

Projektauswahlkriterien der AktivRegion Schlei-Ostsee

Projektname	Bau einer Schutzspundwand im Hafen Schleimünde								
Projektträger	Förderverein Naturnaher Wasserwanderplatz Schleimünde e.V.								
☐ Öffentlicher Projektträger ☑ Privater Projektträger									
Kosten- und F	nanzierung (Deta	ails siehe Aı	nlage)						
Gesamtkosten des Projektes (brutto)			71.642,76 €						
Beantragte Fördersumme			11.590,00 €						
Kofinanzierung			9.481,00 €						
Grundanforderungen zur Förderung ZPLR-Maßnahme und Code (aus Schwerpunkt 1 bis 3), Förderrichtlinie: Förderung des Fremdenverkehrs (Code 313); Richtlinie zur Förderung der integrierten ländlichen Entwicklung in Schleswig-Holstein (Ziffer 2.3.2) EU-Doppelförderung ist ausgeschlossen.									
⊠ ja		nein ((Projekt ist nicht förderfähig.)						
Projekt ist eine	Pflichtaufgabe o	des Projekti	trägers.						
☐ ja (Projekt ist r	☐ ja (Projekt ist nicht förderfähig.)								
Formale und q	ualitative Anford	erungen sir	nd erfüllt.						
⊠ ja		☐ nein							
Projektdurchführung liegt innerhalb des Gebietes der AktivRegion Schlei-Ostsee oder entfaltet einen deutlichen Nutzen in der AktivRegion Schlei-Ostsee									
⊠ ja		nein 🗌							
Das Projekt ist einem Handlungsfeld zuzuordnen und leistet einen Beitrag zu mindestens einem Entwicklungsziel. (Details siehe Exel-Tabelle Teil 2)									
⊠ia		nein nein							

Die Ziele und Wirkungen des Projektes sind klar beschrieben.									
Anforderungen bei öffentlichen Projektträgern Förderfähige Kosten betragen mindestens 15.000 EUR netto.									
☐ ja ☐ nein Summe: €									
Zuschuss liegt über 50.000 €									
☐ ja, dann Begründung ☐ nein									
Begründung:									
Projekt bringt einen spürbaren Nutzen für die Region und stärkt die regionale Identität									
ia nein									
Projekt entfaltet gemeindeübergreifende Wirkung und ist strukturwirksam									
☐ ja ☐ nein (nicht förderfähig wenn nicht modellhaft oder innovativ)									
Bei teilräumlichen (örtlichen) Projekten:									
Der Ansatz ist modellhaft 🔲 ja 🔲 nein									
oder Der Ansatz ist innovativ ☐ ja ☐ nein									
Projekt stärkt das Profil der Region									
☐ ja ☐ nein									
Projekt stärkt die regionale Handlungskompetenz									
∐ ja									
Projekt ist vorbereitend für ein Leuchtturmprojekt bzw. für andere Förderprogramme									
□ ja □ nein									
Anti-bilaunium tat pologica Ducial Magnesia									
Anforderungen bei privaten Projektträgern Förderfähige Kosten betragen mindestens 10.000 EUR netto.									
⊠ ja									
Zuschuss liegt über 50.000 €									
☐ ja, dann Begründung ⊠ nein									
Begründung:									

Nationale öffentliche Kofinanzierungsmittel sind nachgewiesen.								
⊠ ja, damìt ist das öffentliche Interesse nachgewiesen. Summe: 9.481,40 €								
nein, damit ist das Projekt nicht förderfähig.								
Projekt ist eine Unterhaltungsmaßnahme.								
☐ ja ☐ wenn ja, Abstimmung mit dem LLUR hinsichtlich Abgrenzung und Nachweis der Förderfähigkeit ist durch Projektträger erfolgt.								
⊠ nein								
,								
Förderung								
Mögliche Förderquote: 55 %								
Die Förderung erfolgt …								
⊠ aus dem Grundbudget der AktivRegion								
außerhalb des Grundbudgets der AktivRegion								

