**Formblatt A zur Projektplanung**

**Projektname:**

**TEIL 1 KONTAKTDATEN**

**Projektträger** (Wer macht das Projekt?)

Name:

Organisationsform:

Adresse:

Telefon:

Email:

**Kontaktperson**

Name:

Adresse:

Telefon:

Email:

**Weitere Mitglieder des Projektteams (Name, Funktion)**

**TEIL 2 PROJEKTBESCHREIBUNG**

**Ausgangslage** (Warum machen wir das Projekt? Problemstellung, Anlass)

**Projektbeschreibung** (Was ist geplant?)

**Projektziele** (Welche Ergebnisse sollen durch das Projekt erzielt werden? Min. 2 Resultate nennen.)

**Geplante Maßnahmen** (Was ist zu tun um die genannten - min. 2 - Ziele zu erreichen?)

**Zielgruppe(n) des Projekts** (Für wen hat das Projekt einen Nutzen/Angebot/ Hilfestellung? Bitte möglichst konkret angeben, z.B. Unternehmen mit Lehrlingsausbildung in der Region Elsbeere Wienerwald)

|  |  |
| --- | --- |
| **Projektzeitraum** | Projektstart (frühestens):  Projektende (spätestens): |

**TEIL 3 PROJEKTBUDGET**

**Projektkostendetails:**

Ist der Projektträger vorsteuerabzugsberechtigt? Ja  Nein

Beinhalten die angeführten Kosten die Umsatzsteuer? Ja  Nein

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Kurzbeschreibung der Aufwendungen** | **Kosten in EUR** |
| **Personalkosten** |  |  |
| **Sachkosten** (Honorare - Beratung, Entwicklungskosten, Materialkosten) |  |  |
| **Marketing / Öffentlichkeitsarbeit** |  |  |
| **Investitionen** |  |  |
| **Sonstiges** |  |  |
| **Summe Kosten** |  |  |

Werden **sonstige Fördermittel** beantragt? Wenn ja wie hoch und wo?

**Status der weiteren Fördermittel / Sponsoring**

Angefragt  beantragt  genehmigt

Ist die **Vorfinanzierung** der gesamten Projektkosten bereits abgeklärt**?**

Ja  Nein

Wird (sofern erforderlich) das **Vergaberecht** eingehalten?[[1]](#footnote-1)

Ja  Nein

Wenn ja, liegen dazu Dokumentationsunterlagen vor? Ja  Nein

**TEIL 4 WIRKUNGSMATRIX** zum Umsetzungs- und Wirkungscontrolling des Projekts

Trägt das Projekt zur Zielerreichung der Entwicklungsstrategie bei?

