



Chancen erkennen Heimat gestalten

Regionalmanagement in Bayern



Regionalmanagement ist der Entwicklungsmotor für Regionen



Regionalmanagement unterstützt die Kommunen bei der Bewältigung gemeinsamer Zukunftsfragen. Ganz nach dem Motto „Chancen erkennen – Heimat gestalten“ geht es darum, die Potentiale einer Region als Lebensraum und Wirtschaftsstandort zu stärken und die Stärken zu kommunizieren.

Regionalmanagement ist ein Erfolgsmodell: In Bayern wurden auf über 75 % der Landesfläche Regionalmanagements eingerichtet, im ländlichen Raum sogar auf 85 % der Fläche.

Der Dank gilt allen Partnern des Regionalmanagements. Regionalmanagement lebt vom freiwilligen Engagement in regionalen Netzwerken. Die positiven Auswirkungen auf die hohe Lebensqualität und die wirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit in Bayern sind klar erkennbar.

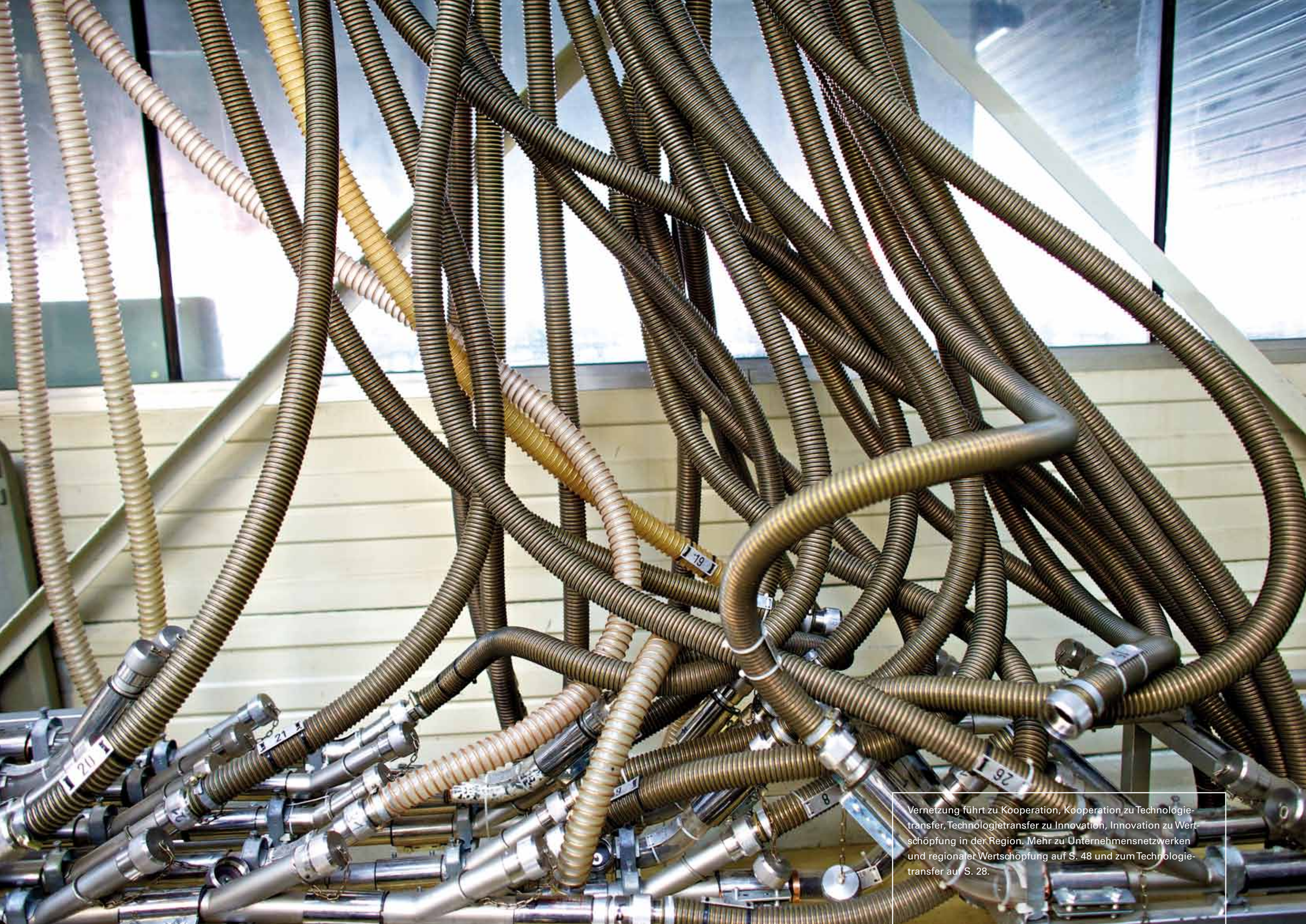
Der demografische Wandel stellt Gemeinden und Landkreise vor vielfältige Herausforderungen. Das Staatsministerium der Finanzen, für Landesentwicklung und Heimat wird Kommunen, die ihre Zukunft eigenverantwortlich in die Hand nehmen wollen, mit dem Regionalmanagement weiterhin unterstützen.

Dr. Markus Söder, MdL
Bayerischer Staatsminister der Finanzen,
für Landesentwicklung und Heimat



Inhalt

6	In Bildern	Vielseitig, lebendig, nah dran: Impressionen aus dem Regionalmanagement.
16	Regionalmanagement – das steckt dahinter	Mit dem Regionalmanagement fördert die Staatsregierung die eigenständige Entwicklung der Regionen.
18	Regionalmanagement – in sieben Schritten	Koordinator, Moderator, Impulsgeber und Spielmacher: ein Einblick in die Arbeit des Regionalmanagements.
20	Drei Regionalmanager im Gespräch	Über Geduld, Durchsetzungsvermögen und eine besondere Motivation.
22	In Zahlen	Das Förderinstrument Regionalmanagement in Bayern.
24	Nachwachsender Rohstoff Wissen	Wissen ist unsere wichtigste Ressource. Das Regionalmanagement schafft Aha-Erlebnisse und weckt die Lust am Lernen.
30	Mit vereinten Fachkräften	Außerhalb der Zentren fehlen Fachkräfte. Auf die Region zugeschnittene Projekte zeigen, wie man die Mitarbeiter von morgen holen und halten kann.
36	Standortfaktor Kultur und Tourismus	Regionen leben von ihrer kulturellen und touristischen Attraktivität. Das Regionalmanagement hilft, die Schätze ans Tageslicht zu holen und die Stärken weiter zu entwickeln.
42	Die Region als Marke	Gerne werben Regionen mit markigen Sprüchen. Doch nicht immer stimmen diese mit der Realität überein. Das Regionalmanagement richtet den Blick deshalb erst nach innen, bevor es sich nach außen wendet.
48	Einfach naheliegend: regionale Wertschöpfung	Auch in unserer globalen Ökonomie sind regionale Netzwerke wichtig. Das Regionalmanagement bringt Nachbarn zusammen, damit sie voneinander profitieren.
54	Lebensräume gestalten	Der demografische Wandel verändert unsere Städte und Dörfer. Das Regionalmanagement hilft, Lebensräume zu gestalten.
60	Energiegewinner	Die Energiewende soll den Klimawandel bremsen – aber nicht das wirtschaftliche Wachstum. Richtig angepackt bringt sie Chancen für die Wertschöpfung in den Regionen.



Vernetzung führt zu Kooperation, Kooperation zu Technologietransfer, Technologietransfer zu Innovation, Innovation zu Wertschöpfung in der Region. Mehr zu Unternehmensnetzwerken und regionaler Wertschöpfung auf S. 48 und zum Technologietransfer auf S. 28.



BAUST. PRÜFRAUM

Mit den Arbeitskräften von morgen beschäftigt sich das Regionalmanagement schon heute – mit innovativen Ideen und sichtbaren Erfolgen. Mehr zum Thema Fachkräfte auf S. 30.



Ideale Voraussetzungen für kreatives Arbeiten finden sich auch im ländlichen Raum. Gute Geschäftsideen fallen hier auf fruchtbaren Boden und leer stehende Gebäude finden eine neue Nutzung. Mehr zur Gewinnung von Fachkräften auf S. 30 und zur Wiederbelebung von Leerständen auf S. 54.



Wissen ist der wichtigste nachwachsende Rohstoff für Regionen. Mehr zum Thema Bildung auf S. 24 und zum Thema Energie auf S. 60.



Wer seine Stärken kennt und die Menschen mitnimmt, kann seine Region glaubhaft nach außen darstellen. Mehr zur Entwicklung regionaler Stärken auf S. 36 und zum Standortmarketing auf S. 42.

Regionalmanagement – das steckt dahinter

17



Ausgewählte Projekte werden auf den nächsten Seiten vorgestellt und stehen beispielhaft für alle Regionalmanagement-Initiativen in Bayern.

Die Staatsregierung bietet seit 2007 allen bayerischen Kommunen mit dem Förderprogramm „Regionalmanagement Bayern“ Unterstützung für eine eigenverantwortliche regionale Entwicklung an. Regionalmanagement ist ein Instrument der Landesentwicklung, das sich mit querschnittsorientierten Zukunftsthemen – wie Demografie, Wettbewerbsfähigkeit, Siedlungsentwicklung oder der Energiewende – befasst und die regionale Handlungsebene im Blickfeld hat.

Ein zentrales Anliegen der Landesentwicklung ist die Verbesserung der Situation im ländlichen Raum. Regionalmanagement unterstützt hier die Umsetzung der Ziele des Landesentwicklungsprogramms ganz konkret vor Ort. Entsprechend breit und flexibel ist das Aufgabenspektrum des Regionalmanagements angelegt: Als Dienstleister für die Region übernimmt es die Rolle als Impulsgeber und Berater, es initiiert Zukunftsprojekte, unterstützt bei Förderantragstellungen und vernetzt Menschen aus unterschiedlichen Lebens- und Arbeitsbereichen.

Grundlage des Regionalmanagements ist stets ein maßgeschneidertes Handlungskonzept für die Region, das aufzeigt, wie Bürger und Kommunen ihre Heimat „zukunftsfest“ machen und wie Regionen ihre Potentiale und Stärken noch besser zur Geltung bringen können. Für die Entwicklung und Umsetzung der Strategie gibt es Regionalmanager als Ansprechpartner vor Ort. Sie arbeiten je nach Thema mit Partnern aus der Region zusammen. Am Regionalmanagement beteiligen sich Kommunen, die örtliche Wirtschaft, wissenschaftliche Einrichtungen, Wirtschaftskammern und Verwaltungen. Aus diesen Kontakten entstehen strategische Netzwerke als Grundlage für gemeinsame Projekte und neue regionale Kreisläufe.

Diese Broschüre gibt einen Einblick, wie Regionen mit den Herausforderungen von morgen umgehen. Eine Projektauswahl der letzten Jahre zeigt, wie vielfältig die Handlungsfelder und wie innovativ die Lösungsansätze durch das Regionalmanagement sind. Die vorgestellten Projekte werden in dieser oder ähnlicher Form auch von anderen Regionalmanagements bearbeitet.

Initiativen in der Umsetzungsphase

Region Allgäu, Altmühl-Jura, Region Augsburg, Region Bayerischer Untermain, Region Landshut, Cham, Region Coburg, Deggendorf, Donau-Ries, Dingolfing-Landau, EuRegio Salzburg-Berchtesgadener Land-Traunstein, Freyung-Grafenau, Fürstenfeldbruck, Fürth, Garmisch-Partenkirchen, Haßberge, Region Ingolstadt, Kitzingen, Main-Spessart, Miesbach, Neumarkt i.d.OPf., Neustadt a.d. Aisch-Bad Windsheim, Neustadt a.d. Waldnaab, Nürnberger Land, Region Passau, Regen, Roth, Rottal-Inn, Schwandorf, Schweinfurt, Tirschenreuth, Weilheim-Schongau, Weißenburg-Gunzenhausen, Wunsiedel im Fichtelgebirge

