

Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land 2015+



Regionales Entwicklungskonzept der LAG St. Wendeler Land

für den LEADER-Wettbewerb

2007-2013

Kulturlandschaftsinitiative St. Wendeler Land e. V.

November 2007



Inhalt

1	Abgrenzung und Lage der Region	7
2	Zusammensetzung, Organisationsstruktur, Arbeitsweise und Eignung der LAG	8
3	Methodik der Erarbeitung des REK	10
4	Ist-Analyse	11
4.1	Tabellarische Übersicht	11
4.2	Naturräumliche Voraussetzungen	13
4.3	Schutz von Natur und Landschaft	14
4.4	Strukturräumliche Zuordnung und Infrastruktur	15
4.5	Land- und Forstwirtschaft	15
4.6	Biomasse / Bioenergie	18
4.7	Wirtschaftsstruktur und Beschäftigung	19
4.8	Tourismus	21
4.9	Bevölkerung und Bevölkerungsentwicklung	22
5	SWOT-Analyse	25
6	Leitbild und Entwicklungsziele	29
6.1	Vorbemerkungen	29
6.2	Zentrales Leitbild der LAG	29
6.3	Innovation und nachhaltige Verstetigung	30
6.4	Systemansatz „Lokalwarenmarkt 2015+“	31
6.5	Entwicklungsziele - Zielsystematik des REK	31
6.5.1	Oberziel – Der Lokalwarenmarkt wird Systempartner	33
6.5.2	Oberziel – Etablierung Touristische Marke Steinreich	33
6.5.3	Oberziel – Aufbau Qualifizierungsnetzwerk LokalKompetenz	33
6.6	Herleitung der Entwicklungsziele aus der SWOT-Analyse	34
7	Entwicklungsstrategie	35
7.1	Grundsätzliche Entwicklungsstrategie	35
7.2	Handlungsfelder und deren Zusammenhang	35
7.2.1	Handlungsfeld Lokalwarenmarkt	35



7.2.2	Handlungsfeld Tourismus	36
7.2.3	Handlungsfeld Qualifikation	37
7.3	Erfüllung der LEADER-Anforderungen	37
7.4	Meilensteine der Entwicklung	38
8	Aktionsprogramm	40
8.1	Vorbemerkungen	40
8.2	Prioritätensetzung in der Umsetzung	40
8.3	Verfahren und Kriterien der Projektauswahl im REK	41
8.4	Darstellung der Projekte im REK	42
8.4.1	Projekte im HF Lokalwarenmarkt	43
8.4.2	Projekte im HF Tourismus	43
8.4.3	Projekte im HF Qualifikation	44
8.5	Erwartete Wirkungen des Aktionsprogramms	45
9	Monitoring / Evaluierung	46
9.1	Monitoring- und Evaluierungskonzept	46
9.2	Indikatoren	46
10	Finanzierungskonzept	48
10.1	Finanzplan nach Schwerpunkten der ELER-VO	48
10.2	Indikativer Finanzplan	48
10.3	Bewertung der Mittelverfügbarkeit	50

Impressum: Kulturlandschaftsinitiative St. Wendeler Land e.V.

LEADER LAG St. Wendeler Land – Saarland

Wendelinushof

66606 St. Wendel

Tel. 0 68 51 / 93 74 34

Fax 0 68 51 / 93 74 14

info@lokalwarenmarkt.de

www.lokalwarenmarkt.de



Tabellarische Gesamtübersicht REK der LAG St. Wendeler Land

Name der Region:	Sankt Wendeler Land
Antragsteller:	Kulturlandschaftsinitiative Sankt Wendeler Land e.V. Werner Feldkamp (1. Vorsitzender) Wendelinushof 66606 St. Wendel Tel.: 06851 / 937434 Fax 06851 / 937414 eMail: info@lokalwarenmarkt.de Web: www.lokalwarenmarkt.de
Abgrenzung der Region:	Landkreis Sankt Wendel
Grunddaten der Region:	Fläche: 476,2 qkm Einwohner: 93.290 Einwohner Einwohnerdichte: 196 Einwohner / qkm
Zusammensetzung der LAG:	66 lokale Akteure aus dem Sankt Wendeler Land ;davon 44 Mitglieder des Vereins
Zentrales Leitbild:	Professionalisierung und nachhaltige Weiterentwicklung des aufgebauten Lokalwarenmarktes zum „Lokalwarenmarkt 2015“. Die drei zentralen, lokalen Grundressourcen Natur / Kultur / Mensch werden durch konsequente Markenbildung nachhaltig in Wert gesetzt.
Handlungsfelder:	3 Handlungsfelder: <ul style="list-style-type: none"> • Lokalwarenmarkt • Tourismus • Qualifikation
Leitprojekte des Aktionsprogrammes:	<ul style="list-style-type: none"> • HF Lokalwarenmarkt: Systempartner Lokalwarenmarkt (WZB) • HF Tourismus: Touristische Marke STEINREICH (KuLanI) • HF Qualifikation: Qualifikationsnetzwerk LokalKompetenz (KuBi)
Projektbegleitung und –bewertung:	Zentrale Koordination durch Geschäftsstelle KuLanI Steuerung durch eine Lenkungsgruppe je Handlungsfeld Begleitung/Bewertung durch externes Regionalmanagement



Zusammenfassung des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalwarenmarkt 2015+“

Das regionale Entwicklungskonzept „Lokalwarenmarkt 2015+“ baut auf den Erfahrungen und Ergebnissen der auslaufenden Programmperiode LEADER+ auf. Kerngedanke und zentrales Leitbild ist hier weiterhin der Aufbau und die nachhaltige Etablierung eines eigendynamischen Marktes lokaler Produkte und Dienstleistungen als Ergänzung des globalisierten Warenangebotes.

Dennoch geht das Leitbild „Lokalwarenmarkt 2015+“ weit über den bisherigen Ansatz und stellt damit keine einfache Fortschreibung der erfolgreichen Idee Lokalwarenmarkt dar. Das Leitbild des „Lokalwarenmarkt 2015+“ ist insbesondere durch folgende zentralen Ansätze charakterisiert:

- Der „Lokalwarenmarkt 2015+“ ist nunmehr zu einem konsequenten **SYSTEMANSATZ** entwickelt, d.h. der erweiterte Entwicklungsansatz umfasst nicht nur alle Stufen der Wertschöpfungsketten vom Urprodukt bis zur Kundeninformation, sondern er verbindet die Wertschöpfungsketten zu einem weitgehend eigenständigen, lokalen Warenmarkt.
- **Für jede Grundressource (Natur / Kultur / Mensch) wird konsequent eine wertschöpfungsrelevante MARKE entwickelt:**
 - Naturressourcen → Zertifizierte Marke „Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land“
 - Kulturressourcen → Zu zertifizierende Marke „St. Wendeler Land – Steinreich“
 - Humanressourcen → Zertifizierung „St. Wendeler Land – lokal kompetent“

Diese Markensegmente werden durch die KuLanI (als Markeneigner) gebündelt und koordiniert und nur so als regionaler Gesamtansatz wirksam.

Aus diesem Systemansatz wurden (markenorientiert) die drei Handlungsfelder entwickelt:

- **Handlungsfeld Lokalwarenmarkt** – mit dem Leitprojekt „Systempartner Lokalwarenmarkt“,
- **Handlungsfeld Tourismus** – mit dem Leitprojekt „Touristische Marke „St. Wendeler Land – Steinreich“,
- **Handlungsfeld Qualifikation** – mit dem Leitprojekt „Qualifizierungsnetzwerk Lokal-Kompetenz“



Zur Umsetzung dieses Entwicklungsansatzes wurden **entlang der zielgerichteten Entwicklungspfade** 60 Projektansätze und -ideen innerhalb der LAG erarbeitet. Hieraus wurden nach 40 Projekte in folgender Priorität konkretisiert:

- 3 Leitprojekte (eines pro Handlungsfeld),
- 27 Hauptprojekte zur Umsetzung der zentralen Entwicklungsansätze,
- 10 Folgeprojekte mit ergänzenden Beiträgen zum „Lokalwarenmarkt 2015+“.

Für alle **30 Leit- und Hauptprojekte** wurde eine konkretisierte Projektskizze mit **qualifizierter Zeit-, Kosten- und Wirkungsabschätzung** (siehe Anhang), die den zu erwartenden Umsetzungsprozess und dessen erwartete Ergebnis präzise beschreibt.

Mit diesem Aktionsprogramm soll eine konsequente Überführung der erfolgreichen Grundidee „Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land“ zu einem eigenständig tragfähigen System der lokalen Wertschöpfung erreicht werden. Hierbei erfolgt keine Verengung auf eine Wertschöpfungskette, sondern der Bogen der Entwicklung wird von der Aus- und Weiterbildung, über die Nutzung der natürlichen Ressourcen bis zur Inwertsetzung der steinernen Kulturgüter des St. Wendeler Landes gespannt.

Gestützt auf das breite lokale Netzwerk der Kulturlandschaftsinitiative wird hiermit eine neue – systemorientierte - Qualität der regionalen Entwicklung mit hoher Intensität voran getrieben, die unter anderem diese **klar erkennbare Wirkungen bis 2013 erwarten lässt**:

- ca. 127 neue Arbeitsplätze (zzgl. der Sicherung von 96 bestehenden Arbeitsplätzen),
- ca. 47 neue Ausbildungsplätze,
- ca. 11.000 Personen in Aus-, Weiter- und Qualifizierungsmaßnahmen,
- ca. 5,5 Mio. € Jahresumsatz mit Lokalwaren in 2010 (2006: 1,95 Mio. €),
- ca. 7 Mio. € lokale Folgeinvestitionen (zusätzlich zu ca. 7,4 Mio. € Projektkosten),
- ca. 109.000 Besucher / Jahr in Projektangeboten des Lokalwarenmarktes,
- ca. 400 neue Produkte und Angebote.

Dieses Ziel ist jedoch nur auf Basis eines **funktionsfähigen und partnerschaftlich organisierten, lokalen Netzwerkes** zu erreichen, das einen mindestens ebenso großen Wert für die weiteren Entwicklungschancen des St. Wendeler Landes darstellt.



1 Abgrenzung und Lage der Region

Die LEADER-Region der LAG Sankt Wendeler Land umfasst den gesamten Landkreis Sankt Wendel mit seinen 8 Gemeinden:

Sankt Wendel (Kreisstadt),	Marpingen,
Tholey,	Nonnweiler,
Nohfelden,	Oberthal,
Namborn,	Freisen.

In dieser Region leben auf einer Fläche von 476,2 qkm 93.290 Einwohner. Dies entspricht einer Bevölkerungsdichte von 196 Einwohnern/qkm.

Der Kreis Sankt Wendel ist der nördöstliche Landkreis des Saarlandes. Er wird im Westen von den Landkreisen Merzig-Wadern bzw. Saarlouis und im Süden vom Landkreis Neunkirchen umgrenzt. Im Norden und Osten bildet das Bundesland Rheinland-Pfalz die Kreisgrenze.

Obwohl die Verwaltungsgrenze des Landkreises die LEADER-Region Sankt Wendeler Land beschreibt, war für diese Gebietsauswahl diese Tatsache nicht zentral maßgebend.

Die Abgrenzung der LEADER-Region Sankt Wendeler Land erfolgte – wie bereits im Zuge des Programmes LEADER+ - vorrangig unter folgenden Gesichtspunkten:

- Die gewählte Region ist in ihrer zentralörtlichen Ausrichtung auf das Mittelzentrum St. Wendel ausgerichtet (Ausnahme: Nonnweiler).
- Die Region zeigt naturräumlich einen sehr homogenen „Mittelgebirgscharakter“.
- Die natürlichen Standortbedingungen sind vergleichsweise homogen (Klima, Höhenlage, Relief, Böden).
- Die Mehrzahl der Initiativen zur ländlichen Entwicklung sind auf der Kreisebene organisiert (Forstbetriebsgemeinschaft; Kreisgruppen wichtiger Akteure; Kulturlandschaftsinitiative usw.).
- Mit dem touristischen Leitbild Sankt Wendeler Land ist diese Region nach innen und außen klar erkennbar.
- Die Kulturlandschaftsinitiative Sankt Wendeler Land als Träger der LAG ist auf die abgegrenzte Region zugeschnitten.



- Insgesamt stellt das Sankt Wendeler Land in der gewählten Abgrenzung eine klar erkennbare und handlungsfähige Region dar.

2 Zusammensetzung, Organisationsstruktur, Arbeitsweise und Eignung der LAG

Die 1994 als informeller Zusammenschluss gegründete Kulturlandschaftsinitiative Sankt Wendeler Land (KuLanI) gründete sich nach dem Gewinn des LEADER+ Wettbewerbs im Herbst 2003 als eingetragener, gemeinnütziger Verein.

Aktuell hat die Kulturlandschaftsinitiative 44 Mitglieder aus dem öffentlichen und privaten Bereich. Wie aus der Liste der Mitglieder deutlich wird sind nahezu alle öffentlichen und privaten Träger der ländlichen Entwicklung im St. Wendeler Land hier zusammengeschlossen.

Die Liste mit den Mitgliedern der LAG (Vereinsmitglieder und neue Partner) im Zuge der Erarbeitung des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalwarenmarkt 2015+“ findet sich im Anhang (Seite 30 des Anhangs).

Entsprechend ihrer Satzung hat die KuLanI folgende Aufgaben:

- Im Rahmen des gemeinsam entwickelten regionalen Entwicklungskonzeptes (REK) zur EU-Gemeinschaftsinitiative LEADER setzt der Verein das dort entworfene Aktionsprogramm um.
- Der Verein unterstützt mit den LEADER-Projekten, die Bestandteil des integrierten regionalen Entwicklungskonzeptes sind, die integrierte ländliche Entwicklung der Region Sankt Wendeler Land.
- Der Verein ist ein Zusammenschluss aller Gruppen mit landschaftsbezogenen Schutz- und Nutzungsinteressen im Sankt Wendeler Land.
- Oberstes Ziel des Vereins ist die Erhaltung und Weiterentwicklung der Kulturlandschaft Sankt Wendeler Land, die auch unter den modernen Rahmenbedingungen globaler Märkte aus den Dörfern heraus durch Nutzung und Schutz von der örtlichen Bevölkerung getragen wird.



Im Zuge des LEADER-Programmes werden folgende Organe der LAG tätig:

- **Mitgliederversammlung des Vereins:** Aufnahme neuer Mitglieder; Wahl des Vorstandes; Weiterentwicklung der Satzung; oberstes Organ der LAG.
- **Vorstand des Vereins:** 11-köpfiger Vorstand; Entscheidung über Projektanträge; Steuerndes Organ des Vereins.
- **Geschäftsführender Vorstand:** Vorsitzender, Stellvertreter und ein weiteres Vorstandsmitglied. Ausführung des Tagesgeschäftes mit der Unterstützung der Geschäftsstelle und des Regionalmanagements.
- **Geschäftsstelle:** Fest besetztes Sekretariat auf dem Wendelinushof (LOKALWARENMARKT); Interne und externe Anlaufstelle; Aktenführung; Betreuung der Dauerausstellung LOKALWARENMARKT.
- **Lenkungsgruppen:** Jeweils eine Projektarbeitsgruppe für jedes Handlungsfeld des REK. Fachlicher Austausch zwischen den Projektträgern. Gemeinsame Weiterentwicklung der Projekte. Beratende „Fachausschüsse“ für die Vorstandsarbeit.
- **Regionalmanagement:** Externe Beauftragung. Vorprüfung und Begleitung der Projekte; konzeptionelle Weiterentwicklung des REK; Moderation.

Ein wichtiges Anliegen der KuLanI in diesem LEADER-Wettbewerb ist die Gewinnung neuer bzw. weitere Aktivierung bestehender Partner und Akteure. Insbesondere im Hinblick auf das neue Oberziel Aufbau Qualifikationsnetzwerk „St. Wendeler Land – Lokal Kompetent“ wurde eine Vielzahl neuer Partner gewonnen. Dies verdeutlicht sich insbesondere anhand der neu gegründeten Arbeitsgruppe Qualifikation, die hier die zentralen Entwicklungsarbeiten leistet - Mitglieder der AG Qualifikation sind:

- Kultur- und Bildungsinstitut St. Wendel
- Kommunale Arbeitsförderung
- Seniorenbüro des Landkreises St. Wendel
- Ehrenamtsbörse des Landkreises St. Wendel
- Behindertenbeauftragter der Gemeinde Nohfelden
- St. Wendeler Volkshochschule
- Stadt St. Wendel
- Landfrauenverband
- Stadt St. Wendel Jugendamt



- Frauenbeauftragte des Landkreises St. Wendel
- Kommunale Arbeitsförderung
- Landkreis St. Wendel
- Lokales Bündnis für Familien Nonnweiler
- Landkreis St. Wendel - BeKo
- Kreissozialamt
- Seniorenbeauftragter der Gemeinde Nohfelden

3 Methodik der Erarbeitung des REK

Mit der der Ausschreibung des LEADER-Wettbewerbes am 30.08.2007 im Saarländischen Amtsblatt wurden die Arbeiten zur Erstellung des LEADER-Konzeptes aufgenommen.

Als Grundlage der Arbeiten wurde am 11.09.2007 eine außerordentliche Mitgliederversammlung durchgeführt, die den Vorstand einstimmig mit der Erstellung des LEADER-Wettbewerbsbeitrages beauftragte. Die Erstellung des regionalen Entwicklungskonzeptes wird durch eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit zur Gewinnung neuer Partner und zur Bekanntmachung der angestrebten Ziele begleitet. Hierfür wurden durch Redaktionsgespräche mit den lokalen Medien mehrere diesbezügliche Zeitungsartikel im Lokalteil der Saarbrücker Zeit veröffentlicht. Zudem wurde aktiv bei den Veranstaltungen der KuLanI (insbesondere Erntedankfest 2007) über den Entwicklungsprozess informiert und zu Mitarbeit animiert.

In der 12-wöchigen Wettbewerbsphase (seit dem 30.08.2007) wurde folgendermaßen vorgegangen:

- Ablauf der Erarbeitung des Grobkonzept September/Oktober 2007:
 - Beschluss Mitgliederversammlung als Grundlage für Teilnahme am LEADER-Wettbewerb,
 - Erarbeitung Raum- und SWOT-Analyse durch GS KuLanI,
 - Entwicklung Entwurf Leitbilder und Zielvorgaben durch GS KuLanI,
 - Diskussion und Weiterentwicklung Zielsetzungen nach Handlungsfeldern:
 - HF Lokalwarenmarkt – AG Lokalwarenmarkt,
 - HF Qualifikation – Arbeitsgruppe Qualifikation (gegründet 2006),
 - HF Tourismus – Lenkungsgruppe Steinreich.



- Überarbeitung / Zusammenführung Zielsetzungen durch GS KuLanI,
- Erstellung schriftliches Grobkonzept bis 11. Oktober 2007 - GS KuLanI,
- Präsentation des Grobkonzeptes im MfU am 17.11.2007.
- Ablauf Erarbeitung des endgültigen REK Oktober/November 2007:
 - Einarbeitung Anmerkungen MfU zum Grobkonzept,
 - Konkretisierung LEITPROJEKTE und MEILENSTEINE,
 - Projektentwicklung mit den entsprechenden Projektpartnern (gVS KuLanI),
 - Diskussion der Entwicklungsstrategie in den Lenkungsgruppen,
 - Entwicklung Aktionsprogramm / Ausarbeitung Finanzierungskonzept,
 - Diskussion Aktionsprogramm / Finanzierungskonzept mit den Projektpartnern (durch gVS KuLanI),
 - Ausarbeitung Entwurf REK durch GS KuLanI,
 - Vorstellung Entwurf REK in Vorstand der KuLanI – einstimmige Annahme,
 - Abschlussdiskussion im Plenum aller Partner – Einholung des Mandats zur Abgabe des vorgestellten REK - 19. November 2007,
 - Einholung der Absichtserklärungen und Fertigstellung des REK,
 - Abgabe des REK der LAG St. Wendeler Land am 23.11.2007.

4 Ist-Analyse

Die hier dargestellte Analyse der Ist-Situation des Sankt Wendeler Landes betrachtet entsprechend der Vorgaben des saarländischen LEADER-Programmes ganz vorrangig die für die Begründung der gewählten Entwicklungsstrategie entscheidenden Faktoren. Insbesondere im Stadium des Grobkonzeptes wird auf eine umfassende Raumanalyse, die alle (auch nicht handlungsrelevanten) Faktoren umfasst, verzichtet.

4.1 Tabellarische Übersicht

Die nachfolgende tabellarische Übersicht zeigt die wichtigsten Grundlagendaten des St. Wendeler Landes auf Gemeindeebene.

Gemeindestatistik	Jahr	Freisen	Marpingen	Namborn	Nohfelden	Nonnweiler	Oberthal	St. Wendel	Tholey	LK St. Wendel	Saarland	Deutschland
Fläche in km ²	2004	48,1	39,7	26,0	100,7	66,7	23,9	113,5	57,6	476,2	2.569	357.093
darunter:												
Gebäude- u. Freifläche (%)	2004	6,8	8,4	9,7	4,6	6,3	8,3	8,7	8,2	7,3		
Verkehrsfläche (%)	2004	9,3	3,8	6,5	5,9	8,7	5,0	7,0	5,6	6,7		
Landwirtschaftsfläche (%)	2004	55,1	61,8	57,3	41,1	36,0	48,9	53,7	57,7	49,8		
Waldfläche (%)	2004	25,4	22,9	20,7	44,6	45,6	34,0	26,5	26,4	32,6		
Bevölkerung insgesamt	2006	8.524	11.172	7.397	10.475	9.243	6.436	26.967	13.076	93.290	1.050.000	82.438.000
Bevölkerungsdichte (Einw./km ²)	2006	177,0	281,0	285,0	104,0	139,0	270,0	238,0	227,0	195,9	408,8	230,9
Ausländeranteil (%)	2006	4,4	5,5	4,2	2,8	3,0	4,1	4,6	3,5	4,1	8,3	8,8
Natürliche Bevölkerungsentwicklung (%)	2006	-0,3	-0,5	-0,4	-0,6	-0,3	-0,8	-0,6	-0,3	-0,5	-0,5	-0,2
Wanderungsbilanz (%)	2006	-0,6	-1,0	-0,1	-0,6	-0,6	-0,6	0,1	-0,4	-0,4	0,0	0,1
Bevölkerungssaldo (%)	2006	-1,0	-1,5	-0,5	-1,2	-0,9	-1,4	-0,4	-0,7	-0,9	-0,5	-0,1
Sozialvers. Beschäftigte (am Arbeitsort)	2006	1.541	811	308	1.857	2.958	554	12.041	2.055	22.125	435.000	36.567.000
;in % der Wohnbevölkerung	2006	18,1	7,3	4,2	17,7	32,0	8,6	44,7	15,7	23,7	41,4	44,4
Schulden je Einwohner (EUR)	2006	663,0	545,0	488,0	386,0	827,0	920,0	360,0	731,0	559,8		



4.2 Naturräumliche Voraussetzungen

Das Sankt Wendeler Land ist ein homogener Naturraum

Folgende 5 naturräumlichen Einheiten prägen das Sankt Wendeler Land:

- Prims-Blies-Hügelland,
- Prims-Hochland,
- Hoch- und Idarwald,
- Nordpfälzer Bergland,
- Nohfelden-Hirsteiner-Bergland.

Alle Naturräume zeichnen sich durch ihren „Mittelgebirgscharakter“ aus. Große Auen- oder Gaulandschaften stellen im Sankt Wendeler Land keine prägenden Landschaftsbestandteile dar.

Das Sankt Wendeler Land hat ungünstige natürliche Standortvoraussetzungen

Folgende Punkte charakterisieren die natürlichen Standortvoraussetzungen im Sankt Wendeler Land:

- vergleichsweise große Höhenlage (250 bis 580 m über N.N.),
- starke Reliefenergien und starke Kammerung der Landschaft,
- vergleichsweise schlechte Bodenbonitäten (zwischen 25 und 40 Bodenpunkten);
- vergleichsweise hohe Niederschläge (850 bis 1.050 mm / Jahr).

Das Sankt Wendeler Land wird von Land- und Forstwirtschaft geprägt

Land- und Forstwirtschaft prägen das Landschaftsbild des Sankt Wendeler Landes. Die Bodennutzung zeigt einen für ländliche Räume typische Verteilung der Nutzung (2004):

- Landwirtschaft: 49,8 % der Bodenfläche,
- Forstwirtschaft: 32,6 % der Bodenfläche,
- Verkehrsfläche: 6,7 % der Bodenfläche,
- Gebäude- und Freiflächen: 7,3 % der Bodenfläche.

4.3 Schutz von Natur und Landschaft

Das Sankt Wendeler Land verfügt über eine reiche Landschaftsstruktur, aber vergleichsweise wenige Spitzenbiotope

Das Sankt Wendeler Land stellt mit einer Bodenfläche von 47.609 ha einen Flächenanteil von 18,3 % des Saarlandes. Auf dieser Fläche sind folgende Schutzgebiete vorhanden (2000 – Anteil am Bestand im Saarland in Klammern):

- Kartierte Biotope: 4.306 ha (18,8 %),
- Naturschutzgebiete: 476 ha (13,7 %),
- Landschaftsschutzgebiete: 18.338 ha (18,3 %),
- Wasserschutzgebiete: 3.066 ha (8,3 %),
- FFH-Gebiete: 2.717 ha (14,2 %).

Es wird deutlich, dass naturschutzfachlich hoch- und höchstwertige Flächen, trotz einer reichen Biotopausstattung deutlich unterrepräsentiert sind. Hier wird insbesondere das Fehlen großer Auen und Gaulandschaften deutlich. Zudem ist das Sankt Wendeler Land kein Schwerpunktraum der Wassergewinnung (Ausnahme: Nonnweiler Stausee).

Natura 2000-Nr	Name	Fläche (ha)	FFH	VS
6408-301	Holzhauser Wald bei Türkismühle	358	X	
6408-302	Söterbachtal	134	X	
6408-303	südlich Braunshausen	12	X	
6408-304	Südlich Bosen	54	X	
6408-305	Eiweiler	179	X	
6408-307	südwestlich Selbach	17	X	
6408-308	Südteil des Nohfeldener Rhyolith-Massivs	439	X	
6408-309	Bostalsee	30		X
6409-301	östl. Nohfelden	4	X	
6409-302	Flachshübel, s. Wolfersweiler	11	X	
6409-303	Hofberg bei Reitscheid	40	X	X
6409-304	Wiese nö Reitscheid	26	X	
6409-305	Weisselberg	78	X	X
6409-306	Hellerberg bei Freisen	41	X	
	SUMME	1.423		

Im St. Wendeler Land sind 1.423 ha als Natura2000-Flächen ausgewiesen (siehe Tabelle) – dies entspricht nur knapp 3 % der Bodenfläche. Im Saarland liegt dieser Anteil mit 29.940 ha bei 11,4 %.



4.4 Strukturräumliche Zuordnung und Infrastruktur

Das Sankt Wendeler Land zählt vollständig zum ländlichen Raum

- Als einziger Landkreis im Saarland hat Sankt Wendel keinen Anteil am Verdichtungsraum oder dessen Randzone,
- Das Sankt Wendeler Land liegt vollständig im saarländischen LEADER-Gebiet,
- Als einziger Landschaftsraum im Saarland ist das Sankt Wendeler Land vollständig benachteiligtes Gebiet.

Das Sankt Wendeler Land verfügt nur in Teilen über eine gute Straßen-Verkehrerschließung

Drei große Straßen-Verkehrswege erschließen das Sankt Wendeler Land:

- Autobahn A1 an der westlichen Grenze des Sankt Wendeler Landes, die insbesondere die Gemeinden Tholey und Nonnweiler anbindet,
- Autobahn A62 an der nördlichen Grenze des Sankt Wendeler Landes, die Nonnweiler, Nohfelden und Freisen in ihren nördlichen Teilen anbindet,
- Bundesstraße B41, die in nord-südlicher Richtung durch das Zentrum des Sankt Wendeler Landes führt und dessen innere Bereiche erschließt.

Die wohnortnahe Versorgung ist in einigen Ortteilen des Sankt Wendeler Landes stark zurückentwickelt

- 9 Ortsteile des Sankt Wendeler Landes verfügen nicht mehr über eine örtliche Lebensmittelversorgung,
- Weitere 8 Ortsteile verfügen nur noch über ein stark eingeschränktes Lebensmittelangebot (1 oder 2 Warengruppen).

4.5 Land- und Forstwirtschaft

Landwirtschaft

Im Zuge der AEP Saarland erfolgte im Jahr 2000 eine umfassende Aufnahme der Agrarstruktur auch des St. Wendeler Landes mit folgender Kernaussage:



Die landwirtschaftliche Struktur im Sankt Wendeler Land ist vergleichsweise weit entwickelt und relativ stabil

Nach den Angaben der AEP Saarland (2000) gehört das Sankt Wendeler Land trotz schwieriger naturräumlicher Voraussetzungen überwiegend nicht zu den agrarstrukturellen Problemräumen im Saarland. Nur die nördlichsten Teile der Region stellen ausgesprochene landwirtschaftliche Rückzugsräume dar. Insbesondere ist auf die gute Verteilung einer großen Zahl an Aussiedlungsbetrieben zu verweisen.

Im Zuge der Erstellung des LEADER-Wettbewerbsbeitrages erfolgte in Zusammenarbeit mit der Stabsstelle „Entwicklung ländlicher Raum“ eine aktualisierende Nachbewertung, um die grundlegenden Entwicklungslinien der Landwirtschaft im St. Wendeler Land zu klären. Hieraus ergeben sich folgende Kernaussagen:

Nur zwei Drittel der vorhandenen Landwirtschaftsbetriebe haben eine gesicherte Entwicklungsperspektive

Nur 99 der 150 landwirtschaftlichen Betriebe im St. Wendeler Land haben eine gesicherte Entwicklungsperspektive. 12 Betriebe sind in den letzten sieben Jahren ausgeschieden und 39 weitere Betriebe sind in ihrem Bestand mittelfristig gefährdet.

Die in ihrer Entwicklung gefährdeten Betriebe bewirtschaften ca. 22 % der LF und halten ca. 24 des Viehbestandes im St. Wendeler Land.

Dennoch ist entsprechend der oben dargestellten, vergleichsweise guten Betriebsstruktur im St. Wendeler Land von einer auch mittelfristig stabilen, weitgehend flächendeckend Landbewirtschaftung auszugehen.

27 Landwirtschaftsbetriebe sind bereits Partnerbetriebe des Lokalwarenmarktes

Unter den aktuell 48 Partnerbetrieben des Lokalwarenmarktes stellen die landwirtschaftlichen Betriebe mit 27 Betrieben die zentrale Erzeugergruppe. Damit sind bereits heute ca. 20 % der im St. Wendeler Land vorhandenen Betriebe unmittelbar in die Aktivitäten des Lokalwarenmarktes einbezogen.



Berücksichtigt man die mittelbare Einbindung in die Entwicklungsaktivitäten des Lokalwarenmarktes (insbesondere EZG Ölsaaten), so verdoppelt sich dieser Anteil nochmals.

