



LEADER-Projektbeschreibung											
Lokale Aktionsgruppe:	Chiemgauer Alpen										
Projekttitel:	„Rindfleisch-LOKAL Chiemgau und Berchtesgadener Land“										
Antragsteller (ANSt) Trägerschaft:	Erzeugergemeinschaft für Schlachtvieh Traunstein w.V. Kotzinger Str. 9a D-83278 Traunstein										
	Kontakt: Hans Grabner										
	Tel.: +49 (0)8 61/ 1 20 41 FAX: +49 (0) 8 61/ 26 40 Mobil: +49										
	E-Mail: info@eg-traunstein.de										
Landwirtschaftliche Betriebsnummer	<table border="1" style="display: inline-table; text-align: center;"> <tr> <td>1</td><td>8</td><td>9</td><td>1</td><td>5</td><td>5</td><td>0</td><td>9</td><td>9</td><td>8</td> </tr> </table>	1	8	9	1	5	5	0	9	9	8
1	8	9	1	5	5	0	9	9	8		
Projektbetreiber (falls abweichend von ANSt)	s.o.										
Projektart	<input checked="" type="checkbox"/> Einzelprojekt <input type="checkbox"/> Kooperationsprojekt										
Kurzdarstellung des Projekts:											
<p>Gestaltung, Ausstattung und Einrichtung von Räumlichkeiten der Erzeugergemeinschaft Schlachtvieh in Traunstein für die Außendarstellung der Erzeugergemeinschaft, Fortbildung und Schulung sowie eine breit angelegte Öffentlichkeitsarbeit für den Dialog zwischen Produzenten und Verbrauchern.</p> <p>Im Rahmen von LEADER sollen umgesetzt werden:</p> <p><u>Gestaltung und Ausstattung von Schulungs- und Präsentations-Räumen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Verlegung eines strapazierfähigen Fußbodens im Erd- und Obergeschoss Vinyl HolzOptik (200m²), • Gestaltung des Eingangsbereiches im Erdgeschoss, • Einbau-Garderobe im Vorraum/ OG, • Gestaltung der Markenwelt im EG sowie OG mit diversem Inventar, Monitoren, Landschaftsbildern und Kreidetafeln für Präsentationen sowie • die Realisierung einer Schauküche mit entsprechenden Einbaugeräten. <p><u>Entwicklung, Gestaltung und Produktion eines Medien-Paktes für den Dialog und die Außendarstellung:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Erstellung von drei Dia-Shows, zwei Videos und sieben interaktiven Animationen zu diversen Themen der nachhaltigen Rindfleisch-Produktion, -Vermarktung und -Verwertung • Erstellung von Printmedien, Broschüre (Markenwelt EG Traunstein) und von zwei Rezeptsammlungen (Rindfleisch richtig kochen/ Rezepte Bauernküche) sowie • Abwicklung und technische Umsetzung der Filme und Dia-Shows über die Monitore/ digitale Führung 											
Umsetzungszeitraum / Realisierung (Zeitplan):											
Voraussichtlicher Beginn: Juli 2020	Voraussichtlicher Abschluss: Dezember 2021										
Kostenkalkulation:											
Kostenplan:	<table style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>Nettokosten: 265.717,48 €</td> <td>MwSt. 50.486,32 €</td> <td>Bruttokosten 316.203,80 €</td> </tr> </table>	Nettokosten: 265.717,48 €	MwSt. 50.486,32 €	Bruttokosten 316.203,80 €							
Nettokosten: 265.717,48 €	MwSt. 50.486,32 €	Bruttokosten 316.203,80 €									
Beitrag zur Lokalen Entwicklungsstrategie der Chiemgauer Alpen:											
Das Projekt liefert einen wertvollen Beitrag zum Entwicklungsziel (EZ)	EZ.-Nr.: 2.										
und hat den größten Bezug dem Handlungsziel (HZ)	HZ.-Nr.: 2.1										



PROJEKT-Darstellung:

Projekt-Lage:

Maßnahmen des Projektes finden in der Großen Kreisstadt Traunstein statt, Auswirkungen nimmt es auf Flächen der Landkreise Traunstein und Berchtesgadener Land sowie Teilbereiche der Landkreise Rosenheim, Mühldorf und Erding.

