



## INHALTSVERZEICHNIS

1	ABGRENZUNG UND LAGE DES AKTIONSGEBIETES .....	4
1.1	<i>Lage im Raum und Gebietsabgrenzung</i> .....	4
1.2	<i>Homogenität des Gebietes</i> .....	6
2	ZUSAMMENSETZUNG UND AUFGABEN DER LAG .....	8
2.1	<i>Organisationsstruktur und Zusammensetzung</i> .....	8
2.2	<i>Lokale Aktionsgruppe – Gremien und Aufgaben</i> .....	9
3	BESTANDSAUFNAHME DES AKTIONSGEBIETES .....	12
4	SWOT-ANALYSE .....	15
4.1	<i>Dorf, Stadt &amp; Wirtschaft</i> .....	15
4.2	<i>Tourismus</i> .....	16
4.3	<i>Energie</i> .....	17
5	LEITBILDER UND ZIELVORSTELLUNGEN .....	18
5.1	<i>Gesamtziele (Was wollen wir erreichen?)</i> .....	18
5.2	<i>Querschnittsziele</i> .....	20
6	ENTWICKLUNGSZIELE, -STRATEGIEN UND HANDLUNGSFELDER .....	22
6.1	<i>Strategische Leitlinien (Wie wollen wir vorgehen?)</i> .....	22
6.2	<i>Die Handlungsschwerpunkte im Überblick (Wo wollen wir agieren?)</i> .....	23
6.3	<i>Handlungsfeld 1: Dorf, Stadt &amp; Wirtschaft</i> .....	25
6.4	<i>Handlungsfeld 2: Tourismus</i> .....	26
6.5	<i>Handlungsfeld 3: Energie</i> .....	27
6.6	<i>Besonderheiten und innovativer Charakter der Strategie</i> .....	28
7	GEPLANTE MAßNAHMENBEREICHE .....	31
7.1	<i>Handlungsfeld 1: Dorf, Stadt &amp; Wirtschaft</i> .....	31
7.1.1	Teilhandlungsfeld „Nahversorgung und Infrastruktur“ .....	31
7.1.2	Teilhandlungsfeld „Revitalisierung der Ortskerne“ .....	36
7.1.3	Teilhandlungsfeld „Aktivierende Planungsprozesse“ .....	38
7.1.4	Teilhandlungsfeld „Standortmarketing“ .....	41
7.1.5	Teilhandlungsfeld „Dorfkultur und Soziales Leben“ .....	44
7.1.6	Teilhandlungsfeld „Regionale Produkte“ .....	46
7.2	<i>Handlungsfeld 2: Tourismus</i> .....	50
7.2.1	Teilhandlungsfeld „Touristisches Leitbild“ .....	50
7.2.2	Teilhandlungsfeld „Gastronomie und Kulinarisches“ .....	52
7.2.3	Teilhandlungsfeld „Erlebnisraum Wald und Natur“ .....	56
7.2.4	Teilhandlungsfeld „Lebendige Geschichte“ .....	59
7.2.5	Teilhandlungsfeld „Touristische Spezialangebote (Nischen)“ .....	64
7.2.6	Teilhandlungsfeld „Wandertourismus“ .....	68
7.2.7	Teilhandlungsfeld „Radtourismus“ .....	71
7.2.8	Teilhandlungsfeld „Qualifizierung, Beratung und Vernetzung“ .....	75
7.2.9	Teilhandlungsfeld „Marketing und Gästeinformation“ .....	77
7.3	<i>Handlungsfeld 3: Energie</i> .....	80
7.3.1	Teilhandlungsfeld „Energieagentur & Energiegesellschaft“ .....	80
7.3.2	Teilhandlungsfeld „Pilotprojekte Energieerzeugung und Energieeinsparung“ .....	82
7.3.3	Teilhandlungsfeld „Energiedörfer und Verbundprojekte“ .....	84
7.3.4	Teilhandlungsfeld „Bewusstseinsbildung und Qualifizierung“ .....	87
7.3.5	Teilhandlungsfeld „Energieberatung“ .....	89
7.3.6	Teilhandlungsfeld „Energiecluster Donnersberger und Lautrer Land & Energietourismus“ .....	90
8	GEPLANTE GEBIETSÜBERGREIFENDE UND TRANSNATIONALE ZUSAMMENARBEIT .....	92
9	GEPLANTE ARBEIT DER LAG, KOMPETENZENTWICK-LUNG, SENSIBILISIERUNG UND ÖFFENTLICHKEITS-ARBEIT .....	94
10	FINANZIERUNGSÜBERLEGUNGEN .....	98
11	MONITORING UND VERFAHREN ZUR SELBSTEVALUIERUNG .....	104

### Anlagen:

- Liste der LAG-Mitgliedsinstitutionen und ihrer Vertreter/innen
- Protokoll der LAG-Mitgliederversammlung mit Beschlussfassung
- Satzung der LAG „Donnersberger und Lautrer Land“

## VORBEMERKUNGEN

Die vorliegende lokale, integrierte, ländliche Entwicklungsstrategie (LILE) der LAG „Donnersberger und Lautrer Land“ wurde unter intensiver Beteiligung der Mitglieder der Lokalen Aktionsgruppe und weiterer Beteiligter erstellt. In mehreren Workshops wurden auf Basis der Kurzbewerbung die Handlungsfelder weiter konkretisiert. In thematischen Workshops, ergänzenden Interviews und Gesprächsrunden wurden Teilhandlungsfelder und Maßnahmenbereiche vertiefend ausgearbeitet. Alle Mitglieder der LAG erklärten sich zur aktiven Mitwirkung im LEADER-Prozess bereit.

In einer LAG-Vorstandssitzung vom 28.02.2008 und einer LAG-Mitgliederversammlung vom 29.02.2008 wurde die vorliegende LILE als Handlungsleitfaden für die kommenden Jahre einstimmig beschlossen. Als LEADER-Koordinatoren der Landkreise wurden Herr Hartwig Wolf (Donnersbergkreis) und Herr Ludwig Kessler (Kreis Kaiserslautern) benannt.

Hartwig Wolf	Ludwig Keßler
Landkreis Donnersbergkreis	Landkreis Kaiserslautern
Uhlandstr. 2	Lauterstr. 8
67292 Kirchheimbolanden	67657 Kaiserslautern
Tel.: 06352-710-102	Tel.: 0631-7105-317
E-Mail: <a href="mailto:hwolf@donnersberg.de">hwolf@donnersberg.de</a>	E-Mail: <a href="mailto:ludwig.kessler@kaiserslautern-kreis.de">ludwig.kessler@kaiserslautern-kreis.de</a>

Bearbeitung: entra Unternehmerentwicklung, Stefan Dietz, Carsten Jeblick, Teresa Müller  
Titel/Rückseite: GTS-Druck, Kirchheimbolanden

Stand: 10. März 2008

## KURZZUSAMMENFASSUNG

### Zeitreise. Vergangenes bewahren – Zukunft gestalten!

Die **LAG "Donnersberger und Lautrer Land"** möchte mit der vorliegenden Strategie die Zukunftsfähigkeit der Region nachhaltig steigern. In den Handlungsfeldern „Dorf, Stadt & Wirtschaft“, „Tourismus“ und „Energie“ sollen unter aktiver Beteiligung einer großen Zahl regionaler Akteure vielfältige Projekte entwickelt und umgesetzt werden.

Die wichtigsten Ziele sind:

- *Die LEADER-Region will langfristig zu 100% energieautark werden und selbst so viel Energie aus regenerativen Quellen erzeugen, wie sie rechnerisch verbraucht. Sie will Vorreiterregion für Energieeinsparung und regenerative Energieerzeugung sein.*
- *Die ländliche Infrastruktur und Funktionsvielfalt soll erhalten und in zukunftsfähiger Form weiterentwickelt werden, die Bevölkerungszahl mindestens gehalten werden.*
- *Natürliche, kulturelle und historische Potenziale der Region sollen erlebnisorientiert und marktgerecht touristisch in Wert gesetzt werden.*
- *Für möglichst viele Menschen und Unternehmen in der Region sollen Wertschöpfungspotenziale erschlossen werden.*

Das Gebiet der LAG "Donnersberger und Lautrer Land" ist eine homogene Region mit gewachsenen Verbindungen. Die LEADER-Strategie nimmt zentrale Herausforderungen, wie den demografischen Wandel, und Chancen der Region, wie die touristischen Potenziale, und die bereits vorhandenen Erfolge im Bereich der regenerativen Energien auf und stärkt systematisch zukunftsrelevante Erfolgsfaktoren und damit die Wettbewerbsfähigkeit. Die LEADER-Strategie will in allen Handlungsfeldern viele Menschen in der Region aktiv einbeziehen, Bewusstsein für die behandelten Zukunftsthemen wecken, zum Mitmachen animieren und eine Fülle von Initiativen und innovativen Projekten realisieren.

Die Strategie der LAG "Donnersberger und Lautrer Land" konzentriert sich auf drei zentrale Handlungsfelder, die für die nachhaltig erfolgreiche Entwicklung der Region elementar sind und synergetisch ineinandergreifen.

Das **Handlungsfeld „Dorf, Stadt & Wirtschaft“** konzentriert sich auf den Erhalt der Infrastruktur und die Steigerung der Lebensqualität in den Dörfern und kleineren Städten der Region. Regionale Produkte sollen entwickeln und durch Standortmarketing und aktivierende Planungsprozesse nachhaltig positive Entwicklungen in den LEADER-Gemeinden initiiert werden.

Im **Handlungsfeld „Tourismus“** werden die Potenziale der Region zur Entwicklung attraktiver touristischer Angebote genutzt und aktiv vermarktet. Neben Angeboten und Infrastruktur für Wanderer und Radfahrer sollen Natur- und Geschichtserlebnisse inszeniert und touristische Nischen systematisch ausgebaut werden. Durch die Erarbeitung eines touristischen Leitbildes sollen viele Akteure gewonnen und vernetzt werden.

Mit dem **Handlungsfeld „Energie“** leistet die Region einen wichtigen Beitrag zur globalen Nachhaltigkeit und profiliert sich andererseits zukunftsorientiert als Vorreiterregion. Über Bewusstseinsbildung, Energieberatung, Energieeinsparung und die Förderung einer regionalen Energieagentur soll eine überregionale Spitzenposition erreicht werden.

# **1 ABGRENZUNG UND LAGE DES AKTIONSGBIETES**

## **1.1 Lage im Raum und Gebietsabgrenzung**

Das LAG-Gebiet liegt im mittleren Süden des Landes Rheinland-Pfalz in der Tourismusregion Pfalz und der Planungsregion Westpfalz in unmittelbarer Nähe zum Oberzentrum Kaiserslautern sowie in geringer Entfernung zu den beiden Ballungszentren Rhein-Main und Rhein-Neckar.

Die LAG "Donnersberger und Lautrer Land" erstreckt sich über zehn Verbandsgemeinden aus den beiden Landkreisen Donnersbergkreis mit Sitz in Kirchheimbolanden und Kaiserslautern mit Sitz in Kaiserslautern. Aus dem Donnersbergkreis gehören die Verbandsgemeinden Alsenz-Obermoschel, Eisenberg, Göllheim (teilweise), Kirchheimbolanden, Rockenhausen und Winnweiler zur LEADER-Region, aus dem Kreis Kaiserslautern die Verbandsgemeinden Enkenbach-Alsenborn, Otterbach, Otterberg und Weilerbach. Die weinbaulich geprägten Teile des Zellertals in der Verbandsgemeinde Göllheim wurden aus Gründen der Gebietshomogenität und der gewählten Strategie in die LAG Rheinhessen-Zellertal integriert. Die Verbandsgemeinde Enkenbach-Alsenborn gehörte bisher zur LAG Pfälzerwald und schließt sich aufgrund vielfältiger bestehender Austauschbeziehungen mit Institutionen der LAG "Donnersberger und Lautrer Land" und inhaltlichen Überschneidungen diesem Fördergebiet an.

Begrenzt wird das Gebiet im Süden durch die Stadt Kaiserslautern und den Pfälzerwald (LAG Pfälzerwald), im Westen durch den Landkreis Kusel (LAG Pfälzer Bergland) und die Saarpfalz, im Osten durch die Landkreise Alzey-Worms (LAG Rheinhessen-Zellertal) und Bad Dürkheim sowie im Norden durch den Landkreis Bad Kreuznach (LAG Hunsrück).

### **Gebietszuschnitt**

Die LEADER-Region umfasst eine Fläche von 881,39 km<sup>2</sup> bei einer Einwohnerzahl von 121.173 Menschen mit einer Einwohnerdichte von 137,48 Einwohnern pro km<sup>2</sup>. Die Bevölkerung im LEADER-Gebiet verteilt sich auf 102 Gemeinden in zehn Verbandsgemeinden. Die Kleinstädte Eisenberg (9768 Einwohner), Kirchheimbolanden (7845 Einwohner), Otterberg (5310) und Rockenhausen (5566 Einwohner) wurden ebenfalls in das LEADER-Gebiet aufgenommen. Sie spielen in allen Handlungsfeldern eine integrale Rolle. Am Beispiel dieser Kleinstädte und durch die Nähe zur Großstadt Kaiserslautern lassen sich verschieden wirkende Stadt-Land-Verflechtungen langfristig untersuchen und für die Entwicklung der ländlichen LEADER-Region nutzen.

Die Abgrenzung des Gebietes ist in der folgenden Übersichtskarte dargestellt.



### Abgrenzung zu ILE-Fördergebieten:

Im LEADER-Gebiet wurden bislang zwei integrierte, ländliche Entwicklungskonzepte (ILEKs) erarbeitet. Für das Gebiet der beiden Verbandsgemeinden Alsenz-Obermoschel und Rockenhausen wurde 2006 ein ILEK abgeschlossen und in ein ILE-Regionalmanagement übergeleitet. Die Ergebnisse und Projektansätze wurden in die Erstellung der LEADER-Strategie integriert. Die LAG verspricht sich daraus sinnvolle Synergieeffekte, einige Projektansätze können ggf. auf die gesamte Region erweitert werden. Im Zellertal wurde eine dem ILEK gleichgestellte Blitzstudie im Dezember 2006 erstellt. Teilbereiche der Ergebnisse der Studie „Entwicklungsperspektiven Zellertal“ konnten ebenfalls in der Entwicklung der LEADER-Strategie berücksichtigt werden. Im Westen des Gebietes grenzt der LAG-Aktionsraum an das ILEK-Gebiet Westrich, das seit dem Frühjahr 2008 besteht.

## 1.2 Homogenität des Gebietes

Das Gebiet der LAG "Donnersberger und Lautrer Land" weist eine hohe naturräumliche und geschichtliche Übereinstimmung auf. Viele touristische Infrastrukturelemente existieren bereits verwaltungsgrenzenübergreifend. Es besteht eine weitgehend gemeinsame Mentalität und regionale Identität. Die Zuordnung zur Westpfalz und Pfalz sowie eine Fülle organisatorischer Verflechtungen und bereits bestehender Kooperationen bilden eine ideale Grundlage für die im Zuge der LEADER-Strategie deutlich intensiviertere innerregionale Zusammenarbeit und eine gemeinsame Entwicklungsstrategie. Im Einzelnen kommt die Homogenität des LEADER-Gebietes in folgenden Bereichen zum Ausdruck:

### **Naturraum**

Die Region gehört zum Saar-Nahe-Bergland. Charakteristische Flusstäler wie das Eistal, das Alsenztal, das Appelbachtal, das Lautertal, das Moscheltal oder das Pfrimmtal wechseln sich mit Hügellandschaften, größeren und kleineren Waldgebieten und offenen Kulturlandschaftsbereichen ab. So besteht in der gesamten Region ein hohes Potenzial für naturbezogenen Natur- und Aktivtourismus sowie stadtnahe Erholung.

### **Siedlungsstruktur**

Das Gebiet weist eine relativ homogene Siedlungsstruktur mit kleinen, sehenswerten ländlichen Zentren und einer hohen Zahl mittlerer und kleinerer, teils sehr kleiner Ortschaften in nicht sehr verdichteter (disperser) Struktur, auf. In weiten Teilen der LEADER-Region besteht eine starke Orientierung zum Oberzentrum Kaiserslautern.

### **Historische Spuren aus unterschiedlichen Epochen**

Im gesamten Gebiet gibt es Funde und Spuren aus verschiedenen Zeitepochen der Geschichte. Das gilt für die keltische und römische Zeit (Donnersberg, Weilerbach, Enkenbach-Alsenborn, Eisenberg, Katzenbach) ebenso wie für die Zeit der Zisterzienser (Otterberg, Rosenthal) oder das Mittelalter (Burgruinen). Flächendeckend besteht ein hohes Potenzial für eine archäo-touristische Nutzung mit besonderem Erlebniswert.

### **Regionale Identität**

Die gesamte LEADER-Region identifiziert sich klar als Teil der Pfalz. Das drückt sich unter anderem an Mentalität, Dialekt und Kultur deutlich aus. Eine hohe Identifikation – jenseits der Vereinsvorlieben – besteht auch mit dem Fußballverein 1. FC Kaiserslautern und der erfolgreichen Fußballgeschichte der Region. Dies wurde während der Fußball-Weltmeisterschaft durch den Slogan „Region der Weltmeister“ deutlich zum Ausdruck gebracht.

## **Gemeinsame touristische Schwerpunkte und Vernetzungen**

Zahlreiche Rad- und Wanderwege verlaufen bereits verwaltungsgrenzenübergreifend. Entlang der Flusstäler gibt es seit Jahren etablierte, übergreifende touristische Veranstaltungen, wie die autofreien Erlebnistage im Alsenz-, Lauter-, Eis- und Appelbachtal. Die zahlreichen in der Region verstreuten Museen ergänzen sich thematisch. Aufbauend auf dem reichen Vorkommen mineralischer Rohstoffe konnten vielfältige geotouristische Attraktionen („Geo-Objekte“) erschlossen und für Besucher zugänglich gemacht werden. Im Ausbau der Geotourismus-Angebote sehen Experten unterschiedlicher Fachrichtungen eine große Chance für die Region.

## **Modellregion für regenerative Energien**

Im gesamten LEADER-Gebiet gibt es bereits intensive Bemühungen in Richtung langfristiger Energieautarkie durch die Nutzung regenerativer Energien und Energieeinsparung. Vorerfahrungen und Zielrichtungen ergänzen sich hervorragend.

## **Land- und Forstwirtschaft mit Einkommensalternativen**

Die Wirkungen des landwirtschaftlichen Strukturwandels können in der gesamten Region in ähnlicher Weise wahrgenommen werden. Der Erschließung von Einkommensalternativen für Landwirte in den Bereichen regenerativer Energien, regionaler Produkte und Tourismus kommt flächendeckend eine hohe Bedeutung zu. Weinbau spielt hingegen nur in einigen kleinen Bereichen des Alsenztals eine Rolle.

## **Organisatorisch-institutionelle Verbindungen**

Die gesamte LEADER-Region ist Teil der Planungsregion Westpfalz und der Tourismusregion Pfalz. Die beiden beteiligten Landkreise kooperieren bereits in diesen Feldern, zum Beispiel bei der Produktentwicklung und im Marketing der beiden Tourismusorganisationen, unter anderem durch gemeinsame Werbeaktionen (Broschüren, Messen).

## **Regionale Unterschiede als Entwicklungsimpuls**

Neben diesen wesentlichen Faktoren, die eine hohe Homogenität des Gebietes zeigen, gibt es regional unterschiedliche Entwicklungen, die in der LEADER-Strategie Berücksichtigung finden. Die demografischen Prognosen lassen in verkehrsmäßig benachteiligten Teilen des LEADER-Gebietes eine schrumpfende Bevölkerung erwarten, während in den verkehrsgünstiger gelegenen Teilräumen ein leichter Bevölkerungszuwachs prognostiziert wird. Daraus resultieren bereits heute unterschiedliche Herausforderungen, insbesondere hinsichtlich der Dorfentwicklung. Die LEADER-Strategie berücksichtigt diese in der Region vorhandenen Abweichungen, indem einzelne Maßnahmenbereiche vorrangig auf die Kompensation spezieller Entwicklungs Herausforderungen innerhalb des LEADER-Gebietes Bezug nehmen. In den verschiedenen Handlungsfeldern gibt es in jeweils unterschiedlichen Teilräumen Vorreiterprojekte und Pionierakteure. Diese Unterschiede innerhalb der Region sollen gezielt im Sinne eines internen Benchmarkings zur Entwicklung der gesamten Region genutzt werden.

## 2 ZUSAMMENSETZUNG UND AUFGABEN DER LAG

### 2.1 Organisationsstruktur und Zusammensetzung

Bei der Zusammenstellung der Mitglieder und Mitgliedsinstitutionen der Lokalen Aktionsgruppe „Donnersberger und Lautrer Land“ wurde darauf geachtet, dass ein breiter Querschnitt in der Region aktiver Institutionen in diesem Gremium mitwirkt. Die Strukturen sind auf einen dauerhaften Bottom-Up-Prozess angelegt und werden im Einzelnen beschrieben:

#### Rechtsform

Die LAG "Donnersberger und Lautrer Land" hat die Rechtsform des Vereins gewählt. Wie man durch die LEADER-Halbzeitbewertung der Förderperiode 2000-2006 weiß, war die Organisation als Verein die häufigste Rechtsform bei den bisherigen LAGen. Die Halbzeitbewertung kam zu dem Ergebnis, dass sich die Vereinsform für LEADER-Gruppen als geeignete Rechtsform bewährt hat. Die LAG "Donnersberger und Lautrer Land" ist davon überzeugt, mit dieser Struktur die in der Entwicklungsstrategie definierten Ziele erfolgreich umsetzen zu können.

#### Zusammensetzung der LAG

Man war bestrebt, besonders solche Personen als Vertreter/innen der Institutionen einzubinden, die bereits aktiv in regionale Prozesse oder Projekte eingebunden sind. Unter Einhaltung der Vorgaben des rheinland-pfälzischen Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau wurde darauf geachtet, dass mehr private Partner als öffentliche Institutionen in die LAG aufgenommen wurden.

Die LAG setzt sich aus 41 Institutionen zusammen, wobei ein deutliches Übergewicht bei den Wirtschafts- und Sozialpartnern besteht. Diese Verteilung wurde bewusst gewählt, um möglichst viele private Institutionen an der Erarbeitung und Umsetzung der LILE zu beteiligen. Die Verteilung sieht nun 22 private und 19 öffentliche Institutionen vor.

Weitere Aktive und wissenschaftliche Institutionen sind als beratende Akteure vorgesehen. Sie sollen projektbezogen hinzugezogen werden, haben jedoch kein Stimmrecht in der LAG.

Eine angemessene Beteiligung von Frauen ist durch eine starke Präsenz in der LAG sichergestellt. Die Gleichstellungsbeauftragte des Donnersbergkreises und zwei Vertreterinnen der Landfrauenverbände sind Mitglied der LAG. Die Gleichstellungsbeauftragte des Landkreises Kaiserslautern war ebenfalls an der LILE-Erarbeitung beteiligt. Viele weitere Organisationen der LAG werden von Frauen vertreten. Die Jugend ist durch Vertreter der Landjugend und der Jugendarbeit ebenfalls in der LAG berücksichtigt.

Die LAG-Mitgliedsinstitutionen decken ein breites Spektrum an Themenfeldern mit unterschiedlichstem fachlichem Know-how ab. So beteiligen sich neben den Fachabteilungen der Landkreise und Verbandsgemeinden (Tourismus, Dorf, Energie) auf öffentlicher Seite auch das Landesamt für Geologie und Bergbau (Geotourismus), die Archäologische Denkmalpflege - Amt Speyer (Archäologie und Tourismus) sowie die Forstämter Otterberg und Donnersberg (Erlebnisraum Wald und Natur).

Auf privater Seite sind unter anderem der Donnersberg-Touristik-Verband e.V. (Tourismus), der Bauern- und Winzerverband (Landwirtschaft, Energie), die



die Gesamtstrategie. Sie stimmt über die Prioritäten der Projekte und die Schwerpunkte einer Jahresplanung, die von Regionalmanagement und Vorstand vorgeschlagen werden, ab. Die Mitglieder der LAG sind als Projektträger und zentrale Multiplikatoren der LEADER-Strategie aktiv in die LILE-Umsetzung einbezogen. Ihnen fällt eine wichtige Rolle bei der Gewinnung weiterer Akteure für die einzelnen Projektgruppen zu. Soweit Projektträger wichtiger Teilprojekte noch nicht Mitglied sind, sollen sie ebenfalls in die LAG aufgenommen werden. Über Neuaufnahmen in die LAG entscheidet der LAG-Vorstand halbjährlich.

### **LAG-Vorstand**

Der LAG-Vorstand trifft sich mindestens vier Mal pro Jahr. Zusätzliche Termine werden flexibel nach Bedarf angesetzt. Der Vorstand wurde nach den Regeln der Vereinssatzung von der Mitgliederversammlung am 17. Oktober 2007 gewählt. Der LAG-Vorstand besteht aus 12 Personen. Dem Vorstand gehören auf öffentlicher Seite je ein Vertreter der beiden Landkreise Donnersbergkreis und Kaiserslautern sowie drei Vertreter der Gemeinden und Verbandsgemeinden an, darüber hinaus sieben private Partner: je ein Vertreter der Landwirtschaft, der Landfrauen, der Museen, der Selbständigen, der Jugend, des DEHOGA und der Touristik. Eine Erweiterung des Vorstandes kann nach Bedarf beschlossen werden. Dabei wird sichergestellt, dass mindestens 50 % der Vorstandsmitglieder aus dem privaten Bereich kommen. Als Vorsitzender wurde der Landrat des Donnersbergkreises, Herr Winfried Werner, als stellvertretender Vorsitzender der Landrat des Landkreises Kaiserslautern, Herr Rolf Künne, in der Mitgliederversammlung vom 17. Oktober 2007 einstimmig gewählt.

Dem Vorstand obliegt die Führung des Regionalmanagements inklusive erforderlicher Personalentscheidungen wie Ernennung oder Abberufung bzw. Auftragserteilung und Auftragssteuerung des Regionalmanagements.

### **Regionalmanagement**

Das Regionalmanagement führt die Geschäfte der LAG und betreut die Projektentwicklung und -umsetzung. Die Geschäftsstelle ist Schnittstelle zwischen den Projektakteuren und der LAG "Donnersberger und Lautrer Land". Sie leitet gezielt Informationen an die Beteiligten weiter. Die Durchführung des Regionalmanagements soll von einem externen Beratungsbüro übernommen werden und dem Arbeitsvolumen mindestens einer Vollzeit-Stelle entsprechen. Die Auswahl und Beauftragung eines Büros soll schnellstmöglich nach Erstellung der LILE erfolgen. Durch die Beantragung eines vorzeitigen Maßnahmenbeginns soll ein Start der Tätigkeit des Regionalmanagements möglichst zum 1. Mai 2008 sichergestellt werden.

Die Durchführung des Regionalmanagements soll nach den Richtlinien der Integrierten Ländlichen Entwicklung (ILE-RM) des Landes gefördert werden.

Durch diese Organisation sieht die LAG eine leistungsfähige und professionelle Geschäftsführung der LAG sichergestellt. Insbesondere bezüglich des sehr starken Beteiligungsansatzes in der LEADER-Strategie kommt der Integration professioneller Moderations- und Beratungsleistung eine hohe Bedeutung zu, die durch ein externes Beratungsbüro kompetent geleistet werden kann.

## **Aufgaben des Regionalmanagements**

Zur Geschäftsführung der LAG gehören das laufende Projektmanagement, die Projektentwicklung mit den lokalen Akteuren, die Vor- und Nachbereitung aller Sitzungen, Workshops und Treffen der LAG und ihrer Gremien. Das Regionalmanagement unterstützt den Kontakt zu Kooperationspartnern und transnationalen Partnerregionen und organisiert die Öffentlichkeitsarbeit der LAG in Abstimmung mit dem Vorstand. Es organisiert die laufenden Informations- und Kommunikationsprozesse. Die Umsetzung der LEADER-Strategie ist kontinuierlich voranzutreiben und ein Projektcontrolling aufzubauen (siehe Kap. 11). Das Regionalmanagement entwickelt außerdem einen klaren Prozess der Projektbeantragung inkl. der erforderlichen Vorlagen für die Einreichung von Projektskizzen und –anträgen und kommuniziert diesen an die potenziellen Projektträger. Das Regionalmanagement erstellt die jährlichen Haushaltspläne in Abstimmung mit den beiden Landkreisen. Der Haushaltsplan wird im Vorstand abgestimmt und von der Mitgliederversammlung im November eines Jahres beschlossen. Das Regionalmanagement soll ausdrücklich auch Projekte in Zusammenhang mit der vorliegenden LILE betreuen, die mit anderen Finanzierungsinstrumenten realisiert werden können. Damit soll sichergestellt werden, dass eine konsistente Gesamtstrategie der Region mit möglichst vielen Synergieeffekten verfolgt und realisiert werden kann.

## **Arbeitskreise und Projektgruppen**

Um die Projektgruppen optimal in die LAG zu integrieren und angemessen zu beteiligen, werden thematische Projektgruppen und Arbeitskreise gebildet. Die thematischen Projektgruppen bestimmen eine/n Projektgruppensprecher/in. Projektgruppensprecher/in und Projektträger stehen regelmäßig in Kontakt mit dem Regionalmanagement.

## **Projektträger-Runde**

Um den Informationsfluss zwischen den Projektgruppen zu gewährleisten, führt das Regionalmanagement mit den Projektgruppensprecher/innen nach Bedarf Projektträger-Runden durch, um die aktuelle Projektumsetzung zu koordinieren und zu vernetzen. Zusammensetzung und Häufigkeit werden dem Bedarf angepasst. In dieser Runde können auch Inhalte und Ziele von Projekten vorgestellt und diskutiert werden.

## **Fachliche Begleitung und Beratung**

Während der Umsetzung der LILE sollen beratende Akteure punktuell hinzugezogen werden. Die beratenden Akteure können an den Mitgliederversammlungen teilnehmen, haben aber kein Stimmrecht. Das gilt sowohl für Fachbehörden, Vertreterinnen und Vertreter von Hochschulen und wissenschaftliche Einrichtungen oder sonstige Experten. Unter anderem soll dadurch der laufende Know-How-Transfer sichergestellt werden. Ergänzend zum Regionalmanagement können externe Beratungsleistungen nach Bedarf hinzugenommen werden.

### 3 BESTANDSAUFNAHME DES AKTIONSGBIETES

#### Naturraum

Das LEADER-Gebiet zeichnet sich, naturräumlich betrachtet, unter anderem durch seine **ausgeprägte ländliche Struktur** und den Wechsel von land- und forstwirtschaftlichen Flächen sowie bewaldeten Höhen mit tief eingeschnittenen Wiesentälern aus. Der **Donnersberg** ist eine markante Bergformation vulkanischen Ursprungs und überragt die Region als höchster Berg der Pfalz (687 Meter). Er bildet das eindrucksvolle Zentrum des LEADER-Gebietes, wenngleich er nicht in seiner exakten geografischen Mitte liegt. Wie bereits in Kapitel 1 erläutert, verfügt das LEADER-Gebiet über standortgebundene Vorkommen mineralischer Rohstoffe. Weltweite Anerkennung durch Fachleute oder Verwendung in der Baubranche finden der Mineralienfundort „Rauschermühle“ und der „Olsbrücker Sandstein“.

#### Siedlungsstruktur

Für weite Teile des LEADER-Gebietes wird eine starke bis sehr starke Zunahme der Anteile der **älteren Bevölkerung** in den kommenden Jahrzehnten erwartet (siehe Landesentwicklungsprogramm IV). Eine Ausnahme bilden hier die südlichen und östlichen Teile des Donnersbergkreises.

#### Tourismusentwicklung

Der Donnersbergkreis verfügt über ein **touristisches Leitbild** aus dem Jahr 1999, das im Zuge eines breiten Beteiligungsprozesses erarbeitet wurde. Viele Ideen konnten umgesetzt werden, so zum Beispiel das **Keltendorf und der Keltengarten** in Steinbach, das mittlerweile mit 22.000 Besuchern (2006) pro Jahr ein touristisches Highlight der Region ist. Andere Projekte befinden sich noch in der Planung bzw. Realisierung, so etwa das **Geotourismuskonzept** (z.B. Bergbauerlebniswelt Imsbach, Geo-Tour Donnersberg, Geokulturpfad Obermoschel). Der Landkreis Kaiserslautern verfügt derzeit über kein vergleichbares aktuelles Leitbild, jedoch ebenfalls über zahlreiche touristische Anziehungspunkte.

Zur bestehenden touristischen Infrastruktur gehören gebietsübergreifende Rad- und Wanderwege (z.B. der Dr. Straßburg Kneipp-Wanderweg, der Alsenztalradweg und Alsenztalwanderweg, der Europäische Fernwanderweg und Teile des Jakobspilgerweges).

Die **autofreien Erlebnistage** im Alsenz-, Lauter, Eis- und Appelbachtal sind etablierte Großveranstaltungen im Gesamtgebiet. Neben der für den ländlichen Raum **einzigartigen Museumslandschaft** mit verschiedenen thematischen Schwerpunkten (Zirkus, Motorrad, Musikanten, Dorf, Bergbau, Kunst, Turmuhren, Römer u.v.m.), sind vor allem die Erlebnisangebote in den Themenfeldern **Geologie** sowie **Kelten und Römer** im LEADER-Gebiet ausgeprägt. Die **Geschichte** der Region, die unter anderem an wertvollen Funden aus der Zeit der Kelten und Römer, an Zeugnissen des Mittelalters sowie der geologischen und bergbaulichen Vergangenheit erkennbar ist, bildet eine wesentliche Grundlage vieler touristischer Angebote.

Die Gesamtentwicklung im Tourismusbereich kann als positiv eingestuft werden, was neben der deutlichen Zunahme der Anzahl touristischer Einrichtungen, auch durch die kontinuierlich **steigende Anzahl ankommender Gäste** (in 2007: +8%)

**und der Übernachtungszahlen** (in 2007: +4,2%) im Donnersbergkreis belegt wird.

### **Landwirtschaft und Kulturlandschaft**

Gemischte Strukturen mit vorrangigen Nutzungen im **Ackerbau**, in der **Grünlandnutzung** und in der **Tierhaltung** bei einem geringen Sonderkultur- und Weinbauanteil, sind für die gesamte Region ebenso charakteristisch wie die Auswirkungen des **landwirtschaftlichen Strukturwandels**.

Die Land- und Forstwirtschaft spielt auch heute noch eine große Rolle. Neben der klassischen Urproduktion gibt es bereits vielfältige Ansätze einer touristischen und erlebnisorientierten Nutzung der Landwirtschaft (z.B. Bauernhofcafé Katzweiler, Schulbauernhof in Eulenbis, 7-Höfe-Tour in der Verbandsgemeinde Alsenz-Obermoschel). Das wird auch an der vergleichsweise hohen Anzahl an **Direktvermarktern** deutlich. Verschiedene Offenhaltungsmaßnahmen und -projekte (z.B. Weinberglagen im Alsenztal oder halb wilde Rinder- und Pferdeherden im Naturschutzgebiet „Steinbühl-Schäfergraben“) verdeutlichen ebenfalls die intensiven Bemühungen zur **Erhaltung der gewachsenen Kulturlandschaft** auch zu touristischen Zwecken.

### **Energie**

Die Landkreise Kaiserslautern und Donnersbergkreis betreiben seit einigen Jahren eine aktive Energiepolitik im Bereich der regenerativen Energien. Der Kreis Kaiserslautern hat sich im Rahmen seines Stoffstrommanagements das Ziel gesteckt zu **100% energieautark** zu werden. Erste erfolgreiche Pilotprojekte konnten dabei bereits realisiert werden (z.B. „Zero Emission Village“ in der Verbandsgemeinde Weilerbach). Viele Gemeindewerke haben **innovative Energieprojekte** realisiert und Energieeinsparungskonzepte in öffentlichen Gebäuden vorgenommen.

Der Donnersbergkreis hat bereits 1999 im **Donnersberger ENergie Konzept (DENK)** das Ziel formuliert, „theoretisch energieautark“ zu werden und seit dieser Zeit erhebliche Bemühungen zur Erreichung dieser Zielmarke unternommen. Man hat sich neben der **Energieberatung** für private Haushalte insbesondere in der Umsetzung alternativer Energieformen engagiert. So sind bereits alle kreiseigenen Schulen mit Photovoltaikanlagen ausgestattet, und in der Realschule Eisenberg wird gemeinsam mit der Pflanzwerke AG eine Holzhackschnitzelheizung betrieben.

Darüber hinaus wurden frühzeitig die Weichen zur **regenerativen Energieerzeugung** gestellt. Bereits in den Jahren 1995 und 1996 entstanden im Donnersbergkreis die ersten Windkraftanlagen. Im Jahr 2007 hat der Donnersbergkreis den ersten Teilschritt seiner Energievision erreicht und rechnerisch mehr Strom im Kreis erzeugt als in den Privathaushalten verbraucht wurde. Es wurden bereits vielfältige Projekte zur Bewusstseinsbildung realisiert.

### **Hochschulstandort Kaiserslautern**

Der Hochschulstandort Kaiserslautern verfügt nicht nur über eine **Technische Universität** und eine **Fachhochschule**, sondern über weitere **wissenschaftliche Institute** und Initiativen wie beispielsweise das Fraunhofer-Institut oder die EffizienzOffensive Energie Rheinland-Pfalz e.V.

Das daraus resultierende Know-how und die bestehenden Führungsvorteile kann die LEADER-Region für die Umsetzung modellhafter Projekte unter anderem im Bereich

Energie nutzen. Über Wettbewerbe, Studienarbeiten und Forschungsprojekte soll gerade in der Startphase von LEADER eine intensive Zusammenarbeit stattfinden.

## **REGIONALE UND ÜBERGEORDNETE PLANUNGEN:**

### **ILE**

Die Verbandsgemeinden Alsenz-Obermoschel und Rockenhausen haben gemeinsam ein integriertes, ländliches Entwicklungskonzept (ILEK) erstellt, das derzeit im Rahmen eines ILE-Regionalmanagements fortgeführt und umgesetzt wird (siehe Kap. 1). Damit gehören die beiden Verbandsgemeinden zu den Pioniergemeinden in Rheinland-Pfalz, was die Umsetzung eines Regionalmanagements im Rahmen der integrierten ländlichen Entwicklung betrifft. Eine enge Zusammenarbeit und Abstimmung zwischen ILE- und LEADER-Gebiet wird durch die LAG sichergestellt.

### **Planungsgemeinschaft Westpfalz**

Die Planungsgemeinschaft Westpfalz ist in der Region zuständig für Raumordnung und Regionalentwicklung. Mit der Westpfalz-Strategie, die derzeit erarbeitet wird und im Herbst 2008 veröffentlicht werden soll, wird parallel zum Prozess der Fortschreibung des Landesentwicklungsprogramms (LEP IV) die Umsetzung der dort festgelegten Leit- und Zielvorstellungen fortgeführt. Eindeutiger Schwerpunkt der Westpfalz-Strategie im Rahmen der Ausgestaltung des Leitbilds "Wachstum und Innovation" ist die Förderung der Clusterbildung zur Inwertsetzung des durch den LEP-IV-Entwurf definierten landesweit bedeutsamen Entwicklungsbereichs Kaiserslautern/Region Westpfalz. Mit der Umsetzung der LEADER-Strategien können Synergien zu den Zielen der Westpfalz-Strategie hergestellt werden. Die Abstimmung und der kontinuierliche Gedankenaustausch zwischen Planungsgemeinschaft und LEADER-Regionalmanagement sollen diese sinnvolle Vernetzung unterstützen.

### **Pfalz-Touristik e.V.**

Die Pfalz-Touristik ist die regionale Tourismusorganisation der Pfalz. Die LEADER-Region "Donnersberger und Lautrer Land" ist im touristischen Marketing der Pfalz-Touristik eingebunden und versteht sich als integraler Bestandteil. Tourismusentwicklung und insbesondere Maßnahmen des Tourismusmarketings werden mit der Pfalz-Touristik abgestimmt und sollen in das Gesamtkonzept des touristischen Marketings der Pfalz passen.

### **LEADER II**

Der Donnersbergkreis war eine anerkannte LEADER II-Region von 1994 bis 1999, erhielt aber keinen Zuschlag für eine Förderung über LEADER+. Manche der in der damaligen Entwicklungsstrategie formulierten Projektideen konnten dennoch in den Jahren von 2000 bis 2006 realisiert werden.

