

LAG-Bewertungsverfahren	
Lokale Aktionsgruppe:	Chiemgauer Alpen
Projekttitle:	Umsetzung Markenprozess Chiemsee-Chiemgau
Antragsteller (ANSt)	Chiemgau Tourismus
Trägerschaft:	Haslacher Str. 30
(Antragsteller= Betreiber)	83278 Traunstein

Bewertung nach dem Kriterienkatalog der Region:

Prüfung:	Erfüllungs-Grad	Punkte-Wertung
1. Nachhaltigkeits-Check	11	5
2. Programm-Check	23	10
3. Prozess-Check	26	12
Erreichte Punktwertung ohne Zusatzwertung	60	27
4. Zusatzwertung	9	4
Erreichte Punktwertung mit Zusatzwertung	69	31

Das Projekt ist zur Förderung mit <u>einfacher</u> Zuwendung freigegeben	<input type="checkbox"/>
Das Projekt ist zur Förderung mit <u>höherer</u> Zuwendung freigegeben	<input type="checkbox"/>

Das Projekt liefert einen wertvollen Beitrag zur Lokalen Entwicklungsstrategie:	
Hauptsächlicher Beitrag zum Erreichen der LES-Ziele	
EZ.: 1.	„Attraktivitätssteigerung durch Entwicklung nachhaltiger Tourismus- und Naherholungsstrukturen zur Sicherung und Stärkung als führende Tourismus-Destination in den“
HZ.: 1.1	„Verbesserung von Organisationsstrukturen, der Kommunikation und Vermarktung in der Tourismusbranche“

Messbarkeit:			
Kr.*	Indikatoren	Wertung	Zeitraum
QK	Aufbau, Erarbeitung und Präsentation einheitlicher Vermarktungsplattformen	1	bis 2020
QK	Aufbau und Erarbeitung neuer, innovativer Vermarktungs- und Kommunikationsstrukturen	1	bis 2020
qk	Anzahl durchgeführter und abgeschlossener Projekte	1	bis 2020

Zusätzlicher Beitrag zum Erreichen der LES-Ziele		Qualität	Wert	Zeit
EZ.: 3.	„Erhaltung der regionalen Identität und Sicherung des gesellschaftlichen Miteinanders für eine gemeinsame Zukunft“			
HZ.: 3.2	„Förderung des gesellschaftlichen Miteinanders“			

Zusätzlicher Beitrag zum Erreichen der LES-Ziele		Qualität	Wert	Zeit
EZ.: 5.	„Steigerung der regionalen Wertschöpfung durch Stärkung lokaler Absatzmärkte, Sicherung regionaler Arbeitsplätze und Ansiedlung innovativer Unternehmen“			
HZ.: 5.2	„Verbesserung der lokalen Arbeitsbedingungen für Unternehmen und Private“			

