



Antrag nach Förderrichtlinie Landesentwicklung

(FöRLa III)

2025 - 2027

Stefan Schuster
Regionalmanager

Landratsamt Freyung-Grafenau
Schlosssteig 1
94078 Freyung



Antrag auf Projektförderung nach der Förderrichtlinie Landesentwicklung – Regionalmanagement (FöRLa III)

1. Förderung

Beantragt wird:

Regelförderung

i.V.m. Sonderförderung Flächensparen für Projekt Nr. _____

i.V.m. Sonderförderung Militär- und Konversionsstandorte¹ für Projekt Nr. 5

i.V.m. Sonderförderung Zielbildungsprozess² für Projekt Nr. _____
für den Zeitraum von _____ bis _____

Übergangsförderung für Regionale Initiativen für Militär- und Konversionsstandorte

i.V.m. Sonderförderung Flächensparen für Projekt Nr. _____

2. Förderzeitraum

Von 01.01.2025 bis 31.12.2027

3. Angaben zur Regionalen Initiative

3.1. Antragsteller

Landkreis Freyung-Grafenau

Landrat Sebastian Gruber

Ansprechpartner: Regionalmanager Stefan Schuster

Wolfkerstraße 3

94078 Freyung

Bankverbindung

IBAN:DE31 7405 1230 0000 0018 00; BIC: BYLADEM1FRG

¹ Der Antrag auf Sonderförderung Militär- und Konversionsstandorte gem. Nr. 5.4.3 FöRLa ist diesem Antrag als Anlage beizulegen.

² Der Antrag auf Sonderförderung Zielbildungsprozess gem. Nr. 5.4.4 FöRLa ist diesem Antrag als Anlage beizulegen.

3.2. Kurzbeschreibung der Regionalen Initiative

Das Regionalmanagement Freyung-Grafenau arbeitet seit seinem **Start im Jahr 2008** eng abgestimmt innerhalb des **Bereiches „Wirtschaftsförderung, Tourismus, Regionalentwicklung“** eingebunden in die Struktur des Landratsamtes Freyung-Grafenau.

Hier hat sich in der endenden Förderperiode 2022 bis 2024 eine weitere organisatorische Änderung ergeben. Der Bereich „Wirtschaftsförderung, Tourismus, Regionalentwicklung“ wird **nicht mehr** als Organisationseinheit innerhalb der Abteilung 1 „Haupt- und Finanzverwaltung, Kreisentwicklung, Wirtschaft“ geführt. Inzwischen ist der genannte Bereich als **Teil der Stabsstelle „Büro Landrat, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit“** geführt. So sollen möglichst kurze, Barriere-arme Kommunikationswege – gerade auch zur Spitze des Hauses – sichergestellt werden.

Basis allen Regionalmanagement-Handelns ist grundsätzlich das **„Ur-Handlungskonzept“ für das Regionalmanagement**, das Handlungsschwerpunkte definiert und festlegt, in welchen Bereichen das Regionalmanagement Projekte und Maßnahmen plant, erarbeitet und umsetzt. Entstanden ist dieses Handlungskonzept für das Regionalmanagement Freyung-Grafenau im Vorfeld des generellen Einstiegs in die Umsetzung einer Regionalmanagementinitiative für den Landkreis Freyung-Grafenau. In der Ursprungsversion des Konzepts, dessen **Grundgedanken bis heute für die Aufgabenstellung an das Regionalmanagement in der Region Gültigkeit haben**, waren die Zielsetzungen unter anderem wie folgt definiert:

- Das Regionalmanagement Freyung-Grafenau soll einen entscheidenden Beitrag zur laufenden Marken- und Profilbildung sowie deren Kommunikation zur Imageverbesserung in der Region leisten.
- Das Regionalmanagement soll die Sicherung einer nachhaltigen Weiterentwicklung der regionalen Wirtschaft unterstützen und vorantreiben.
- Dabei soll das Regionalmanagement Ideen einbringen, die die Attraktivität, Wettbewerbsfähigkeit und Wirtschaftskraft der Region erhöhen.
- Eine zentrale Rolle spielen dabei auch die Initiierung und Begleitung von EU-Projekten der Wirtschaft und der Kommunen unter noch besserer Koordination von EU-Fördermitteln. Hier soll das Regionalmanagement als Netzwerkpartner wertvolle Unterstützungsarbeit einbringen.
- Das Regionalmanagement soll als Netzwerkpartner eng abgestimmt mit allen regional involvierten Akteuren der Regionalentwicklung zusammenarbeiten.

Mit Einstieg in die **Förderperiode 2011 bis 2013** wurde das Handlungskonzept für das Regionalmanagement Freyung-Grafenau aktualisiert und an neue Herausforderungen angepasst. In diesem Zuge sind in das Konzept zusätzliche, sehr konkret formulierte neue Themenschwerpunkte aufgenommen worden. Auch diese sind natürlich über die Zeit bis heute stets überprüft und bei Bedarf - in Abstimmung mit den politisch Verantwortlichen - angepasst worden.

Diese Schwerpunkte waren:

- **Aufbau und Ausbau von Netzwerken:** Gut funktionierende Netzwerke innerhalb der Region und darüber hinaus sind Grundvoraussetzung für erfolgreiche Regionalmanagement Arbeit. Nur in guter Abstimmung mit möglichst vielen Partnern, die an einer positiven Fortentwicklung der Region interessiert sind, kann Regionalentwicklung auf Dauer gelingen.
- **Imageaufbau und Imageverbesserung:** Ziel in diesem Schwerpunkt war und ist es, das Bewusstsein für die Wertigkeit des ländlichen Raumes zu stärken.
- **Bildung und Wirtschaft:** In diesem Schwerpunktfeld geht es darum, Schulen in der Region auf der einen Seite und Betriebe sowie Unternehmen aus der Region auf der anderen Seite eng zu vernetzen. Damit soll erreicht werden, dass Schulabgängerinnen und Schulabgänger mehr über die regionale Wirtschaft und deren Strukturen wissen und Unternehmen als potenzielle Arbeitgeber kennenlernen. Gleichzeitig sollen Unternehmensvertreter aber auch mehr über das System „Schule“ erfahren. So soll insgesamt eine Kultur des gegenseitigen Verständnisses gefördert werden und ein Beitrag zur Glättung des Fachkräftemangels geleistet werden.
- **Herausforderungen der demografischen Entwicklung begegnen:** Als Reaktion auf die prognostizierten regionalen Entwicklungen im Bereich Demografie wurden Projekte und Maßnahmen angestoßen, die dazu beitragen sollen, gut qualifizierte Menschen – und gerade auch junge Familien – in der Region zu halten oder nach Freyung-Grafenau zurückzubringen.

Grundsätzlich wurden die thematischen Schwerpunkte aus dem aktualisierten Handlungskonzept auch in **die letzte anschubfinanzierte Periode 2013 bis 2016** übernommen, so dass man davon sprechen kann, dass sich im Sinne einer Ausrichtung auf nachhaltige Wirkung das Regionalmanagement-Handlungskonzept als roter Faden darstellt, der sich auf die Herausforderungen abgestimmt über die Förderperioden streckt.

Hauptintension des Regionalmanagements Freyung-Grafenau für die angesprochene Förderperiode war es, durch enge Zusammenarbeit mit verschiedenen Akteuren und durch geeignete Projekte Synergien zu nutzen und die regionale Entwicklung im Landkreis weiter positiv zu beeinflussen. Alle Maßnahmen waren und sind dabei darauf ausgerichtet, den negativen Auswirkungen des demografischen Wandels entgegenzuwirken.

Als Handlungsfelder des Regionalmanagements wurden ausgewiesen:

- **Imagebildung**
- **Zusammenarbeit von Bildung und Wirtschaft**
- **Technologieregion Freyung-Grafenau**

Erstmals war damit der Aufbau von Netzwerken nicht mehr explizit Thema im Regionalmanagement. Ein ausreichend großes, breit angelegtes und eng zusammenarbeitendes Netzwerk bleibt natürlich Voraussetzung, um als Regionalmanagement erfolgreich zu sein. Nachdem allerdings seit Beginn des Regionalmanagements im Landkreis Freyung-Grafenau im Jahr 2008 in diesem Bereich sehr viel aufgebaut wurde, ging es ab 2013 – und geht es bis heute – in diesem Bereich vor allem darum, weiterhin eng mit den Netzwerkpartnern zusammenzuarbeiten und im Einzelfall die Kooperationen noch weiter zu intensivieren, beziehungsweise darum, das Regionalmanagement punktuell zu ergänzen.

Auch mit dem Einstieg in die projektfinanzierte Förderung des Regionalmanagements (**überschneidend im Jahr 2015**) wurde die grundsätzliche Ausrichtung der Regionalmanagement-Arbeit in Freyung-Grafenau beibehalten.

Mit Blick auf aktuelle Herausforderungen wurden allerdings auch hier punktuell Projekte und Maßnahmen ergänzt.

Die relevanten Themenschwerpunkte im Handlungskonzept für die genannte Förderperiode waren:

- **Pflege/Ausbau Netzwerke**
- **Imageverbesserung**
- **Bildung und Wirtschaft**
- **Grenzüberschreitendes**
- **Existenzgründung**

Im Zeitraum 2016 bis 2021 (reine Projektförderung) hat sich die grundsätzliche thematische Ausrichtung im Regionalmanagement Freyung-Grafenau weiter verstetigt. Die Themenschwerpunkte wurden mittels der Auswahl der durch die Förderrichtlinie vorgegebenen Handlungsfelder gebündelt und gestrafft. Konkret bedeutet das, dass Handlungsbedarfe speziell in den Bereichen „Image des ländlichen Raums“ und „Fachkräftesicherung“ identifiziert wurden. Entsprechend hatte sich das Regionalmanagement in Abstimmung mit Herrn Landrat Gruber dazu entschlossen, die über die Förderrichtlinie definierten Handlungsfelder **„Wettbewerbsfähigkeit“** (z. B. Innovation, Digitalisierung, Tourismus, Internationalisierung, Fachkräfte) und **„Regionale Identität“** (z. B. Wertschöpfungsketten, regionale Produkte, Innenmarketing, Standortmarketing) in mehreren Einzelprojekten zu bearbeiten. Die Schwerpunkte in der Projektausrichtung lagen dabei auf den Themenbereichen „Gewinnung von Fachkräften“ und „Stärkung der Regionalen Identität“.

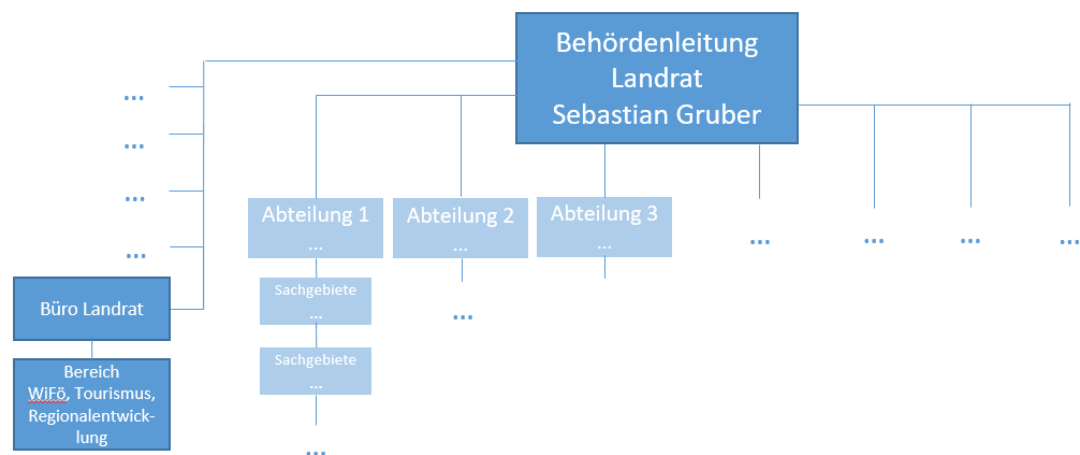
Diese Schwerpunkte wurden thematisch in der folgenden Förderperiode **im Zeitraum 2022 bis 2024 (reine Projektförderung)** beibehalten, um eine kontinuierliche Weiterentwicklung der Projektarbeit bei gleichzeitigem Streben nach innovativem Charakter in der Umsetzung sicherzustellen. Erfolgreich umgesetzt wurden in der genannten Förderphase insgesamt fünf neue Projekte. Ein besonderer Schwerpunkt lag in der zum Jahresende 2024 auslaufenden Periode im Bereich „Regionale Identität“ auf der Einbringung des Regionalmanagements Freyung-Grafenau in die Gesamtaktivitäten zur Präsentation des Landkreises im Rahmen der Bayerischen Landesgartenschau Freyung 2023. Darüber hinaus wurde im Themenkomplex/Handlungsfeld „Wettbewerbsfähigkeit“ erstmals auch gemeinsam mit dem Regionalmanagement im Landkreis Deggendorf ein Gemeinschaftsprojekt umgesetzt, das über den eigentlichen Wirkungskreis der Regionalen Initiative hinausging.

Zusammenfassend lässt sich demnach feststellen, dass das Regionalmanagement im Landkreis Freyung-Grafenau mit dem vorliegenden Antrag die Genehmigung der insgesamt sechsten Förderphase beantragt. Das Regionalmanagement Freyung-Grafenau betrachtet in Abstimmung mit den politisch Verantwortlichen in der Region, den Vertretern des zuständigen Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie, der Regierung von Niederbayern, den weiteren Verantwortlichen innerhalb des Bereiches „Wirtschaft, Tourismus, Regionalentwicklung“ am Landratsamt Freyung-Grafenau und den Projekt- sowie Netzwerkpartnern aktuell und künftig das vorgegebene Handlungskonzept als „Leitplanken“ für seine Arbeit, passt diese den aktuellen Erfordernissen und Herausforderungen nach Evaluierung regelmäßig an und stellt sicher, dass innerhalb der gesetzten Vorgaben die Projekte aktualisiert, ergänzt und umgesetzt werden.

- (1) Organisatorisch ist das Regionalmanagement Freyung-Grafenau – wie beschrieben – eingebunden in den Bereich „Wirtschaft, Tourismus, Regionalentwicklung“, der direkt an die Stabstelle „Büro des Landrats, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit“ angegliedert ist. Projektverantwortlich und in der Umsetzung zuständig ist weiterhin Regionalmanager Stefan Schuster (Vollzeit EG 11). Unterstützt wird die Arbeit im Regionalmanagement künftig über die Projektmitarbeiterinnen Monika Wagner (Teilzeit 50% EG 09c), Chiara Löw (Vollzeit EG 08) und Assistentin Claudia Prager (Teilzeit 50% EG 06). Vergütet werden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Regionalmanagements nach Tarifvertrag TVÖD. Federführend zuständig für die Planung und Umsetzung **aller** beantragten Projekte ist Regionalmanager Stefan Schuster. Projektmitarbeiterin Chiara Löw unterstützt in der Umsetzung der Projekte 1 bis 4. Umsetzende im Projekt 5, das im Bereich Konversion angesiedelt ist, wird Monika Wagner sein, die zur Projektarbeit von der Stadt Freyung zum Landkreis Freyung-Grafenau abgeordnet wird. Für die Personalkosten der Mitarbeitenden Schuster, Löw und Prager wird **KEINE Förderung** beantragt. Die Personalkosten für die Mitarbeiterin Wagner, die das Projekt 5 umsetzt, sollen in ihrer Gesamtheit in die Förderung genommen werden. Die Aufgaben in der fördertechnischen Abwicklung (Erstellen von Sachstandsberichten, Auszahlungsanträgen...) werden

die Mitarbeitenden Schuster und Prager - außerhalb einer Förderung der Personalkosten - übernehmen. Zusammengefasst wird die Initiative lediglich für die Mitarbeitende Wagner und damit klar abgegrenzt auf die Umsetzung des Projekts 5 eine Förderung von Personalkosten beantragen. Entsprechend wird die gesamte Teilzeitstelle von Fr. Wagner (50 %), E 9c TVöD zur Förderung beantragt. Gemäß dem Antrag beiliegender Kooperationsvereinbarung werden die Personalkosten einschließlich aller Zusatzleistungen durch die Stadt Freyung getragen und nicht an den Landkreis Freyung-Grafenau weiterverrechnet. Dies bezieht sich sowohl auf das monatliche Tabellenentgelt als auch auf weitere Entgeltbestandteile wie beispielsweise in Monatsbeträgen festgelegte Zulagen, unständige Entgeltbestandteile, die Jahressonderzahlung, die Entgeltfortzahlung bei Arbeitsunfähigkeit und den Krankengeldzuschuss. Der Landkreis Freyung-Grafenau verpflichtet sich gemäß dieser Kooperationsvereinbarung, die Fördermittel, die für den Bereich des Konversionsmanagements bezüglich der Personalkosten generiert werden, an die Stadt Freyung weiterzuleiten. Die Weiterleitung erfolgt per Bescheid. Personalkosten für die zur Durchführung der Aufgaben des Konversionsmanagements abgeordnete Person, die nicht durch Fördermittel gedeckt sind, verbleiben als Eigenmittel bei der Stadt Freyung.

Organisatorische Verortung des Regionalmanagements Freyung-Grafenau:



Name:	Funktion:	Personalkostenfinanzierung:
Johannes Gastinger	Wirtschaftsreferent	Landkreis
Tobias Niedermeier	LAG-Geschäftsführer	Landkreis / LEADER-Förderung
N. N.	Tourismusreferent	Landkreis
<i>Carina Höller</i>	<i>Tourismusfachangestellte</i>	<i>Landkreis (Elternzeit)</i>
Rosa Gibis	Elternzeitvertretung Tourismus	Landkreis
Johanna Anetzberger	Tourismusfachangestellte	Landkreis
Stefan Schuster	Regionalmanager	Landkreis
Chiara Löw	Projektassistenz Regionalmanagement	Landkreis
Monika Wagner	Projektassistenz Konversionsmanagement	Landkreis / RM-Förderung
Claudia Prager	Assistenz Regionalmanagement	Landkreis

3.3. Räumlicher Wirkungskreis

Das Regionalmanagement Freyung-Grafenau ist auf einen Wirkungskreis ausgerichtet, der geografisch den Landkreis Freyung-Grafenau mit seinen 25 Landkreiskommunen (3 Städte, 3 Märkte und 19 Gemeinden) umfasst.

- Der räumliche Wirkungskreis der Regionalen Initiative befindet sich, entsprechend den
- Raumkategorien gemäß Strukturkarte des geltenden Landesentwicklungsprogramms Bayern (Anhang 2)
 - mehrheitlich im ländlichen Raum und/oder
 - mehrheitlich im Raum mit besonderem Handlungsbedarf.

Der räumliche Wirkungskreis folgender Projekte geht über o.g. räumlichen Wirkungskreis hinaus:

Projekt Nr. 3

Hinweis: Für jedes betroffene Projekt eine weitere Zeile über + einblenden.

Benennung der zusätzlich betroffenen Gebietskörperschaften:

Landkreis Deggendorf

3.4. Zusammensetzung der Lenkungsgruppe

Name:	Organisation/Funktion:
Rainer Andorfer	Konrektor Realschule Grafenau
N. N.	Regierung von Niederbayern
Franz Brunner	LAG Freyung-Grafenau
Prof. Dr. Kristina Wanieck	Leitung Technologie Campus Freyung
Albert Eckl	Vorstand Hans Lindner Stiftung
Daniel Rother	IHK Niederbayern
Sebastian Gruber	Landrat Landkreis Freyung-Grafenau
Johannes Gastinger	Wirtschaftsreferent
Dr. Olaf Heinrich	Bürgermeister Stadt Freyung
Josef Kern	Bürgermeistersprecher Landkreis Freyung-Grafenau
Tobias Niedermeier	LAG-Geschäftsführung
Dr. Eberhard Pex	LEADER-Koordinator Niederbayern
Kaspar Sammer	EUREGIO Bayerischer Wald - Böhmerwald - Unterer Inn
N. N.	Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie
Michael Kreiner	Amt für Ländliche Entwicklung Niederbayern
N. N.	Niederbayern-Forum e. V.
Stefan Thür	Unternehmer - Wimmer Wohnkollektionen e. K.

