für die Muschelkalklandschaft typischen Trockenbiotopen (wasserlose Hochflächen, Mulden, Dolinen und Trockentäler). Naturräumliche Besonderheiten sind beispielsweise die reizvollen Kleinlandschaften des Feuchtbiotops Tiefenbronner Seewiesen mit aufgelassenem Steinbruch, der Betzenbuckel (NSG), der größtenteils bewaldete Abschnitt der Feuchtwiesen-Talau im Würmtal, der Hartmannsberg in Weissach (NSG), der Kalkofen in Mönshausen (NSG) sowie die Reste der typischen Hecken- und Gäulandschaft mit z.T. ausgedehnten Schafweiden in der Umgebung von Gechingen, Althengstett und Wildberg (Quelle: LUBW Internetseite).

Schutzgebiete

Der hohe ökologische Wert der Landschaft im Heckengäu spiegelt sich in zahlreichen Naturschutz- und Landschaftsschutzgebieten, Naturparks, Naturdenkmälern sowie besonders geschützten Biotopen und Waldbiotopen wider. Die Erhaltungsziele der zahlreichen Schutzgebiete und Biotope leisten einen großen Beitrag zur Sicherung und Entwicklung des NATURA-2000-Netzes, das im Aktionsgebiet besonders durch das Life+ Projekt „Life – Rund ums Heckengäu“ unterstützt wird. Daneben sorgen viele weitere Projekte von Natur- und Umweltschutzverbänden, Vereinen und Initiativen für den Schutz von bedrohten

Arten und ökologisch wertvollen Lebensräumen (z.B. die Ackerwildkraut-Reservate im Heckengäu des Vereins VENA e.V. und die AG Wildtierkorridor Heckengäu).

Sicherung der Landschaftspflege

Um die wertvollen Biotope und das abwechslungsreiche Landschaftsbild zu erhalten, ist eine nachhaltige Landschaftspflege notwendig. Die extensiven Wirtschaftsweisen, die zur Entstehung vieler ökologisch wertvoller Lebensräume beigetragen haben, sind heute aufgrund geringer Erzeugerpreise und Erträge sowie oft hohem Handarbeitsanteil i.d.R. nicht rentabel. Daher ist man vermehrt auf Kooperationen und Initiativen mit landwirtschaftlichen Betrieben, Schäfereien, Hobby-Tierhaltern, Obst- und Gartenbauvereinen, Natur- und Umweltschutzvereinen sowie Akteuren aus dem Bereich der Umweltbildung angewiesen. Viele der regionalen Vereine und Initiativen, aber auch Landwirte und Hobbyschaffhalter, stehen zunehmend einer Nachwuchsproblematik gegenüber, die sich zukünftig noch verstärken kann. Ein großer Erfolg konnte mit der Streuobst-Apfelsaftinitiative des Landkreises Böblingen und „Schneewittchen“ (Streuobst-Initiative der Landkreise Calw, Enzkreis, Freudenstadt) erreicht werden, die beide das PLENUM Ziel „Schützen durch Nützen“ bei Streuobst vorbildlich umsetzen. Die Produkte der Böblinger Apfelsaftinitiative sind Teil der Markenfamilie „HEIMAT – Nichts schmeckt näher“ geworden. Weitere unterstützende Maßnahmen sind die Förderung der Weidehaltung auf Minderertragsstandorten, die aktive Pflege und Bewusstseinsbildung durch z.B. Ausbildungen zum Obstbaumfachwart und zum Streuobstpädagogen, sowie die Nutzung des Landschaftspflegematerials zur Erzeugung regenerativer Energie.

Vernetzung und Austausch

Durch PLENUM sind viele Akteure in der Region an einer naturschutzorientierten Regionalentwicklung beteiligt worden. Dabei hat die Arbeit vorwiegend lokal in den Projekten stattgefunden. Zukünftig wird auch ein inhaltlicher Austausch auf regionaler Ebene gewünscht. Synergiepotentiale liegen in der stärkeren Vernetzung von Angeboten, dabei v.a. auch im Tourismus, in der regionalen Vermarktung, in der schulischen und außerschulischen Bildung, in der Gastronomie und auch in der naturschutzfachlichen Planung.

Bestehende kreisweite bzw. kreisübergreifende Initiativen zum Natur- und Landschaftsschutz sind:

- Heckengäu.Natur.Nah - Initiative der Landkreise Böblingen, Calw, Enzkreis und Ludwigsburg zur natur- und landschaftsgebundenen Erholung (www.heckengaeu-natur-nah.de)
- HEIMAT - Nichts schmeckt näher – Regionalmarke im Gebiet der Landkreise Heckengäu mit konkreten Naturschutzleistungen, www.heimat-nichts-schmeckt-naeher.de
- Landkreis Böblingen – Apfelsaftinitiative (integriert in Regionalmarke HEIMAT)
- Streuobst-Initiative Calw-Enzkreis-Freudenstadt e.V.
- Heckengäu-Naturführer (www.heckengaeu-naturfuehrer.de)
- Lernort Bauernhof im Heckengäu (www.bauernhof-im-heckengaeu.de)
- Streuobstparadies e.V. mit „Schwäbisches Hanami“ (www.streuobstparadies.de)
- „LIFE rund ums Heckengäu“, u.a. Projekte zu Renaturierungen, Artenschutzprojekte, Initiative Obstbaumpfleger sowie mobiler Schäferwagen als Infopunkt (www.life-heckengaeu.de)
- Streuobstpädagogen e.V. (www.streuobst-paedagogen.de)

II.1.8 SWOT-Analysen nach Handlungsfeldern

Die Sicherung der Beschäftigung, der Klimawandel, die Bildung, die Verringerung der Armut und der sozialen Ausgrenzung und die Globalisierung etc. sind die Herausforderungen, die auf die Regionen zukommen. Daher wurde in den Arbeitskreisen und mit der Strategieguppe eine ausführliche Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse (SWOT) für die drei Handlungsfelder vorgenommen. Des Weiteren wurden die Ergebnisse der sozioökonomischen Analyse berücksichtigt. Die abgeleiteten Handlungsbedarfe dienen als Basis für die Erarbeitung der Entwicklungsstrategie mit den Leitbildern und Zielen.

| HF 1: Leben und Arbeiten auf dem Land im Einklang von Familie und Beruf | |
|---|--|
| STÄRKEN | SCHWÄCHEN |
| <p>Dörflicher Zusammenhalt</p> <ul style="list-style-type: none"> • gute interkulturelle Verbundenheit (Feste Vereine..) • gute Zusammenarbeit von Kirchen, Kommunen und Vereinen <p>Kinder und Jugend</p> <ul style="list-style-type: none"> • attraktive Sommerferienprogramme und weitere Programme für Kinder und Jugendliche bis 14 Jahre • in manchen Kommunen gute Jugendtreffs/ -gemeinderäte, engagierte Akteure <p>Leben im Alter</p> <ul style="list-style-type: none"> • teilweise dezentrale Altenpflegekonzepte vorhanden • gute Seniorenarbeit und -veranstaltungen <p>Wirtschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> • große Identifikation mit Unternehmen (qualifizierte Arbeits- und Ausbildungsplätze) <p>Regionale Produkte</p> <ul style="list-style-type: none"> • dichtes Netz an hochwertigen regionalen Produkten (Direktvermarktung) <p>Kommunale Infrastruktur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Landkreise engagieren sich für Attraktivität der Kommunen • gute interkommunale Zusammenarbeit der Landkreise und Kommunen | <p>Dörflicher Zusammenhalt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begegnungsmöglichkeiten fehlen • Nachwuchsproblematik (Lücke bei 16-24-jährigen) • Konkurrenz der Vereine um Mitglieder • fehlende Willkommenskultur bei Migration und Integration <p>Kinder und Jugend</p> <ul style="list-style-type: none"> • kaum Angebote für Jugendliche ab 16 Jahren (diese sind eher in den Städten) • Freizeitangebote fehlen (ist auch für Fachkräfte wichtig, Attraktivität der Region) • Kinderbetreuungsangebote fehlen <p>Leben im Alter</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wohnen im Alter in der eigenen Wohnung nicht möglich, zu wenige alternative Wohnformen für ältere Menschen <p>Kommunale Infrastruktur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Siedlungsflächen werden nicht genutzt • leer stehende Gebäude <p>Grundversorgung und Mobilität</p> <ul style="list-style-type: none"> • schlechte Nah- und Grundversorgung • örtliche, regionale Mobilität nicht ausreichend, • Verkehrsinfrastruktur an vielen Stellen schlecht • ärztliche und pflegerische Versorgung nicht gesichert |
| CHANCEN | RISIKEN |
| <ul style="list-style-type: none"> • Firmen sehen Problematik Familie und Beruf sowie Migration und Integration ähnlich - Kooperationen möglich • Kooperationen mit wissenschaftlichen Einrichtungen und Ausbildungsstätten der Metropole • Zuwanderung von ausländischen Fachkräften • Attraktivität der Region für Zuwanderer kann Fachkräftemangel abmildern • Bindung der Jugendlichen durch moderne Beteiligungsformen | <ul style="list-style-type: none"> • Rückzug der Bildungseinrichtungen • Verstärkte Abwanderung der Jugend und junger Familien • Beteiligungsmüdigkeit • Rückgang ärztlicher Versorgung • Fehlende Pflege-, Betreuungs- und Mobilitätsangebote • Schwierigkeiten bei der Unternehmensnachfolge |
| Handlungsbedarfe | |
| <p>Die Handlungsbedarfe in der Region Heckengäu liegen in der Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen. Dazu gehören zum einen die Etablierung von familienfreundlichen Strukturen und zum anderen die Förderung von Existenzgründungen (v.a. von Frauen). Des Weiteren geht es um die Verbesserung der Mobilität innerhalb der Region und die Sicherung der Grund- und Nahversorgung in allen Gemeinden. Die Umnutzung des Leerstandes und die Schaffung von Begegnungsstätten, die Förderung des Ehrenamtes, Migration und Inklusion sowie die kontinuierliche Einbindung der Jugend sind wichtige Themen, die mit LEADER angegangen werden sollen.</p> | |

| HF 2: Leitbild Natur und Kultur - naturnaher, ländlicher Naherholungs- und Erlebnistourismus | |
|--|--|
| STÄRKEN | SCHWÄCHEN |
| <p>Landschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> • besondere und vielfältige Landschaft mit Weitblick: Hecken und steinreiche Böden, Trockenrasen, Wald <p>Angebote und Events</p> <ul style="list-style-type: none"> • viele touristisch nutzbare, naturnahe Erlebnisangebote, wie Heckengäu.Köche, Wanderreiten, Naturführer, Streuobstpädagogen etc. • Kreisgrenzenübergreifende Rad- und Wanderwege <p>Kultur und Kunst</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kulturhistorische Besonderheiten: Kelten, Römer, Franken, Alemannen, Sprachgrenze • Kunstmuseum von Weltrang (Eberdingen) • Stadt-Land Nähe - Naherholung gut möglich • viele Vereine, gelebtes Brauchtum (Backhaus,) Handwerk und Nähe zu Industrie <p>Medien</p> <ul style="list-style-type: none"> • Heckengäu-Magazin • guter Ansatz: CI Heckengäu (Tourismusinitiative, Plenum) <p>Initiativen</p> <ul style="list-style-type: none"> • starke naturschutzorientierte Initiativen wie Streuobstparadies, PLENUM, Life+ <p>Marketing und Angebotsentwicklung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Landtouren, E-Bikes, Segway-Angebote etc. sind vorhanden | <p>Landschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fehlende Vernetzung bei regionalen Erzeugern • Lamm-Vermarktung als Ansatz gut, aber ggf. zu wenig Lämmer in der Region <p>Kultur und Kunst</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es fehlt ein gemeinsames und vernetztes Heckengäu-Kulturprogramm <p>Touristische Infrastruktur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Breitband/ DSL/ Mobilfunknetz zu schlecht • Ungenügender ÖPNV in der Region (keine Verbindungen entlang Heckengäu) <p>Marketing und Angebotsentwicklung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zu geringe touristische Vermarktung • Pauschalangebote mit Übernachtung fehlen • Tourismus ist nicht als Wirtschaftsfaktor anerkannt <p>Regionale Identität und Profil</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Begriff“ Heckengäu zu wenig emotional, eine Marke oder ein Symbol fehlt • Kultur und Tourismus als weicher Standortfaktor werden bei Unternehmen zu wenig erkannt |
| CHANCEN | RISIKEN |
| <ul style="list-style-type: none"> • Kelten- und Hugenottenweg (internationale Kooperation) • Mobilitätsangebote kommen vielen zu Gute • Ausbau von attraktiven, alternativen, naturnahen Übernachtungsmöglichkeiten • Heckengäu als das Naherholungsgebiet | <ul style="list-style-type: none"> • Starke Konkurrenz von Schwarzwald und Alb • touristische Akteure ziehen nicht an einem Strang - Einzelinteressen stehen im Vordergrund • Mangelnde Profilbildung |
| Handlungsbedarfe | |
| <p>In der Region Heckengäu liegen in der Vernetzung der Wanderwege mit Events und zusätzlichen Angeboten sowie dem Aufbau von dauerhaften Kultur- und Kunstangeboten für Touristen und Bewohner wichtige Handlungsbedarfe. Außerdem sollen die regionalen Besonderheiten herausgearbeitet und zur Bildung eines einheitlichen Profils genutzt werden. Dazu müssen die Akteure und Initiativen vernetzt und eine Kommunikationsplattform aufgebaut werden. Die Steigerung der Vermarktung von regionalen Produkten und gastronomischer Angebote sowie der Ausbau der Mobilitätsangebote für Touristen und Einheimische sind weitere Themen für die Umsetzung im LEADER-Programm.</p> | |

| HF 3: Landschaftspflege und Naturschutz | |
|---|---|
| STÄRKEN | SCHWÄCHEN |
| <p>Naturräumliche Ausstattung</p> <ul style="list-style-type: none"> • besondere Vielfalt von ökologisch wertvoller Landschaft: Streuobst, Hecken, Mischwald, Magerrasen etc. <p>Sicherung der Landschaftspflege</p> <ul style="list-style-type: none"> • gute Projekte zur Landschaftspflege, Heckenpflege, Weideprojekte, Ackerwildkrautreservate, Marke „HEIMAT – Nichts schmeckt näher“ etc. <p>Akteure und Projekte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Viele engagierte Akteure im Naturschutz und Landschaftsschutz • verschiedene Förderkulissen und -Initiativen vorhanden, Plenum, Streuobstparadies, Life+ etc. • gute Vernetzung von Akteuren im Rahmen von Förderprogrammen • landkreisübergreifende Vernetzung ist sehr gut <p>Bewusstseinsbildung für Natur- und Landschaftsschutz</p> <ul style="list-style-type: none"> • gute Bildungsangebote für Kindergärten und Grundschulen • gute außerschulische Angebote: Lernort Bauernhof, Streuobstpädagogen etc. | <p>Sicherung der Landschaftspflege</p> <ul style="list-style-type: none"> • landwirtschaftliche Praxis bei Pflegemaßnahmen besser einbinden <p>Akteure und Projekte</p> <ul style="list-style-type: none"> • zu wenig gemeinschaftliche Planung und Vernetzung • Bei ehrenamtlich organisierten Projekten ist die Vorfinanzierung schwierig <p>Bewusstseinsbildung für Natur- und Landschaftsschutz</p> <ul style="list-style-type: none"> • öffentliche Wahrnehmung für Naturschutz fehlt bei Bewohnern und Gästen • geringe Attraktivität, Wahrnehmung und Nutzung der Lehrpfade aufgrund nur teilweise vorhandener interaktiver Informationsvermittlung • Jugend und Kinder werden noch nicht ausreichend erreicht • Thema Umwelt- und Klimaschutz findet zu wenig Berücksichtigung (z.B. Nutzung von regenerativen Energien und Biomasse) |
| CHANCEN | RISIKEN |
| <ul style="list-style-type: none"> • Streuobstparadies stärkt Tourismus und Aufmerksamkeit • Neue Bildungsmaßnahmen fördern das Engagement • Steigerung der Aufmerksamkeit für Landschaftspflege durch den Landschaftspflegeetag • Ausbau der Biotopvernetzung | <ul style="list-style-type: none"> • Überalterung der Obst- und Gartenbauvereine • Landschaftspflege nimmt ab (beim Ehrenamt, aber auch bei Landnutzern wie Schäfer etc.) • Know-How und Aufmerksamkeit für ökologisch wertvolle Gebiete geht verloren • Intensivierung der Landwirtschaft |
| Handlungsbedarfe | |
| <p>Der weitere Ausbau der Vernetzung der Akteure und Kooperationen insbesondere mit den Schulen und Unternehmen sind Handlungsbedarfe, die über LEADER umgesetzt werden sollen. Dazu sollen attraktive Landschaftspflegeangebote entwickelt werden. Des Weiteren spielt die Etablierung der Marke „HEIMAT – Nichts schmeckt näher“ eine wichtige Rolle. Die Steigerung des Absatzes von hochwertigen regionalen Produkten und die Nutzung des Landschaftspflegematerials zur Energieerzeugung sind dabei wichtige Handlungsbedarfe.</p> | |

II.2 Beschreibung der Entwicklungsziele und der Entwicklungsstrategie

Grundlage für die Beschreibung der Entwicklungsstrategie mit den Entwicklungszielen ist die in Kapitel I.1 dargestellte Ausgangslage inklusive SWOT-Analyse und Handlungsbedarfe. An dieser Stelle werden die Auswahl der thematischen Prioritäten, die aufgestellten Entwicklungsziele und Handlungsfelder und deren Querbezug zu vorhandenen Gebietsstrategien und -planungen dargestellt. Außerdem wird auf den Beitrag der Entwicklungsstrategie mit dem multisektoralen und interkommunalen Ansatz zu einer nachhaltigen Regionalentwicklung hingewiesen. Der Aufbau der Entwicklungsstrategie ist in Abbildung 10 wiedergegeben.

II.2.1 Thematische Prioritäten, regionale Entwicklungsziele und Handlungsfelder

Die ausgewählten thematischen Prioritäten, die aufgestellten regionalen Entwicklungsziele und die festgelegten Handlungsfelder für die LEADER-Förderphase 2014-2020 sind im Folgenden dargestellt. Sie wurden mit der Strategieguppe und den Arbeitskreismitgliedern so aufgestellt, dass sie die Europa 2020-Ziele und die damit verbundenen ELER-Prioritäten sowie die ausgewählten Entwicklungsbedarfe des MEPL III und die aktuellen Herausforderungen vom demografischen Wandel über den Klimawandel bis hin zu den Themen Kultur und innovative Projekte von Frauen berücksichtigen. Somit tragen sie zu einer nachhaltigen Regionalentwicklung bei. Außerdem wurden diese auch bei den Projektauswahlkriterien eingebunden (siehe Kapitel III.2).

Thematische Prioritäten

Die Strategieguppe hat auf der Grundlage der Ausgangslage und der Handlungsbedarfe die folgenden thematischen Prioritäten festgelegt. Die wichtigsten Prioritäten sind blau und fett markiert.

Stadt-Land-Partnerschaften

Ländliche Lebensqualität

Mobilität

Demografischer Wandel

Familienfreundlichkeit

Klimawandel

Ressourcenschutz

Naturschutz

Landschaftspflege

Innovative Projekte von Frauen

Existenzgründungen

Fachkräftesicherung

Tourismus, Naherholung und Kultur

Barrierefreiheit

Regionale Vermarktung

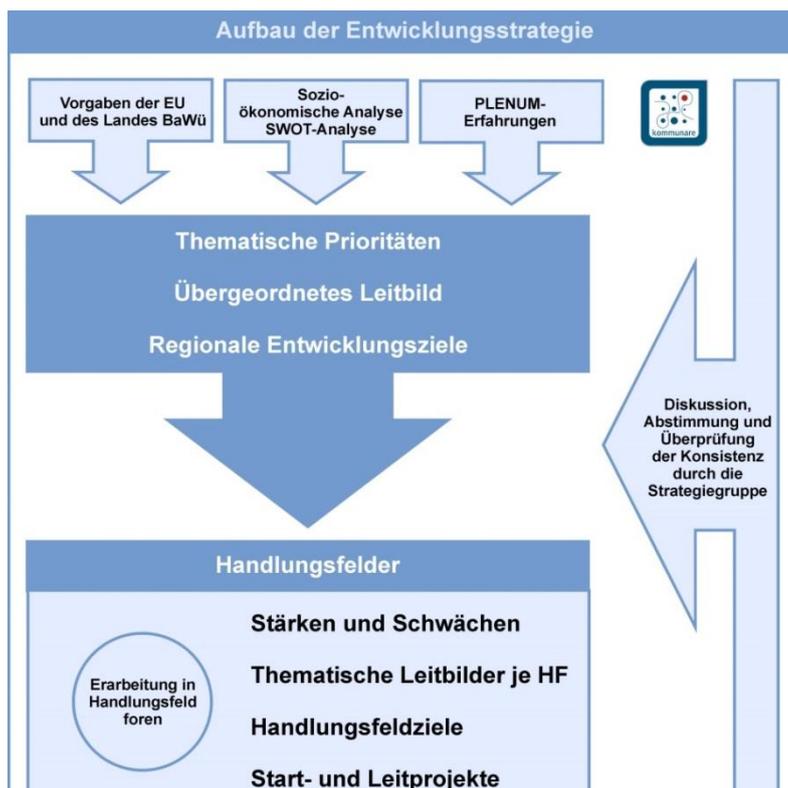


Abbildung 10: Aufbau der Entwicklungsstrategie

Übergeordnetes Leitbild

Aufbauend auf den oben genannten Prioritäten und den in den Arbeitskreisen erarbeiteten und mit der Strategieguppe abgestimmten thematischen Leitbildern der Handlungsfelder wurde ein übergeordnetes Leitbild erstellt. Dieses beschreibt den Ist-Zustand der LEADER-Region Heckengäu in 10 Jahren.

Übergeordnetes Leitbild „LEADER HECKENGÄU 2025 im Einklang von Stadt und Land“

Im LEADER-Gebiet Heckengäu unterstützen sich die Menschen von Jung bis Alt, Menschen mit und ohne Behinderungen, Einheimische und Zugezogene gegenseitig. Die gestärkte Innenentwicklung und die damit verbundene Umnutzung von leer stehenden Gebäuden sorgt für attraktive, barrierefreie, generationenübergreifende und zielgruppenspezifische Begegnungsorte und alternative Wohnformen.

Die interkommunale und landkreisübergreifende Zusammenarbeit sichert die Grundversorgung mit Einkaufsmöglichkeiten, ärztlichen und pflegerischen Versorgung, kindgerechten Schulen und schnellen Internetverbindungen. Im ganzen Heckengäu gibt es eine gute Infrastruktur für die Elektromobilität und neue Mobilitätsangebote. Die Unternehmen bringen sich aktiv in die Entwicklung der Region ein, indem sie sichere und zukunftsfähige Ausbildungen und Beschäftigungen im Einklang von Familie und Beruf bieten.

Regionale Produkte werden in Respekt zur Natur produziert und in einer Vielzahl von Verkaufsstellen, gastronomischen Betrieben, Gemeinschaftsverpflegungen und Großküchen vermarktet.

Das LEADER-Gebiet Heckengäu ist in der Metropolregion und über die Landesgrenzen hinaus zum Begriff für außergewöhnliche Naturerlebnis- und Erholungsangebote geworden. In der einzigartigen Landschaft mit Hecken und Streuobstwiesen finden Festivals und Events von Theaterveranstaltungen über Konzerte bis zu Ausstellungen statt. Regionale Produkte werden in einer Vielzahl von Verkaufsstellen, gastronomischen Betrieben, Gemeinschaftsverpflegungen und Großküchen angeboten. Neue Medien bieten für die verschiedenen Zielgruppen eine gut gepflegte und übersichtliche Plattform, die über die attraktiven und barrierefreien „Ab durch die Hecken“-Angebote informiert.

Die blühenden Hecken, Wacholderheiden und Streuobstwiesen sind das Wahrzeichen der Kulturlandschaft im LEADER-Gebiet Heckengäu. Durch die enge Zusammenarbeit der in Landschaftspflege und Naturschutz engagierten Personen und Organisationen ist deren Pflege gesichert. Durch attraktive Bildungsangebote und praktische Mitmachangebote wird bei der Bevölkerung und den Gästen und insbesondere bei Kindern und Jugendlichen die Begeisterung für die Landschaftspflege und die Natur geweckt.

Regionale Entwicklungsziele

Die folgenden regionalen Entwicklungsziele, die sich aus den Prioritäten und dem übergeordneten Leitbild ableiten, sollen die mittel- und langfristigen Veränderungen der Region aufzeigen:

- Familienfreundliche Strukturen aufbauen
- Stadt-Land-Partnerschaften fördern
- Demografischem Wandel aktiv begegnen
- Naturschutz stärken
- Landschaftspflege sichern
- Ländliche Lebensqualität sichern
- (Elektro-)Mobilität in der Region verbessern
- Erneuerbare Energien ausbauen
- Interkommunale Zusammenarbeit stärken
- Gebietsübergreifende und transnationale Kooperationen fördern
- Vernetzung der regionalen Akteure ausbauen
- Ehrenamtliche Strukturen und neue Beteiligungsformen fördern
- Naherholung und Tourismus ausbauen
- Kulturangebote entwickeln

Zusätzlich zu den inhaltlichen Entwicklungszielen wurden Prozessziele aufgestellt, die die Vernetzung und Verbesserung der Zusammenarbeit und den Aufbau von Strukturen im Blick haben. Daher sollen die im Rahmen der Erstellung des Regionalen

Entwicklungskonzeptes für die Region neu eingeführten Beteiligungsformen (regelmäßig parallel tagende Arbeitskreise, Jugendwerkstatt, Wettbewerbe) fortgeführt sowie weitere neue Formen (jährliche Regionalforen, Stammtische „LEADER meets Unternehmen“ etc.) bei der Umsetzung von LEADER etabliert werden (siehe Aktionsplan im Kapitel II.3).

Der beteiligungsorientierte Prozess zur Erstellung des Regionalen Entwicklungskonzeptes, insbesondere die Einbindung der Jugendlichen (Jugendwerkstatt und Jugendfilm-Workshop), der Bürgerinnen und Bürger über den Kurzgeschichten-Wettbewerb, der Ideen-Abend mit regionalem Genuss und die Ideen-Sammlung mit Bierdeckeln zeigt die innovative Herangehensweise.

Handlungsfelder

Bei der Auswahl der folgenden Handlungsfelder (HF 1-3) zu den aufgestellten Prioritäten, dem übergeordneten Leitbild und den Entwicklungszielen wurden neben der Analyse der Ausgangslage inklusive SWOT-Analyse die vom Land Baden-Württemberg vorgegebenen Modulthemen berücksichtigt.

HF 1: Leben und Arbeiten auf dem Land im Einklang von Familie und Beruf

HF 2: Kultur und Natur – naturnaher, ländlicher Naherholungs- und Erlebnistourismus

HF 3 Landschaftspflege und Naturschutz

II.2.2 Querbezüge und Anknüpfungspunkte

In den drei Handlungsfeldforen arbeiteten die drei Arbeitskreise zu den Handlungsfeldern parallel. Dadurch konnten sich die teilnehmenden Personen handlungsfeldübergreifend austauschen und Querschnittsthemen abstimmen. Der Themenbereich Entwicklung und Vermarktung von regionalen Produkten spielt in allen drei Handlungsfeldern eine bedeutende Rolle. Hierbei kann auch auf die erfolgreiche Marke „HEIMAT – Nichts schmeckt näher“ von PLENUM aufgebaut werden. Des Weiteren tragen die Verbesserung der Grund- und Nahversorgung (HF 1) nicht nur zur Verbesserung der Lebensqualität der Bewohnerinnen und Bewohner, sondern auch der Gäste (HF 2) bei. Die Bevölkerung profitiert auch von den zu entwickelnden kulturellen und touristischen Angeboten (HF 2). Der Aufbau der Familienfreundlichkeit, die Förderung des Ehrenamtes und die Verbesserung der regionalen Zusammenarbeit sind für alle drei Handlungsfelder relevant. Außerdem ist bei der Beschreibung der Leit- und Startprojekte im Kapitel II.3 der Beitrag der Projekte zu den Handlungsfeldzielen dargestellt. Dort sieht man, dass diese nicht nur zu Zielen aus dem jeweiligen Handlungsfeld, sondern auch zu den Zielen der anderen Handlungsfelder beitragen und damit der handlungsfeldübergreifende Ansatz zum Tragen kommt.

An alle beteiligten Gemeinden und Landkreise wurde ein Fragebogen versendet, um die aktuell laufenden oder in den letzten 5 Jahren erstellten Planungen, Konzepte und Beteiligungsformen zu den Themen Landwirtschaft, Regionalvermarktung, Lebensqualität, Daseinsvorsorge, Dorfentwicklung, Jugend, Senioren, Kultur, Umwelt- und Klimaschutz und Erneuerbare Energien zu erfassen.

