

**AktivRegion**  
Ostseeküste



# Workshop „Regionale Wertschöpfung“ im Rahmen der Erstellung der Integrierten Entwicklungsstrategie

27. Januar 2022

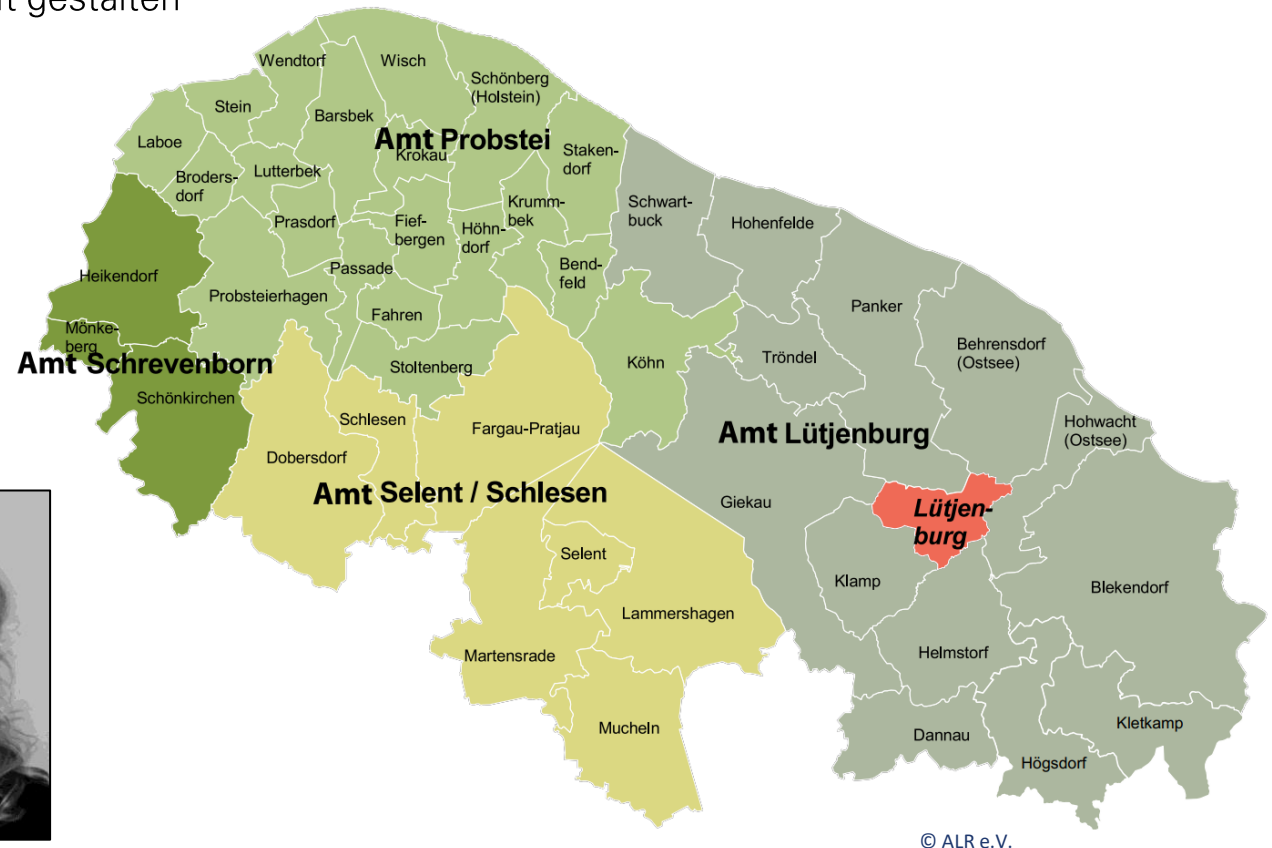
© Wilm Ihlenfeld – stock.adobe.com

1. Allgemeine Einführung
2. Auszüge der Fragebogenauswertung
3. Einführung in das Thema
4. Vorstellung der SWOT-Analyse zum Thema
5. Aktive Phase → Workshop
6. Ausblick

# AKTIV REGION OSTSEEKÜSTE

## LAG AktivRegion Ostseeküste e.V.

Vielfalt nutzen – gemeinsam die Zukunft gestalten



**Sönke Körber**  
1. Vorstandsvorsitzender



**Swea Evers**  
Regionalmanagerin

1. Allgemeine Einführung
2. Auszüge der Fragebogenauswertung
3. Einführung in das Thema
4. Vorstellung der SWOT-Analyse zum Thema
5. Aktive Phase → Workshop
6. Ausblick

