

## *Merkblatt*

*Für die regionalen Entwicklungsträger (RET), Luzern Tourismus AG (LTAG) und die Projektträger von NRP-Projekten*

### Wirkungsorientierung in der Neuen Regionalpolitik (NRP)

#### **1. Vorbemerkungen**

Die NRP-Arbeitshilfe ist seit Januar 2017 in Kraft. Die Wirkungsorientierung ist, wie auch in der Arbeitshilfe verdeutlicht, ein zentraler Bestandteil des NRP-Projektprozesses. Von der Projektentwicklung über die Projektumsetzung bis hin zum Projektabschluss werden die Projekte anhand ihrer Wirkung diskutiert. In den Formularen (Projektantrag, Projektvereinbarung, Zwischenbericht und Schlussbericht) ist die Wirkungsorientierung somit bereits verankert.

Für die Projekte aus dem Jahr 2016 wurden keine Wirkungsfragen vereinbart, da die Arbeitshilfe erst 2017 in Kraft getreten ist. Es wurde jedoch in den Projektvereinbarungen (unter Abschnitt 5. Berichterstattung und Controlling) festgelegt, dass bei der zukünftigen Berichterstattung neue Reportingvorlagen zu berücksichtigen sind, in denen die Erfolgsfaktoren der Projekte nach thematischen Schwerpunkte erhoben werden.

Die Wirkungen der NRP-Projekte zeigen sich oft erst zeitverzögert, da die Wertschöpfung erst nach der Markt- bzw. Produkteinführung erfolgt. Aus diesem Grund sollen die Projektträger verpflichtet werden, mindestens 3 Jahre nach Einreichung des Schlussberichts, Informationen zu den Wirkungen zu liefern. In den Projektvereinbarungen ist dies so verankert.

#### **2. Wirkungsmodell Kanton Luzern / Vereinbarung mit dem Bund**

Das Wirkungsmodell des Kantons Luzern ist in der Programmvereinbarung 2016 bis 2019 mit dem Bund (SECO) festgehalten. Der Kanton Luzern hat dem Bund jährlich in dem Jahresbericht Rechenschaft über die finanzierten NRP-Projekte abzugeben. Neben den erzielten Ergebnissen (Output) ist die Wirkung (Outcome) auf Programmebene auszuweisen.

## 2.1 Wertschöpfungssystem „Industrie und Gewerbe“

Vertragsziele	Wirkungen (Outcomes)	Erfolgsindikatoren
Förderung des Unternehmertums durch gezielte Angebote	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Unternehmen machen sich auf effiziente und adressatengerechte Weise mit neuen technischen, wirtschaftlichen und politischen Sachverhalten vertraut.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zahl der unterstützten Produkt- und Prozessinnovationen in KMU</li> <li>- Ausgelöste Investitionsvolumen in den Projekten</li> </ul>
Stärkung der ländlichen Unternehmensstrukturen durch Kooperationen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Unternehmen setzen ihre spezifischen Stärken in Netzwerken umfassender in Wert.</li> <li>- Die Wertschöpfung wird durch neue Produktpaletten (Diversifizierung) und neue Zuliefererbeziehungen (Steigerung der Effizienz) gesteigert.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zahl der Unternehmen in unterstützten Unternehmensnetzwerken</li> <li>- Ausgelöste Investitionsvolumen in den Projekten</li> </ul>

## 2.2 Wertschöpfungssystem „Tourismus“

Vertragsziele	Wirkungen (Outcomes)	Erfolgsindikatoren
Zielgruppenorientierte und koordinierte touristische Infrastrukturentwicklung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investitionen im Tourismus sind dank der Erleichterung der Finanzierung bzw. Verbesserung der Tragbarkeit realisiert.</li> <li>- Die touristischen Leistungserbringer kooperieren stärker untereinander.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investitionen in touristische Infrastruktur</li> <li>- Ausgelöste Investitionsvolumen in den Projekten</li> </ul>
Innovative Produktentwicklungen in den ländlichen Tourismusgebieten	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 4 bis 6 Produktentwicklungen sind von touristischen Leistungsträgern umgesetzt.</li> <li>- Dank der Fokussierung und der Impulse für Umsetzungsprojekte im überbetrieblichen Bereich resultieren günstige Voraussetzungen für die Realisierung attraktiver Gesamtangebote und Wertschöpfungsketten in Nischenmärkten.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Neue bzw. vernetzte touristische Angebote im ländlichen Raum</li> </ul>
Starke Positionierung der gesamten Erlebnisregion Luzern – Vierwaldstättersee im Standortwettbewerb bei Gästen und Potentiellen Investoren	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Der einheitliche Auftritt und das professionelle Produktmanagement durch die DMO bilden einen verlässlichen Rahmen für den Tourismus im Kanton Luzern.</li> <li>- Günstige Voraussetzungen und Impulse für die Weiterentwicklung von Angeboten und die Realisierung damit verbundener Investitionen durch eine Vielzahl touristischer Anbieter.</li> <li>- Die DMO Luzern ist gestärkt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Neue bzw. weiter entwickelte Angebote in prioritären Tourismusgebieten</li> </ul>