Projektziele:

- Anschauliche Darstellung von Vermarktungsmöglichkeiten, Produktaufbereitung sowie Erklärung der Produktionsbedingungen bei den Landwirten in der Region,
- Fachliche Aufbereitung von regionalen Produktkreisläufen (Primärproduktion, Biodiversität, Transport, Klimarelevanz),
- Ausarbeitung von Schulungs- und Präsentationsmaterialien,
- Steigerung und Bewusstseinsbildung bei der lokalen Bevölkerung,
- Deutliche Verbesserung des Images von regionalem Rindfleisch,
- Neukunden- Abnehmergewinnung aus dem regionalen Raum,
- Steigerung der Selbstvermarktung von Rindfleisch in Südostbayern,
- Verbesserung der Kommunikation zwischen den Mitgliedern aus den Regionen der EG Traunstein sowie Verbandsführung zu Ihren Mitgliedern,
- Intensivierung der Zusammenarbeit mit regionalen Akteuren der Landwirtschaft (Vereinen, Verbänden und Verwaltung AELF's), regionalen Betrieben der Fleischverwertung, diversen Nutzergruppen (Gastronomie, Hotellerie, Gastgeberverbände, DEHOGA), Multiplikatoren und Verbrauchern (Schulen und Kindergärten).

Ausführliche Projektbeschreibung:

Hintergrund:

Die Erzeugergemeinschaft für Schlachtvieh Traunstein w.V. (EG Traunstein) ist eine Selbsthilfeorganisation der Schlachtrind erzeugenden Landwirte im Großraum der südostbayerischen Landkreise Berchtesgaden, Altötting, Mühldorf am Inn, Rosenheim, Erding und Traunstein. Mit 2.450 Mitgliedsbetrieben ist dieser Zusammenschluss eine starke Vermarktungsgemeinschaft von Kleinbauern und Rinderzüchtern entlang des nördlichen Alpenkamms und des Alpenvorlandes.

Wesentliches Ziel der letzten Jahre war die Vermittlung des Schlachtviehs der angeschlossenen Erzeuger vornehmlich an den Fleischgroßhandel (98% ca. 250 Rinder/ Tag) und zu geringen Anteilen die Abgabe an Selbstvermarkter der Region (2% ca. 4 Rinder/ Tag). Um den aktuellen Hygienevorschriften wie auch den bürokratischen Ablauf zu gewähren musste die EG Traunstein die Zentrale am Schlachthof ausbauen und Kapazitäten erweitern.

Der Schlachthof in Traunstein ist der einzige Schlachtbetrieb Süddeutschlands, der zu 100% in der Hand der Mitgliedsbetriebe und damit Landwirten ist (Erzeugergemeinschaft). Aktuell nehmen die EG und der Schlachthof an folgenden Qualitätssicherungsprogrammen teil:

- Siegel „ohne Gentechnik“ VLOG genfrei!
- Bayern OX
- QS
- Best Beef
- Europäisches Bio-Siegel
- Certified Angus Beef Germany

Entwicklungsschritte:

Die Erzeugergemeinschaft für Schlachtvieh Traunstein w.V. (EG) verfolgt das Ziel der nachhaltigen Nutzung der Ressource „Rindfleisch“. Zur Erreichung dieser Ziele arbeitet die EG mit ihrem Sitz in der Großen Kreisstadt Traunstein und dem eigenen Schlachthof bereits eng mit der Fleischwirtschaft (Fleischgroßhandel und lokale Abnehmer) zusammen. Zur künftigen Sicherstellung eines nachhaltigen



Produktes (Rindfleisch) und der Steigerung des regionalen Produktes vor Ort, sieht die EG über das eigentliche Kerngeschäft hinaus die Notwendigkeit, drei verschiedene Maßnahmen zur Umsetzung zu bringen:

Bereitstellung einer Verwertungsstraße für Selbstvermarkter entsprechend aktuell gültiger Hygienevorschriften. Zur Aufrechterhaltung einer nachhaltigen Rindfleisch-Produktion und Vermarktung sieht die EG aktuell auch die Aufgabe, die regionale Abnahme durch die Mitgliedsbetriebe und Selbstvermarkter sicherzustellen. Für diesen Zwecke müssen am Standort Traunstein nachgelagert vom Schlachtbetrieb Installationen entsprechend aktuell bestehender Hygienevorschriften durchgeführt werden, um die Verwertung von Rindfleisch durch Selbstvermarkter zu ermöglichen.

Zur Sicherung und Stärkung der Selbstvermarktung wie die Bereitstellung einer Verwertungsstraße für die Selbstvermarkter waren die nachfolgenden Umbaumaßnahmen nötig

- Erstellung eines Arbeitsraumes zwischen Schlachthof und Abtransport mit Zerwirkeinheit – Tischen sowie notwendigen Maschinen und Arbeitsmaterialien (ca. 32,32m²),
- Installation der Kühlung 1. für 8-10 Rinderhälften (ca. 10,61m²),
- Installation der Kühlung 2. für abgepackte und aufbereitete Waren (ca. 4,15m²),
- Verladung über eine Schleuse von Zerwirkraum/ Kühlung (ca. 12,12m²)
- Übergaberaum als Laden zur öffentlichkeitswirksamen Darstellung (ca. 12,12m²)
- Transportbahnen durch alle Räume der Rindfleischverwertung
- Die Bereitstellung von Umkleide mit Spinden, sanitären Einrichtungen mit Hygiene-Schleuse (ca. 19m²).