Forstwirtschaft

Das St. Wendeler Land hat den höchsten Privatwaldanteil im Saarland

Gemäß der Privatwaldinventur im Saarland von 2005 stellen sich die Wald-Besitzverhältnisse im St. Wendeler Land folgendermaßen dar:

Gesamtwaldfläche: 18.000 ha – davon sind:

- 8.250 ha Privatwald
- 4.800 Staatswald
- 4.950 Kommunalwald

Der Wald im St. Wendeler Land ist kleinparzelliert und hat schwierige Eigentümerstrukturen

Auf Grund der Realteilung ist der Waldbesitz kleinparzelliert. Es ist ein deutlicher Rückgang der Nutzungsbeziehung zu erkennen, der sich folgendermaßen darstellt (Untersuchung Raum Bosen):

- 1/3 der Eigentümer kennt seinen Wald nicht
- 1/3 der Eigentümer kennt seinen Wald – ist aber nicht aktiv
- 1/3 der Eigentümer bewirtschaften ihren Wald

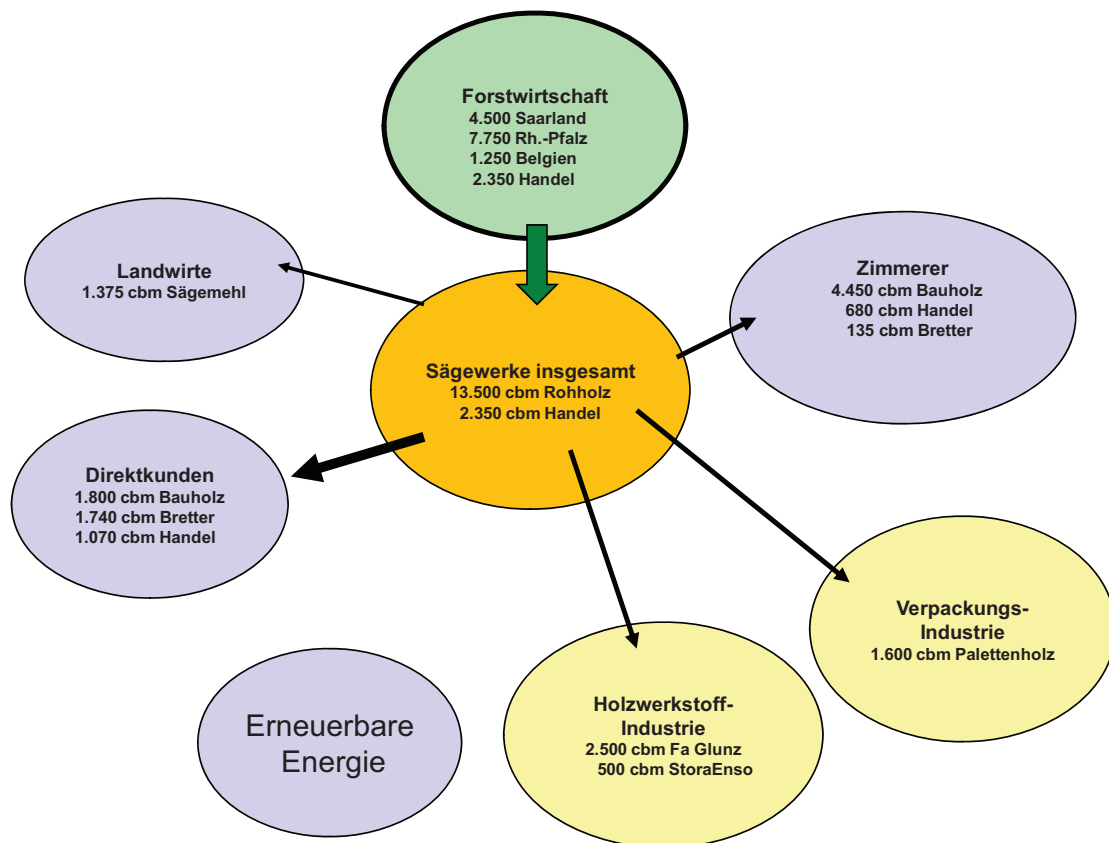
Es ist anzunehmen, dass heute auf Grund der hohen Energiepreise in jüngster Zeit eine Aktivierung des privaten Waldbesitzes erfolgte. Dennoch ist davon auszugehen, dass 40 – 50 % des Privatwaldes auch heute noch ohne Bewirtschaftung ist.

Im St. Wendeler Land existieren noch vier Sägewerke

Insgesamt gibt es im St. Wendeler Land noch 3 Bauholz- und 1 Palettensägewerk. Die 3 Bauholzsägewerke verarbeiten jährlich ca. 14.000 cbm Rohholz, dazu kommen ca. 2.500 ha Handelsware. Allerdings kommt nur 1/3 des Rohholzes aus saarländischen Wäldern.

Beim Schnittholzabsatz geht auf Grund fehlender technischer Trocknungseinrichtungen der Anteil der regionalen Zimmereibetriebe stetig zurück.

Der Direktabsatz zum Kunden nimmt dagegen fortlaufend zu. Eine Erhebung aus dem Vorjahr ergab, dass der Umfang mit dem Direktkunden sich auf gleiche Höhe bewegt wie mit den Zimmereibetrieben.



Sechs Schreinerbetriebe sind aktiv im Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land engagiert

Immerhin sechs der 56 Schreinereibetriebe im St. Wendeler Land sind aktiv im Lokalwarenmarkt engagiert und entwickeln gezielt ein ergänzendes, lokales Produktspektrum

4.6 Biomasse / Bioenergie

Die Biomasse- und Bioenergiepotenziale im St. Wendeler Land wurden aktuell analysiert und bewertet

Aufgrund der hohen Bedeutung dieses Nutzungsbereiches für die weitere Entwicklung der Landwirtschaft wurde in LEADER+ eine umfangreiche Tragfähigkeitsanalyse für den Bereich der Biomasse- und Bioenergienutzung durchgeführt.



Im Ergebnis stellen sich – unter Berücksichtigung der Nutzungsansprüche der traditionellen landwirtschaftlichen Nutzungen (insbesondere Grundfutterbedarf) – folgende Potenziale im St. Wendeler Land dar

	MWh / a
Reststoffe aus Tierhaltung	25.410
Energiepotenzial Grünlandflächen	75.025
Energiepotenzial Ackerflächen	23.790 – 79.500
GESAMTPOTENZIAL St. Wendeler Land	124.225 – 179.935

Daneben besteht je nach Nutzung der Ackerfläche ein Strohpotenzial von 23.500 MWh/a.

Die Potenziale an vergärbare Biomasse würden bei einem mittleren elektrischen Wirkungsgrad von 37 % und 8.000 Volllaststunden im Jahr für die Installation einer elektrischen Leistung von 5.750 bis 8.300 kWel ausreichen. Auch, wenn diese Potenziale praktisch nicht umgesetzt werden können, zeigt die Betrachtung, dass Beschränkungen auf Seiten der Potenziale bei einer bislang umgesetzten Anlagenleistung im Landkreis von 1.200 kWel keinen beschränkenden Faktor darstellen.

Im St. Wendeler Land wurden mehrere kooperative Projektansätze zur Nutzung von Biomasse und Bioenergie vorbereitet

Im Hinblick auf die Weiterentwicklung des Lokalwarenmarktes im Bereich Biomasse und Bioenergie wurden bereits umfangreiche Vorarbeiten zur Umsetzung kooperativer Ansätze geleistet. Ziel ist es hier ein koordiniertes Netzwerk Biomasse/Bioenergie aufzubauen. Darüber hinaus bestehen gute Chancen den entwickelten Projektansatz „Bioenergiedorf Dörrenbach“ umzusetzen.

4.7 Wirtschaftsstruktur und Beschäftigung

Die Wirtschaftsstruktur des Sankt Wendeler Landes ist dienstleistungsorientiert



Beschäftigte nach Wirtschaftsbereichen 2006	St. Wendel	Saarland
Land- und Forstwirtschaft	0,7%	0,5%
Verarbeitendes und Bau-Gewerbe	37,1%	35,9%
Handel, Versorgung und Verkehr	19,0%	20,6%
Dienstleistungen	40,7%	41,0%
Gastgewerbe	2,4%	2,0%

Im Vergleich mit anderen ländlich strukturierten Räumen im Saarland fällt der niedrige Anteil des produzierenden Gewerbes und der erhöhte Anteil des Dienstleistungssektors ins Auge.

Die Beschäftigungsquote im Sankt Wendeler Land ist ausgesprochen niedrig

Der Anteil der im Sankt Wendeler Land beschäftigten Personen an der Einwohnerzahl liegt mit 23,7 % sehr niedrig (Saarland insgesamt: 41,4 %). Nur das Mittelzentrum St. Wendel mit über 40 % und die Gewerbeorientierte Gemeinde Nonnweiler (32 %) weichen hiervon ab (siehe Übersichtstabelle).

Ein wesentlicher Teil der Beschäftigten pendelt zur Arbeit aus dem Sankt Wendeler Land aus

Mit Ausnahme der Kreisstadt St. Wendel haben alle Gemeinden des St. Wendeler Landes einen deutlich negativen Pendlersaldo (Ausnahme: Nonnweiler – nahezu ausgeglichen). Insbesondere in den Gemeinden Marpingen, Namborn und Oberthal pendeln drei Viertel der Erwerbstätigen über die Gemeindegrenzen zum Arbeitsort aus.

Berufspendler 2006	Pendlersaldo	Anteil Pendler an Erwerbstätigen	
		Auspendler	Einpendler
	18-30		
Freisen	-1.300	45,8%	
Marpingen	-2.687	76,8%	
Namborn	-2.102	87,2%	
Nohfelden	-1.635	46,8%	
Nonnweiler	-25	0,8%	
Oberthal	-1.451	72,4%	



Berufspendler 2006	Pendlersaldo	Anteil Pendler an Erwerbstätigen	
		Auspendler	Einpendler
St. Wendel	3.358		38,7%
Tholey	-2.016	49,5%	
LK St. Wendel	-7.858	26,2%	
SAARLAND	26.612		6,5%

Die Arbeitslosigkeit im Sankt Wendeler Land liegt vergleichsweise niedrig

Die Arbeitslosenquote im Sankt Wendeler Land liegt mit 8,5 % (2005) erheblich unter dem Saarländischen Mittelwert und ist die niedrigste aller saarländischen Kreise (Mittelwert Saarland: 11,7 %). Durch die positiven, wirtschaftlichen Entwicklung liegt sie aktuell unter 6 %.

Die verfügbaren Einkommen im Sankt Wendeler Land liegen über dem saarländischen Durchschnitt

Mit durchschnittlich 22.421 € verfügbarem Einkommen (1995) verfügen die Haushalte im Sankt Wendeler Land über ein an saarländischen Verhältnissen gemessen hohes Einkommen (saarländisches Mittel: 17.114 €).

Einkommen 2006	St. Wendel	Saarland
Verfügbar / Einwohner in €	22.421	17.114
	131%	100%

4.8 Tourismus

Die Übernachtungszahlen im Sankt Wendeler Land steigen in den letzten Jahren an

Zwischen 1995 und 2001 ist die Zahl der Übernachtungen im Sankt Wendeler Land um 4,5 % gefallen. Im gleichen Zeitraum stieg diese Zahl im Saarland um 2,6 %. In den letzten Jahren wurde aber hier eine Trendumkehr erreicht.



Tourismus 2006	Beherbergungsbetriebe	Betten	Übernachtungen	Ankünfte	Nächte / Gast
nach Gemeinden					
Freisen	2	Datenschutz			
Marpingen	2	Datenschutz			
Namborn	0	0	0	0	0
Nohfelden	11	474	50.679	19.516	2,60
Nonnweiler	5	185	25.832	11.384	2,27
Oberthal	4	260	24.675	11.144	2,21
St. Wendel	11	610	100.341	19.011	5,28
Tholey	4	285	32.177	15.091	2,13
LK St. Wendel	39	1.944	240.126	77.821	3,09
SAARLAND	265	14.563	2.102.361	712.124	2,95

Nur ein Bruchteil der Übernachtungen im Sankt Wendeler Land erfolgt in Hotels oder Gasthöfen

Nur 33 % der Übernachtungen erfolgten 2001 in Hotels und Gasthöfen. Der Löwenanteil der Übernachtungen war dagegen in Ferienzentren / Jugendherbergen und in Rehabilitationseinrichtungen zu verzeichnen.

Tourismus 2006	Beherbergungsbetriebe	Betten	Übernachtungen	Ankünfte	Nächte/Gast
nach Angeboten					
Hotel / Pensionen	25	927	79.424	41.432	1,92
Schullandheime / Ferienwohnungen	11	665	73.472	31.962	2,30
Reha-Einrichtungen	3	352	87.230	4.427	19,70
SUMME	39	1.944	240.126	77.821	3,09

4.9 Bevölkerung und Bevölkerungsentwicklung

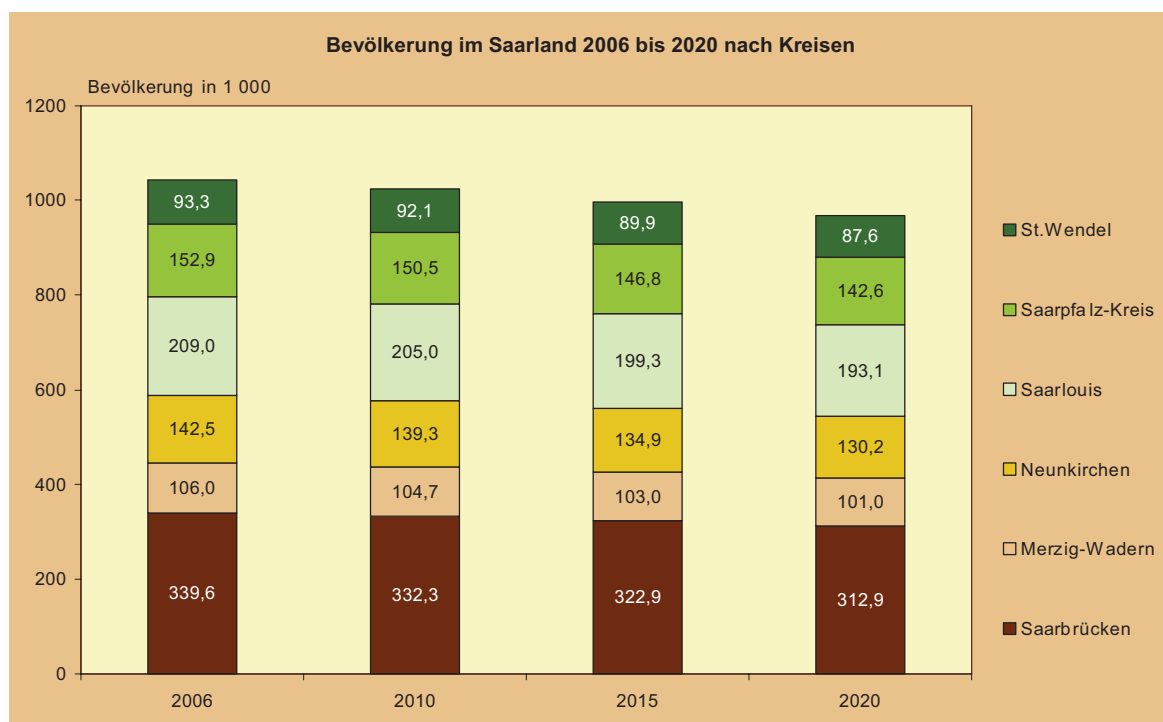
Im saarländischen Vergleich ist das Sankt Wendeler Land dünn besiedelt

Im Saarland als altindustrialisierter Region leben 409 Einwohner / qkm. Dagegen erreicht die Bevölkerungsdichte im Sankt Wendeler Land mit 196 Einwohnern / qkm nur 48 % dieses Wertes (Nohfelden: 104 E/qkm). Nur im Landkreis Merzig-Wadern liegt mit 191 Einwohnern / qkm eine niedrigere Bevölkerungsdichte vor.

Die Bevölkerungsentwicklung des Sankt Wendeler Landes ist negativ

Nachdem die Bevölkerung im St. Wendeler Land in den letzten 15 Jahren gewachsen war, ist nunmehr ein Rückgang der Bevölkerung zu verzeichnen (siehe Übersichtstabelle). Der aktuell veröffentlichte Demographiebericht für das Saarland bewertet die Situation folgendermaßen:

„Nach der regionalisierten Bevölkerungsvorausberechnung wird der Rückgang der Bevölkerung bis 2020 im Kreis Neunkirchen mit –8,6 % deutlich stärker als im Saarland insgesamt (–7,3 %) ausfallen. Auch im Stadtverband Saarbrücken (–7,9 %) und im Kreis Saarlouis (–7,6 %) ergibt sich nach den vorliegenden Berechnungen ein etwas höherer Bevölkerungsschwund als im Landesdurchschnitt. Treten die Annahmen der Bevölkerungsvorausberechnung ein, wird sich bei der Bevölkerungsentwicklung im Saarpfalz-Kreis ein Rückgang von 6,7 % und im Kreis St. Wendel von 6,1 % abzeichnen. Im Kreis Merzig-Wadern fällt der Bevölkerungsschwund mit 4,7 % am niedrigsten aus.“

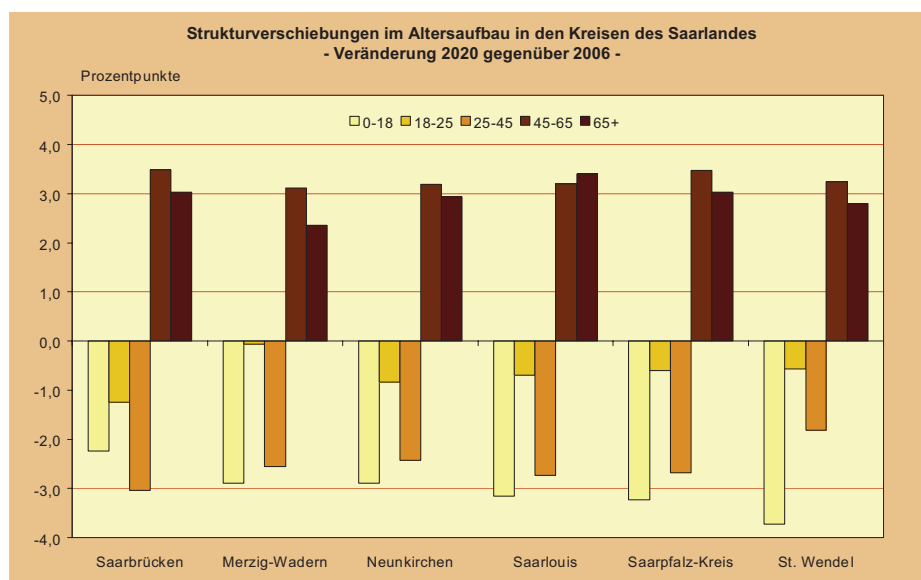


Der Rückgang der jüngeren Einwohner ist im St. Wendeler Land überdurchschnittlich hoch

Aktuell entspricht der Altersaufbau der Bevölkerung im St. Wendeler Land weitgehend dem saarländischen Mittel.

Altersaufbau 2006	unter 18	18-30	30-60	über 60
Freisen	17,4%	13,3%	45,0%	24,4%
Marpingen	17,0%	12,5%	43,9%	26,5%
Namborn	17,5%	13,2%	44,2%	25,2%
Nohfelden	17,1%	13,0%	44,1%	25,8%
Nonnweiler	17,9%	12,1%	43,9%	26,0%
Oberthal	16,1%	13,7%	42,6%	27,7%
St. Wendel	16,8%	12,8%	43,7%	26,7%
Tholey	17,7%	13,3%	43,7%	25,4%
LK St. Wendel	17,2%	12,9%	43,9%	26,1%
SAARLAND	16,4%	13,3%	43,7%	26,5%

Beunruhigend sind hier aber die Prognose des Demographieberichtes Saarland: „Vor allem in St. Wendel ist der Rückgang des Anteils der jüngeren Einwohner an der Gesamtbevölkerung überdurchschnittlich hoch. So sinkt hier der Anteil der unter 18-Jährigen zwischen 2006 und 2020 um 3,7 Prozentpunkte auf 13,4 %.“



Der Anteil der höherwertigen Schulabschlüsse liegt im St. Wendeler Land deutlich unter dem saarländischen Durchschnitt

Schulabschluss 2006	St. Wendel	Saarland
ohne Hauptschulabschluss	8,7%	8,0%
Hauptschulabschluss	35,7%	30,9%
Realschulabschluss	31,8%	33,7%
Abitur	23,4%	26,4%

Berufsschulen 2006	St. Wendel		Saarland	
	Schulen	Schüler	Schulen	Schüler
Berufsschulen	9	37,0%	93	61,3%
Berufsfachschulen	4	21,4%	40	11,5%
Fachoberschulen	3	41,6%	34	19,8%
Fachgymnasien	0		4	2,0%
Fachschulen	0		14	5,4%
SUMME	16		185	

5 SWOT-Analyse

Auf Basis der dargestellten Ist-Analyse erfolgt hier die Herausstellung der zentralen Stärken und Schwächen. Die Darstellung greift hierbei insbesondere die Punkte auf, die für die Entwicklung des Entwicklungskonzeptes eine entscheidende Rolle spielten bzw. unmittelbare Ansatzpunkte boten.

Zudem werden in der SWOT-Analyse die Erfahrungen der abgelaufenen Programmperiode LEADER+ in den relevanten Punkten dargestellt. Diese sind aufgrund des umfangreichen Berichtswesens unmittelbar verfügbar.



Bewertungsbereich	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
Naturraum und Umwelt	<ul style="list-style-type: none"> • Homogener, abwechslungsreicher Naturraum mit „Mittelgebirgscharakter“ • Abwechslungsreiche Offenlandstruktur mit Wechsel zwischen offenen und bewaldeten Bereichen 	<ul style="list-style-type: none"> • Schutzgebiete im saarländischen Vergleich unterrepräsentiert 		
Land- und Forstwirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> • Trotz schlechte natürlicher Bedingungen ist die Agrarstruktur weitgehend stabil • Die Milchwirtschaft ist im regionalen Vergleich günstig strukturiert. • Nahezu 20 % der landwirtschaftlichen Betriebe im SWL sind bereits Partnerbetriebe des Lokalwarenmarktes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ungünstige natürliche Standortbedingungen der Land- und Forstwirtschaft • Die Wald-Besitzstruktur im SWL ist kleinparzelliert und ungünstig. • Das von den lokalen Sägewerken verarbeitete Rohholz stammt nur zu 1/3 aus saarländischen Wäldern. 	<ul style="list-style-type: none"> • Das SWL hat den höchsten Privatwaldanteil im Saarland. • Die Verarbeitungsquote heimischer Hölzer kann deutlich erhöht werden. • 	<ul style="list-style-type: none"> • In den nördlichen Teilen des Sankt Wendeler Landes finden sich ausgedehnte landwirtschaftliche Rückzugsräume • Der landwirtschaftliche Strukturwandel wird die Betriebszahl mittelfristig um ein Drittel vermindern.
Biomasse / Bioenergie	<ul style="list-style-type: none"> • Klare Ansatzpunkte für Projekte mit großer Reichweite (Dörrenbach; Grünschnitt) 		<ul style="list-style-type: none"> • Die vorliegende Tragfähigkeitsanalyse ist eine hervorragende Basis für den Ausbau dieser Nutzung. 	<ul style="list-style-type: none"> • Die aktuelle Preisentwicklung im Lebensmittelsektor schränkt die Flächenverfügbarkeit



Bewertungsbereich	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
Lokale Wirtschaftsstruktur	<ul style="list-style-type: none"> • Im SWL existieren noch 4 eigenständige Sägewerke. • 6 Schreinereibetriebe sind bereits Partnerbetriebe des Lokalwarenmarktes. • Das SWL ist in seiner Wirtschaftsstruktur dienstleistungsorientiert. 	<ul style="list-style-type: none"> • Überörtliche Verkehrsanbindung ist nur teilweise unmittelbar gegeben • Wohnortnahe Grundversorgung ist in einigen Teilen des SWL stark ausgedünnt. • Schwache Unternehmerstruktur 	<p>Die natürlichen Biomassepotenziale stellen keine Einschränkung dar.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die lokale Produktpalette der Schreinereibetriebe kann deutlich ausgebaut werden. 	<p>keit und Investitionsbereitschaft ein.</p>
Demographische Entwicklung	<ul style="list-style-type: none"> • Handlungsfähige Partner der LAG (Kubi; Bürgervereine) 	<ul style="list-style-type: none"> • Die peripheren Gemeinden des Sankt Wendeler Landes haben eine negative Wanderungsbilanz. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nutzung des breiten Akteursnetzwerks und der dezentralen Organisation der LAG St. Wendeler Land (Betreuung, Versorgung) 	<ul style="list-style-type: none"> • Die Bevölkerungsentwicklung ist aktuell negativ. • Der Anteil der Jüngeren geht überdurchschnittlich zurück. • Die wohnortnahe Versorgung ist in peripheren Bereichen nur lückenhaft gegeben
Sozioökonomische Situation	<ul style="list-style-type: none"> • Sankt Wendeler Land ist vollständig als benachteiligtes Gebiet anerkannt • Die Arbeitslosenquote liegt im saarländischen Vergleich 	<ul style="list-style-type: none"> • Die Beschäftigungsquote liegt ausgesprochen niedrig. • Über ein Viertel der Arbeitnehmer pendelt aus dem Sankt Wendeler Land aus 		



Bewertungsbereich	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
	<p>sehr niedrig.</p> <ul style="list-style-type: none"> Die verfügbaren Einkommen liegen über dem saarländischen Durchschnitt 	<ul style="list-style-type: none"> Der Anteil höherwertiger Schulabschlüsse ist vergleichsweise niedrig. 		
Tourismus	<ul style="list-style-type: none"> Die westlichen und nördlichen Teile des Sankt Wendeler Landes verfügen über einen unmittelbaren Autobahnanschluss Mit dem Bostalsee befindet sich ein überregional wirksames Highlight im Sankt Wendeler Land 	<ul style="list-style-type: none"> Teilbereiche des Sankt Wendeler Landes ohne gute Verkehrsanbindung Nur ein Bruchteil der Übernachtungen erfolgt in Hotels und Gasthöfen der Region. Geringe Mittelverfügbarkeit privater Akteure (Steinreich) Geringe touristische Alleinleistung Geringe Vernetzung Steinreich-Angebote 	<ul style="list-style-type: none"> Die Übernachtungszahlen steigen in letzten Jahren an. Neue touristische Angebote (Steinreich) Flächendeckende touristische Angebote (Steinreich) Tourismus als kommunale Pflichtaufgabe 	
Erfahrungen / Ergebnisse LEADER+ (Lokalwarenmarkt)	<ul style="list-style-type: none"> Breites Netzwerk lokaler Akteure mit klarer Organisation Starker, zentraler Partner im Lokalwarenmarkt 48 Partnerbetriebe des Lokalwarenmarktes 	<ul style="list-style-type: none"> Teilweise informelle Marktorganisation Lücken Angebotspektrum Defizite Produktqualität Dezentrale Marktorganisation 	<ul style="list-style-type: none"> Umfangreiche interessante und erschließbare, weitere Stein-Themen 	<ul style="list-style-type: none"> Zurückdrängung schwächerer Partner im Lokalwarenmarkt Geringe Umsatzsteigerung



6 Leitbild und Entwicklungsziele

6.1 Vorbemerkungen

Als bislang einzige saarländische LEADER-Gruppe setzt die KuLanI bereits seit vier Jahren mit gutem Erfolg den regionalen Entwicklungsansatz „Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land“ um. In dieser Zeit hat sich die KuLanI auf nahezu allen Ebenen der ländlichen Entwicklung im St. Wendeler Land als ernst zu nehmender und verlässlicher Partner in einem umfangreichen Netzwerk lokaler Akteure etabliert. Dies gilt sowohl für die enge Zusammenarbeit mit den öffentlichen Institutionen, als auch mit privaten Partnern.

Es ist im Sinne der Glaubwürdigkeit und Verlässlichkeit eine Selbstverständlichkeit, dass die seit 2003 eingeleiteten Entwicklungsprozesse die KuLanI in ihrer zentralen Zielsetzung festlegen. Dies gilt nach Ansicht der LAG im Jahr 2007 umso stärker, da die Erfahrung der vergangenen vier Jahre die Aktualität und Notwendigkeit einer lokalen Antwort auf die Herausforderungen der Globalisierung immer stärker erwiesen hat. Zudem bietet der für das St. Wendeler Land gewählte Ansatz des Lokalwarenmarktes mehr denn je ein immenses Innovations- und Entwicklungspotenzial für eine langfristig erfolgreiche und nachhaltig tragfähige Regionalentwicklung.

6.2 Zentrales Leitbild der LAG

Das in 2003 entwickelte Leitbild „Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land“ wurde im Zuge der Vorbereitung der kommenden Programmperiode zum Leitbild „Lokalwarenmarkt 2015+“ weiter entwickelt.

Kerngedanke ist hier weiterhin der Aufbau und die nachhaltige Etablierung eines eigendynamischen Marktes lokaler Produkte und Dienstleistungen als Ergänzung des globalisierten Warenangebotes. Dennoch geht das Leitbild „Lokalwarenmarkt 2015+“ weit über den bisherigen Ansatz und stellt damit keine einfache Fortschreibung der erfolgreichen Idee Lokalwarenmarkt dar. Das Leitbild des „Lokalwarenmarkt 2015+“ ist insbesondere durch folgende zentralen Ansätze charakterisiert:

- Der „Lokalwarenmarkt 2015+“ ist nunmehr zu einem konsequenten SYSTEMANSATZ entwickelt, d.h. der erweiterte Entwicklungsansatz umfasst nicht nur alle Stufen der Wertschöpfungsketten vom Urprodukt bis zur Kundeninformation, sondern er verbindet die Wertschöpfungsketten zu einem weitgehend eigenständigen, lokalen Warenmarkt.



- Für jede Grundressource (Natur / Kultur / Mensch) wird konsequent eine wertschöpfungsrelevante MARKE entwickelt:
 - Naturressourcen → Zertifizierte Marke „Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land“
 - Kulturressourcen → Zu zertifizierende Marke „St. Wendeler Land – Steinreich“
 - Humanressourcen → Zertifizierung „St. Wendeler Land – lokal kompetent“

Diese Markensegmente werden durch die KuLanI (als Markeneigner) gebündelt und koordiniert und nur so als regionaler Gesamtansatz wirksam.

- Nach der Initialphase des Lokalwarenmarktes wurde das Handlungsfeld „Bewusstseinsbildung“ zum Handlungsfeld „Qualifikation“ weiter entwickelt. Die trägt einerseits der Tatsache Rechnung, dass der Lokalwarenmarkt zwischenzeitlich als Grundgedanke gut im St. Wendeler Land verankert ist, andererseits kommt hier die stärkere Professionalisierung zum Ausdruck, die nach einer zielgerichteten Aus- und Weiterbildung verlangt.
- Der „Lokalwarenmarkt 2015+“ setzt auf der Basis des zwischenzeitlich erreichten Marktvolumens eine konsequente Professionalisierung seiner Organisationsstrukturen um. Diese kommt in der Schaffung fester gemeinsamer Strukturen (Warenwirtschaft, Logistik, Qualitätskontrollen) zum Ausdruck.

Das Leitbild „Lokalwarenmarkt 2015+“ stellt damit einen überaus aktuellen und effektiven Ansatz zur integrierten ländlichen Entwicklung im St. Wendeler Land dar. Aufbauend auf der 2003 als hoch innovativ anerkannten GRUNDIDEE des „Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land“ wurden zukunftsfähige FOLGEIDEEN entwickelt, die eine kohärente und zielgerichtete Weiterentwicklung ermöglichen.

6.3 Innovation und nachhaltige Verstetigung

Wie jeder sinnvolle regionale Entwicklungsansatz ist auch LEADER von den Grundanforderungen INNOVATION und NACHHALTIGKEIT geprägt. Umgesetzt auf den „Lokalwarenmarkt 2015+“, der auf einer vierjährigen Entwicklungsarbeit aufbaut, bedeutet dies, dass parallel zwei zentrale Ansätze zu berücksichtigen sind:

- Bereits umgesetzte, innovative Konzepte und Projekte müssen teilweise durch geeignete Maßnahmen NACHHALTIG VERSTETIGT werden. Dies bedeutet, dass erfolgreiche Ansätze weiter entwickelt werden müssen, um sie in eine langfristige Tragfähigkeit zu führen. Hier ist festzustellen, dass die Zeitspanne von LEADER+ im Saarland nicht ausreichte, um alle Ansätze abschließend zu etablieren.



- Innovative Ansätze müssen als Promotoren der Weiterentwicklung die bestehenden Strukturen auf ein höheres Qualitätsniveau heben. So wird mit dem konzipierten, im Grundansatz hoch innovativen SYSTEMansatz des „Lokalwarenmarkt 2015+“ ein immenser Qualitätsdruck auf alle Partner aufgebaut, der als Motor der zielführenden Weiterentwicklung wirkt.

6.4 Systemansatz „Lokalwarenmarkt 2015+“

Mit dem „Lokalwarenmarkt 2015+“ wird sowohl im Hinblick auf das gesamte REK, als auch im Hinblick auf die einzelnen Handlungsfelder ein konsequenter Systemansatz umgesetzt.

Dieser Systemansatz kommt insbesondere durch die stringente Umsetzung folgender Entwicklungsstrategie zum Ausdruck:

GRUNDRESSOURCE → AUFBAU NETZWERK → VERKNÜPFUNG HORIZONTALER UND VERTIKALER WERTSCHÖPFUNGSKETTEN → MARKENBILDUNG

Durch diesen durchgängigen Systemansatz wird in jedem Handlungsfeld eine wertschöpfungsrelevante Marke und eine das Netzwerk steuernde Struktur geschaffen:

MARKE		NETZWERK
• „Lokalmarkt St. Wendeler Land“	→	Partnerbetriebssystem
• „St. Wendeler Land – Steinreich“	→	Lenkungsgruppe Steinreich
• „St. Wendeler Land – lokal kompetent“	→	Qualifizierungsnetzwerk

6.5 Entwicklungsziele - Zielsystematik des REK

Das zentrale Entwicklungsziel des „Lokalwarenmarkt 2015+“ ist die stringente Professionalisierung und damit nachhaltige Etablierung des Marktes an lokalen Waren und Dienstleistungen. Damit steht die Ausschöpfung der Wertschöpfungspotenziale aus den natürlichen und kulturellen Potenzialen im Mittelpunkt der Entwicklung. Die nachstehende Übersicht verdeutlicht die Zielstruktur des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalwarenmarkt 2015+“.