Anlage: Projektauswahlkriterien Teil 2 (Exel-Tabelle)

Sonstiges

Tourismusorientlerte Ortsgestattung Konzepte zur Nachmutzung kommunaler Liegenschaften

Projektauswahlkriterien - Teil 2 -											
Hojontua Majintua 1002	Tudos 🛶 🗚 Sect	DAMERICATE SERVICE	nicola mesen colo	lestanaces	lasin edice and	B-00-7-10 (002)	Since of the	refer Zief 8 199			
	Ziel 1	Ziel 2	Ziel 3	Ziel 4	Ziel 5	Ziel 6	Ziel 7	An war i the notes			
	Erhalt und Welterentwicklung der Natur- und Kulturlandschaft als Zukunftsressource	Profibildung durch Stärkung der regionalen Wertschöpfungsketten Tourismus, martifune Wirtschaft, Sesundrielt, Dienstleiskungen, Regionalprodukte)	Anpassungen an den Strukturwandel in Landwirtschaft Lebensmitteleinzelhandel, Gesundhelt	2	Schärfung des Profils als Kulturrogien (Wikkinger, besonders historische Themen, regionale Baukunst)	Modemisierung der infrastrukturen (neue Technologien, Barterefreihelt, Nutzer- und Zieigruppen-anpassungen)	Wissenvermittlung, Komportonzentwicklung und Qualifiziorung (Arboitsmarkt, Familto und Freizeit)	Netwerkbildung, Verstärkung der Enteren Kommunikation, Präsentation der Region, Identitätsbildung			
	Erhalt und Weiterentwicklung of Natur- und Kulturlandschaff als Zukunftsressource	Profilbildung durch Stärkung der regionalen Wertschöpfungskette (Tourismus, marttime Wirtschaft, Gesundhelt, Dienstleistungen, Regionalprodukte)	SE	Ausbau des Natur, Kultur- und Gesundheitstourismus (Produktentwicklung, Qualitätsoffensive)	Schärfung des Profils als Kulturnoglon (Wikinger, besond historische Themen, regionale Baukunst)	strul ind in)	Wissenvermittung. Kompentanzentwicklung und Qualifiziorung (Arboitsmark, und Freizeit)	5			
	asch ds.ch	St. C. C.	Anpassungen an den Strikturwandel in Landwil ebensmitteleinzelhandel Gesundhelt	2 8 _	Schärfung des Profils als Kulturrogion (Wikinger, b historische Themen, regit Baukunst)	Modernislerung der infrastr (neue Technologien, Barrierefreiheit, Nutzer- und Zieigruppen-anpassungen)	tsm:	Netzwerkbildung, Verstä Inneren Kommunikation, Präsentation der Region Idonitätsbildung			
	d dan	ch tange	Anpassungen an den Strukturvandel in La Lebensmitteleinzelha Gesundheit	Ausbau des Natur., Ku Gesundheitstourismus (Produktentwicklung, Quaiitätsoffensive)	King Nen,	Modernislerung der l (neue Technologien, Barrierefreilheit, Nutz Zielgruppen-änpassu	ng. Mck Irbel	Netzwerkbildung, Verstä Inneren Kommunikation, Präsentation der Region Idontitätsbildung			
	artait und Weiterer Vatur- und Kulturia Zukunffsressource	Profibildung durch regionalen Wertsch Tourismus, maritis Gesundhelt, Dienst Regionalprodukte)	del leim	Ausbau des Natur- Gesundheitstouris (Produktentwicklur Qualitätsoffensive)	es Per	ung lolog leit,	Wissenvermittung, Kompentanzentwic Qualifiziorung (Arb und Freizeit)	Netzwerkbildung, interen Kommun Präsentation der identitätsbildung			
	nd M nd K	dung nus, helt,	unge wan nette heit	des heitz tent soffe	ng d che	slor ochn freil	rent Itanz Iorur Izeit	Kon Kon atfor			
	aft u	Ildin and India	Anpassunge Strukturwan Lebensmitte Gesundheit	nad Sduk Sduk	Schärfung Kulturrogli historisch Baukunst)	Sern Les Tr riere grup	Wissenverml Kompentonz Qualifizlorun und Freizeit)	zwer eren sent			