## 4 SWOT-ANALYSE

### 4.1 Dorf, Stadt & Wirtschaft

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ funktionierende, ländliche Zentren mit Vorbildcharakter vorhanden</li> <li>▪ noch bestehende soziale Netze, gute Integration von Neubürgern, großes Engagement für Orte, aktives Vereinsleben</li> <li>▪ zentrale Lage durch gute verkehrsmäßige Anbindung an Kaiserslautern und die Ballungszentren Rhein-Main und Rhein-Neckar</li> <li>▪ attraktive Wohngemeinden durch die Möglichkeit zu naturnahem Wohnen und Leben auf großer Fläche</li> <li>▪ einzelne Beispiele erfolgreicher bottom-up-orientierter Stadt- und Dorfontwicklungsprozesse</li> <li>▪ Landwirtschaft hat noch einen hohen Stellenwert</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ zunehmende Leerstände in den Dorfkernen, Verlust von traditionellen Treffpunkten und Kommunikationsorten</li> <li>▪ Ortsentwicklung schafft eher Inselösungen, da übergreifende Zusammenarbeit noch selten ist</li> <li>▪ Defizite bei der Sortiments- und Produktvielfalt im Einzelhandel (der Kleinstädte)</li> <li>▪ fehlende Arbeitsplätze und Versorgungsangebote in kleineren Gemeinden führen zu langen Wegen</li> <li>▪ Kommunikationsinfrastruktur (DSL) nicht flächendeckend gut ausgebaut</li> <li>▪ Angebot regionaler Produkte ausbaufähig, da nur in kleinen Mengen verfügbar und Potenziale nicht ausgeschöpft</li> <li>▪ Zusammenarbeit über Verwaltungsgrenzen hinaus in der Wirtschaftsförderung noch wenig ausgeprägt</li> </ul>
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nähe zu Ballungszentren Rhein-Main und Rhein-Neckar und zu Kaiserslautern schafft Standortvorteile</li> <li>▪ Ansätze der Regionalvermarktung können ausgebaut werden</li> <li>▪ hohes Potenzial an erfolgreichen beteiligungsorientierten Entwicklungsprozessen in Dorf und Stadt aufgrund des hohen Engagements der Bürgerinnen und Bürger und guter regionaler Beispiele</li> <li>▪ konstante oder leicht wachsende Bevölkerungsentwicklung bei erfolgreicher Profilierung und Imageaufbau möglich</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ hoher Kaufkraftabfluss durch die Nähe zu den Ballungszentren und Städten</li> <li>▪ drohender Funktionsverlust in Dörfern durch Wegfall von Arbeitsplätzen und Versorgungseinrichtungen</li> <li>▪ Bewusstsein für Wert der Dorfgemeinschaft, Engagement in Vereinen und Gemeinden kann abnehmen</li> <li>▪ rückläufige Bevölkerungsentwicklung möglich, wenn eine Negativspirale einsetzt</li> <li>▪ Verringerung der Lebensqualität insbesondere älterer Menschen, wenn Nahversorgung schlechter wird</li> <li>▪ das Zunehmen der Pendlerströme führt zu verstärktem Verkehrsaufkommen</li> </ul>

## 4.2 Tourismus

### Stärken

- hohe „Landschaftsbildqualität“ (Donnersberg als Wahrzeichen, gewachsene Kulturlandschaft)
- Slogan „in der Pfalz ganz oben...!“ gut einprägsam
- bestehende Basis an touristischer Infrastruktur (Radwege, Wanderwege, Nordic-Walking-Strecken, Lehrpfade, Museen)
- Gastronomie und Beherbergungsmöglichkeiten reichen von Pfälzerwaldhütten bis zum Gourmet-Restaurant
- großes kulturhistorisches Potenzial der Region (z.B. Kelten, Römer, Geologie, Zisterzienser, Barock)
- Nähe zum Naturpark Pfälzerwald, teilweise Lage im Naturpark (VG Enkenbach-Alsenborn, VG Eisenberg, VG Winnweiler)
- weite Teile gut erreichbar per PKW und ÖPNV

### Chancen

- überregionale Bekanntheit der Fußball-WM-Stadt Kaiserslautern und der Pfalz kann zur touristischen Profilierung der LEADER-Region genutzt werden
- mit außergewöhnlichen Themen können touristische Nischen erfolgreich besetzt werden (Zirkus, Fußball, Turmuhren, Kunst, Rhönrad)
- Potenzial für gut vermarktbare Qualitätswanderwege vorhanden
- archäologische und geotouristische Attraktionen und Funde mit hohem Potenzial für überregional attraktive Tourismusangebote
- bisherige Erfolge einiger touristischer Projekte (z.B. Keltendorf) motivieren weitere Akteure und Investoren

### Schwächen

- qualitative Mängel der Rad- und Wanderwege (z.B. Beschilderung), ungünstige Topographie für Zielgruppe „Familien“, fehlende Lückenschlüsse, Pflege und Instandhaltung der Wege nicht immer gesichert
- Öffnungszeiten in Gastronomie, Tourist-Infos, Museen noch zu gering und nicht abgestimmt
- aktuelles touristisches Leitbild fehlt
- Zahl und Qualität touristischer Angebote sowie Vernetzung und Organisationsgrad touristischer Akteure zu niedrig
- Bewusstsein für touristische Möglichkeiten in der Region steigerungsfähig
- noch relativ geringe Bekanntheit der Region in den angrenzenden Ballungsgebieten Rhein-Main, Rhein-Neckar oder im Saarland

### Risiken

- starke Sogwirkung der Stadt Kaiserslautern sowie von Pfälzerwald und Weinstraße auf die Besucher
- Gefährdung sensibler Naturräume durch starke un gelenkte Besucherströme (z.B. Donnersberg)
- wenn die Angebote nicht professionell und erlebnisorientiert genug sind, bleibt der Markterfolg aus
- Nischenangebote häufig ehrenamtlich besetzt, dadurch finanzielle Beschränkungen
- vergleichbare Regionen haben Vorsprung in der Tourismusentwicklung
- werden touristische Angebote und Infrastrukturen nicht regional einheitlich entwickelt, entsteht keine einprägsame Marke/Destination

## 4.3 Energie

### Stärken

- hoher Anteil an regenerativen Energien bereits erreicht, viele Projekte sind realisiert
- junge, innovative Unternehmen in der Region ansässig
- Landkreise stehen dem Thema „erneuerbare Energien“ sehr aufgeschlossen gegenüber und haben konkrete Zielsetzungen formuliert
- grundsätzlich hohe Akzeptanz in der Öffentlichkeit und bei Betrieben
- Verwaltungen sichern schnelle Genehmigungsverfahren zu

### Chancen

- Region kann sich überregional sehr erfolgreich positionieren mit hoher Attraktivität als Benchmark, als Standort für Cluster im Energiebereich, als Besuchsziel für Fachpublikum.
- Erhöhung der Wertschöpfung und Wachstumschancen bestehen für spezialisierte Unternehmen im Energiebereich.
- Systematische Nutzung von Energieeinsparpotenzialen kann deutliche ökologische und ökonomische Vorteile für Unternehmen, Kommunen sowie Bürger/innen bringen.
- Energieerzeugung schafft neue regionale Einkommensmöglichkeiten für Landwirte, Unternehmen, Privatleute und Kommunen.
- Rund um vorhandene und neue innovative Unternehmen aus der Region und die Nähe zu wissenschaftlichen Einrichtungen können sich erfolgreiche Cluster bilden.
- Das Thema kann einen hohen Beitrag zur Attraktivität der Region als Wohn- und Arbeitsstandort leisten.

### Schwächen

- Pilotprojekte haben noch nicht ausreichende Folgewirkungen erzeugt
- Einsparpotenziale in Privathaushalten noch unzureichend genutzt
- öffentliche Gebäude sind nur zum Teil optimiert
- noch fehlende Identifikation mit dem Thema „Regie-Strom“
- Bewusstsein realer Chancen und tatsächliche Nutzung vorhandener Möglichkeiten noch zu gering

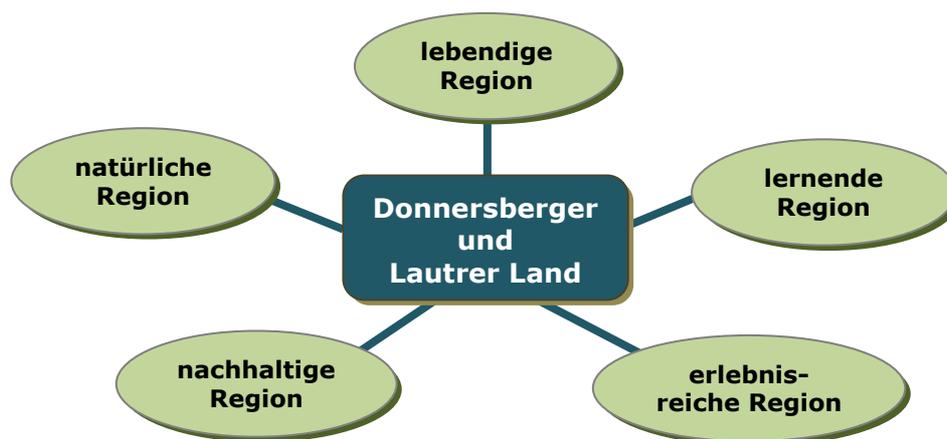
### Risiken

- Werden Interessenkonflikte nicht frühzeitig berücksichtigt, können Widerstände die Entwicklung behindern (z.B. Landschaftsbild durch Biomasseanbau, Windkraft).
- Dünne Besiedlung in Teilregionen erschwert Versorgung und Energieverteilung.
- Erfolg der Projekte ist von der Thematisierung in den Medien und von politischen Entscheidungen abhängig.
- Positionieren sich andere Regionen noch schneller und wirkungsvoller kann ein Teil der Chancen verpuffen.
- Eine kooperative Zusammenarbeit erfordert einen intensiven Dialog zwischen allen Beteiligten, was zu einer relativ langen Anbahnungszeit bei innovativen Kooperationsprojekten führen kann.

## 5 LEITBILDER UND ZIELVORSTELLUNGEN

### 5.1 Gesamtziele (Was wollen wir erreichen?)

Mit der nachfolgend beschriebenen LEADER-Strategie (LILE) will die Region ihre Zukunftsfähigkeit nachhaltig steigern. Wichtigen Herausforderungen soll durch vorausschauendes langfristiges Handeln frühzeitig begegnet werden. Die Anpassungsfähigkeit und -geschwindigkeit wird systematisch gesteigert. Über die Aktivierung sehr vieler Akteure sollen möglichst viele Projekte realisiert und eine Fülle von Initiativen angestoßen werden. Die übergeordneten Ziele:



#### Die lebendige Region

- Erhaltung und Stärkung der Region als Lebens- und Wirtschaftsraum mit möglichst hoher Zahl an wohnortnahen, dezentralen Arbeits- und Einkommensmöglichkeiten. Förderung von neuen Wachstumsfeldern in allen Handlungsfeldern der Strategie.
- Anpassung örtlicher Strukturen an die demografischen Veränderungen, Bevölkerungszahl und Funktionsvielfalt sollen zumindest konstant gehalten werden.
- Die Vitalität in der Region soll hoch bleiben und weiter steigen, messbar an hohem bürgerschaftlichem Engagement in Gemeinde, Vereinen und Beteiligungsprozessen sowie durch innerörtliche Kommunikationsorte und Treffpunkte.
- In der Region sollen eine Fülle innovativer und zukunftsfähiger Projekte in allen Handlungsfeldern dieser Strategie realisiert werden. Diese sollen positive Folgewirkungen und -investitionen auslösen und einen dynamischen Entwicklungsprozess in Gang setzen.

#### Die nachhaltige Region

- Die Region erreicht mittelfristig eine vollständige rechnerische Energieautarkie auf Basis regenerativer Energieerzeugung. Damit leistet das Gebiet einen großen Beitrag zur globalen Verantwortung des Menschen. Als Region übernimmt sie eine Vorreiterrolle und trägt damit überregional zur Verbreitung entsprechender Technologien bei. Unternehmen erhalten dadurch neue wirtschaftliche Chancen in der Region und darüber hinaus.

- Die Entwicklungsprozesse sind langfristig angelegt und fördern die nachhaltige Etablierung von Kommunikations- und Kooperationsstrukturen zwischen Akteuren auf unterschiedlichsten Ebenen. Ein nachhaltiger und lebendiger Prozess der dynamischen regionalen Entwicklung mit vielen Beteiligten wird entwickelt.
- Natur- und Kulturlandschaften, die die Region prägen und ihr das unverwechselbare Aussehen geben, sollen für zukünftige Generationen bewahrt werden.

### **Die erlebnisreiche Region**

- In der Region werden eine Fülle erlebnisorientierter Angebote für unterschiedlichste Zielgruppen entwickelt, die im Einklang mit der Natur und Kultur der Region stehen. Mit allen Sinnen erfahrbare Erholungs-, Unterhaltungs- und Bildungsmöglichkeiten sind in der Region somit schon vorhanden.
- Touristische Einrichtungen und Infrastrukturen werden vor allem hinsichtlich eines hohen Erlebniswertes weiterentwickelt oder neu geschaffen.
- Die Lebensqualität wird für Gäste wie Bürger/innen der Region weiter gesteigert und wirkt sich auch als Standortfaktor für die Gewinnung neuer Bürger/innen, Gäste und Unternehmen positiv aus.

### **Die lernende Region**

- In der Region wird ein systematischer Lernprozess etabliert. Dieser umfasst ein innerregionales Lernen voneinander genauso wie das gezielte Suchen und Integrieren von erfolgreichen Beispielen und Lösungsansätzen aus anderen Regionen.
- Es soll ein positiver Wettbewerb um zukunftsfähige Projekte entstehen, die sich durch hohe Effizienz eingesetzter Mittel und hohe Wirkung auf Lebensqualität und Wertschöpfung in der Region auszeichnen.

### **Die natürliche Region**

- Natürliche Ressourcen werden geschont, Nähe und Verständnis zu Natur und Umwelt durch Umweltbildung und Naturerlebnisse gefördert.
- Der Charakter von Ursprünglichkeit und Natürlichkeit bleibt erhalten.
- Die natürlichen Ressourcen werden in sanfter Form für Angebote im Bereich naturbezogener Gesundheit, mentaler Wellness und naturpädagogischer Erlebnisangebote (insbesondere auch für Kinder, Jugendliche und Behinderte) genutzt.

## 5.2 Querschnittsziele

### **Chancengleichheit**

Die Beschäftigungssituation von Frauen wird durch die LEADER-Strategie der LAG "Donnersberger und Lautrer Land" deutlich verbessert. Der Fokus auf die Entwicklung von Arbeits- und Einkommensmöglichkeiten einschließlich Unternehmensgründungen in den Bereichen Tourismus, regionale Produkte und rund um die lokale Nahversorgung führt in verstärktem Maße zu Arbeitsmöglichkeiten für Frauen. In der Erstellung und Umsetzung der LEADER-Strategie sind Frauen stark integriert. Neben der Beteiligung in Projekt- und Themengruppen finden sich starke Frauenverbände und -vertretungen in der LAG-Mitgliederversammlung wie in ihrem Vorstand wieder.

Die Kommunikations- und Beteiligungsformen des sehr stark bottom-up orientierten Prozesses fördern darüber hinaus direkt die Beteiligung von Frauen in Entwicklungs- und Entscheidungsprozessen. Im Bereich der Qualifizierung sollen insbesondere in Zusammenarbeit mit den Landfrauen und anderen Frauenorganisationen gezielte Weiterbildungsmaßnahmen zur Stärkung der Rolle von Frauen im ländlichen Raum durchgeführt werden. Die Auswirkungen auf unterschiedliche Teilgruppen der Bevölkerung sollen im Zuge der Projektentwicklung, bei der Bewertung der Projekte und der späteren Umsetzung berücksichtigt werden.

### **Beteiligung von Kindern und Jugendlichen**

In der Bearbeitung der Themen rund um die Zukunftsfähigkeit der Region kommen Kindern und Jugendlichen zentrale Rollen zu. Sie sind Akteure, Zielgruppe und in gewisser Weise auch Legitimation für die sehr nachhaltig angelegte LEADER-Strategie.

In der Bewusstseinsbildung und Aktivierung vieler Akteure in der Region sollen flächendeckend Schulen eingebunden sein. Mit Wettbewerben und Aktionswochen sollen Kinder und Jugendliche einerseits selbst für die Themen sensibilisiert werden, andererseits sollen ihre Ideen, Vorstellungen und Fragen intensiv in den Gesamtprozess einbezogen werden. Eine vielversprechende Facette stellt die Integration von Jugendlichen in die Aktivierung anderer Altersgruppen dar. So können über Dorfrallyes, regionale Aktionswochen, Erkundungsprojekte, Befragungen und Wettbewerbe Jugendliche gezielt im Dialog mit anderen Altersgruppen Informationen sammeln und aufbereiten sowie eine Bewusstseinsbildung bei den Befragten erreichen. Das gilt im Grunde für alle Handlungsfelder der Strategie. Die LEADER-Strategie will darüber hinaus die systematische Integration von Kindern und Jugendlichen in örtliche und regionale Planungsprozesse fördern. Das Instrument der Spielleitplanung ist eine Möglichkeit, die sich in andere Bereiche übertragen und erweitern lässt. Im touristischen Bereich sollen spezielle Erlebnisangebote Kindern und Jugendlichen das Verständnis für Geschichte, Kultur und Natur erlebnisorientiert näher bringen. Auch Zusammenhänge rund um das Handlungsfeld Energie sollen kinder- und jugendgerecht aufbereitet werden, zum Beispiel im Rahmen von Projektwochen.

Auch in der LAG-Mitgliederversammlung werden die Interessen von Kindern und Jugendlichen durch anerkannte Fachinstitutionen in besonderem Maße vertreten.

## **Umweltschutz**

Die LAG "Donnersberger und Lautrer Land" legt in ihrer Strategie großen Wert auf Erhaltung und Schutz der natürlichen Umgebung. Eine besonders wichtige und nachhaltig wirksame Rolle spielt dabei die Förderung von Wissen und Verständnis von Natur, natürlichen Zusammenhängen und den Wechselwirkungen zwischen menschlichem Wirken und der umgebenden Natur. Nach dem Motto „Man schützt nur, was man kennt“ kommen Themen wie Naturerlebnis, Naturerfahrung und Umweltbildung hohe Bedeutung zu. In der Entwicklung touristischer Infrastruktur und Angebote wird viel Wert auf naturnahe Gestaltungen gelegt, Nutzungskonflikte sollen im Zuge der Leitbildentwicklung frühzeitig erkannt und gelöst werden. Hier gibt es in der Region bereits eine Reihe sehr guter Beispiele konstruktiven Zusammenwirkens von Naturschutz und Tourismus.

Regionale wie überregionale Auswirkungen haben die Aktivitäten im Handlungsfeld Energie. Die Verminderung des Energieverbrauchs, der Ersatz fossiler Brennstoffe durch regenerative Energieträger und die Entwicklung von Verbundprojekten tragen wesentlich zur Entlastung der Umwelt bei. Im Kontext der regionalen Produkte kann ein Beitrag zur Erhaltung wertvoller Landschaftsteile durch Nutzung geleistet werden.

## **Stadt-Land-Beziehungen**

Durch die Nähe der LEADER-Gemeinden zur Stadt Kaiserslautern oder auch zu Bad Kreuznach wird das Themenfeld „Stadt-Land-Verflechtung“ eine wichtige Rolle im LEADER-Prozess spielen. Das Hauptaugenmerk wird hierbei auf die Potenziale gerichtet, die die Bekanntheit und das potenzielle Einzugsgebiet von Kaiserslautern den ländlichen Umlandgemeinden bietet. So ermöglicht die Stadt Kaiserslautern zum einen die Chance, qualitativ hochwertige regionale Produkte aus der LEADER-Region zu vermarkten, da dort eine höhere kritische Masse als in den ländlichen Kommunen vorhanden ist. Zum anderen würden touristische Kooperationsprojekte sowohl Kaiserslautern als auch den LEADER-Regionen Vorteile in der Wahrnehmung von Gästen bringen, da man jeweils von den Stärken und Angeboten des anderen profitieren kann. Beispielhaft seien hier die Vorteile Kaiserslauterns im Bereich Öffentlichkeitsarbeit und Bekanntheit im Vergleich zu den Vorteilen der LEADER-Region an Naturerlebnisangeboten genannt.

Einen weiteren interessanten Aspekt stellt die Frage dar, wie die ländlichen Mittelzentren Enkenbach-Alsenborn, Kirchheimbolanden, Otterberg, Rockenhausen oder Eisenberg untereinander und mit ihren kleineren Umlandgemeinden erfolgreich kooperieren können und dadurch langfristig voneinander profitieren.

## **6 ENTWICKLUNGSZIELE, -STRATEGIEN UND HANDLUNGSFELDER**

### **6.1 Strategische Leitlinien (Wie wollen wir vorgehen?)**

Die Strategie der LAG "Donnersberger und Lautrer Land" will systematisch die Qualität und Geschwindigkeit der regionalen Entwicklung steigern. Die Vorgehensweise soll Bewusstsein für zentrale Herausforderungen schaffen und eine hohe Zahl an Menschen in unterschiedlichen Funktionen zum vorausschauenden Handeln im Sinne dieser Strategie animieren, begleiten und unterstützen. Mit der LEADER-Entwicklungsstrategie sollen Schlüsselprojekte realisiert sowie Strukturen und Voraussetzungen für vielfältige Folgeaktivitäten weit über LEADER hinaus geschaffen werden. Die Vorgehensweise der Strategie ist gekennzeichnet von folgenden Leitlinien:

#### **Handeln auf Basis fundierter konzeptioneller Grundlagen**

- ⇒ Die Vorgehensweise soll fundiert untermauert werden durch Bestandsaufnahmen, klare Zielformulierungen und Strategien – mitentwickelt und abgestimmt im Bottom-Up-Verfahren. Standortgutachten, Gästeanalysen, Energiebedarfsermittlungen können als Beispiele gelten. Für jedes Handlungsfeld sollen so zunächst fundierte Grundlagen für die Entwicklung und Umsetzung der Teilhandlungsfelder geschaffen werden.
- ⇒ Während der gesamten LEADER-Programmperiode soll die intensive Zusammenarbeit mit regionalen und überregionalen wissenschaftlichen Institutionen und Einrichtungen gesucht werden, um einen aktiven Know-how-Transfer anzuregen.

#### **Viele Menschen erreichen, animieren, beraten und unterstützen**

- ⇒ Innovative Themen, Zukunftschancen und Erfolgsbeispiele systematisch und nachhaltig in die Region kommunizieren
- ⇒ Gewinnung einer nachhaltig hohen Zahl an Akteuren für individuelle und gemeinsame Maßnahmen innerhalb LEADER und darüber hinaus
- ⇒ Schaffung von Anreizen durch Wettbewerbe und positive Auszeichnungen für vielversprechende Projekte

#### **Entwicklung und Verbreitung von innovativen Lösungsansätzen**

- ⇒ überregionale und internationale Suche nach Lösungsbeispielen
- ⇒ Nutzung transnationaler Partnerschaften
- ⇒ internes Benchmarking sowie Kommunizieren und Verbreitung erfolgreicher Ansätze innerhalb der Region
- ⇒ gezielte Realisierung wichtiger Schlüsselprojekte mit Pilotcharakter und anschließende Übertragung auf andere Teilgebiete der LEADER-Region

#### **Nachhaltige Kommunikations- und Vernetzungsstrukturen**

- ⇒ systematische Entwicklung von nachhaltigen Strukturen der Kommunikation und Kooperation auf mehreren Ebenen: in der Gesamtregion, auf Themen- und Projektebene, in einzelnen Gemeinden und für bestimmte Zielgruppen

## 6.2 Die Handlungsschwerpunkte im Überblick (Wo wollen wir agieren?)

Die Strategie der LAG "Donnersberger und Lautrer Land" konzentriert sich auf drei zentrale Handlungsfelder, die für die nachhaltig erfolgreiche Entwicklung der Region elementar sind und synergetisch ineinandergreifen.

### **Dorf, Stadt & Wirtschaft**

Die Lebensqualität aller Bewohner in der Region spiegelt sich in Vitalität, Funktionsvielfalt und zeitgemäß angepassten Strukturen in Dorf und Stadt wider. Wichtige Themen sind u.a. wohnortnahe Versorgung und Arbeitsmöglichkeiten, zeitgemäße (Kommunikations)-Infrastruktur, ein lebendiges und engagiertes Miteinander, die positive Gestaltung demografischer Veränderungen, der Erhalt des kulturellen Erbes, die kulturellen Angebote der Region, die Förderung von Unternehmergeist und die gemeinsame Wirtschaftsförderung sowie die Vermarktung der Region nach außen.

### **Tourismus**

Für Gäste und Einheimische sollen natürliche, kulturelle und historische Besonderheiten der Region erlebbar gemacht und Erholungsmöglichkeiten geschaffen werden. Eine erfolgreiche touristische Weiterentwicklung schafft vielfältige Einkommensmöglichkeiten für ganz unterschiedliche Akteure in der Region und setzt die natürlichen und kulturellen Grundlagen in Wert. Der Tourismus spielt daher als wichtiger Wirtschaftsfaktor der Region eine hervorgehobene Rolle, auch innerhalb der LEADER-Strategie. Aber auch für alle Einwohner wird ein Beitrag zur Lebensqualität und zur Identifikation mit der eigenen Heimat durch die Fortentwicklung des Tourismus und die begleitende Öffentlichkeitsarbeit geleistet.

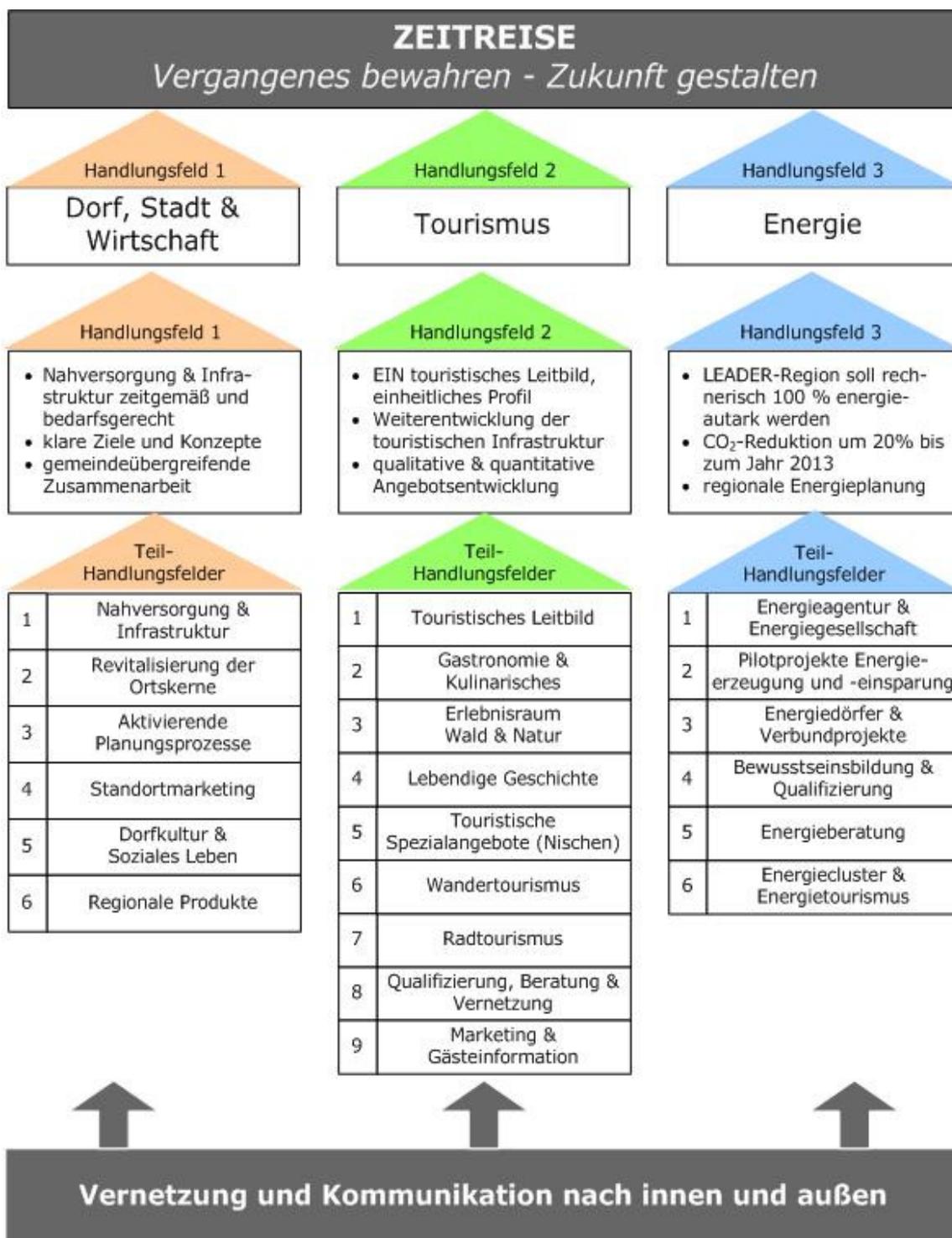
### **Energie**

In der LEADER-Region gibt es bereits eine Vorreiterrolle in der Verbreitung regenerativer Energien und einer insgesamt energiebewussten Vorgehensweise der Verwaltungen. Dieser Vorsprung soll kontinuierlich ausgebaut werden. Die systematische Nutzung von Energieeinsparpotenzialen, der Ausbau der regenerativen Energieerzeugung, die Entwicklung intelligenter Verbundprojekte und nicht zuletzt eine begleitende Informations- und Beratungsarbeit sollen die LEADER-Region zu einem auch überregional interessanten Vorzeigebispiel regionaler Entwicklung machen.

### **Drei Felder – Eine Strategie**

Durch alle drei Handlungsfelder ziehen sich die Leitlinien der Strategie. Die Vorgehensweise ist in allen Handlungsfeldern ähnlich. Inhaltlich wirken die Felder eng zusammen. In Entwicklungsprozessen auf der Ebene einzelner Orte entstehen Ideen und Umsetzungsmöglichkeiten für Projekte aus den Handlungsfeldern Tourismus und Energie. Die Themen rund um Energieeinsparung und regenerative Energieerzeugung können auch als touristische Themen integriert werden. Über alle Themenfelder hinweg soll durch die Umsetzung der LEADER-Strategie eine nachhaltige Stärkung der Region erzielt werden.

## Die Handlungsfelder im Überblick:



Nachfolgend sind in jedem der drei Handlungsfelder die übergeordneten Entwicklungsziele und strategischen Leitlinien formuliert. Im anschließenden Kapitel 7 werden die einzelnen Handlungsfelder durch die differenziertere Erläuterung von Teilzielen und Maßnahmenbereichen näher beschrieben.

### 6.3 Handlungsfeld 1: Dorf, Stadt & Wirtschaft

Eine erfolgreiche und zukunftsfähige Entwicklung erfordert moderne Konzepte und ein flächendeckendes Engagement von Bürger/innen, Kommunen, Unternehmen und Vereinen. So kann eine sanfte Modernisierung und Weiterentwicklung von Strukturen in Verbindung mit dem Erhalt und der Verbesserung der Funktionsvielfalt und Lebensqualität im ländlichen Raum gelingen. Zur Umsetzung der Ziele des Handlungsfeldes Dorf, Stadt & Wirtschaft wirken die Teilhandlungsfelder „Nahversorgung und Infrastruktur“, „Revitalisierung der Ortskerne“, „Aktivierende Planungsprozesse“, „Standortmarketing“, „Dorfkultur und Soziales Leben“ sowie „Regionale Produkte“ zusammen (siehe Kap. 7).

#### Entwicklungsziele:

- Sicherung der ländlichen Infrastruktur und Nahversorgung, die zukunftsfähig sowie bedarfsgerecht weiterentwickelt wird.
- Die Attraktivität und die Funktionsvielfalt als Lebensraum sowie Wohn- und Arbeitsstandort werden weiter gesteigert. Ein Schwerpunkt liegt hierbei auf der Stärkung der regionalen Zentren. Die Bevölkerungszahl im LEADER-Gebiet soll mindestens gehalten werden.
- Eine nachhaltige Entwicklung der ländlichen Gemeinden soll gemeinsam mit den Bürger/innen realisiert werden. Dazu sollen Kommunikationsorte und Treffpunkte in den Ortskernen erhalten und wiederentdeckt werden.
- Möglichst viele Gemeinden entwickeln klare Ziele und Konzepte, die über die klassische Dorferneuerung hinausgehen sollen. Lokale Bottom-Up-Entwicklungsprozesse werden in Gang gesetzt und dauerhaft etabliert.
- Gemeindeübergreifende innovative Projekte und Formen der Zusammenarbeit, z.B. im Bereich der Wirtschaftsförderung und im Standortmarketing.
- Die Kommunikationsinfrastruktur (Breitband) wird möglichst flächendeckend entscheidend verbessert.
- Neue Wohnformen und soziale Projekte stärken dörfliche Netzwerke.
- Angebot, Logistik und Vermarktung regionaler landwirtschaftlicher Qualitätsprodukte werden zielgruppengerecht ausgebaut.
- Alle Maßnahmen sollen zur Steigerung der Identifikation mit der eigenen Heimat sowie zur Profilierung der Orte beitragen.

#### Entwicklungsstrategie:

- Etablieren aktivierender Planungsprozesse in Dorf und Stadt sowie systematische überregionale Unterstützung und Beratung der Akteure vor Ort. Kommunikation überregionaler Planungen und Kompetenzen in die Region. Regionale Zielformulierung und Etablierung eines gemeinsamen Entwicklungsforums in der LEADER-Region zu Beginn.
- In Standortmarketing und Wirtschaftsförderung sollen durch interkommunale Kooperationen Projekte entwickelt und Vorgehensweisen abgestimmt werden.
- Suche und Entwicklung regionaler Qualitätsprodukte. Aufbau sinnvoller Vermarktungsstrukturen und -initiativen in Verbindung mit dem Tourismus.
- Durch die Teilnahme am Wettbewerb „Dorffinnenentwicklung“ des Landes Rheinland-Pfalz sollen besonders innovative Projekte gefördert werden.

## 6.4 Handlungsfeld 2: Tourismus

Direkt im Anschluss an die Erstellung der LILE soll mit der Entwicklung eines regionalen touristischen Leitbildes eine fundierte Grundlage der weiteren touristischen Entwicklung geschaffen werden. Vor allem soll in dieser Phase eine große Zahl an bestehenden und potenziellen touristischen Akteuren und interessierten Bürgerinnen und Bürgern aktiv an der Entwicklung beteiligt werden. Parallel werden dann die weiteren Teilhandlungsfelder in Projektgruppen umgesetzt. Der Bogen spannt sich dabei über die Teilhandlungsfelder „Gastronomie und Kulinarisches“, „Erlebnisraum Wald und Natur“, „Lebendige Geschichte“, „Touristische Spezialangebote (Nischen)“, „Wandertourismus“, „Radtourismus“, „Qualifizierung, Beratung, Professionalisierung, Vernetzung“ sowie „Marketing und Gästeinformation“ (siehe Kap. 7). Die schrittweise Entwicklung nachhaltiger Kommunikations- und Kooperationsstrukturen aller an der touristischen Leistungserstellung beteiligten Akteure sichert den dauerhaften Erfolg.

### Entwicklungsziele:

- Steigerung der Wertschöpfung im ländlichen Tourismus (z.B. Gäste- und Umsatzzahlen) mit Beteiligung möglichst vieler Menschen und Unternehmen in der Region.
- Entwicklung eines gemeinsamen und verbindlichen touristischen Leitbildes einschließlich einer strategischen Marketingkooperation im gesamten LEADER-Gebiet.
- Entwicklung und Stärkung eines klaren touristischen Profils.
- Verbesserung der Qualität touristischer Angebote über die gesamte Produktkette.
- Steigerung der Bekanntheit der Region als touristisches Zielgebiet, insbesondere für die Bereiche „Naherholung“ und „Natur- bzw. Kulturerlebnisangebote“
- Deutliche Erhöhung der Zahl der touristischen Akteure und ihrer aktiven Unterstützung der Tourismusstrategie der Region.

### Entwicklungsstrategie:

- Der Leitbildprozess ist die Basis und der Start der Projektentwicklung im Handlungsfeld „Tourismus“. Entlang der bereits definierten Teil-Handlungsfelder werden bottom-up bestehende Projektansätze konkretisiert und neue Projektideen integriert.
- Der LEADER-Prozess hat einen Fokus auf der Erarbeitung fundierter Grundlagen und Konzeptionen sowie auf der professionellen Unterstützung in der Projektentwicklung.
- Strukturelle Schlüsselprojekte in den Bereichen Vernetzung, Qualifizierung, Qualität und Marketing stützen und begleiten die Tourismusedwicklung kontinuierlich.
- Die Infrastruktur wird immer als Teil eines Gesamtproduktes betrachtet – Qualität, Gesamtangebot und Verantwortlichkeiten müssen nachhaltig gesichert sein.

## 6.5 Handlungsfeld 3: Energie

Das **Donnersberger Energiekonzept** (DENK) und das Stoffstrommanagement des Landkreises Kaiserslautern werden unter einem gemeinsamen Leitbild (wie oben beschrieben) zusammengeführt. In Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Einrichtungen, Hochschulen, Transferstellen und ähnlichen Einrichtungen sollen innovative Projekte und Verfahren systematisch in die Region geholt bzw. mit entwickelt werden. Innerhalb der Region und dann auch darüber hinaus soll im Sinne eines positiven Wettbewerbs eine dynamische Entwicklung hin zu Energieeinsparung und Energieerzeugung aus regionalen, regenerativen Energiequellen in Gang gesetzt werden.

Innerhalb dieses Handlungsfeldes soll eine regionale Anlaufstelle (z.B. Energiegesellschaft) als leistungsfähige Struktur zur Erreichung der Ziele entwickelt werden. Die Energieerzeugung aus regenerativen Quellen soll weiter ausgebaut werden. Gezielte Bewusstseinsbildung, eine aktiv betriebene Energieberatung, Projekte zur systematischen Energieeinsparung und die Vernetzung unterschiedlichster Akteure zur Know-how-Entwicklung und Kooperation sind die Teilhandlungsfelder in diesem Schwerpunkt der LEADER-Strategie (siehe Kap. 7).

### Entwicklungsziele:

- Die LEADER-Region will langfristig rechnerisch zu 100% energieautark werden! Es soll nur so viel Energie verbraucht werden wie auch im Gebiet aus regenerativen Quellen erzeugt wird.
- Bis 2013 soll eine CO<sub>2</sub>-Reduktion um 20% erreicht werden, langfristig um 50%. Der Bund gibt lediglich eine CO<sub>2</sub>-Reduktion um 20% bis 2020 vor.
- Die regionale Energieplanung soll strategisch abgestimmt und zentral koordiniert werden.
- Wertschöpfung im Bereich der Energieerzeugung und aller damit verbundenen Leistungen soll nach Möglichkeit in der Region erzielt werden.

### Entwicklungsstrategie:

- Vorliegende Daten werden umsetzungsorientiert ausgewertet und fehlende Bestandsaufnahmen vervollständigt (Potenziale, Verbräuche).
- Eine zentrale Anlaufstelle zur Koordination und Bündelung aller Aktivitäten wird eingerichtet. Diese wird evt. später in eine Energiegesellschaft o.ä. Struktur überführt.
- Eine begleitende intensive Bewusstseinsbildung nach innen und qualifizierte Weiterbildung und Beratung der Akteure und Institutionen verläuft parallel zu den Projekten.
- Innovative Projekte (Erzeugung, energieautarke Dörfer, lokale Verbundprojekte, Bauleitplanung, technische Pilotprojekte, etc.) werden entwickelt und realisiert.

## 6.6 Besonderheiten und innovativer Charakter der Strategie

Die LAG "Donnersberger und Lautrer Land" verfolgt eine auf mehreren Ebenen innovative Strategie. Die Grundrichtung dieser Strategie passt sehr gut zu den Vorerfahrungen und Pilotprojekten, die an einzelnen Stellen in der Region bereits vorliegen. Die zugrunde liegende Überzeugung und das klare Bekenntnis zu einer sehr beteiligungsorientierten Vorgehensweise auch seitens der kommunal Verantwortlichen kann als wichtige Erfolgsvoraussetzung gesehen werden.

### **Anwendung und Verbreitung technischer und sozialer Innovationen**

Die Strategie sieht eine systematische Anwendung von technischen und sozialen Innovationen in allen Handlungsfeldern vor. Dazu tragen ein begleitendes Benchmarking und der Erfahrungsaustausch innerhalb der Region bei. In vielen Teilhandlungsfeldern gibt es in der LEADER-Region bereits punktuell sehr gute Erfahrungen. Diese Ansätze sollen mit der Entwicklungsstrategie weiterentwickelt und in der ganzen Region bedarfsgerecht verbreitet werden. Beispiele sind vorbildliche Beteiligungsprozesse in einzelnen Orten, besonders erlebnisorientierte touristische Angebote oder bereits sehr umfassend realisierte Energieeinsparungskonzeptionen in einzelnen Einrichtungen. In einer Teilregion bestehen bereits im Rahmen von ILE entwickelte Ansätze der Vermarktung regionaler Produkte. Dieser Austausch soll durch den Zuschnitt des Gebietes in einer hohen Intensität auch über die Verwaltungsgrenzen hinweg erfolgen. Durch das Regionalmanagement und die Projektträger sollen in der Projektentwicklung systematische Recherchen nach nationalen und internationalen Benchmarks und Beispielprojekten in den entsprechenden Bereichen vorgenommen werden. Führende Experten und Praktiker der jeweiligen Themen sollen in geeigneter Form eingebunden werden. So sollen in der Region vorhandene Projektansätze hinsichtlich ihres Innovationscharakters und ihrer Attraktivität weiterentwickelt werden.

### **Kooperation mit Forschungseinrichtungen**

Zur Förderung von Innovationen in der Region arbeitet die LAG "Donnersberger und Lautrer Land" intensiv mit umliegenden Forschungseinrichtungen, Hochschulen, Fachhochschulen, Transferstellen und überregionalen Bundes- und Landesinitiativen in bisher nicht erfolgtem Umfang zusammen. Insbesondere die Wechselwirkungen und Synergien mit dem Hochschul- und Wissenschaftsstandort Kaiserslautern soll hier nachhaltig genutzt werden. Kooperationsfelder finden sich im kompletten Handlungsfeld Energie, in innovativen Planungsverfahren und Lösungen in Dorf- und Stadtentwicklung oder in zukünftigen Möglichkeiten unter Nutzung modernster Informations- und Medientechnik, um touristische Erlebnisse zugänglich zu machen. Vom virtuellen Rundgang durch eine Barockstadt bis zum Ausflug in die Keltenzeit können hier in der Region bisher noch nicht erschlossene Möglichkeiten erprobt werden.

### **Sehr große Breitenwirkung**

Die Strategie der LAG "Donnersberger und Lautrer Land" beinhaltet einen deutlich umfangreicheren und nachhaltigeren Aktivierungsansatz, als es selbst im Rahmen des LEADER-Programms bisher üblich war. Über die LEADER-typischen bottom-up orientierten Elemente hinaus enthält die Strategie wesentliche Projekt- und

Maßnahmenbereiche, die der Bewusstseinsbildung, der aktivierenden Beteiligung, der anschließenden Beratung und Betreuung einer hohen Zahl an Bürgerinnen und Bürgern der Region dienen. Über die originären Gremien der LAG hinaus sollen lokale, ortsbezogene Entwicklungsprozesse bottom-up initiiert werden. Im touristischen Bereich soll eine nachhaltige Struktur von Anbieter- und Projektgruppen für Entwicklung und Realisierung vielfältiger Projekte sorgen. Im Energiebereich besteht ebenfalls ein hoher Bedarf an Erfahrungsaustausch und Projektentwicklung mit vielen Beteiligten. In der geplanten Intensität und Nachhaltigkeit stellt die gewählte Strategie sowohl für die Region als auch darüber hinaus einen innovativen Ansatz dar.

### **Professionalität der Vernetzung/regionales Wissensmanagement**

Im Management des Entwicklungsprozesses kommt ein innovatives Gesamtinstrumentarium zum Einsatz. Das Regionalmanagement soll ganz oder in Teilen durch ein externes Büro übernommen werden. Dadurch wird eine hohe Kompetenz in Moderation und ergebnisorientierter Prozessbegleitung sichergestellt. Die fundierte Erstellung eines unter breiter Beteiligung entwickelten touristischen Leitbildes zu Beginn der LEADER-Periode schafft die Basis für ein hohes Maß an Beteiligung. Zusätzliche Aktivierungsmaßnahmen wie Wettbewerbe um zukunftsfähige Projekte in allen Handlungsfeldern, Erkundungsprojekte mit Schülern und eine starke Öffentlichkeitsarbeit sollen die Zahl der Beteiligten dauerhaft hochhalten und mit Hilfe eines positiven Wettbewerbs eine hohe Motivation schaffen. Die Vernetzung und Integration vielfältiger Experten ergänzen die internen Kräfte. Eine technische Plattform (Intranet/Internet) schafft die Grundlage für selbstorganisierte Kommunikation und Vernetzung und für ein regionales Wissensmanagement. Dadurch können endogene Potenziale in deutlich größerem Umfang und größerer Nachhaltigkeit aktiviert und genutzt werden, als das bisher die Regel ist.

### **Energielandschaft der Zukunft**

Die LAG "Donnersberger und Lautrer Land" strebt im Handlungsfeld Energie nach einer auch überregionalen Vorreiterrolle. Sie kann hier auf vielfältige existierende Initiativen aufbauen. Die weitreichende Zielsetzung lässt erwarten, dass die Region auch überregional als Benchmark wirken kann. Der hier beschriebene Wirkungszusammenhang kann dann greifen, wenn es gelingt, einen nennenswerten Vorsprung gegenüber anderen Regionen zu halten bzw. zu entwickeln. Je besser dies gelingt, desto mehr kann die Profilierung als „Energierregion“ positive wirtschaftliche Effekte nach sich ziehen. Interessierte Besucher kommen als Gäste in die Region, es können Wettbewerbsvorteile für in der Region ansässige Unternehmen in Gewerbe, Dienstleistung und Landwirtschaft entwickelt werden. Auch die Entwicklung von Clustern im Bereich regenerativer Energien kann erfolgreich angestoßen werden. Über Tagungen, Kongresse, Weiterbildungen, Exkursionen und Aktionstage für unterschiedliche Zielgruppen kann der Wissens- und Erfahrungsvorsprung der Region zum „Exportartikel“ werden, zur Profilierung der Region beitragen und weit überregional wirken.

