

Praxis-Workshop

LEADER-Wirkungsorientierung

18. Jänner 2022

Netzwerk Zukunftsraum Land wird finanziert von Bund, Ländern und Europäischer Union

Wirkungsorientierung soll unterschiedliche Bedarfe decken. So soll das neue Modell...

- spezifisch sein, damit jede LAG ihren individuellen thematischen Entwicklungspfad abbilden kann -> Unterstützung der Steuerung auf LAG-Ebene
- eine Zusammenschau der Ergebnisse und Wirkungen der LEADER-Arbeit über mehrere LAGs, auf Landes- und Bundesebene ermöglichen -> Aggregierbarkeit
- Wirkungen der LEADER-Arbeit sichtbar machen, die sich nicht allein durch inhaltliche Projektwirkungen ausdrücken lassen (z.B. Sensibilisierung, Beteiligung, Vernetzung, etc.) -> Der „LEADER-Mehrwert“
- das BMLRT unterstützen, Werte für verpflichtende Indikatoren der neuen GAP-Periode zu sammeln
- *mit vertretbarem Aufwand von den LAGs angewendet werden können -> Handhabbarkeit*

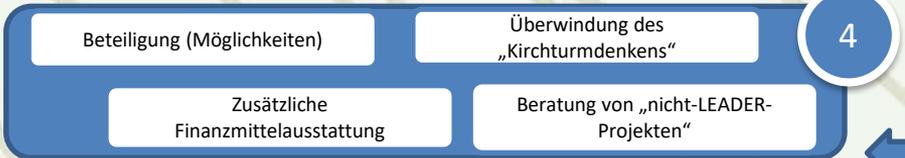
Gesamtkonzept

Wie gut gelingt der Kapazitätsaufbau und die Realisierung des „LEADER-Mehrwerts“?

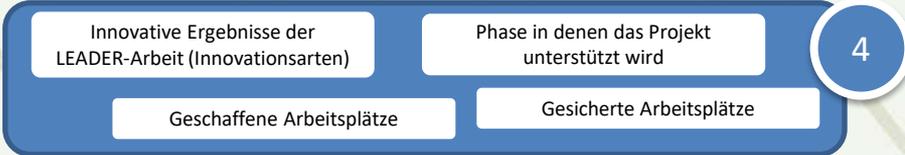
Sozialkapital: regional, national, europäisch



Governance und Demokratie



Ergebnisqualität und Innovation

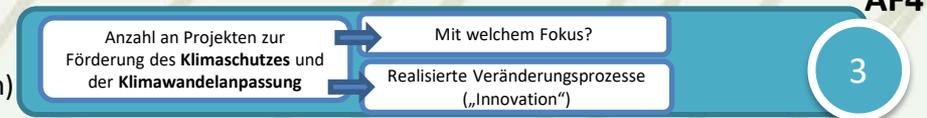
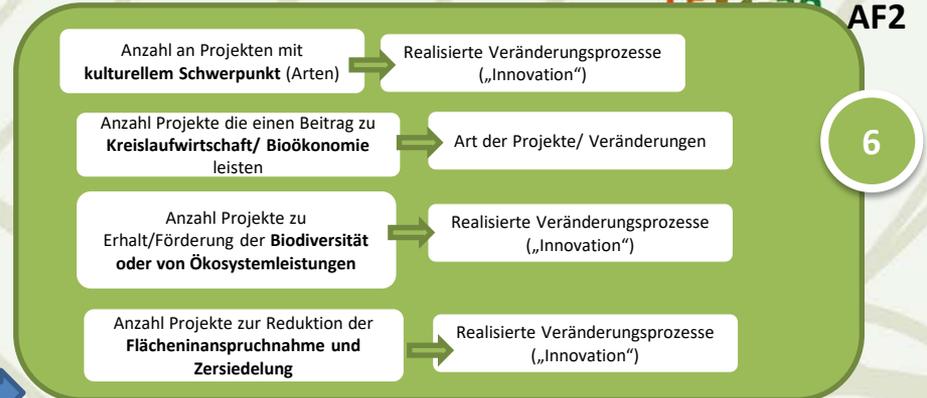
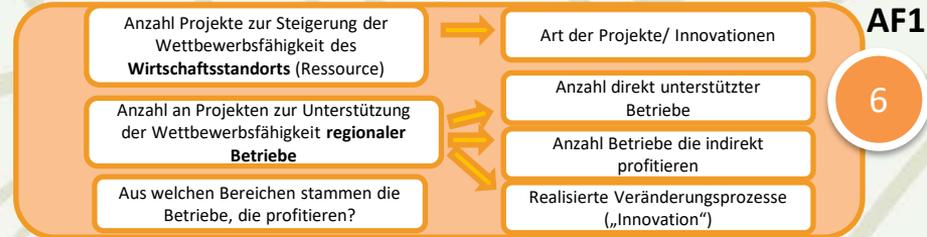