1. Nachhaltigkeits-Check			
1. Die Maßnahme ist wirtschaftlich sinnvoll und ergiebig Mindestpunktzahl 1!!!	Wertung		
	Einschätzung	Wertung	Punkte
• Führt indirekt zu einer Wertschöpfung	1	1	1
• Führt direkt zu einer Wertschöpfung		2	0
• Führt direkt zu einer Wertschöpfung und induziert deutlichen Mehrwert		3	0
B: Ziel des Projekts ist es, den bisher vor allem auf Ebene der Region ausgerichteten Markenprozess weiter zu führen und stärker in die Umsetzung und Wirkung zu bringen. Das Projekt soll somit einen wichtigen Schritt hin zu einer nachhaltigen Umsetzung eines bestehenden Markenprozesses bewirken mit indirekter Wertschöpfung für die Region.			
2. Beitrag zum Umweltschutz Mindestpunktzahl 1 !!!	Wertung		
	Wertung	Wertung	Punkte
• neutraler Beitrag	1	1	1
• indirekter positiver Beitrag		2	0
• direkter positiver Beitrag		3	0
B: Das Projekt hat keinen direkten Bezug und Auswirkungen auf die Umwelt. Die Arbeitskreise thematisieren umweltrelevante Themen und Aspekte. Ihr Beitrag im vorliegenden Projekt ist als neutral zu betrachten.			
3. Beitrag zur Eindämmung des Klimawandels Anpassung an seine Auswirkungen Mindestpunktzahl 1 !!!	Wertung		
	Einschätzung	Wertung	Punkte
• neutraler Beitrag	1	1	1
• indirekter positiver Beitrag		2	0
• direkter positiver Beitrag		3	0
B: Das Projekt hat keinen direkten Bezug und Auswirkungen auf das Klima. Die Tätigkeiten der Arbeitskreise können langfristig einen Beitrag zum Thema Klima erbringen, in diesem Projekt ist dieser Beitrag eher als neutral zu bewerten.			
4. Bezug zum Thema „Demographie“ Mindestpunktzahl 1 !!!	Wertung		
	Einschätzung	Wertung	Punkte
• neutraler Beitrag		1	0
• indirekter positiver Beitrag	1	2	2
• direkter positiver Beitrag		3	0
B: Das Projekt hat keinen direkten Bezug und Auswirkungen auf die Demographie, dennoch stärkt es die regionale Identität und ist ein wichtiger Faktor in der Außenwahrnehmung und dem touristischen Marketing der Region. Da sich das Projekt direkt mit der Außendarstellung der Region beschäftigt, inwiefern regional typische Themen künftig in der Außendarstellung verwendet, zeigt das Projekt eine hohe Wirkung auf die regionale Identität. Insofern stärkt das Projekt indirekt positiv die regionale Identität aufgrund der Wahrnehmung von außen.			
Bewertung	Min	4	5
	Max	12	
		%	11

2. Programm-Check			
1. Innovativer Ansatz des Projekts	Wertung		
	Einschätzung	Wertung	Punkte
• lokal innovativer Ansatz		1	0
• regional innovativer Ansatz		2	0
• überregional innovativer Ansatz	1	3	3
<p>B: Der Umfang und der Grad der Einbeziehung und Zusammenarbeit zwischen einem Tourismusverband auf Landkreisebene, den Gemeinden und den in Themenarbeitskreisen und Strategischen Geschäftsfeldern mitwirkenden Akteuren ist in Bezug auf die Umsetzung, Implementierung und Abstimmung eines touristischen Markenprozesses über die Region und die teilnehmenden LEADER-Regionen hinaus innovativ.</p>			
2. Vernetzungsgrad	Wertung		
	Einschätzung	Wertung	Punkte
• <u>Geringe</u> Vernetzung zwischen Partnern/ Sektoren/ Projekten		1	0
• <u>Mittlere</u> Vernetzung zwischen Partnern/ Sektoren/ Projekten	1	2	2
• <u>Starke</u> Vernetzung zwischen Partnern/ Sektoren/ Projekten		3	0
<p>Akteure: In das Projekt werden die verschiedensten Akteure aus den beteiligten Kommunen, dem Landkreis Traunstein, den Mitwirkenden aus den Themenarbeitskreisen und den Strategischen Geschäftsfeldern einbezogen. Der Schwerpunkt liegt bei Akteuren aus den vielen mit dem Tourismus in Verbindung stehenden Bereichen.</p> <p>B: Sektoren: Das Projekt hat seinen Schwerpunkt klar im Tourismus. Je nachdem, mit welchem Gemeindegebiet oder touristischen Themenfeld man sich beschäftigt, werden zu den Workshops auch Vertreter aus dem Tourismus nahen Bereichen, wie der Wirtschaftsförderung, der Landwirtschaft, dem Kultur- oder Umweltbereich hinzugezogen.</p> <p>Projekte: Das Projekt „Umsetzung Markenprozess Chiemsee-Chiemgau“ baut auf den Ergebnissen der außerhalb von LEADER durchgeführten Markenbildung für den CT auf.</p>			
3. Grad der Bürgerbeteiligung	Wertung		
	Einschätzung	Wertung	Punkte
• nur bei Planung oder Umsetzung		1	0
• bei Planung und Umsetzung oder Betrieb	1	2	2
• bei Planung, Umsetzung und Betrieb		3	0
<p>Planung: Den Anstoß zum Projekt gaben die von verschiedenen Gemeinden, Akteuren aus dem Tourismus, in die Arbeit der Themenarbeitskreise und Geschäftsfelder einbezogenen Akteuren geäußerte Bedarf, die Ergebnisse des Markenprozesses weiter zu vertiefen. Über die Themenarbeitskreise und im direkten Austausch mit dem Chiemgau Tourismus haben Akteure aus dem Tourismusbereich Einfluss auf die Planung und Gestaltung des Projekts genommen.</p> <p>B: Umsetzung: In der Umsetzung des Projekts steht die gemeinsame Arbeit und Einbeziehung einer breiten Spanne von Akteuren aus den verschiedensten Tourismusbereichen im Vordergrund. Das Projekt ist mit der Arbeit in Workshops auf Einbindung und Zusammenarbeit ausgerichtet. Die für Gemeinden und Zusammenschlüsse zur touristischen Zusammenarbeit vorgesehenen Auftakt-workshops sollen eine breite Beteiligung ermöglichen, in den sonst vorgesehenen Workshops werden die mit dem Tourismus in Verbindung stehenden Akteure auf breiter Ebene eingebunden.</p>			
4. Bedeutung / Nutzen für das LAG-Gebiet	Wertung		
	Einschätzung	Wertung	Punkte
• nur lokale Bedeutung / Nutzen		1	0
• Bedeutung / Nutzen nur für Teile des LAG-Gebietes		2	0
• überregionale Bedeutung / Nutzen (für gesamtes LAG-Gebiet und darüber hinaus)	1	3	3
<p>Die Umsetzung des Markenprozess Chiemsee-Chiemgau betrifft durch die Zuständigkeit des Chiemgau Tourismus die Gemeinden des Landkreises und dabei auch annähernd alle Gemeinden der LAG Chiemgauer Alpen. Die Stärkung der Marke durch die breite Zusammenarbeit, Implementierung und Abstimmung mit den Gemeinden im Chiemgau und relevanten Akteure verstärkt die Wirkung weit über die LAG Chiemgauer Alpen und die beiden weiteren LAGen hinaus. Von der dadurch bewirkten höheren Wirkkraft profitieren insbesondere die starken Tourismusgemeinden insbesondere die der LAG Chiemgauer Alpen.</p>			
Bewertung	Min	4	10
	Max	12	
		%	23