LOKALWARENMARKT 2015+

Nachhaltige Weiterentwicklung und Professionalisierung des Lokalwarenmarktes St. Wendeler Land

Lokale Human-Ressourcen

Ausbau und Vernetzung der **Qualifikation** im Bereich der Ressourcennutzung und lokalen, sozialgemeinschaftlichen Kompetenz

Qualifikation Verarbeitung lokaler Ressourcen

Qualifikation lokalspezifisches Wissen

Qualifikation sozial-gemeinschaftliche Kompetenz

Aufbau Qualifizierungsnetzwerk „ST. WENDELER LAND – LOKAL KOMPETENT“

Lokale Natur-Ressourcen

Nachhaltige Weiterentwicklung und Professionalisierung des Lokalwarenmarktes **St. Wendeler Land**

Produktlinie Holz

Produktlinie Lebensmittel und Dienstleistungen

Produktlinie Biomasse und Bioenergie

Bündelung der Angebote in der Marke LOKALWARENMARKT ST. WENDELER LAND

Lokale Kultur-Ressourcen

Ausbau und Etablierung der touristischen Marke „**St. Wendeler Land - Steinreich**“

Geologischer Stein

Kunst-Stein

Historischer Stein

Bündelung der Angebote in der touristischen Marke „**ST. WENDELER LAND - STEINREICH**“

Ausbau lokale AUSBILDUNG (Kinder/Jugendliche)

Ausbau lokale WEITERBILDUNG (Partner/Akteure)

Unterstützung Bürger-Netzwerke (Demogr. Wandel)

Ausbau des Vertriebsnetzes und der Vertriebswege

Professionalisierung Partnerbetriebsystem Systempartner LWM

Ausbau Sortimentsbreite und -tiefe bzw. der Wertschöpfungsketten

Erschließung weiterer Stein-Themen

Auf- und Ausbau touristischer Produktpakete

Ausbau und Bündelung der Angebote Marketing Steinreich

ENTWICKL. SPFADE

- Lokale Ausbildung in Partnerbetrieben
- Ausbau Zusammenarbeit Schulen / SLH Wohnortnahe Ausbildungsangebote
- Vermittlung lokales Wissen Verbesserung Unternehmerrfähigkeit von Partnern
- Verbesserung der Kenntnisse zur Ressourcennutzung

ENTWICKL. PFADE

- Sicherstellung der dezentralen Versorgung und Betreuung
- Aufbau von generationenübergreifenden Angeboten
- Stärkung der dörflichen Sozialgemeinschaft durch gezielte Angebote
- Attraktivierung Freizeitraum Dorf für Jugendliche

ENTWICKL. PFADE

- Aufbau neuer Vertriebsstätten ein Anbieter in jeder Gemeinde
- Ausbau der dezentralen Shop- und Mobilangebote
- Aufbau Bestell- und Lieferservice

ENTWICKL. PFADE

- Aufbau Gesamtkatalog Gemeinsame Warenwirtschaft
- Aufbau zentrale Lagerung Weiterentwicklung Logistik
- Bündelung Warenbestandsführung

ENTWICKL. PFADE

- Entwicklung neuer Produkte
- Entwicklung von Premiumprodukten
- Schließung der Sortimentslücken
- Integration der Dienstleistungsangebote
- Akquise neuer Partnerbetriebe
- Netzwerk Biomasse / Bioenergie

ENTWICKL. PFADE

- 3 Burgen im SWL
- FRIEDENS-STEIN (Mahnmal)
- BAU-STEIN (Architektur)
- KULT-STEIN (Jüdischer Friedhof)
- WEHR-STEIN (Höckerlinie)
- NUTZ-STEIN (Basalt u.ä.)

ENTWICKL. PFADE

- Tages-, Wochen- und Wochenangebote
- Aufbau Zusammenarbeit Hotellerie und Gastronomie
- Ausbau Zielgruppenangebote

ENTWICKL. PFADE

- Nutzung neuer Medien für die Informationsvermittlung
- Marke / Katalog
- STEINREICH
- Erweiterung touristisches Leitbild SWL

Leitbild und Oberziele der Handlungsfelder

Produktlinien LOKAL-WARENMARKT 2015+

Markensegmente LOKAL-WARENMARKT 2015+

Operationalisierbare Teilziele

6.5.1 Oberziel – Der Lokalwarenmarkt wird Systempartner

Auf Basis der bisherigen Erfolge soll eine nachhaltige Sicherung des Lokalwarenmarktes durch stringente Optimierung und Professionalisierung im Kernbereich erreicht werden. Zudem rücken die ergänzenden Produktbereiche Holz, Dienstleistungen und Biomasse / Bioenergie stärker in den Fokus der Entwicklung.

Für dieses Oberziel wurden folgende operationalisierbaren Teilziele definiert:

- Professionalisierung Partnerbetriebssystem – Systempartner Lokalwarenmarkt,
- Ausbau Waren- und Angebotsspektrum (Weiterentwicklung Wertschöpfungsketten),
- Ausbau Vertriebsnetz und Vertriebswege.

6.5.2 Oberziel – Etablierung Touristische Marke Steinreich

Ausgehend von den beträchtlichen Erfolgen der LEADER+ Projekte soll „St. Wendeler Land – Steinreich“ als kulturtouristischer Anziehungspunkt und eigene Marke weiterentwickelt und etabliert werden. Hier stehen die konkreten touristischen Produkte und die zeitgemäße Vermarktung mittels neuer Medien im Mittelpunkt der weiteren Entwicklung. Im Ergebnis wird eine grundlegende Erweiterung des touristischen Leitbildes des Landkreises St. Wendel um den Aspekt STEINREICH angestrebt.

Für dieses Oberziel wurden folgende operationalisierbaren Teilziele definiert:

- Ausbau der Vernetzung und Bündelung der Angebote,
- Ausbau der touristischen Produktpakete,
- Erschließung weiterer Stein-Themen.

6.5.3 Oberziel – Aufbau Qualifizierungsnetzwerk LokalKompetenz

Die Aufgabe der zielgerichteten Qualifizierung im Hinblick auf die lokale Ressourcennutzung und die sozialgemeinschaftliche Kompetenz wird als wesentlicher Bestandteil der nachhaltigen Weiterentwicklung des Lokalwarenmarktes St. Wendeler Land neu aufgenommen.

Dieser Ansatz entwickelt die Ansätze des LEADER+ Handlungsfeldes „Bewusstseinsbildung“ nach erfolgreicher Verankerung des grundlegenden Entwicklungsgedankens Lokalwarenmarkt im St. Wendeler Land entsprechend der zukünftigen Anforderungen des Lokalwar-



enmarktes weiter (Qualifizierte Kräfte im Bereich der lokalen Ressourcennutzung, Stärkung der dörflichen Sozialgemeinschaft als Reaktion auf den demographischen Wandel).

Für dieses Oberziel wurden folgende operationalisierbaren Teilziele definiert:

- Ausbau der Ausbildung mit lokalem Ressourcenbezug,
- Ausbau der Weiterbildung mit lokalem Ressourcenbezug,
- Unterstützung von Bürger-Netzwerken.

6.6 Herleitung der Entwicklungsziele aus der SWOT-Analyse

Die mit dem „Lokalwarenmarkt 2015“ verknüpften Entwicklungsziele wurden unmittelbar aus der SWOT-Analyse hergeleitet. Insbesondere wurden hierbei die Erfahrungen und Ergebnisse der abgelaufenen Programmperiode LEADER+ berücksichtigt.

Insbesondere folgende Linien kamen hierbei zum Tragen:

- **Systempartner Lokalwarenmarkt:**
 - Chance: Stabiler Warenumsatz
 - Chance: Starker zentraler Partner
 - Stärke: 48 Partnerbetriebe
 - Schwäche: Informelle Organisation
 - Schwäche: Lücken im Sortiment
 - Schwäche: Qualitätsdefizite
 - Schwäche: Dezentrale Organisation
 - Gefahr: Geringe Umsatzsteigerung
- **Touristische Marke Steinreich:**
 - Chance: 9 neue Attraktionen
 - Chance: Flächendeckende Angebote
 - Chance: Pflichtaufgabe Tourismus
 - Stärke: Kommunale Unterstützung
 - Schwäche: Geringe Mittelverfügbarkeit
 - Schwäche: Fehlende tour. Alleinstellung
 - Schwäche: Geringe interne Vernetzung
 - Möglichkeiten: Weitere Steinthemen
- **Qualifizierungsnetzwerk:**
 - Stärke: Umfangreiches Netzwerk
 - Stärke: Handlungsfähige Partner
 - Schwäche: Mangelnde Professionalität
 - Schwäche: Arbeitsauspendler



- Chance: Flächendeckende Angebote - Gefahr: Demographische Entwicklung

7 Entwicklungsstrategie

7.1 Grundsätzliche Entwicklungsstrategie

Die regionale Entwicklungsstrategie des Konzepts „Lokalwarenmarkt 2015+“ leitet sich unmittelbar aus dem Zielkonzept ab. Hierbei wurde folgende Entwicklungsabfolge angewendet:

LEITBILD → OBERZIEL → OPERATIONALISIERBARES TEILZIEL →
ENTWICKLUNGSPFAD → PROJEKTE

7.2 Handlungsfelder und deren Zusammenhang

Entsprechend der Zielvorgabe des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalwarenmarkt 2015+“ wurden aus den definierten Oberzielen folgende drei Handlungsfelder abgeleitet:

- Handlungsfeld Lokalwarenmarkt – Kernbereich der Entwicklungsstrategie,
- Handlungsfeld Tourismus – Entwicklung der Marke „St. Wendeler Land – Steinreich“,
- Handlungsfeld Qualifikation – Aus- und Weiterbildung sowie Unterstützung von Bürger-Netzwerken – „St. Wendeler Land – lokal kompetent“.

Trotz des stringenten Aufbaus und der klaren Zielsetzung ist dieser umfassende und anspruchsvolle Ansatz nur erfolgreich umsetzbar, wenn in den einzelnen Handlungsfeldern eine Steuerungsebene besteht, die eine fachgerechte Koordinierung und Vernetzung wahrnimmt.

Daher wurde in allen drei Handlungsfeldern – eng gebunden an die jeweils zu entwickelnde Marke – eine Koordinierungsebene (siehe Markensegmente des Zielkonzeptes) verankert, die diese Aufgabe wahrnimmt.

Die Gesamtkoordinierung der regionalen Entwicklung im Zuge des Konzeptes „Lokalwarenmarkt 2015+“ erfolgt durch die Kulturlandschaftsinitiative, die die kohärente Entwicklung sowie den Austausch und die Vernetzung zwischen den Handlungsfeldern unter dem Dach des Lokalwarenmarktes St. Wendeler Land sicher stellt.

7.2.1 Handlungsfeld Lokalwarenmarkt

Oberstes Ziel dieses Handlungsfeldes ist die nachhaltige Weiterentwicklung und konsequente Professionalisierung des aufgebauten Lokalwarenmarktes St. Wendeler Land.



Entsprechend der definierten Teilziele werden in diesem Handlungsfeld folgende Entwicklungspfade angegangen:

- Professionalisierung des Partnerbetriebssystems – mit:
 - Einführung einer gemeinsamen Warenwirtschaft,
 - Aufbau einer zentral-dezentralen Lagerhaltung,
 - Aufbau einer Lieferlogistik,
 - Ausbau und Strukturierung der Kommunikationswege der Partner,
 - Erstellung eines verbindlichen Gesamtkataloges Lokalwaren.
- Ausbau der Tiefe und Breite des Lokalwaren-Sortiments - mit:
 - Schließung von Angebotslücken,
 - Erhöhung der Produktmengen,
 - Steigerung der Qualität – Strukturierung Angebot durch Premium-Produkte,
 - Stärkere Integration von Dienstleistungen.
- Ausbau des Vertriebsnetzes und der Vertriebswege – mit:
 - Aufbau neuer Gesamtsortiment-Angebote – LWM-Laden,
 - Aufbau neuer Vertriebsstellen mit Teilsortimenten – LWM-Shop,
 - Ausbau der mobilen Angebote – LWM-Mobil,
 - Aufbau der Zusammenarbeit mit der Gastronomie .

Aufgrund der in der Programmperiode LEADER+ geleisteten Vorarbeiten und der Entwicklungschancen in diesen Bereichen (siehe Ist- und SWOT-Analyse) wird im „Lokalwarenmarkt 2015+“ ein besonderer Schwerpunkt auf die PRODUKTLINIEN HOLZ(-Netzwerk) sowie energetische BIOMASSE-NUTZUNG gelegt.

7.2.2 Handlungsfeld Tourismus

Zentrales Ziel dieses Handlungsfeldes ist der Aufbau und die Etablierung der TOURISTISCHEN MARKE „St. Wendeler Land – Steinreich“ als touristisches Alleinstellungsmerkmal des St. Wendeler Landes.

Entsprechend der definierten Teilziele werden in diesem Handlungsfeld folgende Entwicklungspfade angegangen:

- Bündelung und Vernetzung der Angebote – mit:
 - Entwicklung und Absicherung einer zertifizierten Marke,
 - Ergänzung des touristischen Leitbildes des Landkreises St. Wendel,



- Nutzung neuer Medien zur Zusammenführung / Präsentation der Angebote.
- Ausbau der touristischen Produktpakete – mit:
 - Zielgruppengerechten Spezialangeboten,
 - Attraktiven Angebotsergänzungen,
 - Aufbau segmentiertes Tourismusangebot (Tag/Wochenend/Woche),
 - Einsatz neuer Medien zur Gewinnung jüngerer Besucher (GPS, Navigation).
- Erschließung weiterer Stein-Themen – mit:
 - Vervollständigung des Themenangebotes entsprechend des Raumpotenzials,
 - Sicherstellung eines flächendeckenden Angebotsnetzes.

7.2.3 Handlungsfeld Qualifikation

Die zentralen Entwicklungsziele dieses Handlungsfeldes sind die zielgerichtete Aus- und Weiterbildung im Hinblick auf den Lokalwarenmarkt sowie die Reaktion auf die negativen Wirkungen des demographischen Wandels durch Stärkung von Bürger-Netzwerken. Hierfür wird ein lokales Qualifizierungsnetzwerk aufgebaut.

Entsprechend der definierten Teilziele werden in diesem Handlungsfeld folgende Entwicklungspfade angegangen:

- Ausbau der Ausbildung mit lokalem Ressourcenbezug – mit:
 - Ausbau der lokal ausgerichteten Ausbildung in Partnerbetrieben,
 - Ausbau der Zusammenarbeit mit Schulen (außerschulische Lernorte),
 - Integration von Problemgruppen in die wohnortnahe Ausbildung,
- Ausbau der Weiterbildung mit lokalem Ressourcenbezug – mit:
 - Vermittlung von lokalspezifischem Wissen und Fertigkeiten,
 - Verbesserung der unternehmerischen Fähigkeiten lokaler Akteure,
 - Steigerung der Kenntnisse / Fertigkeiten in der Nutzung lokaler Ressourcen,
- Stärkung der dörflichen Sozialgemeinschaften – mit:
 - Unterstützung von Bürger-Netzwerken,
 - Unterstützung des Transfers lokalen Wissen.

7.3 Erfüllung der LEADER-Anforderungen

Das regionale Entwicklungskonzept „Lokalwarenmarkt 2015+“ entspricht in hohem Maße den spezifischen LEADER-Anforderungen:



- da die gesamte Entwicklungsstrategie konsequent aus dem Ressourcenpotenzial des St. Wendeler Landes entwickelt wurde (**Gebietsbezug**),
- da eine stringente Ausrichtung an der lokalen Wertschöpfung erfolgte (Markenbildung) und die bisherigen Erfahrungen die Effektivität des gewählten Ansatzes untermauert haben (**Wirtschaftliche Zweckmäßigkeit**),
- da mit dem Systemansatz „Lokalwarenmarkt 2015+“ eine neue Qualität der ländlichen Regionalentwicklung umgesetzt wird (**Innovationscharakter**),
- da alle Ansätze mit dem Ziel der mittelfristigen Eigenständigkeit angelegt sind und einen ressourcenschonenden Gegenentwurf zu Globalisierung darstellen (**ökonomische, soziale und ökologische Nachhaltigkeit**),
- da die gesamte Entwicklungsstrategie auf einem Akteursnetzwerk beispielhafter Breite UND Tiefe mit umfangreicher Partizipation basiert (**Bottom-up-Ansatz**),
- da der Systemansatz „Lokalwarenmarkt 2015+“ die verschiedensten Sektoren und Themen strukturiert zu einem gemeinsamen Entwicklungskonzept integriert (**Integrierter Ansatz**),
- da die Entwicklungsstrategie und das Prozesskonzept modellhaft übertragbar ist und für andere Regionen entsprechend der lokalen Möglichkeiten interpretiert werden kann (**Übertragbarkeit**),
- da die Entwicklungsstrategie eine umfangreiche Information der (lokalen) Öffentlichkeit beinhaltet, die eine unverzichtbare Basis für das Funktionieren lokaler Märkte ist (**Öffentlichkeitsarbeit**),
- da die Entwicklungsstrategie ein offenes System darstellt, in dem weder eine geschlechterspezifische, noch eine gruppenspezifische Benachteiligung stattfindet (**GENDER-Mainstreaming**).

7.4 Meilensteine der Entwicklung

Entsprechend der Vorgaben zum LEADER-Wettbewerb werden die zentralen Meilensteine im nachstehenden Balkenplan dargestellt. Die Darstellung der Meilensteine (die nach Definition eine Dauer Null haben) wurde im geplanten Zeitfenster vorgenommen.

Für die Umsetzungsprojekte in den drei Handlungsfeldern wurde für die Jahre nach 2010 aufgrund der zeitlichen Entfernung und der noch nicht absehbaren Rahmenbedingungen (Vergabe leistungsgebundene Reserve) keine Meilensteine zeitlich verortet.

8 Aktionsprogramm

8.1 Vorbemerkungen

Im Zuge der Erarbeitung des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalwarenmarkt 2015+“ wurden 60 Projekte entwickelt und geprüft. Unter diesen wurden 40 mittels einer Projektskizze konkretisiert. Für diese 40 Projekte liegen Absichtserklärungen der Projektträger vor.

Aufgrund des begrenzten Platzangebotes im REK wurden nur die 30 Leit- und Hauptprojekte mit konkreten Angaben in das REK aufgenommen. FÜR DIESE PROJEKTE FINDET SICH JEWEILS EINE PROJEKTSKIZZE UND EINE ABSICHTSERKLÄRUNG DES PROJEKTRÄGERS IM ANHANG.

Die Projektentwicklung wird im Falle eines erfolgreichen Verlaufs des LEADER-Wettbewerbs selbstverständlich in der Umsetzung des REK weiter ausgearbeitet werden. Ebenso wird dann (wie bereits in der Programmperiode LEADER+) eine qualitative und quantitative Prüfung zur Bewertung und Auswahl der Projekte als Grundlage für die Entscheidung des LAG-Vorstandes erfolgen.

8.2 Prioritätensetzung in der Umsetzung

Zur Umsetzung der Entwicklungsstrategie des „Lokalwarenmarkt 2015+“ wurden insgesamt 60 Projekte / Projektideen entwickelt, überprüft, abgestimmt und bewertet (siehe Projektliste im Anhang).

Die zentrale Prioritätensetzung und Strukturierung des Projekttableaus wurde durch die Zuordnung der Projekte in folgende Kategorien vorgenommen:

- ein zentrales LEITPROJEKT je Handlungsfeld (3 Projekte)
In diesen Projekten sind die zentralen Koordinierungs- und Steuerungsaufgaben des Handlungsfeldes verankert. Sie haben innerhalb der Handlungsfelder klare Vorbild- und Leitfunktion. Diese Projekte werden zeitlich und konzeptionell mit oberster Priorität umgesetzt.
- HAUPTPROJEKTE zur Umsetzung der zentralen Entwicklungspfade (27 Projekte)



Mit diesen Projekten werden die zentralen Entwicklungsmaßnahmen umgesetzt. Sie haben nach den Leitprojekten zeitliche und finanzielle Priorität. Aufgrund des Aufbaus auf den Entwicklungsergebnissen des Programms LEADER+ handelt es sich hier neben neuen, innovativen Projektansätzen auch um Projekte zur nachhaltigen Verstetigung der bisherigen Umsetzungsergebnisse des regionalen Entwicklungsprozesses.

- FOLGEPROJEKTE im regionalen Entwicklungsprozess (10 Projekte)
Projekte mit wichtigen, aber ergänzenden Beiträgen zur Erreichung der Entwicklungsziele. Diese Projekte haben zeitlich und finanziell gegenüber den beiden vorgenannten Kategorien nachgeordnete Priorität. Zudem sind hier Projekte, die im Zuge des Prozessfortschrittes weiter zu entwickeln sind, angesiedelt.
- Darüber hinaus wurden 20 RESERVEPROJEKTE entwickelt, die aber zum aktuellen Zeitpunkt noch nicht zum Tragen kommen oder noch nicht abschließend spruchreif sind. Dennoch handelt es sich hierbei um einen Projektpool, der im Zuge der weiteren Entwicklung erhebliche Entwicklungspotenziale bietet.

8.3 Verfahren und Kriterien der Projektauswahl im REK

Die eingereichten bzw. zusammen mit den jeweiligen Trägern entwickelten Projekte wurden in einer tabellarischen Kurzschilderung (siehe Anhang) strukturiert erfasst. Auf dieser Basis erfolgte eine Vorbewertung durch die Geschäftsstelle der KuLanI. Diese Vorbewertung wurde anhand folgender Kriterien vollzogen:

- Grundprüfung:
 - Beitrag und Relevanz des Projektes für die Umsetzung des Lokalwarenmarktes 2015+ entsprechend der im Zielkonzept festgelegten Entwicklungspfade (Kohärenz zu den Zielen des REK)
 - Formale und förderrechtliche Grundprüfung (Förderfähigkeit, Art der Kofinanzierung, Förderhemmnisse)
 - Sicherheit der Projektfinanzierung
- Inhaltliche Bewertung:
 - Innovationspotenzial des Projektes (überregional / im St. Wendeler Land)
 - Bewertung der Nachhaltigkeit des Projektansatzes in Bezug auf:
 - die ökonomische Nachhaltigkeit,
 - die ökologische Nachhaltigkeit,



- die soziale und sozialgemeinschaftliche Nachhaltigkeit,
- die kulturelle Nachhaltigkeit (Beitrag zu Identität /Image der Region),
- die Nachhaltigkeit der Organisation bzw. des Prozesses.
- Bewertung der erwarteten Effektivität:
 - Erwartete Arbeitsplatzwirkungen und Beiträge zur Qualifizierung,
 - Umfang der Gesamtinvestition und der absehbaren Folgeinvestitionen,
 - Erwartete Umsatzwirkung im Lokalwarenmarkt,
 - Reichweite in der Öffentlichkeit (Kunden, Besucher, Teilnehmer),
 - Beitrag zur Steigerung der Prozessqualität der regionalen Entwicklung (Koordinierung, Vernetzung).

Auf Basis dieser Vorbewertung erfolgte die Zuteilung zu den unterschiedlichen Projektkategorien (Leit-, Haupt-, Folge- und Reserveprojekte). Zudem wurden ausgehend von dieser Bewertung 17 Projekte grundlegend inhaltlich, aber auch in ihren Finanzierungsansätzen zusammen mit den Projektträgern überarbeitet.

Im Ergebnis wurde so ein Projekttableau von 30 zentralen Projekten sowie 10 Folgeprojekten erarbeitet, mit dem die Entwicklungsziele des „Lokalwarenmarkts 2015+“ konsequent umgesetzt werden können.

Die Arbeiten zur Projektentwicklung wurden vom erweiterten geschäftsführenden Vorstand der KuLanI (Vorsitzender, Stellvertretender Vorsitzender, Kassenwart, Regionalmanager, Mitarbeiterin der Geschäftsstelle) durchgeführt. Die Koordinierung erfolgte in der Endphase des Wettbewerbs durch wöchentliche Revisionsitzungen. Das Ergebnis der Projektentwicklungsarbeiten wurde am 19.11. durch den Vorstand und die lokale Aktionsgruppe einstimmig angenommen.

8.4 Darstellung der Projekte im REK

Aufgrund des – angesichts der Darstellungserfordernisse – sehr begrenzten Platzes des REK wurde zur Sicherstellung einer möglichst weitgehenden Nachvollziehbarkeit und Konkretisierung folgende Vorgehensweise für die Darstellungen der Projekte gewählt:

- ALLE 30 Leit- und Hauptprojekte sind mit aussagekräftigen Projektskizzen im Anhang (Seiten 9 bis 23 des Anhangs) dargestellt – HIER FINDEN SICH ALLE GEFORDERTEN ANGABEN SOWIE UMFANGREICHE ZUSATZANGABEN,



- Im Textteil des REK werden diese 30 Leit- und Hauptprojekte in den jeweiligen Handlungsfeldern benannt, aber nicht weiter beschrieben,
- Die erarbeiteten 10 Folge- und 20 Reserveprojekte sind ausschließlich im Anhang benannt (Seite 29 des Anhangs).

8.4.1 Projekte im HF Lokalwarenmarkt

Entsprechend der beschriebenen Entwicklungsstrategie stellt dieses Handlungsfeld den Kernbereich des regionalen Entwicklungsansatzes „Lokalwarenmarkt 2015+“ dar. Daher ist es folgerichtig, dass hier auch der Schwerpunkt der Projektumsetzungen erfolgt. Im Einzelnen sollen die dargestellten Entwicklungsziele mit folgenden Projekten erreicht werden:

- **LEITPROJEKT „Systempartner Lokalwarenmarkt“**,
- 12 **HAUPTPROJEKTE** in den definierten Entwicklungspfaden:

Entwicklungspfad Ausbau Vertriebsnetz

- LWM-Shop / Schaumetzgerei Harschberger Hof,
- LWM-Laden Forum Tholey,
- LWM-Shop Heckmann – Hirstein (B 41),
- LWM-Mobil / Eigenmarkenentwicklung Hofgut Imsbach,
- Gemeinschaftliche Präsentations- und Vertriebsstätte Schreiner-Partnerbetriebe,
- Gemeinschaftliches Marketingprojekt Lokalwarenmarkt (Ausstellung; Zertifizierung; Premiumprodukte).

Entwicklungspfad Ausbau Sortiment und Wertschöpfungsketten

- Ausbau Hofkäserei Gansen,
- Aufbau Schaukäserei Hirzweiler,
- Professionalisierung lokale Seifenproduktion Koch,
- Aufbau Bauholz-Netzwerk.

Entwicklungspfad Biomassenutzung

- Nahwärme für Dörrenbach – Bioenergieort Dörrenbach,
- Energetische Verwertung kommunaler Grünschnitt im St. Wendeler Land.
- 5 FOLGEPROJEKTE (siehe Anhang – S. 29)

8.4.2 Projekte im HF Tourismus

Die Projekte im Handlungsfeld Tourismus werden wie bereits in der Programmperiode LEADER+ ausschließlich im Themenbereich STEIN im St. Wendeler Land angesiedelt sein. In-



sbesondere in diesem Handlungsfeld stehen neue hoch innovative Projekte (z.B. Umsetzung themenorientierte Navigation) neben Projekten, bei denen eine nachhaltige Verstetigung im Mittelpunkt steht. Im Einzelnen sollen die dargestellten Entwicklungsziele mit folgenden Projekten erreicht werden:

- **LEITPROJEKT „Aufbau touristische Marke „St. Wendeler Land - Steinreich“**,
- 9 HAUPTPROJEKTE in den definierten Entwicklungspfaden:

Entwicklungspfad touristische Vermarktung

- Kinder- und Jugendgerechte Tourismusangebote Tholey,
- STEINREICH und interaktives Wandern (themenorientierte Navigation),
- Touristische Vermarktung „Europäische Straße des Friedens“,
- Weiterentwicklung Museum Theulegium,
- Kulturfenster St. Wendeler Land – Bosener Mühle.

Entwicklungspfad Ausbau der Angebote / Steinreich-Themen

- Rötel-Schaubergwerk Theley,
- Keltengehöft Treveri Ringwall Otzenhausen,
- Baum-Kreuz-Weg Ostertal,
- Pfeilergrabmal Wareswald.
- 4 FOLGEPROJEKTE (siehe Anhang – S. 29)

8.4.3 Projekte im HF Qualifikation

Das Handlungsfeld Qualifikation stellt – als neues Handlungsfeld im Konzept des Lokalwarenmarktes – den im Umfang kleinsten der drei Handlungsbereiche des REK dar. Dennoch wird die Ansicht vertreten, dass die „Querschnittsaufgabe Qualifikation“ nur effektiv angegangen werden kann, wenn hier ein eigenständiges Arbeitsfeld etabliert wird. Im Einzelnen sollen die dargestellten Entwicklungsziele mit folgenden Projekten erreicht werden:

- **LEITPROJEKT „Qualifizierungsnetzwerk LokalKompetenz“**,
- 6 HAUPTPROJEKTE in den definierten Entwicklungspfaden:

Entwicklungspfad lokale Ausbildung

- Lokale Biberburg Berschweiler,
- Ausbildungscoaching Partnerbetriebe des Lokalwarenmarktes,
- Jugend in wohnortnaher Ausbildung.

Entwicklungspfad lokale Weiterbildung



- Seminarreihe „Essen mit Lokalwaren im Jahreszyklus“,
- Unternehmensschulung Partnerbetriebe Lokalwarenmarkt, Entwicklungspfad Bürger-Netzwerke
- Lokale Angebote im Mehrgenerationenhaus Nonnweiler.
- 1 FOLGEPROJEKT (siehe Anhang – S. 29)

8.5 Erwartete Wirkungen des Aktionsprogramms

Aufgrund der konkreten Entwicklung der Leit-, Haupt- und Folgeprojekte im Zuge der Erstellung des REK wurden die Wirkungsindikatoren als quantifiziertes Ziel der Entwicklung des „Lokalwarenmarkt 2015+“ in allen Projekten festgelegt. Damit ist es möglich, zumindest die „harten“ Wirkungen des Einsatzes der LEADER-Mittel bereits im Vorfeld qualifiziert abzuschätzen. Diese stellen sich bei optimaler Verfügbarkeit der LEADER-Mittel im Zeitraum 2008 bis 2013 folgendermaßen dar:

- Gesamt-Projektkosten: ca. 7,4 Mio. €
 - *Bare Eigenleistungen:* ca. 3,0 Mio. €
 - *Unbare Eigenleistungen:* ca. 0,65 Mio. €
- Arbeitsplatzwirkung: ca. 224 Arbeitsplätze – hiervon 127 neue AP
 - *Vollzeit-Arbeitsplätze:* ca. 76 Arbeitsplätze – hiervon 45 neue AP
 - *Teilzeit-Arbeitsplätze:* ca. 148 Arbeitsplätze – hiervon 82 neue AP
- Neue Ausbildungsplätze: ca. 47
- Teilnehmer Qualifizierungen: ca. 11.200 Personen
- Erwarteter Umsatz Lokalwaren 2010: ca. 5,5 Mio. € (2006: 1,95 Mio. €)
- Erwarteter Umsatz 2008 bis 2013: ca. 25 – 28 Mio. €
- Erwartete lokale Folgeinvestitionen: ca. 7,1 Mio. €
- Erwartete Besucher / Jahr: ca. 109.000 Personen
- Summe neuer Produkte / Angebote: ca. 405
-

Sollten die quantifizierten Wirkungsziele so erreicht werden, so wird mit dem regionalen Entwicklungskonzept „Lokalwarenmarkt 2015+“ nicht nur ein hochintegrierter, innovativer Entwicklungsansatz umgesetzt, sondern auch eine nachhaltige Steigerung der lokalen Wertschöpfung erreicht, die sich auch nachhaltig eigendynamisch weiterentwickeln kann.

9 Monitoring / Evaluierung

9.1 Monitoring- und Evaluierungskonzept

Die Kulturlandschaftsinitiative St. Wendeler Land trägt als LAG die Verantwortung für die Umsetzung und Begleitung des regionalen Entwicklungskonzeptes. Damit obliegt ihr auch das interne Monitoring und die Selbstevaluierung des Entwicklungsprozesses.

Das **Monitoring**konzept der LAG St. Wendeler Land sieht eine Begleitung des Prozesses auf zwei Ebenen vor:

- Auf der Ebene des Gesamtprozesses durch die Geschäftsstelle und das Regionalmanagement der KuLanI,
- Auf der Ebene der Handlungsfelder durch die themenorientierten Netzwerke mit ihren Arbeits- und Lenkungsgruppe („Fachausschüsse“). Diese Arbeitsebene wird durch das Regionalmanagement der LAG unterstützt. Im Einzelnen sind dies:
 - Arbeitsgruppe Qualifikation (Koordinierung durch Leitprojekt Qualifizierungsnetzwerk – Kultur- und Bildungsinstitut des Landkreises St. Wendel),
 - Arbeitsgruppe Lokalwarenmartk (Koordinierung durch Hauptprojekt „Gemeinsames Informations- und Marketingprojekt – KuLanI),
 - Lenkungsgruppe Steinreich (Koordination durch Leitprojekt „Touristische Marke STEINREICH – KuLanI in Zusammenarbeit mit dem Kunstzentrum Bosener Mühle).
 -

Die interne **Selbstevaluierung** der LAG wird federführend vom Regionalmanagement vorbereitet und in den Arbeits- und Lenkungsgruppen der drei Handlungsfelder abgestimmt. Die Selbstevaluierung wird jeweils im letzten Quartal eines Jahres zur Vorbereitung der jährlichen Berichte durchgeführt. Sie erfolgt getrennt auf der Ebene der Arbeitsgruppen und des Regionalmanagement und wird dann zusammen geführt.

