REGIONALentwicklung
Limburg-Weilburg e.V.

Externe Evaluierung der Umsetzung der Lokalen Entwicklungsstrategie (LES) der LEADER-Region Limburg-Weilburg

November 2025

Bischoff & Partner

REGIONALentwicklung Limburg-Weilburg e.V.

Externe Evaluierung der Umsetzung der Lokalen Entwicklungsstrategie (LES) der LEADER-Region Limburg-Weilburg

Kofinanziert von der europäischen Union

HESSEN

Und mit Mitteln des Landes Hessen im Rahmen des GAP-Strategieplans 2023-2027

Dieser Code führt direkt zum GAP-Strategieplan 2023-2027 in Hessen.

HESSEN GAP-STRATEGIEPLAN 2023-2027

www.eler.hessen.de

Hessisches Ministerium für Landwirtschaft und Umwelt, Weinbau, Forsten, Jagd und Heimat

November 2025

Auftraggeber: **REGIONALentwicklung Limburg-Weilburg e.V.**

Schiede 43
65549 Limburg

Auftragnehmer: **Bischoff & Partner eGbR**
Inhaber: Dr. U. Wendt und Dipl.-Ing. agr. J. Rössler

Erfurter Str. 1
65549 Limburg a.d. Lahn
Tel. 06431 / 47624 I Fax 06431 / 477 993

www.bischoff-u-partner.de

Bearbeitung: Viola Krieger, M.Sc.
Sonja Dimter, M.Sc.

Bischoff & Partner

1 EINLEITUNG ... 1
1.1 Ziel ... 1
1.2 Methodik ... 1
2 ORGANISATORISCHER AUFBAU DER LAG ... 1
2.1 Vorstand ... 2
2.2 Entscheidungsgremium ... 2
2.3 Regionalmanagement ... 3
2.3.1 Aufgaben ... 3
2.3.2 Personalausstattung ... 3
2.3.3 Qualität ... 3
3 PROJEKTBERATUNG UND -AUSWAHL ... 3
3.1 Projektberatung ... 3
3.2 Projektauswahl ... 4
4 ZIELSETZUNG UND ZIELERREICHUNG ... 4
4.1 Fördermitteleinsatz ... 4
4.1.1 Gewichtung der Handlungsfelder ... 5
4.1.2 Umsetzungsstand nach Handlungsfeldern ... 5
4.1.3 LEADER-Projekte ... 6
4.1.4 Regionalbudget-Projekte ... 6
4.2 Inhaltliche Ziele ... 7
4.2.1 Ergebnisse des Workshops ... 7
5 PARTIZIPATION UND EINBINDUNG ... 15
5.1 Beteiligung am LEADER-Prozess ... 15
5.2 Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit ... 16
5.2.1 Perspektive des Entscheidungsgremiums ... 16
5.2.2 Perspektive der Projektträger:innen ... 17
5.2.3 Zufriedenheit mit der Öffentlichkeitsarbeit und Präsenz der LAG ... 17
6 FAZIT ... 18
7 HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN ... 19
7.1 Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation ... 19
7.2 Finanzplanung ... 19
7.3 Regionalbudget ... 20
7.4 Transparenz ... 20
7.5 Entwicklungsstrategie ... 20

Abbildungen

Abbildung 1: Regionale Verteilung der LEADER-Projekte 6
Abbildung 2: Regionale Verteilung der Regionalbudget-Projekte 7
Abbildung 3: Beteiligte am LEADER-Prozess (Ergebnis des Workshops am 16.09.2025) 15
Abbildung 4: Vernetzung der LAG (Ergebnis des Workshops am 16.09.2025) 16
Abbildung 5: Kommunikationswege und -formate (Ergebnis des Workshops am 16.09.2025) 16
Abbildung 6: Informationskanäle zum LEADER-Programm (Ergebnis des Workshops am 16.09.2025) 17

Tabellen

Tabelle 1: Gewichtung der Handlungsfelder gemäß LES im Vergleich mit der Verteilung des tatsächlichen Fördermitteleinsatzes bis November 2025 5
Tabelle 2: Umsetzungsstand der Handlungsfelder 6
Tabelle 3: Zielerreichung und -überprüfung für Handlungsfeld 1 8
Tabelle 4: Zielerreichung und -überprüfung für Handlungsfeld 2 10
Tabelle 5: Zielerreichung und -überprüfung für Handlungsfeld 3 11
Tabelle 6: Zielerreichung und -überprüfung für Handlungsfeld 4 13
Tabelle 7: Kooperationsvorhaben: Aktueller Stand und Ausblick 14
Tabelle 8: Leuchtturmprojekte: Aktueller Stand und Ausblick 14
Tabelle 9: Startprojekte: Aktueller Stand und Ausblick 14
Tabelle 10: Zufriedenheit mit der Öffentlichkeitsarbeit und Präsenz der LAG in den verschiedenen Medien 18

Anlagen

Ergebnisse der Online-Befragung der Projektträger:innen
Fotoprotokoll des Bilanzierungsworkshops

1 EINLEITUNG

Die Region Limburg-Weilburg wurde zum 1. Januar 2023 erneut als LEADER-Region für die Förderphase 2023 bis 2027 anerkannt. Für das Jahr 2025 ist vonseiten des Landes Hessen eine externe Evaluierung aller hessischen LEADER-Regionen festgesetzt. Dazu hat der Verein Regionalentwicklung Limburg-Weilburg e.V. als Träger der LEADER-Region am 28. Juli 2025 das Büro Bischoff & Partner aus Limburg beauftragt.

Im vorliegenden Bericht sind die Ergebnisse der Evaluierung zusammenfassend dargestellt.

1.1 Ziel

Im Rahmen der externen Evaluierung soll der Prozess der Umsetzung der Strategie von 2023 bis Mitte 2025 überprüft und bewertet werden. Ziel ist es, die Aktualität der Strategie, die Effizienz der Arbeit der Lokalen Aktionsgruppe (LAG), die Beteiligung am LEADER-Prozess sowie die Information, Kommunikation und Vernetzung zu bewerten.

1.2 Methodik

Die Evaluierung umfasst drei Bausteine: die Analyse vorliegender Daten, die Befragung von Projektträger:innen und die Beteiligung der Mitglieder des Entscheidungsgremiums in einem Workshop-Format. Zur Datenanalyse wurden die Jahresberichte 2023 und 2024, aktuelle Projektinformationen aus dem Jahr 2025 sowie die Ergebnisse der Selbstevaluierung herangezogen. Der Untersuchungszeitraum umfasst die Zeitspanne von 01.01.2023 bis 30.09.2025.

Auf Basis der Erkenntnisse aus der Datenanalyse fand am 16. September 2025 ein vierstündiger Workshop mit den Mitgliedern des Entscheidungsgremiums und dem Regionalmanagement statt. Neben der Zielerreichung der LES wurden hier auch die Themen Information und Kommunikation bearbeitet. Die Projektträger:innen[1] von LEADER- und Regionalbudget-Projekten der Jahre 2023 und 2024 wurden zudem mittels einer Online-Umfrage einbezogen. Vom 10. bis 22. Oktober 2025 hatten insgesamt 28 Projektträger:innen die Möglichkeit, sich zu beteiligen.

Die vorliegende Evaluation konzentriert sich auf die Zielerreichung gemäß LES sowie auf Strukturen und Prozesse der Region. Eine vertiefte Wirkungsanalyse der einzelnen Projekte – etwa hinsichtlich langfristiger Effekte oder quantitativer Wirkungen auf die regionale Entwicklung – war nicht Gegenstand der Untersuchung.

2 ORGANISATORISCHER AUFBAU DER LAG

Der Verein Regionalentwicklung Limburg-Weilburg e.V. bildet die Lokale Aktionsgruppe und ist damit Träger der LEADER-Region Limburg-Weilburg. Im Jahr 2024 zählte der Verein 44 Mitglieder. Organe des Vereins sind die Mitgliederversammlung, der Vorstand und das Entscheidungsgremium.

In den Jahresberichten ist beschrieben, dass innerhalb des Vereins Unterausschüsse oder Expertengruppen eingesetzt werden können, um bestimmte Aufgaben zu erledigen. Im Berichtszeitraum waren jedoch keine Ausschüsse, Arbeitsgruppen oder Expertengruppen tätig. In Satzung und LES finden sich hierzu keine Erläuterungen.

[1] Bei Regionalbudget-Projekten handelt es sich im Sinne der LEADER-Richtlinie um „Letztempfänger/innen“, da die Lokale Aktionsgruppe in diesem Fall als „Projektträgerin“ fungiert. Im Folgenden wird der Begriff „Projektträger:innen“ jedoch sowohl für Letztempfänger:innen des Regionalbudgets als auch für LEADER-Projektträger:innen verwendet.

2.1 Vorstand

Der Vorstand besteht gemäß Satzung aus fünf Personen (Vorsitz, zwei Stellvertretungen, Kassierer:in, Schriftführer:in) und wird für zwei Jahre gewählt. Frauen und Männer sollen gemäß Satzung gleichermaßen berücksichtigt werden.

Im Berichtszeitraum besteht der Vorstand aus dem ersten Kreisbeigeordneten des Landkreises Limburg-Weilburg (Vorsitzender), der Bürgermeisterin der Gemeinde Hünfelden (stellv. Vorsitzende), dem Bürgermeister der Gemeinde Dornburg (stellv. Vorsitzender), einer Vertreterin der regionalen Bankwirtschaft (Kassiererin) und dem Direktor der Kreisvolkshochschule (Schriftführer).

2.2 Entscheidungsgremium

Das Entscheidungsgremium wird durch die Mitgliederversammlung gewählt und entscheidet in Sachen Projektauswahl unabhängig vom Vorstand. Vertreter:innen des öffentlichen Sektors dürfen im Entscheidungsgremium nicht mehr als 49 Prozent der Stimmen haben. Weiter ist in der Satzung festgelegt, dass „nach Möglichkeit Frauen und Männer gleichermaßen berücksichtigt werden“ und, dass mindestens eine junge Person, die zu Beginn der Förderperiode unter 40 Jahre alt war, Mitglied des Gremiums ist. Die Größe des Gremiums ist nicht durch die Satzung festgelegt, gemäß LES sind jedoch 12 Personen vorgesehen. Gemäß LES besteht das Entscheidungsgremium aus

- 4 Vertreter:innen des öffentlichen Sektors
  (2 Vertreter:innen des Kreistags, 2 Vertreter:innen von Kommunen),
- 4 Wirtschafts- und Sozialpartner:innen
  (jeweils ein:e Vertreter:in eines Kreditinstituts, der Industrie- und Handelskammer, der Landwirtschaft und der Kreisvolkshochschule), sowie
- 4 Vertreter:innen der Zivilgesellschaft
  (jeweils ein:e Vertreter:in einer Kulturvereinigung, der Landfrauen, des Naturschutzes und aus dem Bereich Gesundheit).

Ergänzend zur Satzung hat sich das Entscheidungsgremium eine Geschäftsordnung gegeben, in der die Arbeitsweise und Entscheidungsfindung festgelegt ist. Hier finden sich Regelegungen zu Umlaufverfahren, zum Umgang mit Interessenkonflikten, zur Vertretungsregelung und Transparenz.

In den Jahresberichten 2023 und 2024 ist dargelegt, dass das Entscheidungsgremium entsprechend der Vorgaben der LES mit 12 Personen besetzt ist. Fünf der 12 Mitglieder des Gremiums sind weiblich. Auch bei Nachwahlen in das Entscheidungsgremium bleibt die beschriebene Zusammensetzung konstant.

Das Quorum des öffentlichen Sektors wird somit eingehalten. Die in der Vereinssatzung angestrebte Geschlechterparität wird hier jedoch nicht gänzlich erreicht.

Das Entscheidungsgremium tagt bei Bedarf, jedoch mindestens viermal pro Kalenderjahr. In 2023 und 2024 kam das Entscheidungsgremium jeweils fünf Mal zusammen. Zur Frage, wie zufrieden die Mitglieder des Entscheidungsgremiums mit der Häufigkeit der Sitzungen seien, antworten diese bei der Selbstevaluierung 2024 mit *gut* (Note 1,9). Die Entscheidungsfindung bei der Projektbewertung und die Zusammensetzung des Gremiums bewerten sie ebenfalls mit *gut* (Note 1,7 bzw. 2,0).

2.3 Regionalmanagement

2.3.1 Aufgaben

Die Aufgabe des Regionalmanagements ist die Umsetzung der Lokalen Entwicklungsstrategie. Dazu gehört die Beratung von Projektträger:innen sowie die Unterstützung des Vorstands und des LEADER-Entscheidungsgremiums des Vereins Regionalentwicklung Limburg-Weilburg e.V. Konkret bedeutet dies die Vorbereitung, Moderation und Nachbereitung von Sitzungen der LAG bzw. des Entscheidungsgremiums sowie die Kontaktpflege mit politischen, wirtschaftlichen, kulturellen und gesellschaftlichen Entscheidungsträger:innen auf Regions-, Landes-, Bundes- und EU-Ebene, ebenso wie mit den Nachbarregionen und der Bewilligungsstelle. Eine weitere Aufgabe ist die Öffentlichkeitsarbeit der LEADER-Region. Die Arbeit des Regionalmanagements wird in Form von Jahresberichten dokumentiert.

2.3.2 Personalausstattung

Für die Durchführung des Regionalmanagements wurde die Wirtschaftsförderung Limburg-Weilburg-Diez GmbH beauftragt. Im Berichtszeitraum 2023/2024 bilden zwei Personen mit insgesamt 1,2 Vollzeit-Arbeitskräften (AK) das hauptverantwortliche Management. Diese werden im Jahr 2023 unterstützt von zwei Verwaltungskräften mit zusammen 1,2 AK; im Jahr 2024 von einer Verwaltungskraft mit 1,0 AK. Insgesamt reduziert sich die Personalausstattung des Regionalmanagements von 2,4 AK im Jahr 2023 auf 2,2 AK in 2024.

2.3.3 Qualität

Die Arbeit des Regionalmanagements inklusive der Vor- und Nachbereitung der Sitzungen wurde von den Mitgliedern des Entscheidungsgremiums in der Selbstevaluierung 2024 als *gut* bewertet. Im Rahmen der externen Evaluierung 2025 wurden zudem die Projektträger:innen befragt. Diese bewerteten die Beratung und Begleitung durch das Regionalmanagement ebenfalls als *gut* (Note 1,8). 88 Prozent der Befragten gaben an, dass sie sich bei keinem Punkt im Beratungsprozess mehr Unterstützung gewünscht hätten.