Diese Maßnahmen sollen nicht im Rahmen vom LEADER gefördert werden. Ergänzend zu diesen Einrichtungen sollen jedoch die folgenden zwei Maßnahmen-Pakete zur Umsetzung kommen:

1. Planung und Gestaltung von Präsentations- und Schauräumen für die Außendarstellung der EG und zu Schulungszwecken bezüglich Verwertung von Rindfleisch.

Ergänzend zu der Sicherstellung der regionalen Rindfleischvermarktung durch Selbstvermarkter beabsichtigt die EG öffentlichkeitswirksame Maßnahmen durchzuführen, um einen Dialog zwischen Rindfleischproduzenten und Verbraucher zu starten. Eine besondere Rolle kommt dabei der geschmackvollen Darstellung der Produktionsschritte vom Hof/ Almflächen bis hin zum Endprodukt zu. Zum einen sollen entsprechende Räumlichkeiten bereitgestellt und ausgestaltet werden, um verschiedene Zielgruppen zu empfangen. Darüber hinaus, sollen und müssen entsprechende öffentlichkeitswirksame Materialien erarbeitet, entwickelt und produziert werden, um die Außendarstellung zu vervollständigen.

2. Entwicklung, Produktion von öffentlichkeitswirksamen Maßnahmen für den Dialog zwischen Produzenten und Verbraucher sowie die technische Umsetzung der örtlichen Präsentationsflächen.

Für die Außendarstellung der Rindfleischproduktion, Vermarktung sowie Präsentation der EG-Traunstein, den Mitgliedern und Zulieferern, ist umfangreiches mediales Material (Print sowie Bild- und Filmmaterial) notwendig. Zum einen soll dabei die Arbeit und Vernetzung der EG Traunstein dargestellt werden. Zum anderen steht das Produkt „heimisches, lokales Rindfleisch“ im Vordergrund. Von der Produktion, den Flächen und Regionen, den verschiedenen Vieharten sowie den unterschiedlichen Verwertungsmöglichkeiten der Fleischstücke sollen Informationen anschaulich und zielgruppengerecht entwickelt und produziert werden.

Projektbestandteile und Maßnahmen, die mit LEADER gefördert werden sollen:

1. Planung und Gestaltung von Präsentations- und Schauräumen:

Um Zielgruppen wie Mitgliedsbetriebe, Großkunden, Gruppen und Schülergruppen zu empfangen, Informationsveranstaltungen und Ausstellungen zu organisieren und abzuhalten wie auch Lehrgänge durchzuführen, sind nachfolgende Räumlichkeiten und Bereiche zu gestalten:

- Verlegung eines strapazierfähigen Fußbodens (Vinyl/ Fliesen HolzOptik auf rund ca. 195m²) im Erd- und Obergeschoss, um Gäste (Partner, Kunden, Schulklassen und Gruppen) in angemessener Räumlichkeit zu empfangen.



- Gestaltung des Eingangsbereiches im Erdgeschoss mit Sitzgelegenheiten und Tischchen, Stele in Betonoptik mit integriertem Bildschirm sowie Kreidetafel-Wand, um Informationen/ Illustrationen entsprechend zu präsentieren und ein angenehmes Klima zu erzeugen (18,80m²)
- Gestaltung des Übergangsräum im OG (33,87 m²): Der offene und freundlich gestaltete Raum ist ausgestattet mit Touchscreen 50 zum Schwenken und bietet Platz für eine dynamische Präsentation des Unternehmens. Hinterleuchtete Bilder mit Motiven der Region stellen einen engen Bezug zum Produktionsraum „Alpenland“ her. Hinter einer Kreidetafel befindet sich die Garderobe für die Kleidung der Gäste.
- Gestaltung der Markenwelt im OG auf insgesamt 49,09m². Zur Realisierung soll ein Schulungs- und Eventbereich mit Stehtischen und Hocker, drei schwenkbaren Touchscreens 50“, einem Touchscreen 86“ mit Wandmontage mit Kreidetafel und Illustrationen sowie Brüstungsgeländer und Beton-Sitzbank kommen. Das außergewöhnliche Ambiente sollen allen Zielgruppen ein angenehmes Umfeld bieten, um sich mit den Themen der Rindfleischvermarktung zu beschäftigen sowie verschiedene Veranstaltungen mit Kunden und Gästen durchzuführen. Über Monitore können Informationen zur EG- Traunstein sowie der Landwirtschaft und der Produktion von Rindfleisch wiedergegeben werden und die Kochveranstaltungen aus der Schauküche verfolgt werden.
- Realisierung einer großzügig gestalteten Schauküche (61.25 m²) mit entsprechenden Einbaugeräten Herde und Ofen, Spüle Spülmaschine, Kühlschränke, Weinkühler wie auch Verkostungstresen mit Stehpult. Über zwei Kameras wird das Geschehen aufgezeichnet und im Schulungsraum/ Markenwelt übertragen. In der Küche können Schulungen zur Verwertung von Rindfleisch gegeben werden (Verwertung aller Teile, Saisonale Küche – Grillen, Suppen, Winter Frühling, Sommer, Herbst etc.).

