



1

WAS GIBT'S HEUTE?

Kurz und knapp: Das Programm LEADER und der Bewerbungsprozess

Zwei und doch Eins: Die Bewerbungsprozesse im Mühlenkreis

An die Arbeit! Stärken, Schwächen, Ziele, Projekte

Die nächsten Schritte

LEADER WERDEN! THEMEN-WORKSHOP IM „AUELAND“

2

1

WIR BEGLEITEN IHREN BEWERBUNGSPROZESS

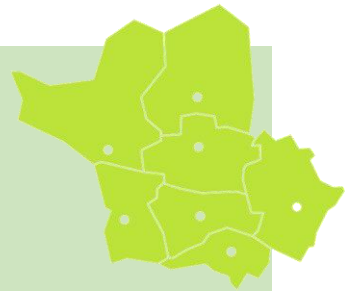
Planungsbüro mit Sitz in Münster
(seit 2004)

bestehend aus RaumplanerInnen und
GeographInnen mit unterschiedlichen
Schwerpunkten

planinvent ist in ein interdisziplinäres
Netzwerk von Fachinstituten sowie
Beratungs- und Dienstleistungsbüros
eingebunden



3



WARUM SIND SIE HEUTE HIER?

4

DIE REGION „AUELAND“...

...möchte sich um den Status der LEADER-Region bewerben. Die Bewerbungsphase läuft von Oktober 2021 - März 2022.

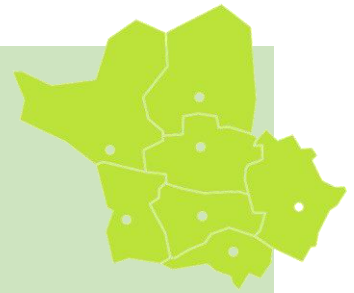
...braucht für die Bewerbung ein gutes Konzept, das wir mit den Menschen aus der Region zusammen erarbeiten möchten. Einen Schritt machen wir heute Abend!

...soll künftig aus den Kommunen Stemwede, Rahden, Espelkamp, Pr. Oldendorf, Lübbecke, Hille und Hüllhorst bestehen.



LEADER WERDEN! THEMEN-WORKSHOP IM „AUELAND“

5



DAS PROGRAMM LEADER UND DER BEWERBUNGSPROZESS

6

LEADER...WAS IST DAS ÜBERHAUPT?

Förderprogramm der EU zur Entwicklung von ländlichen Räumen

- Kommunen schließen sich nach bestimmten Vorgaben zu einer Region zusammen und bewerben sich um LEADER-Status und Förderung
- mit Fördermitteln können Menschen aus der Region Projekte entwickeln, da sie die Stärken und Perspektiven vor Ort am besten kennen
- Steuerung des LEADER-Prozesses durch eine Lokale Aktionsgruppe (LAG) in der Region
- Begleitung und Unterstützung durch ein Regionalmanagement

LEADER WERDEN! THEMEN-WORKSHOP IM „AUELAND“

7

LEADER...WAS IST DAS ÜBERHAUPT?

**LEADER -
ZIELE**

**= ÖKOLOGISCH, WIRTSCHAFTLICH
UND SOZIAL STARKE LÄNDLICHE
REGIONEN!**



8

FÜR ALLE...

LEADER wendet sich an...

- Bürgerinnen & Bürger
- Vereine & Gruppen
- Unternehmen & Verbände
- Städte & Gemeinden
- kirchliche, soziale und Bildungs-Einrichtungen
- ...

LEADER WERDEN! THEMEN-WORKSHOP IM „AUELAND“

9

LEADER WERDEN! AUF IN DIE NEUE FÖRDERPERIODE

AKTUELLE THEMEN

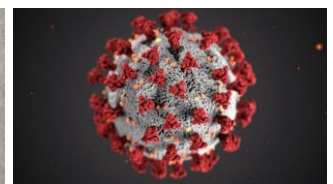
KLIMASCHUTZ & NACHHALTIGKEIT

SOZIALER ZUSAMMENHALT & INKLUSION

NEUE ARBEITS- UND LEBENSKONZEPTE

REGIONALISIERUNG UND REGIONALE
WERTSCHÖPFUNG

DIGITALISIERUNG



10

ZWEI UND DOCH EINS: DIE BEWERBUNGSPROZESSE IM MÜHLENKREIS

11

**“ZWEI UND DOCH EINS”:
DIE LEADER-
BEWERBUNGSPROZESSE
IM MÜHLENKREIS**



12

ZWEI UND DOCH EINS

WELCHE
KOMMUNE
GEHÖRT ZU
WELCHER
REGION?