3 PROJEKTBERATUNG UND -AUSWAHL

3.1 Projektberatung

Die Projektberatung ist eine der Hauptaufgaben des Regionalmanagements. Diese findet bilateral mit Projektträgerinnen und Projektträgern statt. Bei Bedarf wird die Bewilligungsstelle beratend hinzugezogen. Zusätzlich war das Regionalmanagement beispielsweise im April 2024 bei einem Infoforum präsent und stand dort für Beratungen und Unterstützung bei der Beantragung von Fördermitteln zur Verfügung.

Als erster Anlaufpunkt für Informationen zur LEADER-Förderung dient die Webseite der Lokalen Aktionsgruppe. Hier stehen zahlreiche Dokumente zur Information und Vertiefung zur Verfügung. Als Einstieg zur LEADER-Projektberatung dient der „LEADER 5-Punkte-Check“. Ein Dokument zum Verfahrensablauf informiert über die verschiedenen Schritte von der Kontaktaufnahme mit dem Regionalmanagement (Schritt 1) bis hin zur Projektumsetzung (Schritt 8).

Unter dem Menüpunkt „Downloads“ finden sich weitere Förderunterlagen für LEADER und das Regionalbudget. Darunter beispielsweise Checklisten für öffentliche Träger, Unternehmen, Privatpersonen und Vereine. Hier sind zum einen Unterlagen benannt, die für die Bewerbungsphase beim Regionalmanagement vorliegen müssen sowie zusätzlich Unterlagen, die für die formale Antragstellung *nach* Auswahl durch das Entscheidungsgremium notwendig sind. Des Weiteren ist der Link zum LaWiLe-Portal (Online-Plattform zur Antragstellung)

genannt. Bei Fragen wird auf das Regionalmanagement und die Bewilligungsstelle verwiesen. Dieses Dokument ist dem Aufbau und Inhalt nach für Projektträger geeignet, deren Vorhaben bereits durch das Entscheidungsgremium für eine Förderung ausgewählt wurde. Sowohl Regionalmanagement als auch Bewilligungsstelle werden auf der Webseite als Ansprechpartner für Förderanträge und Fragen rund um LEADER benannt.

3.2 Projektauswahl

Die Projektauswahl obliegt gemäß Vereinssatzung dem Entscheidungsgremium. Die Auswahl und Bewertung von Projekten erfolgt stets auf Grundlage des vom Verein festgelegten Katalogs an Projektauswahlkriterien. Der Katalog besteht, wie seitens des Landes Hessen vorgegeben, aus elf unterschiedlichen Sets an Projektauswahlkriterien für LEADER-Projekte. Für das Regionalbudget gelten separate Auswahlkriterien. Die obligatorischen und nicht veränderbaren Auswahlkriterien für LEADER-Projekte wurden teilweise um regionsspezifische fakultative Kriterien ergänzt. Die Gewichtung wurde aus der jeweiligen Bedeutung des Themas in der Gebietsanalyse und Zielhierarchie der LES abgeleitet. Die Spanne reicht von einer maximal möglichen Gesamtpunktzahl von 12 Punkten bis zu 60 Punkten für die am höchsten priorisierten Themen. Mit den gültigen Projektauswahlkriterien scheinen die Mitglieder der LAG zufrieden, denn bei der Selbstevaluierung 2024 haben 74 % der teilnehmenden Mitglieder angegeben, dass der gültige Projektauswahlkriterienkatalog nicht verändert werden soll. Gleiches gilt auf für die Kriterien des Regionalbudgets. Hier gaben 65 % der Teilnehmenden an, dass eine Veränderung nicht notwendig sei. Die Projektauswahlkriterien sollen im Zuge der Aktualisierung der Webseite der LAG zeitnah zum Download bereitgestellt werden.

Mitglieder des Entscheidungsgremiums, die selbst als Projektträger auftreten oder in anderer Weise befangen sein könnten, sind grundsätzlich von Beratung und Beschlussfassung zum jeweiligen Projekt ausgeschlossen. Die Dokumentation von Interessenkonflikten muss gemäß Prüfcheckliste zum Jahresbericht 2024 angepasst werden, da jedes Mitglied des Entscheidungsgremiums projektbezogen mit eigenhändiger Unterschrift bestätigen muss, ob ein Interessenkonflikt vorliegt oder nicht.

4 ZIELSETZUNG UND ZIELERREICHUNG

4.1 Fördermitteleinsatz

Bei Erarbeitung der LES stand der Region aufgrund von Größe und Einwohnerzahl ein kalkulatorischer Bewirtschaftungsplafonds in Höhe von 4.725.000 € für die Förderperiode 2023-2027 in Aussicht. Davon wurden 716.500 € für die laufenden Kosten reserviert, sodass sich für die LEADER-Region Limburg-Weilburg ein Projektbudget in Höhe von 4.008.500 € ergab. Im Frühjahr 2025 wurden seitens des Landes die Planungsbudgets aller hessischen LEADER-Regionen aufgrund von gebundenen und nicht-gebundenen Ausgaberesten sowie Reduzierung der Bundesmittel (GAK) gekürzt. Das Projektbudget der Region Limburg-Weilburg beläuft sich auf nunmehr 3.546.605 €, was einer rechnerischen Kürzung um rund 11,5 % entspricht.

Seit Beginn der Förderperiode 2023-2027 wurden in der LEADER-Region Limburg-Weilburg zahlreiche Projekte beraten. Davon wurden gefördert:

- 11 LEADER-Projekte (Fördermitteleinsatz: 1.185.578 €)
- 39 Regionalbudget-Projekte (Fördermitteleinsatz: 290.645 €)

Insgesamt wurden Fördermittel in Höhe von **1.476.223 €** für Projekte zur Umsetzung der Lokalen Entwicklungsstrategie bewilligt.

4.1.1 Gewichtung der Handlungsfelder

In der LES wurde das Projektbudget in unterschiedlicher Gewichtung auf die Handlungsfelder verteilt. Das Handlungsfeld „Naherholung und ländlicher Tourismus“ bildet in der Strategie der Region mit vorgesehenen 40 % der Projektmittel einen deutlichen Schwerpunkt, gefolgt vom Handlungsfeld 1 (Daseinsvorsorge) mit 30 %. Die verbleibenden 30 % teilen sich auf die Handlungsfelder 2 (Wirtschaft, 20 %) und 4 (Bioökonomie, 10 %) auf.

In der Umsetzung bildet das Handlungsfeld „Naherholung und ländlicher Tourismus“ ebenso einen ausgeprägten Schwerpunkt. In dieses Handlungsfeld fallen 51 % der bis dato verausgabten Fördermittel. Der Blick auf die übrigen Handlungsfelder zeigt, dass es bei allen Handlungsfeldern Abweichungen nach unten oder oben gibt (siehe Tabelle 1). Insgesamt zeigt sich jedoch, dass der tatsächliche Fördermitteleinsatz der Priorisierung der LES folgt.

Eine Herausforderung bildet das Handlungsfeld „Bioökonomie“. Diesem wurden die wenigsten Mittel zugedacht, doch ist es bisher nicht gelungen, hier ein Projekt in die Förderung zu bringen.

Tabelle 1: Gewichtung der Handlungsfelder gemäß LES im Vergleich mit der Verteilung des tatsächlichen Fördermitteleinsatzes bis November 2025

Nr.	Bezeichnung des Handlungsfelds	Gewichtung gem. LES	Verteilung des tatsächlichen Fördermitteleinsatzes	
			LEADER-Projekte	LEADER-Projekte und Regionalbudget
1	Gleichwertige Lebensverhältnisse für Alle - Daseinsvorsorge	30 %	20 %	36 %
2	Wirtschaftliche Entwicklung und regionale Versorgungsstruktur	20 %	16 %	13 %
3	Naherholung und ländlicher Tourismus	40 %	64 %	51 %
4	Bioökonomie - Anpassungsstrategien zu einem nachhaltigen Konsumverhalten	10 %	0 %	0 %

4.1.2 Umsetzungsstand nach Handlungsfeldern

Von dem avisierten Projektbudget von rund 4 Mio. € wurden im Untersuchungszeitraum Projekte mit insgesamt rund 1,48 Mio. € gefördert. Bezogen auf das reduzierte Projektbudget ergibt sich ein Umsetzungsgrad von 42 %. Bei Betrachtung des Gesamtbudgets – inklusiver laufender Kosten – ergibt sich ein Umsetzungstand von 51 %.

Betrachtet man die Handlungsfelder einzeln, zeigt sich eine sehr heterogene Umsetzung. Während in den Handlungsfeldern 1 und 3 jeweils etwas mehr als die Hälfte der Mittel belegt werden konnten, liegen die Handlungsfelder 2 und 4 deutlich hinter den Planungen. Im Handlungsfeld 4 (Bioökonomie) wurde bislang kein Projekt umgesetzt (siehe Tabelle 2).

Tabelle 2: Umsetzungsstand der Handlungsfelder

	Geplanter Förder-mitteleinsatz gemäß LES	**Geplanter Fördermit-teleinsatz gemäß LES, *gekürzt um 11,52 %***	**Fördermitteleinsatz 2023-2025**	**Umsetzungs-grad**
Handlungsfeld 1	1.105.000,00 €	977.672,08 €	531.295,25 €	54 %
Handlungsfeld 2	889.500,00 €	787.003,90 €	189.297,00 €	24 %
Handlungsfeld 3	1.550.000,00 €	1.371.395,22 €	755.631,00 €	55 %
Handlungsfeld 4	464.000,00 €	410.533,80 €	0,00 €	0 %
Gesamt	**4.008.500,00 €**	**3.546.605,00 €**	**1.476.223,25 €**	**42 %**

4.1.3 LEADER-Projekte

Im Betrachtungszeitraum wurden 11 LEADER-Projekte ausgewählt und mit einer Zuwendung von insgesamt 1.185.578 € bedacht. 31 % der Fördermittel gingen an private Träger, die übrigen 69 % an öffentliche Träger.

Bei der räumlichen Verteilung der Fördermittel ist eine deutliche Konzentration auf die Städte Weilburg und Bad Camberg festzustellen (vgl. Abbildung 1). In diesen Kommunen werden 7 der 11 bewilligten LEADER-Projekte umgesetzt und nehmen mit rund 1,1 Mio. € etwa 93 % der LEADER-Fördermittel in Anspruch. Deutlich kleinere Fördersummen gingen nach Beselich, Hünfelden, Weilmünster und Weinbach. In 11 Kommunen, und damit in mehr als der Hälfte der Region, wurden in der laufenden Förderperiode bislang keine Projekte gefördert.

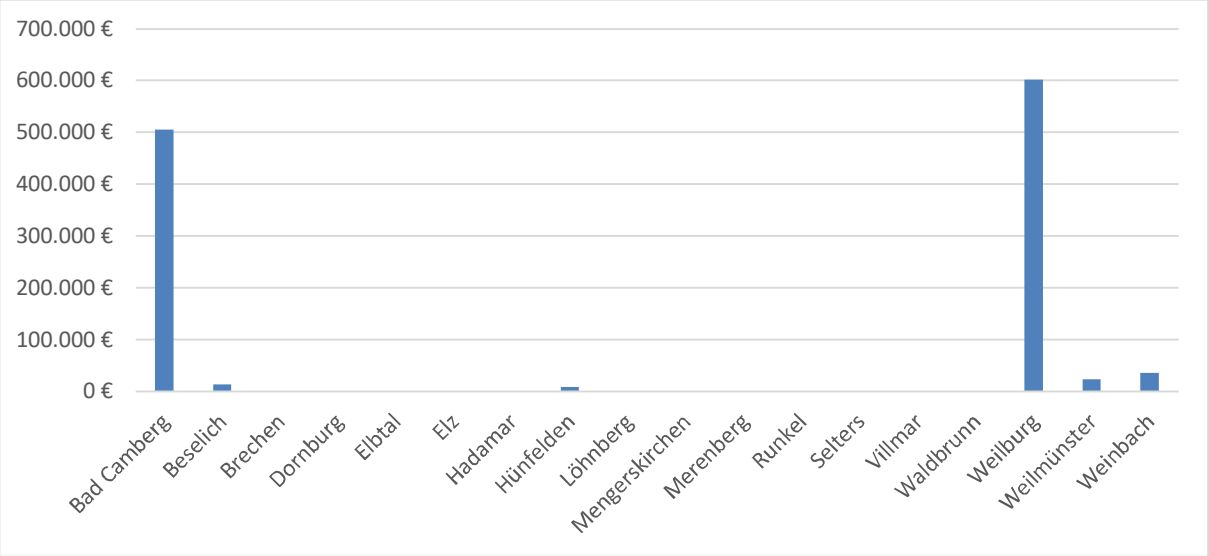


Abbildung 1: Regionale Verteilung der LEADER-Projekte

4.1.4 Regionalbudget-Projekte

Die Region hat in den Jahren 2023, 2024 und 2025 je einen Förderaufruf zur Umsetzung des Regionalbudgets veröffentlicht. Insgesamt wurden in drei Jahren 39 Projekte mit 290.645 € gefördert. Unter den Projektträgern sind zahlreiche Vereine, aber auch einige Kommunen. Die regionale Verteilung ist deutlich ausgewogener als bei den LEADER-Projekten (siehe Abbildung 2). Dennoch lassen sich Schwerpunkte erkennen. So wurden in den Gemeinden Dornburg, Selters und Hünfelden überdurchschnittlich viele Projekte gefördert. In der Stadt Runkel und den Gemeinden Waldbrunn und Weinbach wurden hingegen keine Regionalbudget-Projekte umgesetzt.