9.2 Indikatoren

Für die Bewertung des regionalen Entwicklungsprozesses werden folgende Indikatoren als Basisindikatoren festgelegt:



FORMALE PROJEKTINDIKATOREN

- Einhaltung der zeitlichen Projektumsetzung,
- Einhaltung der inhaltlichen Projektumsetzung,
- Einhaltung der Kosten- und Finanzierungsplanung,
- Mittelabfluss,
- Formaler Korrekturbedarf (im Sinne des Förderrechts).

PROZESS-BEWERTUNG (weiche Faktoren)

- Vernetzung innerhalb des regionalen Entwicklungsprozesses,
- Aktivität der Projektumsetzung,
- Mitarbeit / Beitrag zum gesamten Entwicklungsprozess,
- Beitrag zum inneren Zusammenhalt der LAG,
- Beitrag zur Gewinnung neuer Partner / Akteure bzw. zur Vermittlung der Entwicklungsziele

BEWERTUNG DER WIRKUNGEN (harte Faktoren)

- Eigenanteile an Projektkosten,
- Umfang bare / unbare Leistungen,
- Arbeitsplatzwirkungen und deren Nachhaltigkeit,
- Teilnehmer Qualifikationsmaßnahmen – Qualität der Maßnahmen,
- Zahl neuer Ausbildungsplätze / hieraus generierte Arbeitsplätze,
- Umsatz im Lokalwarenmarkt - Wertschöpfung,
- Lokale Folgeinvestitionen,
- Reichweite der Maßnahmen in der Öffentlichkeit – Besucher / Kunden / Leser,
- Anzahl und Qualität neuer Produkte und Angebote.

Aufgrund der Erfahrungen der abgelaufenen Programmperiode LEADER+ werden insbesondere die „harten“ Wirkungsfaktoren für das REK „Lokalwarenmarkt 2015+“ bereits bei der Projektentwicklung quantifiziert eingefordert. Hier gilt der Grundsatz: „Kein Projekt ohne definierte Wirkungen“. Diese konsequent umgesetzte Herangehensweise wird die Steuerung des Entwicklungsprozesses deutlich vereinfachen.

10 Finanzierungskonzept

10.1 Finanzplan nach Schwerpunkten der ELER-VO

Die nachstehende Tabelle zeigt die Aufteilung der zur Umsetzung des regionalen Entwicklungskonzept „Lokalwarenmarkt 2015+“ notwendigen Mittel, aufgliedert nach Jahren und Schwerpunkten der ELER-VO. Dieser Finanzplan wurde aus den entwickelten Leit-, Haupt- und Folgeprojekten abgeleitet.

Finanzplan nach Jahren und Schwerpunkten der ELER-VO						
	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012	2.013
Schwerpunkt 1 - Wettbewerbsfähigkeit	40.000	115.000	70.000	30.000	15.000	10.000
Schwerpunkt 2 - Umweltschutz / Landwirtschaftung						
Schwerpunkt 3 - Lebensqualität und Diversifizierung	440.000	845.000	700.000	325.000	140.000	115.000
Gebietsübergreifende Zusammenarbeit						
Verwaltung der LAG / Öffentlichkeitsarbeit	60.000	115.000	115.000	125.000	125.000	125.000
JAHRESSUMMEN	540.000	1.075.000	885.000	480.000	280.000	250.000
SUMME BIS 2010	2.500.000					
SUMME 2010 BIS 2013	1.010.000					
GESAMTSUMME 2008 BIS 2013	3.510.000					

10.2 Indikativer Finanzplan

Nachfolgend ist der aus den Leit-, Haupt- und Folgeprojekten entwickelte Finanzplan entsprechend des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalwarenmarkt 2015+“ dargestellt. Er beinhaltet alle relevanten Angaben zur Projektfinanzierung.

Wie aus der Tabelle ersichtlich ist, entsteht zu Umsetzung des Entwicklungskonzeptes ein Förderungsbedarf von ca. 3,5 Mio. € bis 2013 (ca. 2,5 Mio. € bis 2010). In der Projektfinanzierung ist die Erbringung von Eigenleistungen in Höhe von ca. 0,6 Mio. € und die Drittmittel-Förderung aus ergänzenden öffentlichen Förderungen in Höhe von ca. 0.64 Mio. € kalkuliert.



Finanzplan Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land 2015+ nach Handlungsfeldern und Projekten										
Nr.	Handlungsfeld / Projekt (nur Leit-, Haupt- und Folgeprojekte)	Gesamtkosten	Förderung LEADER bis 2013	Förderung LEADER bis 2010	Sachkosten	Personalkosten	Investitionen	bare EL	unbare EL	Drittmittel
V1	Verwaltung LAG - Regionalmanagement	500.000	500.000	260.000	250.000	250.000				
	SUMME - Verwaltung LAG	500.000	500.000	200.000	250.000	250.000				
HANDLUNGSFELD LOKALWARENMARKT										
1	Systempartner Lokalwarenmarkt (inkl. Bestell- und Lieferservice)	550.000	280.000	150.000	150.000	250.000	150.000	270.000	50.000	
VETRIEB										
2	LWM-Shop / Schaumetzgerei Harschberger Hof	320.000	146.000	110.000	120.000		200.000	124.000	50.000	
3	LWM-Laden WZB Forum Tholey	600.000	262.500	240.000	150.000		450.000	337.500		
4	Eigenmarke Hofgut Imsbach im LWM	261.600	109.050	65.000	39.000	172.600	50.000			105.000
5	LWM-Shop Hirstein (B 41)	175.000	76.750	76.750	45.000		130.000	80.750	17.500	
6	Präsentationsstätte Schreiner-PB	125.000	53.750	53.750	25.000		100.000	46.250	25.000	
7	Gemein. Info+Marketing - Bündelung und Zertifizierung Premiumprodukte (Inkl. Dauerausstellung)	300.000	165.000	90.000	300.000			75.000	60.000	
LOKALE WSK										
8	Hofkäserei Gansen	300.000	85.000	70.000	100.000		200.000	165.000	50.000	50.000
9	Schaukäserei Hirzweiler	177.000	70.800	70.800			177.000	106.200		
10	Professionalisierung Seifenherstellung	25.000	13.750	13.750	25.000			8.000	3.250	
11	Bauholz-Netzwerk SWL	25.000	10.750	10.750	5.000		20.000	6.750	7.500	
BIOMASSE / BIOENERGIE										
12	Bioenergiedorf Dörrenbach	100.000	55.000	55.000	20.000	80.000		45.000		
13	Energetische Grünschnittverwertung SWL	30.000	16.500	16.500	10.000	20.000		13.500		
FOLGEPROJEKTE										
F1	Diversifizierung EZG Ölsaaten (Umsatz nur LW)	400.000	182.500	65.000	150.000		250.000	197.500	20.000	
F2	Neue Wildprodukte im LWM	20.000	11.000	11.000	20.000			6.000	3.000	
F3	Landwirtschaftliche Nebengebäude aus lokalen Hölzern (Umsatz einmalig - nicht jährlich)	320.000	176.000	176.000	300.000	20.000		114.000	30.000	
F4	Mobilisierung Holzreserven Kleinprivatwald	150.000	82.500	82.500	30.000	120.000		37.500	30.000	
F5	Machbarkeitsprüfung Energie-Holzofen Imsbach	20.000	11.000	11.000	20.000			9.000		
	SUMME HF Lokalwarenmarkt	3.898.600	1.807.850	1.367.800	1.509.000	662.600	1.727.000	1.641.950	346.250	155.000
HANDLUNGSFELD TOURISMUS										
14	Touristische Marke SWL - Steinreich	90.000	49.500	40.000	90.000			20.500	20.000	
AUSBAU ANGEBOTE										
15	Rötel-Schaubergwerk Theley	350.000	100.000	100.000			350.000	215.000	35.000	40.000
16	Keltengehöft Treveri	100.000	55.000	45.000	100.000			35.000	10.000	
17	Baum-Kreuz-Weg	38.280	21.000	21.000	38.280			9.000	8.280	
18	Pfeilergrabmal Wareswald	100.000	55.000	40.000	100.000			35.000	10.000	
TOURISTISCHE VERMARKTUNG										
19	Steinreich und Wandern	120.000	58.500	50.000	50.000	20.000	50.000	56.500	5.000	
20	Kinder- und Jugendgerechte Tourismusangebote Gde. Tholey	25.000	11.050	11.050	5.000	2.000	18.000	8.950	5.000	
21	Strasse des Friedens	106.000	58.300	30.000	59.000	47.000		24.700	23.000	248.000
22	Weiterentwicklung Museum Theulegium	136.000	74.800	48.000	136.000			31.200	30.000	
23	Kulturfenster Steinreich Bosener Mühle	90.000	49.500	28.500	90.000			22.500	18.000	
FOLGEPROJEKTE										
F6	Archäologischer Rundweg Nonnweiler	50.000	27.500	27.500	50.000			17.500	5.000	
F7	Burgen im St. Wendeler Land	205.000	112.750	75.000	205.000			72.250	20.000	
F8	Steinerne Kleindenkmäler im SWL	65.000	35.750	35.750	65.000			9.250	20.000	
F9	Achatgräberweg Gemeinde Freisen	90.000	38.250	38.250	15.000		75.000		10.000	
	SUMME HF Tourismus	1.565.280	746.900	590.050	1.003.280	69.000	493.000	557.350	219.280	288.000
HANDLUNGSFELD QUALIFIKATION										
24	Qualifizierungsnetzwerk LokalKompetenz	180.000	99.000	85.000	45.000	135.000		51.000	30.000	
LOKALE AUSBILDUNG										
25	Lokale Biberburg Berschweiler	282.000	100.800	85.000		100.000	152.000	181.200		15.000
26	Ausbildungscoaching Partnerbetriebe LWM	125.000	68.750	51.000	25.000	100.000		6.250		50.000
27	Jugend in Ausbildung	108.730	47.350	42.000	77.700	31.030		61.380		9.000
LOKALE WEITERBILDUNG										
28	Seminarreihe "Essen mit Lokalwaren"	20.000	11.000	8.500	20.000			4.500	4.500	
29	Unternehmensschulung LWM	50.000	27.500	22.500	30.000	20.000		20.000	2.500	
BÜRGER-NETZWERKE										
30	Lokale Angebote Mehrgenerationenhaus Nonnweiler	30.000	16.500	12.000	30.000			9.500	4.000	120.000
FOLGEPROJEKTE										
F10	Ausbildungsmaßnahme LWM	95.000	52.250		38.000	57.000		42.750		
	SUMME HF Qualifikation	890.730	423.150	306.000	265.700	443.030	152.000	376.580	41.000	194.000
	SUMMEN	6.854.610	3.477.900	2.463.850	3.027.980	1.424.630	2.372.000	2.575.880	606.530	637.000



Auf Basis der entworfenen Entwicklungspfade und der sie ausfüllenden Projekte wurde eine Rahmenaufteilung der Umsetzungsprojekte vorgenommen:

- Handlungsfeld Lokalwarenmarkt: 60 % der LEADER-Mittel,
- Handlungsfeld Tourismus: 27,5 % der LEADER-Mittel,
- Handlungsfeld Qualifikation: 12,5 % der LEADER-Mittel.

Diese Rahmenzuteilung der Mittel bildet die Bedeutung der Handlungsfelder im regionalen Entwicklungskonzept sehr gut ab.

10.3 Bewertung der Mittelverfügbarkeit

Im Anhang des regionalen Entwicklungskonzepts „Lokalwarenmarkt 2015+“ sind für ALLE Leit- und Hauptprojekte unterschriebene Absichtserklärungen niedergelegt. Für die benannten Folgeprojekte liegen diese vor, konnten aber aus Platzgründen nicht eingefügt werden.

Für alle Projekte wurde die Finanzierbarkeit des Projektes – vorbehaltlich einer Detailprüfung – einer Prüfung unterzogen. Danach sind von den 30 definierten Leit- und Hauptprojekten bei einer Förderung durch LEADER+:

- Sicher finanziert: 9 Projekte,
- Finanzierung sicher erreichbar: 20 Projekte,
- Finanzierung problematisch: 1 Projekt.



Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land 2015+

A N H A N G

Anhang 1 – Satzung der Kulturlandschaftsinitiative St. Wendeler Land e.V.....	2
Anhang 2 – Geschäftsordnung des Vorstandes	7
Anhang 3 – Kurzschilden aller Leit- und Hauptprojekte (30 Projektschilden).....	9
Handlungsfeld Lokalwarenmarkt.....	9
Handlungsfeld Tourismus	15
Handlungsfeld Qualifikation	20
Anhang 4 – Absichtserklärungen zu allen Leit- und Hauptprojekten	24
Anhang 5 – Liste der Folge- und Reserveprojekte (10 Projekte).....	29
Anhang 6 – Liste der Mitglieder der LAG St. Wendeler Land	30

Satzung

des Vereins Kulturlandschaftsinitiative Sankt Wendeler Land e. V.

§ 1 Name, Sitz, Rechtsform und Geschäftsjahr

- (1) Der Verein führt den Namen „Kulturlandschaftsinitiative Sankt Wendeler Land e. V.“, im folgenden „Verein“ genannt.
- (2) Der Verein hat seinen Sitz in Sankt Wendel. Er ist in das Vereinsregister beim Amtsgericht Sankt Wendel unter Nr. VR 1281 eingetragen.
- (3) Er ist ein rechtsfähiger nichtwirtschaftlicher Verein des Bürgerlichen Rechts nach § 21 BGB.
- (4) Gerichtsstand ist Sankt Wendel.
- (5) Die Geschäftsstelle des Vereins muss nicht am Sitz des Vereins unterhalten werden.
- (6) Das Geschäftsjahr des Vereins ist das Kalenderjahr.

§ 2 Zweck und Aufgaben

- (1) Im Rahmen des gemeinsam entwickelten regionalen Entwicklungskonzeptes (REK) zur EU-Gemeinschaftsinitiative LEADER+ setzt der Verein das dort entworfene Aktionsprogramm um.
- (2) Der Verein unterstützt mit den LEADER+-Projekten, die Bestandteil des integrierten regionalen Entwicklungskonzeptes sind, die integrierte ländliche Entwicklung der Region Sankt Wendeler Land.
- (3) Der Verein ist ein Zusammenschluss aller Gruppen mit landschaftsbezogenen Schutz- und Nutzungsinteressen im Sankt Wendeler Land.
- (4) Oberstes Ziel des Vereins ist die Erhaltung und Weiterentwicklung der Kulturlandschaft Sankt Wendeler Land, die auch unter den modernen Rahmenbedingungen globaler Märkte aus den Dörfern heraus durch Nutzung und Schutz von der örtlichen Bevölkerung getragen wird.
- (5) Wesentliche Aufgaben sind:
 1. Kräfte zu sammeln,
 2. Bewußtsein zu fördern,
 3. Neue Wege der ländlichen Entwicklung zu suchen,
 4. positive Beispiele nachhaltiger Entwicklung zu unterstützen.

§ 3 Gemeinnützigkeit

- (1) Der Verein verfolgt ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke im Sinne des Abschnittes „steuerbegünstigte Zwecke“ der Abgabenordnung in der jeweils gültigen Fassung. Mittel des

Vereins dürfen nur für satzungsgemäße Zwecke verwendet werden. Die Mitglieder erhalten keine Zuwendungen aus den Mitteln des Vereins.

- (2) Der Verein ist selbstlos tätig; er verfolgt nicht in erster Linie eigenwirtschaftliche Zwecke.
- (3) Es darf keine Person durch Ausgaben, die dem Zweck des Vereins fremd sind oder durch unverhältnismäßig hohe Vergütungen begünstigt werden.

§ 4 Mitgliedschaft

- (1) Alle Personen und Gruppierungen, die der Zielsetzung des Vereins und des LEADER+REK zustimmen, können Mitglieder des Vereins werden. Jede private oder juristische Person des öffentlichen und privaten Rechts sowie sonstige Vereinigungen können Mitglieder im Verein sein.
- (2) Der Verein hat ordentliche und fördernde Mitglieder. Alle Personen und Gruppierungen, die § 4 Absatz 1 erfüllen können fördernde Mitglieder werden.
- (3) Ordentliche Mitglieder des Vereins können nur die nachfolgend benannten Personen und Gruppierungen werden:
 1. Kommunale Körperschaften (Kreis, Städte/Gemeinden),
 2. Verbände und Zusammenschlüsse der ländlichen Entwicklung aus den Bereichen Land- und Forstwirtschaft, sonstige Landnutzer, Handwerk Tourismus, Kultur, Handel und Gewerbe, Gastronomie und Naturschutz
 3. Alle Personen und Gruppierungen, die an der Erarbeitung des REK beteiligt waren und eine entsprechende Bereitschaftserklärung zur Teilnahme an der LAG Sankt Wendeler Land unterzeichnet haben,
 4. Alle aktuellen Mitglieder der Kulturlandschaftsinitiative Sankt Wendeler Land.
- (4) Ordentliche Mitglieder von Verbänden und Gruppierungen sollte die jeweilige regionalen Ebene für das Sankt Wendeler Land werden.
- (5) Träger von LEADER+-Projekten haben Pflicht zur Mitgliedschaft ab dem Projektbeginn. Sie werden ordentliche Mitglieder.

- (6) Maßgebende Funktionen im Verein (Vorsitz, geschäftsführender Vorstand, Vorstand) können nur Personen übernehmen, die einen unmittelbaren Nutzungs- oder Schutzbezug zum Sankt Wendeler Land haben.

§ 5 Beginn und Ende der Mitgliedschaft

- (1) Die Mitgliedschaft muss gegenüber dem Vorstand des Vereins schriftlich beantragt werden. Über den schriftlichen Antrag auf Mitgliedschaft, der die Anerkennung und Einhaltung der Satzung einschließt, entscheidet der Vorstand mit einfacher Stimmenmehrheit.
- (2) Im Falle einer Ablehnung des Antrags muss der Vorstand die hierfür maßgeblichen Gründe dem Antragsteller mitteilen. Gegen die ablehnende Entscheidung des Vorstandes kann innerhalb eines Monats nach Zugang beim Vorstand schriftlich Beschwerde eingelegt werden. Die endgültige Entscheidung obliegt dann der Mitgliederversammlung. Diese Entscheidungen werden mit einfacher Mehrheit der Stimmen gefasst.

(3) Die Mitgliedschaft endet durch freiwilligen Austritt, Ausschluss oder Tod des Mitglieds oder den Verlust der Rechtsfähigkeit bei juristischen Personen. Die freiwillige Beendigung der Mitgliedschaft ist durch schriftliche Kündigung gegenüber dem Vorstand unter Einhaltung einer dreimonatigen Frist zum Ende eines Quartals möglich.

(4) Der Ausschluss eines Mitglieds mit sofortiger Wirkung und aus wichtigem Grund kann dann ausgesprochen werden, wenn das Mitglied in grober Weise gegen die Satzung, Ordnungen, den Satzungszweck oder die Vereinsinteressen verstößt. Über den Ausschluss eines Mitglieds entscheidet der Vorstand mit $\frac{2}{3}$ Stimmenmehrheit. Dem Mitglied ist unter Fristsetzung von zwei Wochen Gelegenheit zu geben, sich vor dem Vereinsausschluss zu den erhobenen Vorwürfen zu äußern.

(5) 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.

(6) Ist ein Mitglied mit mehr als einem Jahresbeitrag im Rückstand, erlischt die Mitgliedschaft.

(7) Bei Beendigung der Mitgliedschaft, gleich aus welchem Grund, erlöschen alle Ansprüche aus dem Mitgliedsverhältnis. Eine Rückgewähr von Beiträgen, Spenden oder sonstigen Unterstützungsleistungen ist grundsätzlich ausgeschlossen. Der Anspruch des Vereins auf rückständige Beitragsforderungen bleibt hiervon unberührt.

§ 6 Stimmrecht

(1) Jedes Mitglied hat eine Stimme. Das Stimmrecht wird grundsätzlich persönlich ausgeübt.

(2) Eine Vertretung in der Ausübung des eigenen Stimmrechts ist nur zulässig, wenn dem Vorstand vor der Abstimmung eine Vollmachtsurkunde vorgelegt wird. Die Bevollmächtigung ist für jede Mitgliederversammlung gesondert zu erteilen. Der Bevollmächtigte darf das Stimmrecht nur jeweils für einen Stimmberechtigten wahrnehmen.

§ 7 Rechte und Pflichten der Mitglieder

(1) Die Mitglieder sind verpflichtet, den Verein und die Vereinsziele - auch in der Öffentlichkeit - in ordnungsgemäßer Weise zu unterstützen und zu fördern. Sie haben die Satzung und die auf ihrer Grundlage beschlossene Geschäftsordnung zu befolgen.

(2) Die Mitglieder sind berechtigt, an allen angebotenen Veranstaltungen des Vereins teilzunehmen. Sie haben darüber hinaus das Recht, gegenüber dem Vorstand und der Mitgliederversammlung Anträge zu stellen.

§ 8 Mitgliedsbeiträge

(1) Von den allen Mitgliedern werden Beiträge erhoben. Familien (in direktem Verwandtschaftsverhältnis) können zum einfachen Mitgliedsbeitrag eine Familienmitgliedschaft beantragen.

(2) Die Mitgliederversammlung legt in der Gründungsversammlung die Höhe der Mitgliedsbeiträge fest.

(3) Die Mitgliedsbeiträge sind bis zum 31.03. eines jeden Jahres zu zahlen.

§ 9 Organe des Vereins

(1) Organe des Vereins sind:

1. die Mitgliederversammlung
2. der Vorstand
3. die Geschäftsstelle
4. die Projektausschüsse

§ 10 Mitgliederversammlung

(1) Die Mitgliederversammlung ist das oberste Organ des Vereins. Sie hat insbesondere folgende Aufgaben:

1. die Grundsätze der Vereinsarbeit festzulegen
2. die Entgegennahme, Beratung von Vorschlägen zur Fortschreibung des integrierten regionalen Entwicklungskonzeptes sowie Entscheidung über diese
3. die Jahresberichte entgegenzunehmen und zu beraten
4. Verabschiedung des Vereinshaushaltes
5. Entgegennahme des Kassenberichtes
6. Entlastung des Vorstandes
7. Wahl des Vorstandes
8. Entscheidung über die Satzung, deren Änderung, sowie die Auflösung des Vereins
9. Wahl der Kassenprüfer, die weder dem Vorstand angehören, noch Arbeitnehmer des Vereins sein dürfen
10. Entscheidung über die Jahresbeitragsfestlegung

(2) Die Mitgliederversammlung wird vom Vorstand mindestens **einmal im Jahr** mit dreiwöchiger Frist schriftlich unter Angabe der Tagesordnung einberufen.

(3) Jedes Mitglied kann bis spätestens fünf Tage vor dem Tag der Mitgliederversammlung beim Vorstand schriftlich beantragen, dass weitere Angelegenheiten nachträglich auf die Tagesordnung gesetzt werden. Der Versammlungsleiter hat zu Beginn der Versammlung die Tagesordnung zu ergänzen. Über die Behandlung von Anträgen, die erst in der Mitgliederversammlung gestellt werden, beschließt die Mitgliederversammlung einstimmig.

(4) Außerordentliche Mitgliederversammlungen kann der Vorsitzende unter Angabe des zu behandelnden Gegenstandes einberufen, wenn er es für notwendig hält. Auf Antrag von mindestens einem Viertel der Mitglieder ist der Vorsitzende verpflichtet, eine außerordentliche Mitgliederversammlung innerhalb von 6 Wochen einzuberufen.

- (5) Die Mitgliederversammlung wird grundsätzlich von dem Vorsitzenden oder dessen Stellvertreter geleitet. Für die Wahl des Vorstandes wählt die Mitgliederversammlung eigens einen Versammlungsleiter.
- (6) Über den Verlauf und die Beschlüsse der Mitgliederversammlung ist eine Niederschrift zu fertigen, die vom Versammlungsleiter und dem Protokollführer zu unterzeichnen ist.

§ 11 Beschlussfähigkeit/Beschlussfassung der Mitgliederversammlung

- (1) Die Mitgliederversammlung ist beschlussfähig, wenn ordnungsgemäß eingeladen wurde und die Hälfte der Mitglieder anwesend sind.
- (2) Ist eine Mitgliederversammlung nicht beschlussfähig, ist sie mit einer Nachfrist von mindestens zwei Wochen und höchstens vier Wochen erneut einzuberufen. Diese Mitgliederversammlung ist dann unabhängig von der Anzahl der anwesenden Mitglieder beschlussfähig.
- (3) Die Mitgliederversammlung beschließt mit der Mehrheit der abgegebenen gültigen Stimmen, soweit die Satzung nicht eine andere Mehrheit bestimmt.
- (4) Projektbezogene Beschlüsse infolge von Entscheidungen des Vorstandes im Sinne von § 18 werden mit $\frac{2}{3}$ Mehrheit der abgegebenen gültigen Stimmen der anwesenden Mitglieder gefasst. Beschlüsse über Satzungsänderungen und die Auflösung des Vereins bedürfen einer $\frac{3}{4}$ Mehrheit der anwesenden Mitglieder.

§ 12 Vorstand

- (1) Der Vorstand setzt sich aus dem Vorsitzenden, dem stellvertretenden Vorsitzenden, dem Schatzmeister, einem Vertreter der Fachbehörde LEADER+, einem Schriftführer sowie maximal 6 weiteren gewählten Vorstandsmitgliedern zusammen. Er arbeitet ehrenamtlich.
- (2) Bei der Besetzung des Vorstandes ist darauf achten, dass alle wesentlichen Interessengruppen des Schutzes und der Nutzung im Sankt Wendeler Land angemessen vertreten sind. Von jeder Organisation der Interessenvertretung darf jeweils nicht mehr als eine Person in dieser Funktion in den Vorstand gewählt werden.
- (3) Mindestens 50 % der Mitglieder des Vorstandes müssen Wirtschafts- und Sozialpartner bzw. Verbände im Sinne des saarländischen LEADER+-Programmes sein.
- (4) Das für LEADER+ zuständige Fachreferat des Ministerium für Umwelt wird durch ein stimmberechtigtes Mitglied im Vorstand vertreten.
- (5) Der Vorstand wird durch die Bewilligungsbehörde der Gemeinschaftsinitiative LEADER+ in relevanten Fragen beraten. Diese übt kein Stimmrecht aus.
- (6) Geschäftsführender Vorstand gemäß § 26 BGB sind der Vorsitzende, der stellvertretende Vorsitzende und der Schatzmeister. Sie vertreten den Verein gerichtlich und außergerichtlich jeder für sich allein.
- (7) Der Vorstand führt die Geschäfte des Vereins in eigener Verantwortung nach Maßgabe der Satzung, der bestehenden Gesetze sowie der Beschlüsse der Mitgliederversammlung.
- (8) Er hat insbesondere folgende Aufgaben:

1. Sicherstellung einer ordnungsgemäßen Arbeit des Vereins

2. Einstellung und Entlassung von Personal,
 3. Erarbeitung und Harmonisierung sowie Fortschreibung des integrierten regionalen Entwicklungskonzeptes nach Maßgabe der Geschäftsordnung,
 4. Festlegung des Kriterienkataloges in der Geschäftsordnung zur Auswahl der Projekte und deren Evaluierung,
 5. Annahme von Projektanträgen und die Entscheidung darüber,
 6. Überwachung der laufenden Projekte,
 7. Vorprüfung der Zwischen- und Schlussverwendungsnachweise,
 8. Vorlage der Berichte mit sachgerechten Darstellungen zu allen geförderten Projekten in LEADER+: Projektbeschreibung, Aussagen zur Zielerreichung und Beachtung der Förderbestimmung,
 9. Öffentlichkeitsarbeit,
 10. Erstellung des Finanzplanes für die Umsetzung der Projekte im Rahmen des integrierten regionalen Entwicklungskonzeptes,
 11. Durchführung der Wirkungsabschätzung (Evaluierung) der Vorgehensweise und der Projekte in LEADER+,
 12. Aufstellung des Vereinshaushaltes, Buchführung, Erstellung des Jahresberichtes (Tätigkeitsbericht des Vorstandes), Vorbereitung und Einberufung der Mitgliederversammlung sowie Aufstellung der Tagesordnung,
 13. Ausführung von Beschlüssen der Mitgliederversammlung.
- (9) Der Vorsitzende beruft den Vorstand mindestens alle zwei Monate mit 14-tägiger Frist unter Angabe der Tagesordnung ein.
- (10) Die Amtsperiode des Vorstandes beträgt 2 Jahre. Er bleibt bis zur Neuwahl des Vorstandes kommissarisch im Amt. Scheidet ein Mitglied des Vorstandes während der Amtsperiode aus, so wählt die Mitgliederversammlung ein Ersatzmitglied für die restliche Amtsdauer.
- (11) Der Vorstand gibt sich eine Geschäftsordnung, in der er im Rahmen der beschriebenen Kompetenzen seine Arbeitsgrundlagen regelt.
- (12) Der Vorstand richtet zur Unterstützung seiner Arbeit eine Geschäftsstelle ein.
- (13) Der Vorstand arbeitet eng mit den zuständigen LEADER+-Verwaltungsstellen zusammen. Ausgewählte Projektanträge leitet er dem Ministerium für Umwelt zur Prüfung und Bewilligung weiter.

§ 13 Geschäftsstelle des Vereins

- (1) Der Verein richtet eine Geschäftsstelle zur Gewährleistung der ordnungsgemäßen Erledigung der Vereinszwecke ein. Die Geschäftsstelle hat ihren Sitz im „Lokalwarenmart Wendelinshof“ in St. Wendel. Der Sitz der Geschäftsstelle kann durch Beschluss der Mitgliederversammlung an einen anderen Ort verlegt werden.

4. Unterstützung der Geschäftsstelle bei der Vorprüfung der Projektanträge – Abgabe einer Empfehlung für den Vorstand.
- (4) Die Ausschüsse tagen in der Regel einmal in jedem Quartal. Die Arbeitsergebnisse werden durch die Geschäftsstelle zusammengefasst und allen Partnern zugänglich gemacht.
- (5) Zweimal pro Jahr werden die Arbeitsergebnisse der Ausschüsse in einer Plenerversammlung aller Akteure aufgezeigt und umfassend zur Diskussion gestellt.

§ 15 Wahl des Vorstandes

- (1) Die Mitglieder schlagen der Mitgliederversammlung Bewerberinnen/Bewerber für die Besetzung des Vorstands vor. Gewählt ist, wer mehr als die Hälfte der gültigen Stimmen erhalten hat.

§ 16 Wahl und Aufgaben der Kassenprüfer

- (1) In der Mitgliederversammlung sind zwei Kassenprüfer für die Dauer von 2 Jahren zu wählen. Gewählt ist, wer mehr als die Hälfte der gültigen Stimmen erhalten hat.
- (2) Die Kassenprüfer haben die Aufgabe, Rechnungsbelege sowie deren ordnungsgemäße Verbuchung und die Mittelverwendung zu prüfen und dabei insbesondere die satzungsgemäße und steuerlich rechtmäßige Mittelverwendung festzustellen. Die Prüfung erstreckt sich nicht auf die Zweckmäßigkeit der vom Vorstand getätigten Ausgaben. Die Kassenprüfer haben die Mitgliederversammlung einmal jährlich über das Ergebnis der Kassenprüfung zu unterrichten.

§ 17 Beschlussfähigkeit und Beschlussfassung des Vorstands

- (1) Der Vorstand ist beschlussfähig, wenn ordnungsgemäß eingeladen wurde und mehr als die Hälfte der Mitglieder des Vorstandes anwesend sind. Mindestens die Hälfte der anwesenden, stimmberechtigten Mitglieder müssen Wirtschafts- und Sozialpartner bzw. Verbände im Sinne von LEADER+ sein.
- (2) Der Vorstand fasst seine Beschlüsse mit der Stimmenmehrheit der anwesenden Mitglieder. Beschlüsse können im Bedarfsfall auch im schriftlichen Verfahren herbeigeführt werden, wenn dem kein Vorstandsmitglied widerspricht. Dies gilt nicht für unmittelbar projektbezogene Beschlüsse.
- (3) Beschlüsse über die Auswahl der geförderten Projekte, insbesondere die Ablehnung von Projekten, fasst der Vorstand nach Maßgabe des §17 der Satzung. Beschlüsse des Vorstands, durch die ein Projektantrag oder ein sonstiger Antrag eines Mitglieds abgelehnt wird, werden dem antragstellenden Mitglied unter Mitteilung der maßgeblichen Gründe bekannt gegeben. Das Nähere regelt die Geschäftsordnung.
- (4) Über die Beschlüsse des Vorstandes ist zu Beweiszwecken eine Niederschrift aufzunehmen, die vom Sitzungsleiter und dem Protokollführer zu unterzeichnen ist.