LEADER WERDEN! THEMEN-WORKSHOP IM „AUELAND“

13

ZWEI UND DOCH EINS: DAS BEDEUTET...

2 REGIONEN

mit ihren Charakteristika, mit 2 LAGs, mit eigenständigem Namen gemeinsam in einem Kreis

2 STRATEGIEN

die wichtige Zukunftsfragen beider Regionen beantworten, indem sie passgenaue Ziele definieren und auf verbindenden Elementen aufbauen

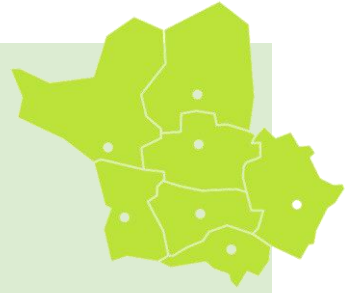
VIELE PROJEKTE

je Region, gemeinsam im Team und in Kooperation mit anderen Regionen

LEADER WERDEN! THEMEN-WORKSHOP IM „AUELAND“

14

DER PROZESS

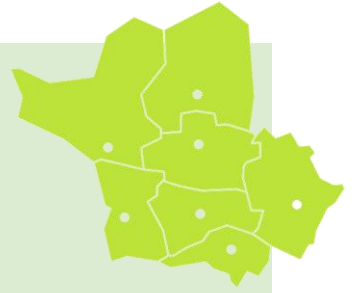


15



16

AN DIE ARBEIT!



17

STRATEGIE FÜR DAS „AUELAND“

VISION

ZIELE

THEMENFELDER MIT TEILZIELEN

SOZIALE GEMEINSCHAFT

REGIONALE
WERTSCHÖPFUNG UND
REGIONALE PRODUKTE

VERSORGUNG UND
INFRASTRUKTUR

NATUR, FREIZEIT UND
NAHERHOLUNG

QUERSCHNITTSTHEMEN

MOBILITÄT /
VERBINDUNGEN

KLIMASCHUTZ

DIGITALISIERUNG

REGIONALITÄT

WERTSCHÄTZUNG UND
KOMMUNIKATION

PROJEKTE

18

HANDLUNGSFELD HEUTE:

WIE KÖNNEN WIR UNSERE REGIONALE PRODUKTE
UND DIENSTLEISTUNGEN STÄRKEN?



LEADER WERDEN! THEMEN-WORKSHOP IM „AUELAND“

19

WIE ENTWICKELT MAN EINE GUTE STRATEGIE?

IM DREISCHRITT!

1. STÄRKEN UND SCHWÄCHEN IDENTIFIZIEREN

2. KLUGE ZIELE FORMULIEREN

3. GUTE PROJEKTIDEEN ENTWICKELN U. ABLEITEN



LEADER WERDEN! THEMEN-WORKSHOP IM „AUELAND“

20

STÄRKEN & SCHWÄCHEN - BISHER

FEHLT WAS?

- Selbstvermarktung/regionale Vermarktung (regionale Produkte und Hofläden) → Konzepte zur Direktvermarktung sind zwar noch nicht flächendeckend vorhanden, aber die Anzahl an Produktautomaten, Hofläden und Milchtankstellen nimmt zu
- gute naturräumliche Voraussetzungen für die Landwirtschaft als wichtiger und sich weiterentwickelnder Kultur- und Wirtschaftssektor
- starke Identifizierung der Bewohner*innen mit ihrer Region
- gutes Akteursnetzwerk und engagierte landwirtschaftliche Erzeuger, Verarbeitungsbetriebe, Vermarktungs- und Logistikpartner
- heimische Stromerzeugung
- derzeit geringer Anteil und Anzahl der ökologisch wirtschaftenden Betriebe
- großer wirtschaftlicher Druck sowie geringe Betriebsgrößen machen Zukunftsentscheidungen für Betriebe schwierig
- hoher Anteil von Ackerbaubetrieben, die auch perspektivisch eher konventionell als ökologisch wirtschaften
- Wertschöpfungskette zwischen Erzeuger-, Verarbeitungsbetrieben und Vermarktungspartnern weist große Defizite auf, insbes. die Logistikkette funktioniert derzeit unzureichend
- alte Strukturen fehlen/werden weniger z.B. Dorfläden
- geringe Vielfalt im lokalen Einzelhandel