4. Regionsüberblick

4.1. ggf. aktuelle regionale Entwicklungsstrategien

(sofern relevant für ein oder mehrere beantragte Projekte)

- Lokale Entwicklungsstrategie für den Landkreis Freyung-Grafenau 2023 bis 2027:
https://www.freyung-grafenau.de/fileadmin//content/wirtschaft_tourismus/leader/LES_FRG_Textfassung_geaendert_2024-01-16_01.pdf
- Handlungsempfehlungen für das Regionalmanagement Freyung-Grafenau aus dem Projekt „Zukunft Heimat – Wir reden mit!“



2024_FRG_Zukunft
Heimat - Wir reden i

- Nachhaltigkeitsstrategie für den Landkreis Freyung-Grafenau
<https://www.freyung-grafenau.de/fileadmin/content/Nachhaltigkeitsstrategie.pdf>
- Sozialraumanalyse für den Landkreis Freyung-Grafenau 2021:



20210916
Sozialraumanalyse F

4.2. ggf. Überblick über vorangegangene Förderphasen

(bei Anschlussförderung, max. der letzten beiden Förderphasen)

- **Förderzeitraum 2019 – 2021 (FöRLa)**
 - Projekt 1: Fachkräfteinitiative FRG: Regionalmanagement als aktiver Netzwerkknoten zwischen Schule und Wirtschaft
 - „Warum in die Ferne schweifen...2.0“
 - „Schule trifft Regionalentwicklung“
 - Ausbildungs- und Arbeitsbörse FRG
 - „Studien- und Berufsinformationstag“
 - „Zukunfts:Macher“
 - [woid.card]
 - „Berufskompassstage“ mit den RS Freyung und Grafenau

<ul style="list-style-type: none"> ▪ „Wege nach dem Abitur“ ▪ „MINT für FRG“ ○ Projekt 2: Sozialraumanalyse FRG ○ Projekt 3: Sicherung der medizinischen Versorgung im ländlichen Raum <ul style="list-style-type: none"> ▪ „Dreiländer-Gesundheitskongress“ ▪ „Medizinernachwuchs für FRG“ ○ Projekt 4: „Grenzenlos denken – als eine Region handeln“ <ul style="list-style-type: none"> ▪ „Career-Tour“ ▪ „Unternehmerfahrt“ ▪ Lehrerfortbildung“ ○ Projekt 5: „Digitale regionale Entwicklung“ ○ Projekt 6: Imagekampagne „MADE in FRG“
<ul style="list-style-type: none"> • Förderzeitraum 2022 – 2024 (FöRLa II) ○ Projekt 1: Schule-Wirtschaft-Berufsorientierung in FRG <ul style="list-style-type: none"> ▪ „Runder Tisch Berufsorientierung“ ▪ Infopaket „Heimat-Sackerl“ ▪ „Über alle Grenzen: Studien- und Berufsorientierung FRG“ ▪ „Warum in die Ferne schweifen...“ ▪ Ausbildungs- und Arbeitsbörse FRG ▪ „Berufskompassstage“ ▪ „Wege nach dem Abitur“ ○ Projekt 2: „Exzellente in FRG“ <ul style="list-style-type: none"> ▪ Exzellente für Studierende in der frühen Phase ▪ Exzellente für Studierende im PJ ○ Projekt 3: „Midanand.FR-G-DEG“ <ul style="list-style-type: none"> ▪ „Positionierung als Unternehmen – Herausforderung Fachkräfte“ ▪ „Heimat Trails Trophy“ ○ Projekt 4: Weiterentwicklung der Landkreis-Imagekampagne „MADE in FRG“ <ul style="list-style-type: none"> ▪ Thematische Erweiterung ▪ Neue Kanäle/ Neue Medien ○ Projekt 5: „Zukunft Heimat – Wir reden mit!“
<ul style="list-style-type: none"> • Eigene Projekte außerhalb der Regionalmanagement- oder Regionalmarketingförderung mit Bezug zum Antragsgegenstand (nur aktuelle): ○ „Aufbruch jetzt! Niederbayern“ Die Landkreise und kreisfreien Städte Niederbayerns erarbeiten unter dem Titel „Aufbruch jetzt! Niederbayern“ gemeinsam eine Strategie, die dazu beitragen soll, die gesamte Region zukunftsfähig zu halten. Thematisch bearbeitet werden:

- 1 AK Wirtschaft, Technik, Infrastruktur und Digitalisierung
- 2 AK Energie, Versorgungssicherheit
- 3 AK Bildung und Wissenschaft und Kultur
- 4 AK Mobilität
- 5 AK Migration, Integration, Globalisierung und Internationalisierung
- 6 AK Gesundheit
- 7 AK Tourismus, Sport
- 8 AK Jugend, Senioren, Familie, Inklusion
- 9 AK Land- und Forstwirtschaft, Regionale Wirtschaftskreisläufe
- 10 AK Kommunal финанzen
- 11 AK Natur, Umwelt, Nachhaltigkeit
- 12 AK Bürgerschaftliches Engagement, Ehrenamt und Regionale Identität:

Federführend in der Umsetzung ist der Landkreis Freyung-Grafenau. Mit der Projektarbeit betraut ist das Regionalmanagement Freyung-Grafenau

5. Projekte

5.1. Projekt Nr. 1

5.1.1. Handlungsfeld und Projekttitle

Wettbewerbsfähigkeit	<i>Fachkräfte im Fokus: Innovative Strategien für die Zukunft der Arbeit in Freyung-Grafenau</i>
Weitere Handlungsfelder	

5.1.2. Anlass, Herleitung und Handlungsbedarf

Freyung-Grafenau ist der östlichste Landkreis in Bayern. Er grenzt im Nordosten an Tschechien, im Südosten an Österreich und von Süd- bis Nordwest an die Landkreise Passau, Deggendorf und Regen. Aus der geografischen Lage und der damit in Zusammenhang stehenden zu erwartenden weiteren demografischen Entwicklung heraus, steht Freyung-Grafenau als ländlicher Raum und gemäß Landesentwicklungsprogramm Bayern Stand 2023 als Raum mit besonderem Handlungsbedarf vor weiteren vielfältigen Herausforderungen:

- **Bevölkerungsentwicklung:**

Das demografische Profil für den Landkreis Freyung-Grafenau weist für den Zeitraum bis 2024 weiterhin sinkende Bevölkerungszahlen für die für den Arbeitsmarkt relevanten Bevölkerungsgruppen aus (unter 18 Jahre: -2,8 %, 18 – unter 40 Jahre: - 10,5 % und 40 bis unter 65 Jahre: -12,4 %) Gerade die Entwicklung dieser Alterskohorten wirkt sich massiv und unmittelbar auf den Arbeitsmarkt in der Region aus.

- **Arbeitsmarkt:**

Der Jahresdurchschnitt 2023 weist für den Landkreis Freyung-Grafenau eine Arbeitslosenquote von 3,1 % aus. Damit ist laut Definition beinahe Vollbeschäftigung erreicht. Entsprechend fällt es Betrieben und Unternehmen aller Branchen und Größen weiterhin schwer, ihren Bedarf an Arbeits- und Fachkräften zu decken. Parallel belegt auch der IHK Fachkräftereport 2023 für Niederbayern, dass über 70 % der Unternehmen längerfristig offene Stellen nicht besetzen können.

- **Hoher Auspendlerüberschuss:**

Im Jahr 2022 standen 6.776 Einpendler 12.090 Auspendlern gegenüber. Auch dieser anhaltende Trend sorgt dafür, dass es für die heimische Wirtschaft schwierig bleibt, qualifiziertes Personal für alle Bereiche und Ebenen zu gewinnen.

- **Geringer Akademikeranteil**

Der nach wie vor geringe Akademikeranteil an der Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Höhe von rund 7 % verdeutlicht einen weiteren Aspekt aus dem Themenkreis „Herausforderungen, die die Region zu bestehen hat“. Auch hier geht es um gut qualifizierte Fachkräfte. Jedes Jahr verlassen viele junge Menschen die drei Landkreisgymnasien oder die Fachoberschule und nehmen ein Studium auf. Dafür müssen die jungen Leute in der Regel – zumindest vorübergehend - die Region verlassen.

Im Gesamtkontext betrachtet, spiegeln die oben genannten Zahlen und Daten die Tatsache wider, dass der Landkreis Freyung-Grafenau weiterhin zu den bayerischen Regionen gehört, die auch künftig vor – durch die demografische Entwicklung bedingten – Herausforderungen stehen werden. Daraus ergibt sich für die Akteurinnen und Akteure vor Ort die Notwendigkeit, auch weiterhin vernetzt die anstehenden Aufgaben anzugehen sowie differenzierte Lösungsansätze zu erarbeiten und anzubieten. Insgesamt bewegen sich die im Zusammenhang mit den identifizierten Herausforderungen stehenden Themenfelder in

den Bereichen Demografie, Fachkräftegewinnung und Fachkräftesicherung sowie Stärkung eines Bewusstseins für die allgemeine Wertigkeit der Region. Denn gemeinhin gelten gute, gesunde regionale Wirtschaftsstrukturen und das Vorhandensein hochwertiger Arbeitsplätze als Grundvoraussetzungen für eine allgemein positive Entwicklung. Die Wirtschaftsregion Freyung-Grafenau gehört zur Klasse der Grenzland- und überwiegend strukturschwachen Regionen (Raumordnungsbericht Bayern), deswegen ist weiterer Handlungsbedarf im Themenkomplex „Wettbewerbsfähigkeit/Fachkräftegewinnung“ gegeben.

Nachdem die regionale Initiative bereits seit ihrem Start im Jahr 2008 thematisch ähnliche Themen bearbeitet und sich dabei – wie beschrieben – an den Herausforderungen orientiert, denen die Region ausgesetzt ist, haben die Verantwortlichen entschieden, im Sinne eines stringenten, auf langfristige Wirkung ausgelegten Handelns, innovative Neuerung in der Projektarbeit bei Beibehaltung der grundsätzlichen Themenausrichtung anzugehen. So soll –bezogen auf die Projektarbeit in einer anstehenden neuen Förderperiode – der innovative Charakter der Projekte und Maßnahmen weiter herausgearbeitet werden.

Das Regionalmanagement Freyung-Grafenau begreift das Projekt „Fachkräfte im Fokus: Innovative Strategien für die Zukunft der Arbeit in Freyung-Grafenau“ als eine in den umzusetzenden Maßnahmen deutlich geschärfte Neuentwicklung des Projekts „Schule-Wirtschaft-Berufsorientierung in FRG“ aus FöRLa II. Insgesamt geht es im Projekt darum, weiterführende Schulen und die regionale Wirtschaft zielorientiert zu vernetzen und so wertvolle neue Impulse im Bereich berufliche Orientierung zu setzen. Gleichzeitig soll über das neue Projekt insgesamt das Bewusstsein für das Vorhandensein hochwertiger Ausbildungs- und Arbeitsmöglichkeiten in der Region auf breiter Basis erweitert werden.

Insgesamt ist es **ausdrücklicher Wunsch aller Landkreis-Schulen** (im Besonderen gerade auch der Landkreis-Gymnasien nach den strukturellen Herausforderungen im Zusammenhang mit der Wiedereinführung von G9 in der zu Ende gehenden Förderperiode) die berufsorientierenden Projekte und Maßnahmen des Regionalmanagements unter Berücksichtigung innovativer Ansätze weiterzuentwickeln und in diesem Zusammenhang für Planungssicherheit zu sorgen.

Im Vergleich zum bisher umgesetzten Projekt ergeben sich **deutliche Abgrenzungen und Neuentwicklungen:**

- **Neue Zielgruppen: Auf das Gesamtprojekt bezogen, sind die für eine neue Förderperiode geplanten Maßnahmen so angelegt, dass neben den bisher erreichten Zielgruppen weitere angesprochen werden. Unter anderem ist eine Maßnahme in Planung, die sich rein an die Mittelschulen in der Region richtet und in diesem Bereich wertvolle Impulse im Bereich berufliche Orientierung leisten soll. Daneben ist das Gesamtprojekt so ausgerichtet, dass einzelne Maßnahmen so**

konzipiert sind, dass die breite, interessierte Öffentlichkeit angesprochen wird. Als Beispiele seien hier die geplante Umsetzung eines Online-Videowettbewerbs für Unternehmen oder die attraktive visuelle Präsentation unterschiedlichster Berufsbilder im Rahmen einer Online/Social Media Kampagne zu nennen.

- Thematische Erweiterung: Neben der bisher schwerpunktmäßig gesetzten Impulse im Bereich allgemeiner Studien- und Berufsorientierung, wird das Regionalmanagement künftig einen neuen Fokus unter anderem auf das Thema „Duale Ausbildung – Karriere mit Lehre“ legen und auch das Thema „Gründerwesen/Selbständigkeit“ verstärkt bereits in den Schulen bearbeiten.

Insgesamt ist das Projekt mit seinen Maßnahmen und Untermaßnahmen in seiner Zielrichtung an das Schule-/Wirtschaft-Projekt aus der Vor-Förderperiode angelehnt, um eine durchgängige, zielorientierte Arbeit des Regionalmanagements sicherzustellen. Aufgrund seiner Ausgestaltung – die auf Erfahrungen aus der bisherigen Arbeit beruht – handelt es sich allerdings um ein neues Projekt mit erweiterten Zielgruppen und neuen thematischen Aspekten und Blickwinkeln. Allein die Tatsache, dass rund 70 % aller Unternehmen und Betriebe in der Region (Quelle: IHK Niederrhein) ihre Stellen nicht oder nicht mehr zeitnah besetzen können, unterstreicht, dass es auch regional betrachtet, weiteren deutlichen Handlungsbedarf gibt.

Aufgrund der langfristig und dauerhaft angespannten finanziellen Situation der Gebietskörperschaft „Landkreis Freyung-Grafenau“ und der Tatsache, dass Regionalentwicklung in den Bereich der „freiwilligen Leistungen“ fällt, wäre eine Umsetzung des geplanten Projekts OHNE Förderung NICHT möglich. In den Jahren 2013 bis 2023 hat der Landkreis Freyung-Grafenau insgesamt 17,75 Millionen Euro an Bedarfszuweisungen (5,9 Millionen Euro) und Stabilisierungshilfen (11,85 Millionen Euro) erhalten. Die erste Stabilisierungshilfe wurde im Jahr 2013 gewährt. Die Stabilisierungshilfen sollen Kommunen bei der Konsolidierung ihrer Haushalte unterstützen und Handlungsspielräume eröffnen. Die Stabilisierungshilfen dienen also einerseits dem Schuldenabbau (beim Landkreis Freyung-Grafenau von einst 34,6 Millionen Euro im Jahr 2013 auf 20,5 Millionen Euro Ende 2022). Andererseits werden dadurch wichtige Investitionen in die Kernaufgaben des Landkreises möglich gemacht, u.a. in den Bereichen Bildung, Gesundheitsversorgung und Infrastruktur.

Für die Planung und Umsetzung des Projekts werden keine weiteren Fördermittel im Sinne einer Doppelförderung beantragt.

5.1.3. Zielsetzung

Das Projekt zielt darauf ab, die Wettbewerbsfähigkeit der Region Freyung-Grafenau durch innovative Strategien zur Fachkräftegewinnung und -bindung zu stärken. Es soll Betriebe und Unternehmen in der Region unterstützen, hochwertige Ausbildungs- und Arbeitsplätze sichtbar zu machen und die Attraktivität der Region als Arbeitsstandort zu steigern und insgesamt dabei unterstützen, die Zukunftsfähigkeit der Region zu erhalten. In der Planung und Umsetzung arbeitet das Regionalmanagement Freyung-Grafenau mit zahlreichen Netzwerkpartnern zusammen. Eingebunden werden unter anderem weiterführende Schulen aller Schularten aus dem Landkreis, Betriebe und Unternehmen unterschiedlicher Branchen und Größen, Universitäten und Hochschulen (auch grenzüberschreitend), das Grenzüberschreitende Gründerzentrum Digitalisierung Freyung-Grafenau, die regionale Kontaktstelle der Europaregion Donau-Moldau, die Wirtschaftsunioren Freyung-Grafenau, sowie externe Dienstleister.

Insgesamt gliedert sich das geplante Projekt in vier Maßnahmen mit teils Untermaßnahmen:

- **„MADE in FRG – Traumberufe“:** Online-Kampagne, die beispielhaft aufzeigt, welche attraktiven Ausbildungs- und Arbeitsmöglichkeiten die Region zu bieten hat.
- **„Der Bringer des Jahres MADE in FRG“:** Online-Video-Wettbewerb, an dem sich Betriebe und Unternehmen aller Größen und Branchen aus dem Landkreis beteiligen können, mit dem Ziel, ihre Alleinstellungsmerkmale positiv zu platzieren. Die Videobeiträge sollen einer breiten Öffentlichkeit über unterschiedliche Kanäle (unter anderem Homepage/ Landingpage, Social Media) zugänglich gemacht werden. So soll eine gezielte Verbreitung und eine möglichst hohe Abstimmungsquote erreicht werden.
- **Berufs- und Studienorientierung „MADE in FRG“:** Veranstaltungsreihe für weiterführende Schulen im Landkreis Freyung-Grafenau mit dem Ziel, Wirtschaft und junge Menschen aus der Region noch enger zu vernetzen.
- **[woid.stift]:** RM/MADE in FRG-gebrandete Pakete mit wertigem Kugelschreiber, der automatisch auf eine hinterlegte Landingpage verweist.

Meilensteine:

- **„MADE in FRG – Traumberufe“:**
 - Ablauf planen und organisieren: Zeitschiene, Abstimmung mit Projektpartnern, Abläufe und Zuständigkeiten festlegen, Landingpage
 - Gewinnung Testerin/Tester
 - Ansprache potenzieller Teilnehmer auf Unternehmensseite/Bewerbung
 - Umsetzungsphase (Erstellung Jobporträts)
 - Veröffentlichung

- Evaluation
- **Der Bringer des Jahres MADE in FRG“:**
 - Ablauf planen und organisieren: Zeitschiene, Abstimmung mit Projektpartnern, Abläufe und Zuständigkeiten festlegen
 - Ansprache potenzieller Teilnehmer auf Unternehmensseite und Bewerbung
 - Umsetzungsphase
 - Öffentlichkeitswirksame Abschlussveranstaltung mit Preisverleihung
 - Evaluation
- **Berufs- und Studienorientierung „MADE in FRG“:**
 - Abstimmung mit Projektpartnern
 - Zeitschiene festlegen
 - Ablauf planen und organisieren
 - Umsetzung
 - Evaluation
- **[woid.stift]:**
 - Ablauf planen und organisieren: Zeitschiene, Abstimmung mit Schulen, Zuständigkeiten festlegen
 - Umsetzung
 - Evaluation

5.1.4. Projektmaßnahmen

Online-Kampagne „MADE in FRG-Traumberufe“:

Ziel: Positionierung von Betrieben und Unternehmen als attraktive Arbeitgeber und Ausbildungsstätten in der Region.

Betriebe und Unternehmen aus dem Landkreis werden unabhängig von Größe, Mitarbeiterzahl und Branche über das Netzwerk des Regionalmanagements in Kooperation mit der Wirtschaftsförderung aktiv angesprochen (beispielsweise über Mailing und Wirtschafts-Newsletter) und auf die Teilnahmemöglichkeit hingewiesen, sowie über den Ablauf informiert.

Umsetzung:

- Jährliche Bewerbungsmöglichkeit für bis zu 10 Betriebe aus unterschiedlichen Branchen und Größen.
- Auswahl der teilnehmenden Betriebe durch eine unabhängige Fachjury bei höherer Bewerberzahl.

- Durchführung von drei- bis fünftägigen Praktika in den ausgewählten Unternehmen durch Tester auf Honorarbasis (Agentur, Medien, Influencer, eigene Mitarbeiter, evtl. durch Auswahlverfahren bestimmt).
- Erstellung von Jobporträts in Wort und Bild während der Praktika.
- Veröffentlichung der Porträts auf einer speziellen Landingpage (über die Homepage des RM/ die Kampagnenseite „MADE in FRG“) und in den sozialen Medien.

Erwartete Ergebnisse: Erhöhung der Bekanntheit und Attraktivität der unterschiedlichen Ausbildungs- und Arbeitsplätze in der Region.

Aufgabenverteilung:

Eigene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:

- Planung und Organisation, Federführung in der Umsetzung
- Akquise und Auswahl der teilnehmenden Betriebe und Unternehmen, gegebenenfalls Zusammenstellen einer Fachjury
- Auswahl „Testerin/ Tester“
- Öffentlichkeitsarbeit in Abstimmung mit der Pressestelle LRA

Die in diesem Bereich anfallenden (Personal)-kosten trägt der Landkreis Freyung-Grafenau.

Externe Dienstleister:

- Erstellen und Umsetzen eines Bewerbungskonzepts zur Gewinnung teilnehmender Unternehmen und Betriebe (Agentur)
- Erstellen und Umsetzen eines Bewerbungskonzepts zur Gewinnung einer „Testerin/ eines Testers“ auf Honorarbasis (Agentur)
- Erstellung von Jobporträts in Wort und Bild (Agentur)
- Erstellung eines zeitlich begrenzt aktiven Onlineportals zur Bewerbung des Formats, zur Gewinnung von Testerinnen und Testern, sowie der Veröffentlichung der erstellten Job-Beiträge. Dieses wird auf www.mehraldsduerwartest.de eingegliedert (Agentur)
- Veröffentlichung der Porträts (Agentur)
- Abstimmung mit der Regionalen Initiative (Agentur)

Die Übernahme der externen Kosten wird im Rahmen der Förderung (soweit förderfähig) beantragt. Die Kofinanzierung übernimmt der Landkreis Freyung-Grafenau.

Bringer des Jahres “MADE in FRG“:

Ziel: Präsentation der Innovationskraft und Leistungsfähigkeit der regionalen Unternehmen.

Umsetzung:

- **Online-Video-Wettbewerb**, der zweimal in der geplanten Förderperiode durchgeführt wird und insgesamt in Kooperation mit den Wirtschaftsjuvenen Freyung-Grafenau umgesetzt werden soll.
- Die beteiligten Unternehmen erstellen in Eigenregie 90-Sekunden-Videos, in denen sie ihre Produkte, Arbeiten oder Erfindungen/ Entwicklungen vorstellen.
- Bewertung der Videos durch eine öffentliche Online-Abstimmung (öffentliche Bewertung!).
- Öffentlichkeitswirksame Präsentation der Videos über unterschiedliche Kanäle (Homepage/Landingpage, Social Media)

Erwartete Ergebnisse: Förderung des Innovationsgedankens und Stärkung des regionalen Gemeinschaftsgefühls. Positive Darstellung der leistungsstarken Unternehmenslandschaft im Landkreis Freyung-Grafenau

Aufgabenverteilung:

Eigene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:

- Planung und Organisation, Federführung in der Umsetzung
- Akquise und Auswahl der teilnehmenden Betriebe und Unternehmen
- Abstimmungsprozess mit dem Projektpartner Wirtschaftsjuvenen Freyung-Grafenau
- Organisation und Umsetzung einer öffentlichkeitswirksamen Abschlussveranstaltung
- Öffentlichkeitsarbeit in Abstimmung mit der Pressestelle LRA

Die in diesem Bereich anfallenden (Personal)-kosten trägt der Landkreis Freyung-Grafenau.

Externe Dienstleister:

- Erstellen und Umsetzen eines Bewerbungskonzepts zur Gewinnung teilnehmender Unternehmen und Betriebe (Agentur)
- Sammeln und Strukturieren eingegangener Wettbewerbsbeiträge (Agentur)
- Erstellung eines zeitlich befristet aktiven, Onlineportals zur Bewerbung des Formats und zur öffentlichen Stimmabgabe. Dieses wird auf www.mehraldsuerwartest.de eingliedert (Agentur)
- Veröffentlichung der Wettbewerbsbeiträge über die Social Media-Kanäle der Regionalen Initiative (Agentur)
- Organisation des Abstimmungsvorgangs (Agentur)

- Unterstützung und Bewerbung der geplanten öffentlichkeitswirksamen Abschlussveranstaltung/ Preisverleihung (Agentur).
- Catering (Fachbetrieb/Caterer) für öffentlichkeitswirksame Abschlussveranstaltung/ Preisverleihung: Hier erkennt die Initiative ausdrücklich an, dass Preise nicht förderfähig sind.
- Allgemeine Kommunikation (Agentur)

Projektpartner Wirtschaftsjuvenen Freyung-Grafenau:

Aktive Unterstützung bei der Bekanntmachung des Formats über das Netzwerk der Wirtschaftsjuvenen, um damit eine noch breitere Streuung zu erzielen. Insgesamt sollen so möglichst viele Betriebe und Unternehmen aus dem gesamten Landkreis unabhängig von Branche und Betriebsgröße erreicht werden. Eine Kostenbeteiligung des Projektpartners Wirtschaftsjuvenen Freyung-Grafenau in Höhe von 50 % in den Teilbereichen „Catering“ und „Preise/Pokale“ wird angestrebt. Die entsprechenden Abstimmungsgespräche werden unmittelbar nach Projektstart aufgenommen. Eine klare Trennung in unabhängige Teilrechnungen wird vorgenommen.

Die Übernahme der externen Kosten wird im Rahmen der Förderung (soweit förderfähig) beantragt. Die Kofinanzierung übernimmt der Landkreis Freyung-Grafenau.