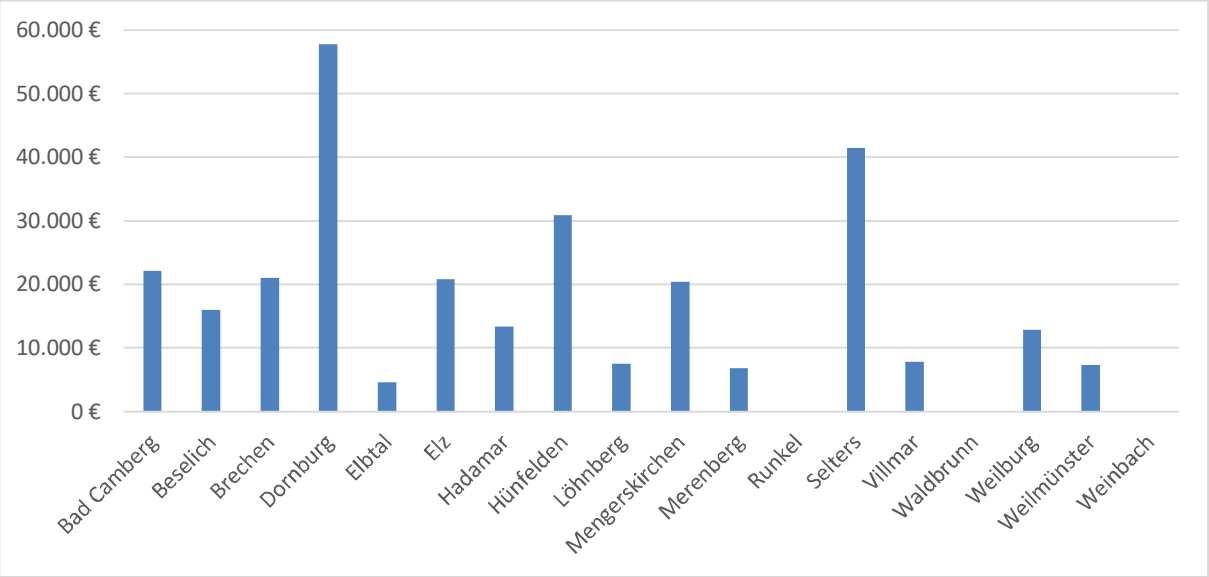


Abbildung 2: Regionale Verteilung der Regionalbudget-Projekte

Eine Besonderheit bei der Durchführung des Regionalbudgets in dieser LEADER-Region liegt darin, dass die LAG nicht per se über eine ausreichende Finanzausstattung zur Übernahme des regionalen Eigenanteils (10 % der Fördersumme) verfügt. Entsprechend haben sich die Kommunen grundsätzlich bereit erklärt, die jeweiligen Eigenanteile für Anträge von Letztempfängern aus ihren Gebietskulissen zu leisten. In Einzelfällen funktioniert dies nicht, sodass alternative Finanzierungsmöglichkeiten aufgetrieben werden. Zur Sicherung der eigenen Liquidität lässt sich die LAG inzwischen von allen Letztempfängern die Übernahme des Eigenanteils bestätigen. Dies bedeutet einen zusätzlichen administrativen Aufwand für die LAG, die den Zahlungsverkehr überwachen muss.

4.2 Inhaltliche Ziele

Die Ziele der LES Limburg-Weilburg und, welche Ziele bereits erreicht wurden, wurde intensiv im Rahmen des Bilanzierungsworkshops am 16. September 2025 diskutiert. Ausgangslage war eine grundsätzliche Zustimmung zur LES: Bei der Selbstevaluierung 2024 wurde die Ausrichtung auf die Gegebenheiten der Region als *gut* (Note 2,3) eingeschätzt. Die bis 2024 geförderten Projekte trugen nach Empfinden der LAG *gut* (Note 2,3) zur Umsetzung der Strategie bei. Insgesamt wurde die Umsetzung bis zum Zeitpunkt der Selbstevaluierung als ebenfalls als *gut* (Note 2,4) bewertet.

Jedem Handlungsfeld ist in der LES ein strategisches Ziel zugeordnet. Dieses wiederum wird konkretisiert durch mehrere Handlungs- und SMART[2]-Ziele. Einige dieser Ziele wurden über LEADER- oder Regionalbudget-Projekte erreicht, andere wurden unabhängig von einer Förderung erreicht und sind somit nicht vollständig in der Dokumentation der LEADER-Region abgebildet.

4.2.1 Ergebnisse des Workshops

Im Rahmen des Evaluierungsworkshops wurden die in der LES festgehaltenen Ziele diskutiert sowie nach Wissen des Regionalmanagements und der Mitglieder des Entscheidungsgremiums ergänzt, welche Aktivitäten in der Region zur Zielerreichung beitragen oder beigetragen haben. Dabei steht die inhaltliche Ausrichtung eines Projekts im Vordergrund, nicht die formale Zuordnung per Richtlinie. Projekte, die handlungsfeldübergreifend wirken, können zur

[2] SMART: Spezifisch, Messbar, Attraktiv, Realistisch, Terminiert

Zielerreichung unterschiedlicher Ziele beitragen. Da die LES eine Gesamtstrategie für die Region ist und über den LEADER-Ansatz hinausgeht, sind die Einschätzung und die Lokalkenntnis der Workshop-Teilnehmenden essenziell.

Die Workshop-Teilnehmer diskutierten auf Basis eines Auszugs aus der LES mit strategischen Zielen, Handlungszielen und SMART-Zielen, ob Ziele beizubehalten, zu ergänzen oder zu streichen sind. Ergänzungen und Anpassungen sind in den folgenden Tabellen blau hervorgehoben.

4.2.1.1 Handlungsfeld 1: Gleichwertige Lebensverhältnisse für „ALLE“ - Daseinsvorsorge

Das strategische Ziel „Die Region sichert den vorhandenen, guten Standard für Versorgung und Mobilität ab und bietet Entwicklung gemäß den heutigen Ansprüchen und Bedarfen“ wird konkretisiert in fünf Handlungszielen. Zur messbaren Zielerreichung dienen acht SMART-Ziele. Davon wurden von 2023 bis 2025 sechs erreicht (mit oder ohne LEADER), ein Ziel wurde teilweise erreicht. Ein SMART-Ziel wurde bisher nicht erreicht.

Einen Überblick über die in der laufenden Förderperiode bislang umgesetzten Projekte – zugeordnet zu den entsprechenden SMART-Zielen – findet sich in Tabelle 3. Aus dieser Status-Quo-Analyse sowie der Diskussion im Workshop werden unter der Tabelle handlungsfeldspezifische Handlungsempfehlungen formuliert.

Tabelle 3: Zielerreichung und -überprüfung für Handlungsfeld 1

Handlungsziele	**SMART-Ziele**	**Zuordenbare Projekte und Workshop-Ergebnisse** (Ergänzungen, Änderungen)	**Umgesetzt**
Jede/r Bürger*in soll die für seine Lebenssituation passende Wohnform finden und nutzen können.	2 Informationskampagnen (2024 und 2026)	• Umgesetzt ohne Förderung: Bündnis „Bezahlbarer Wohnraum“ trägt zur Zielerreichung bei • Vernetzung mit bestehenden Gruppen/Bündnissen statt eigener Projekte	Ja – ohne LEADER
	1 gefördertes Konzept (2024)		Ja – ohne LEADER
Wir unterstützen dabei vor allem die Bedürfnisse junger Menschen, die in ihr Berufs- und Familienleben starten, sowie die älterer Menschen, deren Lebenssituation sich verändert.	1 Informationsveranstaltung Jugendliche (2025)	Aktivitäten der OloV-Gruppe	Ja – ohne LEADER
	1 Informationsveranstaltung Senioren (2025)		Nein
Bürger*innen und Gäste sollen in unserer Region bestmöglich versorgt sein, sich hier wohlfühlen, hier gerne leben oder sie gerne besuchen. Dazu unterstützen wir die Schaffung multifunktionaler Treffpunkte vor Ort, kombiniert mit Einzelhandel und Gastronomie.	2 ~~multifunktionale~~ Treffpunkte (2025 bis 2026)	• Projekt 2025: Errichtung Kiosk im Kurpark in Bad Camberg • Projekt 2024: Attraktivitätssteigerung des Freibades Bad Camberg • Projekt im Prozess: Leuchtturmprojekt Dorftreff Mensfelden • Kulturschuppen Runkel	Ja

Handlungsziele	SMART-Ziele	Zuordenbare Projekte und Workshop-Ergebnisse (Ergänzungen, Änderungen)	Umgesetzt
Das Kultur- und Freizeitangebot in der Region wird attraktiv für alle Bevölkerungsgruppen gestaltet, weiterentwickelt und zeitgemäß kommuniziert.	1 leicht zugängliche Informationsplattform für Kultur- und Freizeitangebote (2024)	• Wird durch die Kollegin Maren Oldenburg/Tourismus umgesetzt bzw. vorhandenen Plattformen gepflegt • Kooperation Heimspiel-Kultur mit Landkreis	Ja – ohne LEADER
	2 neue Kulturangebote (2024 und 2025)	• Projekt 2024: Machbarkeitsstudie Stadt- und Turmmuseum Bad Camberg • Projekt 2024: GeoRoute Mensfelden, Nauheim • Idee: Lahn-Musikfestival (überregional)	Ja
Wir stellen Mobilität individuell und zielgruppenspezifisch mit den verschiedenen Partnern sicher.	2 Projekte zur Unterstützung von On-Demand-Mobilitätsangeboten (2026)	Umsetzung ohne LEADER: IKZ von 6 Kommunen zum Thema On Demand-Mobilität (Interkommunaler Mobilitätsplan)	Teilweise – ohne LEADER

Handlungsfeldspezifische Empfehlungen für Handlungsfeld 1:

- **Wohnen**: In diesem Themenfeld gibt es versierte Akteure, die zur Zielerreichung beitragen. Im Jahr 2023 wurde von fünf sozialen Organisationen das „Bündnis für bezahlbaren Wohnraum im Landkreis Limburg-Weilburg“ ins Leben gerufen. Das SMART-Ziel kann somit als erfüllt angesehen werden; eine weitere Aktivität der LEADER-Region scheint zum aktuellen Stand nicht notwendig.
- **Übergang Schule/Beruf und Lebensveränderung älterer Menschen**: Zum Übergang zwischen Schule und Beruf gibt es seit 2008 die OloV-Gruppe („Optimierung lokaler Vermittlungsaktivitäten“) mit u.a. der Kampagne „Gönn Dir eine Ausbildung in Limburg-Weilburg“. Ein vergleichbares Angebot für sich ändernde Lebenssituationen älterer Menschen ist nicht bekannt.
- **Treffpunkte**: In der Diskussion wurde deutlich, dass Treffpunkte wichtig seien, unabhängig von ihrer Multifunktionalität. Daher wird die Streichung des Wortes „multifunktional“ aus dem SMART-Ziel empfohlen.
- **Kultur- und Freizeitangebot**: In diesem weiterhin wichtigen Themenkomplex werden Ziele teilweise durch die Wirtschaftsförderung Limburg-Weilburg-Diez umgesetzt. Ergänzend dazu gibt es LEADER-Projekte, die die Zielerreichung erwirken. Insofern ist hier kein akuter Handlungsbedarf erkennbar.
- **Mobilität**: Durch die interkommunale Zusammenarbeit von sieben Kommunen aus dem Landkreis wird das SMART-Ziel hier teilweise abgedeckt. Das Ziel bleibt bestehen.

4.2.1.2 Handlungsfeld 2: Wirtschaftliche Entwicklung und regionale Versorgungsstrukturen durch Klein- und Kleinstunternehmen

Das strategische Ziel „Die Region bietet Unternehmen einen attraktiven Standort und positioniert die Produkte der Region als Marke.“ wird konkretisiert in fünf Handlungszielen. Zur messbaren Zielerreichung dienen sieben SMART-Ziele. Davon wurden von 2023 bis 2025 drei erreicht (mit oder ohne LEADER), zwei Ziele wurden teilweise erreicht. Zwei SMART-Ziele wurden bisher nicht erreicht.

Einen Überblick über die in der laufenden Förderperiode bislang umgesetzten Projekte – zugeordnet zu den entsprechenden SMART-Zielen – findet sich in Tabelle 4. Aus dieser Status-Quo-Analyse sowie der Diskussion im Workshop werden unter der Tabelle handlungsfeldspezifische Handlungsempfehlungen formuliert.

Tabelle 4: Zielerreichung und -überprüfung für Handlungsfeld 2

Handlungsziele	**SMART-Ziele**	**Zuordenbare Projekte und Workshop-Ergebnisse** (Ergänzungen, Änderungen)	**Umgesetzt**
Wir erhalten die Vielfältigkeit der vorhandenen Wirtschaftsstruktur, entwickeln sie weiter und unterstützen sie insbesondere mit Maßnahmen zur Fachkräftegewinnung und -sicherung	~~5~~ 2 Unternehmensförderungen (2023 - 2027)	Projekt 2023: Anschaffung von Verkaufsautomaten	Teilweise
	1 Fachkräfte-Informationsveranstaltung (2024)	Ohne Förderung: Zukunftswerkstatt zum Fach- und Arbeitskräftemangel	Ja – ohne LEADER
Die vorhandenen Rohstoffe und besonderen Produkte werden zur Marke der Region entwickelt	1 Markenkonzept erstellen (2024 - 2025)	Wird abgedeckt über IKZ Regionalmarketing Goldener Grund	Ja
Die Gründerszene hat ein großes Innovationspotential, das wir in der Region fördern	2 Veranstaltungen zu Gründungsthemen (2024 und 2026)	Ziel wird über Wirtschaftsförderung und IHK umgesetzt	Ja – ohne LEADER
Den Menschen werden Möglichkeiten geboten, in der Region - auch digital – zu arbeiten und nicht auszupendeln	2 Gründungsförderung (2023 - 2027)	Ziel wird beibehalten	Nein
	2 Projekte zur Schaffung von wohnortnahen Arbeits- und Meeting-Möglichkeiten (2025 und 2026)	Ziel wird beibehalten	Nein
Besonders gestärkt werden Gastronomie und Hotellerie als wichtiger Bestandteil für Tourismus, Mitarbeitende der Unternehmen und Menschen der Region.	3 Maßnahmen zur Steigerung der Attraktivität und Servicequalität (Gründung und Umbau) (2023 - 2027)	• Projekt 2023: Gastronomie und Umweltbildung am Baumwipfelweg Bad Camberg • Projekt 2024: Café/ Weinbar, Karlskirche, Weilburg	Teilweise

Handlungsfeldspezifische Empfehlungen für Handlungsfeld 2:

- **Wirtschaftsstruktur**: Während das Ziel weiterhin als wichtig erachtet wird, soll das Ziel von fünf auf zwei Unternehmensförderungen reduziert werden. Grund hierfür ist, dass die unternehmerischen Zeitpläne oft nicht zu den langen Fristen des LEADER-Programms passen.
- **Marke der Region und Gründerszene**: Die Ziele werden unabhängig von LEADER erreicht (IKZ Regionalmarketing Goldener Grund, Wirtschaftsförderung, IHK), sodass hier kein Handlungsbedarf besteht.
- **Arbeiten in der Region, Hotellerie, Gastronomie**: Die Ziele bleiben weiterhin wichtig und werden beibehalten.