	量量	5 5 5 8	A PS d Se	8 6 9 9 9 9 9 9 9 9 9 9 9 9 9 9 9 9 9 9	B P Sch	Moc (net Bar Ziel	X Xou	P True			
Regionalmanagement -											
gebletsübergreifende Zusammenarbeit		T		1							
Einrichten und Betreiben einer Geschäftsstelle											
Projektirågerberetung Projektentwicklung											
Fortbildung											
Aufbau internationaler Partnerschaften Teßnahme an Netzwerken											
Durchführung von Kooperationsprojekten											
Sonstiges		L		l							
Tourismus		ļ		Ι		<u> </u>					
Modernislerung der Infrastruktur, Barrierefreiheit											
(z.B. Infotafetn, Ostseelaunch, Bedeutsame Parkplätze, anderes)	×	х	<u></u>	<u> </u>		X					
Neue Angebote (Reittourismus, wohnmobitreundliche Region)											
	х	x				х					
Qualitätsoffensive in Quartieren und imService Marketingmaßnahmen (z.B. Filme über die	^_	1									
Region, Hörbücher uführer, Auslandsmarketing)											
Sonstiges											
Kulturregion											
Ausbau des Profil Region der Wikinger											
Ergänzende archäologische Themen Aufbereitung besonderer historische Themen				 							
(z.B. Deutsch-dänische Geschichte, Parlamentarismus, Industriegeschichte)											
-											
Verbesserung in der Vermittlung von Inhalten (z.B. Wasserbezug und Fischerei, gezielte											
Touren und Führungen, Verbesserter Zugang durch Vernetzung und Qualifizierung, Strukturelte											
Unterschiede Nord-Süd, Kunst als Träger) Inwertsetzung regionaler Baukunst											
Nachnutzungen an besonderen Orten											
Baukunst als Werbeträger für Zuzüge Revitalisterung von Innenbereichen											
Verbindungen mit Energieeinsparungen			-								
Sonstiges			L	1	<u> </u>						
Wirtschaft und Landwirtschaft											
Anbau, Herstellung, Kreation von speziellen Regionsprodukten											
Regionsmarketing											
Potenzial Gesundheitsregion/Vermarktung Gesundheit											
Bewäitigung des Strukturwandels Rahmenbedingungen für Beschäftigung					ļ						
verbessern					ļ						
Nutzung Potenzial aus Konversionsprojekte/LGS											
Erschäeßung hochwertiger Dienstlefstungsangebote											
Nutzung der Potenziale Handicap											
Nutzung und Verbesserung der Quaffikationen											
Innovative Technik und Wissen in die Region Verknüpfung Tourismus und Handwerk											
Sonstiges											
Natur-, Umwelt- und Klimaschutz											
Weiterentwicklung der Umweitkommunikation (Vernetzung und Qualifizierung, Infozentren,	:						[
Zusammenarbeit, neue Strukturen)		ļ									
Entwicklung der Schutzgebiete uräume Einsatz erneuerbarer Energien		1					<u> </u>				
Energlemanagement											
Sonstiges	<u>.</u>	i	<u> </u>	<u> </u>	<u> </u>	<u>i</u>	<u> </u>				
Zukunftsfähigkeit der Orte: kommunale Infrastruktur, demographischer Wandel											
Erhalt und Weiterentwickung der Grundinfrastruktur (Breitband, Lebensmittel, Gesundheit)											
Erhalt und Weiterentwicklung der Angebote in den Kommunen (Zusammenarbeit in der Pflege, Bildungsangebote, Kulturelle Angebote)											
Tourismusorientlerte Ortsgestaltung	†	1		†	<u> </u>	 					