2. Entwicklung, Produktion von öffentlichkeitswirksamen Maßnahmen:

Um auf die verschiedenen Zielgruppen wie Mitgliedsbetriebe, Großkunden, Gruppen und Schülergruppen einzugehen und Lehrgänge zu informieren, müssen ausgewählte Themen recherchiert, medial aufbereitet und entsprechendes Material produziert werden.

Die Präsentationen sollen über die installierten Monitore der Markenwelten ausgespielt und hausinternen Schulungen weitergegeben werden. Printmedien werden im Haus aufgelegt und stehen für die Außendarstellung bereit. Im Zuge des Medianpaketes sind nachfolgende Bausteine vorgesehen:

- Erstellung von drei Dia-Shows zur Kurzdarstellung der EG-Traunstein deren Aufgaben gestern und heute, verschiedener Rinderrassen und deren Zuchtgeschichte sowie des regionalen, nationalen und internationalen Rindfleischmarkt.
- Erstellung von zwei Videos zu den Themen Erzeuger und ihre Aufgaben (Tierhaltung-Tierwohl und aktuelle Tendenzen) sowie dem „richtigen“, bewussten und ausgewählten Erwerb von Rindfleisch, Erkennung von Qualitätsmerkmalen, Bestimmung von Reifungsgraden und Rindfleischmerkmalen.
- Erstellung von sieben interaktiven Animationen zu diversen Themen der nachhaltigen Rindfleisch-Produktion, -Vermarktung und -Verwertung (Darstellung des Lebenszyklus vom Zweinutzungs- und Zuchtrind, verschiedene Qualitätsprogramme, die Produkte der Rinderverwertung, die Verwertbarkeit der Körperteile, den Schlachtprozess, die Rindfleisch-Küche).
- Entwicklung und Erstellung von drei Printmedien einer Broschüre in einer Auflage von 10.000 Stück zur Markenwelt der EG Traunstein, einer Rezeptsammlung im Format DIN A5 zu 10.000 Stück sowie einem handlichen Buch zur Rindfleisch-Küche und Rindfleischverwertung, die unentgeltlich abgegeben werden.
- Ausarbeitung eines Führungskonzeptes für diverse Zielgruppen Mitglieder und Fachleute, Multiplikatoren und Erwachsene, Kinder. Der bereitzustellende Content berücksichtigt die von unterschiedlichen Zielgruppen ausgehenden didaktischen, methodischen und dramaturgischen Anforderungen an die Inhalte. Die Zielgruppen werden im Wesentlichen nach Konsumenten/Laien und Fachleuten unterschieden. Kernzielgruppen sind:
 - Schüler Grundschule ab Klasse 7,
 - Schüler Mittelschule bis Abitur,
 - Auszubildende Fleischverarbeitung, Fleischverkauf,
 - Auszubildende Landwirtschaft,
 - Fachkräfte Fleischverarbeitung, Fleischverkauf,
 - Fachkräfte Landwirtschaft,
 - Studierende und akademische Fachkräfte Landwirtschaft,



- Studierende und akademische Fachkräfte Lebensmittelherstellung,
- Konsumenten.



PROJEKT- Auswahl: (Beitrag zur Erreichung der LES-Ziele/ Kernkriterien der Projektauswahl)

NACHHALTIGKEITS – Check

Erwartete nachhaltige Wirkung/ Sicherung von Betrieb und Nutzung des Projekts:

Durch die öffentlichkeitswirksamen Maßnahmen gelingt es erstmalig, den täglichen Schlachtbetrieb entsprechend den Bedürfnissen/ Befürchtungen der Gesellschaft aufzubereiten und in einem außergewöhnlichen Ambiente zu vermitteln.