4.2.1.3 Handlungsfeld 3: Naherholung und ländlicher Tourismus

Das strategische Ziel „Die Region nutzt die Besonderheit und Vielfältigkeit der Region und gestaltet den Tourismus weiter.“ wird konkretisiert in vier Handlungszielen. Zur messbaren Zielerreichung dienten vier SMART-Ziele. Davon wurden von 2023 bis 2025 zwei erreicht (mit oder ohne LEADER), ein Ziel wurde teilweise erreicht. Ein SMART-Ziele wurden bisher nicht erreicht.

Einen Überblick über die in der laufenden Förderperiode bislang umgesetzten Projekte – zugeordnet zu den entsprechenden SMART-Zielen – findet sich in Tabelle 5. Aus dieser Status-Quo-Analyse sowie der Diskussion im Workshop werden unter der Tabelle handlungsfeldspezifische Handlungsempfehlungen formuliert.

Tabelle 5: Zielerreichung und -überprüfung für Handlungsfeld 3

Handlungsziele	**SMART-Ziele**	**Zuordenbare Projekte und Workshop-Ergebnisse** (Ergänzungen, Änderungen)	**Umgesetzt**
Wir werten vorhandene Besonderheiten auf und kreieren Neues (Steinbrüche, Seitentäler der Lahn)	~~3~~ 5 zusätzliche touristische Anlaufpunkte (2024 - 2027)	• Projekt 2023: Gastronomie und Umweltbildung am Baumwipfelweg Bad Camberg • Projekt 2024: Marktfrauenskulptur Weilmünster • Projekt 2024: Veranstaltungsnetz Freienfelser Ritterspiele • Projekt 2025: Wohnmobilstellplatz Weilburg	Ja (bei Erweiterung des Ziels: teilweise)
Wir entwickeln neue Rad- und Wanderinfrastruktur als klimaneutrale Verbindungslinien zwischen bestehenden Besonderheiten, um die gesamte Region gleichmäßig zu entwickeln	4 Projekte zur Ausweisung neuer Rad- und Wanderwege, inkl. Neustrukturierung (2023-2027)	• Selterser Rundwanderweg: 20 Kilometer durch den Taunus (ohne Förderung) • Machbarkeitsstudie GeoRouten Hünfelden • Apfelrundweg Weinbach	Teilweise – ohne LEADER

Handlungsziele	SMART-Ziele	Zuordenbare Projekte und Workshop-Ergebnisse (Ergänzungen, Änderungen)	Umgesetzt
Wir stärken Gastronomie und Beherbergung durch zeitgemäße Konzepte hinsichtlich Zielgruppen und Kooperationen	~~1 Konzepterstellung zur Beratung pot. Touristischer Leistungsträger (z. B. FeWo) inkl. Zertifizierung und Marketing (2023)~~	Beratungen und Zertifizierungen werden fortlaufend durch die Wirtschafsförderung Limburg-Weilburg-Diez durchgeführt	Ja – ohne LEADER
Die klare Positionierung und Vermarktung der Gesamtheit touristischer Angebote der Region sind die herausragenden Ziele der kommenden Förderperiode. Dies entwickeln wir auch über unsere Regionsgrenzen hinaus	~~1 Vermarktungskonzept über Destinations- und Landesgrenzen (2025)~~ 1 Strategie zur Weiterentwicklung der Regionalmarke „Goldener Grund“ (2027)		Nein

Handlungsfeldspezifische Empfehlungen für Handlungsfeld 3:

- **Aufwertung der Besonderheiten:** Das ursprüngliche Ziel von drei zusätzlichen touristischen Anlaufpunkten wurde bereits zur Halbzeitevaluierung erreicht, sodass die LAG das Ziel auf fünf erhöhen möchte.
- **Rad- und Wanderinfrastruktur**: Das Ziel wird bereits teilweise unabhängig von LEADER erreicht, sodass hier kein Handlungsbedarf hinsichtlich einer Zielkorrektur besteht.
- **Stärkung Gastronomie und Beherbergung:** Beratungen und Zertifizierungen werden fortlaufend durch die Wirtschafsförderung Limburg-Weilburg-Diez durchgeführt, sodass das SMART-Ziel einer Konzepterstellung hinfällig ist. Die LAG sieht dieses Ziel über die kontinuierliche Arbeit der Wirtschaftsförderung gesichert. Daher wird hier kein neues SMART-Ziel empfohlen.
- **Positionierung und Vermarktung:** Statt eines neuen Vermarktungskonzepts wird die Weiterentwicklung der bestehenden Regionalmarke „Goldener Grund“ empfohlen und als neues SMART-Ziel bis 2027 formuliert.
- **Netzwerk:** Im Workshop wird die Kelterei Heil (Laubuseschbach) als möglicher strategischer Partner und Träger für identitätsstiftende Projekte identifiziert. Es wird empfohlen, Kontakt herzustellen (zum Beispiel in Form einer Betriebsbesichtigung für LAG-Mitglieder inklusive eines Austauschs über regionale Wertschöpfung)

4.2.1.4 Handlungsfeld 4: „Bioökonomie“ – Anpassungsstrategien zu einem nachhaltigen Konsumverhalten

Das strategische Ziel „**Die Region fördert das bewusste Konsumverhalten und den Wunsch nach regionalen Produkten**“ wird konkretisiert in vier Handlungszielen. Zur messbaren Zielerreichung dienen fünf SMART-Ziele. Davon wurde von 2023 bis 2025 keines vollständig erreicht. Zwei SMART-Ziel wurden teilweise erreicht, drei Ziele wurden bisher nicht erreicht.

Einen Überblick über die in der laufenden Förderperiode bislang umgesetzten Projekte – zugeordnet zu den entsprechenden SMART-Zielen – findet sich in Tabelle 6. Aus dieser Status-Quo-Analyse sowie der Diskussion im Workshop werden unter der Tabelle handlungsfeldspezifische Handlungsempfehlungen formuliert.

Tabelle 6: Zielerreichung und -überprüfung für Handlungsfeld 4

Handlungsziele	**SMART-Ziele**	**Zuordenbare Projekte und Workshop-Ergebnisse** (Ergänzungen, Änderungen)	**Umgesetzt**
Wir wollen die Produkte unserer Region in der Region vermarkten. Dazu unterstützen wir regionale Erzeuger vorrangig.	1 Projekt zur Erstellung eines Informationsmediums zu Veranstaltungen (2024)		Nein
	2 neue Angebotsformate (z. B. Feierabendmarkt) (2023-2027)	Projekt 2024: Kleinmarkthalle Weilburg	Teilweise
Beim Handeln der Region, insbesondere der Auswahl von LEADER-Projekten orientieren wir uns strikt an deren Nachhaltigkeit und Klimafreundlichkeit	alle zukünftigen LEADER-Projekte (2023-2027)		Nein
Wir ergreifen Aktivitäten und Maßnahmen, um zu dieser Thematik ins Gespräch zu kommen und daraus für die Region nützliche Projekte zu initiieren. Dazu binden wir insbesondere die jüngere Generation mit ein	4 Veranstaltungen (2023-2027)		Nein
Wir stärken und vernetzen Erzeuger und deren Partner, indem wir sowohl Bevölkerung als auch Unternehmen, Kommunen und Gäste für bewusstes Konsumverhalten sensibilisieren.	2 themenbezogene Kampagnen (Laufzeit je bis zu einem Jahr) (2024 und 2025)	Einkaufsführer der Ökomodellregion Nassauer Land	Teilweise – ohne LEADER

Handlungsfeldspezifische Empfehlungen für Handlungsfeld 3:

- **Zielerreichung insgesamt:** Während es in der Region zahlreiche kleine Projekte in diesem Themenfeld zu geben scheint, durchgeführt von verschiedenen Trägern wie Kindergärten, Schulen, der Ökomodellregion Nassauer Land, so fehlen doch konkret, benennbare Projekte, die hier zur Zielerreichung aufgeführt werden könnten.
- **Abdeckung durch andere Handlungsfelder**: Die Ziele dieses Handlungsfeld bleiben weiter wichtig und werden teilweise durch Projekte aus anderen Handlungsfeldern mit abgedeckt. Insofern sieht die LAG hier keinen Handlungsbedarf zur Änderung der Ziele.

- **Nachhaltigkeit und Klimafreundlichkeit**: Gemäß SMART-Ziel sollen sich alle zukünftigen LEADER-Projekte an den Kriterien Nachhaltigkeit und Klimafreundlichkeit orientieren. Es wird daher empfohlen, diese Kriterien als Querschnittsziele in den Projektauswahlkriterienkatalog aufzunehmen.

4.2.1.5 Leuchtturm- und Startprojekte, Kooperationsvorhaben

Aufbauend auf den Zielen der Region führt die Lokale Entwicklungsstrategie verschiedene Leuchtturmprojekte, Startprojekte und Kooperationsvorhaben auf. Die folgenden Tabellen geben einen Überblick über den aktuellen Stand.

Tabelle 7: Kooperationsvorhaben: Aktueller Stand und Ausblick

Vorhaben	Aktueller Stand	Ausblick
Zusammenarbeit mit LAG Lahn-Taunus zu den Themen Tourismus, Grundversorgung, Mobilität	Nur Vernetzung	Soll in dieser Form beibehalten werden
Zusammenarbeit mit LAG Westerwald zu den Themen Tourismus, Grundversorgung, Mobilität	Nur Vernetzung	Soll in dieser Form beibehalten werden
Gemeinwohlökonomie Mittelhessen	Nicht umgesetzt	Wird nicht weiterverfolgt, da durch das Entscheidungsgremium abgelehnt
Fachkräftesicherung in Mittelhessen	Wird ohne LEADER umgesetzt mit Diez	Soll in dieser Form beibehalten werden

Tabelle 8: Leuchtturmprojekte: Aktueller Stand und Ausblick

Vorhaben	Aktueller Stand	Ausblick
Ehemaliger Basalt-Steinbruch in Dorndorf als touristische Attraktion aufbauen	Nicht umgesetzt	Umsetzung geplant für 2026
Dorftreff Mensfelden	Nicht umgesetzt	In Planung
Verarbeitung und Vermarktung regionaler Produkte in einer Markthalle (Umsetzung)	In Umsetzung in kleinerer Form in der Karlskirche Weilburg	Eröffnung in Zukunft
"Brücken bauen" - Villmar und Arfurt touristisch verbinden *Anm. im Workshop: kleinstmögliche Brücke, für Fuß- und Radverkehr*	Nicht umgesetzt	Umsetzung scheint unrealistisch

Tabelle 9: Startprojekte: Aktueller Stand und Ausblick

Vorhaben	Aktueller Stand	Ausblick
Hochbeete durch Bewirtschaftung durch Bürger:innen	Nicht umgesetzt	Wird vom Vorhabenträger nicht weiter verfolgt
Machbarkeitsstudie für eine regionale Markthalle	Entfällt, da Markthalle bereits (in kleinerer Form) in Umsetzung	Entfällt

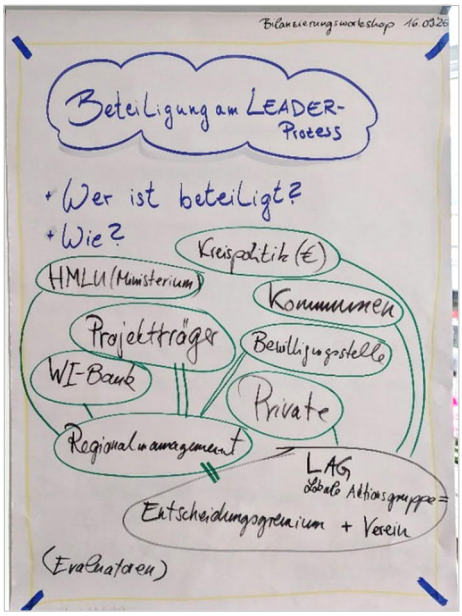
5 PARTIZIPATION UND EINBINDUNG

Die Partizipation der regionalen Akteure und insbesondere der Mitglieder der Lokalen Aktionsgruppe sind ein essentieller Faktor des Bottom-Up-Prinzips des LEADER-Programms. Im Folgenden sind die Untersuchungsergebnisse der externen Evaluation sowie der Selbstevaluierung aus dem Jahr 2024 zu den Themenfeldern Beteiligung, Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit thematisch zusammengefasst dargestellt.

5.1 Beteiligung am LEADER-Prozess

Im Rahmen der Selbstevaluierung 2024 wurden die Vereinsmitglieder gefragt, wie zufrieden sie mit der Möglichkeit der Mitwirkung bei der Arbeit der LAG seien. 81 % der Teilnehmenden gaben an, zufrieden oder sehr zufrieden zu sein (Note 2,2). Darüber hinaus bescheinigten 94 % der Mitglieder des Entscheidungsgremiums, dass sie zufrieden bis sehr zufrieden mit der Beteiligung relevanter Akteure im LEADER-Prozess sind (Note 1,8).

Welche Akteure am LEADER-Prozess beteilig sind und wo es besondere Interaktion gibt, haben die Mitglieder des Entscheidungsgremiums im Rahmen des Bilanzierungsworkshops 2025 erarbeitet (siehe Abbildung 3). Darüber hinaus wurde die Frage gestellt, wie Austausch stattfindet und welche Zielgruppen tatsächlich erreicht werden (siehe Abbildung 4).