# WARUM eine Integrierte Entwicklungsstrategie?

# Bewerbung als AktivRegion Ostseeküste für die neue Förderperiode 2023 - 2027

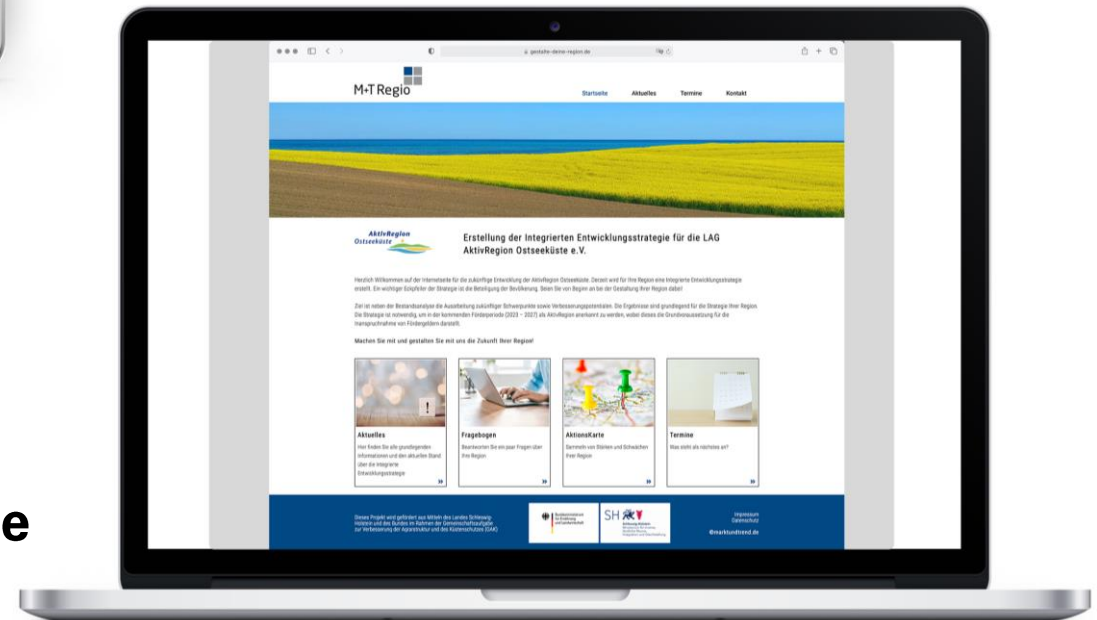
**2,5 Mio. Euro  
für jede  
AktivRegion**



# WIE bringen Sie sich ein?



## Bewerben über Social-Media und Presse



[www.gestalte-deine-region.de](http://www.gestalte-deine-region.de)



- Digitale Workshops
- Fragebogen für Jugendliche und Erwachsene

**[www.gestalte-deine-region.de/aktuelles](http://www.gestalte-deine-region.de/aktuelles)**



**Befragung für Jugendliche**



**Befragung für Erwachsene**

## ABLAUF

---

1. Allgemeine Einführung
2. **Auszüge der Fragebogenauswertung**
3. Einführung in das Thema
4. Vorstellung der SWOT-Analyse zum Thema
5. Aktive Phase → Workshop
6. Ausblick

*AktivRegion  
Ostseeküste*



# Auszüge der Fragebogenauswertung

Erwachsene

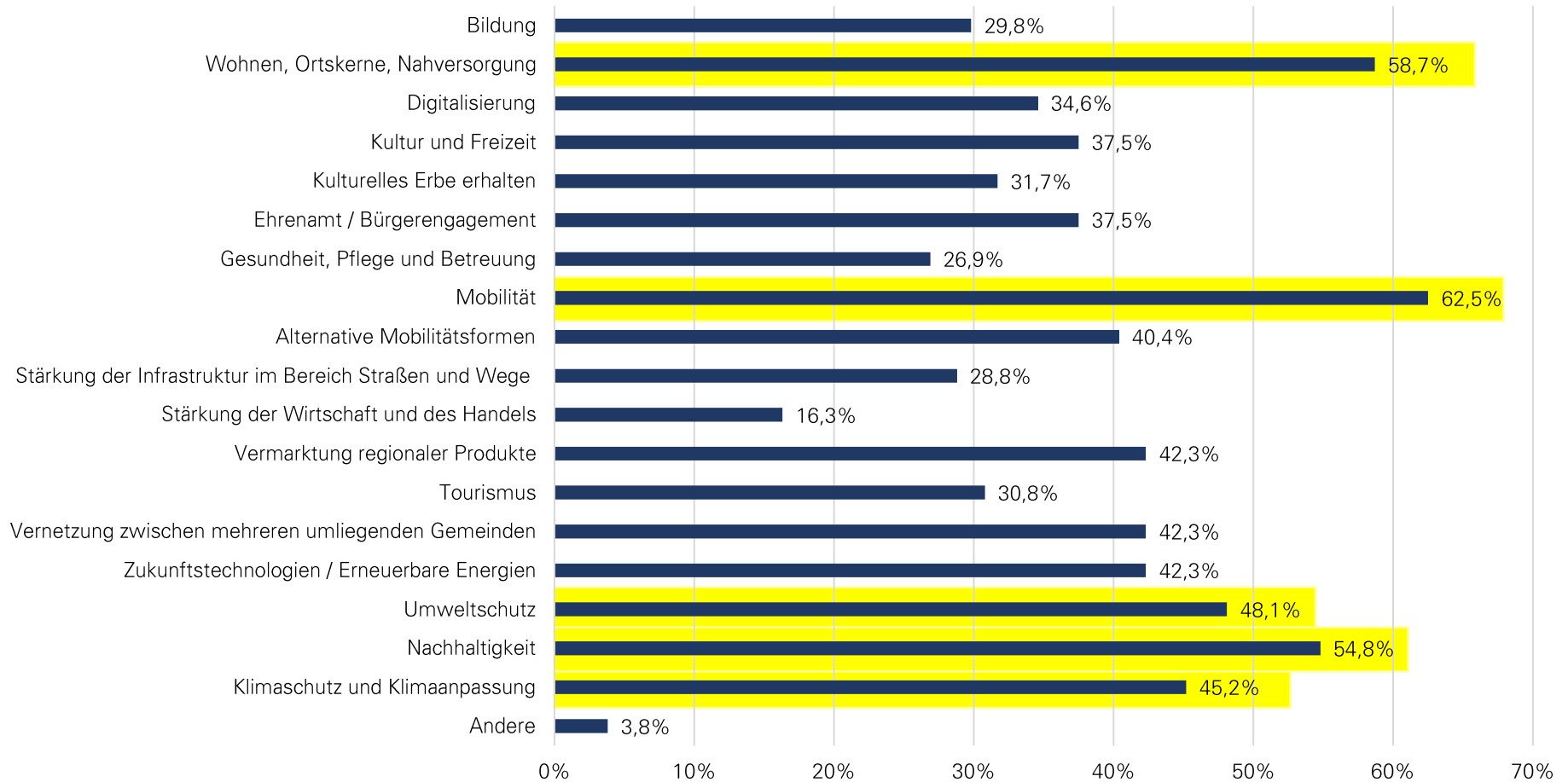
im Rahmen der Erstellung der Integrierten Entwicklungsstrategie