Anschubförderung abgelaufen

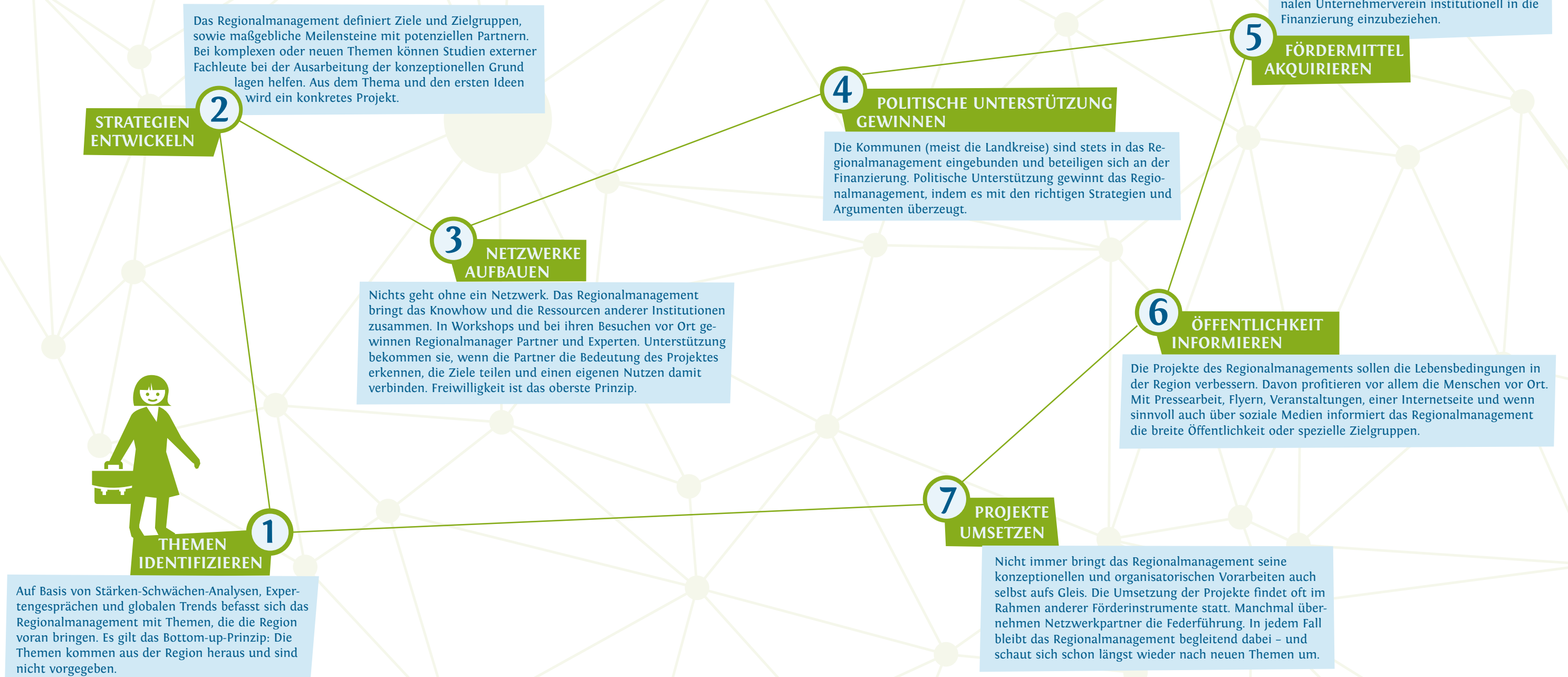
Region Amberg-Sulzbach, Region Bamberg-Forchheim, Region Bayreuth, Dachau, Erlangen-Höchststadt, Region Hesselberg, Hochfranken, Kelheim, Kronach, Kulmbach, Lichtenfels, Region Oberfranken, Rhön-Grabfeld/Bad Kissingen, Starnberg, XperRegio

Das Staatsministerium der Finanzen, für Landesentwicklung und Heimat – Abteilung Landesentwicklung – steht den bayerischen Regionen zur Seite, wenn es darum geht, ein Regionalmanagement einzurichten und auszubauen.

Regionalmanagement – in sieben Schritten

19

Das Regionalmanagement ist für die Region je nach Bedarf Koordinator, Moderator, Impulsgeber und Spielmacher für Projekte sowie Plattform für deren gemeinsame Vermarktung und die Fördermittelakquise. Stets geht es darum, Stärken und Chancen zu identifizieren und zu entwickeln. Immer geschieht dies in Netzwerken, bei denen Menschen aus unterschiedlichen Bereichen freiwillig mitarbeiten: je nach Thema aus Wissenschaft, Wirtschaft, Verbänden und örtlichen Initiativen.



Drei Regionalmanager im Gespräch

Manager leiten normalerweise Konzerne und haben viele Mitarbeiter. Regionalmanager entwickeln Regionen und müssen sich Ihre Partner immer wieder neu suchen. Drei Regionalmanager erläutern: Was ist das Besondere an Ihrem Job?

Franziska Ruckdeschel: Wir wollen unsere Region voranbringen. Dahinter stehen Menschen, die hier leben und von unserer Arbeit profitieren sollen. Das ist eine besondere Motivation.

Herbert Altmann: Der Job ist sehr abwechslungsreich und vielfältig. Durch die Auswahl der Themen können wir ein Stück weit beeinflussen, wohin sich unsere Regionen entwickeln – vorausgesetzt alle ziehen mit!

Drei Regionalmanager im Gespräch: (v.l.) Franziska Ruckdeschel aus dem Fichtelgebirge, Herbert Altmann aus Deggendorf und Verena Papke aus Starnberg.



Verena Papke: Wir haben laufend mit sehr unterschiedlichen Menschen zu tun, die wir von unseren Ideen überzeugen müssen. Dazu muss man unterschiedliche Sprachen sprechen, und ich meine jetzt nicht den Dialekt: Vom EU-Repräsentanten über den Kreisrat bis zum bürgerschaftlich Engagierten, vom CEO eines Großunternehmens bis zur Drei-Mann-Schreinerei bringen wir unterschiedliche Menschen an einen Tisch und beziehen das Knowhow von allen ein.

Sie müssen nicht nur unterschiedliche Sprachen sprechen, auch sonst müssen Sie einige Fähigkeiten mitbringen.

Herbert Altmann: Kommunikation und die Offenheit für Menschen sind ganz wichtig.

Franziska Ruckdeschel: Dazu kommen Organisationstalent und Durchsetzungsvermögen.

Verena Papke: Ich würde noch die Empathie ergänzen und die Geduld, die wir bei den teilweise langwierigen Verfahren brauchen.

Ist es hilfreich, wenn man aus der Region kommt und die Menschen kennt?

Franziska Ruckdeschel: Ich komme aus dem Nachbarlandkreis und finde es sehr hilfreich, dass ich den Menschenschlag hier kenne. So kann ich Äußerungen und Standpunkte besser einordnen. Wenn ich mich als Regionalmanagerin vorstelle, erwähne ich immer, dass ich aus der Region komme.

Verena Papke: Bei mir ist das anders. Ich komme aus dem Rheinland, die Leute hier merken natürlich sofort, dass ich keine Oberbayerin bin. Mir ist es ganz recht, dass ich nicht jede Vorgeschichte schon kenne. So kann ich mir mein eigenes Bild machen und unbeschwert auf Leute zugehen.

Apropos auf Leute zugehen: Ihre Arbeit lebt vom Netzwerken. Wie lange dauert es eigentlich, bis man sich so ein Netzwerk aufgebaut hat?

Franziska Ruckdeschel: Sehr lange. Mindestens ein Jahr. Und dafür muss man eine Menge Türklinken putzen.

Herbert Altmann: Es kommt natürlich auf die Akteure an. Wenn sie sich von selber einbringen, ist es gut. Aber wenn jeder Input vom Regionalmanager kommen muss, ist es sehr mühsam.

Ohne Netzwerk geht nichts. Aber wenn aus dem Netzwerk auch einmal keiner mehr helfen kann, was machen Sie dann?

Verena Papke: Ich rufe meine Regionalmanagement-Kollegen in den anderen Regionen an. Wir kennen uns inzwischen ganz gut und ich weiß, dass sie sich in meine Lage versetzen können.

Herbert Altmann: Letzte Instanz ist für mich anschließend der Landrat. Der hat eigentlich immer eine Lösung.

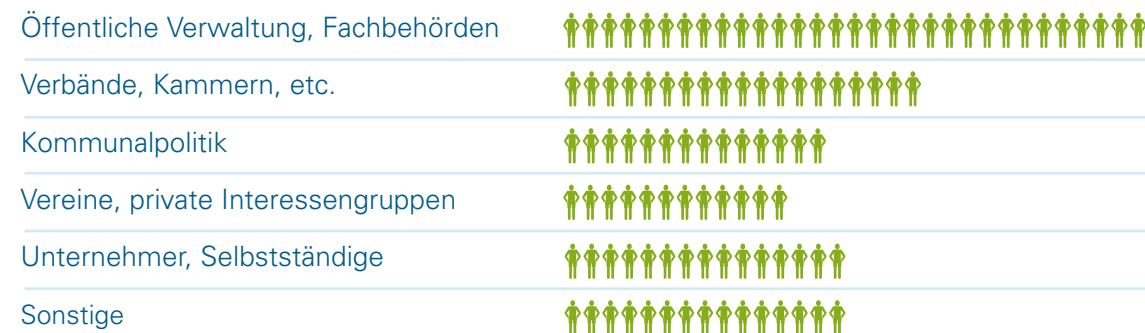
Franziska Ruckdeschel: Dass die Menschen von unserer Arbeit profitieren, ist eine besondere Motivation.



Regionalmanagement in Zahlen

Mit **106** Kooperationspartnern im Durchschnitt sind die Regionalmanagement-Initiativen fest in der Region verankert.

Die Netzwerkpartner kommen aus den Bereichen:



18,5 Mio.€

hat die Bayerische Staatsregierung von 2007 bis 2013 in Regionalmanagement-Initiativen für die Regionen investiert. Der Zuschuss ist als Anschubfinanzierung hauptsächlich für Personalkosten und Öffentlichkeitsarbeit gedacht und bedingt immer eine Kofinanzierung durch die Kommunen.

**Leistungen eines Regionalmanagers für die Region:
Querschnittswerte für 2013**

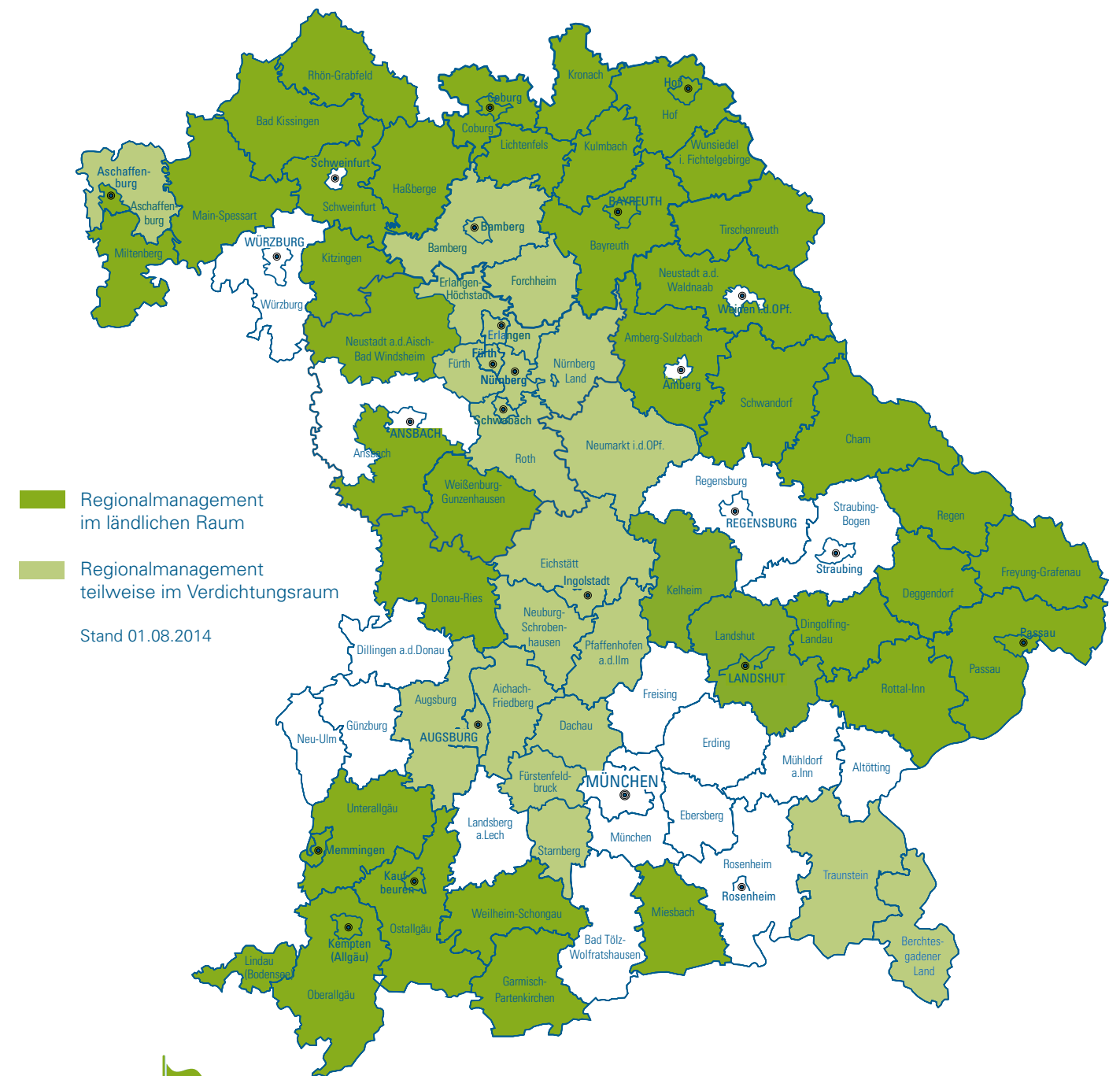


377.975 €

haben die Initiativen im Durchschnitt im Jahr 2013 an zusätzlichen Projektfördermitteln, Preisgeldern, Sponsoring oder Unternehmensbeiträgen in die Region geholt.

Seit 2007 wurden insgesamt 50 Regionalmanagement-Initiativen gefördert, 35 davon im ländlichen Raum.