## 2.3 Wertschöpfungssystem „Standortattraktivität“

Vertragsziele	Wirkungen (Outcomes)	Erfolgsindikatoren
Attraktivierung von Regionalzentren und zentralörtlichen Gebieten	- Gemeinden und private Investoren bzw. Entwickler von Liegenschaften erhalten klare, attraktive Rahmenbedingungen für ihre Aktivitäten (ausgeschlossen sind Projekte im Rahmen ordentlicher Raumplanungsprozesse und -instrumente).	- Ausgelöste Investitionsvolumen in den Projekten
Flächenmanagement und Revitalisierung von Industrie- und Gewerbebranchen	- Die Realisierung von Investitionsvorhaben ist beschleunigt. - Der Engpassfaktor für ansässige und potentiell neu zuziehende Unternehmen ist gemildert.	- Ausgelöste Investitionsvolumen in den Projekten
Nutzung endogener Potentiale	- Programme zur gezielten Nutzung der endogenen Potentiale der ländlichen Räume z.B. in den Bereichen Landwirtschaft und Ernährung, Holzverarbeitung, Energie oder Sport sind umgesetzt. - Projekte zur Inwertsetzung der im ländlichen Raum vorhandenen Potentiale sind gefördert.	- Neue Angebote, welche auf endogenen Potentialen des ländlichen Raums aufbauen - Klare Schwerpunkte zur Weiterentwicklung des ländlichen Raums und Vernetzung der regionalen Akteure

Damit der Kanton dem Bund im Rahmen der jährlichen Berichterstattung die Wirkungen darlegen kann, ist eine Festlegung von standardisierten Indikatoren sinnvoll, insbesondere auch im Hinblick auf die Vergleichbarkeit der Projekte untereinander.

### 3. Verwendung des vorliegenden Merkblatts

Die Dienststelle Raum und Wirtschaft (rawi) hat folgendes Indikatoren Set (siehe Abschnitt 5) entwickelt, welches zum Einsatz kommen soll. Damit kann sichergestellt werden, dass die Wirkungsmessung systematisch erfolgen kann. Die Arbeitsblätter dienen insbesondere den RET und der LTAG, die die Projekte begleiten als Hilfestellung, um eine verstärkte Wirkungsorientierung bei den Projekten zu erreichen.

Ziel ist es, in den Projektvereinbarungen mehrheitlich standardisierte Indikatoren je nach Vertragsziel festzulegen. Diese Indikatoren sind jedoch im Einzelfall und projektbezogen festzulegen, es besteht weiterhin die Freiheit, zusätzliche Indikatoren in die Projektvereinbarungen mitaufzunehmen.

#### 4. Unterscheidung zwischen Konzept- und Umsetzungsprojekten

Der Kanton Luzern unterscheidet zwischen zwei Projekttypen

##### 1. Konzeptprojekte

Im Rahmen der NRP können Businesspläne, Machbarkeitsstudien, Vorstudien und sonstige Abklärungen unterstützt werden, wenn die NRP-Kriterien (siehe Arbeitshilfe) eingehalten werden.

##### 2. Umsetzungsprojekte

Im Rahmen der NRP können konkrete Umsetzungsprojekte unterstützt werden, dies kann beispielsweise die Entwicklung von neuen Produkten sein.

#### 5. Laufende Projekte der Umsetzungsperiode 2016 bis 2019

Bei den bereits gestarteten Projekten wurde jeweils die Bemerkung in die Projektvereinbarung aufgenommen, dass sich die Reportingvorlagen für die neue Umsetzungsperiode zurzeit der Unterzeichnung dieser Projektvereinbarung noch in Erarbeitung befinden. Für die laufenden Projekte sind die folgenden Wirkungsindikatoren im Schlussbericht zusätzlich auszuweisen.<sup>1</sup>