Die Maßnahmen führen zu einer erheblichen Verbesserung der Außendarstellung und führen mit der Zeit zur deutlichen Steigerung der Akzeptanz des Schlachtbetriebes. Darüber hinaus führen sie in der Bevölkerung/bei den Besuchern und Gästen zur Bewusstseinsbildung bezüglich der regionalen Rindfleischhaltung, -nutzung und -verwertung - Wertschöpfung.

Aufgrund der professionellen Aufarbeitung und Präsentation des Führungskonzeptes wird der gesamte regionale Produktzyklus erstmalig fachmännisch aufbereitet und dem Endverbraucher verständlich gemacht.

Die Öffentlichkeitsarbeit um das Produkt „regionales Rindfleisch“ wird von der EG betrieben und entsprechend auf neuesten Stand gehalten und aktualisiert.

Bezug des Projekts zum Thema „Umwelt“:

Im Zuge der öffentlichkeitswirksamen Maßnahmen wird ein enger Bezug zu den Produzenten (Almbauern und Landwirte) sowie dem Produktzyklus (Almflächen und Landwirtschaft) hergestellt. Im Zuge dieser Maßnahmen wird die Umwelt und wertvolle Rolle der Alm- und Landwirtschaft als „Landschaftsgestalter“ thematisiert.

Eine Steigerung der Akzeptanz vom Schlachtprozess und der Rindfleischvermarktung führt zur Steigerung der Nachfrage nach regionalem Rindfleisch, welches Almbauern und Landwirten künftig eine Planungssicherheit geben wird.

Das positive Resultat aus dieser Art der Aufklärung könnte die Erhöhung des Weideviehs oder den Erhalt des aktuellen Niveaus von Weidevieh auf den Almen nach sich ziehen. Landschaftspflege durch Beweidung wird einer Wiederbewaldung von wertvollem Offenland (Almflächen) entgegenwirken und künftig ganz wesentlich zum Erhalt der Biodiversität führen.

Bezug des Projekts zum Thema „Klima“:

Das Projekt wirkt sich keinesfalls negativ auf das Klima auf. Die Nutzung des heimischen Rindes wird zwar Thema der Präsentationen sein, führen jedoch nicht zu nennenswerten positiven Änderungen im Bereich Klima, so dass der Beitrag als neutral zu bewerten ist.

Bezug des Projekts zum Thema „Demographie“:

Durch die Maßnahmen wird eine Bewusstseinsbildung bezüglich des Markts für Rindfleisch stattfinden. Durch ein besseres Verständnis der Landwirtschaft wird auch das Berufsbild der Alm- und Landwirt beeinflusst, was sich positiv auf eine Hofübergabe auswirken wird und den negativen Folgen des demographischen Wandels in der Landwirtschaft entgegenwirkt.

Die Maßnahmen führen zu einer erheblichen Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der EG Traunstein und steigern die sogenannten „weichen“ Standortfaktoren an der Zentrale.

Fortbildungsmaßnahmen und Informationsmaterialien bei Produktionszyklus fernen Zielgruppen (Multiplikatoren, Schülern und Gruppen) führen zur Bewusstseinsbildung nachhaltig erzeugter Produkte der Region.



PROGRAMM – Check

Innovative Aspekte des Projekts:

Die EG Traunstein ist aktuell eines der wenigen deutschen und bayerischen Vermarktungsnetzwerke mit Schlachtbetrieb, welches sich in Bauernhand befindet. Über das eigentliche Kerngeschäft hinaus beteiligt sich die EG mit Ihrer Erfahrung auf dem Markt aktiv an der Öffentlichkeitsarbeit.

Vergleichbare öffentlichkeitswirksame Maßnahmen sind bayernweit einzigartig. Sowohl die geschmackvoll gestalteten Räumlichkeiten, die bewusstseinsbildenden Maßnahmen wie auch Möglichkeiten der Fortbildung (Zerwirkraum und Schauküche) sind aktuell einmalig. Die Gestaltung, das Ambiente und beabsichtigte Veranstaltungen werden neue richtungsweisende Maßstäbe setzen.

Vernetzung des Projekts in der Region / ggf. überregionale Vernetzung:

Vernetzung auf den drei Ebenen Akteure, Sektoren, Projekte:

Das Projekt unterstützt die bereits engen Beziehungen von Produzenten und Abnehmern der EG Traunstein. Darüber hinaus ermöglicht es die Geschäftsbeziehungen und Zusammenarbeit zwischen den Akteuren des Marktes Unternehmen, Zulieferern sowie Mitgliedsbetrieben erheblich zu verbessern.