23



Auf **77,8 %** der Fläche Bayerns gibt es ein Regionalmanagement.

In das Regionalmanagement sind insgesamt 1.604 Gemeinden, kreisfreie Städte und Landkreise eingebunden. Das sind 76,5 % aller bayerischen Kommunen.

Das Regionalmanagement kümmert sich um rund 7,5 Mio Menschen in Bayern. Das sind etwa 60 % der gesamten Bevölkerung.

Nachwachsender Rohstoff Wissen

Wissen ist unsere wichtigste Ressource. Deshalb kümmert sich das Regionalmanagement besonders darum, dass Kinder früh ihr Interesse an wissenschaftlichen Fragen entdecken, dass Menschen jeden Alters Lust am Lernen bekommen und dass Unternehmen vom Knowhow der Forschung profitieren.

Eine Bildungsreise in die Regionen Bayreuth, Ingolstadt und die Region Altmühlfranken zeigt, wie unterschiedlich Aha-Erlebnisse sein können und wie das Regionalmanagement die Lust am Lernen weckt.

Bayreuth: Frühkindliche Bildung

Annika legt eine Raupe auf ein Glasplättchen und schiebt es vorsichtig unter das Mikroskop. Draußen dampft der Suppentopf. Heute ist die Klasse 3b der Grundschule St. Georgen aus Bayreuth im schönsten Klassenzimmer ihrer Schule: einem Bauwagen mit Veranda und Grillplatz.

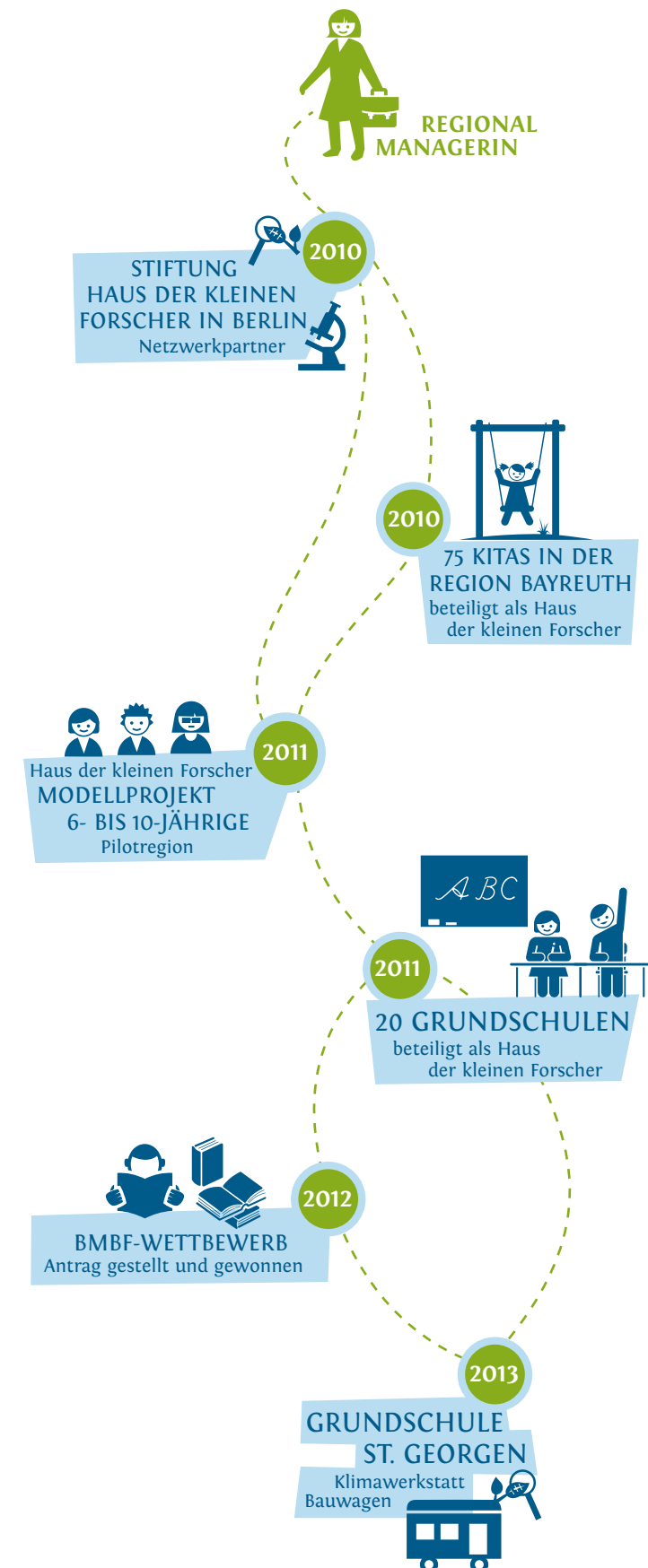


Das Regionalmanagement organisiert Fortbildungen zur naturwissenschaftlichen Bildung in Kitas und Schulen und holt Fördergelder in die Region.

Wie es dazu kam, dass die Kinder hier selbstständig forschen, viel über das Klima lernen und nebenher ihr eigenes Mittagessen kochen, ist eine lange Geschichte. Und sie beginnt 2010: Seitdem ist das Regionalmanagement von Stadt und Landkreis Bayreuth Netzwerkpartner beim Haus der kleinen Forscher, Deutschlands größter Initiative zur naturwissenschaftlichen und technischen (Früh-)Bildung. Das heißt konkret: Regionalmanagerin Eva Rundholz organisiert für pädagogische Fachkräfte Fortbildungen und versorgt sie mit Infomaterial. Kitas, die nach diesem pädagogischen Ansatz mit den Kindern arbeiten, erhalten das Zertifikat „Haus der kleinen Forscher“.

2011 wurde die Region Bayreuth dann Modellregion für die Umsetzung der Bildungsinitiative auch bei den sechs- bis zehnjährigen Kindern und war damit beispielgebend für Grundschulen in der ganzen Republik. Denn nach der erfolgreichen Pilotphase werden diese seit 2013 auch als Haus der kleinen Forscher ausgezeichnet.

25



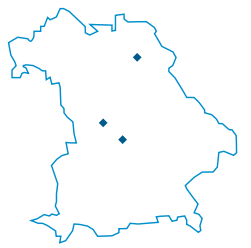
So auch die Grundschule St. Georgen mit ihrem Bauwagen. Dass dieser ein Klassenzimmer wurde und hier klimaneutral auf einem alten Holzherd gekocht wird, liegt auch am Regionalmanagement: Die Grundschule St. Georgen gewann über einen Wettbewerb des Bundesministeriums für Bildung und Forschung ein Preisgeld von 35.000 Euro. Das ausgezeichnete Konzept hat das Regionalmanagement geschrieben.

Mit dem Preisgeld wurde die „Klimawerkstatt Bauwagen“ als Lernort für nachhaltige Entwicklung und Umweltbildung eingerichtet. „Wir entwickeln die Klimawerkstatt Schritt für Schritt weiter, und die ganze Schule hilft mit. Die Inhalte und pädago-

gischen Ansätze vom Haus der kleinen Forscher zum Thema Klima und Energie finden hier Einfluss und damit schließt sich ein Kreis.“ Eva Rundholz strahlt, ihr Einsatz hat sich gelohnt.

699 *pädagogische Fachkräfte haben sich bei den Workshops des Regionalmanagements zum Haus der kleinen Forscher bereits fortgebildet.*

Das Regionalmanagement sorgt mit der Infrastruktur für die Naturwissenschaftler von morgen.



Region IngolStadtLandPlus: Lernfest

„12.000 Besucher und hoffentlich genauso viele kleine Lernerfolge“, resümiert Isabelle Sollmann das zweite Lernfest der Region IngolStadtLandPlus. Sie arbeitet bei Airbus Defence & Space am Standort Manching und hatte beim Lernfest 2013 als Projektleiterin den Hut auf.

12.000 *Besucher haben beim Lernfest kleine Lernerfolge gefeiert.*

Veranstaltet wurde das Bildungs-Event von der Initiative Regionalmanagement Region Ingolstadt e.V. (IRMA), das gemeinsame Regionalmanagement der Stadt Ingolstadt und der Landkreise Eichstätt, Neuburg-Schrobenhausen und Pfaffenhofen a.d. Ilm. Neben den Kommunen sind starke Partner aus der Wirtschaft an Bord. „So verteilt sich die Projektarbeit auf verschiedene Schultern. Außerdem setzen wir nur die Dinge um, die wirklich Sinn machen“, erklärt Tobias Klein, der als Regionalmanager alle Projekte begleitet. Sein Team der IRMA-Geschäftsstelle unterstützt das Lernfest und viele weitere Projekte in der Organisation, der Pressearbeit und im Marketing.

Isabelle Sollmann hat die Aufgabe als Projektleiterin mit viel Engagement erfüllt. „Wir wollen, dass die Menschen in der Region Lernen als etwas Positives begreifen. Jeder unserer 120 Lernfest-Partner musste eine Mitmachaktion bieten.“ Unter fachkundiger Anleitung konnten die Besucher zum Beispiel einen kleinen Modellflieger zusammenbauen, einen Roboter lenken oder Münzen prägen.

Doch die Angebote kamen nicht nur aus Industrie und Handwerk. Beim Lernfest waren auch soziale, kulturelle und sportliche Themen vertreten. „Ein gutes Beispiel ist die Gebärdensprache für stumme und gehörlose oder schwerhörigen Menschen. Jeder konnte bei uns ganz einfach eine kurze Begrüßungsformel lernen“, so Sollmann. Das bringt die Idee vom Lernfest auf den Punkt: Vom Kleinkind bis zum Vorstandsvorsitzenden, vom Jugendlichen bis zum Rentner sollen alle etwas lernen und dabei erfahren, dass man immer etwas dazu lernen kann, ein Leben lang.



Das Regionalmanagement koordiniert Umsetzung und Öffentlichkeitsarbeit. Unternehmen und andere Mitglieder aus der Region übernehmen die Projektleitung.

Eine von 120 Mitmachaktionen beim Lernfest: Düsenjet basteln.



Altmühlfranken: Technologietransfer

Mit einem neuen Namen für die Region – Altmühlfranken – nahm der Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen 2010 seine Zukunft in die Hand. In einem Regionalentwicklungsprozess gründeten Politik, Unternehmen und Bürger die *Zukunftsinitiative altmühlfranken* und produzierten ganz konkrete Ergebnisse: Der Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen und die Stadt Weißenburg bauen gemeinsam ein Gebäude für den Kunststoffcampus.

„Für meine Generation ist das Netzwerken ganz normal. Und wenn erst mal das Vertrauen zu den anderen Unternehmen da ist, kann man gemeinsam viel erreichen.“ Für *RF-Plast* sind das vor allem die Forschungs- und Entwicklungs-Kooperationen, also gemeinsame Produktentwicklungen mit anderen Unternehmen – für das Regionalmanagement ein gelungenes Beispiel von Technologietransfer zwischen Unternehmen.

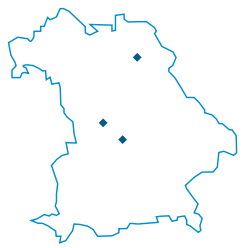


Das Regionalmanagement begleitet im Rahmen der Zukunftsinitiative altmühlfranken den Aufbau des Kunststoffcampus



Die Hochschule Deggendorf betreibt hier ab 2014 angewandte Forschung für und mit den Kunststoffunternehmen aus der Region und sorgt für den Wissens- und Technologietransfer von der Wissenschaft zur Wirtschaft (vgl. „3 Fragen an Prof. Wolfgang Dorner“). Die Hochschule Ansbach ergänzt das Campusangebot durch berufsbegleitende Studiengänge für die Kunststoffindustrie.

Noch bevor das Campus-Gebäude fertig gestellt ist, nimmt Nadine Amesöder hier den Bachelorstudiengang *Strategisches Kundenorientiertes Management* auf. Sie arbeitet in der Geschäftsführung der *RF Plast GmbH*, einem mittelständischen Unternehmen für Kunststoffverarbeitung. Ihr Mann, Simon Amesöder, leitet den Bereich Forschung und Entwicklung und bringt sich in das Kunststoffnetzwerk *k-messwerk* ein, das ebenfalls aus der Zukunftsinitiative des Landkreises resultiert.



3 Fragen an Prof. Wolfgang Dorner, Leiter des Technologiecampus Freyung der Hochschule Deggendorf



Herr Prof. Dorner, der Technologie Campus in Freyung war einer der ersten Campi der Technischen Hochschule Deggendorf (THD). Zwischenzeitlich gibt es acht. Das scheint ein erfolgreiches Konzept zu sein?

Richtig. Mit dem ehemaligen und dem aktuellen Präsidenten der THD, Prof. Höpf-I und Prof. Sperber und den Landräten aus dem Bayerischen Wald saßen die richtigen Köpfe an einem Tisch. Die Gemeinden stellen das Gebäude, die THD bringt ihre Technologiekompetenz in den ländlichen Raum. Die Staatsregierung finanziert die Aufbauphase über das Wissenschaftsministerium. Im ersten Campus in Freyung haben wir inzwischen ein Team von 40 Mitarbeitern und arbeiten mit rund 20 Firmen aus der Region, dazu kommen auch größere Unternehmen von außerhalb. Wir stehen mittlerweile finanziell auf eigenen Beinen.