In Tabelle 14 werden beispielhaft einige Konzepte und Beteiligungsformen der Gemeinden und Landkreise genannt. Deren Ergebnisse wurden auf Themen- und Zielkonformität abgeglichen. Die Rückmeldungen aus den Gemeinden zeigen eine aktive Bürgerbeteiligung und insbesondere die Einbindung von Jugendlichen und Senioren. Gründungen von Bürgergenossenschaften und die Themen Daseinsvorsorge, Energie und Mobilität bieten direkte Anknüpfungspunkte. Denn die LEADER-Region Heckengäu legt besonderen Wert auf Partizipation. Dies zeigt schon der beteiligungsorientierte Prozess zur Erstellung des Regionalen Entwicklungskonzeptes (siehe Kap. I.4).

| Gemeinde/Landkreis | Konzepte/ Beteiligungsformen |
|--------------------|--|
| Nagold | Teilklimaschutzkonzept, Mobilitätskonzept, Jugendgemeinderat, Tafelladen, Bürgerforen zu den Themen Energiesparlampen, Radtouren, Naturnaher Schulhof, Zu Fuß in den Kindergarten, Mobil ohne Auto, Gebrauchtgüterbörse etc. |
| Tiefenbronn | Befragung zum Kindergarten-Bedarf (Öffnungszeiten, Mahlzeiten etc.) Postsendung mit Antwortmöglichkeit zu den Themen Schulkinderbetreuung, Hausaufgabenbetreuung, Essen und Ferienbetreuung sowie zur Breitbandversorgung |
| Althengstett | Bürgerbefragung und -versammlung zum Thema Nahwärmeversorgung (Anlauf zur Gründung einer Bürgergenossenschaft), Bürgergenossenschaft Solar, Moderierte Arbeitskreise zum Thema „frühkindliche Bildung“ und „Familienzentrum“ |

| | |
|---------------------|---|
| | Bürgerversammlung „Gestaltung Ortsmitte“, Planung Mehrgenerationenpark, Seniorenrat |
| Bondorf | Bürgerbefragungen: Abfrage des Interesses oder des Bedarfs bei der Altersgruppe der über 50-jährigen und des Interesse an einem Engagement, Zukunftswerkstatt Schulentwicklung Bondorf, Zeittauschbörsen, Arbeitskreise „Senioren“ und „Kinder und Jugendliche“, Runder Tisch Integration |
| Haiterbach | Bürgertische und Bürgerforen zu „Leben, wohnen und arbeiten in Haiterbach“, „Soziales“, „Versorgung“ und „Arbeitsplätze“, Stadtentwicklungskonzept |
| Jettingen | Planungswerkstatt zur Ortskernentwicklung Oberjettingen, Planungsworkshop Freizeitanlage (Neugestaltung) |
| Mönsheim | Werkstattgespräche und Offener Marktplatz für Gemeindeentwicklungsplanung, Gemeindekonzept |
| Mötzingen | Zukunftsforum Jugendarbeit, Jugendarbeit-Befragung von Jugendlichen, Vereinsvertretern, mit Ziel einer Bedarfsanalyse, „L(i)ebenswert Altern in Mötzingen (Befragung und Runder Tisch), Themen: Lebensqualität, Dorfentwicklung, Senioren |
| Landkreis Böblingen | Wanderwegekonzeption, Radwegekonzeption, SWOT Analyse Tourismus Heckengäu, Touristisches Konzept für das Heckengäu, Klimaschutzkonzept, Streuobstkonzeption Heckengäu/ Streuobstkonzeption, Kreislandschaftsplan, Vermarktungskonzept „HEIMAT - Nichts schmeckt näher“ |

Tabelle 14: Übersicht Konzepte und Beteiligungsformen

Flurneuordnung und Landentwicklung

Die Flurneuordnung ist ein wichtiges Instrument, um in der LEADER-Region agrarstrukturelle Ordnungsmaßnahmen vorzunehmen und die Entwicklung der ländlichen Räume zu verbessern. Aufgabe des LEADER-Ansatzes in der Umsetzung des Regionalen Entwicklungskonzepts wird auch sein, dazu beizutragen, dass in der Förderperiode 2014 - 2020 und darüber hinaus im LEADER-Gebiet Flurneuordnungsverfahren sozialverträglich und bürgernah umgesetzt werden. Bedarf an agrarstrukturellen Bodenordnungsmaßnahmen besteht in verschiedenen Gemeinden im Aktionsgebiet; auf eine Einzelbetrachtung wird an dieser Stelle verzichtet. Neben einkommenswirksamen Verbesserungen für die Land- und Forstwirtschaft sollen dabei auch in großem Umfang weitere Leistungen für die Allgemeinheit erbracht werden. Der Flurneuordnung kommt insbesondere bei der Entflechtung von Landnutzungskonflikten, welche die vielfältigen öffentlichen und privaten Ansprüche an die Bodennutzung mit sich bringen (Land- und Forstwirtschaft, Naturschutz, Freizeit und Erholung, Verkehrsinfrastruktur, Energiewende, Gemeindeentwicklung u.a.), eine zentrale Rolle zu. Durch die Vielzahl der kombinierbaren Maßnahmen tragen Flurneuordnungen nachhaltig zur Erhaltung und Steigerung der Lebensqualität im Ländlichen Raum bei.

Über die bereits laufenden oder geplanten Flurneuordnungsverfahren hinaus ist es im Rahmen der Umsetzung des Regionalen Entwicklungskonzepts Ziel, weiteren Bedarf an Neuordnungsverfahren festzustellen und an die Flurneuordnungsverwaltung heran zu tragen (zuständige Anlaufstellen: untere Flurbereinigungsbehörden in den jeweiligen Landratsämtern).

Maßnahmen der Flurneuordnung eignen sich als Instrument der Landentwicklung insbesondere auf folgenden Handlungsfeldern:

Produktions- und Arbeitsbedingungen in der Landwirtschaft: Agrarstrukturverbesserung und somit Sicherung von Arbeitsplätzen in der heimischen Landwirtschaft und regionalen Lebensmittelerzeugung durch eine den neuzeitlichen Anforderungen entsprechende Neueinteilung landwirtschaftlichen Grundbesitzes (Erschließung, Zusammenlegung und Formgestaltung), flankiert insbesondere durch Schaffung und Ausbau eines bedarfsgerechten Wegenetzes und in enger Abstimmung mit anderen öffentlichen Belangen wie z.B. Natur-, Wasser- und Bodenschutz.

Forstwirtschaft und Waldneuordnung: Wegebau und Bodenordnung zur Erschließung von Kleinprivatwaldflächen mit ungünstigen, extrem zersplitterten Besitzverhältnissen, um die Bedeutung des Waldes als Wirtschafts-, Lebens- und Erholungsraum zu sichern und die forstwirtschaftliche Ertragsfähigkeit und Wertschöpfung des Privatwaldes zu verbessern (z.B. abgeschlossene oder laufende Waldflurneuordnungen der Privatwaldflächen im Oberen Gäu).

Hochwasserschutz und Wasserbau: Flächenbereitstellung für Wasserrückhaltungen, Erhaltung natürlicher Retentionsräume, Renaturierung von Wasserläufen, Anlage von Brücken und Stegen (z.B. verschiedene geplante Hochwasserschutzeinrichtungen und abschnittsweise Renaturierung des Strudelbachs in Weissach).

Natur-, Landschafts- und Denkmalschutz: Dauerhafte Sicherung von geschützten Bereichen durch Übertragung der Flächen in öffentliches Eigentum, Neuschaffung landschaftspflegerischer Anlagen mit gezielten Pflanz- und Erhaltungsmaßnahmen (häufig mit spezieller Artenschutzzielrichtung), Offenhaltung der Landschaft durch Verbesserung der Erschließung und Erleichterung der Nutzung von für die Bewirtschaftung ungünstigen (oft Rand- oder Steillagen) Bewirtschaftungsformen bzw. Lebensräumen wie beispielsweise Streuobstwiesen (z.B. geplante ökologische Flurneuordnung „Angerstal“ in Mönshheim).

Dorfentwicklung: Bodenordnung in der Ortslage zur Nutzung innerörtlichen Potentials, insbesondere durch Regelung der rechtlichen Verhältnisse an Grund und Boden, Ausbau von Ortsstraßen, -Wegen und Plätzen, Erschließung der Ortsrandbereiche und zur Gestaltung des Ortsbilds (z.B. laufende Ortslagenverfahren in Wimsheim).

Tourismus und Naherholung: Multifunktionale Ausrichtung des ländlichen Wegebbaus auch für den Freizeitgebrauch, Rad- und Wandertourismus bis hin zur Umsetzung von Radverkehrskonzepten (beispielsweise das Radverkehrsnetz des Landkreises Böblingen), landschaftspflegerische Maßnahmen zur Erhaltung und Aufwertung des Landschaftsbilds, Flächenbereitstellung und Förderung von Rastplätzen, Schutzhütten oder Wanderparkplätzen, Ausweisung von Lehrpfaden, Orientierungs- und Hinweistafeln.

II.3 Beschreibung der geplanten Handlungsfelder und eines Aktionsplans zu deren Umsetzung

Die folgenden drei Handlungsfelder (Auswahl der Handlungsfelder siehe Kap. II.2.1) bauen auf der Regionalanalyse und den ausgewählten thematischen Prioritäten, dem übergeordneten Leitbild und den regionalen Entwicklungszielen auf.

HF 1: Leben und Arbeiten auf dem Land im Einklang von Familie und Beruf

HF 2: Kultur und Natur – naturnaher, ländlicher Naherholungs- und Erlebnistourismus

HF 3 Landschaftspflege und Naturschutz

Für die obengenannten Handlungsfelder wurden in den Arbeitskreisen thematische Leitbilder entwickelt. Anschließend wurden zu den thematischen Leitbildern umsetzungs- und zielgruppenbezogene Handlungsfeldziele aufgestellt, die mit Projekten unteretzt wurden. Zusätzlich zu der Entwicklung in den Arbeitskreisen wurden über einen Aufruf an die Gemeinden und an weitere fachliche und thematische Interessensgruppen sowie durch den Einsatz der Strategiegruppenmitglieder bei verschiedenen Veranstaltungen Projektideen (z.B. mit den im Kap. I.4 vorgestellten Bierdeckeln) gesammelt. Des Weiteren wurde zur weiteren Qualifizierung der Projektideen ein Projektraster eingesetzt, das die folgenden Punkte beinhaltet: Titel, Zuordnung zu den Handlungsfeldern, Räumlicher Bezug, Kurzbeschreibung, Beitrag zu den Leitbildern und Zielen, Akteure, Kontaktdaten und Finanzierung.

Die erarbeiteten Ergebnisse der Handlungsfeldforen (Arbeitskreise) wurden regelmäßig mit der Strategiegruppe diskutiert und abgestimmt. Die Strategiegruppe hat aus den eingegangenen Projekten Leit- und Startprojekte auf Vorschlag der Arbeitskreise ausgewählt. Für die Startprojekte liegen überwiegend Finanzierungszusagen vor.

Im Folgenden werden die Leitbilder, Handlungsfeldziele sowie Leit- und Startprojekte zu den Handlungsfeldern beschrieben. Dabei wird auch der Beitrag zu Handlungsfeldzielen und auch zu den Zielen aus anderen Handlungsfeldern dargestellt. Dies spiegelt den handlungsfeldübergreifenden Ansatz über die Arbeit in den Handlungsfeldforen auch bei den Ergebnissen wider.

Thematisches Leitbild

Ein thematisches Leitbild ist die Beschreibung des Zukunftsbildes der Region zu den Themen des jeweiligen Handlungsfeldes aus Sicht der in diesem Bereich engagierten Akteurinnen und Akteure. Es ist für jedes Handlungsfeld ein Ist-Zustand in 10 Jahren formuliert. Die Entwicklung eines Leitbildes dient der Zusammenarbeit und Motivation der beteiligten Akteure und ist Grundlage für die gemeinsame Zielfindung und anschließende Umsetzung der Strategie.

II.3.1 Handlungsfeld 1: Leben und Arbeiten auf dem Land im Einklang von Familie und Beruf

Leitbild

Im LEADER-Gebiet Heckengäu unterstützen sich die Menschen von Jung bis Alt, Menschen mit und ohne Behinderungen, Einheimische und Zugezogene gegenseitig. Die gestärkte Innenentwicklung und die damit verbundene Umnutzung von leer stehenden Gebäuden für barrierefreie generationenübergreifende und zielgruppenspezifische Begegnungsstätten und alternative Wohnformen haben ein soziales Netz geschaffen, in dem alle einen Platz für ein selbst bestimmtes Leben finden, miteinander aktiv sind und sich rundum wohl fühlen.

Die Kommunen und Landkreise arbeiten gut zusammen und haben durch gemeinsame Kooperationen die Grundversorgung mit Einkaufsmöglichkeiten, ärztlicher und pflegerischer Versorgung, kindgerechten Schulen und schnellen Internetverbindungen im ganzen Heckengäu gesichert.

Eine gute Infrastruktur für die Elektromobilität und neue Mobilitätsangebote sowie der verbesserte öffentliche Personennahverkehr garantieren eine gute Anbindung innerhalb der Region und bis in die Metropolen.

Die Unternehmen bringen sich aktiv in die Entwicklung der Region ein, indem sie sichere und zukunftsfähige Ausbildungen und Beschäftigungen im Einklang von Familie und Beruf bieten. Diese sind besonders attraktiv für Rückkehrer nach Ausbildung und Studium, junge Familien und Fachkräfte.

Regionale Produkte werden in einer Vielzahl von Verkaufsstellen, gastronomischen Betrieben, Gemeinschaftsverpflegungen und Großküchen angeboten und in großen Mengen nachgefragt. Dazu haben neben der verstärkten regionalen Erzeugung, auch Existenzgründungen und begleitende Schulungen zum Thema Ernährung beigetragen. Aufgrund der geschaffenen hohen Lebensqualität in einer vielfältigen Landschaft mit familienfreundlichen Strukturen und attraktiven Freizeitangeboten leben die Menschen gern im Heckengäu.

Handlungsfeldziele

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 1.1. Das ehrenamtliche Engagement und das aktive Miteinander ausbauen 1.2. Die Innenentwicklung durch Umnutzung des Leerstandes stärken 1.3. Generationsübergreifende und zielgruppenspezifische Begegnungsstätten und Wohnformen ermöglichen 1.4. Die Interkommunale Zusammenarbeit stärken 1.5. Eine gute Anbindung innerhalb der Region und an die Metropolen durch den ÖPNV und alternative Mobilitätsangebote erreichen | <ul style="list-style-type: none"> 1.6. Infrastruktur für Elektromobilität ausbauen 1.7. Familienfreundliche Strukturen und hohe Lebensqualität gemeinsam mit Unternehmen aufbauen 1.8. Das Angebot an regional erzeugten Produkten erhöhen 1.9. Fachkräfte durch Ausbildungen und Beschäftigungen im Einklang von Familien und Beruf sichern 1.10. Existenzgründungen vor allem von Frauen fördern |
|--|--|

In diesem Handlungsfeld wurden 74 Projektideen entwickelt. Es wurden drei Startprojekte (für die Umsetzung in 2015 und 2016) und drei Leitprojekte ausgewählt. Die weiteren Projekte sind im Anhang dargestellt. Diese werden nach Projekten, für die ein Projektraster (21 Projekte) vorliegt, oder solche, die den Status einer Idee (47 Projektideen) haben, unterschieden.

Startprojekte

| Landmobil | |
|--|---|
| Entwicklung von Alternativen Mobilitätsangeboten. Dazu gehören Pedelec-Verleihstationen an S-Bahnen, ländliche Mitfahrzentralen (App), Pedelec-Garagen, E-Dorfauto, Teilzeitmodelle(Kita, Auto, Arbeitsplätze). Ein erster Baustein ist die Erstellung eines Mobilitätskonzeptes. | |
| Beitrag zu den HF-Zielen | 1.5, 1.6 |
| Projektträger, beteiligte Akteure und Zielgruppen | Interkommunales Projekt von 3-4 Gemeinden |

| Gemeinschaftshaus in Wildberg | |
|--|--|
| Konzeption für eine bedarfsorientierte und zeitgemäße Neugestaltung einer Begegnungsstätte aller Generationen in der Dorfmitte. Dort sollen Dinge wie Offene Jugendarbeit, Demenzgruppe, Café mit Spielplatz, Hausaufgabenbetreuung, Medienraum, Nutzung für Feste etc. angeboten werden. | |
| Beitrag zu den HF-Zielen | 1.1, 1.2, 1.3, 1.7, 1.10 |
| Projektträger, beteiligte Akteure und Zielgruppen | CVJM Sulz am Eck e.V., Diakoniestation Wildberg, weitere christliche Gruppierungen vor Ort |
| Weiterentwicklung der Freizeitanlage Jettingen zu einer Mehrgenerationenanlage | |
| Die für Jugendliche im Jahr 2003 gebaute Freizeitanlage mit Skateanlage, Fußballfeld sowie Basketball- und Hockeyfeld soll aufgrund der demographischen Entwicklung weiter entwickelt werden und so auch für Senioren aber auch behinderte Menschen nutzbar gemacht werden. Damit sollen die Generationen zusammengebracht und dabei ganz bewusst auch behinderte Menschen im Sinne der Inklusion einbezogen werden. | |
| Beitrag zu den HF-Zielen | 1.1, 1.3, 1.7 |
| Projektträger, beteiligte Akteure und Zielgruppen | Jugendreferat Jettingen, Menschen aller Altersgenerationen aus Jettingen und behinderte Menschen |

Leitprojekte

| Nachwuchsförderung durch Unternehmensplanspiele | |
|---|---|
| <p>Die professionell betreuten Planspiele sollen mit Schüler- und Auszubildendenteams aus den Schulen und Firmen der Region durchgeführt werden. Dazu sollen diese unternehmerische Entscheidungen durchspielen mit dem Ziel, das Unternehmertum und die heimischen Unternehmen kennen zu lernen. Das Projekt kann als Wettbewerb über mehrere Runden durchgeführt werden, so dass auch der Ehrgeiz der teilnehmenden Teams angesprochen wird.</p> <p>Mit diesem Projekt können die teilnehmenden Unternehmen auf ihre Ausbildungsqualität und auf ihre Besonderheit als überwiegend familiengeführte Betriebe aufmerksam machen. Des Weiteren werden zukünftige Fachkräfte gebunden, junge Menschen werden für Existenzgründung und betriebswirtschaftliches Handeln gewonnen.</p> <p>Das Projekt soll dazu beitragen, Schule und Wirtschaft noch stärker zu vernetzen. So können Auszubildende über den Tellerrand des eigenen Unternehmens hinausschauen, indem sie während der Teilnahme am Planspiel auch andere Unternehmensformen oder Branchen kennen lernen. Die Firmen können ihr Coaching und Mentoring für Nachwuchskräfte ausbauen.</p> <p>Eine Kooperation mit weiteren LEADER-Gruppen wird angestrebt.</p> | |
| Beitrag zu den HF-Zielen | 1.4, 1.7, 1.9, 1.10 |
| Projektträger, beteiligte Akteure und Zielgruppen | Stadt Nagold, Unternehmen aus der ganzen Region, Schulen mit ihren Schülern ab Jahrgangsstufe 9 oder 10, Auszubildende (ab 16 Jahren) aus den Betrieben, kommunale und regionale Wirtschaftsförderer, IHK und Handwerkskammern. |

| Gesundheit kann man essen – 5 Sterne für die Verpflegung von Senioren in stationären Einrichtungen – Schulung von Multiplikatoren der Gemeinschaftsverpflegung | |
|--|--|
| <p>Multiplikatoren in der Gemeinschaftsverpflegung sollen für die Notwendigkeit guter Versorgung auch von Senioren und die Stärkung der regionalen Produktion durch bedarfsgerechte Speiseplangestaltung unter Einbeziehung regionaler Produkte sensibilisiert werden. Dazu sind Schulungen, Informationsveranstaltungen, regionale Fachtagungen und Arbeitskreise angedacht.</p> <p>Ziele des Projektes sind eine ernährungsphysiologisch möglichst optimale Versorgung von Senioren in der Gemeinschaftsverpflegung und der Aufbau von Lieferstrukturen vom Direktvermarkter zu den Gemeinschaftsverpflegungen.</p> | |
| Beitrag zu den HF-Zielen | 1.4, 1.8, 1.9,1.10 |
| Projektträger, beteiligte Akteure und Zielgruppen | FORUM Ernährung und Hauswirtschaft, Einrichtungen und Multiplikatoren der Gemeinschaftsverpflegungen, Ernährungsfachkräfte (Diplom-Ökotrophologen, Diplom-Ernährungswissenschaftler, Diplom-Haushaltsökonominnen, Diätassistentinnen, hauswirtschaftliche Betriebsleiterinnen, Küchenleiter) aus der Region, Kommunen mit Einrichtungen in Schulen, direktvermarktende Landwirte und regionaler Handel |
| Machbarkeitsstudie für Bauernhalle an der A 81 im Bereich Heckengäu | |
| <p>In Kooperation mit der FEMOS gGmbH, (Integrationsfirma), dem Kreisbauernverband und der Regionalmarke „HEIMAT - Nichts schmeckt näher“ soll die Vermarktung und die Logistik für regional erzeugte Lebensmittel aus der Region Heckengäu in den kaufkraftstarken Großraum Stuttgart optimiert werden. Dabei ist u.a. ein Auf- und Ausbau von Lieferstrukturen zwischen Erzeugern im Heckengäu und Verbrauchern in der Region und im Großraum Stuttgart angedacht.</p> <p>Für eine mögliche regionale Bauernmarkthalle an der A 81, ggf. im Bereich Heckengäu der Markung Bondorf, soll eine Machbarkeitsstudie die sozioökonomischen Rahmenbedingungen aufzeigen. Außerdem soll im Rahmen dieser Studie ein Nutzungskonzept und eine Planungsgrundlage dafür entwickelt werden.</p> <p>Das Projekt soll zur Verbesserung des Absatzes an regionalen Produkten dienen, Bewusstsein für regionale Wirtschaftskreisläufe fördern und Menschen mit Behinderung attraktive Beschäftigungsmöglichkeiten bieten.</p> | |
| Beitrag zu den HF-Zielen | 1.8., 1.9. 2.8., 3.5., |
| Projektträger, beteiligte Akteure und Zielgruppen | Regionalmarke „HEIMAT - Nichts schmeckt näher“, Parkstraße 16, 71034 Böblingen, Bauernverband Kreis Böblingen e.V., Marienstr. 12, 71083 Herrenberg, FEMOS gGmbH, Robert-Bosch-Str. 15, 71116 Gärtringen |

II.3.2 Handlungsfeld 2: Kultur und Natur – naturnaher, ländlicher Naherholungs- und Erlebnistourismus

Leitbild

Das LEADER-Gebiet Heckengäu ist in der Metropolregion und über die Landesgrenzen hinaus zum Begriff für außergewöhnliche Naturerlebnis- und Erholungsangebote geworden. Die Akteure aus Tourismus, Kunst und Kultur, Gastronomie, Landwirtschaft, Handwerk und Naturschutz haben sich vernetzt und gemeinsam einmalige Angebote geschaffen. Die besondere Geschichte und die vielfältige Kulturlandschaft des Heckengäus werden dabei modern und attraktiv vermittelt.

Künstlerisch gestaltete Wegmarken und besondere Erlebnisangebote bereichern die historischen Stätten, Lehrpfade sowie Wander-, Fahrrad- und Reitwege. In der einzigartigen Landschaft mit den Hecken und Streuobstwiesen finden Festivals und Events von Theaterveranstaltungen über Konzerte bis zu Ausstellungen statt. Diese werden durch kulinarische Genüsse abgerundet. Dazu haben sich die regionalen Erzeuger und die Gastronomie zu einem Netzwerk zusammengeschlossen.

Neue Medien bieten für die verschiedenen Zielgruppen Jugendliche, Familien und Senioren, Sportler, Kunstinteressierte, Tagestouristen, Geschäftsreisende und Erholungssuchende eine gut gepflegte und übersichtliche Plattform. Sie informiert die Besucher, die durch den gut angebundenen öffentlichen Personennahverkehr den Weg ins Heckengäu finden, schnell und bequem über die attraktiven und barrierefreien „Ab durch die Hecken“-Angebote.

Handlungsfeldziele

- | | |
|---|---|
| <p>2.1. Die vielfältige Landschaft aus Hecken, steinreichen Böden, Trockenrasen und Wald mit attraktiven Naturerlebnis- und Erholungsangeboten für Alle erlebbar machen</p> <p>2.2. Naturerlebnis-, Kultur und Genuss-Angebote als individuelle Module mit regionalen Besonderheiten entwickeln</p> <p>2.3. Kunst, Kultur und Geschichte des Heckengäus zum prägenden Merkmal der Kulturlandschaft weiterentwickeln</p> <p>2.4. Die LEADER-Region Heckengäu innerhalb und außerhalb der Region als überregional bekannte Marke weiterentwickeln</p> | <p>2.5. Die vorhandenen Akteure und Initiativen (wie z.B. aus Streuobstparadies, PLENUM, Life+) vernetzen und gemeinsames Handeln zum prägenden Regionsmerkmal entwickeln</p> <p>2.6. Eine gemeinsame und übersichtliche Plattform mit neuen Medien für die unterschiedlichen Zielgruppen aufbauen und pflegen</p> <p>2.7. Eine touristische Infrastruktur mit guten und barrierefreien Mobilitätsangeboten ausbauen</p> <p>2.8. Regionale Produkte und gastronomische Angebote vermehrt vermarkten</p> <p>2.9. Die Erreichbarkeit der Region Heckengäu mit dem ÖPNV und anderen Mobilitätsangeboten verbessern</p> |
|---|---|

In diesem Handlungsfeld wurden 62 Projektideen entwickelt. Es wurden zwei Startprojekte (für die Umsetzung in 2015 und 2016) und ein Leit- und Startprojekt sowie ein Leitprojekt ausgewählt. Die weiteren Projekte sind im Anhang dargestellt. Diese werden nach Projekten, für die ein Projektraster (33 Projekte) vorliegt, oder solchen, die den Status einer Idee (25 Projektideen) haben, unterschieden.