## **Übertragbarkeit der Ergebnisse**

Die Ausgangslage der Region ist durchaus mit vielen anderen ländlichen Räumen in relativer Nähe zu einer größeren Stadt ohne starke Verdichtungstendenzen vergleichbar. Somit lassen die ganz überwiegenden Bestandteile der Strategie eine Übertragbarkeit der Ergebnisse erwarten. Von besonderem Interesse dürfte es sein,

- zu welchen nachhaltigen Ergebnissen die deutlich breiter angelegte Beteiligung führen kann
- mit welchen innovativen Elementen der Prozessgestaltung und Organisationsentwicklung in der Region nachhaltige Strukturen der Kommunikation und Kooperation entwickelt werden können
- in welcher Geschwindigkeit die angestrebten Ziele im Energiebereich erreicht werden können.

Im Bereich des Handlungsfeldes Energie ist bereits während der LEADER-Phase mit einer Ausstrahlungswirkung in andere Regionen zu rechnen.

## 7 GEPLANTE MAßNAHMENBEREICHE

In diesem Kapitel sind exemplarisch wichtige Projekt- und Maßnahmenbereiche zur Erläuterung der Strategie angeführt. Sie sind innerhalb der drei Handlungsfelder „Dorf, Stadt & Wirtschaft“, „Tourismus“ und „Energie“ in Teilhandlungsfelder gegliedert. Der Schwerpunkt liegt auf der Erläuterung der jeweiligen Strategien. Die dargestellten Maßnahmenbereiche und Projektansätze dienen lediglich der Veranschaulichung der jeweiligen Strategie. Sie werden im Zuge der Entwicklung der LILE entsprechend konkretisiert und können ggf. durch Weiterentwicklungen ersetzt werden. Im Zuge der Erarbeitung der LILE wird eine Prioritätensetzung erfolgen und die zeitliche Struktur der Bearbeitung festgelegt.

### 7.1 Handlungsfeld 1: Dorf, Stadt & Wirtschaft

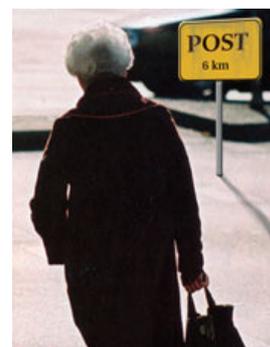


#### 7.1.1 Teilhandlungsfeld „Nahversorgung und Infrastruktur“

##### Ausgangslage

Eine wohnortnahe Grundversorgung und eine an die Bedürfnisse der Bewohner angepasste Infrastrukturausstattung ist ein wichtiger Standortfaktor in ländlichen Räumen. Dörfer oder Städte, die die Mindestanforderungen an eine Nahversorgung und Infrastruktur nicht erfüllen, werden im Wettbewerb mit vergleichbaren Orten langfristig abgehängt.

Auch im Gebiet der LAG "Donnersberger und Lautrer Land" sind zahlreiche Gemeinden angesiedelt, die längst nicht mehr allen Anforderungen an eine funktionstüchtige Gemeinde gerecht werden. Vor allem in den sehr kleinen ländlichen Gemeinden kann oft nicht mehr für die Grundversorgung der Bürger/innen gesorgt werden, wodurch sich mobilitäts eingeschränkte Menschen wie etwa Ältere oder Behinderte, nicht mehr ohne fremde Hilfe versorgen können. In einigen Orten wurden stationäre Dorfläden nach dem Prinzip der „Tante-Emma-Läden“ eröffnet, die jedoch nicht wirtschaftlich zu betreiben waren.



Neben der Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs spielt auch eine zeitgemäße Infrastrukturausstattung für die Gemeinden eine immer größere Rolle. Da viele Menschen aufgrund des sich verändernden Arbeitsmarktes zunehmend mobiler und flexibler werden, nimmt auch die Konkurrenz zwischen den Gemeinden um Bürger/innen zu. Bei der Standortwahl ist auch das Vorhandensein einer schnellen Breitbandverbindung nicht nur für Unternehmer, sondern auch für Privatpersonen eine wichtige Voraussetzung, um sich in einer Gemeinde längerfristig niederzulassen. Global agierende Betriebe können auf eine ausreichend schnelle DSL-Verbindung ohnehin nicht mehr verzichten, und auch Personen, die zu Hause arbeiten, sind auf eine gute Kommunikationsinfrastruktur angewiesen. Viele Gemeinden haben dieses Problem bereits erkannt und erste Untersuchungen und Bestandserhebungen durchgeführt.



Noch fehlen jedoch flächendeckende Datengrundlagen über den DSL-Versorgungsgrad im LEADER-Gebiet. Dass die Unterversorgung bereits jetzt eine große Gefahr für die Gemeinden darstellt, zeigt die Tatsache, dass Betriebe deshalb die Region verlassen oder sich erst gar nicht dort niederlassen.

Die Mittelzentren im LEADER-Gebiet sind vielfach von starkem Kaufkraftabfluss und wachsenden Leerständen in den Ortskernen betroffen. Im direkten Vergleich mit konkurrierenden Nachbarstädten müssen die Sortimentsdefizite im Einzelhandel und Gewerbe behoben werden, um ein attraktives Angebot bieten zu können. Vielfach fehlt hier noch ein strategisch ausgerichtetes Standortmarketing, das die Maßnahmen der Wirtschaftsförderung unterstützt und vernetzt (siehe Kap. 7.1.4).

Einhergehend mit den abnehmenden Nahversorgungsmöglichkeiten verschwinden nach und nach auch die traditionellen Treffpunkte als Kommunikationspunkte in den Orten. Langfristig wird sich dies auch auf das soziale Zusammenleben und die Netzwerke in den Dörfern auswirken. Hier muss rechtzeitig durch geeignete Konzepte entgegengewirkt werden.

Der ÖPNV kämpft in ländlichen Regionen mit ungleich schwierigeren Bedingungen als in städtischen Gebieten. Hier muss ein Nahverkehrskonzept entwickelt und umgesetzt werden, das die verschiedenen Bereiche und Interessen sinnvoll miteinander verknüpft. Also z.B. den Schüler- und Berufsverkehr, die Anbindung zu Mittel- und Kleinzentren aber auch den Freizeit- und Ausflugsverkehr. Dabei spielt die Vernetzung des Schienenangebotes mit dem Busangebot, aber auch der Einsatz von bedarfsorientierten Verkehren eine große Rolle. Die Veränderung in der Nutzung des ÖPNV wird zukünftig auch durch den demografischen Wandel beeinflusst. Ein Faktor dabei ist, dass die künftige Senioren generation, anders als bisher, zunehmend im Besitz eines Führerscheines und damit mobiler ist. Daher gilt es innovative Ansätze, auch in Verbindung mit einem Ausflugsverkehr, der die touristischen Interessen einer Region einbindet, zu entwickeln bzw. weiter zu entwickeln.

Im Donnersbergkreis gibt es bereits mit dem Angebot „DonnersbergMobil“ bereits positive Ansätze, die eventuell auf die Region Kaiserslautern zu übertragen wären. Hier werden Linientaxis ab Bahnhöfen, Ruf- und Freizeittaxis in den Abendstunden und an Wochenenden sowie Taxen für Menschen mit Behinderung unter dem Angebot „DonnersbergMobil“ zusammengefasst und fahren als bedarfsorientierte Verkehre.

## Ziele

### Nahversorgung

**Erprobung innovativer Nahversorgungsmodelle:** Die örtliche Grundversorgung soll durch die Erprobung innovativer Nahversorgungsmodelle, die teilweise bereits erfolgreich in anderen ländlichen Regionen Anwendung finden, in allen Gemeinden gesichert werden.

**Sicherstellung Mindestversorgung:** In Gemeinden, in denen noch zentrale dörfliche Strukturen bestehen, sollen diese nachhaltig erhalten bleiben. Überall wo dies nicht mehr der Fall ist, muss darauf hingewirkt werden, dass eine Mindestversorgung, die am Bedarf der Einwohner orientiert ist, angeboten wird.

**Tragfähige Versorgungskonzepte:** Durch flexible und mobile Bringdienste soll ein zeitgemäßes und wirtschaftlich tragfähiges Versorgungskonzept geschaffen werden.

### Breitbandanbindung

**Flächendeckende Anbindung an Breitbandnetz:** In schlecht versorgten Teilregionen des LEADER-Gebietes muss in die Kommunikationsinfrastruktur investiert werden. Als Ziel formuliert die LAG "Donnersberger und Lautrer Land", eine annähernd flächendeckende Anbindung an das Breitbandnetz sowohl für Unternehmen als auch für die Bürger/innen herzustellen. Durch die Anbindung an das DSL-Netz soll die Wettbewerbsfähigkeit und Attraktivität der Gemeinden erhalten bleiben.

**Schaffung einer modernen Kommunikationsinfrastruktur:** Die LEADER-Region setzt sich zum Ziel, eine umfassende Datengrundlage zu erstellen, auf deren Basis die notwendigen Entscheidungen getroffen werden können. Eine moderne Kommunikationsinfrastruktur wird auch ein Entscheidungsfaktor für junge Menschen sein, in der Region zu bleiben oder diese zu verlassen. Für diese jungen Bürger/innen soll die Region attraktiv bleiben. Auch für Existenzgründer und etablierte Betriebe möchte man einen Anreiz schaffen, in ihrer Heimatregion zu bleiben oder sich hier anzusiedeln

### ÖPNV

**Bedarfsgerechte Weiterentwicklung des ÖPNV-Angebots:** Mit modernen und flexiblen öffentlichen Nahverkehrssystemen soll der Mobilitätsanspruch aller Bürger/innen bedient werden. Auch hier kann man von positiven Ansätzen anderer Regionen lernen. Das vorhandene ÖPNV-Angebot soll bedarfsgerecht weiterentwickelt und ausgebaut werden.

## Strategie

### Nahversorgung

**Bedarfsanalyse, Machbarkeitsstudien:** Zunächst sollen Ideen gesammelt und Konzepte entwickelt werden, wie die bereits bestehende Infrastruktur gestärkt und erhalten werden kann. Durch Bedarfsanalysen und fundierte Machbarkeitsstudien sollen mögliche Modelle zur Sicherung der Versorgung untersucht und geprüft werden. Erfolgreiche Modelle wie die schleswig-holsteinischen Markt-Treffs (Kerngeschäft, Dienstleistungen, Treffpunkt) oder die rollenden Lebensmittelmärkte (HEIKO), die individuelle Kundenwünsche bedienen, können neben anderen Praxisbeispielen als Orientierung dienen.



**Bewusstseinsbildung vor Ort:** Eine begleitende Meinungsbildung und Bewusstseinsbildung vor Ort, also in unterversorgten Gemeinden, wird ebenfalls angestrebt, um von Beginn an mit den betroffenen Bürger/innen im Austausch zu stehen. Dies ist deshalb wichtig, weil die Dorfbewohner/innen die späteren Angebote aktiv nutzen und dadurch unterstützen sollen.

**Einrichtung von Service-Points:** In den Workshops wurde über die Einrichtung eines so genannten Service-Points in jedem Dorf nachgedacht. Dieser könnte als Informations- und Versorgungszentrum eine Anlaufstelle und ein Kommunikationspunkt sein, der Personen vernetzt und unterstützt. Von dieser Stelle aus könnten Initiativen und Organisationen koordiniert und beraten werden. Die Service-Points könnten zunächst über ehrenamtlich Aktive besetzt und schrittweise in eine wirtschaftlichere Form überführt werden. Eine Verknüpfung mit bestehenden Einrichtungen wie Büchereien, Vereinshäusern oder kirchlichen Einrichtungen kann geprüft werden. Über die Service-Points sollen Versorgungslücken systematisch geschlossen werden. Der Einrichtung solcher persönlichen Anlaufstellen wird gegenüber der Schaffung fester Infrastrukturen der Vorzug gegeben.

**LAG-übergreifender Erfahrungsaustausch:** Im Rahmen der geplanten LEADER-Kooperationen mit den angrenzenden Lokalen Aktionsgruppen (Pfälzerwald, Pfälzer Bergland) soll ein Erfahrungsaustausch gestartet werden, um in diesem Bereich voneinander lernen zu können. Die Problemlage im Bereich der Nahversorgung ist in diesen Gebieten vergleichbar.

### Breitbandanbindung

**Ermittlung des Versorgungsgrades:** Im ersten Schritt wird für alle Gemeinden der Versorgungsgrad ermittelt, um die Problembereiche lokalisieren zu können. Auf dieser Datenbasis werden Gespräche mit möglichen Anbietern der unterschiedlichen technischen Lösungen geführt, wobei verschiedene Insellösungen in Betracht gezogen werden müssen.

**Ermittlung technischer Lösungen:** Aufgrund der unterschiedlichen topographischen Gegebenheiten in der Region müssen voraussichtlich mehrere Teillösungen zwischen kommunalen Vertretern, Bürgervertretern und Anbietern diskutiert werden, bevor sie anschließend realisiert werden können.

**Teilnahme an Wettbewerben und Förderprogrammen:** Die LAG "Donnersberger und Lautrer Land" strebt außerdem die Teilnahme an Wettbewerben und

Förderprogrammen u.a. des Landes Rheinland-Pfalz zur Verbesserung der Breitbandversorgung im ländlichen Raum an.

**Realisierung und Begleitung von Projekten:** soweit erforderlich sollen in der LEADER-Strategie Projekte zur Beseitigung von Versorgungsengpässen begleitet und ggf. realisiert werden.

## ÖPNV

**Weiterentwicklung bedarfsorientierter Verkehre:** Im Bereich des ÖPNV gilt es zum einen die bedarfsorientierten Verkehre weiter zu entwickeln, so z.B. die Anbindung von Außenbereichen der größeren Gemeinden wie Kirchheimbolanden, Eisenberg oder Rockenhausen in die Zentren. Damit könnte auch das Nahversorgungsangebot der Zentren gestärkt werden.

Eine wichtige Fragestellung ist z.B., inwieweit für junge Menschen, die für die Fahrt zu ihrem Ausbildungsplatz auf den ÖPNV angewiesen sind, ein verbessertes Angebot geschaffen werden kann. Gerade in Ausbildungsberufen im Hotel- und Gaststättengewerbe und im Dienstleistungsbereich sind die Arbeitszeiten oft so, dass das vorhandene Bus- und Zugangebot nur eingeschränkt nutzbar ist.

**Ausbau des Freizeit- und Ausflugsverkehrs:** Ein weiterer Aspekt ist die Weiterentwicklung des Freizeit- und Ausflugsverkehrs, unter Berücksichtigung touristischer Angebote und Einrichtungen, mit dem Ziel, der Nachfragesteigerung. Beispielhaft angeführt sei hier die Zellertalbahn (Schienenstrecke Monsheim-Langmeil). Hier ist es ein erklärtes Ziel den Ausflugsverkehr in ein dauerhaftes Angebot zu überführen. Auch für die vielfältigen Wanderangebote und -ziele gilt es, ein entsprechendes Angebot zu entwickeln, sei es für bestimmte Strecken mit einem Wanderbus oder als bedarfsorientiertes „Wandertaxi“.

**Optimierung der Mobilitätsinformation:** Hinsichtlich der „Mobilitätsinformation“ ist zu überlegen, wie die Öffentlichkeitsarbeit bzw. die Information der Kunden und Bürger/innen noch optimiert werden kann.

**Fahrdienste in Service-Points:** Denkbar wäre auch die Kooperation von Personenbeförderungs-Dienstleistungen an die bereits erwähnten Service-Points in den Gemeinden.

## Exemplarische Projektbereiche

- Bestandsaufnahme, -analyse
- Bürgerbefragung
- Einrichtung und Betrieb von Service-Points, Schulung und Betreuung der Betreiber
- Konzeptentwicklung für Wanderbus/Wandertaxi und Verbesserung des Ausflugsverkehrs
- Konzeptentwicklung für einen „Ausbildungsverkehr“
- Optimierung der Mobilitätsinformation

## Beteiligte

Kommunen, Betriebe, Privathaushalte, Bürger/innen, Selbständige, Kommunikationsdienstleister, Verkehrsunternehmen, Taxi-Unternehmen

## 7.1.2 Teilhandlungsfeld „Revitalisierung der Ortskerne“

### Ausgangslage

Das „Sterben“ der Ortskerne ist ein Phänomen, das sowohl Städte als auch Dörfer betrifft. Speziell die kleineren ländlichen Gemeinden werden von den zunehmenden Leerständen in den Ortskernen, die mit dem Verlust der dörflichen Strukturen einhergehen, vor eine große Herausforderung gestellt.

Während in den Kleinstädten im LEADER-Gebiet vor allem Geschäftsaufgaben die Leerstände verursachen, sind es in den kleineren Kommunen häufig ehemalige Bauernhöfe, ältere Gebäude oder Gehöfte, die nach Fortzug oder Tod der Eigentümer nicht mehr bewohnt sind.

Die hohen Kosten für die Sanierung und die energetische Aufbesserung der alten Gebäude können oder wollen von interessierten Käufern, zum Beispiel jungen Familien, in der Regel nicht aufgebracht werden. Die baulichen Missstände, die überdimensionierten Grundstücke oder auch die Enge zu den Nachbarhäusern halten manchen Interessenten vom Kauf dieser Gebäude im Ortskern ab. In manchen Orten ist die Lage der leerstehenden Gebäude entlang der Hauptverkehrsstraße mit teilweise höherem Verkehrsaufkommen ebenfalls ein Grund, weshalb kein Käufer gefunden wird.

Zum Teil werden diese älteren Gebäude oder Höfe noch von den ursprünglichen Besitzern bewohnt, die aber aufgrund ihres Alters nicht mehr in der Lage sind die Grundstücke zu bewirtschaften, so dass diese allmählich zerfallen.

Die Besitzer sind in den meisten Fällen nicht bereit, ihr Haus zu verlassen oder in Teilen zu vermieten, so dass keine Umnutzung und Sanierung der Gebäude möglich ist. Häufig sind die Investitionskosten zu hoch, um die alten ortstypischen Gebäude zu sanieren, so dass diese abgerissen werden und das gewachsene Ortsbild verloren geht.

Durch das Verschwinden der innerörtlichen Läden und Gaststätten gehen zusätzlich traditionelle Treffpunkte verloren. Die Ortskerne verlieren so mehr und mehr ihre Funktion als Kommunikationsräume.

Nicht zuletzt besteht eine Konkurrenzsituation zwischen dem Altbestand im Ortskern und den entstandenen Neubaugebieten – häufig in Ortsrandlagen. Es fehlt bislang an einer systematischen Beratung und Bewusstseinsbildung, beispielsweise bei Architekten und Gemeinderäten, hin zu einer Aufwertung des Altbestandes im Ortskern und weg von einer zu einseitigen Förderung und Ausweisung von Neubaugebieten. Durch die Auswirkungen des demografischen Wandels ist davon auszugehen, dass viele kleinere Gemeinden in den kommenden Jahrzehnten Bevölkerungsverluste zu verkraften haben, so dass man vor allem auf die Bestandspflege setzen sollte, um eine größere Anzahl von Leerständen in den Gemeinden zu vermeiden.

## Ziele

Um die Ortskerne als Plätze der Kommunikation und des Austausches sowie als Profil gebendes Zentrum einer Gemeinde zu erhalten, sollen für das gesamte LEADER-Gebiet entsprechende Maßnahmen eingeleitet werden.

**Bewusstseinsbildung und Erhalt des Altbestandes:** Oberstes Ziel ist eine Bewusstseinsbildung und Wahrnehmung der derzeitigen unbefriedigenden Situation und des unsicheren Ausblickes in die Zukunft der Gemeinden. Es soll erreicht werden, dass alle Akteure, die sich mit dem Dorf als Wohn- und Lebensraum auseinandersetzen, miteinander diskutieren und Beratung erhalten. Vielleicht ist es möglich, eine Handlungsmaxime für die Kommunen im LAG-Gebiet auszugeben: „Sanierung und Nutzung des Altbestandes im Ortskern vor der Ausweisung von Neubaugebieten in Ortsrandlage“. Die Gemeinden sollen sich der Wirkung und Bedeutung der Ortskerne bewusst werden und entsprechend handeln.



**Aktives Leerstandsmanagement:** Eine kontrollierte Bauleitplanung soll zur Abrundung der Dörfer beitragen und unterstützt durch ein aktives Leerstandsmanagement – das noch zu entwickeln ist – sollen die Ortskerne nachhaltig gestärkt und zu ihrer zentralen Bedeutung zurückgeführt werden. Es soll ein Bewusstsein geschaffen werden, dass die Bestandspflege wichtiger ist, als der Neubau. Bei Sanierungen älterer Bausubstanz wird auf eine seniorengeeignete und energetisch nachhaltige Bauweise geachtet.

**Beteiligung der Bevölkerung:** Die einheimische Bevölkerung soll in die Planungen über beteiligungsorientierte Prozesse mit eingebunden werden. Den Bedürfnissen und Ideen der Bevölkerung wird dadurch ein hoher Stellenwert gegeben.

## Strategie

**Bestandsanalyse und Ableitung von Handlungsmaßnahmen:** Eine Übersicht über leerstehende oder wenig genutzte Gebäude für alle LEADER-Kommunen soll durch die Zusammenarbeit der Ortsgemeinden, Verbandsgemeinden sowie Landkreise erstellt und durch das Regionalmanagement ausgewertet werden. Die Ergebnisse sollten einem breiten Publikum öffentlich vorgestellt und anschließend diskutiert werden, um geeignete Maßnahmen ableiten zu können.

Über die systematische Ansprache und Beratung von Eigentümern gering genutzter Gebäude im Ortskern sollen diese Gebäude in eine angepasste und intensivere Nutzung überführt werden. Baulücken sind zu identifizieren und zu schließen, denkbar beispielsweise auch durch eine besonders charakteristische Bauform. Dabei sollen unter Anwendung aller verfügbaren Instrumente, wie etwa der Bodenordnung, im Verbund innerörtliche Erschließungen und Entwicklungen ermöglicht werden. Als Projektpartner muss dabei auch das zuständige Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum (DLR) Westpfalz mit seinem fachlichen Know-how einbezogen werden.

**Beratung von Eigentümern und Kommunen:** Ortsansässige Betriebe und auch die Kommunalverwaltungen sollen dahingehend beraten werden, in zerfallende und leerstehende Häuser in der Ortsmitte zu investieren oder potenzielle Käufer möglicherweise durch ein zweckgebundenes Sponsoring zu unterstützen. Lang-



fristig profitieren die Gemeinden und auch die ansässigen Firmen von einem attraktiven Ortsbild, gerade im Ortskern.

**Modellhafte Pilotprojekte:** Schließlich können im Ortskern auch modellhafte Projekte zum Zusammenleben unterschiedlicher Generationen erprobt werden. Mehrgenerationen-Häuser in ehemaligen Klöstern oder eine Senioren-Wohn-gemeinschaft in einem alten Bauernhof sind zwei Projektansätze, die im Rahmen der Strategie-Workshops angesprochen wurden. Denkbar wären auch Projekte, die zu einer besseren Vernetzung der Bürger/innen alter Ortsteile mit den Bürger/innen der Neubaugebiete führen.

### Exemplarische Projektbereiche

- Erstellung einer Übersicht über Leerstände im LEADER-Gebiet, Kartierung der Leerstände und Ableitung konkreter Maßnahmen
- Dorfbörse/Gebäudebörse, die mithelfen könnte, Leerstände in eine neue Nutzung zu bringen
- Mehrgenerationenhäuser oder andere Formen des Zusammenlebens von Jung und Alt

### Beteiligte

Abteilung Bau, Denkmalpflege, Kreisplanung und Dorfentwicklung der Verbandsgemeinden und Landkreise, Bürger/innen, Eigentümer von Gebäuden im Ortskern, Architekten, Planer

## 7.1.3 Teilhandlungsfeld „Aktivierende Planungsprozesse“

### Ausgangslage

Nicht alle Gemeinden im LEADER-Gebiet haben bereits ein Dorferneuerungskonzept erstellt. Einige haben ein solches Konzept bereits vorliegen, diese jedoch sind teilweise bereits veraltet.

Als problematisch erweist sich häufig, dass nach einer erfolgreich moderierten Dorfentwicklung eine längerfristige Begleitung, auch aus finanziellen Gründen, ausbleibt und viele Maßnahmen daher nicht zur Umsetzung geführt werden. Dies schafft Frust bei den Gemeindevertretern ebenso wie bei den engagierten Bürger/innen, die sich von dem Prozess mehr erhofft hatten. Hier fehlt es häufig an den notwendigen Strukturen, die eine nachhaltige Konzeptrealisierung unterstützen.

Die Bürger/innen, die sich in beteiligungsorientierten Planungsprozessen engagieren, sind in der Regel auch die Personen, die ohnehin schon über ehrenamtliche Tätigkeiten einen überdurchschnittlichen Beitrag zum Dorfleben erbringen. Diese Personen fühlen sich dann überlastet und sind enttäuscht, wenn ihre entwickelten Ideen nicht verwirklicht werden können. Das Phänomen, dass die Aktivierung neuer Akteure für dörfliche Planungsprozesse sehr mühsam ist, betrifft alle LEADER-Gemeinden. Besonders Kinder und Jugendliche sind bei diesen Planungsprozessen nicht in ausreichendem Maße eingebunden.

Um allen Anforderungen an eine zukunftsfähige Entwicklung, unter anderem im Hinblick auf den demografischen Wandel, erfolgreich begegnen zu können, reichen die klassischen Dorferneuerungsinstrumente und -maßnahmen vielfach nicht mehr aus.

Unklar ist teilweise noch das Zusammenspiel der klassischen Dorfentwicklung und -erneuerung mit innovativen Ansätzen im Rahmen von LEADER. Manche Akteure sehen eine Konkurrenzsituation zwischen diesen Maßnahmen, die in der Realität aber nicht bestehen. Hier müssen gerade die Synergien, die durch das Ausschöpfen beider Förderansätze bestehen, verdeutlicht werden.

Es wird zu prüfen sein, inwiefern innovative Modelle durch das Innenministerium und LEADER förderfähig sind. Bisher waren Zuschüsse außerhalb der Mainstreamförderung für neuartige Projektansätze im Bereich „Dorf“ nur schwer durchsetzbar.

## Ziele

**Individuelle Konzepte und Profile:** Jede Gemeinde braucht ein Konzept sowie ein individuelles Profil, um die Weichen für eine zukunftsgerechte Entwicklung stellen zu können. Der LEADER-Prozess soll mithelfen, das dörfliche Engagement zu verbessern und eine breite Beteiligung an den Entwicklungsprozessen zu erreichen. Der Erfahrungsaustausch und die gemeinsame Entwicklung innovativer Lösungen über die gesamte Region werden gezielt gefördert. Dadurch soll eine nachhaltige Entwicklungsdynamik in den Dörfern und Städten der Region entfacht werden.

**Dorfentwicklungsinitiativen und breites bürgerschaftliches Engagement:** Eines der Hauptziele ist die Initiierung bürgerschaftlichen Engagements und Dorfentwicklungsinitiativen in möglichst vielen Gemeinden der LEADER-Region Donnersberger und Lautrer Land. Der Blickwinkel geht über die reine Dorfsinnlichkeit hinaus und soll sich bewusst über Gemeindegrenzen hinweg erstrecken. Es entstehen übertragbare Modelle, die nicht nur in einer einzelnen Gemeinde angewendet werden können, sondern in der Region und darüber hinaus Nachahmung finden. Eine professionelle Moderation stellt sicher, dass sich die Menschen vor Ort gut beraten fühlen und somit motiviert werden, mitzuarbeiten.



**Stärkung und Unterstützung von Vereinen:** Vereine mit ihrer wichtigen sozialen Funktion innerhalb dörflicher Strukturen sollen nachhaltig gestärkt und gezielt unterstützt werden.

**Zielgruppenspezifische Beteiligungsprozesse:** Es sollen Beteiligungsprozesse angeboten werden, die zielgruppenspezifisch ausgerichtet sind und beispielsweise vor allem Frauen und/oder Jugendliche ansprechen.

## Strategie

**Beteiligung, Begleitung und Qualifizierung von Akteuren:** Die Strategie sieht vor, die (ehrenamtlichen) Akteure in den Gemeinden in den kommenden Jahren systematisch zu informieren, zu beteiligen und insbesondere zu qualifizieren. Durch eine strategische Begleitung des externen Regionalmanagementbüros in Zusammenarbeit mit den Kreisplanern und weiteren Fachleuten sollen die Gemeinden fit für die Zukunft gemacht werden. Eine dauerhafte Begleitung und Beteiligung muss sichergestellt sein.

**Start oder Fortführung von Dorferneuerungsprozessen:** Die Vorgehensweise erfolgt in zwei sich ergänzenden Linien. Innerhalb der Gemeinden werden Dorferneuerungsprozesse fortgeführt oder gestartet. Die dort durchgeführten Planungen und Ideen werden der gesamten LAG kommuniziert. Besonders innovative Projektansätze, die vor Ort entwickelt wurden, können dann gegebenenfalls über LEADER gefördert werden, wenn sie nicht in die Mainstreamförderung passen. Diese Pilot- oder Modellprojekte können dann auch auf andere Gemeinden übertragen werden. An der Finanzierung müssen sich die Orts- und Verbandsgemeinden beteiligen.

**Kooperationsprojekte:** Neben diesem eher intrakommunalen Blick verläuft eine begleitende interkommunale Entwicklung. Durch die Teilnahme und Auslobung von Wettbewerben und die Ausrichtung von regionalen Arbeitskreisen und Foren sollen die Kommunen und Bürger/innen angeregt werden, innovative Projekte und vor allem Kooperationsprojekte zu entwickeln. Die besten Kooperationsideen sollen anschließend umgesetzt werden. Ein innovatives Kooperationsprojekt könnte auch eine strategische Partnerschaft zwischen den Mittelzentren der Region sein.

**Qualifizierung durch Seminare, Workshops und Informationsveranstaltungen:** Über regionale Informationsveranstaltungen und Foren können durch Fachreferate Best-Practice-Projekte vorgestellt und zur Diskussion gestellt werden.



Außerdem sollen Seminare oder Workshops zur Weiterbildung und Qualifizierung der Akteure der Dörfer und Städte angeboten werden. Durch die Fortbildungsmaßnahmen werden ehrenamtlich Aktive angeleitet, Prozesse vor Ort eigenständig anzuschließen und umzusetzen.

**Starterprojekte zur Motivation:** Starterprojekte, die aus den aktivierenden Planungsprozessen hervorgehen, haben eine zentrale Bedeutung für den Erfolg dieses Teilhandlungsfeldes, da sie zur Motivation der beteiligten Akteure und Gewinnung neuer Mitstreiter verhelfen. Bei jeder Konzeption ist daher festzulegen, welche Ideen als Starterprojekte frühzeitig realisiert werden können. Für diese sind u.U. kleine Budgets für eine schnelle Fördermöglichkeit auf regionaler Ebene zu schaffen.

**Einbindung von Frauenorganisationen:** Landfrauen und andere Frauenorganisationen (z.B. aktive kirchliche Frauengruppen) sollen von Beginn an intensiv bei allen Planungsprozessen mit eingebunden werden, da sie auf funktionierende Netzwerke und viel fachliches Know-how zurückgreifen können.

**Spielleitplanung mit und für Kinder:** Im Rahmen der Spielleitplanung sollen für die Region passende Konzepte unter breiter Beteiligung von Kindern und Jugendlichen erarbeitet werden. Angedacht wurden auch gemeinsame Aktionen mit den Kindergärten und Schulen, um einen einfacheren Zugang zu den Kindern und Jugendlichen zu erhalten.

## Exemplarische Projektbereiche

- Wettbewerbe
- Spielleitplanung
- Dorfseminare zum Thema „Kommunikation im Dorf“
- Arbeitskreise und überregionale Foren mit Experten und Praktikern
- Beratung und Moderation sowohl regional als auch auf einzelne Gemeinden bezogen

## Beteiligte

Kommunen, Ortsbürgermeister, Bürger/innen, Landfrauen

### 7.1.4 Teilhandlungsfeld „Standortmarketing“

#### Ausgangslage

Dörfer, Städte und Regionen konkurrieren um Einwohner, Gäste und Gewerbetreibende. Diese Grundregel in Zeiten einer zunehmenden Globalisierung, offener Grenzen und des Kommunikationsmediums Internet trifft natürlich auch auf die Gemeinden im Gebiet der LAG "Donnersberger und Lautrer Land" zu.

Daher ist es richtig, dass jede Kommune versucht, sich ein individuelles Profil zu geben und damit zu werben. Negativ bemerkbar macht sich die Tatsache, dass in vielen Kommunen noch keine Standortanalysen vorliegen, die ein fundiertes Planen und Entscheiden ermöglichen.

Daneben machen strategische Partnerschaften immer dann Sinn, wenn es darum geht, Gelder zu bündeln und als starke Region nach außen aufzutreten oder nach innen zu wirken. Einzelne Gemeinden stoßen schnell an ihre finanziellen Grenzen, wenn es gilt, die wirklich großen und drängenden Probleme zu lösen. Hier erweisen sich Kooperationen und Zusammenschlüsse in vielen Fällen als die effizientere und klügere Variante.

Die Bereiche „Standortmarketing“ und „Wirtschaftsförderung“ sind klassische Themenfelder, bei denen ein gemeinschaftliches Agieren schneller zum Erfolg führen kann, als isoliertes Handeln. Der Landkreis Kaiserslautern hat mit der Wirtschaftsförderungsgesellschaft Stadt und Landkreis Kaiserslautern mbH bereits eine Struktur geschaffen, die sich um die wirtschaftliche Weiterentwicklung und Vermarktung der Region bemüht. Im Donnersbergkreis ist 2002 mit dem Wirtschaftsforum Donnersberger Land eine Plattform zu Wirtschaftsförderung, Marketing und Erfahrungsaustausch geschaffen worden.



Auf der Ebene der Verbandsgemeinden oder der Kleinstädte im LEADER-Gebiet besteht ein solcher Zusammenschluss oder auch Gedankenaustausch im Unterschied zum touristischen Bereich bisher nur vereinzelt. Die Verwaltungsgrenzen werden nach wie vor als Hürden wahrgenommen, die Kooperationen eher verhindern als fördern. Die kommunalen Wirtschaftsförderungen könnten noch

zielgruppenspezifischer werben, um die Erfolgsquoten bei Ansiedlungen und gewerblichen Aktivitäten zu erhöhen.

Generell sind die Standortfaktoren für weite Teile des Gebietes positiv einzuschätzen. Günstiges Bauland, eine gute infrastrukturelle Anbindung an Verkehrsknotenpunkte wie die überregionalen Autobahnen und den Flughafen Rhein-Main, ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis, ausreichendes Flächenangebot sowie ein hoher Freizeitwert sind Pfunde, mit denen die Region wuchern kann.

In den Strategie-Workshops wurde mehrfach betont, dass die Beteiligung an den überregionalen Plattformen zur Wirtschaftsförderung kritisch geprüft werden sollte. Innerhalb der Region gibt es gewachsene Strukturen oder auch neue Entwicklungen, die die Zugehörigkeit zu unterschiedlichen Plattformen rechtfertigen würden. Bislang konzentriert sich die Zusammenarbeit des Donnersbergkreises auf die Plattform „Wirtschaftsförderung Region Frankfurt Rhein-Main“ und die Investitions- und Strukturbank. Es sollte geprüft werden, inwieweit die Kontakte in die Region Rhein-Neckar weiter verbessert werden können. Eine eigene Plattform zu gründen, wurde mehrheitlich für den falschen Weg angesehen. Eine aktive Zusammenarbeit der Wirtschaftsförderungen der beiden Landkreise besteht derzeit noch nicht, eine Kooperation sollte angestrebt werden.

## Ziele

**Aktives Standortmarketing:** Die ländliche Region im Umfeld von Kaiserslautern braucht angesichts der demografischen Entwicklung ein aktives Standortmarketing, das ganzheitlich auf die Identifikation mit der eigenen Region und die Gewinnung neuer Einwohner, Gäste und Unternehmen ausgerichtet ist. Dabei gilt der Profilierung ganz spezieller Stärken einzelner Gemeinden und Teilräume der Region ein besonderes Augenmerk. Durch Spezialisierung und Profilierung gewinnen Orte an Anziehungskraft und Aufmerksamkeit. Das langfristige Ziel liegt in der Gewinnung neuer Bürger/innen, Gäste und Unternehmen, der Erhaltung und dem Ausbau von Arbeitsplätzen im ländlichen Raum und der Identifikation der Menschen mit der Region.

**Interkommunale Kooperationen:** Der LEADER-Prozess soll dazu beitragen, dass interkommunale Kooperationen im Bereich des Standortmarketings und der Wirtschaftsförderung eingegangen werden. Es soll eine Kultur der Zusammenarbeit zur Lösungsfindung entstehen.

**Bündelung der Kräfte:** Die Bündelung der Kräfte, des Know-hows und der Finanzen wird neue Chancen eröffnen, auch überregional attraktive Angebote zu entwickeln, und die gesamte Region wird wirtschaftlich davon profitieren.

**WIR-Gefühl:** Die Bewusstseinsbildung bei den politischen Entscheidungsträgern und das Auffinden von Gemeinsamkeiten soll ein WIR-Gefühl der in und für die Region wirtschaftenden Menschen schaffen.

## Strategie

**Flächendeckende Standortanalyse:** Eine umfassende Standortanalyse auf kommunaler und regionaler Ebene soll die Defizite, die im Bereich der Datenerhebung noch bestehen, nachdrücklich beheben und die Grundlage für die weiteren Planungen sein. Übertragbare Ergebnisse sollen allen Akteuren zur Verfügung gestellt werden. Eine Bewertung des Bestandes auf Basis vollständiger

Daten wird einen ersten Aufschluss über die Stärken und Schwächen der Region bezüglich der Wirtschaftsstruktur und der Außendarstellung und -wirkung geben.

**Strategisches Marketingkonzept lokal und regional:** Die zu treffenden Maßnahmen im Standortmarketing und in der Wirtschaftsförderung werden im Sinne eines strategischen Vorgehens mit allen beteiligten Akteuren beschlossen und dann schrittweise umgesetzt. Sowohl auf regionaler als auch auf kommunaler Ebene werden strategische Marketingkonzepte zur Außendarstellung entwickelt, die für die Gesamtregion durch den LAG-Vorstand und das Regionalmanagement gesteuert und initiiert werden können und auf lokaler Ebene der Eigeninitiative und Bereitschaft der jeweiligen Gemeinden bedürfen. Die Geschäftskontakte ansässiger Unternehmen sollen zur Gewinnung weiterer Gäste und Unternehmen genutzt werden.

**Strategische Partnerschaften:** Generell sollen „Kirchtürme“ abgebaut und Partnerschaften nachhaltig und effizient aufgebaut werden. Gemeinsame Aktivitäten in den Kleinstädten der Region sollen systematisch gestärkt und gefördert werden. Für alle Maßnahmen und Projekte, die unter einem gemeinsamen Dach durchgeführt werden, muss ein Klima des Vertrauens und der Solidarität zwischen den Akteuren des LEADER-Gebietes herrschen.

Die Zusammenarbeit des Wirtschaftsforums Donnersberger Land mit der Wirtschaftsförderung der Stadt und des Landkreises Kaiserslautern könnte, beginnend mit gemeinsamen Veranstaltungen und Foren, über weitergehende Austauschbeziehungen vorangebracht werden.

**Austausch und Förderung kleiner und mittlerer Unternehmer:** Ein Schwerpunkt der Strategie liegt auf der gezielten Förderung bestehender Unternehmen in der Region durch vernetzende Veranstaltungen wie Stammtische, Unternehmertage oder Unternehmerfrühstücke. Über diese Foren soll ein reger Austausch zwischen den Unternehmern ermöglicht werden. Bestehende Konzepte und Ideen wie die „senior experts“ oder der „Branchenführer des Wirtschaftsforums Donnersberg“ sollen integriert und gegebenenfalls auf beide Landkreise ausgedehnt werden. Für die Entwicklung der regionalen KMU sollen gemeinsam Beratungs- und Kooperationsmöglichkeiten mit entsprechenden Fördermöglichkeiten erschlossen werden.

## Exemplarische Projektbereiche

- Bildung von Zweckverbänden zur Erledigung kreisübergreifender Aufgaben
- gemeinsame Messeauftritte der Tourismusorganisationen beider Landkreise
- strategische Bündnisse zwischen Kommunen, z.B. der Mittelzentren im Gebiet oder von Gemeinden, die räumliche bzw. inhaltliche Überschneidungen aufweisen (VG Enkenbach-Alsenborn, VG Eisenberg: Projekt Eiswoog kooperativ)
- Einbindung des ILE-Regionalmanagements der Verbandsgemeinden Alsenz-Obermoschel und Rockenhausen
- interne Informationsplattform oder Newsletter für alle, die am Thema interessiert sind
- gemeinsame Standortmarketingaktivitäten
- Maßnahmen der Vernetzung und Unterstützung regional ansässiger Unternehmer

## Beteiligte

Wirtschaftsförderungen der Verbandsgemeinden und Landkreise, Unternehmer/innen, Banken und Sparkassen, überregionale Wirtschaftsplattformen, Verbands- und Ortsbürgermeister/innen, Gemeinderäte, Gewerbevereine, Touristiker.

### 7.1.5 Teilhandlungsfeld „Dorfkultur und Soziales Leben“

#### Ausgangslage

Im Zuge der beschriebenen Veränderungen der Dorfkerne und Strukturen in den Kommunen, verändert sich auch das Zusammenleben im Dorf.

Viele Menschen ziehen aus beruflichen Gründen häufiger um oder pendeln aus ihrer Wohngemeinde aus, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen. In der Regel sind Wohnort und Arbeitsplatz nicht mehr identisch. Bei Neubürgern wird das Dorf dann teilweise mehr Schlafstätte als Wohnort. Die Kommunikation zwischen den Einwohnern findet in den Orten nicht mehr in dem Ausmaß statt, wie es über Jahre hinweg üblich war. Die moderne Konsumgesellschaft interessiert sich weniger für die in LEADER aufgegriffenen Themen, als dies erforderlich wäre. Allgemein ist eine stärkere Ich-Orientierung zu beobachten.



Auch der Verlust der altbekannten Treffpunkte im Ort, wie kleine Läden oder Marktplätze in der Ortsmitte, führen zu einem Abnehmen der Kommunikation und der sozialen Netzwerke in den Orten. Die oftmals noch existierenden Bürgerhäuser können immer weniger mit Leben gefüllt werden.

Dörfliche Traditionen und Kulturveranstaltungen gehen aus mangelndem Interesse und fehlendem ehrenamtlichen Engagement schrittweise verloren.

In den Dörfern und Städten leben immer differenziertere Gruppen von Menschen zusammen, die sich hinsichtlich ihres Alters, Einkommens, Religionszugehörigkeit oder auch ihrer Nationalität unterscheiden.

Nicht selten sind unterschiedliche Herkunft und Einstellung Auslöser von sozialen Konflikten, die zur weiteren Bildung von isolierten Gruppen führen.

Auch zwischen den Generationen, also zwischen Alt und Jung, findet in vielen Gemeinden keine direkte Kommunikation mehr statt, da es keine gemeinsamen Berührungspunkte gibt.

#### Ziele

**Kommunikation verbessern:** Die Nähe und der Zusammenhalt zwischen den Bewohnern haben gerade ländliche Gemeinden gegenüber größeren Städten lange Zeit ausgezeichnet. Der Kommunikationsprozess zwischen den Bürger/innen soll daher verstärkt gefördert werden, um den ländlichen Raum als Ort der Kommunikation und der engen sozialen Netzwerke zurück zu gewinnen.