Dezember 2021

© Wilm Ihlenfeld – stock.adobe.com

## Welche Themen sollten für die Zukunft priorisiert werden?

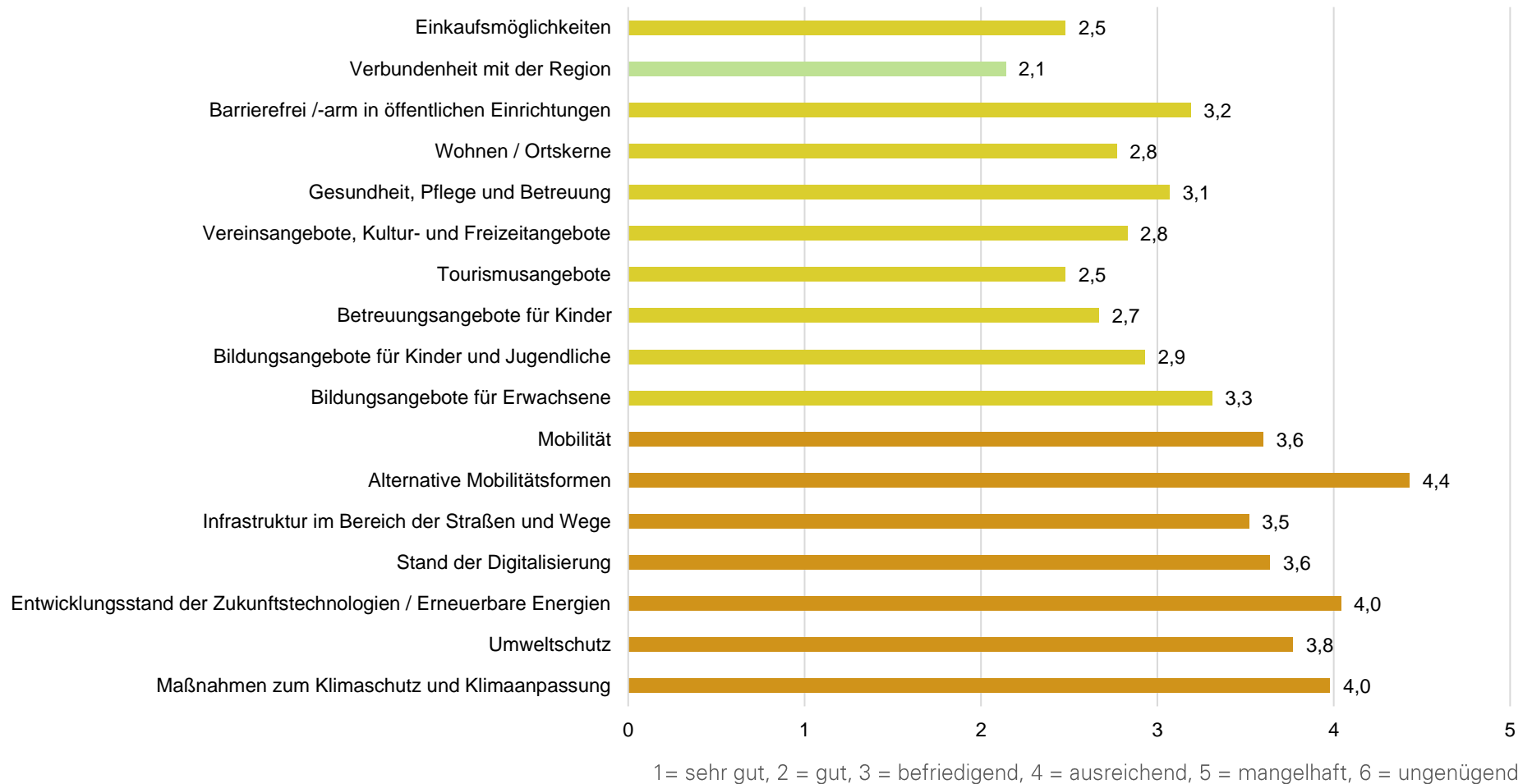
Insbesondere die Themen Wohnen, Ortskerne, Nahversorgung (59 %) und Mobilität (63 %) sollen für die Zukunft priorisiert werden. (Mehrfachnennung möglich)