Startprojekt

| Verflochtenes Heckengäu | |
|---|---|
| Mit dem Projekt soll eine symbolische Verflechtung der beteiligten Gemeinden über die vier Landkreise hinweg erreicht werden. Dazu sollen Wiedererkennungsmarken (florale Elemente, Gestaltung von Landmarken, Informationsinseln, Ruheräumen etc.) im öffentlichen Raum im gesamten Gebiet als verbindende Elemente im Heckengäu präsentiert werden. Partner aus Kunst, Kultur und Handwerk sowie Bildung und Pädagogik sollen zusammenarbeiten. | |
| Beitrag zu den HF-Zielen | 2.3, 2.4, 2.5 |
| Projektträger, beteiligte Akteure und Zielgruppen | Katz Flecht-Manufaktur (Nagold), Handwerkerverbände, Floristen, Künstlergruppen, Garten- und Landschaftsbaufirmen, Landwirte, Handwerker, Schäferwagenhotel, Waldpädagogik und Handwerker |

| Kunschtbesen | |
|--|---|
| <p>Für ein bis zwei Wochen (oder auch länger) wird ein Künstleratelier geöffnet und in einen „Kunschtbesen“ verwandelt. Die Gastronomie wird hierbei von einem oder mehreren Heckengäu.Köchen übernommen. Zeitgleich bieten die umliegenden Bauernhöfe Angebote zur (gläsernen) Produktion und Übernachtung an.</p> <p>Das Projekt trägt zur Vernetzung und Kooperation zwischen den verschiedenen (und nicht natürlicherweise „verwandten“) Akteuren und Anbietern attraktiver Angebote im Heckengäu bei. Dadurch soll ein attraktives Angebotspaket für Gäste und zugleich für die Bewohnerinnen und Bewohner geschaffen werden. Zudem wird erreicht, dass die beteiligten Betriebe und Künstler bessere Möglichkeiten haben, im Heckengäu gut leben und arbeiten zu können.</p> | |
| Beitrag zu den HF-Zielen | 1.7, 1.8, 2.2, 2.4, 2.8, 3.5 |
| Projektträger, beteiligte Akteure und Zielgruppen | Claudia Dietz, Frieder Weigand, Bund freischaffender Bildhauer, Künstler im Heckengäu (vertreten im Verband Bildender -Künstler Württembergs, VBKW und im Bund freischaffender Bildhauer Baden-Württemberg, BfB), Heckengäu.Köche, Bauernhöfe und Landfrauenvereine, -Tourismusorganisationen |

Leit- und Startprojekt

| S-Weg (Skulpturenweg, S=Heckengäu) | |
|--|---|
| <p>Im Rahmen des Projektes soll ein Skulpturenpfad/-weg entstehen, der zugleich ein Naturlehrpfad und ein historischer Lehrpfad ist. In zweijährigem Rhythmus werden Bildhauersymposien veranstaltet (z.B. zwei Heckengäu-Bildhauer, zwei aus Baden-Württemberg und zwei aus dem EU-Ausland/Partnerstädten), bei denen die Bevölkerung und Gäste die Entstehung der Skulpturen begleiten können.</p> <p>Die entstandenen Werke werden anschließend entlang des Weges aufgestellt. Der Weg wird so geführt, dass immer wieder auf interessante historische und naturschutzfachlich bedeutende Stellen hingewiesen werden kann. Zusätzlich soll eine App entwickelt werden, die Besucherinnen und Besucher (zu Fuß oder mit dem Fahrrad) über den Weg führt und dabei auf Wunsch an den Standpunkten über die Skulpturen, die Geschichte sowie Naturschutz und Landschaft in Worten, Bildern und Filmen informiert. Der Standpunkt wird per GPS ermittelt und per Push-Nachricht (akustisches Signal z.B. ein blökendes Lamm) wird auf interessante Themen und Punkte aufmerksam gemacht. Als mögliche Sponsoren sollen z.B. das KUNSTWERK oder das Unternehmen Porsche angesprochen werden.</p> <p>Ein erster Baustein (Startprojekt) könnte die Erarbeitung eines künstlerischen Konzeptes sein.</p> <p>Mit dem Projekt sollen mehrere Orte und Themenfelder (Kunst, Natur, Kultur, aktiver Erholungstourismus etc.) zusammengeführt werden. Dazu ist auch eine Ausweitung des Projektes zu einem transnationalen Projekt angedacht, um den innereuropäischen Austausch zu fördern. Dabei könnte der Pfad auch mit dem „Skulptour-Weg“ (einer der längsten Skulpturenpfade) verbunden werden</p> | |
| Beitrag zu den HF-Zielen | 2.1, 2.2, 2.4, 2.7, |
| Projektträger, beteiligte Akteure und Zielgruppen | Claudia Dietz, Frieder Weigand, Bund freischaffender Bildhauer, Künstler, Tourismusorganisationen, Historiker, Naturschutzverbände etc. |

Leitprojekt

| Hoftour | |
|--|---|
| Im Rahmen des Projekts sollen mehrere landwirtschaftliche Betriebe vernetzt werden, die den Besuchern Einblicke in die Landwirtschaft und damit in die regionale Lebensmittelproduktion geben. Die Betriebe sollen entlang bestehender Rad- und Wanderwege ausgesucht werden, sodass eine Kombination mit anderen Natur- und Kunstprojekten wie z.B. dem S-Weg erreicht wird. Durch die Hoftour sollen Besucher und Landwirte zusammengebracht werden. Ziel ist es, das Wissen über die heutige landwirtschaftliche Produktion mit den ganzen Rahmenbedingungen an den Besucher zu vermitteln. Auch die sonstigen Leistungen der Landwirtschaft, wie der Beitrag zur Pflege der Kulturlandschaft, sollen dargestellt werden. Der Landwirt wird sich im Gegenzug mit den Bedürfnissen und Fragen der Besucher auseinandersetzen. Der Absatz regionaler Produkte soll verbessert werden. Zusätzlich zu den angebotenen Hofführungen können sich die Besucher auch über Informationstafeln über die Landwirtschaft informieren. | |
| Beitrag zu den HF-Zielen | 1.8, 2.3, 2.8, 3.5 |
| Projektträger, beteiligte Akteure und Zielgruppen | Kreisbauernverbände, bioland-Verband, Landwirte |

II.3.3 Handlungsfeld 3: Landschaftspflege und Naturschutz**Leitbild**

Die blühenden Hecken, Wacholderheiden und Streuobstwiesen sind das Wahrzeichen der Kulturlandschaft im LEADER-Gebiet Heckengäu und über die Landesgrenzen hinaus bekannt. Durch die enge Zusammenarbeit der in der Landschaftspflege und dem Naturschutz engagierten Personen, Initiativen, Verbänden, Vereinen, Schulen und Ämter ergänzen sich die regelmäßig durchgeführten Maßnahmen. Dazu bilden gemeinsam erarbeitete Naturschutzziele die Basis.

Die gemeinschaftliche und fachgerechte Pflege, u.a. durch die traditionelle Schäfferei, trägt zur Offenhaltung und damit zur Erhaltung der vielfältigen Kulturlandschaft bei. Dazu werden Hecken turnusmäßig gepflegt und verjüngt, Streuobstwiesen nachgepflanzt und alte Bäume stehen gelassen. Dies freut nicht nur den Neuntöter, sondern auch Steinkauz und Wendehals können wieder beobachtet werden.

Die Landschaft wird nachhaltig zur Erholung und zur Produktion von Lebensmitteln und Energie in Respekt zur Natur genutzt. Dabei wird darauf geachtet, dass die Flächen landwirtschaftlich gut nutzbar sind. Die regionalen Produkte des Heckengäus sind bekannt für ihre Qualität und finden in der Gastronomie, den Gemeinschaftsverpflegungen und den zahlreichen Verkaufsstellen bei den Bewohnern und Gästen in der Region sowie den Kunden in der angrenzenden Metropole großen Anklang.

Durch attraktive Bildungsangebote und praktische Mitmachangebote wird bei der Bevölkerung und den Gästen, und insbesondere bei Kindern und Jugendlichen, die Begeisterung für Landschaftspflege und Natur geweckt.

Handlungsfeldziele

- | | |
|--|--|
| <p>3.1. Die vielfältige Landschaft durch landwirtschaftliche Nutzung und fachgerechte Pflege erhalten</p> <p>3.2. Eine enge Zusammenarbeit von Initiativen, Verbänden, Vereinen, Schulen und Ämtern etablieren</p> <p>3.3. Gemeinsame Naturschutzziele entwickeln</p> <p>3.4. Durch attraktive Bildungs- und Mitmachangebote die Begeisterung für Landschaftspflege und Naturschutz wecken</p> | <p>3.5. Den Absatz der hochwertigen regionalen Produkte stärken</p> <p>3.6. Aus nachwachsendem Landschaftspflegematerial Energie erzeugen</p> <p>3.7. Die Vernetzung der Biotope ausweiten</p> <p>3.8. Den Umwelt- und Klimaschutz stärken</p> |
|--|--|

In diesem Handlungsfeld wurden 59 Projektideen entwickelt. Es wurden vier Startprojekte (für die Umsetzung in 2015 und 2016) ausgewählt. Die weiteren Projekte sind im Anhang dargestellt. Diese werden nach Projekten, für die ein Projektraster (11 Projekte) vorliegt, oder solchen, die den Status einer Idee (43 Projektideen) haben, unterschieden.

Startprojekte

| Streuobstführerschein | |
|---|--|
| <p>Das Projekt soll Wissen vermitteln, wie eine Streuobstwiese angelegt und im Laufe der Jahreszeiten gepflegt und bewirtschaftet wird. Es sollen möglichst viele Menschen für das „Öko-System Streuobstwiese“ begeistert werden. Es soll ein (mobiler) Seminarraum mit Verarbeitungsmöglichkeiten auf der Streuobstwiese entstehen. Es ist angedacht, ein Schulungskonzept zu erarbeiten.</p> <p>Ziele des Projekts sind die Erhaltung der Kulturlandschaft, die Stärkung der Heimat, die Herstellung von Streuobstprodukten sowie die Schaffung von attraktiven Angeboten rund um die Streuobstwiese für Jung und Alt.</p> | |
| Beitrag zu den HF-Zielen | 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 3.8, |
| Projekträger, beteiligte Akteure und Zielgruppen | Martina Bitzer (Nagold), Streuobstpädagogen, Naturschutzverbände, Landschaftserhaltungsverbände, Streuobstinitiativen, Verarbeiter, Landwirte etc. |
| Periodisch stattfindende Obstbaumbörsen für das gesamte Heckengäu | |
| <p>Es geht um eine regelmäßig stattfindende (Obst-) Baumbörse, bei der alte, robuste Streuobstsorten und Gehölze, aber auch einige ausgesuchte (Obst-) Gehölze für den Hausgarten verkauft werden.</p> <p>Dazu erstellt ein Team aus Fachleuten mit ausgesuchten Baumschulen eine Angebotsliste zur Baumbestellung für das kommende Frühjahr, welche an die teilnehmenden Gemeinden im Heckengäu zur Veröffentlichung gegeben wird. Die Pflanzen mit Zubehör wie Verbiss- / Wurzelschutz, Bindematerial, Pfosten und Pflanz-/Pfleheinweise, werden zur Pflanzzeit im Frühjahr über die Gemeindebauhöfe mit Unterstützung von Organisationen und Vereinen an die Besteller übergeben. Dabei gibt es eine Beratung sowie einen Pflanzschnitt.</p> <p>Durch das festgelegte Angebot, welches mit entsprechenden Lieferanten / Baumschulen abgesprochen ist, kann das Pflanzenspektrum im Heckengäu über viele Jahre gesteuert und so zum Erhalt der Streuobstwiesen und Gehölzvielfalt, welche zum typischen Landschaftsbild des Heckengäus gehören, beigetragen werden.</p> | |
| Beitrag zu den HF-Zielen | 3.1, 3.2, 3.4, 3.5 |
| Projekträger, beteiligte Akteure und Zielgruppen | Albert Geiger, OGV Nussdorf, Landratsämter, Gemeinden, Obst- und Gartenbauvereine, Naturschutzverbände, Baumschulen etc. |
| Die Streuobstwiese – Unser Klassenzimmer im Grünen | |
| <p>Das Projekt möchte ein Klassenzimmer auf der Streuobstwiese entwickeln. Kinder, vorwiegend im Grundschulalter, können dort heimische Tier- und Pflanzenarten beobachten und sie durch Pflegemaßnahmen oder Bau von Nisthilfen fördern. Damit sollen die Kinder für die Vielfalt und Schönheit der Natur begeistern werden. Des Weiteren sollen sie die Bedeutung von regionalen Produkten, den verantwortungsvollen Umgang mit den Ressourcen, die natürlichen Zusammenhänge im Jahresverlauf und das Ökosystem „Streuobstwiese“ kennen lernen und erleben.</p> <p>Dazu soll ein pädagogisches Konzept erarbeitet und auf Streuobstwiesen von teilnehmenden Grundschulen umgesetzt werden.</p> | |
| Beitrag zu den HF-Zielen | 3.1, 3.2, 3.4, 3.7, 3.8, |
| Projekträger, beteiligte Akteure und Zielgruppen | Martina Bitzer (Nagold), Grundschulen in LEADER Heckengäu Gebiet, Streuobstpädagogen etc. |
| Streuobst Totholzkonservierung | |
| <p>Das Projekt dient der Erfassung abgängiger Bäume (Absterben starker Äste, Kronenverlichtung, Astbruch etc.). Dazu soll eine Baum-Plakette „Totholz ist Leben“ o. ä. mit einem Hinweis „Bitte nicht fällen, da wichtig...“ entwickelt werden. Eine Presse-Kampagne soll die Umsetzung aktiv bewerben.</p> | |
| Beitrag zu den HF-Zielen | 3.1, 3.4, 3.8 |
| Projekträger, beteiligte Akteure und Zielgruppen | Klaus Kälber, BUND Nagold, Streuobstwiesenbesitzer, Presse etc. |

II.3.4 Jugendleitbild und Projekte

Leitbild

Die vorhandenen Freizeitangebote und -einrichtungen sind gut miteinander vernetzt und über die gut genutzte Heckengäu-Freizeit-App, über die sich die Jugendlichen verabreden, bei Allen gut bekannt. Dazu haben die Jugendreferenten, die auf regionaler Ebene aktiv zusammenarbeiten, einen großen Beitrag geleistet. Es gibt einen zentralen und öffentlichen Heckengäu-Jugendpark, der von den Erwachsenen akzeptiert ist. Dort gibt es Angebote zum Chillen, eine Bühne zum Tanzen und für Konzerte, einen Beachclub sowie ein Kino mit aktuellen Filmen. Direkt am Park gibt es die Möglichkeit, sich mit Speisen und Getränken zu versorgen.

Der Personennahverkehr, flexible Mobilitätsangebote und ein Radwegenetz sind optimal vernetzt und ermöglichen eine gute Erreichbarkeit von Schule und Freizeitangeboten. Dazu haben die Busunternehmen ein gemeinsames Angebot entwickelt, das die unterschiedlichen Anfangs- und -Schlusszeiten der Schulen berücksichtigt.

Die Einführung eines Regionaltickets bietet allen Jugendlichen die Möglichkeit, im ganzen Heckengäu – alle zentralen Orte entlang des „S“ sind direkt verbunden – bis in die Städte mobil zu sein.

Die Unternehmen kommen aktiv auf die Jugendlichen zu und stellen ihnen im ganzen Heckengäu ihre attraktiven und besonderen Ausbildungsplätze und Angebote vor. Eine gut funktionierende und modern gestaltete Internetplattform bietet Ausbildungs- und Praktikumsplätze, Ferienjobs, Stellen für unter 25-Jährige, aber auch Mobilitätsangebote von Mitfahrgelegenheiten bis hin zu Elektro-Shuttle-Bus an.

In der durchgeführten Jugendwerkstatt wurden fünf Projekte anhand eines Projektraster ausgearbeitet. Es wurde ein Startprojekt (als Kooperationsprojekt durchgeführt) und ein Leitprojekt ausgewählt.

Startprojekt

| Jugend-Freizeit-Mobilitäts-App – auch Kooperationsprojekt | |
|---|---|
| Die Jugend-App soll die Freizeit- und Mobilitätsangebote der jeweiligen Region bündeln. Dazu soll gemeinsam für alle teilnehmenden Regionen eine App programmiert werden, die die Basis für die Einstellung der Inhalte ist. Ein Erfahrungsaustausch der Jugendlichen aus den unterschiedlichen Regionen ist ein weiterer Baustein des Projektes. | |
| Beitrag zu den HF-Zielen | 1.1, 1.5, 2.6, 2.9 |
| Projekträger, beteiligte Akteure und Zielgruppen | LAG Mittlerer Schwarzwald, LAG „Rund um den LIMES in Hohenlohe-Heilbronn“ |

Leitprojekt

| Jugend-Freizeit-Park „Heckengäu“ | |
|--|--|
| Auf einem Jugendfreizeitgelände, das zentral im Heckengäu liegt, soll ein Treffpunkt für Jugendliche mit folgenden Angeboten entstehen: Bar, Skaterpark, Sportplätze, Grillplätze, Freilichtbühne für DJs oder Partys und Veranstaltungen, Einkaufsmöglichkeiten, Grillen, große Wiesen zum Chillen und spielen, regelmäßige Partys in der Sommerzeit etc. | |
| Beitrag zu den HF-Zielen | 2,2, 2.7, 2.8 |
| Projekträger, beteiligte Akteure und Zielgruppen | Gemeinden, Jugendreferate, Jugendliche |

Bei den weiteren Projekten geht es um die Einrichtung eines Jugendtopfes für Mini-Projekte und die Etablierung eines Partybusses „Heckengäu“. Für beide Projekte liegt ein Projektraster vor.

II.3.5 Zusammenfassung der Handlungsfelder mit den Handlungsfeldzielen, Indikatoren und Zielgrößen

Anhand der eingegangenen und oben beschriebenen Projekte wurden die Indikatoren und Zielgrößen für die Handlungsfeldziele erarbeitet. Diese sind in der nachfolgenden Tabelle dargestellt. Die Strategiegruppe hat dazu beschlossen, dass die Zielgrößen nach Auswahl als LEADER-Region für 2015 und 2016 und dann alle zwei Jahre neu festgelegt werden. Dies schließt eine Überprüfung der Ziele und Zielgrößen alle zwei Jahre ein.

| HF 1: Leben und Arbeiten auf dem Land im Einklang von Familie und Beruf | | Zielgröße |
|---|---|-----------|
| Ziele | Indikatoren | 2020 |
| Das ehrenamtliche Engagement und das aktive Miteinander ausbauen | Anzahl der Projekte, die zur Erreichung des jeweiligen Ziels beitragen. | 30 |
| Die Innenentwicklung durch Umnutzung des Leerstandes stärken | | 10 |
| Generationsübergreifende und zielgruppenspezifische Begegnungsstätten und Wohnformen ermöglichen | | 20 |
| Die interkommunale Zusammenarbeit stärken | | 25 |
| Eine gute Anbindung innerhalb der Region und an die Metropolen durch den ÖPNV und alternative Mobilitätsangebote erreichen | | 5 |
| Infrastruktur für Elektromobilität ausbauen. | | 2 |
| Familienfreundliche Strukturen und hohe Lebensqualität gemeinsam mit Unternehmen aufbauen | | 20 |
| Das Angebot an regional erzeugten Produkten erhöhen | | 20 |
| Fachkräfte durch Ausbildungen und Beschäftigungen im Einklang von Familien und Beruf sichern | | 10 |
| Existenzgründungen vor allem von Frauen fördern | | 5 |
| HF 2: Kultur und Natur – naturnaher, ländlicher Naherholungs- und Erlebnistourismus | | Zielgröße |
| Ziele | Indikatoren | 2020 |
| Die vielfältige Landschaft aus Hecken, steinreichen Böden, Trockenrasen und Wald mit attraktiven Naturerlebnis- und Erholungsangeboten für Alle erlebbar machen | Anzahl der Projekte, die zur Erreichung des jeweiligen Ziels beitragen. | 20 |
| Angebot, die Natur zu erleben, und Kulturgenuss als individuelle Module entwickeln mit den Elementen: die Region entdecken und sich überraschen lassen | | 25 |
| Kunst, Kultur und Geschichte des Heckengäus zum prägenden Merkmal der Kulturlandschaft weiter entwickeln | | 20 |
| Die Leader-Region Heckengäu innerhalb und außerhalb der Region als überregional bekannte Marke weiter entwickeln | | 20 |

| HF 2: Kultur und Natur – naturnaher, ländlicher Naherholungs- und Erlebnistourismus (Forts.) | | Zielgröße |
|---|---|-----------|
| Die vorhandenen Akteure und Initiativen (wie z.B. aus Streuobstparadies, PLENUM, Life+) vernetzen und gemeinsames Handeln zum prägenden Regionsmerkmal entwickeln | Anzahl der Projekte, die zur Erreichung des jeweiligen Ziels beitragen. | 30 |
| Eine gemeinsame und übersichtliche Plattform mit neuen Medien für die unterschiedlichen Zielgruppen aufbauen und pflegen | | 15 |
| Eine touristische Infrastruktur mit guten und barrierefreien Mobilitätsangeboten ausbauen | | 20 |
| Regionale Produkte und gastronomische Angebote vermehrt vermarkten | | 25 |
| Die Erreichbarkeit der Region Heckengäu mit dem ÖPNV und anderen Mobilitätsangeboten verbessern | | 5 |
| HF 3 Landschaftspflege und Naturschutz | | Zielgröße |
| Ziele | Indikatoren | 2020 |
| Die vielfältige Landschaft durch landwirtschaftliche Nutzung und fachgerechte Pflege erhalten | Anzahl der Projekte, die zur Erreichung des jeweiligen Ziels beitragen. | 15 |
| Eine enge Zusammenarbeit von Initiativen, Verbänden, Vereinen, Schulen und Ämtern etablieren. | | 18 |
| Gemeinsame Naturschutzziele entwickeln | | 15 |
| Durch attraktive Bildungs- und Mitmachangebote die Begeisterung für Landschaftspflege und den Naturschutz wecken | | 15 |
| Den Absatz der hochwertigen regionalen Produkte stärken | | 15 |
| Aus nachwachsendem Landschaftspflegematerial Energie erzeugen | | 5 |
| Die Vernetzung der Biotope ausweiten | | 10 |
| Den Umwelt- und Klimaschutz stärken | | 18 |

1

II.3.6 Aktionsplan

Der Aktionsplan für die Jahre 2015-2020 wurde für die Bereiche Prozessmanagement, Aufgaben, Handlungsfelder, Projekte und Kooperationen aufgestellt und enthält Informationen für die Umsetzung der erarbeiteten Entwicklungsstrategie (siehe Tabelle 15). Im Anhang befindet sich der Aktionsplan für 2018-2020.

Zusätzlich zum Aktionsplan wird jährlich ein Jahresplan, der neben den Angaben im Aktionsplan die Meilensteine und den Umsetzungsgrad enthält, eingesetzt. Dadurch können die aufgestellten Etappenziele regelmäßig überprüft werden. Dazu soll die Evaluierungsmethode „Zielfortschrittskontrolle“ genutzt werden. (siehe Kap. III.4.1).

1 Im Zuge der Zwischenevaluierung wurden die Zielgrößen im Frühjahr 2018 gemeinsam mit dem Vorstand (Auswahlgremium) angepasst.

| Aktionsplan LEADER 2014-2020 | 2015 | | | | | | | | | | | | 2016 | | | | | | | | | | | | 2017 | | | | | | | | | | | |
|--|------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Prozessmanagement | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| LAG-Sitzungen | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Start-Veranstaltung LEADER 2014-2020 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Gründung des Vereins | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Vorstandsitzungen | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Mitgliederversammlung | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Klausurtagung | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Arbeitskreissitzung HF 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Arbeitskreissitzung HF 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Arbeitskreissitzung HF 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Jugendwerkstatt | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Regionalforum | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Wettbewerb | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Exkursionen | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| LEADER-Stammtisch | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Stammtisch LEADER meets Unternehmen | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Thematische Workshops | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Aufgaben | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| kontinuierliche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Newsletter/Infobrief | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Monitoring-Daten erfassen | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Monitoring-Daten für jährliche Klausurtagung aufarbeiten | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Jahrsbericht erstellen | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Zwischenevaluierung | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Abschlussvaluierung | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Startprojekte | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| weitere Projekte | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Startprojekte | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| weitere Projekte | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Startprojekte | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| weitere Projekte | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Koop. HF 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| HF 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| HF 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Koop. HF 1-3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Tabelle 15: Aktionsplan für die Jahre 2015-2017²

² Die Betitelung "Arbeitskreissitzung" wurde im Zuge der Projektarbeit in "Projektentwicklungswerkstatt" umbenannt.

II.4 Gebietsübergreifende / transnationale Kooperationen mit anderen Aktionsgruppen

In den Themenbereichen Regionale Vermarktung, Naturschutz, Jugend und Tourismus sind Kooperationsvorhaben für die LEADER-Förderphase 2014-2020 angedacht, die in der nachfolgenden Tabelle dargestellt sind. Dazu werden die Themenbereiche, die Titel und die Partner der geplanten Vorhaben sowie deren Zuordnung zu den Handlungsfeldern aufgezeigt.

| Vorhaben | | | |
|--------------------------------------|--|--|----|
| Themenbereich | Titel | Partner, LAG | HF |
| Regionale Vermarktung Naturschutz | Vermarktung von Kleintierheu von Flachlandmähwiesen | LAG Bodensee | 3 |
| | Inwertsetzung der typischen Streuobstwiesen durch Entwicklung und Vermarktung innovativer Produkte im Streuobstbereich | LAG Bodensee, Biosphärengebiet Schwäbische Alb | 3 |
| Tourismus | Europäischer Kulturfernwanderweg „Hugenotten- und Waldenserpfad“ | Kooperation auf nationaler und internationaler Ebene mit den LEADER-Regionen entlang der Route des europäischen Kulturfernwanderwegs | 2 |
| | Transnationale Kooperation | Regionalentwicklung Vorarlberg | 2 |
| | Vermarktungsoffensive zum Hauptwanderweg 5 – vom Schwarzwald über die Schwäbische Alb zum Allgäu | Gebietsübergreifende Kooperation mit den LEADER-Regionen entlang des Hauptwanderwegs 5 | 2 |
| Jugend | Jugend-Freizeit-Mobilitäts-App | LAG Mittlerer Schwarzwald, LAG „Rund um den LIMES in Hohenlohe-Heilbronn“ | 1 |
| Wirtschaft | Familienfreundliche Strukturen, regionale Wirtschaftskreisläufe und Fachkräftesicherung | LES 2020 Regionalentwicklung Vorarlberg | 1 |

Nachfolgend sind die ausgearbeiteten Kooperationsprojekte beschrieben. Das Kooperationsprojekt im Bereich Jugend ist im Kapitel II.3.4 dargestellt.

Inwertsetzung der typischen Streuobstwiesen durch Entwicklung und Vermarktung innovativer Produkte im Streuobstbereich

Das Kooperationsprojekt soll mit der LAG Heckengäu, LAG Bodensee und dem Biosphärengebiet Schwäbische Alb entstehen. Alle drei Regionen werden durch die einmalige Kulturlandschaft der Streuobstwiesen geprägt. Die Kooperation möchte durch die Strategie „Schutz durch Nutzung“ dem Verlust der Nutzung und dem damit einhergehenden Verschwinden regional-typischen Kulturguts sowie dem Rückgang der Biodiversität entgegenwirken. Mit der Kreierung von neuen Qualitätsprodukten soll in der Bevölkerung die Wertschätzung für innovative regionale Produkte ins Bewusstsein rücken und die Wertschöpfungskette gesteigert werden. Durch dieses neue Bewusstsein werden die Streuobstwiesen wieder gepflegt, Bäume nachgepflanzt und diese artenreiche Kulturlandschaft erhalten. Als erstes Projekt ist der BIRNEAU zu nennen, ein Getränk, welches ausschließlich aus Birnen hergestellt werden soll, die aus Streuobstwiesen stammen. Die Partner verwenden nur Rohware aus eigenem Anbau oder von Obstlieferanten, die vertraglich zugesichert haben, einen Mindestpreis nach einem Aufpreismodell zu zahlen. Bei diesem Projekt sollen die bisher weniger genutzten großkronigen, überwiegend hochstämmigen Birnenbäume mittels innovativer Produktentwicklung in Wert gesetzt werden.

Beitrag zum Handlungsfeld

2.1., 2.4., 2.5., 3.1., 3.5., 3.7

Kooperationspartner bzw. -regionen

LEADER Region Heckengäu (Siegfried Zenger), LEADER Region Bodensee (Michael Baldenhofer) Biosphärengebiet Schwäbische Alb (Achim Nagel), Wieseneigentümer, außerdem Keltereien, Brennereien aus den Kooperationsregionen

Kleintierheu von Flachlandmähwiesen

Das Projekt hat überörtliche Bedeutung und umfasst FFH-Flachlandmähwiesen in den Projektgebieten Heckengäu und Bodensee. Die Partner bilden im Rahmen des Kooperationsprojektes einen Zusammenschluss, um hochwertiges Kleintierfutter zu entwickeln und zu vermarkten. Wird ein Kooperationspartner gefunden, kann das Heu per Hand in Werkstätten von Menschen mit Behinderung verpackt werden (bspw. Heckengäu/ Deckenpfronn - Dorfgemeinschaft Tennental). Nach Etablierung kann eine Ausdehnung des Segments angedacht werden (Heucobs/, „große Pellets; kleine Heulageballen; auch für die Pferdefütterung geeignet).

„Schutz durch Nutzung“ ist die gemeinsame Strategie der LEADER Regionen Heckengäu und Bodensee, um die bedeutsamen FFH-Flachlandmähwiesen in Wert zu setzen. Baden-Württemberg trägt für diese Wiesen auf europäischer Ebene eine besondere Verantwortung.

Beitrag zum Handlungsfeld

3.1., 3.5., 3.6., 1.8, 1.4, 2.4., 2.8.

Kooperationspartner bzw. -regionen

LEADER Region Heckengäu, LEADER Region Bodensee, Landwirte aus beiden Regionen, Kooperation mit Werkstätten für behinderte Menschen (Z.B. Dorfgemeinschaft Tennental e.V.), NABU als weiter Kooperationspartner.

HW 5 – vom Schwarzwald über das Heckengäu, die Schwäbische Alb zum Allgäu

Touristische Inwertsetzung der ländlichen Regionen durch Ausbau/Etablierung von buchbaren Wanderangeboten am HW5, Aufwertung und koordinierte Vermarktung des Fernwanderweges.

Das Projekt greift den ungebrochenen Trend des Wanderns bzw. Fernwanderns auf und nutzt die gute Ausstattung und Beschilderung des HW 5. Der gepflegte Wanderweg verbindet die Naturräume Schwarzwald, Heckengäu, Schwäbische Alb und Allgäu, und damit die Goldstadt Pforzheim mit dem Schwarzen Grat bei Isny. Er zeichnet sich durch seine landschaftliche Vielfalt, naturkundliche Besonderheiten und zahlreiche historische Sehenswürdigkeiten am Wegesrand aus.

| | |
|---|---|
| Hier wird Potenzial für eine intensivere Nutzung gesehen, von der insbesondere gastronomische Einrichtungen, Übernachtungsbetriebe, Naturführer und der Einzelhandel im ländlichen Raum profitieren können. | |
| Beitrag zum Handlungsfeld | 2.1., 2.2., 2.4., 2.5. |
| Kooperationspartner bzw. -regionen | LEADER Region Heckengäu, LEADER Region Mittlere Alb, 8 Landkreise, verschiedene Tourismusverbände (Schwarzwald Tourismus GmbH, Oberschwaben Tourismus GmbH, Ferienregion Allgäu, Bodensee), Schwäbischer Albverein, Naturführer e.V., Naturpark Schönbuch, weitere Partner |

Für die Vorhaben und Kooperationsprojekte liegen Absichtserklärungen vor, die im Anhang dargestellt sind.