Berufs- und Studienorientierung „MADE in FRG“

Ziel: Verbesserung der Berufs- und Studienorientierung für Schülerinnen und Schüler in der Region

Die geplante Maßnahme stellt insgesamt eine komplette Neuaufstellung der Maßnahmen der Initiative im Bereich „Beruflicher Orientierung“ dar: Das Regionalmanagement Freyung-Grafenau begreift das Projekt „Fachkräfte im Fokus: Innovative Strategien für die Zukunft der Arbeit in Freyung-Grafenau“ als eine in den umzusetzenden Maßnahmen deutlich geschärfte Neuausrichtung des Projekts „Schule-Wirtschaft-Berufsorientierung in FRG“ aus FöRLa II. Insgesamt geht es im Projekt darum, weiterführende Schulen und die regionale Wirtschaft zielorientiert zu vernetzen und so wertvolle neue Impulse im Bereich berufliche Orientierung zu setzen. Gleichzeitig soll über das neue Projekt insgesamt das Bewusstsein für das Vorhandensein hochwertiger Ausbildungs- und Arbeitsmöglichkeiten in der Region auf breiter Basis erweitert werden.

Im Vergleich zum bisher umgesetzten Projekt ergeben sich **deutliche Abgrenzungen und Neuentwicklungen:**

- **Neue Zielgruppen: Auf das Gesamtprojekt bezogen, sind die für eine neue Förderperiode geplanten Maßnahmen so angelegt, dass neben den bisher erreich-**

ten Zielgruppen weitere angesprochen werden. Unter anderem ist eine Maßnahme in Planung, die sich rein an die Mittelschulen in der Region richtet und in diesem Bereich wertvolle Impulse im Bereich berufliche Orientierung leisten soll. Daneben ist das Gesamtprojekt so ausgerichtet, dass einzelne Maßnahmen so konzipiert sind, dass die breite, interessierte Öffentlichkeit angesprochen wird. Als Beispiele seien hier die geplante Umsetzung eines Online-Videowettbewerbs für Unternehmen oder die attraktive visuelle Präsentation unterschiedlichster Berufsbilder im Rahmen einer Online-/Social Media Kampagne zu nennen.

- **Thematische Erweiterung:** Neben der bisher schwerpunktmäßig gesetzten Impulse im Bereich allgemeiner Studien- und Berufsorientierung, wird das Regionalmanagement künftig einen neuen Fokus unter anderem auf das Thema „Duale Ausbildung – Karriere mit Lehre“ legen und auch das Thema „Gründerwesen/Selbständigkeit“ verstärkt bereits in den Schulen bearbeiten.
- **Weitere Neuerungen:** Um die Bindung zwischen potentiellen Auszubildenden und regionalen Wirtschaftsbetrieben weiter zu intensivieren, werden über das Regionalmanagement beispielsweise im Format „Azubi-Speeddating“ sogenannte Matching-Karten bereitgestellt. Diese wertig gestalteten, mit Förderhinweis versehenen Karten, werden den teilnehmenden Betrieben und Unternehmen zur Verfügung gestellt. Die neuen Matching-Karten können die Unternehmensverantwortlichen Schülerinnen und Schülern ausstellen, die sich im Gespräch besonders gut präsentiert haben. Die Karten, auf denen die Unternehmen die Kontaktdaten der Personalverantwortlichen eintragen können, fungiert damit als eine Art „Wild Card“ für ein Vorstellungsgespräch.

Innerhalb des Gesamtprojekts werden zahlreiche Präsenzveranstaltungen angeboten, die vom zeitlichen Rahmen her halb- bis ganztägig angesetzt sind. In diesem Kontext plant das Regionalmanagement den Teilnehmerinnen und Teilnehmern entsprechende Verpflegung anzubieten. Nachdem über alle Veranstaltungen in diesem Teilbereich Presseveröffentlichungen durchgeführt werden, Social Media-Kanäle bedient werden und darüber hinaus jeweils auch zahlreiche Multiplikatoren anwesend sind, ist von einer nicht unerheblichen Öffentlichkeitswirkung aller folgenden Untermaßnahmen auszugehen.

Insgesamt ist es **ausdrücklicher Wunsch aller Landkreis-Schulen** (im Besonderen gerade auch der Landkreis-Gymnasien nach den strukturellen Herausforderungen im Zusammenhang mit der Wiedereinführung von G9 in der zu Ende gehenden Förderperiode) die berufsorientierenden Projekte und Maßnahmen des Regionalmanagements innovativ weiter zu entwickeln und gleichzeitig in diesem Zusammenhang für Planungssicherheit zu sorgen. Im Bereich Berufsorientierung an und mit Schulen wurden im Bereich der geplanten Untermaßnahmen zahlreiche neue, das Portfolio zielgerichtet ergänzende Module eingebaut.

Untermaßnahmen:

„Berufswelt vor Ort“- Berufsorientierung für die Landkreis-Gymnasien

Untermaßnahme in mehreren Formaten:

Zielgruppe: 12. Jahrgangsstufe der drei Landkreis-Gymnasien.

Umsetzung:

A: Berufsorientierungstag:

- Rund 20 Betriebe und Unternehmen verschiedener Branchen präsentieren ihre beruflichen Angebote und Möglichkeiten im Rahmen einer Präsenzveranstaltung.
- Vorträge vor Kleingruppen von angehenden Abiturientinnen und Abiturienten.

Erwartete Ergebnisse: Erhöhung des Interesses an regionalen Ausbildungs- und Arbeitsplätzen.

Aufgabenverteilung:

Eigene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:

- Federführung in Organisation und Umsetzung
- Abstimmungsprozess mit beteiligten Schulen
- Akquise teilnehmender Unternehmen und Betriebe
- Erstellen Zeit- und Ablaufplan
- Durchführung der Veranstaltung
- Öffentlichkeitsarbeit in Abstimmung mit der Pressestelle LRA

Externe Dienstleister:

- Schülertransfer (Buskosten)
- Verpflegung Referentinnen und Referenten, teilnehmende Schülerinnen und Schüler (Caterer/ Fachbetrieb)

B: Studien- und Berufsinformationstag:

Zielgruppe: 12. Jahrgangsstufe der drei Landkreis-Gymnasien.

Umsetzung:

- Präsenzveranstaltung für die drei Landkreis-Gymnasien (**2x in der Förderperiode**)
- Hochschulen und Universitäten aus Ostbayern, CZ und AUT informieren über ihr Studienangebot.
- Alumni berichten über ihren beruflichen Werdegang.
- „Uni-Botschafter“ der Schulen (Ehemalige der drei Landkreis-Gymnasien, die aktuell studieren) teilen ihre Erfahrungen.

Erwartete Ergebnisse: Bessere Informiertheit über Studienmöglichkeiten und berufliche Perspektiven in der Region.

Aufgabenverteilung:

Eigene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:

- Federführung in Organisation und Umsetzung
- Abstimmungsprozess mit beteiligten Schulen und Projektpartnern (Regionale Kontaktstelle der EDM), Universitäten, Hochschulen
- Akquise teilnehmender Alumni, Studierender
- Erstellen Zeit- und Ablaufplan
- Durchführung der Veranstaltung
- Öffentlichkeitsarbeit in Abstimmung mit der Pressestelle LRA

Externe Dienstleister:

- Schülertransfer (Buskosten)
- Verpflegung Referentinnen und Referenten, teilnehmende Schülerinnen und Schüler (Caterer/ Fachbetrieb)

C: Workshop „Projektmanagement“

Zielgruppe: P-Seminare der drei Landkreis-Gymnasien (Anfang 11. Jahrgangsstufe).

Umsetzung:

- Präsenzveranstaltung für die drei Landkreis-Gymnasien
- Kooperation mit Digitalem Gründerzentrum GreG.
- Schüleregerechter Workshop zu effektivem und effizientem Projektmanagement und wissenschaftlichem Arbeiten.

Erwartete Ergebnisse: Vermittlung grundlegender Projektmanagement-Kompetenzen an Schülerinnen und Schüler.

Aufgabenverteilung:

Eigene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:

- Federführung in Organisation und Umsetzung
- Abstimmungsprozess mit beteiligten Schulen und Projektpartnern (Gründerzentrum Digitalisierung GreG FRG)
- Akquise teilnehmender Referentinnen und Referenten, Expertinnen und Experten

- Erstellen Zeit- und Ablaufplan
- Durchführung der Veranstaltung
- Öffentlichkeitsarbeit in Abstimmung mit der Pressestelle LRA

Externe Dienstleister:

- Referentenhonorare
- Schülertransfer (Buskosten)
- Verpflegung Referentinnen und Referenten, teilnehmende Schülerinnen und Schüler (Caterer/ Fachbetrieb)

D: Workshop-Reihe: „Gründungsidee/Businessplanung“:

Zielgruppe: Jahrgangsstufen 9 und 10 der drei Landkreis-Gymnasien.

Umsetzung:

- Präsenzveranstaltung für die drei Landkreis-Gymnasien
- Kooperation mit Digitalem Gründerzentrum GreG.
- Workshops zu Abläufen und Prozessen im Gründungsprozess, von der Ideenfindung bis zur Businessplanung, anhand praktischer Beispiele aus der Region.

Erwartete Ergebnisse: Förderung unternehmerischen Denkens und Handelns bei Jugendlichen.

Aufgabenverteilung:

Eigene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:

- Federführung in Organisation und Umsetzung
- Abstimmungsprozess mit beteiligten Schulen und Projektpartnern (Gründerzentrum Digitalisierung GreG FRG)
- Akquise teilnehmender Referentinnen und Referenten, Expertinnen und Experten

- Erstellen Zeit- und Ablaufplan
- Durchführung der Veranstaltung
- Öffentlichkeitsarbeit in Abstimmung mit der Pressestelle LRA

Externe Dienstleister:

- Referentenhonorare
- Schülertransfer (Buskosten)

- Verpflegung Referentinnen und Referenten, teilnehmende Schülerinnen und Schüler (Caterer/ Fachbetrieb)

E: Duale Ausbildung als Schlüssel zum Erfolg/ Gymnasium:

Zielgruppe: 9./10. Jahrgangsstufe der Landkreis-Gymnasien

Umsetzung:

- Handwerksbetriebe und Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen, die im Schwerpunkt duale Ausbildungsberufe anbieten präsentieren sich im Rahmen einer Präsenzveranstaltung an Mitmach-Stationen.
- Praxisorientierte Darstellung unterschiedlicher Ausbildungsberufe.

Erwartete Ergebnisse: Stärkung des Bewusstseins für die Wertigkeit des dualen Ausbildungssystems.

Aufgabenverteilung:

Eigene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:

- Federführung in Organisation und Umsetzung
- Abstimmungsprozess mit beteiligten Schulen und Projektpartnern (Handwerkskammer Niederbayern-Oberpfalz)
- Akquise teilnehmender Unternehmen und Betriebe, Expertinnen und Experten
- Erstellen Zeit- und Ablaufplan
- Durchführung der Veranstaltung
- Öffentlichkeitsarbeit in Abstimmung mit der Pressestelle LRA

Externe Dienstleister:

- Verpflegung Referentinnen und Referenten, teilnehmende Schülerinnen und Schüler (Caterer/ Fachbetrieb)

„Berufswelt vor Ort“- Berufsorientierung für die Landkreis-Realschulen

Duale Ausbildung als Schlüssel zum Erfolg/ Realschule:

Zielgruppe: 8. Jahrgangsstufe der Landkreis-Realschulen

Umsetzung:

- Handwerksbetriebe und Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen, die im Schwerpunkt duale Ausbildungsberufe anbieten präsentieren sich im Rahmen einer Präsenzveranstaltung an Mitmach-Stationen.

- Praxisorientierte Darstellung unterschiedlicher Ausbildungsberufe.

Erwartete Ergebnisse: Stärkung des Bewusstseins für die Wertigkeit des dualen Ausbildungssystems.

Aufgabenverteilung:

Eigene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:

- Federführung in Organisation und Umsetzung
- Abstimmungsprozess mit beteiligten Schulen und Projektpartnern (Handwerkskammer Niederbayern-Oberpfalz)
- Akquise teilnehmender Unternehmen und Betriebe, Expertinnen und Experten
- Erstellen Zeit- und Ablaufplan
- Durchführung der Veranstaltung
- Öffentlichkeitsarbeit in Abstimmung mit der Pressestelle LRA

Externe Dienstleister:

- Verpflegung Referentinnen und Referenten, teilnehmende Schülerinnen und Schüler (Caterer/ Fachbetrieb)

„Berufswelt vor Ort“- Berufsorientierung für die Landkreis-Mittelschulen

Azubi-Speed-Dating

Zielgruppe: Mittelschulen im Landkreis.

Umsetzung:

- Kurzgespräche (max. 15 Minuten) zwischen Ausbildungsbetrieben und Jugendlichen im Rahmen einer Präsenzveranstaltung.
- Möglichkeit zu weiterführenden Gesprächen nach der Veranstaltung, die zu Praktika oder Ausbildungsplatzbesetzungen führen können.

Erwartete Ergebnisse: Erleichterung des Erstkontakts zwischen Betrieben und potenziellen Azubis.

Aufgabenverteilung:

Eigene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:

- Federführung in Organisation und Umsetzung
- Abstimmungsprozess mit beteiligten Schulen
- Akquise teilnehmender Unternehmen und Betriebe, Expertinnen und Experten
- Erstellen Zeit- und Ablaufplan

- Durchführung der Veranstaltung
- Öffentlichkeitsarbeit in Abstimmung mit der Pressestelle LRA

Externe Dienstleister:

- Verpflegung Referentinnen und Referenten, teilnehmende Schülerinnen und Schüler (Caterer/ Fachbetrieb)

Die in dieser Maßnahme anfallenden (Personal)-kosten trägt der Landkreis Freyung-Grafenau.

Die Übernahme der externen Kosten der Maßnahme wird im Rahmen der Förderung (soweit förderfähig) beantragt. Die Kofinanzierung übernimmt der Landkreis Freyung-Grafenau.

[\[woid.stift\]:](#)

Ziel: Mit der Maßnahme sollen alle Absolventinnen und Absolventen weiterführender Schulen möglichst barrierefrei über berufliche Chancen und Möglichkeiten in der Region informiert werden sowie zahlreiche wichtige Materialien über die allgemeine Wertigkeit der Region abrufen können.

Umsetzung: Im Rahmen der Maßnahme werden den weiterführenden Schulen RM/MADE in FRG-gebrandete Pakete mit Zeugnismappen, Einlegeblättern (persönliches Glückwunsch-/ Motivationsschreiben von Herrn Landrat Gruber sowie dem sogenannten [woid.stift] (NFC-Pen, ein wertiger Kugelschreiber, der automatisch auf eine hinterlegte Landingpage verweist) übergeben, die im Rahmen der offiziellen Zeugnisübergaben dann an die Schülerinnen und Schüler weitergegeben werden. Der entsprechende Förderhinweis wird angebracht.

Erwartete Ergebnisse: Die Absolventinnen und Absolventen informieren sich aktiv über berufliche Möglichkeiten und allgemeine Chancen/Vorzüge, die die Region zu bieten hat.

Gesamterwartung: Durch diese Maßnahmen soll das Bewusstsein für die beruflichen Möglichkeiten und die Attraktivität der Region als Arbeits- und Ausbildungsstandort gesteigert werden. Ziel ist es, den Arbeits- und Fachkräftemangel zu glätten und langfristig eine positive Entwicklung der regionalen Wirtschaft zu unterstützen.

Aufgabenverteilung:

Eigene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:

- Federführung in Organisation und Umsetzung
- Abstimmungsprozess mit beteiligten Schulen

- Abstimmung Ausschreibung/ Vergabe mit der Vergabestelle des Landkreises
- Zusammenstellen der „Abschlusspakete“ für die Schulen
- Verteilung an alle weiterführenden Schulen im Landkreis Freyung-Grafenau

- Öffentlichkeitsarbeit in Abstimmung mit der Pressestelle LRA

Die in diesem Bereich anfallenden (Personal)-kosten trägt der Landkreis Freyung-Grafenau.

Externe Dienstleister:

- Beschaffung der Give Aways im Rahmen des „Made in FRG“ gebrandeten Paketes
- Erstellung einer zeitlich befristet aktiven Landingpage, die auf www.mehrsduerwartest.de eingegliedert wird (Agentur): Hinterlegen der digitalen Inhalte zu Studien- und Berufsorientierung. Bei der geplanten Maßnahme handelt es um eine Anpassung/ geringfügige Erweiterung des bestehenden Angebots

Die Übernahme der externen Kosten wird im Rahmen der Förderung (soweit förderfähig) beantragt. Die Kofinanzierung übernimmt der Landkreis Freyung-Grafenau.

5.1.5. Evaluationskonzept

Das Evaluationskonzept zielt darauf ab, die Wirksamkeit der einzelnen Maßnahmen und Untermaßnahmen des Projekts zu bewerten. Dabei werden sowohl qualitative als auch quantitative Evaluierungsindikatoren festgelegt.

Maßnahme 1: MADE in FRG-Traumberufe

Evaluationsziele:

Ermittlung der Wirksamkeit der Maßnahme

Quantitative Indikatoren:

- Anzahl der teilnehmenden Betriebe: jährlich mindestens fünf
- Anzahl und Reichweite der veröffentlichten Jobporträts (z.B. Klicks, Likes, Shares auf Social Media): jährlich mindestens 10 Jobporträts
- Mindestens pro Jobportrait mindestens 50 Reaktionen
- Anzahl der Besucher auf der Landingpage: Jährlich mindestens 500

Qualitative Indikatoren:

- Zufriedenheit der teilnehmenden Betriebe (durch Umfrage): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Wahrnehmung und Feedback der Zielgruppe (durch Online-Befragungen): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet

Maßnahme 2: Der Bringer des Jahres "MADE in FRG"

Evaluationsziele:

Bewertung der Beteiligung, Resonanz und Wirksamkeit der Maßnahme

Quantitative Indikatoren:

- Durchführung 2x in der Förderperiode
- Anzahl der eingereichten Videos: jährlich mindestens fünf
- Anzahl der abgegebenen Stimmen bei der Online-Abstimmung: Abgabe von mindestens 100 Stimmen pro Durchgang
- Reichweite der veröffentlichten Videos (z.B. Klicks, Likes, Shares): Mindestens 50 Reaktionen pro Video

Qualitative Indikatoren:

- Zufriedenheit der teilnehmenden Unternehmen (durch Umfrage): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Feedback der Öffentlichkeit zur Qualität und Kreativität der Videos (z.B. durch Online-Umfrage): im Durchschnitt mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet

Maßnahme 3: Berufs- und Studienorientierung „MADE in FRG“

Untermaßnahme 3.1: Berufswelt vor Ort: Berufsorientierung für die Landkreis-Gymnasien:

A: Berufsorientierungstag:

Evaluationsziele:

Verbesserung der beruflichen Orientierung von Abiturientinnen und Abiturienten.

Quantitative Indikatoren:

Anzahl der teilnehmenden Betriebe: Jährlich mindestens 20

Qualitative Indikatoren:

- Zufriedenheit der teilnehmenden Betriebe (durch Umfrage): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Feedback der Schülerinnen und Schüler zum Nutzen der Veranstaltung (durch Befragung). mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet

B: Studien- und Berufsinformationstag

Evaluationsziele:

Verbesserung der Studien- und Berufsinformation für Schülerinnen und Schüler.

Quantitative Indikatoren:

- Anzahl der teilnehmenden Hochschulen und Universitäten: Mindestens 10 je Durchgang
- Durchführung: 2x in der Förderperiode
- Anzahl der teilnehmenden Alumni/ durchgeführten Informationsveranstaltungen: Jährlich mindestens 20

Qualitative Indikatoren:

- Zufriedenheit der teilnehmenden Hochschulen und Schulen (durch Umfrage): Mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Feedback der Schülerinnen und Schüler zum Nutzen der Veranstaltung (durch Befragung): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet

C: Workshop „Projektmanagement“:

Evaluationsziele:

Vermittlung von Projektmanagement-Kompetenzen an Schülerinnen und Schüler.

Quantitative Indikatoren:

Anzahl der durchgeführten Workshops: Jährlich mindestens einer

Qualitative Indikatoren:

- Zufriedenheit der teilnehmenden Schülerinnen und Schüler (durch Umfrage): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Feedback zur Relevanz und Qualität des Workshops (durch Befragung): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet

D: Workshop-Reihe: „Gründungsidee/ Businessplanung“**Evaluationsziele:**

Förderung unternehmerischen Denkens und Handelns bei Jugendlichen.

Quantitative Indikatoren:

Anzahl der durchgeführten Workshops: Jährlich mindestens einer

Qualitative Indikatoren:

- Zufriedenheit der teilnehmenden Schülerinnen und Schüler (durch Umfrage): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Feedback zur Relevanz und Qualität der Workshops (durch Befragung): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet

E: Duale Ausbildung als Schlüssel zum Erfolg/ Gymnasium:**Evaluationsziele:**

Stärkung des Bewusstseins für die Wertigkeit der dualen Ausbildung (Lehre)

Quantitative Indikatoren:

- Anzahl der teilnehmenden Betriebe: Pro Durchgang/Schule mindestens 10
- Anzahl der durchgeführten Mitmach-Stationen: pro Durchgang/ Schule mindestens 10

Qualitative Indikatoren:

- Zufriedenheit der teilnehmenden Betriebe und Schulen (durch Umfrage): Mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Feedback der Schülerinnen und Schüler zum Nutzen der Veranstaltung (durch Befragung) mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet

Untermaßnahme 3.2: Berufswelt vor Ort: Berufsorientierung für die Landkreis-Realschulen:**Duale Ausbildung als Schlüssel zum Erfolg/ Realschulen:****Evaluationsziele:**

Stärkung des Bewusstseins für die Wertigkeit der dualen Ausbildung (Lehre)

Quantitative Indikatoren:

- Anzahl der teilnehmenden Betriebe: Pro Durchgang/Schule mindestens 10
- Anzahl der durchgeführten Mitmach-Stationen: pro Durchgang/ Schule mindestens 10

Qualitative Indikatoren:

- Zufriedenheit der teilnehmenden Betriebe und Schulen (durch Umfrage): Mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Feedback der Schülerinnen und Schüler zum Nutzen der Veranstaltung (durch Befragung) mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet

Untermaßnahme 3.3: Berufswelt vor Ort: Berufsorientierung für die Landkreis-Mittelschulen:

Azubi-Speed-Dating:

Evaluationsziele:

Förderung des Erstkontakts zwischen Ausbildungsbetrieben und potenziellen Azubis.

Quantitative Indikatoren:

Anzahl der teilnehmenden Ausbildungsbetriebe: Pro Durchgang/ Schule mindestens 10

Qualitative Indikatoren:

- Zufriedenheit der teilnehmenden Betriebe und Schulen (durch Umfrage) mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Feedback der Schülerinnen und Schüler zum Nutzen der Veranstaltung (durch Befragung): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Anzahl der nachfolgenden Praktika und Ausbildungsplatzbesetzungen: mindestens 2 je Durchgang

Maßnahme 4: [\[woid.stift\]](#)

Evaluationsziele:

Ermittlung der Wirksamkeit der Maßnahme

Quantitative/Qualitative Indikatoren:

- Bei rund 800 ausgegebenen Paketen informieren sich mindestens 200 Adressaten online

Gesamtevaluierung: Die Gesamtwirkung des Projekts wird durch die Zusammenführung und Analyse aller gesammelten Daten und Rückmeldungen bewertet. Ziel ist es, eine umfassende Beurteilung der Effektivität der Maßnahmen zu erhalten und Verbesserungspotenziale für zukünftige Projekte zu identifizieren.