Eine enge Zusammenarbeit vom nahegelegenen Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten hilft gemeinsame Ziele zu verfolgen und regionale Standards zu setzen.

In Absprache mit der Wirtschaftsförderung des Landkreises ermöglicht die Maßnahme (Ladentheke) eine willkommene Verbindung von Produzenten, Handwerksberufen (Köche, Metzgerei) und Endverbraucher aus der Tourismusbranche (Sektoren des Produzenten und Konsumenten).

Schulungs- und Schauräume stellen wichtige Bausteine dar, die Teilnahme an verschiedenen Projekten darzustellen sowie Produktions-Bereiche und Schritte zu vermitteln.

Einbindung von Bürgern, Vereinen etc. in das Projekt:

Bereits im Rahmen der Lokalen Entwicklungsstrategie 2014 beteiligte sich die EG Traunstein an der Entwicklung eines Gemeinschaftsprojektes zur Verbesserung der öffentlichen Wahrnehmung von Alm-, Land- und Forstwirtschaft (Dialog Landwirtschaft Produzent-Verbraucher). Mit dem vorliegenden Projekt und Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit nimmt die EG-Traunstein den Bürgerwillen der LAG Chiemgauer Alpen auf und bietet eine herausragende Basis für einen engen Bürgerdialog im Themenbereich „Rindfleisch“ Entwicklungsziel 2 Handlungsziel 2.1 Verbesserung der öffentlichen Wahrnehmung von Alm-Landwirtschaft und Forsten.

Gleichermaßen führen die Maßnahmen zur Ertüchtigung von Produktion und Vermarktung alm-, land- und forstwirtschaftlicher Produkte, wodurch ein weiterer Baustein der in der LAG niedergeschriebenen Ziele seine Erfüllung erfährt Entwicklungsziel 2 Handlungsziel 2.2 Ertüchtigung von Produktion und Vermarktung alm-landwirtschaftlich und forstwirtschaftlicher Produkte und 2.4 Sicherung der Alm-Landwirtschaft und Forsten in den Chiemgauer Alpen.

Öffentlichkeitswirksame Bereiche sind nach der Umsetzung für die Bevölkerung und den Bürger auf Anfrage zugänglich und erlebbar.

Bedeutung des Projekts für das LAG-Gebiet:

Wesentliche Ziele der in der LES niedergeschriebenen Strategie werden durch die vorgesehenen Maßnahmen erfüllt. „Verbesserung der öffentlichen Wahrnehmung von Alm-, Land- und Forstwirtschaft“ „Ertüchtigung von Produktion und Vermarktung alm-, land- und forstwirtschaftlicher Produkte“ sowie die „Steigerung der regionalen Wertschöpfung“ führen zu wertvollen Ergebnissen der Arbeit im LAG-Gebiet. Darüber hinaus führt die Maßnahme zu einer Leuchtturmwirkung über das Gebiet der LAG in die Nachbarregionen Berchtesgadener Land, Rosenheim, Erding, Mühldorf am Inn und Altötting hinaus.



Umsetzungs-Schritte:

Meilenstein:	Zeitraum:	Mögliche Präsentation:
1. Projektstart bei Zuwendungsbescheid	Mitte des 2. Quartals 2020	Gemeinsamer Pressetermin mit teilnehmenden Kommunen
2. Vergabe der Dienstleistungen	Mitte des 2. Quartals 2020	Pressetermin mit ausgesuchten Dienstleistern
3. Abschluss	Ende des 2. Quartals 2022	Präsentation der Ergebnisse mit Presseartikel

Kalkulierte Kosten:

Posten	Kosten
Raumkonzept, Markenwelten und Schulungsküche	187.642,48 €
Medienarbeiten	78.075,00 €
	Gesamt netto 265.717,48 €
	MwSt. 19% 50.486,32 €
	Gesamt brutto 316.203,80 €

Finanzierungsplan:

Finanzierungsbeiträge	Betrag
Gesamtkosten siehe Kostenkalkulation (Brutto)	316.203,80 €
Mehrwertsteueranteil (19%)	50.486,32 €
Gesamtkosten siehe Kostenkalkulation (Netto)	265.717,48 €
Förderfähige Kosten	265.717,48 €
Eigenmittel des Projektträgers:	
Eigene Finanzmittel	236.488,56 €
Geplante LEADER-Förderung (30%):	
LEADER-Förderung	79.715,24 €
Gesamtsumme Netto	265.717,48 €
Mehrwertsteueranteil (19%)	50.486,32 €
Gesamtsumme (Brutto)	316.203,80 €