Das Projekt muss **mindestens einem Aktionsfeld** der Strategie entsprechen, zutreffende Outputs bitte ankreuzen. (Zuordnung kann gemeinsam mit dem LAG Management ausgefüllt werden)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Aktionsfeld 1:**  **Wertschöpfung** | 1.1.1 Der Wienerwald gilt als Inspirationsquelle für kreative UnternehmerInnen. |  |
| 1.1.2 Die Ein-Personen- und Kleinstunternehmen schätzen das unternehmensfreund-liche Klima. |  |
| 1.1.3 Land- und forstwirtschaftliche Betriebe bedienen abseits der klassischen Landwirtschaft neue Absatzmärkte durch die Produktion nachwachsender Rohstoffe und qualitativ hochwertiger Produkte mit erhöhtem Anteil an Bioprodukten |  |
| 1.1.4 Regionale Unternehmensnetzwerke stellen das Rückgrat der Wirtschaft dar. |  |
| 1.1.5 Die Nahversorgung (v.a. mit den Gütern des täglichen Bedarfs) ist trotz großem Wettbewerbsdruck in den einzelnen Gemeinden abgesichert. |  |
| 1.2.1 Die regionsinterne Akzeptanz der Marke Elsbeere Wienerwald bringt positive Mundpropaganda. |  |
| 1.2.2 Die Werbeaktivitäten der Tourismusdestinationen werden von den touristischen Betrieben geschätzt und führen zu positiven Betriebsergebnissen. |  |
| 1.2.3 In der Region etablieren sich (ausgefallene) Freizeitangebote und die Gäste schätzen neue und innovative touristische Angebote. |  |
| 1.3.3 Die Lehre ist ein angesehener Bildungsweg. |  |
| 1.3.5 Die Vernetzung der Region mit anderen Leader Regionen findet laufend statt. |  |
| **Aktionsfeld 2:**  **Natürliche Ressourcen und kulturelles Erbe** | 2.1.1 Kommunale und private Grünflächen werden mehrheitlich ökologisch bewirtschaftet. |  |
| 2.1.2 Die Kulturlandschaft der Region ist reich an Biodiversität, und die landschaftsprägenden Elsbeerbäume werden flächendeckend genutzt. |  |
| 2.1.3 Jugendliche sind Multiplikatoren für die Wertschätzung des regionstypischen Kulturlandschaftsbildes. |  |
| 2.1.4 Hofferne KleinwaldbesitzerInnen schätzen Ihre Kleinwald-Liegenschaften. |  |
| 2.2.2 Baukulturelles Erbe wird wertgeschätzt und gepflegt. |  |
| 2.2.3 In der Region Elsbeere Wienerwald werden qualitativ hochwertige Initiativen zur regionalen Kultur- und Brauchtumspflege umgesetzt |  |
| 2.3.1 Die energiepolitischen Zielsetzungen für Strom und Wärme aus dem Jahr 2010 sind erreicht. |  |
| 2.3.2 Die energiepolitischen Zielsetzungen für Mobilität aus dem Jahr 2010 werden vehement verfolgt. |  |
| 2.3.3 Die BürgerInnen verlangen mehrheitlich nach regionalen Spezialitäten und Bioprodukten. |  |
| **Aktionsfeld 3:**  **Gemeinwohl** | 3.1.1 Es bestehen differenzierte / bedarfsorientierte Angebote für die Betreuung von Kindern. |  |
| 3.1.2 Es bestehen Angebote zur Weiterbildung für Väter und Mütter – beispielsweise in der Karenzzeit. |  |
| 3.1.3 Es besteht ein erweitertes Freizeitangebot für junge Menschen |  |
| 3.2.2 Es gibt ein Mobilitäts- und Transportservice für spezifische Altersgruppen (SeniorInnen, Kinder und Jugendliche). |  |
| 3.2.3 Es gibt eine Unterstützung (Ratgeber, Beratung) für die Adaption von Wohngebäuden zur multiplen Nutzung (Heimarbeitsplätze, Barrierefreies Wohnen, Generationsübergreifendes Wohnen) und der öffentliche Raum ist für ein barrierefreies Gesellschaftsleben adaptiert |  |
| 3.3.1 SeniorInnen bringen sich aktiv in das Gesellschaftsleben ein und tauschen Erfahrungen mit jüngeren Generationen aus |  |
| 3.3.2 ZuzüglerInnen identifizieren sich mit der neuen Heimat und gestalten diese mit. |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Wirkungsmatrix zum Umsetzungs- und Wirkungscontrolling des Projekts**  (Wird mit der LEADER-ManagerIn ausgefüllt) | Das Projekt wird dem Aktionsfeld xxx zugeordnet. Outputs und Indikatoren inkl. geplanter Zielwerte:  Die tatsächlichen Werte werden nach Projektabschluss dem Regionsbüro gemeldet. |

**TEIL 5 WEITERE PROJEKTDETAILS (kurz und bündig)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Kooperationen**: Wird das Projekt mit gleichrangigen PartnerInnen umgesetzt? (Wenn ja mit wem? Art der Zusammenarbeit?) | Ja  Nein  Wenn ja, mit: |
| **Reichweite:** In welchem räumlichen Ausmaß profitiert die genannte Zielgruppe vom Projekt? (eine Gemeinde, mehrere Gemeinden, Region, etc.) |  |
| Wirkt sich das Projekt positiv auf die **Gleichstellung** von Frau und Mann aus? |  |
| Hat das Projekt positive Effekte für **Familien** und/oder fördert es die Chancen der **Jugendlichen** in der Region? |  |
| Hat das Projekt **positive wirtschaftliche Auswirkungen** (werden Arbeitsplätze erhalten / geschaffen, wird die regionale Wertschöpfung gesteigert)? |  |
| Sind positive Effekte zum Schutz des **Klimas** und der Umwelt, Sicherung der regionalen Ressourcen oder kulturellen Erbes zu erwarten? |  |
| Ist das Projekt aus Ihrer Sicht **innovativ?** (Was ist neu? Neues Produkt, neue Dienstleistung, neuer Prozess, Organisation, neue Technologien, etc.) |  |
| **Nachhaltigkeit**: Hat das Projekt über die Laufzeit hinaus eine nachhaltige Wirkung? |  |
| **Hinweis zu Publizitätsvorschriften** | Der Projektträger bestätigt die Einhaltung der Publizitätsvorschriften ([Entwicklung des ländlichen Raums - ELER, bmlrt.gv.at](https://www.bmlrt.gv.at/ministerium/publizitaets/ELER-foerderung/eler.html)). Dies bedeutet, dass bei projektbezogenen Broschüren, Foldern, Plakaten, Aussendungen o.ä. verpflichtend das nachstehende Logo zu verwenden ist: |

**Datum, Ort Unterschrift Projektträger**

1. Das österreichische Vergabegesetz bzw. etwaige spezielle Vergaberichtlinien für LEADER sind vom Projektträger verbindlich einzuhalten. Informationen unter [www.ris.bka.gv.at](http://www.ris.bka.gv.at) [↑](#footnote-ref-1)