5.2. Projekt Nr. 2

5.2.1. Handlungsfeld und Projekttitle

Wettbewerbsfähigkeit	<i>Exzellentes Blockpraktikum in FRG – Sicherstellen einer hochwertigen medizinischen Versorgung im ländlichen Raum</i>
Weitere Handlungsfelder	

5.2.2. Anlass, Herleitung und Handlungsbedarf

Aufgrund seines ländlicheren Charakters ist die Dichte der hausärztlichen Versorgung in Niederbayern schwächer als in anderen Regierungsbezirken. Viele Regionen gelten als drohend unterversorgt. Vor allem die Altersstruktur verweist darauf, dass die „Spitze des Eisberges“ in Bezug auf eine „Zur-Ruhesetzungs-Welle“ noch nicht erreicht wurde. Der Anteil der Hausärzte über 60 Jahre liegt auf den Regierungsbezirk bezogen mit 36,4 % deutlich über dem bayerischen Durchschnitt von 35,7 %. Für Freyung beispielsweise liegt der ermittelte aktuelle Wert mit 39,3 % sogar noch über dem niederbayernweiten Durchschnitt. Entsprechend ist die flächendeckende und wohnortnahe hausärztliche Versorgung absehbar gefährdet. Gepaart mit der Tatsache, dass die Bevölkerungsvorausberechnungen für den Landkreis für die kommenden Jahre deutliche Zuwächse in den Alterskohorten 65 Jahre und älter (+ 31,1 %) sowie 75 Jahre und älter (+ 69,5 %) ausweist, ist festzustellen, dass der Bedarf an leistungsstarker, wohnortnaher medizinischer Versorgung in der Region zunehmen wird. Der Aspekt „wohnortnah“ gewinnt durch die regionalen Gegebenheiten was Mobilität und Verfügbarkeit von ÖPNV angeht, zusätzlich an Bedeutung. Nachdem Mobilität in der Region vielfach auf Individualmodellen beruht, sind gerade Seniorinnen und Senioren mit zunehmendem Alter oftmals diesbezüglich eingeschränkt und entsprechend auf eine nahegelegene Hausarztpraxis angewiesen. Insgesamt gesehen, ist entsprechender Handlungsbedarf in dem Sinne gegeben, dass das Regionalmanagement gemeinsam mit Projektpartnern Konzepte erarbeiten und umsetzen muss, die dazu beitragen, die wohnortnahe, leistungsstarke hausärztliche Versorgung stabil zu halten, beziehungsweise zu verbessern. Von großer Bedeutung sind in diesem Zusammenhang Maßnahmen, die dazu geeignet sind, angehende Medizinerinnen und Mediziner bereits in ihrer Ausbildung für das Arbeiten und Leben im ländlichen Raum zu begeistern. In diesem Themenkomplex setzt das Regionalmanagement Freyung-Grafenau bereits seit mehreren Jahren gemeinsam mit dem Verbund „Die LandArztMacher“ das sogenannte „Exzellente-Projekt“ um. Dieses wird künftig eigenständig über weitere Projektpartner umgesetzt.

Das neu angedachte Projekt „Exzellentes Blockpraktikum in FRG“ richtet sich an eine andere Zielgruppe als das bisher umgesetzte Projekt, das unter Regie einer Krankenkasse weitergeführt werden soll. Entsprechend werden über die neue Ausrichtung insgesamt noch mehr angehende Medizinerinnen und Mediziner als bisher erreicht. Entsprechend darf die Initiative mit einer noch breiteren Wirkung als bisher rechnen. Als zusätzliche Neuausrichtung gegenüber dem bisher umgesetzten „Exzellente-Projekt“, das künftig über eine Krankenkasse weitergeführt wird, wird die Initiative künftig bereits vor Projektstart die Teilnehmerinnen und Teilnehmer per Mailing über besondere Stärken der Region und besondere touristische Highlights/ Highlights der Naherholung informieren und anbieten, sich mit Fragen an die Verantwortlichen im Regionalmanagement zu wenden.

Im Rahmen der universitären Ausbildung im Fach Humanmedizin sind **zwingend** Blockpraktika unterschiedlicher Länge **in höheren Semestern** vorgeschrieben. Studierende leisten diese unter anderem in den klinischen Fächern Innere Medizin und Chirurgie ab. Auch im Fach Allgemeinmedizin ist ein zweiwöchiges Blockpraktikum in einer hausärztlich tätigen Praxis, ausnahmslos für alle Studierenden vorgeschrieben. Ziel ist es, die spezifisch hausärztliche Tätigkeit im Niederprävalenzbereich der ambulanten Versorgung zu vermitteln. Angesichts der drohenden Unterversorgung im ländlichen Raum hat es sich als erfolgreich erwiesen, Studierenden die attraktive Tätigkeit auf dem Land realistisch zu vermitteln. Durch das authentische Erleben von engagierten und zufriedenen Ärztinnen und Ärzten als positive Rollenmodelle und die wertschätzende und aktivierende individuelle Betreuung der Studierenden kann durch ein innovativ gestaltetes Blockpraktikum im ländlichen Raum ein wichtiger Impuls für die spätere Berufswahl und den Berufsort gegeben werden. Insgesamt wird also über den neuen Projektbaustein „Exzellentes Blockpraktikum in FRG“ die Gruppe der über die Maßnahmen erreichten Studierenden deutlich erweitert. Positiv schlägt sich sicher auch nieder, dass die Studierenden im Blockpraktikum bereits in einer fortgeschrittenen Phase ihrer Ausbildung sind und sich damit auch bereits intensiver mit der Wahl ihres späteren Arbeits- und Lebensraums auseinandersetzen. In der Projektumsetzung arbeiten – wie beim bisherigen „Exzellente-Projekt“ Regionalmanagement Freyung-Grafenau und die Initiative „Die LandArztMacher“ eng zusammen. Für die medizinisch-fachlichen Inhalte ist die Initiative „Die LandArztMacher“ zuständig. Das Regionalmanagement Freyung-Grafenau kümmert sich um die logistisch-organisatorische Umsetzung und übernimmt gleichzeitig den Part „Präsentation des Landkreises als attraktiver Lebensraum.“

Ohne eine entsprechende Förderung über das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie wäre die Umsetzung des Projekts nicht möglich.

5.2.3. Zielsetzung

Im Rahmen des Projekts werden Studierende (bayerischer Universitäten) aus ganz Deutschland individuell in Hausarztpraxen im Landkreis betreut. Sie werden montags ganztags und an den anderen Werktagen vormittags in den Praxen ausgebildet. Der fachliche Schwerpunkt liegt dabei auf dem aktiven Teilnehmen an der hausärztlichen Versorgung durch Anamnese, Untersuchung und Therapieplanung unter kontinuierlicher Supervision. An drei Nachmittagen finden praktische Teachings in der Gruppe statt, in denen, für die tägliche Tätigkeit wichtige Teachings zu Sonografie, EKG, Untersuchungstechniken, Wissensmanagement und Fällebesprechungen vermittelt werden. Die in den Teachings erlernten Fertigkeiten können umgehend in den Praxen unter fachlicher Supervision erprobt und der individuelle Lernerfolg verstetigt werden. Dieses Lehr- und Lernkonzept der „Selbstwirksamkeit“ hat sich für Praktika in der Hausarztpraxis bestens bewährt. Um Studierende aus Metropolregionen für das Blockpraktikum im ländlichen Raum zu gewinnen, müssen die Zugangsbedingungen zum Projekt niedrig gestaltet sein. So hat sich die Bereitstellung von kostenfreiem Wohnraum für die Unterkunft während des Praktikums als unbedingt notwendig erwiesen. Zudem fördert das Lernen und Leben in der Gruppe den Lernerfolg und steigern die Attraktivität des Praktikums im ländlichen Raum. Da Studierenden aus der Stadt meist keine individuelle Mobilität zur Verfügung steht und ÖPNV-Angebote oft nicht den konkreten Bedarfen (Erreichbarkeit der Praxen) entsprechen, muss auch für Mobilität in Form von Leihwagen gesorgt werden. Gesamtziel des Projektes ist es, im Verbund mit Projektpartnern das Bewusstsein von Medizinstudierenden aus ganz Deutschland für die hohe Attraktivität einer hausärztlichen Tätigkeit im ländlichen Raum zu schärfen und den Teilnehmerinnen und Teilnehmern die Wertigkeit der Region näherzubringen. Insgesamt soll das Projekt so einen aktiven Beitrag dazu leisten, die drohende Unterversorgung der Region zu glätten, eine hochwertige, wohnortnahe medizinische Versorgung sicherstellen und dazu Mediziner Nachwuch für das Arbeiten und Leben in Freyung-Grafenau begeistern.

Projektpartner des Regionalmanagements Freyung-Grafenau in Konzeption, Planung und Umsetzung sind die Initiative „Die LandArztMacher“ und die Gesundheitsregion+ Freyung-Grafenau.

Meilensteine:

- Abstimmung mit Projektpartner zu Ablauf und zeitlicher Schiene
- Akquise der Teilnehmerinnen und Teilnehmer
- Vorab-Kontaktaufnahme/ Information der teilnehmenden Studierenden
- Gewinnung von Referentinnen und Referenten für die Teachings
- Logistik sicherstellen (Unterkünfte, Leihfahrzeuge)
- Konkrete Programmplanung
- Organisation und Durchführung einer Informationsveranstaltung

- Nach Abschluss: Evaluation

5.2.4. Projektmaßnahmen

Zielgruppe: Medizinstudierende von Bayerischen Universitäten

Umsetzung:

- Mindestens dreimal jährlich wird ein Blockpraktikum für je vier Studierende bayerischer Universitäten angeboten.
- Dauer des Blockpraktikums: 2 Wochen
- Bewerbung an allen Bayerischen Universitäten
- Unterbringung vor Ort
- Teachings während des Blockpraktikums: EKG, Sonografie, Untersuchungskurs, Betreuung chronisch Kranker, Fallbesprechungen
- Informationsveranstaltung über die Tätigkeit im ländlichen Raum / zu den Vorzügen von Leben und Arbeiten im ländlichen Raum am Beispiel Freyung-Grafenau
- Vorab-Information (digital, per Mailing) an die Studierenden über Vorzüge von Arbeiten und Leben in FRG
- Laufend während der Umsetzung Kommunikation mit den Studierenden um Feedback für die Region zu den allgemeinen Stärken und Schwächen zu erhalten

Haupt-Projektpartner des Regionalmanagements Freyung-Grafenau in diesem Projekt ist die Initiative „Die LandArztMacher“. Sie übernimmt die fachliche Betreuung der Studierenden, Organisation und Umsetzung der Teachings, Akquise der Expertinnen und Experten, die die Teachings durchführen. Das Regionalmanagement Freyung-Grafenau übernimmt die Organisation von Unterkünften und Räumen für die Teachings, das Sicherstellen der Mobilität der Studierenden und hält engen Kontakt mit ihnen, um als Ratgeber im Bereich „weicher“ Standortfaktoren erster Ansprechpartner zu sein. In diesem Kontext organisiert das Regionalmanagement auch die beschriebene Informationsveranstaltung und führt diese auch durch.

Aufgabenverteilung:

Eigene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:

- Federführung in Organisation und Umsetzung
- Abstimmungsprozess mit beteiligten Projektpartnern
- Akquise der unterstützenden Ärztinnen und Ärzte aus der Region
- Vorab-Kontaktaufnahme mit den Studierenden -> Informationen zur Region (Mailing)

- Organisation Bereitstellen von Wohnraum und Mobilität
- Planung, Organisation und Durchführung einer Informationsveranstaltung zu den Stärken der Region inklusive praktischen Freizeittipps zur Erkundung der Region
- Öffentlichkeitsarbeit in Abstimmung mit der Pressestelle LRA

Die in diesem Bereich anfallenden (Personal)-kosten trägt der Landkreis Freyung-Grafenau.

Externe Dienstleister:

- Bereitstellen von Wohnraum
- Bereitstellen von Mobilität
- Organisation und Umsetzung der fachlichen Betreuung der Studierenden (Techings, etc.)
- Redaktionelle Begleitung und Berichterstattung über das Projekt
- Verpflegung teilnehmende Studierende im Rahmen der geplanten Informationsveranstaltung (Caterer/ Fachbetrieb): Über die Veranstaltung wird es ausführliche mediale Berichterstattung geben, die zur Öffentlichkeitswirksamkeit beiträgt,

Die Übernahme der externen Kosten wird im Rahmen der Förderung (soweit förderfähig) beantragt. Die Kofinanzierung übernimmt der Landkreis Freyung-Grafenau.

Erwartete Ergebnisse: Das Bewusstsein der Teilnehmerinnen und Teilnehmer über die Wertigkeit von Arbeiten und Leben im Bayerischen Wald nimmt über die Projektdauer zu.

5.2.5. Evaluationskonzept

Evaluationsziele:

- Gewinnung von Erkenntnissen darüber, wie die Studierenden den Arbeits- und Lebensraum Freyung-Grafenau wahrnehmen (attraktiv/ weniger attraktiv in unterschiedlichen Kriterien)
- Realistische Vermittlung eines allgemeinen Bewusstseins zur Attraktivität des Landarztberufs und des Lebensraums „Bayerischer Wald“

Quantitative Indikatoren:

- Anzahl der durchgeführten Blockpraktika: Jährlich vier mit je vier Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Qualitative Indikatoren:

Ermittlung von Erkenntnissen mittels Vorher- / Nachher-Befragung

- Vorstellung, sich später einmal im ländlichen Raum als Hausärztin oder Hausarzt niederlassen zu können nimmt bei mindestens der Hälfte der Teilnehmerinnen und Teilnehmer (auf einer Skala von 1 bis 10 um mindestens 1 Punkt) zu.
- Vorstellung, später einmal im ländlichen Raum als Ärztin oder Arzt tätig zu werden, nimmt bei mindestens der Hälfte der Teilnehmerinnen und Teilnehmer (auf einer Skala von 1 bis 10 um mindestens 1 Punkt) zu.
- Das Wissen über eine Tätigkeit als Hausärztin oder Hausarzt auf dem Land nimmt zu.
- Allgemeine Zufriedenheit der Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit dem Blockpraktikum: Wird mit der Gesamtnote „Gut“ oder besser bewertet.

5.3. Projekt Nr. 3

5.3.1. Handlungsfeld und Projekttitle

Wettbewerbsfähigkeit	Welcome.FRG-DEG
Weitere Handlungsfelder	

5.3.2. Anlass, Herleitung und Handlungsbedarf

Ein zentraler Aspekt der Arbeit des Regionalmanagements im Landkreis Freyung-Grafenau ist die Partnerschaft mit dem Landkreis Deggendorf, die in einer neuen Förderperiode 2025 bis 2027 fortgeführt werden soll. Bisherige Ansätze haben sich bewährt und sollen nun unter anderem über die Wirtschaftsförderungen beider Landkreise vorangetrieben werden.

Neue Kooperationsmöglichkeiten zwischen den beiden Regionalmanagements haben sich vor allem aus den Ergebnissen der niederbayernweiten Initiative "Aufbruch jetzt! Niederbayern." ergeben, bei der 12 Arbeitskreise – jeweils unter Federführung eines Landkreises oder einer kreisfreien Stadt - wichtige Themen für eine weitere allgemein positive Entwicklung der Region bearbeitet haben. Besonders die Ergebnisse des Arbeitskreises Wirtschaft zeigen Handlungsbedarf und Chancen für die beiden Regionalmanagements auf. Konkreter Handlungsbedarf erwächst vor allem aus dem Themenkomplex „Arbeits- und Fachkräftebedarf“. Wie bereits an anderer Stelle im vorliegenden Antrag dargestellt, wird dieses Thema auch in den kommenden Jahren die zentrale Herausforderung für die Wirtschaft in der Region sein. In diesem Zusammenhang verstehen die beiden Regionalmanagements es als eine ihrer Kernaufgaben die regionale Wirtschaft und potentielle neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter enger zu vernetzen, beziehungsweise das Bewusstsein einer breiten interessierten Öffentlichkeit für das Vorhandensein hochwertiger Arbeitsplätze in vielen Branchen zu schärfen.

Ein entscheidender Ansatz des geplanten Projekts ist es, die Region als "Willkommens-Region" zu etablieren, weshalb unter anderem auch über die zuvor angesprochene Initiative „Aufbruch jetzt! Niederbayern“ die Einrichtung eines "Welcome-Centers" angeregt wurde. Dies stellt einen neuen Ansatz für beide Landkreise dar, sich in dieser Hinsicht zu positionieren. Die beiden Regionalmanagements arbeiten in dem geplanten Projekt an den Grundlagen für die Implementierung einer solchen Anlaufstelle. Es sollen Organisationen und Akteure identifiziert werden, um die notwendige Kommunikation sicherzustellen. Die Zielgruppen des "Welcome-Centers" sind vielfältig und reichen von Neuankömmlingen über internationale Fachkräfte, Studierende bis hin zu Unternehmern, Investoren, Flüchtlingen, Touristen und Besuchern.

Ein weiteres wichtiges Thema des Kooperationsprojekts, ist die Sicherung von Arbeits- und Fachkräften, bei dem bereits verschiedene Maßnahmen von beiden Regionalmanagements umgesetzt wurden. In der neuen Förderphase liegt der Fokus auf der Information von Multiplikatoren im Bereich der Berufsorientierung über die Karrieremöglichkeiten in der Region. Die bisherige Lehrer-Fortbildung ist nur eine von vielen Möglichkeiten, diese Multiplikatoren zu erreichen.

Es ist essentiell, die Organisationen und Akteure im Bereich der Berufsorientierung in die Maßnahmen der Regionalmanagements zu integrieren. Damit kann die Vielfalt an Möglichkeiten transparenter gestaltet und für die Zielgruppe zugänglicher gemacht werden. Die Regionalmanagements sind verantwortlich für die Ausarbeitung und Umsetzung der geplanten Maßnahmen, die Organisation und Moderation der Treffen sowie den Kontakt zu den verschiedenen Organisationen.

Die Kosten werden von jedem Regionalmanagement für sich, je nach Ort der Veranstaltung, getragen. Entsprechend ist geplant, die Veranstaltungen gleichmäßig auf beide Landkreise aufzuteilen.

Ohne eine Förderung durch das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie, wäre die Umsetzung des Projekts nicht möglich.

5.3.3. Zielsetzung

Über das geplante Kooperationsprojekt sollen wertvolle Impulse gesetzt werden, um die Region (beide beteiligten Landkreise in ihrer Gesamtheit betrachtet) zukunftsfähig zu halten. Von entscheidender Bedeutung ist in diesem Zusammenhang die Versorgung mit Arbeits- und Fachkräften. In diesem Kontext verfolgt das geplante Projekt zwei Stoßrichtungen. Zum einen sollen Menschen, die von außerhalb in die Region kommen, auf eine entsprechende Willkommenskultur stoßen. Im Sinne eines Service- und Dienstleistungsgedankens soll entsprechend in der Region ein „Willkommenscenter“ etabliert werden. Hierfür sollen im Projekt ein entsprechendes Netzwerk aufgebaut und Grundlagen erarbeitet werden. In einem ersten Schritt sollen maßgebliche Akteure identifiziert und zusammengebracht werden.

In einem weiteren Aspekt des geplanten Projekts sollen in Weiterentwicklung bisheriger Inhalte des Gemeinschaftsprojekts umfassend regionale Akteure aus dem Bereich „Berufliche Orientierung“ in die Maßnahmen der Regionalmanagements eingebunden werden. In der neuen Förderphase liegt der Fokus in diesem Teilbereich damit auf einer noch effektiver und effizienter ausgestalteten Vernetzung von Multiplikatoren im Bereich der Berufsorientierung, deren aktive Einbindung in Maßnahmen der Regionalmanagements und deren umfassende Information über konkrete berufliche Möglichkeiten in der Region.

Im Bereich „Willkommenscenter“ ist über die gesamte Laufzeit der Förderperiode eine zielgerichtete, breit aufgestellte Öffentlichkeitsarbeit (Medienarbeit über unterschiedliche Kanäle) notwendig. Zudem erachten die Initiativen es als notwendig, in den Bereichen „Berufsorientierung“ und „Multiplikatoren-Information“ vor Ort-Termine/ Exkursionen gerade mit Multiplikatorinnen und Multiplikatoren anzubieten. Hier wird das Regionalmanagement Freyung-Grafenau Transfer-/ Buskosten zur Förderung beantragen.

Was die Kostenaufteilung betrifft, übernehmen die projektbeteiligten Landkreis gemäß Kooperationsvereinbarung jeweils die Kosten, die im eigenen / für den eigenen Landkreis anfallen.

Meilensteine und Zielsetzungen:

- Schaffung eines für beide Landkreise sinnvollen Konzepts für die Positionierung als „Willkommensregion“
- Grundlagenarbeit für die Gründung eines Welcome-Centers, Bildung von Netzwerken in diesem Bereich
- Identifikation neue Akteure Berufliche Orientierung, Verstärkter Austausch und Information
- Erhöhung der Transparenz des Angebots im Bereich der Berufsorientierung
- Aufwertung der bisher von den Regionalmanagements (alleine oder in Kooperation durchgeführten Berufsorientierungsmaßnahmen durch die aktive und gezielte Einbindung – auch neuer – relevanter Akteure

Projektpartner: Landkreis Deggendorf, Multiplikatoren, Unternehmen, Bildungsträger und verschiedene Organisationen aus beiden Landkreisen

5.3.4. Projektmaßnahmen

Basierend auf dem oben genannten Projekt können folgende konkrete Maßnahmen abgeleitet werden:

Maßnahme 1: Vorarbeiten zur Einrichtung eines Welcome Centers“

- Identifikation der relevanten Zielgruppen eines Welcome-Centers
- Ausarbeitung und Entwicklung eines Konzepts zu Aufgaben und Dienstleistungsangeboten eines Welcome-Centers
- Einbindung von relevanten Akteuren und Organisationen zur Schaffung einer breiten Unterstützung
- Erarbeitung einer Informationsstrategie zur Bekanntmachung des "Welcome-Centers" innerhalb der Zielgruppen.
- Identifikation möglicher künftiger Träger

Aufgabenverteilung:

Eigene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:

- Federführung in Organisation und Umsetzung
- Abstimmungsprozess mit beteiligten Projektpartnern und Stakeholdern
- Moderation dieses Prozesses und Zusammentragen konkreter Ergebnisse
- Gemeinsame Erarbeitung eines Konzepts „Welcome-Center“
- Gemeinsame Erarbeitung einer Kommunikationsstrategie „Welcome-Center“
- Breit angelegte Öffentlichkeitsarbeit in Abstimmung mit den Pressestellen der LRA

Die in diesem Bereich anfallenden (Personal)-kosten trägt der Landkreis Freyung-Grafenau.