Andere: Meeresschutz, sanfter Tourismus, Integration von Neubürgern

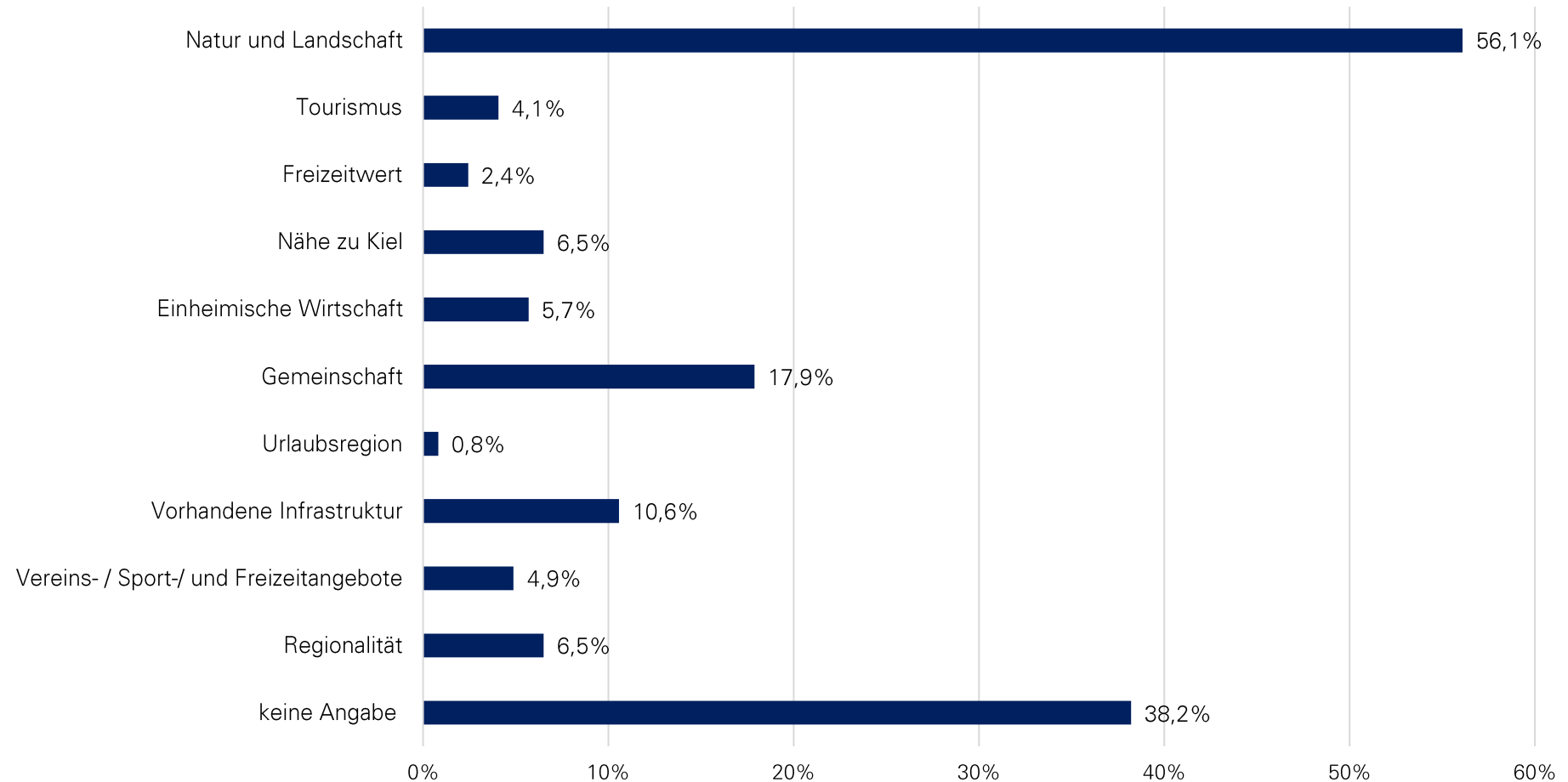
## Wie zufrieden sind Sie mit...?

Mit Ausnahme der Verbundenheit mit der Region erhalten die abgefragten Merkmale durchschnittliche bis ausreichende Werte, wobei die alternativen Mobilitätsformen am schlechtesten abschneiden.