**Generationenbrücken bauen:** Ein Ziel der LEADER-Gruppe ist es, über konkrete Projekte Generationenbrücken zu schlagen, um für junge Menschen ebenso wie für ältere Mitbürger/innen eine Perspektive zu schaffen. Neue Wohnformen sollen dazu

beitragen, dass verschiedene Generationen miteinander leben und voneinander lernen können.

**Individuelle Konzepte:** Speziell für Kinder und Jugendliche, aber auch für Frauen, sollen geeignete Konzepte gefunden werden, diese Gruppen besser am Dorfleben zu beteiligen und zu integrieren.

**Bewusstsein und Wissen über eigene Heimat:** Es sollen Maßnahmen ergriffen werden, die ein Bewusstsein für die eigene Geschichte und Heimat entstehen lassen.

## Strategie

**Zugpferde und Motoren für Prozesse:** Zugpferde und anerkannte Persönlichkeiten sollen gemeindespezifisch identifiziert werden. Durch moderierte Gruppenprozesse nach dem Bottom-Up-Verfahren und unter der persönlichen Ansprache der Zugpferde sollen möglichst viele Bürger/innen motiviert werden, an der Entwicklung der Heimatgemeinde mitzuwirken (siehe Kap. 7.1.3). Auch die Bürgermeister/innen sind wichtige Multiplikatoren, die ihre Vorbildfunktion wahrnehmen müssen und als Motoren die Prozesse anschieben sollen. Durch die Entwicklung von pilothaften Gruppenprozessen sollen Standards entwickelt werden, die auf andere Kommunen übertragbar sind.

**Anerkennung des Ehrenamtes:** Es sollen Möglichkeiten gefunden werden, wie ehrenamtlich aktive Bürger/innen bessere Anerkennung finden, wie dies bei den Landkreisen und einigen Verbandsgemeinden bereits konkret umgesetzt wird oder angedacht ist. So sollen Zertifikate und Zeugnisse für ehrenamtliche Arbeit ausgestellt oder auch kleine Ehrenamts-Feste veranstaltet werden. Hilfreich wären beispielsweise direkte Unterstützungen Ehrenamtlicher bei der Durchführung von Veranstaltungen.

**Generationenprojekte fördern:** Im Rahmen der Umnutzung leerstehender Gebäude (siehe Kap. 7.1.2) sollen Projekte initiiert werden, die zum Zusammenleben der Generationen beitragen, wie etwa „Mehrgenerationen-Wohnprojekte“ oder Senioren-Wohngemeinschaften. Auch hierfür gibt es bereits weitergehende Überlegungen, beispielsweise für ein Wohnheim in einem früheren Kloster in Enkenbach, oder Senioren-Wohnen mit punktueller Betreuung und einem Einkaufs- und Apothekenservice in Göllheim.

**Integriert und innovativ handeln:** Dorfmoderationen sollen stärker unter einem gendergerechten Blickwinkel durchgeführt werden, wobei der Begriff Gender auch generationenübergreifende oder sozio-kulturelle Aspekte beinhaltet. Dadurch sollen integrierte Gesamtkonzepte auf örtlicher Ebene erstellt werden.

Zur Integration und Berücksichtigung der Interessen von Kindern und Jugendlichen sollen Kooperationsprojekte der LAG mit Kindergärten und Schulen initiiert werden.

Neue, innovative Veranstaltungsformen in den Dörfern sollen zur Bildung eines Gemeinschaftsgefühls beitragen und auch die Bürgerhäuser wieder beleben. Ergänzende Kulturprogramme sollen die ortstypischen Bräuche und Traditionen aufgreifen und erlebbar machen.

**Kulturelle Veranstaltungen:** Besondere kulturelle Veranstaltungen in der Region können im Sinne der Gesamtstrategie eine wichtige Funktion einnehmen. Die Zielrichtung kann sowohl mehr in Richtung traditionellen Brauchtums als auch in Richtung moderner kultureller Ansätze gehen und damit Anziehungspunkte für die Region schaffen. Sowohl künstlerische Projekte (Kunst in Dorf und Landschaft), wie

auch musikalische oder historische Veranstaltungen, können als Maßnahmenbereich in der LEADER-Strategie eine Rolle spielen.

## Exemplarische Projektbereiche

- Identifizierung der örtlichen Persönlichkeiten
- Dorfmoderationen
- Mehrgenerationen-Wohnprojekte
- Senioren-WG

## Beteiligte

Bürger/innen unterschiedlicher sozialer Herkunft, Kindergärten und Schulen, Ortsbürgermeister/innen und Gemeinderäte, Vereine, Gleichstellungsbeauftragte, Dorf-erneuerungsbeauftragte, Planer, Architekten, örtliche Persönlichkeiten

## 7.1.6 Teilhandlungsfeld „Regionale Produkte“

### Ausgangslage

Die Landwirtschaft und auch der Weinbau in der Region sind von den sich ändernden (gesetzlichen) Rahmenbedingungen und Fördervoraussetzungen in hohem Maße betroffen. Je nach bestehenden Rahmenbedingungen müssen auch die Strukturen neu ausgerichtet und überdacht werden. Teilweise herrscht eine gewisse Undurchsichtigkeit über die Anzahl der unterschiedlichen Auflagen, bei den betroffenen Landwirten und Winzern.

Im Bereich der LAG "Donnersberger und Lautrer Land" gibt es zahlreiche aktive direkt vermarktende Betriebe, die in kleinen Mengen bereits Qualitätsprodukte herstellen. Eine systematische Bündelung dieser Betriebe und ihrer Potenziale fehlt bislang.

Ein möglicher Ansatz, um dem steigenden Preisdruck am Markt zu begegnen, sind Zusammenschlüsse zwischen den Betrieben wie Genossenschaften oder andere Kooperationsformen. Aus dem ILE-Prozess der Verbandsgemeinden Alsenz-Obermoschel und Rockenhausen ist die „Regionalvermarktung Nordpfälzer Bergland“ hervorgegangen, ein Zusammenschluss landwirtschaftlicher Erzeugerbetriebe mit unterschiedlichen Produkten. Im Bereich des Landkreises Kaiserslautern gibt es eine vergleichbare Kooperation innerhalb des LEADER-Gebietes noch nicht. Pfalzweit wird derzeit über die Einführung einer „Dachmarke Pfalz“ in unterschiedlichen Gremien nachgedacht und diskutiert, um die regionalen Vermarktungsinitiativen zu bündeln und zu vernetzen.

Eine ausreichend große Nachfrage nach regionalen Qualitätsprodukten besteht in der Bevölkerung durchaus. Im Bereich der ökologisch erzeugten Lebensmittel übersteigt die Nachfrage sogar das Angebot.

Es stellt sich die Frage, ob die Region „Donnersberger und Lautrer Land“ eine ausreichend große Absatzmenge bestimmter Produkte erzeugen könnte. Neben der notwendigen Mindestmenge müssen Probleme der Logistik bei der Lieferung bedacht werden.



Einige gute Ansätze für regionstypische Produkte gibt es bereits, nur eine entsprechend konsequente und überregionale Vermarktung steht bislang aus. Unter anderem auch aufgrund der geringen vorhandenen Mengen. Beispiele sind das Heidebrot und der Heidehonig aus der Mehlinger Heide, der Donnersberger Keltenbraten, Ringwallbrot, die „Rucksackwurst“ (Landjäger) für Wanderer, verschiedene weitere Qualitätsprodukte der Metzgereien, der Pfälzer Saumagen sowie magere Ziegenwurst aus einer Ziegenkäserei. Die wenigsten Rezepturen dieser Produkte sind jedoch geschützt.

Über das angedachte Info- und Vinothekenkonzept könnte eine weitere Möglichkeit zur Vermarktung der Produkte geschaffen werden (siehe Kap. 7.2.9)

## Ziele

In der LEADER-Startphase im Jahr 2008 soll in Zusammenarbeit mit den angrenzenden Impuls-Regionen (LEADER- und ILE-Gebiete) in der Pfalz über die Möglichkeiten der Einführung einer „Dachmarke Pfalz“ ergebnisoffen diskutiert und als Entscheidungsgrundlage eine Machbarkeitsstudie erstellt werden.

Ausgewählte Qualitäts- und Markenprodukte aus der Region sollen in ausreichend großen Mengen hergestellt und vermarktet werden. Dabei soll auf zwei Strategien gesetzt werden: zum einen natürliche Bio-Produkte aus der Region und zum anderen regionale Qualitätsprodukte nach festgelegten, internen Kriterien.

Unterstützend müssen passende Vertriebsstrukturen gefunden und aufgebaut werden. Es sind Kriterien zu entwickeln, die als Mindeststandards für regionale Qualitätsprodukte beachtet werden müssen.

Für die Entwicklung der Produkte und die spätere logistische Abwicklung muss eine geeignete Organisationsform projektbezogen oder projektübergreifend installiert werden.

Dazu sollen die Anbieter besser vernetzt werden und zielgruppenspezifische Projekte bzw. Produkte entwickeln. Kooperationen zwischen Produzenten und weiterverarbeitenden Betrieben, wie etwa Metzgereien, sollen im Sinne einer durchgängigen Produkt- und Wertschöpfungskette nachhaltig etabliert werden.

Die Vermarktung regionaler Qualitätsprodukte soll mit Hilfe geeigneter Medien unterstützt werden. Dem Internet fällt dabei als einem der wichtigsten und kostengünstigsten Medien eine zentrale Bedeutung zu.

Ein weiteres Ziel ist die Verwendung regionaler Produkte in der lokalen Gastronomie und dadurch auch die Verknüpfung mit dem touristischen Marketing der Region.

## Strategie

**Potenzial- und Machbarkeitsstudien, Arbeitsrunden der Beteiligten:** Die wirtschaftliche Tragfähigkeit der Produkte soll in allen Fällen vorab über Machbarkeitsstudien produktbezogen eruiert werden. Insbesondere soll in einer systematischen Analyse das Potenzial an Produkten im Lebensmittelbereich aber auch in benachbarten, für das Regionalmarketing geeigneten, handwerklichen Bereichen ermittelt werden. In einer nach Möglichkeit auf Ebene der gesamten Pfalz angesiedelten Untersuchung sollen optimale Organisations-, Logistik- und Vermarktungsstrukturen untersucht werden.

In Arbeitsrunden mit thematischen Anbietergruppen sollen Vorschläge für vermarktungsfähige Produkte gesammelt werden. Kleinere Pilotprojekte sollen Aufschluss

über die Marktfähigkeit der Produkte geben. Dabei soll auch über die Einrichtung einer zentralen Organisationsform/Koordinierungsstelle diskutiert werden. Denn ohne klare Ansprechpartner und Zuständigkeiten können die angestrebten Ziele nur schwer erreicht werden.

**Kooperationen und Dachmarkenidee:** Es soll auch geprüft werden, ob die derzeit diskutierte Dachmarke Pfalz als Kooperationsprojekt zwischen den verschiedenen Impuls-Regionen wirtschaftlich tragfähig betrieben werden kann. Gespräche hierzu haben bereits stattgefunden und eine Entscheidung über das weitere Vorgehen soll erst nach einer erfolgten Machbarkeitsstudie fallen. Ebenso soll für die Teilbereiche des LEADER-Gebietes, die innerhalb der Grenzen des Naturparks Pfälzerwald liegen, geprüft werden, ob für einzelne Betriebe die Beteiligung am Konzept „Partnerbetriebe des Biosphärenreservates“ sinnvoll ist.

**Platzierung und Etablierung von Qualitäts- und Markenprodukten:** Eines der Ziele besteht darin, die etablierten Qualitätsprodukte kreativ im Lebensmittel-einzelhandel, auf Märkten oder in anderen geeigneten Vertriebswegen zu platzieren, um eine ausreichend große Nachfrage nach diesen Produkten zu generieren. Um den Absatz und die Bekanntheit der regionalen Produkte zu erhöhen und eine Bewusstseinsbildung nach innen zu forcieren, erscheinen Themenwochen als eine ideale Ergänzung zu den üblichen Marketingmaßnahmen. Diese saisonalen Aktionen können öffentlichkeitswirksam beworben und logistisch gut vorbereitet werden. Die Regionalvermarktung Nordpfälzer Bergland hat 2007 mit den „Nordpfälzer Gerichten“ bereits eine erfolgreiche Aktion durchgeführt. Eine Kooperation des Hofgutes Neumühle mit regionalen Gastronomen hat mit der „Donnersberger Lammwoche“ einen sehr erfolgreichen Pilotversuch gestartet, der nun fortgeführt werden soll.

**Aktionen:** Themenwochen und andere saisonale Aktionen sollen ebenso wie die Produkte auf vorher festgelegte Zielgruppen zugeschnitten werden. Als potenzielle Kunden regionaler Produkte wurden in den Workshops Einheimische, Qualitätsbewusste, Premium-Kunden und auch öffentliche Einrichtungen benannt.

**Schaffung geeigneter Vertriebswege:** Eine zentrale Bedeutung hat die Logistik. Schrittweise müssen Vertriebswege für regional und lokal erzeugte Produkte geschaffen werden. Auch hier müssen strategische Partnerschaften innerhalb der Region geschlossen werden. Der jetzige Diskussionsstand sieht vor, sich in erster Linie auf den lokalen und regionalen Absatzmarkt zu konzentrieren und eine Lieferung darüber hinaus vom Erfolg und der Tragfähigkeit der einzelnen Maßnahmen abhängig zu machen. Die Koordination und Organisation „aus einer Hand“ scheint hier unumgänglich zu sein.

**Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen:** für die erfolgreiche Vermarktung regionaler Produkte sollen geeignete Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen entwickelt und durchgeführt werden. Auch wird eine Integration in pfalzweite Aktivitäten angestrebt. Zum Einsatz kommen kann das gesamte Spektrum an Marketingmaßnahmen.

**Benchmarking:** Über ein umfassendes Benchmarking von Best-Practice-Beispielen aus anderen ländlichen Regionen sollen Anregungen für innovative Vertriebsformen gefunden werden (z.B. Bliesgau-Regal). Über entsprechende Workshops und Foren sollen die regionalen Akteure von überregionalen Erfahrungen profitieren.

**Regionale Rezepturen:** Eine kreative Auseinandersetzung mit den regionalen Qualitätsprodukten soll dazu beitragen, dass neue Rezepturen und außerge-

wöhnliche Angebote entstehen. Eine Kooperation mit den Gastronomen und Köchen oder auch Schulküchen ist hierbei vorgesehen.

**EU-Schutz (g.U., g.g.A., g.t.S.):** Im Rahmen der zu erstellenden Potenzial- und Machbarkeitsanalysen ist insbesondere zu untersuchen, ob und welche Produkte und Rezepturen für einen EU-weiten Herkunftsschutz geeignet erscheinen. Landesweit wurden bisher in Rheinland-Pfalz noch keine regionalen Produkte entsprechend geschützt, obwohl hiermit erhebliche Vorteile im Marketing und bei der Generierung von Fördermitteln verbunden sind. Beispiele dafür sind die „Nürnberger Rostbratwurstchen“, die „Aachener Printen“ oder die „Spreewaldgurken“. Aus diesen Untersuchungen resultierende Projekte sollen im Rahmen der LEADER-Strategie weiterverfolgt und betreut werden.

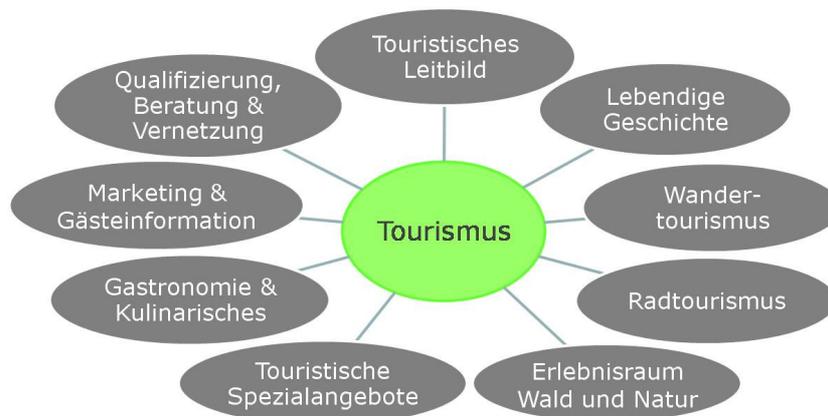
### **Exemplarische Projektbereiche**

- Machbarkeitsstudien (u.a. Dachmarke Pfalz, Potenziale für EU-Schutz)
- Benchmarking und Workshops mit Anbietern
- Unterstützung der Kooperation von Erzeugern und Vermarktern in Produktentwicklung und Marketing
- Kreative Rezeptwettbewerbe und Ideenentwicklung mit Gastronomen, Schulen, Kindergärten, Köchen

### **Beteiligte**

Direktvermarkter, Metzgereien, Bäckereien, Lebensmitteleinzelhandel, DLR, Lehr- und Versuchsanstalt Neumühle, bestehende Regionalvermarktungsinitiativen, Touristike

## 7.2 Handlungsfeld 2: Tourismus



### 7.2.1 Teilhandlungsfeld „Touristisches Leitbild“

#### Ausgangslage

Der Donnersbergkreis verfügt über ein touristisches Leitbild aus dem Jahr 1999. Daraus resultiert das Leitbild „Zeitreise“. Viele Projekte, die während des Leitbildprozesses konzipiert wurden, konnten in den vergangenen Jahren bereits umgesetzt werden (z.B. „Keltendorf“ und der „Keltengarten“ in Steinbach am Donnersberg). Ebenso gelang es, neue touristische Akteure nachhaltig zu gewinnen. Unter anderem verfügen alle Verbandsgemeinden im Donnersbergkreis über Tourismusbeauftragte, die sich mit der Förderung des regionalen Tourismus beschäftigen. In den Themenfeldern „Kelten & Römer“, „Geologie“ sowie „historische Dorf- und Stadtbesichtigungen“ kann auf einen großen Pool an geschulten Gästeführer/innen zurückgegriffen werden. Einige Projektideen oder auch neue Themenbereiche sind jedoch noch nicht gezielt aufgegriffen und weiterentwickelt worden.



Für den Landkreis Kaiserslautern liegen zwar aktuelle Studien und Konzepte zur Tourismusentwicklung vor, die von den ansässigen Hochschulen erstellt wurden, allerdings ist kein aktuelles Leitbild vorhanden. Auch im Kreis Kaiserslautern verfügen alle Verbandsgemeinden über Tourismusbeauftragte, die sich mit der Förderung des regionalen Tourismus beschäftigen, jedoch können die in den Teilkonzepten erarbeiteten Vorschläge nicht im gewünschten Maß realisiert werden, weil ein abgestimmtes und von den Akteuren mit entwickeltes Leitbild fehlt.

Das Leitbild des Donnersbergkreises muss nun, neun Jahre nach seiner Festlegung, dringend bewertet und fortgeschrieben werden.

## Ziele

**Leitbild für die LEADER-Region:** Um möglichst viele Akteure als Anbieter touristischer Angebote zu gewinnen, soll an die Entwicklung der LILE die Erarbeitung eines aktualisierten touristischen Leitbildes für die gesamte LEADER-Region anschließen. Es soll der weiteren touristischen Entwicklung der Region ein klares Profil geben und Richtschnur für die Projektentwicklung sein. Die Ziele der touristischen Entwicklung sollen darin qualitativ wie quantitativ festgelegt werden.

Über eine weitere Sensibilisierung der Bevölkerung der Region für die touristischen Entwicklungspotenziale sollen weitere Akteure für vielfältige Angebote und Serviceleistungen gewonnen werden.

Im Zuge eines stark bottom-up-geführten Leitbildprozesses soll über einen Wettstreit guter Ideen und Projektansätze ein attraktives Spektrum qualitäts-touristischer Projekte umsetzungsreif entwickelt werden und in die LAG einfließen.

**Dauerhafte Kommunikations- und Kooperationsstrukturen:** Das touristische Leitbild soll außerdem dauerhafte Kommunikations- und Kooperationsstrukturen möglichst vieler touristischer Akteure in sinnvoller Organisationsform etablieren. Nach Themen, touristischen Projekten und Zielgruppen sollen sich leistungsfähige und dauerhafte Arbeitsstrukturen bilden, die anschließend in die laufende Betreuung durch Regionalmanagement und Tourismusorganisationen überführt werden können.

## Strategie

**Status quo und Soll-Ist-Analyse:** Der Leitbildprozess soll als Fortschreibung des aktuellen touristischen Leitbildes des Donnersbergkreises zunächst einen Soll-Ist-Vergleich durch die Akteure und Bürger/innen vornehmen. Darauf aufbauend wird anschließend auf Basis der gemeinsamen Schwerpunkte der beiden Landkreise zusammen mit den im Tourismus aktiven Personen ein neues Leitbild entwickelt, das dann Richtschnur der touristischen Entwicklung sein soll.



Die detaillierte Vorgehensweise zur Leitbilderstellung wird in der ersten Phase mit den Verantwortlichen entwickelt. Vor allem wird auf eine gute Beteiligungsstruktur zu achten sein, bei der sich Arbeitsformen auf Multiplikatorenebene mit breiter angelegten Foren, Projektgruppen und regionalen Workshops sinnvoll vernetzen. Auch die Anwendung innovativer Arbeitsformen wie Zukunftskonferenzen soll geprüft werden. Wichtige Elemente der

Vorgehensweise können sein:

Eine interne Soll-Ist-Analyse des Leitbildes wurde durch die Kreisverwaltung bereits erstellt und kann in die weitere Arbeit mit einfließen. Zur weiteren Bearbeitung soll ein fachlich versiertes Büro beauftragt und hinzugezogen werden. Neben der Auswertung der im Leitbild benannten Ziele anhand eines Soll-Ist-Vergleichs werden ergänzende Workshops und Expertengespräche durchgeführt. Das Ergebnis wird veröffentlicht und allen Interessierten zur Verfügung gestellt.

**Fachliche Begleitung:** Die Strategie für den Teil des LEADER-Gebietes, das dem Kreis Kaiserslautern angehört verläuft etwas anders, da man dort nicht auf ein bereits existierendes Leitbild zurückgreifen kann. Hier wird das externe Fachbüro über Expertengespräche auf Ebene der regional und lokal verantwortlichen Touristiker sowie in Workshops mit den Leistungsträgern vor Ort den Status quo

und die größten Engpässe ermitteln. Begleitend beleuchtet das Büro die bisherigen Marketingstrategien (Slogan, Logo, Mediaplanung, Messen usw.) und wertet die vorhandenen Marketingmaterialien beider Kreise aus.

**Thematische Anbieter- und Kooperationsgruppen als Motoren:** Nachdem der Status quo ermittelt und die bestehenden Engpässe identifiziert wurden, beginnt der eigentliche Leitbildprozess in einem bottom-up-orientierten Moderationsprozess. In verschiedenen themenbezogenen Arbeitsphasen und -gruppen werden die Schwerpunkte des Leitbildes nach und nach definiert und geeignete Projektansätze entwickelt. Dies kann sowohl in themenbezogenen als auch teilräumlichen Workshops geschehen.

Die gebildeten zielgruppen- oder themenbezogenen Arbeitsgruppen sollen über den Leitbildprozess hinaus betreut und weitergeführt werden. Hierzu werden Gruppensprecher/innen benannt, die mit dem Regionalmanagement und den Tourismusstellen in einem kontinuierlichen Austausch bleiben. Ziel ist es, für die entstehenden Anbieter- und Kooperationsgruppen dauerhafte Strukturen zu schaffen. Sie können dann als „Entwicklungsmotoren“ während des gesamten LEADER-Prozesses neue Impulse geben und innovative Projekte initiieren.

**Betreuung und Vernetzung der Akteure:** Durch den Leitbildprozess werden neben zahlreichen Projektansätzen auch neue Akteure gewonnen, die sich nachhaltig an der Tourismusentwicklung der Region direkt oder indirekt beteiligen werden. Auch hierzu muss eine begleitende Beratung und ein regelmäßiger Austausch, unter anderem über das LEADER-Regionalmanagement, sichergestellt werden. Durch stattfindende Arbeitskreise der Projektträger und anderer thematischer Gruppen werden die touristischen Akteure miteinander vernetzt.

## Exemplarische Projektbereiche

- Vorbereitung und Umsetzung des touristischen Leitbildprozesses für das LEADER-Gebiet in 2008

## Beteiligte

Tourismusverbände, kommunale Touristikstellen, touristische Leistungsträger, Bürger/innen, fachliche, externe Begleitung und Moderation

## 7.2.2 Teilhandlungsfeld „Gastronomie und Kulinarisches“

### Ausgangslage

Trotz der positiven Entwicklung der Gästeankünfte im Donnersbergkreis und im Kreis Kaiserslautern ist die Region noch keine klassische Tourismusdestination. Die gastronomischen Betriebe spüren dies auch an ihren Umsätzen und der zum Teil fehlenden Laufkundschaft. Betriebe die aktiv sind und eine gute bis sehr gute (Service)Qualität bieten, haben jedoch grundsätzlich eine positive Resonanz auf ihre Angebote. Einige vorbildliche Beispiele aus der Region belegen dies.

Viele Betriebe haben sich in eine Negativspirale begeben: Da das Gästeaufkommen zu niedrig ist, verkürzen die Gastronomen ihre Öffnungszeiten, wodurch wiederum

diejenigen, welche die Angebote gerne nutzen würden, vor verschlossenen Türen stehen.

Die uneinheitlichen Öffnungszeiten und die Tatsache, dass die meisten Betriebe am Nachmittag geschlossen und manche nur abends geöffnet haben, ist gerade für Wanderer und Radfahrer, aber auch für andere Besucher der Region problematisch. In vielen Gemeinden gibt es bereits keine Gastronomiebetriebe mehr, so dass auch Treffpunkte und dadurch soziale Netzwerke verloren gehen.



Die Bereitschaft der Gastronomen, sich aktiv an Gemeinschaftsaktionen zu beteiligen und innovativere Angebote zu entwickeln fehlt häufig. An Weiterbildungsangeboten nehmen oftmals nur die Mitarbeiter/innen von ohnehin schon erfolgreicheren Betrieben teil. Es muss teilweise noch ein Bewusstsein entstehen, dass es nicht ausreicht geöffnet zu haben, sondern auch begleitende Maßnahmen wie besondere Angebote, Aktionen oder Werbung einen großen Einfluss auf den Erfolg haben.

Charakteristisch für die Region sind außerdem zahlreiche Gaststätten unter internationaler Führung, die sich kaum an touristischen Programmen beteiligen und auch keine regionalen Speisen auf ihren Menükarten ausweisen.

Die Qualität und Professionalität der lokalen Gastronomiebetriebe unterscheidet sich zum Teil sehr stark voneinander. Einige in der Region und auch über die Region hinaus bekannte Restaurants haben durch ein qualitativ hochwertiges Angebot und/oder durch entsprechende Spezialisierungen gezeigt, wie erfolgreiche Modelle für die LEADER-Region aussehen können.

## Ziele

**Verbesserung der Qualität, Dichte, Verfügbarkeit, Vielfalt:** Angebotsdichte, Qualität und Verfügbarkeit gastronomischer Angebote sind ein zentraler Erfolgsfaktor für die touristische Entwicklung der Region. Konkrete Ziele sind daher, eine deutliche Qualitätsverbesserung der Gastronomie zu bewirken, vorhandene Leistungsträger für neue Ideen und Ansätze zu motivieren und die Anzahl der Anbieter zu erhöhen. Ein weiter gefasstes Ziel wäre es, dass in jeder Gemeinde eine Gaststätte oder zumindest ein kleineres Café vorhanden ist.

**Gastronomen und Hoteliers beteiligen:** Die LAG "Donnersberger und Lautrer Land" möchte die Gastronomen unter anderem aktiv am touristischen Leitbildprozess beteiligen (siehe Kap. 7.2.1) und in Entwicklungsprozesse einbeziehen, damit sie zur Weiterentwicklung der Gastronomie mit eigenen Ideen beitragen können. Erreichen möchte man nicht nur die Qualitäts- und Gourmet-Restaurants für eine anspruchsvolle Klientel, sondern gerade auch die kleinen Gaststätten, Pfälzerwaldhütten und Cafés, die für Wanderer, Radfahrer oder andere Naherholungssuchende beliebte Anlaufstellen sind. Für verschiedene Zielgruppen und deren Ansprüche sollen geeignete Angebote vorhanden sein.



Angestrebt ist außerdem auch die Erhöhung der Vielfalt an gastronomischen Betrieben. Innovative Betriebe wie das Café „Anno dazumal“ in Dannenfels, das Bauernhofcafé „Zum Fruchtspeicher“ in Sippersfeld oder das „Bauernhofeis“ in Katzweiler sind positive Beispiele, die zeigen, dass authentische Angebote wahrgenommen werden und langfristig auch wirtschaftlich rentabel sind. Ziel ist es

daher, die „Durchschnittsgastronomie“ mit neuen Elementen zu beleben, um individuellere Angebote zu erhalten.

**Ausweisung regionaler Produkte:** Als Ziel formuliert die Lokale Aktionsgruppe, dass in jedem gastronomischen Betrieb mindestens zwei bis drei regionale Speisen sowie nach Möglichkeit regionale Getränke wie Weine und Biere auf der Karte erscheinen sollen. Es soll zudem kenntlich gemacht werden, dass es sich um ein Produkt aus der Region handelt.

**Marktgerechte Angebote:** Um auch Bewohner des städtischen Raums als Kunden zu gewinnen, sollen durch themenbezogene Aktionsangebote oder neue Themengastronomien marktgerechte Angebote entwickelt werden.

## Strategie

Um die Qualität der Angebote und die Professionalität der vorhandenen Gastronomen und Hoteliers deutlich anzuheben, sollen mehrere konkrete Maßnahmen ergriffen werden.

**Bildung von Arbeitsgruppen:** Im Rahmen der Erarbeitung des touristischen Leitbildes für die LEADER-Region sollen Gastronomen und Hoteliers gezielt zu Arbeitsgruppen zusammengeführt werden und dort unter fachlicher Moderation zunächst den Status quo und anschließend eine gemeinsam getragene Zielvorstellung formulieren. Im zweiten Schritt werden dann gemeinsam konkrete Maßnahmen festgelegt, die zur Erreichung der definierten Ziele beitragen sollen.

**Benchmarking:** Der Blick auf vergleichbare Regionen, die eine überregionale Bekanntheit für ihre gastronomischen Betriebe, für spezielle Aktionswochen oder durch besonders innovative Kooperationsmodelle erlangt haben soll helfen, an diesen Beispielen zu lernen und gleichzeitig Ansporn sein, diese Ziele ebenfalls zu erreichen.

**Beteiligung:** Die wichtigste und zugleich schwierigste Aufgabe ist es, die Anbieter zu überzeugen, sich aktiv zu beteiligen, eigene Ideen einzubringen und diese umzusetzen. Durch persönliche Gespräche müssen Hemmschwellen abgebaut und die Gastronomen motiviert werden, am Entwicklungsprozess mitzuarbeiten und auch die Kooperation mit anderen Betrieben zu suchen. Der Vernetzungsgedanke könnte sich beispielsweise in der Herausgabe eines gebietsübergreifenden Gastronomieverzeichnis oder Ähnlichem manifestieren.

**Abstimmung von Öffnungszeiten und Hinweistafeln:** Die LAG "Donnersberger und Lautrer Land" sieht als eine der ersten Prioritäten die Absprache der Öffnungszeiten unter den Gastronomen in einem bestimmten Entfernungsradius/Umfeld an. Dies würde gewährleisten, dass immer mindestens eine Gaststätte in einem vertretbaren Umkreis tagsüber geöffnet hat. Es könnten einheitliche Hinweistafeln mit einem Corporate Design angefertigt werden, die bei den jeweils geschlossenen Gastronomiebetrieben auf aktuell offene Gaststätten hinweisen. Während des Leitbildprozesses soll die Bereitschaft der Anbieter hierzu abgefragt werden und das Projekt gegebenenfalls direkt in die Umsetzung gehen.

**Neue Akzente durch Regionaltypisches:** Insgesamt soll das gastronomische Leistungsspektrum in unterschiedlichen Anspruchsniveaus, also von der Wanderhütte bis zum Gourmet-Restaurant, gesteigert werden, indem man neue Akzente setzt. Dies kann die Anreicherung der Speisekarte mit regionaltypischen Qualitätsprodukten ebenso sein, wie eine stärker themenorientierte Ausrichtung der Angebote.

**Kooperationen Direktvermarkter und Gastronomie:** Durch Kooperationen mit den lokalen Direktvermarktern, wie der „Regionalvermarktung Nordpfälzer Bergland“ im Donnersbergkreis, sollen regionale Qualitätsprodukte und kulinarische Besonderheiten der Region wie Lamm, Glanrind oder typisch pfälzische Gerichte in der örtlichen Gastronomie angeboten werden. Begleitende Aktionswochen, wie die „Donnersberger Lammwochen“, die 2007 zum ersten Mal erfolgreich auf Initiative des Hofgutes Neumühle und einiger Gastronomen stattfanden, sollen fortgeführt und weiter ausgebaut werden. Sie helfen mit, auf die regionalen Produkte aufmerksam zu machen und fördern die Kooperationsaktivität und -bereitschaft der Anbieter. Kulturelle, künstlerische oder geschichtliche Aspekte könnten in solche Aktionswochen mit einfließen, um den Regionalbezug zu erhöhen und die Vielfältigkeit der Region zu betonen. Das Thema „Zeitreise“ kann hier ebenso in Aktionswochen und Veranstaltungen genutzt werden, wie auch in anderen Bereichen des gastronomischen Angebots (z.B. Gänge im Menu als Zeitreise).



**Themengastronomie und buchbare Packages:** Durch das Aufgreifen neuer Themen in den lokalen Gastronomiebetrieben sollen weitere Kundengruppen erschlossen werden. Angedacht wurde zum Beispiel, dass einige Gastronomen einen Schwerpunkt im Bereich der gesunden Ernährung („Slow Food“) legen. In Abstimmung mit den regionalen Tourismusverbänden und den vorhandenen Freizeiteinrichtungen sollen dann buchbare Kombi-Angebote entwickelt und vermarktet werden.

**Stammtische und Betriebsbesichtigungen:** Ein weiterer Ansatz für die bessere Vernetzung der Gastronomen und Hoteliers sind regionale Stammtische an wechselnden Lokalitäten. Der jeweils einladende Gastronom oder Hotelier hat an diesem Abend die Möglichkeit, seinen Betrieb zu präsentieren. Interessant wäre, wenn dieser Betrieb dann eine Besonderheit vorstellen könnte, die nur bei ihm zu finden ist.

**Bewusstseinsbildung und Beratung:** Durch die geplanten Aktivitäten im Teilhandlungsfeld „Gastronomie & Kulinarisches“ soll eine Bewusstseinsbildung bei den einheimischen Unternehmern eingeleitet werden. Dabei sollen nicht nur die Übernachtungs- und Bewirtungskapazitäten ausgebaut werden, sondern es ist davon auszugehen, dass neue Anbieter mit neuen Ideen und Themen in die Region kommen und damit das vorhandene Angebot bereichern.

Ebenfalls soll durch die Aktivitäten eine Sensibilisierung der lokalen Bürger/innen und Kinder für Kulinarisches aus der Region erreicht werden. Weitere Aktionen der Gastronomie zusammen mit den Landfrauen oder Schulen in der Region (z.B. Aktionswochen mit regionalen Gerichten in Ganztagschule) unterstützen dieses Ziel.

Für die Gastronomen sollen geeignete Beratungs- und Qualifizierungsangebote erschlossen bzw. erstellt und eine aktive Beteiligung unterstützt werden.

## Exemplarische Projektbereiche

- Arbeitsgruppen der Gastronomen und Hoteliers im Leitbildprozess etablieren und ein Umsetzungskonzept zu „abgestimmten Öffnungszeiten“ mit den Anbietern erarbeiten
- Fortbildungsangebote für Gastronomen, Inhalte u.a. Verbesserung der Servicequalität, strategische Ausrichtung und Entwicklung von kreativen Angeboten
- Angebotsentwicklung und Schaffung von Programmbausteinen, wie z.B. Stadtführungen in Verbindung mit kulinarischem Angebot oder Themenführungen zum Thema „Regionale Gerichte“
- Kreative Rezeptwettbewerbe und Aktionen zur Vermarktung und Bewusstseinsbildung für regionale Produkte

## Beteiligte

Tourismusverbände, touristische Leistungsanbieter (Gastronomen und Hoteliers), Hotel- und Gaststättenverband, Naturpark Pfälzerwald, Pfalz-Touristik, andere LEADER-Gruppen (Ansatz Dachmarke), Direktvermarkter, Investoren/Unternehmer

## 7.2.3 Teilhandlungsfeld „Erlebnisraum Wald und Natur“

### Ausgangslage

Mit der zunehmenden Reizüberflutung der Informationsgesellschaft scheint auch die Nachfrage nach Naturerlebnissen als Gegenpol und Ausgleich zur Alltagswelt und zum Alltagsstress zu steigen. Die aktive Bewegung in naturnaher Landschaft und das unmittelbare Erleben der Natur erfreuen sich immer größerer Beliebtheit. Zudem fungiert die Natur oftmals als Zufluchtsort, um der Hektik im Alltag zu entkommen und dem Verlangen nach Ruhe und „Entschleunigung“ nachzugehen.



Das LAG-Aktionsgebiet verfügt über eine abwechslungsreiche Landschaft, die einen touristischen Vorteil und ein großes Potenzial zur Entwicklung vielfältiger Naturerlebnismöglichkeiten darstellt. Wald, Weinberge, Täler, Wieden und Felder wechseln sich ab. Besonders die waldreichen Gebiete rund um den Donnersberg und die im Naturpark Pfälzerwald liegenden Bereiche der Verbandsgemeinden Enkenbach-

Alsenborn, Eisenberg und Winnweiler bieten sich als Naturerlebnisräume an.

Bisher wird das große naturräumliche Potenzial im LAG-Gebiet touristisch noch nicht ausgeschöpft. Es gibt bereits verschiedene naturtouristische Angebote, diese sind jedoch nicht ausreichend miteinander vernetzt, aufeinander abgestimmt oder werden teilweise noch zu wenig vermarktet.

Bislang fehlt es an überregionalen Absprachen zwischen den unterschiedlichen Projektträgern, so dass es zum Teil zu Überschneidungen im Angebot bzw. zu identischen Planungen auf relativ engem Raum gekommen ist, ohne zu bedenken,

dass man bei speziellen Angeboten durch eine zu hohe räumliche Dichte um die gleichen Gäste konkurriert.

## Ziele

**Inwertsetzung des Naturerlebnispotenzials:** Das Naturerlebnispotenzial soll gezielt touristisch und nachhaltig in Wert gesetzt werden. Touristisch attraktive Anziehungspunkte und naturnahe Erlebnismöglichkeiten sollen in geeigneten Naturbereichen entwickelt und Besucher für die Belange der Natur und des Umweltschutzes sensibilisiert werden.

**Zielgruppenspezifisches Gesamtangebot:** Unter Einbindung bereits bestehender naturtouristischer Angebote soll ein vielfältiges zielgruppenspezifisches Gesamtangebot geschaffen werden, durch das ein Gästeplus erreicht und die Attraktivität des LAG-Gebiets als Naherholungsziel für die gebietsnahe Bevölkerung gesteigert werden kann.

## Strategie

**Übergreifendes Gesamtkonzept:** Derzeit fehlt noch ein gemeinsames Konzept zu naturtouristischen Angeboten und zur optimalen Nutzung der vorhandenen Potenziale. Durch ein fundiertes übergreifendes von Experten erstelltes Gesamtkonzept soll eine Grundlage für eine abgestimmte Gesamtstrategie entwickelt werden.

**Bestandsanalyse:** Zunächst bedarf es einer Ermittlung des Status quo: Als erstes sollte zum einen der Bestand an naturnahen Landschaftsräumen, zum anderen bereits bestehender Angebote im Bereich Natur- und Wald-erlebnis festgehalten und kartiert werden. Die abgrenzbaren Landschaftsräume werden sich hinsichtlich verschiedener Charakteristika und Besonderheiten unterscheiden, die es gilt herauszustellen. In einem zweiten Schritt kann festgelegt werden, auf welche Art und durch welche Infrastruktur die Besonderheiten der Naturräume erlebbar gemacht werden können. Möglich wäre es, diesen Ansatz im Rahmen der Fortschreibung des touristischen Leitbildes für die Region mit zu diskutieren und festzulegen.



**Zielgruppenspezifische Angebote:** Die Zielgruppen für naturtouristische Angebote müssen ermittelt und ihre spezifischen Motivationen und Bedürfnisse erkannt werden. Angebote der Wald- und Erlebnispädagogik könnten sich beispielsweise an Kinder und Jugendliche wenden, Angebote im Rahmen von Wald- und Naturerlebnissen unter Umständen primär an die Gruppe der Erholungssuchenden. Zusätzlich könnten erlebnispädagogische Ansätze für ältere Zielgruppen, so für die Generation 50plus, entwickelt werden. Hier sind innovative Ideen und Angebote gefragt, die genau diese Zielgruppe ansprechen. Wichtig im Bereich der Entwicklung von Naturerlebnissen ist zusätzlich der Aspekt der Barrierefreiheit. Die Schaffung einer leicht zugänglichen Wegeinfrastruktur und Entwicklung barrierefreier Erlebnismöglichkeiten soll gezielt Menschen mit Behinderungen ansprechen. Ähnlich dem Konzept der Barrierefreiheit am Eiswoog sollen weitere barrierefreie Erlebniskonzepte entwickelt werden. Unter den Überschriften „Natur aktiv erleben“, „Natur entdecken“ und „Naturerlebnis spezial“ könnten Angebote zusammengefasst werden, um gezielt die verschiedenen Gästegruppen anzusprechen.

**Gezielte Besucherlenkung:** Natururlauber suchen und schätzen den unmittelbaren und bewussten Kontakt zur naturnahen Landschaft, sind daher auch sensibel für den Schutz der Landschaft und bereit, Einschränkungen bei der Begehrbarkeit der Naturräume in Kauf zu nehmen. Durch eine gezielte Besucherlenkung, gerade in Bezug auf die Wegeinfrastruktur, sollen hochsensible Bereiche geschont werden.

Dennoch dürfen die Bedürfnisse und Anforderungen der Naturtouristen an ein eindrucksvolles Naturerlebnis nicht außer Acht gelassen werden. Nur durch eine zielgruppenspezifische Entwicklung von Naturerlebnisprodukten wird es gelingen, Natururlauber für die Region zu begeistern. So gesehen muss eine Balance zwischen dem Schutz der Landschaft auf der einen und dem Eingehen auf Gästewünsche auf der anderen Seite eingehalten werden.

**Vernetzung der Angebote:** Bereits bestehende Angebote im Bereich von Wald- und Naturerlebnissen im LAG-Gebiet müssen sich mit weiteren touristischen Angeboten oder untereinander vernetzen, um Synergieeffekte ausschöpfen und buchbare Naturerlebnispakete entwickeln zu können. Hilfreich wird es sein, auch über den LAG-Aktionsraum hinaus Erlebnisbausteine mit in die Konzeptionen einzubinden, die bereits von überregionaler Bedeutung sind, wie beispielsweise das „Haus der Nachhaltigkeit“ in Johanniskreuz.