Externe Dienstleister:

- Unterstützung in der Erarbeitung und Umsetzung einer Kommunikationsstrategie (Agentur). Die Kostenaufteilung erfolgt nach den Vorgaben der Kooperationsvereinbarung.
- Catering (Caterer/ Fachbetrieb) für öffentlichkeitswirksame Veranstaltungen im Landkreis Freyung-Grafenau

Die Übernahme der externen Kosten im Rahmen der Förderung (soweit förderfähig) beantragt. Die Kofinanzierung übernimmt der Landkreis Freyung-Grafenau.

Maßnahme 2: Information von Multiplikatoren im Bereich der Berufsorientierung:

- Ausarbeitung einer Informationsstrategie, um Multiplikatoren über die beruflichen Möglichkeiten in der Region zu informieren.
- Einbindung von Organisationen wie der Agentur für Arbeit, Kammern, TH Deggen-dorf und der Hans-Lindner-Stiftung in die Informationsvermittlung.
- Organisation von Informationsveranstaltungen und Workshops für Multiplikatoren.
- Bereitstellung von Informationsmaterialien für Multiplikatoren zur Unterstützung ihrer Berufsorientierungsarbeit.

Aufgabenverteilung:**Eigene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:**

- Federführung in Organisation und Umsetzung
- Abstimmungsprozess mit beteiligten Projektpartnern und Stakeholdern
- Moderation dieses Prozesses und Zusammentragen konkreter Ergebnisse
- Gemeinsame Erarbeitung eines Konzepts „Berufsorientierung“ zur Erarbeitung weiterer gemeinsamer Maßnahmen in diesem Themenkomplex
- Öffentlichkeitsarbeit in Abstimmung mit den Pressestellen der LRA

Die in diesem Bereich anfallenden (Personal)-kosten trägt der Landkreis Freyung-Grafenau.

Externe Dienstleister:

- Unterstützung in der Erarbeitung und Umsetzung eines Konzepts „Berufsorientierung“ (Agentur). Die Kostenaufteilung erfolgt nach den Vorgaben der Kooperationsvereinbarung.
- Catering (Caterer/ Fachbetrieb) für öffentlichkeitswirksame Veranstaltungen im Landkreis Freyung-Grafenau

Die Übernahme der externen Kosten im Rahmen der Förderung (soweit förderfähig) beantragt. Die Kofinanzierung übernimmt der Landkreis Freyung-Grafenau.

Maßnahme 3: Maßnahmen zur Sicherung von Arbeits- und Fachkräften:

- Anpassung bestehender gemeinsamer Maßnahmen zur Arbeits- und Fachkräftesicherung (Lehrer-Fortbildung, Best-Practice-Touren,).
- Analyse von Synergien zwischen den Maßnahmen beider Landkreise zur effizienten Umsetzung.
- Schaffung von Netzwerken und Kooperationsmöglichkeiten im Bereich der Arbeits- und Fachkräftesicherung.
- Identifikation möglicher (künftiger Projekte)

Aufgabenverteilung:

Eigene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:

- Federführung in Organisation und Umsetzung
- Abstimmungsprozess mit bisher beteiligten Projektpartnern und Stakeholdern
- Moderation dieses Prozesses und Zusammentragen konkreter Ergebnisse
- Gemeinsame Erarbeitung eines Konzepts „Sicherung Arbeits- und Fachkräfte zur Erarbeitung weiterer gemeinsamer Maßnahmen in diesem Themenkomplex “
- Öffentlichkeitsarbeit in Abstimmung mit den Pressestellen der LRA

Die in diesem Bereich anfallenden (Personal)-kosten trägt der Landkreis Freyung-Grafenau.

Externe Dienstleister:

- Catering (Caterer/ Fachbetrieb) für öffentlichkeitswirksame Netzwerkveranstaltungen im Landkreis Freyung-Grafenau

- Übernachtungskosten bei gegebenenfalls zweitägigen Netzwerkveranstaltungen/
Unternehmensexkursionen
- Unterstützung Öffentlichkeitsarbeit

Die Übernahme der externen Kosten im Rahmen der Förderung (soweit förderfähig) beantragt. Die Kofinanzierung übernimmt der Landkreis Freyung-Grafenau.

Diese Maßnahmen sollen dazu beitragen, die Ziele des Projekts zu erreichen und die Region als attraktiven Standort für Zugezogene, Fachkräfte, Investoren, Touristen und alle anderen Zielgruppen zu positionieren.

Zu Beginn der Förderphase werden die grundsätzlichen Ziele und Maßnahmen festgelegt. Nach dieser grundsätzlichen Abstimmung liegt die Verantwortlichkeit für **das Projekt bei** dem Regionalmanagement, in dessen Landkreis die jeweilige, dem gemeinsamen Ziel dienende Veranstaltung stattfindet.

5.3.5. Evaluationskonzept

Für die Evaluation der Maßnahmen im Rahmen des Projekts können folgende Indikatoren genutzt werden:

1. Grundlagen "Welcome-Center":

- Umfrageergebnisse zur Zufriedenheit und Relevanz des Konzepts durch potenzielle Nutzer und Stakeholder: bewertet mit Gesamtnote Gut oder besser
- Anzahl der eingebundenen Akteure sowie deren aktive Beteiligung an der Konzeptentwicklung und Umsetzung: Einbindung von insgesamt mindestens zehn Akteuren/Einrichtungen

2. Für die Information von Multiplikatoren im Bereich der Berufsorientierung:

- Anzahl Veranstaltungen: Zwei pro Jahr
- Anzahl der Teilnehmer an Informationsveranstaltungen und Workshops: Ziel: 20 je Veranstaltung
- Anzahl neue Akteure: Ziel: Fünf

3. Für die Sicherung von Arbeits- und Fachkräften:

- Anzahl der Teilnehmer an den Maßnahmen: Ziel 20
- Bewertung der Maßnahmen durch die Teilnehmer Ziel: Mindestens Gesamtnote „gut“

5.4. Projekt Nr. 4

5.4.1. Handlungsfeld und Projekttitle

Regionale Identität	<i>Weiterentwicklung der Landkreis-Imagekampagne MADE in FRG</i>
Weitere Handlungsfelder	

5.4.2. Anlass, Herleitung und Handlungsbedarf

Dass generell Handlungsbedarf besteht, lässt sich zunächst an den Herausforderungen, die die Region zu bestehen hat, ablesen: die Lücken, die der Strukturwandel bei Wachstum und Beschäftigung hinterlassen hat, sind noch nicht wieder völlig geschlossen. An erster Stelle steht der demografische Wandel, ausgelöst durch langfristige Folgen eines schon seit langem bestehenden und weiterwachsenden Geburtendefizits mit der Folge rückläufiger Einwohnerzahlen. Ferner ist eine zunehmende Überalterung der Gesellschaft zu erwarten. Der demografische Wandel wird gerade auch in Freyung-Grafenau soziale beziehungsweise kulturelle Bereiche berühren. Er kann sich beispielsweise auf die Auslastung von Versorgungseinrichtungen, wie etwa Schulen, Kindergärten und Krankenhäusern auswirken und so die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit der Region weiter negativ beeinflussen. Überlagert werden diese Herausforderungen durch die anhaltende Globalisierung der Wirtschaft und dem damit einhergehenden verstärkten regionalen Wettbewerb um Entwicklungspotenziale, um Betriebe und um Arbeitsplätze. Gerade die im ländlichen Raum überwiegend angesiedelten kleinen und mittelständischen, oft familiengeführten Betriebe sind von dem zunehmenden Kosten- und Wettbewerbsdruck stark belastet. Hinzu kommt unmittelbare Konkurrenz durch Niedriglohn-, Niedrigsteuer- und Höchstförderstandorte in den neuen EU-Mitgliedstaaten. Auch das Auftreten großer Schwellenländer auf den Weltmärkten, das unaufhaltsame Schwinden endlicher Ressourcen und Energieträger, deren Verteuerung für Bevölkerung und Wirtschaft sowie nicht zuletzt die negativen Folgen des Klimawandels bleiben eine dauerhafte Herausforderung. Diese wird das Regionalmanagement in einer neuen Förderperiode mit neuen Ansätzen weiter angehen. Im Handlungsfeld „Regionale Identität“ plant das Regionalmanagement Freyung-Grafenau in diesem Zuge neue Schwerpunkte zu setzen und den Wirkkreis zu erweitern. Darüber hinaus sollen auch die in den weiteren Projekten einer neuen Förderperiode bearbeiteten Themen/Aspekte besser mit der Kampagne vernetzt werden. So sollen Synergien generiert und entsprechend genutzt werden. Der eingeschlagene Weg soll aus Sicht des Regionalmanagements Freyung-Grafenau grundsätzlich weiter fortgesetzt werden, um das Image der Region auch nachhaltig und langfristig positiv zu beeinflussen. Der österreichische Regionalentwicklungs-Fachmann und Vorstandsmitglied in der Initiative Steirisches Vulkanland Ing. Josef Ober spricht in seinem Werk „Politik der Inwertsetzung“ in Bezug auf die positive Entwicklung einer Region auf den Seiten 26 und 27 von einem „beharrlichen Transformationsprozess, der nach etwa zehn Jahren zu einem kulturellen Wandel in der Region führt, bei dem die Durchdringungstiefe in der Bevölkerung gegen 96 % geht.“ Zusammengefasst bedeutet diese Erkenntnis, dass ein Prozess zur positiven Imagebildung innerhalb einer Region mindestens zehn Jahre dauert. Aus diesem Grund plant das Regionalmanagement, die Imagekampagne für den Landkreis weiterzuführen, um Themenbereiche zu erweitern und insgesamt inhaltlich sinnvoll zu ergänzen. Eine von einem unabhängigen Institut der Universität Passau durchgeführte Untersuchung zum bisherigen Verlauf der Landkreis-Imagekampagne hat ergeben, dass drei Viertel aller Befragten

(n= 1500) die Kampagne MADE in FRG und deren Zielsetzung kennen. Der höchste Anteil liegt in der Altersgruppe der 25 bis 35jährigen (90 %) und bei Studentinnen (91 %). Dies sei ein Beleg dafür, dass der Landkreis in der bisherigen Umsetzung insgesamt auf dem richtigen Weg ist.

Ohne eine Förderung durch das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie, wäre die Umsetzung des Projekts nicht möglich.

5.4.3. Zielsetzung

Im weiteren Verlauf soll die Kampagne das Image des Landkreises Freyung-Grafenau weiter schärfen und die regionale Identität stärken. Alle engagierten Unternehmensvertreterinnen und -vertreter, aber auch die Bevölkerung allgemein können sich daran beteiligen – und viele sollen mitmachen, damit die Kampagne weiter funktioniert und zusätzlich an Schlagkraft gewinnt. Basis für die Standort-Kampagne ist der Markenkern: Der Landkreis Freyung-Grafenau und der Bayerische Wald bieten entgegen den herrschenden Klischees beste berufliche Chancen, bei sehr guten Lebensbedingungen. „Mehr als du erwartest ...“ oder „Mehr Raum und Zeit“ lauten deshalb z. B. die Botschaften. Zusammengefasst soll die Botschaft „FRG bietet guten Raum zur Verwirklichung des individuellen Lebensmodells“ in der Region, aber punktuell auch in größeren Städten Ostbayerns und der Metropolregion München verbreitet werden. Markenleitbild und Charakter lassen sich in mehreren Profilierungsfeldern beschreiben. Diese sind größtenteils klare Stärken der Region, andere bergen Potenziale, die noch weiter durch das Projekt ausgebaut werden müssen: Als Stärken der Region sollen auch weiterhin vor allem die Themenkomplexe „Vorhandensein hochwertiger Arbeitsplätze“, „hoher Natur- und Freizeitwert“ sowie günstiges und großzügiges Wohnen kommuniziert werden.

Meilensteine:

- Abstimmung zwischen den beteiligten Projektpartnern
- Gewinnung teilnehmender Betriebe und Unternehmen
- Konkrete Programmplanung, Festlegung Ablauf der Veranstaltungen
- Erarbeitung Kommunikationsstrategie
- Organisation und Durchführung der Veranstaltungen
- Nach Abschluss: Evaluation

5.4.4. Projektmaßnahmen

Maßnahme 1: MADE in FRG-T Weiterentwicklung der bisherigen Ausbildungs- und Arbeitsbörse zum „Schaufenster der Wirtschaft MADE in FRG“:

Das Regionalmanagement plant für eine neue Förderperiode gemeinsam mit dem Projektpartner Wirtschaftsförderung im Landkreis Freyung-Grafenau die gut etablierte Ausbildungs- und Arbeitsbörse FRG (2024: 80 Ausstellende) um einen essentiellen, innovativen **Baustein zu erweitern** und damit im Bereich der Projektarbeit zum Thema „Fachkräfte/Arbeitskräfte gewinnen“ weitere Zielgruppen zu erschließen und gleichzeitig auch das bisherige Informationsangebot deutlich auszubauen. Erzielte Einnahmen aus den Standgebühren werden von den förderfähigen Kosten abgezogen.

Erweitert wird die bisherige Maßnahme um die sogenannte „**Lange Nacht der Wirtschaft MADE in FRG**“ als Maßnahmenbaustein, so dass sich aus der bisherigen Ausbildungs- und Arbeitsbörse (kurz: AuA) ein „Schaufenster der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit“ ergibt. Konkret steht die Lange Nacht der Wirtschaft in unmittelbarem zeitlichen Kontext zu Ausbildungs- und Arbeitsbörse und soll immer am Freitag nach der AuA stattfinden. So ist die neue Gesamtmaßnahme als zweistufiges Modell zu begreifen. Interessierte haben die Möglichkeit sich in Stufe 1 (AuA) in Präsenz an Ständen geballt über berufliche Möglichkeiten in der Region zu informieren. Stufe 2 (Lange Nacht der Wirtschaft) bietet dann die Möglichkeit, gezielt auszuwählen und sich unmittelbar bei den Unternehmen vor Ort tiefergehend zu informieren.

Im Rahmen des neuen Format-Teils (Lange Nacht der Wirtschaft) präsentieren sich Unternehmen, Betriebe und Institutionen aus dem gesamten Landkreis aller Größen und möglichst vieler Branchen an einem Freitagabend jeweils an ihrer Betriebsstätte der interessierten Öffentlichkeit bewusst in möglichst lockerem Rahmen. Zielgruppen sind dabei angehende Auszubildende, aber auch allgemein Interessierte, sowie Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, die dabei sind, sich beruflich neu zu orientieren. Wie die teilnehmenden Betriebe und Unternehmen das Programm vor Ort gestalten, bleibt ihnen überlassen. Das Regionalmanagement und seine Projektpartner stellen den organisatorischen Rahmen und übernehmen die Öffentlichkeitsarbeit/ das Marketing für die Maßnahme über die Kanäle der Landkreis-Imagekampagne „MADE in FRG“. Ziel der Initiative ist es, das Komplett-Format zielgerichtet auf breiter Basis zu bewerben, so dass eine möglichst hohe Zahl an potentiellen Besucherinnen und Besuchern erreicht wird. Gleichzeitig soll über einfache, funktionale Landingpages, die zeitlich begrenzt (zur allgemeinen Bewerbung der Maßnahmen, aber gleichzeitig auf einer weiteren Ebene zur Anmeldung der teilnehmenden Betriebe und Unternehmen) auf der regulären Homepage des Regionalmanagements/der Kampagne implementiert werden. Eine Bewerbung des Maßnahmenbündels soll auf breiter Ebene (regionale Medien, Social Media, Homepage, Großflächenplakate) erfolgen. Nachdem es sich bei den Ergänzungen, die die Regionalmanagement-Homepage betreffen, um zeitlich begrenzte, kleinere Erweiterungen und zusätzliche Funktionen handelt, fallen diese aus Sicht der Initiative nicht unter digitale Güter.

Die Lange Nacht der Wirtschaft wurde bereits als „Pilot“ im Landkreis Freyung-Grafenau durchgeführt. Aus den Erkenntnissen heraus werden in der eigentlichen Maßnahme Anpassungen vorgenommen:

- So sollen mehrere Influencer mit hoher regionaler Reichweite die teilnehmenden Betriebe und Unternehmen besuchen und im Rahmen der Besuche Videoclips kreieren. Diese sollen bereits während des laufenden Formats über Social Media veröffentlicht werden und so einen Beitrag zu hohen Besucherzahlen, sowie zur Erschließung jüngerer Zielgruppen liefern.
- Darüber hinaus plant die Initiative eine zentrale Abschlussveranstaltung für den Abend der Langen Nacht der Wirtschaft

Aufgabenverteilung:

Eigene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:

- Federführung in Organisation und Umsetzung beider Maßnahmenteile (AuA und Lange Nacht der Wirtschaft)
- Ablaufplanung
- Akquise der teilnehmenden Betriebe, Unternehmen und Einrichtungen
- Organisation einer Informationsveranstaltung für teilnehmende Betriebe, Unternehmen und Einrichtungen
- Planung, Organisation und Durchführung des Gesamtveranstaltungsformats
- Öffentlichkeitsarbeit in Abstimmung mit der Pressestelle LRA

Die in diesem Bereich anfallenden (Personal)-kosten trägt der Landkreis Freyung-Grafenau.

Externe Dienstleister:

- Halle, Veranstaltungszelt (Miete)
- Organisation Online-Anmeldeverfahren (Agentur)
- Erstellen zeitlich befristet aktive, digitale Plattform zur Registrierung und Bewerbung der Formate
- Breite Veranstaltungsbewerbung über unterschiedliche Kanäle (Agentur)

- Catering (Ausbildungs- und Arbeitsbörse und zentrale Abschlussveranstaltung Lange Nacht der Wirtschaft): Vergabe in Abstimmung mit der Vergabestelle (Caterer/ Fachbetrieb)

Die Übernahme der externen Kosten wird im Rahmen der Förderung (soweit förderfähig) beantragt. Die Kofinanzierung übernimmt der Landkreis Freyung-Grafenau.

In ihrer Gesamtheit stellt die Maßnahme **ein neues, innovatives Instrument der Berufsorientierung in der Region** dar. Gleichzeitig dient das Format dazu, das Bewusstsein der Öffentlichkeit für die Stärken der Region gerade im Bereich „Vorhandensein hochwertiger beruflicher Chancen und Möglichkeiten“ weiter zu schärfen. Damit liefert die Maßnahme einen wertvollen Beitrag zur innovativen Präsentation der allgemeinen Attraktivität der Region.

Maßnahme 2: MADE in FRG-Firmenfußballturnier:

Ein grundsätzliches Ziel des Regionalmanagements Freyung-Grafenau ist es, gemeinsam mit der Wirtschaftsförderung, den Austausch mit und zwischen Unternehmen und Betrieben in der Region anzuregen, entsprechende Netzwerke aufzubauen und zu betreiben. Ein neues Format in diesem Zusammenhang stellt das „MADE in FRG Firmenfußballturnier“ dar. In bewusst lockerer Atmosphäre, abseits des Tagesgeschäfts liefert das Veranstaltungsformat einen guten Rahmen als teambildende Maßnahme, beziehungsweise um mit den Verantwortlichen anderer Unternehmen und Betriebe ins Gespräch zu kommen. Von daher bietet das „MADE in FRG-Firmenfußballturnier“ eine sehr gute Plattform um unternehmensübergreifende regionale Netzwerke zu bilden und zu stärken. Gesamtanliegen der Maßnahme ist es, einen unternehmensübergreifenden Dialog anzuregen und damit auch wertvolle Impulse für die Schärfung regionaler Identität im Sinne von allgemeiner Wertigkeit der Region zu setzen.

Das MADE in FRG Firmenfußballturnier wurde bereits als „Pilot“ im Landkreis Freyung-Grafenau durchgeführt. Aus den Erkenntnissen heraus werden in der eigentlichen Maßnahme Anpassungen (unter anderem Online-Anmelde-Verfahren) vorgenommen:

Aufgabenverteilung:

Eigene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:

- Federführung in Organisation und Umsetzung
- Ablaufplanung in Zusammenarbeit mit Projektpartnern

- Akquise der teilnehmenden Betriebe, Unternehmen und Einrichtungen
- Öffentlichkeitsarbeit in Abstimmung mit der Pressestelle LRA

Die in diesem Bereich anfallenden (Personal)-kosten trägt der Landkreis Freyung-Grafenau.

Externe Dienstleister:

- Organisation Online-Anmeldeverfahren (Agentur)
- Erstellen Landingpage (Agentur)
- Breite Veranstaltungsbewerbung über unterschiedliche Kanäle (Agentur)
- Catering über unterstützenden regionalen Sportverein (in Eigenregie des Vereins OHNE Kosten für die regionale Initiative!)

Die Übernahme der externen Kosten für wird im Rahmen der Förderung (soweit förderfähig) beantragt. Die Kofinanzierung übernimmt der Landkreis Freyung-Grafenau.

Maßnahme 3: Entwicklung und Umsetzung eines Gesamt-Maßnahmenplans „Regionale Identität“

Alle für eine neue Förderperiode geplanten Projekte und Maßnahmen des Regionalmanagements Freyung-Grafenau verfolgen im Grunde genommen ein gemeinsames übergeordnetes Ziel: Über die Aktivitäten der Initiative soll gemeinsam mit zahlreichen Projektpartnern **die Attraktivität der Region, die Vorzüge von Arbeiten und Leben in Freyung-Grafenau sowohl nach innen, als auch nach außen möglichst effektiv und effizient kommuniziert werden mit dem Ziel, einen aktiven Beitrag zum Bestehen der regionalen Herausforderungen zu leisten.** Um in diesem Zusammenhang die Gesamt-Aktivitäten des Regionalmanagements in den weiteren Projekten und Maßnahmen im Verbund mit dem besonders öffentlichkeitswirksamen Projekt/ Instrument „Landkreis-Imagekampagne“ MADE in FRG künftig noch zielgerichteter aus einem Guss zu kommunizieren, geht es in der geplanten Maßnahme darum, ALLE einzelnen Projekte und Maßnahmen, sowie deren Umsetzung und Ergebnisse zusammenzuführen, ein entsprechendes Kommunikations-Konzept zu entwickeln und dieses im Rahmen der Kampagne umzusetzen.

Aufgabenverteilung:

Eigene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:

- Federführung in Organisation und Umsetzung
- Abstimmungsprozess mit Agentur

Die in diesem Bereich anfallenden (Personal)-kosten trägt der Landkreis Freyung-Grafenau.

