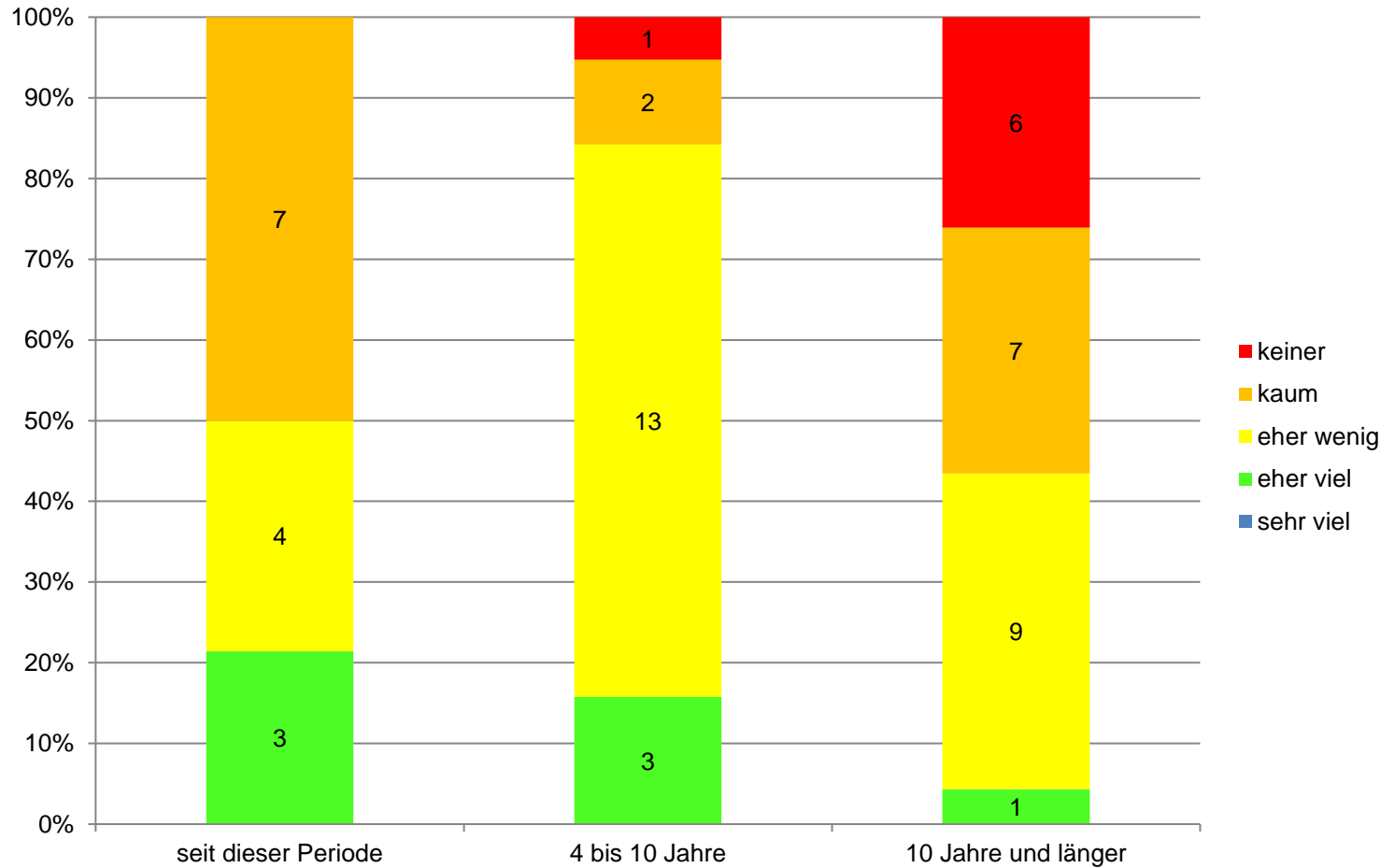


Analyse der Wirksamkeit und der Umsetzung des Modells zur Wirkungsorientierung in der Maßnahme LEADER