**Übergreifende Marketingmaßnahmen:** Ein weiterer Strategieschwerpunkt ist die Intensivierung der übergreifenden Marketingmaßnahmen. Nur durch einen professionellen Einsatz von Werbemedien und -materialien können Gäste über Angebote informiert und ein Interesse dafür geweckt werden. Der übergreifende Ansatz ist entscheidend, um eine größere Region und dementsprechend ein umfassenderes Angebot vermarkten zu können.

**Erlebnispädagogische Angebote:** Durch „Erlebnisinseln“ oder „Erlebnisräume“ soll das Interesse besonders von Kindern, Jugendlichen sowie ihren Eltern angeregt werden, sich an naturerlebnispädagogischen Programmen zu beteiligen. Dieses Angebot richtet sich auch an mobilitätseingeschränkte oder behinderte Menschen. Geschultes und pädagogisch ausgebildetes Personal soll die Vielfalt an Themen zum Bereich „Natur“ altersgerecht aufbereiten und den Teilnehmern der Programme spielerisch vermitteln.

## Exemplarische Projektbereiche

- Entwicklung einer übergreifenden Gesamtkonzeption
- Aufwertung und gezielter Ausbau von Naturerlebnisrouten, Informationsaufbereitung über moderne Medien („Erlebnisse statt Schilder“, „Erfahrungen statt Steine“); Themen: Wald, Wasser, Klima, Geologie
- Schaffung, Ausbau und Vernetzung von Naturerlebnisstationen in landschaftlich attraktiven Räumen entsprechend den Bedürfnissen der Zielgruppen z.B. am Hengstbacherhof, Eiswoog, im Pfrimmtal
- Entwicklung und Vernetzung von „Erlebnisbiotopen“ als Naturerlebnisräume, z.B. Mehlinger Heide, Landschaftsschutzgebiet Falkenstein, Donnersberg, Pfrimmtalauen
- Erlebnisführungen und -wanderungen: Aus- und Weiterbildung von Naturerlebnisführern (Qualifizierung); Entwicklung erlebnispädagogischer Führungen für bestimmte Zielgruppen

- Wald-Camp: Schaffung von Möglichkeiten des praktischen Arbeitens mit Wald- und Naturmaterialien als Ferienprogramme oder ganzjähriges Angebot für Schulklassen, z.B. am Grafenthalerhof; thematische Zeltlager (auch im Rahmen von Ferienprogrammen)
- Trekking: gezielte Lenkung von Trekking-Wanderern an zentrale Plätze in der Natur, an denen übernachtet werden kann; Ausweisung und Vermarktung von Trekking-Routen durch das gesamte LAG-Gebiet und eventuelle Weiterführung der Strecken im Rahmen eines möglichen LAG-übergreifenden Projekts
- Natur bei Nacht: Entwicklung naturnaher Übernachtungsmöglichkeiten, z.B. Baumhotel, Weidenhäuser, Lehmdörfer, Märchenwald, Tipi-Dorf; Nutzung bestimmter Waldflächen zum gesicherten Zelten für bestimmte Zielgruppen (Kinder, Trekking- Wanderer)
- Schaffung erlebnispädagogischer Angebote in Zusammenarbeit mit Schulen und Kindergärten, Ausbildung von entsprechenden Akteuren für diese wald- und naturpädagogischen Angebote
- Veranstaltung von Aktionstagen zur Bewusstseinsbildung, u.a. Köhlerfeste, Meilerfeste etc.



## Beteiligte

Verbandsgemeinden, Ortsgemeinden, Forst, Schulen und Kindergärten, Touristiker, Umwelt- und Naturschutzverbände, Jugendverbände und -vereine, Jugendpfleger der Verbandsgemeinden, Akteure der Jugendarbeit

## 7.2.4 Teilhandlungsfeld „Lebendige Geschichte“

### Ausgangslage

Die LEADER-Region verfügt über einen vergleichsweise hohen Anteil an historischen und kulturellen Spuren, die einzigartige Einblicke in unterschiedliche Epochen (Kelten, Römer, Mittelalter, Eisenzeit u.a.) unserer Zeitgeschichte ermöglichen.

Die verschiedenen Schwerpunkte der Region lassen sich in die Themenbereiche „Kelten & Römer“, „Mittelalter & Burgen“, „Klöster & Klosterleben“, „Barockzeit“, „Museumswelten“ und nicht zuletzt „Geotourismus“ unterteilen.

Die Vielfalt an kultur-historischen Freizeiteinrichtungen und Denkmälern ist eine regionale Besonderheit, die touristisch noch stärker genutzt werden soll.

Bislang fehlt eine koordinierte Vorgehensweise bei der Erschließung und Erforschung der Geschichte ebenso wie ein für die Region abgestimmtes und verbindliches Gesamtkonzept. Viele vorhandene Denkmäler und die für sie verantwortlichen Institutionen sind nicht auf größere Besucherzahlen vorbereitet. Es fehlt vielfach an der notwendigen logistischen und infrastrukturellen Erschließung, um eine koordinierte Besucherlenkung zu ermöglichen. Die wenigen bestehenden Informationstafeln zum Thema „Kelten am Donnersberg“ sind beispielsweise mitunter 30 Jahre alt und entsprechen weder inhaltlich noch graphisch den

Anforderungen an ein modern präsentiertes Kulturdenkmal. Es besteht zudem die Gefahr, dass immer mehr lokale Einzelprojekte umgesetzt werden, die in Konkurrenz zueinander stehen. Die notwendige Vernetzung und Kooperation bleibt dabei häufig außen vor.

Durch die Aufnahme in das Förderprogramm LEADER ergibt sich nun die Möglichkeit, dass die beiden Landkreise Donnersberg und Kaiserslautern das vorhandene Potential systematisch nutzen und zu einem dichten Netz an historischen Erlebnisangeboten ausbauen können.

Gerade ein sensibler Naturraum wie der Donnersberg, der zu den bedeutendsten Fundstätten befestigter keltischer Siedlungen (Oppida) in Europa gehört, muss für eine touristische Nutzung und Vermarktung vorbereitet werden. Hierzu gehört auch die weitere systematische archäologische Grundlagenforschung, um eine wissenschaftliche Anerkennung des Donnersbergs als herausragendes archäologisches Kulturdenkmal zu bewirken. Hier besteht noch ein deutlicher Aufholbedarf gegenüber vergleichbaren Regionen.



Der Donnersberg, der als „Vulkanberg“ vor ca. 285 Millionen Jahren entstanden ist, stellt auch aus geologischer Sicht ein interessantes Zeitzeugnis dar. Die Geologie der Region, die auch unterschiedliche Perioden bergbaulicher Nutzung hervorgerufen hat, spielt für das LEADER-Gebiet ebenfalls eine zentrale Rolle. Für den Donnersbergkreis gibt es bereits ein Geotourismus-Konzept, das weiterentwickelt und ausgebaut werden soll. Mit der BergbauErlebnisWelt in Imsbach am Donnersberg besteht ein Zentrum für den Geotourismus mit Besucherbergwerken, Bergbaumuseum und Bergbau-Rundwanderwegen.

Wie bereits in Kapitel 3 beschrieben, hat sich in der LEADER-Region eine reiche Museumslandschaft etabliert, die in dieser thematisch breiten und fachlich hochwertigen Konzentration eher ungewöhnlich für den ländlichen Raum ist. Die meisten Museen sind ehrenamtlich geführt und stoßen daher bei den finanziellen und zeitlichen Möglichkeiten schnell an ihre Grenzen. Die notwendige Vernetzung zwischen den Museen ist noch nicht in ausreichendem Maße gelungen, und auch die Wahrnehmung der Museen in den angrenzenden Städten ist noch vergleichsweise gering. Viele Museen haben den Wandel zu einem interaktiven Erlebnis für alle Alters- und Interessengruppen noch nicht vollzogen, weshalb auch eine zielgruppenspezifische Vermarktung schwierig ist.

Gleiches wie für die Bereiche Kelten, Römer und Museen bereits ausführlich beschrieben, trifft auch auf die touristische Nutzung von Klöstern und Burgen zu. Obwohl es hier bereits unterschiedliche Formen der Inszenierung gibt (Freilichtbühnen, Gästeführungen), ist sowohl die logistische als auch die infrastrukturelle Erschließung weiter voranzutreiben.

Die folgende Übersicht verdeutlicht die vorhandenen Potentiale des LEADER-Gebietes, sich als Erlebnisregion für „Lebendige Geschichte“ zu profilieren. Folgende Angebote sind in der Region bereits vorhanden, müssen teilweise aber noch besser inszeniert und erlebbarer gemacht werden:

Kelten	Römer	Mittelalter	Geologie	Museen	Barock
Keltendorf	Römischer Vicus	Klöster, Klosteranlagen	Donnersberg	Bergbau, Steinhauer, Schmiede	Kleine Residenz (Kirchheimbolanden)
Keltengarten	Römermuseum	Klosterruine Rosenthal	Besucherbergwerke	Römer, Kelten	Kirchen (Zell, Schweisweiler)
Keltenweg	Römische Villa	Klosterhöfe	Bergbau-Wanderwege	Turmuhren, Puppenstuben	Ortsbild Gau-grehweiler
Fürstengrab		Burgen, Burgruinen	geologische Aufschlüsse	Juden	Stadttor und Rathaus Göllheim
Heidegericht		Freilichtbühnen	Steinerne Wald	Zirkus, Musikanten	
Keltenwall		Zisterzienser, Kirchen	Tropfsteinhöhle	Rundfunk, Motorrad	
Oppidum Donnersberg			Ökopark Erdekaut	Dorf, Heimat	
Hinkelsteine (vorkeltisch)			GeoTour Donnersberg	Kunst, Galerien	
			Geo-Kulturpfad	Fritz-Walter	

## Ziele

**Geschichte begreifen:** Gäste sollen mit allen Sinnen in die jeweils andere Zeit eintauchen können, um unvergessliche Erlebnisse mit nach Hause nehmen zu können. Ganz im Sinne des Leitthemas der Lokalen Aktionsgruppe „Zeitreise. Vergangenes bewahren – Zukunft gestalten“, bietet sich die Chance, wieder



entdeckte und noch erhaltene Zeugnisse der Vergangenheit an die Oberfläche zu bringen, sie zu erforschen, wenn nötig zu restaurieren und letztendlich für ein breites Publikum zugänglich und im wahrsten Sinne des Wortes „begreifbar“ zu machen. Dabei nimmt das Erlernen von alten Kulturtechniken in Kursen und bei Gruppenführungen eine besondere Rolle ein (Bsp.: Keltendorf und Keltengarten). Die große Bandbreite an Strukturen und Funden soll einem breiteren Publikum ansprechend präsentiert werden.

**Erlebnispädagogik:** Sowohl Einheimischen als auch Touristen wird ein besonderes Erlebnis geboten, in dem man sich sprichwörtlich auf eine Zeitreise begeben kann. Die erlebnispädagogische Aufbereitung der unterschiedlichen Themen soll die Region als touristische Destination attraktiver und über die bisherigen Quellgebiete Pfalz, Saarland und Rheinhessen hinaus bekannter machen. Denkmäler sollen so hergerichtet werden, dass sie ein authentisches Zeugnis der Vergangenheit darstellen.

Die Aufarbeitung und Darstellung der regionalen Geschichte soll auch dazu beitragen, dass die lokale Bevölkerung ihre Heimat besser kennen und schätzen lernt und dieses Wissen auch an die zukünftigen Generationen weitergeben kann.

Daher sollen auch Kinder und Jugendliche über die Kooperation mit Pädagogen und Schulen oder auch mit Kinder- und Jugendverbänden bei Veranstaltungen und bei der Entwicklung von Erlebnisbausteinen mit einbezogen werden. Durch eine enge Zusammenarbeit der Touristiker (kommunal und privat) mit den Schulen sollen bedarfsgerechte Angebote entstehen.

**Barrierefreiheit:** An ausgewählten Stationen sollen so genannte „Erlebnisinseln“ entstehen. Dort werden alle Sinne des Menschen (Hören, Sehen, Riechen, Fühlen, Schmecken) angesprochen, so dass auch auf spezielle Bedürfnisse von Menschen mit Behinderungen eingegangen wird. Die Zugänge zu diesen Erlebnisinseln sollen zudem barrierefrei angelegt sein. Bei der Planung dieser Stationen wird in enger Abstimmung mit Förderschulen oder auch kirchlichen Betreuungsstellen gearbeitet.

**Profilierung der Region:** Hauptziel ist es, überregional attraktive Anziehungspunkte und Veranstaltungen zu schaffen, die die Region „Donnersberger und Lautrer Land“ in ihrer Profilierung nachhaltig unterstützen.

## Strategie

**Alleinstellungsmerkmal und keltisch-römisches Erlebniszentrum:** Das Alleinstellungsmerkmal „Oppidum Donnersberg“ bietet eine hervorragende Chance, um die LEADER-Region erlebnistouristisch zu erschließen. Da am Donnersberg eine große Zahl von Originalfunden vorhanden ist und derzeit intensive Grabungen und Untersuchungen stattfinden, sollte dort der Schwerpunkt der touristischen Erschließung im Bereich Kelten gelegt werden. Um auch den vorliegenden Funden aus der Römerzeit gerecht zu werden, sollte die Strategie entsprechend breit angelegt sein. Als Arbeitstitel wurde im Rahmen der durchgeführten Workshops der Begriff „keltisch-römisches Erlebniszentrum im Donnersberger und Lautrer Land“ vorgeschlagen. Ein solches Erlebniszentrum könnte beispielsweise auch als Route oder Straße ausgebaut werden und zieht sich durch das gesamte LEADER-Gebiet, ausgehend von dem Gebiet rund um den Donnersberg im Osten bis nach Rodenbach im äußersten Westen.

**Grundlagenforschung:** Die für die Grabungen und Forschungen am Donnersberg und im Bereich Lautrer Land zuständige Generaldirektion Kulturelles Erbe - Direktion Archäologie – in Speyer, ist als wichtigster Partner bei der wissenschaftlichen Erforschung und Aufbereitung bereits intensiv in den Entwicklungsprozess eingebunden. Eine Projektbeschreibung und Kostenaufstellung für ein archäotouristisches Konzept „Keltischer Donnersberg“ wurde von der Generaldirektion bereits erstellt und kann in die durch LEADER angeregten Planungen und Entwicklungsideen integriert werden.

**Geotourismus:** Die vielfältigen geotouristischen Einrichtungen und Aufschlüsse sollen kontinuierlich besser touristisch erschlossen und im Rahmen des Gesamtkonzeptes vermarktet werden. Das bereits bestehende Geotourismus-Konzept des Donnersbergkreises soll in Zusammenarbeit mit dem Landesamt für Geologie und Bergbau (Mainz) weiterentwickelt und auf das gesamte LEADER-Gebiet ausgedehnt werden. Ein Ausbau der bestehenden Angebote zu erlebnisgerechten Geo-Touren oder sogar die Ausweisung als nationaler Geo-Park werden derzeit diskutiert.



**Regionale Kultur- und Museumsführer:** Aufbauend auf den umfangreichen und wertvollen Sammlungen der Museen der Region wird die Inszenierung der jeweils dargestellten Zeitepoche stärker erlebnisorientiert ausgebaut. Sowohl eine Erweite-

zung der Öffnungszeiten als auch die Weiterentwicklung des Angebotes an hochwertigen und zielgruppenspezifischen Führungen soll unter anderem durch die Ausbildung qualifizierter regionaler Kultur- und Museumsführer sichergestellt werden. Durch gute Kenntnisse der Geschichte der Gesamtregion und aus verschiedenen Epochen verfügen diese Gästeführer über ein breites Wissen und sind daher flexibel einsetzbar.

**Zentrale Vermarktung:** Eine begleitende und koordinierende Funktion übernehmen von Beginn an die Tourismusverbände bzw. die Touristikbeauftragten der beiden Kreise. Sie verfügen über die Informationen zu allen touristisch agierenden geschichtlichen Institutionen und bestehenden Angeboten. Um die geplante Vernetzung der Angebote vorzubereiten, müsste hier eine vollständige Bestandserhebung erfolgen. Auch die spätere Vermarktung des keltisch-römischen Erlebnis zentrums sowie die Ausbildung geeigneter Gästeführer/innen sollte über die touristischen Institutionen gesteuert und federführend organisiert werden.

**Buchbare Zeitreisen:** Über einen Arbeitskreis sollten alle Personen/Institutionen, die fachliche Inputs zum Thema „Lebendige Geschichte“ liefern können, zusammengeführt werden, um konkrete erlebnisorientierte Angebotsbausteine zu kreieren. Hierzu gehören unter anderem auch buchbare „Zeitreisen“ (Packages), bei denen verschiedene Institutionen zusammenarbeiten und nachgelagerte Einrichtungen (z.B. Gastronomiebetriebe) direkt profitieren. In diesem Arbeitskreis können auch weitere touristische Highlights angedacht und entwickelt werden, wie etwa besonders spektakuläre Rekonstruktionen aus vergangenen Epochen.

**Erlebnis- und Innovationscharakter:** Der Erlebnis- und Innovationscharakter ist das strategisch wichtigste Kriterium für die Projektfindung und -entwicklung. Ebenso sind Synergieeffekte zu den parallel anlaufenden Aktivitäten u.a. in den Segmenten „Natur- und Erlebnispädagogik“ (Teilbereich „Erlebnisraum Wald & Natur“) zu erwarten. Über die zentrale Koordinierung der Angebote durch die Tourismusverbände, in enger Abstimmung mit den örtlichen Tourismusstellen und Freizeiteinrichtungen, soll ein stimmiges Gesamtbild für die Region geschaffen werden. Eine gemeinsame Internetplattform, die alle Angebote auf einen Blick darstellt, sollte ebenfalls eingerichtet werden.



**Inszenierte Erlebnistouren, Zeitreisen:** Als Vision formuliert die Lokale Aktionsgruppe eine deutschlandweit anerkannte und bekannte Destination für das Segment „Erlebnistourismus mit dem Schwerpunkt Lebendige Geschichte“ zu werden. Im Donnersberger und Lautrer Land soll man die Vergangenheit und die Geschichte mit allen fünf Sinnen erfahren können. Angesprochen werden dadurch unterschiedliche Zielgruppen, unter anderem Jugendliche ebenso wie Senioren. Die inszenierten Erlebnistouren (Zeitreisen) sollen von historisch gewandeten Gästeführern begleitet werden, die lebendige Geschichten erzählen, Episoden aus vergangener Zeit nachspielen und besondere Gruppenerlebnisse (z.B. Nachtwächterführungen) bieten. Daneben sollen neue themenbezogene Events etabliert und bestehende aufgewertet werden (z.B. Kelt-Event).

## Exemplarische Projektbereiche

- Bestandsaufnahme/-analyse/Kartierung geschichtlich interessanter Funde und Institutionen sowie bereits bestehender und geplanter Angebote
- Erstellung eines Gesamtkonzeptes für ein „keltisch-römisches Erlebniszentrum“
- Weiterentwicklung/Erweiterung des Geotourismus-Konzeptes
- Qualifizierung von Gästeführer/innen zum Thema „Kelten, Römer, Mittelalter“ und Herstellung authentischer Kleidungsstücke
- regelmäßige Fortbildungsangebote für verschiedene Arten von Gästeführergruppen (Stadt, Museen etc.)
- Entwicklung erlebnisorientierter Zeitreisen mit Überraschungsmomenten und auf Wunsch historisch gewandeten Kelten oder Römern als Touren-Guides
- bestehenden Wanderweg „Rätselhafte Zeitzeichen“ mit passenden Angeboten rund um das Thema „Kelten & Römer“ emotional aufladen und mit anderen Zeitzeugnissen der Region vernetzen
- Entwicklung von Erlebnisbausteinen „Kinder führen Kinder“
- Entwicklung eines museumspädagogischen Konzeptes für verschiedene Zielgruppen unter fachlicher Anleitung
- Abstimmung der Öffnungszeiten von Museen, verstärkte Zusammenarbeit auch im personellen Bereich (regionale Museumsführer)
- Nachtführungen bzw. Führungen zum Thema „Zeitreise“ (Beispiel: „Von Zisterziensern und Wallonen“)
- „Keltische und römische Küche, auch heute noch kochbare Rezepte“ (Kurse)
- Geschichtenerzähler, insbesondere für Kinder
- Erarbeitung einer angepassten Vermarktungsstrategie

## Beteiligte

Kreisverwaltungen, Verbandsgemeinden, Generaldirektion Kulturelles Erbe - Direktion Archäologie - (Speyer), für den Bereich Donnersberg (Frau Dr. Zeeb-Lanz) und für den Bereich Kaiserslautern (Herr Dr. Schulz), Tourismusverbände der Kreise, lokale Tourist-Informationen bzw. Touristikbeauftragte, Landesamt für Geologie und Bergbau (Dr. Haneke, Herr Lang), Pfalz-Touristik e.V.

### 7.2.5 Teilhandlungsfeld „Touristische Spezialangebote (Nischen)“

#### Ausgangslage

Neben den gängigen Segmenten des ländlichen Tourismus wie Wandern oder Radfahren, bieten Angebote für ganz spezielle Interessengruppen besondere Chancen mit geringerem Wettbewerbsdruck.

Unterschiedliche in der Region belegte Themen wie „Zirkus“, „Oldtimer“, „Fußball“ oder auch das „Rhönrad“ sprechen ganz spezielle Kundengruppen an. Um jedoch



eine wirtschaftlich nachhaltige Nachfrage zu generieren, müssen darüber hinaus auch Personen als Besucher gewonnen werden, die normalerweise mit dem Thema wenig zu tun haben. Da die meisten Nischenangebote bislang eher neben dem alltäglichen Tourismusgeschäft herlaufen und die Betreiber in der Regel Ehrenamtliche sind, wird in die Infrastruktur vor Ort und das begleitende Marketing wenig investiert. Die meisten kleineren Einrichtungen sind zudem für einen größeren Besucherstrom nicht ausgerichtet.

Da für solche speziellen Nischenangebote bislang keine Machbarkeitsstudien oder Marktforschungen durchgeführt wurden, fehlt außerdem die Gewissheit, dass eine ausreichende Nachfrage für diese Produkte bestünde. Die Anbieter und auch die Touristikverbände scheuen daher verständlicherweise das Risiko, in diese Angebote zu investieren.

## Ziele

**Regionstypisches:** Im Zuge von LEADER sollen für die Region typische Nischen gefunden und touristisch erschlossen werden. Die Region Donnersberger und Lautrer Land macht es sich zum Ziel, mit einigen Nischenprodukten am Markt zu wachsen und eine starke Identifikation der Einheimischen mit diesen Themen zu erreichen, um auch nach innen zu einer stärkeren Bewusstseinsbildung für die Heimatregion beizutragen.

**Angebotsbereicherung:** Gezielt sollen verschiedene Nischen, für deren Besetzung die Region gute Voraussetzungen mitbringt, entwickelt und über interessante Angebote erlebbar gemacht werden. Vertreter der jeweiligen Kundengruppen sollen systematisch in die Schaffung und Betreuung der Nischenangebote integriert werden. Dadurch können spezielle Zielgruppen erschlossen und das regionale Tourismusangebot in seiner Attraktivität weiter gesteigert und bereichert werden.

Um Know-how in diesen Bereichen aufzubauen, sollen den Fachleuten aus der Region auch Referenzregionen, die dieses Segment bereits im Tourismus etabliert haben, im Rahmen eines Benchmarkings untersucht werden.

**Überraschende Erlebnisse und begeisterte Gäste:** Gäste sollen bestimmte Nischenschwerpunkte der Region bewusst wahrnehmen. Die Erwartungen der Gäste, die gezielt des Nischenangebotes wegen gekommen sind, sollen mindestens erfüllt werden. Und Besuchern, denen das spezielle Themenfeld bisher unbekannt war, wird ein überraschendes Erlebnis versprochen. Die nicht alltäglichen Angebote bleiben dem Besucher in Erinnerung, und er wird in seiner Heimatregion darüber berichten, wodurch wiederum neue Gäste gewonnen werden sollen.

Nischenprodukte sollen letztendlich das übliche touristische Themenspektrum erweitern und der Region ein individuelleres Profil verleihen, um zielgruppen-gerechter werben zu können.

## Strategie

Sowohl der Campingtourismus als auch der Tagungstourismus sollten stärker in den Fokus gerückt werden. In Kooperation mit den Betrieben, die diese Nische besetzen, soll eine gemeinsame Marketingstrategie entwickelt werden, um diese Produkte mit derzeit großem Wachstumspotenzial besser am Markt zu platzieren.

**Tagen im Grünen und Incentives:** Das Angebot „Tagen im Grünen“ soll primär in den Ballungszentren Rhein-Main, Rhein-Neckar und den angrenzenden Städten beworben werden. Tagungshotels müssen aktive Kooperationen mit den touristischen Leistungsträgern der Region eingehen, um den potenziellen Kunden neben dem angenehmen Tagungsklima im Grünen ergänzende Events zu bieten. Ungewöhnliche Incentives in Verbindung mit sehr guten Tagungsbedingungen in den ausgewählten Hotels der



Region sollen zahlungskräftige Stammgäste an die Region binden.

**Aktionen für Jugendliche und Familien:** Die in der Region bereits gut entwickelten Campingtourismus-Angebote sollen ausgebaut und für die LEADER-Region gemeinsam beworben werden. Angestrebt wird auch eine bessere Vernetzung der Campingplatzbetreiber mit den Jugendherbergen und Jugendhäusern. Durch die günstigen Unterkunftsmöglichkeiten sollen vor allem Kombipakete für Familien, Jugendliche und Schulklassen entwickelt werden. Ein Schwerpunkt könnte daher auch in den Ferienzeiten gelegt werden.

**Bekanntheit Kaiserslauterns als WM-Stadt nutzen:** Überregional kennt man die Pfalz auch als Fußball-Region und als Heimat des Fußballvereins 1.FC Kaiserslautern. Der Betzenberg ist vielen Menschen im In- und Ausland seit der Fußball-WM 2006 ein Begriff. Die Einwohner der Region identifizieren sich zum Teil stark mit dem 1.FC Kaiserslautern. Die mit dem Fußball und der Fußballgeschichte der Pfalz in Verbindung stehenden Angebote und die Bekanntheit der Stadt Kaiserslautern sollten auch im ländlichen Umfeld genutzt werden (Fritz-Walter-Museum in Enkenbach-Alsenborn).

**Freilichtbühnen:** Ein weiteres Nischenangebot könnte über die vorhandenen Freilichtbühnen entstehen. Vor allem in den Sommermonaten besteht eine bekanntermaßen rege Nachfrage nach Outdoor-Aktivitäten. Eine Vernetzung und einheitliche Vermarktung der Angebote soll bewirken, dass die Events auf den Freilichtbühnen zu Besuchermagneten mit Außenwirkung werden.



**Außergewöhnliche Themen:** Außergewöhnliche und positiv belegte Themen wie „Zirkus“ sollen als Nischenangebote weiter ausgebaut werden, zunächst für die einheimische Bevölkerung und insbesondere für Kinder und Jugendliche. Je nachdem wie erfolgreich die entwickelten Angebote angenommen werden, sollte man über das weitere Vorgehen entscheiden. Ähnliches trifft für die Bereiche Rhönrad (Erfinder kommt aus der Region), Motorrad und Oldtimer (Oldtimer-Rundfahrt bereits im dritten Jahr erfolgreich) zu.



**Nischen im Gesundheitstourismus:** Sinnvoll ist eine Belegung von Nischenthemen, die einem aktuellen touristischen Trend zuzuordnen sind, wie beispielsweise „mentale Wellness“, „Entschleunigung“ oder „Slow Food“. Nach diesen Produkten besteht eine große Nachfrage und über kreative und individuelle Angebote sollte man diese Nachfrage in der Region befriedigen. Durch das gegebene Naherholungspotenzial der LEADER-Region in Verbindung mit qualitativ

hochwertigen landwirtschaftlichen Produkten, die über Hofläden vermarktet werden, könnten auf die Kundenwünsche zugeschnittene Angebote entwickelt werden. Die Gesundheitswirtschaft und auch der Bereich Gesundheitstourismus erfährt durch das rheinland-pfälzische Wirtschaftsministerium derzeit eine besondere Unterstützung, weshalb geprüft werden soll, ob das Donnersberger und Lautrer Land als Modellregion innovative Projekte umsetzen kann.

**Neue Trends und Marktführerschaft:** Neben dem Aufgreifen bestehender Trends, könnten über einzelne Nischenangebote auch neue Trends am Markt gesetzt werden. Diese aus Marketingsicht wertvolle Marktführerschaft könnte genutzt werden, um auch die Region als Gesamtes bekannter zu machen. Hier könnte man auch an das WM-Motto „Region der Weltmeister“ anknüpfen. Über spezielle, zeitlich begrenzte Aktionen, könnten dann dazu passende Angebote des Gebietes beworben werden.

**Risikobereitschaft:** Der Erfolg einzelner Nischenprodukte ist oftmals schwer vorhersehbar, so dass eine gewisse Risikobereitschaft auf öffentlicher und privater Seite unabdingbar zu sein scheint. Zur Verringerung des Risikos sind vorgeschaltete Machbarkeitsstudien und Marktforschungen zwingend notwendig.

## Exemplarische Projektbereiche

- Marktforschung, Benchmarking, Machbarkeitsstudien als Basis
- „Zirkuserlebnis“ als Gesamtpaket: Vernetzung der bestehenden Angebote und Einrichtungen wie Zirkusmuseum, Kinderzirkus Pepperoni und weiterer Einzelangebote: Fokus auf Mitmach-Aktionen für Kinder
- Der Erfinder des Rhönrades kommt aus der Region, daher wird über die Errichtung eines erlebnisorientierten Museums sowie die Ausrichtung von Rhönrad-Meisterschaften nachgedacht
- LAG-Gebiet soll als Region der Superlative beworben werden. Denkbar sind folgende Themen: Höchster Berg der Pfalz, „Olsbrücker Sandstein“ und Mineralienfundort „Rauschermühle“ weltweit verwendet, größtes Keltenoppidum in Westeuropa, Region der Weltmeister (Geburtsort von Fritz Walter), keltisches Fürstinnengrab Rodenbach (bedeutendster Fund aus der La-Tène-Zeit nördlich der Alpen), höchstes Dorf der Pfalz Ruppertsecken und andere
- „Mentale Wellness“: Kreieren eines Packages mit individuellen Genuss-, Verwöhn-, Entspannungs- und Gesundheitsangeboten und der Verbindung zum Thema „Slow Food“
- Angebote der Freilichtbühnen (z.B. Katzweiler, Falkenstein) sollten vernetzt und gemeinsame Marketingaktionen entwickelt werden

## Beteiligte

Touristiker, Private Investoren, Experten für ein Spezialthema, Kommunen

## 7.2.6 Teilhandlungsfeld „Wandertourismus“

### Ausgangslage

Die steigende Zahl der Wanderer spiegelt neben anderen Indikatoren den derzeitigen bundesweiten Wandertrend wider.

Der Wandertourismus mit all seinen unterschiedlichen Teilbereichen stellt auch für das LAG-Gebiet eines der wichtigsten touristischen Segmente dar. In der Region existiert bereits ein breites und flächendeckendes Wanderwegenetz, jedoch ist es fraglich, inwieweit die vorhandenen Wege den gestiegenen Bedürfnissen der Wanderer und deren qualitativen Anforderungen an einen Wanderweg gerecht werden. Eine hohe Qualität der Wegeinfrastruktur wird im Wettbewerb der Wanderregionen vorausgesetzt. Originelle Themen, eine einheitliche Information, eine attraktive Wegeführung mit ansprechendem Programm und Sehenswürdigkeiten sowie Einkehrmöglichkeiten entlang der Wege sind Voraussetzungen für einen nachhaltigen Erfolg. Einige der vorhandenen Wanderwege entsprechen bereits den Qualitätsanforderungen, andere wiederum weisen Mängel in der Attraktivität der Wege, ihrer Beschilderung oder ihrer eindeutigen Markierung auf.



Es fehlen einheitliche Hinweistafeln an Wanderknotenpunkten. Markierungen sind teilweise missverständlich aufgrund der Vielzahl an ausgewiesenen Wegen. Generell mangelt es zusätzlich an geeignetem und aktuellem Kartenmaterial. Die topographischen Karten des Landesvermessungsamts (LVA) sind veraltet und spiegeln nicht die tatsächlichen Gegebenheiten wider.

Die meisten Wandertouristen in der Region sind Tagesgäste und Kurzurlauber, die mit dem eigenen PKW anreisen. Im Schienennetz ist ein Stundentakt auf allen Strecken vorhanden, auf wenigen Strecken jedoch nur an den Wochenenden. Die Anreise mit dem Bus ist im Vergleich relativ zeitintensiv.

Ein weiterer Problembereich, der sich negativ auf den Wandertourismus auswirkt, ist die fehlende Dichte an Einkehrmöglichkeiten bzw. die generell ungünstigen Öffnungszeiten der Betriebe.

### Ziele

**Etablierung des Wandertourismus:** Der Wandertourismus soll in der Region etabliert werden, um durch ein Mehr an Wandergästen eine Steigerung der Wertschöpfung in der Region voranzutreiben. Hierzu muss gemeinsam eine qualitativ gute, den Wünschen der Wanderer entsprechende wandertouristische Infrastruktur geschaffen werden.

**Steigerung der Qualität der Wege:** Die Wanderwege sollen attraktiv und idealerweise so gut markiert und ausgeschildert sein, dass sich Wanderer theoretisch auch ohne Karte auf den Wegen zurechtfinden können. Ein zuverlässiges und nutzerfreundliches Wegeleitsystem sollte der Tatsache Rechnung tragen, dass Wanderer ein hohes Sicherheitsbedürfnis haben, sich ungern verlaufen möchten und ihnen die Orientierung in ungewohnter Umgebung anhand von Wanderkarten vor allem dann schwer fällt, wenn sie, wie im LAG-Gebiet, eine hohe Wege- und Markierungsdichte vorfinden.

**Ausschöpfung der vorhandenen Potenziale:** Das Hauptziel ist die Nutzung und Ausschöpfung der im Wandertourismus für eine ländliche Region mit attraktivem naturnahem Landschaftsraum liegenden Potenziale. Vorhandene Naturschönheiten und Sehenswürdigkeiten sollen über ein gut ausgebautes Wanderwegenetz gut erreichbar sein.

## Strategie

**Bestandsanalyse anhand eines Kriterienkatalogs:** Zur Aufwertung der Wegeinfrastruktur und Steigerung der Qualität des Angebotes gilt es zunächst mittels einer Bestandsanalyse des bestehenden Wegenetzes die einzelnen Wanderwege auf ihre Qualität anhand eines einheitlichen Kriterienkatalogs zu prüfen. Als einen geeigneten Kriterienkatalog sahen die Teilnehmer des Strategie-Workshops den bereits vom Land Rheinland-Pfalz und der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH in 2007 herausgebrachten Wanderwege-Leitfaden an. Dieser orientiert sich an den Qualitätskriterien der gängigen Gütesiegel für Wanderwege und berücksichtigt die Wünsche der Wandertouristen. Auch die geplante Ausweisung eines Prädikatswanderweges in Nord-Süd-Richtung quer durch die Pfalz, der auch die LAG-Region tangieren soll und federführend von der Pfalz Touristik e.V. betreut wird, wird sich positiv auf die Qualität des Wandertourismus auswirken und als Besuchermagnet die Möglichkeit schaffen, mehr Wandergäste in die Region zu locken. Durch die Ausweisung von Prädikatswanderwegen (Rundwege, Extratouren) und die Anbindung der Wege an den Pfälzer Prädikatswanderweg soll die Qualität des Wandertourismus in der Region gesteigert werden.



**Orientierung an Ansprüchen der Wanderer:** Nur durch eine Orientierung des wandertouristischen Angebots an den Bedürfnissen der Wanderer können diese gezielt angesprochen und umworben werden: Eine Differenzierung zwischen den unterschiedlichen Wanderer-Typen, wie z.B. den „sportlichen Wanderern“ und „Familien mit Kindern“, ist notwendig, um Angebote entsprechend den Ansprüchen der Gruppen gestalten zu können. Die Ausweisung barrierefreier Wege soll ebenfalls forciert werden.

**Entwicklung und Vermarktung von Themenwegen:** Anhand der Bestandsanalyse können qualitativ gute von schlechten Wanderwegen unterschieden werden: gute Wege sollten zu Themenwegen ausgebaut und qualitativ schlechte und ungenutzte Wanderwege, zugunsten von qualitativ hochwertigen Wegen, rückgebaut werden. Die Entwicklung und Vermarktung einiger weiterer herausragender Themenwege, neben bereits gut nachgefragten Themenwegen, in Verbindung mit und unter Einbindung von weiteren touristischen Erlebnissen der Region, soll die Qualität der Wanderwegeinfrastruktur entscheidend steigern. Bei einer zusätzlichen Aufwertung der Wanderwege ist in besonderer Weise auf eine eindeutige Markierung (in beide Richtungen) zu achten. Markierungen müssen zwischen den Verbands- und Ortsgemeinden abgestimmt sein und nach Möglichkeit sollte sich ein einheitliches Beschilderungssystem (ähnlich der HBR-Beschilderung bei Radwegen) für die Wanderwege durchsetzen. Zudem muss sichergestellt sein, dass die Wege und ihre Markierungen regelmäßig kontrolliert werden.



**Vernetzung wandertouristischer und sonstiger Angebote:** Durch eine Vernetzung verschiedener wandertouristischer und weiterer Angebote zu Erlebnisangeboten und -paketen können Touristen in der Region gehalten und ein Mehrwert erzielt werden; die Bereitstellung schöner Wanderwege bringt noch keine Einnahmen. Die Zusammenarbeit mehrerer touristischer Leistungsträger schafft Synergien und zusätzliche Anreize für Gäste, denn diese erwarten ein vielfältiges und abwechslungsreiches Angebot.

**Steigerung der wandertouristischen Servicequalität:** Auch im Bereich der Einkehr- und Unterkunftsmöglichkeiten sollte eine Steigerung der Servicequalität entsprechend den Anforderungen der Wandergäste forciert werden. Ausgewiesene Wanderhotels könnten ebenso wie zusätzliche Serviceleistungen der Gastronomie (z.B. Lunchpakete für Wanderer) zur Aufwertung der wandertouristischen Infrastruktur beitragen. Bei der Ausweisung barrierefreier Wanderwege darf der Aspekt der barrierefreien Einkehrmöglichkeiten und öffentlichen barrierefreien Sanitäreinrichtungen nicht vernachlässigt werden und ist in Planungen mit einzubeziehen.

**Intensivierung des überregionalen Marketings:** Entscheidend ist die Betrachtung des gesamten LAG-Gebietes bei der Planung von wandertouristischen Projekten und Maßnahmen. Ebenso muss das überregionale Marketing im Vordergrund stehen und die Bewerbung der Wanderwege und -angebote über verschiedene Werbemedien auf überregionaler Ebene intensiviert werden.

**Aktuelles Kartenmaterial:** Die Kartierung des Wegenetzes im Rahmen der Bestandsanalyse kann als Grundlage für die Herausgabe aktuellen Kartenmaterials genutzt werden. In den Karten sollten sonstige touristische Sehenswürdigkeiten und Attraktionen der Region entlang der Wanderwege ebenfalls eingetragen werden.

## Exemplarische Projektbereiche

- Prädikatswanderwege: Ausweisung von Prädikatswanderwegen als Lückenschlüsse und als touristische Magnete nach den Richtlinien des Landes Rheinland-Pfalz in Abstimmung mit der Pfalz-Touristik zur Aufwertung der bestehenden Wege
- Entwicklung, Ausweisung und Vermarktung von Themenwegen
- Erweiterung des Pfälzer Jakobs-Pilgerwegs: Entwicklung und Vermarktung in Verbindung mit entsprechenden Übernachtungsmöglichkeiten und Rahmenangeboten
- Barrierefreie Wege: Wanderwege, die den speziellen Bedürfnissen von Blinden, Rollstuhlfahrern oder Personen mit Kinderwagen gerecht werden, sollen in gesonderten Broschüre ausgewiesen werden
- Zusammenführung von Wanderevents, Wandertagen, auch Wandertouren des Pfälzerwald-Vereins: Ausbau des Angebotes an geführten Wanderungen, evt. auch als Mehrtageswanderungen durch das LAG-Gebiet und die angrenzenden Gebiete (Kooperationsprojekt) oder thematische Wanderevents
- Gesundheit und Wellness: Präventiven Ansatz/Gesundheitsaspekt des Wanderns betonen (Ergebnisse der Mainzer Uni-Studie zum Thema „Gesundheitstourismus im Donnersbergkreis“ einfließen lassen); Ausbau der Angebote rund ums Kneipp-Wandern und damit verbundene Gesundheitsangebote als buchbare Pakete



- Nordic Walking: Ausbau geführter Nordic-Walking-Touren, vernetzen, gemeinsam bewerben
- Wanderschule und Wochenendkurse zum Thema „Wandern“: In Ergänzung zu den Natur- und Kulturerlebnisführern sollen gezielt Wanderführer ausgebildet und geschult werden.
- Herausgabe aktuellen Wanderkartenmaterials und Erfassung der Wanderwege mit GPS-Daten, die als innovatives Info- und Orientierungssystem von Wanderern genutzt werden können
- Herausgabe von Flyern und Presstexten, Öffentlichkeitsarbeit, einheitliches Marketing
- Schaffung, Zertifizierung und Beratung von Wander-Übernachtungsbetrieben
- Entwicklung neuer Ansätze für „Raststationen“ in Teilregionen, in denen Gastronomie schwächer vorhanden ist, z.B. Einbindung von Winzerhöfen, Selbstvermarktern, Bäckereien und Metzgereien in Orten (kleine Angebote an Getränken/Snacks, Bank vor der Tür zum Rasten etc.)
- Anlegung einheitlicher und „natürlich“ gestalteter Rastplätze an besonderen Aussichtspunkten und Sehenswürdigkeiten
- Entwicklung und Konzeption von „alternativen Bedienungsformen“ im ÖPNV-Bereich, die auf Interessen der Wanderer eingehen und bei Angeboten das vorhandene Zug- und Busangebot einbinden, z.B. Wandertaxen, Wanderbussen
- Entwicklung von Geo-Caching- und Letterboxing-Angeboten

## Beteiligte

Verbandsgemeinden, Ortsgemeinden, Touristiker auf allen Ebenen der Verwaltung, touristische Leistungsträger, Behindertenverbände, Forst, Pfälzerwaldvereine, ÖPNV-Verantwortliche

## 7.2.7 Teilhandlungsfeld „Radtourismus“

### Ausgangslage

Als ländlich geprägter Natur- und Kulturräum nimmt das Donnersberger und Lautrer Land eine Naherholungsfunktion für die nahe gelegenen Ballungsgebiete Rhein-Main und Rhein-Neckar sowie für die Städte Mainz und Kaiserslautern und das benachbarte Saarland wahr.

Die für die Region ermittelten Zielgruppen 50plus und Familien sind gerade für die Segmente Wander- und Radtourismus sehr interessant. Die Region wird bislang vor allem als Wandergebiet angenommen. Der Radtourismus spielt im Vergleich zum Wandertourismus eine weniger bedeutende Rolle. Ein positiv besetztes Image als fahrradfreundliches Gebiet fehlt bislang.

Die teilweise vorhandenen topographischen Schwierigkeiten mit einigen anspruchsvolleren Steigungen sowie die noch nicht durchgängig ausgebauten überregionalen Radwegeverbindungen haben eine höhere Akzeptanz als radtouristisches Zielgebiet bislang verhindert. Hemmend auf die radtouristische

Weiterentwicklung der Region wirken sich auch die fehlenden oder nicht durchgängig geöffneten gastronomischen Betriebe entlang der Strecken aus, ebenso die fehlenden Routen-Übersichtskarten und die nicht ausreichend vorhandenen Hinweis- und Informationstafeln entlang der Strecken.