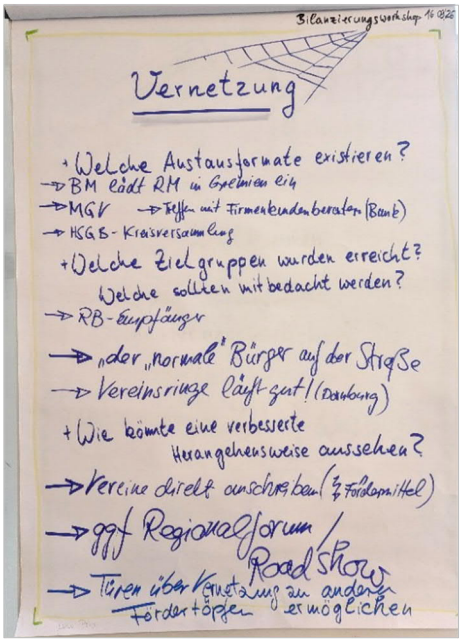
Wer ist beteiligt? Wie?

Genannte Akteure:
- Kreispolitik (€)
- Ministerium (HMLU)
- Kommunen
- Projektträger
- WI-Bank
- Bewilligungsstelle
- Private
- Regionalmanagement
- Lokale Aktionsgruppe mit Entscheidungsgremium

Extern: Evaluierende

Besonders intensive Zusammenarbeit zwischen:
- Regionalmanagement – Projektträger
- Regionalmanagement – Bewilligungsstelle
- Regionalmanagement – LAG/EG

Abbildung 3: Beteiligte am LEADER-Prozess (Ergebnis des Workshops am 16.09.2025)



Welche Austauschformate existieren?

- Bürgermeister lädt Regionalmanagement ein
- Mitgliederversammlung
- Treffen mit Firmenkundenberatern (Bank)
- Kreisversammlung des Hessischen Städte- und Gemeindebunds (HSGB)

Welche Zielgruppen wurden erreicht? Welche sollten mitbedacht werden?

- Regionalbudget-Empfänger
- „der normale" Bürger auf der Straße
- Vereinsringe – läuft gut! (Dornburg)

Wie könnte eine verbesserte Herangehensweise aussehen?

- Vereine direkt anschreiben (Fördermittel)
- ggf. Regionalforum / Roadshows
- Türen über Vernetzung zu anderen Fördertöpfen ermöglichen

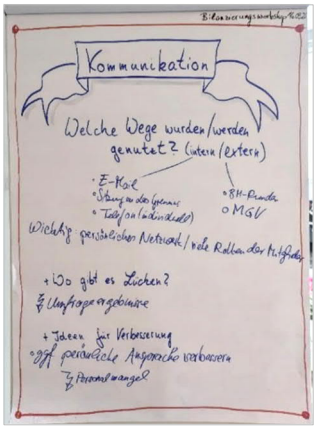
Abbildung 4: Vernetzung der LAG (Ergebnis des Workshops am 16.09.2025)

Der LEADER-Prozess inkludiert zahlreiche Akteure, die Intensität der Zusammenarbeit unterscheidet sich jedoch stark. Das Regionalmanagement arbeitet besonders intensiv mit Projektträger:innen, der Bewilligungsstelle und dem Entscheidungsgremium bzw. der Lokalen Aktionsgruppe. Handlungsbedarf wird insbesondere beim Regionalbudget und der breiten Öffentlichkeit *(„der normale" Bürger auf der Straße)* gesehen. Obgleich das Regionalbudget in den vergangenen Jahren gut nachgefragt wurde, war den Teilnehmenden des Workshops bei Bearbeitung dieser Frage bewusst, dass die geförderten Projekte regional nicht gleichmäßig verteilt sind und empfehlen eine intensivere Bewerbung der Fördermöglichkeiten bei Vereinen.

5.2 Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

5.2.1 Perspektive des Entscheidungsgremiums

Innerhalb der Lokalen Aktionsgruppe werden hauptsächlich klassische Kommunikationswege genutzt wie E-Mails und individuelle Telefongespräche. Dazu kommen Sitzungsformate wie Sitzungen des Entscheidungsgremiums, Mitgliederversammlungen und Bürgermeister-Runden. Die Bedeutung der persönlichen Netzwerke und die vielen Rollen der Mitglieder wird hervorgehoben (siehe Abbildung 5).



Welche Wege wurden/werden genutzt? (intern/extern)

- E-Mail
- Sitzungen des Gremiums
- Telefon (individuell)
- Bürgermeister-Runden
- Mitgliederversammlung
- Wichtig: persönliches Netzwerk / viele Rollen der Mitglieder

Wo gibt es Lücken?

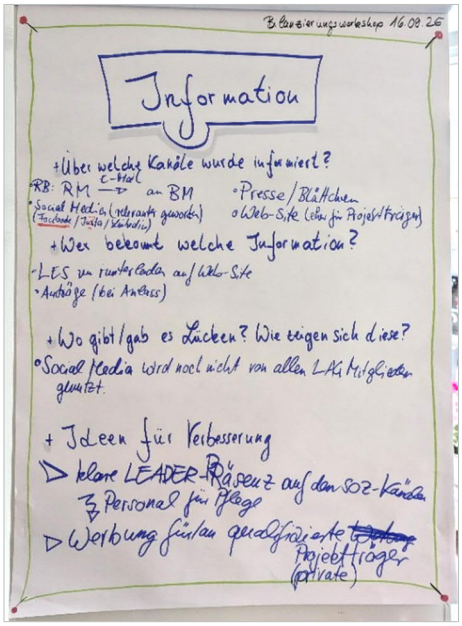
- siehe Umfrageergebnisse

Ideen für Verbesserung

- ggf. persönliche Ansprache verbessern (Problem: Personalmangel)

Abbildung 5: Kommunikationswege und -formate (Ergebnis des Workshops am 16.09.2025)

Nach außen hin informiert die LAG über die eigene Webseite, die lokale Presse, über Gemeindeblättchen und Facebook und anlassbezogen per E-Mail, wie beispielsweise bei der Veröffentlichung des Förderaufrufs für das Regionalbudget (vgl. Abbildung 6). Die Selbstevaluierung von 2024 zeigt, dass sich die meisten LAG-Mitglieder gut über umgesetzte Projekte informiert fühlen. Insgesamt wird die Information über umgesetzte Projekte mit der Note 2,2 bewertet.



Über welche Kanäle wurde informiert?

- Regionalbudget: Regionalmanagement verschickt E-Mails an Bürgermeister
- Presse
- Gemeindeblättchen
- Social Media (relevanter geworden): hauptsächlich Facebook (Instagram und LinkedIn werden nicht für LEADER genutzt)
- Web-Site (eher für Projektträger)

Wer bekommt welche Information?

- LES zum Herunterladen auf Web-Site
- Anträge (bei Anlass)

Wo gibt/gab es Lücken? Wie zeigen sich diese?

- Social Media wird noch nicht von allen LAG-Mitgliedern genutzt

Ideen für Verbesserung

- Klare LEADER-Präsenz auf den sozialen Kanälen (Problem: Personal für Pflege)
- Werbung für qualifizierte private Projektträger

Abbildung 6: Informationskanäle zum LEADER-Programm (Ergebnis des Workshops am 16.09.2025)

Eine Verbesserungsmöglichkeit sieht das Entscheidungsgremium in der persönlichen Ansprache sowie bei der Präsenz in den sozialen Medien. Gleichzeitig wird darauf hingewiesen, dass die Ansprache und Pflege der verschiedenen Auftritte jeweils zeitintensiv sind. Hier ist eine Abwägung von Aufwand und erwartetem Ergebnis notwendig.

5.2.2 Perspektive der Projektträger:innen

Die Bedeutung der persönlichen Netzwerke, wie im Bilanzierungsworkshop diskutiert, wird von der Online-Befragung der Projektträgerinnen gestützt. Bei der Frage, wie sie von den Fördermöglichkeiten der LEADER-Region erfahren haben, gaben 35 % der Teilnehmenden an: aus dem Bekannten-/Freundes-/Kollegenkreis. Weitere Antworten ergaben: über die Gemeinde/Stadt (15 %), durch die Presse (15 %), durch die Webseite (10 %), über soziale Medien (5 %). Die übrigen 20 % verteilen sich auf verschiedene andere Wege.

5.2.3 Zufriedenheit mit der Öffentlichkeitsarbeit und Präsenz der LAG

Die Zufriedenheit mit der Öffentlichkeitsarbeit und Präsenz der LAG in den verschiedenen Medien (Presse, soziale Medien, Webseite) wurde sowohl bei der Selbstevaluierung 2024 abgefragt als auch im Rahmen der externen Evaluierung 2025. Die Befragungen hatten unterschiedliche Zielgruppen. Während bei der Selbstevaluierung 2024 die Mitglieder der LAG befragt wurden, richtete sich die Online-Umfrage der externen Evaluierung an Projektträger:innen, die in 2023 oder 2024 eine Förderzusage erhielten. Da die Fragen in beiden Umfragen gleichlautend formuliert waren, können die Ergebnisse miteinander verglichen werden.

Es zeigt sich, dass die Bewertung der Projektträger:innen positiver ausfällt als die der LAG-Mitglieder: Bei allen drei abgefragten Medien vergeben die Projektträger:innen im Durchschnitt bessere Noten als die Vereinsmitglieder. Bei beiden Befragungen erhält die Webseite die „beste“ Note (2,7 bzw. 2,3) und die sozialen Medien die „schlechteste“ (3,3 bzw.2,7). Die Durchschnittsnoten beider Befragungen sind in Tabelle 10 dargestellt.

Tabelle 10: Zufriedenheit mit der Öffentlichkeitsarbeit und Präsenz der LAG in den verschiedenen Medien

Wie zufrieden sind Sie mit der Öffentlichkeitsarbeit und Präsenz der Lokalen Aktionsgruppe ...	**Selbstevaluierung 2024** (Online-Befragung der LAG-Mitglieder)	**Externe Evaluierung 2025** (Online-Befragung von Projektträger:innen aus 2023 und 2024)
... in der lokalen Presse?	2,9	2,6
... in den sozialen Medien?	3,3	2,7
... auf der Webseite?	2,7	2,3

6 FAZIT

Die Region Limburg-Weilburg gehört seit 2015 zum LEADER-Fördergebiet. In dieser Zeit konnten zahlreiche Projekte realisiert werden, die wertvolle Impulse für die regionale Entwicklung gesetzt haben. Die Auswertung der Analyse, der Befragungen und des Bilanzierungsworkshops zeigt deutlich, dass sowohl die größeren LEADER-Projekte als auch die Kleinprojekte aus dem Regionalbudget maßgeblich zur Umsetzung der Lokalen Entwicklungsstrategie beigetragen haben.

Die Zusammensetzung der LAG und ihres Entscheidungsgremiums bildet die wesentlichen gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und kommunalen Gruppen der Region ab und entspricht damit den Anforderungen an eine ausgewogene und repräsentative Besetzung. Die Mitglieder der LAG bringen ein hohes Engagement für die regionale Entwicklung mit. Auch die interne Zusammenarbeit wird – wie die Workshop-Ergebnisse bestätigen – als respektvoll, konstruktiv und gut vernetzt wahrgenommen. Die Evaluationsergebnisse stützen diese Einschätzung. Gleichzeitig zeigt sich jedoch, dass es zusätzlichen Einsatz braucht, um die Möglichkeiten des LEADER-Programms in der Region sichtbarer zu machen und vorhandene Fördermittel so einzusetzen, dass die gesamte Region profitiert.

Die Anzahl der bewilligten Projekte und die Höhe der Fördermittel bleibt etwas hinter den Erwartungen zurück. Gründe hierfür liegen vor allem in langwierigen Verfahren und komplexen Förderanforderungen – weniger in fehlendem Engagement vor Ort. Hervorzuheben ist jedoch die sehr wirkungsvolle Nutzung des Regionalbudgets, das in der Region gut sichtbar und praxisnah eingesetzt wurde.

Insgesamt lässt sich feststellen, dass die Region über solide Voraussetzungen verfügt, um künftig mehr Projekte auf den Weg zu bringen. Mit den gesammelten Erfahrungen, der hohen Motivation innerhalb der LAG und der professionellen Arbeit des Regionalmanagements bestehen sehr gute Perspektiven, die vorhandenen Potenziale sowohl in der restlichen Zeit der aktuellen Förderperiode als auch in der kommenden stärker auszuschöpfen.

7 HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Basierend auf den Ergebnissen der Analyse der vorliegenden Dokumente, den Ergebnissen aus dem Bilanzierungsworkshop, der Online-Umfrage sowie den Erkenntnissen der Selbstevaluierung 2024 werden die folgenden Handlungsempfehlungen abgeleitet:

7.1 Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation

Zur Stärkung des Vereins und der Bekanntheit von LEADER in der Region – insbesondere bei potenziellen Projektträgern und neuen Vereinsmitgliedern – sollen die guten Kontakte der LAG genutzt werden. Dafür wurden Maßnahmen zur Steigerung des Austauschs und der Sichtbarkeit entwickelt, die in eine umfassendere Kommunikationsstrategie münden:

- **Digitale Präsenz optimieren:** Es sollte eine verbindliche Strategie zur Einbindung von LEADER-Informationen auf allen kommunalen Webseiten der Region implementiert werden. Parallel dazu sollte die Nutzung von Social Media zur Steigerung der Sichtbarkeit intensiviert werden, auch um jüngere Zielgruppen zu erreichen.
- **Systematische Einbindung der aktiven Vereine:** Das Regionalmanagement sollte in regelmäßigen Abständen alle im Regionalbudget engagierten oder thematisch relevanten Vereine proaktiv über die Fördermöglichkeiten informieren und zur Projektentwicklung anregen.
- **Persönliche Ansprache der Kommunen:** Um eine stärker ausgeglichene Verteilung der Regionalbudget-Projekte in der Region zu erreichen, sollten insbesondere Kommunen, in denen wenige oder keine Regionalbudget-Projekte gefördert wurden, vermehrt angesprochen und über die Möglichkeiten des LEADER-Programms informiert werden.
- **Mitgliederwerbung:** Es ist wünschenswert, die Mitgliederzahl des Vereins noch weiter zu steigern, um mehr Bürgerinnen und Bürger aktiv in die Gestaltung der Region einzubinden.
- **Klare Rollenklärung auf der Webseite:** LEADER ist ein komplexes Förderprogramm und gerade für interessierte Laien oft schwer verständlich. Umso wichtiger ist eine klare Rollenklärung der verschiedenen Akteure auf der Webseite der LAG. Hier wird empfohlen, das Regionalmanagement als ersten Ansprechpartner deutlicher hervorzuheben und die Bewilligungsstelle etwas in den Hintergrund treten zu lassen.
- **Checklisten für den ersten Schritt:** Interessierte Projektträger informieren sich oft zuerst über die Webseite. Sie sollten auf der Webseite Checklisten finden, die auf den ersten Schritt (Bewerbung bei der LAG) zugeschnitten sind. Verweise auf die Bewilligungsstelle und das LaWiLe-Portal (vormals Agrar-Portal) wirken an dieser Stelle überfordernd.