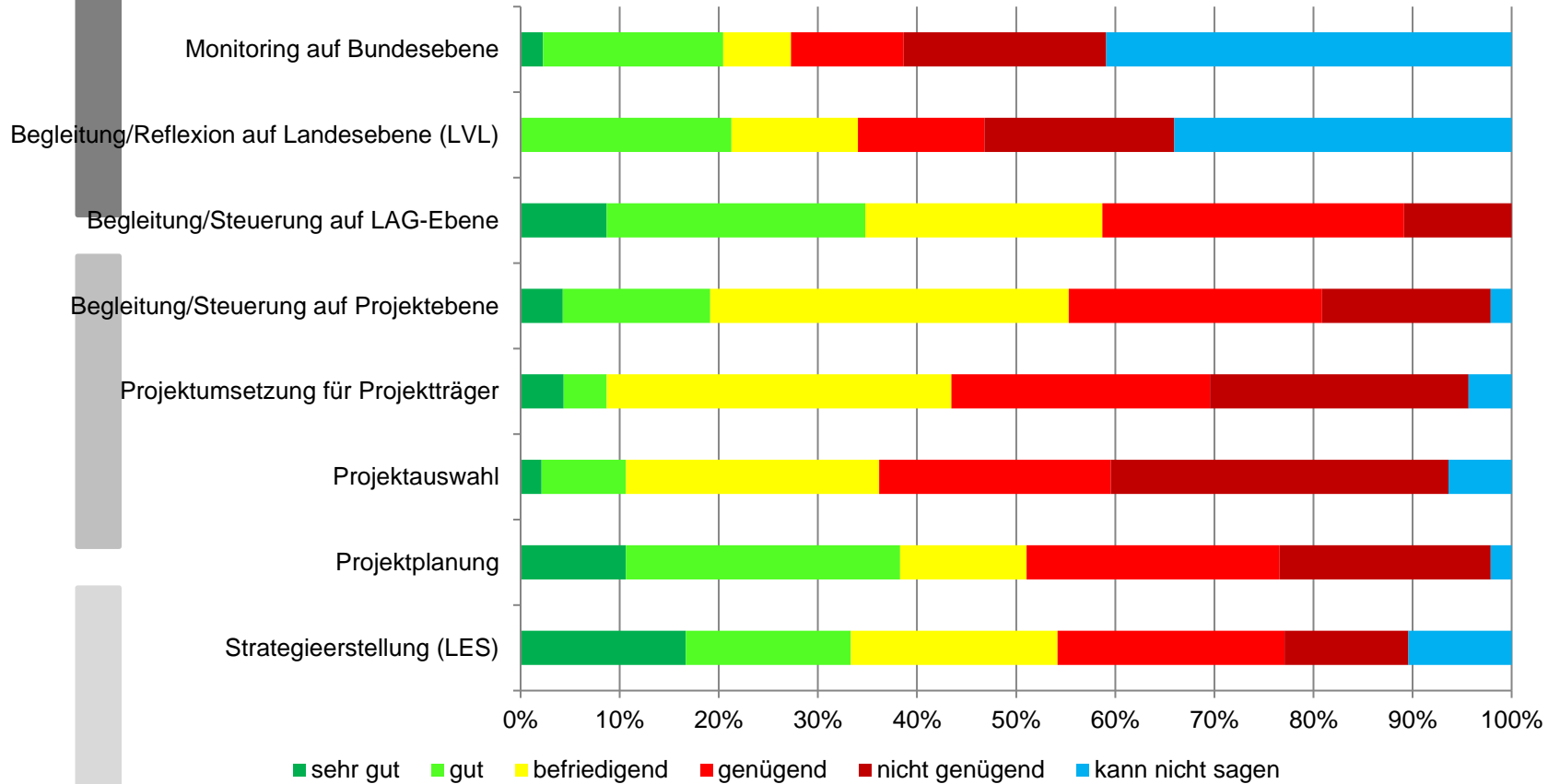
Ausgewählte Ergebnisse

Videokonferenz April 2020

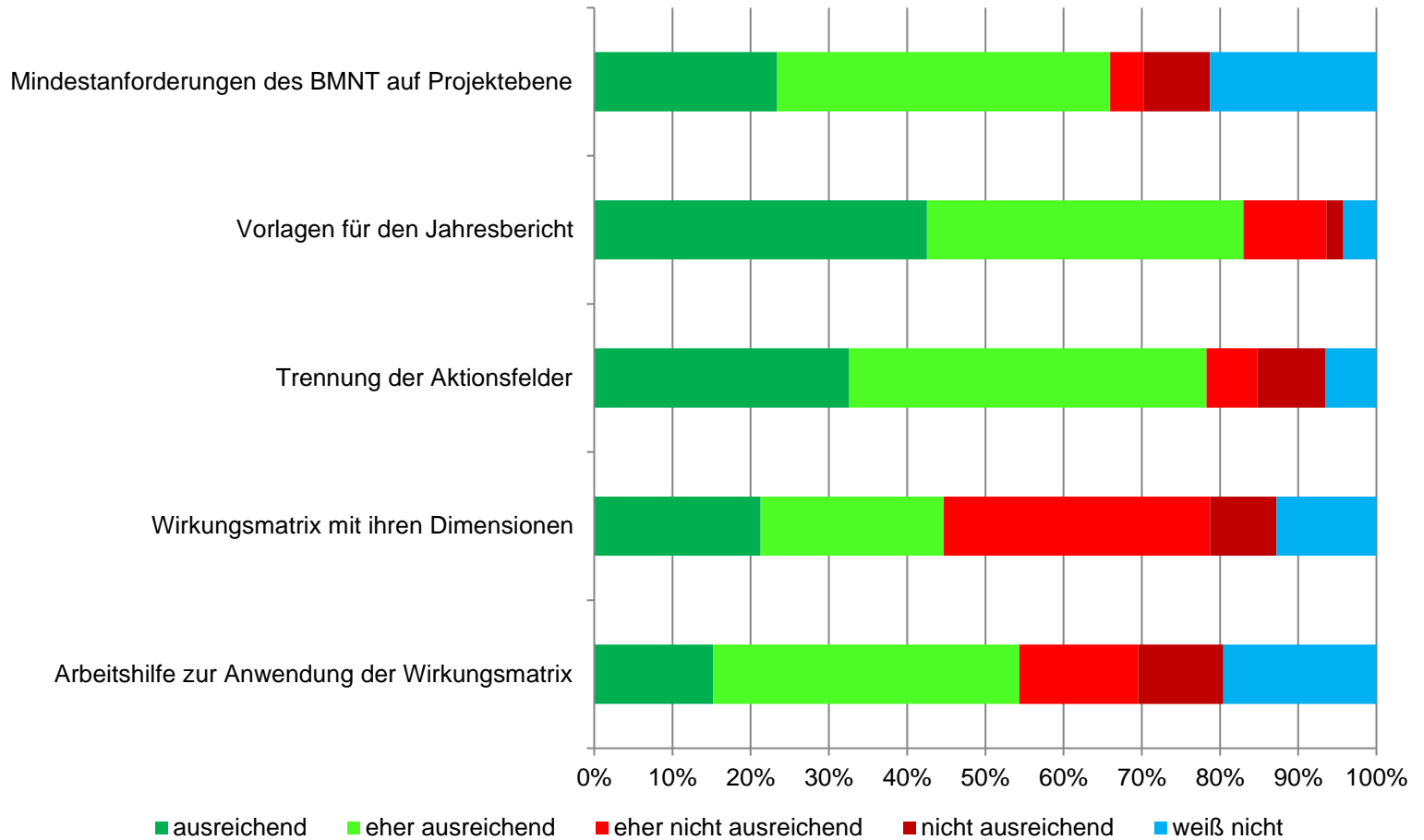
Nutzen durch das System der WO



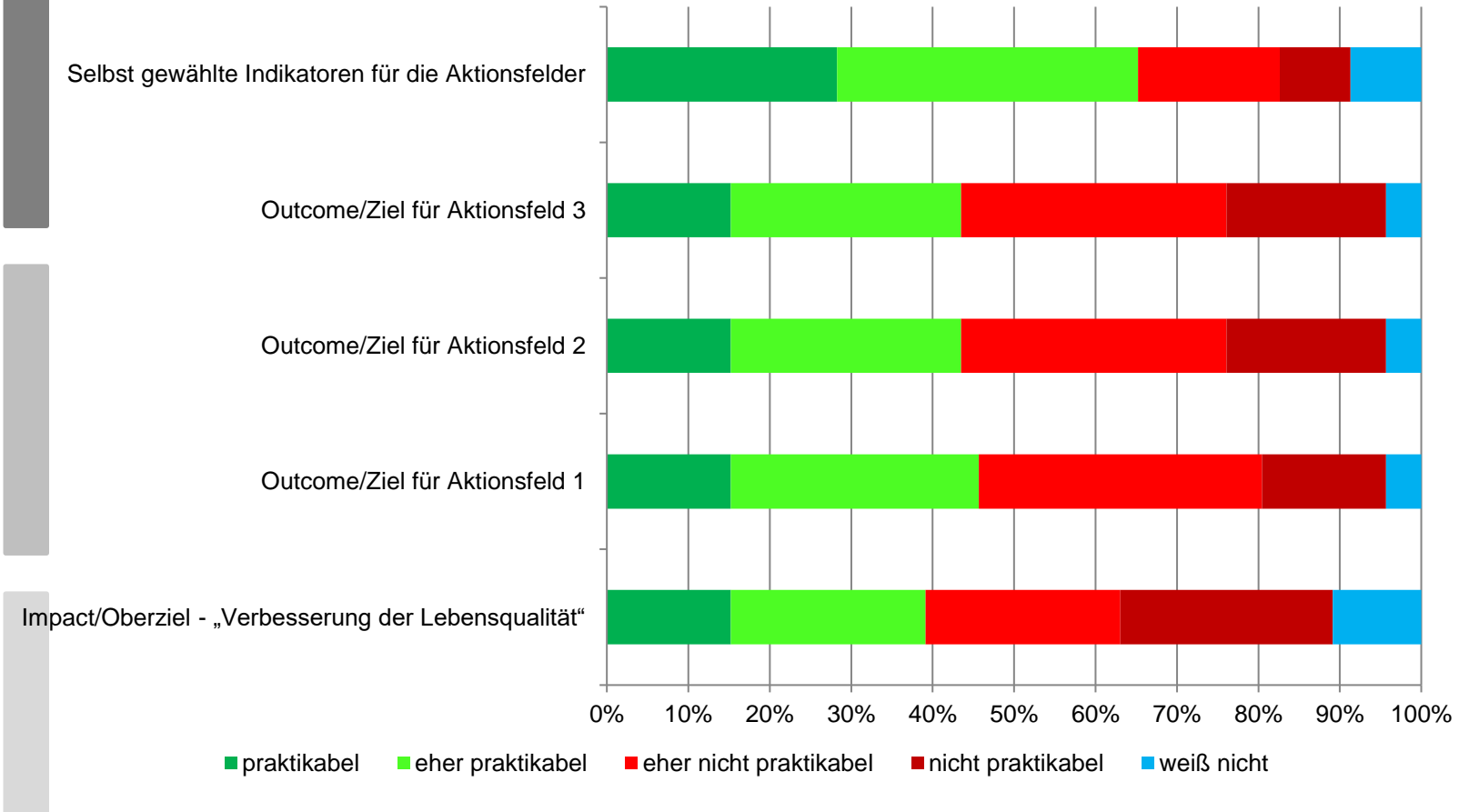