3. Prozess-Check: Übereinstimmung mit den Entwicklungszielen der LAG			
3.1.	Beitrag zu Handlungsziel HZ 1.1 aus Entwicklungsziel EZ 1. <i>Mindestpunktzahl 1 !!!</i>	Einschätzung	Wertung Punkte
	• geringer messbarer Beitrag		1 0
	• mittlerer messbarer Beitrag	1	2 2
	• hoher messbarer Beitrag		3 0
B:	Der regionale Beitrag zur Umsetzung der LES im Entwicklungsziel „Attraktivitätssteigerung durch Entwicklung nachhaltiger Tourismus- und Naherholungsstrukturen zur Sicherung und Stärkung als führende Tourismus-Destination in den Bayerischen Alpen“ ist gut messbar, da ausgewählte Qualitäts- und Quantitätskriterien erfüllt werden.		
Indikator:	<u>Qualitätskriterien</u> Aufbau, Erarbeitung und Präsentation einheitlicher Vermarktungsplattformen Aufbau und Erarbeitung neuer, innovativer Vermarktungs- und Kommunikationsstrukturen <u>Quantitätskriterien</u> Anzahl durchgeführter und abgeschlossener Projekte		
3.2.	Budgetierung und Finanzrahmen des Projektes	Einschätzung	Wertung Punkte
	• Das geplante Projekt-Budget über LEADER liegt im Rahmen zur Verfügung stehender Mitteln der Gesamt-Strategie.	1	6 6
	• Das geplante Projekt-Budget gefährdet zu diesem Zeitpunkt die erfolgreiche Umsetzung der Gesamt-Strategie!		Keine FÖRDERUNG
3.2.	Projektentwicklung <u>dokumentiert!</u>	Einschätzung	Wertung Punkte
	• keine Projektentwicklung vorhanden		0 0
	• Schrittweise Entwicklung dokumentiert	1	1 1
	• Projekt aus Fachworkshop hervorgegangen und schrittweise weiterentwickelt		3 0
B:	siehe Projektbeschreibung S.2-5 mit 7		
3.4.	Umsetzungsstrategie <u>formuliert!</u>	Einschätzung	Wertung Punkte
	• keine Strategie abgegeben		0 0
	• grobe Strategie erstellt und eingereicht		1 0
	• aufwendige, schlüssige und vollständige Strategie	1	3 3
B:	siehe Projektbeschreibung S.3-5		
Bewertung		Min	7
		Max	15
		%	26