Externe Dienstleister:

- Erarbeitung einer Kommunikationsstrategie „Regionale Identität“ in enger Abstimmung mit der Initiative als Auftraggeber (Agentur)
- Einbindung der Maßnahmen aus „MADE in FRG“ in die Kommunikationsstrategie (Agentur)
- Umsetzung als Gesamtstrategie (Agentur)

Die Übernahme der externen Kosten wird im Rahmen der Förderung (soweit förderfähig) beantragt. Die Kofinanzierung übernimmt der Landkreis Freyung-Grafenau.

5.4.5. Evaluationskonzept

Maßnahme 1: Weiterentwicklung der bisherigen Ausbildungs- und Arbeitsbörse zum „Schaufenster der Wirtschaft MADE in FRG“:

Quantitative Indikatoren:

- Anzahl der durchgeführten Veranstaltungen: Pro Jahr 1 x AuA und 1x Lange Nacht der Wirtschaft
- Anzahl der beteiligten Unternehmen, Betriebe und Einrichtungen: AuA: mindestens 70, Lange Nacht der Wirtschaft: Mindestens 25
- Anzahl der Besucherinnen und Besucher: AuA: Mindestens 2.000, Lange Nacht der Wirtschaft: Mindestens: 1.000

Qualitative Indikatoren:

- Bewertung beider Formate seitens der teilnehmenden Unternehmen mittels Befragung: bewertet mit Gesamtnote Gut oder besser
- Bewertung beider Formate seitens der Besucherinnen und Besucher mittels Umfrage: bewertet mit der Gesamtnote Gut oder besser

Maßnahme 2: MADE in FRG-Firmenfußballturnier:

Quantitative Indikatoren:

- Anzahl der teilnehmenden Firmen-Teams: Mindestens 20

Qualitative Indikatoren:

- Abfrage Zufriedenheit / Mehrwerte teilnehmender Unternehmen mittels Befragung: bewertet mit Gesamtnote Gut oder besser

Maßnahme 3: Entwicklung und Umsetzung eines Gesamt-Maßnahmenplans „Regionale Identität“

Quantitative Indikatoren:

- Aktivitäten der regionalen Initiative aus anderen Projekten finden sich in der Kommunikation der Landkreis-Imagekampagne wieder: Mindestens ein Post/ Beitrag pro Maßnahme über die Kanäle der Landkreis-Imagekampagne veröffentlicht

Qualitative Indikatoren:

- Bewertung der neuen Kommunikationsstrategie durch die an der Landkreis-Imagekampagne beteiligten Unternehmen mittels Umfrage: bewertet mit Gesamtnote Gut oder besser.

5.5. Projekt Nr. 5

5.5.1. Handlungsfeld und Projekttitle

Wettbewerbsfähigkeit	<i>Weichenstellung TonYversum</i>
Weitere Handlungsfelder	<i>Regionale Identität/ Sonderförderung Konversion</i>

5.5.2. Anlass, Herleitung und Handlungsbedarf

Freyung-Grafenau ist der östlichste Landkreis in Bayern. Er grenzt im Nordosten an Tschechien, im Südosten an Österreich und von Süd- bis Nordwest an die Landkreise Passau, Deggendorf und Regen. Aus der geografischen Lage und der damit in Zusammenhang stehenden zu erwartenden weiteren demografischen Entwicklung heraus, steht Freyung-Grafenau als ländlicher Raum und gemäß Landesentwicklungsprogramm Bayern Stand 2023 als Raum mit besonderem Handlungsbedarf vor weiteren vielfältigen Herausforderungen:

- **Bevölkerungsdichte**

Der Landkreis Freyung-Grafenau ist laut Statistik eine der am dünnsten besiedelten Regionen Bayerns (Stand 3. Quartal 2024: 79.589 Menschen auf einer Fläche von 983,85 km², somit Bevölkerungsdichte von ca. 81 EW/km² bei einem bayerischen Landesdurchschnitt von ca. 190 EW/km²; Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bevölkerung).

- **Bevölkerungsentwicklung:**

Das demografische Profil für den Landkreis Freyung-Grafenau weist für den Zeitraum bis 2024 weiterhin sinkende Bevölkerungszahlen für die für den Arbeitsmarkt relevanten Bevölkerungsgruppen aus (unter 18 Jahre: -2,8 %, 18 – unter 40 Jahre: - 10,5 % und 40 bis unter 65 Jahre: -12,4 %) Gerade die Entwicklung dieser Alterskohorten wirkt sich massiv und unmittelbar auf den Arbeitsmarkt in der Region aus.

- **Arbeitsmarkt:**

Der Jahresdurchschnitt 2023 weist für den Landkreis Freyung-Grafenau eine Arbeitslosenquote von 3,1 % aus. Damit ist laut Definition beinahe Vollbeschäftigung erreicht. Entsprechend fällt es Betrieben und Unternehmen aller Branchen und Größen weiterhin schwer, ihren Bedarf an Arbeits- und Fachkräften zu decken. Parallel belegt auch der IHK Fachkräftereport 2023 für Niederbayern, dass über 70 % der Unternehmen längerfristig offene Stellen nicht besetzen können.

- **Hoher Auspendlerüberschuss:**

Im Jahr 2022 standen 6.776 Einpendler 12.090 Auspendlern gegenüber. Auch dieser anhaltende Trend sorgt dafür, dass es für die heimische Wirtschaft schwierig bleibt, qualifiziertes Personal für alle Bereiche und Ebenen zu gewinnen.

- **Geringer Akademikeranteil:**

Der nach wie vor geringe Akademikeranteil an der Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Höhe von rund 7 % verdeutlicht einen weiteren Aspekt aus dem Themenkreis „Herausforderungen, die die Region zu bestehen hat“. Auch hier geht es um gut qua

lifizierte Fachkräfte. Jedes Jahr verlassen viele junge Menschen die drei Landkreisgymnasien oder die Fachoberschule und nehmen ein Studium auf. Dafür müssen die jungen Leute in der Regel – zumindest vorübergehend - die Region verlassen.

Im Gesamtkontext betrachtet, spiegeln die oben genannten Zahlen und Daten die Tatsache wider, dass der Landkreis Freyung-Grafenau weiterhin zu den bayerischen Regionen gehört, die auch künftig vor – durch die demografische Entwicklung bedingten – Herausforderungen stehen werden. Daraus ergibt sich für die Akteurinnen und Akteure vor Ort die Notwendigkeit, auch weiterhin vernetzt die anstehenden Aufgaben anzugehen sowie differenzierte Lösungsansätze zu erarbeiten und anzubieten.

Die genannten Herausforderungen zusätzlich verstärkend kommt ein über die Jahre kontinuierlich fortschreitender Planstellenabbau beim in der Kreisstadt Freyung stationierten Aufklärungsbataillon 8 hinzu, der ebenfalls substantielle Auswirkungen auf die Region und somit den Landkreis in Gänze hat.

Die Truppenstärke des Bataillons in Freyung hat sich seit Bestehen des Konversionsmanagements für Freyung und Umgebung wie folgt dargestellt (Stichtag jeweils der 19. August):

2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
482	447	552	548	512	487	352	397	464	486	474	402

Bereits bei der Bundeswehrreform 2007 verlor das Aufklärungsbataillon 8 in Freyung 250 Stellen. 2014 kamen 120 weitere dazu. Das allein entspricht einem Bevölkerungsrückgang von über 5 % (ohne Familienangehörige) der Gesamtbevölkerung Freyungs. Die Sollstärke des Aufklärungsbataillon 8 liegt aktuell bei 460 Stellen, wovon derzeit tatsächlich aber nur 402 Stellen besetzt sind. Eine dauerhafte Reduktion des Standortes auf rund 380 Dienstposten ist bereits beschlossen (Quelle: Bataillonskommandeur).

Die negativen Auswirkungen der Truppenreduzierung und die damit verbundenen ökonomischen und sozialen Folgen gilt es mit gezielten Maßnahmen durch das Konversionsmanagement abzumildern, um die wirtschaftliche, gesellschaftliche und demographische Situation eines ohnehin strukturschwachen Raumes nicht noch weiter zu verschärfen. Es bedarf hierbei maßgeschneiderter und zukunftsfähiger Konzepte, um die verschärften Strukturprobleme durch den Truppenabzug bewältigen zu können.

Neben dem Planstellenabbau bringen weitere Aspekte in direktem Zusammenhang mit der Truppenstationierung und damit bezüglich der stationierten Soldatinnen und Soldaten und

derer Familien zusätzliche Herausforderungen mit sich, denen die Region in ihrer Gesamtheit zielgerichtet begegnen muss. Neue geopolitische Realitäten sorgen dafür, dass sich die Streitkräfte neu ausrichten und aufstellen müssen. Dieser Trend ist auch in der Region deutlich zu spüren. So werden sogenannte „Standzeiten“ – also Zeiträume in denen Entscheider auf einem Dienstposten bleiben, bevor sie versetzt werden, zunehmend kürzer. Dadurch fällt es der Initiative und auch anderen potentiellen Projektpartnern deutlich schwerer, Netzwerke in diesem Bereich aufrechtzuerhalten und zielgerichtet zu moderieren. Gepaart mit der Tatsache, dass durch geänderte Anforderungen an die Streitkräfte sich die Zeiträume, in denen die Soldatinnen und Soldaten nicht in Freyung, sondern auf Übung oder im Auslandseinsatz sind, in Zahl und Dauer erhöhen, sorgen diese Gesamtumstände für herausfordernde Konstellationen im Bereich Kommunikation und dauerhafter, kontinuierlicher Kooperation. Eine Rolle in diesem Bereich spielen natürlich auch zunehmend kürzere Zyklen was allgemeine Versetzungen an den Standort Freyung oder Wegversetzungen betrifft. Zudem ist die Anzahl der aus der Region rekrutierten Soldatinnen und Soldaten gemäß Auskunft des Bataillonskommandeurs historisch niedrig. Direkte Folge hieraus ist, dass die vielen Soldaten, die aus ganz Deutschland in Freyung stationiert werden, neben der Tatsache, dass sie naturgemäß noch nicht auf ein soziales Netzwerk in der unmittelbaren Umgebung zurückgreifen können, auch nur wenige mit der Region vertraute Kameraden in der Kaserne als Anlaufpunkt und Ratgeber vorfinden. Im Ergebnis fahren die Soldaten an den Wochenenden tendenziell eher wieder in ihre Heimat, anstelle die Freizeit in der Region zu verbringen und möglicherweise Wurzeln aufzubauen. Auch diese Umstände und die damit verbundenen Herausforderungen kann ein Konversionsmanagement zu bewältigen helfen.

Die oben beschriebenen zunehmend kürzeren bzw. unregelmäßigeren Verweildauern der Soldatinnen und Soldaten am Standort in Freyung machen es für diese zunehmend schwierig, eine persönliche Identifikation mit der Region aufzubauen und somit auch den eigenen Lebensmittelpunkt möglicherweise dauerhaft im Landkreis Freyung-Grafenau zu verorten. Gerade in der Vergangenheit war es vielfach so, dass in Freyung stationierte Soldaten, die aus allen Teilen Deutschlands nach Freyung versetzt worden waren, der Region dauerhaft erhalten geblieben sind, den Lebensmittelpunkt auch im zivilen Bereich verlegt, Familien gegründet haben und der Region mittlerweile seit Jahrzehnten treu geblieben sind. Um dieses wichtige Potential an fachlich hochqualifizierte Personen in der Region halten zu können, sind verstärkte Bemühungen notwendig, die Attraktivität der Region sukzessive im Hinblick auf die Lebensqualität der Soldatinnen und Soldaten und derer Familien auszubauen und dies auch zielgerichtet zu kommunizieren. Hier kann das Konversionsmanagement einen ganz essentiellen Beitrag leisten.

Im Rahmen eines Projektes zur Konversion befasst sich das Regionalmanagement in erster Linie mit der weiteren Vorbereitung zur Umsetzung eines Science Centers in Freyung

und knüpft damit an eine Teilmaßnahme aus der Förderung des Konversionsmanagements für Freyung und Umgebung aus der Förderperiode 2022/24 an. Die Konzeptionierung und Umsetzung der entsprechenden Maßnahmen erfolgt dabei alleinverantwortlich durch den Landkreis Freyung-Grafenau. Um aber weiterhin auf die Erfahrung des bisherigen Konversionsmanagement Freyung und Umgebung zurückgreifen zu können und dadurch Synergieeffekte zu erzeugen, soll bei der Umsetzung der Projekte auf Personal der Stadt Freyung zurückgegriffen werden und die Stadt Freyung außerdem in die Erarbeitung und Umsetzung der Projektinhalte miteingebunden werden.

Den negativen Auswirkungen des fortlaufenden Truppenabbaus am Standort Freyung soll hierbei dadurch entgegengewirkt werden, als einerseits ein wertvoller Beitrag zum Erhalt und zur Verbesserung der regionalen Lebensqualität für Familien (generationenübergreifend) geleistet werden soll. Mit dem Science Center soll ein höchst attraktives Freizeitangebot entstehen. Es erweitert damit die möglichen Aktivitäten aller Generationen in Form einer Schlechtwettereinrichtung, die, wie die Erfahrung zeigt, nicht nur in Freyung, sondern in der gesamten Region dringend als zusätzliches Angebot benötigt wird. Durch seinen innovativen und solitären Ansatz als modern konzipiertes Mitmachmuseum erhöht das „Science Center Freyung“ nachhaltig die Außenwirkung der Region als zeitgemäßer und attraktiver Lebensraum sowie als Tourismusstandort mit einem vielfältigen Angebot. Neben Besuchern, die über einen längeren Zeitraum in Freyung und in der Region ihren Urlaub verbringen, hat sich in vergleichbaren Einrichtungen gezeigt, dass „Science Center“ auch Tagestouristen aus einem weiten Umkreis anziehen und somit für eine wichtige Belebung der entsprechenden Infrastruktur im Umkreis sorgen. Eine Belebung und Stärkung des Bekanntheitsgrads Freyungs sowie des gesamten Landkreises wird weiterhin damit einhergehen, dass das „Science Center Freyung“ als außerschulischer Lernort Anerkennung finden soll und somit eine große Anzahl an Schülerinnen und Schülern (und auch Lehrern) nach Freyung und in die Region kommen und für eine Belebung sorgen werden. Durch seine überregionale Strahlkraft wird das Science Center Freyung weiterhin dafür sorgen, dass sich die einheimische Bevölkerung in Freyung, aber auch im gesamten Landkreis, und dazu gehören natürlich auch Soldatinnen und Soldaten mit ihren Familien, umso mehr bewusst wird, in welcher attraktiver Region sie lebt und diese Überzeugung auch nach außen trägt. Durch diese Stärkung des Bewusstseins für die Region wird die regionale Entwicklung positiv beeinflusst. Insgesamt wird eine derartige Einrichtung dauerhaft einen nicht unerheblichen Beitrag dazu leisten, die durch die beschriebenen Herausforderungen beschriebenen Hemmnisse für eine positive Weiterentwicklung der gesamten Region zu glätten.

Das Vorhaben „Science Center Freyung“ (Arbeitstitel: »TonYversum«) ist mit all seinen in der Vorbereitung bestehenden Herausforderungen ohne entsprechende Förderung in Form der Weiterführung des Konversionsmanagements nicht erfolgreich und nachhaltig realisierbar. Die Fortsetzung der begonnenen mehrjährigen detaillierten Planungs- und Anschubphase ist für den Erfolg des »TonYversum« unumgänglich. Erste Grundsteine

wurden im vergangenen Förderzeitraum vielversprechend gelegt. Die Bevölkerung steht dem Projekt äußerst positiv gegenüber und begleitet es wohlwollend und aktiv. Mögliche lokale, aber auch regionale und überregionale Projektpartner zeigen sich deutlich aufgeschlossen und interessiert. Nun gilt es die Planungen rund um das »TonYversum« zu intensivieren und von der Breite in die Tiefe auszudehnen.

Ohne eine Förderung durch das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie, wäre die Umsetzung des Projekts nicht möglich.-

5.5.3. Zielsetzung

Ab Sommer 2027 ist geplant, in einem Leerstand im Ortskern von Freyung (ehem. „Pröbstlhaus“ bzw. „Färberhaus“) dauerhaft ein „Science Center“ unter dem Titel »TonYversum« zu etablieren. „Science Center“ vermitteln komplizierte Themen anschaulich und erlebbar. Sie wecken als „Mitmachausstellungen“ bei Jung und Alt Begeisterung für bestimmte Themen aus Naturwissenschaft und Technik. In Freyung sollen speziell die Themen Akustik, Klang, Schall, Hören und Musik spielerisch erforscht und erlebt werden können! An einer Vielzahl unterschiedlichster Exponate und Experimente soll mitgemacht, experimentiert und gestaunt werden. So wird Wissen für alle greifbar und verständlich.

Die Schaffung einer derartigen Einrichtung bietet zahlreiche Vorteile und unterstützt den Abbau massiver sozioökonomischer Herausforderungen durch eine Reduzierung der Planstellen beim Aufklärungsbataillon 8 Freyung, die langfristig auf den gesamten Landkreis wirken. So ist damit zu rechnen, dass das »TonYversum«

- einen wertvollen Beitrag zum Erhalt und zur Verbesserung der regionalen Lebensqualität für Familien (generationenübergreifend und niedrigschwellig) leistet,
- wirtschaftliche Stimulation gerade im touristischen Bereich unterstützt (Schlechtwetterangebot, ohne Sprachbarriere),
- als attraktiver außerschulischer Lernort den Bekanntheitsgrad und die Bedeutung der Region bei vielen Schülern und Lehrern erhöht,
- das Bewusstsein der Bevölkerung vor Ort bzgl. der Attraktivität des Lebensraums positiv beeinflusst,
- Standortvorteile schafft, u. a. die Außenwirkung der Region durch den innovativen und solidären Ansatz stärkt,
- als Katalysator allgemein für Innovationen in der Region sorgt,
- Wissenstransfer unterstützt,
- Begeisterung für die Wissenschaft und damit verbundene Berufsbilder weckt,

und damit insgesamt dazu beiträgt, die regionale Wirtschaft zu stärken, sowie die soziale und infrastrukturelle Entwicklung der Region zu unterstützen.

Ziel des Projektes „Weichenstellung »TonYversum«“ ist es, bereits vorhandene Konzepte, Marketinginstrumente, pädagogische Ansätze, aber auch das Bemühen um eine Bewusst-

seinsbildung in der Bevölkerung mit einem Bündel an geeigneten Maßnahmen fortzuführen, zu konkretisieren bzw. auszubauen. Nur die erfolgreiche Umsetzung dieser vorbereitenden Aktionen werden die Realisierung eines „Science Centers“ in Freyung überhaupt erst möglich machen.

Dazu ist es notwendig nach innen und außen zu wirken und mit diversen Partnern, Multiplikatoren etc. eine enge Vernetzung zu suchen und aufzubauen: Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen, Bayerischer Musikrat, Musikverbände, Musikausbildungsstätten, Volksmusikakademie in Bayern, Akteure im Tourismus (inkl. Tourismusverbände, Lehrer/Pädagogen(-verbände), „Familienbetreuungsstelle Freyung“ der Bundeswehr (und ggf. übergeordneter Stellen), Aufklärungsbataillon 8 (fachliche Beratung), Fachleute/-firmen der Region (Bereich Akustik/Musik) etc.

Bereits in der vorangegangenen Förderperiode wurden im Rahmen des Konversionsmanagements für Freyung und Umgebung umfangreiche Vorarbeiten durchgeführt, auf die nunmehr zurückgegriffen werden kann und die Grundlage für die Maßnahmen sind, die nunmehr folgen sollen. So wurde bereits ein Vorkonzept des geplanten Science Center erarbeitet, in dem grundlegende Aussagen zur Realisierbarkeit, zu einem möglichen Raumprogramm auf Basis des Raumbedarfs sowie der Raumvoraussetzungen (Akustik, Schalldämmung, Emissionen usw.), zur Konzeptionierung der Mitmachstationen usw. enthalten sind. Das Vorkonzept stellt die Basis für die weiteren Planungsschritte dar und war Grundlage für die Entwicklung eines Corporate Design, eines Marketing- sowie eines innenarchitektonischen Konzepts sowie die Überlegungen zur Ausstellungsgestaltung, somit ebenfalls für Inhalte, die nunmehr essentielle Bedeutung haben und konkretisiert werden. Das Vorkonzept dient unmittelbar als Basis für das zu erstellende Feinkonzept. Auch die bereits stattgefundenen Kontakte mit den Verantwortlichen für weitere Science Center in der Nähe sowie die erfolgten Rechercharbeiten bezüglich möglicher Exponate werden wichtige Grundlage für die weiteren Schritte sein. Eine bereits beauftragte Internet-Präsenz (Landingpage) im neuen Corporate Design sowie entsprechend angepasste Auftritte für die sozialen Medien stellen weitere Grundlagen für die Bemühungen im Bereich Marketing und Bewerbung dar. Wertvoll für die Umsetzung der weiteren Ziele im Bereich der Museumspädagogik werden weiterhin die Erfahrungen sein, die mit der Durchführung von Roadshows, Workshops und temporärer Sonderausstellungen (z.B. „Science Week“), bereits gemacht worden sind.

Meilensteine:

- Erstellung von Konzepten für Science Shows
- Erstellung von Konzepten für Labore
- Erstellung und Umsetzung einer Social-Media-Strategie
- Erstellung von professionellem Foto- und Filmmaterial
- Anschaffung eines digitalen Buchungsportals
- Durchführung von Infoveranstaltungen

- Erstellung eines Feinkonzeptes
- Durchführung von Schulungsmodulen Science Shows
- Durchführung von Schulungsmodulen Labore
- Durchführung von Schul-Info-Veranstaltungen
- Erstellung eines virtuellen Museumsrundgangs
- Durchführung von Multiplikatorenschulungen
- Erstellung von thematisch differenzierten Führungslinien

Aufgrund der überregionalen Bedeutung des »TonYversums« und der Ausstrahlung auf den gesamten Landkreis soll die Konzeptionierung in Verantwortung und unter Federführung des Landkreises Freyung-Grafenau erfolgen. Die Ergebnisse der konzeptionellen Vorarbeiten werden anschließend an die Stadt Freyung Veranstaltungs gGmbH, einen Tochterbetrieb der Stadt Freyung, übergeben, die den Betrieb des »TonYversums« ab Mitte des Jahres 2027 durchführt.

Im Jahr 2026 findet in den Räumlichkeiten, in denen ab 2027 das »TonYversum« untergebracht werden soll (Schulgasse 18), temporär (April bis November 2026, zzgl. Auf- und Abbau) die „Bayerische Landesausstellung“ 2026 des „Hauses der Bayerischen Geschichte“ (Bayerisches Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst) statt. Zugehörige Umbauarbeiten und Werbemaßnahmen für diese Veranstaltung finden derzeit statt bzw. sind in Vorbereitung. Das »TonYversum« ist ein hiervon vollständig getrenntes Projekt und stellt eine autonome Nachnutzung des Gebäudes dar, sowohl was die Inhalte als auch das Zielpublikum angeht. Entsprechend gilt es ein schlüssiges und nachhaltiges Konzept (Dauerbetrieb) für das »TonYversum« zu erarbeiten. Selbstverständlich sind hierbei auch die baulichen Grundlagen zu berücksichtigen, die im Hinblick auf die „Bayerische Landesausstellung“ geschaffen werden.

