



ALTE WELT

Absorptionsfähigkeit stärken

PROJEKT

ALTE WELT – NEUE WEGE. FIT FÜR DIE ZUKUNFT

DANK INTERKOMMUNALEM FÖRDERMITTELMANAGEMENT

WELCHER SPEZIFISCHEN HERAUSFORDERUNG BEGEGNET DAS VORHABEN?

ALTE WELT IST STRUKTURSCHWACHE GRENZREGION VON VIER LANDKREISEN

> VIELE AKTEURE ERSCHWEREN ABGESTIMMTE EFFIZIENTE ENTWICKLUNG

HOHE KOMMUNALE VERSCHULDUNG

> GERINGE FINANZIELLE MITTEL

> GERINGE PERSONALAUSSTATTUNG BEI KLEINEN VERWALTUNGEN

Absorptionsfähigkeit stärken



WELCHE PROJEKTE SOLLEN ANGEANGEN WERDEN?

UMSETZUNG DES HANDLUNGSANSÄTZE AUS DEM LEITBILD ALTE WELT

> FOKUS: DEMOGRAFISCHEM WANDEL BEGEGNEN, INFRASTRUKTUR UND DAS REGIONALES SELBSTBEWUSSTSEIN VERBESSERN

z.B. MVZ, Alte-Welt-Höhenradweg, Umsetzung Marketingkonzept

FÖRDERUNG DER KOOPERATION DER BETEILIGTEN

ENTWICKLUNG EINES INTEGRIERTEN FÖRDERMITTELMANAGEMENTS

WIE SOLL EIN FÖRDERMANAGEMENT AUFGEBAUT WERDEN?

GRUNDLAGE:

ERFAHRUNG AUS ALTE WELT INITIATIVE UND STRUKTURLOTSENPROJEKT

AUFBAU EINER INTERKOMMUNALEN ANLAUFSTELLE BEIM ALTE WELT E.V.
KOORDINATION UND MODERATION EINER INTEGRIERTEN UND ENDOGENEN
REGIONALENTWICKLUNG

STRUKTURANALYSE UND (EXPERTEN-)WORKSHOPS

→ GEMEINSAM DER STRUKTURSCHWÄCHE ENTGEGENWIRKEN

Absorptionsfähigkeit stärken

1. Schritt Stelle besetzen

Kreisverwaltung Kusel
1 Tag · 

Kreisverwaltung Kusel informiert - Stellenausschreibung
Projektmitarbeiter (m/w/d)

Bei der Kreisverwaltung Kusel ist zum nächstmöglichen Zeitpunkt folgende Stelle zu besetzen:
 Projektmitarbeiter (m/w/d)... [Mehr anzeigen](#)



Nähere Infos zu dieser und anderen offenen Stellen: <https://landkreis-kusel.ppa-duew.jobs/index>
Kreisverwaltung Kusel, Personalreferat, Trierer Straße 49-51, 66869 Kusel.



Projektmanager

Vollzeit befristet bis 30.09.2027

Arbeitgeber: e.V. oder Kommune

Absorptionsfähigkeit stärken 2. Schritt SROP fertigstellen

1. Projekte sammeln
Termin VG-LK im Januar
2. Austausch in
Koordinatorenrunde
3. Steckbriefe erstellen
mit Meilensteinen und
Finanzierung
4. Bereisung durch die
Forschungsassistenz

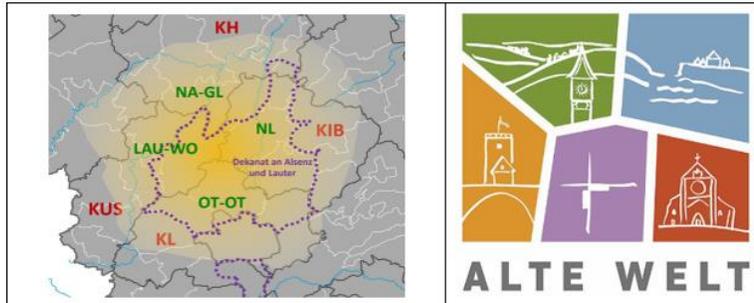
29.08.2024	Antragstellung
16.10.2024	Förderbescheid
04.11.2024	Digitale Auftaktveranstaltung
05.11.2024	Kickoff-Termin mit Forschungsassistenz
26.+27.11.2024	1. Transferwerkstatt in Altenburg
07.12.2024	Stellenausschreibung (Frist 05.01.2025)
13.12.2024	Koordinatorenrunde in Lauterecken
19.12.2024	Anschreiben an Ortsgemeinden Aufruf Förderprojekte melden bis 20.01.2025
08.01.2025	Abfrage Bestandserhebung (Frist Ende Januar)
24.01.2025	Koordinatorenrunde in Otterberg <i>Sammlung Strukturierung Projekte, Abstimmung Bereisung</i>
29.01.2025	Vorstellungsgespräche
31.01.2025	Videokonferenz mit Forschungsassistenz
10.+11.02.2025	1. BEREISUNG DER BMW SB-FÖRDERINITIATIVE „ABSORPTIONSFÄHIGKEIT STÄRKEN“
31.03.+01.04.2025	2. Transferwerkstatt der thematischen Initiative „Absorptionsfähigkeit stärken“ im Programm <i>Region gestalten</i>