## Was mögen Sie besonders an Ihrer Region?

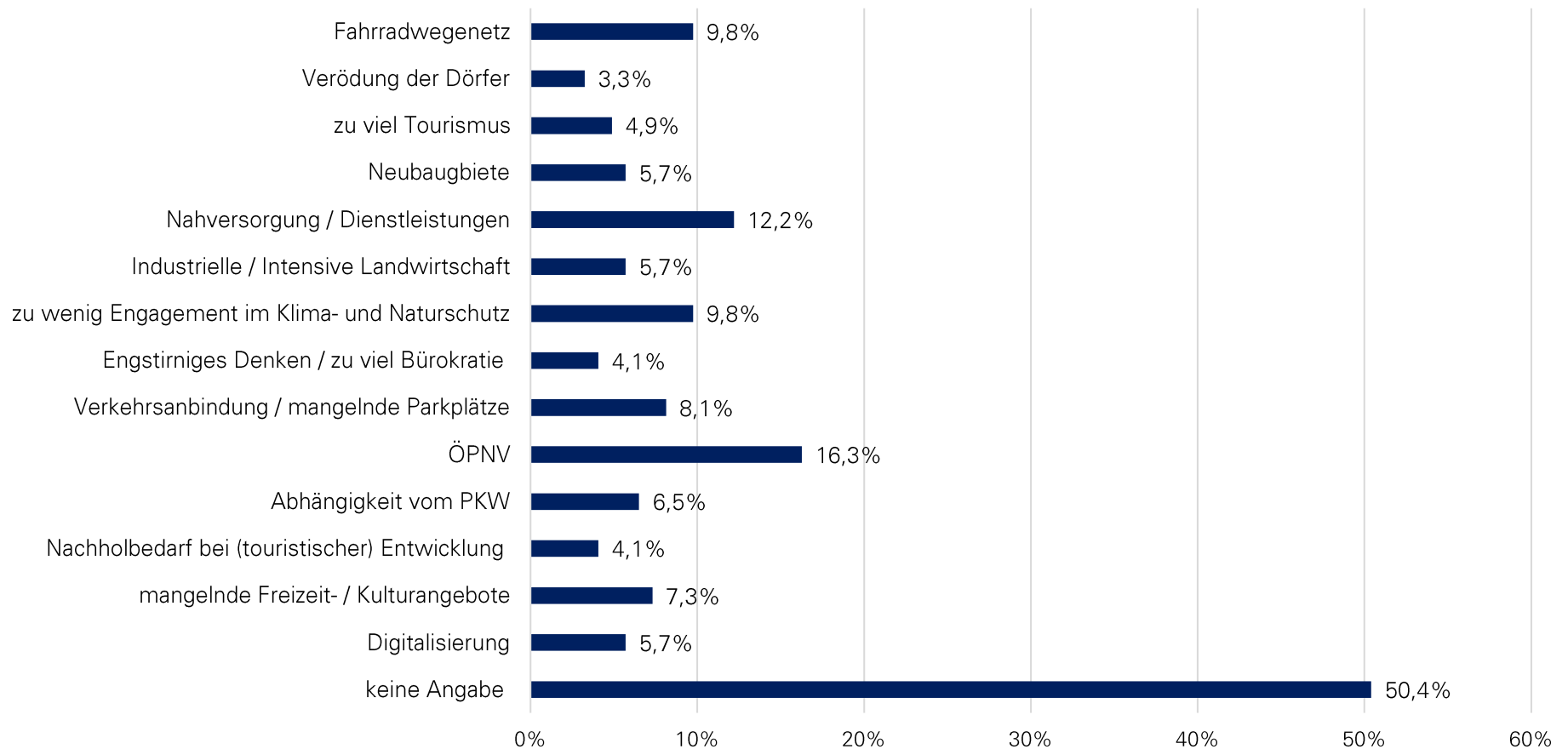
Insbesondere die Natur und Landschaft sowie die gute Gemeinschaft werden positiv hervorgehoben.  
(Mehrfachnennung möglich)



Sonstige Angaben: Es wurden weitere Angaben genannt, die in der Auswertung aufgrund der wenigen Nennungen nicht mit berücksichtigt wurden.  
Selbstverständlich werden alle Angaben in der IES berücksichtigt.

## Was mögen Sie weniger an Ihrer Region?

Die Befragten wünschen sich ein besseres Angebot im ÖPNV, bei der Nahversorgung und bei Dienstleistungen. (Mehrfachnennung möglich)



Sonstige Angaben: Es wurden weitere Angaben genannt, die in der Auswertung aufgrund der wenigen Nennungen nicht mit berücksichtigt wurden. Selbstverständlich werden alle Angaben in der IES berücksichtigt.



Die Ergebnisse der Evaluierung sind nur erste Erkenntnisse der Integrierten Entwicklungsstrategie.

Die gesamte Auswertung finden Sie auf der Webseite  
**[www.gestalte-deine-region.de/aktuelles](http://www.gestalte-deine-region.de/aktuelles)**