5.5.4. Projektmaßnahmen

Im Einzelnen sind im Rahmen des Projektes „Weichenstellung »TonYversum«“ Maßnahmen und Aktivitäten in den Bereichen Feinkonzept, Museumspädagogik sowie Marketing & Bewusstseinsbildung geplant:

Erarbeitung Feinkonzept

Nachdem bereits in der zurückliegenden Förderphase ein Vorkonzept für das »TonYversum« erstellt wurde, gilt es nun, dieses Grobkonzept mit seinen vielen Anregungen zu differenzieren und kontinuierlich zu einem Feinkonzept mit Ausstellungsdrehbuch weiterzuentwickeln. Hierbei werden grundsätzliche gestalterische Ideen mit der Vermittlung der

Ausstellungsinhalte in Einklang gebracht. Darauf aufbauend folgt das gestalterische Feinkonzept, die Entwurfs- und Ausführungsplanung (z. B. für Einbauten, einzelne Ausstellungsmodulare, Vitrinen, Beleuchtung, Digitales). Auf Basis des Feinkonzeptes werden Objekte und Exponate beschafft und deren Beschriftung erarbeitet.

Im Rahmen des Projektes soll von Fachleuten ein maßgeschneidertes Feinkonzept für das »TonYversum« erstellt werden, das die inhaltlichen, räumlichen und finanziellen Vorgaben und Zielsetzungen des Bauherrn berücksichtigt, die Ergebnisse des vorliegenden inhaltlichen Vorkonzeptes sowie des „Vorkonzeptes als Leitfaden zur innenarchitektonischen Gestaltung“ aufnimmt und mit den Bereichen Museumspädagogik sowie Betriebsstruktur eng verzahnt ist. Eine unterstützende fachliche Einbindung des Aufklärungsbataillon 8 Freyung für den Ausstellungsbereich Ultraschallwellen (= Hochfrequenzimpulse) bzw. Doppler-Effekt und deren praktische Anwendung bei Radargeräten ist wünschenswert. Darüber hinaus werden Kooperationen mit regionalen Unternehmen (z. B. Knauf AMF GmbH & Co KG in Grafenau zum Thema „Bau- und Raumakustik“) angestrebt.

Aufgabenverteilung:

Eigene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:

- Projektleitung
- Bereitstellung der inhaltlichen, pädagogischen, innenarchitektonischen, räumlichen und finanziellen Vorgaben
- Geschäftsführung eines begleitenden Kuratoriums
- Aktive Einbindung der „Familienbetreuungsstelle Freyung“ der Bundeswehr (und ggf. übergeordneter Stellen) sowie der Technischen Hochschule Deggendorf (Technologie Campus Freyung)
- Vernetzung
- Ausschreibung und Vergabe von Aufgaben an externe Dienstleister;

Die Übernahme der hierbei entstehenden Personalkosten wird im Rahmen der Förderung (soweit förderfähig) beantragt. Der Landkreis Freyung-Grafenau verpflichtet sich, die Fördermittel, die für den Bereich des Konversionsmanagements bezüglich der Personalkosten generiert werden, an die Stadt Freyung weiterzuleiten. Nicht durch die Förderung gedeckte Personalkosten verbleiben als Eigenmittel (Kofinanzierung) bei der Stadt Freyung; auf die entsprechende Kooperationsvereinbarung wird verwiesen.

Externe Dienstleister:

- Einholung und Sammlung der für die Erstellung des Feinkonzepts notwendigen Informationen
- Erstellung des Feinkonzepts unter Berücksichtigung der inhaltlichen, räumlichen und finanziellen Vorgaben und Zielsetzungen des Bauherrn

Die in diesem Bereich anfallenden externen Kosten verauslagt der Landkreis Freyung-Grafenau auf eigene Rechnung und fordert im Nachgang für die nicht über die Förderung gedeckten Kosten einen finanziellen Ersatz bei der Stadt Freyung an (vgl. Kooperationsvereinbarung).

Museumspädagogik

In einem „Science Center“ werden viele Exponate und Experimente bereitgestellt, die die Besucher zum Mitmachen animieren und dafür sorgen, dass sie sich bestimmte Sachverhalte und Phänomene spielerisch „erarbeiten“. Von wissenschaftlichen Erhebungen in den großen „Science Centern“ weiß man, dass dieses Konzept nicht in jeder Altersgruppe und bei jedem Bildungsstand gleich gut funktioniert. Mancher Besucher braucht „Führung“, muss erst angeregt oder in Stimmung versetzt werden. Im Sinne der Inklusion und Niederschwelligkeit sollen für das »TonYversum« daher verschiedene didaktisch-pädagogische Formen erarbeitet werden:

- a) **Science Shows.** Sie sind in die Ausstellung in einem separaten Raum integriert. Dabei wird das Publikum bei Vorführungen mit spektakulären Experimenten in Staunen versetzt. Wissenschaftliche Phänomene werden in einem Mix aus Comedy und Zauberei live „zelebriert“. Die vorgeführten Versuche begeistern das Publikum und wecken das Interesse für die Wissenschaft im Allgemeinen und für die Ausstellungsinhalte im Speziellen.

Im Rahmen des Projektes werden von erfahrenen Fachleuten Konzepte für verschiedene ca. 30minütige „Science Shows“ erarbeitet. Anschließend folgt ein Schulungsmodul, bei dem die Fachleute in Zusammenarbeit mit Pädagogen, Sprech- und Schauspieltrainern mehrere Multiplikatoren qualifizieren, die die „Science Shows“ im Betrieb durchführen werden. Zudem werden diese Personen, ebenso wie das Führungs-, Aufsichts- und Kassenspersonal, über die rein fachlich-pädagogische Qualifikation hinaus, als „Sprachrohr für die Region“ ausgebildet. Sie stehen damit zukünftig den Besuchern aus nah und fern als kompetente Informationsquelle, Ansprechpartner und „Influencer“ zum Lebens-, Arbeits- und Urlaubsraum Landkreis Freyung-Grafenau zur Verfügung.

- b) **Erlebnisführungen.** Führungen durch ein „Science Center“ können ein sehr wirksames pädagogisches Werkzeug sein. Sie strukturieren und gewichten Inhalte, sie wählen Exponate aus und liefern Informationen. Eine gute Führung soll Interesse wecken und unterhalten. Die erfolgreiche Wissensvermittlung funktioniert nur, wenn die Führung nicht als strenger Monolog gestaltet ist und immer Empathie für die Bedürfnisse der Besucher gezeigt wird. Das will gelernt sein.

Im Rahmen des Projektes werden von Museumspädagogen Führungslinien zu verschiedenen Themenschwerpunkten und für verschiedene Altersgruppen erarbeitet. Ein Schulungsmodul für künftige Museumsführer schließt sich an. Dabei wird fundiertes Wissen vermittelt, Zusammenhänge werden erklärt, Anpassungsfähigkeit geschult sowie Anregungen zu Sympathie und Autorität gegeben.

- c) **Labore.** Ausflüge mit der Klasse oder der ganzen Schule sind immer ein besonderes Highlight für Schülerinnen und Schüler. Neben dem „reinen“ Besuch der Ausstellung und der passiven Teilnahme an unterhaltsamen „Science Shows“ sind auch vertiefende aktivierende Angebote notwendig, die in separaten Räumen Inhalte veranschaulichen, Fragen aufwerfen, provozieren, stimulieren und neue Horizonte eröffnen. Die Stärke dieses museumspädagogischen Moduls liegt darin, situativ agieren und reagieren zu können. Ihre Qualität hängt unmittelbar von der Kommunikations- und Fachkompetenz der Durchführenden ab.

Im Rahmen des Projektes werden von Fachleuten einzelne Konzepte für unterschiedliche Formate (z. B. Klassenfahrten, Workshops, After-Work-Veranstaltungen, Kindergeburtstage, Ferienprogramme, Projekt- und Thementage) zu diversen thematischen Inhalten und für verschiedene Altersgruppen erstellt. Anschließend wird Personal entsprechend geschult und mit dem dafür angeschafften (**in der Regel nicht förderfähigem**) Material vertraut gemacht.

Aufgabenverteilung:

Eigene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:

- Projektleitung
- Bereitstellung entsprechender Grunddaten (z. B. Raumprogramm)
- Weitere Recherche und Zuarbeit
- Ausschreibung und Vergabe von Aufgaben an externe Dienstleister

Die Übernahme der hierbei entstehenden Personalkosten wird im Rahmen der Förderung (soweit förderfähig) beantragt. Der Landkreis Freyung-Grafenau verpflichtet sich, die Fördermittel, die für den Bereich des Konversionsmanagements bezüglich der Personalkosten generiert werden, an die Stadt Freyung weiterzuleiten. Nicht durch die Förderung gedeckte Personalkosten verbleiben als Eigenmittel (Kofinanzierung) bei der Stadt Freyung; auf die entsprechende Kooperationsvereinbarung wird verwiesen.

Externe Dienstleister:

- Erarbeitung von Konzepten für verschiedene „Science Shows“
- Erarbeitung zugehöriger Schulungsmodule und Durchführung von Schulungen von Multiplikatoren
- Erarbeitung von Führungslinien zu verschiedenen Themenschwerpunkten und für verschiedene Altersgruppen
- Erarbeitung zugehöriger Schulungsmodule und Durchführung von Schulungen der künftigen Museumsführer
- Erstellung von Konzepten für unterschiedliche Veranstaltungsformate („Labore“) zu diversen thematischen Inhalten und für verschiedene Adressaten- und Altersgruppen
- Erstellung und Beschaffung zugehöriger (in der Regel nicht förderfähigen) Materialien für die „Labore“
- Erarbeitung zugehöriger Schulungsmodule und Durchführung von Schulungen der künftigen durchführenden Mitarbeiter

Die in diesem Bereich anfallenden externen Kosten verauslagt der Landkreis Freyung-Grafenau auf eigene Rechnung und fordert im Nachgang für die nicht über die Förderung gedeckten Kosten einen finanziellen Ersatz bei der Stadt Freyung an (vgl. Kooperationsvereinbarung).

Marketing & Bewusstseinsbildung

Das Marketing für Museen oder Science Center ist Teil eines ganzheitlichen und strategisch-operativen Managements und daher besonders wichtig, um die Einrichtung in seiner Besonderheit und mit seinen Angeboten zu vermarkten, neue Zielgruppen zu erschließen und nicht zuletzt auch Position zu beziehen. Vielfach findet das Marketing heute hauptsächlich online statt, doch darüber hinaus gilt es auch „echte“ Aktionen zu entwickeln, die

nicht nur im virtuellen Bereich stattfinden, sondern die mit Zielgruppen und (ehrenamtlichen) Multiplikatoren (z.B. Vereinvorsitzende, Stadtführer, etc.) ganz gezielt in Kontakt treten, denn Mundpropaganda war schon immer eine der besten Formen des Marketings. Aus diesem Grund sollen im Rahmen des Projektes verschiedene relevante Zielgruppen bzw. Multiplikatoren mit gezielten Aktivitäten („persönlichen Empfehlungen“, redaktionellen Inhalten etc.) ins Auge gefasst werden:

- a) **Schul-Info-Veranstaltungen:** Bei Schülern und Lehrern wird im Rahmen spezieller Kurzprogramme (30-45min) mit ausgewählten mobilen Experimenten in den Schulhäusern Interesse am »TonYversum« und seinen Inhalten und Angeboten geweckt. „Nebenbei“ findet natürlich auch Wissensvermittlung statt.
- b) **Multiplikatorenschulung:** Vor Ort im »TonYversum« werden Sonderführungen durch die Ausstellung mit Blick hinter die Kulissen sowie ggf. vertiefenden attraktiven Fortbildungsangeboten mit Projektbezug zum »TonYversum« realisiert, die Begeisterung auslösen. Zielgruppen sind insbesondere regionale Touristiker, Gastronomen und Hoteliers, Einzelhändler (inkl. Verkaufspersonal), Bundeswehrangehörige, Musiker und Musiklehrer, Verbands- und Vereinsvorstände, Gästeführer, Erzieher, Elternbeiräte, Schulleiter und Lehrer sowie Kommunalpolitiker.
- c) **Werbematerial:** Zur Außendarstellung werden verschiedene Werbematerialien und Werkzeuge erarbeitet, die entweder online oder gedruckt Anwendung finden können: Ein virtueller Museumsrundgang mit 360-Grad-Panoramen und 3D-Aufnahmen vermittelt den Besuchern an mobilen Endgeräten oder am heimischen PC einen unmittelbaren Eindruck von der Qualität des »TonYversums« und hilft bei der Entscheidungsfindung bzgl. eines Besuches. Aussagekräftige professionelle Fotos und Texte ermöglichen einerseits Medieninformationen und andererseits die Gestaltung von Werbematerialien (Flyer, Plakat, Anzeigen etc.). Ein Imagefilm mit kleinen herauslösbaren Episoden (ggf. Filmreihe) setzt das »TonYversum« attraktiv in Szene und kann flexibel im Web, auf Social-Media-Kanälen, bei Messeauftritten, Vorträgen oder Präsentationen Verwendung finden.
- d) **Digitale Präsenz:** Um möglichst viele Zielgruppen zu erreichen, werden mit professioneller Begleitung Auftritte auf den gängigen Social-Media-Kanälen eingerichtet und eine Social-Media-Strategie (Positionierung, Inhalte, Advertising) entwickelt und umgesetzt. Damit kann das Ausstellungspublikum (erstmalig bzw. dauerhaft) selbstbestimmt, kostengünstig und unabhängig von anderen Medien erreicht, informiert und gebunden werden. Wichtige Grundlage hierfür wird das bereits in der vorangegangenen Förderperiode erarbeitete Corporate Design für das »TonYversum« sein. Ansonsten wird nicht auf Inhalte oder Social-Media-Auftritte der vorangegangenen Förderperiode zurückgegriffen; entsprechende Auftritte in den sozialen Medien (im Wesentlichen: Facebook-Account des Science Centers Freyung) bezogen sich ausschließlich auf die Förderperiode bis 31.12.2024 und die zugehörigen Inhalte und Projekte. Mit Beginn der

Förderperiode ab 01.01.2025 soll die Kommunikation weiter professionalisiert und zielgerichtet etabliert werden. Dafür werden grundlegend neue Inhalte erarbeitet, das Förderprojekt passgenau und öffentlichkeitswirksam begleitet und die entsprechenden Kanäle auf neue Art und Weise bespielt. Eine Zweckbindungsfrist von fünf Jahren wird beachtet.

- e) **Buchungsportal:** Punktuell hohes Besucheraufkommen, internationales Publikum, Tickets für bestimmte Zeitfenster und eine Vielzahl an Vertriebskanälen – das gehört zu den täglichen Herausforderungen eines Science Centers. Für das »TonYversum« soll ein Ticketing-System entwickelt oder angekauft werden, welches den Besuchern den Komfort eines nahtlosen Gesamterlebnisses – von der Buchung bis zum Zutritt – bietet. Damit soll speziell auch ein moderneres und jüngeres, auch internationales Publikum angesprochen werden. Gleichzeitig ermöglicht es dem Betreiber vorhandene Personal-, Raum- oder Sonderaktionsressourcen punktgenau einzusetzen und die Kontrolle über die Besucherströme zu behalten und reduzierte Wartezeiten mit Zeitfenstertickets zu realisieren. Zudem wird die Sichtbarkeit und der Umsatz des »TonYversums« etwa durch die Verknüpfung mit Marketingkanälen (OTAs) wie GetYourGuide, Tripadvisor, Google Things to do, Groupon, etc. oder Wiederverkäufern (z. B. Agenten, Tourismusverbänden, Hotels) erhöht. Nach Ablauf der Zweckbindungsfrist – die anerkannt wird - kann perspektivisch eine Verbindung des Buchungs-Portals mit anderen Einrichtungen in Freyung (Kurhaus, Freybühne, Galerie im Europahaus ...) und der Region und eine synergetische Nutzung für Veranstaltungen möglich sein.
- f) **Netzwerk Innenstadt:** In Freyung gibt es neben dem Science Center weitere „Points of Interest“, die für Besucher und insbesondere Besuchergruppen – sowohl innerstädtische als auch überregionale – von großem Interesse sind (Brauerei, Volksmusikakademie in Bayern, geplante Genussmanufaktur im ehemaligen Passauer Hof, Erlebnissauna „Sofy“, Naturbad etc.). In der Regel kann an ihrem Beispiel nicht nur ein besonderer inhaltlicher Sachverhalt dargestellt werden, sondern auch wichtige Aspekte der Innenstadtentwicklung, des Denkmalschutzes, des Flächensparens, der Betriebsform (Genossenschaft) etc. erläutert werden. Die gebündelten Informationen sollen mit (buchbaren) Vorträgen, Infoveranstaltungen, Stadtrundgängen und dergleichen **kostenfreien Angeboten** einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden, um eine positive Bewusstseinsbildung für die jeweiligen Themenfelder anhand dieser Best-Practice-Beispiele auszulösen. Durch diese Bündelung für Besucher attraktiver Themen profitieren nicht nur die inkludierten Einrichtungen durch eine bessere Auslastung, auch der gesamte Landkreis Freyung-Grafenau erfährt im Bereich der Imagebildung sowie der Tourismusförderung auf mehrerlei Weise positive Effekte: So entsteht durch die thematisch breit aufgestellten Zusammenstellungen und Angebote ein touristischer Knotenpunkt, der ganz unterschiedliche Interessentengruppen in die Region bringt.

Damit einhergehend ist auch eine verbesserte Auslastung der weiteren touristischen Angebote im gesamten Landkreis, einschließlich der Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe. Neben dieser ganz allgemeinen „Magnetwirkung“ durch die komprimierten und vielfältigen Angebote werden die Besucher auf weitere vergleichbare oder ergänzende Angebote in der Region neugierig und im Rahmen der Angebote selbstverständlich auch hierüber informiert, nachdem eine nachhaltige Attraktivität im Bereich des Tourismus nur durch das entsprechende Angebot des Landkreises in Gänze erzielt werden kann. Gerade auch Soldaten mit ihren Familien sollen durch eine thematisch attraktive Zusammenstellung dazu angeregt werden, Angebote in Freyung und Umgebung wahrzunehmen, die ansonsten eventuell keine Beachtung gefunden hätten, wodurch die Verbundenheit mit der Region nachhaltig gestärkt wird.

Aufgabenverteilung:

Eigene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:

- Projektleitung
- Organisation und Durchführung von Veranstaltungen, Fortbildungen etc.
- Erstellen von Einladungslisten
- Netzwerkarbeit
- Inhaltliche Pflege und Verknüpfung digitaler Plattformen (Social Media, Homepage)
- Ausloten und -verhandeln von Synergie- und Kooperationsmöglichkeiten
- Platzierung von Werbematerial und Durchführung von Marketingaktivitäten
- Ausschreibung und Vergabe von Aufgaben an externe Dienstleister
- Betreuung der Umsetzung der Konzepte

Die Übernahme der hierbei entstehenden Personalkosten wird im Rahmen der Förderung (soweit förderfähig) beantragt. Der Landkreis Freyung-Grafenau verpflichtet sich, die Fördermittel, die für den Bereich des Konversionsmanagements bezüglich der Personalkosten generiert werden, an die Stadt Freyung weiterzuleiten. Nicht durch die Förderung gedeckte Personalkosten verbleiben als Eigenmittel (Kofinanzierung) bei der Stadt Freyung; auf die entsprechende Kooperationsvereinbarung wird verwiesen.

Externe Dienstleister:

- Erarbeitung spezieller Kurzprogramme mit ausgewählten mobilen Experimenten für Schul-Info-Veranstaltungen und Schulung durchführender Mitarbeiter
- Erarbeitung und Durchführung von Sonderführungen durch die Ausstellung mit Blick hinter die Kulissen sowie ggf. vertiefenden Fortbildungsangeboten für Multiplikatoren und Schulung von Mitarbeitern, die diese künftig durchführen sollen
- Erstellung eines virtuellen Museumsrundgangs mit 360-Grad-Panoramen und 3D-Aufnahmen des Science Centers
- Fertigung aussagekräftiger professioneller Fotos und Werbetexte und Gestaltung von Werbematerialien (Flyer, Plakat, Anzeigen etc.)
- Erstellung eines Imagefilms mit kleinen herauslösbaren Episoden (ggf. Filmreihe)
- Einrichtung von Auftritten auf den gängigen Social-Media-Kanälen und Entwicklung und Umsetzung einer Social-Media-Strategie
- Entwicklung eines Ticketing-Systems bzw. Buchungsportals
- Verknüpfung des Buchungsportals mit Marketingkanälen
- Erarbeitung von Infoveranstaltungen, Stadtrundgängen u.a. zur Bündelung von Informationen und Verknüpfung des Science Centers mit weiteren innerstädtischen Einrichtungen

Die in diesem Bereich anfallenden externen Kosten verauslagt der Landkreis Freyung-Grafenau auf eigene Rechnung und fordert im Nachgang für die nicht über die Förderung gedeckten Kosten einen finanziellen Ersatz bei der Stadt Freyung an (vgl. Kooperationsvereinbarung).

5.5.5. Evaluationskonzept

Das Evaluationskonzept zielt darauf ab, die Wirksamkeit der einzelnen Maßnahmen und Untermaßnahmen des Projekts zu bewerten. Dabei werden sowohl qualitative als auch quantitative Evaluierungsindikatoren festgelegt.

Ein lokales Expertengremium (Pädagogen, Musiker, Touristiker und Betreiber) wird die Erreichung der Evaluationsziele begleiten. Besetzt werden soll es mit folgenden Mitgliedern:

- Christian Attenbrunner, Physiklehrer an der Realschule Freyung und Musiker
- Herbert Unnasch, Stadt Freyung Veranstaltungs gGmbH
- Christian Kilger, Touristinfo Freyung
- Gabriele Rauscher, Kulturreferentin des Landkreises Freyung-Grafenau
- Dominik Hilgart, Musikpädagoge beim Bayerischen Landesverein für Heimatpflege e. V.
- Michael Pradl, Geschäftsleitender Beamter der Stadt Freyung
- Roland Pongratz, Musikalischer Leiter der »Volksmusikakademie in Bayern«

Einmal jährlich innerhalb der Förderperiode wird es zudem eine Erfolgskontrolle im Rahmen der Lenkungsgruppensitzung geben. Anschließend wird das Projekt entsprechend weitergeführt oder sinnvoll angepasst.