Neben einigen gut ausgebauten Radwegen, wie etwa der Alsenztal-Radweg, welcher im Jahr 2007 nach der hinweisenden Radwegebeschilderung Rheinland-Pfalz (HBR) ausgeschildert wurde, ist die Qualität anderer bestehender Radwege im Hinblick auf eine durchgängige Beschilderung, eine Anbindung an andere Radwege und die unterschiedlichen Bodenbeläge verbesserungswürdig. Neben der häufig fehlenden Durchgängigkeit der Radwege, auch über die Region hinaus, mangelt es an Querverbindungen und somit an einer Vernetzung der Radwege. Als Beispiel kann die fehlende Querverbindung zwischen Appelbach- und Alsenztalradweg angeführt werden.

Bei vielen Radwegen ist die nachhaltige Bewirtschaftung der Wege nicht immer gesichert, da es insbesondere bei Radtouren, bei denen u.a. Forst- und Wirtschaftswege genutzt werden, keine klaren Zuständigkeiten für die Kontrolle und Instandhaltung der Wege und der Beschilderung gibt. Einige Radwege sind daher in einem schlechten Zustand und können nicht über die Region hinaus beworben werden.

## Ziele

**Verbesserung der radtouristischen Infrastruktur:** Ein erstes Ziel der LAG "Donnersberger und Lautrer Land" ist es daher, die infrastrukturellen Rahmenbedingungen für den Fahrradtourismus (Beschilderung, Informationstafeln, Wegebeschaffenheit usw.) flächendeckend deutlich zu verbessern. Für die Fortentwicklung als fahrradfreundliche Region wird es von zentraler Bedeutung sein, dass beispielsweise Mischnutzungen zwischen dem Fahrradverkehr und dem motorisierten Individualverkehr ausgeschlossen werden, um noch bestehende Gefahrenquellen für Kinder und Jugendliche zu mindern.

Die qualitative Verbesserung und Anpassung der Radstrecken an die Bedürfnisse der Gäste soll dazu beitragen, dass die Erwartungen der Besucher der Region mindestens erfüllt, wenn möglich sogar übertroffen werden.

**Schließen von Verbindungslücken:** Die fehlenden Lückenschlüsse, Querverbindungen und Anbindungen an das großräumige Radwegenetz sollen schrittweise hergestellt werden, um eine durchgängige Befahrbarkeit der Radstrecken zu gewährleisten. Ein Beispiel hierfür ist der Alsenztal-Radweg, der im Norden an den Nahe-Radweg angebunden werden müsste und im Süden an den Barbarossa-Radweg.



Ein gutes Angebot an Rad- wie auch an Wanderwegen sieht die LAG als soziale Aufgabe an. Von diesem profitieren nicht nur die Kurzzeitbesucher, sondern auch die einheimische Bevölkerung. Durch ein attraktives Freizeitangebot sollen auch Neubürger/innen gewonnen und in der Region gehalten werden.

## Strategie

**Kartierung & Kategorisierung der Radwege:** Um gästefreundlich und zielgruppengerecht werben zu können, müssen alle ausgezeichneten Radwege überprüft und kartiert werden. Übersichtskarten der wichtigsten Radwege existieren bereits. Kleinere Radwege müssten noch ergänzt werden. Anschließend entscheidet ein Kreis aus ausgewählten Fachvertretern über die geeigneten Zielgruppen der Wege. Ein Radweg, der durch hügeliges Gelände verläuft, sollte eher auf Mountainbiker oder trainierte Radler ausgerichtet sein als auf Familien (Donnersberger Tourenwege und andere). Die abwechslungsreiche Topographie der Region bietet dabei die Chance und Möglichkeit, verschiedene Radtouristen anzusprechen, d.h. vom Genussradler bis zum Sportfahrer.

Grundsätzlich soll es unterschiedliche Kategorien von Wegen geben. Dem Radfahrer soll klar vermittelt werden, ob es sich um einen lokalen Rundweg handelt oder um einen Radweg mit überregionaler Bedeutung und Anbindung. Neben der Streckenlänge und -beschaffenheit soll es noch weitere Informationen für die angedachten Zielgruppen geben, wie etwa Freizeitradler, Familien, Touren-Fahrer oder Mountainbiker. Ebenso sollen Zugänge zum öffentlichen Verkehr sowie zur Gastronomie und Hotellerie vermerkt werden.

Ein weiterer wichtiger Ansatz ist die Einbindung und Einspeisung der regionalen Radwege in den aktuellen Tourenplaner auf der Interseite [www.radwanderland.de](http://www.radwanderland.de), auf der alle bedeutenden Radwege des Landes Rheinland-Pfalz präsentiert werden.

**Qualitätskriterien und Mindestanforderungen:** Radwege, die überregional beworben werden, müssen bestimmte Qualitätskriterien zwingend erfüllen. Wege, die diese Mindestanforderungen nicht einhalten, werden als lokale Radwege eingestuft und dementsprechend auch nur lokal beworben.

**Nachhaltiges Bewirtschaftungskonzept:** Für Einheimische sind vor allem gut beschilderte Rund-Touren mit einem einheitlichen Start- und Endhaltepunkt interessant. Für die Wartung dieser Wege sind vor allem die Ortsgemeinden verantwortlich. Hier muss eine Absprache mit den Gemeinden getroffen werden, wie die nachhaltige Pflege der Wege sichergestellt werden kann und wer als zuverlässiger „Kümmerer“ auftritt. In der Verbandsgemeinde Alsenz-Obermoschel säubern und mulchen Arbeiter der Ortsgemeinden einmal jährlich die Strecken, was über den Wirtschaftswegebau finanziert wird. Dieses Modell könnte auf die gesamte LEADER-Region übertragbar sein.

**Umfassende Information kreativ umsetzen:** Die Ergebnisse der Datenerhebung, -auswertung und -aufbereitung sollen dann über Informationsbroschüren und Informationstafeln im Donnersberger und Lautrer Land zugänglich gemacht werden. Ein Wettbewerb zur Gestaltung der Infotafeln (unter Berücksichtigung der Vorgaben des Landes Rheinland-Pfalz) wäre ebenso denkbar wie die Einrichtung von Multi-Media-Stationen an zentralen Knotenpunkten oder Treffpunkten. Ein wieder erkennbares Logo oder Motto, das in der gesamten Region für Radfahrer und auch Wanderer verwendet wird, könnte ebenfalls zur Steigerung der Bekanntheit der Region beitragen. Ein Bierkrug/Glas mit dem Hinweis „noch 10 Minuten“ wird in einer anderen Region bereits erfolgreich auf den Hinweisschildern verwendet. Diese oder andere Formen einer einprägsamen und witzig aufbereiteten Information muss auch für die Leader-Region gefunden werden. Initiiert werden könnte dies ebenfalls durch einen regionalen Künstler-Wettbewerb oder auch in Kooperation mit den Schulen.

**Innovative Rad-Events:** Aufbauend auf die etablierten autofreien Raderlebnistagen soll über weitere innovative Events und Aktionen für Hobby-Radfahrer und Radsportler nachgedacht werden.

**Einbindung Hotellerie und Gastronomie:** Zur Steigerung der Qualität des umfassenden radtouristischen Angebots muss ebenfalls die Gastronomie und Hotellerie entlang der Radwege mit in Planungen und eine Gesamtkonzeption eingebunden werden. Einkehr- und Übernachtungsmöglichkeiten sollten ihr Angebot entsprechend den Bedürfnissen und Anforderungen der Radtouristen gestalten und auf diese vorbereitet sein. Eine Zertifizierung weiterer Betriebe in der Region als vom Allgemeinen Deutschen Fahrrad Club (ADFC) ausgezeichnete Bett&Bike-Betriebe würde die Servicequalität für Radtouristen zusätzlich steigern.

**Einbindung ÖPNV:** Um den Ansprüchen der Radtouristen gerecht zu werden und eine Anreise per ÖPNV zu ermöglichen, sollte versucht werden, entsprechende Routenvorschläge unter Einbindung und Vernetzung mit dem bestehenden Schienenangebot (Rheinland-Pfalz-Takt) zu entwickeln.

## Exemplarische Projektbereiche

- Anbindung des Alsenzthal-Radwegs (Moscheltal) an den Glan-Blies-Radweg über die B420, an den Lautertal-Radweg und an den Barbarossa-Radweg sowie an den Rheintal- und Nahetal-Radweg
- Querverbindung Alsenzthal-Radweg zum Appelbach-Radweg über L403 (2. Bauabschnitt)
- überregionale Anbindung der Donnersberger Radwege (Alsenzthal, Appeltal) nach Rheinhessen (mit Rheinschiene), an den Bad Kreuznacher Raum, an das Pfälzer Bergland (Kusel) und an den Lauterer Raum
- überregionale Anbindung der Lauterer Radwege an den Donnersberger und Kuseler Raum sowie nach Süden zum Pfälzerwald und im Westen an das Saarland
- Bau bzw. Fertigstellung des Moscheltal-Radwegs
- Mountainbike-Route Bad Kreuznach nach Kaiserslautern als LEADER-Regionen übergreifendes Tourismusprojekt (Projektantrag liegt dem Land vor)
- Angebot an geführten Radtouren
- Entwicklung von „Radrallyes“ für verschiedene Zielgruppen, um Sehenswürdigkeiten entlang der Strecken zu entdecken bzw. einzubinden
- gemeinsames Informationsmaterial, wie Radkarten, Tourenvorschläge, Internetpräsentationen
- Erfassung und Darstellung der Touren mit GPS-Daten
- Teilregionen, in denen Gastronomie schwächer vorhanden ist, neue „Raststationen“ entwickeln, Einbeziehung von Metzgereien, Bäckereien in Orten (Getränke, Snacks, Bank vor der Tür zum Rasten); kann auch weiterer Aspekt zur Vermarktung regionaler Produkte sein

## Beteiligte

Kreisverwaltungen und Verbandsgemeinden als Projektträger, Ortsgemeinden für die Pflege der Wege, Tourismusverbände der Kreise, lokale Tourist-Informationen

bzw. Touristikbeauftragte als Koordinatoren, evt. Projektträgerschaft, Hotellerie, Gastronomie, PWV(-Hütten), LC Donnersberg (AK Mountainbike), ADFC, Fahrrad- und Sportvereine, Forst

## 7.2.8 Teilhandlungsfeld „Qualifizierung, Beratung und Vernetzung“

### Ausgangslage

Erfolgreiche Tourismusdestinationen sind auf eine hohe Qualität ihrer touristischen Anbieter angewiesen; das Anspruchsniveau der Gäste in Bezug auf das touristische Gesamtangebot und die damit verbundenen Serviceleistungen einer Region steigt. Begeisterte Gäste durch übertraffene Erwartungen im Service lösen wachsende touristische Umsätze aus und erlauben eine langfristig erfolgreiche Profilierung. Ohne eine entsprechende, auf die Kundenbedürfnisse ausgerichtete Servicequalität wird es für Regionen schwer sich auf dem touristischen Markt mit seinem Überangebot zu behaupten.

Im LAG-Aktionsraum gibt es Nachholbedarf hinsichtlich der Qualität der touristischen Serviceleistungen. Daher sind die Qualifizierung und Beratung der Akteure und die damit einhergehende Steigerung der Servicequalität in der Region entscheidende Schritte in der Tourismusentwicklung.

### Ziele

**Qualitätssteigerung & Professionalität:** Durch eine gezielte und aktivierende Qualifizierung und Beratung touristischer Akteure und Leistungsträger soll die Qualität und Professionalität des Tourismusangebots im LAG-Aktionsraum gesteigert werden. Die Servicequalität soll sich für den Kunden spürbar verbessern und hinsichtlich der gebotenen Leistungen keine Kundenwünsche offen lassen.

**Qualität & Service entlang der gesamten Leistungskette:** Ziel dieser Qualitäts-offensive sind private touristische Leistungsträger, (Gastronomen, Hoteliers u.a.) ebenso wie ehrenamtliche Museumsleiter/innen oder die Mitarbeiter/innen der Tourist-Informationen.

Der Gast soll dadurch während der gesamten touristischen Leistungskette kompetent beraten und informiert werden, angefangen von der Information über die Region bis hin zur freundlichen und umfassenden Betreuung vor Ort.

**Vernetzung der Anbieter:** Durch die Vernetzung der Anbieter über gemeinsame Veranstaltungen (Seminare, Workshops) sollen Standards weitergegeben und Ideen zu einer besseren Servicequalität auch unter den Leistungsträgern ausgetauscht werden.



## Strategie

**Qualifizierung und Beratung touristischer Anbieter:** Touristische Anbieter sollen aktiv angesprochen, beraten und qualifiziert werden. Themenschwerpunkte sind die marktgerechte Strategie- und Angebotsentwicklung, die kundenbezogene Servicequalität sowie Marketing und betriebswirtschaftliche Fragen. Es sollen bedarfsgerechte Angebote aus den Bereichen Weiterbildung und Beratung/Coaching entwickelt und angeboten werden. Teil der Projekte sind auch Maßnahmen zur Information über die Angebote und die Teilnehmergebung. So soll eine hohe Beteiligung und damit einhergehende Qualitätssteigerung erreicht werden.

**Qualifizierung nach Anbietergruppen:** Generell gibt es unterschiedliche Akteure im Tourismus, die entsprechend ihrer kundenbezogenen Leistungen geschult werden sollen. Zu unterscheiden sind Hotellerie- und Gastronomiebetriebe, Tourist-Informationen, Kommunen und Verwaltungen, Gästeführer und Vereine. Sinnvoll ist somit eine Organisation der Qualifizierung und Schulung touristischer Leistungsträger nach diesen jeweiligen Anbietergruppen. Zudem schafft die gemeinsame Schulung einer Anbietergruppe die Möglichkeit, Kooperationen untereinander aufzubauen, die unter anderem zum Transfer von Know-how und aktuellen Planungen beitragen.

**Regionsinterne Kommunikation & Informationsaustausch:** Grundsätzlich sollen die Kommunikation und der Erfahrungsaustausch zwischen den unterschiedlichen touristischen Leistungsträgern gewährleistet sein und durch externen Anstoß und Beratung angeregt werden. Die Einrichtung einer regelmäßigen regionsinternen Kommunikationsstruktur soll die Zusammenarbeit der regionalen Akteure unterstützen. Über eine Intranet-Plattform oder die Einrichtung eines internen Email-Newsletters könnten Informationen oder der Stand aktueller Planungen kommuniziert werden. Thematische Stammtische fördern ebenfalls den Informationsaustausch.

**Gastgeber-Infobroschüren und Handbücher:** Gastgeber-Infobroschüren oder -Handbücher, in denen bestimmte Qualitätskriterien und Grundregeln der Servicequalität festgehalten werden, stellen einen Handlungsleitfaden für touristische Leistungsträger dar. Die Herausgabe solcher Broschüren und Handbücher kann helfen, dass Betriebe entsprechend den Inhalten ihre Angebote überprüfen und tatkräftig eine Qualitätssteigerung derselben anstreben. Ein solches Handbuch könnte im Zuge des Leitbild-Prozesses unter Mitarbeit der externen Fachberatung konzipiert werden.

**Seminar „Servicequalität in Rheinland-Pfalz“:** Denkbar zur Verbesserung der Dienstleistungsqualität in Einkehr- und Unternehmungsbetrieben und von Tourist-Informationen wäre beispielsweise die verstärkte Beteiligung der Betriebe aus dem LAG-Aktionsgebiet an den Seminaren im Projekt „Servicequalität“ der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH. Dabei ist die Ausbildung zum Qualitäts-Coach möglich.



**Ausbildung regionaler Erlebnis-Gästeführer:** Ein weiterer wichtiger Aspekt im Rahmen der Aufwertung des touristischen Angebotes stellt die Ausbildung von regionalen Erlebnis-Gästeführern dar. Die Schulung und Weiterbildung der Gästeführer in allen touristischen Schwerpunktthemen des LEADER-Gebietes ist Ansatz eines regionsübergreifenden touristischen Projektes: Durch eine Spezialisierung auf bestimmte Themen, wie z.B. das keltische Erbe der Region, wäre ein

Gästeführer überall im LEADER-Gebiet „einsetzbar“ und somit könnte das touristische Potenzial in diesem Bereich besser ausgeschöpft werden. Auch regionale Museumsführer sollen in diesem Zusammenhang ausgebildet werden. Im Donnersbergkreis kann man hierbei auf die Erfahrungen der bereits durchgeführten Gästeführer-Ausbildungen (Keltendorf, Geotourismus) zurückgreifen und darauf aufbauend Konzepte für die Gesamtregion entwickeln.

### Exemplarische Projektbereiche

- Schulung von Mitarbeitern der Tourist-Informationen sowie touristischen Leistungsträgern
- Konzeption und Durchführung von Weiterbildungsmaßnahmen
- Erstellung von Handbüchern/Gastgeber-Infobroschüren
- Ausbildung und Weiterbildung von Gäste- und Erlebnisführern aller Arten und Themen
- Organisation von Stammtischen zum Austausch
- Einrichtung eines E-Mail-Newsletters und einer Intranet-Plattform/Informations-Datenbank z.B. mit touristischen Angeboten, Bausteinen und Akteuren in verschiedenen Bereichen (Musik, Gästeführer, Kinderprogramme etc.)

### Beteiligte

Touristiker der LAG „Donnersberger und Lautrer Land“ auf allen Verwaltungsebenen, Gastronomie- und Hotelleriebetriebe, touristische und sonstige Vereine, die direkt oder indirekt in Kontakt mit Gästen stehen, Gästeführer

## 7.2.9 Teilhandlungsfeld „Marketing und Gästeinformation“

### Ausgangslage

Im Vergleich zu anderen ländlichen Regionen, auch innerhalb der Pfalz, ist der Tourismus im Gebiet der LAG "Donnersberger und Lautrer Land" noch in der Anfangsphase seiner Entwicklung. Obwohl in den letzten Jahren kontinuierliche Wachstumsraten zu verzeichnen waren und sich touristische Einrichtungen und Zielgebiete wie das Keltendorf und der Keltengarten in Steinbach oder die Mehlinger Heide zu Besuchermagneten entwickelt haben, ist das Niveau von Übernachtungen und Gästeankünften noch deutlich niedriger als dies beispielsweise an der Südlichen Weinstraße der Fall ist.

Dem regionalen Tourismusmarketing kommt daher eine besondere Bedeutung zu. Es ist entscheidend, dass sich die Region in den kommenden Jahren als abwechslungsreiche touristische Destination einen Namen macht und die Gäste bestimmte Angebote, Themen und Highlights mit ihr in Verbindung bringen.

Vielfach verläuft das touristische Marketing zwischen den Kommunen zu wenig abgestimmt, ohne eine klare Ausrichtung auf bestimmte Zielgruppen und ohne einen einprägsamen einheitlichen Außenauftritt. Hier muss ein Bewusstsein dafür geschaffen werden, dass eine themenbezogene und einheitliche Vorgehensweise

unter Einbeziehung aller Kräfte der Region Erfolg versprechender ist als viele kleine Einzelmaßnahmen.

Eine klare Marketingstrategie für die Gesamtregion fehlt bislang und sollte im Zuge von LEADER unter Beteiligung und Integration der touristischen Leistungsanbieter und der kommunalen Gebietskörperschaften erarbeitet werden.

Problematisch ist zudem die touristische Hinweisbeschilderung, die teilweise lückenhaft ist und ebenfalls kein durchgängig einheitliches Erscheinungsbild hat.

Ein Gast, der zum ersten Mal in die Region kommt, hat Schwierigkeiten sich vor Ort ausreichend über die mögliche Aktivitäten und Sehenswürdigkeiten zu informieren. Die Tourist-Informationen der Verbandsgemeinden und Landkreise haben zu den üblichen Bürozeiten geöffnet. Besucher kommen aber häufig an Abenden und Wochenenden sowie Feiertagen in die Region und finden dann keine Anlaufstellen zur Information vor. Hier müssen kundenfreundlichere Lösungen gefunden werden, wie etwa die Nutzung von 24-Stunden-i-Points.

## Ziele

**Bekanntheit themenbezogen verbessern:** Auf den Erfolgen der letzten Jahre aufbauend sollen touristische Marketingmaßnahmen der Region systematisch und zielgerichtet weiter ausgebaut werden. Die Steigerung der Bekanntheit und die Profilierung der Region entlang bestimmter Themen sind wichtige Ziele der LAG.

**Marketingkooperationen:** Deutlich verbessert werden muss die Kommunikation in die Quellgebiete hinein, mit einer klaren Positionierung anhand bestimmter Themenschwerpunkte. Es sollen gemeinsame Marketingaktivitäten und -kooperationen (z.B. Messeteilnahmen) der gesamten LEADER-Region, insbesondere in den nahe gelegenen Ballungsräumen und im Saarland, durchgeführt werden.

**Zielgruppenbezogenes Marketing:** Die Marketingaktivitäten und Angebote sollen individueller auf die definierten Zielgruppen und ihre Bedürfnisse zugeschnitten werden. Die Marketingmaterialien der beiden Landkreise sollen themenbezogen einheitlich gestaltet werden.

Für den Ausflugsverkehr in die Region sollen bereits bestehende Angebote wie Wanderbusse im Gesamtgebiet ausgebaut und bekannter gemacht werden.

Auch innerhalb der Region soll durch entsprechende Öffentlichkeitsarbeit und Sensibilisierung der Bevölkerung sowie der touristischen Akteure ein Bewusstsein für die touristischen Potenziale der Region geschaffen und somit neue Akteure gewonnen werden.

## Strategie

**Wiedererkennungswerte schaffen:** Ein Corporate Design beider Landkreise sollte bei allen Marketingmaterialien verwendet werden. Die Akteure vor Ort sollen im Rahmen des Leitbild-Prozesses (siehe Kap. 7.1) überzeugt werden, dass sich die Region langfristig nur touristisch profilieren kann, wenn alle ein gemeinsames Ziel verfolgen. Dies soll sich auch über ein gemeinsames CI ausdrücken.

**Dezentrale Gästeinformationen:** Über ein Netz dezentraler Gästeinformationsstellen mit geschultem Personal in Tourist-Informationen, Gastronomiebetrieben und an stark frequentierten touristischen Zielen, sollen Einheimische und Touristen optimal beraten und informiert werden. Der Ansatz regionaler Info- und Vinotheken wurde in diesem Zusammenhang ebenfalls in den Workshops thematisiert und soll

im Zuge des touristischen Leitbildprozesses weiterentwickelt werden. Die Idee dezentraler Infotheken im gesamten LEADER-Gebiet und einer Vinothek im Alsenztal wird von den regionalen Tourismusstellen generell positiv gesehen. Zur möglichen Lage und zu denkbaren Betreiberkonzepten müssen weitere detaillierte Planungen und Machbarkeitsuntersuchungen vorgenommen werden. Neben der reinen Information könnten in den Info- und Vinotheken auch regionale Produkte und Merchandising-Artikel angeboten werden.

Durch die einheitliche Gestaltung und Nutzung einer zentral gepflegten Datenbank oder eines Portals (z.B. TKN), soll die interne Kommunikation unter den Touristikern deutlich verbessert und intensiviert werden.

**Erprobung neuer Technologien:** Die Nutzung innovativer Technologien zur Informationsvermittlung an Gäste nimmt ebenfalls einen hohen Stellenwert ein und soll systematisch ausgebaut werden. Über Wettbewerbe, auch mit den regionalen Hochschulen, sollen neue technische Modelle erprobt und langfristig flächendeckend eingesetzt werden.

Gezielte und gebündelte Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen für Gäste in den potenziellen Zielgebieten im Einzugsbereich des Verkehrsverbundes sollen zusätzlich neue Gästegruppen erschließen. Um das Marketing zielgruppenorientiert ausrichten zu können soll zunächst ermittelt werden, was die Gäste über die Region denken oder sich darunter vorstellen. Hierzu könnten Befragungen in den beschriebenen Quellgebieten durchgeführt werden.

**Imageträger definieren:** Ein Vorschlag aus den Workshops sieht vor, Themen und Personen zu benennen, die als Imageträger für die Region fungieren könnten. Genannt wurden dabei Natur & Wald, Genuss & Geselligkeit, Feste, urig & ursprünglich, Ruhe, Fußball (FCK) und Wein. Entlang dieser Themen sollen Angebotspakete und Marketingmaßnahmen geschnürt werden.

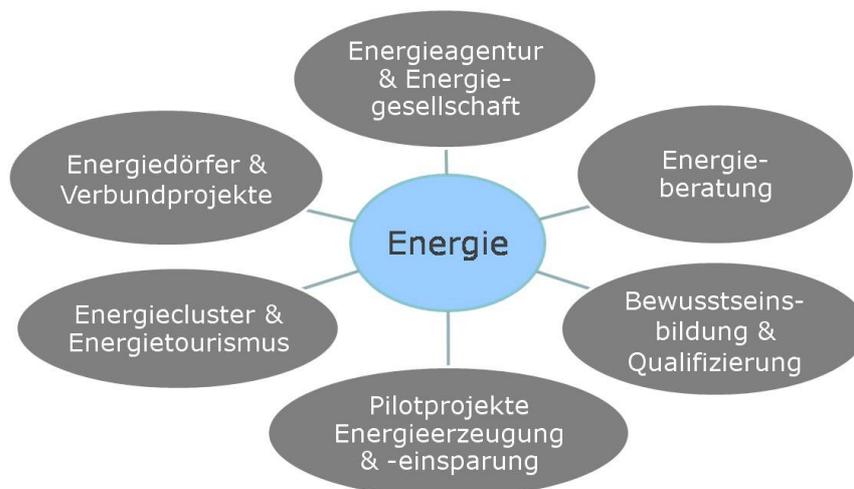
## Exemplarische Projektbereiche

- Entwicklung eines Corporate Design (z.B. Logo) zur Gestaltung der Marketingmaterialien
- Marketingkonzepte für bestimmte Schwerpunktthemen wie Kelten, Römer, Wandern etc.
- einheitliche Ausstattung von Info-Ecken und -stellen, z.B. über ein Info- und Vinothekenkonzept
- Entwicklung gemeinsamer Angebotsprospekte
- gemeinsamer Messestand

## Beteiligte

Touristiker, Kommunen, Touristische Anbieter, Agentur(en)

## 7.3 Handlungsfeld 3: Energie



### 7.3.1 Teilhandlungsfeld „Energieagentur & Energiegesellschaft“

#### Ausgangslage

Zwischen den vielfältigen Akteuren im Energiebereich fehlt es sowohl auf Erzeuger- als auch auf Verbraucherseite an einer systematischen Vernetzung und Abstimmung.

Zu unterschiedlichen Fragestellungen der regenerativen Energien gibt es bereits Bestandsaufnahmen bzw. sie sind derzeit beauftragt. In einigen Bereichen fehlen jedoch noch Daten als Grundlage für eine weitere fundierte Bearbeitung des Themas. Zudem sind die Daten zum Teil nur für ein Teilgebiet der LEADER-Region erhoben worden und müssen ergänzt werden.

#### Ziele

**Kompetenzaufbau:** Um die Ziele in diesem Handlungsfeld erreichen zu können, sollen Kompetenzen und fachliches Know-how gebündelt werden. Über einen systematischen Austausch sollen Projekte koordiniert, Innovationen vorangetrieben und die Gesamtziele erreicht werden. Im Themenfeld Energie sollen – möglichst umfassend – vorhandene Kompetenzen erschlossen und verfügbar gemacht werden.

**Zentrale Anlaufstelle:** Die Schaffung einer zentralen Anlaufstelle, bei der alle Beteiligten jederzeit wichtige Informationen abrufen und kompetente Unterstützung erhalten können, wird angestrebt.

**Leistungsfähige Struktur:** Mit dem Aufbau einer leistungsfähigen Struktur soll es möglich sein, aktiv Projekte zu entwickeln, Kooperationen zu initiieren und die Umsetzung von Vorhaben zu begleiten.

**Aufbau regionale Energiegesellschaft:** Mit dem Aufbau einer regionalen Energiegesellschaft soll eine Steigerung des Bewusstseins für regionale Energie und die Erwirtschaftung eigener Einnahmen zur Finanzierung von Maßnahmen der Bewusstseinsbildung und Beratung bewirkt werden.

## Strategie

**Zentrale Anlaufstelle:** In einer ersten Phase soll möglichst zügig eine Anlaufstelle geschaffen werden, die Informationen bündelt, als Ansprechpartner für Information und Beratung fungiert und die laufende Vernetzung der Akteure vorantreibt. Wichtige Projekte sollen aktiv initiiert und vorangetrieben werden.

**Runder Tisch Energie:** Als ein erster Schritt der Vernetzung und Kooperation in der Region soll von Beginn an ein „Runder Tisch Energie“ installiert werden. Hier sollen die Akteure des Themenfeldes in einen kontinuierlichen Austausch treten, gemeinsame Projekte abstimmen und koordinieren.

**Geeignete Organisationsstruktur:** Zu Beginn ist eine geeignete Organisationsform zu finden. Dabei muss geprüft werden, inwieweit wichtige Partner im Energiesektor sich an der Finanzierung und Trägerschaft beteiligen. Die Federführung sollen die beiden Landkreise Donnersberg und Kaiserslautern übernehmen. Zunächst soll die Anlaufstelle als extern zu beauftragender Dienstleister oder als kommunale Stelle agieren. Die Trägerstruktur und Organisationsform ist zu bestimmen und die Gründung entscheidungsreif vorzubereiten.

### **Aufgabenbereiche der Organisation:**

- Informationsübersicht und Anlaufstelle für alle Interessenten
- Erschließung und Vernetzung bestehender Beratungs- und Informationsangebote, Zusammenarbeit mit ähnlich ausgerichteten und ergänzenden Institutionen außerhalb der Region
- aktive Vernetzung und Austausch, regionale Abstimmung zwischen regionalen Energieversorgern und den beteiligten Akteuren bezüglich regionaler Energieprojekte
- gezielte Entwicklung von innovativen Verfahren und Projekten im gesamten Themenspektrum der Energieeffizienz, Energieeinsparung und Energieerzeugung
- Steuerung und Koordination aller Aktivitäten der Bewusstseinsbildung und Beratung in diesem Handlungsfeld (s. nachfolgende Teilbereiche der Strategie)

**Regionale Energiegesellschaft:** In einer zweiten Phase können die o.g. Funktionen in eine verbindlichere Organisationsform, z.B. in eine Energiegesellschaft überführt werden. Zu prüfen ist dann, inwieweit es gelingt, ein regionales Energie-Label zu schaffen, das eine klar wahrnehmbare Identifikation mit regional erzeugter Energie erlaubt. Die Erzielung eigener Einnahmen, beispielsweise über Contracting-Modelle bei kommunalen und privatwirtschaftlichen Liegenschaften, ist zu prüfen.

**Regio-Energie:** Als Instrument der regionalen Identifikation mit regenerativer und in der Region erzeugter Energie soll geprüft werden, inwieweit die beteiligten Stromerzeuger ein Label „Regio-Energie“ mittragen und darüber eine stärkere Kenntlichmachung und Identifikation erreicht werden kann.



**Bestandsaufnahme:** Zu Beginn der Arbeit soll eine Bestandsaufnahme für die gesamte Region nach und nach vervollständigt werden. Dazu zählen die Ermittlung u.a. von Photovoltaik-Potenzialen, von großen Verbrauchern und die Vervollständigung weitergehender Bestandsaufnahmen.

**Kompetenzaufbau:** Durch die Energieagentur/Energiegesellschaft soll von Beginn an eine Wissensbündelung und ein Kompetenzaufbau erfolgen. Die Zusammenarbeit mit Hochschulen und Forschungseinrichtungen in der Region und weit darüber hinaus soll gesucht und institutionalisiert werden. Bestehendes Know-how soll gebündelt und in der Region breit verfügbar gemacht werden.

**Wissensdatenbank Energie:** Eine geeignete Form einer Wissensdatenbank soll gefunden und erprobt werden. Die Erschließung und Nutzbarmachung externer Know-how-Quellen und die Ergänzung und Erweiterung der Datenbank um regionale Informationen stehen dabei im Vordergrund. Die erschlossenen Informationen sollen der Bevölkerung und den beteiligten Akteuren leicht zugänglich sein und kontinuierlich eingepflegt werden. Sie speisen einerseits die unterschiedlichen Beratungs- und Informationsangebote und werden umgekehrt durch alle in dieser Strategie durchgeführten Maßnahmen wiederum ergänzt und erweitert. Der Aufbau einer entsprechenden Datenbank oder vergleichbarer Lösungen schafft somit eine Struktur zur Unterstützung eines Lernens in der Region.

### Exemplarische Projektbereiche

- Konzept zur Klärung der Organisationsform, Trägerstruktur und Finanzierung
- Runder Tisch Energie
- Foren und Veranstaltungen zur aktiven Vernetzung der wichtigsten Beteiligten im Energiebereich
- Entwicklung und Erprobung einer Wissensdatenbank oder alternativer Formen der Know-how-Bündelung
- Netzwerkbildung mit Wissenschaft und Praxis

### Beteiligte

Kommunen, Energieversorger, Unternehmen, Stadtwerke, Energieverbraucher, Fachbüros, Forschungseinrichtungen, Beratungsstellen

## 7.3.2 Teilhandlungsfeld „Pilotprojekte Energieerzeugung und Energieeinsparung“

### Ausgangslage

Aus unterschiedlichen Gründen werden Energieeinsparungs- und Effizienzsteigerungspotenziale häufig noch nicht genutzt. Die Ursachen dafür reichen von fehlendem Wissen und Bewusstsein, bis hin zu fehlender fachlicher Unterstützung und mangelnder eigener Zeit zur Klärung und Prüfung entsprechender Konzeptionen (vor allem bei Unternehmen).

In der Energieerzeugung werden manche energetischen Potenziale noch nicht genutzt, da noch keine technisch zuverlässigen Lösungen vorliegen oder diese noch nicht bekannt sind. In anderen Fällen fehlt es weniger an den technischen Möglichkeiten als vielmehr an der Akzeptanz für solche Lösungen bei den Entscheidern.

In der Phase der Projektsondierung und Entscheidungsfindung sind die Hürden erforderlicher Machbarkeitsstudien und Untersuchungen oft noch zu hoch und werden gescheut.

## Ziele

**Steigerung des Anteils regenerativer Energien:** Der Anteil regenerativer Energien soll wie oben beschrieben weiter deutlich gesteigert werden. Dazu sollen möglichst vielfältige Energiequellen regional genutzt werden.

**Nutzung stofflicher & energetischer Ressourcen:** Vorhandene stoffliche und energetische Ressourcen der Region sollen weitestgehend in der Region wieder genutzt und durch geeignete Projekte besser erschlossen und verfügbar gemacht werden. Soweit noch nicht vorhanden, sollen entsprechende Pilotprojekte technische Verfahren entwickeln und anwenden helfen.

**Stärkung regionaler Unternehmen:** Regionale Unternehmen aus Energieerzeugung, Planung, Landwirtschaft und dem Betrieb von Anlagen sollen wirtschaftlich gestärkt werden. In der Region erprobte Maßnahmen und Verfahren sollen auch überregional zum Einsatz kommen können. Durch den entstehenden Vorsprung und entsprechende Referenzen sollen in den genannten Wirtschaftsbereichen Arbeitsplätze gesichert und neu geschaffen werden.

## Strategie

**Kooperation mit Hochschulen, Wirtschaft, Forschungseinrichtungen:** In der Entwicklung und Begleitung von Projekten und Aufgabenstellungen soll systematisch mit unterschiedlichen Institutionen aus Forschung und Entwicklung kooperiert werden.

**Privatwaldnutzung:** Angesichts der Strukturierung des Privatwaldbesitzes in sehr kleine Parzellen, werden Potenziale der Holznutzung nicht ausreichend genutzt. Durch die Schaffung kooperativer Bewirtschaftungskonzepte sollen zusätzliche Potenziale genutzt, für die regionale Energieversorgung Holz erschlossen und für die Eigentümer eine Wertschöpfung erzielt werden. Handlungsansätze reichen von Maßnahmen der Bodenordnung bis hin zur Bildung von Kooperationen (z.B. Forstbetriebsgemeinschaften, Genossenschaften). Geeignete Handlungsansätze sind gemeinsam mit den Beteiligten zu finden.

**Nachwachsende Rohstoffe:** Angesichts des sich verändernden Preisgefüges im Bereich landwirtschaftlicher Produkte soll geprüft werden, mit welchen Kulturen und Verfahren und in welchem Umfang nachwachsende Rohstoffe wirtschaftlich sinnvoll in der Region erzeugt werden können. Vielversprechende Ansätze sollen pilothaft erprobt werden. Beispiele können Kurzumtriebsplantagen zur Energieholzerzeugung sein.

**Potenzialanalysen und systematischer Ausbau regenerativer Energien:** Es sollen systematisch Steigerungspotenziale aufgedeckt und genutzt werden. So können z.B. durch Repowering im Bereich der Windenergie die erzielten Leistungen etwa vervierfacht werden.

**Besondere stoffliche Potenziale:** Besondere, in der Region vorhandene energetische/stoffliche Potenziale sollen gezielt genutzt werden. Dazu erforderliche technische und verfahrenstechnische Untersuchungen und Pilotanlagen sollen gezielt entwickelt und realisiert werden. Beispiele können die Verwendung von



Resten aus der Mehlproduktion (Kleie) oder die Fülle an Inkontinenzabfällen aus Altenpflegeheimen sein.

**Pilotprojekte Energieerzeugung:** In allen denkbaren Formen der regenerativen Energiegewinnung können innovative Projekte entwickelt werden. Weitere Beispiele können Projekte zur Untersuchung und Erprobung neuer Verfahren der Geothermie oder von Blockheizkraftwerken sein.

**Pilotprojekte Verfahren und vorinvestiver Maßnahmen:** In vielen Bereichen sollen gezielt Lücken im Verfahren geschlossen werden. So sollen im Bereich der Photovoltaik-Nutzung gezielt Eigentümer von Dächern und Anlagenbetreiber zusammengebracht und die Verbreitung beschleunigt werden. Auch innovative Finanzierungs- und Betreibermodelle sollen mitentwickelt und erprobt werden.

**Lastganggerechtes Steuern und Speichern:** Zur Verwirklichung dezentraler regenerativer Energieerzeugung ist eine bedarfsgerechte Steuerung der Energieerzeugung erforderlich. Die entsprechenden Steuerungsmechanismen und Formen der Zusammenarbeit sollen entwickelt und erprobt werden. Auch die Ermittlung und Realisierung entsprechender Speichermöglichkeiten können Gegenstand von Projekten sein.

In diesem Maßnahmenbereich will die LEADER-Strategie vor allem Impulsgeber, Vernetzer und Initiator für aussichtsreiche Projekte sein. Innerhalb der LEADER-Strategie wird der Schwerpunkt voraussichtlich auf eher kleineren Projekten im Bereich von Potenzialanalysen, Know-how-Projekten und Maßnahmen zur Projektentwicklung liegen. Die Mehrzahl der eigentlichen Energie-Infrastrukturprojekte wird in anderen Finanzierungswegen realisiert werden.

### Exemplarische Projektbereiche

- Machbarkeitsstudien und Potenzialanalysen
- Pilotprojekte zu neuen technischen Verfahren

### Beteiligte

Kommunen, Unternehmen, Betreiber, Bürger/innen

## 7.3.3 Teilhandlungsfeld „Energiedörfer und Verbundprojekte“

### Ausgangslage

Überlegungen zur Energieeinsparung werden meist auf einzelne Objekte, je nach eigener Haltung der einzelnen Grundstücks- und Hauseigentümern zum Thema, bezogen. Eine gemeindeweite integrierte Vorgehensweise gibt es bisher nicht. Dadurch werden potenziell realisierbare und rentable Verbundprojekte gar nicht erst realistisch geprüft.

In der Anlage von Neubaugebieten, bei der Bauleitplanung und im entsprechenden rechtlichen Rahmen wird oft noch zu wenig auf Fragen der Energieversorgung Rücksicht genommen. So wird häufig von vorneherein an ungünstigen Standorten bzw. in ungünstiger Ausrichtung gebaut und Vorschriften unterschiedlicher

Rechtsbereiche berücksichtigen nicht immer ausreichend die Anliegen der energetischen Betrachtung.

## Ziele

**Pilotdörfer:** Die Schaffung mehrerer Pilotdörfer, die in ihrer Gemeinde Ziele der Energieeinsparung, -effizienz und regenerativen Erzeugung vorbildlich und unter Beteiligung der Bürger/innen umsetzen, soll realisiert werden.

**Systematische Verfahren:** Zur Analyse der Energiesituation und der Entwicklung angepasster, innovativer und integrierter Energiekonzepte in ganzen Gemeinden sollen systematische Verfahren erprobt und entwickelt werden. Dieses Verfahren soll dann im Erfolgsfall möglichst flächendeckend verbreitet und angewandt werden.

**Projekte:** Die Etablierung mehrerer Projekte der Energieeinsparung und der regenerativen Erzeugung im Verbund vieler Beteiligter wird angestrebt.

## Strategie

**Erschließung von Verbesserungspotenzialen:** Bei der Betrachtung ganzer Siedlungen oder Siedlungsteile soll das Erschließen von Verbesserungspotenzialen im Bestand besonders im Fokus stehen, da hier die mit Abstand größten Potenziale und Herausforderungen gesehen werden. Parallel dazu sollen neu entstehende Baugebiete modellhaft entwickelt werden. Bezüglich der rechtlichen Rahmenbedingungen sollen vorhandene Spielräume durch eine bessere Abstimmung und ggf. regional mögliche Anpassungen genutzt werden.

**Gemeindeweite oder übergreifende Bestandsaufnahme:** Denkbar wäre die Erstellung einer Gesamtanalyse für ein Dorf mit anschließender Projektentwicklung. Vergleichbar der Vorgehensweise bei der Dorferneuerungsplanung, soll zunächst pilothaft und dann möglichst verbreitet eine systematische Analyse der Energiesituation in der kompletten Gemeinde vorgenommen werden. Elemente einer Bestandsaufnahme können sein:

- Art und Zustand der Heizung
- Energieverbrauch – vor allem größere Verbraucher an Strom und Wärme
- Potenziale zur Energiegewinnung
- Planungen und Absichten kommunaler und privater Träger

Die Durchführung solcher Bestandsaufnahmen kann neben der erforderlichen fachlichen Begleitung mit einer Bürger/innenbeteiligung bzw. unter Mitwirkung der Gemeinderäte und eventuell zu etablierender Bürger-Projektgruppen erfolgen. Damit einher ginge eine intensive und direkte Bewusstseinsbildung sowohl bei den aktiv Beteiligten als auch bei den angesprochenen Bürger/innen und Hauseigentümern.

**Entwicklung eines Dorf-Energie-Konzeptes:** Aufbauend auf den Potenzialanalysen sollen unterschiedliche Versorgungsszenarien durchgespielt und geprüft werden. Hier können dann sowohl dorfbezogene Projekte als auch Kooperationsprojekte mit Nachbargemeinden entstehen. Die Konzeption soll dann die jeweils sinnvollste Verbindung unterschiedlicher Projekte ermitteln, die Projektentwicklung und -umsetzung soll fachlich begleitet werden. Durch die Konzeption können solche Verbund- und Insellösungen herauskristallisiert werden, deren Kombination sinnvoll ist.

**Energiedörfer:** In den beteiligten Gemeinden sollen jeweils individuelle Zielsetzungen hinsichtlich Energieversorgung und -erzeugung diskutiert und vereinbart werden. Innerhalb der Gemeinden soll ein Austausch im Sinne von Energiestammtischen entstehen (s. Maßnahmenbereich Bewusstseinsbildung).