§ 18 Projektbezogene Beschlussfassung des Vorstandes (LEADER+-Projekte)

- (1) Der Vorstand ist an die zu entwickelnden Projektauswahlkriterien und die Grundsätze des geltenden integrierten regionalen Entwicklungskonzeptes gebunden und richtet sein Handeln danach aus. Ein Rechtsanspruch der Mitglieder auf Leistungen besteht nicht.

- (2) Die Geschäftsstelle hat folgende Aufgaben:
 1. Anlaufstelle und Betreuung für Mitglieder,
 2. Ansprechpartner für Externe,
 3. Zuarbeit für Vorstand und geschäftsführenden Vorstand,
 4. Sicherstellung der geordneten Organisation des Vereins (Vorbereitung Mitgliederversammlungen / Vorstandssitzungen; Vorbereitung Verwendungsnachweise; Buchhaltung; Korrespondenz
 5. Vorbereitung und Zuarbeit bei der Öffentlichkeitsarbeit des Vereins,
 6. Koordinierung der Projekte und Projektträger – fortlaufende Projektbegleitung
 7. Unterstützung, Organisation und Koordinierung der Ausschüsse
 8. Aufbereitung und Bekanntmachung des Arbeits- und Erfahrungsfortschrittes
 9. Unterstützung des Interessensausgleiches zwischen den relevanten Akteuren
 10. Zuarbeit und Unterstützung der Öffentlichkeitsarbeit
 11. Unterstützung bei der Projektentwicklung und förderrechtliche Erstberatung
- (3) Die Geschäftsstelle bedient sich zur Erledigung ihrer Aufgaben sowohl angestellten Personals (Büroorganisation / Sicherstellung der Besetzung der Geschäftsstelle) als auch geeigneter, externer Dienstleister (Unterstützung der Projektentwicklung, Weiterentwicklung des Konzeptes).

§ 14 Projektausschüsse

- (1) Der Verein richtet entsprechend der Handlungsfelder seines REK folgende vier thematisch unterschiedlich orientierte Ausschüsse ein:
 1. Ausschuss „Bewußtseins-Bildung“
 2. Ausschuss „Wertschöpfungsketten“
 3. Ausschuss „Lokalwarenmarkt“
 4. Ausschuss „Tourismus“
- (2) Diese Ausschüsse setzen sich aus den in den jeweiligen Handlungsfeldern relevanten Akteuren (Projektträger und sonstige Mitglieder des Vereins) zusammen und werden durch die Geschäftsstelle betreut.
- (3) Die Ausschüsse haben folgende Aufgaben:
 1. Sicherstellung des Informationsaustausch zwischen thematisch verwandten Projekten,
 2. Gewährleistung des Erfahrungsaustausches,
 3. Kritische, fachliche Diskussion des Arbeits- und Erfahrungsfortschrittes,

- (2) Projektbezogene Beschlüsse werden vom Vorstand innerhalb einer angemessenen Frist mit einer 2/3-Mehrheit der stimmberechtigten Vorstandsmitglieder gefasst. Näheres regelt die Geschäftsordnung.
- (3) Wird einem Projektantrag stattgegeben, leitet der Vorstand seine Entscheidung nebst Begründung an das Ministerium für Umwelt als Bewilligungsbehörde weiter.
- (4) Vor einer ablehnenden Entscheidung ist der Antragsteller zu hören. In geeigneten Fällen ist dem Antragsteller eine angemessene Nachfrist zu setzen, in der ihm die Gelegenheit gegeben wird, Ablehnungsgründe auszuräumen. Die ablehnende Entscheidung ist mit Gründen zu versehen und dem Antragsteller schriftlich zuzustellen.
- (5) Gegen eine ablehnende Entscheidung des Vorstandes kann der Antragsteller Beschwerde erheben. Die Beschwerde ist innerhalb eines Monats ab Zugang der ablehnenden Entscheidung schriftlich beim Vorstand einzulegen. Über die Beschwerde entscheidet die nächste Mitgliederversammlung.
- (6) Der Vertreter der Bewilligungsbehörde hat ein Anwesenheits-, jedoch kein Stimmrecht.
- (7) Die nachstehende Aufstellung zeigt den Ablauf der Projektentwicklung und –auswahl:

	Ablaufschritt	Durch:
	PROJEKTENTWICKLUNG	
1	Meldung eines Projektes / einer Projektidee bei der Geschäftsstelle	Projekträger
2	Grundsätzliche Prüfung der Eignung des Projektes im Hinblick auf die Ziele des REK	Geschäftsstelle
3	Prüfung der Überlappungen bzw. Vernetzungsmöglichkeiten mit bereits bestehenden bzw. in Vorbereitung befindlichen Projekten	Geschäftsstelle
4	Abstimmungsgespräch zur: Klärung der inhaltlichen Anforderungen Klärung der formalen Anforderungen Klärung der förderrechtlichen Anforderungen Weiterentwicklung des Projektes entsprechend Anforderungen aus 4.	Projekträger / Geschäftsstelle / Fachreferat MfU / Bewilligungsbehörde
5		Projekträger; Unterstützung bei Bedarf durch Geschäftsstelle
6	Fakultative Abstimmung des Projektantrages (bei Bedarf bzw. Bereitschaft)	Projekträger / Geschäftsstelle
	PROJEKTAUSWAHL	
1	Projektantrag an Verein	Projekträger
2	Vorbewertung des Antrages anhand der festgelegten Projektauswahlkriterien	Geschäftsstelle / Ausschüsse
3	Abstimmung der förderrechtlichen Sachverhalte	Regionalmanagement / Bewilligungsbehörde
4	Versand der Projektanträge einschl. Vorprüfungsunterlagen an den Vorstand des Vereins	Geschäftsstelle
5	Beratung und Entscheidung der vorgelegten und vorgeprüften Projektanträge	Vorstand des Vereins
6	Weiterleitung der Unterlagen bewilligter Projekte einschl. Sitzungsprotokoll (mit Darstellung der getroffenen Entscheidungen des Vorstandes) an die Bewilligungsstelle	Geschäftsstelle
7	Abschließende Prüfung der Projektunterlagen und Erstellung eines Zuwendungsbescheides	Bewilligungsstelle

§ 19 Partner zur finanziellen Abwicklung

- (1) Der Verein wickelt die vereinseigenen Projekte im Rahmen der EU-Gemeinschaftsinitiative LEADER+ mit Hilfe des Landkreises St. Wendel (Kammeret des Landkreises) ab. Dieser Partner der finanziellen Abwicklung hat folgende Aufgaben:

1. er verwaltet die Fördermittel,
 2. er führt die Haushaltsüberwachung durch,
 3. er garantiert die Einhaltung der einschlägigen Förder- und Haushaltsvorschriften,
 4. er prüft die Verwendungsnachweise.
- (2) Alle finanziellen Vorgänge der Vereins im Rahmen der EU-Gemeinschaftsinitiative LEADER+ werden durch diesen Partner abgewickelt.

§ 20 Verpflichtung zur Zusammenarbeit

- (1) Der Verein verpflichtet sich zum Zweck der wissenschaftlichen Begleitung - der im Rahmen der Gemeinschaftsinitiative LEADER+ - zur Zusammenarbeit und zum Austausch von Daten, Ergebnissen und Erfahrungen mit anderen LEADER+-Regionen des In- und Auslandes.

§ 21 Wahrung von Fristen

- (1) Maßgeblich für die Wahrung von Fristen nach dieser Satzung ist jeweils das Datum des Poststempels.

§ 22 Auflösung des Vereins

- (1) Bei der Auflösung oder Aufhebung des Vereins oder Wegfalls seines bisherigen gemeinnützigen Zweckes ist das nach Abzug aller Verbindlichkeiten verbleibende Vermögen zu steuerbegünstigten Zwecken zu verwenden. Beschlüsse über die künftige Verwendung des Vermögens dürfen erst nach Einwilligung durch das Finanzamt ausgeführt werden.
- (2) Als Liquidatoren werden die im Amt befindlichen vertretungsberechtigten Vorstandsmitglieder bestimmt, soweit die Mitgliederversammlung nichts anderes beschließt.

§ 23 Personenbezeichnungen

- (1) Die in dieser Satzung verwandten Personenbezeichnungen gelten für Frauen in der weiblichen und für Männer in der männlichen Form.

§ 24 Inkrafttreten der Satzung

- (1) Die vorstehende Satzung wurde in der Mitgliederversammlung am 08. Dezember 2005 rechtsgültig geändert. Diese Satzung tritt mit dem Tag der Eintragung in das Vereinsregister in Kraft.

Die Unterzeichner bestätigen mit Ihrer Unterschrift die rechtsgültige Änderung der vorstehenden Satzung des Vereins „Kulturlandschaftsinitiative St. Wendeler Land e. V.“

St. Wendel, 8. Dezember 2005

Geschäftsordnung für den Vorstand des Vereins Kulturlandschaftsinitiative Sankt Wendeler Land e.V.

Der Vorstand des Vereins Kulturlandschaftsinitiative Sankt Wendeler Land e.V. gibt sich auf Basis der Satzung vom 08.10.2003 und des regionalen Entwicklungskonzeptes zur Gemeinschaftsinitiative LEADER+ die nachfolgende Geschäftsordnung.

§ 1 Zusammensetzung, Aufgaben und Vertretung des Vorstands

Die Zusammensetzung, Aufgaben und Vertretung des Vorstands sind in § 12 der Vereinsatzung geregelt.

§ 2 Aufgaben und Kompetenzen des geschäftsführenden Vorstandes

Der Vorsitzende, sein Stellvertreter und der Schatzmeister (geschäftsführender Vorstand) erstellen den Entwurf des Wirtschaftsplanes und legen diesen dem Vorstand für das jeweils folgende Jahr bis Ende Oktober vor. Sie stellen den beschlossenen Wirtschaftsplan der Mitgliederversammlung vor und rechtfertigen die vorgenommenen Ansätze.

Im Rahmen des beschlossenen Wirtschaftsplanes ist der geschäftsführende Vorstand zeichnungsberechtigt, wenn die Unterschriften von mindestens 2 Mitgliedern desselben vorliegen. Ausgaben bis zu einer Höhe von 1.000,00 € können ohne weitere Befassung des Vorstandes vorgenommen werden.

Überschreitungen von Einzelansätzen über 10 % des jeweiligen Ansatzes sind mit einem Deckungsvorschlag durch den Vorstand zu genehmigen. Es sind nur Einzelansätze der selben Hauptgruppe des Wirtschaftsplanes gegenseitig deckungsfähig. In Bezug auf vereinseigene Projekte ist nur eine gegenseitige Deckung innerhalb der Einzelansätze des jeweiligen Projektes möglich.

Der geschäftsführende Vorstand stellt Mitarbeiter der Geschäftsstelle ein. Die Einstellung von Personal und dessen Vergütung bedürfen der Zustimmung des Vorstandes mit einer Mehrheit von 2/3 der anwesenden, wahlberechtigten Vorstandsmitglieder. Ausgenommen hiervon sind geringfügige Beschäftigungsverhältnisse. Die Betreuung der Mitarbeiter (Mitarbeitergespräche o.ä.) erfolgt ebenfalls durch den geschäftsführenden Vorstand.

§ 3 Geschäftsstelle des Vereins

Zur Erledigung der Vereinsaufgaben und zur Unterstützung des Vorstandes richtet der Verein eine Geschäftsstelle mit Sitz in Sankt Wendel ein.

Die Geschäftsstelle nimmt Vereinsaufgaben nur auf Basis der Geschäftsordnung und in Abstimmung mit dem Vorsitzenden und seinem Stellvertreter wahr. Die Mitarbeiter der Geschäftsstelle unterliegen bezüglich der Vereinsangelegenheiten der Weisung des geschäftsführenden Vorstandes.

- Der Vorstand legt auf Basis der Beschlüsse der Mitgliederversammlung die konkreten Arbeitsschwerpunkte der Geschäftsstelle fest. Diese sind insbesondere:
 - Besorgung der allgemeinen Vereinstätigkeiten:
 - Sicherstellung der prüfungsgerechten Aktenführung und Unterlagenverwaltung, insbesondere im Hinblick auf die zu erstellenden Jahresberichte,
 - Vorbereitung und Unterstützung der Tätigkeit des Vorstandes,
 - Vor- und Aufbereitung der Vorstandssitzungen und Mitgliederversammlungen,
 - Sicherstellung der Betreuung der Vereinsmitglieder als permanenter Ansprechpartner,
 - Gewährleistung des internen und externen Informationsflusses bezüglich des Vereins und Unterstützung der regionalen Vernetzung,
 - Sicherstellung der Arbeitsfähigkeit der Geschäftsstelle und Gewährleistung der fach- und sachgerechten Arbeitsorganisation.

§ 4 Sitzungen des Vorstandes

Entsprechend den Regelungen in § 12 der Vereinsatzung beruft der Vorsitzende den Vorstand mindestens alle 2 Monate mit 14-tägiger Frist unter Angabe der Tagesordnung ein.

Die Sitzungen des Vorstandes sind im Ergebnis zu protokollieren. Im Falle von Abstimmungen sind die jeweiligen Abstimmungsergebnisse aufzunehmen. Das Protokoll der Vorstandssitzungen ist spätestens zusammen mit der Einladung zur Folgesitzung zuzustellen.

§ 5 Beschlussfähigkeit und Beschlussfassung

Die Beschlussfähigkeit und Beschlussfassung des Vorstandes regelt § 17 der Ver-einssatzung.

Vorstandsmitglieder sind bei Entscheidungen, die sie selbst bzw. die durch sie vertre-tene Institution/Gruppierung direkt betreffen, nicht stimmberechtigt.

Alle nicht projektbezogenen oder personalwirksamen Beschlüsse des Vorstandes können durch Abstimmung im Umlaufverfahren per eMail herbeigeführt werden, so-fern kein Vorstandsmitglied diesem Verfahren ausdrücklich widerspricht. Hierbei gilt das Ausbleiben einer Rückmeldung innerhalb von 3 Arbeitstagen als Zustimmung.

§ 6 Auswahl beantragter Projekte

Die projektbezogene Beschlussfassung des Vorstandes regelt § 18 der Vereinsstat-zung.

Der Vorstand ist verpflichtet, alle an den Verein gerichteten Projektanträge bezüglich der Gemeinschaftsinitiative LEADER+ zu prüfen und bezüglich der Projektförderung zu entscheiden.

Nach Eingang beim Verein sind Projektanträge durch die Geschäftsführung entspre-chend der Projektauswahlkriterien einer Vorprüfung zu unterziehen und zusammen mit einem Vorprüfungsbericht den Mitgliedern des Vorstandes zur Kenntnis zu brin-gen.

Die Beratung, Bewertung und Entscheidung bezüglich der Projektförderung erfolgt im Vorstand. Die zur Entscheidung zu bringenden Projekte sind als Tagesordnungs-punkte zu benennen. Die erforderlichen Prüfungsunterlagen sind den Vorstandsmit-gliedern spätestens zusammen mit der Einladung zuzusenden.

Die Behandlung der vorgelegten Projektanträge hat in der auf den Eingang des Pro-jektantrages folgenden Vorstandssitzung zu erfolgen. Gehen Projektanträge in einer Frist von weniger als 3 Wochen vor einer Vorstandssitzung ein, so ist ihre Behand-lung in dieser Vorstandssitzung nicht zwingend erforderlich.

Die Grundlage der Prüfung und Entscheidung der Projektanträge sind die festzule-genden Projektauswahlkriterien und die allgemeinen Rahmenseetzungen des regiona-len Entwicklungskonzeptes.

Projektbezogene Beschlüsse gelten einer Mehrheit von mindestens 2/3 der anwe-senden, stimmberechtigten Vorstandsmitglieder als gefasst. Sollte diese Mehrheit weder für die Projektbegünstigung noch für die Projektablehnung bestehen, so ist der Vorstand gehalten, dem Antragsteller dies unter Hinweis auf konkrete Projektmängel und Aufforderung zu deren Beseitigung innerhalb von zwei Wochen zur Kenntnis zu bringen. Die Unterstützung der Mängelbeseitigung erfolgt durch den die Geschäfts-führung. Nach dreimaliger, ergebnisloser Beratung eines Projektes im Vorstand gilt dieses als abgelehnt.

Projekte, die den Zielen des regionalen Entwicklungskonzeptes für LEADER+ offen-sichtlich widersprechen bzw. Projekte mit erheblichen inhaltlichen oder formalen Mängeln können durch den Vorstand ohne weitere Prüfung an den Antragsteller mit Aufforderung zur Beseitigung der den Ausschluss begründenden Kriterien zurückver-wiesen werden.

Auf Basis der Projektanträge, der Vorprüfung und des entsprechenden Sitzungspro-tokolls des Vorstandes erstellt die Geschäftsführung für jedes entschiedene Projekt einen Prüfbericht, der den Vereinsmitgliedern auf Anfrage zur Kenntnis zu bringen ist.

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeizze Projekte

Projektbezeichnung:	Leitprojekt „Systempartner Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land“		
Handlungsfeld:	<input type="checkbox"/> Qualifikation	<input checked="" type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt	<input type="checkbox"/> Tourismus
Projekttäger / Ansprechpartner:	WZB gGmbH (Wendelinushof) GF Bernhard Müller		
Feste Projektpartner:	Kul.Lani; alle Partnerbetriebe des Lokalwarenmarktes		
Projektziele			
Anlass bzw. Grundidee:	Nach Etablierung des Lokalwarenmarktes in den Jahren 2003 bis 2007 sollen die notwendigen Professionalisierungsschritte zur nachhaltigen Weiterentwicklung des Lokalwarenmarktes umgesetzt werden.		
Konkrete Zielsetzung:	Mit diesem Projekt wird das Partnerbetriebsystem für die Anforderungen des „Lokalwarenmarktes 2015+“ vorbereitet. Unter Führung des zentralen Partners Wendelinushof wird die Warenwirtschaft, Lagerhaltung und Logistik auf ein professionelles Niveau gehoben, um neue Vertriebswege und Vertriebsstätten bedienen zu können und den Lokalwarenmarkt damit auf ein zukunftsfähiges Umsatz- und Wertschöpfungsniveau zu heben.		
Geplanter Projektbeginn:	2008	Laufzeit bis:	2013
Zentrale Maßnahmen (Meilensteine)		Wann erreicht?	
<ul style="list-style-type: none"> VORARBEITEN IN LEADER+: Analyse des Warensortiments und Implementierung eines offenen, modularen Warenwirtschaftssystems für den Wendelinushof Umsetzung der Anbindung von 5 Partnerbetrieben an das Warenwirtschaftssystem im Pilotbetrieb Fertigstellung des konsolidierten Gesamtkatalogs des Lokalwarenmarktes (Gesamtsortiment Lokalwaren aller Partner) Umbau Markthalle zum zentralen Verkaufslager (Kühl- und Trockenlager) – Entwicklung des zentral-dezentralen Lagerhaltungs- / Logistikkonzeptes Anbindung aller geeigneten Partnerbetriebe an Warenwirtschaftssystem – Start interne Online-Warenwirtschaft Start Bestell- und Lieferservice Start Online Shop Lokalwarenmarkt Ausbau und Weiterentwicklung Logistik und Warenwirtschaft 			
Angestrebte Wirkungen			
Neue Voll-Arbeitsplätze:	8	Gesicherte Voll-AP:	
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:	10	Gesicherte Teilzeit-AP:	
Teilnehmer Qualifikationen:	100	Ausbildungsplätze:	10
Angestrebter Umsatz / a:	480.000 €	Mögliche Folgeinvestitionen:	
Besucherzahl:		Anzahl neue Produkte/Angebote:	
Projektfinanzierung			
LEADER-Kosten:	280.000 € (bis 2010: 150.000 €)		
Geschätzte Gesamtkosten:	550.000 €	davon Personalkosten:	250.000 €
davon Investitionen:	150.000 €	davon mögliche unbare Eigenleistung:	50.000 €
Drittmitte-Förderung durch:		Fördersumme:	
Finanzierungssicherheit:	<input checked="" type="checkbox"/> gesichert	<input type="checkbox"/> sicher erreichbar	<input type="checkbox"/> problematisch

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeizze Projekte

Projektbezeichnung:	Landmetzgerei Harschberger Hof mit LWM-Shop		
Handlungsfeld:	<input type="checkbox"/> Qualifikation	<input checked="" type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt	<input type="checkbox"/> Tourismus
Projekttäger / Ansprechpartner:	Axel Hoffmann (Metzger Niederlinxweiler) Ulrike Benz (Harschberger Hof)		
Feste Projektpartner:	LWM-Partnerbetriebsystem; Kul.Lani		
Projektziele			
Anlass bzw. Grundidee:	<ul style="list-style-type: none"> Absatzsicherung, Schweinefleischerzeugung, Harschberger Hof Zusätzl. Vertriebsstätte Landmetzgerei Hoffmann u. LWM-Shop 		
Konkrete Zielsetzung:	<ul style="list-style-type: none"> Umstellung Landmetzgerei auf PB-System Zusätzl. Betriebsstätten LWM-Waren (Shop-System) – Harschberg, Niederlinxweiler, Urexweiler 		
Geplanter Projektbeginn:	2008	Laufzeit bis:	2010
Zentrale Maßnahmen (Meilensteine)		Wann erreicht?	
<ul style="list-style-type: none"> Einstieg in LWM-PB-System durch Landmetzgerei Hoffmann Einrichtung LWM-Shop in Metzgereifilialen Urexweiler und Niederlinxweiler Einrichtung Landmetzgerei Harschberger Hof mit LWM-Shop u. Stehtisch/Frühstücksstation/Stehtisch – Durchgangsverkehr Einrichtung „Gläserne Metzgerei“ Harschbergerhof in Abhängigkeit von Geschäftsentwicklung 			
Angestrebte Wirkungen			
Neue Voll-Arbeitsplätze:	1	Gesicherte Voll-AP:	2
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:	3	Gesicherte Teilzeit-AP:	7
Teilnehmer Qualifikationen:		Ausbildungsplätze:	1
Angestrebter Umsatz:	900.000 €	Mögliche Folgeinvestitionen:	
Besucherzahl:	2.500	Anzahl neue Produkte/Angebote:	3 (Shops)
Projektfinanzierung			
LEADER-Kosten:	146.000 € (bis 2010: 110.000 €)		
Geschätzte Gesamtkosten:	320.000 €	davon Personalkosten:	
davon Investitionen:	200.000 €	davon mögliche unbare Eigenleistung:	50.000 €
Drittmitte-Förderung durch:		evtl. AFP Harschberger Hof	Fördersumme:
Finanzierungssicherheit:	<input type="checkbox"/> gesichert	<input checked="" type="checkbox"/> sicher erreichbar	<input type="checkbox"/> problematisch

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeizze Projekte

Projektbezeichnung:	Entwicklung der Eigenmarke Imsbach im LWM St. Wendeler Land	
Handlungsfeld:	<input type="checkbox"/> Qualifikation	<input checked="" type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt
Projekträger / Ansprechpartner:	ABL – Imsbach gGmbH, Hofgut Imsbach Thomas Trenz (GF) Bio-Betriebe im Landkreis St. Wendel, Partnerbetriebe LWM; KuLani	
Feste Projektpartner:	Projektziele	
Anlass bzw. Grundidee:	- Entwicklung u. Vermarktung hofeigener Produkte, die unter Auszeichnung einer Eigenmarke zu einer Angebotsweiterung der Produktpalette im St. Wendeler Land beitragen. - Nutzung der Erzeugnisse aus der ökolog. Landwirtschaft des Hofgutes - Ausbildung, Qualifizierung, Beschäftigung u. Berufsvorbereitung von Personen mit Förderbedarf	
Konkrete Zielsetzung:	- Entwicklung einer Eigenmarke - Entwicklung hofeigener Spezialprodukte - Aufbau einer lokalen Vermarktungsstruktur	
Geplanter Projektbeginn:	2008	Laufzeit bis: 2013
	Zentrale Maßnahmen (Meilensteine)	
	• Entwicklung einer Eigenmarke Wann erreicht? Ende 2008	
	• Referenzbauten (Bau v. Unterstand/Unterständen für die ganzjährige Freilandhaltung von Hinterwaldler Rindern) Ende 2008	
	• Entwicklung u. Pflege der Produktpalette und -tiefe 2009	
	• Aufbau verschiedener Herstellungsverfahren (Metzger, Schlachter) Ab 2009	
	• Recherche u. Aufbau lokaler Vermarktungswege / Vertriebsnetze Herbst 2009	
	• Entwicklung einer Marketingstrategie Ende 2009	
	• Mobilier Verkauf (Vermarktung und Vertrieb), Investitionen, Ausbildung, Qualifizierung u. Beschäftigung von Personen mit Förderbedarf Ab 2010	
	Angestrebte Wirkungen	
Neue Voll-Arbeitsplätze:	2	Gesicherte Voll-AP:
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:	5-9	Gesicherte Teilzeit-AP:
Teilnehmer Qualifikationen:	12 (Verkäufer Gärtner, Landwirt)	Ausbildungsplätze:
		6 (3 Azubis 2 Jahre + 3 A. x 2 Jahre ab 09/11)
Angestrebter Umsatz:	81.500 €	Mögliche Folgeinvestitionen:
Besucherzahl:	12.000	Anzahl neue Produkte/Angebote:
		12
	Projektfiananzierung	
LEADER-Kosten:	109.050 € (bis 2010: 65.000 €)	
Geschätzte Gesamtkosten:	261.600 €	;davon Personalkosten:
;davon Investitionen:	50.000 €	;mögliche unbare Eigenleist.:
Drittmittel-Förderung durch:	ARGE/Agentur für Arbeit, evt. ESF	Fördersumme: 105.000 €
Finanzierungssicherheit:	<input type="checkbox"/> gesichert	<input checked="" type="checkbox"/> sicher erreichbar <input type="checkbox"/> problematisch

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeizze Projekte

Projektbezeichnung:	Lokalwarenmarkt-Laden Forum Tholey	
Handlungsfeld:	<input type="checkbox"/> Qualifikation	<input checked="" type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt
Projekträger / Ansprechpartner:	WZB gGmbH (Wendelinushof) Bernhard Müller (Geschaftsfuhrner)	
Feste Projektpartner:	Partnerbetriebe des Lokalwarenmarktes; KuLani; Gemeinde Tholey; Planungsggruppe Fritz-Lambert	
	Projektziele	
Anlass bzw. Grundidee:	Ein wesentliches Anliegen in der Weiterentwicklung des LWM ist die Ausweitung des Vertriebs. Aufgrund seiner Siedlungsstruktur bieten sich im SWL nur wenige Orte für die wirtschaftlich tragfähige Etablierung eines Vollsortiments an Lokalwaren an. Mit der Neubebauung der Ortsmitte Tholeys ist ein idealer Punkt für die Ansiedlung eines LWM-Ladens gegeben.	
Konkrete Zielsetzung:	• Einrichtung eines Lokalwarenmarkt-Ladens in der Ortsmitte Tholeys • Aufbau eines Einkaufs- und Bistroangebotes • Etablierung eines Lokalwaren-Vollsortiments im westlichen Bereich des SWL • Nachhaltige Steigerung der Wertschöpfung mit Lokalwaren	
Möglicher Projektbeginn:	2008	Geplante Laufzeit: 2010
	Zentrale Maßnahmen (Meilensteine)	
	• Feinplanung Lokalwarenmarkt-Laden Forum Tholey Wann erreicht? Herbst 2008	
	• Umsetzung Bebauung Forum Tholey Ab Mitte 2008	
	• Eröffnung Lokalwarenmarkt-Laden Forum Tholey mit Lokalwaren-Bistro Frühjahr 2009	
	• Ergänzung des Produkt- und Bewirtungsangebotes durch Aktionsprogramm mit den Partnerbetrieben des LWM – insbesondere mit den touristischen Angeboten der Gemeinde Tholey Ab Sommer 2009	
	Angestrebte Wirkungen	
Neue Voll-Arbeitsplätze:	8	Gesicherte Voll-AP:
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:	10	Gesicherte Teilzeit-AP:
Teilnehmer Qualifikationen:	100	Ausbildungsplätze:
Angestrebter Umsatz:	800.000 €	Mögliche Folgeinvestitionen:
Besucherzahl:	5.000 (Akt.)	Anzahl neue Produkte/Angebote:
		2
	Projektfiananzierung	
LEADER-Kosten:	262.500 € (bis 2010: 240.000 €)	
Geschätzte Gesamtkosten:	600.000 €	;davon Personalkosten:
;davon Investitionen:	450.000 €	;mögliche unbare Eigenleist.:
Drittmittel-Förderung durch:		Fördersumme:
Finanzierungssicherheit:	<input type="checkbox"/> gesichert	<input type="checkbox"/> sicher erreichbar <input type="checkbox"/> problematisch

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeizze Projekte

Projektbezeichnung:	Einrichtung LWM-Shop Hirstein		
Handlungsfeld:	<input type="checkbox"/> Qualifikation	<input checked="" type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt	<input type="checkbox"/> Tourismus
Projekträger / Ansprechpartner:	Michael Heckmann - Wolfersweiler		
Feste Projektpartner:	Partnerbetriebe des LWM; KuLanl		
Projektziele			
Anlass bzw. Grundidee:	Herr Heckmann verkauft bislang überwiegend Pfälzer Obst und Gemüse. Idee des Lokalwarenmarktes soll aufgegriffen werden – Erweiterung des Straßen-/Marktstandverkaufs in Hirstein (mit Gebäudeerrichtung) soll erweitert werden. Ergänzung der Produktpalette um LWM-Produkte. Der Verkauf liegt direkt an der B 41 mit 15.000 Autos / Tag.		
Konkrete Zielsetzung:	<ul style="list-style-type: none"> - Erweiterung der Verkaufsfläche von 20 fdm auf 30 fdm - Verlängerung der Verkaufszeit von 10 auf 12 Monate /Jahr - Aufnahme ins PB-System als Vertriebspartner - Umsetzung regelmäßiger Aktionen mit LWM-Partnern 		
Geplanter Projektbeginn:	2008	Laufzeit bis:	2009
Zentrale Maßnahmen (Meilensteine)			
• Aufnahme ins PB-System des LWM	Wann erreicht? Frühjahr 2008		
• Grundstücksverhandlungen / Verträge / Planungen Bauprojekt	Herbst 2008		
• Umsetzung der Baumaßnahmen	ab 2009		
• Umsetzung der Aktionen mit LWM-Partnerbetrieben	Ab Frühjahr 2009		
Angestrebte Wirkungen			
Neue Voll-Arbeitsplätze:	2	Gesicherte Voll-AP:	1
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:	2	Gesicherte Teilzeit-AP:	2
Teilnehmer Qualifikationen:	Ausbildungsplätze:		
Angestrebter Umsatz:	300.000 €	Mögliche Folgeinvestitionen:	
Besucherzahl:	3.000	Anzahl neue Produkte/Angebote:	2
Projektfinanzierung			
LEADER-Kosten:	76.750 €		
Geschätzte Gesamtkosten:	175.000 €	;davon Personalkosten:	
;davon Investitionen:	130.000 €	;mögliche unbare Eigenleist.:	
Drittmittel-Förderung durch:	Fördersumme: 17.500 €		
Finanzierungssicherheit:	<input checked="" type="checkbox"/> gesichert	<input type="checkbox"/> erreichbar	<input type="checkbox"/> problematisch

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeizze Projekte

Projektbezeichnung:	Neue Ideen in alten Räumen – Gemeinsame Vertriebs- und Präsentationsstätte der Schreiner-Partnerbetriebe des Lokalwarenmarktes		
Handlungsfeld:	<input type="checkbox"/> Qualifikation	<input checked="" type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt	<input type="checkbox"/> Tourismus
Projekträger / Ansprechpartner:	Schreiner im Lokalwarenmarkt GbR i. Gr. Klaus Hubert (Schreinerei Hubert)		
Feste Projektpartner:	Sägewerke im SWL; Holz-Partnerbetriebe im Lokalwarenmarkt; KuLanl		
Projektziele			
Anlass bzw. Grundidee:	Umbau des ehemaligen Sägewerks auf dem Wendelinushof zur zentralen Präsentations- und Vertriebsstätte für Holz- und Naturprodukte des Lokalwarenmarktes. Die bisherigen Bemühungen der Vermarktung der Unikاتمöbel haben gezeigt, daß nur mit einer klaren Vertriebsstruktur ein kontinuierlicher Markterfolg erreichbar ist. Die ehemalige Sägewerkshalle eignet sich von ihrem Standort des Wendelinushofes („Leuchtturm“ für den Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land) wie von der Bausubstanz (ansprechender Klinikerbau mit traditioneller Holz-Funktion) für eine zentrale Präsentations- und Verkaufsstätte. • Präsentation und Verkauf lokaler Holz- und sonstiger Naturprodukte • Durchführung von themenbezogenen Veranstaltungen zwecks Bewusstseinsförderung für die Nutzung der Natur im „Non-food-Bereich“.		
Konkrete Zielsetzung:	<ul style="list-style-type: none"> • Präsentation und Verkauf lokaler Holz- und sonstiger Naturprodukte • Durchführung von themenbezogenen Veranstaltungen zwecks Bewusstseinsförderung für die Nutzung der Natur im „Non-food-Bereich“. 		
Geplanter Projektbeginn:	2008	Laufzeit bis:	2009
Zentrale Maßnahmen (Meilensteine)			
• Planung der Umbaumaßnahme	Wann erreicht? Sommer 2008		
• Umsetzung der Umbaumaßnahme	Bis Ende 2008		
• Erstellung von Informationsmaterial	Frühjahr 2009		
• Durchführung von Initialveranstaltungen	Ab Frühjahr 2009		
Angestrebte Wirkungen			
Neue Voll-Arbeitsplätze:	Gesicherte Voll-AP: 5		
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:	2	Gesicherte Teilzeit-AP:	
Teilnehmer Qualifikationen:	Ausbildungsplätze:		
Angestrebter Umsatz:	400.000 €	Mögliche Folgeinvestitionen:	
Besucherzahl:	1.000	Anzahl neue Produkte/Angebote:	20
Projektfinanzierung			
LEADER-Kosten:	53.750 €		
Geschätzte Gesamtkosten:	125.000 €	;davon Personalkosten:	
;davon Investitionen:	100.000 €	;mögliche unbare Eigenleist.:	
Drittmittel-Förderung durch:	Fördersumme: 25.000 €		
Finanzierungssicherheit:	<input checked="" type="checkbox"/> gesichert	<input type="checkbox"/> erreichbar	<input type="checkbox"/> problematisch