Brauchbarkeit der Wirkungsorientierung



Anwendbarkeit/Verständlichkeit der Arbeitsbehelfe



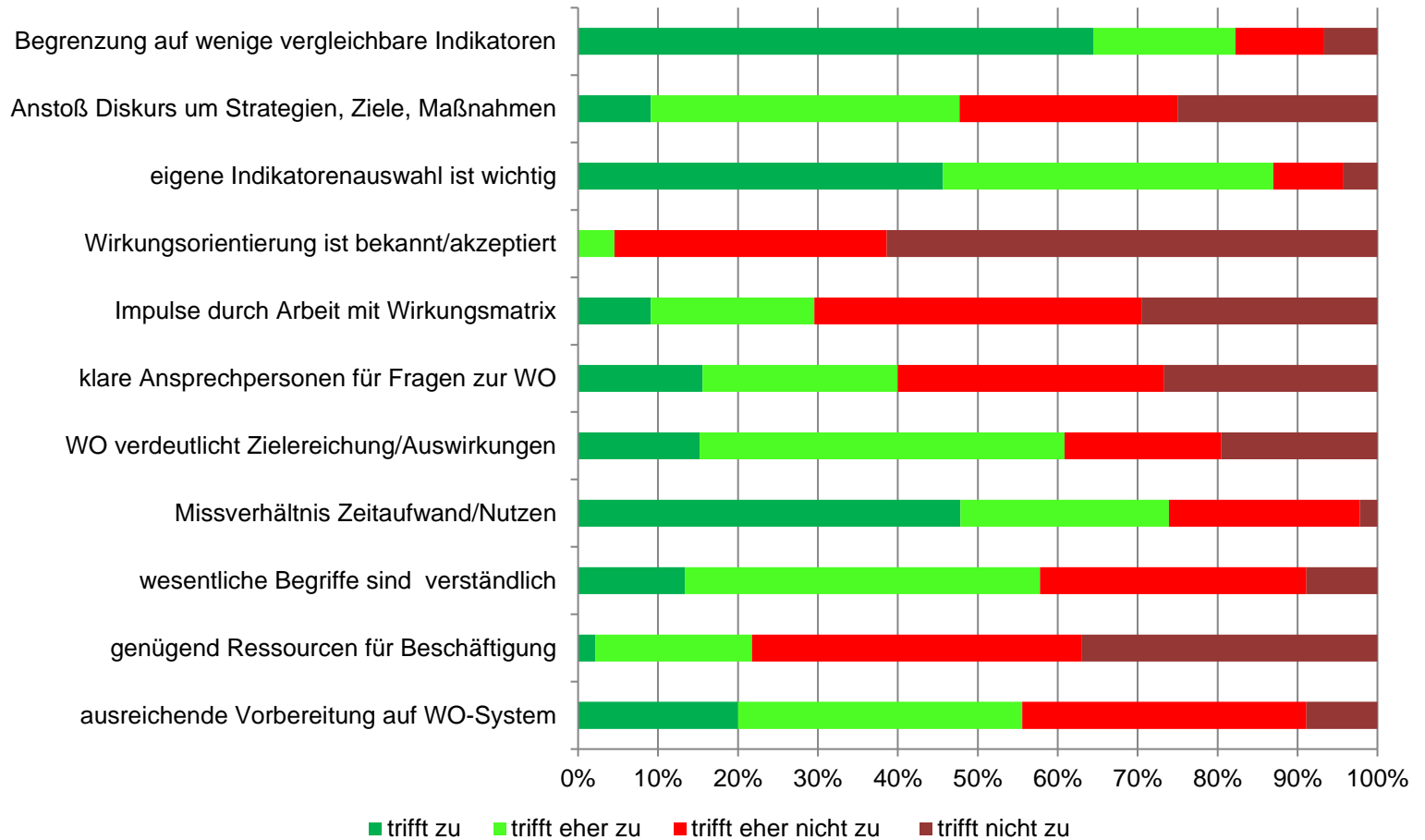
Praktikabilität der Wirkungsindikatoren



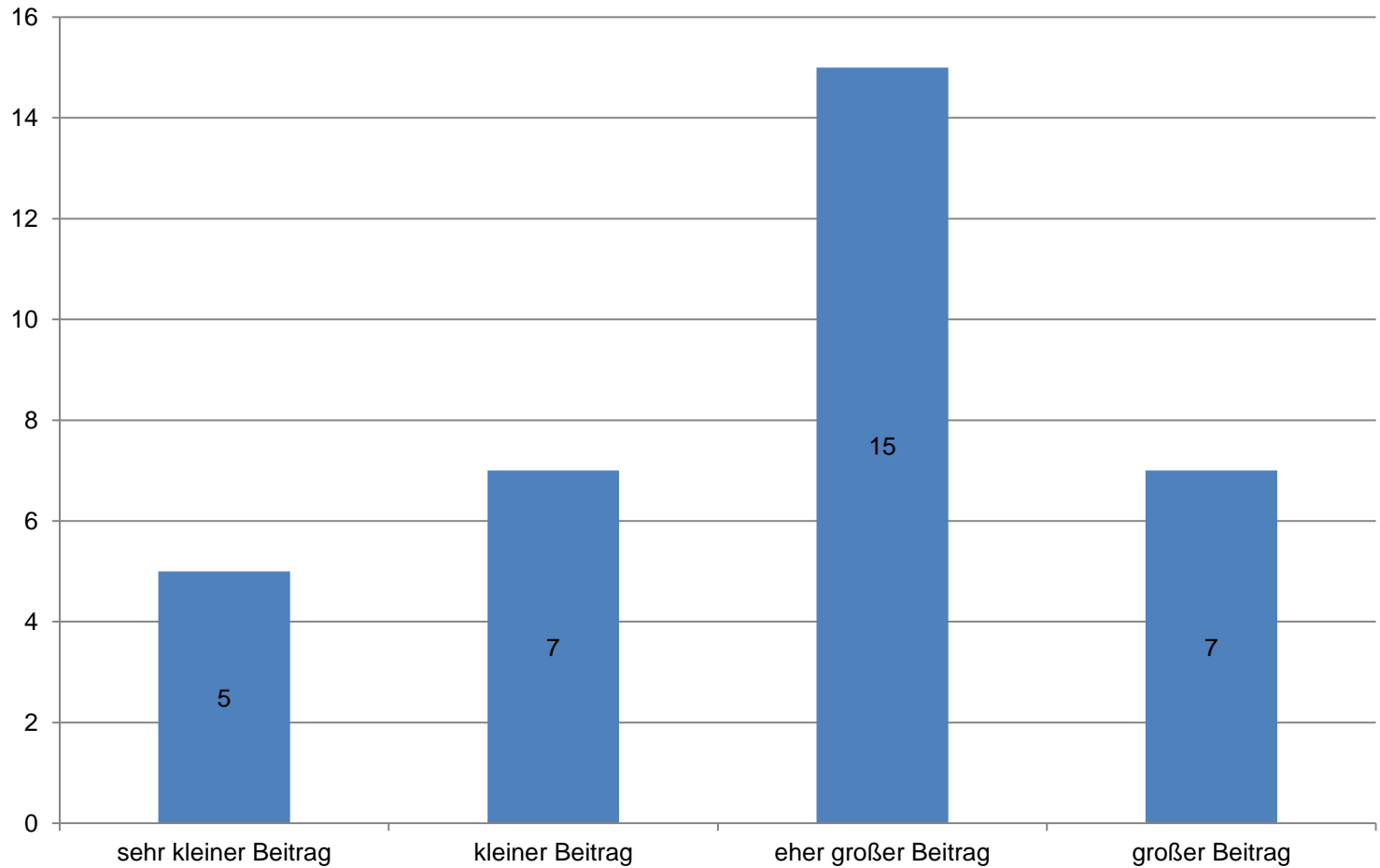
Monitoring oder Wirkungsmessung?

Ziele	Indikatoren	Basis/Soll/Ist-Werte
Wertschöpfung ist gesteigert	Wertschöpfungsindex	50 – 70 - ?
- Vielfältiges Freizeit- u. Tourismusangebot	Anzahl Angebote	+ 20
- es entstehen neue Arbeitsplätze	Anzahl APL	0 – 1 - ?
- Gemeinsames Marketing	Gemeinsames Marketingkonzept	Nein - ja
 		
Natürliche Ressourcen/ kulturelles Erbe gefestigt	Index für n. R. und k. E.	21– 36 - ?
- Kultur ist professionelles Angebot des Tourismus	Anzahl innovativer Projekte zur ...	+ 3
- Attraktiver für KundInnen	Zusätzliche BesucherInnen	0 – 200 - ?
- zeitgemäßer Auftritt	Anzahl multimedialer Maßnahmen	5 – 10 - ?