7.2 Finanzplanung

Der Finanzplan der LEADER-Region ist ein finanzieller Fahrplan durch die LEADER-Förderperiode und bildet die Priorisierung der Handlungsfelder ab. Folgende Anpassungen des Finanzplans werden empfohlen:

- **Budgetkürzung einkalkulieren:** Das Gesamtbudget der Region wurde, wie das aller hessischen Regionen, im Frühjahr 2025 deutlich gekürzt. Diese Kürzungen sollten in den Finanzplan eingearbeitet werden.

- **Reduktion von Handlungsfeld 4 zugunsten von Handlungsfeld 3:** Die Akquise und Förderung von Projekten im Handlungsfeld 4 (Bioökonomie) hat sich als schwierig herausgestellt. Anders als während der Konzeption der LES angenommen, können aufgrund der Bestimmungen der Richtlinie hier keine wirtschaftlichen Projekte gefördert werden. Das Budget für dieses Handlungsfeld sollte halbiert werden, zugunsten von Handlungsfeld 3 (Naherholung und Tourismus).

7.3 Regionalbudget

Das Regionalbudget hat sich als regional wirksames und populäres Förderinstrument herausgebildet. Dieses sollte weiter gestärkt werden und in Zukunft besser in der Breite wirken. Es werden daher folgende Empfehlungen ausgesprochen:

- **Bereitstellung des regionalen Eigenanteils durch die Kommunen:** Zur Vereinfachung des Regionalbudgets – in der Abwicklung für das Regionalmanagement sowie für die Projektträger – wird empfohlen, dass die Kommunen der LEADER-Region den regionalen Eigenanteil zur Verfügung stellen. Der regionale Eigenanteil beträgt bei maximaler Ausschöpfung des Regionalbudgets maximal 20.000 €. Gleichmäßig aufgeteilt auf alle 18 Kommunen der Region, müsste jede Kommune einen Beitrag von 1.111 € leisten. Bleibt die Zuwendung von Land/Bund wie in den vergangenen Jahren bei 80.000 €, reduziert sich der Beitrag pro Kommune auf 494 €.
- **Verstärkte Bekanntmachung:** Das Regionalbudget sollte vermehrt in Kommunen bekannt gemacht werden, in denen bisher keine oder wenige Regionalbudget-Projekte gefördert wurden. Hier können positive Förderbeispiele aus den vergangenen Jahren helfen, die Attraktivität und Wirkung des Programms aufzuzeigen.
- **Anpassung der Projektauswahlkriterien:** Es wird empfohlen, die Projektauswahlkriterien anzupassen und um zwei Aspekte zu erweitern: a) zusätzliche Punkte für Projekte, die in Orten (alternativ: Kommunen) umgesetzt werden, in denen bislang (alternativ: in der laufenden Förderperiode) kein Regionalbudget-Projekt umgesetzt wurde und b) zusätzliche Punkte für Projektträger, die bislang (alternativ: in der laufenden Förderperiode) keine Regionalbudget-Förderung erhalten haben.

7.4 Transparenz

Transparenz ist ein wichtiger Teil der LEADER-Strategie. Die Entwicklung der Region sowie das Verfahren zur Entscheidungsfindung ist daher transparent auf der Webseite der Region darzustellen. Dazu gehört auch die Projektauswahl durch das Entscheidungsgremium. Daher sind die Projektauswahlkriterien für LEADER und das Regionalbudget auf der Webseite der LAG zu veröffentlichen.

7.5 Entwicklungsstrategie

Die Empfehlungen zur Anpassung der Entwicklungsstrategie sind handlungsspezifisch im Kapitel 4.2 aufgeführt. Diese beschränken sich im Wesentlichen auf die Anpassung bzw. Umformulierung einzelner SMART-Ziele und sind in aktuellen Entwicklungen innerhalb der Region sowie externer Faktoren wie der LEADER-Richtlinie begründet.

Projektträger:innen-Umfrage

Ergebnisse der Online-Befragung der Projektträger:innen im Rahmen der externen Evaluierung der LEADER-Region Limburg-Weilburg

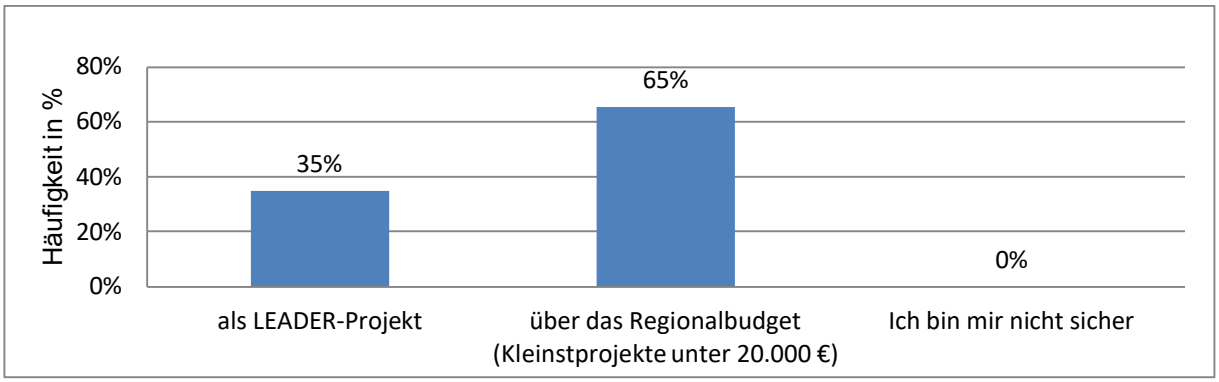
Die Umfrage richtete sich an die sieben Projektträger:innen der LEADER-Projekten der Jahre 2023 und 2024 sowie an 21 Letztempfänger:innen des Regionalbudgets 2023 und 2024

Insgesamt wurden daher 28 Projekträgerinnen und Projektträger am 10.10.2025 per E-Mail vom Regionalmanagement Limburg-Weilburg eingeladen, an der Umfrage teilzunehmen. Die Umfrage ist anonym und war über einen Link zu erreichen. Am 22.10.2025 wurde erneut durch das Regionalmanagement per E-Mail auf die Umfrage hingewiesen. Der Beantwortungszeitraum endete am 22.10.2025.

An der Umfrage teilgenommen haben 23 Personen. Zusätzlich ist bei jeder Frage dokumentiert, wie viele Personen jeweils auf die Frage geantwortet haben (n).

Frage 1 - Wie wurde Ihr Projekt gefördert?

Antworten (n = 23)



Frage 2 - Wie bewerten Sie die Beratung und Begleitung durch das Regionalmanagement?
Bewerten Sie von *1 = sehr gut* bis *6 = ungenügend*.

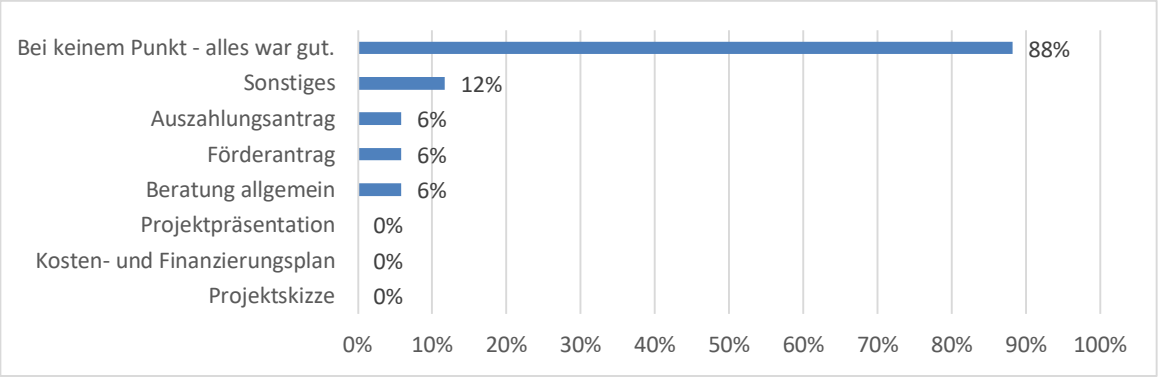
Antworten (n = 21)

Mittelwert: 1,8
Median: 2,0

(Die Note 5 wurde zwei Mal von Regionalbudget-Letztempfänger:innen vergeben.)

Frage 3 - Bei welchen Punkten hätten Sie sich mehr Unterstützung gewünscht?

Antworten (n = 17)

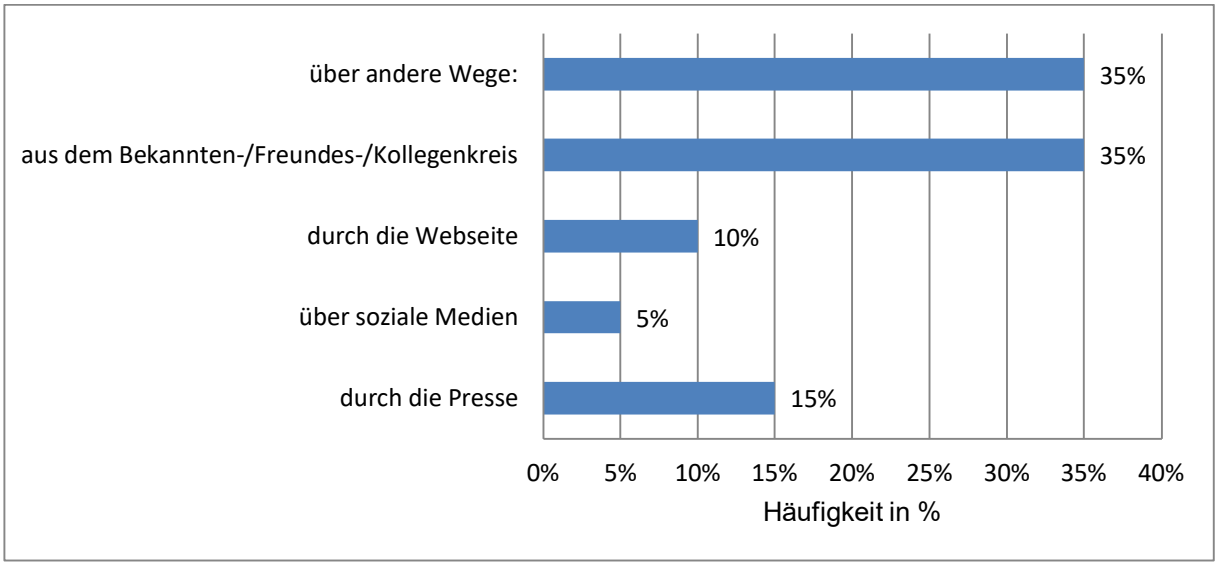


Eingabefeld von Sonstiges:

- „Ich fände es gut, wenn alles online abgewickelt werden könnte über eine extra Website. Sehr gut wäre zudem, wenn man über die Seite auch direkt den aktuellen Status der Bearbeitung einsehen könnte. So würden sich viele Fragen erübrigen. Die Status-Seite könnte eine gefilterte oder reduzierte Ausgabe dessen sein was intern sowieso bearbeitet wird.“ *(Antwort eines Regionalbudget-Letztempfängers)*
- „In der Flexibilität bei dynamischen Entwicklungen während des Projekts.“ *(Antwort eines LEADER-Projektträgers)*

Frage 4 - Wie haben Sie von den Fördermöglichkeiten der LEADER-Region erfahren?

Antworten (n = 20)

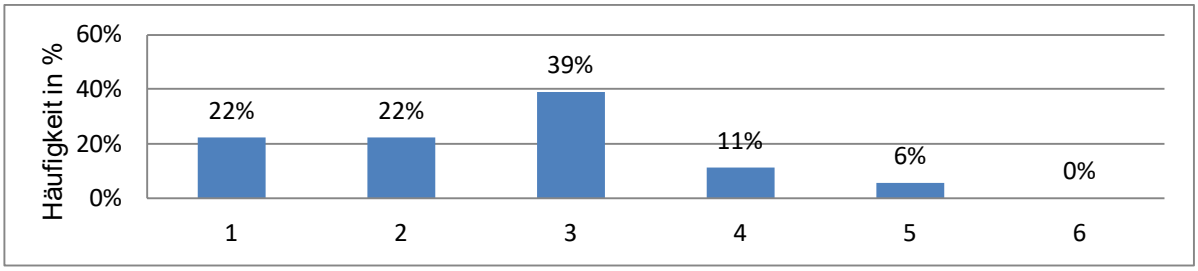


Eingabefeld Ü*ber andere Wege*:

- „Gemeinde“ (2x)
- „Stadt Weilburg“
- „Vernetzung mit WFG Limburg-Weilburg“
- „War bereits bekannt„

Frage 5 - Wie zufrieden sind Sie mit der Öffentlichkeitsarbeit und Präsenz der LEADER-Region in der lokalen Presse?
Bewerten Sie von *1 = sehr gut* bis *6 = ungenügend*.

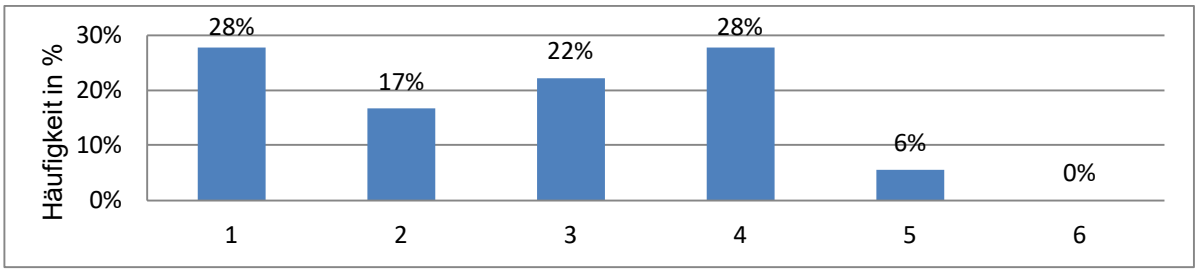
Antworten (n = 18)



Mittelwert: 2,6
Median: 3,0

Frage 6 - Wie zufrieden sind Sie mit der Öffentlichkeitsarbeit und Präsenz der LEADER-Region in den sozialen Medien?
Bewerten Sie von *1 = sehr gut* bis *6 = ungenügend*.