14 „Mehrwert“-Indikatoren

21

Aktionsfeld-Indikatoren (nicht alle anzuwenden)

Abschätzen von thematischen Ergebnissen und Wirkungen



Konzeptioneller Zugang in den Aktionsfeldern – 3 Stufen hin zur „Wirkung“

1. Anzahl Projekte die zu einem bestimmten Ziel umgesetzt werden/ Anzahl an Profitierenden einer bestimmten Zielgruppe („Leitindikatoren“)

2. Anzahl an Projekten mit bestimmten Wirkungsmechanismen (Veränderungen)

- Prozessinnovationen
- Produktinnovationen
- Strukturinnovationen
- Soziale Innovationen

3. Wer profitiert von der Veränderung (Struktur)

Die Veränderung ist eine Form der Plausibilisierung für die Zielerreichung, wo wir die Zielerreichung selbst nicht messen können

AF1_2 Anzahl an Projekten, die die Wettbewerbsfähigkeit regionaler Betriebe unterstützen

Anzahl an Projekten, bei denen der Betrieb/ die Betriebe

AF1_2.01	die Effizienz in der Herstellung des Produkts bzw. der Dienstleistung steigern / den Ressourceneinsatz verringern
AF1_2.02	ein neues marktfähiges Produkt/ Dienstleistung entwickeln oder die Qualität eines bestehenden Produkts/ Dienstleistung verbessern
AF1_2.03	Außenkommunikation und Kundenbeziehungen verbessern (z.B. Marke entwickeln/ einführen, neues Marketing einführen, Kunden binden, Service am Kunden verbessern,..)
AF1_2.04	die eigene Wertschöpfungskette ausbauen/verbessern (Produktionsschritte an andere Unternehmen outsourcen, neue Lieferanten finden, neue Vertriebswege finden, etc.)
AF1_2.05	die betriebsinterne Organisation verbessern (verbesserte Strukturen und Abläufe, Qualifizierung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,...)

Anzahl der Projekte, bei denen sich die Wettbewerbsfähigkeit von Betrieben aus folgendem Bereich steigert:

AF1_5.01	Land- und Forstwirtschaft
AF1_5.02	Energiewirtschaft
AF1_5.03	Nahrungs- / Genussmittel (Verarbeitung)
AF1_5.04	Textil/ Bekleidung
AF1_5.05	Chemie, Metalle, Elektronik, Baugewerbe

2 Zeitpunkte sind zu unterscheiden

Strategiephase/ Antragstellung

Excel-Vorlage

Aktionsfeld-Indikatoren auswählen (ggf. Individualisierung und Zielwerte)

Mehrwert-Indikatoren: sind fix, für alle gleich und müssen alle berücksichtigt werden – optional können Zielwerte definiert werden

Themenübergreifende verpflichtende Indikatoren (teils Aktionsfeld-Indikatoren = Leitindikatoren, teils Mehrwert-Indikatoren; **rot markiert**) – aufsummiert in Tabelle 4.1.2 eintragen

Laufender Betrieb

Digitale Förderplattform (DFP)

Am Ende jedes Projekts werden die Ist-Werte des Projekts eingetragen. Dafür stehen alle Aktionsfeld-Indikatoren und alle Mehrwert-Indikatoren zur Verfügung