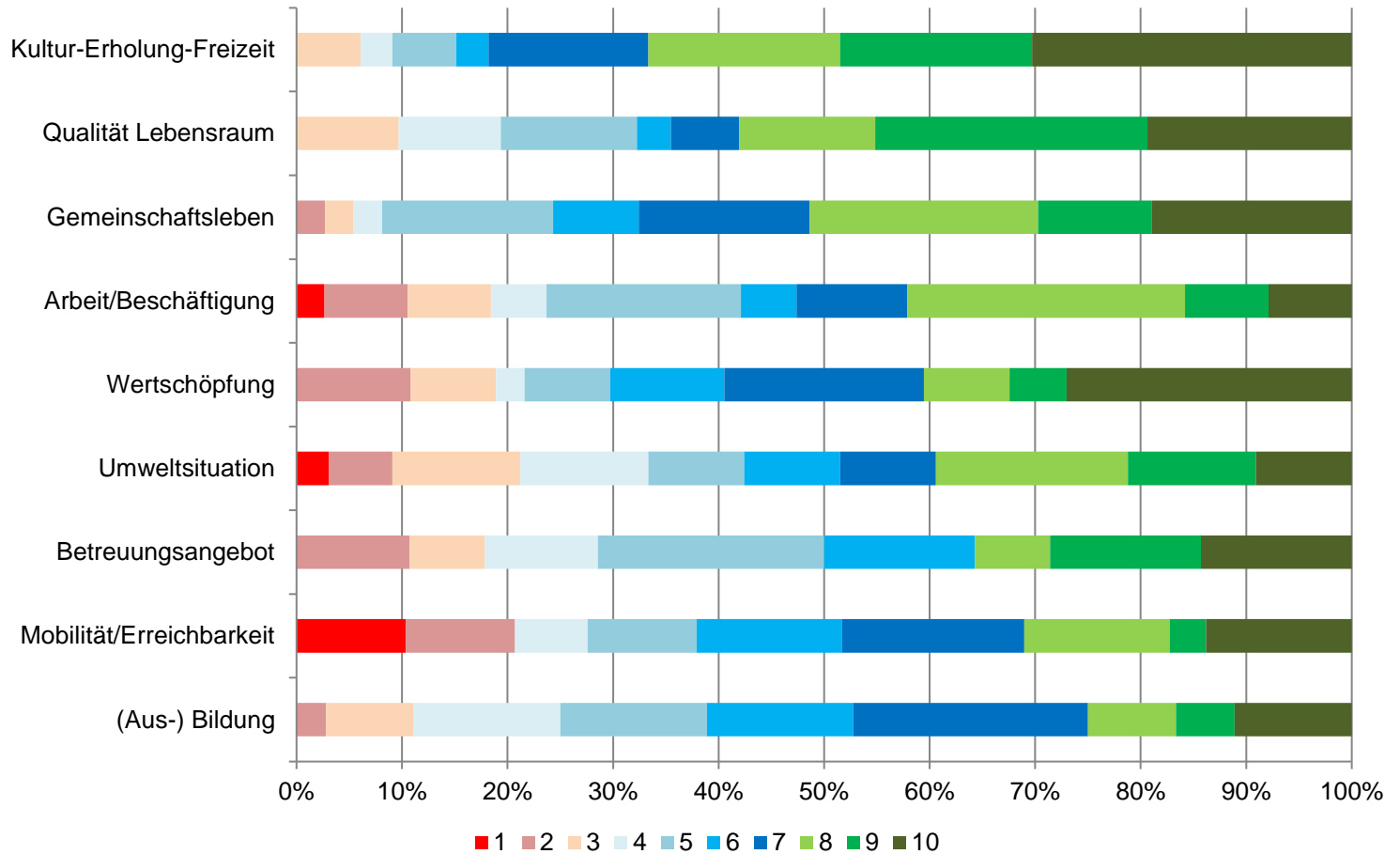
Aspekte der Wirkungsorientierung



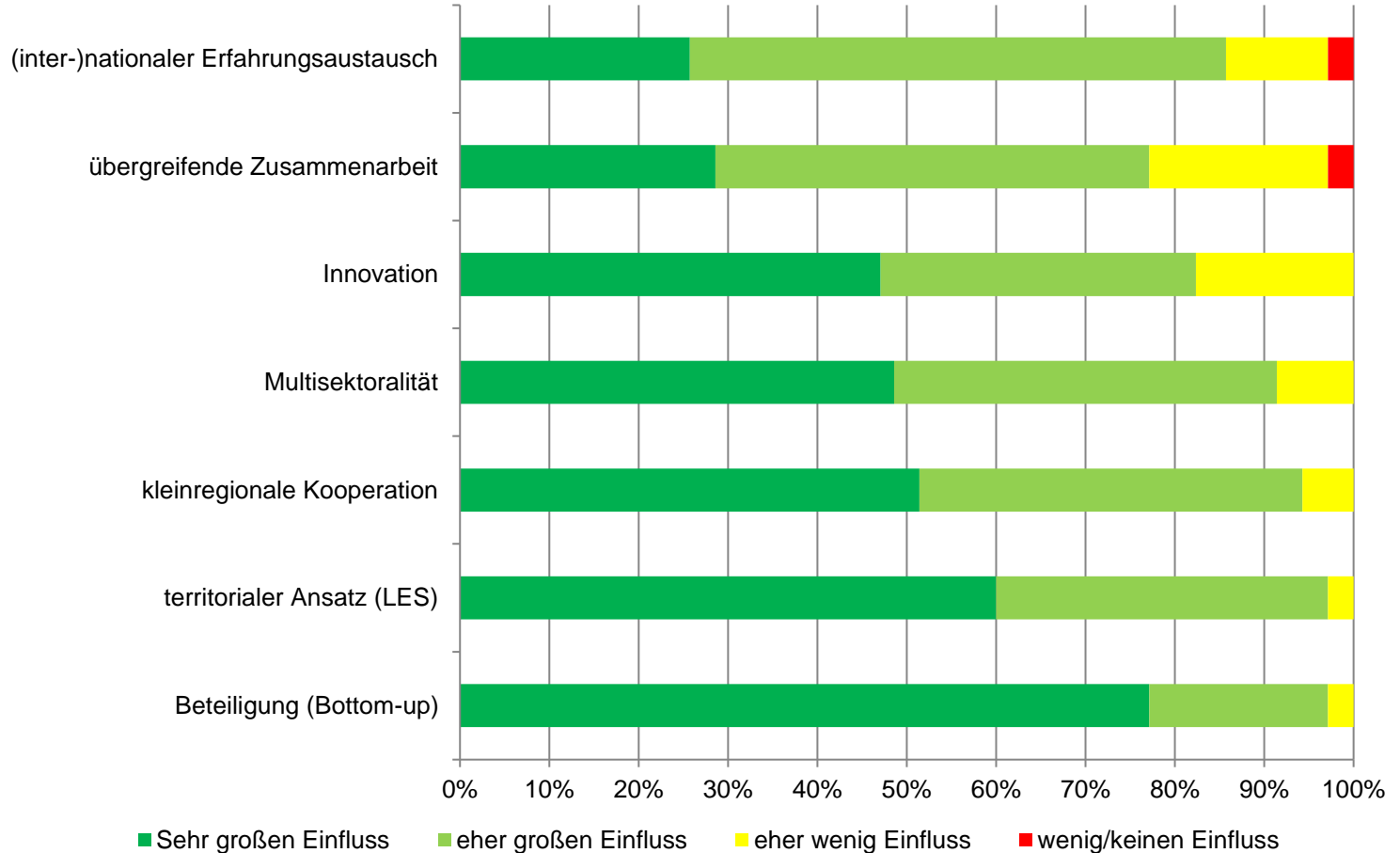
Index Verbesserung der Lebensqualität



Verbesserung in ausgewählten Bereichen



LEADER-Prinzipien und regionale Entwicklung



Danke für Ihre Aufmerksamkeit !

Bitte um Anregungen und Fragen!