4. Zusatzwertung:		Zusätzlich erreichte Kriterien		
4.1.	Zusatzkriterium 1. Beitrag zu weiteren Entwicklungszielen	Zusatzwertung		
		Einschätzung	Wertung	Punkte
	• mittelbarer Beitrag zu <u>einem weiteren</u> Entwicklungsziel		1	0
	• mittelbarer Beitrag zu <u>zwei weiteren</u> Entwicklungszielen	1	2	2
	• mittelbarer Beitrag zu mehr als <u>2 weiteren</u> Entwicklungszielen		3	0
B:	Durch das Projekt wird das Entwicklungsziel 3. „Erhaltung der regionalen Identität und Sicherung des gesellschaftlichen Miteinanders für eine gemeinsame Zukunft“ sowie „Steigerung der regionalen Wertschöpfung durch Stärkung lokaler Absatzmärkte, Sicherung regionaler Arbeitsplätze und Ansiedlung innovativer Unternehmen“ verfolgt.			
4.2.	Zusatzkriterium 2. Beitrag zu weiteren Handlungszielen	Zusatzwertung		
		Einschätzung	Wertung	Punkte
	• messbarer Beitrag zu einem weiteren Handlungsziel		1	0
	• messbarer Beitrag zu zwei weiteren Handlungszielen	1	2	2
	• messbarer Beitrag zu mehr als <u>2 weiteren</u> Handlungszielen		3	0
B:	Durch das Projekt werden die Handlungsziele 3.2 „Förderung des gesellschaftlichen Miteinanders“ sowie 5.2 „Verbesserung der lokalen Arbeitsbedingungen für Unternehmen und Private“ erfüllt. Der regionale Beitrag ist messbar, da die Maßnahme Quantitäts- und Qualitätskriterien erfüllt.			
Indikator:	<u>Qualitätskriterium</u> Beteiligung wesentlicher Akteure/ Verbände Genossenschaften zur Entwicklung und Umsetzung Deutliche Verbesserung bestehender Angebote, Steigerung des regionalen Standards <u>Quantitätskriterium</u> Anzahl öffentlicher Berichterstattung Anzahl lancierter Projekte oder Initiativen			
Zusatzwertung		Min	0	
		Max	6	4
			%	9

Ergebnis Kriterienkatalog			
Einfach-Prüfung:		MAX	Wertung
1. Nachhaltigkeits-Check			
Punktwertung	P	12	5
Erfüllungsgrad	%	27	11
2. Programm-Check			
Punktwertung	P	12	10
Erfüllungsgrad	%	27	23
3. Prozess-Check			
Punktwertung	P	15	12
Erfüllungsgrad	%	33	26
Erreichte Punktwertung ohne Zusatzwertung			
	P	39	27
Erfüllungsgrad			
	%	87	60
		Maßgabe	Wertung
Mindestpunktzahl		P	20
Erfüllungsgrad Mindestwert		%	38
4. Zusatzwertung			
Punktwertung	P	6	4
Erfüllungsgrad	%	13	9
Erreichte Punktwertung mit Zusatzwertung			
	P	45	31
Erfüllung			
	%	100	69
		Maßgabe	Wertung
Förderwürdig bei Mindestwertung		P	20
Erfüllungsgrad (Mindestwert)		%	51
Das Projekt ist zur Förderung	nicht freigegeben	freigegeben	JA
		Maßgabe	Wertung
Förderwürdig für höhere Zuwendung		P	36
Erfüllungsgrad (Mindestwert)		%	80
Das Projekt ist zur Förderung mit höherer Zuwendung	nicht freigegeben	JA	freigegeben