Absorptionsfähigkeit stärken 2. Schritt SROP fertigstellen

Strategisches Operatives Programm (SROP) 2025-2026

zum Leitbild Alte Welt 2020

Stand: 13.11.2024



I Siedlungsentwicklung (3.2 im Leitbild): Senioren- und Mehrgenerationen-Wohnen, Innenentwicklung, Neue Lösungen für alte Höfe, Dorfmanager

II Soziales Miteinander (3.3): Dorfinitiativen und Vereine anstoßen und vernetzen, Neubürger in Dorfgemeinschaften integrieren, Dorftreff und andere soziale Orte der Begegnung schaffen, Kinder und Jugendliche stärker in den Ort integrieren

III Mobilität/Straßen (3.5): Gute bedarfsgerechte Mobilität vor allem in den Grenzbereichen, Qualität der bestehenden Verbindungen sichern, E-Mobilität in der Region etablieren Lücken im Radwegenetz schließen und E-Bike-Infrastruktur ausbauen.

IV Nahversorgung (3.6): Unterstützung bei der Sicherung von Versorgungsstandorten, Innovative Nahversorgungslösungen, Wertschätzung für lokales Einkaufen/regionale Produkte.

V Arbeit/Wirtschaft/Tourismus (3.8+3.9): Weitere Stärkung des Handwerks/Modellregion, Arbeitsplätze im Dorf schaffen, Landwirtschaftliche Bewirtschaftung und deren Wertschätzung in der Bevölkerung stärken, Chancen erneuerbarer Energien solidarisch und regionsangepaßt nutzen, Verkehrsverbindungen für Pendler und Betriebe sichern.

VI Gesundheitsversorgung/Pflege (3.11): Praxisstandorte und Versorgungsstrukturen sichern, dezentrale Gesundheitsversorgung und Telemedizin stärken, dezentrale und alternative Wohn- und Betreuungsformen für Senioren und andere Zielgruppen fördern, Bewußtsein für die Gesundheitsversorgung stärken.

VII: Regionales Selbstbewusstsein/Identität (3.14, Marketingkonzept Alte Welt): Stärken erkennen und bewußt machen. (Vermeintliche) Schwächen neu bewerten

I. Siedlungsentwicklung	II. Soziales Miteinander	III. Mobilität / Straßen	IV. Nahversorgung	V. Arbeit, Wirtschaft, Tourismus	VI. Gesundheit	VII. Marketing
<ul style="list-style-type: none"> • I.1. Neue Lösungen für alte Höfe Leerstände in Wert setzen • I.2. Leerstände in Wert setzen • I.3. Konversionsflächen entwickeln • I.4. Wohnungs- und Grundstücksgesellschaft • I.5. Pilot Tinyhaussiedlung • I.6. Unsichtbaren Wohnraum sichtbar machen • I.7. Innenentwicklung vor Ort erleben • I.8. Ansiedlungsmanagement „Working Places“ 	<ul style="list-style-type: none"> • II.1. Dorfraumentwickler, Ideenschmiede • II.2. Familienfreundliche Alte Welt • II.3. Dritte Orte schaffen 	<ul style="list-style-type: none"> • III.1. Ausbau Radwegeinfrastruktur • III.2. E-Mobilität Infrastruktur 	<ul style="list-style-type: none"> • IV.1. Nahversorgung durch Automaten • IV.2. Mobile Nahversorgung 	<ul style="list-style-type: none"> • Tourismus: • V.1. Rad- und Wanderwegekonzepte • V.2. Nationaler Geopark • V.3. Ausbau Camping und Womo • Wirtschaft: • V.4. Fackkräfteevents • V.5. Land auf Probe • V.6. Working Spaces • V.7. Regionale Produkte 	<ul style="list-style-type: none"> • VI.1. Gesundheitskonzept Alte Welt • VI.2. Ärzte für die Westpfalz • VI.3. 5G Konzept 	<ul style="list-style-type: none"> • VII.1. Umsetzung Marketingkonzept „Alte Welt“

Marketingkonzept



Kuhl|Frenzel
Agentur für Kommunikation



**Marketingkonzept zur Umsetzung des Leitbildes des Vereins
Alte Welt e.V. – Corporate Design**

Stand: 21. November 2024

1. Zielsetzung
2. Strategien und Maßnahmen
3. Corporate Design
4. Slogan
5. Imagekampagne „Danke“
6. Media Plan
7. Kommunikationsmedien

Marketingkonzept



Flyer

Homepage