III Durchführung und Prozessgestaltung

III.1 Regularien, Aufgabenverteilung der LAG und Geschäftsordnung

An dieser Stelle wird auf die Entscheidungs- und Organisationsabläufe der regionalen Partnerschaft und insbesondere der Lokalen Aktionsgruppe (LAG) eingegangen. Anschließend wird das Geschäfts- und Leistungskonzept für das Regionalmanagement beschrieben.

III.1.1 Steuerungs- und Entscheidungsregelungen

In der Vereinssatzung (siehe Homepage LEADER Heckengäu) sind die genannten Gremien Vorstand und Geschäftsführer Vorstand, Mitgliederversammlung, Geschäftsstelle (Regionalmanagement), Arbeitskreise und temporäre Projektgruppen festgelegt. Nach Auswahl als LEADER-Region wird zusätzlich zu der Vereinssatzung eine Geschäftsordnung erarbeitet, die die Aufgaben dieser Gremien dokumentiert.

| Aufgaben der LAG | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Begleitung und Evaluierung des LEADER-Prozesses • Beteiligung der Interessensgruppen, der regionalen Akteurinnen und Akteure sowie der Bevölkerung durch öffentliche Veranstaltungen • Fortschreibung des Regionalen Entwicklungskonzeptes • Einrichtung von Arbeitskreisen und Projektgruppen nach Bedarf • Prüfung der Förderwürdigkeit von Projekten | <ul style="list-style-type: none"> • Entscheidung als Auswahlgremium über die Förderanträge • Aufbau von regionalen und regionsübergreifenden bzw. transnationalen Kooperationen • Information über den LEADER-Prozess, die Ergebnisse und den Fortschritt • Weiterentwicklung des Öffentlichkeitskonzeptes • Wahl des Vorstandes der LAG |
| Aufgaben des Vorstandes | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Leitung der Lokalen Aktionsgruppe • Vertretung der Lokalen Aktionsgruppe nach außen • Unterstützung von LEADER-Anliegen und -Projekten in der Region | <ul style="list-style-type: none"> • Anbahnung bzw. Unterstützung der überregionalen und transnationalen Kontakte und Projekte • Dienst- und Fachaufsicht über die Mitarbeiter/-innen der Geschäftsstelle |
| Aufgaben der Arbeitskreise und temporären Projektgruppen | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Mitwirkung bei der Fortschreibung des Konzeptes • Entwicklung und Qualifizierung von Projektideen | <ul style="list-style-type: none"> • Mitwirkung bei der Evaluierung |
| Aufgaben des Regionalmanagements | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Koordinierung des LEADER-Prozesses • Beratung der LEADER-Akteure der Region in fachlichen Fragen • Unterstützung, Vorbereitung, Planung und Abwicklung von Umsetzungsprojekten • Moderation und fachliche Begleitung in Arbeitskreisen, Projektgruppen und Veranstaltungen • Vernetzungsarbeit | <ul style="list-style-type: none"> • Informationsaustausch mit den Fachstellen (Ministerien, Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume) • Abstimmung der LEADER-Förderung mit anderen Förderprogrammen • Öffentlichkeitsarbeit • Einbindung weiterer thematischer und fachlicher Interessensgruppen • Beteiligung der Bevölkerung |

Tabelle 16: Aufgabenverteilung zwischen den Gremien der Lokalen Aktionsgruppe

Entscheidungs- und Organisationsabläufe

Für die Lokale Aktionsgruppe sollen in der Geschäftsordnung die Einberufung der Sitzungen (Einladung, Tagesordnung, Vorabinformationen und Einladungsfrist), die Beschlussfähigkeit und das Abstimmungsverfahren sowie die Befangenheit von LAG-Mitgliedern (siehe auch Kapitel III.2) geregelt werden.

Beschlussfähigkeit und Abstimmungsverfahren des LAG-Auswahlgremiums

Der Vorstand ist als Auswahlgremium beschlussfähig, wenn mindestens die Hälfte der stimmberechtigten Mitglieder anwesend ist. Bei jeder Entscheidung über ein Projekt ist für die Beschlussfähigkeit bei der Abstimmung ein Mindestquorum von 50% für die Mitgliedergruppe „Wirtschafts- und Sozialpartner sowie andere Vertreter der Zivilgesellschaft“ notwendig. Dieses 50%-Quorum bezieht sich nicht auf das Ergebnis der Abstimmung, sondern auf die Abstimmenden, also auf die Beschlussfähigkeit.

Beschlüsse des Auswahlgremiums finden in der Regel in einer offenen Abstimmung statt und werden mit einfacher Mehrheit der Mitglieder gefasst. Bei Stimmgleichheit entscheidet die Stimme des Vorsitzenden bzw. im Verhinderungsfall die Stimme seines Stellvertreters. Beschlüsse des Auswahlgremiums können auch im schriftlichen Umlaufverfahren gefasst werden.

III.1.2 Geschäfts- und Leistungskonzept des Regionalmanagements

Die Lokale Aktionsgruppe (LAG) bedient sich eines Regionalmanagements zur Erledigung ihrer Aufgaben. Die Koordinierung des LEADER-Prozesses ist eine Kernaufgabe und soll daher in enger Zusammenarbeit des Vorstandes, des Geschäftsführenden Vorstandes und des Regionalmanagements erfolgen.

In den Stellenbeschreibungen der Mitarbeiter der Geschäftsstelle sollen die Aufgaben (siehe Tabelle 1), die Vertretungsregelungen, die Weisungsbefugnisse zwischen den Mitarbeitern sowie die Fach- und Dienstaufsicht festgehalten werden.

In der Förderperiode 2014-2020 sind für die Mitarbeiter des Regionalmanagements u.a. der Besuch von folgenden Veranstaltungen, Workshops und Weiterbildungsmaßnahmen angedacht:

- Besuch von Veranstaltungen des LGL und MLR
- Seminare und bundesweite LEADER-Tagungen der Deutschen Vernetzungsstelle Ländliche Räume
- Euregia-Messe in Leipzig
- Zukunftsforum Ländlicher Raum des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft
- Methodische Weiterbildungen

Weiterentwicklung und Verstetigung der Regionalentwicklung

Die Einrichtung des Vereins ist der erste Ansatz, die Regionalentwicklung im Aktionsgebiet dauerhaft einzurichten. Daher soll bei der Umsetzung von LEADER im Rahmen eines Projektes die Weiterentwicklung und Verstetigung sowie die dauerhafte institutionelle Einrichtung eines Regionalmanagements geprüft werden. Dabei kann an das durchgeführte PLENUM-Verstetigungsprojekt angeknüpft werden.

III.2 Diskriminierungsfreies und transparentes Verfahren zur Projektauswahl (Projektauswahlkriterien)

Der Vorstand des Vereins nimmt als Auswahlgremium der Lokalen Aktionsgruppe (LAG) die Auswahl der zu fördernden Projekte vor. Das entwickelte, nicht diskriminierende und transparente Auswahlverfahren mit Grundvoraussetzungen und qualitativen Bewertungskriterien garantiert zudem, dass mindestens 50 % der Stimmen in den Auswahlentscheidungen von Partnern stammen, bei denen es sich nicht um Vertreter der Behörden handelt. Die Zusammensetzung der Lokalen Aktionsgruppe ist in Kapitel I.2 beschrieben. Außerdem wurde die Befangenheit der LAG-Mitglieder geregelt. Diese wird nach Auswahl als LEADER-Region in einer Geschäftsordnung dokumentiert.

Befangenheit

Mitglieder des Auswahlgremiums sind an den Beratungen und Entscheidungen zur Projektauswahl ausgeschlossen, an denen sie persönlich beteiligt sind. Die Mitglieder sind im Falle einer persönlichen Beteiligung verpflichtet, dies dem Vorsitzenden anzuzeigen.

Die Mitwirkung eines wegen persönlicher Beteiligung ausgeschlossenen Mitglieds hat grundsätzlich nur dann die Ungültigkeit der Projektauswahlentscheidung zur Folge, wenn diese für das Abstimmungsergebnis entscheidend war.

Eine persönliche Beteiligung eines Mitglieds liegt vor, wenn die Projektentscheidung ihm selbst, Angehörigen oder einer von ihm vertretenen natürlichen oder juristischen Person des Privatrechts einen unmittelbaren Vorteil oder Nachteil verschaffen würde. Angehörige sind alle, zu deren Gunsten dem Mitglied in einem Strafverfahren das Zeugnisverweigerungsrecht aus persönlichen Gründen zusteht.

Bei kommunalen Vertretern (Bürgermeister, Landrat) oder einem anderen öffentlichen Vertreter liegt kein Interessenskonflikt vor, wenn das Projekt nicht mit einem unmittelbaren persönlichen Vor- oder Nachteil für ihn selbst oder seine Angehörigen, sondern für die Gebietskörperschaft oder öffentliche Stelle verbunden ist, die er vertritt. In diesem Fall darf er an der Beratung und Abstimmung des Auswahlgremiums über das Projekt teilnehmen. Letzteres gilt auch bei Projekten der Lokalen Aktionsgruppe (LAG).

III.2.1 Grundvoraussetzungen und Bewertungskriterien

In der Tabelle 17 sind die Grundvoraussetzungen genannt, die ein Projekt erfüllen muss, um als förderwürdig bewertet zu werden. Für die Bewertung der eingereichten Projektanträge wurden qualitative Bewertungskriterien entwickelt und ein Projektauswahlverfahren erarbeitet.

Die einzelnen Kriterien werden auf einer Skala von 0 bis 4 Punkten bewertet. Dabei bedeutet 0 Punkte „nicht erfüllt“ und 4 Punkte „voll erfüllt“. Je Kriterium ist die jeweilige Anzahl der Punkte genauer definiert. Das bedeutet z.B. beim Kriterium „Das Projekt trägt zum Erreichen der Handlungsfeldziele bei“, Beitrag zu 1-2 Handlungsfeldzielen = 1 Punkt, zu 3-4 Handlungsfeldzielen = 2 Punkte, zu 5-6 Handlungsfeldzielen = 3 Punkte. 4 Punkte werden bei einem Beitrag zu sieben oder mehr Handlungsfeldzielen je Handlungsfeld verteilt.

Des Weiteren wurden die Bewertungskriterien „Beitrag zur interkommunalen und regionalen Zusammenarbeit, zur nachhaltigen Entwicklung und zur Bürgerbeteiligung“ mit einem Faktor von 2 gewichtet. Die Bewertungskriterien „Beitrag zu den Handlungsfeldzielen Innovation und Modellhaftigkeit sowie zur Verbesserung der Stadt-Land-Beziehungen“ wurden mit einem Faktor von 3 gewichtet. Mit diesen Gewichtungsfaktoren sollen Projekte gezielt gefördert werden. Dabei müssen die Projekte mindestens 40 Punkte der maximal 110 möglichen Punkte erreichen. Besonders innovative und zur Strategie passende Projekte sollten über 70 Punkte erreichen.

Das Projektauswahlverfahren liegt als Excel-Datei vor und wird als Anlage zum Protokoll der Auswahlausschuss-Sitzungen zur Dokumentation der Projektauswahl genutzt.

| Projektbewertung (Stand: 13. Juni 2016) | | | | | | | |
|--|--------------|-------------------|---|---------------|-------------------------|-------------------|--------|
| Grundvoraussetzungen | | | | | | | |
| Das Projekt | ja | nein | | | | | |
| wird im Aktionsgebiet umgesetzt bzw. dient vorrangig dem Aktionsgebiet | | | alle Grundvoraussetzungen müssen erfüllt sein | | | | |
| läßt sich mindestens einem HF zuordnen. | | | | | | | |
| beruht auf einem realistischen Zeitplan. | | | | | | | |
| hält sich an die von der Aktionsgruppe beschlossene Kostenobergrenze. | | | | | | | |
| bzw. der Projektträger stellt die Gesamtfinanzierung plausibel dar. | | | | | | | |
| lässt sich der Maßnahme LEADER im MEPL III zuordnen und entspricht der VwV LEADER. | | | | | | | |
| Qualitative Bewertung | | | | | | | |
| Bewertungskriterien | kein Beitrag | niedriger Beitrag | mittlerer Beitrag | hoher Beitrag | besonders hoher Beitrag | | |
| Das Projekt leistet einen Beitrag | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | Gewichtungsfaktor | Punkte |
| 1 zum Erreichen der Ziele des Handlungsfeldes 1 "Leben und Arbeiten auf dem Land im Einklang von Familie und Beruf". | | | | | | 3 | 0 |
| 2 zum Erreichen der Ziele des Handlungsfeldes 2 "Kultur und Natur – naturnaher, ländlicher Naherholungs- und Erlebnistourismus". | | | | | | 3 | 0 |
| 3 zum Erreichen der Ziele des Handlungsfeldes 3 "Landschaftspflege und Naturschutz". | | | | | | 3 | 0 |
| 4 zur interkommunalen und regionalen (=innerhalb der Region) Zusammenarbeit. | | | | | | 2 | 0 |
| 5 zur gebietsübergreifenden oder transnationalen Kooperation. | | | | | | 1 | 0 |
| 6 zur innovativen und modellhaften Entwicklung der Region. | | | | | | 3 | 0 |
| 7 zur Verbesserung der Stadt-Land-Beziehung. | | | | | | 3 | 0 |
| 8 zur nachhaltigen Entwicklung der Region. | | | | | | 2 | 0 |
| 9 zur Arbeitskraftsicherung und -schaffung. | | | | | | 1 | 0 |
| 10 zur Begegnung des demografischen Wandels. | | | | | | 1 | 0 |
| 11 zur Bürgerbeteiligung. | | | | | | 2 | 0 |
| 12 zur Vernetzung der Akteure. | | | | | | 1 | 0 |
| 13 Bonuspunkte: privates / gewerbliches Projekt | X | | X | X | X | 10 | 0 |

Tabelle 17: Projektauswahlverfahren

III.2.2 Beschreibung der festgelegten Fördersätze

Die Strategiegruppe hat die Fördersätze für Modul 1 und 2 auf 40% festgesetzt. Die Priorisierung der Umnutzung und Modernisierung vor dem Baulückenschluss hat dazu geführt, dass diese Maßnahmen mit 30% angesetzt wurden. Es wurde auch kein erhöhter Fördersatz für strukturschwache Gemeinden festgelegt, da mit der einheitlichen Fördersatzhöhe im Vergleich zu den niedrigeren Fördersätzen des Entwicklungsprogramms Ländlicher Raum (ELR) ein Anreiz für eine Antragsstellung über LEADER gesetzt werden soll. Damit soll auch eine einfache Kommunikation der Fördersätze erreicht werden.

Die Strategiegruppe schlägt eine Überprüfung der Fördersätze nach 2 Jahren vor. Zudem sollen nach Aufnahme in das LEADER-Programm für die Module 1 und 2 zu den Ziffern ohne Beihilferelevanz Obergrenzen für die Förderung von Projekten festgelegt werden, die sich an die in Ziffer 6.2 der ELR-Verwaltungsvorschrift genannten Förderobergrenzen des Entwicklungsprogramms Ländlicher Raum (ELR) anlehnen.

Die festgelegten Fördersätze sind in den nachfolgenden Tabellen dargestellt.

Modul 1 Kommunale Projekte

| Ziff. | | Quelle Landesmittel | Finanzierungsanteile | | |
|-------|---------------------------|---------------------|----------------------|------|-----|
| | | | Träger | Land | EU |
| 01 | Kommunale Projekte | - | 40% | - | 60% |

| Ziff. | Kommunale Projekte zu privat-gewerblichen und privat-nichtgewerblichen Konditionen | Quelle Landesmittel | Finanzierungsanteile | |
|-------|--|---------------------|----------------------|------------|
| | | | Träger | Fördersatz |
| 02 | Dorferneuerung und -entwicklung | | | |
| 02 a | Modernisierung | - | 60% | 40% |
| 02 b | Umnutzung | - | 60% | 40% |
| 02 c | Baulückenschluss | - | 70% | 30% |
| 02 d | Anderes | - | 60% | 40% |
| 03 | Dienstleistungen zur Grundversorgung | - | 60% | 40% |
| 04 | Förderung des Tourismus | - | 60% | 40% |
| 05 | Gründung und Entwicklung von Unternehmen | | | |
| 05 a | Existenzgründung | - | 60% | 40% |
| 05 b | Existenzfestigung | - | 60% | 40% |
| 06 | Weitere investive und nicht investive Projekte | - | 60% | 40% |

Modul 2

+ Private Projekte

| Ziff. | | Quelle Landesmittel | Finanzierungsanteile | |
|-------------|---|---------------------|----------------------|------------|
| | | | Träger | Fördersatz |
| 07 | Dorferneuerung und -entwicklung | | | |
| 07 a | Modernisierung ¹ | ELR | 60% | 40% |
| 07 b | Umnutzung ² | ELR | 60% | 40% |
| 07 c | Baulückenschluss ² | ELR | 70% | 30% |
| 07 d | Anderes ³ | ELR | 60% | 40% |
| 08 | Dienstleistungen zur Grundversorgung ⁴ (nur Unternehmen unter 50 Beschäftigte) | ELR | 60% | 40% |
| 09 | Förderung des Tourismus ⁴ (nur Unternehmen unter 50 Beschäftigte) | ELR | 60% | 40% |
| 10 | Gründung und Entwicklung von Unternehmen ⁴ (nur Unternehmen unter 50 Beschäftigte) | | | |
| 10 a | Existenzgründung | ELR | 60% | 40% |
| 10 b | Existenzfestigung | ELR | 60% | 40% |
| 11 | Gemeinwohlorientierte Projekte ohne Beihilferelevanz | ELR | 40% | 60% |

¹ Die Förderung ist auf maximal 21.000 Euro je Wohneinheit begrenzt

² Die Förderung ist auf maximal 52.500 Euro je neu entstehender Wohneinheit begrenzt

³ Die Förderung ist auf maximal 52.500 Euro begrenzt.

⁴ Auf Grundlage der De-Minimis-Regel dürfen die aktuell beantragte Summe sowie die in den letzten beiden Jahren erhaltenen Fördersummen nicht höher als 200.000 Euro sein.

Modul 3
Landschaftspflegeberichtlinie (LPR)

| Ziff. | ⁵ | Quelle Landesmittel | Finanzierungsanteile | |
|-----------|---|---------------------|----------------------|------------------|
| | | | Träger | Förder-satz |
| 12 | Investitionen für Arten- und Biotopschutz (LPR B und C1) | | | |
| 12 a | Anträge von Vereinen und Verbänden bei der Förderung der Arbeitsleistung (Handarbeit) ehrenamtlicher Helfer | LPR | 70% | 30% ⁶ |
| 12 b | Anträge von Vereinen/Verbänden | LPR | 25% | 75% |
| 12 c | Anträge von Landwirten | LPR | 5% | 95% |
| 12 d | Anträge von Gebietskörperschaften | LPR | 45% | 55% |
| 12 e | Anträge von Gebietskörperschaften bei besonders naturschutzwichtigen Maßnahmen ⁷ | LPR | 25% | 75% |
| 12 f | Anträge im Übrigen | LPR | 25% | 75% |
| 12 g | Anträge von Gebietskörperschaften bei Biotopentwicklung mit Grunderwerb | LPR | 45% | 55% |
| 12 h | Anträge von Gebietskörperschaften bei Biotopentwicklung mit Grunderwerb bei besonders naturschutzwichtigen Maßnahmen ⁶ | LPR | 25% | 75% |
| 12 i | Anträge im Übrigen bei Biotopentwicklung mit Grunderwerb | LPR | 5% | 95% |
| 13 | Investitionen für Naturschutz und Landschaftspflege (LPR D3) | | | |
| 13 a | Anträge von Vereinen und Verbänden bei der Förderung der Arbeitsleistung (Handarbeit) ehrenamtlicher Helfer | LPR | 70% | 30% ⁵ |
| 13 b | Anträge von Vereinen und Verbänden | LPR | 25% | 75% |
| 13 c | Anträge von Vereinen und Verbänden bei besonders naturschutzwichtigen Maßnahmen ⁷ | LPR | 5% | 95% |
| 13 d | Anträge von Gebietskörperschaften | LPR | 45% | 55% |
| 13 e | Anträge von Gebietskörperschaften bei besonders naturschutzwichtigen Maßnahmen ⁷ | LPR | 25% | 75% |

⁵ Auf Grundlage der De-Minimis-Regel dürfen die aktuell in LPR Teil B beantragte Summe sowie die in den letzten beiden Jahren erhaltenen Fördersummen nicht höher als 15.000 Euro sein. In allen übrigen LPR-Teilen dürfen die aktuell beantragte Summe sowie die in den letzten beiden Jahren erhaltenen Fördersummen nicht höher als 200.000 Euro sein

⁶ 30% des jeweiligen Maschinenringsatzes.

⁷ Besonders naturschutzwichtige Maßnahmen: Die Maßnahmen dienen den Zielen von FFH- und Vogelschutzrichtlinie, Naturschutzgebieten, Nationalpark, Naturdenkmale, Gesetzlicher Biotopverbund nach § 21 BNatSchG, Besonders geschützte Biotope gemäß § 30 BNatSchG bzw. § 32 NatSchG und dem Artenschutzprogramm des Landes.

| | | | | |
|------|---|-----|-----|-----|
| 13 f | Anträge von Landwirten und natürlichen Personen für Ställe, bauliche Anlagen, Fahrzeuge, Maschinen und technische Hilfsmittel | LPR | 45% | 55% |
| 13 g | Anträge von Landwirten und natürlichen Personen für Sonstiges (einschließlich Weidezäune) | LPR | 25% | 75% |
| 13 h | Anträge von Landwirten und natürlichen Personen für Sonstiges (einschließlich Weidezäune) bei besonders naturschutzwichtigen Maßnahmen ⁷ | LPR | 5% | 95% |
| 14 | Dienstleistungen für Naturschutz und Landschaftspflege (LPR E1 und E3) | | | |
| 14 a | Anträge von Gebietskörperschaften | LPR | 45% | 55% |
| 14 b | Anträge von Gebietskörperschaften bei besonders naturschutzwichtigen Maßnahmen ⁷ | LPR | 25% | 75% |
| 14 c | Anträge im Übrigen | LPR | 25% | 75% |
| 14 d | Anträge im Übrigen bei besonders naturschutzwichtigen Maßnahmen ⁷ | LPR | 5% | 95% |

⁷ Besonders naturschutzwichtige Maßnahmen: Die Maßnahmen dienen den Zielen von FFH- und Vogelschutzrichtlinie, Naturschutzgebieten, Nationalpark, Naturdenkmale, Gesetzlicher Biotopverbund nach § 21 BNatSchG, Besonders geschützte Biotope gemäß § 30 BNatSchG bzw. § 32 NatSchG und dem Artenschutzprogramm des Landes.

Modul 4 Innovative Maßnahmen für Frauen im ländlichen Raum

| Ziff. | | Quelle Landesmittel | Finanzierungsanteile | |
|-------|---|---------------------|----------------------|------------|
| | | | Träger | Fördersatz |
| 15 | Qualifizierung / Coaching | IMF | 10% | 90% |
| 16 | Existenzgründung / Unternehmenserweiterung | IMF | 50% | 50% |

Ziff. zu Netzwerkorganisation ist über LEADER-Förderung weggefallen

Modul 5 Private nicht-investive Vorhaben Kunst und Kultur nach Art. 20 ELER-VO

| Ziff. | | Quelle Landesmittel | Finanzierungsanteile | |
|-------|--|---------------------|----------------------|------------|
| | | | Träger | Fördersatz |
| 17 | Private nicht-investive Vorhaben Kunst und Kultur nach Art. 20 ELER-VO | TG 77 | 40% | 60% |

Modul 6

Private Vorhaben, die den Zielen der Prioritäten 1 bis 6 des Art. 5 der ELER-VO entsprechen

| Ziff. | | Quelle Landesmittel | Finanzierungsanteile | |
|-------|--|---------------------|----------------------|------------|
| | | | Träger | Fördersatz |
| 18 | Private Vorhaben, die den Zielen der Prioritäten 1 bis 6 des Art. 5 der ELER-VO entsprechen. | - | 40% | 60% |

Modul 7

Regionalmanagement

| Ziff. | | Quelle Landesmittel | Finanzierungsanteile | | |
|-------|--------------------|---------------------|----------------------|------|-----|
| | | | Träger | Land | EU |
| 19 | Regionalmanagement | - | 40% | - | 60% |

Die Gültigkeit der LAG-Beschlüsse wird i.d.R. auf drei Monate befristet.

Die Obergrenze der förderfähigen Kosten eines Projektes wurde auf 700.000 Euro festgesetzt.

Zuwendungen (LEADER-Zuschüsse) unter 5.000 Euro unterliegen der Bagatellgrenze und werden nicht bewilligt. Ausnahmen können durch die zuständige Bewilligungsstelle bei entsprechender Begründung genehmigt werden.

Tabelle 18: Fördersatztabellen

III.3 Indikativer Finanzierungsplan nach Maßnahmenbereichen, Handlungsfeldern und Jahren

Auf Grundlage der im Rahmen der Erstellung des Regionalen Entwicklungskonzeptes entwickelten Projekte wurden die Finanzierungspläne aufgestellt. Die Schwerpunktsetzungen aufgrund der ausgewählten thematischen Prioritäten sowie der aufgestellten Handlungsfelder und Handlungsfeldziele (siehe Kap. II.2) wurden dabei berücksichtigt. Die geplanten Kooperationsmaßnahmen wurden den einzelnen Handlungsfeldern zugeordnet und bei der Kostenaufstellung für die Handlungsfelder eingerechnet.

In den nachfolgenden Finanztabellen sind die Fördermittel nach Handlungsfeldern und nach Maßnahmenbereichen dargestellt. Dazu wurden die Kosten nach Förderung der Vorhaben im Rahmen der lokalen Entwicklungsstrategie, d.h. der zu beschließenden Projekte, den Kooperationsmaßnahmen und den Verwaltungs- und Sensibilisierungskosten aufgeteilt. Die Kooperationsmaßnahmen beinhalten die Vorbereitung von gemeinsamen Projekten, den Erfahrungsaustausch zwischen den Regionen und die Durchführung der geplanten Projekte.

Mittelherkunft

Den Finanztabellen liegen die Zahlen des MLR zu Grunde, die im Rahmen der Informationsveranstaltungen gegeben wurden. Für die Umsetzung sollten 9,7 Mio. € eingesetzt werden. Daher werden die in Aussicht gestellte Summe von 2,8 Mio. € aus EU-Mitteln und 1,8 Mio. € aus Landesmitteln beantragt. Die Finanzierungsplanung ist zum Zeitpunkt der Fertigstellung des Regionalen Entwicklungskonzeptes naturgemäß auf Schätzungen angewiesen. Die in Finanzierungszusagen erklärte Bereitschaft der kommunalen und privaten Antragsteller zur Ko-Finanzierung zeigt das Engagement der Akteure und gewährleistet eine direkte Umsetzung in den Jahren 2015 und 2016. Für die Startprojekte liegen Finanzierungszusagen der Projektträger vor.

Der Einsatz des Landkreises Böblingen ist besonders hervorzuheben, der beabsichtigt, jährlich 30.000,00 € für die Gemeinden des Landkreises Böblingen zur Kofinanzierung bereitzustellen. Das Regionalmanagement wird über das Jahr 2020 hinaus bis 2022 fortgeführt. Die Mittel dafür sind in der Kalkulation 2020 eingeplant.

Für das Modul 6 „Freie Förderung privater Projekte“ ist geplant, nach Auswahl als LEADER-Region einen Kofinanzierungspool aufzustellen, auf den ab dem Jahr 2016 zugegriffen werden kann. Hierzu sollen sowohl Mittel von kommunalen und öffentlichen Trägern als auch Mittel von privaten Trägern, die zweckungebunden übertragen werden, akquiriert werden. Dazu soll eine lokale öffentliche Kofinanzierungspartnerschaft mit Vergaberegeln aufgebaut werden. Dieser Aufbau ist für das Jahr 2015 vorgesehen.