Als ehemaliger Regionalmanager und Wissenschaftler an der THD wissen Sie sicher sehr gut, unter welchen Bedingungen ein Campus funktioniert?

Politik und Wirtschaft müssen an einem Strang ziehen. Wir brauchen eine gewisse Dynamik und den klaren Willen, gemeinsam etwas zu erreichen. Hier kann das Regionalmanagement eine wichtige Rolle spielen. Außerdem ist die Lage entscheidend: Gerade für die ländlichen Regionen, deren Unternehmen keinen Anschluss an die großen Forschungseinrichtungen haben, decken unsere kleinen Campi eine Lücke in der Forschungslandschaft.

Wie profitiert die Region von einem THD-Campus?

Zunächst sind wir Partner der Unternehmen. Gerade die kleineren können sich Spezialisten im F&E-Bereich häufig nicht leisten. Mit unserer Hilfe können sie trotzdem ihre Produkte weiter entwickeln und ihre Wettbewerbsfähigkeit verbessern. Und so sichern und schaffen sie wiederum die für die Region so wichtigen Arbeitsplätze für Hochqualifizierte. Dazu kommt, dass der Campus selbst für junge Wissenschaftler aus der Region ein attraktiver Arbeitgeber ist. 80% unserer Mitarbeiter sind von hier. Wir merken, dass ein THD-Campus ein richtiges Aushängeschild für die Region ist.



Bild unten: Kunststoffgranulat – vielseitig einsetzbar und eine gute Basis für den Technologietransfer von Dr. Simon Amesöder (Bild oben).

Mit vereinten Fachkräften

Fachkräfte für morgen – dafür sorgt das Regionalmanagement schon heute. Manche Region fern der Metropolen kämpft gegen das Image, wenig attraktive Jobs zu bieten. Regionen nah der Zentren verlieren ihre jungen Talente ebenfalls, weil der Weg in die Stadt so kurz ist und die Karrierechancen dort größer scheinen.

Auf die Region zugeschnittene Projekte zeigen, wie man Fachkräfte holen und halten kann. Im Landkreis Starnberg organisiert das Regionalmanagement eine Ausbildungstour für Schüler und Betriebe. Im Landkreis Deggendorf sorgt es für die Integration von Azubis aus Bulgarien. Im Landkreis Freyung-Grafenau arbeitet es daran, gut ausgebildete Abiturienten wieder „nach Hause“ zu holen. Und im Landkreis Roth heißt das Regionalmanagement Fachkräfte aus dem Ausland willkommen.



Starnberg: Tag der Ausbildung

23 Busse stehen vor dem Landratsamt. Sie werden gleich rund 350 Schüler einsammeln – im Landkreis Starnberg ist Tag der Ausbildung.

Jeder Bus steuert vier Betriebe an, meist aus einer Branche. Für technisch Interessierte geht es zu Elektronikunternehmen und dem Deutschen Luft- und Raumfahrtzentrum. Wen es eher in die Gastronomie zieht, der besucht den Klostergasthof Andechs und mixt Cocktails im Global Leadership Center von Siemens.

350 *Schülerinnen und Schüler von der 8. bis zur 11. Klasse gehen an ihrem schulfreien Tag freiwillig auf Ausbildungstour.*

2011 war Stefan Vinchev als Schüler dabei. Er hatte die technisch-handwerkliche Tour gewählt. Irgendwas mit Strom wolle er machen, am liebsten Roboter. Bei der Firma Saegmüller in Starnberg stellte er eine Satellitenanlage ein, montierte eine Steckdose und probierte sich an einer Hilti. Die praktische Arbeit und der Umgang in der Firma überzeugten ihn. Ein Jahr später begann er dort eine Ausbildung zum Elektroniker für Gebäude- und Energietechnik. Sein Unternehmen sorgt für die Licht- und Steuerungstechnik der FC Bayern-Zentrale in der Säbener Straße. Michael Rößner, technischer Leiter bei Saegmüller ist zufrieden: „Der Tag der Ausbildung ist besser als jede Messe, weil die jungen Leute direkt in die Firma kommen.“

Eigentlich hätten sie am Buß- und Betttag schulfrei. Für uns ist das ein Zeichen, dass sie motiviert sind.“

80 *Betriebe im Landkreis Starnberg öffnen ihre Türen am Tag der Ausbildung.*

Verena Papke vom Regionalmanagement organisiert den Tag der Ausbildung. Dieses Mal hat sie Schüler bei ihrer Tour der sozialen Berufe begleitet, von der Erzieherin bis zum Altenpfleger. Der Fachkräftemangel macht sich auch in dieser Branche immer deutlicher bemerkbar. „Die Jugendlichen zieht es oft nach München“, erklärt Verena Papke. „Darum ist es wichtig, die Schüler mit den Betrieben unserer Region zusammen zu bringen.“



Den Tag der Ausbildung konzipiert und organisiert das Regionalmanagement seit 2011 jährlich.

Stefan Vinchev (rechts) kam über den Tag der Ausbildung zu seiner Lehrstelle. Heute zeigt er den Lehrlingen von morgen, was ein Elektroniker machen muss.



Deggendorf: Azubis aus Bulgarien

Anfang September, Beginn eines neuen Lehrjahres. Heute kommen 18 junge Azubis aus Bulgarien an. „Hochbetrieb in unserer Abteilung Kreisentwicklung“ nennt Regionalmanager Herbert Altmann diese Zeit, wenn die 18- bis 21-jährigen hier mit ihrer Ausbildung beginnen, eine Unterkunft brauchen und sich in einem neuen Land zurecht finden müssen. Für sie ist das eine große Chance – und für die Unternehmen im Landkreis auch. Viele Betriebe können ihre Ausbildungsplätze nicht mehr besetzen, der demografische Wandel und der zunehmende Anteil an Gymnasiasten zeigen ihre Wirkung am Rande des Bayerischen Waldes.

70 *Vorstellungsgespräche führen das Regionalmanagement und seine Partner mit Bewerbern in Bulgarien.*

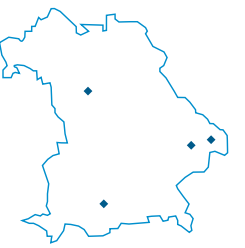
Seit 2011 trägt die langjährige Partnerschaft der Deggendorfer Berufsschule mit einer deutschen Schule im bulgarischen Burgas Früchte. Jeweils im Januar führen Mitarbeiter des Regionalmanagements und der Arbeitsagentur rund 70 Vorstellungsgespräche in Burgas. Die ausgewählten Azubis besuchen einen Sprachkurs und kommen zum Start des neuen Ausbildungsjahrs nach Deggendorf. Unlängst hat sich die Bundesregierung bei der EU dafür eingesetzt, dass junge Menschen aus Bulgarien früher als geplant eine Lehre in Deutschland beginnen dürfen – u.a. weil

das Regionalmanagement in Deggendorf mit seinem Projekt überzeugende Fakten geschaffen hat.

Bei aller politischen Unterstützung: Entscheidend für den Erfolg sind die Akteure vor Ort. Während Herbert Altmann beim lokalen Gebrauchtwarenkaufhaus noch Möbel für die Neuankömmlinge organisiert, kümmert sich Berufsschulleiter Bartholomäus Sagstetter um zusätzlichen Deutschunterricht. „Fachlich sind die Jungs richtig gut und allesamt voll motiviert. Aber die Sprache ist eine große Hürde, und das geht manchmal weiter als man denkt: In Bulgarien heißt ein Nicken nein und Kopfschütteln ja. Da wird’s schwierig, wenn du als Maurer auf dem Bau arbeitest.“

Ohne das Engagement des Schulleiters und seiner Lehrkräfte funktioniert es nicht. Das weiß auch Herbert Altmann: „Wir arbeiten eng zusammen und nur so funktioniert das Regionalmanagement: wenn wir mit engagierten und verlässlichen Partnern aus der Region an einem Strang ziehen.“

Das Regionalmanagement sorgt für die Fachkräfte von heute und morgen



Das Regionalmanagement regelt die Absprachen mit den Unternehmen vor Ort, führt Auswahlgespräche in Bulgarien und ist erster Ansprechpartner für die Azubis.

Berufsschulleiter Bartholomäus Sagstetter und Regionalmanager Herbert Altmann geben 100% für die Azubis aus Bulgarien.



Freyung-Grafenau: woid-njus

Jetzt ist es amtlich. Mit dem neuen FRG-Nummernschild ist aus einem vorübergehenden Aufenthalt in der alten Heimat eine dauerhafte Niederlassung geworden, beruflich wie familiär. „Erst nach einer Weile ist uns klar geworden, dass wir als Kreative genauso gut im Bayerischen Wald arbeiten können“, sagt Daniel Gotsmich. Inzwischen haben er und seine Frau Christina ihrer Berliner Wahlheimat den Rücken gekehrt und gemeinsam ihre eigene Firma gegründet: Die Agentur *siimple design* bietet Industriedesign und Innenarchitektur, auch für Kunden aus der Region.

700 ehemalige Abiturienten aus Freyung-Grafenau erfahren im Newsletter *woid-njus* Wissenswertes aus ihrer Heimat, inklusive Stellen- und Immobilienangeboten.

Solche wie die Gotsmichs stehen auf der Liste des Regionalmanagements in Freyung-Grafenau. Rund 2.000 Abiturienten der letzten 15 Jahre aus dem Landkreis haben sie angeschrieben. *Mail-back*, wie sie den

großen Postversand nannten, zeigte Erfolg: Rund 700 Adressaten haben sich für den Newsletter *woid-njus* angemeldet und erhalten alle zwei Monate Infos über Politik, Sport oder Kultur – aber auch Stellen- und Immobilienangebote aus der Region.

„Natürlich kommen nicht alle zurück nach FRG, aber sie freuen sich, etwas aus ihrer Heimat zu hören. Wenn die eine oder der andere zurückkommt, helfen wir ihnen, wo wir können“, sagt Stefan Schuster, Regionalmanager in FRG. So sind auch die Gotsmichs zu ihrer Bürogemeinschaft mit einer Werbeagentur gekommen. Die neuen Räume haben Großstadtflair zu fairen Mieten, da kann man Berlin vergessen und sich voll aufs Arbeiten konzentrieren.



Idee und vollständige Umsetzung der Mail-back-Aktion und der *woid-njus* liegen in der Hand des Regionalmanagements.

Angekommen in der alten Heimat: Christina und Daniel Gotsmich mit neuem Nummernschild, neuem Büro und frischem Schwung.



3 Fragen an Nadja Schießl, Designerin in Grafenau



Frau Schießl, Sie haben nach Ihrem Studium in Niederösterreich gearbeitet. Jetzt sind Sie wieder in Ihrer Heimat in Grafenau tätig. Wie kam das?

Als ich zu Besuch in der

alten Heimat war, lag da ein Brief vom Regionalmanagement auf dem Küchentisch. Ich fand es toll, dass die an mich denken und habe mich für den Newsletter *woid-njus* angemeldet. Der war sehr ansprechend, da habe ich mich informiert, wer den Newsletter gestaltet: das Atelier Mautner. Und da arbeite ich jetzt.

Mussten Sie erst in die Ferne ziehen, um wieder zurück zu kommen?

Nein, eigentlich nicht. Ich habe mich nach dem Studium aber gar nicht nach einer Stelle in unserer Region umgesehen. Ich dachte: Hier bekomme ich als Designerin eh keinen Job.

Würden Sie Ihren Bekannten auch empfehlen, wieder hierher zu kommen?

Das muss jeder für sich selbst entscheiden. Aber alle sollten wissen, dass es hier viel mehr Möglichkeiten gibt, als man denkt. Und dafür gibt es die *woid-njus*.

Ein Blick nach Roth: Neue Willkommenskultur

Auch wenn der Fachkräftemangel in Roth noch nicht so ausgeprägt ist, wie in anderen Gegenden Bayerns, will man hier für die Zukunft gerüstet sein. Deshalb kümmert sich das Regionalmanagement in einem Pilotprojekt besonders um neue Fachkräfte aus dem Ausland. Das Welcome Center beantwortet alle Fragen: von der Anerkennung ausländischer Berufsabschlüsse über die Arbeitserlaubnis bis zum passenden Job für den Partner und den richtigen Kindergarten für den Nachwuchs. Dabei arbeitet das Regionalmanagement in einem großen Netzwerk und vermittelt bei Fragen an die entsprechenden Stellen. So schaffen viele Akteure in Roth gemeinsam eine neue Willkommenskultur.

Standortfaktor Kultur und Tourismus

Regionen leben von ihrer kulturellen und touristischen Attraktivität. Doch Vieles ist versteckt und häufig für die Bevölkerung und Gäste nicht sofort sichtbar. Darum begeben sich Regionalmanager auf die Suche und helfen, die Schätze ans Tageslicht zu holen und regionale Stärken weiter zu entwickeln.

Im Landkreis Main-Spessart zeigt das Regionalmanagement mit dem Museumstag die Vielfalt der Kulturregion. Im Landkreis Fürth unterstützt es einen Künstlerstammtisch bei der Entwicklung eines Kulturprofils. Und in Kitzingen geht es in die Serviceoffensive für die Stammgäste von morgen.