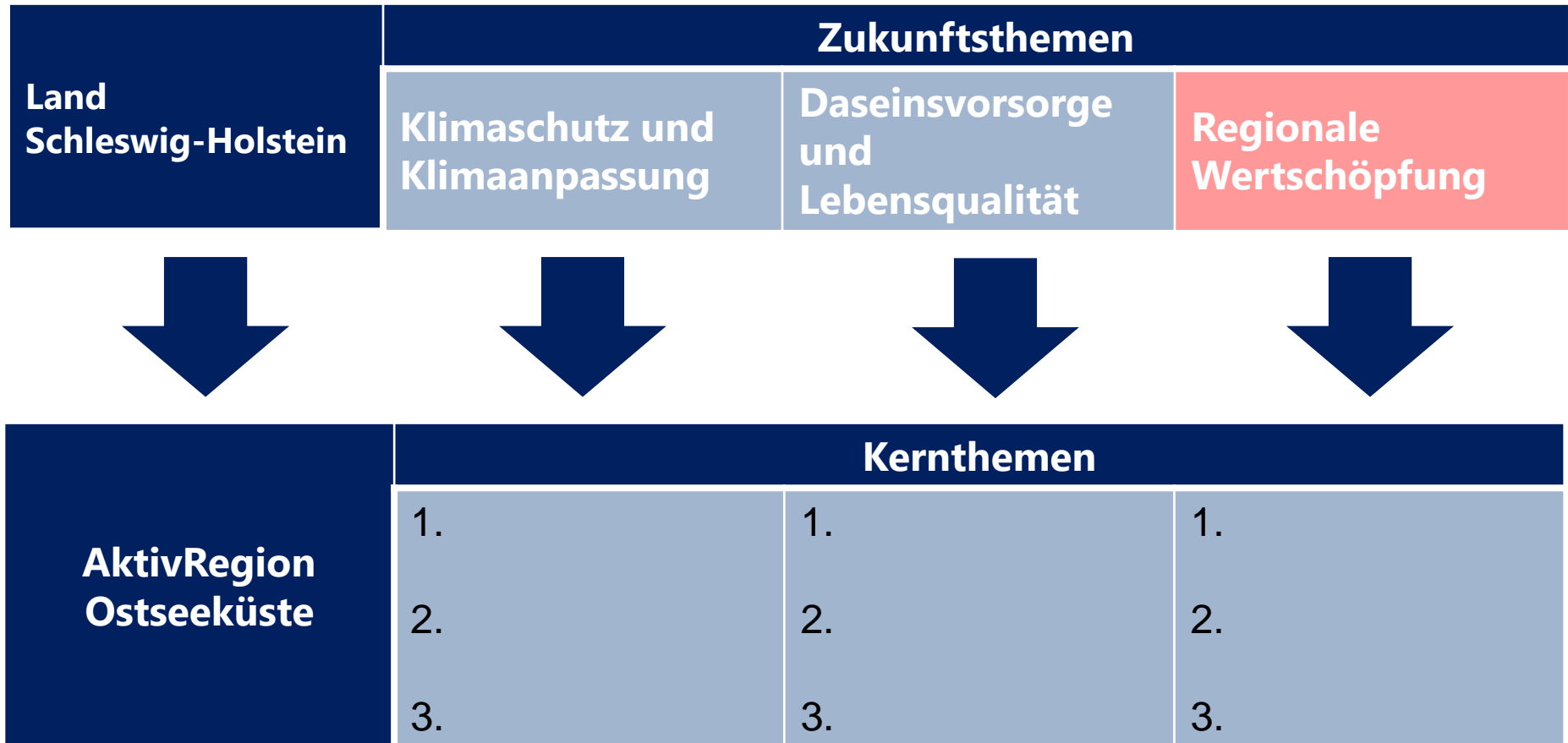
## ABLAUF

---

1. Allgemeine Einführung
2. Auszüge der Fragebogenauswertung
3. Einführung in das Thema
4. Vorstellung der SWOT-Analyse zum Thema
5. Aktive Phase → Workshop
6. Ausblick

# FÖRDERTHEMEN

## Integrierte Entwicklungsstrategie für die neue EU-Förderperiode



## **Regionale Wertschöpfung** verbindet Akteur:innen, schafft

Logistik und bietet Vorteile für die Region:

- Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit
- Inwertsetzung lokaler Potenzialen und ungenutzter Ressourcen
- Stärkung des ländlichen Raums
- Kurze Transportwege
- Arbeitsplätze vor Ort

Touristische Landkarten

Tourismuskonzept

Spielerlebnisangebot im Außenbereich des SH Eiszeitmuseums

Modernisierung Lachmöwentheater

Wegeleitverkehrskonzept

Ostseebadeinseln

Neubau Aubrücke Schloßpark Hagen

Modernisierung Museum

Wachstation Behrendsdorfer Strand

Webseiten für Gemeinden und Tourismusorganisationen

## ABLAUF

---

1. Allgemeine Einführung
2. Auszüge der Fragebogenauswertung
3. Einführung in das Thema
4. **Vorstellung der SWOT-Analyse zum Thema**
5. Aktive Phase → Workshop
6. Ausblick

## Regionale Wertschöpfung - Handel und Wirtschaft

<b>STÄRKEN</b>	<b>SCHWÄCHEN</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• flächendeckende Versorgung</li> <li>• regionale Produkte</li> <li>• geringe Arbeitslosenquote und Arbeitsplätze vor Ort</li> <li>• Inhabergeführte Unternehmen</li> <li>• Einnahmen für die Gemeinde</li> <li>• niedrigpreisige Angebotsvielfalt</li> <li>• Landgasthöfe</li> <li>• Bäuerliche Betriebe – Vermarktung</li> <li>• Glasfaser Anschluss</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• überlastete Handwerksbetriebe</li> <li>• Personalmangel</li> <li>• weite Wege</li> <li>• fehlende Vermarktungsplattform</li> <li>• wenig Betriebe und Geschäfte</li> <li>• viele unbekannte Klein(st)betriebe</li> <li>• schleppende Digitalisierung</li> <li>• Konzentration von Geschäften / Einkaufszentren</li> </ul>
<b>CHANCEN</b>	<b>RISIKEN</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arbeitsplätze vor Ort</li> <li>• ökologische Angebote</li> <li>• Deutungsgewinn der Digitalisierung</li> <li>• Co-Working-Spaces</li> <li>• digitaler Ausbau</li> <li>• Zusammenschluss von Klein(st)betrieben zu Gewerbehöfen mit gemeinsamer Vermarktung</li> <li>• Speziallösungen für Tourismusbetriebe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dauerhafter Personalmangel</li> <li>• ungelöste Betriebsnachfolge</li> <li>• schleppender Infrastrukturausbau und unzureichender Infrastrukturerhalt</li> </ul>



## Regionale Wertschöpfung - Regionale Produkte vermarkten

<b>STÄRKEN</b>	<b>SCHWÄCHEN</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arbeitsplätze</li> <li>• starke regionale, frische und authentische Produkte sind vorhanden (inkl. Fisch)</li> <li>• Frische durch Direkt- und Hofvermarktung sowie Wochenmärkte</li> <li>• Biobauern</li> <li>• kurze Fahrwege</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• fehlende Vermarktungsplattform und mangelnde gemeinsame Vermarktung</li> <li>• fehlende Rechtskenntnisse (Auflagen, etc.)</li> <li>• weite Wege, um alle Angebote zu nutzen</li> <li>• begrenzte Qualität der Produkte</li> </ul>
<b>CHANCEN</b>	<b>RISIKEN</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• weiterer Ausbau der regionalen Produkte</li> <li>• Markenbildung und Online-Vermarktung</li> <li>• stärkere Wertschätzung bäuerlicher Strukturen</li> <li>• Produktveredelung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dauerhafte Finanzierung (u.a. von Projekten zur Vermarktung)</li> <li>• großer zusätzlicher (personeller) Aufwand</li> <li>• hoher Wettbewerbsdruck und Preiskampf im Lebensmitteleinzelhandel</li> <li>• mangelnde Nachfrage</li> </ul>