Verwendung der Fördermittel nach Handlungsfeldern

| | | Handlungsfeld I | Handlungsfeld II | Handlungsfeld III | Verwaltungskosten und Sensibilisierung | Gesamt |
|--------|----------------------|-----------------|------------------|-------------------|---|-----------|
| 2015 | Gesamtkosten | 490.000 | 425.000 | 155.333 | 155.000 | 1.225.333 |
| | EU-Mittel | 120.000 | 100.000 | 40.000 | 93.000 | 353.000 |
| | nat. öffentl. Mittel | 80.000 | 66.667 | 26.667 | 62.000 | 235.333 |
| 2016 | Gesamtkosten | 735.000 | 490.000 | 285.833 | 155.000 | 1.665.833 |
| | EU-Mittel | 180.000 | 120.000 | 70.000 | 93.000 | 463.000 |
| | nat. öffentl. Mittel | 120.000 | 80.000 | 46.667 | 62.000 | 308.667 |
| 2017 | Gesamtkosten | 816.667 | 653.333 | 326.667 | 155.000 | 1.951.667 |
| | EU-Mittel | 200.000 | 160.000 | 80.000 | 93.000 | 533.000 |
| | nat. öffentl. Mittel | 133.333 | 106.667 | 53.333 | 62.000 | 355.333 |
| 2018 | Gesamtkosten | 816.667 | 653.333 | 326.667 | 155.000 | 1.951.667 |
| | EU-Mittel | 200.000 | 160.000 | 80.000 | 93.000 | 533.000 |
| | nat. öffentl. Mittel | 133.333 | 106.667 | 53.333 | 62.000 | 355.333 |
| 2019 | Gesamtkosten | 514.500 | 328.300 | 343.000 | 155.000 | 1.340.800 |
| | EU-Mittel | 160.000 | 110.000 | 60.000 | 93.000 | 423.000 |
| | nat. öffentl. Mittel | 50.000 | 24.000 | 80.000 | 62.000 | 216.000 |
| 2020 | Gesamtkosten | 592.083 | 490.000 | 204.167 | 300.000 | 1.586.250 |
| | EU-Mittel | 145.000 | 120.000 | 50.000 | 180.000 | 495.000 |
| | nat. öffentl. Mittel | 96.667 | 80.000 | 33.333 | 120.000 | 330.000 |
| Gesamt | Gesamtkosten | 3.964.917 | 3.023.300 | 1.649.667 | 1.075.000 | 9.712.883 |
| | EU-Mittel | 1.005.000 | 770.000 | 380.000 | 645.000 | 2.800.000 |
| | nat. öffentl. Mittel | 613.333 | 464.000 | 293.333 | 430.000 | 1.800.667 |

Tabelle 19: Finanztabelle nach Handlungsfeldern

| Verwendung der Fördermittel nach Maßnahmenbereichen | | | | | |
|---|----------------------|---|-----------------------|--|-----------|
| | | Förderung der Vorhaben im Rahmen der lokalen Strategien | Kooperationsmaßnahmen | Verwaltungskosten und Sensibilisierung | Gesamt |
| 2015 | Gesamtkosten | 903.666 | 166.667 | 155.000 | 1.225.333 |
| | EU-Mittel | 200.000 | 60.000 | 93.000 | 353.000 |
| | nat. öffentl. Mittel | 133.333 | 40.000 | 62.000 | 235.333 |
| 2016 | Gesamtkosten | 1.344.166 | 166.667 | 155.000 | 1.665.833 |
| | EU-Mittel | 310.000 | 60.000 | 93.000 | 463.000 |
| | nat. öffentl. Mittel | 206.667 | 40.000 | 62.000 | 308.667 |
| 2017 | Gesamtkosten | 1.696.667 | 100.000 | 155.000 | 1.951.667 |
| | EU-Mittel | 404.000 | 36.000 | 93.000 | 533.000 |
| | nat. öffentl. Mittel | 269.333 | 24.000 | 62.000 | 355.333 |
| 2018 | Gesamtkosten | 1.746.667 | 50.000 | 155.000 | 1.951.667 |
| | EU-Mittel | 422.000 | 18.000 | 93.000 | 533.000 |
| | nat. öffentl. Mittel | 281.333 | 12.000 | 62.000 | 355.333 |
| 2019 | Gesamtkosten | 1.135.800 | 50.000 | 155.000 | 1.340.800 |
| | EU-Mittel | 312.000 | 18.000 | 93.000 | 423.000 |
| | nat. öffentl. Mittel | 142.000 | 12.000 | 62.000 | 216.000 |
| 2020 | Gesamtkosten | 1.269.583 | 16.667 | 300.000 | 1.586.250 |
| | EU-Mittel | 309.000 | 6.000 | 180.000 | 495.000 |
| | nat. öffentl. Mittel | 206.000 | 4.000 | 120.000 | 330.000 |
| Gesamt | Gesamtkosten | 8.096.549 | 550.001 | 1.075.000 | 9.721.550 |
| | EU-Mittel | 1.957.000 | 198.000 | 645.000 | 2.800.000 |
| | nat. öffentl. Mittel | 1.238.667 | 132.000 | 430.000 | 1.800.667 |

Tabelle 20: Finanztabelle nach Maßnahmenbereichen

III.4 Monitoring und Selbstevaluierung

Monitoring und Selbstevaluierung haben zum Ziel, die Umsetzungsprozesse zu steuern und Abweichungen rechtzeitig zu erkennen. Das dient auch dazu, die Akzeptanz und die Motivation innerhalb der Region zu fördern. Nachfolgend werden die methodischen und inhaltlichen Herangehensweisen beschrieben. Die im Leitfaden „Selbstevaluierung in der Regionalentwicklung – Leitfaden mit Methodenbox“ der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung, Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume (Hrsg. 2014) aufgezeigten drei Bewertungsbereiche „Inhalte und Strategie“, „Prozess und Struktur“ sowie „Aufgaben des Regionalmanagements“ werden auch für das Monitoring und die Selbstevaluierung der LEADER-Region Heckengäu genutzt.

III.4.1 Monitoring

Das Monitoring ist eine systematische und regelmäßige Erfassung der Umsetzung mit den nachfolgend beschriebenen Basisinformationen.

Bewertungsbereich Inhalte und Strategie

Um Informationen zu der gewählten Strategie zu erhalten, können die Handlungsfelder des Regionalen Entwicklungskonzeptes herangezogen werden und anhand der Indikatoren die Anzahl der Projekte nach Handlungsfeld und Jahr, sowie Finanzvolumen je Handlungsfeld und Jahr, erhoben werden. Dazu wird eine Statistik der Projekte mit den folgenden Informationen angelegt.

| Informationen | Methode |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Inhalte • Ziele • Projektträger • Kosten • Förderzuschüsse • Förderzeitraum • Meilensteine • Abschluss | <p>Für die Projektstatistik soll die Methode „Zielfortschrittskontrolle“, ergänzt um die Kosten und Förderzuschüsse sowie um Meilensteine, eingesetzt werden. Quelle: Selbstevaluierung in der Regionalentwicklung – Leitfaden mit Methodenbox – Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung, Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume (Hrsg. 2014).</p> |

Bewertungsbereich Prozess und Struktur

Die Organisationsstruktur wird anhand einer Aufstellung der Organisationsabläufe und Entscheidungswege sowie der Besetzung der Gremien und deren Sitzungen und Veranstaltungen bewertet (siehe dazu auch Kapitel I.2). Dazu werden die folgenden Indikatoren herangezogen.

| Indikatoren | Methode |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Anzahl der Gremien-Sitzungen (LAG, AK etc.) • Termine und Dauer der Sitzungen • Anzahl der Teilnahmen der Mitglieder an den Sitzungen • Zahl der durchgeführten Veranstaltungen • Anzahl der Teilnehmer bei den Veranstaltungen • Zahl der Arbeitskreise und Projektgruppen | <p>Für die kontinuierliche Sammlung der Informationen in den Bewertungsbereichen „Prozess und Strukturen“ und „Aufgaben des Regionalmanagements“ werden Tabellen in einem Tabellenkalkulationsprogramm angelegt.</p> |

Bewertungsbereich Aufgaben des Regionalmanagements

Zur Bewertung der Öffentlichkeitsarbeit durch die Geschäftsstelle werden die folgenden Indikatoren gesammelt:

- Anzahl der Artikel in Presse und Gemeindeblättern
- Anzahl der Beiträge in Rundfunk und Fernsehen
- Anzahl der Internetaufrufe
- Anzahl der Teilnahme an Veranstaltungen

Das Regionalmanagement dokumentiert anhand von Arbeitszeitnachweisen seine Arbeit. Dabei werden die Aufgabenbereiche Projektberatung, Projektbetreuung, Abstimmung mit Bewilligungsstellen, Begleitung der Gremien und Sitzungen, Vernetzung, Erstellung von Berichten etc. unterschieden. Die Kompetenzbildung und Qualifikation des Regionalmanagements und der am Prozess beteiligten Akteure soll anhand der Zahl der besuchten Weiterbildungen und der Anzahl der Bildungstage bewertet werden.

Vorgehensweise

Das kontinuierliche Monitoring wird aufbereitet und auf einer jährlichen Klausur des Vereinsvorstands (= Auswahlgremium der Lokalen Aktionsgruppe (LAG), der um weitere Akteure, z.B. Mitglieder der Arbeitskreise und Projektträger erweitert werden kann, überprüft. Notwendige Anpassungen werden vorgenommen.

III.4.2 Selbstevaluierung

Die gesammelten Informationen des Monitorings sind die Basis für die Bewertungen im Rahmen der Selbstevaluierung, die ebenso in die drei Bewertungsbereiche „Inhalte und Strategie“, „Prozess und Struktur“ sowie „Aufgaben des Regionalmanagements“ gegliedert wird. Für die Bewertungsbereiche können z.B. die folgenden im Leitfaden „Selbstevaluierung in der Regionalentwicklung – Leitfaden mit Methodenbox – Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung, Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume (Hrsg. 2014)“ dargestellten Methoden eingesetzt werden:

- Zielüberprüfung
- Zusammenarbeitsanalyse
- Organisationsstrukturen-Analyse
- Bilanzworkshops „Inhalte und Strategie“ und „Kundenzufriedenheit“
- Aufgaben und Vollzugskritik Regionalmanagement
- Kundenbefragung „Projekte“

Des Weiteren wurden aus dem Leitfaden erste Beispielfragen für die Selbstevaluierung ausgewählt. Diese sind im Anhang dargestellt.

Bis zum Ende der Förderphase soll alle zwei Jahre eine Selbstevaluierung durchgeführt werden, die mit externer Unterstützung erarbeitet wird. Neben den Befragungen der LAG-Mitglieder und der Projektträgerinnen und -träger sowie weiterer am Prozess beteiligter Akteurinnen und Akteure werden vor allem Methoden genutzt, die eine direkte Kommunikation ermöglicht. Dadurch entsteht direkt ein gemeinsames Ergebnis.

III.5 Öffentlichkeitsarbeit

Im Rahmen der Erstellung des Regionalen Entwicklungskonzeptes wurde eine intensive Öffentlichkeitsarbeit (siehe Übersicht der eingesetzten Medien im Anhang) durchgeführt. Darauf aufbauend wurde für die Förderperiode 2014-2020 ein Konzept zur Öffentlichkeitsarbeit erarbeitet, das nachfolgend beschrieben wird.

III.5.1 Das Konzept zur Öffentlichkeitsarbeit

Das Konzept beinhaltet Ziele und Zielgruppen sowie Maßnahmen für eine kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit. Die Arbeit richtet sich dabei nach den aktuellen, von der EU vorgegebenen Informations- und Publizitätsmaßnahmen (VO 1159/2000).

Ziele

Nachfolgend sind die wichtigsten Ziele der Öffentlichkeitsarbeit dargestellt:

- Die breite Öffentlichkeit über die Leitbilder und Ziele des Regionalen Entwicklungskonzeptes informieren.
- Potentielle Projektträger und Bürgerinnen und Bürger über die LEADER-Förder- und Beteiligungsmöglichkeiten informieren.
- Einen einheitlichen Kommunikationsauftritt aufbauen (Projekte und Veröffentlichungen sollen eindeutig als LEADER- und EU-Maßnahmen erkennbar sein).
- Vernetzungsmöglichkeiten für alle interessierten Akteure aufbauen.
- Regelmäßig über die Ergebnisse der LEADER-Arbeit und des Prozessfortschritts informieren.

Zielgruppen

Im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit sollen vor allem folgende Zielgruppen angesprochen werden:

- | | |
|---|--|
| • Mitglieder der LAG | • Wirtschaftsunternehmen |
| • Projektträger | • Soziale und wirtschaftliche Organisationen |
| • Arbeitskreis- und Projektgruppen-Mitglieder | • Bevölkerung, |
| • Gemeinden und öffentliche Behörden | • Überregionale und transnationale Netzwerke |
| • Vereine und Verbände | • EU- und LEADER-Vernetzungsstellen. |

Maßnahmen

Die folgenden Maßnahmen sollen umgesetzt werden:

- Presseartikel und -mitteilungen in regionalen und überregionalen Tageszeitungen sowie über die Pressestellen der Landratsämter, Verbände und Vereine und in den Mitteilungsblättern der Gemeinden veröffentlichen.
- Beiträge für Radio- und Fernsehsender erstellen.
- In Fachzeitschriften über LEADER-Themen berichten.
- In Jahresberichten und Infobriefen sowie Flyern und Broschüren über die LEADER-Arbeit berichten.
- Regelmäßige Veranstaltungen (Regionalforen, Fachtagungen etc.) durchführen.
- Plakate und Tafeln an den LEADER-Projekten zur EU-konformen Information anbringen.
- Homepage und Facebook regelmäßig pflegen.

ANHANG

ANLAGE 1: Übersicht der vorliegenden Unterstützererklärungen und Auswahl von Unterstützerschreibern

| Institution | Name |
|---|------------------------|
| Heckengäuführerin | Annegret Morlok- Klink |
| Intern. Kulturverein Gechingen e.V. | Gerhard Mörk |
| Geschäftsführerin Streuobst-Initiative | Martina Hörmann |
| Stadtbauamt, Wildberg, Landwirtin | Karolin Weik |
| VHS Wildberg | Astrid Korbel |
| BUND Nagold | Thomas Ebinger |
| Kreisseniorenrat Calw | Hansjörg Hummel |
| BUND Bezirksverband Gäu-Nordschwarzwald | Markus Pagel |
| PLENUM Heckengäu | Mechthild Vogel |
| Geschäftsführer AK Erwerbsobstbau Böblingen | Manfred Nuber |
| Apfelsaftinitiative Landkreis Böblingen | Manfred Nuber |
| Stadt Wildberg, Tourismus | Carolin Müller |
| Weil der Stadt | Jennifer Willms |
| LIFE rund ums Heckengäu | Monika Rieger |
| Kulturwerkstatt Deckenpfronn | Winfried, Kuppler |
| Heckengäu-Naturführer | Barbara Klein |
| Agenda Landschaft Weissach | Hansulrich Benz |
| Agenda Landschaft Weissach | Fero Freymark |
| Weidegemeinschaft Weissach-Flacht | Jürgen Herrmann |
| Gemeindeverwaltung Weissach | Daniel Hartmann |
| NABU Bezirksverband | Estrid Krafft-Uhl |
| Weidegemeinschaft Weissach-Flacht | Hartmut Ansel |
| PLENUM Heckengäu | Melanie Seitter |
| Schäferwagen Hotel- Wildberg e.V. | Peter Lücke |
| Geschäftsführung femos | Wilhelm, Kohlberger |
| Stiftung Zenit, Vorstand | Andrea Stratmann |
| Schotterwerk Mayer Mötzingen | Hans-Martin Kübler |
| Schotterwerk Böttinger GmbH & Co. KG | Hans Martin Kübler |
| Granulan GmbH & Co. KG | Hans-Martin Kübler |
| tb Nagoldtal GmbH | Hans-Martin Kübler |
| Schotterwerk Mayer | Hans-Martin Kübler |
| Landwirt Weissach | Fritz Jauß |
| Kreisbauernverband Böblingen | Andreas Kindler |
| Swingolf Renningen e.V. | Andreas Kindler |
| Energieagentur BB | Berthold Hanfstein |
| Stiftung Zenit | Birgit Riedel |
| Ortsvorsteher Gemeinde Althengstett- Ortsverwaltung Neuhengstett | Gerhard Dietz |
| GWW | Andrea Stratmann |
| Mitglied im Verband der Lehr- und Beratungskräfte in der Hauswirtschaft | Dagmar Jost |
| Verein für landw. Fachbildung | Regina Meier |
| Naturschutzbeauftragter Landkreis BB | Walter Wiedmann |

| Institution | Name |
|---|------------------------------------|
| Porsche AG, Weissach | Hans-Gerd Bode und Andreas Büchner |
| AMW Asphaltmischwerk | Hans Martin Kübler |
| Rotary Club Nagold-Herrenberg | Peter Kredatis |
| | Margit Kirchherr-Rohbeck |
| Weissach | Gerhard Mann |
| Heckengäu Naturführer e.V. | Otto Ehrenfried |
| Heckengäu Naturführerin, Schwarzwaldguide | Sonja Schmid |
| Landwirt | Andreas Schmid |
| Heckengäu Naturführer e.V. | Nicole Beck |
| | Rolf Röhm |
| 1. Vorsitzender Jugendgemeinderat Nagold | Tilman Schlögl |
| | Uli Kipp |
| OGV Nussdorf | Albert Geiger |
| | Marlis Haller |
| Flechtwerk | Siegfried Katz |
| Lokale Agenda Eberdingen | Werner Molzberger |
| BUND Stadt Nagold | Klaus Kälber |
| Landfrauen | Waltraud Widmann |
| Maschinen- und Betriebshilfsring, Böblingen-Calw e.V. | Friedhelm Fortenbacher |
| Rotary Club Nagold Herrenberg | Hansjörg Dinkelaker |
| Börlind GmbH | Michael Lindner |
| Mosterei | Felix Beigel |
| Biolandhof Bodemer, Ehningen | Jochen Bodemer |
| Naturschutzbeauftragter | Hans-Peter Kopp |
| HEIMAT - Nichts schmeckt näher | Hansjörg Klein |
| BUND Streuobstbeauftragte des Landesverband Baden-Württemberg | Beate Holderied |
| Deckenpfronn | Simone Hotz |
| Gechingen | Sonja Piesch |
| Benz Weine GmbH & CO KG, Sprecher der Heckengäu.Köche | Bertram Haak |
| Heckengäuführer | Olaf Späth |
| | Hansjürgen Schmidt |
| Dorfgemeinschaft Tennentaler Gemeinschaften e.V. | Sebastian von Drachenfels |
| 1. Vorsitzende Streuobstpädagogen e.V. | Beate Holderied |
| Heckengäu.Koch | Christoph Heinkele |
| Heckengäu.Koch | Thomas Heiling |
| Steinwerkstatt Reiser | Wolf-Stefan Reiser |
| Dorfgemeinschaft Tennental e.V. | Alexander Thierfelder |
| Schwarzwaldverein Nagold | Hans-Jürgen Schmidt |
| LRA BB Wasserwirtschaft | Steffen Kroneisen |
| Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH | Holger Haas und Alexandra Bading |
| Geschäftsführerin Landschaftserhaltungsverband Böblingen | Katharina Weber |
| Motorsägenkünstler | Carlo Carle |
| Radverkehrsbeauftragter Landkreis Böblingen | Marcel Haas |
| Heckengäu.Koch, Naturparkwirt, Landgasthof Löwen | Familie Rentschler |



PORSCHE

Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft - 70432 Stuttgart - Deutschland

An den
Landrat des Landkreises Böblingen
Herrn Roland Bernhard
Parkstraße 16

71034 Böblingen

Dr. Ing. h.c. F. Porsche
Aktiengesellschaft
Porscheplatz 1
70435 Stuttgart
Deutschland
Telefon 0711/911-28068
Telefax 0711/911-27146
E-Mail andreas.buechner@porsche.de

Datum

24.09.2014

Unterstützung Ihrer Bewerbung um „Leader im Heckengäu“

Sehr geehrter Herr Landrat,

mit großem Interesse haben wir bei der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG das Vorhaben der Landkreise Böblingen, Calw, Enzkreis und Ludwigsburg um die Bewerbung einer Leader-Region vernommen. Gerade in Zeiten des demographischen Wandels kann der Zukunftssicherung im ländlichen Raum nicht genug Bedeutung zugemessen werden. Eine zeitgemäße Infrastruktur, Naherholung und kulturelle Angebote sowie der Schutz von Umwelt und Natur sind wichtige Rahmenbedingungen. Porsche ist im Heckengäu mit dem Entwicklungszentrum in Weissach angesiedelt und unterstützt dieses Vorhaben daher ausdrücklich.

Wir sind davon überzeugt, dass nicht nur die Bürgerinnen und Bürger in der Region Heckengäu, sondern auch die dort ansässige Wirtschaft durch Leader auf vielfache Weise profitieren wird. Zentrale positive Aspekte für Unternehmen sehen wir in

- der Rekrutierung neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch die Steigerung der Attraktivität der Region
- der Schaffung einer guten Infrastruktur für Elektromobilität und neuer Mobilitätsangebote
- der guten Anbindung innerhalb der Region und an die Metropolen durch den ÖPNV
- die Schaffung familienfreundlicher Strukturen und hoher Lebensqualität
- den Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz sowie
- der engen Zusammenarbeit von Initiativen, Verbänden, Unternehmen und Schulen.

FG 2003/4.02

Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft
Sitz der Gesellschaft: Stuttgart
Registergericht:
Amtsgericht Stuttgart HRB Nr. 730523

Vorsitzender des Aufsichtsrats:
Dr. Wolfgang Porsche
Ehrenvorsitzender des Aufsichtsrats:
Prof. Ferdinand Alexander Porsche (†)

Vorstand: Matthias Müller, Vorsitzender
Thomas Edg, stellvertretender Vorsitzender
Dr. Oliver Blume, Wolfgang Haiz, Bernhard Maier,
Lutz Meschke, Uwe-Karsten Stöter



PORSCHE

Ganz ähnliche Ansätze werden auch bei der Porsche AG verfolgt, weshalb wir als Unternehmen, das seit vielen Jahren fest in der Region verwurzelt ist, die Idee von „Leader im Heckengäu“ unterstützen möchten, indem wir mit unserer Unternehmenskultur und unseren Werten für unsere sowie potentielle neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein attraktiver Arbeitgeber sind. Hierzu zählt insbesondere das Maßnahmenprogramm zum „Arbeitsmarkt der Zukunft“, welches unter anderem die bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie umfasst. Durch die Erhöhung unserer Ausbildungsplätze wollen wir außerdem noch mehr jungen Menschen als bislang den Einstieg in die Berufs- und Arbeitswelt ermöglichen.

Mit dem 2014 erstmals veröffentlichten Nachhaltigkeitsprogramm hat sich die Porsche AG eine Reihe ambitionierter Ziele in den Feldern Wirtschaft, Produktverantwortung, Umwelt und Energie, Mitarbeiter und Gesellschaft gesetzt. Durch die darin definierten Maßnahmen wollen wir Umwelt, Klima und Natur schützen, die Wirtschaft stärken und Verantwortung gegenüber Mitarbeitern und Gesellschaft übernehmen.

Gerne möchten wir uns über unsere internen Maßnahmen hinaus im Falle eines positiven Bewerbungsverfahrens als Mitglied der „LEADER Aktionsgruppe“ in die Förderpolitik im Heckengäu einbringen und die Entwicklung des ländlichen Raums durch unsere Expertise mittels Entsendung eines Vertreters der Porsche AG unterstützen.

Abschließend möchte ich noch einmal die Bedeutung der erarbeiteten Maßnahmen und Ideen sowie deren Bedeutung für die Wirtschaft und speziell für die Porsche AG unterstreichen.

Wir wünschen den Landkreisen und Kommunen des Heckengäus viel Erfolg im weiteren Verlauf des Bewerbungsverfahrens.

Mit freundlichen Grüßen

Hans-Gerd Bode
Leiter Öffentlichkeitsarbeit und Presse

Andreas Büchner
Leiter Politik und Außenbeziehungen

Eingang
13.8.14
Kittler

Stadt

Wildberg

Stadtverwaltung · Postfach 63 · 72214 Wildberg

Landratsamt Böblingen
Regionalentwicklung und Tourismus
Geschäftsstelle PLENUM Heckengäu
Koordinierungsstelle LEADER Heckengäu
Parkstraße 16
71034 Böblingen



Kinder- & familienfreundliche
Kommune im Landkreis Calw



Rathaus Wildberg
Hauptverwaltung
Tourismus
Telefon 07054/201-120
Telefax 07054/201-115
Email: info@wildberg.de

Az: /Cm
Datum: 12.08.2014

**Unterstützung der Bewerbung der Region Heckengäu um Aufnahme in das EU-
Programm LEADER 2014-2020 und der Umsetzung der regionalen
Entwicklungsstrategie.**

Sehr geehrte Damen und Herrn,

hiermit erkläre ich meine Unterstützung für die Bewerbung der Region Heckengäu
um Aufnahme in das EU-Programm LEADER 2014-2020 und erkläre bei einer
Aufnahme ins LEADER-Programm meine aktive Mitarbeit bei der Umsetzung der
regionalen Entwicklungsstrategie.

Mit freundlichen Grüßen


Carolin Müller

Rathaus Telefon Telefax
Marktstraße 2 0 70 54 0 70 54
72218 Wildberg 201-0 201-115

eMail: info@wildberg.de

Sparkasse Pforzheim Calw
IBAN: DE81 6665 0085 0005 0003 51
BIC: PZHSDE66XXX
BLZ: 666 500 85 Kto.: 5 000 351

Internet: <http://www.wildberg.de>

Volksbank Nagoldtal eG
IBAN: DE67 6419 1030 0030 4310 00
BIC: GENODE31NAG
BLZ: 641 910 30 Kto.: 30 431 000

Stadtteile
Effringen
Gültlingen
Schönbronn
Sulz am Eck
Wildberg



VHS Oberes Nagoldtal – Zweigstelle Wildberg-Marktstr. 2-72218 Wildberg

Melanie Seitter
Landratsamt Böblingen
Regionalentwicklung und Tourismus
Geschäftsstelle PLENUM Heckengäu
Kordinierungsstelle LEADER Heckengäu
Parkstr. 16
71034 Böblingen

Wildberg, 11.08.2014

**Unterstützung der Bewerbung der Region Heckengäu um Aufnahme in das EU-
Programm LEADER 2014-2020 und der Umsetzung der regionalen
Entwicklungsstrategie.**

Hiermit erkläre ich meine Unterstützung für die Bewerbung der Region Heckengäu
um Aufnahme in das EU-Programm LEADER 2014-2020 und erkläre bei einer
Aufnahme ins LEADER-Programm meine aktive Mitarbeit bei der Umsetzung der
regionalen Entwicklungsstrategie.

Name: Astrid Korbel
Institution: VHS Oberes Nagoldtal, Zweigstelle Wildberg
Kontakt: korbel@wildberg.de

Unterschrift

Geschäftsstelle der VHS:

Vorstadtplatz 15
D-72202 Nagold
Tel. 07452/9315-0 Fax 07452/3358
E-Mail: info@vhs-nagold.de
Internet: www.vhs-nagold.de

Organisationsform der VHS:

Zweckverband der Gemeinden
Altensteig, Ebhausen, Egenhausen,
Haiterbach, Nagold, Rohrdorf,
Simmersfeld, Wildberg

Bankverbindungen der VHS:

Kreissparkasse Nagold
Konto 500 0025 (BLZ 66650085)
Volksbank Nagoldtal
Konto 110 000 (BLZ 64191030)



PLENUM Heckengäu • Parkstraße 16 • 71034 Böblingen
LEADER Heckengäu

Projekt des Landes Baden-
Württemberg zur Erhaltung
und Entwicklung von Natur
und Umwelt

■ **Bearbeiterin**
Mechthild Vogel
Tel.: 07031 / 663-1172
Fax: 07031 / 663-91172
Zimmer: D 533
m.vogel@rabb.de
www.plenum-heckengaeu.de

■ **Datum**
05.08.2014

Unterstützung der Bewerbung der Region Heckengäu um Aufnahme in das EU-Programm LEADER 2014-2020 und der Umsetzung der regionalen Entwicklungsstrategie.

Hiermit erkläre ich meine Unterstützung für die Bewerbung der Region Heckengäu um Aufnahme in das EU-Programm LEADER 2014-2020 und erkläre bei einer Aufnahme ins LEADER-Programm meine aktive Mitarbeit bei der Umsetzung der regionalen Entwicklungsstrategie.

Name: Vogel, Mechthild
Institution: PLENUM Heckengäu
Kontakt: siehe Briefkopf

Mit freundlichen Grüßen

Mechthild Vogel

PLENUM Heckengäu
beim Landratsamt Böblingen
Umweltschutzamt
geschaeftsstelle@plenum-heckengaeu.de

Parkstraße 16
71034 Böblingen
Tel.: 07031 / 663-1571

Bankverbindung
Kreissparkasse Böblingen
BLZ 603 501 30
Konto-Nr. 17 ("PLENUM")

Projektträger
Landkreise Böblingen,
Calw, Ludwigsburg
und Enzkreis



die Vielfalt macht's

LANDKREIS BÖBLINGEN



Der Landrat

22. September 2014

—
Unterstützung der Bewerbung der Region Heckengäu um Aufnahme in das EU-Programm LEADER 2014-2020 und der Umsetzung der regionalen Entwicklungsstrategie.

—
Sehr geehrte Damen und Herren,

mit meiner Unterschrift unterstütze ich die Bewerbung der Region Heckengäu für die neue LEADER-Förderperiode 2014-2020 und erkläre bei einer Aufnahme ins LEADER-Programm meine aktive Unterstützung bei der Umsetzung der regionalen Entwicklungsstrategie.