**Modellhafte Neubaugebiete:** An einem oder mehreren Modellfällen soll geprüft werden, wie bereits in der Bauleitplanung, beginnend mit dem Prozess der Erschließung und Nutzung von Neubaugebieten, möglichst energieoptimale Lösungen entwickelt werden können. Zunächst modellhaft, sollen mit den beteiligten Behörden möglichst optimale Planungen erstellt werden. Es sollen geeignete Formen gefunden werden, um möglichst durchgängig im Sinne dieser Strategie gute energetische Lösungen realisieren zu können. Das Spektrum soll dabei von Vorgaben in der Bauleitplanung bis zu einem Handbuch mit realisierbaren Projektideen und Vorschlägen für alle Beteiligten reichen.



**Verbundprojekte bei Baumaßnahmen:** Bei großflächigen Baumaßnahmen z.B. im Straßenbau soll rechtzeitig eine vergleichbare Vorgehensweise im Verbund geprüft werden. Auch hier sollen modellhaft Erschließungsmöglichkeiten, z.B. im Bereich Nahwärme, mit regenerativer Erzeugung geprüft und mit den Beteiligten umsetzungsreif gemacht werden.

## Exemplarische Projektbereiche

- Energieanalyse auf Gemeinde oder Gemeindeteilebene mit fachlicher Betreuung und partizipativen Elementen
- Potenzial- und Machbarkeitsanalysen für Verbundlösungen, fachliche Beratung und Begleitung in der Umsetzung
- Begleitung, Beratung und Betreuung von Energiedörfern sowie konkrete Projekte in den Gemeinden
- Recherche und Erstellung von Handreichungen für die energieoptimale Erschließung von Siedlungen oder Siedlungsteilen

## Beteiligte

Kommunen, Bürger/innen, Energieversorger, Fachplaner, Behörden

### 7.3.4 Teilhandlungsfeld „Bewusstseinsbildung und Qualifizierung“

#### Ausgangslage

Zwar besteht bereits ein hohes Maß an Aufgeschlossenheit gegenüber den Themen und Zielen dieser Strategie bei einem Teil der Bevölkerung, jedoch werden noch deutlich zu wenig der vielen Potenziale genutzt: Es gibt Informationsdefizite, es bestehen Vorbehalte gegenüber einzelnen Technologien und insgesamt gibt es hohe Beharrungskräfte in bekannten und vertrauten Strukturen.

Eine Bewusstseinsbildung ist daher in allen Bevölkerungs- und Zielgruppen erforderlich als Voraussetzung für das effiziente und entschlossene Nutzen technisch und verfahrensmäßig machbarer zeitgemäßer Energielösungen.

#### Ziele

**Aufgeschlossenheit und Aufbruchsstimmung:** In der gesamten Region besteht eine hohe Aufgeschlossenheit gegenüber der Idee und den Zielen der „rechnerisch autarken Region“. Es entsteht ein positives Klima (Aufbruchsstimmung) in Sachen regionaler und regenerativer Energiegewinnung.

**Aktive Beteiligung:** In allen für Entscheidungen über beschriebene Projekte und Maßnahmen relevanten Zielgruppen besteht ein guter Informationsstand und eine hohe Bereitschaft, Projekte anzugehen.

**Erreichung der Gesamtziele:** Mittelbar steht das Erreichen der Gesamtziele dieser Strategie im Handlungsfeld Energie im Fokus.

#### Strategie

**Vorträge:** Für unterschiedliche Zielgruppen – von Schülern über Vereine bis hin zu fachlichen Spezialgruppen wie Handwerker, Architekten, Gemeinderäten – soll ein Vortragsprogramm entwickelt und zusammengestellt werden. Die Vorträge können zu unterschiedlichen Anlässen abgerufen und gebucht werden. Zu besonders wichtigen Themen sollen Vortragsreihen gezielt in der gesamten Region durchgeführt und beworben werden.

**Ausbildung/Zusammenstellung von „Energie-Scouts“:** Geeignete Personen mit entsprechendem fachlichen Hintergrund und persönlicher Eignung sollen für die Durchführung unterschiedlicher Maßnahmen der Bewusstseinsbildung und Weiterbildung ausgewählt, in einer Liste geführt und gemeinsam weitergebildet werden.

**Schulen und Kindergärten:** Gemeinsam mit Schulen und soweit möglich, auch bereits mit Kindergärten, sollen gezielt Programme zur Bewusstseinsbildung entwickelt und durchgeführt werden. Dies kann von Referenten in der Schule, über Materialien (Autarkie-Baukasten, Energiekiste) bis zu außerschulischen Lernprojekten führen. Besonderes Augenmerk soll auf Projekte mit Schülern gelegt werden, die auch nach außen wirken. So können z.B. in Schulprojekten Analysen und Interviews in Teilen der Bevölkerung gemacht werden. Bewusstseinsbildende Effekte werden so auf beiden Seiten erreicht – bei Schülern wie befragten Bürger/innen.

**Energiestammtische:** Vor allem im Zuge der Bestrebungen zu den Energiedörfern, aber auch darüber hinaus, soll die Einrichtung von Energiestammtischen und

anderen Formen des bürgerschaftlichen Engagements in diesem Thema gefördert werden.

**Aktionstage:** Soweit sinnvoll, kann in Aktionstagen und anderen geeigneten Veranstaltungen auf die bereits realisierten und realisierbaren Verfahren und Möglichkeiten hingewiesen und darüber informiert werden.

**Weiterbildungsangebote:** Für unterschiedliche Zielgruppen soll ein umfassendes Weiterbildungsangebot entstehen und genutzt werden. Es zielt zunächst auf Akteure in der Region, kann aber bei entsprechendem Erfolg darüber hinaus ausgedehnt werden (siehe Kapitel 7.3.3). Wichtige Zielgruppen sind:

- private Bauherren
- Kommunen (Mitarbeiter Verwaltung) und Kommunalpolitiker (Bürgermeister, Gemeinderäte)
- Handwerker
- Planer und Architekten

Dabei ist zu prüfen, inwieweit eine Art regionales Zertifikat (vor allem im Handwerksbereich) ausgestellt werden kann, um die geschulten Handwerker entsprechend kennzeichnen und ein qualifiziertes Angebot transparent darstellen zu können.

**Energiedörfer:** Die Idee der „Energiedörfer“ soll vermittelt und interessierte Gemeinden für eine systematische Analyse und Weiterentwicklung der jeweiligen Energiesituation gewonnen werden (siehe Kapitel 7.3.3). Die Information und Betreuung der beteiligten Dörfer stellt einen Maßnahmenbereich im Zuge der Bewusstseinsbildung und Weiterbildung dar. Die besten Projekte sollen bei der Bewerbung für überregionale Wettbewerbe unterstützt werden.

**Autarkie-Baukasten/Handreichungen:** Zur Unterstützung der unterschiedlichen Investoren, Eigentümer und Akteure sollen Handreichungen und Leitfäden z.B. für energiebewusstes Vorgehen im Altbau oder bei der Erschließung von Neubaugebieten herausgegeben und gezielt eingesetzt werden. In der Erstellung hat die Recherche und Verwendung bereits anderweitig entwickelter Materialien Vorrang vor der eigenen Produktion. Erst auf der Basis einer ausführlichen Recherche sollen für die Region angepasste Materialien entwickelt werden.



**Exkursionen:** Für Beteiligte können Exkursionen in der Region und außerhalb ein wichtiger Beitrag sein, um sich in der Praxis unterschiedliche Verfahren und Anlagen ansehen zu können und mit den Betreibern im direkten Gespräch in einen Erfahrungsaustausch zu treten. Hier können auch Aktivitäten der gebietsübergreifenden und transnationalen Kooperation hervorragend ansetzen. Entsprechend sollen hier gezielte Kooperationsregionen recherchiert werden.

## Exemplarische Projektbereiche

- Vorträge und Vortragsreihen
- Entwicklung und Durchführung von Seminaren und Weiterbildungsveranstaltungen
- Exkursionen
- Arbeitsmaterialien

## Beteiligte

Schulen, Experten, Weiterbildungsträger, Kommunen, Unternehmen, Hochschulen

### 7.3.5 Teilhandlungsfeld „Energieberatung“

#### Ausgangslage

Trotz unterschiedlicher Anreize und teilweise bereits vorhandener Beratungs- und Informationsangebote, bleiben viele Potenziale im Bereich Energieeinsparung, -effizienz und -erzeugung noch ungenutzt. Bestehende Angebote sind teilweise noch zu wenig bekannt bzw. setzen noch nicht auf allen relevanten Ebenen und Zielgruppen an.

#### Ziele

**Zentrale Energieberatung:** Primäres Ziel ist es, eine zentrale Anlaufstelle für die gesamte Energieberatung (siehe auch Energieagentur) zu schaffen.

**Erschließung Einsparpotenziale:** Die Erschließung weiterer Einsparpotenziale und die deutliche Erhöhung des Anteils regional regenerativ erzeugter Energien in der Versorgung von Unternehmen und Einrichtungen in Wirtschaft, Kommunen und Privathaushalten, wird angestrebt.

**Investoren und Träger für Projekte:** Für geplante Projekte sollen möglichst viele potenzielle Investoren und Träger im genannten Bereich angesprochen und gewonnen werden.

#### Strategie

**Transparenz der Beratungsangebote:** Zu den Themen dieses Handlungsfeldes gibt es bereits eine Fülle von Beratungs- und Förderangeboten. In einem ersten Schritt wird es die Aufgabe sein, Transparenz in die Fülle der Beratungsangebote unterschiedlichster Träger zu bringen und diesen Überblick kontinuierlich aktuell zu halten. Angesichts der Dynamik, mit der neue Angebote entstehen, kommt dieser Aufgabe eine hohe Bedeutung zu. Neben öffentlichen Angeboten sollen auch private Möglichkeiten erfasst und gelistet werden. Erst darauf aufbauend werden zusätzliche eigene Beratungsangebote nach Bedarf geschaffen.

**Beratungsangebote für Unternehmen:** Ein Beratungsschwerpunkt wird in der Beratung von Unternehmen gesehen, die teilweise erhebliche Energieeinsparungspotenziale aufweisen. Hier ist eine aktiv auf die Unternehmen zugehende Einstiegsberatung erforderlich, bei der eine kurze Potenzialanalyse und konkrete Vorschläge für vertiefende Untersuchungen bzw. Projektentwicklungen erfolgen können. Projekte zur regenerativen Energieversorgung und Energieeinsparmaßnahmen sollen gezielt betreut werden, entsprechende Fördermöglichkeiten erschlossen und ggf. Experten vermittelt werden. Die Betreuung von Unternehmen muss bei Neubauprojekten oder Erweiterungen früh beginnen und nach Möglichkeit bereits im Vorfeld von Planungen erfolgen.

**Private Bauherren:** Für private Bauherren sollen vorhandene Beratungsangebote gebündelt, vermittelt und nach Bedarf ergänzt werden.

**Kommunen:** Die Kommunen als Betreiber, teils sehr großer Gebäudebestände, sind eine wichtige Zielgruppe zur aktiven Beratung und gemeinsamen Entwicklung von energetischen Konzepten zur Verbesserung der Situation. Beteiligt sind sowohl die Mitarbeiter als auch die kommunalen Entscheidungsträger.

**Kirchen und Sportvereine:** Auch bei kirchlichen Trägern und Sportvereinen wird noch erhebliches Potenzial gesehen, das durch gezielte Beratung erschlossen werden kann. Es bestehen bereits für beide Bereiche ausgearbeitete Programme, wie das Projekt „Öko-Check in Sportvereinen“, jedoch sind diese noch nicht verbindlich. Institutionen sollen über bestehende Programme informiert und zu einer Teilnahme angehalten werden.

## Exemplarische Projektbereiche

- Schüler und Bürger/innen stellen Mitschülern und Mitbürgern vorbildliche Energieprojekte vor (Hemmschwellen abbauen)
- Umweltdiplome

## Beteiligte

Schulen, Experten, Weiterbildungsträger, Kommunen, Unternehmen (KMU), Hochschulen, Privatpersonen, weitere öffentliche Einrichtungen

## 7.3.6 Teilhandlungsfeld „Energiecluster Donnersberger und Lautrer Land & Energietourismus“

### Ausgangslage

Die LEADER-Region kann bereits auf eine Fülle von Aktivitäten im Bereich der regenerativen Energien zurückblicken. Viele Unternehmen haben einschlägige Erfahrungen zu diesem Thema, viele von ihnen sind überregional, manche international tätig.

Aus den geplanten Maßnahmen im Rahmen der LEADER-Strategie erwachsen voraussichtlich weitere Kompetenzen, Pilotprojekte sowie ein Netzwerk aus Experten mit unterschiedlichem Hintergrund aus Wirtschaft, Hochschulen, Kommunen, Planung, Beratung.

### Ziele

**Bündelung von Ressourcen:** Zur nachhaltig guten Kooperation in der Region sollen vorhandene interne und externe Ressourcen gebündelt werden.

**Energie-Kompetenz-Region:** Das LAG-Gebiet soll sich als Energie-Kompetenz-Region positionieren, die in unterschiedlichen Formen „exportiert“ werden kann.

**Steigerung der Wertschöpfung:** Die Wertschöpfung der beteiligten Unternehmen und Institutionen soll durch eine gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit, gemeinsame Marketingmaßnahmen und Kooperationsprojekte national und international gesteigert werden.

**Energietourismus:** Die Entwicklung und Etablierung eines Energietourismus bzw. von Angebotsbausteinen, die durch Gäste aus anderen Regionen wahrgenommen und genutzt werden, soll erzielt werden.

## Strategie

**Energiekompetenz als Exportartikel:** Je stärker ein Vorsprung hinsichtlich der beschriebenen Energieziele in der Region erreicht werden kann, desto besser sind die Chancen, die regional vorhandenen Kompetenzen im Sinne einer Clusterbildung zu verstärken und überregional erfolgreich einsetzen zu können. Die regionale Energiekompetenz soll so zum Exportartikel der Region werden.

**Energie-Cluster Donnersberger und Lautrer Land:** Eine dauerhafte Zusammenarbeit und Vernetzung wirtschaftlicher Akteure aus den Themenbereichen Energie, Wirtschaft, Hochschule, Forschung, Verwaltung, Planung, Landwirtschaft, etc. soll etabliert und betreut werden. Über die im Rahmen der LEADER-Strategie mögliche Betreuung hinaus soll die Anerkennung und Etablierung als Wirtschafts-Cluster geprüft und angestrebt werden. Eine regionale Ausdehnung über das LEADER-Gebiet hinweg kann erfolgen.

**Energietourismus:** Interessante Anlagen im Energiebereich können zu einer touristischen Route zusammengestellt werden und mit entsprechender Informationsbereitstellung im touristischen Angebot platziert werden. Gezielt können für interessierte Gästekreise Besichtigungen mit Fachprogrammen, Vorträgen und Weiterbildungen kombiniert werden. So können Programme für unterschiedliche Zielgruppen entstehen (siehe Kapitel 7.3.4), die über die beteiligten Partner und die Tourismusorganisationen beworben werden können.

**Energie-Akademie:** Es soll geprüft werden, inwieweit das regionale Angebot an Know-how und realisierten Projekten dazu ausreicht, ein professionelles und überregional wirksames Weiterbildungsangebot rund um Themen der Energieeinsparung und regenerativen Erzeugung aufzubauen. Zudem gilt es zu prüfen, welche Trägerstruktur geeignet sein könnte. Der Aufbau einer Energie-Akademie würde die Bestrebungen der formulierten Strategie deutlich verstärken und eine zusätzliche wirtschaftsfördernde Wirkung für die Region erzielen.

**Kooperation in der Region:** Von Beginn an soll in der Region die systematische Zusammenarbeit der wirtschaftlichen Akteure untereinander sowie mit Kommunen, Forschung und Wissenschaft gefördert und betreut werden.

**Wissensdatenbank:** (siehe Maßnahmenbereich Energieagentur)

## Exemplarische Projektbereiche

- Betreuung der Kooperationen Wirtschaft, Wissenschaft, Verwaltung
- gemeinsame Marketingprojekte der beteiligten Unternehmen als regionales Standortmarketing
- Projekte zum Energietourismus
- Projekte zur Konzeption und Durchführung von Weiterbildungsveranstaltungen
- Aufbau der Voraussetzungen für ein Clustermanagement

## Beteiligte

Unternehmen, Kommunen, wissenschaftliche Institutionen

## **8 GEPLANTE GEBIETSÜBERGREIFENDE UND TRANSNATIONALE ZUSAMMENARBEIT**

### **Kooperation regional**

Nicht nur innerhalb der LEADER-Region spielt der Vernetzungs- und Kooperationsgedanke eine zentrale Rolle. Auch mit Blick über die Grenzen des LEADER-Gebietes hinaus möchte die LAG einen aktiven Austausch zu anderen rheinland-pfälzischen LEADER-Gebieten sowie zu internationalen Partnern von Beginn an aufnehmen. Zunächst sollen zwar die internen Prozesse und Maßnahmen geklärt und in die Umsetzung gebracht werden, doch mögliche Kooperationsprojekte sollen bereits im Laufe der ersten beiden Jahre gestartet werden.

Aufgrund der räumlichen Lage des LEADER-Gebietes sieht sich die LAG „Donnersberger und Lautrer Land“ als wichtiges Bindeglied zwischen den nördlichen und südlichen LEADER-Aktionsgruppen in Rheinland-Pfalz. So könnte durch eine Vernetzung mit den LEADER-Regionen Pfälzerwald und Rheinhessen-Zellertal eine Brücke von Norden (Rheinhessen) nach Süden (Pfälzerwald) geschlagen werden, um ein durchgängiges LEADER-Netzwerk zu initiieren. Die Anbindung nach Westen könnte über die LAG Pfälzer Bergland hergestellt werden.

In der Praxis sind Kooperationsprojekte aneinandergrenzender Gebiete, aufgrund der kurzen Wege, logistisch leichter zu realisieren als mit entfernter liegenden LAG-Regionen. Zudem ist beispielsweise die Realisierung übergreifender Rad- und Wanderwege in der Regel nur mit direkt angrenzenden Fördergebieten möglich. Eine intensive Partnerschaft mit der LAG Pfälzerwald liegt ohnehin nahe, da die Kreisverwaltung Kaiserslautern an beiden LAGen beteiligt ist und es thematische Überschneidungen zwischen beiden Gebieten gibt. Insbesondere Projekte, die das gesamte Gebiet des Naturparks umfassen, können durch die Kooperation beider LAGen realisiert werden. Beide Regionen streben daher eine intensive Zusammenarbeit im Falle der Anerkennung an. Erste Vorgespräche haben bereits stattgefunden. Eine Zusammenarbeit ist in den folgenden Themen- und Projektbereichen denkbar:

- Kooperation einzelner Vermarktungsinitiativen
- überregionale Anbindungen an Rad- und Wanderwege (HBR, Pilgerweg, Premiumwege)
- Qualifizierungsmaßnahmen mit Akteuren
- innovative Informationsbereitstellung, z.B. Audio-Guide
- Energie.

Ähnlich gute Verbindungen bestehen zur LAG „Rheinhessen-Zellertal“, da die Kreisverwaltung Donnersbergkreis bereits Austauschbeziehungen und Beteiligungen an dieser LAG hat (das Zellertal liegt im LAG-Gebiet Rheinhessen-Zellertal). Seit längerem gibt es bestehende touristische Kooperationsprojekte zwischen dem Donnersberg-Touristik-Verband und der Rheinhessen-Touristik GmbH, z.B. die Herausgabe gemeinsamer Prospekte.

Zu beiden Regionen sollen die Kontakte während der kommenden Förderperiode intensiviert werden. Vorstellbar sind darüber hinaus Kooperationen mit weiteren Nachbarregionen, wie der LAG Pfälzer Bergland oder dem ILEK-Gebiet Westrich.

Eine enge interne Zusammenarbeit mit dem ILE-Gebiet Alsenz-Obermoschel und Rockenhausen erfolgt ohnehin über die Beteiligung der beiden Verbandsgemeinden in der LAG.

### **Internationale Partnerschaften**

Die LAG „Donnersberger und Lautrer Land“ möchte durch transnationale Kooperationen einen Beitrag zum europäischen LEADER-Netzwerkgedanken leisten und durch Pilotprojekte neue Wege beschreiten.

Mit Blick auf die gewählte Entwicklungsstrategie und die naturräumlichen Voraussetzungen der LEADER-Region bestehen mehrere Parallelen zur LAG Mostviertel in Niederösterreich, die derzeit aktiv nach Kooperationspartnern in den Bereichen „Ländlicher Tourismus“ und „Vermarktung regionaler Produkte“ über die Internetseiten der LEADER-Vernetzungsstelle sucht. Mitglieder der LAG „Donnersberger und Lautrer Land“ kennen die Region Mostviertel sehr gut. Zwischen einigen Kommunen gab es bereits erste Kontakte, jedoch noch nicht auf Projektebene. In Gesprächen wurde auf beiden Seiten die Absicht einer Kooperation bekräftigt. Im Laufe des Jahres 2008 soll es ein erstes persönliches Treffen einiger LAG-Mitglieder und der Regionalmanager geben, um konkrete Projektbereiche eingrenzen zu können.

Ergänzend denkt die LAG über eine Partnerschaft mit einer polnischen LEADER-Gruppe in Olesno in der Woiwodschaft Oppeln nach. Der Landkreis Kaiserslautern unterhält bereits partnerschaftliche Beziehungen zu dieser Region und es gab bereits einen Besuch in Olesno im Dezember 2007, bei dem auch eine spätere Zusammenarbeit beschlossen wurde. Mögliche Themenfelder sind:

- nachwachsende Rohstoffe/Energie
- ländlicher Tourismus
- Nahversorgung.

Zudem haben mehrere Verbandsgemeinden bestehende Verbindungen zu polnischen Regionen.

Darüberhinaus soll Laufe der Umsetzung der LILE nach weiteren geeigneten Partnerregionen, sowohl für feste Partnerschaften als auch für einen loseren Erfahrungsaustausch, gesucht werden. Entsprechend dem Ansatz, innovative Lösungsansätze aus anderen Regionen verfügbar zu machen, soll hier europaweit nach interessanten Lösungsansätzen Ausschau gehalten und diese in die Region geholt werden.

Mit Blick auf das Handlungsfeld Energie gilt es ein gezieltes europaweites Benchmarking zu betreiben, um die eigene Vorreiterfunktion durch systematisches „Lernen von den Besten“ voranzubringen. Es ist vorstellbar, dass in diesem Themenfeld durch überregional wirksame Tagungen ein auch landesweit interessantes Kooperationsprojekt entsteht. Dieser Denkansatz muss im Zuge der Umsetzung der LILE weiter konkretisiert werden.

## **9 GEPLANTE ARBEIT DER LAG, KOMPETENZENTWICKLUNG, SENSIBILISIERUNG UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT**

### **Installation eines leistungsfähigen Regionalmanagements**

Der von der LAG-Mitgliederversammlung gewählte Vorstand setzt – voraussichtlich ab 1. Mai 2008 oder 1. Juni 2008 – ein externes Regionalmanagementbüro zur Führung der Geschäfte und zur kontinuierlichen Umsetzung der erarbeiteten LILE ein. Die Gremien der LAG sind, wie in Kapitel 2 ausführlich beschrieben, dafür verantwortlich, dass die gemeinsam formulierten Entwicklungsziele schrittweise umgesetzt werden.

Durch die Vergabe des LEADER-Regionalmanagements an ein erfahrenes Beratungsbüro soll ein schneller Übergang von der Konzepterstellung zur Projektentwicklung und Realisierung der Ziele ermöglicht werden. Der LAG-Vorstand hat die wichtigsten Schlüsselfunktionen, die das Regionalmanagement wahrnimmt, im Verlauf der LILE-Erarbeitung festgelegt und wird diese Punkte als Kriterien bei der Auswahl eines geeigneten Büros berücksichtigen:

- Erfahrung und Kompetenzen in der beteiligungs- und umsetzungsorientierten Regionalentwicklung
- fachliches Know-how in den drei Handlungsfeldern der LILE
- hohe Kommunikations- und Moderationsfähigkeit
- langjährige Erfahrungen in Projektmanagement und -entwicklung
- gute Kenntnis der Region „Donnersberger und Lautrer Land.“

Das Regionalmanagement ist zudem die Schnittstelle zu den lokalen Akteuren, zur Bevölkerung und zur Presse. Das Beratungsbüro soll hier Kompetenzen und Erfahrungen bei der Durchführung von Bottom-Up-Prozessen einbringen. Mit zahlreichen moderierten Workshops und Informationsveranstaltungen im gesamten Gebiet der LAG wird das Ziel verfolgt, möglichst viele Akteure nachhaltig am LEADER-Prozess zu beteiligen. Der Vorstand steuert auf der Basis von Arbeitsplanungen den Einsatz der Arbeitskapazitäten des Regionalmanagements.

### **Projektentwicklung**

Die LAG will einen klaren Prozess der Projektbearbeitung einführen. In Abstimmung mit dem Land und den beteiligten Behörden wird ein systematisches Verfahren der Projektantragstellung durch das Regionalmanagement entwickelt und den Beteiligten kommuniziert.

Der erste Schritt für jeden Projektträger ist die Einreichung einer Projektskizze bei der LEADER-Geschäftsstelle. Um die Kompatibilität mit der LEADER-Entwicklungsstrategie von Beginn an sicherzustellen, wurde im Zuge der Erarbeitung der LILE bereits ein Formular „Projektskizze“ entwickelt, mit dem potenzielle Projektträger erste Projektansätze in einheitlicher Form beschreiben können.

Anhand dieser Projektskizze prüft das Regionalmanagement die Projektidee und berät ggf. die Projektträger bzgl. der Weiterentwicklung. Der Vorstand der LAG setzt Prioritäten der Projektbetreuung. Darauf aufbauend werden Finanzierungsmöglichkeiten geprüft und die Beratung der Projektträger eingesetzt.

Der Gesamtprozess von der Projektidee zum Projektantrag wird im Rahmen einer Vorstandssitzung im April 2008 festgelegt.

Die umsetzungsreife Entwicklung und spätere Projektrealisierung obliegt den Projektträgern. Nach Bedarf werden Projektgruppen gebildet und die Findung geeigneter Projektträger unterstützt. Das Regionalmanagement berät die Projektträger und –gruppen fachlich und methodisch.

### **Priorisierung der Projekte**

Alle Projekte, die im Rahmen der LEADER-Strategie realisiert und ko-finanziert werden sollen, müssen bestimmten Kriterien genügen. Dabei handelt es sich sowohl um Kriterien der LEADER-Förderung insgesamt als auch um spezifische Anforderungen der jeweiligen LAG. Im LAG-Vorstand wurden im Zuge der LILE-Erstellung erste Kriterien diskutiert und abgestimmt. Diesen wurde von der LAG-Mitgliederversammlung am 29. Februar 2008 zugestimmt. Die Liste der Kriterien soll jährlich überprüft, gegebenenfalls erweitert oder angepasst werden. Im Einzelnen sind folgende Kriterien definiert worden:

- LEADER-Strategie entsprechend
- wertschöpfend
- marktorientiert attraktiv
- imagebildend nach außen
- Struktur- und Multiplikationswirkung
- nachhaltig
- realisierbar/finanzierbar
- innovativ
- modellhaft und übertragbar
- identitätsstiftend nach innen
- regionale Kooperation verbessernd.

Der Vorstand kann bestimmte Termine zur Einreichung von Projekten und zur Entscheidung über entsprechende Prioritäten festlegen. Die Intensität der Beratungsleistungen wird dementsprechend gesteuert.

### **Kompetenzentwicklung, Vernetzung und Aktivierung**

Innerhalb der LEADER-Region wird durch eine sehr intensive Beteiligungsarbeit in den einzelnen Handlungsfeldern ein starker Beitrag zur internen Vernetzung und Kompetenzentwicklung geleistet. Insbesondere der anfängliche Leitbildprozess im Handlungsfeld Tourismus und die stark beteiligungsorientierten Arbeitsformen im Handlungsfeld Dorf, Stadt & Wirtschaft werden eine große Anzahl regionaler Akteure einbeziehen und vernetzen. Ein starker Fokus der LILE liegt im Aufbau nachhaltig funktionierender Strukturen der Vernetzung und Kooperation in der Region. Das gilt in allen Handlungsfeldern. Insbesondere zu Beginn der Umsetzung der LEADER-Strategie wird ein großes Augenmerk auf der Gewinnung und Beteiligung vieler Akteure liegen. Die konkreten Projekte innerhalb der Handlungsfelder werden im Bottom-Up-Verfahren gemeinsam mit den Akteuren entwickelt und umgesetzt.

Zahlreiche aktive Partizipationsmöglichkeiten bieten unter anderem die themenbezogenen Wettbewerbe in den verschiedenen Handlungsfeldern. Eine enge Zusammenarbeit mit Schulen ist in mehreren Teilbereichen vorgesehen. Durch den

intensiven Dialog mit den Generationen und Interessengruppen sollen die durchgeführten Maßnahmen einem größtmöglichen Bevölkerungsanteil der Region zu Gute kommen. Das Spektrum soll alle Bevölkerungsgruppen incl. Jugendlichen, Frauen und Senioren/Seniorinnen umfassen.

Für die Projektträger und weitere zentrale Akteure wird eine Qualifizierung rund um Themen wie Projektmanagement und weitere erfolgsrelevante Schlüsselkompetenzen in der Arbeit des Regionalmanagements integriert sein.

Insgesamt stellen Maßnahmen der Qualifizierung, Information und Beratung in vielen Handlungsfeldern einen wichtigen Teil der Strategie dar. Dadurch sind nachhaltige Wirkungen im Sinne eines Kompetenzaufbaus in der Region zu erwarten.

In der Vernetzung über die Region hinaus bieten die Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume (DVS) und das Europäische LEADER-Netzwerk eine Vielzahl von Veranstaltungen zur kontinuierlichen Information und Fortbildung der LEADER-Akteure an. Diese Angebote tragen entscheidend zur Kompetenzentwicklung in den jeweiligen Fördergebieten bzw. zur Vernetzung und zum Gedankenaustausch bei. Die Mitglieder der LAG werden über einen internen Verteiler über stattfindende Veranstaltungen der Vernetzungsstelle informiert. Ein Vertreter des Regionalmanagementbüros nimmt soweit möglich an den relevanten Seminaren, Tagungen und anderen Veranstaltungen teil und gibt die Ergebnisse an Vorstand und LAG-Mitglieder zeitnah weiter, wodurch neue Impulse und Erfahrungen aus anderen Regionen in die Arbeit der LAG einfließen werden. Die LAG "Donnersberger und Lautrer Land" unterstützt damit aktiv den Netzwerkgedanken von LEADER.

Einen weiteren Beitrag zur Vernetzung mit anderen Regionen und zur Kompetenzentwicklung in der integrierten, ländlichen Entwicklung leisten die geplanten gebietsübergreifenden und transnationalen Kooperationen (siehe Kap. 8). Mit der Arbeit des ILE-Regionalmanagements „Nordpfalz“ ist eine enge Zusammenarbeit vorgesehen.

Mit der Etablierung der „Akademie ländlicher Raum“, mit den diversen „Foren ländlicher Raum“ und mit weiteren Maßnahmen der Netzwerkbildung, die das Land Rheinland-Pfalz derzeit entwickelt, entstehen weitere Möglichkeiten der Netzwerkbildung und Kompetenzentwicklung in den Impulsregionen in Rheinland-Pfalz, die aktiv genutzt und unterstützt werden sollen.

### **Kommunikationsplan zur Öffentlichkeitsarbeit**

Der Kommunikationsplan der LAG „Donnersberger und Lautrer Land“ sieht verschiedene Maßnahmen vor, die sich gegenseitig ergänzen und zu einer öffentlichkeitswirksamen Pressearbeit beitragen sollen. Hauptziel ist es, eine größtmögliche Anzahl an lokalen Akteuren zu informieren und zu aktivieren.

Nach Anerkennung der LILE soll eine erste Informationskampagne gestartet werden, um die Menschen in der Region über die Ziele und Aufgaben von LEADER zu informieren. Informationsveranstaltungen, Presseartikel und Pressekonferenzen sollen dazu beitragen, dass die Aktivitäten und Vorhaben der LAG bei einem breiten Publikum wahrgenommen werden und die Möglichkeiten zur aktiven Mitwirkung breit kommuniziert ist. Unterstützend soll ein Flyer mit den wesentlichen Zielen und ersten Projektansätzen sowie den Ansprechpartnern erstellt und im gesamten Gebiet verteilt werden.

Eine LEADER-Homepage ([www.donnensberger-lautrerland.de](http://www.donnensberger-lautrerland.de)) dient als Plattform für alle LEADER-Aktivitäten, die in der Region stattfinden. Neben den Zielen der Entwicklungsstrategie finden die BürgerInnen dort unter anderem aktuelle Hinweise auf Veranstaltungen, Protokolle von Sitzungen, Presseartikel, vorbildliche Projekte aus der Region und die Namen und Adressen der wichtigsten Ansprechpartner. Über ein Kontaktformular können Fragen oder Anregungen an die Geschäftsstelle geschickt werden. Die Pflege und Aktualität der Homepage sind von besonderer Bedeutung, um sie als lebendige Plattform in der Region zu etablieren, über die sich die interessierten Akteure vernetzen und austauschen können. Auf der Homepage wird auch ein E-Mail-Newsletter angeboten, für den sich alle Interessierten anmelden können. Über den Newsletter werden monatlich (und nach Bedarf) wichtige Informationen und anstehende Termine in der LEADER-Region kommuniziert. Die Mitgliedsinstitutionen der LAG-Gremien erhalten den Newsletter automatisch. Geprüft werden soll auch die Erstellung eines vierteljährlich erscheinenden Newsletters in Printform.

Um die LEADER-Homepage zu Beginn bekannter zu machen, werden alle Kommunalverwaltungen, Behörden und sonstigen regionalen Institutionen angefragt, auf die Seiten der LAG zu verlinken. Ein externer Link wird außerdem zur Seite [www.impulsregionen.rlp.de](http://www.impulsregionen.rlp.de) gelegt. Diese Internetpräsenz wird 2008 erstellt und dient der Vernetzung aller Impulsregionen des Landes Rheinland-Pfalz. Ein Kurzsteckbrief der LAG "Donnersberger und Lautrer Land" ist ebenfalls auf der Seite hinterlegt. Für die LAG und insbesondere die zukünftigen Projektträger bietet sich hierdurch die Möglichkeit, auf besonders innovative Projekte in der Region aufmerksam zu machen und dafür überregional zu werben.

Als weitere Foren werden die klassischen Medien, wie lokale Amts- und Wochenblätter, Regionalzeitungen sowie aktuelle Berichte in den regionalen Radio- und TV-Sendern genutzt. Hier soll in regelmäßigen Abständen über aktuelle Entwicklungen und Erfolge der LEADER-Region berichtet werden. Bei der Veröffentlichung von Presseartikeln soll durch die Verwendung eines einheitlichen Corporate Designs ein Wiedererkennungswert geschaffen werden. Ein entsprechendes CI soll in der LEADER-Startphase im Jahr 2008 entwickelt werden.

Um die Motivation der Akteure und vor allem der Projektträger hoch zu halten, sollen von Zeit zu Zeit die erfolgreichsten Projekte öffentlichkeitswirksam vorgestellt werden (Homepage, Pressekonferenz). Denkbar wäre auch, einen regionsinternen Wettbewerb zum „Projekt des Jahres“ zu initiieren.

Durch diese und andere denkbare Maßnahmen soll eine möglichst hohe Wahrnehmung und Akzeptanz der LEADER-Aktivitäten und -ziele in der Region erreicht werden. In Verbindung mit den vorgesehenen Aktionen zur Sensibilisierung der Bevölkerung im LEADER-Gebiet soll ein aktives Klima der Bewegung und Entwicklung in der gesamten LEADER-Region entstehen und neue Akteure und Projektträger gewonnen werden.

## 10 FINANZIERUNGSÜBERLEGUNGEN

### Finanzvolumen

Aus Mitteln des Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER) erhält, wie im rheinland-pfälzischen Entwicklungsprogramm PAUL formuliert, jede der als Lokale Aktionsgruppe anerkannten Regionen eine Förderung von 1.000.000 € für den LEADER-Förderzeitraum 2007-2013. Hinzu kommen ab einer Einwohnerzahl von 65.000 Personen bis zu 15.000 € pro angefangene 1000 zusätzliche Bewohner im LAG-Gebiet.

Für die LAG "Donnersberger und Lautrer Land" ergeben sich laut der Anerkennung durch das Land Rheinland-Pfalz ELER – Mittel in Höhe von mindestens 1.700.000 €. Die ELER-Kofinanzierung von Projekten ist im Schwerpunkt 4 in der Regel auf bis zu 55 % der öffentlichen Ausgaben begrenzt. Von dieser Finanzierungsquote ausgehend, ergibt sich ein Gesamtvolumen an öffentlichen Ausgaben in Höhe von 3.090.909 € für die gesamte LEADER-Periode. Alle nachfolgenden Finanztabellen sind mit einem einheitlichen Fördersatz in Höhe von 55 % der öffentlichen Mittel berechnet. Ergeben sich in einzelnen Maßnahmenbereichen abweichende Fördersätze, weichen die Mittelaufteilungen ggf. entsprechend ab.

Durch den Anteil an privaten Maßnahmen, bei denen nur die anteiligen öffentlichen Ausgaben förderfähig sind, kommen weitere von privaten Trägern aufzubringende Investitionsmittel hinzu. Die Höhe kann zum jetzigen Zeitpunkt nur grob geschätzt werden. Je nach letztllichem Anteil an privaten Maßnahmen und dem realisierbaren Fördersätzen wird sich diese Summe voraussichtlich in einer Größenordnung zwischen 400.000 € und 800.000 € bewegen. Darüberhinaus hängt dieser Anteil von der tatsächlichen Ausgestaltung der Förderfähigkeit privater Maßnahmen im Schwerpunkt 4 ab.

Für transnationale Projekte von überregionaler Bedeutung und durch die erfolgreiche Beteiligung an landesweiten Wettbewerben können zusätzlich Fördermittel in Anspruch genommen werden, die auf Landesebene reserviert sind.

### Nutzung komplementärer Programme

Die integrierte Strategie der LAG "Donnersberger und Lautrer Land" umfasst auch Maßnahmenbereiche, die aus anderen Förderprogrammen mit komplementären Zielen unterstützt werden können. Die wichtigsten komplementären Förderprogramme sind der Europäische Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) und der Europäische Sozialfonds (ESF), darüber hinaus sollen weitere Finanzierungsinstrumente einbezogen werden.

Mit dieser Vorgehensweise soll die Wirksamkeit der LEADER-Strategie für die Region weiter erhöht und können zusätzliche Finanzmittel erschlossen werden. Im Zuge der Projektentwicklung und –konkretisierung sollen insgesamt zunächst ergänzende und alternative Finanzierungsquellen geprüft werden. Die ELER – Mittel, die der LAG zur Verfügung stehen, sollen vor allem zur Realisierung der Schlüsselprojekte dieser LEADER-Strategie verwendet werden und sich auf Projekt- und Maßnahmenbereiche konzentrieren, die ausschließlich in Schwerpunkt 4 im Programm PAUL förderfähig sind.

Nachfolgend sind Grundlinien der beabsichtigten Finanzierung skizziert. Die detaillierte Finanzierungskonzeption wird im Zuge der Realisierung der LEADER-Strategie für jedes Handlungsfeld und jeden Maßnahmenbereich erstellt. Dabei

werden jeweils Fördermöglichkeiten umfassend recherchiert. Die nachfolgenden Erläuterungen zu den einzelnen Handlungsfeldern zielen vor allem auf die Erläuterung des Zusammenwirkens der LEADER-Förderung mit komplementären Finanzierungsinstrumenten. Die Erläuterungen erfolgen ohne Anspruch auf Vollständigkeit. Aufgeführt sind vor allem Maßnahmenbereiche, die in größerem Umfang Finanzierungsinstrumente außerhalb LEADER ansprechen.

### **Handlungsfeld Dorf, Stadt und Wirtschaft**

Im Bereich der Dorfentwicklung sollen nach Möglichkeit Mittel der Dorferneuerung nach der Verwaltungsvorschrift Dorf des Ministerium des Innern und für Sport in Anspruch genommen werden. So sollen sowohl investive Maßnahmen als auch Maßnahmen der Informations-, Bildungs- und Beratungsarbeit genutzt werden. Darüberhinaus sollen in LEADER weiterführende und aufbauende Vorhaben ermöglicht werden. In einer gemeindeübergreifenden Form sollen Projekte entwickelt und realisiert, Akteure vernetzt, beraten und betreut werden. Daraus resultierende öffentliche und private Maßnahmen können dann wiederum nach Möglichkeit auch im Rahmen der klassischen Dorferneuerungsförderung realisiert werden. Bei entsprechenden Projektbereichen kann es auch Wechselwirkungen mit anderen Finanzierungsmöglichkeiten des Ministeriums des Inneren und für Sport geben.

Im Bereich des Stadt- und Standortmarketings soll die Förderung von Maßnahmen des Stadtmarketings des Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau mit angesprochen werden.

Maßnahmen der Förderung regionaler Produkte sollen neben LEADER aus Mitteln der Agrarmarketingförderung des Landes und der Centralen Marketinggesellschaft der Deutschen Agrarwirtschaft (CMA) unterstützt werden.

Bei der Verbesserung der Breitbandversorgung der Region sollen Mittel der Breitbandinitiative Rheinland-Pfalz sowie weitere spezifische Förderungen zum Ansatz kommen.

Mittel des Ministeriums für Bildung, Wissenschaft, Erziehung und Kultur sollen bei Maßnahmen im Bereich Kultur zur Kofinanzierung genutzt werden. Dies kann ebenfalls bei Aktivitäten in Verbindung mit Schülern und Schulen geprüft werden. Projekte, die sich vorrangig an Jugendliche wenden, können

Bei Maßnahmen im Bereich der Landschaftsentwicklung sowie bei touristischen Infrastrukturmaßnahmen soll die Verzahnung mit Instrumenten und Finanzierungsmöglichkeiten der ländlichen Bodenordnung erfolgen. Dies gilt auch für vergleichbare Maßnahmen innerhalb der Ortslagen.

### **Handlungsfeld Tourismus**

Maßnahmen der touristischen Infrastruktur mit förderfähigen Gesamtkosten über 150.000 € können aus dem EFRE gefördert werden, kleinere Infrastrukturmaßnahmen im Rahmen von PAUL.

Innerhalb der LEADER-Strategie sollen neben kleineren Infrastrukturmaßnahmen vor allem Projekte zur Entwicklung innovativer und marktfähiger Angebote, zur Vernetzung und Organisationsentwicklung, zur Beratung und Stärkung der Akteure, zur Steigerung der Qualität, zum Marketing nach innen und außen und zur Schaffung konzeptioneller Grundlagen eingesetzt werden.

Bei Maßnahmen in enger thematischer Verbindung mit den Zielen des Naturschutzes, der Umweltbildung und –sensibilisierung soll geprüft werden, inwieweit Mittel des Ministeriums für Umwelt, Forsten und Verbraucherschutz, der Deutschen Bundesstiftung Umwelt oder vergleichbarer Einrichtungen genutzt werden können.

Im Bereich der lebendigen Geschichte können Mittel der Kulturförderung (s. Dorf) genutzt werden.