21

ZIELE

- ... dürfen unkonkret und sollten nicht zu detailliert sein.
- ... sollten die Vision der Entwicklung im Themenfeld in den kommenden Jahren beschreiben.
- ... sollten auf die Hervorhebung der Stärken und Abmilderung der Schwächen anzielen.
- ... werden anschließend durch die Projekte unterstützt und nicht umgekehrt.

LEADER WERDEN! THEMEN-WORKSHOP IM „AUELAND“

22

ZIELE - BISHER

**HÄTTEN SIE ANDERE ZIELE
FÜR IHRE REGION IM KOPF?**

- Stärkung der Vermarktung(-wege) regionaler Produkte sowie Förderung und Etablierung kurzer regionaler Wertschöpfungsketten als Standbein regionaler (Land-)Wirtschaft
- Etablierung des Kreises als „Ökomodellregion“ zur Förderung des Ökolandbaus in der Region und damit auch zur Abmilderung des Strukturwandels in der Landwirtschaft
- Etablierung neuer Konsum-/Nachfragemuster in der Bevölkerung
- nachhaltige, klimafreundliche Landwirtschaft
- Start-ups und Co-Working fördern und Verknüpfung mit Traditionsunternehmen herstellen
- Handwerk fördern
- Attraktivität und Wahrnehmbarkeit für Fachkräfte steigern
- generell: Offenheit für neue Entwicklungen und Innovationsaffinität zeigen („Reallabore“ des Wirtschaftens und der Versorgung), auch in kreisübergreifender Zusammenarbeit

23

3 ZIELE IN 3 MINUTEN

Frage: Wie können wir unsere regionalen Produkte und Dienstleistungen stärken?

3 IN 3: Jeder 3 Antworten in 3 Minuten. Jeweils eine Antwort auf eine Karte!

LEADER WERDEN! THEMEN-WORKSHOP IM „AUELAND“

24

LEADER-PROJEKTE

- ... stellen die sichtbaren Ergebnisse des LEADER-Prozesses dar.
- ... unterstützen die Erreichung der Zielvorstellungen.
- ... können Vieles umfassen:
 - ... kaum Einschränkungen bei Fördergegenständen (Sachkosten, Personalkosten, Fremdleistungen,...)
 - ... allerdings häufig Auflagen für die einzelnen Kostenpositionen (z.B. Zweckbindung)
 - ... auch Kooperationsprojekte sind möglich
- ... müssen finanziert werden:
 - ... max. 70 % Fördersatz, max. Förderung pro Projekt 250.000 €

LEADER WERDEN! THEMEN-WORKSHOP IM „AUELAND“

25

PROJEKTIDEEN – WAS IST DAS ZIEL?

- Inhalt und Ziel
- Nutzen und Zielgruppe
- Arbeitsschritte und Zeitplan
- Partner
- Kostenschätzung und Kofinanzierung
- Projektträger und Ansprechpartner

PROJEKTSTECKBRIEF: IHRE IDEE FÜR DAS „AUELAND“

NAME DES PROJEKTS:

INHALT & ZIEL

NUTZEN UND ZIELGRUPPE

ARBEITSSCHRITT/ZEITPLAN

PARTNER

WIR BRAUCHEN INFOS...

26

PROJEKTIDEEN - BISHER

- mobile Dorfläden/mobile Schlachtereie
- Märkte zum Treff- und Einkaufspunkt machen
- Informationskampagnen über Vorteiler regionaler Vermarktung
- Netzwerk Start-ups und Co-Working Initiativen/Interessierte aufbauen
- analoge und digitale Übersicht über private Obst- und Gemüsebestände, die geteilt werden sollen
- Rindfleisch aus dem „Aueland“ (Projektskizze liegt vor)
- ...