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeizze Projekte

Projektbezeichnung:	Gemeinschaftliches Informations- und Marketingprojekt des Lokalwarenmarktes		
Handlungsfeld:	<input type="checkbox"/> Qualifikation	<input checked="" type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt	<input type="checkbox"/> Tourismus
Projektträger / Ansprechpartner:	Kulturlandschaftsinitiative St. Wendeler Land e.V. Werner Feldkamp (1. Vorsitzender)		
Feste Projektpartner:	Partnerbetriebe des Lokalwarenmarktes; Projektträger im Lokalwarenmarkt 2015+		
Projektziele			
Anlass bzw. Grundidee:	In der Weiterentwicklung des Lokalwarenmarktes zum „Lokalwarenmarkt 2015+“ ist ein zentral gebündeltes und koordiniertes Marketing erforderlich, um die Ansätze erfolgreich umsetzen zu können. Die Erfahrung der ablaufenden Programmperiode LEADER+ hat deutlich gezeigt, dass eine zentrale Steuerung von Kommunikation und Marketing erforderlich und zielführend ist.		
Konkrete Zielsetzung:	<ul style="list-style-type: none"> • Bündelung der Kommunikation und der Marketingmaßnahmen des Lokalwarenmarktes • Breite Information der Öffentlichkeit • Steuerung und Weiterentwicklung der Marke „Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land“ als Bündler (im Sinne der Zertifizierung) 		
Möglicher Projektbeginn:	2008	Geplante Laufzeit:	2013 Wann erreicht?
Zentrale Maßnahmen (Meilensteine)			
<ul style="list-style-type: none"> • Weiterentwicklung der Marke Lokalwarenmarkt – mit: <ul style="list-style-type: none"> • Segmentierung des Sortiments durch Entwicklung von PREMIUM-Produkten (z.B. luftgetrockneter Schinken, Käsespezialitäten usw.) • Konsequente Qualitätssteigerung und ergänzende Definition von Qualitätsstandards 			
<ul style="list-style-type: none"> • Koordinierung der Weiterentwicklung des Partnerbetriebsystems in Zusammenarbeit mit dem Leitprojekt SYSTEMPARTNER LOKALWAREN-MARKT (insbes. in AG Lokalwarenmarkt) 			
<ul style="list-style-type: none"> • Gemeinschaftliche Veranstaltungs- und Aktionsplanung 			
<ul style="list-style-type: none"> • Umsetzung von Informations- und Marketingmaßnahmen der Partnerbetriebe und Projektträger 			
<ul style="list-style-type: none"> • Weiterführung der Zertifizierung 			
Angestrebte Wirkungen			
Neue Voll-Arbeitsplätze:	Gesicherte Voll-AP:		
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:	2	Gesicherte Teilzeit-AP:	
Teilnehmer Qualifikationen:	250	Ausbildungsplätze:	
Angestrebter Umsatz:	30.000	Mögliche Folgeinvestitionen:	
Besucherzahl:		Anzahl neue Produkte/Angebote:	50
Projektfiananzierung			
LEADER-Kosten:	165.000 € (bis 2010: 90.000 €)		
Geschätzte Gesamtkosten:	300.000 €	:davon Personalkosten:	
:davon Investitionen:		:mögliche unbare Eigenleist.:	60.000 €
Drittmitel-Förderung durch:		AFP	Fördersumme:
Finanzierungssicherheit:	<input type="checkbox"/> gesichert	<input checked="" type="checkbox"/> sicher erreichbar	<input type="checkbox"/> problematisch

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeizze Projekte

Projektbezeichnung:	Ausbau der Hofkäserei Gansen		
Handlungsfeld:	<input type="checkbox"/> Qualifikation	<input checked="" type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt	<input type="checkbox"/> Tourismus
Projektträger / Ansprechpartner:	Partnerbetrieb Gansen / Furschweiler Marita und Christian Gansen		
Feste Projektpartner:	Partnerbetriebsystem LWM; WZB Spiesen-Elversberg		
Projektziele			
Anlass bzw. Grundidee:	<ul style="list-style-type: none"> – Transparente Produktion von Milchprodukten – Vorhandene Produktionskapazität nicht mehr ausreichend für Weiterentwicklung 		
Konkrete Zielsetzung:	<ul style="list-style-type: none"> – Ausbau der Produktions-Kapazität – Verbesserung der Produktionsvielfalt (neue Produkte) – Verbesserung der Produkt-Qualität – Einrichtung als Schaukäserei – Zusammenarbeit mit WZB- und anderen Großküchen 		
Geplanter Projektbeginn:	2008	Laufzeit bis:	2010 Wann erreicht?
Zentrale Maßnahmen (Meilensteine)			
<ul style="list-style-type: none"> • Vorplanungen incl. Verhandlungen mit Molkerei wegen Lieferverpfl. (Gebäude/Invest. / Lieferverträge / Produktentw.) 			
<ul style="list-style-type: none"> • Abstimmung Käsesortiment im LWM (mit Käserei Hirzweiler) 			
<ul style="list-style-type: none"> • Umsetzung Baumaßnahme (Umsetzung, Einrichtung, Gerätschaften) 			
<ul style="list-style-type: none"> • Hof-Schaukäserei (Orga, Umsetzung) 			
Angestrebte Wirkungen			
Neue Voll-Arbeitsplätze:	1	Gesicherte Voll-AP:	2
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:	2	Gesicherte Teilzeit-AP:	3
Teilnehmer Qualifikationen:	6	Ausbildungsplätze:	2
Angestrebter Umsatz:	200.000	Mögliche Folgeinvestitionen:	
Besucherzahl:	2.500	Anzahl neue Produkte/Angebote:	6 – 10
Projektfiananzierung			
LEADER-Kosten:	85.000 € (bis 2010: 70.000 €)		
Geschätzte Gesamtkosten:	300.000 €	:davon Personalkosten:	
:davon Investitionen:	200.000 €	:mögliche unbare Eigenleist.:	50.000 €
Drittmitel-Förderung durch:		AFP	Fördersumme:
Finanzierungssicherheit:	<input type="checkbox"/> gesichert	<input checked="" type="checkbox"/> sicher erreichbar	<input type="checkbox"/> problematisch

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeizze Projekte

Projektbezeichnung:	Schaukäserei Hirzweiler		
Handlungsfeld:	<input type="checkbox"/> Qualifikation	<input checked="" type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt	<input type="checkbox"/> Tourismus
Projekträger / Ansprechpartner:	Ingenieurbüro Fries Herr Fries – Illingen-Hirzweiler		
Feste Projektpartner:	Partnerbetriebe des Lokalwarenmarktes; Kul.Lani; Gemeinde Illingen; Lebenshilfe Neunkirchen		
Projektziele			
Anlass bzw. Grundidee:	In Hirzweiler soll eine Käseerei entstehen. Sie soll nach dem Prinzip einer Dorfkäserei arbeiten. Das heißt, Kuhmilch von Landwirten aus Hirzweiler wird zu Käsespezialitäten verarbeitet, die in der Region vermarktet werden. Die Käseerei wird als Lehr- und Schaukäserei ausgelegt. Kindergärten, Schulklassen, Vereine usw. sollen die Möglichkeit haben, beim Käsen zuzusehen. Deswegen wird ein Raum eingerichtet, von dem aus die Besucher den Arbeitsablauf in der Käseerei durch Fenster beobachten können. Für Busse und PKW besteht eine Parkmöglichkeit auf dem Parkplatz der Dorfwaldhalle nebenan. Darüber hinaus werden auch ganztägige Schulungen angeboten, in denen interessierte Personen lernen, selbst Käse herzustellen und diesen mit nach Hause nehmen können.		
Konkrete Zielsetzung:	<ul style="list-style-type: none"> Die Schaffung von Arbeitsplätzen für Behinderte und Nichtbehinderte im ländlichen Raum Verbesserung der Einkommenssituation der örtlichen Landwirte durch die Möglichkeit zur Vermarktung ihrer Milch zu höheren Preisen Erweiterung des Käsesortiments im Lokalwarenmarkt Attraktion für Touristen im Rahmen des Themenweges, den die Gemeinde Illingen in Hirzweiler anlegt Erhaltung von leer stehenden Gebäuden durch sinnvolle Nutzung 		
Möglicher Projektbeginn:	2008	Geplante Laufzeit:	2010
Zentrale Maßnahmen (Meilensteine)			
<ul style="list-style-type: none"> Endverhandlungen zur Milchlieferung Wann erreicht? Frühsommer 2008 Abstimmung der Produktpalette im Lokalwarenmarkt (Käserei Gansen) Frühsommer 2008 Baubeginn Schaukäserei Sommer 2008 Eröffnung Schaukäserei Ende 2008 Probebetrieb Schaukäserei Frühjahr 2009 Lieferung von Produkten und Durchführung von Aktionen Ab Frühsommer 2009 			
Angestrebte Wirkungen			
Neue Voll-Arbeitsplätze:	1	Gesicherte Voll-AP:	
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:	1	Gesicherte Teilzeit-AP:	
Teilnehmer Qualifikationen:	200	Ausbildungsplätze:	1
Angestrebter Umsatz:	250.000 €	Mögliche Folgeinvestitionen:	
Besucherzahl:	2.000	Anzahl neue Produkte/Angebote:	12
Projektfinanzierung			
LEADER-Kosten:	70.800 €		
Geschätzte Gesamtkosten:	177.000 €	;davon Personalkosten:	
:davon Investitionen:	177.000 €	; mögliche unbare Eigenleist.:	
Drittmitte-l-Förderung durch:		Fördersumme:	
Finanzierungssicherheit:	<input checked="" type="checkbox"/> gesichert	<input type="checkbox"/> erreichbar	<input type="checkbox"/> problematisch

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeizze Projekte

Projektbezeichnung:	Professionalisierung der Seifenherstellung und –vermarktung im Lokalwarenmarkt		
Handlungsfeld:	<input type="checkbox"/> Qualifikation	<input checked="" type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt	<input type="checkbox"/> Tourismus
Projekträger / Ansprechpartner:	Partnerbetrieb Silvia-Seifen Silvia Koch		
Feste Projektpartner:	Kulturlandschaftsinitiative; weitere Seifensieder des Saarlandes		
Projektziele			
Anlass bzw. Grundidee:	Aktuell verteilt sich Produktion und Vertrieb des Seifenangebotes im LWM auf drei getrennte Standorte. Auf Grund der steigenden Nachfrage ist eine Erhöhung und Professionalisierung von Produktion und Vertrieb erforderlich.		
Konkrete Zielsetzung:	<ul style="list-style-type: none"> Verbesserung der Produktion und des Vertriebs durch Einrichtung einer Seifenküche. Verbesserung der Vermarktung durch Zertifizierung der Produkte und Öffentlichkeitsarbeit 		
Möglicher Projektbeginn:	2008	Geplante Laufzeit:	2010
Zentrale Maßnahmen (Meilensteine)			
<ul style="list-style-type: none"> Suche und Akquise einer neuen Produktionsstätte Wann erreicht? Sommer 2008 Aufbau und Einrichtung einer Seifenküche Herbst 2008 Zertifizierung der Produkte 2009 Präsentation der Produkte in einer Ausstellung (Wechseiausstellung Lokalwarenmarkt – Wendelinushof) Herbst 2008 			
Angestrebte Wirkungen			
Neue Voll-Arbeitsplätze:		Gesicherte Voll-AP:	1
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:	1	Gesicherte Teilzeit-AP:	
Teilnehmer Qualifikationen:		Ausbildungsplätze:	
Angestrebter Umsatz:	40.000 €	Mögliche Folgeinvestitionen:	
Besucherzahl:	900	Anzahl neue Produkte/Angebote:	4
Projektfinanzierung			
LEADER-Kosten:	13.750 €		
Geschätzte Gesamtkosten:	25.000 €	;davon Personalkosten:	
:davon Investitionen:		; mögliche unbare Eigenleist.:	
Drittmitte-l-Förderung durch:		Fördersumme:	
Finanzierungssicherheit:	<input type="checkbox"/> gesichert	<input checked="" type="checkbox"/> sicher erreichbar	<input type="checkbox"/> problematisch

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeizze Projekte

Projektbezeichnung:	Bauholz-Netzwerk St. Wendeler Land: Referenz-Holzgebäude Bosener Mühle mit heimischer Lärche		
Handlungsfeld:	<input type="checkbox"/> Qualifikation	<input checked="" type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt	<input type="checkbox"/> Tourismus
Projektträger / Ansprechpartner:	Saarländischer Sägewerksverband / Förderverein Kunstzentrum Bosener Mühle		
Feste Projektpartner:	Ludwig Morgenstern (Sägewerk Morgenstern) Landkreis St. Wendel; KSK St. Wendel – Kulturstiftung; Bauholz-Netzwerk St. Wendeler Land (SaarForst; Forstbetriebsgemeinschaft St. Wendel; Sägewerke Morgenstern und Holz; Holzbaubetrieb Bernhard Litz; Architekten Georg Müller und Peter Heinz)		
Projektziele			
Anlass bzw. Grundidee:	Im LEADER ++-Programm wurde zur Sicherung einer lokal-regionalen Bauholz-Produktlinie vom Sägewerk Morgenstern eine Bauholzrocknungsanlage in Verbindung mit der Biogasanlage Oberes Bliestal errichtet. Das Bauholz-Netzwerk St. Wendeler Land hat sich zum Ziel gesetzt, gemeinsam zur Stabilisierung eines kleinräumigen Bauholzmarktes beizutragen. Im Mittelpunkt dieser Bemühungen stehen praktische Beispiele. Als erstes Beispiel soll die Erneuerung des Schutzgebäudes für die Durchführung der jährlichen Bildhauerkurse dienen.		
Konkrete Zielsetzung:	<ul style="list-style-type: none"> • Errichtung eines Referenzgebäudes aus heimischer Lärche als Beispiel für die Verwendung von heimischem Rotholz (Lärche) bei Nebengebäuden ohne Imprägnierung mit Holzschutzmitteln • Beispielhafte Darstellung, daß ein sehr einfach konstruiertes Nebengebäude architektonisch bemerkenswert sein kann • Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Durchführung von Steinbildhauerkursen am Kunstzentrum Bosener Mühle • Verbesserung des Umfeldes des Kunstzentrums Bosener Mühle in Anpassung an den Erweiterungsbau aus 2006/2007 		
Möglicher Projektbeginn:	2008	Geplante Laufzeit:	2009
		Zentrale Maßnahmen (Meilensteine)	
• Planung Gebäude	Wann erreicht? Frühjahr 2008		
• Errichtung Gebäude	Sommer 2008		
• Erstellung Info-Material (Darstellung des Referenzgebäudes als Beispielformat aus der lokal-regionalen Produktlinie unter Einbeziehung der Bauholzrocknungsanlage)	Herbst 2008		
• Einweihung des Gebäudes	Herbst 2008		
• Umsetzung weiterer Referenzbauten	Ab 2009		
Angestrebte Wirkungen			
Neue Voll-Arbeitsplätze:	Gesicherte Voll-AP: 3		
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:	Gesicherte Teilzeit-AP: 5		
Teilnehmer Qualifikationen:	Ausbildungsplätze:		
Angestrebter Umsatz:	250.000 €	Mögliche Folgeinvestitionen:	
Besucherzahl:	1.200	Anzahl neue Produkte/Angebote:	5
Projektfiananzierung			
LEADER-Kosten:	10.750 €		
Geschätzte Gesamtkosten:	25.000 €	:davon Personalkosten:	
:davon Investitionen:	20.000 €	: mögliche unbare Eigenleist.:	7.500 €
Drittmitel-Förderung durch:		Fördersumme:	
Finanzierungssicherheit:	<input checked="" type="checkbox"/> gesichert	<input type="checkbox"/> erreichbar	<input type="checkbox"/> problematisch

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeizze Projekte

Projektbezeichnung:	Nahwärme für Dörrenbach – Bioenergieort Dörrenbach		
Handlungsfeld:	<input type="checkbox"/> Qualifikation	<input checked="" type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt	<input type="checkbox"/> Tourismus
Projektträger / Ansprechpartner:	Nahwärme Dörrenbach GbR i. Gr. IZES gGmbH (bis zur Gründung der GbR) – Michael Brand (GF)		
Feste Projektpartner:	Terra Bio; Stadt St. Wendel; Stdtwerke St. Wendel; IZES gGmbH		
Projektziele			
Anlass bzw. Grundidee:	Im Rahmen des momentan laufenden Leader + Projekts „Machbarkeitsstudie zur Nutzung der regionalen Bioenergie- und Biomasse-Potenziale im St. Wendeler Land“ wurden die Möglichkeiten zur Nutzung der Abwärme der Biogasanlage der Terra Bio AG zur Nahwärmeversorgung des Orts untersucht. Die Wärme der Biogasanlage „Sonnenhof“ wurde bislang zur Beheizung der betriebseigenen Gebäude verwendet. Mit dem Ausbau der Anlage wird nun ein deutlicher Wärmeüberschuss produziert. Hier besteht eine freie Leistung von 500 kWth und freie Arbeit von ca. 4.000 MWh/a (dies entspricht ca. 400.000 l Heizöl). Diese Wärme könnte zur Beheizung der Gebäude des Ortes Dörrenbach genutzt werden. Durch den Einbau von Abgaswärmetauschern ist eine Wärmeauskopplung von 1.000 kW möglich. Geplant ist weiterhin ein Ausbau der Anlage, wodurch 1.500 kW zur Verfügung stehen könnten. Das konkrete Ziel des Projektes ist die Realisierung und der Betrieb eines Nahwärmenetzes in Dörrenbach. Die weitere Projektentwicklung wird in drei Phasen ablaufen: Phase 1: Projektentwicklung bis hin zur Umsetzungsreife Phase 2: Installation des Nahwärmenetzes Phase 3: Betrieb des Nahwärmenetzes		
Konkrete Zielsetzung:	Das konkrete Ziel des Projektes ist die Realisierung und der Betrieb eines Nahwärmenetzes in Dörrenbach. Die weitere Projektentwicklung wird in drei Phasen ablaufen: Phase 1: Projektentwicklung bis hin zur Umsetzungsreife Phase 2: Installation des Nahwärmenetzes Phase 3: Betrieb des Nahwärmenetzes		
Geplanter Projektbeginn:	2008	Geplante Laufzeit:	2010
		Zentrale Maßnahmen (Meilensteine)	
Phase 1 - Projektentwicklung bis hin zur Umsetzungsreife	Wann erreicht? Ende 2008		
Phase 2 - Installation des Nahwärmenetzes:	Anfang 2009 Frühjahr 2009 Sommer 2009		
• Firmengründung Nahwärme Dörrenbach GbR			
• Abschluss der Wärmelieferverträge			
• Auftragsvergabe und Baubeginn			
Phase 3 - Betrieb des Nahwärmenetzes	2010		
Erste Wärmelieferung			
Angestrebte Wirkungen			
Neue Voll-Arbeitsplätze:	1	Gesicherte Voll-AP:	
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:		Gesicherte Teilzeit-AP:	
Teilnehmer Qualifikationen:		Ausbildungsplätze:	
Angestrebter Umsatz:	3.000	Mögliche Folgeinvestitionen:	2.000.000 €
Besucherzahl:		Anzahl neue Produkte/Angebote:	1
Projektfiananzierung			
LEADER-Kosten:	55.000 €		
Geschätzte Gesamtkosten:	100.000 €	:davon Personalkosten:	100.000 €
:davon Investitionen:		: mögliche unbare Eigenleist.:	
Drittmitel-Förderung durch:		Fördersumme:	
Finanzierungssicherheit:	<input checked="" type="checkbox"/> gesichert	<input type="checkbox"/> erreichbar	<input type="checkbox"/> problematisch

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeizze Projekte

Projektbezeichnung:	Energetische Nutzung kommunaler Grünschnitt im Sankt Wendeler Land
Handlungsfeld:	<input type="checkbox"/> Qualifikation <input checked="" type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt <input type="checkbox"/> Tourismus
Projekträger / Ansprechpartner:	Stadt St. Wendel
Feste Projektpartner:	Günther Jung (1. Beigeordneter – i.V. des Bgm. Klaus Bouillon) Stadtwerke St. Wendel; ALLE Kommunen des Landkreises St. Wendel; VSE AG; Bauernverband Kreisverband St. Wendel
Anlass bzw. Grundidee:	Projektziele Im Kontext steigender Grünschnittmengen stehen die Kommunen des Landkreises St. Wendel zunehmend vor dem Problem für diese Massen eine wirtschaftliche und ökologisch sinnvolle Nutzung zu finden. Der im Landkreis St. Wendel anfallende Grünschnitt wird momentan umfänglich einer Kompostierung zugeführt. Die Gesamtmenge beträgt ca. 7.500 t/a geschätzt. Die Vermarktung des hergestellten Kompostes gestaltet sich zunehmend schwierig, was den Handlungsdruck weiter verstärkt. Aus diesen Ansätzen entstand die Idee, die beiden Interessenslagen zu verbinden und eine Vergangungsanlage zu konzipieren, welche den Grünschnitt als Hauptinputmaterial verwertet. Zielsetzung ist es hierbei, in Zusammenarbeit mit den Stadtwerken einen Standort zu finden, an welchem nicht nur der produzierte Strom in das öffentliche Netz eingespeist werden kann, sondern auch die erzeugte Wärme zur direkten Substitution fossiler Energien genutzt werden kann, was auch hinsichtlich eines wirtschaftlichen Anlagenbetriebs eine grundlegende Voraussetzung darstellt. Hier bietet ein Standort in der Nahе des Marienkrankenhauses unmittelbar an. Die Annahme von Grasslagen (3. und 4. Schnitt) als Energiepflanzen (ca. 8.000 t/a) rundet dieses Konzept ab. Die konkrete Zielsetzung ist die Umsetzung einer Anlage zur Vergahrung von Grünschnitt, Energiepflanzen und Landschaftspflegematerial im LK St. Wendel. Die Projektentwicklung wird in drei Phasen ablaufen: Phase 1: Projektentwicklung bis hin zur Umsetzungsreife Phase 2: Bau der Anlage Phase 3: Betrieb der Grünschnittvergangungsanlage
Konkrete Zielsetzung:	Die konkrete Zielsetzung ist die Umsetzung einer Anlage zur Vergahrung von Grünschnitt, Energiepflanzen und Landschaftspflegematerial im LK St. Wendel. Die Projektentwicklung wird in drei Phasen ablaufen: Phase 1: Projektentwicklung bis hin zur Umsetzungsreife Phase 2: Bau der Anlage Phase 3: Betrieb der Grünschnittvergangungsanlage
Geplanter Projektbeginn:	2008
Laufzeit bis:	2010
Wann erreicht?	Ende 2008
Zentrale Maßnahmen (Meilensteine)	
Phase 1 - Projektentwicklung bis hin zur Umsetzungsreife	
Phase 2 - Bau der Anlage und Begleitung der Initialphase (insbesondere Zulieferung Grasslagen)	
Phase 3 - Betrieb der Grünschnittvergangungsanlage	
Neue Voll-Arbeitsplätze:	Gesicherte Voll-AP: 2
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:	Gesicherte Teilzeit-AP: 2
Teilnehmer Qualifikationen:	Ausbildungsplätze:
Angestrebter Umsatz:	Mögliche Folgeinvestitionen: 3.500.000 €
Besucherzahl:	Anzahl neue Produkte/Angebote: 1
LEADER-Kosten:	16.500 €
Geschätzte Gesamtkosten:	30.000 € ;davon Personalkosten:
:davon Investitionen:	:mögliche unbare Eigenleist.:
Drittmitel-Förderung durch:	Fördersumme:
Finanzierungssicherheit:	<input type="checkbox"/> gesichert <input checked="" type="checkbox"/> sicher erreichbar <input type="checkbox"/> problematisch

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeizze Projekte

Projektbezeichnung:	Leitprojekt „Aufbau touristische (Dach-)Marke St. Wendeler Land - Steinreich“ und Weiterentwicklung kulturtouristisches Leitbild des St. Wendeler Landes
Handlungsfeld:	<input type="checkbox"/> Qualifikation <input type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt <input checked="" type="checkbox"/> Tourismus
Projekträger / Ansprechpartner:	Kulturlandwirtschaftsinitiative St. Wendeler Land e.V., (bis 2010 – danach TI) Werner Feldkamp – 1. Vorsitzender
Feste Projektpartner:	Partnerprojekte Steinreich; Landkreis St. Wendel; Tourismusinformation St. Wendeler Land; TZ Saarlанд
Anlass bzw. Grundidee:	Projektziele Mit der Programmperiode LEADER+ wurden 9 verschiedene Steinthemen in Partnerprojekten touristisch erlebbar aufgebaut. Dieser umfangreiche Ansatz soll ausgebaut und zu einer (zertifizierten) touristischen Dachmarke, die Eingang in das weiterentwickelte touristische Leitbild des St. Wendeler Landes finden soll ausgebaut werden. • Steuerung der inhaltlichen Weiterentwicklung des Handlungsfeldes „SWL Steinreich“ • Förderung des Bewusstseins für die Bedeutung des Gesamthemas SWL Steinreich für das St. Wendeler Land und der damit für jedes Einzelthema verbundene Mehrwert für Akteure der Partnerprojekte • Sensibilisierung der örtlichen Bevölkerung für die kulturtouristischen Besonderheiten des SWL • Aufbereitung eines geschlossenen kulturtouristischen Leitbildes „Steinreich“ für das St. Wendeler Land als Grundlage für eine touristische (Aussen-)Vermarktung – Aufbau einer touristischen Marke.
Konkrete Zielsetzung:	• Steuerung der inhaltlichen Weiterentwicklung des Handlungsfeldes „SWL Steinreich“ • Förderung des Bewusstseins für die Bedeutung des Gesamthemas SWL Steinreich für das St. Wendeler Land und der damit für jedes Einzelthema verbundene Mehrwert für Akteure der Partnerprojekte • Sensibilisierung der örtlichen Bevölkerung für die kulturtouristischen Besonderheiten des SWL • Aufbereitung eines geschlossenen kulturtouristischen Leitbildes „Steinreich“ für das St. Wendeler Land als Grundlage für eine touristische (Aussen-)Vermarktung – Aufbau einer touristischen Marke.
Möglicher Projektbeginn:	2008
Geplante Laufzeit:	2010
Wann erreicht?	2008 - 2010
Zentrale Maßnahmen (Meilensteine)	
Organisation regelmäßiger LG-Sitzungen zur Weiterentwicklung bzw. Erweiterung um einzelne Steinthemen	
AG „Entwicklung Kulturtouristisches Leitbild St. Wendeler Land Steinreich“	
o Gründung	2008
o Schaffung von Grundlagen	2008/2009
o Initiierung von Beiträgen von interessierten Bürgern	2008-2009
o Aufbereitung und Zusammenführung der Beiträge zu einem Gesamtbild.	2008-2009
o Erarbeitung von Unterlagen (Texte, Bilder, Dokumente) für die Visualisierung des kulturtouristischen Leitbildes	2008-2009
o Herausgabe geschlossene Darstellung St. Wendeler Land	2010
• Vorbereitung und Durchführung einer jährlichen Gemeinschaftsaktion („Steinlese-Kunstaktion“)	2008;2009;2010
• Diskussion und Integration neuer Steinthemen.	Ab 2008
• Aufbau und Zertifizierung der touristischen Marke SWL-Steinreich	2010
Neue Voll-Arbeitsplätze:	Gesicherte Voll-AP:
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:	Gesicherte Teilzeit-AP:
Teilnehmer Qualifikationen:	Ausbildungsplätze:
Angestrebter Umsatz:	Mögliche Folgeinvestitionen:
Besucherzahl:	Anzahl neue Produkte/Angebote: 8
LEADER-Kosten:	49.500 € (bis 2010; 40.000 €)
Geschätzte Gesamtkosten:	90.000 € ;davon Personalkosten:
:davon Investitionen:	:mögliche unbare Eigenleist.:
Drittmitel-Förderung durch:	Fördersumme: 20.000 €
Finanzierungssicherheit:	<input type="checkbox"/> gesichert <input checked="" type="checkbox"/> sicher erreichbar <input type="checkbox"/> problematisch

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeizze Projekte

Projektbezeichnung:	Rötel-Schaubergwerk Theley		
Handlungsfeld:	<input type="checkbox"/> Qualifikation	<input type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt	<input checked="" type="checkbox"/> Tourismus
Projektträger / Ansprechpartner:	Gemeinde Tholey Bürgermeister Hermann-Josef Schmidt		
Feste Projektpartner:	„Förderverein Rötelgrube“ i. Gr.; Kulani; Hofgut Imsbach;		
Projektziele			
Anlass bzw. Grundidee:	Segment Kulturtourismus: Die Gemeinde Tholey möchte am ursprünglichen historischen Standort in Tholey eine Rötelgrube als Besucherbergwerk errichten. Geplant ist der Bau eines einzigartigen Besucherbergwerkes im Feld Mandelbachtal in Tholey. Der Rötel distrikt zwischen Tholey und Selbach enthält nicht nur das wohl ausgedehnteste der im Saarland bekannten Rötelager, sondern der Rötel war auch von bester Qualität. In der Hauptsache erstreckt es sich zwischen der Johann-Adams-Mühle und dem Hofgut Imsbach. Die Realisierung dieses Projektes ermöglicht die heimatbezogene Demonstration einer einzigartigen Bergbauaktivität, wobei insbesondere Schulklassen Einblicke in die Arbeit rund um das Thema Rötel erhalten sollen und die Errichtung des Besucherbergwerkes in ein touristisches und ökologisches Entwicklungskonzept rund um das Hofgut Imsbach eingebunden werden.		
Konkrete Zielsetzung:			
Geplanter Projektbeginn:	2008	Laufzeit bis:	2010 Wann erreicht? 2007
Zentrale Maßnahmen (Meilensteine)			
<ul style="list-style-type: none"> VORBEREITUNG IN LEADER+: Planungskonzept vom Orsrat Tholey und Gemeinderat genehmigt Verbindliche Planung des Konzeptes / Einholung erforderlicher Genehmigungen Baubeginn Sommer 2008 Fertigstellung und Inbetriebnahme Herbst 2010 			
Angestrebte Wirkungen			
Neue Voll-Arbeitsplätze:	Gesicherte Voll-AP: _____		
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:	4	Gesicherte Teilzeit-AP:	_____
Teilnehmer Qualifikationen:	4	Ausbildungsplätze:	_____
Angestrebter Umsatz:	5.000	Mögliche Folgeinvestitionen:	_____
Besucherzahl:	_____	Anzahl neue Produkte/Angebote:	3
Projektfiananzierung			
LEADER-Kosten:	100.000 €		
Geschätzte Gesamtkosten:	350.000 € ;davon Personalkosten: _____		
;davon Investitionen:	350.000 € ;mögliche unbare Eigenleist.: _____		
Drittmitel-Förderung durch:	DE-Förderung	Fördersumme:	40.000 €
Finanzierungssicherheit:	<input type="checkbox"/> gesichert	<input checked="" type="checkbox"/> sicher erreichbar	<input type="checkbox"/> problematisch