Mit freundlichen Grüßen

Roland Bernhard
Roland Bernhard

Landratsamt
Parkstraße 16
71034 Böblingen
www.landkreis-boeblingen.de

ANLAGE 2: Tabellarische Übersicht der Öffentlichkeitsarbeit

| Medium | Thema | ET Datum | Erschienen |
|--------------------|--|--------------------|---|
| PM | Einladung zur Auftaktveranstaltung in Althengstett | 03. März 2014 | |
| Internet-Seite | Einrichten der Homepage | | |
| Facebook-Auftritt | Einrichten eines Facebook-Auftritts | | |
| PM | Kurzgeschichten-Wettbewerb | 12. März 2014 | KrZ BB 14.03.2014 SchwaBo 21.03.2014 SZ/BZ 22.03.2014 |
| Postkarte | Aufruf zur Teilnahme am Kurzgeschichten-Wettbewerb 500 Auflage | | |
| PE | Auftaktveranstaltung Althengstett | 17. März 2014 | (versch. Pressevertreter waren vor Ort) |
| PM | Bericht von der Auftaktveranstaltung in Althengstett | 21. März 2014 | SchwaBo 23.03.2014 SchwaBo 24.03. 2014 |
| PM | Filmworkshop | 24. März 2014 | |
| Postkarte | Aufruf zur Teilnahme am Filmworkshop 200 Auflage | | |
| PM | Nochmaliger Bericht von der Auftaktveranstaltung | 25.März 2014 | KrZ 28.03. 2014 |
| PM | Filmworkshop | 02. April 2014 | SZ/BZ 04.04. 2014 SZ/BZ 09.04. 2014 |
| PM | Kurzgeschichten-Wettbewerb | 07. April 2014 | |
| Plakate | Aufruf zur Beteiligung am Kurzgeschichten-Wettbewerb | | |
| Großflächenplakate | Plakatierung auf mehreren Wertstoffhöfen zur Verankerung von Begrifflichkeit und Bewerbungsprozess in der Öffentlichkeit | | |
| PM | Erstes Treffen der Arbeitskreise in Deckenpfronn | 10. April 2014 | Gäubote 12.04. 2014 |
| PM | Kurzgeschichten-Wettbewerb | 23. April 2014 | StN 29.04.2014 |
| PM | Filmworkshop-Bericht | 25. April 2014 | SchwaBo 02.05. 2014 SZ/BZ 13.05. 2014 |
| Bierdeckel | Verteilung in allen Kommunen und Nutzung im Rahmen von Veranstaltungen – Entwicklung von Projektideen | Ab Ende April 2014 | |
| 3 PMs | Drei Handlungsfelder, einzeln erklärt, Aufruf zur Einreichung von Projektideen (Version für Mitteilungsblätter) | 05. Juni 2014 | |

| Medium | Thema | ET Datum | Erschienen |
|--------------|---|-----------------------------|--|
| PMs | Erklärung der Handlungsfelder und Aufruf zur Einreichung von Projektideen (Version Tagespresse) | 05. Juni 2014 | KrZBB 14.06. 2014 Pforzheimer Zeitung 26.06. 2014 |
| Postkarte | Aufruf zur Teilnahme an der Jugendwerkstatt | | Mitteilungsblatt Deckenpfronn |
| PM | Ideenabend in Weissach | 07. Juli 2014 | KrZBB 16.07.2014 |
| Postkarte | Aufruf zur Teilnahme am Ideenabend | | |
| „Tisch-Sets“ | Auslage am Ideenabend | | |
| PE | Einladung zum Ideenabend nach Weissach | 16. Juli 2014 | |
| Plakate | Darstellung der Handlungsfelder am Ideenabend | | |
| PM | Ausblick auf evtl. Fortführung der PLENUM Heckengäu Arbeit durch LEADER Heckengäu | 07. Sept 2014 | Heckengäumagazin mit 144.000 Auflage |
| PM | Abschlussveranstaltung in Nagold | 18. Sept. 2014 | Gäubote 20.09.2014 |
| Film | Heckengäufilm aus dem Film-Workshop von sim.tv | Gezeigt in Nagold am 26.09. | Verlinkt auf Homepage und im Facebook Auftritt |

Abkürzungen

PM – Pressemitteilung

PE – Presseeinladung

KrZ BB – Kreiszeitung Böblinger Bote

SchwaBo – Schwarzwälder Bote

SZ/BZ – Sindelfinger Zeitung / Böblinger Zeitung

StN – Stuttgarter Nachrichten

ANLAGE 3: Übersicht der weiteren Projektideen**Handlungsfeld 1:****Projekte mit ausgefülltem Projektraster**

Jugendforschungszentrum als Praxis-Netzwerk zwischen Schule und Wirtschaft im Heckengäu

Beitrag zu den HF-Zielen: 1.4, 1.7, 1.9

Erstellung eines Bauernhofcafés

Beitrag zu den HF-Zielen: 1.3, 1.7, 1.8, 1.10, 2.1, 2.2, 2.8

Berufsförderung

Beitrag zu den HF-Zielen: 1.1, 1.7, 1.9,

Solidarische Landwirtschaft im Heckengäu

Beitrag zu den HF-Zielen: 1.4, 1.7, 1.8, 2.3, 2.8, 2.2, 3.1, 3.4, 3.5, 3.8

Vermarktung von regionalen Wild und Imkereiprodukten

Beitrag zu den HF-Zielen: 1.8, 1.4,

Tagesmütter erweitern ihr Profil

Weitere Projektideen

Gemeinschaftsschulen – Essen aus der Region – möglichst frisch gekocht

E-Bike Stationen an ÖPNV Bahnhöfen

Gemeinschaftseinrichtungen (Werkstätten, Cafés, Sport)

Mehrgenerationenspielplatz, Bewegungsgeräte für Senioren, Angliederung an Kinder- und Jugendspielplätzen

Generationenprojekt, Bsp. Innenstadt Antwerpen Atrium - Bauweise

Vermarktung regionaler Wild-/Imkerei-Produkte und Schaffung einer Infrastruktur (z.B. Schlachthaus)

Unternehmer-Stammtisch (Diskussion aktueller Probleme des Ländlichen Raums)

Erhalt von Lebenden Industrieanlagen durch Ländergelder

Interkommunale Grundversorgung mit mobilen Verkaufsfahrzeugen durch Senioren

Bürgernetzwerke, Jung trifft Alt -> Schneeschappel-Börse, Einkaufsservice, ...

Mehrgenerationenhäuser in Weissach Ortsmitte

Öffentlichen Nahverkehr „Stern“-förmig zur Firma Porsche installieren und „salonfähig“ machen

Altorte beleben und attraktiveren – Hilfestellung für Gemeinden – Rad muss nicht in jeder Gemeinde neu erfunden werden

Generationenübergreifend Alt und Jung, Pflege, Verwendung der Produkte, in Kinder- und Alten-Einrichtungen

Beitrag zu den HF-Zielen: 1.7, 1.9, 1.10

Junge Menschen finden „Heimat“ in Gültlingen

Beitrag zu den HF-Zielen: 1.1, 1.7,

Mäktion - der Mädchenaktionstag

Beitrag zu den HF-Zielen: 1.1, 1.10

Freizeitgelände (Deckenpfronn)

Beitrag zu den HF-Zielen: 1.1, 1.3, 1.7, 2.1,

Sanierung und Verschönerung des Deckenpfronner Backhauses

Beitrag zu den HF-Zielen: 1.1, 1.8, 2.2, 2.3, 2.8,

Reparaturwerkstatt mit Geräteverleih

Beitrag zu den HF-Zielen: 1.1,

Betreuung der Kinder durch Seniorinnen (kostenfrei) um Frauen das Arbeiten zu ermöglichen

Ausbau der Ladestationen im ländlichen Bereich

Vernetzung heimatgeschichtlicher und kultureller Vereine und Gruppierungen

Stärkung Ehrenamtlicher mit Seminaren und Vorträgen (Argumentation, Büroorganisation, Rhetorik, Selbstdarstellung)

Fahrgemeinschaften zu den großen Firmen über ein soz. Netzwerk/App/ Internetseite

Schulmilchtankstelle, die vom Bauer befüllt wird

Kunstförderung im Heckengäu (Stiftung für junge Künstler)

Moderne Trimm-Dich-Pfade für präventives und rehabilitierendes Training in der Natur

Netzwerk von „Aushilfsmamas“ in der Region aufbauen als Unterstützung berufstätiger Mütter

Andauernde Information über alle Amtsblätter zum Projekt – während Laufzeit

Gartenführerinnen für schöne Gärten in der Region (www.offeneGartenpforte.de)

Heckengäu Bus am Wochenende, d.h. Rundfahrt im Heckengäu mit vielen Zustiege-Möglichkeiten

Tauschbörse (Plattform) – Alt hilft Jung, Jung hilft Alt

Individueller Nach-Hause-Bring-Service

Pedelec-Verleihstationen S-Bahn – Id. Raum
 Qualifizierungsprogramm für potentielle Betreuungspersonen von demenzkranken Menschen
 Mobiler Frischedienst
 Ländliche Mitfahrzentrale (App)
 Aufbau eines Beratungszentrums für technische Hilfen im Alltag (AAL)
 Übergreifende Mädchengruppe z.B. Heckengäu-Girls, Mädchenaktionen
 Pump Track/ Dirt Park für Jugendliche mit Jugendlichen bauen
 Hospitanz im Ehrenamt -> Nachwuchsförderung durch Abbau von Berührungängsten mit Verantwortung im Ehrenamt
 Pedelec-Garagen und Ladestationen an S-Bahnen
 E-Dorfauto

Gemüsebox für die Region
 Flohmärkte in innerörtlichen Leerständen durch private „Warenleitung“ institutionalisieren
 Förderung von Teilzeitmodellen in Betrieben, Teil-Auto, Teil-Kita, Teil-Arbeitsplätze
 Senioren-WG im alten Rathaus in Kooperation mit der Diakoniestation
 Austausch von Jugendaktivitäten, Jugendräume einrichten helfen durch Erfahrungsaustausch
 Gemeinsamer Marktauftritt von Erzeugern landwirtschaftlicher Produkte
 Freibad oder Naturbad inklusive Förderverein
 Anreize schaffen, damit mehr Landwirte Hofläden eröffnen
 Familienfreundliches Unternehmen Heckengäu 20XX □ Lokales, Inklusion, Lebensphasenorientierte Arbeitsgestaltung

Handlungsfeld 2:

Projekte mit ausgefülltem Projektraster

Bürgertheater im Heckengäu
 Beitrag zu den HF-Zielen: 2.3, 2.4
 Aufbau einer Tourist-Information als Anlaufstelle für Übernachtungsgast/Tagestourist
 Beitrag zu den HF-Zielen: 1.7, 1.2, 2.2, 2.7
 Aussichtskanzeln in Ställen
 Beitrag zu den HF-Zielen: 2.2,
 Cafés als Tourist-Informationen
 Beitrag zu den HF-Zielen: 1.8, 2.4, 2.5, 2.6, 2.7
 Genuss- und Erlebnisstreifzug durch das Heckengäu und den Schwarzwald
 Beitrag zu den HF-Zielen: 2.2, 2.4, 2.5, 2.6, 2.8
 Kunstprojekt im Heckengäu
 Beitrag zu den HF-Zielen: 2.3, 2.2
 E-Bike-Station am Bondorfer Bahnhof
 Beitrag zu den HF-Zielen: 1.5, 1.6., 2.9,
 Naturerlebnispark Nagoldtal- Heckengäu
 Beitrag zu den HF-Zielen: 2.1, 2.2., 2.4., 2.7.
 Umbau Schäferwagenhotel-Außenbereich

Beitrag zu den HF-Zielen: 2.1, 2.2, 2.3, 2.7
 Gedenkstätte „70 Jahre danach“
 Beitrag zu den HF-Zielen: 2.3, 2.7
 Errichtung eines symbolischen Jägertors
 Beitrag zu den HF-Zielen: 2.2, 2.3, 2.7
 Alte Heimat Neue Heimat
 Beitrag zu den HF-Zielen: 2.1, 2.2, 2.3, 2.7
 Hängende Gärten am Wildberger Schloss
 Beitrag zu den HF-Zielen: 2.1, 1.1, 2.3,
 Geschichts- und Kulturpfad Jettingen
 Beitrag zu den HF-Zielen: 1.1, 2.1, 2.2, 2.3, 2.7
 Das S- Spektakel
 Beitrag zu den HF-Zielen: 2.1, 2.2, 2.5, 2.8,
 Kräuter Erlebnis Zentrum
 Beitrag zu den HF-Zielen: 2.1, 2.2, 2.5
 Gültlinger See Naherholung
 Beitrag zu den HF-Zielen: 2.1, 2.2, 2.3

Weitere Projektideen

Heimatmuseum (ländl. Hauswirtschaft/ Landwirtschaft) auf elterl. Hof

Verbindung der Keltenmuseen in Nagold und Eberdingen

Internetportal zur Info und zentralen Buchung von Urlaub im Landkreis/Region

Marco Polo Reiseführer Heckengäu

Urlaub (Kurzurlaub) von zu Hause- in der Heimat, Reiseführer für Urlaub in der Region

Alleinstellungsmerkmale oder besondere Angebote herausarbeiten oder kreieren und weltweit vermarkten (Aktivurlaube z.B. Spargelstechen in Bondorf)

Einmaliger Schäferlauf wie in Wildberg (mit Rahmenprogramm) Ortsvorschlag Venusberg ist Außerhalb der LEADER –Region HG)

Fahrradwege nach Seebronn, Hailfingen und Wolfenhäusen

Wegevernetzung für Wanderreiter durchs Heckengäu (habe als Wanderreitstation oft diese Kritik)

Internationales und europäisches Festival der Flechtkultur Nagold

Tüftlerwerkstatt mit Jugend forscht als Vorstufen

Aussichts- und Naturbeobachtungsplattformen die aus Weide wachsen

Tüfteln und vertiefte Berufsorientierung im Jugendforsch-Zentrum Schwarzwald-Schönbrunn, Nagold

Natur- und Wald Camp um frühkindliche Naturerlebnisse mit den Eltern zu vermitteln (auch HF3)

Künstlerische und Handwerkliche Intelligenz früh fördern und entwickeln

Erlebarmachung des Landgrabens im Bereich zwischen Heimsheim / Friolzheim Tiefenbronn

Pferdefreundliche Gaststätten finden und unterstützen (finanziell und ideell)

Mountainbike-Touren der LEADER Region

E-Bike touren für Senioren, Anlage Lade-Netz in der Region

Mostakademie – Säfte und Most zum Verkosten und Vergleichen (auch HF3)

Kultur, Natur, Gärtner, Schulen, Alternachmittag, Naherholung aus den Metropolen

Ideenbuch anlegen und an alle Kommunen im Gebiet verteilen; von dort an Stakeholder und Vereine, Titel „Suchet BESTES in der Stadt“?

Landmarken aus den verfügbaren Materialien am Standort/ Sichtpunkte

Global Player trifft Hecke

Naherholung Entschleunigung

Handlungsfeld 3**Projekte mit ausgefülltem Projektraster**

Wald und Wiesenwochen für Kinder

Beitrag zu den HF-Zielen: 3.4

Wegränder als Lebensraum

Beitrag zu den HF-Zielen: 3.7, 3.8,

Wiederansiedlung von heimischen Flusskrebsen

Beitrag zu den HF-Zielen: 3.8., 3.1

Alternative Garten- und Landwirtschaft

Beitrag zu den HF-Zielen: 3.5, 3.8, 3.1, 3.4,

Anbau von Heckengäu-Grünkern

Beitrag zu den HF-Zielen: 3.1, 3.5

Weitere Projektideen

Jugendgruppen pflegen Gärten von Senioren, welche nicht mehr in der Lage sind zu gärtnern

Patenschaftsbäume von Schulen/ Schulklassen

Heckengäu-Heckenrose – alle Obst- und Beerensorten stammen von der Rose ab ... Bildungsangebot

2-mal im Jahr 100 Leute pro Gemeinde engagieren sich für Landschaftspflege

Offenhaltung der Landschaft vor Vertuschung und Schaffung von Sichtachsen

Jede Schule hat eine Streuobstwiese (wie Weil im Schönbrunn)

Steinkauz 21 – Steinkauz Population im Heckengäu aufbauen/ Stärken

Liebe auf den 2. Blick (Natur, Landschaft, Jahreszeiten, Streuobst, Biodiversität)

Fachgerechte Reflexion stattgefunderer Pflegemaßnahmen

Einführung eines Ackerrandstreifenprogramms (Beispiel Heilbronn)

Bewusstsein schaffen, dass Landwirte nicht nur Landschaftspflege sind, sondern wertvolle Lebensmittel produzieren -> bessere Vermarktung

Vernetzung bestehender NSG-Gebiete in Gemeinde Tiefenbronn Neuhausen

Archeäcker, Ackerrandstreifen an Landwirte-Basis bringen, Bioland ansiedeln in Großgebieten

Kochkurs mit Streuobstwiesen-Obst -> Verbreitung von Streuobst

Patenschaften für Streuobstbäume

Verantwortung für Bauern in sensiblen Gebieten. Bauern im ländlichen Raum als Kompetenzfaktor

Natur- und Wald Camp um frühkindliche Naturerlebnisse mit den Eltern zu vermitteln (auch HF2)

Europäisches und internationales Festival der Flechtkultur von Beginn der Zivilisation

Picknickbänke mit Grillstellen, Bänken und Tischen, die von Rangern betreut werden

Mostakademie – Säfte und Most zum Verkosten und Vergleichen (auch HF2)

Natur-kulinarischer Wandertag, kennenlernen der Kräuter und Heilpflanzen der Region -Vernetzung: Naturschutzgruppen, Kleintierzüchter, Wirte, Mosthersteller, Wandervereine in der Region

Alle Vereine einer Gemeinde bilden einen Dachverband (Verein), dem Jugendliche für einen geringen Beitrag beitreten können, so sind sie in der Lage in einer gewissen Orientierungsphase Sportarten und – Aktivitäten ihres Interesses auszutesten. Das gewährleistet Vielfalt und umfassenden Versicherungsschutz

Wie kann die Landschaft, vor der Zerstörung umfassender Industrialisierung geschützt werden?

Naturschutzgruppen und Schäfer schließen sich kurz – um Führungen und Weidezeiten zu koordinieren

Pflegetrupp zum ökologischen Streuobstpflügen

Pool an Landschaftspflege-Maschinen, -Mulche, etc.

Gemeinschaftlicher Pflegetrupp für Heckengäu (LP Pfleger)

Aufteilung der Förderung (Streuobst) zwischen Grundbesitzer und externer Tierhalter

Entwicklung von neuen Produkten von Streuobst, z.B. Apfelsecco- Cherry,-Sherry

Ein Heckengäu-Pomologe unterstützt Streuobstwiesenbesitzer bei Bestimmung, Auswahl und Pflege

Vermittlung von verwaisten gemeindeeigenen Obstbäumen an Interessierte (für die Obsternte)

Biogasanlage, die die Reste nutzt, nicht nur Mais, Komunal anschieben

Hilfe für ältere Besitzer, die Wiese zu pflegen

Backhausfete, Jugendliche sammeln Baumschnitt, büscheln, trocknen, verwenden diesen als Feuerholz zum backen (es könnten Mehler verschiedener Getreidesorten verwendet und verglichen werden)

Infos und Bekämpfung Jakobs-Kreutz-Kraut/Bauhof bzw. 2. Arbeitsmarkt, markungsübergreifend

Alternativen zur Fleischerzeugung stärken, dezentrale (Mobile) Schlachthäuser

Streuobstpflüge mit Einbindung 2, Arbeitsmarkt

Nachhaltige Aktivitäten die Naturschutz, Genuss und Einkommen

Erhalt einer Saft-/ Mostpresse als Kulturgut in Verbindung mit Abfüllanlage -> überregionale Nutzung

Nutzung von Brachflächen; Ausgleichsflächen, Zwischenfruchtanbau durch Saatgut für Wild

Heckengäu-ES(S)-Kulturtag, Aktionstag mit Landschaftspflegeaktion, verbunden mit Kultur und Genuss, Ökologie und Fitness

Bildungsangebote im Rahmen der Ganztageschule machen. Dieser Weg eignet sich auch gut für Nachmittagsangebote

ANLAGE 4: Aktionsplan für 2018-2020³

| Aktionsplan LEADER 2014-2020 | 2018 | | | | | | | | | | | | 2019 | | | | | | | | | | | | 2020 | | | | | | | | | | | |
|--|--|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Prozessmanagement | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| LAG-Sitzungen | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Start-Veranstaltung LEADER 2014-2020 | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Gründung des Vereins | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Vorstandsitzungen | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Mitgliederversammlung | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Klausurtagung | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Arbeitskreisitzung HF 1 | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Arbeitskreisitzung HF 2 | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Arbeitskreisitzung HF 3 | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Jugendwerkstatt | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Regionalforum | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Wettbewerb | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Exkursionen | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| LEADER-Stammtisch | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Stammtisch LEADER meets Unternehmen | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Thematische Workshops | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Aufgaben | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| kontinuierliche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Newsletter/Infobrief | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Monitoring-Daten erfassen | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Monitoring-Daten für jährliche Klausurtagung aufarbeiten | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Jahrsbericht erstellen | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Zwischenevaluierung | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Abschlussvaluierung | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Startprojekte | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| weitere Projekte | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Startprojekte | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| weitere Projekte | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Startprojekte | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| weitere Projekte | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Projekt, Veranstaltungen, Exkursionen | [Gantt chart showing activities across months] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

³ Die Betitelung "Arbeitskreisitzung" wurde im Zuge der Projektarbeit in "Projektentwicklungswerkstatt" umbenannt.

ANLAGE 5: Beispielfragen für den Einsatz in der Selbstevaluierung nach Bewertungsbereichen

| Beispielfragen nach Bewertungsbereichen für den Einsatz in der Selbstevaluierung | |
|--|--|
| <p>Bewertungsbereich Inhalte und Strategie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tragen die geförderten Projekte zur Erreichung der gewählten Strategie mit Leitbild und regionalen Entwicklungszielen bei? • Sind die Prioritäten der Handlungsfelder realistisch gewählt? • Tragen die erstellten Projektbewertungskriterien zu einer strategischen Projektauswahl bei? | <ul style="list-style-type: none"> • Trägt LEADER zielgerichtet zu einem Nutzen oder einem Mehrwert in der Region bei? • Tragen die Projekte in den Handlungsfeldern zum Erreichen der Handlungsfeldziele und Teilziele bei? • Tragen die Projekte zu einem möglichst großen Nutzen für die Region bei? • Ist die Aufteilung der Fördermittel auf die Handlungsfelder gut gewählt? |
| <p>Bewertungsbereich Prozess und Struktur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sind die Gremien mit den „richtigen“ Akteuren besetzt? • Sind Häufigkeit und Dauer der Sitzungen gut gewählt? • Sind die relevanten Akteure eingebunden? Ist die Bevölkerung kontinuierlich eingebunden? | <ul style="list-style-type: none"> • Wie wird die Zusammenarbeit innerhalb der Gremien bewertet? • Schafft die Vernetzung mit anderen Regionen einen Mehrwert für die Region? |
| <p>Bewertungsbereich Aufgaben des Regionalmanagements</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tragen die Koordinationsleistungen des Regionalmanagements zu einem zielgerichteten Entwicklungsprozess bei? • Trägt die Öffentlichkeitsarbeit des Regionalmanagements zu einer besseren öffentlichen Wahrnehmung des LEADER-Prozesses bei? • Ist die Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung von Sitzungen durch das Regionalmanagement effektiv und effizient? | <ul style="list-style-type: none"> • Ist eine gute Projektberatung durch das Regionalmanagement gewährleistet? • Stehen dem Regionalmanagement regelmäßige und bedarfsgerechte Fortbildungsmöglichkeiten zur Verfügung? • Werden die relevanten Informationen rechtzeitig und gezielt weitergegeben? • Ist die Zusammenarbeit zwischen den Gremien gut organisiert? |

ANLAGE 6: Absichtserklärungen (letter of intent)



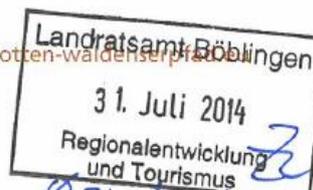
AUF DEN SPUREN
DER HUGENOTTEN UND WALDENSER

Landratsamt Böblingen
Regionalentwicklung und Tourismus
Geschäftsstelle PLENUM Heckengäu
Herrn Zenger
Parkstraße 16
71034 Böblingen

Hugenotten- und Waldenserpfad e. V.
c/o Rathaus Stadt Neu-Isenburg

Hugenottenallee 53
63263 Neu-Isenburg

www.hugenotten-waldenserpfad.de



24.07.2014

Melmann

Kooperation im Rahmen der neuen LEADER-Förderperiode

Sehr geehrter Herr Zenger,
sehr geehrte Damen und Herren

der Hugenotten- und Waldenserpfad e.V. ist nationaler Trägerverein für die deutsche Wegstrecke innerhalb des europäischen Kooperationsprojekts „Auf den Spuren der Hugenotten und Waldenser“. Seit den ersten Projektschritten ist dieses europäische Projekt in drei Staaten in hohem Maße durch die LEADER-Förderung der EU unterstützt worden. Auch gegenwärtig werden im Rahmen von Kooperationsmaßnahmen mit LEADER-Regionen verschiedene Maßnahmen durch dieses Programm gefördert.

Bisher lag in Baden-Württemberg keine LEADER-Region an unserer Wegstrecke, doch mit der Bewerbung für die neue Förderperiode bewerben sich nun vier Regionen-Anwärter mit ihrem Regionalen Entwicklungskonzept um die erfolgreiche Anerkennung. Hierzu gehört auch Ihre Region, und wir bedanken uns sehr für das Interesse an unserem Kulturfernwanderweg, der seit 2013 vom Europarat als Europäische Kulturroute anerkannt worden ist. Wir freuen uns, dass Ihrerseits die Absicht bekundet wird, den Hugenotten- und Waldenserpfad in die kultur- und wandertouristischen sowie die kulturellen Zielstrategien Ihrer Region einzubinden. Hierzu gab es bereits Erstkontakte mit Herrn Stefan Gothe sowie Frau Mechthild Vogel.

Unser Verein bekundet hiermit sein hohes Interesse an der qualitativen Entwicklung und Stärkung von Erlebnisräumen am Weg, in denen das Kulturerbe der Waldenser lebendig vermittelt und erfahrbar gemacht wird. Wir erklären Ihnen daher sehr gerne unsere Absicht, in den kommenden Jahren im Rahmen unserer Möglichkeiten und gemeinsam mit unseren Mitgliedern in Ihrer Region innerhalb der LEADER-Rahmenbedingungen an diesem Ziel des Erlebnisraumaufbaus und seiner Vermarktung mitzuwirken.

Gerne stehen wir Ihnen zur Beantwortung aller Fragen zum jetzigen Zeitpunkt, aber natürlich auch später in der konkreten Projektanbahnung und -umsetzung zur Verfügung.

Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit und verbleiben

mit freundlichen Grüßen

Renate Buchenauer
Dr. Renate Buchenauer

Koordination Steuer-Nr. 35 250 7446 3 · Finanzamt Offenbach am Main I

Bankverbindung: Sparkasse Langen-Seligenstadt · BLZ 506 521 24 · Konto-Nr. 36 119 600

Vorsitzender: Bürgermeister Herbert Hunkel · Wilhelmstraße 30 · 63263 Neu-Isenburg · herbert.hunkel@t-online.de



LEADER Kooperationsprojekt der LAG Bodensee (federführend), LAG Heckengäu, Biosphärengebiet Schwäbische Alb

Inwertsetzung der typischen Streuobstwiesen durch Entwicklung und Vermarktung innovativer Produkte im Streuobstbereich

Ausgangssituation und Handlungsbedarf

Streuobstwiesen prägen seit Jahrhunderten die Kulturlandschaften am Bodensee, im Heckengäu und am Albtrauf der Schwäbischen Alb. Die hochstämmigen Obstbäume, vor allem die Birnenbäume bereichern nicht nur das Landschaftsbild, sondern besitzen auch eine hohe ökologische Wertigkeit. Dass die Wertschätzung der Streuobstwiesen von vielen Bewohnern der Regionen geteilt wird, zeigen zahlreiche Aufpreismodelle und Regionalvermarktungsinitiativen im Bereich Streuobstvermarktung.

Aufgrund moderner Methoden des Obstanbaus aber auch durch die Veränderung der Ernährungsgewohnheiten geht der ursprüngliche Zweck der Obstwiesen, die Erzeugung von Tafel- und Verwertungsobst, leider immer mehr verloren. Mit dem Verlust der Nutzung wird keine unmittelbare Wertschöpfung mehr generiert, die erforderlichen Pflegemaßnahmen unterbleiben zunehmend. Dies führt zu einer raschen Überalterung der Obstbäume. Mit der rasch abnehmenden Zahl an typischen Streuobstwiesen, verschwindet nicht nur ein regional-typisches Kulturgut, sondern auch ein wertvoller Lebensraum für seltene Tierarten. Viele Bestände werden unwiederbringlich verlorengehen, wenn nicht rasch effektive und nachhaltig wirksame Gegenmaßnahmen ergriffen werden.