#### 6. Standardisiertes Indikatoren Set

##### 6.1 Wertschöpfungssystem „Industrie und Gewerbe“

Vertragsziele	Indikatoren	Erläuterung für Konzeptprojekte	Erläuterung für Umsetzungsprojekte
Förderung des Unternehmertums durch gezielte Angebote	Anzahl Beschäftigte	Businessplan: Planzahlen	Gesicherte und neue Arbeitsplätze (Vollzeitäquivalente) durch das Projekt
	Anzahl Coachings/betreute Geschäftsideen/Beratungen	Businessplan: Planzahlen	Anzahl Coachings
	Anzahl neue Startups	Businessplan: Planzahlen	Anzahl Start-ups per Ende Jahr
	Umsatz aus Geschäftsmodell (Vermietungen, Coachings, etc.)	Businessplan: Planzahlen	Umsatz per Ende Jahr
Stärkung der ländlichen Unternehmensstrukturen durch Kooperationen	Anzahl Beschäftigte	Businessplan: Planzahlen	Gesicherte und neue Arbeitsplätze (Vollzeitäquivalente) durch das Projekt
	Anzahl verkaufte Einheiten	Businessplan: Planzahlen	Verkaufte Einheiten des neuen Produkts
	Umsatzzahlen	Businessplan: Planzahlen	Aufgrund des neuen Produkts, evtl. Teilmenge
	Ausgelöste Investitionen	Businessplan: Planzahlen	Ausgelöstes Investitionsvolumen im Projekt
	Zahl der Unternehmen / Partner in	Projektpartner gemäss Businessplan	Anzahl tatsächliche Partner

<sup>1</sup> Die Dienststelle Raum und Wirtschaft (rawi) wird die RET und die LTAG im Rahmen eines Fachausschusses informieren, um welche Projekte es sich handelt.

Netzwerken bzw. gemeinsamen Projekten
---------------------------------------

## 6.2 Wertschöpfungssystem „Tourismus“

Vertragsziele	Indikatoren	Erläuterung für Konzeptprojekte	Erläuterung für Umsetzungsprojekte
Innovative Produktentwicklungen in den ländlichen Tourismusgebieten	Anzahl Beschäftigte	Businessplan: Planzahlen	Gesicherte und neue Arbeitsplätze (Vollzeitäquivalente) durch das Projekt
	Neue bzw. weiter entwickelte Angebote in prioritären Tourismusgebieten	Businessplan: Planzahlen	Anzahl geschaffte neue touristische Angebote
	Anzahl Besucher/Gäste	Businessplan: Planzahlen	Besucher, die neues Angebot nutzen
	Touristischer Umsatz des neuen Produkts	Businessplan: Planzahlen	Jährlicher Umsatz aufgrund des neuen Produkts
Zielgruppenorientierte und koordinierte touristische Infrastruktur-entwicklungen	Anzahl Beschäftigte	Businessplan: Planzahlen	Gesicherte und neue Arbeitsplätze (Vollzeitäquivalente) durch das Projekt
	Investitionen in touristische Infrastruktur	Businessplan: Planzahlen	Ausgelöstes Investitionsvolumen in konkreten Bauprojekten (beispielsweise Seilbahnen, touristischen Freizeiteinrichtungen etc.)

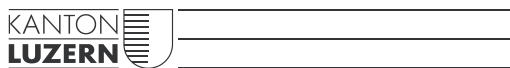
## 6.3 Wertschöpfungssystem „Standortattraktivität“

Vertragsziele	Indikatoren	Erläuterung für Konzeptprojekte	Erläuterung für Umsetzungsprojekte
Attraktivierung von Regionalzentren und zentralörtlichen Gebieten	Anzahl Beschäftigte	Businessplan: Planzahlen	Gesicherte und neue Arbeitsplätze (Vollzeitäquivalente) durch das Projekt
	Sensibilisierung der Schlüsselakteure	Qualitative Bewertung aufgrund Befragung Beteiligter	-
	Investitionsvolumen in Dorfkernentwicklung/ Zentrumsentwicklung	Potentialabschätzung über zukünftiges Investitionsvolumen	Geplantes Investitionsvolumen aufgrund konkreter Projekte
Flächenmanagement und Revitalisierung von Industrie- und Gewerbebranchen	Anzahl Beschäftigte	Businessplan: Planzahlen	Gesicherte und neue Arbeitsplätze (Vollzeitäquivalente) durch das Projekt
	Erschlossene Flächen	Potentialabschätzung der evaluierte Flächen, die erschlossen werden können	Konkretes Bauprojekt mit Flächennutzung
	Investitionsvolumen in Dorfkernentwicklung/ Zentrumsentwicklung	Potentialabschätzung über zukünftiges Investitionsvolumen	Geplantes Investitionsvolumen aufgrund konkreter Projekte

Nutzung endogener Potentiale	Anzahl Beschäftigte	Businessplan: Planzahlen	Gesicherte und neue Arbeitsplätze (Vollzeitäquivalente) durch das Projekt
	Programme endogene Potentiale liegen vor	Schlussbericht Konzeptprojekt	Umsetzung von Projekten
	Anzahl entwickelter / geförderter NRP-Projekte, die auf Potentialen des ländlichen Raums aufbauen	Entwicklung von Projekten in den Regionen	Umsetzung von Projekten



Ausgabe: September 2017



**Raum und Wirtschaft (rawi)**

Raumentwicklung

Fachbereich Wirtschafts- und Regionalentwicklung

Murbacherstrasse 21

6002 Luzern

[www.rawi.lu.ch](http://www.rawi.lu.ch)