LEADER WERDEN! THEMEN-WORKSHOP IM „AUELAND“

27

PROJEKTIDEEN - BISHER

- mobile Dorfläden/mobile Schlachtereie
- Märkte zum Treff- und Einkaufspunkt machen
- Informationskampagnen über Vorteiler regionaler Vermarktung
- Netzwerk Start-ups und Co-Working Initiativen/Interessierte aufbauen
- analoge und digitale Übersicht über private Obst- und Gemüsebestände, die geteilt werden sollen
- Rindfleisch aus dem „Aueland“ (Projektskizze liegt vor)
- ...

WAS SIND IHRE IDEEN?

LEADER WERDEN! THEMEN-WORKSHOP IM „AUELAND“

28

4 MENSCHEN, 1 IDEE, 4 MINUTEN

Schritt 1: Jeder Teilnehmer erhält ein Arbeitsblatt.

Schritt 2: Jeder der **4 Teilnehmer** einer Gruppe verfasst nun **1 Projekt-Idee** zur Verwirklichung der Ziele und trägt diese in das Feld der ersten Spalte ein.

Schritt 3: Nach **4 Minuten** geben alle das Blatt im Uhrzeigersinn an den Sitznachbarn weiter und ergänzen die Idee des/der Vorgänger/s. Dies kann eine Idee zur inhaltlichen Ausgestaltung des Projektes, zur Finanzierung, zu wichtigen Partnern für die Umsetzung, etc. sein. Alles, was die Idee voranbringt ist gut! Jedes Blatt sollte bei jedem Teilnehmer einmal gewesen sein.

LEADER WERDEN! THEMEN-WORKSHOP IM „AUELAND“

29

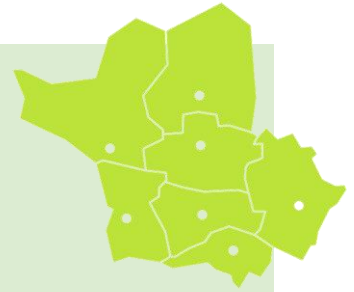
ALS IDEEN-STÜTZE...

WIE KÖNNEN WIR UNSERE REGIONALEN PRODUKTE
UND DIENSTLEISTUNGEN STÄRKEN?



LEADER WERDEN! THEMEN-WORKSHOP IM „AUELAND“

30



DIE ERGEBNISSE

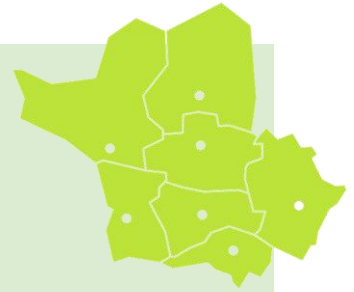
31

IHRE STIMMEN FÜR IHRE REGION

- Was sind die wichtigsten Stärken und Schwächen im Themenfeld?
- Welche Ziele sollte die Region verfolgen, um sich im Thema fit zu machen für die Zukunft?
- Welche guten Projektideen gibt es bereits? Gibt es Ideen, die sie favorisieren und warum?

LEADER WERDEN! THEMEN-WORKSHOP IM „AUELAND“

32



DIE NÄCHSTEN SCHRITTE

33

WIE GEHT ES WEITER

- **Bestandsanalyse und SWOT** werden derzeit überarbeitet
- Überarbeitung des **Strategiesystems**
- Formulierung von **Projektsteckbriefen**
- Vorstellung des **RES-Entwurfs** im Vorstand und der Abschlussveranstaltung

LEADER WERDEN! THEMEN-WORKSHOP IM „AUELAND“

34



35

TERMINE WORKSHOPS

MI 10.11.21

SOZIALE GEMEINSCHAFT (ÄLTERE, JUGEND, EHRENAMT):
Wie wollen wir in Zukunft unser Miteinander gestalten?
 im Bürgerhaus Rothenuffeln (Griepshop 7, 32479 Hille)

DO 18.11.21

REGIONALE WERTSCHÖPFUNG UND REGIONALE PRODUKTE:
Gutes von hier: Wie können wir unsere regionalen Produkte und Dienstleistungen stärken?
 im Familienzentrum Wehe (Am Sportplatz 10, 32369 Rahden)

MO 22.11.21

VERSORGUNG UND INFRASTRUKTUR:
Wie wollen wir im Zukunft unsere Versorgung sicherstellen?
 im Gemeindehaus Oberbauerschaft (Bünder Str. 4, 32609 Hüllhorst)

MO 29.11.21

NATUR, FREIZEIT UND NAHERHOLUNG:
Wie wollen wir unsere Region zukünftig entwickeln und erleben?
 in der Begegnungsstätte Wehden (Am Schulzentrum 10, 32351 Stemwede)

36

HABEN SIE NOCH EINE IDEE UND SIND SIE NICHT LOS GEWORDEN? KEIN PROBLEM...