## Regionale Wertschöpfung - Tourismus

<b>STÄRKEN</b>	<b>SCHWÄCHEN</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• attraktive Urlaubsregion</li> <li>• zurückhaltender Tourismus im Winter</li> <li>• gepflegte touristische Orte und Einrichtungen</li> <li>• starker Tourismusverband mit leistungsfähigen Tourist-Infos vor Ort</li> <li>• sanfter Tourismus</li> <li>• Landschaft / Natur / Meer</li> <li>• gute Erreichbarkeit von touristischem Ausland (Skandinavien)</li> <li>• gute Verkehrsanbindung Individualverkehr</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• starkes Verkehrsaufkommen zu Stränden und Hotspots</li> <li>• Überlastung und Überfüllung mit Touristen in der Saison</li> <li>• Parkflächenbedarf Tagestouristen</li> <li>• keine Bahnanbindung</li> <li>• fehlende Gaststätten</li> <li>• fehlende Wertschätzung der Natur</li> <li>• Radtourismus E-Bike, neue Schilder, veraltete Infrastruktur</li> <li>• Kurtaxe für Einheimische</li> </ul>
<b>CHANCEN</b>	<b>RISIKEN</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• BestAger und familienfreundlicher (werden)</li> <li>• hohe Wertschöpfung durch Tourismus</li> <li>• Fahrradtourismus</li> <li>• Vermarktung Hinterland</li> <li>• umfassendes Verkehrskonzept zur Steuerung der touristischen Verkehre und Entlastung der Einheimischen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Akzeptanz Tourismus</li> <li>• unausgewogener Tourismus</li> <li>• wenig Sorgfalt im Umgang mit der Natur, Küsten, zu viele Hunde verschmutzen Umwelt</li> <li>• Zweitwohnsitze und Wochenend-FeWos</li> <li>• sinkende Einwohnerzahlen</li> <li>• Verlust Heimatgefühl und Ortsgemeinschaft</li> </ul>

## ABLAUF

---

1. Allgemeine Einführung
2. Auszüge der Fragebogenauswertung
3. Einführung in das Thema
4. Vorstellung der SWOT-Analyse nach Thema
5. **Aktive Phase → Workshop**
6. Ausblick

# Ziel des Workshops:



## Kernthemen und Projektideen finden und priorisieren

## KERNTHEMEN

### Schwerpunktthema: Wachstum und Innovation

Kernthema:

- Ganzheitliche Vermarktung – Profil stärken durch regionale Angebote und Produkte

Kernthemenziele:

- Die Region nach innen und außen ganzheitlich und besser vermarkten und ein erkennbares, eigenständiges Profil entwickeln (Tourismus- und Wirtschaftsregion mit regionalen Angeboten und Produkten, Energieregion etc.)
- Nachhaltige touristische Entwicklung stärken durch angepasste Infrastruktur-Entwicklung, Angebotserweiterung und Profilierung (Natur/ Geo-Tourismus, innovativer Gesundheits-tourismus, barrierearme Reiseregion, Fahrradtourismus, E-Mobilität etc.)

### Zukunftsthema: Regionale Wertschöpfung

Kernthema:

Kernthemenziele:

Priorisierung:

## Vorschläge Zukunftsthema Regionale Wertschöpfung

Die folgenden Vorschläge sind eine Ableitung aus den gesammelten Kernthemen der Auftaktveranstaltung und aus der SWOT-Analyse



Sanfter Tourismus



Regionale Produkte und Angebote stärken und vermarkten



Schaffung eines attraktiven Lebens- und Arbeitsumfeldes

# Wechsel zu Miro



## Kernthema

1

### Zukunftsorientierter Tourismus



## Kernthema

2

### Regionale Produkte und Angebote stärken und vermarkten



## Kernthema

3

### Schaffung eines attraktiven Lebens- und Arbeitsumfeldes



## Kernthema

4

### Kernthemenziele

## Kernthema

5

### Kernthemenziele

## Kernthema

6

### Kernthemenziele

## Zukunftsorientierter Tourismus

### Kernthemenziele

Entzerrung der Verkehrsströme durch Kombination der ÖPNV/SPNV und Individueller Mobilität (Rad, Auto)

Vergünstigte Netzkarten für den ÖPNV

Tourismusgerechte Beschilderung in Schönberg

Erheblicher Ausbau der Radwege bzw. deren Ertüchtigung

Fußwegenetz ausbauen

"Unnötigen" touristischen Verkehr reduzieren

Lehrpfade zu verschiedenen Themen, z.B. Leben im Wasser

Hafen Lippe: Fahrrinne ausbaggern und den Sand nach Schönberger Strand zurück bringen. Gemeinschaftsaktion der Gemeinden Schönberg, Schönberger Strand, Behrendorf und Hohwacht und anderen.

Zusammenschluss der LTOs

Maßnahmen zur Müllvermeidung, Müllreduzierung

Errichtung von Ortschaftensammelparkplätze von denen die Touristen abgeholt werden?