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeizze Projekte

Projektbezeichnung:	Keltenghöf; Treveri am Ringwall Otzenhausen		
Handlungsfeld:	<input type="checkbox"/> Qualifikation	<input type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt	<input checked="" type="checkbox"/> Tourismus
Projektträger / Ansprechpartner:	Gemeinde Nonweiler Bürgermeister Uwe Schneider		
Feste Projektpartner:	Terrex GmbH; Europäische Akademie Otzenhausen; Saarforst; Freundeskreis keltischer Ringwall e.V.; Universität Mainz; Kulani; Steinreich		
Projektziele			
Anlass bzw. Grundidee:	Zur weiteren Attraktivierung des Ringwalles Otzenhausen soll ein Archäo-Science Parks zu Füßen des Ringwalles auf ca. 20.000 qm erschlossen werden.		
Konkrete Zielsetzung:	Aufbau eines Archäo-Science-Parks mit folgenden Zielen: <ul style="list-style-type: none"> Steigerung der Attraktivität und Besucherzahl des Ringwalles, „Belebung“ des steinernen (unbelebten) Denkmals Ringwall, Bündelung und Vermittlung der wissenschaftlichen Ergebnisse von Forshausen im und um den keltischen Ringwall „Hunnening“ bei Otzenhausen, Realistische und wissenschaftlich fundierte Vermittlung der keltischen Lebensweisen. 		
Möglicher Projektbeginn:	2008	Geplante Laufzeit:	2010 Wann erreicht? Anfang 2008
Zentrale Maßnahmen (Meilensteine)			
<ul style="list-style-type: none"> VORARBEITEN: Abschluss der vorbereitenden Erschließungsarbeiten Fertigstellung der Umsetzungsplanung Herbst 2008 Aufbau attraktives Außengelände Frühjahr 2009 Aufbau Infozentrum mit Medien- und Werkräumen, musealem Bereich, touristischer Infothek und Kiosk Frühjahr 2010 Durchführung von Vorführungen, Workshops, Vorträgen Ab Sommer 2009 Nachbau einer keltischen Gehöftanlage Nach 2010 			
Angestrebte Wirkungen			
Neue Voll-Arbeitsplätze:	1	Gesicherte Voll-AP:	3
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:	8	Gesicherte Teilzeit-AP:	15
Teilnehmer Qualifikationen:	300	Ausbildungsplätze:	_____
Angestrebter Umsatz:	_____	Mögliche Folgeinvestitionen:	1.500.000
Besucherzahl:	50.000	Anzahl neue Produkte/Angebote:	15
Projektfiananzierung			
LEADER-Kosten:	55.000 € (bis 2010:45.000 €)		
Geschätzte Gesamtkosten:	100.000 € ;davon Personalkosten: _____		
;davon Investitionen:	_____ ;mögliche unbare Eigenleist.: _____		
Drittmitel-Förderung durch:	_____	Fördersumme:	10.000 €
Finanzierungssicherheit:	<input type="checkbox"/> gesichert	<input checked="" type="checkbox"/> sicher erreichbar	<input type="checkbox"/> problematisch

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeizze Projekte

Projektbezeichnung:	Baum-Kreuz-Weg Ostertal
Handlungsfeld:	<input type="checkbox"/> Qualifikation <input type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt <input checked="" type="checkbox"/> Tourismus
Projekttträger / Ansprechpartner:	Initiativgruppe Baum-Kreuz-Weg Ostertal Peter Adams (Vorsitzender)
Feste Projektpartner:	Stadt St. Wendel; Jochen-Rausch-Zentrum St. Wendel
Projektziele	
Anlass bzw. Grundidee:	Im Ostertal, an einem Abschnitt des Saarland-Radweges, zwischen Hoof und Osterbrücken, entsteht ein Kunstprojekt zum Thema der als schicksalhaft empfundenen Beziehungsgemeinschaften zwischen Mensch und Baum. Die Medien „Baum und Stein“ dienen dazu als Mittler und Träger von Botschaften, die es uns ermöglichen, Erfahrungen mit unserer Geschöpflichkeit in Zeit und Raum machen.
Konkrete Zielsetzung:	<ul style="list-style-type: none"> • Zentrales Projektziel ist es die Menschen zu sensibilisieren für die Schicksalsgemeinschaft Baum-Mensch, die für alle Zeiten und Kulturen galt und auch in Zukunft gelten wird. • Bewusstsein zu schaffen für die Kraft des Wortes, an einem Ort und mit Hilfe des dauerhaften Mediums STEIN. • Konzeption des gesamten Weges mit sechs Steinen, • Darstellung und Kommunikation des Projektes in der Öffentlichkeit (Kultur und Tourismus).
Möglicher Projektbeginn:	2008
Zentrale Maßnahmen (Meilensteine)	
• VORARBEITEN: Gründung der Initiativgruppe und Erstellung der ersten beiden Steine aus privaten Mitteln	Geplante Laufzeit: 2010 Wann erreicht? Ende 2007
• Aufstellung 3. und 4. Stein	Ende 2008
• Aufstellung 5. und 6. Stein mit: <ul style="list-style-type: none"> • Auswahl des Standortes • Auswahl des Textes • Beschriften des Steines • Herrichten des Standortes • Aufstellen des Steines • Anpflanzung von ausgewählten Bäumen an dem jeweiligen Standort 	Ende 2009
• Darstellung des Projektes in der Öffentlichkeit	Frühjahr 2010
Angestrebte Wirkungen	
Neue Voll-Arbeitsplätze:	Gesicherte Voll-AP: _____
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:	Gesicherte Teilzeit-AP: _____
Teilnehmer Qualifikationen:	Ausbildungsplätze: _____
Angestrebter Umsatz:	Mögliche Folgeinvestitionen: _____
Besucherzahl:	Anzahl neue Produkte/Angebote: 6
Projektfiananzierung	
LEADER-Kosten:	21.000 €
Geschätzte Gesamtkosten:	38.320 €
:davon Investitionen:	:davon Personalkosten: _____
Drittmitel-Förderung durch:	:mögliche unbare Eigenleist.: 8.300 € Fördersumme: _____
Finanzierungssicherheit:	<input checked="" type="checkbox"/> gesichert <input type="checkbox"/> erreichbar <input type="checkbox"/> problematisch

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeizze Projekte

Projektbezeichnung:	Rekonstruktion des Pfeilergrabmals im römischen Vicus Wareswald
Handlungsfeld:	<input type="checkbox"/> Qualifikation <input type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt <input checked="" type="checkbox"/> Tourismus
Projekttträger / Ansprechpartner:	TERREX gGmbH Christian Kaster (Geschäftsführer)
Feste Projektpartner:	Gemeinden Oberthal, Marpingen und Tholey
Projektziele	
Anlass bzw. Grundidee:	Die Auffindung eines sog. Pfeilergrabmals im Wareswald bietet die Möglichkeit, den archäologischen Erfolg auch für Besucher touristisch „in-Wert“ zu setzen.
Konkrete Zielsetzung:	<ul style="list-style-type: none"> • Rekonstruktion des ca. 10-12 Meter hohen Pfeilers und seiner Umfriedung als Umfeldgestaltung. • Freilegung eines Stücks der römischen Straße, die direkt am Monument entlang läuft. • Inszenierung der Straße durch Aufstellung von Grabmalmodellen an ihr entlang, um einen authentischen Eindruck zu vermitteln. • Anbindung an die Hauptgrabung mittels eines mit Infotafeln versehenen Fußweges
Geplanter Projektbeginn:	2008
Zentrale Maßnahmen (Meilensteine)	
• Freilegung römische Straße und Aufstellung Grabmalmodelle	Laufzeit bis: 2010 Wann erreicht? Ende 2008
• Anbindung an Hauptgrabung durch Anlage eines Fußweges	Frühsummer 2009
• Konzipierung, Herstellung und Aufstellung von Infotafeln am Fußweg und auf der Hauptgrabungsfläche	Frühsummer 2009
• Erstellung des Pfeilers und Aufbau der Umfriedung mit Sandsteinblöcken und Halbwalzen aus Sandstein	Anfang 2010
Angestrebte Wirkungen	
Neue Voll-Arbeitsplätze:	Gesicherte Voll-AP: 3
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:	Gesicherte Teilzeit-AP: 15
Teilnehmer Qualifikationen:	Ausbildungsplätze: _____
Angestrebter Umsatz:	Mögliche Folgeinvestitionen: _____
Besucherzahl:	Anzahl neue Produkte/Angebote: 2
Projektfiananzierung	
LEADER-Kosten:	55.000 € (bis 2010: 40.000 €)
Geschätzte Gesamtkosten:	100.000 €
:davon Investitionen:	:davon Personalkosten: _____
Drittmitel-Förderung durch:	:mögliche unbare Eigenleist.: 10.000 € Fördersumme: _____
Finanzierungssicherheit:	<input type="checkbox"/> gesichert <input checked="" type="checkbox"/> erreichbar <input type="checkbox"/> problematisch

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeizze Projekte

Projektbezeichnung:	„Sankt Wendeler Land – Steinreich“ - Steinreich und Wandern - touristische Vermarktung der Steinreich-Wanderwege		
Handlungsfeld:	<input type="checkbox"/> Qualifikation	<input type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt	<input checked="" type="checkbox"/> Tourismus
Projekttträger / Ansprechpartner:	Tourist Information Sankt Wendeler Land Dr. Martina Scheer (Geschäftsführerin)		
Feste Projektpartner:	Europäische Akademie Oitzenhausen, Tourismus Zentrale Saarland, Kommunen, Wandervereine, Privatpersonen; KuLani; Partnerprojekte Steinreich		
Projektziele			
Anlass bzw. Grundidee:	Mit dem Gesamtprojekt „St. Wendeler Land – Steinreich“ wurden in der bisherigen Umsetzung des REK LOKAL WARENMARKT (Teilprojekt „Steinreich“) bisher das Dachprojekt und 8 Einzelprojekte umgesetzt. Im Zuge dieser Maßnahmen wurden im Sankt Wendeler Land neue, touristische Attraktivitäten geschaffen und schon erste Schritte zur Vermarktung eingeleitet, um diese Angebote einer breiteren Öffentlichkeit bekannt und nutzbar zu machen.		
Konkrete Zielsetzung:	<p>Das Projekt setzt weitere Schritte zur Vernetzung und Vermarktung des Gesamtprojektes dar, sowie zur Entstehung neuer Produktbereiche und neuer Maßnahmen – es verfolgt diese Teilziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung neuer Produkte u. a. Kinderwanderweg zur Sensibilisierung im Bereich natürlicher Ressourcen. • Seminar zur Schulung von Wanderführern im Produktbereich „Steinreich“ und darüber hinaus. • Ausattung des Projektes mit den erforderlichen Informationsmaterialien unter Einbindung neuester Techniken wie GPS, Internet, sowie neueste Vermarktungsstrategien. Erstellung Marketing-Mix. • Umsetzung weiterer Vermarktungsschritte in „Steinreich“. 		
Geplant. Projektbeginn:	2008	Laufzeit bis:	2010
Zentrale Maßnahmen (Meilensteine)			
Schaffung eines interaktiven Wanderweges für Kinder zur Natursensibilisierung unter Einbindung bestehender Kulturlehrpfade (z. B. Osterlehrplad, Vogellehrplad).			Wann erreicht? Anfang 2009
Ausbildung der Wanderführer aus Vereinen und dem Gästeführerpool zum Thema „Steinreich“ an den Wanderwegen.			Sommer 2009
Informative, barrierefreie und nutzerfreundliche Einträge der Wanderwege im Internet (Pilgerwege; Oberthaler Grenzsteinweg; Skulpturenweg „Cerrada & Celto“) – UMSETZUNG PILOTPROJEKT THEMENORIENTIERTE NAVIGATION STEINREICH (GPS, HANDY).			Herbst 2009
Erstellung eines Gesamtangebotes zu den Wandertemen des Sankt Wendeler Landes. Umsetzung der Informationsmaterialien auf die neuen Medien (Ausleihe GPS-Geräte).			Anfang 2010
Mailing zur Vermarktung des neuen Angebotes.			Ab Herbst 2009
Erschließung der touristischen Potenziale der Großregion - Besucherakquise in der Großregion (Messen, Aktionen)			Ab Herbst 2009
Entwicklung von Steinreich-Merchandisingprodukten			Ab Sommer 2009
Angestrebte Wirkungen			
Neue Voll-Arbeitsplätze:	1	Gesicherte Voll-AP:	
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:	3	Gesicherte Teilzeit-AP:	
Teilnehmer Qualifikationen:	25	Ausbildungsplätze:	
Angestrebter Umsatz:		Mögliche Folgeinvestitionen:	
Besucherzahl:	30.000	Anz. neue Produkte/Angebote:	15
Projektfiananzierung			
LEADER-Kosten:	58.500 € (bis 2010: 50.000 €)		
Geschätzte Gesamtkosten:	120.000 €	; davon Personalkosten:	20.000 €
; davon Investitionen:	50.000 €	; mögliche unbare Eigenleist.:	5.000 €
Drittmitel-Förderung durch:		Fördersumme:	
Finanzierungssicherheit:	<input type="checkbox"/> gesichert <input checked="" type="checkbox"/> sicher erreichbar <input type="checkbox"/> problematisch		

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeizze Projekte

Projektbezeichnung:	Kinder- und jugendgerechte Tourismusangebote der Gemeinde Tholey		
Handlungsfeld:	<input type="checkbox"/> Qualifikation	<input type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt	<input checked="" type="checkbox"/> Tourismus
Projekttträger / Ansprechpartner:	Gemeinde Tholey Bürgermeister Hermann-Josef Schmidt		
Feste Projektpartner:	Saarländischer Museumsverband; Sabine Geith vom Projekt „Geistreich“, Museumspädagogik der Burg Kirkel; Gästeführern Gemeinde Tholey; Steinreich-Partner Tholey (Theulegium; Wareswald; Mauritiusweg); DFKI; Radio „Unser Ding“		
Projektziele			
Anlass bzw. Grundidee:	Teilsequenz: Museumspädagogisches Konzept für Gästeführungen Für Kindergärten, Grund- und Hauptschulen, und Familien sollen altersgerechte neue touristische Angebote entwickelt werden. Teilsequenz: Wissensvermittlung mit neuen Medien Das jüngere Gäste-segment kann die Kultureinrichtungen und Sehenswürdigkeiten der Gemeinde Tholey per Handynavigation bzw. audio-visueller Techniken kennen lernen.		
Konkrete Zielsetzung:	<p>Teilsequenz: Museumspädagogisches Konzept für Gästeführungen Die entwickelten und ausgearbeiteten Programme der Wissensvermittlung werden an die Gästeführer der Gemeinde Tholey weitergegeben, um ein innovatives, abwechslungsreiches und qualitatives Portfolio an pädagogisch anspruchsvollen Führungen sicher zu stellen und eine nachhaltige Entwicklung im Segment des Kinder- und Jugendtourismus zu begünstigen.</p> <p>Teilsequenz: Wissensvermittlung mit neuen Medien Eine erlebnisreiche und interaktive Auseinandersetzung mit den kulturellen Sehenswürdigkeiten der Gemeinde, die jugendspezifischen Technologien einbezieht und eine spielerische Arbeit in Gruppen erlaubt, wird geboten. Mit diesem Projekt wird die Gemeinde Tholey ein Alleinstellungsmerkmal aufweisen können, das den Kultur- und Freizeitwert und somit die Entwicklung im Segment Kinder- und Jugendtourismus nachhaltig begünstigen wird.</p>		
Möglicher Projektbeginn:	2008	Geplante Laufzeit:	2009
Zentrale Maßnahmen (Meilensteine)			
• VORARBEITEN: Entwicklung des Grundkonzeptes	Wann erreicht? 2007		
• Ausarbeitung des Konzeptes in Zusammenarbeit mit den Gästeführern der Gemeinde Tholey	Anfang 2008		
• Start der ersten Aktivitäten	Sommer 2008		
• Praxiserprobung	Ende 2008		
• Abschließende konzeptionelle Prüfung	Ende 2008		
• Konzeptionelle Prüfungen und Anpassungen und weitere Evaluationen	Frühjahr 2009		
Angestrebte Wirkungen			
Neue Voll-Arbeitsplätze:		Gesicherte Voll-AP:	
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:	6	Gesicherte Teilzeit-AP:	
Teilnehmer Qualifikationen:	2	Ausbildungsplätze:	
Angestrebter Umsatz:		Mögliche Folgeinvestitionen:	
Besucherzahl:	15.000	Anzahl neue Produkte/Angebote:	4
Projektfiananzierung			
LEADER-Kosten:	11.050 €		
Geschätzte Gesamtkosten:	25.000 €	; davon Personalkosten:	2.000 €
; davon Investitionen:	18.000 €	; mögliche unbare Eigenleist.:	5.000 €
Drittmitel-Förderung durch:		Fördersumme:	
Finanzierungssicherheit:	<input type="checkbox"/> gesichert <input checked="" type="checkbox"/> sicher erreichbar <input type="checkbox"/> problematisch		

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeizze Projekte

Projektbezeichnung:	Steine als Zeichen des Friedens – Weiterentwicklung der europäischen Straße des Friedens		
Handlungsfeld:	<input type="checkbox"/> Qualifikation	<input type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt	<input checked="" type="checkbox"/> Tourismus
Projekträger / Ansprechpartner:	Verein Europäische Straße der Skulpturen – Straße des Friedens e.V. Prof. Leo Kornbrust (Vorsitzender)		
Feste Projektpartner:	Museum St. Wendel; Saarländisches Kultusministerium; LEADER-Gruppen Luxemburg und Belgien; Stadt Slupsk (Polen); Dokumentationszentrum Mejdaneck; Weltfriedenszentrum Verdun; Naturpark Obersauer		
Projektziele			
Anlass bzw. Grundidee:	Mit der Programmperiode LEADER+ wurde ausgehend von der St. Wendeler Skulpturenstraße die Europäische Skulpturenstraße des Friedens aufgebaut. Diese soll nun dauerhaft in ihrer Weiterentwicklung (durch Interreg) verankert und touristisch vermarktet werden.		
Konkrete Zielsetzung:	<ul style="list-style-type: none"> • Sicherstellung der Weiterentwicklung der Europäischen Straße des Friedens, • Ausbau der Vernetzung mit Schwerpunkt in der Großregion durch INTERREG, • Inwertsetzung der aufgebauten Attraktivitäten durch konsequente touristische Vermarktung. 		
Möglicher Projektbeginn:	2008	Geplante Laufzeit:	2013
Zentrale Maßnahmen (Meilensteine)			
• Sicherstellung der zentralen Vernetzung und Koordinierung durch INTERREG-Förderung	Wann erreicht? Sommer 2008		
• Ausbau der Zusammenarbeit in der Großregion mit festen dezentralen Partnerstellen	2009		
• Ausbau des Internetangebotes um die Straße des Friedens als zentrale Informationsplattform	2009		
• Abschluss des Filmprojektes „Straße des Friedens“	2010		
• Ausbau der touristischen Angebote – Beschilderung, Broschüre, Wanderführer Großregion	Bis 2013		
Angestrebte Wirkungen			
Neue Voll-Arbeitsplätze:	Gesicherte Voll-AP: 1		
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:	Gesicherte Teilzeit-AP: 2		
Teilnehmer Qualifikationen:	Ausbildungsplätze: 36		
Angestrebter Umsatz:	Mögliche Folgeinvestitionen: 15.000		
Besucherzahl:	Anzahl neue Produkte/Angebote: 24		
Projektfiananzierung			
LEADER-Kosten:	58.300 € (bis 2010: 30.000 €)		
Geschätzte Gesamtkosten:	106.000 € ;davon Personalkosten: 47.000 €		
;davon Investitionen:	; mögliche unbare Eigenleist.: 23.000 €		
Drittmitel-Förderung durch:	Interreg	Fördersumme:	248.000 €
Finanzierungssicherheit:	<input type="checkbox"/> gesichert	<input type="checkbox"/> erreichbar	<input checked="" type="checkbox"/> problematisch

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeizze Projekte

Projektbezeichnung:	Ausbau und touristische Vermarktung des Theulegiums in Tholey		
Handlungsfeld:	<input type="checkbox"/> Qualifikation	<input type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt	<input checked="" type="checkbox"/> Tourismus
Projekträger / Ansprechpartner:	Historischer Verein Schaumberger Land e.V. Walter John (Vorsitzender)		
Feste Projektpartner:	Gemeinde Tholey; Steinreich-Partner; KulAnI		
Projektziele			
Anlass bzw. Grundidee:	In der Programmperiode LEADER+ wurde in Tholey da neue Museum Theulegium aufgebaut. Nach diesem ersten, erfolgreichen Schritt sollen nun die notwendigen Schritte zur nachhaltigen Sicherung des Museums erfolgen.		
Konkrete Zielsetzung:	<ul style="list-style-type: none"> • Erweiterung des Angebotes des Theulegiums • Erhöhung der Attraktivität des Museumsangebotes • Sicherstellung der wissenschaftlichen Weiterentwicklung • Erhöhung der Besucherzahlen und der damit verbundenen Wertschöpfung 		
Möglicher Projektbeginn:	2008	Geplante Laufzeit:	2013
Zentrale Maßnahmen (Meilensteine)			
• Ausbau der Museumssammlung (Bronzekessel, Repliken aus Trier)	Wann erreicht? 2009		
• Herausgabe eines Museumsführers	2009		
• Anfertigung von Abgüssen bedrohter Steinskulpturen	2008 und 2010		
• Durchführung eines Symposiums zum neu entdeckten Keltenstein	2009		
• Aufwertung und Ausbau des Kellergeschoßes	Fertigstellung 2010		
• Umsetzung von Wechselausstellungen	Jährlich		
Angestrebte Wirkungen			
Neue Voll-Arbeitsplätze:	Gesicherte Voll-AP: 1		
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:	Gesicherte Teilzeit-AP: 1		
Teilnehmer Qualifikationen:	Ausbildungsplätze: 120		
Angestrebter Umsatz:	Mögliche Folgeinvestitionen: 35.000		
Besucherzahl:	Anzahl neue Produkte/Angebote: 20		
Projektfiananzierung			
LEADER-Kosten:	74.800 € (bis 2010: 48.000 €)		
Geschätzte Gesamtkosten:	136.000 € ;davon Personalkosten: 30.000 €		
;davon Investitionen:	; mögliche unbare Eigenleist.: 30.000 €		
Drittmitel-Förderung durch:		Fördersumme:	
Finanzierungssicherheit:	<input type="checkbox"/> gesichert	<input checked="" type="checkbox"/> erreichbar	<input type="checkbox"/> problematisch

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeizze Projekte

Projektbezeichnung:	Kulturfenster Steinreich in der Bosener Mühle		
Handlungsfeld:	<input type="checkbox"/> Qualifikation	<input type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt	<input checked="" type="checkbox"/> Tourismus
Projekträger / Ansprechpartner:	Kulturzentrum Bosener Mühle Erwin Volz (Vorsitzender)		
Feste Projektpartner:	Partnerprojekte Steinreich; KuLanI; Landkreis St. Wendel		
Anlass bzw. Grundidee:	<p>Projektziele</p> <p>Im Zuge der Programmperiode LEADER+ wurde an der Bosener Mühle das „Kulturfenster Steinreich“ als Präsentations- und Verkaufseinrichtung der Steinreich-Projekte baulich umgesetzt. Die hier geschaffenen attraktiven Präsentationsmöglichkeiten sollen nunmehr dauerhaft verwertet und „bespielt“ werden, um die Wertschöpfung aus den Steinreichprojekten zu maximieren.</p>		
Konkrete Zielsetzung:	<ul style="list-style-type: none"> • Dauerhafte Bewirtschaftung des Kulturfensters Steinreich als zentraler Präsentationsstätte der Steinreich Projekte, • Förderung der Steinreichprojekte durch regelmäßige Veranstaltungen • Verbesserung der Gesamtpäsentation von Steinreich. 		
Möglicher Projektbeginn:	2008	Geplante Laufzeit:	2013
	Zentrale Maßnahmen (Meilensteine)		Wann erreicht?
• Ergänzung und Bewirtschaftung der Ausstellung „St. Wendeler Land – Steinreich“			Ab 2008
• Entwicklung und Umsetzung von Wechselausstellungen			Ab Herbst 2008
• Begleitende Erarbeitung und Herausgabe von Infomaterialien			2009 / 2011 / 2013
• Aktive Entwicklung konkreter touristischer Steinreich-Angebote im Umfeld des Bostalsees			Ab Sommer 2009
• Durchführung einer regelmäßigen Kunsthandwerkermesse mit Scherpunkt Stein			Ab Herbst 2009
	Angestrebte Wirkungen		
Neue Voll-Arbeitsplätze:		Gesicherte Voll-AP:	
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:	4	Gesicherte Teilzeit-AP:	1
Teilnehmer Qualifikationen:		Ausbildungsplätze:	
Angestrebter Umsatz:	20.000 €	Mögliche Folgeinvestitionen:	
Besucherzahl:	15.000	Anzahl neue Produkte/Angebote:	12
	Projektfiananzierung		
LEADER-Kosten:	49.500 € (bis 2010: 28.500 €)		
Geschätzte Gesamtkosten:	90.000 €	:davon Personalkosten:	
:davon Investitionen:		:mögliche unbare Eigenleist.:	18.000 €
Drittmitel-Förderung durch:		Fördersumme:	
Finanzierungssicherheit:	<input type="checkbox"/> gesichert	<input type="checkbox"/> sicher erreichbar	<input type="checkbox"/> problematisch

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeizze Projekte

Projektbezeichnung:	Leipprojekt Qualifizierungs-Netzwerk „LokalKompetenz“		
Handlungsfeld:	<input checked="" type="checkbox"/> Qualifikation	<input type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt	<input type="checkbox"/> Tourismus
Projekträger / Ansprechpartner:	Kultur- und Bildungsinstitut des Landkreises St. Wendel Herr Harry Hauch (Leiter)		
Feste Projektpartner:	Bildungsträger im SWL (WIAF; ASB; UTZ/WiFöG; Landfrauen; VHS Stadt St. Wendel; VHS Landkreis St. Wendel); KuLanI; Schulrat; LPM		
Anlass bzw. Grundidee:	<p>Projektziele</p> <p>Entscheidend für eine erfolgreiche Regionalentwicklung ist die Beteiligung engagierter und qualifizierter Akteure: nur dort, wo qualifizierte und motivierte Akteure am Werk sind, sind Erfolge zu erwarten. Vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung (Rückgang der Gesamtbevölkerung bei Zunahme der Älteren und dramatische Abnahme der Jüngeren) kommt der Motivierung und Qualifizierung der örtlichen Bevölkerung eine Schlüsselrolle zu.</p>		
Konkrete Zielsetzung:	<ul style="list-style-type: none"> • Oberziel: Sensibilisierung der örtlichen Bevölkerung für die Bedeutung von lokalen Märkten und Kulturen • Oberziel: Qualifizierung der lokalen Akteure als Träger der Gestaltung von lokalen Märkten und Kulturen • Sicherung der Nachhaltigkeit des Lokalwarenmarktdenkens durch Einbeziehung der Jugend (Kindergärten, Grundschulen, Weiterführende Schulen, Berufsschulen) in die Projektaktivitäten • Einbringen der Thematik in die Weiterbildung der Erwachsenen 		
Möglicher Projektbeginn:	2008	Geplante Laufzeit:	2010
	Zentrale Maßnahmen (Meilensteine)		Wann erreicht?
• Förderung der Zusammenarbeit der regionalen Bildungseinrichtungen und –träger und Bildung eines regionalen Qualifizierungs-Netzwerkes „LokalKompetenz“			Ab 2008
• Unterstützung der Projekte im „HF Qualifizierung“ in Zusammenarbeit mit der Geschäftsstelle der KuLanI			
• Einbringen der Thematik „lokale Märkte und Kulturen“ in die Schulen der Region <ul style="list-style-type: none"> • Organisation von Fortbildungsveranstaltungen für Lehrer in Zusammenarbeit mit der Landesanstalt für Medien und Pädagogik • Einbeziehung der Kindergärten und Schulen in die Projektarbeiten – z.B. Info Schulen über Angebote SLH Berschweiler 			Ende 2008 / ab 2009
• Unterstützung der Qualifizierungsmaßnahmen der lokalen Akteure durch die regionalen Bildungsträger <ul style="list-style-type: none"> • Mitwirkung bei der Entwicklung von Kursprogrammen der Volkshochschulen und der Landfrauen 			2009
• Förderung der Einbeziehung der Bürger-Netzwerke (z. B. Senioren, Frauen, Jugend, Lokale Bündnisse für Familien, Ehrenamtsbörse, Tauschböse) in die Aktivitäten des „LWM“ durch Zusammenarbeit mit den jeweils Beauftragten (Senioren, Jugend, Frauen, Ehrenamt...)			Ab 2008
• Unterstützung der Öffentlichkeitsarbeit der KuLanI			Ab 2008
	Angestrebte Wirkungen		
Neue Voll-Arbeitsplätze:	1	Gesicherte Voll-AP:	
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:		Gesicherte Teilzeit-AP:	
Teilnehmer Qualifikationen:	5.000	Ausbildungsplätze:	
Angestrebter Umsatz:		Mögliche Folgeinvestitionen:	
Besucherzahl:	6.000	Anzahl neue Produkte/Angebote:	12
	Projektfiananzierung		
LEADER-Kosten:	99.000 € (bis 2010: 85.000 €)		
Geschätzte Gesamtkosten:	180.000 €	:davon Personalkosten:	135.000 €
:davon Investitionen:		:mögliche unbare Eigenleist.:	30.000 €
Drittmitel-Förderung durch:		Fördersumme:	
Finanzierungssicherheit:	<input checked="" type="checkbox"/> gesichert	<input type="checkbox"/> erreichbar	<input type="checkbox"/> problematisch

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeizze Projekte

Projektbezeichnung:	Lernort Lokalwarenmarkt - Weiterentwicklung der Biberburg Berschweiler		
Handlungsfeld:	<input checked="" type="checkbox"/> Qualifikation	<input type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt	<input type="checkbox"/> Tourismus
Projekttträger / Ansprechpartner:	Saarländischer Schullandheimverein Berschweiler e.V. Stefan Hell (Vorsitzender)		
Feste Projektpartner:	Zweckverband Illrenaturierung; Gemeinde Marpingen; KulLant		
Anlass bzw. Grundidee:	Projektziele Nutzung lokaler Naturressourcen im Rahmen der Bildung für nachhaltige Entwicklung		
Konkrete Zielsetzung:	<ul style="list-style-type: none"> Koordination von Qualifizierungsmaßnahmen im Bereich der einzelnen Ressourcen Einrichtung, Ausrichtung (Konzeption) und Betrieb der Biberburg Berschweiler mit engem Bezug zum Lokalwarenmarkt 		
Gepalhter Projektbeginn:	2008	Laufzeit bis:	Ende 2010
	Zentrale Maßnahmen (Meilensteine)		Wann erreicht?
a) Einrichtung:	Nutzung regenerativer Energien (Solarthermie) zur Einbindung in ökopädagogisches Angebot		Ende 2008
	Schaffung der Voraussetzungen zur Versorgung mit lokalen Produkten (Verbesserung Küchensituation, Lokalwaren-Catering)		Ende 2009
	Behindertengerechter Ausbau der sanitären Anlagen		Ende 2009
	Möbiliar der Zimmer (Verwendung heimischer Hölzer)		Ende 2008
b) Ausrichtung:	Weiterentwicklung und Ausweitung von ökopädagogischen Programmenangeboten		Ende 2010
	Öffentlichkeitsarbeit		Ende 2010
	Gutachterliche Begleitung		Ende 2009
c) Betrieb			Ende 2010
	Zunahme der Übernachtungszahlen auf 8.000 im Jahr 2010		Ende 2010
	Weitere Qualifizierung des Personals		Ende 2010
	Erschließung weiterer Einnahmequellen		Ende 2010
	Angestrebte Wirkungen		
Neue Voll-Arbeitsplätze:	1	Gesicherte Voll-AP:	2
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:		Gesicherte Teilzeit-AP:	4
Teilnehmer Qualifikationen:	2.500	Ausbildungsplätze:	
Angestrebter Umsatz:	200.000	Mögliche Folgeinvestitionen:	50.000
Besucherzahl:	6.500	Anzahl neue Produkte/Angebote:	10
	Projektfiananzierung		
LEADER-Kosten:	100.800 € (bis 2010: 85.000 €)		
Geschätzte Gesamtkosten:	282.000	:davom Personalkosten:	100.000
:davom Investitionen:	152.000	:mögliche unbare Eigenleist.:	
Drittmitel-Förderung durch:	VSE-Stiftung	Förderersumme:	15.000
Finanzierungssicherheit:	<input type="checkbox"/> gesichert	<input checked="" type="checkbox"/> sicher erreichbar	<input type="checkbox"/> problematisch