Main-Spessart: Museumstag

Der Landkreis Main-Spessart feierte 2012 sein 40-jähriges Bestehen. Doch immer noch spielen die vier Altkreise als Heimat für die Menschen eine große Rolle. Das Regionalmanagement hat es sich deshalb zur Aufgabe gemacht, ein Bewusstsein für die gesamte Region zu entwickeln. Der Museumstag ist dabei ein zentrales Projekt.

Jürgen Sommerer ist ehrenamtlicher Vereinsvorsitzender des Film-Photo-Ton Museumsvereins in Gemünden a.Main. „Der Museumstag hat uns auf einen Schlag 500 Besucher gebracht. Das ist rekordverdächtig. Aber genauso wichtig ist, dass wir die anderen Museen im Landkreis kennen gelernt haben und uns inzwischen gegenseitig unterstützen und bewerben.“

17 Museen hat das Regionalmanagement an einen Tisch gebracht. Alle wurden in der lokalen Presse ganzseitig vorgestellt. Über 4.000 Menschen haben das Angebot genutzt. Das größte Gedränge gab es im kleinsten Museum, untergebracht in einem Trafohäuschen: Nur sechs Besucher können in Lohr a.Main gleichzeitig auf rund zwölf Quadratmetern 600 Isolatoren aus einer Privatsammlung bewundern. Der Museumstag bringt die Menschen im Landkreis Main-Spessart dazu, ihre Region mit neuen Augen zu erkunden.



Das Regionalmanagement hat 2010 den Museumstag organisiert und unterstützt die Museen auch bei der zukünftigen Umsetzung und der gemeinsamen Vermarktung.

Über **4.000**
Besucher sind dem Ruf des Regionalmanagements gefolgt und haben sich ihre Museen angeschaut - und dabei die kulturelle Vielfalt der Region erforscht.

Der Schwur zur Eichung der Weinfässer im Stadtgeschichte-Museum von Karlstadt (links), Isolatoren aus aller Welt im wohl kleinsten Museum Deutschlands (Mitte), ein Feldgrammophon aus den 1920er Jahren (rechts): Beim Museumstag glänzen die Perlen des Landkreises Main-Spessart.





Fürth: Künstlerstammtisch

Hannes Mann fand es schon immer langweilig, Wände nur weiß zu streichen. Der Malermeister geht heute seiner wahren Berufung nach: Er malt Bilder. Und er führt in seinem ehemaligen Malergeschäft eine kleine Galerie. Vielleicht wäre er viel früher seiner kreativen Seite nachgegangen, hätte es den Künstlerstammtisch im Landkreis Fürth schon gegeben.

60 *Künstler aus dem Landkreis Fürth treffen sich 2011 auf Einladung des Regionalmanagements zur Hauptversammlung der Kunstschaftenden. Daraus resultiert der Künstlerstammtisch, der der Region ein kulturelles Gesicht gibt.*

wortlichen in den kleinen Gemeinden des Landkreises. Die muss man erst mal zusammen bringen“, beschreibt der Regionalmanager Walter Gieler seine Aufgabe. Entscheidend ist, dass die inhaltliche Richtung von den Kulturschaffenden selbst bestimmt wird. „Ohne sie können wir kein glaubwürdiges Profil entwickeln.“ Menschen wie Hannes Mann sind dabei ganz wichtig: Mit seiner Galerie schafft er eine Plattform für unbekannte Künstler aus der Region, die sonst nicht ausstellen könnten.



Galerie in Langenzenn: Plattform für Künstler aus der Region



Das Regionalmanagement organisiert den Rahmen für die Kulturschaffenden: von der Hauptversammlung über die Stammtische bis zur Abstimmung mit den Gemeinden.

3 Fragen an Werner Schwanfelder, Schriftsteller aus dem Landkreis Fürth



Herr Schwanfelder, warum braucht ein Landkreis ein kulturelles Profil?

Unsere Gemeinden sind zu klein, um in der Metropolregion Nürnberg wahrgenommen zu werden. Und das trifft auch für die Künstler aus dem Landkreis zu. Wir haben

viel zu bieten, aber wir brauchen einen Verstärker.

Mit dem Tag der schönen Künste haben die Kulturschaffenden im Landkreis eine eigene Plattform geschaffen. Was sind die nächsten Schritte?

Der Tag der schönen Künste ist eine tolle Veranstaltung. Ich finde aber, dass wir noch mehr brauchen. Eine Marke, mit der wir selbstbewusst in unserer Gesellschaft auftreten können. Oder einfach ein PR-Seminar für unsere Künstler, denn die meisten können sich nicht optimal vermarkten. Für all das brauchen wir das Regionalmanagement als organisatorische Unterstützung.

Sie brauchen das Regionalmanagement, aber das Regionalmanagement braucht auch Sie. Warum engagieren Sie sich beim Künstlerstammtisch?

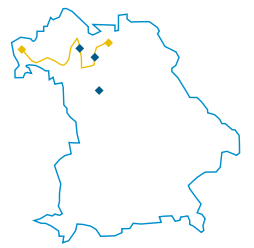
Politiker reden viel vom Standortfaktor Kultur. Aber was heißt das? Wie kann man das umsetzen? Unser Landkreis nennt sich das Besonderland. Ich finde, das ist ein schöner Begriff, aber er ist noch nicht mit Inhalt gefüllt und bei den Menschen nicht angekommen. Die Kultur könnte diesen Schritt leisten.

„Wer Kultur will, denkt natürlich zuerst an die Städte Nürnberg und Fürth“, erklärt Werner Schwanfelder, Schriftsteller und von Beginn an engagiert im Stammtisch (vgl. „3 Fragen an Werner Schwanfelder“). Gemeinsam mit anderen Kunstschaftenden möchte er dem Landkreis ein kulturelles Profil geben. Ein Fall für das Regionalmanagement. 2011 lud es alle Kunstschaftenden ein. 2013 fand zum zweiten Mal der Tag der schönen Künste in der Faber-Castell-Akademie statt. Alle Künstler der Region können sich hier einer großen Öffentlichkeit präsentieren.

„Wir begleiten den Stammtisch und unterstützen, wo wir können. Zum Beispiel in der Abstimmung mit den Kulturverant-

Das Regionalmanagement entwickelt die Stärken der Region und vermarktet sie nach außen.





Kitzinger Land: ServiceOffensive

Der Landkreis Kitzingen ist ein beliebtes Reiseziel. Die Weinberge an der Mainschleife, die Radwanderwege, der Kanuwanderweg Gelbe Welle (vgl. Infobox auf S. 41) und die romantischen Orte ziehen viele Touristen an. Regionalmanagerin Simone Göbel will, dass das auch in Zukunft so bleibt und denkt dabei an die Stammgäste von morgen. „Guter Service ist dafür der Schlüssel. Das ist es, was die Leute sich merken und was sie weiter erzählen. Und schlechte Erfahrungen in einem Haus fallen auf die ganze Region zurück.“

fragen unsere Gäste. Und so entdeckt man immer wieder etwas, was man verbessern kann. Zum Beispiel unseren Selbstbedienungs-Kühlschrank.“

Das Seminarprogramm ist Simone Göbel besonders wichtig. „Wir holen Fachreferenten zu uns in die Region. So bringen die touristischen Betriebe die Fortbildung in ihrem Arbeitsalltag unter.“ Ein weiterer wichtiger Aspekt: Diejenigen, die im direkten Gäste- und Kundenkontakt stehen, können sich austauschen und entwickeln ein gemeinsames Verständnis für die Region. „Wir profitieren alle davon, wenn jeder Einzelne einen guten Service bietet.“

70 Teilnehmer vorrangig aus Tourismusbetrieben zählt das Seminarprogramm des Regionalmanagements pro Jahr, mit dem eine ständige Qualitätsverbesserung erreicht werden soll.



Idee und Organisation für die Seminarreihe zur Qualifizierung im Servicebereich liegen beim Regionalmanagement.

Deshalb hat das Regionalmanagement die *ServiceOffensive* eingeführt: ein Kursprogramm zur ständigen Qualitätsverbesserung. Dabei hat es über 30 touristische Betriebe bei der Zertifizierung mit dem deutschlandweit bekannten *Q-Siegel ServiceQualität Deutschland – in Bayern* unterstützt. „Anfangs dachte ich: Acht Maßnahmen im Jahr, das ist eine ganze Menge“, erklärt Christiane Hutten, die das Hotel am Torturm in Volkach führt. „Aber durch den Zertifizierungsprozess und die Seminare des Regionalmanagements habe ich gelernt, die Perspektive des Kunden einzunehmen. Deshalb haben wir das Beschwerdemanagement eingeführt und be-



Kontinuierliche Qualitätsverbesserung: Beschwerdemanagement für Hotelgäste (oben), Tischreservierung per Smartphone (links), Kanuanlegestellen am Main (rechts)



Ein Blick nach Franken: Gelbe Welle

Das Regionalmanagement im Landkreis Kitzingen machte 2007 mit dem Konzept für den Kanuwanderweg *Gelbe Welle** auf dem Main den Anfang. Inzwischen haben die Landkreise Haßberge, Schweinfurt, Würzburg, Main-Spessart und Miltenberg nachgezogen, Lichtenfels steht in den Startlöchern. „Zwischen Lichtenfels und Aschaffenburg gibt es damit auf rund 370 Kilometern gut sichtbare Ein- und Ausstiegstellen, markiert mit den großen Schildern der Gelben Welle“, erklärt Regionalmanagerin Maja Schmidt. Wasserwanderer informieren sich über die Besonderheiten vor Ort oder finden einfach einen ausgezeichneten Rastplatz.

* rechts oben in der Karte markiert.

Die Region als Marke

Im globalen Standortwettbewerb werben Regionen gerne mit markigen Sprüchen. Doch nicht immer stimmen diese mit der Realität vor Ort überein.

Beim Regionalmanagement richtet man den Blick deshalb erst nach innen, bevor man sich nach außen wendet. Im Allgäu stärkt ein Markenkonzept für Unternehmen und Gemeinden ein glaubwürdiges Bild der Region. In Cham setzen sich 800 Botschafter für ihren Landkreis ein. Und in der Region Hesselberg schaffen traditionell-moderne Trachten die Identität, die es für gemeinsame Projekte braucht.



Allgäu: Dachmarke

2012 gab es in Allgäuer Supermärkten sechs Wochen lang keine Allgäuer Frischmilch. Der letzte Hersteller war von einer dänischen Molkerei aufgekauft worden, die keine Frischmilch produziert.

100 %

Allgäu in der Milch: Regionale Lieferanten sind ein Kriterium der Dachmarke Allgäu.

Dann ging alles ganz schnell: Politik und Behörden, der Einzelhandel und vor allem die Allgäuer Käserei Stich setzten sich an einen Tisch. Stich übernahm Anlagen, Mitarbeiter und Knowhow. Nach sechs Wochen gab es wieder Frischmilch aus der Region. All das wäre vermutlich nicht so gekommen, wenn es nicht im Hintergrund bereits ein eingespieltes Netzwerk gegeben hätte.

2009: Das Regionalmanagement im Allgäu initiierte einen Dachmarkenprozess. Zwar gab es bereits eine Marke Allgäu, doch war sie nicht mit Inhalt gefüllt. „Wir haben uns ganz intensiv damit auseinander gesetzt, was unsere Region wirklich ausmacht. Zum Beispiel das „Mächlertum“, ein Erfindergeist, aus dem Unternehmen entstanden sind,“ erklärt Klaus Fischer vom Regionalmanagement. Heute hat die Dachmarke Allgäu rund 180 Markenpartner: Unternehmen, Gastronomiebetriebe und Kommunen. Sie alle belegen jedes Jahr, dass sie die Markenwerte leben.

So auch die Käserei Stich. Alle Rohstoffe müssen aus dem Allgäu kommen. 25 Bauern aus maximal 15 Kilometern Entfernung beliefern den Betrieb. Auch wenn der Milchmarkt wirtschaftlich nicht einfach ist, Laurent Stich ist zufrieden. „Wir sind alle mit Milch groß geworden und ausgerechnet das Allgäu soll Milch importieren?“ Damit auch jedes Kind weiß, woher die Milch kommt, ziert das Logo der Dachmarke Allgäu jede Packung.



Das Regionalmanagement hat den Markenprozess initiiert und betreibt das Marken-Management.

Glaubwürdig nach außen auftreten geht nur, wenn neben der Packung auch der Inhalt stimmt: die neue Allgäu-Milch von heimischen Kühen.



Cham: Botschafter

Hier war einst das „Ende der Welt“, kurz vor der tschechischen Grenze. Lange hielt sich dieses Image, Broschüren alleine halfen nicht weiter. Mit dem Regionalmanagement kam 1999 die Idee, dass man nur persönlich wirklich überzeugen kann.