Maßnahme 1: Erarbeitung Feinkonzept

Evaluationsziel:

Erstellung eines Feinkonzeptes für das »TonYversum«

Quantitative Indikatoren:

- Anzahl der Zwischenpräsentationen bei Sitzungen des Expertengremiums: mindestens zwei
- Anzahl der Abstimmungstreffen mit Vertretern des Aufklärungsbataillons 8 Freyung: mindestens zwei

Qualitative Indikatoren:

- Feedback des Expertengremiums zur Qualität und Kreativität: mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Zufriedenheit des Stadtrates Freyung: Umsetzungsbeschluss

Maßnahme 2: Museumspädagogik

Evaluationsziel:

Vorbereitung von museumspädagogischen Angeboten für das »TonYversum«

Quantitative Indikatoren:

- Anzahl von Konzepten für Science Shows: mindestens zwei
- Anzahl von Schulungsmodulen für Science Shows: mindestens zwei
- Anzahl von Teilnehmern an Schulungsmodulen für Science Shows: mindestens fünf
- Anzahl von thematisch differenzierten Führungslinien: mindestens drei
- Anzahl von Schulungsmodulen für Museumsführungen: mindestens drei
- Anzahl von Teilnehmern an Schulungsmodulen für Museumsführungen: mindestens acht
- Anzahl von Konzepten für Labore: mindestens zwei
- Anzahl von Schulungsmodulen für Labore: mindestens zwei
- Anzahl von Teilnehmern an Schulungsmodulen für Labore: mindestens fünf

Qualitative Indikatoren:

- Feedback des Expertengremiums zur Qualität der Konzepte für Science Shows: mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Feedback der Teilnehmer an den Schulungsmodulen für Science Shows zur Qualität der Ausbildung (durch Befragung): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Feedback des Expertengremiums zur Qualität der thematisch differenzierten Führungslinien: mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Feedback der Teilnehmer an den Schulungsmodulen für Museumsführungen zur Qualität der Ausbildung (durch Befragung): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Feedback des Expertengremiums zur Qualität der Konzepte für Labore: mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Feedback der Teilnehmer an den Schulungsmodulen für Labore zur Qualität der Ausbildung (durch Befragung): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet

Maßnahme 3: Marketing und Bewusstseinsbildung

Evaluationsziel:

Förderung des Interesses an einem Besuch des »TonYversum«

Quantitative Indikatoren:

- Anzahl von Schul-Info-Veranstaltungen: mindestens vier
- Anzahl von Multiplikatorenschulungen: mindestens vier
- Anzahl der Nutzer des virtuellen Museumsrundgangs: Jährlich mindestens 120
- Anzahl von Posts in Social-Media-Kanälen: Jährlich mindestens 105
- Anzahl von Buchungen via digitalem Buchungportal: Monatlich mindestens 3 Gruppenbuchungen
- Anzahl von Infoveranstaltungen: mindestens vier

Qualitative Indikatoren:

- Feedback der Teilnehmer an Schul-Info-Veranstaltungen (durch Befragung): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Feedback der Teilnehmer an Multiplikatorenschulungen (durch Befragung): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Feedback der Nutzer des virtuellen Museumsrundgangs (durch Online-Befragung): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Zufriedenheit des Expertengremiums mit der Bildsprache (Foto bzw. Film): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Zufriedenheit des Expertengremiums bzgl. der Präsenz in Social-Media-Kanälen: mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Feedback der Nutzer hinsichtlich der Benutzerfreundlichkeit des digitalen Buchungsportals (durch Online-Befragung): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Feedback der Teilnehmer an Infoveranstaltungen (durch Befragung): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet

I.

Hinweis: Für jedes Projekt einen weiteren Abschnitt über + einblenden.

6. Projektdatenblätter

Projekt Nr. 1	<i>Fachkräfte im Fokus: Innovative Strategien für die Zukunft der Arbeit in Freyung-Grafenau</i>
(Schwerpunkt)-Handlungsfeld	Wettbewerbsfähigkeit
Weitere Handlungsfelder	
Projektmaßnahmen	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Online-Kampagne „MADE in FRG-Traumberufe“</i> 2. <i>Bringer des Jahres „MADE in FRG“</i> 3. <i>Berufs- und Studienorientierung „MADE in FRG“</i> <ol style="list-style-type: none"> 3.1 <i>„Berufswelt vor Ort“- Berufsorientierung für die Landkreis-Gymnasien</i> 3.2 <i>„Berufswelt vor Ort“- Berufsorientierung für die Landkreis-Realschulen</i> 3.3 <i>„Berufswelt vor Ort“- Berufsorientierung für die Landkreis-Mittelschulen -</i> 4. <i>[woid.stift]</i>
Umsetzungsverantwortlich / Hauptverantwortlich	<i>Regionalmanager Stefan Schuster</i>
ggf. Projektpartner oder Kooperationspartner	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Externer Dienstleister</i> - <i>Wirtschaftsjunioren Freyung-Grafenau, Kammern, Verbände, Kreishandwerkerschaft, Grenzüberschreitendes Digitales Gründerzentrum GreG FRG, Hans Lindner Stiftung</i> - <i>Weiterführende Schulen</i>

<p>Evaluationsindikatoren je Einzelmaßnahme</p>	<p>Maßnahme 1: MADE in FRG-Traumberufe</p> <p>Evaluationsziel:</p> <p><i>Ermittlung der Wirksamkeit der Maßnahme</i></p> <p>Quantitative Indikatoren:</p> <p><i>Anzahl der teilnehmenden Betriebe: jährlich mindestens fünf</i></p> <p><i>Anzahl und Reichweite der veröffentlichten Jobporträts (z.B. Klicks, Likes, Shares auf Social Media): jährlich mindestens 10 Jobporträts</i></p> <p><i>Pro Jobportrait mindestens 50 Reaktionen</i></p> <p><i>Anzahl der Besucher auf der Landingpage: Jährlich mindestens 500</i></p> <p>Qualitative Indikatoren:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Zufriedenheit der teilnehmenden Betriebe (durch Umfrage): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet</i> • <i>Wahrnehmung und Feedback der Zielgruppe (durch Online-Befragungen): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet</i> <p>Maßnahme 2: Der Bringer des Jahres "MADE in FRG"</p> <p>Evaluationsziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Bewertung der Beteiligung, Resonanz und Wirksamkeit der Maßnahme</i> <p>Quantitative Indikatoren:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Anzahl der eingereichten Videos: jährlich mindestens fünf</i> • <i>Anzahl der abgegebenen Stimmen bei der Online-Abstimmung: Abgabe von mindestens 100 Stimmen pro Durchgang</i> • <i>Reichweite der veröffentlichten Videos (z.B. Klicks, Likes, Shares): Mindestens 50 Reaktionen pro Video</i> <p>Qualitative Indikatoren:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Zufriedenheit der teilnehmenden Unternehmen (durch Umfrage): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet</i>
---	--

- *Feedback der Öffentlichkeit zur Qualität und Kreativität der Videos (z.B. durch Online-Umfrage): im Durchschnitt mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet*

Maßnahme 3: Berufs- und Studienorientierung „MADE in FRG“

Untermaßnahme 3.1: Berufswelt vor Ort- Berufsorientierung für die Landkreis-Gymnasien

Berufsorientierungstag:

Evaluationsziele:

- *Verbesserung der beruflichen Orientierung von Abiturientinnen und Abiturienten.*

Quantitative Indikatoren:

- *Anzahl der teilnehmenden Betriebe: Jährlich mindestens 20*

Qualitative Indikatoren:

- *Zufriedenheit der teilnehmenden Betriebe (durch Umfrage): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet*
- *Feedback der Schülerinnen und Schüler zum Nutzen der Veranstaltung (durch Befragung): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet*

Studien- und Berufsinformationstag:

Evaluationsziele:

- *Verbesserung der beruflichen Orientierung von Abiturientinnen und Abiturienten.*

Quantitative Indikatoren:

- *Anzahl der teilnehmenden Hochschulen und Universitäten: Pro Durchgang mindestens 10*
- *Anzahl der teilnehmenden Alumni/ Informationsanteile: Pro Durchgang mindestens 20*

Qualitative Indikatoren:

- *Zufriedenheit der teilnehmenden Universitäten/ Hochschulen (durch Umfrage): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet*

- *Feedback der Schülerinnen und Schüler zum Nutzen der Veranstaltung (durch Befragung): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet*

Workshop Projektmanagement:

Evaluationsziele:

Vermittlung von Projektmanagement-Kompetenzen an Schülerinnen und Schüler.

Quantitative Indikatoren:

Anzahl der durchgeführten Workshops: Jährlich mindestens einer

Qualitative Indikatoren:

- Zufriedenheit der teilnehmenden Schülerinnen und Schüler (durch Umfrage): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Feedback zur Relevanz und Qualität des Workshops (durch Befragung): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet

Workshop-Reihe: „Gründungsidee/ Businessplanung“

Evaluationsziele:

Förderung unternehmerischen Denkens und Handelns bei Jugendlichen.

Quantitative Indikatoren:

Anzahl der durchgeführten Workshops: Jährlich mindestens einer

Qualitative Indikatoren:

- Zufriedenheit der teilnehmenden Schülerinnen und Schüler (durch Umfrage): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Feedback zur Relevanz und Qualität der Workshops (durch Befragung): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet

Duale Ausbildung als Schlüssel zum Erfolg/ Gymnasium:

Evaluationsziele:

Stärkung des Bewusstseins für die Wertigkeit der dualen Ausbildung (Lehre)

Quantitative Indikatoren:

- Anzahl der teilnehmenden Betriebe: Pro Durchgang/Schule mindestens 10
- Anzahl der durchgeführten Mitmach-Stationen: pro Durchgang/ Schule mindestens 10

Qualitative Indikatoren:

- Zufriedenheit der teilnehmenden Betriebe und Schulen (durch Umfrage): Mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Feedback der Schülerinnen und Schüler zum Nutzen der Veranstaltung (durch Befragung) mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet

Untermaßnahme 3.2: Berufswelt vor Ort- Berufsorientierung für die Landkreis-Realschulen

Duale Ausbildung als Schlüssel zum Erfolg/ Realschulen:

Evaluationsziele:

Stärkung des Bewusstseins für die Wertigkeit der dualen Ausbildung (Lehre)

Quantitative Indikatoren:

- Anzahl der teilnehmenden Betriebe: Pro Durchgang/Schule mindestens 10
- Anzahl der durchgeführten Mitmach-Stationen: pro Durchgang/ Schule mindestens 10

Qualitative Indikatoren:

- Zufriedenheit der teilnehmenden Betriebe und Schulen (durch Umfrage): Mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet

- Feedback der Schülerinnen und Schüler zum Nutzen der Veranstaltung (durch Befragung) mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet

Untermaßnahme 3.3: Berufswelt vor Ort- Berufsorientierung für die Landkreis-Mittelschulen

Azubi-Speed-Dating

Evaluationsziele:

- Förderung des Erstkontakts zwischen Ausbildungsbetrieben und potenziellen Azubis.

Quantitative Indikatoren:

- Anzahl der teilnehmenden Ausbildungsbetriebe: Pro Durchgang/ Schule mindestens 10

Qualitative Indikatoren:

- Zufriedenheit der teilnehmenden Betriebe und Schulen (durch Umfrage) mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Feedback der Schülerinnen und Schüler zum Nutzen der Veranstaltung (durch Befragung): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Anzahl der nachfolgenden Praktika und Ausbildungsplatzbesetzungen: mindestens 2 je Durchgang

Maßnahme 4: [woid.stift]

Evaluationsziele:

- Ermittlung der Wirksamkeit der Maßnahme

Quantitative/Qualitative Indikatoren:

- Bei rund 800 ausgegebenen Paketen informieren sich mindestens 200 Adressaten online

	<p>Gesamtevaluierung: Die Gesamtwirkung des Projekts wird durch die Zusammenführung und Analyse aller gesammelten Daten und Rückmeldungen bewertet. Ziel ist es, eine umfassende Beurteilung der Effektivität der Maßnahmen zu erhalten und Verbesserungspotenziale für zukünftige Projekte zu identifizieren.</p>
--	---

Projekt Nr. 2	„Exzellentes Blockpraktikum in FRG“ - Sicherstellen einer hochwertigen medizinischen Versorgung im ländlichen Raum
(Schwerpunkt)-Handlungsfeld	Wettbewerbsfähigkeit
Weitere Handlungsfelder	
Projektmaßnahmen	<i>Exzellentes Blockpraktikum</i>
Umsetzungsverantwortlich / Hauptverantwortlich	<i>Regionalmanager Stefan Schuster</i>
ggf. Projektpartner oder Kooperationspartner	<i>Initiative „Die LandArztmacher“</i>
Evaluationsindikatoren je Einzelmaßnahme	<p>Quantitative Indikatoren:</p> <ul style="list-style-type: none"> <i>Anzahl der durchgeführten Blockpraktika: Jährlich mindestens drei Durchgänge mit je vier Teilnehmerinnen und Teilnehmer</i> <p>Qualitative Indikatoren:</p> <p>Die Evaluation wird mittels Vorher-Nachher-Befragungen abgehandelt.</p> <ul style="list-style-type: none"> <i>Vorstellung, sich später einmal im ländlichen Raum als Hausärztin oder Hausarzt niederlassen zu können nimmt bei mindestens der Hälfte der Teilnehmerinnen und Teilnehmer (auf einer Skala von 1 bis 10 um mindestens 1 Punkt) zu.</i> <i>Vorstellung, später einmal im ländlichen Raum als Ärztin oder Arzt tätig zu werden, nimmt bei mindestens der Hälfte der Teilnehmerinnen und Teilnehmer (auf einer Skala von 1 bis 10 um mindestens 1 Punkt) zu.</i> <i>Das Wissen über eine Tätigkeit als Hausärztin oder Hausarzt auf dem Land nimmt zu.</i> <i>Allgemeine Zufriedenheit der Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit dem Blockpraktikum: Wird mit der Gesamtnote Gut oder besser bewertet.</i>

Projekt Nr. 3	Welcome.FRG-DEG
(Schwerpunkt)-Handlungsfeld	Wettbewerbsfähigkeit
Weitere Handlungsfelder	
Projektmaßnahmen	<p><i>Erarbeitung der Grundlagen zur Einführung eines Welcome-Centers</i></p> <p><i>Einbindung der verschiedenen Akteure aus der Berufsorientierung in die Aktionen beider Landkreise</i></p>
Umsetzungsverantwortlich / Hauptverantwortlich	<i>Regionalmanager Herbert Altmann (DEG) und Stefan Schuster (FRG)</i>
ggf. Projektpartner oder Kooperationspartner	<i>Landkreis Deggendorf, Multiplikatoren, Unternehmen, Bildungsträger und verschiedene Organisationen aus beiden Landkreisen</i>
Evaluationsindikatoren je Einzelmaßnahme	<p>1. Grundlagen "Welcome-Center":</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Umfrageergebnisse zur Zufriedenheit und Relevanz des Konzepts durch potenzielle Nutzer und Stakeholder: Bewertet mit Gesamtnote Gut oder besser</i> • <i>Anzahl der eingebundenen Akteure sowie deren aktive Beteiligung an der Konzeptentwicklung und Umsetzung: Einbindung von mindestens 10 Akteuren/ Einrichtungen</i> <p>2. Für die Information von Multiplikatoren im Bereich der Berufsorientierung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Anzahl Veranstaltungen: Zwei pro Jahr</i> • <i>Anzahl der Teilnehmer a Infoveranstaltungen/ Workshops: Ziel: Je 20 pro Veranstaltung</i> • <i>Anzahl neue Akteure: Ziel: Fünf</i> <p>3. Für die Sicherung von Arbeits- und Fachkräften:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Anzahl der Teilnehmer an den Maßnahmen: Ziel: 20 je Veranstaltung</i> • <i>Bewertung der Maßnahmen durch die Teilnehmer: Mindestens Gesamtnote Gut</i>

Projekt Nr. 4	<i>Weiterentwicklung der Landkreis-Imagekampagne MADE in FRG</i>
(Schwerpunkt)-Handlungsfeld	Regionale Identität
Weitere Handlungsfelder	
Projektmaßnahmen	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Weiterentwicklung der bisherigen Ausbildungs- und Arbeitsbörse zum „Schaufenster der Wirtschaft MADE in FRG“</i> 2. <i>MADE in FRG-Firmenfußballturnier</i> 3. <i>Entwicklung und Umsetzung eines Gesamt-Maßnahmenplans „Regionale Identität“</i>
Umsetzungsverantwortlich / Hauptverantwortlich	<i>Regionalmanager Stefan Schuster</i>
ggf. Projektpartner oder Ko- operationspartner	<i>Betriebe und Unternehmen aus dem Landkreis, externe Dienstleister, Vereine</i>

Evaluationsindikatoren je Einzelmaßnahme

Maßnahme 1: Weiterentwicklung der bisherigen Ausbildungs- und Arbeitsbörse zum „Schaufenster der Wirtschaft MADE in FRG“:

Quantitative Indikatoren:

- Anzahl der durchgeführten Veranstaltungen: Pro Jahr 1 x AuA und 1x Lange Nacht der Wirtschaft
- Anzahl der beteiligten Unternehmen, Betriebe und Einrichtungen: AuA: mindestens 70, Lange Nacht der Wirtschaft: Mindestens 25
- Anzahl der Besucherinnen und Besucher: AuA: Mindestens 2.000, Lange Nacht der Wirtschaft: Mindestens: 1.000

Qualitative Indikatoren:

- Bewertung beider Formate seitens der teilnehmenden Unternehmen mittels Befragung: bewertet mit Gesamtnote Gut oder besser
- Bewertung beider Formate seitens der Besucherinnen und Besucher mittels Umfrage: bewertet mit der Gesamtnote Gut oder besser

Maßnahme 2: MADE in FRG-Firmenfußballturnier:

Quantitative Indikatoren:

- Anzahl der teilnehmenden Firmen-Teams: Mindestens 20

Qualitative Indikatoren:

- Abfrage Zufriedenheit / Mehrwerte teilnehmender Unternehmen mittels Befragung: bewertet mit Gesamtnote Gut oder besser

Maßnahme 3: Entwicklung und Umsetzung eines Gesamt-Maßnahmenplans „Regionale Identität“

Quantitative Indikatoren:

- Aktivitäten der regionalen Initiative aus anderen Projekten finden sich in der Kommunikation der Landkreis-Imagekampagne wieder: Mindestens ein Post/ Beitrag

pro Maßnahme über die Kanäle der Landkreis-Imagekampagne veröffentlicht

Qualitative Indikatoren:

- *Bewertung der neuen Kommunikationsstrategie durch die an der Landkreis-Imagekampagne beteiligten Unternehmen mittels Umfrage: bewertet mit Gesamtnote Gut oder besser.*

Projekt Nr. 5	„Weichenstellung TonYversum“
(Schwerpunkt)-Handlungsfeld	Wettbewerbsfähigkeit
Weitere Handlungsfelder	
Projektmaßnahmen	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Erarbeitung Feinkonzept</i> 2. <i>Museumspädagogik</i> 3. <i>Marketing und Bewusstseinsbildung</i>
Umsetzungsverantwortlich / Hauptverantwortlich	<i>Monika Wagner</i>
ggf. Projektpartner oder Kooperationspartner	<i>Stadt Freyung, ILE Wolfsteiner Waldheimat, Aufklärungsbataillon 8, Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen, Bayerischer Musikrat, Musikverbände, Musikausbildungsstätten, Volksmusikakademie in Bayern, Akteure im Tourismus (inkl. Tourismusverbände, Lehrer/Pädagogen(-verbände), „Familienbetreuungsstelle Freyung“ der Bundeswehr (und ggf. übergeordneter Stellen), Aufklärungsbataillon 8 (fachliche Beratung), Fachleute/-firmen der Region (Bereich Akustik/Musik)</i>

Evaluationsindikatoren je Einzelmaßnahme

Maßnahme 1: Erarbeitung Feinkonzept

Quantitative Indikatoren:

- Anzahl der Zwischenpräsentationen bei Sitzungen des Expertengremiums: mindestens zwei
- Anzahl der Abstimmungstreffen mit Vertretern des Aufklärungsbataillons 8 Freyung: mindestens zwei

Qualitative Indikatoren:

- Feedback des Expertengremiums zur Qualität und Kreativität: mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Zufriedenheit des Stadtrates Freyung: Umsetzungsbeschluss

Maßnahme 2. Museumspädagogik

Quantitative Indikatoren:

- Anzahl von Konzepten für Science Shows: mindestens zwei
- Anzahl von Schulungsmodulen für Science Shows: mindestens zwei
- Anzahl von Teilnehmern an Schulungsmodulen für Science Shows: mindestens fünf
- Anzahl von thematisch differenzierten Führungslinien: mindestens drei
- Anzahl von Schulungsmodulen für Museumsführungen: mindestens drei
- Anzahl von Teilnehmern an Schulungsmodulen für Museumsführungen: mindestens acht
- Anzahl von Konzepten für Labore: mindestens zwei

- *Anzahl von Schulungsmodulen für Labore: mindestens zwei*
- *Anzahl von Teilnehmern an Schulungsmodulen für Labore: mindestens fünf*

Qualitative Indikatoren:

- Feedback des Expertengremiums zur Qualität der Konzepte für Science Shows: mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Feedback der Teilnehmer an den Schulungsmodulen für Science Shows zur Qualität der Ausbildung (durch Befragung): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Feedback des Expertengremiums zur Qualität der thematisch differenzierten Führungslinien: mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Feedback der Teilnehmer an den Schulungsmodulen für Museumsführungen zur Qualität der Ausbildung (durch Befragung): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Feedback des Expertengremiums zur Qualität der Konzepte für Labore: mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet
- Feedback der Teilnehmer an den Schulungsmodulen für Labore zur Qualität der Ausbildung (durch Befragung): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet

Maßnahme 3: Marketing und Bewusstseinsbildung

Quantitative Indikatoren:

- *Anzahl von Schul-Info-Veranstaltungen: mindestens vier*
- *Anzahl von Multiplikatorenschulungen: mindestens vier*

- *Anzahl der Nutzer des virtuellen Museumsrundgangs: Jährlich mindestens 120*
- *Anzahl von Posts in Social-Media-Kanälen: Jährlich mindestens 105*
- *Anzahl von Buchungen via digitalem Buchungsportals: Monatlich mindestens 3 Gruppenbuchungen*
- *Anzahl von Infoveranstaltungen: mindestens vier*

Qualitative Indikatoren:

- *Feedback der Teilnehmer an Schul-Info-Veranstaltungen (durch Befragung): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet*
- *Feedback der Teilnehmer an Multiplikatoren-schulungen (durch Befragung): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet*
- *Feedback der Nutzer des virtuellen Museumsrundgangs (durch Online-Befragung): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet*
- *Zufriedenheit des Expertengremiums mit der Bildsprache (Foto bzw. Film): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet*
- *Zufriedenheit des Expertengremiums bzgl. der Präsenz in Social-Media-Kanälen: mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet*
- *Feedback der Nutzer hinsichtlich der Benutzerfreundlichkeit des digitalen Buchungsportals (durch Online-Befragung): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet*
- *Feedback der Teilnehmer an Infoveranstaltungen (durch Befragung): mit Gesamtnote Gut oder besser bewertet*