### **Handlungsfeld Energie**

Im Handlungsfeld Energie soll die Realisierung insbesondere der größeren Projekte aus anderen Finanzierungsquellen unterstützt werden. Besondere Bedeutung haben hier die Fördermöglichkeiten des EFRE. Das gilt neben den Projekten der Energieerzeugung auch für die Schaffung von Grundlagen und erforderliche Bestandsaufnahmen sowie Studien und für die Realisierung investiver Projekte.

Für Projekte in den Themenfeldern Beratungsangebote, Bewusstseinsbildung und Qualifizierung sollen die Finanzierungsmöglichkeiten im Bereich des ESF genauso geprüft werden wie die Verwendung von Mitteln der Verbraucherzentralen oder sonstiger Mittel des Ministeriums für Umwelt, Forsten und Verbraucherschutz.

Im Bereich der Maßnahmenbereiche „Energiecluster“ soll geprüft werden, inwieweit es eine Förderung im Bereich des EFRE geben kann.

### **Maßnahmen der Qualifizierung, Vernetzung und Beratung**

Über die bei den Handlungsfeldern benannten spezifischen Ansätze hinaus, sollen bei Qualifizierungsmaßnahmen grundsätzlich die Möglichkeiten einer Projektförderung im ESF geprüft werden. Bei Maßnahmen der Förderung des Unternehmergeistes, der Gründungsbereitschaft und der Unterstützung kleiner und mittlerer Unternehmen sollen zusätzlich Mittel des Programms „Wachstum durch Innovation“ des EFRE erschlossen werden. In einzelnen Bereichen können ggf. auch Mittel der Agentur für Arbeit zur Anwendung kommen.

Über alle genannten Finanzierungsinstrumente hinaus sollen weitere Möglichkeiten gezielt recherchiert und nach Möglichkeit genutzt werden. Zum Einsatz kommen können weitere Förderinstrumente von Bund, Land und EU oder private und öffentliche Stiftungen. Auch die Teilnahme an Wettbewerben auf regionaler, landesweiter und bundesweiter Ebene wird geprüft und wo sinnvoll angestrebt.

### **Mittelaufteilung im Entwicklungsprogramm PAUL**

Die LAG "Donnersberger und Lautrer Land" will die zur Verfügung stehenden ELER-Mittel im Schwerpunkt 4 im Entwicklungsprogramm PAUL möglichst effizient einsetzen. Daher soll zunächst geprüft werden, inwieweit Projekte aus den Schwerpunkten 1-3 außerhalb LEADER finanziert werden können, ehe Schwerpunkt 4 genutzt wird. Innerhalb des Schwerpunktes 4 geht die LAG von folgender Mittelaufteilung auf die einzelnen angebotenen Codes (s. Entwicklungsprogramms PAUL, Kap.7) aus:

**Finanzübersicht nach LEADER-Schwerpunkten insgesamt:**

		<b>Öffentliche Ausgaben</b>	<b>Davon ELER-Mittel</b>	<b>Private Ausgaben</b>	<b>Gesamtkosten</b>
41	Lokale Entwicklungsstrategien <sup>1</sup>	2.620.909	1.441.500	400.000	3.020.909
411	Wettbewerbsfähigkeit	30.000	16.500	0	30.000
412	Umweltschutz/Landbewirtschaftung	30.000	16.500	0	30.000
413	Lebensqualität/Diversifizierung	2.560.909	1.408.500	400.000	2.960.909
421	Transnationale und gebietsübergreifende Zusammenarbeit	120.000	66.000	0	120.000
431	Arbeit der lokalen Aktionsgruppe sowie Kompetenzentwicklung und Sensibilisierung im betreffenden Gebiet	350.000	192.500	0	350.000

<sup>1</sup> = Summe 411-413

Zur weiteren Konkretisierung sind nachfolgend die wahrscheinlichen Mittelaufteilungen in Schwerpunkt 4 aufgeführt. Die Mittel sind auf die einzelnen ELER-Codes zugeordnet. Soweit beabsichtigte Maßnahmen den jeweiligen Programmbestimmungen voraussichtlich entsprechen, sind sie den Codes der Schwerpunkte 1-3 des Entwicklungsprogramms PAUL zugeordnet. In den Codes L 411, L 412 und L 413 sind diejenigen Maßnahmenbereiche angeführt, die sich nicht in den jeweiligen Programmbestimmungen der Schwerpunkte 1-3 des Entwicklungsprogramms PAUL finden, jedoch deren Zielen entsprechen und daher im Rahmen des Schwerpunktes 4 zusätzlich förderfähig sind. Hierunter sind insbesondere kleine investive Maßnahmen, kleinere Modellprojekte, Maßnahmen der Qualifizierung und Vernetzung und die Erstellung innovativer Konzepte und Studien zu verstehen.

Alle hier angeführten Aufteilungen basieren auf dem derzeitigen Konkretisierungsgrad der LILE und der erläuterten Maßnahmenbereiche. Im Zuge der weiteren Projektkonkretisierung werden die Angaben durch das Regionalmanagement regelmäßig überprüft, aktualisiert und das Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau entsprechend informiert. Verändert sich die Summe der für die LAG zur Verfügung stehenden ELER-Mittel erhöhen oder verringern sich die jeweiligen Ansätze entsprechend.

**Übersicht der LEADER-fähigen Maßnahmen in PAUL**

Code	Maßnahme	Öffentliche Ausgaben in €	Private Ausgaben in €	Gesamtkosten In €
111	Berufsbildungs- und Informationsmaßnahmen, einschl. Verbreitung wissensch. Erkenntnisse und innovativer Verfahren, für Personen in der Land-, Ernährungs- oder Forstwirtschaft	0	0	0
112	Niederlassung von Junglandwirten	0	0	0
121	Modernisierung landwirtschaftlicher Betriebe	0	0	0
123	Erhöhung der Wertschöpfung der land- und forstwirtschaftlichen Erzeugnisse	0	0	0
125	Verbesserung und Ausbau der Infrastruktur im Zusammenhang mit der Entwicklung und Anpassung der Land- und Forstwirtschaft	0	0	0
126	Wiederaufbau von durch Naturkatastrophen geschädigtem landwirtschaftlichem Produktionspotenzial sowie geeignete vorbeugende Maßnahmen	0	0	0
132	Unterstützung von Landwirten, die sich an Lebensmittelqualitätsregelungen beteiligen	0	0	0
<b>Schwerpunkt 1 insgesamt</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
212	Zahlungen zugunsten von Landwirten in benachteiligten Gebieten (nicht Berggebiete)	0	0	0
214	Zahlungen für Agrarumweltmaßnahmen	0	0	0
216	Beihilfen für nichtproduktive Investitionen	0	0	0
227	Beihilfen für nichtproduktive Investitionen	0	0	0
<b>Schwerpunkt 2 insgesamt</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
311	Diversifizierung hin zu nichtlandwirtschaftlichen Tätigkeiten	50.000	0	50.000
312	Beihilfe für die Gründung und Entwicklung von Kleinstunternehmen	30.000	20.000	50.000
313	Förderung des Fremdenverkehrs	1.400.000	320.000	1.720.000
321	Dienstleistungseinrichtungen zur Grundversorgung für die ländliche Wirtschaft und Bevölkerung	150.000	0	150.000
322	Dorferneuerung und -entwicklung	150.000	0	150.000
323	Erhaltung/Verbesserung des ländlichen Erbes	80.000	0	80.000
331	Berufsbildungs- und Informationsmaßnahmen für die Wirtschaftsakteure in den unter Schwerpunkt 3 fallenden Bereichen	150.000	10.000	160.000
341	Maßnahmen zur Kompetenzentwicklung und Sensibilisierung im Hinblick auf die Ausarbeitung und Umsetzung einer lokalen Entwicklungsstrategie	240.000	0	240.000
<b>Schwerpunkt 3 insgesamt</b>		<b>2.250.000</b>	<b>350.000</b>	<b>2.600.000</b>
L411*	Wettbewerbsfähigkeit	30.000	0	30.000
L412*	Umweltschutz/Landbewirtschaftung	30.000	0	30.000
L413*	Lebensqualität/Diversifizierung	310.909	50.000	360.909
421	transnationale und gebietsübergreifende Zusammenarbeit	120.000	0	120.000
431	Arbeit der lokalen Aktionsgruppe sowie Kompetenzentwicklung und Sensibilisierung in dem betreffenden Gebiet	350.000	0	350.000
<b>Schwerpunkt 4 insgesamt</b>		<b>840.909</b>	<b>50.000</b>	<b>890.909</b>
<b>Schwerpunkte 1, 2, 3 und 4 insgesamt</b>		<b>3.090.909</b>	<b>400.000</b>	<b>3.490.909</b>

\* Hier sind Projekte zu verstehen, die in den Schwerpunkten 1-3 nicht enthalten sind.

Kosten für das extern beauftragte Regionalmanagement sind z.T. Code 341 und z.T. Code 431 zugeordnet. Nach Klärung der exakten Handhabung dieser Kosten können sich die gemachten Ansätze verschieben.

### Mittelaufteilung nach Jahren

Der Einsatz der Finanzmittel während des Zeitraums der LEADER-Förderung ist wie folgt geplant:

Jahr	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2007-2013
<b>Öffentliche Mittel in €</b>	0	227.273	572.727	572.727	572.727	572.727	572.727	3.090.909
<b>Davon ELER in €</b>	0	125.000	315.000	315.000	315.000	315.000	315.000	1.700.000

Es ist beabsichtigt, Teile der Mittel aus 2012 und 2013 nach Möglichkeit in den Jahren 2014 und 2015 zur vollständigen Realisierung der Projekte zu verwenden.

### Sicherstellung der öffentlichen Kofinanzierungsanteile

Auf diesen Grundlagen aufbauend hat die LAG "Donnersberger und Lautrer Land" erste Überlegungen zur Sicherung der Finanzierung der Eigenanteile der geplanten Maßnahmenbereiche angestellt. Zur Finanzierung der jeweils erforderlichen öffentlichen Kofinanzierungsanteile sollen unterschiedliche öffentliche Förderprogramme auf Landes- und Bundesebene gezielt genutzt werden. Dies gilt sowohl für den öffentlichen Finanzierungsanteil an privaten Projekten wie für öffentliche Projekte. Die erforderliche Kofinanzierung der öffentlichen Ausgaben können in der Region selbst vor allem die beteiligten Kommunen leisten. Kommunale Wirtschaftsbetriebe und andere öffentliche Institutionen wie der Forst können ebenfalls Eigenmittel einbringen. Die zu entwickelnde kommunale Energiegesellschaft kann ebenfalls Eigenmittel einbringen. Die Finanzierung des Regionalmanagements wird durch die beiden Landkreise gesichert.

## **11 MONITORING UND VERFAHREN ZUR SELBSTEVALUIERUNG**

### **Operationalisierung**

Das Controlling leistet einen wichtigen Beitrag zur Selbstevaluierung der LAG und zur gezielten Steuerung des LEADER-Prozesses.

Zur Operationalisierung der in der LILE formulierten Entwicklungsziele werden geeignete Indikatoren benannt, anhand derer der Erfolg der Projekte und der Arbeit der LAG gemessen werden kann. Eine Erfolgsmessung erfolgt einmal jährlich. Dazu wird zu Beginn der Arbeit der LAG ein geeignetes Verfahren entwickelt, das eine regelmäßige Selbstkontrolle der Arbeit der LAG und der Projektgruppen mit relativ geringem Aufwand ermöglicht.

Dazu sind zu einigen Schlüsselindikatoren Ist-Werte zu ermitteln und ein praktikables Verfahren der Messung festzulegen. Auf dieser Basis können von den Gremien der LAG dann verbindliche Soll-Werte festgelegt werden. Diese Festlegung von Soll-Werten wird Teil der Erarbeitung des touristischen Leitbildes sein. Auch im Bereich des Handlungsfeldes Dorf, Stadt und Wirtschaft wird im Zuge der übergreifenden Konzeption eine genauere Quantifizierung der Ziele erfolgen. Im Handlungsfeld Energie sind die übergreifenden Ziele bereits in der vorliegenden LILE benannt.

Geeignete Indikatoren zur Erfolgskontrolle der formulierten LEADER-Strategie in den einzelnen Handlungsfeldern sind u.a.:

### **Indikatoren für übergreifende Ziele**

- Zahl der Arbeitsplätze und der erzielten Wertschöpfung, die durch LEADER direkt oder indirekt gesichert oder neu entstanden sind
- Investitionsvolumen in Projekte
- Zahl der Beteiligten an der Wertschöpfung aus den Handlungsfeldern dieser Strategie
- direkt oder indirekt ausgelöste private Investitionen
- direkt oder indirekt durch die Arbeit der LAG in die Region geflossene Finanzmittel
- Anzahl der Projekte und Maßnahmen, die verwaltungsgrenzenübergreifend erfolgen, insbesondere die Anzahl landkreisübergreifender Projekte.

### **Spezifische Indikatoren der einzelnen Handlungsfelder**

#### ***Dorf, Stadt & Wirtschaft***

- Anzahl der Gemeinden mit strukturierten, aktivierenden Planungsprozessen
- Anzahl der durch Beratungs-, Informations- und Weiterbildungsmaßnahmen erreichten und involvierten Personen
- Anzahl der Gemeinden mit (aktuellen) Dorferneuerungskonzepten
- Anzahl und Volumen der durch LEADER zusätzlich ausgelösten Projekte im Bereich der Dorfentwicklung (Umnutzungen, Nahversorgung, etc.)
- Beteiligung von Frauen, Jugendlichen, Senioren und anderen spezifischen Bevölkerungsgruppen an den Aktivitäten

- Zahl der Kooperationsprojekte mehrerer Verbandsgemeinden im Bereich der Wirtschaftsförderung
- Veranstaltungen der Unternehmensvernetzung und -information und dadurch erreichte Teilnehmer
- Zahl und umgesetztes Volumen regionaler Produkte

### **Tourismus**

- Anzahl aktiv in der Erstellung des touristischen Leitbildes und in touristischen Projekten involvierter Personen und Institutionen
- Anzahl und Arbeitsintensität dauerhaft arbeitender Projekt- und Anbietergruppen in der Tourismusedwicklung
- Anzahl der buchbaren touristischen Angebote und Angebotsbausteine
- Zahl der Anbieter in unterschiedlichen Angebotskategorien (Ferienwohnungen, Erlebnisführungen, Naturerlebnisangebote, etc. )
- Anzahl von und Umsätze in zielgruppengerechten touristischen Angeboten
- Anzahl und Volumen der realisierten Tourismusprojekte
- Steigerung der Verfügbarkeit touristischer Informationen an Punkten mit hoher Gästefrequenz (Zahl touristischer Informationspunkte)
- Steigerung der Bettenkapazitäten (Bettenzahlen) in der Region
- Steigerung der Gästezahlen der touristischen Einrichtungen
- Verbesserung der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer der Gäste
- Steigerung der Zahl der touristisch relevanten Gastronomiebetriebe unterschiedlicher Kategorien

### **Energie**

- rechnerischer Anteil der in der Region erzeugten an der in der Region verbrauchten Energie (Strom, Wärme) – jeweils bezogen auf Privathaushalte und Gesamtverbrauch.
- Reduzierung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes
- Anzahl mit Informations-, Beratungs- und Weiterbildungsangeboten erreichten Personen und Institutionen in der Region (kann nach Zielgruppen differenziert betrachtet werden)
- Anzahl der regelmäßig in der Vernetzung beteiligten Institutionen und Unternehmen
- Anzahl und Volumen durch LEADER realisierter oder angestoßener Projekte und dadurch erzeugter oder eingesparter Energiemengen

### **Spezifische Indikatoren zum LEADER-Prozess**

- Zahl der direkt und indirekt über LEADER informierten Personen
- Zahl der aktiv beteiligten Bürgerinnen/Bürger der Region
- Häufigkeit und Qualität der Beteiligungsmöglichkeiten
- Anzahl und Unterschiedlichkeit der Projektträger

- Anzahl und Anteil an Projekten mit überregional innovativem Charakter (Auszeichnungen bei Wettbewerben, überregionales Interesse in Fachwelt und Medien)
- absolute und relative Beteiligung von Frauen und Jugendlichen an den Aktivitäten und Projekten in LEADER
- zusätzlich aus den für herausragende LEADER-Projekte landesweit reservierten Mitteln für die Region erreichtes Finanzvolumen

Im Zuge der Quantifizierung der Ziele können Indikatoren verändert oder hinzugenommen werden.

### **Controlling und Monitoring**

Die wichtigsten Ziele, ihre Indikatoren und ihre jeweilig erreichte Ausprägung können mit Hilfe einer Balanced Scorecard dargestellt werden. Das Regionalmanagement nimmt eine jährliche Einschätzung der wichtigsten Indikatoren vor und diskutiert sie in Vorstand und Mitgliederversammlung. Durch die jährliche Standortbestimmung kann der Erfolg der Gesamtstrategie und der definierten Ziele leicht kontrolliert werden. Die Ergebnisse führen dann zu Verbesserungs- und Anpassungsmaßnahmen in Strategie, Maßnahmen und Management. Somit wird ein professionelles Instrumentarium zum laufenden Monitoring geschaffen. Die Indikatoren können ebenfalls jährlich einer kritischen Prüfung unterzogen und gegebenenfalls angepasst werden.

Die LAG „Donnersberg und Lautrer Land“ will zusätzlich die vorgesehenen externen Bewertungen wie die Halbzeitbewertung zur Standortbestimmung nutzen. Eine zusätzliche externe Evaluierung ist nicht vorgesehen. Alle Evaluierungen sollen dazu beitragen, die Arbeit der LAG und des Regionalmanagements kontinuierlich weiterzuentwickeln.

## Öffentliche LAG-Mitglieder

Institution	Name	Funktion
Landkreis Donnersbergkreis	Winfried Werner	Landrat
Landkreis Kaiserslautern	Rolf Künne	Landrat
Landkreis Kaiserslautern	Dr. Frank Matheis	Leiter Aufgabenbereich L+EU
Verbandsgemeindeverwaltung Alsenz-Obermoschel	Arno Mohr	Bürgermeister
Verbandsgemeindeverwaltung Eisenberg	Walter Brauer	Bürgermeister
Verbandsgemeindeverwaltung Göllheim	Klaus-Dieter Magsig	Bürgermeister
Verbandsgemeindeverwaltung Kirchheimbolanden	Axel Haas	Bürgermeister
Verbandsgemeindeverwaltung Rockenhausen	Karl-Heinz Seebald	Bürgermeister
Verbandsgemeindeverwaltung Winnweiler	Rudolf Jacob	Bürgermeister
Verbandsgemeindeverwaltung Enkenbach-Alsenborn	Jürgen Wenzel	Bürgermeister
Verbandsgemeindeverwaltung Otterbach	Heinz Christmann	Bürgermeister
Verbandsgemeindeverwaltung Otterberg	Ulrich Wasser	Bürgermeister
Verbandsgemeindeverwaltung Weilerbach	Anja Pfeiffer	Bürgermeisterin
Archäologische Denkmalpflege – Amt Speyer	Dr. Andrea Zeeb-Lanz	Konservatorin
Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum (DLR) Westpfalz	Willi Junk	Leiter „Entwicklung und Ländlicher Raum“
Forstamt Donnersberg	Eckhard Laubscher	Forstdirektor
Forstamt Otterberg	Anton Müller	Forstamtsleiter
Landesamt für Geologie und Bergbau	Dr. Jost Haneke	Geologiedirektor
Landkreis Donnersbergkreis	Ute Grüner	Gleichstellungsbeauftragte
Touristikbüro Landkreis Kaiserslautern	Natalie Kluth	Mitarbeiterin

## Private LAG-Mitglieder (WiSo-Partner)

<b>Institution</b>	<b>Name</b>	<b>Funktion</b>
Bauern- und Winzerverband Rheinland-Pfalz Süd e. V.	Eberhard Hartelt	Kreisvorsitzender
BUND Kreisgruppe Donnersberg	Gerno Grüner	Kreisvorsitzender
CVJM Zentrum Johannishöhe	Bea Lindauer	Leiterin
Donnersberger Konzepte Vermögensberatungs GmbH	Manfred Schäfer	Vorsitzender
Donnersberg-Touristik-Verband e.V.	Judith Schappert	Geschäftsführerin
Firma Juwi GmbH	Matthias Willenbacher	geschäftsführender Gesellschafter
gemeinnützige Beschäftigungs- u. Qualifizierungsgesellschaft mbH Donnersbergkreis	Hartwig Wolf	Geschäftsführer
Landfrauenverband Donnersberg	Lore Bühler	Kreisvorsitzende
Gewerbe- und Verkehrsverein Rockenhausen	Tobias Münch	Vorsitzender
Landfrauenverband Kaiserslautern	Maria Tögel	Kreisvorsitzende
Landjugend Rheinhessen-Pfalz	Michael Kopf	Sprecher
Maschinen- und Betriebshilfsring Südwestpfalz Kaiserslautern e.V.	Dieter Engel	Benannter Vertreter
NABU Donnersberg	Rüdiger Viessmann	Vorstandsmitglied
Ökologischer Landbau	Zerger Uli	Geschäftsführer
Pfälzerwaldverein Ramsen e.V.	Jürgen Wachowski	Vorsitzender
Pfälzisches Bergbaumuseum e.V.	Dr. Jost Haneke	Vorsitzender
Pfrimmtal-Touristik e.V.	Walter Hetsch	Vorsitzender
Regionalvermarktung Nordpfälzer Bergland e. V.	Willi Becker	Vorsitzender
TSG Eisenberg	Bernd Frey	Vorsitzender
Verein der Selbständigen	Joachim Schneider	Vorsitzender
Vertreterin des Hotel- und Gaststättengewerbes	Claudia Jennewein	Benannte Vertreterin
Werbekreis Otterberg	Jürgen Profit	Vorsitzender

## Ergebnisprotokoll der Mitgliederversammlung der LAG "Donnersberger und Lautrer Land"

**Datum:** 29.02.2008, 17.00 Uhr  
**Ort:** Hotel Klostermühle, Münchweiler a. d. Alsenz  
**Teilnehmer/innen:** s. Anlage

### Themen der Sitzung:

1. *Kurzpräsentation der Ergebnisse der Strategie-Workshops in den Handlungsfeldern „Tourismus“, „Dorf, Stadt & Wirtschaft“ und „Energie“*
2. *Zielsetzungen und Aufgaben der LAG im Jahr 2008*
3. *Weiteres Vorgehen im LILE-Prozess und Termine*

Der Vorsitzende der LAG, Landrat Winfried Werner, eröffnet die Sitzung und stellt fest, dass form – und fristgerecht eingeladen. Die vorliegende Tagesordnung wird einstimmig angenommen.

### 1. Kurzpräsentation Entwicklungsstrategie

Der Vorsitzende Winfried Werner macht deutlich, dass im Rahmen der Erarbeitung des lokalen, integrierten, ländlichen Entwicklungskonzeptes (LILE) bestimmte Punkte stärker herausgearbeitet werden sollen, als dies in der Kurzbewerbung der Fall war. Neben der Konkretisierung der einzelnen Handlungsfeldern und Maßnahmenbereiche ist nun vor allem auf die Beschreibung des Bottom-Up-Ansatzes, die Beteiligung von Jugendlichen und Frauen sowie auf die entstehenden Arbeitsplatzeffekte und regionale Wertschöpfung zu achten.

Anschließend stellt Herr Stefan Dietz, entra, die Ergebnisse aus den durchgeführten Strategieworkshops vor. Herr Dietz fasst die messbaren Ziele sowie die in den Workshops erarbeiteten Strategien je Handlungsfeld zusammen und stellt sie den Mitgliedern zur Diskussion (*siehe Präsentation im Anhang*). Die Kernaussage war, dass in allen Handlungsfeldern vorgeschaltete Leitbildprozesse und / oder Arbeitskreise sowie Machbarkeitsuntersuchungen und Studien durchzuführen sind, um das weitere Vorgehen und konkrete Projekte beschreiben zu können. Einzelne Projektansätze sind bereits sehr weit entwickelt und können daher nach entsprechender Prüfung durch die Gremien als so genannte „Starterprojekte“ umgesetzt werden, falls sie eine im Sinne der Gesamtstrategie zentrale Bedeutung einnehmen und eine positive Außenwirkung erzielen. Dies soll außerdem motivierend für die Akteure sein.

Der Vorsitzende, Herr Werner, bat um Wortmeldungen zum vorgestellten Strategieentwurf. Nachdem keine offenen Fragen vorhanden waren, ließ der Vorsitzende über den Strategieentwurf abstimmen. Der Vorschlag zur Entwicklungsstrategie wurde einstimmig angenommen.

### 2. Zielsetzungen und Aufgaben

Herr Dietz berichtete zunächst über die Struktur der LAG sowie die geplanten Beteiligungsprozesse und die begleitende Öffentlichkeitsarbeit während des LEADER-Prozesses (*siehe Präsentation im Anhang*).

Zur Auswahl von LEADER - Projekten, die in eine Förderung gebracht werden sollen, sind verschiedene Kriterien im Vorstand der LAG definiert worden, die Herr Dietz den LAG-Mitgliedern

kurz erläuterte. Gegen die ausgewählten Kriterien gab es keine Einwände. Sie sollen in den nächsten Wochen allen Akteuren klar kommuniziert werden.

Herr Dietz beschrieb ebenfalls den Weg vom Projekt zum Projektantrag. Dieser Prozess wird vom LAG-Vorstand festgelegt und soll den Projektträgern eine Hilfestellung bei der Projektentwicklung leisten (*siehe Präsentation im Anhang*).

Unterstützt wird die Prozessbeschreibung durch ein Formular „Projektskizze“, das Herr Werner und Herr Dietz dann vorstellten. Es dient zukünftig als Vorlage für potenzielle Projektträger bei der Einreichung von Projektskizzen. *Das Formular ist als Anlage dem Protokoll beigefügt.*

Zum Ende seiner Ausführungen berichtete Herr Dietz über den aktuellen Planungsstand bei den beabsichtigten nationalen und internationalen Kooperationen (*siehe Präsentation im Anhang*). Der Schwerpunkt der Kooperationen wird auf einer konkreten projektbezogenen Zusammenarbeit liegen, die sich thematisch, je nach Kooperationspartner, voneinander unterscheiden.

Herr Hartwig Wolf, Kreisverwaltung Donnersbergkreis, informierte über stattfindende netzwerkrelevante Veranstaltungen, die von der Vernetzungsstelle LEADER bundesweit regelmäßig durchgeführt werden. Er bot an alle Mitglieder der LAG in den E-Mail-Verteiler der Veranstaltungseinladungen aufzunehmen. Gegen den Vorschlag gab es keine Bedenken.

### 3. Weiteres Vorgehen und Termine

Die nächsten Termine:

- Mitte März 2008: Abgabe LILE-Endfassung
- Ende März 2008: Ausschreibung LEADER-Regionalmanagements
- April 2008: LAG-Vorstandssitzung, u.a. Vergabe des LEADER-Regionalmanagements
- Mai/Juni 2008: Anerkennung des LILE durch das Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau
- nächste Mitgliederversammlung wird noch terminiert

Im Zeitraum nach der Abgabe des LILE und der Anerkennung der Entwicklungsstrategie durch das Land sollen verschiedene vorbereitende Tätigkeiten (Kriterien für LEADER-Projekte, Ablauf des Antragsverfahrens, Auswahl eines Regionalmanagementbüros, Einrichtung einer Homepage der LAG u.a.) begonnen werden.

Kirchheimbolanden, den 06.03.08



(Werner)  
Landrat und 1. Vorsitzender

#### Anlagen:

- Präsentation entra
- Formular für LEADER-Projekte

# **S A T Z U N G**

## **des Vereins LAG Donnersberger und Lautrer Land e.V.**

### **§ 1**

#### **Name – Sitz – Geschäftsjahr**

- (1) Der Verein führt den Namen

**“LAG Donnersberger und Lautrer Land“**

Nach Eintragung des Vereins im Vereinsregister führt der Verein den Zusatz „e.V.“

Die Eintragung wird im Registergericht Kaiserslautern vorgenommen.

- (2) Der Verein hat seinen Sitz in 67292 Kirchheimbolanden, Uhlandstraße 2.

- (3) Das Geschäftsjahr ist das Kalenderjahr.

### **§ 2**

#### **Zweck und Aufgaben**

- (1) Der Verein initiiert und unterstützt eine nachhaltige Entwicklung in der LEADER-Region Donnersberger und Lautrer Land, bestehend aus den zu dem Donnersbergkreis gehörenden Verbandsgemeinden Alsenz-Obermoschel, Eisenberg, Göllheim (teilweise), Kirchheimbolanden, Rockenhausen und Winnweiler sowie aus den zu dem Landkreis Kaiserslautern gehörenden Verbandsgemeinden Enkenbach-Alsenborn, Otterbach, Otterberg und Weilerbach.
- (2) Zweck des Vereins ist die Förderung, Erhaltung und nachhaltige zukunftsfähige Entwicklung der ländlichen Infrastruktur, die Steigerung der Wertschöpfung im ländlichen Tourismus sowie die Etablierung regenerativer Energien.
- (3) Der Satzungszweck wird insbesondere durch folgende Aufgaben und Maßnahmen (mit Förderung der Mitgliedsregionen sowie Landes- und EU-Mittel) verwirklicht durch Unterstützung von Maßnahmen der ökologisch orientierten regionalen Entwicklung sowie der Umwelt, des Tourismus, der Kultur, des Landschaftsschutzes und des Heimatgedankens auf Grundlage der erarbeiteten Entwicklungsstrategie für diese LAG.

- (4) Aufbau von Netzwerken in der Region, die zu einer eigenständigen und selbstverantwortlichen Zukunftsgestaltung beitragen sollen
- (5) Der Verein leistet aktive Projektberatung und -begleitung. Der Verein versteht sich insbesondere auch als Beratungs- und Diskussionsforum sowie als Öffentlichkeitsplattform für die Initiierung und Erfüllung des Vereinszwecks in der Leader-Region

### **§ 3 Gemeinnützigkeit**

- (1) Der Verein verfolgt ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke im Sinne des Abschnitts „Steuerbegünstigte Zwecke“ der Abgabenordnung in der jeweils gültigen Fassung.
- (2) Der Verein ist selbstlos tätig, er verfolgt nicht in erster Linie eigenwirtschaftliche Zwecke.
- (3) Mittel des Vereins dürfen nur für die satzungsmäßigen Zwecke verwendet werden. Die Vereinsmitglieder erhalten in ihrer Eigenschaft als Mitglied keine Zuwendungen aus den Mitteln des Vereins.
- (4) Es darf keine Person durch Ausgaben, die dem Zweck des Vereins fremd sind oder durch unverhältnismäßig hohe Vergütung begünstigt werden.

### **§ 4 Mitgliedschaft**

Mitglieder des Vereins sind:

- Ordentliche Mitglieder
  - Fördernde Mitglieder
- (1) Ordentliche Mitglieder können werden:
    - a) die Gebietskörperschaften im Gebiet der LAG Donnersberger und Lautrer Land
    - b) die Wirtschafts- und Sozialpartner

Der Anteil der Mitglieder der Wirtschafts- und Sozialpartner muss mindestens 50 % betragen.

- (2) Die Mitgliedschaft ist schriftlich zu beantragen. Über den Antrag entscheidet der Vorstand. Bei Ablehnung des Antrages ist er nicht verpflichtet, dem Antragsteller die Gründe mitzuteilen.

## **§ 5 Fördernde Mitglieder**

- (1) Natürliche und juristische Personen, die nicht nach § 3 Mitglieder sein können, die den Verein „LAG Donnersberger und Lautrer Land“ jedoch in seiner Arbeit unterstützen, können fördernde Mitglieder werden.
- (2) Der § 3 Abs. 2 gilt entsprechend.

## **§ 6 Ordentliche Mitglieder**

- (1) Die Mitgliedschaft endet durch Tod des Mitglieds, durch Auflösung der juristischen Person, durch schriftliche Austrittserklärung oder Ausschluss. Der Austritt ist nur zum Ende des Geschäftsjahres möglich und muss mit Einhaltung einer Frist von 3 Monaten schriftlich beim Vorstand gekündigt werden.
- (2) Ein Mitglied kann, wenn es gegen die Vereinsinteressen gröblich verstoßen hat, durch Beschluss des Vorstandes ausgeschlossen werden. Gegen den Ausschluss kann binnen eines Monats die Entscheidung der Mitgliederversammlung beantragt werden. Diese entscheidet über den Ausschluss mit einer Mehrheit von  $\frac{3}{4}$  der anwesenden Mitglieder.
- (3) Jedes ordentliche Mitglied hat im Verein eine Stimme. Fördernde Mitglieder sind nicht stimmberechtigt.

## **§ 7 Organe des Vereins**

Die Organe des Vereins sind:

- a) die Mitgliederversammlung
- b) der Vorstand.

## **§ 8 Mitgliederversammlung**

- (1) Alle Mitglieder nach § 3 bilden die Mitgliederversammlung. Die/der Vorsitzende des Vorstandes beruft mindestens einmal im Jahr eine Mitgliederversammlung ein. Der/dem Vorsitzenden bzw. dessen Stellvertretern/in obliegt die Sitzungsleitung.
- (2) Auf Beschluss des Vorstandes oder schriftlichen Antrag von mindestens 30% der Mitglieder muss zu einer außerordentlichen Mitgliederversammlung eingeladen werden.
- (3) Einladungen bedürfen der Schriftform unter Angabe der Tagesordnung und Einhaltung einer Frist von 2 Wochen (Datum des Poststempels). Der Termin wird einen Monat vorher per E-Mail angekündigt.
- (4) Anträge oder Ergänzungen der Tagesordnung sind mindestens 6 Tage vor der Mitgliederversammlung beim Vorstand zu stellen (Datum des Poststempels).
- (5) Mitglieder, die juristische Personen oder Personenvereinigungen sind, können sich durch schriftliche Vollmacht vertreten lassen. Ordnungsgemäß einberufene Mitgliederversammlungen sind ohne Rücksicht auf die Zahl der anwesenden Mitglieder beschlussfähig.
- (6) Beschlüsse über Satzungsänderungen oder die Auflösung des Vereins bedürfen der Mehrheit der Vereinsmitglieder. Im übrigen reicht zur Beschlußfassung die Mehrheit der anwesenden Mitglieder aus.
- (7) Über die Mitgliederversammlung ist eine Niederschrift in Form eines Ergebnisprotokolles zu fertigen. Die Niederschrift ist von der/dem Vorsitzenden bzw. der/dem stellv. Vorsitzenden zu unterzeichnen.
- (8) Zu den Aufgaben der Mitgliederversammlung gehören:
  - a. Grundsatzentscheidungen der Vereinsarbeit
  - b. Genehmigung des Haushaltsplanes für das laufende Geschäftsjahr
  - c. Feststellung der Jahresabschlüsse
  - d. Wahl des Vorstandes
  - e. Bestellung der Revision
  - f. Entlastung des Vorstandes
  - g. Festsetzung der Mitgliedsbeiträge
  - h. Satzungsänderungen
  - i. Auflösung des Vereines

## **§ 9 Vorstand des Vereins**

- (1) Der Vorstand besteht aus dem Vorsitzenden, einem Stellvertreter/einer Stellvertreterin sowie zehn weiteren Personen. Der Vorstand setzt sich aus fünf öffentlichen sowie sieben privaten Vertreter/innen zusammen.  
Zu den öffentlichen Vertretern des Vorstandes gehören
  - a) der Landrat des Donnersbergkreises
  - b) der Landrat des Kreises Kaiserslautern
  - c) zwei Bürgermeister der Verbandsgemeinden des Donnersbergkreises
  - d) ein Bürgermeister aus einer der Verbandsgemeinden des Kreises Kaiserslautern
- (2) Der Vorstand wird von der Mitgliederversammlung für die Dauer von drei Jahren, gerechnet von der Wahl an, gewählt.
- (3) Der Vorstand bleibt bis zur Neuwahl im Amt. Eine Wiederwahl der Vorstandsmitglieder ist möglich.
- (4) Der Vorstand kann sich durch die zuständigen Fachbehörden sowie externe Experten und Verbände beraten lassen.
- (5) Der Vorstand fasst seine Beschlüsse mit Stimmenmehrheit der anwesenden Mitglieder. Bei Stimmengleichheit entscheidet die Stimme der/des Vorsitzenden bzw. seiner/s Stellvertreter/s/in. Der Vorstand ist beschlussfähig, wenn mindestens die Hälfte der Mitglieder anwesend ist.
- (6) Die Ergebnisse der Vorstandssitzung werden protokolliert. Die Niederschrift ist von der/dem Vorsitzenden und der/dem Protokollführer/in zu unterzeichnen.
- (7) Der Vorstand kann zur Unterstützung seiner Aufgaben bei Bedarf fachbezogene Räte, Ausschüsse oder Arbeitsgruppen berufen, die ihm fachliche Empfehlungen und Beratungen geben.
- (8) Einladungen bedürfen der Schriftform unter Angabe der Tagesordnung und einer Frist von zwei Wochen (Datum des Poststempels). Der Termin wird einen Monat vorher per E-Mail angekündigt.
- (9) Der Vorsitzende ist Ansprechpartner der Geschäftsführung in allen Vereinsangelegenheiten.

## **§ 10 Aufgaben des Vorstandes**

- (1) Der Vorstand führt die Geschäfte des Vereins nach Maßgabe der Beschlüsse der Mitgliederversammlung und beschließt den jährlichen Haushaltsplan. Zur Wahrnehmung der laufenden Geschäfte setzt er die Geschäftsführung (§ 13) ein.
  
- (2) Im Einzelnen beinhalten die Aufgaben der Vorstandes die folgenden Punkte:
  - a. Das Abstimmen von Leitzielen, Projekten und Maßnahmen für die ländliche Entwicklung in der LEADER Förderkulisse.
  - b. Die Bewertung von Projekten nach Qualitätskriterien sowie deren Auswahl im Rahmen des LEADER-Programms;
  - c. Die Unterstützung und Beratung bei der Qualifizierung und Umsetzung von Projekten und Maßnahmen, insbesondere dem Erschließen weiterer Fördermöglichkeiten aus anderen Bereichen.

## **§ 11 Vergabeentscheidung**

Bei der Vergabe von Aufträgen gelten folgende Regelungen:

- a) die Geschäftsführung kann Aufträge bis zu 2.000 €
- b) der/die Vorsitzende bis zu 10.000 € und
- c) der Vorstand alle Aufträge über 10.000 €, jeweils netto vergeben.

## **§ 12 Vertretungs- und Unterschriftsbefugnis**

- a) Gesetzliche Vertreter im Sinne des § 26 BGB sind die (der) Vorsitzende und die (der) stellvertretende Vorsitzende. Beide sind allein vertretungsberechtigt.
- b) Schreiben an einen allgemeinen Personenkreis sowie Schreiben im Zusammenhang mit Sitzungen unterzeichnet der Vorsitzende , oder nach Absprache, die Geschäftsführung.

## **§ 13 Geschäftsführung**

- (1) Zur Wahrnehmung der laufenden Geschäfte bestellt der Vorstand ein Regionalmanagement bzw. eine Geschäftsführung.
  
- (2) Zu den laufenden Geschäften gehören alle Aufgaben, die nicht der ausschließlichen Zuständigkeit der Organe vorbehalten sind. Insbesondere gehören zu den Aufgaben der Geschäftsführung:
  - a) Beratung und Begleitung von Projektträgern bei der Projektentwicklung
  - b) Die Bewertung von Projekten
  - c) Beratung und Unterstützung bei der Finanzplanung der Projekte
  - d) Monitoring bei der Umsetzung des Integrierten Entwicklungskonzepts
  - e) Vorbereitung und Organisation der Regionalforen, Arbeitsweise und der Mitgliederversammlungen
  - f) Bewirtschaftung der Vereinsmittel
  - g) Rechnungsführung und Aufstellung des Haushaltsplanes, Jahresabschluss
  - h) jährliche Berichterstattung in Gremien der beiden Landkreise
  
- (3) Das Regionalmanagement bzw. die externe Geschäftsführung initiiert und moderiert die einzelnen Projektträgereinheiten.

## **§ 14 Finanzausstattung und Haftung**

- (1) Die Finanzierung des Vereins erfolgt im Wesentlichen durch:
  - a) Mitgliedsbeiträge, Zuwendungen und Spenden
  - b) Zuwendungen der öffentlichen HandArt und Höhe der Mitgliedsbeiträge regelt die Beitragssatzung, welche von der Mitgliederversammlung beschlossen wird.
  
- (2) Der Verein erfüllt seine in § 2 festgelegten Ziele in religiöser und parteipolitischer Unabhängigkeit. Bei der Realisierung von vertraglich übernommenen Aufgaben ist der Verein im Rahmen der festgelegten Bedingungen gegenüber Weisung und Auflagen oder anderen Eingriffen der Vertragspartner frei.

- (3) Der Verein ist in der Lage, öffentliche Mittel ordnungsgemäß zu verwalten und einzusetzen
- (4) Der Verein haftet für seine Tätigkeiten mit seinem Vermögen. Eine darübergehende Haftung der Mitglieder ist ausgeschlossen.

## **§ 15 Haushaltsplanung**

Die Geschäftsführung stellt spätestens einen Monat vor Ende des Kalenderjahres einen Haushaltsplan auf, der der Mitgliederversammlung zur Beschlussfassung vorzulegen ist.

## **§ 16 Jahresabschluss**

Die Geschäftsführung stellt zum Ende eines jeden Kalenderjahres den Jahresabschluss auf, den sie mit dem Jahresbericht (Monitoring) der Mitgliederversammlung vorlegt.

## **§ 17 Revisoren**

- (1) Die Revisoren werden von der Mitgliederversammlung für drei Jahre bestellt.
- (2) Sie überprüfen die satzungsgemäße Verwendung der Mittel, das Belegwesen, die Kontenführung und die Kasse des Vereins.
- (3) Mindestens einmal im Geschäftsjahr hat eine Revision zu erfolgen.
- (4) Einmal jährlich hat die Berichterstattung in der Mitgliederversammlung zu erfolgen.
- (5) Die Revisoren unterliegen keiner Weisung und Beaufsichtigung des Vorstandes. Sie sind dem Vorstand gegenüber nicht weisungsberechtigt.
- (6) Des Weiteren erfolgt eine Rechnungsprüfung durch die Rechnungsprüfungsämter der beiden beteiligten Landkreise im Wechsel.

## **§ 18 Auflösung des Vereins**

- (1) Die Auflösung des Vereins kann nur in einer Mitgliederversammlung und mit Zweidrittel-Mehrheit der abgegebenen Stimmen beschlossen werden.

- (2) Falls die Mitgliederversammlung nicht anders beschließt, sind der Vorsitzende und der stellvertretende Vorsitzende gemeinsam vertretungsberechtigte Liquidatoren.
  
- (3) Bei Auflösung oder Aufhebung des Vereins fällt das Vereinsvermögen anteilmäßig nach der Einwohnerzahl an den Landkreis Donnersbergkreis und an den Landkreis Kaiserslautern zur Verwendung entsprechend des Vereinszweckes. Eine Verteilung an die Vereinsmitglieder ist ausgeschlossen.

## **§ 19 Inkrafttreten**

Diese Satzung tritt mit dem Tag der Beschlussfassung auf der konstituierenden Mitgliederversammlung am 17.10.2007 in Kraft.

Kreisverwaltung Kaiserslautern  
Lauterstr. 8  
67657 Kaiserslautern

Kreisverwaltung Donnersbergkreis  
Umlandstraße 2  
67292 Kirchheimbolanden

entra UnternehmerEntwicklung  
Villa Scheurer - Falkensteiner Weg 3  
67722 Winnweiler