Übersicht – Beitrag zur Lokalen Entwicklungsstrategie (LES)			
Bezug zur Lokalen Entwicklungsstrategie (LES)			
Das Projekt	ist im LES enthalten <input checked="" type="checkbox"/> Es beinhaltet Ziele und Maßnahmen des im LES niedergeschriebenen Konzeptes		ist neu <input type="checkbox"/>
Einordnung unter Entwicklungsziel/e (EZ) mit Handlungsziel/en (HZ):			
<input type="checkbox"/>	EZ	1.	„Attraktivitätssteigerung durch Entwicklung nachhaltiger Tourismus- und Naherholungsstrukturen zur Sicherung und Stärkung als führende Tourismus-Destination in den Bayerischen Alpen“
<input type="checkbox"/>	HZ	1.1	„Verbesserung von Organisationsstrukturen, der Kommunikation und Vermarktung in der Tourismusbranche“
<input type="checkbox"/>	HZ	1.2	„Qualitätssicherung des Angebotes - Attraktivitätssteigerung von bestehenden Freizeiteinrichtungen bis hin zur Qualifizierungsmaßnahmen“
<input type="checkbox"/>	HZ	1.3	„Entwicklung, Planung und Gestaltung von nachhaltigen Nutzungsansätzen zur deutlichen Verbesserung touristischer Infrastruktur im Natur-, Kultur- und Lebensraum für ALLE – Gäste und Einheimische“
<input type="checkbox"/>	HZ	1.4	„Optimierung, Ertüchtigung und Bereicherung vorhandener Basisinfrastruktur in Natur-, Kultur- und Lebensraum durch innovative Ansätze“
<input checked="" type="checkbox"/>	EZ	2.	„Sicherung und Stärkung der Alm-, Land- und Forstwirtschaft zur Wahrung und Erhalt der Landeskultur, dem Lebensraum sowie Gebietskulisse Chiemgauer Alpen“
<input checked="" type="checkbox"/>	HZ	2.1	„Verbesserung der öffentlichen Wahrnehmung von Alm-, Land- und Forstwirtschaft“
<input checked="" type="checkbox"/>	HZ	2.2	„Ertüchtigung von Produktion und Vermarktung alm-, land- und forstwirtschaftlicher Produkte“
<input type="checkbox"/>	HZ	2.3	„Sicherung der wertvollen traditionellen alpinen Bauweise“
<input checked="" type="checkbox"/>	HZ	2.4	„Sicherung des Alm- und Forstbetriebs in den Chiemgauer Alpen“
<input checked="" type="checkbox"/>	EZ	3.	„Erhaltung der regionalen Identität und Sicherung des gesellschaftlichen Miteinanders für eine gemeinsame Zukunft“
<input type="checkbox"/>	HZ	3.1	„Sicherung, Erhalt und Dokumentation des kulturellen Erbes“
<input checked="" type="checkbox"/>	HZ	3.2	„Förderung des gesellschaftlichen Miteinanders“
<input type="checkbox"/>	HZ	3.3	„Sicherung der Daseinsvorsorge in Zeiten des demographischen Wandels“
<input type="checkbox"/>	EZ	4.	„Umsetzung einer klimaneutralen Heimat und mobilen Destination Chiemgauer Alpen“
<input type="checkbox"/>	HZ	4.1	„Förderung, Steigerung lokaler Energiequellen und Nutzung regenerativer Energie“
<input type="checkbox"/>	HZ	4.2	„Förderung der Mobilität in den Chiemgauer Alpen“
<input type="checkbox"/>	HZ	4.3	„Förderung der ELEKTRO-Mobilität in den Chiemgauer Alpen“
<input checked="" type="checkbox"/>	EZ	5.	„Steigerung der regionalen Wertschöpfung durch Stärkung lokaler Absatzmärkte, Sicherung regionaler Arbeitsplätze und Ansiedlung innovativer Unternehmen“
<input type="checkbox"/>	HZ	5.1	„Steigerung der regionalen Wertschöpfung“
<input checked="" type="checkbox"/>	HZ	5.2	„Verbesserung der lokalen Arbeitsbedingungen für Unternehmen und Private“