Strategie

„Schutz durch Nutzung“ ist die gemeinsame Strategie von den LEADER Regionen Bodensee, Heckengäu und das Biosphärengebiet Schwäbische Alb, um das Fachwissen, um Sorten und deren Pflege zu bewahren, aber auch um die Wertschätzung für innovative regionale Qualitätsprodukte aus dem Streuobst ins Bewußtsein zu rücken und die Wertschöpfung nachhaltig zu steigern.

Projektziele

Die Partner (Kellereien, Brennereien) bilden im Rahmen des Kooperationsprojektes einen Zusammenschluss, um innovative Qualitätsprodukte aus dem Streuobst zu entwickeln und zu vermarkten.

Am Beispiel des BIRNOH® Projektes soll die Vorgehensweise erläutert werden.

Beispiel: die BIRNOH®-Kooperative

BIRNOH® ist ein Getränk, das ausschließlich aus dem Streuobst stammenden Birnen, hergestellt werden soll. Die Partner verwenden nur Rohware aus eigenem Anbau oder von Obstlieferanten, die vertraglich zugesichert, einen Mindestpreis nach einem Aufpreismodell entsprechend für Birnen erhalten. An diesen Preis sind sowohl die Brenner als auch die Kellersatthändler gebunden. BIRNOH® ist ein alkoholisches Getränk, das auf Basis eines Birnenrhodendestillats aus bestimmten Birnensorten (z.B. Gelbmöster, Oberösterreich Weinbirne und/oder Schweizer Wasserbirne, weitere Sorten nach Absprache) hergestellt wird und zusammen mit frischem Kellersaft aus diesen Birnensorten über mehrere Monate im Holzfass reift.

Da die Birnenverwertung bei vielen Kellereien bisher meist nur eine untergeordnete Rolle spielt ist das Ziel des Projektes der Erhalt großkroniger, überwiegend hochstämmiger Birnenbäume durch Inwertsetzung mittels innovativer Produktentwicklung.

Die LEADER Regionsübergreifende Kooperation soll dazu dienen, gemeinsam für BIRNOH® größere Bekanntheit, Marktchancen und Umsätze zu erreichen, als es jedem einzeln nur in der

eigenen Region möglich wäre. BIRNOH® soll zu einem Produkt werden, das überregional mit Baden-Württemberg in Verbindung gebracht und als typisch angesehen wird, analog zu beispielsweise „Champagner“ für die Champagne oder „Sherry“ für Spanien.

Maßnahmen

Die beteiligten LEADER Regionen und das Biosphärengebiet Schwäbische Alb koordinieren und akquirieren Projektpartner in ihren Regionen. Mittels Kooperationsverträgen werden Qualitätskriterien, Spielregeln und Marketingmaßnahmen gemeinsam festgelegt und vereinbart. Alle Partner verwenden ausschließlich die gemeinsam finanzierten Flaschen, Verschlüsse und Schrupfkapseln für das Produkt. Unter gemeinsamer Werbung verstehen die Partner Werbung und Marketing, welche überregional wirken und allen oder zumindest mehr als einem Partner zugutekommen. Die Partner streben an, mehrmals pro Jahr überregionale Werbeaktionen durchzuführen. Anlässe können z.B. das gleichzeitige Entfüllen und Starten der Reifeperiode des BIRNOH® aller Regionen oder das gleichzeitige Abfüllen des neuen Jahrgangs in Flaschen verbunden mit gleichzeitigen Presseerklärungen aller Produzenten sein. Über gemeinsame Werbung, Marketing oder gemeinsame Werbemittel, z.B. Gläser, Tischaufsteller, Banner, Website etc., beschließen die Partner gemeinsam.

Weiter wird durch das Regionalmanagement ein Kontrollsystem ausgearbeitet und mit den Projektpartnern weiter entwickelt. Die Kooperationen für innovative Qualitätsprodukte aus Streuobst treiben mit Unterstützung die Produktvermarktung voran.

Darüber hinaus sollen weitere innovative Qualitätsprodukte aus Streuobst durch das Kooperationsprojekt entwickelt und der Markt dafür erschlossen werden.

Zu erwartende Effekte

- Netzwerk aus Projektpartnern Streuobstkellereien und Brennereien
- Erschließung von Synergien bei der gemeinsamen Produktentwicklung und Vermarktung über die Regionen hinweg
- Steigerung der regionalen Wertschöpfung durch innovative Produktentwicklungen
- Hoher Bekanntheitsgrad durch regionsübergreifendes gemeinsames Außenmarketing
- Beitrag zur nachhaltigen Erhaltung der Streuobstbestände

Im Rahmen der jeweiligen Strategien und Maßnahmen wird eine Kooperation auf Landesebene mit den LEADER-Regionen Bodensee, Heckengäu und das Biosphärengebiet Schwäbische Alb angestrebt.

Diese Kooperation dient dazu, das in der Region verankerte Kulturerbe „Streuobst“ in Wert zu setzen und durch innovative Qualitätsprodukte aus Streuobst zu stärken und gemeinsam mit anderen LEADER-Regionen und dem Biosphärengebiet Schwäbische Alb auf Landesebene Maßnahmen im Marketing umzusetzen.

Für die Konzeptionierung und Umsetzung der einzelnen Maßnahmen werden zu gegebenem Zeitpunkt Umsetzungsvereinbarungen mit den beteiligten Regionen geschlossen.

LEADER Region Bodensee



LEADER Region Heckengäu



Biosphärengebiet Schwäbische Alb



LEADER HECKENGÄU 2025
IM EINKLANG VON STADT UND LAND

Raster zur Entwicklung von Projektideen

Titel des Projektes

„Kleintierheuhof von Flachlandmähwiesen“

Inwertsetzung der FFH-Mähwiesen durch Entwicklung und Vermarktung von hochwertigem Kleintierfutter

LEADER Kooperationsprojekt der LAG Heckengäu (federführend) und LAG Bodensee Handlungsfelder

Bitte kreuzen Sie an zu welchem Handlungsfeld das Projekt einzuordnen ist

HF 1: Leben und Arbeiten auf dem Land im Einklang von Familie und Beruf

HF 2: Kultur und Natur – naturnaher, ländlicher Naherholungs- und Erlebnisnourismus

HF 3: Landschaftspflege und Naturschutz

Räumlicher Bezug (Wo soll das Projekt umgesetzt werden? (z. B. an einem oder mehreren Orten, überörtliche Bedeutung ist wichtig)

Das Projekt hat überörtliche Bedeutung und umfasst FFH-Flachlandmähwiesen in den Projektgebieten Heckengäu und Bodensee.

Kurzbeschreibung (Was sind die Inhalte des Projektes?, Was soll genau umgesetzt werden?, Was sind die Ziele des Projektes, Welche Schritte oder Aufgaben müssen gemacht werden?)

Projektziele

Die Partner bilden im Rahmen des Kooperationsprojektes einen Zusammenschluss, um hochwertiges Kleintierfutter zu entwickeln und zu vermarkten. Wird ein Kooperationspartner gefunden, kann das Heu per Hand in Werkstätten von Menschen mit Behinderung verpackt werden (bspw. Heckengäu/ Deckenpfonn - Dorfgemeinschaft Tennental). Nach Etablierung kann eine Ausdehnung des Segments angedacht werden (Heucobs/große Pellets; keine Heulegeballe, auch für die Pferdefütterung geeignet).

Strategie

„Schutz durch Nutzung“ ist die gemeinsame Strategie der LEADER Regionen Heckengäu und Bodensee, um die bedeutsamen FFH-Flachlandmähwiesen in Wert zu setzen. Baden-Württemberg trägt für diese Wiesen auf europäischer Ebene eine besondere Verantwortung.

Maßnahmen

Die beteiligten beiden LEADER Regionen koordinieren und akquirieren Projektpartner in ihren Regionen. Mittels Kooperationsverträgen werden Qualitätskriterien, Spielregeln und Marketingmaßnahmen gemeinsam festgelegt und vereinbart. Alle Partner verwenden ausschließlich die gemeinsam finanzierten Verpackungen für das Produkt. Über gemeinsame Werbung, Marketing oder Werbemittel beschließen die Partner gemeinsam. Werbung und Marketing sollen überregional wirken und allen oder zumindest mehr als einem

LEADER HECKENGÄU 2025

IM EINKLANG VON STADT UND LAND

Raster zur Entwicklung von Projektideen

Partner zugutekommen. Weiter wird durch das Regionalmanagement ein Kontrollsystem ausgearbeitet und mit den Projektpartnern weiter entwickelt.

Zu erwartende Effekte

Im Rahmen der jeweiligen Strategien und Maßnahmen wird eine Kooperation auf Landesebene mit den LEADER-Regionen Heckengäu und Bodensee angestrebt. Ein Beitrag zur Sicherung der Flachlandmähwiesen kann geleistet werden.

Beitrag zu dem Leitbild und den Zielen (Welchen Beitrag leistet das Projekt zum Erreichen der Leitbilder und Ziele? Was ist das Besondere oder Neue an diesem Projekt?)

Ein Beitrag zum Erhalt der Flachlandmähwiesen als Bestandteil der vielfältigen Landschaften durch landwirtschaftliche Nutzung und fachgerechte Pflege soll durch das Projekt geleistet werden. Ein neues regionales Qualitätsprodukt „Kleintierheuhof von Flachlandmähwiesen“ wird entwickelt, etabliert und gestärkt und gemeinsam auf Landesebene vermarktet.

Akteure (Welche Personen und Organisationen sollen bei diesem Projekt beteiligt werden?)

Beteiligt werden sollen Landwirte der beiden Regionen Heckengäu und Bodensee. Für die Verpackung kann eine Kooperation mit Werkstätten für behinderte Menschen angedacht werden. Zu prüfen ist die Kooperation mit Werkstätten für Behinderte und den regionalen Futtermittelherstellern. Der NABU kann ggf. als Kooperationspartner gewonnen werden (siehe Beispiel <http://www.kleintier-heu.de/heu.htm>).

Für die Konzeptionierung und Umsetzung der einzelnen Maßnahmen werden zu gegebenem Zeitpunkt Umsetzungsvereinbarungen mit den beteiligten Regionen geschlossen.

LEADER Region Bodensee

LEADER Region Heckengäu

Kontaktangaben (Bitte geben Sie Ihre Kontaktdaten (Name, Organisation, Email oder Tel.Nr) ein, damit wir bei evtl. Rückfragen auf Sie zukommen können.)

LEADER Heckengäu

Koordinierungsstelle

Parkstraße 16, (D 538)

71034 Böblingen



LETTER of INTENT

Die unten genannten Akteure erklären auf der Grundlage der ELER-Verordnung und dem daraus resultierenden Schwerpunkt LEADER eine transnationale Kooperation in der Förderperiode 2014 – 2020.

Dabei soll insbesondere der Erfahrungsaustausch und Informationsaustausch zwischen den beteiligten Regionen und Akteuren aktiv gelebt und gefördert werden.

Der Fokus liegt dabei in den nachfolgend aufgeführten Handlungsfeldern/Entwicklungsschwerpunkten:

LES 2020 Regionalentwicklung Voralpenland

Regionale Wirtschaftskreisläufe intensivieren und bestehende Kooperationen stärken

Lokales Natur- und Kulturgut zum Erhalt erlebbar
Gestalten und alte Bausubstanz in den Dörfern
Kreativ nutzen

Gute Rahmenbedingungen für eine Zuwanderung an
Fachkräften und jungen Familien schaffen und für
Soziales Engagement mobilisieren

LEADER Heckengäu

Leben und Arbeiten auf dem Land im
Einklang mit Familie und Beruf

Kultur und Natur – naturnaher, ländlicher
Naherholungs- und Erlebnistourismus

Landschaftspflege und Naturschutz

Darüber hinaus wird im Entwicklungsschwerpunkt/Handlungsfeld „Leben und Arbeiten auf dem Land im Einklang mit Familie und Beruf“ bzw. „Regionale Wirtschaftskreisläufe intensivieren und bestehende Strukturen stärken“ ein transnationales Kooperationsprojekt angestrebt.



Galleneckswend, 22.09.2014

Ort, Datum, LEADER-Koordinierungsstelle Heckengäu, Siegfried Zenger, Landratsamt Böblingen

Böblingen 22.09.14
Ort, Datum, LEADER-Koordinierungsstelle Heckengäu, Siegfried Zenger, Landratsamt Böblingen



LETTER of INTENT

Hiermit erklären die unten genannten Akteure auf Grundlage der ELER-VO und dem daraus resultierenden Schwerpunkt LEADER gemeinsam ein gebietsübergreifendes Kooperationsprojekt in der Förderperiode 2014-2020 durchzuführen.

Partner: LAG Heckengäu, LAG Rund um den LIMES in Hohenlohe-Heilbronn, LAG Mittlerer Schwarzwald

Titel: Jugend-Freizeit-Mobilitäts-App

Inhalte: Die Jugend-App soll die Freizeit- und Mobilitätsangebote der jeweiligen Region bündeln. Dazu soll gemeinsam für alle teilnehmenden Regionen eine App programmiert werden, die die Basis für die Einstellung der Inhalte ist. Ein Erfahrungsaustausch der Jugendlichen aus den unterschiedlichen Regionen ist ein weiterer Baustein des Projektes.

Böblingen 12.10.2014
Datum, LAG Heckengäu, Siegfried Zenger, Landratsamt Böblingen

21.09.2014
Datum, LAG Rund um den LIMES in Hohenlohe-Heilbronn, Albert Küchel, Sprecher der Strategieguppe

18.9.14
Datum, LAG Mittlerer Schwarzwald, Dr. Wollnüdiger Mische, Landrat

ANLAGE 7: Tabellen zur Beschreibung der Abgrenzung, Lage und Ausgangslage des Gebietes (Auswahl)

Flächennutzung

| Flächennutzung 2012 nach Art der tatsächlichen Nutzung in ha | | | | | | |
|--|-----------------------|-----------------------|-------------------------------|-----------------------|--------------|---------------------------------|
| Landkreis | Gemeinde | Bodenfläche insgesamt | Siedlungs- und Verkehrsfläche | Landwirtschaftsfläche | Waldfläche | Wasser und Übrige Nutzungsarten |
| Böblingen | Bondorf | 1755 | 461 | 1113 | 172 | 9 |
| Böblingen | Deckenpfronn | 1141 | 178 | 651 | 305 | 8 |
| Böblingen | Jettingen | 2111 | 351 | 1356 | 397 | 6 |
| Böblingen | Mötzingen | 815 | 172 | 483 | 141 | 19 |
| Böblingen | Weissach | 2219 | 405 | 1044 | 684 | 86 |
| Calw | Althengstett | 1916 | 369 | 813 | 700 | 34 |
| Calw | Bad Liebenzell gesamt | 3380 | 411 | 943 | 1978 | 48 |
| Calw | Egenhausen | 1001 | 154 | 541 | 283 | 24 |
| Calw | Gechingen | 1468 | 202 | 668 | 555 | 44 |
| Calw | Haiterbach | 2892 | 449 | 1194 | 1199 | 51 |
| Calw | Nagold | 6309 | 1116 | 2668 | 2423 | 101 |
| Calw | Ostelsheim | 923 | 123 | 479 | 295 | 26 |
| Calw | Simmozheim | 950 | 139 | 407 | 392 | 14 |
| Calw | Wildberg | 5668 | 765 | 2273 | 2528 | 101 |
| Enzkreis | Friolzheim | 854 | 188 | 412 | 244 | 10 |
| Enzkreis | Mönsheim | 1678 | 204 | 791 | 619 | 64 |
| Enzkreis | Neuhausen | 2976 | 306 | 997 | 1645 | 28 |
| Enzkreis | Tiefenbronn | 1479 | 257 | 808 | 402 | 12 |
| Enzkreis | Wiernsheim | 2462 | 348 | 1426 | 666 | 22 |
| Enzkreis | Wimsheim | 806 | 148 | 312 | 339 | 7 |
| Ludwigsburg | Eberdingen | 2619 | 347 | 1605 | 628 | 39 |
| Heckengäu | | 45422 | 7093 | 20984 | 16595 | 753 |
| | In % Anteilen | | 15,6% | 46,2% | 36,5% | 1,7% |
| Baden-Württemberg | In % Anteilen | | 14,3% | 45,6% | 38,3% | 1,8% |

Quelle: Statistisches Landesamt, Internetseite <http://www.statistik.baden-wuerttemberg.de/SRDB/Tabelle.asp?H=1&U=01&T=01515225&E=GE&K=115&R=GE115004>, Zugriff 01.08.12104

Bevölkerungsentwicklung

| Bevölkerungsvorausrechnung OHNE Wanderungen nach 5 Altersgruppen | | | | | | Stand | 2012 |
|--|-----------------|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|
| Landkreis | Gemeinde | Insgesamt | unter 20 | 20-40 | 40-60 | 60-85 | ab 85 |
| Böblingen | Bondorf | 5.702 | 1.358 | 1.285 | 1.923 | 1.023 | 113 |
| Böblingen | Deckenpfronn | 3.206 | 704 | 819 | 1.030 | 590 | 63 |
| Böblingen | Jettingen | 7.495 | 1.709 | 1.722 | 2.441 | 1.510 | 113 |
| Böblingen | Mötzingen | 3.622 | 837 | 806 | 1.243 | 699 | 37 |
| Böblingen | Weissach | 7.437 | 1.571 | 1.545 | 2.476 | 1.710 | 135 |
| Calw | Althengstett | 7.779 | 1.690 | 1.732 | 2.588 | 1.639 | 130 |
| Calw | Bad Liebenzell* | 8.714 | 1.623 | 1.860 | 2.771 | 2.195 | 265 |
| Calw | Egenhausen | 1.906 | 482 | 428 | 573 | 394 | 29 |
| Calw | Gechingen | 3.586 | 750 | 756 | 1.204 | 810 | 66 |
| Calw | Haiterbach | 5.663 | 1.233 | 1.394 | 1.711 | 1.205 | 120 |
| Calw | Nagold | 21.044 | 4.151 | 4.891 | 6.477 | 5.100 | 425 |
| Calw | Ostelsheim | 2.381 | 528 | 485 | 817 | 523 | 28 |
| Calw | Simmozheim | 2.852 | 636 | 684 | 941 | 570 | 21 |
| Calw | Wildberg | 9.725 | 1.973 | 2.167 | 3.140 | 2.250 | 195 |
| Enzkreis | Friolzheim | 3.781 | 796 | 858 | 1.210 | 852 | 65 |
| Enzkreis | Mönsheim | 2.663 | 577 | 527 | 918 | 600 | 41 |
| Enzkreis | Neuhausen | 5.203 | 1.053 | 1.020 | 1.797 | 1.230 | 103 |
| Enzkreis | Tiefenbronn | 5.080 | 1.006 | 1.012 | 1.725 | 1.262 | 75 |
| Enzkreis | Wiernsheim | 6.544 | 1.439 | 1.436 | 2.205 | 1.388 | 76 |
| Enzkreis | Wimsheim | 2.585 | 536 | 579 | 905 | 538 | 27 |
| Ludwigsburg | Eberdingen | 6.494 | 1.336 | 1.378 | 2.155 | 1.514 | 111 |
| Region Heckengäu* | | 123.462 | 25.988 | 27.384 | 40.250 | 27.602 | 2.238 |

| Bevölkerungsvorausrechnung OHNE Wanderungen nach 5 Altersgruppen | | | | | | 2030 | |
|--|-----------------|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|
| Landkreis | Gemeinde | Insgesamt | unter 20 | 20-40 | 40-60 | 60-85 | über 85 |
| Böblingen | Bondorf | 5.676 | 961 | 1.417 | 1.274 | 1.843 | 181 |
| Böblingen | Deckenpfronn | 3.210 | 583 | 722 | 812 | 994 | 99 |
| Böblingen | Jettingen | 7.444 | 1.319 | 1.760 | 1.715 | 2.380 | 270 |
| Böblingen | Mötzingen | 3.632 | 635 | 874 | 811 | 1.192 | 120 |
| Böblingen | Weissach | 7.045 | 1.144 | 1.626 | 1.514 | 2.452 | 309 |
| Calw | Althengstett | 7.603 | 1.258 | 1.743 | 1.760 | 2.574 | 268 |
| Calw | Bad Liebenzell* | 8.096 | 1.362 | 1.708 | 1.802 | 2.840 | 384 |
| Calw | Egenhausen | 1.886 | 342 | 493 | 428 | 551 | 72 |
| Calw | Gechingen | 3.431 | 558 | 787 | 751 | 1.186 | 149 |
| Calw | Haiterbach | 5.490 | 983 | 1.256 | 1.377 | 1.666 | 208 |
| Calw | Nagold | 19.888 | 3.330 | 4.248 | 4.876 | 6.571 | 863 |
| Calw | Ostelsheim | 2.286 | 371 | 544 | 483 | 789 | 99 |
| Calw | Simmozheim | 2.876 | 509 | 640 | 684 | 952 | 91 |
| Calw | Wildberg | 9.243 | 1.515 | 2.026 | 2.145 | 3.172 | 385 |
| Enzkreis | Friolzheim | 3.643 | 609 | 812 | 853 | 1.226 | 143 |
| Enzkreis | Mönsheim | 2.549 | 419 | 592 | 537 | 891 | 110 |
| Enzkreis | Neuhausen | 4.969 | 839 | 1.102 | 1.014 | 1.805 | 209 |
| Enzkreis | Tiefenbronn | 4.823 | 787 | 1.042 | 1.008 | 1.760 | 226 |
| Enzkreis | Wiernsheim | 6.397 | 1.090 | 1.448 | 1.434 | 2.184 | 241 |
| Enzkreis | Wimsheim | 2.535 | 426 | 558 | 580 | 884 | 87 |
| Ludwigsburg | Eberdingen | 6.189 | 1.010 | 1.379 | 1.376 | 2.134 | 290 |
| Region Heckengäu* | | 118.911 | 20.050 | 26.777 | 27.234 | 40.046 | 4.804 |

* Inklusive Bad Liebenzell gesamt

Quelle: Statistisches Landesamt, Internetseite <http://www.statistik.baden-wuerttemberg.de/SRDB/Tabelle.asp?H=1&U=03&T=98015001&E=GE&K=115&R=GE115004>, Zugriff 01.08.12104

| Bevölkerung unter 27 Jahren nach 11 Altersgruppen | | | | | | | | | | | | | 1995 |
|---|----------------|-------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|---------------|
| Landkreis | Gemeinde | unter 1 | 1 bis unter 3 | 3 bis unter 5 | 5 bis unter 6 | 6 bis unter 10 | 10 bis unter 12 | 12 bis unter 14 | 14 bis unter 16 | 16 bis unter 18 | 18 bis unter 21 | 21 bis unter 27 | Insgesamt |
| Böblingen | Bondorf | 75 | 130 | 160 | 65 | 262 | 130 | 112 | 117 | 92 | 128 | 359 | 4368 |
| Böblingen | Deckenpfronn | 42 | 58 | 71 | 35 | 133 | 59 | 49 | 45 | 50 | 81 | 230 | 2416 |
| Böblingen | Jettingen | 99 | 180 | 200 | 113 | 438 | 184 | 182 | 185 | 169 | 204 | 511 | 6745 |
| Böblingen | Mötzingen | 59 | 112 | 102 | 65 | 214 | 89 | 101 | 91 | 87 | 99 | 273 | 3443 |
| Böblingen | Weissach | 97 | 214 | 219 | 94 | 367 | 182 | 171 | 161 | 154 | 214 | 569 | 7213 |
| Calw | Althengstett | 112 | 225 | 233 | 131 | 474 | 214 | 175 | 208 | 183 | 244 | 594 | 7533 |
| Calw | Bad Liebenzell | 95 | 199 | 217 | 97 | 441 | 215 | 226 | 179 | 185 | 280 | 780 | 9049 |
| Calw | Egenhausen | 26 | 53 | 63 | 33 | 116 | 53 | 44 | 60 | 38 | 59 | 140 | 1814 |
| Calw | Gechingen | 42 | 108 | 111 | 53 | 221 | 92 | 90 | 81 | 89 | 116 | 288 | 3774 |
| Calw | Haiterbach | 78 | 167 | 175 | 75 | 313 | 143 | 139 | 126 | 147 | 223 | 509 | 5683 |
| Calw | Nagold | 235 | 509 | 516 | 295 | 1067 | 491 | 504 | 512 | 520 | 809 | 2147 | 22245 |
| Calw | Ostelsheim | 31 | 53 | 52 | 31 | 140 | 57 | 48 | 51 | 55 | 69 | 166 | 2174 |
| Calw | Simmozheim | 36 | 81 | 78 | 43 | 166 | 75 | 54 | 68 | 61 | 96 | 231 | 2630 |
| Calw | Wildberg | 143 | 275 | 295 | 182 | 545 | 245 | 295 | 254 | 231 | 346 | 757 | 10153 |
| Enzkreis | Friolzheim | 44 | 88 | 119 | 50 | 212 | 103 | 91 | 102 | 74 | 113 | 240 | 3448 |
| Enzkreis | Mönsheim | 41 | 66 | 50 | 29 | 127 | 43 | 45 | 78 | 54 | 88 | 179 | 2469 |
| Enzkreis | Neuhausen | 73 | 151 | 161 | 90 | 276 | 122 | 147 | 137 | 108 | 153 | 347 | 5181 |
| Enzkreis | Tiefenbronn | 75 | 122 | 150 | 83 | 288 | 118 | 111 | 130 | 107 | 147 | 351 | 5098 |
| Enzkreis | Wiemsheim | 81 | 193 | 179 | 98 | 373 | 156 | 146 | 152 | 131 | 182 | 508 | 6332 |
| Enzkreis | Wimsheim | 42 | 73 | 79 | 33 | 144 | 58 | 65 | 57 | 43 | 69 | 180 | 2445 |
| Ludwigsburg | Eberdingen | 95 | 189 | 189 | 107 | 304 | 146 | 146 | 172 | 160 | 250 | 485 | 6540 |
| Region Heckengäu | | 1621 | 3246 | 3419 | 1802 | 6621 | 2975 | 2941 | 2966 | 2738 | 3970 | 9844 | 120753 |

| Bevölkerung unter 27 Jahren nach 11 Altersgruppen | | | | | | | | | | | | | 2012 |
|---|----------------|------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|---------------|
| Landkreis | Gemeinde | unter 1 | 1 bis unter 3 | 3 bis unter 5 | 5 bis unter 6 | 6 bis unter 10 | 10 bis unter 12 | 12 bis unter 14 | 14 bis unter 16 | 16 bis unter 18 | 18 bis unter 21 | 21 bis unter 27 | Insgesamt |
| Böblingen | Bondorf | 32 | 98 | 96 | 62 | 234 | 166 | 176 | 168 | 164 | 243 | 375 | 5702 |
| Böblingen | Deckenpfronn | 28 | 64 | 71 | 37 | 119 | 69 | 69 | 83 | 90 | 116 | 217 | 3206 |
| Böblingen | Jettingen | 68 | 138 | 139 | 69 | 309 | 170 | 173 | 213 | 238 | 297 | 543 | 7495 |
| Böblingen | Mötzingen | 22 | 58 | 72 | 41 | 135 | 93 | 104 | 99 | 105 | 154 | 266 | 3622 |
| Böblingen | Weissach | 67 | 130 | 141 | 77 | 263 | 155 | 171 | 188 | 190 | 281 | 478 | 7437 |
| Calw | Althengstett | 54 | 118 | 144 | 86 | 313 | 163 | 181 | 235 | 199 | 285 | 529 | 7779 |
| Calw | Bad Liebenzell | 60 | 140 | 144 | 79 | 316 | 165 | 161 | 178 | 187 | 319 | 588 | 8714 |
| Calw | Egenhausen | 15 | 45 | 36 | 17 | 91 | 47 | 64 | 65 | 54 | 70 | 145 | 1906 |
| Calw | Gechingen | 20 | 53 | 62 | 42 | 141 | 61 | 109 | 100 | 89 | 106 | 236 | 3586 |
| Calw | Haiterbach | 63 | 113 | 113 | 39 | 230 | 118 | 129 | 141 | 148 | 214 | 413 | 5663 |
| Calw | Nagold | 166 | 362 | 371 | 180 | 761 | 454 | 437 | 457 | 474 | 732 | 1471 | 21044 |
| Calw | Ostelsheim | 18 | 34 | 41 | 18 | 111 | 73 | 68 | 52 | 64 | 72 | 158 | 2381 |
| Calw | Simmozheim | 23 | 61 | 65 | 31 | 110 | 70 | 62 | 75 | 71 | 98 | 205 | 2852 |
| Calw | Wildberg | 81 | 160 | 179 | 81 | 349 | 198 | 209 | 238 | 234 | 354 | 708 | 9725 |
| Enzkreis | Friolzheim | 29 | 78 | 62 | 30 | 153 | 74 | 96 | 90 | 89 | 145 | 245 | 3781 |
| Enzkreis | Mönsheim | 18 | 43 | 46 | 16 | 122 | 58 | 67 | 73 | 69 | 95 | 173 | 2663 |
| Enzkreis | Neuhausen | 40 | 61 | 75 | 46 | 164 | 107 | 122 | 130 | 170 | 198 | 323 | 5203 |
| Enzkreis | Tiefenbronn | 43 | 72 | 88 | 29 | 162 | 88 | 132 | 116 | 152 | 192 | 325 | 5080 |
| Enzkreis | Wiemsheim | 66 | 125 | 121 | 62 | 267 | 139 | 146 | 178 | 161 | 255 | 409 | 6544 |
| Enzkreis | Wimsheim | 25 | 51 | 42 | 29 | 95 | 48 | 63 | 58 | 59 | 101 | 177 | 2585 |
| Ludwigsburg | Eberdingen | 38 | 138 | 125 | 74 | 220 | 123 | 132 | 139 | 175 | 259 | 382 | 6494 |
| Region Heckengäu | | 976 | 2142 | 2233 | 1145 | 4665 | 2639 | 2871 | 3076 | 3182 | 4586 | 8366 | 123462 |