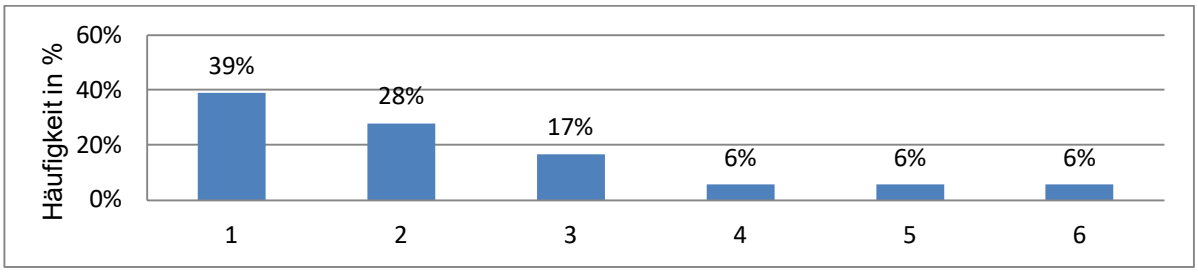
Antworten (n = 18)



Mittelwert: 2,7
Median: 3,0

Frage 7 - Wie zufrieden sind Sie mit der Öffentlichkeitsarbeit und Präsenz der LEADER-Region auf der Website?
Bewerten Sie von *1 = sehr gut* bis *6 = ungenügend*.

Antworten (n = 18)



Mittelwert: 2,3
Median: 2,0

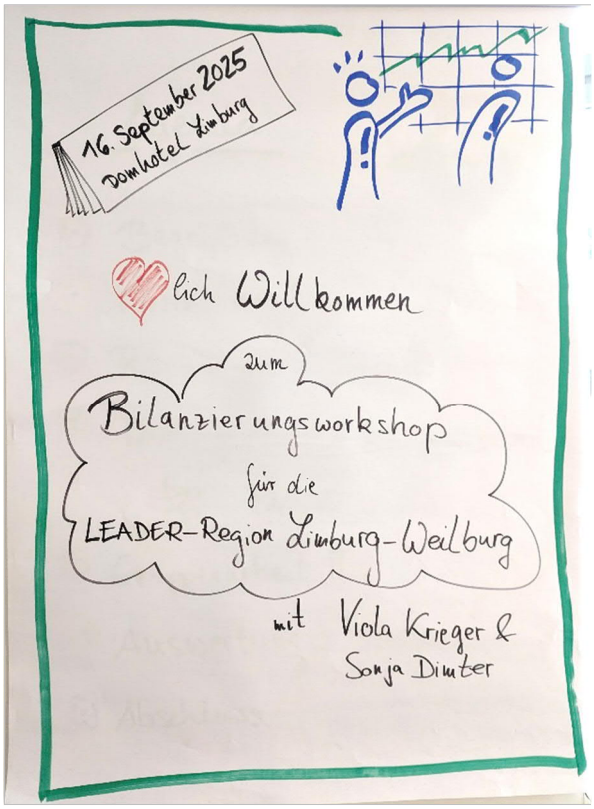
Fotoprotokoll

Bilanzierungsworkshop der LEADER-Region Limburg-Weilburg am 16.09.2025 im Domhotel Limburg

Moderation:
Viola Krieger und Sonja Dimter (Büro Bischoff & Partner)

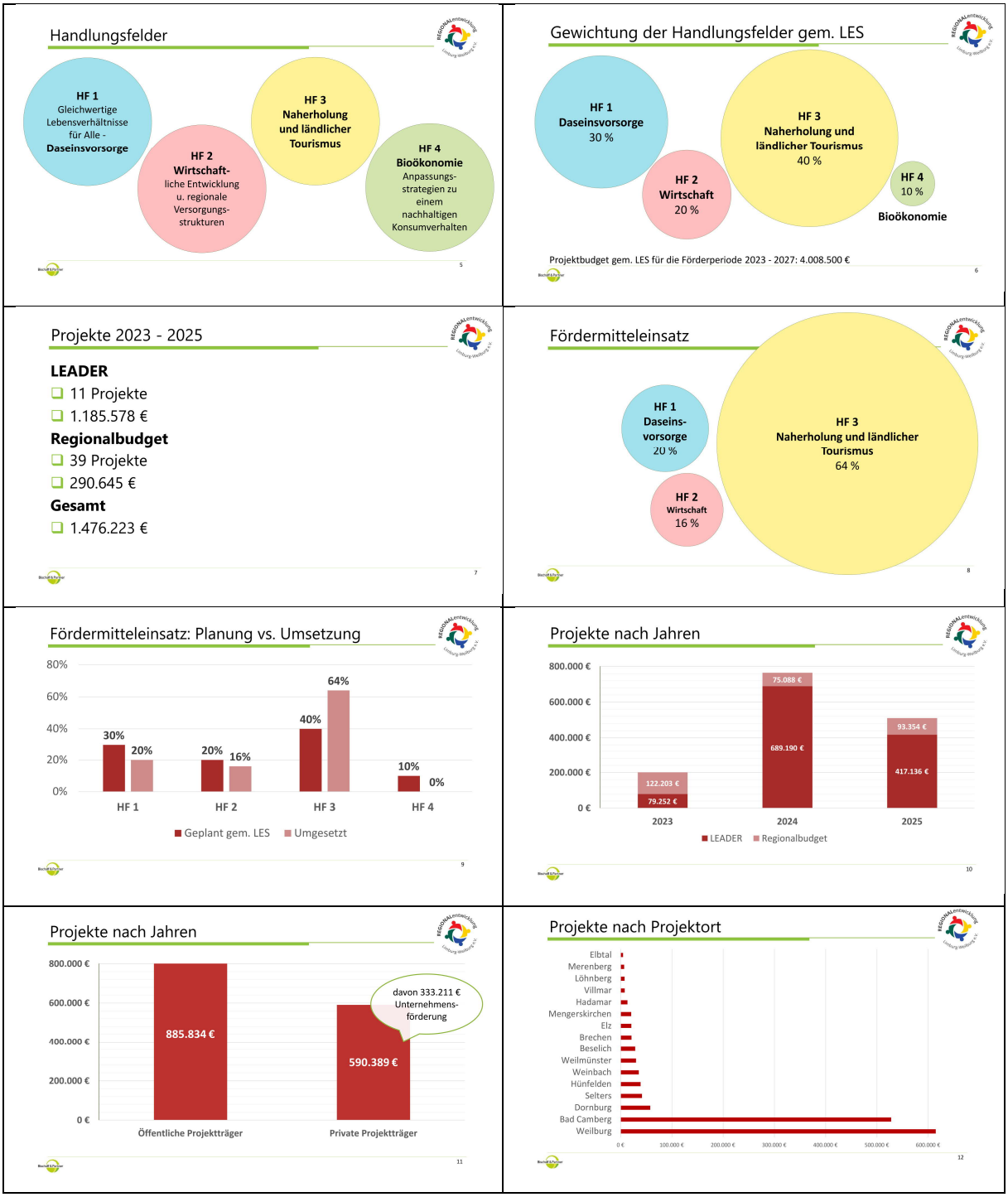
Teilnehmende:
Mitglieder des Entscheidungsgremiums und Regionalmanagement

1 BEGRÜSSUNG UND VORSTELLUNG DES ABLAUFS

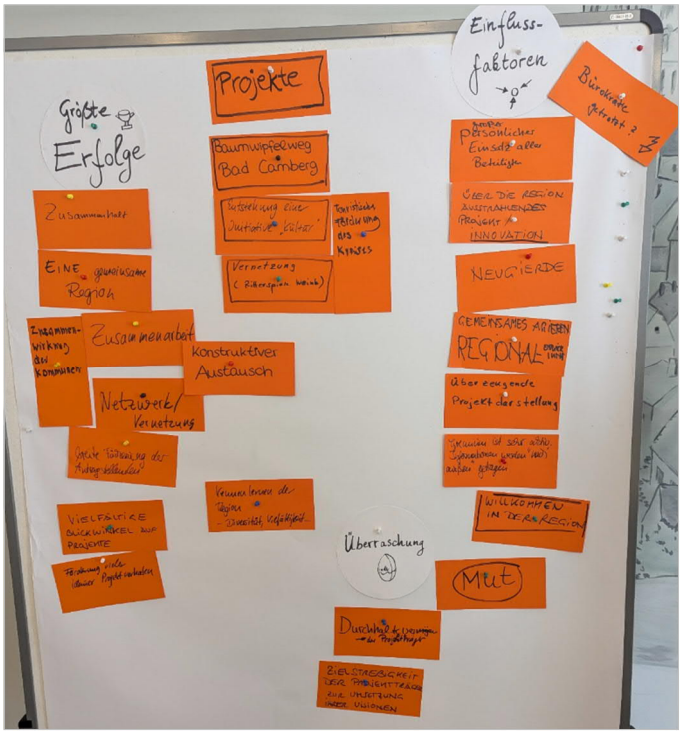


2 RÜCKBLICK LES UND UMSETZUNG

Auszug aus der gezeigten Präsentation:



3 DIALOGRUNDE I



Größte Erfolge

- Zusammenhalt
- Zusammenarbeit
- EINE gemeinsame Region
- Zusammenwirkung der Kommunen
- Konstruktiver Austausch
- Netzwerk / Vernetzung
- Breite Fächerung der Antragstellenden
- Kennenlernen der Region (Diversität, Vielfältigkeit)
- Vielfältige Blickwinkel auf Projekte
- Förderung vieler kleiner Projektvorhaben

Erfolgsprojekte

- Baumwipfelpfad Bad Camberg
- Entstehung einer Initiative „Kultur“
- Vernetzung (Ritterspiele Weinbach)
- Touristische Förderung des Kreises

Einflussfaktoren

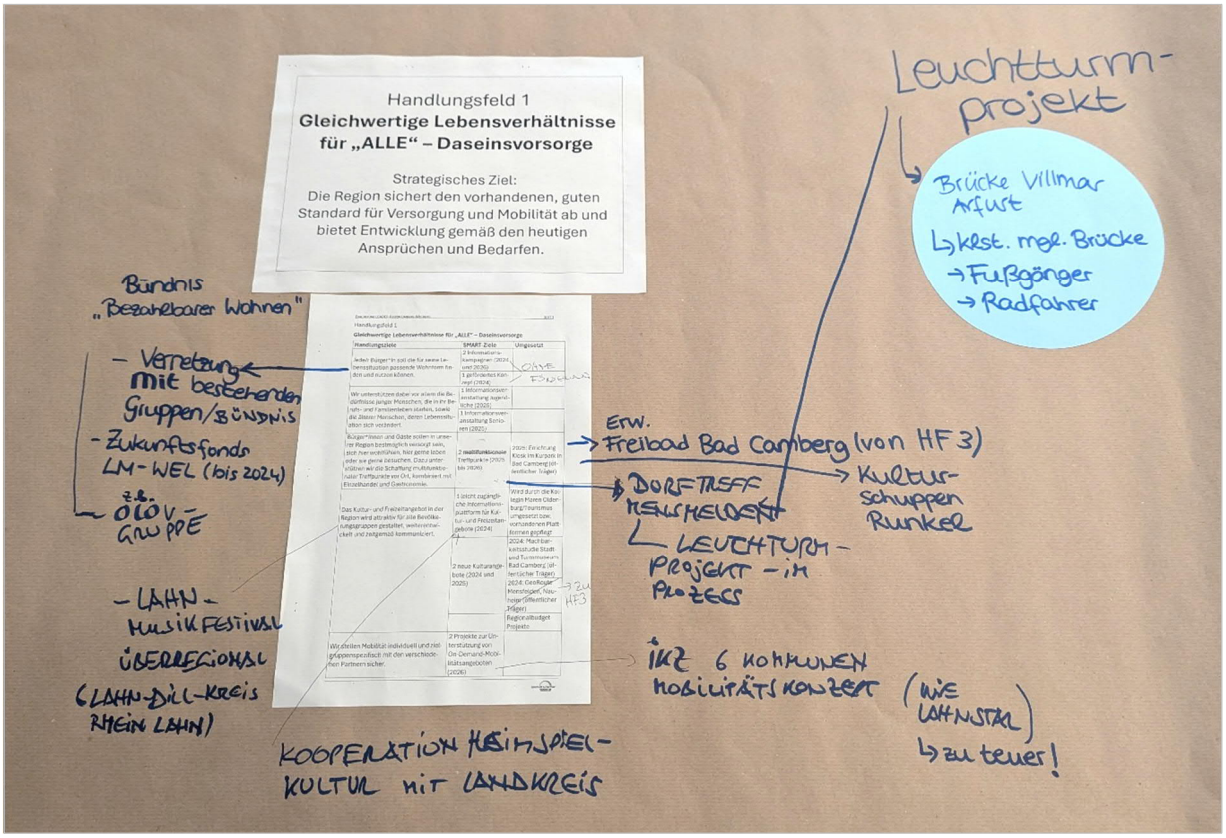
- Bürokratie getrotzt?
- Großer persönlicher Einsatz aller Beteiligten
- Über die Region ausstrahlendes Projekt / Innovation
- Neugierde
- Gemeinsames agieren REGIONALENTWICKLUNG
- Überzeugende Projektdarstellung
- Gremium ist sehr aktiv, Informationen werden „nach außen“ getragen
- Willkommen in der Region

Überraschung

- Mut
- Durchhaltevermögen der Projektträger
- Zielstrebigkeit der Projektträger zur Umsetzung ihrer Visionen