800 Botschafter von der Schülerin bis zum Vorstandsvorsitzenden arbeiten am Image von Cham.

Und so wurden die ersten Botschafter ohne Diplomatenstatus ins Leben gerufen. Einer von ihnen ist Thomas Weiss. Weltweit spielen Kinder und Erwachsene mit dem hochwertigen Spielzeug aus seinem Holzverarbeitungsbetrieb, wenn er für ein *Spiel des Jahres* große Serien fertigt und die chinesische Konkurrenz durch Qualität und Schnelligkeit aussticht. Und auch sein Bio-Honig schafft es bis nach Saudi-Arabien, wenn er auf Lebensmittelmessen Kontakte bis in den nahen Osten knüpft. „Wir können stolz sein, auf das, was wir hier machen. Unsere Produkte kommen gut an in der Welt.“

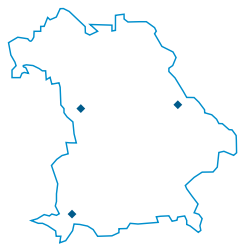
800 Menschen aus Cham setzen sich für ihre Region ein. Regionalmanager Markus Lemberger erklärt das Konzept: „Bei uns können alle Botschafter werden. Man muss nicht Unternehmer oder Politiker sein. Wichtig ist, dass man überzeugen kann und zu unserem Landkreis steht.“ Das Regionalmanagement pflegt dieses Netzwerk und versorgt alle Botschafter mit Visitenkarten und Infomaterial. Dass dabei auch Schüler sind, kommt nicht von

ungefähr. Besonders engagierte Abgänger im Landkreis bekommen vom Regionalmanagement zu Ihrem Abschluss das *Mutmacherbuch*. Hier sind von der jungen Kfz-Mechatronikerin über den Hochschulprofessor bis zur Mitarbeiterin in der Notfallseelsorge unterschiedliche Personen aus Cham portraitiert, die dem Nachwuchs vor allem Eines zeigen: Auch du wirst deinen Weg gehen und mit dir unsere ganze Region.



Das Regionalmanagement pflegt das Botschafternetzwerk und stattet die Botschafter mit Visitenkarten und Infomaterial aus. Mit seinem Botschafterkonzept war das Regionalmanagement Cham Vorbild für viele andere Regionen.

Das Regionalmanagement entwickelt die Stärken der Region und vermarktet sie nach außen.



Sein Holzspielzeug und sein Biohonig sind weltweit angesehen: Botschafter Thomas Weiss



Region Hesselberg:

Models in traditionell-moderner Tracht

Auf dem Hesselberg lebt die Berghexe, ein Schmetterling, der vom Aussterben bedroht ist. So ging es auch den Trachten in Mittelfranken. Auf Wunsch einiger Gastronominnen legte das Regionalmanagement in der Region Hesselberg deshalb traditionelle fränkische Trachten neu auf. Mit Erfolg: Auch Bürgermeister und Unternehmer tragen das Gewand bei wichtigen Anlässen.

50 *moderne mittelfränkische Trachten pro Jahr entstehen in der Region Hesselberg. Das Regionalmanagement betreut rund zehn Models: die Berghexen.*

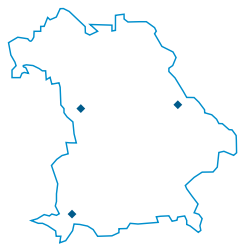
„Nur die Jugend ist nicht darauf angesprungen“, erinnert sich die Regionalmanagerin Ute Vieting. „Deshalb haben wir 13 Mädels zwischen 13 und 17 Jahren mit zwei Modedesignerinnen zu einem viertägigen Workshop auf dem Hesselberg zusammengebracht.“

Entstanden ist eine Trachtenkollektion, die traditionelle Stilelemente aufgreift und zugleich modern ist. Als dann die Miss Hesselberg gewählt werden sollte, kam eins zum anderen: Alle Kandidatinnen liefen in den neuen Trachten über den Laufsteg. Und es gab nicht nur eine Miss Hesselberg, sondern zwölf junge Frauen, die in einem Jahreskalender der regionalen Öffentlichkeit präsentiert wurden. Ein

Name war schnell gefunden: die Berghexen. Heute betreut das Regionalmanagement einen Pool von rund zehn Models und erzielt erste Einnahmen durch den Verkauf der Lizenzen an den Trachten. Die Models vertreten die Region bei Messen, stehen bei Fotoshootings in Unternehmen bereit und bereichern Dorffeste mit ihren Modeschauen. „Früher haben Trachten eine Region geprägt und ihr ein Gesicht gegeben“, erklärt Ute Vieting. „Und diese Verbundenheit mit der Region schafft heute die Basis für gemeinsame Projekte.“



Das Regionalmanagement nahm den Wunsch nach Tradition auf und stärkt mit modernen Trachten die regionale Identität.



3 Fragen an Steffi Gerhäußer, Model und Werbegesicht für ihre Region



Steffi, du bist eine Berghexe. Wie kam es dazu?

Vor drei Jahren habe ich am Casting zur Miss Hesselberg teilgenommen. Dann bin ich in den Berghexen-Kalender

gekommen und seitdem bin ich dabei. Ich bin gerne in der Öffentlichkeit.

Hast du schon daran gedacht, dich bei Germanys Next Topmodel zu bewerben?

Nein, Castingshows interessieren mich nicht, das ist oberflächliche Unterhaltung. Wir sind ungefähr zweimal im Monat im Einsatz und repräsentieren unsere Region. Das macht Sinn und Spaß.

Das ist sehr zeitaufwändig. Du hast sicher auch anderes zu tun?

Ich mache jetzt mein Abi und dann will ich studieren. Dann werde ich mit dem Modeln wohl aufhören. Aber es gibt ja genügend Nachwuchs bei uns.

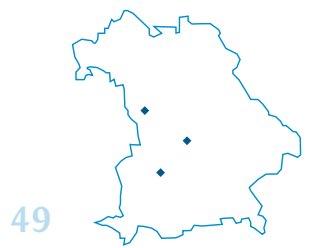
Geben Ihrer Region ein Gesicht: die Berghexen-Models



Einfach naheliegend: regionale Wertschöpfung

In unserer globalen Ökonomie kämpfen Unternehmen um Marktanteile auf fremden Kontinenten und transportieren ihre Waren um den halben Globus. Oft lohnt es sich aber auch, in der eigenen Region zu wirtschaften und zu netzwerken.

Das Regionalmanagement hilft dabei, dass Nachbarn sich kennen lernen und voneinander profitieren: beim Netzwerk Holzbau in der Region Augsburg, als Initiator der Hesselberg AG oder durch virtuelle Innovation in der Region Ingolstadt.



49

Augsburg: Regionale Wertschöpfung

Die Region A³ besteht aus Stadt und Landkreis Augsburg und dem Landkreis Aichach-Friedberg. Sie ist zu rund einem Drittel mit Wald bedeckt. Das entspricht 28 Millionen Festmetern Holz oder anders ausgedrückt: mehr als einer Milliarde Euro. Von diesem nachwachsenden Reichtum profitiert die Region vor allem dann, wenn die Verarbeitung des Rohstoffes in der Region stattfindet: also neben der Forstwirtschaft die Sägereien, die Möbelindustrie und die Parkettproduzenten bis hin zu den Architekten und Bauherren.

Noch heute pflegt das Regionalmanagement das Netzwerk, organisiert Termine und treibt seine Mitglieder immer wieder charmant an. Das Netzwerk Holzbau besteht im Kern aus sieben Unternehmern, die wie Theo Aumann im Holzbau tätig sind. „Beim Holzbau ist das Geschäft noch wie früher: Wir bauen hauptsächlich für private Auftraggeber. Im öffentlichen Bauwesen kommt Holz bisher kaum zum Zuge, da denken die meisten nur an Beton. Das wollen wir ändern.“ Wenn das gelingt, ist noch mehr Wertschöpfung in der Region gebunden.

1 Mrd. € ist der Holzbestand der Region A³ wert. Das Regionalmanagement kümmert sich darum, dass möglichst viel von der Wertschöpfung in der Region bleibt.



Das Regionalmanagement analysiert den Holzreichtum, bringt alle Akteure rund ums Holz an einen Tisch und organisiert das Netzwerk Holzbau.

Als Theo Aumann vor 20 Jahren in den väterlichen Betrieb einstieg, entwickelte er neben dem Bau von Holzhäusern den Geschäftsbereich der Holzverarbeitung. „Heute machen wir damit 70 % unseres Umsatzes. 90 % des Holzes kommen aus einem Umkreis von 250 Kilometern“, erklärt Aumann.

In der walddreichen Region A³ ist es nicht verwunderlich, dass sich ein Unternehmensnetzwerk um den Werkstoff Holz gebildet hat. Allerdings brauchte es erst einen findigen Regionalmanager, der den offensichtlichen Holzreichtum strukturiert untersuchte und die Akteure entlang der Wertschöpfungskette an einen Tisch brachte (vgl. „3 Fragen an Andreas Thiel“ S. 50).

Theo Aumann arbeitet mit seinen Wettbewerbern an einem gemeinsamen Ziel: Holz im öffentlichen Bau zu etablieren.





3 Fragen an Andreas Thiel, Regionalmanager in der Region Augsburg



Herr Thiel, als Sie 2005 in die Region kamen, haben Sie vor lauter Bäumen erst mal den Wald gesucht?

Ja, das kann man sagen. Es war nicht zu übersehen, dass man hier mit Holz Geld verdienen kann. Natürlich haben die Sägereien ihr Holz von den hiesigen Forstbetrieben bezogen. Aber es gab keine Kooperationskultur.

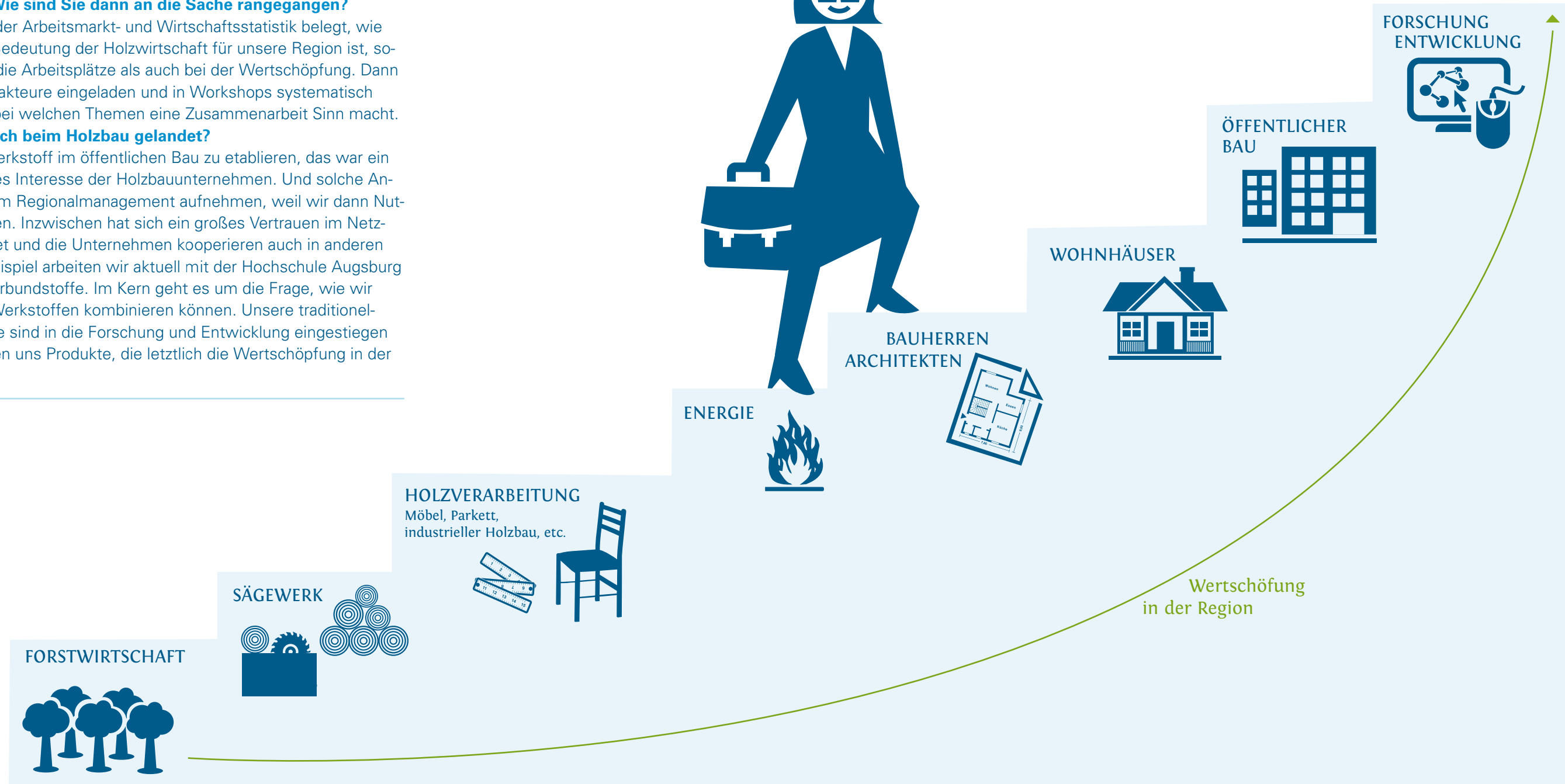
Wie sind Sie dann an die Sache rangegangen?

Wir haben mittels der Arbeitsmarkt- und Wirtschaftsstatistik belegt, wie herausragend die Bedeutung der Holzwirtschaft für unsere Region ist, sowohl in Bezug auf die Arbeitsplätze als auch bei der Wertschöpfung. Dann haben wir alle Holzakteure eingeladen und in Workshops systematisch herausgearbeitet, bei welchen Themen eine Zusammenarbeit Sinn macht.