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeizze Projekte

Projektbezeichnung:	Arbeits- und Ausbildungsplatzcoaching Lokalwarenmarkt Qualifizierung und Ausbildung in und für Partnerbetriebe		
Handlungsfeld:	<input checked="" type="checkbox"/> Qualifikation	<input type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt	<input type="checkbox"/> Tourismus
Projekttträger / Ansprechpartner:	WIAF gGmbH Gabriele Hau (Geschäftsführerin)		
Feste Projektpartner:	Landkreis St. Wendel; Ausbildungs- und Fortbildungsförderverein St. Wendel; Partnerbetriebe im Lokalwarenmarkt		
Anlass bzw. Grundidee:	Projektziele Auf Grund des demographischen Wandels wird es zukünftig immer schwieriger werden, ausreichend qualifizierte junge Menschen als Arbeitskräfte in der Region zu halten. Es ist daher erforderlich, aktiv Ausbildungsplatzangebote im Bereich des LWM zu schaffen und in der Region anzubieten.		
Konkrete Zielsetzung:	Sicherung von qualifizierten Arbeitskräften für die Partnerbetriebe im Lokalwarenmarkt		
Möglicher Projektbeginn:	2009	Geplante Laufzeit:	2010
	Zentrale Maßnahmen (Meilensteine)		
	Akquise von Ausbildungsplätzen (ca. 15 pro Jahr) in den Partnerbetrieben		
	Akquise von Ausbildung in Verbundausbildungsplätzen (ca.20 pro Jahr) bei Partnerbetrieben		
	Begleitung der Betriebe bei Prüfung der Ausbildungsmöglichkeiten		
	Kontaktherstellung zu Kammern		
	Betreuung bei Abschluss von Ausbildungsverträgen		
	Wann erreicht? Sommer 2009 Sommer 2010 Sommer 2009 Sommer 2010 Herbst 2009 Sommer 2010 Ende 2010		
	Angestrebte Wirkungen		
Neue Voll-Arbeitsplätze:		Gesicherte Voll-AP:	
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:		Gesicherte Teilzeit-AP:	
Teilnehmer Qualifikationen:		Ausbildungsplätze:	25
Angestrebter Umsatz:		Mögliche Folgeinvestitionen:	
Besucherzahl:		Anzahl neue Produkte/Angebote:	
	Projektfiananzierung		
LEADER-Kosten:	68.750 € (bis 2010: 51.000 €)		
Geschätzte Gesamtkosten:	125.000 €	:davom Personalkosten:	100.000 €
:davom Investitionen:		:mögliche unbare Eigenleist.:	
Drittmitel-Förderung durch:	Kreis bzw. Ausbildungs-förderverein	Förderersumme:	50.000 €
Finanzierungssicherheit:	<input type="checkbox"/> gesichert	<input checked="" type="checkbox"/> sicher erreichbar	<input type="checkbox"/> problematisch

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeizze Projekte

Projektbezeichnung:	„Jugend in Ausbildung“		
Handlungsfeld:	<input checked="" type="checkbox"/> Qualifikation	<input type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt	<input type="checkbox"/> Tourismus
Projekttträger / Ansprechpartner:	ABL – Imsbach gGmbH, Hofgut Imsbach Thomas Trenz (Geschäftsführer)		
Feste Projektpartner:	Partnerbetriebe des Lokalwarenmarktes; Landkreis St. Wendel; KuLan!		
Projektziele			
Anlass bzw. Grundidee:	Verbesserung der Lebensqualität im ländlichen Raum entsprechend des 3. Schwerpunktes der ELER-VO durch Unterstützung der Jugendlichen bei der Berufsfindung und der Integration in den Ausbildungsmarkt in diesem Raum.		
Konkrete Zielsetzung:	- Schaffung von durchschnittlich 10 betrieblichen EQJ – Plätzen für Jugendliche im Zielgebiet - Verkürzung der „Leerlaufzeiten“ im Lebenslauf der Jugendlichen - Übernahme der Jugendlichen in eine reguläre betriebliche Ausbildung nach Ablauf der EQJ – Phase		
Möglicher Projektbeginn:	2008	Geplante Laufzeit:	2010 Wann erreicht? Herbst 2008
<ul style="list-style-type: none"> • Akquise der Betriebe und der Auszubildenden • Unterstützung der Jugendlichen bei der Berufswahlfindung • Erarbeitung von Förder- und Hilfeplänen in Anlehnung an die jeweiligen Berufswünsche der Jugendlichen • Unterstützung der Jugendlichen bei der Findung von Ausbildungsplätzen (u.U. Organisation betrieblicher Praktika) • Externes Praktikums- bzw. Ausbildungsmanagement (nach Bedarf ausgerichtet) 			
Angestrebte Wirkungen			
Neue Voll-Arbeitsplätze:	6	Gesicherte Voll-AP:	
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:	3	Gesicherte Teilzeit-AP:	
Teilnehmer Qualifikationen:	10	Ausbildungsplätze:	10
Angestrebter Umsatz:		Mögliche Folgeinvestitionen:	
Besucherzahl:		Anzahl neue Produkte/Angebote:	
Projektförderung			
LEADER-Kosten:	47.350 € (bis 2010: 42.000 €)	:davon Personalkosten:	31.000 €
Geschätzte Gesamtkosten:	108.700 €	:mögliche unbare Eigenleist.:	
Drittmittel-Förderung durch:	Agentur für Arbeit	Förder-summe:	9.000 €
Finanzierungssicherheit:	<input type="checkbox"/> gesichert	<input checked="" type="checkbox"/> sicher erreichbar	<input type="checkbox"/> problematisch

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeizze Projekte

Projektbezeichnung:	Seminarreihe „Essen mit Lokalwaren im Jahreszyklus“		
Handlungsfeld:	<input checked="" type="checkbox"/> Qualifikation	<input type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt	<input type="checkbox"/> Tourismus
Projekttträger / Ansprechpartner:	WAF gGmbH Gabriele Hau (Geschäftsführerin)		
Feste Projektpartner:	Kreisverband der Landfrauen; Partnerbetriebe im Lokalwarenmarkt		
Projektziele			
Anlass bzw. Grundidee:	Im Zeitalter globaler Märkte stehen jederzeit unabhängig von der Saison praktisch alle Produkte zur Verfügung. Der Wechsel der Jahreszeiten bildet sich im Speiseplan nicht mehr ab. Mit der Seminarreihe soll das Bewusstsein für die saisonal verfügbaren lokalen Lebensmittel wieder geschärft werden. Gleichzeitig soll in Verbindung mit traditionellen Festen und Anlässen demonstriert werden, wie mit Materialien aus der Natur dekoriert werden kann.		
Konkrete Zielsetzung:	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilisierung der Bevölkerung für die lokalen Produkte und Gestaltung traditioneller Feste und Veranstaltungen. • Förderung des Bewusstseins für ein auf die Jahreszeit und die Region ausgerichtete Essenskultur und für die Gestaltung der Tischdekorationen mit Materialien aus der Natur • Qualifizierung von lokalen Akteuren (Gastronomie, Partyservice, Verkäufern) 		
Möglicher Projektbeginn:	2008	Geplante Laufzeit:	2010 Wann erreicht? Sommer 2008
<ul style="list-style-type: none"> • Konzipierung eines Jahreszyklus (Saisonale Gerichte, Tischdekorationen in Verbindung mit jahreszeitlich bestimmten Festen und Veranstaltungen) • Durchführung von Testveranstaltungen • Durchführung eines Jahreszyklus • Auswertung der Erfahrungen mit Verbesserungen • Durchführung eines überarbeiteten Jahreszyklus • Herausgabe einer Veröffentlichung „Essen im Jahreszyklus mit Lokalwaren“ 			
Angestrebte Wirkungen			
Neue Voll-Arbeitsplätze:		Gesicherte Voll-AP:	
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:		Gesicherte Teilzeit-AP:	
Teilnehmer Qualifikationen:	1.000	Ausbildungsplätze:	
Angestrebter Umsatz:		Mögliche Folgeinvestitionen:	
Besucherzahl:		Anzahl neue Produkte/Angebote:	25
Projektförderung			
LEADER-Kosten:	11.000 € (bis 2010: 8.500 €)	:davon Personalkosten:	
Geschätzte Gesamtkosten:	20.000 €	:mögliche unbare Eigenleist.:	4.500 €
Drittmittel-Förderung durch:		Förder-summe:	
Finanzierungssicherheit:	<input type="checkbox"/> gesichert	<input checked="" type="checkbox"/> sicher erreichbar	<input type="checkbox"/> problematisch

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeze Projekte

Projektbezeichnung:	Qualifizierung und Weiterbildung lokaler Akteure der gewerblichen Wirtschaft		
Handlungsfeld:	<input checked="" type="checkbox"/> Qualifikation	<input type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt	<input type="checkbox"/> Tourismus
Projekttäger / Ansprechpartner:	Wirtschaftsförderungsgesellschaft St. Wendeler Land mbH Armin Fechter (Geschäftsführer)		
Feste Projektpartner:	Kulturlandschaftsinitiative St. Wendeler Land e.V.; Partnerbetriebe		
Projektziele			
Anlass bzw. Grundidee:	Notwendigkeit der Professionalisierung der lokalen Akteure als Träger des Lokalwarenmarktes.		
Konkrete Zielsetzung:	Verbesserung und Weiterentwicklung des unternehmerischen Handelns der Akteure im Lokalwarenmarkt durch gezielte Qualifizierung und Coaching.		
Möglicher Projektbeginn:	2008	Geplante Laufzeit:	2010
Zentrale Maßnahmen (Meilensteine)			
<ul style="list-style-type: none"> Durchführung von Informationsveranstaltungen. Mit diesen Veranstaltungen sollen die lokalen Akteure über die Notwendigkeiten und Möglichkeiten einer Qualifizierung im unternehmerischen Handeln informiert werden. Zielgruppenorientierte Qualifizierungen, mit dem Ziel ganze Wertschöpfungs-Netzwerke (z.B. Bauholz) zu schulen. Betreuung und Coaching der Zielgruppen zur weiteren Verbesserung der vermittelten Kompetenzen 			
Angestrebte Wirkungen			
Neue Voll-Arbeitsplätze:	Gesicherte Voll-AP:		
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:	Gesicherte Teilzeit-AP:		
Teilnehmer Qualifikationen:	360	Ausbildungsplätze:	
Angestrebter Umsatz:		Mögliche Folgeinvestitionen:	
Besucherzahl:	1.500	Anzahl neue Produkte/Angebote:	12
Projektfianzierung			
LEADER-Kosten:	27.500 € (bis 2010: 22.500 €)		
Geschätzte Gesamtkosten:	50.000 €	:davon Personalkosten:	20.000 €
:davon Investitionen:		:mögliche unbare Eigenleist.:	2.500 €
Drittmitel-Förderung durch:		Fördersumme:	
Finanzierungssicherheit:	<input type="checkbox"/> gesichert	<input checked="" type="checkbox"/> sicher erreichbar	<input type="checkbox"/> problematisch

Lokalwarenmarkt 2015+ - Kurzskeze Projekte

Projektbezeichnung:	Lokale Angebote im Mehrgenerationenhaus Nonnweiler		
Handlungsfeld:	<input checked="" type="checkbox"/> Qualifikation	<input type="checkbox"/> Lokalwarenmarkt	<input type="checkbox"/> Tourismus
Projekttäger / Ansprechpartner:	Gemeinde Nonnweiler Bürgermeister Uwe Schneider		
Feste Projektpartner:	Bundesfamilienministerium; Kul.Lan; Europäische Akademie		
Projektziele			
Anlass bzw. Grundidee:	In Nonnweiler wird mit Unterstützung des Bundes das erste Mehrgenerationenhaus entstehen. In diesem Haus sollen gezielte Angebote rund um den Lokalwarenmarkt entsprechend der jeweiligen Zielgruppen (Altersgruppen) aufgebaut werden.		
Konkrete Zielsetzung:	<ul style="list-style-type: none"> Attraktivierung der Angebote des Mehrgenerationenhaus Nonnweiler durch altersgruppengerechte, lokale Angebote. Vermittlung von Wissen und Informationen zum Lokalwarenmarkt. 		
Geplanter Projektbeginn:	2008	Laufzeit bis:	2010
Zentrale Maßnahmen (Meilensteine)			
<ul style="list-style-type: none"> Erarbeitung eines Angebots- und Organisationskonzeptes Lokalwarenmarkt im Mehrgenerationenhaus Nonnweiler Aufbau von altersgruppengerechten Angeboten in Zusammenarbeit mit den Partnerbetrieben und Projektträgern des Lokalwarenmarktes für: <ul style="list-style-type: none"> Kinder Jugendliche Familien Ältere Menschen Durchführung einer Veranstaltungsreihe Lokalwaren im MGH Nonnweiler 			
Angestrebte Wirkungen			
Neue Voll-Arbeitsplätze:	1	Gesicherte Voll-AP:	
Neue Teilzeit-Arbeitsplätze:	6	Gesicherte Teilzeit-AP:	
Teilnehmer Qualifikationen:	60	Ausbildungsplätze:	
Angestrebter Umsatz:		Mögliche Folgeinvestitionen:	
Besucherzahl:	7.500	Anzahl neue Produkte/Angebote:	6
Projektfianzierung			
LEADER-Kosten:	16.500 € (bis 2010: 12.000 €)		
Geschätzte Gesamtkosten:	30.000 €	:davon Personalkosten:	18.000 €
:davon Investitionen:		:mögliche unbare Eigenleist.:	2.500 €
Drittmitel-Förderung durch:		Bundesfamilienministerium	Fördersumme: 120.000 €
Finanzierungssicherheit:	<input type="checkbox"/> gesichert	<input checked="" type="checkbox"/> sicher erreichbar	<input type="checkbox"/> problematisch

Absichtserklärung zum Projekt

Systempartner Lokalenmarkt (incl. Bestell- und Lieferservice)

WZB gGmbH

**Zuge des Förderprogramms LEADER
in der LAG St. Wendeler Land**

Der Unterzeichner (unterzeichnende Person)

Berndt Müller

erklärt hiermit für (sich erklärende Institution / Gruppierung)

WZB gGmbH, Spieren-Elvenberg

seine Absicht das oben bezeichnete Projekt als Bestandteil des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalenmarkt St. Wendeler Land 2015-“ umzusetzen.

Unterschrift

B. Müller

Datum

19.11.2007



Absichtserklärung zum Projekt

Lokalenmarkt, Spieren-Elvenberg

**im Zuge des Förderprogramms LEADER
in der LAG St. Wendeler Land**

Der Unterzeichner (unterzeichnende Person)

A. Thielig

erklärt hiermit für (sich erklärende Institution / Gruppierung)

LAG St. Wendeler Land, Spieren-Elvenberg

seine Absicht das oben bezeichnete Projekt als Bestandteil des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalenmarkt St. Wendeler Land 2015-“ umzusetzen.

Unterschrift

A. Thielig

Datum

19.11.2007



Absichtserklärung zum Projekt

Lokalenmarkt shop / Schaumzeiterei Haischbeiger Hof

BenzHoffmann

**Zuge des Förderprogramms LEADER
in der LAG St. Wendeler Land**

Der Unterzeichner (unterzeichnende Person)

Axel Hoffmann, Alter in Dist.

erklärt hiermit für (sich erklärende Institution / Gruppierung)

WZB gGmbH, Spieren-Elvenberg

seine Absicht das oben bezeichnete Projekt als Bestandteil des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalenmarkt St. Wendeler Land 2015-“ umzusetzen.

Unterschrift

A. Hoffmann, 6.2.01

Datum

19.11.2007



Absichtserklärung zum Projekt

LWM-shop Hirstein (B41)

Michael Heckmann

**Zuge des Förderprogramms LEADER
in der LAG St. Wendeler Land**

Der Unterzeichner (unterzeichnende Person)

Michael Heckmann

erklärt hiermit für (sich erklärende Institution / Gruppierung)

WZB gGmbH, Spieren-Elvenberg

seine Absicht das oben bezeichnete Projekt als Bestandteil des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalenmarkt St. Wendeler Land 2015-“ umzusetzen.

Unterschrift

M. Heckmann

Datum

19.11.07



Absichtserklärung zum Projekt

Lokalenmarkt Laden WZB Forum Tholey

WZB gGmbH

**Zuge des Förderprogramms LEADER
in der LAG St. Wendeler Land**

Der Unterzeichner (unterzeichnende Person)

Berndt Müller

erklärt hiermit für (sich erklärende Institution / Gruppierung)

WZB gGmbH, Spieren-Elvenberg

seine Absicht das oben bezeichnete Projekt als Bestandteil des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalenmarkt St. Wendeler Land 2015-“ umzusetzen.

Unterschrift

B. Müller

Datum

19.11.2007



Absichtserklärung zum Projekt

Präsentationsstätte Schreiner-PB

Schreiner GbR

**Zuge des Förderprogramms LEADER
in der LAG St. Wendeler Land**

Der Unterzeichner (unterzeichnende Person)

Rita Heber

erklärt hiermit für (sich erklärende Institution / Gruppierung)

Schreiner GbR

seine Absicht das oben bezeichnete Projekt als Bestandteil des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalenmarkt St. Wendeler Land 2015-“ umzusetzen.

Unterschrift

R. Heber

Datum

19.11.07





Absichtserklärung zum Projekt

Gemeinschaftliches Informations- und Marketing – Bündelung und Zertifizierung von Premiumprodukten (inkl. Dauerausstellung)

Kulturlandschaftsinitiative St. Wendeler Land e. V.

**Zuge des Förderprogramms LEADER
in der LAG St. Wendeler Land**

Der Unterzeichner (unterzeichnende Person)

Hornel Feldkaup

erklärt hiermit für (sich erklärende Institution / Gruppierung)

die Kulturlandschaftsinitiative St. Wendeler Land e.V.

seine Absicht das oben bezeichnete Projekt als Bestandteil des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land 2015+“ umzusetzen.

[Signature]

Unterschrift

Datum: *20.11.2017*



Absichtserklärung zum Projekt

Professionalisierung Seifenherstellung

Koch Seifen

**Zuge des Förderprogramms LEADER
in der LAG St. Wendeler Land**

Der Unterzeichner (unterzeichnende Person)

Silvia Kelle

erklärt hiermit für (sich erklärende Institution / Gruppierung)

SO

seine Absicht das oben bezeichnete Projekt als Bestandteil des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land 2015+“ umzusetzen

[Signature]

Unterschrift

Datum: *19. November 2017*



Absichtserklärung zum Projekt

Hofläserei Gansen

Christian und Marita Gansen

**Zuge des Förderprogramms LEADER
in der LAG St. Wendeler Land**

Der Unterzeichner (unterzeichnende Person)

Gansen Christian

erklärt hiermit für (sich erklärende Institution / Gruppierung)

Hofläserei Gansen Jochenstraße

seine Absicht das oben bezeichnete Projekt als Bestandteil des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land 2015+“ umzusetzen.

[Signature]

Unterschrift

Datum: *19.11.2017*



Absichtserklärung zum Projekt

Andreas Zauditz Netzwerk

**im Zuge des Förderprogramms LEADER
in der LAG St. Wendeler Land**

Der Unterzeichner (unterzeichnende Person)

Lothar Holzgarden

erklärt hiermit für (sich erklärende Institution / Gruppierung)

Zauditz Netzwerk

seine Absicht das oben bezeichnete Projekt als Bestandteil des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land 2015+“ umzusetzen.

[Signature]

Unterschrift

Datum: *11.11.2017*



Absichtserklärung zum Projekt

Schneekäserei Hitzschalk

**im Zuge des Förderprogramms LEADER
in der LAG St. Wendeler Land**

Der Unterzeichner (unterzeichnende Person)

Jan Hitzschalk Frau, Hitzschalkstr. 20, 66552 Illerup

erklärt hiermit für (sich erklärende Institution / Gruppierung)

seine Absicht das oben bezeichnete Projekt als Bestandteil des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land 2015+“ umzusetzen.

[Signature]

Unterschrift

Datum: *20.11.2017*



Absichtserklärung zum Projekt

Blomergiedorf Dorrenbach

Nahwärme Dorrenbach GbR i. Gr

**Zuge des Förderprogramms LEADER
in der LAG St. Wendeler Land**

Der Unterzeichner (unterzeichnende Person)

Dr. Heide B. und Ute B. Born 2017

erklärt hiermit für (sich erklärende Institution / Gruppierung)

IZES gGmbH

seine Absicht das oben bezeichnete Projekt als Bestandteil des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land 2015+“ umzusetzen

Unterschrift: *[Signature]*

Datum: *20.11.2017*



Absichtserklärung zum Projekt

Energetische Kommunale Grünschnittverwertung im St. Wendeler Land

**Zuge des Förderprogramms LEADER
In der LAG St. Wendeler Land**

Der Unterzeichner (unterzeichnende Person)

ELSTER JUNG 1. BEGRIFFENHEIMER

erklärt hiermit für (sich erklärende Institution / Gruppierung)

Stadt St. Wendel

seine Absicht das oben bezeichnete Projekt als Bestandteil des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land 2015+“ umzusetzen.



Unterschrift *J. Jung*

Datum *20.10.2007*



Absichtserklärung zum Projekt

Kellengehoft Trever

Gemeinde Nonnweiler

**Zuge des Förderprogramms LEADER
In der LAG St. Wendeler Land**

Der Unterzeichner (unterzeichnende Person)

HARRA-KWIK-Schneider-Bargemeinschaft

erklärt hiermit für (sich erklärende Institution / Gruppierung)

Gemeinde Nonnweiler

seine Absicht das oben bezeichnete Projekt als Bestandteil des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land 2015+“ umzusetzen.

Unterschrift *H. Kwik*

Datum *20.10.2007*



Absichtserklärung zum Projekt

Touristische Marke SWL - Steintreich

Kulturlandschaftsinitiative St. Wendeler Land e. V.

**Zuge des Förderprogramms LEADER
In der LAG St. Wendeler Land**

Der Unterzeichner (unterzeichnende Person)

Nerwe, Eldkaupt

erklärt hiermit für (sich erklärende Institution / Gruppierung)

die Kulturlandschaftsinitiative St. Wendeler Land e.V.

seine Absicht das oben bezeichnete Projekt als Bestandteil des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land 2015+“ umzusetzen.

Unterschrift *N. Eldkaupt*

Datum *20.10.2007*



Absichtserklärung zum Projekt

Baum-Kreis - Holz Oertel

**im Zuge des Förderprogramms LEADER
In der LAG St. Wendeler Land**

Der Unterzeichner (unterzeichnende Person)

Peter Adams, Julius-Bühfey-Str. 11, HND

erklärt hiermit für (sich erklärende Institution / Gruppierung)

Absichtgruppe BAUM-KREISLES Oertel

seine Absicht das oben bezeichnete Projekt als Bestandteil des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land 2015+“ umzusetzen.

Unterschrift *Peter Adams*

Datum *20. NOV 2007*



Absichtserklärung zum Projekt

Rötelshaubergwerk Tholey

Gemeinde Tholey

**Zuge des Förderprogramms LEADER
In der LAG St. Wendeler Land**

Der Unterzeichner (unterzeichnende Person)

Bürgermeister Hermann Jung St. Th. H.

erklärt hiermit für (sich erklärende Institution / Gruppierung)

die Gemeinde Tholey

seine Absicht das oben bezeichnete Projekt als Bestandteil des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land 2015+“ umzusetzen.



Unterschrift *H. Jung*

Datum *20.10.2007*



Absichtserklärung zum Projekt

Pfeilergrabenl Wareswald

Terrex gGmbH

**Zuge des Förderprogramms LEADER
In der LAG St. Wendeler Land**

Der Unterzeichner (unterzeichnende Person)

Christoph Kuster

erklärt hiermit für (sich erklärende Institution / Gruppierung)

Terrex gGmbH

seine Absicht das oben bezeichnete Projekt als Bestandteil des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land 2015+“ umzusetzen.

Unterschrift *C. Kuster*

Datum *19.10.2007*





Absichtserklärung zum Projekt

„*Erneuerliche Schulparkplätze der Friedhöfe*“

im Zuge des Förderprogramms LEADER
in der LAG St. Wendeler Land

Der Unterzeichner (unterzeichnende Person)

Prof. Leo Karabonst

erklärt hiermit für (sich erklärende Institution / Gruppierung)

Kran Straße des Friedhofs

seine Absicht das oben bezeichnete Projekt als Bestandteil des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land 2015+“ umzusetzen

Unterschrift

[Signature]

Datum

19.10.2007



Absichtserklärung zum Projekt

Qualifizierungsnetzwerk Lokal Kompetent

Kultur- und Bildungsinstitut LW St. Wendel

Zuge des Förderprogramms LEADER
in der LAG St. Wendeler Land

Der Unterzeichner (unterzeichnende Person)

Harry Harsch

erklärt hiermit für (sich erklärende Institution / Gruppierung)

Kultur- und Bildungsinstitut (LW St.) / Lokalwarenmarkt St. Wendel

seine Absicht das oben bezeichnete Projekt als Bestandteil des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land 2015+“ umzusetzen

Unterschrift

[Signature]

Datum

19.10.2007



Absichtserklärung zum Projekt

Kinder- und Jugendgerechte Tourismusangebote

Gemeinde Tholey

Zuge des Förderprogramms LEADER
in der LAG St. Wendeler Land

Der Unterzeichner (unterzeichnende Person)

Beate Busch, Heidemarie Schmidt

erklärt hiermit für (sich erklärende Institution / Gruppierung)

d.ä. Gemeinde Tholey

seine Absicht das oben bezeichnete Projekt als Bestandteil des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land 2015+“ umzusetzen



[Signature]

Datum

20.11.2007



Absichtserklärung zum Projekt

Kulturforum Steinreich Bosener Mühle

Kunstzentrum Bosener Mühle

Zuge des Förderprogramms LEADER
in der LAG St. Wendeler Land

Der Unterzeichner (unterzeichnende Person)

Horst JOHAN

erklärt hiermit für (sich erklärende Institution / Gruppierung)

KUNSTZENTRUM BOSENER MÜHLE / DACHREDELT STEINREICH

seine Absicht das oben bezeichnete Projekt als Bestandteil des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land 2015+“ umzusetzen

Unterschrift

[Signature]

Datum

BOSENER MÜHLE 19.11.07



Absichtserklärung zum Projekt

„Steinreich und Wandern in St. Wendeler Land“

der Tourismus-Information St. Wendeler Land

im Zuge des Förderprogramms LEADER
in der LAG St. Wendeler Land

Der Unterzeichner (unterzeichnende Person)

Dr. Martina Scheer

erklärt hiermit für (sich erklärende Institution / Gruppierung)

Tourismus-Information St. Wendeler Land

seine Absicht das oben bezeichnete Projekt als Bestandteil des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land 2015+“ umzusetzen

Unterschrift

[Signature]

Datum

20.11.2007



Absichtserklärung zum Projekt

Weiterentwicklung Museum Theologium

Historischer Verein zur Erforschung des Schaumberger Landes Tholey
e. V.

Zuge des Förderprogramms LEADER
in der LAG St. Wendeler Land

Der Unterzeichner (unterzeichnende Person)

Johannes Wilmann

erklärt hiermit für (sich erklärende Institution / Gruppierung)

HISTORISCHER VEREIN THEOLEY

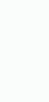
seine Absicht das oben bezeichnete Projekt als Bestandteil des regionalen Entwicklungskonzeptes „Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land 2015+“ umzusetzen

Unterschrift

[Signature]

Datum

19.11.2007



Folge- und Reserveprojekte Lokalwarenmarkt St. Wendeler Land 2015+		
HANDLUNGSFELD LOKALWARENMARKT		
FOLGEPROJEKTE		
F1	Diversifizierung EZG Ölsaaten (Umsatz nur LW)	EZG Ölsaaten
F2	Neue Wildprodukte im LWM	VJS / Saarforst / Bundesforst
F3	Landwirtschaftliche Nebengebäude aus lokalen Hölzern (Umsatz einmalig - nicht jährlich)	BV SWL
F4	Mobilisierung Holzreserven Kleinprivatwald	FBG SWL
F5	Machbarkeitsprüfung Energie-Holzof Imsbach	ABL Imsbach
RESERVEPROJEKTE HF LOKALWARENMARKT		
R1	Weiterentwicklung LWM-Mobile und Hühnerhaltung Joseph	Geflügelhof Joseph
R2	Lokale Gastronomie Magdalenkapelle	Richter
R3	LWM-Shop Landgasthof Osterbrücken	
R4	LWM-Laden Ackermann Oberkirchen	Ackermann
R5	LWM-Shop Fries Wolfersweiler	Fries
R6	LWM-Shop Weider Gonneseiler / Nohfelden	Weider
R7	Energetische Nutzung Strohpellets	Winterhoff
R8	Stabilisierung Biogasanlage Gronig	Gebel
R9	Gemeinschaftsbiogasanlage NLX	Scherer / Neufang / König
HANDLUNGSFELD TOURISMUS		
FOLGEPROJEKTE		
F6	Archäologischer Rundweg Nonnweiler	Gemeinde Nonnweiler
F7	Burgen im St. Wendeler Land	AG Tholey / Nohfelden / Namborn
F8	Steinerne Kleindenkmäler im SWL	LV der hist.-kult. Vereine im SL
F9	Achatgräberweg Gemeinde Freisen	Gemeinde Freisen
RESERVEPROJEKTE		
R10	Erzbergwerk Walhausen	Gemeinde Nohfelden
R11	Premium-Rötelwanderweg Oberthal	Rauber
R12	Gastronomie im LWM	Merker
R13	Judenfriedhöfe im SWL	Adolf-Bender-Zentrum
R14	Buchprojekt Rötelabbau Gemeinde Tholey	Gde. Tholey / Hist. Verein
R15	Steinere Wegkreuze - Kniefallstationen Blasiusberg Tholey	Gde. Tholey / Hist. Verein
R16	Pilgerdreieck SWL im Jakobsweg	Tholey / Marpingen / St. Wendel
HANDLUNGSFELD QUALIFIKATION		
FOLGEPROJEKTE		
F10	Ausbildungsmaßnahme LWM	WIAF
RESERVEPROJEKTE		
R17	Ganztagsschulen und LWM	WIAF
R18	Radio Orange 21: Lokal senden - Global hören	Joachim-Rausch-Zentrum
NICHT ZUGEORDNET (Kein Bezug zu Zielen)		
U1	Umweltgerechte Güllelagerung	BV SWL

Mitglieder der KuLanL e.V.			Neue Mitglieder der LAG (noch keine Vereinsmitglieder)		
1	Landkreis St. Wendel	öffentlich	45	Saarl. Schullandheimverein Herrn Stefan Hell	
2	Gemeinde Freisen	öffentlich	46	Joachim-Rausch-Zentrum St. Wendel e. V.	
3	Gemeinde Nohfelden	öffentlich	47	UTZ - Unternehmer und Technologiezentrum St. Wendel GmbH	
4	Gemeinde Namborn	öffentlich	48	ABL Imsbach gGmbH	
5	Gemeinde Oberthal	öffentlich	49	Kultur- und Bildungsinstitut St. Wendel	
6	Gemeinde Tholey	öffentlich	50	Adolf-Bender-Zentrum	
7	Gemeinde Marpingen	öffentlich	51	Merker	
8	Gemeinde Nonnweiler	öffentlich	52	Verein Baum-Kreuz-Weg	
9	Kreisstadt St. Wendel	öffentlich	53	LV der hist.-kult. Vereine im SL	
10	Ministerium für Umwelt	öffentlich	54	Winterhoff	
11	Lebendige Kulturlandschaft Nohfelden e. V.	privat	55	Ackermann	
12	WZB - Wendelinushof gGmbH	privat	56	Landgasthof Osterbrücken	
13	Terrex gGmbH	privat	57	Richter	
14	Bauernverband Saar	privat	58	ABL Imsbach gGmbH	
15	Kreisverband der Imker	privat	59	Nahwärme Dörrenbach GbR i.Gr.	
16	Kreissparkasse St. Wendel	öffentlich	60	FBG SWL	
17	WIAF gGmbH	privat	61	Silvia Koch	
18	Steyler Missionare Missionshaus St. Wendel	privat	62	St. Wendeler Landfleisch	
19	Kunstzentrum Bosener Mühle	privat	63	Jörg-Michael Fries	
20	St. Wendeler Ölsaaten GmbH & Co KG	privat	64	Michael Heckmann	
21	Kreislandfrauenverband St. Wendel	privat	65	ABL Imsbach gGmbH	
22	Verband der Säge- und Holzwirtschaft des Saarlandes	privat	66	Schaumetzgerei Harschberger Hof	
23	Kreisverband der Obst- und Gartenbauvereine St. Wendel	privat			
24	Peter Hubert GmbH	privat			
25	Schulbauernhof Walhausen	privat			
26	Waldorfschulverein Saar-Hunsrück e. V.	privat			
27	Lebenshilfe St. Wendel e.V.	privat			
28	Landjugendbund St. Wendel-Ottweiler	privat			
29	Bund Naturschutz Ostertal	privat			
30	Bauernhofmetzgerei Boßert	privat			
31	Sonja Sartorius	privat			
32	Matthias Hans	privat			
33	Biogasinitiative Obere Blies	privat			
34	Naturpark Saar-Hunsrück e. V.	öffentlich			
35	Raiffeisen Waren-Zentrale Rhein-Main eG	privat			
36	Verein für Geschichte und Heimatkunde Oberthal e. V.	privat			
37	Historischer Verein Schaumberger Land Tholey	privat			
38	IZES gGmbH	öffentlich			
39	Straße des Friedens - Straße der Skulpturen	privat			
40	Zweckverband Illrenaturierung	öffentlich			
41	Christian Gansen	privat			
42	Joseph Der Geflügelhof	privat			
43	Metzgerei Weider	privat			
44	Gesamtschule Türkismühle	öffentlich			