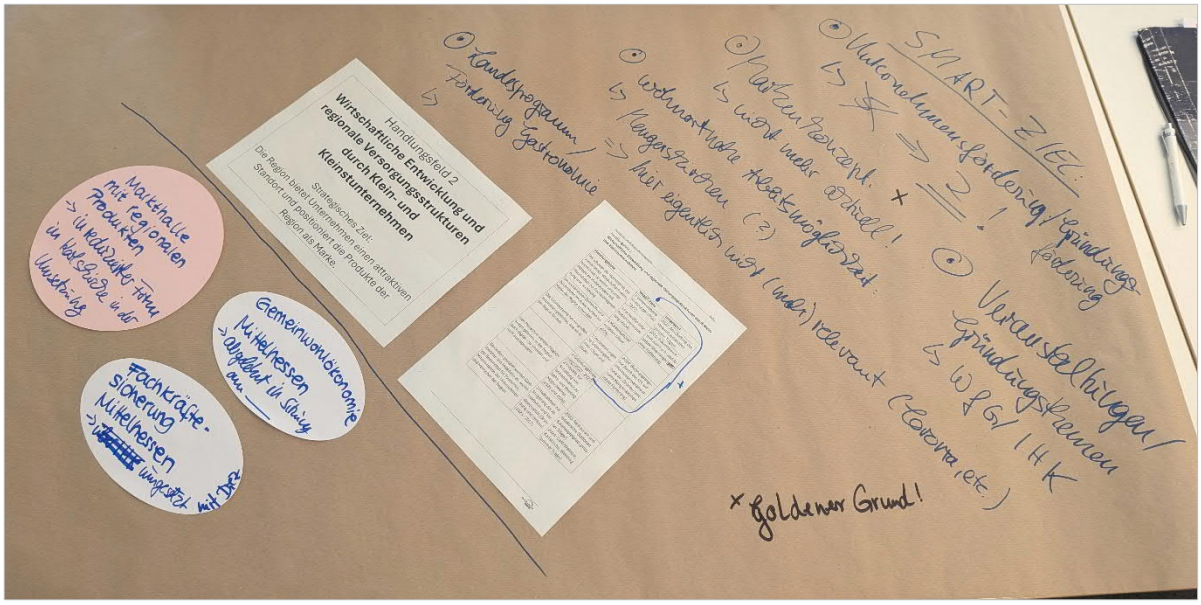
4 GRUPPENARBEIT ZUR ÜBERPRÜFUNG DER HANDLUNGS- UND SMART-ZIELE

4.1 Handlungsfeld 1: Gleichwertige Lebensverhältnisse für „ALLE“ – Daseinsvorsorge



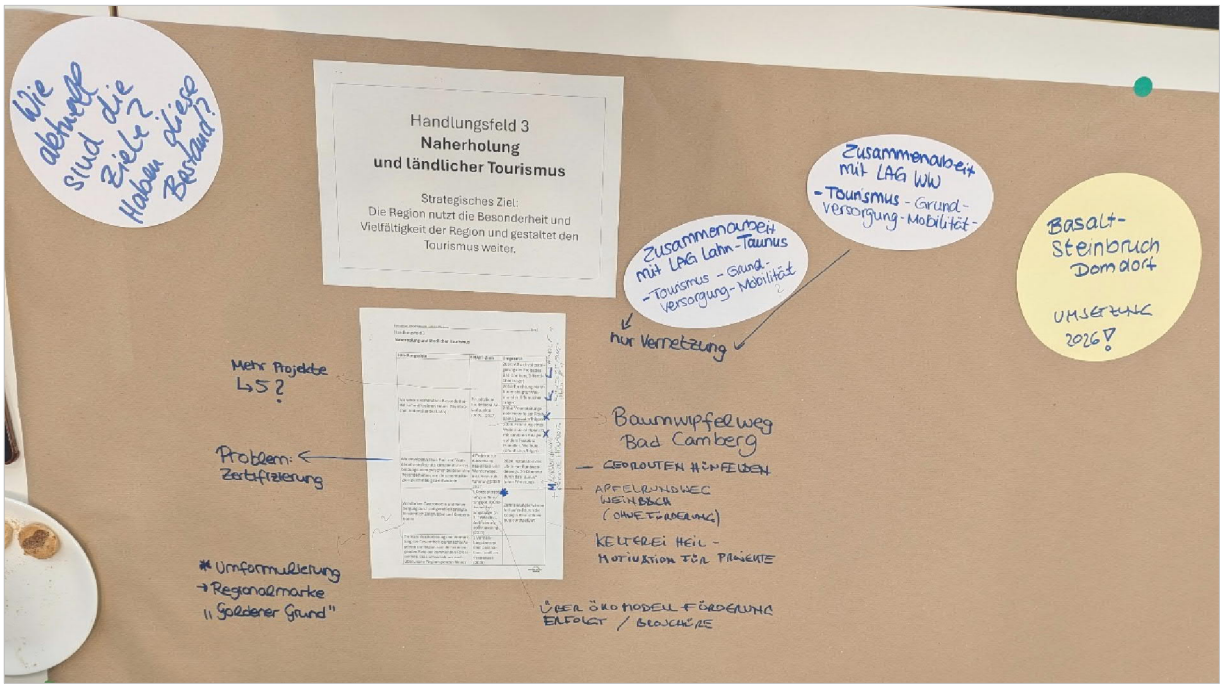
Abschrift der ergänzten Tabelle → siehe Bericht zur externen Evaluierung

4.2 Handlungsfeld 2: Wirtschaftliche Entwicklung und regionale Versorgungsstrukturen durch Klein- und Kleinstunternehmen



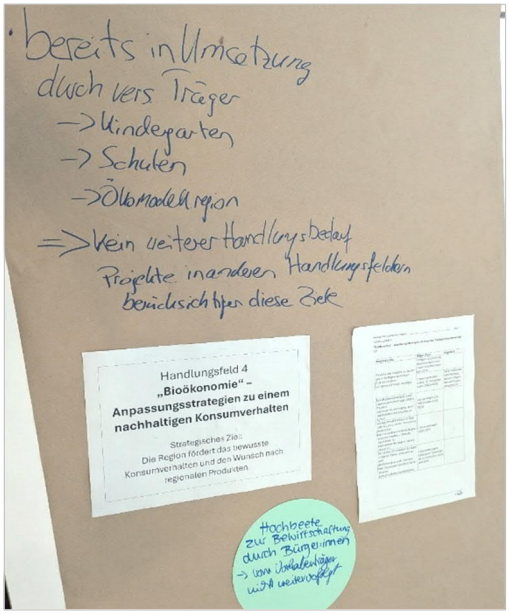
Abschrift der ergänzten Tabelle → siehe Bericht zur externen Evaluierung

4.3 Handlungsfeld 3: Naherholung und ländlicher Tourismus



Abschrift der ergänzten Tabelle → siehe Bericht zur externen Evaluierung

4.4 Handlungsfeld 4: „Bioökonomie“ – Anpassungsstrategien zu einem nachhaltigen Konsumverhalten



Hinweise aus dem Workshop:

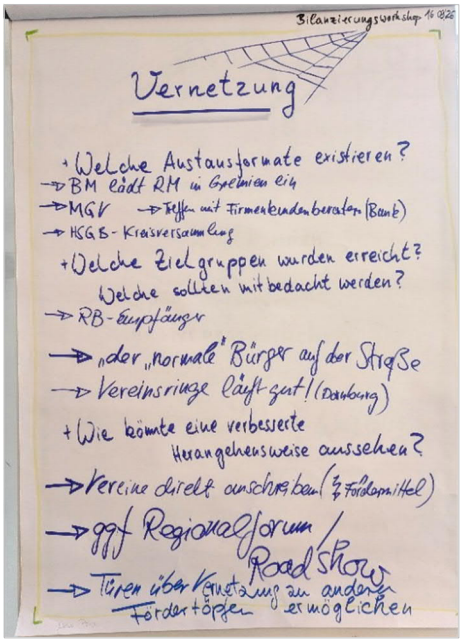
Projekte bereits in Umsetzung durch verschiedene Träger: Kindergärten, Schulen, Ökomodellregion → Kein weiterer Handlungsbedarf. Projekte in anderen Handlungsfeldern berücksichtigen diese Ziele.

Zum Startprojekt Hochbeete durch Bewirtschaftung durch Bürger:innen
Wird vom Vorhabenträger nicht weiterverfolgt

Abschrift der ergänzten Tabelle → siehe Bericht zur externen Evaluierung

5 DIALOGRUNDE II

5.1 Vernetzung



Welche Austauschformate existieren?

- Bürgermeister lädt Regionalmanagement ein
- Mitgliederversammlung
- Treffen mit Firmenkundenberatern (Bank)
- Kreisversammlung des Hessischen Städte- und Gemeindebunds (HSGB)

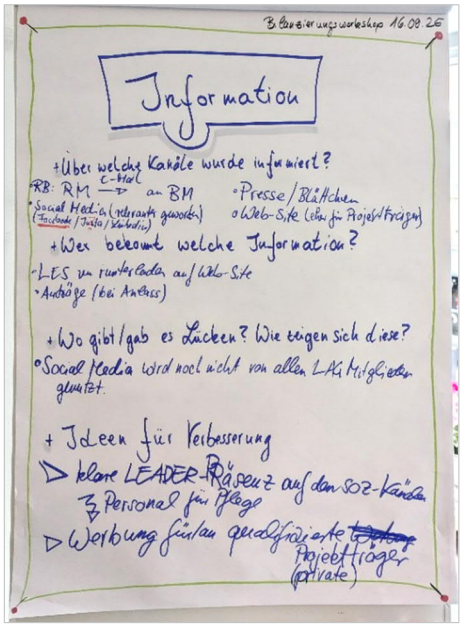
Welche Zielgruppen wurden erreicht?

- Regionalbudget-Empfänger
- „der normale“ Bürger auf der Straße
- Vereinsringe – läuft gut! (Dornburg)

Wie könnte eine verbesserte Herangehensweise aussehen?

- Vereine direkt anschreiben (Fördermittel)
- ggf. Regionalforum / Roadshows
- Türen über Vernetzung zu anderen Fördertöpfen ermöglichen

5.2 Information



Über welche Kanäle wurde informiert?

- Regionalbudget: Regionalmanagement verschickt E-Mails an Bürgermeister
- Presse
- Gemeindeblättchen
- Social Media (relevanter geworden): hauptsächlich Facebook (Instagram und LinkedIn werden nicht für LEADER genutzt)
- Web-Site (eher für Projektträger)

Wer bekommt welche Information?

- LES zum Herunterladen auf Web-Site
- Anträge (bei Anlass)

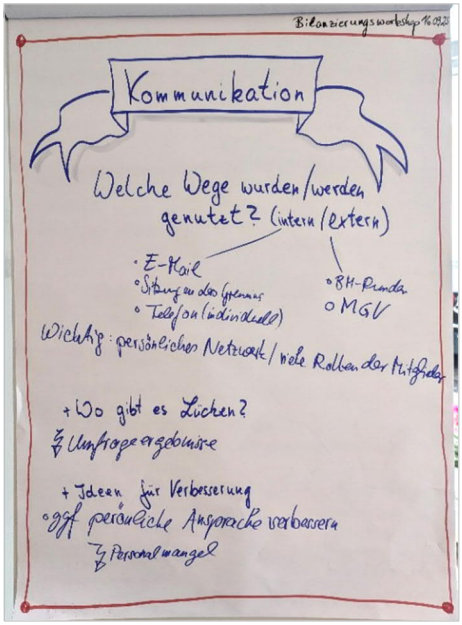
Wo gibt/gab es Lücken? Wie zeigen sich diese?

- Social Media wird noch nicht von allen LAG-Mitgliedern genutzt

Ideen für Verbesserung

- Klare LEADER-Präsenz auf den sozialen Kanälen
- Personal für Pflege
- Werbung für / an qualifizierte private Projektträger

5.3 Kommunikation



Welche Wege wurden/werden genutzt? (intern/extern)

- E-Mail
- Sitzungen des Gremiums
- Telefon (individuell)
- Bürgermeister-Runden
- Mitgliederversammlung
- Wichtig: persönliches Netzwerk / viele Rollen der Mitglieder

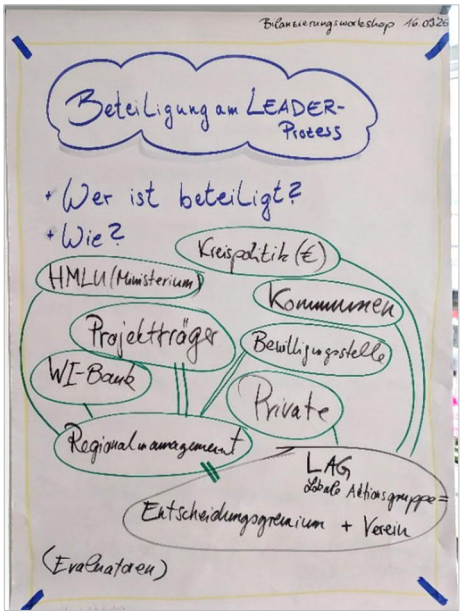
Wo gibt es Lücken?

- siehe Umfrageergebnisse

Ideen für Verbesserung

- ggf. persönliche Ansprache verbessern (Problem: Personalmangel)

5.4 Beteiligung am LEADER-Prozess



Wer ist beteiligt? Wie?

Genannte Akteure:

- Kreispolitik (€)
- Ministerium (HMLU)
- Kommunen
- Projektträger
- WI-Bank
- Bewilligungsstelle
- Private
- Regionalmanagement
- Lokale Aktionsgruppe (LAG) mit Entscheidungsgremium (EG)

Extern: Evaluatoren

Besonders intensive Zusammenarbeit zwischen:

- Regionalmanagement – Projektträger
- Regionalmanagement – Bewilligungsstelle
- Regionalmanagement – LAG/EG

6 SCHLUSSRUNDE: WAS NEHME ICH HEUTE MIT?

Die Teilnehmer:innen des Workshops berichten reihum ihre Gedanken zum Workshop, und was sie daraus mitnehmen. In Stichpunkten:

- Verschiedene Meinungen gehört
- Übersicht erhalten
- Überblick war hilfreich
- Evaluierung ist wichtig und gut
- Beeren-Smoothie des Domhotels war gut
- Gut, dass die externe Evaluierung stattfindet
- Gespannt auf die Zahlen im Evaluierungsbericht
- Spitze des Vereins macht hervorragende Arbeit bzgl. Informationspolitik
- Bürokratieabbau passiert nicht
- Handlungsfeld 3 an Realitäten anpassen und stärker gewichten, dafür Bioökonomie weniger
- Wichtig, nochmal Ziele in Erinnerung zu rufen
- Sehr konstruktiver Workshop