Und sind schließlich beim Holzbau gelandet?

Richtig. Holz als Werkstoff im öffentlichen Bau zu etablieren, das war ein klares gemeinsames Interesse der Holzbauunternehmen. Und solche Ansätze müssen wir im Regionalmanagement aufnehmen, weil wir dann Nutzen schaffen können. Inzwischen hat sich ein großes Vertrauen im Netzwerk herausgebildet und die Unternehmen kooperieren auch in anderen Bereichen. Zum Beispiel arbeiten wir aktuell mit der Hochschule Augsburg zum Thema Holzverbundstoffe. Im Kern geht es um die Frage, wie wir Holz mit anderen Werkstoffen kombinieren können. Unsere traditionellen Holzbaubetriebe sind in die Forschung und Entwicklung eingestiegen und wir alle erhoffen uns Produkte, die letztlich die Wertschöpfung in der Region steigern.

Das Regionalmanagement kümmert sich darum, dass möglichst viele Stufen der Wertschöpfung in der Region bleiben.





Region Hesselberg: Unternehmensnetzwerk

November 2003. Bei einer Zukunftskonferenz diskutierten 160 Teilnehmer aus Wirtschaft, Gesellschaft, Politik und Verwaltung drei Tage lang über die Perspektiven ihrer Region. Ute Vieting, Regionalmanagerin der Region rund um den Hesselberg in Mittelfranken mit 75.000 Einwohnern hatte die Konferenz organisiert und erinnert sich. „Von der Resonanz waren wir überrascht. Offensichtlich war die Zeit reif. Und das Ergebnis der Konferenz war einhellig: Wir müssen unser Schicksal selbst in die Hand nehmen.“ Schnell war die Hesselberg AG gegründet, ein Verein, dem vor allem die Unternehmer der Region beitraten und der heute mit 70 Mitgliedern eine Säule im Regionalmanagement ist.

70 *Unternehmer gestalten ihre Region Hand in Hand mit dem Regionalmanagement.*

Frank Dommel war damals noch nicht dabei. Sein Unternehmen stellt Industrieelektronik her. „Der Austausch in der Region bringt mir nichts“, dachte Frank Dommel, denn schließlich lieferte er an große Unternehmen, von denen keines am Hesselberg sitzt. Aber das Regionalmanagement ließ nicht locker, bis Frank Dommel eine Berücksichtigung seines Unternehmens anbot.

Und die endete mit einem Aha-Effekt: Aus dem Netzwerk der Hesselberg AG haben sich neue Kunden- und Lieferantenbeziehungen entwickelt, und das vor der eigenen Bürotür.

Heute ist Frank Dommel erster Vorsitzender der Hesselberg AG. Neben seinem direkten unternehmerischen Nutzen ist ihm die Arbeit für die Region wichtig. Die Hesselberg AG kümmert sich unter anderem um Fördermittel, die Kooperation mit den Hochschulen oder den Austausch mit der Kommunalpolitik.

Ute Vieting wünscht sich einen weiteren Ausbau der Hesselberg AG. Aber dazu muss das Netzwerk weiter wachsen und mehr Gewicht bekommen. Den Schlüssel dazu kennt Frank Dommel aus eigener Erfahrung: „Unternehmen engagieren sich, wenn sie einen Nutzen davon haben. Dass der Nutzen schon in einem starken Netzwerk an sich liegen kann, musste ich auch erst lernen.“

Frank Dommel, Vorsitzender der Hesselberg AG:
Ein regionales Netzwerk hilft auch international ausgerichteten Unternehmen.



Das Regionalmanagement koordiniert Umsetzung und Öffentlichkeitsarbeit. Unternehmen und andere Mitglieder aus der Region übernehmen die Projektleitung.

Ein Blick nach Ingolstadt: virtuell in der Region IngolStadtLandPlus

Der Duden erklärt den Begriff virtuell als „nicht echt, nicht in Wirklichkeit vorhanden, aber echt erscheinend.“ So versteht man den Begriff auch umgangssprachlich: virtuell ist irgendwie nicht ganz real. Ganz real sind dagegen die Effizienz- und Innovationspotenziale der Virtualität in der Wirtschaft. Dank der enormen Rechnerleistungen können heute schon viele Schritte der Wertschöpfung in einem Unternehmen am Computer simuliert werden: vom Produktdesign über den Aufbau von Fertigungsstraßen oder ganzen Fabriken bis zur Kundenbindung im Marketing.

In der Region *IngolStadtLandPlus* sind Unternehmen und Regionalmanagement überzeugt von diesem Potenzial. Unter Federführung der *Initiative Regionalmanagement Region Ingolstadt e.V. (IRMA)* formiert sich das Virtual Innovation Forum (VI-Forum), eine Plattform für Unternehmen, Wissenschaft und Kommunen. Ein Beispiel erklärt, warum das virtuelle Zusammenspiel von öffentlicher und privater Hand ganz realen Nutzen haben kann: Das zunehmende Verkehrsaufkommen in der Region beein-

trächtigt auch die Standortattraktivität für Unternehmen. „Das VI-Forum sieht unter anderem das Potential, den Verkehr im bestehenden Straßennetz zu optimieren. Der gesamte Verkehrsfluss der Region mit allen Ampeln und Kreuzungen kann am Rechner simuliert und verbessert werden“, erklärt Thomas Kriegel, Leiter Steuerung Virtuelles Fahrzeug bei der AUDI AG und Projektleiter des VI-Forums.

Virtuelle Fahrzeugcrashtests in der Automobilentwicklung sind ein weiteres Beispiel, das zeigt: Virtualität verändert nicht nur gewohnte Arbeitsabläufe oder Planungsprozesse, sie schafft gänzlich neue Möglichkeiten. In der Region *IngolStadtLandPlus* sind neben den großen auch viele kleine und mittlere Unternehmen dabei, virtuelle Methoden zu entwickeln und in ihre Geschäftsabläufe zu integrieren. Insgesamt geht das VI-Forum von mehreren Tausend Spezialisten aus, die langfristig in der Region benötigt werden. Die zu bekommen, sie in die Region zu holen oder hier auszubilden, erfordert die Zusammenarbeit von Unternehmen, Wissenschaft und Kommunen.

Das Regionalmanagement hat die Zukunftskonferenz Wirtschaft initiiert, aus der die Hesselberg AG entstanden ist und organisiert die Netzwerkarbeit.



Lebensräume gestalten

Unsere Städte und Dörfer sind geprägt von einem ständigen Wandel. Die demografische Entwicklung stellt Gemeinden und Landkreise vor vielfältige Herausforderungen und hat ganz unterschiedliche Auswirkungen. In kleineren Dörfern verändern sich die Einwohnerstruktur und die Infrastruktur für das alltägliche Leben. In dichter besiedelten Gebieten sind Flächen knapp und müssen verschiedene Funktionen erfüllen – von Wohnen über Gewerbe, Verkehr und Freizeit bis zum Naturschutz. Das Regionalmanagement hilft dabei, Chancen zu erkennen und Lebensräume zu gestalten.

Mit einer Stärkung der Innenentwicklung in den Gemeinden des Schweinfurter Landes, einem Lieferservice im Landkreis Roth und einem langfristigen Masterplan für die Bereiche Wohnen, Wirtschaft, Verkehr, Landschaft und Freiraum in der EuRegio Salzburg-Berchtesgadener Land-Traunstein setzt das Regionalmanagement teils auf pragmatische, teils auf konzeptionelle Lösungen.



Schweinfurter Land: Innenentwicklung

„Die Bürgermeister waren ganz schön erstaunt, als ihnen in Zahlen belegt wurde, wie viele leer stehende Flächen es in ihren Dörfern gibt. In 30 Gemeinden im Schweinfurter Land haben wir über 6.000 Flächen erfasst, insgesamt 580 Hektar Potenzial für die Innenentwicklung.“ Ulfert Frey erinnert sich an die Anfänge des Projektes *Innenentwicklung und Ortskernrevitalisierung*. Die Fakten waren überzeugend. Heute gibt es eine Internetseite, auf der Eigentümer ihr Gebäude oder ihre Fläche kostenfrei einstellen können. Die Gemeinden haben Innenentwicklungslotsen ausgebildet, die potenzielle Verkäufer ansprechen und Käufer vermitteln. Zudem bieten einige Gemeinden eine mehrstündige Architektenberatung gratis dazu, andere Gemeinden unterstützen die Schaffung von neuem Wohnraum im Ortskern finanziell.

6.000 brach liegende Grundstücke und Immobilien aus 30 Gemeinden im Landkreis sind in einer Datenbank erfasst.

Davon profitiert hat Stefan Seifert. In Bergheinfeld übernimmt er das Geburtshaus seiner Mutter und baut es nach seinen Vorstellungen um. „Eine Sanierung im Ortskern ist mit vielen Auflagen verbunden. Da nimmt man jede Hilfe in Anspruch. Und man merkt, dass sich etwas tut. Viele alte Häuser werden saniert.“

Bauherr Stefan Seifert übernimmt das Haus der Großeltern und freut sich über die Unterstützung der Gemeinde (links). Kein Leerstand an der Hauptstraße von Bergheinfeld (rechts).

Innen vor außen, so lautet der Grundsatz der Oerlenbacher Erklärung, die zehn Gemeinden im Oberen Werntal unterzeichnet haben: Eine Nutzung der Flächen oder Gebäude im Bestand hat Vorrang vor der Ausweisung neuer Flächen im Außenbereich. Auch dieses starke Signal geht zurück auf die Initiative von Regionalmanager Ulfert Frey. „In einem Jahr haben wir über unsere Immobilienplattform 64 Flächen und zehn Immobilien in den Ortskernen vermittelt. Das macht 74 Mal mehr Leben im Ort.“



Mit der Erfassung brach liegender Flächen und leer stehender Gebäude sensibilisiert das Regionalmanagement die Kommunalpolitik für die Innenentwicklung in den Dörfern.

Roth: Lieferdienste

Zum Leben im Ort gehört auch der Einzelhandel. Während es früher noch in jedem Dorf einen Metzger, einen Bäcker und wenigstens einen Tante Emma-Laden gab, ist die Versorgung mit den alltäglichen Dingen heute im ländlichen Raum häufig nicht mehr gegeben. Vor allem älteren und wenig mobilen Menschen erschwert das den Alltag. Für das Regionalmanagement Anlass genug, die Lieferdienste im Landkreis Roth in einer Datenbank zu erfassen und über eine gemeinsame Broschüre bekannt zu machen.

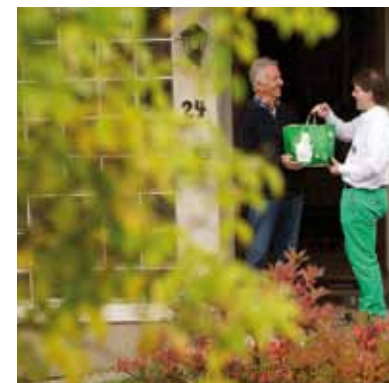
45 Betriebe im Landkreis Roth liefern ihre Produkte auch nach Hause: von der Wurst übers Brot bis zu Getränken und Geschenkartikeln.

Einer dieser Partner ist Metzgermeister Claus Böbel. Sein Lieferservice hilft ihm, die Metzgerei im 350-Seelen-Dorf Rittersbach zu halten. Mit seinem *Wurst-Taxi* beliefert er rund 30 Kunden in einem Umkreis von 25 Kilometern. „Der Lieferservice bringt uns neue Kunden. Die Broschüre hilft da sehr, weil das Angebot so einen offiziellen Charakter bekommt. So trauen die Leute sich eher, ihre Wurst liefern zu lassen.“ Neben der geschäftlichen Seite sieht Metzger Böbel den sozialen Aspekt. „Ich bin auch eine fahrende Wechselstube und zehn Minuten reden gehört immer dazu. Wichtig ist, dass die Leute selbständig bleiben und sich ihre eigene Mahlzeit oder ihr Vesper zubereiten können.“ So geht es bei Böbels Lieferservice nicht nur um die Wurst, sondern auch ein wenig um Hilfe zur Selbsthilfe im ländlichen Raum.



Das Regionalmanagement fasst alle Lieferdienste im Landkreis in einer Broschüre zusammen und trägt so zum Erhalt des dörflichen Lebens bei.

Metzgermeister Claus Böbel stärkt mit dem *Wurst-Taxi* auch seinen Laden in Rittersbach.



Ein Blick in die EuRegio Salzburg - Berchtesgadener Land - Traunstein: Masterplan

Das einzige grenzüberschreitende Regionalmanagement Bayerns gehört zur *EuRegio* Salzburg - Berchtesgadener Land - Traunstein. Hier wurde unter Federführung der Salzburger Landesregierung ein Masterplan für die Kernregion Salzburg erarbeitet (s. dazu „3 Fragen an Dr. Franz Dollinger“). Ein zentrales Thema ist dabei die Verkehrsinfrastruktur. Denn die Pendlerströme zwischen der Stadt Salzburg und den Umlandgemeinden auf beiden Seiten der Grenze sind eine Belastung für Mensch und Umwelt. Der motorisierte Individualverkehr soll reduziert werden.