Dann haben Sie auf unserer Beteiligungsseite zum Bewerbungsprozess jederzeit die Möglichkeit hierzu!

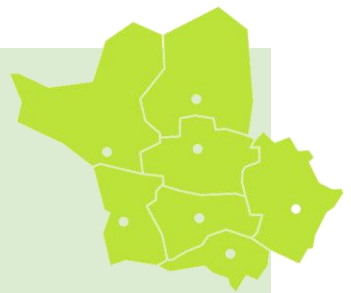
<https://adhocracy.plus/blr-ev/>



37

VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT UND IHRE GUTEN IDEEN!

WIR SEHEN UNS IN DEN WEITEREN WORKSHOPS...



Mühlenkreis
MINDEN-LÜBBECKE



38

LEADER...WAS IST DAS ÜBERHAUPT?

LEADER soll dazu beitragen die Lebensqualität in ländlichen Regionen zu verbessern und sie zukunftsfähig aufzustellen!

LEADER - ZIELE

- Anpassungen an den Klimawandel
- Umgang mit natürlichen Ressourcen
- Digitalisierung
- zukunftsgerechte Ausrichtung der Wirtschaft und Verminderung von Abhängigkeiten
- Stärkung des sozialen Miteinanders
- Sicherung der Daseinsvorsorge und zeitgemäßer Mobilität

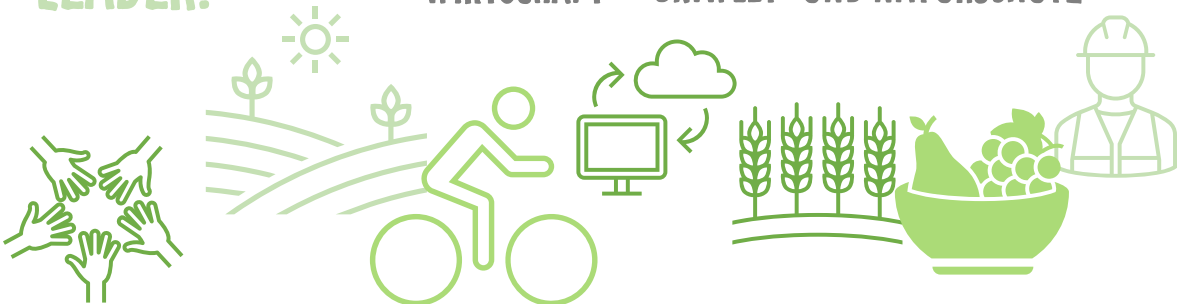
LEADER WERDEN! THEMEN-WORKSHOP IM „AUELAND“

39

LEADER...WAS IST DAS ÜBERHAUPT?

UND WAS KANN LEADER?

DIGITALISIERUNG TOURISMUS GEMEINSCHAFT MOBILITÄT
NAHVERSORGUNG NACHHALTIGKEIT KUNST & KULTUR
WIRTSCHAFT UMWELT- UND NATURSCHUTZ



LEADER WERDEN! THEMEN-WORKSHOP IM „AUELAND“

40



LEADER WERDEN! AUF IN DIE NEUE FÖRDERPERIODE

- Neubewerbung erforderlich durch Einreichung einer **R**egionalen **E**ntwicklungs**S**trategie (**RES**)
- Förderperiode offiziell: 2021-2027 (Umsetzung faktisch: 2023-2027)
- Regionseigenschaften: zusammenhängendes Gebiet; mind. 40.000, max. 150.000 Einw.
- Förderung: 2,3 Mio. € bis 3,1 Mio. €
- Fördersatz: max. 70 %; max. Projektförderung: 250.000 € mit kommunaler Kofinanzierung
- zusätzlich Regionalbudget (= 180.000 €/Jahr) zur Förderung von Kleinprojekten
- Region benötigt Lokale Aktionsgruppe (LAG) als steuerndes Gremium

LEADER WERDEN! THEMEN-WORKSHOP IM „AUELAND“