| Bevölkerung unter 27 Jahren nach 11 Altersgruppen | | | | | | | | | | | | | 2012 |
|---|----------------|-------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------|
| Landkreis | Gemeinde | unter 1 | 1 bis unter 3 | 3 bis unter 5 | 5 bis unter 6 | 6 bis unter 10 | 10 bis unter 12 | 12 bis unter 14 | 14 bis unter 16 | 16 bis unter 18 | 18 bis unter 21 | 21 bis unter 27 | Insgesamt |
| Böblingen | Bondorf | -57% | -25% | -40% | -5% | -11% | 28% | 57% | 44% | 78% | 90% | 4% | 31% |
| Böblingen | Deckenpfronn | -33% | 10% | 0% | 6% | -11% | 17% | 41% | 84% | 80% | 43% | -6% | 33% |
| Böblingen | Jettingen | -31% | -23% | -31% | -39% | -29% | -8% | -5% | 15% | 41% | 46% | 6% | 11% |
| Böblingen | Mötzingen | -63% | -48% | -29% | -37% | -37% | 4% | 3% | 9% | 21% | 56% | -3% | 5% |
| Böblingen | Weissach | -31% | -39% | -36% | -18% | -28% | -15% | 0% | 17% | 23% | 31% | -16% | 3% |
| Calw | Althengstett | -52% | -48% | -38% | -34% | -34% | -24% | 3% | 13% | 9% | 17% | -11% | 3% |
| Calw | Bad Liebenzell | -37% | -30% | -34% | -19% | -28% | -23% | -29% | -1% | 1% | 14% | -25% | -4% |
| Calw | Egenhausen | -42% | -15% | -43% | -48% | -22% | -11% | 45% | 8% | 42% | 19% | 4% | 5% |
| Calw | Gechingen | -52% | -51% | -44% | -21% | -36% | -34% | 21% | 23% | 0% | -9% | -18% | -5% |
| Calw | Haiterbach | -19% | -32% | -35% | -48% | -27% | -17% | -7% | 12% | 1% | -4% | -19% | 0% |
| Calw | Nagold | -29% | -29% | -28% | -39% | -29% | -8% | -13% | -11% | -9% | -10% | -31% | -5% |
| Calw | Ostelsheim | -42% | -36% | -21% | -42% | -21% | 28% | 42% | 2% | 16% | 4% | -5% | 10% |
| Calw | Simmozheim | -36% | -25% | -17% | -28% | -34% | -7% | 15% | 10% | 16% | 2% | -11% | 8% |
| Calw | Wildberg | -43% | -42% | -39% | -55% | -36% | -19% | -29% | -6% | 1% | 2% | -6% | -4% |
| Enzkreis | Friolzheim | -34% | -11% | -48% | -40% | -28% | -28% | 5% | -12% | 20% | 28% | 2% | 10% |
| Enzkreis | Mönsheim | -56% | -35% | -8% | -45% | -4% | 35% | 49% | -6% | 28% | 8% | -3% | 8% |
| Enzkreis | Neuhausen | -45% | -60% | -53% | -49% | -41% | -12% | -17% | -5% | 57% | 29% | -7% | 0% |
| Enzkreis | Tiefenbronn | -43% | -41% | -41% | -65% | -44% | -25% | 19% | -11% | 42% | 31% | -7% | 0% |
| Enzkreis | Wiemsheim | -19% | -35% | -32% | -37% | -28% | -11% | 0% | 17% | 23% | 40% | -19% | 3% |
| Enzkreis | Wimsheim | -40% | -30% | -47% | -34% | -34% | -17% | -3% | 2% | 37% | 46% | -2% | 6% |
| Ludwigsburg | Eberdingen | -60% | -27% | -34% | -31% | -28% | -16% | -10% | -19% | 9% | 4% | -21% | -1% |
| Region Heckengäu | | -40% | -34% | -35% | -36% | -30% | -11% | -2% | 4% | 16% | 16% | -15% | 2% |

Quelle: Statistisches Landesamt, Internetseite <http://www.statistik.baden-wuerttemberg.de/SRDB/Tabelle.asp?H=1&U=06&T=01035501&E=GE&K=236&R=GE236044>, Zugriff 01.08.12104

Wirtschaft und Erwerbstätigkeit

| Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach ausgewählten Wirtschaftsbereichen | | | | | | | | 2007 |
|--|----------------|---------------|------------------------|------|---------------------------------|------|---------------------------|------|
| Landkreis | Gemeinde | Beschäftigte | Produzierendes Gewerbe | | Handel, Verkehr und Gastgewerbe | | Sonstige Dienstleistungen | |
| | | Anzahl | Anzahl | in % | Anzahl | in % | Anzahl | in % |
| Böblingen | Bondorf | 730 | 212 | 29,0 | 337 | 46,2 | 144 | 19,7 |
| Böblingen | Deckenpfronn | 680 | 280 | 41,2 | 123 | 18,1 | 277 | 40,7 |
| Böblingen | Jettingen | 1.103 | 491 | 44,5 | 381 | 34,5 | 223 | 20,2 |
| Böblingen | Mötzingen | 655 | 428 | 65,3 | 80 | 12,2 | 107 | 16,3 |
| Böblingen | Weissach | 4.215 | 229 | 5,4 | 283 | 6,7 | 3.679 | 87,3 |
| Calw | Althengstett | 1.774 | 1.174 | 66,2 | 328 | 18,5 | 259 | 14,6 |
| Calw | Bad Liebenzell | 1.925 | 208 | 10,8 | 532 | 27,6 | 1.143 | 59,4 |
| Calw | Egenhausen | 307 | 91 | 29,6 | 82 | 26,7 | 125 | 40,7 |
| Calw | Gechingen | 426 | 274 | 64,3 | 33 | 7,7 | 102 | 23,9 |
| Calw | Haiterbach | 1.835 | 1.108 | 60,4 | 459 | 25,0 | 246 | 13,4 |
| Calw | Nagold | 9.011 | 2.960 | 32,8 | 3.142 | 34,9 | 2.842 | 31,5 |
| Calw | Ostelsheim | 230 | 35 | 15,2 | 74 | 32,2 | 86 | 37,4 |
| Calw | Simmozheim | 237 | 85 | 35,9 | 53 | 22,4 | 98 | 41,4 |
| Calw | Wildberg | 1.572 | 753 | 47,9 | 233 | 14,8 | 574 | 36,5 |
| Enzkreis | Friolzheim | 1.092 | 406 | 37,2 | 511 | 46,8 | 163 | 14,9 |
| Enzkreis | Mönsheim | 553 | 356 | 64,4 | 103 | 18,6 | 81 | 14,6 |
| Enzkreis | Neuhausen | 1.019 | 658 | 64,6 | 144 | 14,1 | 213 | 20,9 |
| Enzkreis | Tiefenbronn | 803 | 554 | 69,0 | 131 | 16,3 | 117 | 14,6 |
| Enzkreis | Wiernsheim | 956 | 428 | 44,8 | 290 | 30,3 | 229 | 24,0 |
| Enzkreis | Wimsheim | 600 | 306 | 51,0 | 184 | 30,7 | 103 | 17,2 |
| Ludwigsburg | Eberdingen | 1.119 | 629 | 56,2 | 229 | 20,5 | 235 | 21,0 |
| Region Heckengäu | | 30.842 | 11.665 | | 7.732 | | 11.046 | |

| Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach ausgewählten Wirtschaftsbereichen | | | | | | | | 2013 |
|--|-----------------------|---------------|------------------------|------|---------------------------------|------|---------------------------|------|
| Landkreis | Gemeinde | Beschäftigte | Produzierendes Gewerbe | | Handel, Verkehr und Gastgewerbe | | Sonstige Dienstleistungen | |
| | | Anzahl | Anzahl | in % | Anzahl | in % | Anzahl | in % |
| Böblingen | Bondorf | 1.496 | 229 | 15,3 | 776 | 51,9 | 459 | 30,7 |
| Böblingen | Deckenpfronn | 839 | 399 | 47,6 | 136 | 16,2 | 303 | 36,1 |
| Böblingen | Jettingen | 1.141 | 518 | 45,4 | 384 | 33,7 | 229 | 20,1 |
| Böblingen | Mötzingen | 639 | 396 | 62,0 | 95 | 14,9 | 148 | 23,2 |
| Böblingen | Weissach | 5.721 | 329 | 5,8 | 262 | 4,6 | 5.128 | 89,6 |
| Calw | Althengstett | 1.845 | 1.145 | 62,1 | 389 | 21,1 | 300 | 16,3 |
| Calw | Bad Liebenzell gesamt | 1.901 | 271 | 14,3 | 534 | 28,1 | 1.092 | 57,4 |
| Calw | Egenhausen | 345 | 79 | 22,9 | 85 | 24,6 | 177 | 51,3 |
| Calw | Gechingen | 503 | 275 | 54,7 | 50 | 9,9 | 177 | 35,2 |
| Calw | Haiterbach | 1.841 | 1.036 | 56,3 | 493 | 26,8 | 293 | 15,9 |
| Calw | Nagold | 10.241 | 3.062 | 29,9 | 3.860 | 37,7 | 3.314 | 32,4 |
| Calw | Ostelsheim | 234 | 51 | 21,8 | 40 | 17,1 | 108 | 46,2 |
| Calw | Simmozheim | 235 | 73 | 31,1 | 63 | 26,8 | 99 | 42,1 |
| Calw | Wildberg | 1.791 | 766 | 42,8 | 309 | 17,3 | 707 | 39,5 |
| Enzkreis | Friolzheim | 1.503 | 459 | 30,5 | 864 | 57,5 | 178 | 11,8 |
| Enzkreis | Mönsheim | 1.086 | 374 | 34,4 | 90 | 8,3 | 619 | 57,0 |
| Enzkreis | Neuhausen | 1.037 | 740 | 71,4 | 104 | 10,0 | 190 | 18,3 |
| Enzkreis | Tiefenbronn | 595 | 316 | 53,1 | 131 | 22,0 | 146 | 24,5 |
| Enzkreis | Wiernsheim | 967 | 453 | 46,8 | 250 | 25,9 | 257 | 26,6 |
| Enzkreis | Wimsheim | 721 | 369 | 51,2 | 222 | 30,8 | 128 | 17,8 |
| Ludwigsburg | Eberdingen | 1.127 | 611 | 54,2 | 187 | 16,6 | 256 | 22,7 |
| Region Heckengäu | | 35.808 | 11.951 | | 9.324 | | 14.308 | |

Quelle: Statistisches Landesamt, Internetseite <http://www.statistik.baden-wuerttemberg.de/SRDB/Tabelle.asp?R=GE118012&H=6&U=02&T=03025013>, Zugriff 01.08.12104

Landwirtschaft

| Landwirtschaftliche Haupt- und Nebenerwerbsbetriebe | | 1999 | | | | 2010 | | | |
|---|-----------------------|---------------|--------------|------------|-------------|------------|--------------|------------|-------------|
| Landkreis | Gemeinde | Betriebe ges. | Einzeluntern | Vollerwerb | Nebenerwerb | Betriebe | Einzeluntern | Vollerwerb | Nebenerwerb |
| | | Anzahl | Anzahl | Anzahl | Anzahl | Anzahl | Anzahl | Anzahl | Anzahl |
| Böblingen | Bondorf | 56 | 53 | 19 | 34 | 36 | 31 | 11 | 20 |
| Böblingen | Deckenpfronn | 27 | 22 | 6 | 16 | 19 | 17 | 4 | 13 |
| Böblingen | Jettingen | 55 | 52 | 21 | 31 | 41 | 38 | 10 | 28 |
| Böblingen | Mötzingen | 11 | 10 | 1 | 9 | 8 | 8 | 1 | 7 |
| Böblingen | Weissach | 31 | 31 | 13 | 18 | 22 | 19 | 6 | 13 |
| Calw | Althengstett | 21 | 18 | 5 | 13 | 11 | 9 | 3 | 6 |
| Calw | Bad Liebenzell gesamt | 39 | 36 | 6 | 30 | 21 | 19 | 2 | 17 |
| Calw | Egenhausen | 18 | 17 | 5 | 12 | 10 | 10 | 4 | 6 |
| Calw | Gechingen | 19 | 15 | 7 | 8 | 14 | 13 | 7 | 6 |
| Calw | Haiterbach | 36 | 35 | 11 | 24 | 26 | 25 | 11 | 14 |
| Calw | Nagold | 62 | 59 | 13 | 46 | 45 | 39 | 4 | 35 |
| Calw | Ostelsheim | 13 | 12 | 5 | 7 | 7 | 6 | 5 | 1 |
| Calw | Simmozheim | 10 | 10 | 2 | 8 | 9 | 9 | 2 | 7 |
| Calw | Wildberg | 52 | 51 | 20 | 31 | 42 | 41 | 11 | 30 |
| Enzkreis | Friolzheim | 13 | 13 | 6 | 7 | 12 | 11 | 3 | 8 |
| Enzkreis | Mönsheim | 8 | 7 | 2 | 5 | 8 | 7 | 2 | 5 |
| Enzkreis | Neuhausen | 16 | 15 | 4 | 11 | 15 | 13 | 1 | 12 |
| Enzkreis | Tiefenbronn | 19 | 18 | 3 | 15 | 15 | 11 | 3 | 8 |
| Enzkreis | Wiernsheim | 34 | 31 | 12 | 19 | 30 | 29 | 11 | 18 |
| Enzkreis | Wimsheim | 9 | 7 | 1 | 6 | 6 | 5 | 1 | 4 |
| Ludwigsburg | Eberdingen | 57 | 53 | 26 | 27 | 44 | 39 | 17 | 22 |
| Region Heckengäu | | 606 | 565 | 188 | 377 | 441 | 399 | 119 | 280 |

Quelle: Statistisches Landesamt, Internetseite <http://www.statistik.baden-wuerttemberg.de/SRDB/home.asp?H=7&U=01&T=05015025&E=GE&K=115>, Zugriff 01.08.12104

| Landwirtschaftlich genutzte Fläche nach Hauptnutzungsarten, in ha | | 1999 | | | | | 2010 | | | | |
|---|-----------------------|--------------|--------------|---------------|-------------|----------|-----------------|--------------|---------------|-------------|----------|
| Landkreis | Gemeinde | LW Fläche | Ackerland | Dauergrünland | Obstanlagen | Rebland | LW Fläche insg. | Ackerland | Dauergrünland | Obstanlagen | Rebland |
| Böblingen | Bondorf | 1297 | 1117 | 167 | 11 | 0 | 1239 | 1072 | 146 | 10 | 0 |
| Böblingen | Deckenpfronn | 624 | 489 | 136 | 0 | 0 | 653 | 522 | 131 | 0 | 0 |
| Böblingen | Jettingen | 1948 | 1613 | 332 | 0 | 0 | 2061 | 1696 | 359 | 0 | 0 |
| Böblingen | Mötzingen | 231 | 223 | 3 | 0 | 0 | 172 | 169 | 2 | 0 | 0 |
| Böblingen | Weissach | 955 | 644 | 310 | 0 | 0 | 898 | 603 | 295 | 0 | 0 |
| Calw | Althengstett | 435 | 163 | 271 | 0 | 0 | 426 | 178 | 247 | 0 | 0 |
| Calw | Bad Liebenzell gesamt | 565 | 238 | 326 | 0 | 0 | 489 | 193 | 296 | 0 | 0 |
| Calw | Egenhausen | 501 | 239 | 261 | 0 | 0 | 542 | 235 | 907 | 0 | 0 |
| Calw | Gechingen | 767 | 313 | 454 | 0 | 0 | 793 | 317 | 475 | 0 | 0 |
| Calw | Haiterbach | 1336 | 703 | 628 | 0 | 0 | 1348 | 745 | 600 | 0 | 0 |
| Calw | Nagold | 2132 | 1417 | 559 | 0 | 0 | 2407 | 1756 | 649 | 0 | 0 |
| Calw | Ostelsheim | 427 | 370 | 54 | 0 | 0 | 547 | 447 | 95 | 0 | 0 |
| Calw | Simmozheim | 337 | 151 | 186 | 0 | 0 | 361 | 169 | 192 | 0 | 0 |
| Calw | Wildberg | 1772 | 946 | 822 | 0 | 0 | 1910 | 976 | 927 | 0 | 0 |
| Enzkreis | Friolzheim | 367 | 254 | 112 | 0 | 0 | 445 | 290 | 154 | 0 | 0 |
| Enzkreis | Mönsheim | 700 | 471 | 229 | 0 | 0 | 697 | 468 | 228 | 0 | 0 |
| Enzkreis | Neuhausen | 633 | 396 | 237 | 0 | 0 | 674 | 405 | 268 | 0 | 0 |
| Enzkreis | Tiefenbronn | 565 | 383 | 159 | 0 | 0 | 373 | 199 | 173 | 0 | 0 |
| Enzkreis | Wiernsheim | 1170 | 911 | 257 | 1 | 0 | 1239 | 933 | 304 | 1 | 0 |
| Enzkreis | Wimsheim | 221 | 137 | 83 | 0 | 0 | 222 | 0 | 81 | 0 | 0 |
| Ludwigsburg | Eberdingen | 1478 | 1136 | 332 | 6 | 0 | 1480 | 1162 | 301 | 14 | 0 |
| Region Heckengäu | | 18461 | 12314 | 5918 | 18 | 0 | 18976 | 12535 | 6830 | 25 | 0 |

Quelle: Statistisches Landesamt, Internetseite <http://www.statistik.baden-wuerttemberg.de/SRDB/Tabelle.asp?H=7&U=01&T=05015023&E=GE&K=115&R=GE115004>, Zugriff 01.08.12104

| Landwirtschaftliche Betriebsgrößenstruktur | | | | | | | | 1999 |
|--|-----------------------|--------------------|-------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|----------------------------|
| Landkreis | Gemeinde | Betriebe insgesamt | mit unter 5 ha LF | 5 bis unter 10 ha LF | 10 bis unter 20 ha LF | 20 bis unter 50 ha LF | 50 und mehr ha LF | Durchschnlt. Betriebsgröße |
| Böblingen | Bondorf | 56 | 4 | 10 | 19 | 17 | 6 | 23,2 |
| Böblingen | Deckenpfronn | 27 | 0 | 4 | 14 | 6 | 3 | 23,1 |
| Böblingen | Jettingen | 55 | 2 | 10 | 12 | 19 | 12 | 35,4 |
| Böblingen | Mötzingen | 11 | 3 | 1 | 2 | 4 | 1 | 21,0 |
| Böblingen | Weissach | 31 | 2 | 6 | 6 | 10 | 7 | 30,8 |
| Calw | Althengstett | 21 | 5 | 9 | 0 | 5 | 2 | 20,7 |
| Calw | Bad Liebenzell gesamt | 39 | 8 | 17 | 7 | 4 | 3 | 14,5 |
| Calw | Egenhausen | 18 | 0 | 5 | 5 | 5 | 3 | 27,8 |
| Calw | Gechingen | 19 | 1 | 8 | 0 | 4 | 6 | 40,4 |
| Calw | Haiterbach | 36 | 1 | 14 | 5 | 6 | 10 | 37,1 |
| Calw | Nagold | 62 | 4 | 20 | 16 | 10 | 12 | 34,4 |
| Calw | Ostelsheim | 13 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 32,9 |
| Calw | Simmozheim | 10 | 1 | 3 | 1 | 3 | 2 | 33,7 |
| Calw | Wildberg | 52 | 2 | 11 | 15 | 11 | 13 | 34,1 |
| Enzkreis | Friolzheim | 13 | 0 | 3 | 5 | 2 | 3 | 28,2 |
| Enzkreis | Mönsheim | 8 | 0 | 0 | 2 | 2 | 4 | 87,5 |
| Enzkreis | Neuhausen | 16 | 0 | 5 | 2 | 6 | 3 | 39,6 |
| Enzkreis | Tiefenbronn | 19 | 2 | 4 | 6 | 5 | 2 | 28,7 |
| Enzkreis | Wiernsheim | 34 | 2 | 6 | 12 | 5 | 9 | 34,4 |
| Enzkreis | Wimsheim | 9 | 2 | 3 | 0 | 3 | 1 | 24,6 |
| Ludwigsburg | Eberdingen | 57 | 7 | 9 | 15 | 18 | 8 | 25,9 |
| Region Heckengäu | | 606 | 48 | 152 | 146 | 147 | 113 | 31,4 |

| Landwirtschaftliche Betriebsgrößenstruktur | | | | | | | | 2010 |
|--|-----------------------|--------------------|-------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|----------------------------|
| Landkreis | Gemeinde | Betriebe insgesamt | mit unter 5 ha LF | 5 bis unter 10 ha LF | 10 bis unter 20 ha LF | 20 bis unter 50 ha LF | 50 und mehr ha LF | Durchschnlt. Betriebsgröße |
| Böblingen | Bondorf | 36 | 1 | 3 | 14 | 8 | 10 | 34,4 |
| Böblingen | Deckenpfronn | 19 | 0 | 3 | 5 | 7 | 4 | 34,4 |
| Böblingen | Jettingen | 41 | 2 | 6 | 9 | 8 | 16 | 50,3 |
| Böblingen | Mötzingen | 8 | 1 | 1 | 2 | 4 | 0 | 21,5 |
| Böblingen | Weissach | 22 | 0 | 5 | 3 | 8 | 6 | 40,8 |
| Calw | Althengstett | 11 | 3 | 2 | 0 | 3 | 3 | 38,8 |
| Calw | Bad Liebenzell gesamt | 21 | 1 | 8 | 6 | 2 | 4 | 23,3 |
| Calw | Egenhausen | 10 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 54,2 |
| Calw | Gechingen | 14 | 1 | 4 | 0 | 3 | 6 | 56,7 |
| Calw | Haiterbach | 26 | 2 | 6 | 5 | 4 | 9 | 51,8 |
| Calw | Nagold | 45 | 3 | 9 | 13 | 8 | 12 | 53,5 |
| Calw | Ostelsheim | 7 | 1 | 0 | 1 | 2 | 3 | 78,2 |
| Calw | Simmozheim | 9 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 40,1 |
| Calw | Wildberg | 42 | 2 | 9 | 11 | 5 | 15 | 45,5 |
| Enzkreis | Friolzheim | 12 | 0 | 3 | 3 | 1 | 5 | 37,0 |
| Enzkreis | Mönsheim | 8 | 0 | 0 | 1 | 2 | 5 | 87,1 |
| Enzkreis | Neuhausen | 15 | 1 | 4 | 4 | 3 | 3 | 45,0 |
| Enzkreis | Tiefenbronn | 15 | 0 | 5 | 4 | 4 | 2 | 24,8 |
| Enzkreis | Wiernsheim | 30 | 2 | 7 | 8 | 2 | 11 | 41,3 |
| Enzkreis | Wimsheim | 6 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 36,9 |
| Ludwigsburg | Eberdingen | 44 | 5 | 3 | 11 | 17 | 8 | 33,6 |
| Region Heckengäu | | 441 | 27 | 83 | 104 | 98 | 129 | 44,3 |

Quelle: Statistisches Landesamt, Internetseite <http://www.statistik.baden-wuerttemberg.de/SRDB/Tabelle.asp?H=7&U=02&T=05025033&E=GE&K=115&R=GE115004>, Zugriff 01.08.12104

| Viehhaltung | Landkreis | Gemeinde | 1999 | | 2010 | |
|-------------------------|-----------------------|----------|------------|---------------|------------|--------------|
| | | | Gesamt | | | |
| | | | Betriebe | Tiere | Betriebe | Tiere |
| Böblingen | Bondorf | | 30 | 685 | 17 | 495 |
| Böblingen | Deckenpfronn | | 23 | 311 | 18 | 256 |
| Böblingen | Jettingen | | 46 | 1438 | 30 | 1239 |
| Böblingen | Mötzingen | | 6 | 13 | 3 | |
| Böblingen | Weissach | | 24 | 497 | 16 | 294 |
| Calw | Althengstett | | 13 | 262 | 8 | 280 |
| Calw | Bad Liebenzell gesamt | | 32 | 480 | 14 | 328 |
| Calw | Egenhausen | | 17 | 521 | 10 | 501 |
| Calw | Gechingen | | 17 | 504 | 12 | 471 |
| Calw | Haiterbach | | 30 | 754 | 18 | 639 |
| Calw | Nagold | | 43 | 714 | 29 | 541 |
| Calw | Ostelsheim | | 8 | 231 | 5 | 264 |
| Calw | Simmozheim | | 9 | 191 | 9 | 212 |
| Calw | Wildberg | | 43 | 1338 | 33 | 1440 |
| Enzkreis | Friolzheim | | 11 | 222 | 10 | 259 |
| Enzkreis | Mönsheim | | 8 | 507 | 8 | 609 |
| Enzkreis | Neuhausen | | 11 | 159 | 8 | 131 |
| Enzkreis | Tiefenbronn | | 14 | 220 | 12 | 260 |
| Enzkreis | Wiernsheim | | 26 | 786 | 23 | 858 |
| Enzkreis | Wimsheim | | 5 | 111 | 4 | 70 |
| Ludwigsburg | Eberdingen | | 32 | 969 | 24 | 702 |
| Region Heckengäu | | | 448 | 10.913 | 311 | 9.849 |

Quelle: Statistisches Landesamt, Internetseite <http://www.statistik.baden-wuerttemberg.de/SRDB/Tabelle.asp?H=7&U=01&T=05015023&E=GE&K=115&R=GE115004>, Zugriff 01.08.12104

Tourismus

| Beherbergung im Reiseverkehr nach Betriebsarten | | | | | | | | | 2013 |
|---|----------------|------------------------|-------------------|---------------|-----------------|----------------|-----------------|------------------|--------------|
| Landkreis | Gemeinde | Betriebe ¹⁾ | Schlafgelegenheit | Ankünfte | davon Ausländer | Übernachtungen | davon Ausländer | Aufenthaltsdauer | Schlafgelege |
| Böblingen | Böndorf | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | |
| Böblingen | Deckenpfronn | 1 | | | | | | | |
| Böblingen | Jettingen | 1 | | | | | | | |
| Böblingen | Mötzingen | 0 | | | | | | | |
| Böblingen | Weissach | 1 | | | | | | | |
| Calw | Althengstett | 3 | 81 | 3347 | | | | 2,2 | 31,1 |
| Calw | Bad Liebenzell | 20 | 1456 | 40981 | 6352 | 163772 | 25408 | 4 | 35,6 |
| Calw | Egenhausen | 2 | | | | | | | |
| Calw | Gechingen | 0 | | | | | | | |
| Calw | Haiterbach | 0 | | | | | | | |
| Calw | Nagold | 12 | 482 | 21371 | 2852 | 40455 | 6451 | 1,9 | 26,9 |
| Calw | Ostelsheim | 1 | | | | | | | |
| Calw | Simmozheim | 1 | | | | | | | |
| Calw | Wildberg | 8 | 771 | 14913 | | 40270 | 8955 | 2,7 | 19,2 |
| Enzkreis | Friolzheim | 1 | | | | | | | |
| Enzkreis | Mönsheim | 2 | | | | | | | |
| Enzkreis | Neuhausen | 4 | 378 | 5604 | | 16579 | | 3 | 12,2 |
| Enzkreis | Tiefenbronn | 3 | 92 | 6649 | 1940 | 9401 | 2694 | 1,4 | 27,9 |
| Enzkreis | Wiemsheim | 0 | | | | | | | |
| Enzkreis | Wimsheim | 0 | | | | | | | |
| Ludwigsburg | Eberdingen | 2 | | | | | | | |
| Region Heckengäu | | 62 | 3.260 | 92.865 | 11.144 | 270.477 | 43.508 | 2,9 | |

Quelle: Landesamt für Statistik, Internetseite <http://www.statistik.baden-wuerttemberg.de/SRDB/Tabelle.asp?H=9&U=02&T=08065012&E=GE&K=235&R=GE235007>, Zugriff am 01.08.2014