Beispiel 1: Unter www.radlkarte.eu kann man sich die schnellsten und sichersten Radverbindungen im Großraum Salzburg anzeigen lassen. Dazu erfährt man, wie viele Kalorien man auf der Strecke verbraucht und wie viel Geld man gegenüber einer Fahrt mit dem Auto spart. Dass sich dieses Angebot in erster Linie an Berufspendler richtet, machen die Zusatzfunktionen deutlich: Wo auf der Strecke ist eine Kita? Wo ist die nächste Haltestelle, falls man ein Teilstück mit dem Bus zurücklegen will? Und wo ist die nächste Fahrradwerkstatt?

Beispiel 2: 50.000 Haushalte im Grenzraum wurden zu ihrem Mobilitätsverhalten befragt. Die Ergebnisse sind Grundlage für die Planung einer Regionalstadtbahn, bei der die Züge aus dem Umland in Salzburg als Straßenbahn weiter fahren - ohne Wechsel des Verkehrsträgers. In einer Grobanalyse wurden 24 mögliche Trassen ermittelt und mit Daten zu Bevölkerung, Pendlern, Beschäftigten und Übernachtungen verschnitten. Am Ende der Machbarkeitsstudie unter Begleitung des Regionalmanagements sollen dank einer optimalen Trassenführung möglichst viele Menschen auf den öffentlichen Verkehr umsteigen.



Das Regionalmanagement begleitet die Umsetzung des Masterplans in den Bereichen Verkehr, Wohnen und Flächennutzung.

Regionalmanagement am Zug: Mit passenden Ideen und Konzepten schließt das Regionalmanagement Lücken und gestaltet Lebensräume.

Wohnen und Arbeiten in einem Quartier



Regional
Stadtbahn



3 Fragen an Dr. Franz Dollinger, Raumplaner im Land Salzburg



Als Vertreter der Landesregierung Salzburg haben Sie am **Masterplan Kernregion Salzburg** mitgewirkt. Zu dieser grenzüberschreitenden Region gehören auch die bayerischen Landkreise Berchtesgadener Land und Traunstein. Was ist das Ziel?

Wir wollen die Region Salzburg „vom Halbkreis zum Vollkreis“ entwickeln. Wir haben hier eine Landesgrenze, aber da hören ja das Leben der Menschen, das Wirtschaften der Unternehmen und auch die Natur nicht auf. Wenn wir unsere Entwicklungspotenziale wirklich nutzen wollen, müssen wir über die Grenze hinweg handeln.

Welche Themen werden im Masterplan behandelt?

Es geht zum Beispiel um das Thema Wohnen: Wie bekommen wir ausreichenden, erschwinglichen und seniorentauglichen Wohnraum. Oder um den Verkehr: Wie können wir durch öffentliche Verkehrsangebote die Standortqualität verbessern? Oder die Flächennutzung: Wo siedeln wir Unternehmen und Gewerbe an, welche Flächen überlassen wir der Natur. Der Masterplan verfolgt einen ganzheitlichen Ansatz, der diese wichtigen Themen miteinander verknüpft.

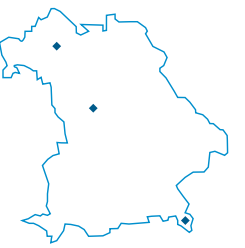
Was haben Sie mit dem Masterplan schon erreicht?

Der Masterplan ist politisch abgestimmt, erste Projekte sind bereits angelaufen, wie die Machbarkeitsstudie zu einer Regionalstadtbahn. Ein weiterer positiver Effekt für unsere grenzüberschreitende Region: Wir verstehen besser, was die andere Seite tut und warum. Das hilft natürlich, wenn es jetzt an die Umsetzung der Projekte geht.

Lieferservice für die Dinge des Alltags



Neue Nutzung für leer stehenden Bauernhof



Energiegewinner

Die Energiewende soll den Klimawandel bremsen – aber nicht das wirtschaftliche Wachstum. Richtig angepackt bringt das Chancen für die Wertschöpfung in den Regionen. Das Regionalmanagement ist hier mit seiner ganzen Kompetenz gefragt.

Rund zwei Drittel aller Regionalmanagement-Initiativen haben Energie- und Klimakonzepte geschrieben. In der Region Bayreuth wurde daraus eine Modellregion für Bioenergie. Im Landkreis Schwandorf beteiligen sich die Bürger in einer Genossenschaft an der Energiewende. Und im Landkreis Roth begleitet das Regionalmanagement die Gemeinden aktiv beim Klimaschutz.



61

Bayreuth: Bioenergieregion

Kühe auf der Weide, dahinter eine Wohnsiedlung. Mittendrin eine Installation: Ein spitzer Pfeil zeigt in den Himmel. Wir befinden uns auf dem Gelände der Landwirtschaftlichen Lehranstalten in Bayreuth, einem Ort, an dem die Bioenergie zusammen fließt.

Über **1 Mio.€** überregionale Fördermittel hat das Regionalmanagement für die Bioenergie in die Region geholt.

Denn Stadt und Landkreis Bayreuth sind eine von bundesweit 21 Bioenergie-Modellregionen. Die erfolgreiche Bewerbung dafür hat das Regionalmanagement geschrieben. Neben vielen anderen Projekten stach dabei vor allem *energy-in-art* hervor. Die Verbindung von Kunst und Energie soll auf das Thema Bioenergie neugierig machen.

Ein weites Feld: Dr. Pedro Gerstberger von der Universität und Rainer Prischenk, Leiter der Lehranstalten erforschen neue Energiepflanzen (links). Kunstinstallation Indikator als Symbol für Bioenergie (unten).



90 Künstler haben sich auf eine Ausschreibung beworben, drei Großskulpturen wurden von einer Jury ausgewählt und umgesetzt. Eine davon ist der *Indikator*, die Installation auf der Kuhweide. Die Pfeilspitze richtet sich stets nach der Sonne. Solarbetrieben zieht der *Indikator* jeden Tag seinen Kreis. „Er ist Symbol dafür, dass hier Strom und Wärme aus heimischer Bioenergie erzeugt und zur Versorgung von Wohngebäuden und öffentlichen Einrichtungen genutzt werden“, erklärt Rainer Prischenk, Leiter der Lehranstalten.

Auch die Universität Bayreuth spielt eine Rolle in der Bioenergieregion. Auf den Versuchsfeldern der Lehranstalten pflanzt Dr. Pedro Gerstberger ökologisch verträgliche Energiepflanzen. „Unsere Bauern sind skeptisch“, erklärt der Wissenschaftler. „Deshalb ist die Zusammenarbeit so wichtig: Die Uni mit ihrem theoretischen Wissen, die Lehranstalt mit ihren Feldern, Maschinen und dem praktischen Knowhow und das Regionalmanagement, das mit vielen Aktionen für mehr Akzeptanz der Bioenergie bei der Bevölkerung und unseren Landwirten wirbt.“



Das Regionalmanagement schafft durch Öffentlichkeitsarbeit Aufmerksamkeit und Akzeptanz für Bioenergie bei Bevölkerung und Bauern.

Schwandorf: Bürgerenergiegenossenschaft

Acht Jahre lang kämpften sie in Wackersdorf gegen eine atomare Wiederaufbereitungsanlage (WAA). 1989 wurde der Bau gestoppt. „Doch uns ging es ja nicht nur darum, die WAA bei uns zu verhindern. Wir wollten saubere Energie“, erinnert sich Wolfgang Nowak, der heute ehrenamtlicher Aufsichtsrat der *Bürgerenergiegenossenschaft Mittlere Oberpfalz (bemo)* ist.

3 Mio.€

hat die bemo investiert, um die Energiewende in der mittleren Oberpfalz voranzutreiben.

Die Genossenschaft produziert Ökostrom aus regionalen Photovoltaikanlagen. Ihr Erfolgsrezept: Neben den Bürgermeistern und Amtsträgern nehmen auch die Bürger direkt Verantwortung wahr.

Für Regionalmanager Harald Meier ist diese Mischung wichtig. Er hat den Wunsch der Bürger nach alternativen Energien aufgegriffen und innerhalb weniger Monate eine Genossenschaft gegründet. Schon bei der Gründung 2011 zeichneten 160 Mit-



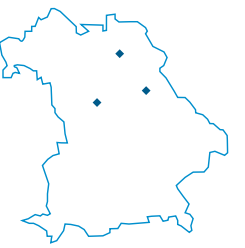
Das Regionalmanagement greift den Wunsch nach einer Energiewende für alle auf und gründet die Bürgerenergiegenossenschaft.

glieder Anteile, zwei Jahre später sind es 275 Genossen mit insgesamt rund 750.000 Euro Einlagen. Etwa drei Millionen Euro hat die *bemo* mittlerweile investiert.

Auch wenn alle Ämter in der Genossenschaft ehrenamtlich wahrgenommen werden: Soviel Geld bewegt man nicht einfach nebenher. Deshalb stellte der Landrat seinen Regionalmanager Harald Meier zwei Jahre lang für die Aufgabe des ersten Vorstands frei. „Für mich ist die Genossenschaft die ideale Organisationsform: Hier verbinden sich Idealismus, Ehrenamt und finanzielle Schlagkraft. So bringen wir die Energiewende in Deutschland voran und halten die Wertschöpfung in der Region.“



275 + 750.000 € +  = 3 + Rendite
Mitglieder Einlage Regionalmanager als Vorstand Megawatt Strom für die Region



3 Fragen an Andreas Scharrer, Regionalmanager im Landkreis Roth



Herr Scharrer, Sie haben ein Klimaschutzkonzept für den Landkreis Roth erarbeitet. Worum geht es dabei?

Wir wollten wissen, wie unser Landkreis beim Energieverbrauch und CO₂-Ausstoß dasteht. In welchen Bereichen lässt sich Energie einsparen: beim Heizen, beim

Stromverbrauch aber auch beim Verkehr? Und wir wollten wissen, wo die Potenziale für eine eigene regenerative Energieerzeugung liegen. Besonders wichtig war uns, dass alle 16 Gemeinden des Landkreises finanziell beteiligt sind.

Das Konzept liegt seit dem Frühjahr 2013 vor. Was sind die zentralen Ergebnisse?

Jede Gemeinde hat messbare Ziele festgelegt und Maßnahmen beschlossen, die sie umsetzen will, z.B. den Ausbau von Nahwärmenetzen oder die Weiterentwicklung des Radwegenetzes. Wenn man diese Ansätze aufsummiert, kommen wir auf eine CO₂-Reduktion von rund 50% bis 2030.

Welche Rolle spielt das Regionalmanagement bei dem Prozess?

Wir haben den Hut auf, haben alle Gemeinden ins Boot geholt, haben die Ausschreibung für das Konzept durchgeführt und uns darum gekümmert, dass alle Daten vorliegen. Schließlich haben wir mit jeder einzelnen Gemeinde die Ergebnisse diskutiert und sie bei der Entwicklung eigener Maßnahmen unterstützt. Ohne jemanden, der sich intensiv kümmert, bekommt man vielleicht ein Konzept, aber sicher keine Umsetzung.

Diese Druckschrift wird kostenlos im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Bayerischen Staatsregierung herausgegeben. Sie darf weder von den Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern im Zeitraum von fünf Monaten vor einer Wahl zum Zweck der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags-, Kommunal- und Europawahlen. Missbräuchlich ist während dieser Zeit insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zweck der Wahlwerbung.

Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Druckschrift nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Staatsregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.

Den Parteien ist es gestattet, die Druckschrift zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden.

Bei publizistischer Verwertung Angabe der Quelle und Übersendung eines Belegexemplars erbeten.

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte sind vorbehalten. Die Broschüre wird kostenlos abgegeben, jede entgeltliche Weitergabe ist untersagt.

Wollen Sie mehr über die Arbeit der Bayerischen Staatsregierung wissen?

BAYERN | DIREKT ist Ihr direkter Draht zur Bayerischen Staatsregierung. Unter www.servicestelle.bayern.de im Internet oder per E-Mail unter direkt@bayern.de erhalten Sie Informationsmaterial und Broschüren, Auskunft zu aktuellen Themen und Internetquellen sowie Hinweise zu Behörden, zuständigen Stellen und Ansprechpartnern bei der Bayerischen Staatsregierung.



www.bayern-die-zukunft.de

Bayern.
Die Zukunft.

Diese Broschüre wurde mit großer Sorgfalt zusammengestellt. Eine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit kann dennoch nicht übernommen werden.

Impressum

Herausgeber: Bayerisches Staatsministerium der Finanzen,
für Landesentwicklung und Heimat

Postanschrift: Postfach 22 00 03, 80535 München

Hausadresse: Odeonsplatz 4, 80539 München

Telefon: 089 2306-0

Fax: 089 2306-2808

E-Mail: poststelle@stmflh.bayern.de

Internet: www.stmflh.bayern.de

Konzept, Redaktion und Gestaltung: Die Regionauten

Fotografie: Helmuth Scham, S.27 Initiative Regionalmanagement Region Ingolstadt e.V.

Druck: Erhardi Druck GmbH, Leibnizstraße 11, 93055 Regensburg

Stand: September 2014

Anmerkung der Redaktion: Wir unterstützen den Gendergedanken ausdrücklich, zur Vereinfachung der Lesbarkeit verzichten wir aber auf die Genderformulierung.