PROZESS – Check: Bezug zur Lokalen Entwicklungsstrategie (LES)			
Das Projekt liefert einen wertvollen Beitrag zur Lokalen Entwicklungsstrategie:			
Es erfüllt das Entwicklungsziel (EZ)		EZ.-Nr.:	2.
„Sicherung und Stärkung der Alm-, Land- und Forstwirtschaft zur Wahrung und Erhalt der Landeskultur, dem Lebensraum sowie Gebietskulisse Chiemgauer Alpen“			
Es hat dabei einen Bezug zu dem Handlungsziel (HZ):			
„Ertüchtigung von Produktion und Vermarktung alm-, land- und forstwirtschaftlicher Produkte“		HZ.-Nr.:	2.2
Messbarkeit:			
Kr.*	Indikatoren	Wertung	Zeitraum
QK	Deutliche Verbesserung bestehender Angebote, Steigerung des regionalen Standards	1	bis 2020
qk	Anzahl durchgeführter und abgeschlossener Projekte	1	bis 2020
ZUSATZWERTUNG:			
Darüber hinaus liefert das Projekt weitere Beiträge zur Lokalen Entwicklungsstrategie:			
Zusätzliche Beitrag zum Entwicklungsziel (EZ)		EZ.-Nr.:	2.
„Attraktivitätssteigerung durch Entwicklung nachhaltiger Tourismus- und Naherholungsstrukturen zur Sicherung und Stärkung als führende Tourismus-Destination in den Bayerischen Alpen“.			
„Verbesserung der öffentlichen Wahrnehmung von Alm-, Land- und Forstwirtschaft“		HZ.-Nr.:	2.1
„Sicherung des Alm- und Forstbetriebs in den Chiemgauer Alpen“		HZ.-Nr.:	2.4
Messbarkeit:			
Kr.*	Indikatoren	Wertung	Zeitraum
QK	Entwicklung und Umsetzung gemeinsamer Öffentlichkeitsarbeit mit flächendeckendem Auftritt	1	bis 2020
QK	Aufbau und Erarbeitung neuer, innovativer Ansätze	1	bis 2020
Zusätzliche Beitrag zum Entwicklungsziel (EZ)		EZ.-Nr.:	3.
„Erhaltung der regionalen Identität und Sicherung des gesellschaftlichen Mit-einanders für eine gemeinsame Zukunft“			
Es hat dabei einen Bezug zu dem Handlungsziel (HZ):		HZ.-Nr.:	3.2
„Förderung des gesellschaftlichen Miteinanders“			
Messbarkeit:			
Kr.*	Indikatoren	Wertung	Zeitraum
QK	Beteiligung wesentlicher Akteure zur Entwicklung und Umsetzung	1	bis 2020
Zusätzliche Beitrag zum Entwicklungsziel (EZ)		EZ.-Nr.:	5.
„Sicherung und Stärkung der Alm-, Land- und Forstwirtschaft zur Wahrung und Erhalt der Landeskultur, dem Lebensraum sowie Gebietskulisse Chiemgauer Alpen“			
Es hat dabei einen Bezug zu dem Handlungsziel (HZ):		HZ.-Nr.:	5.2
„Verbesserung der lokalen Arbeitsbedingungen für Unternehmen und Private“			
Messbarkeit:			
Kr.*	Indikatoren	Wertung	Zeitraum
QK	Deutliche Verbesserung bestehender Angebote/ Strukturen Steigerung des regionalen Standards	1	bis 2020



Ergänzende Unterlagen zum Projekt:		
• Projekt-Entwicklung ist als Anlage Teil der Projektskizze (Aufnahme A-Punkte)		<input checked="" type="checkbox"/>
• Projekt-Umsetzungsplanung ist als Anlage Teil der Projektskizze		<input checked="" type="checkbox"/>
• Kostenplanung ist als Anlage Teil der Projektbeschreibung		<input checked="" type="checkbox"/>
• Stellungnahmen sind als Anlage Teil der Projektskizze	Anzahl:	<input type="checkbox"/>

Geplante Finanzierung:

Unter Vorbehalt der LEADER-Förderung stimmt die Erzeugergemeinschaft Schlachtvieh in Traunstein EG der Umsetzung des Projektes „Fleischvermarktung Chiemgau und Berchtesgadener Land“ nach den vorliegenden Planungsunterlagen zu.

Die EG Traunstein übernimmt an der kalkulierten **Gesamtsumme von 316.203,80 € brutto** und **förderfähigen Kosten von 265.717,48 € netto** nach Abzug der zu erwartenden **Förderung durch das LEADER-Förderprogramm von 79.715,24 € netto** insgesamt **bis zu maximal 240.000,00 € brutto**.

Darüber hinaus verpflichtet sich die EG Traunstein nach Umsetzung der Einrichtungen, die **Pflege und Unterhalt im Rahmen der Zweckbindungsfrist** von 12 Jahren beginnend ab dem Datum des Auszahlungsbescheides der Schlusszahlung zu gewährleisten und **zu übernehmen**.

Traunstein, den 08.05.2020
 Ort, Datum

 Projektträger