Die QR Codes und Webseiten aktuell und funktionierend halten.

Tourismusakzeptanz fördern: Der Urlauber mein Freund und Brötchengeber UND wir sind alle Urlauber irgendwo in der Welt...

Regionaltypisches + Natur besser an Urlauber vermitteln

Regelmäßige Schiffsverbindung zwischen Laboe und Schönberg einrichten

Stellplätze für Wohnmobile und Wohnwagen schaffen

mit ÖPNV an die Strände

## Regionale Produkte und Angebote stärken und vermarkten

### Kernthemenziele

Solarenergie fördern, z.B. auf öffentlichen Gebäuden oder im Freifeld (Bürgersolaranlagen)

Gemeinsame Nutzgärten einrichten

PACT Initiativen

stärkere Verknüpfung regionaler Anbieter zu Anbietergemeinschaften

Vermarktung/Verkauf regionaler Produkte an touristischen Hotspots erhöhen

Herausstellen für welche regionalen Produkte unsere region steht

Digitale Übersichten/ Angebote schaffen

Berücksichtigung des vegan/vegetarischen Trends

Marke für die Vermarktung in der Region schaffen

Küche für gemeinsames Kochen mit regionalen Produkten

Ermöglichen von Fischzucht für Fischer und Nicht-Fischern

Plattform für regionale Produkte schaffen (Marktschwärmer-plattform)

den Vorteil beim Kauf regionaler Produkte besser vermarkten

Wochenmarkt einrichten

Gemeinsame Vermarktungsplattform

Logistiknetzwerke fördern

Digitales KnowHow bei Unternehmen stärken (niedrigschwellig)

# Kernthema

## Schaffung eines attraktiven Lebens- und Arbeitsumfeldes

### Kernthemenziele

Schaffung von Coworking-Spaces

Cowork Nord?

Schaffung von Wellness-Angeboten für Einheimische

Ausbau der Glasfasernetze deutlich verstärken, vor allem auf dem Lande

Aufenthaltsqualität in Gewerbegebieten verbessern

Schaffung von Bürgertreffpunkten

Wiederaufnahmen von Ehrenamtsmessen um das Vereinsleben sichtbarer zu machen

Gemeinschafts-atelier für Kunstschaffende

Alternativen zu Windparksiedlung aufzeigen (keine Verspargelung der Landschaft!)

Zugang zu Sporthallen, -geräten, angeboten ohne Vereinsmitgliedschaft

Altersübergreifender Spielplatz/Fitnessgeräte

Öffnung der Verpflegungsmöglichkeiten der Kitas und Schulen für alle Ortsansässigen (Senioren, Menschen, die nicht gerne kochen etc.)

Alternativen zu 5G aufzeigen (5G ist einer der größten Stromfresser!)

Feste Sonnenliegen/ große Parkbänke als Ruheräume

Förderung / Schaffung von Kultur- und Freizeitangeboten differenziert für alle Altersgruppen

Einbezug von Unternehmen außerhalb der Sektoren Tourismus und Landwirtschaft

Zielverfolgung/ Clustebildung bei der Ansiedelung von Betrieben

Mobilitätsangebote verbessern

diverses/breites Angebot für Erwerbstätigkeit in der Region (nicht nur Tourismus, Landwirtschaft)

Einrichtung von Online-VHS-Angeboten

Best practices sichtbar machen

# Projektideen

Angebote im Bereich Schifffahrt schaffen

Internetplattform nach Art: "Amazon für die AktivRegion"

Gemeinsame Vermarktungsplattform für regionale Produkte

Stände für Wochenmarkt bereitstellen

Erlebnissradwege

Gewerbegebietskümmerer a la "Mache dein Gewerbegebiet lebenswerter und attraktiver" (für die gesamte Region)

Schutzhütten für Radfahrer

Image-Figur z.B.-Korni: Verbindung Schaffen zwischen Tourismus-Profiteuren und Nicht-Profiteuren

Kümmerer für PACT- oder andere ähnliche Initiativen/Netzwerke

Dorf-P&R mit Shuttle-Service

Online-Vereinsdatenbank

Wanderwegenetz Gemeindebegreifend ausbauen mit Hinweisschildern, Karten und Bänken

Verknüpfung regionaler Anbieter + Angebote (Obst, Gemüse) mit Lieferservice

Hinweistafeln mit Multimediaangeboten hinterlegen. Mit QR Codes zum abrufen

Digitale Dörfer

Messe für Arbeitssuchende insbesondere in Hotel und Gaststätten

Teilnahme aller Städte an Müllsammelaktionen (Stadt, Straßen und Strand müssen sauber werden und bleiben!)

Inszenierung der themat. Radrouten (Erlebnisse, Storytelling)

Wettbewerb "Der attraktivste Arbeitgeber in der Region"

Mobilitätsstation (Fahrradstation, Mitfahrerbank, Lademöglichkeit für Fahrräder, Autos, Roller), Leihfahrräder bereitstellen

"The good tourist": Storytelling zur Erhöhung der Tourismusakzeptanz (Vom Urlauber zum Einheimischen, erst verliebt in die Ostsee nun in Nele oder Thies, Urlauber als freiwillige Müllsammler...)

Regelmäßige Schiffsverbindung zwischen Laboe und Schönberg einrichten

Videos zur Vorstellung der Besonderheiten der Region um Touristen und Einwohner zu informieren (Youtube)

Mehr Mülleimer!

Hinweistafeln Natur entlang des Ostseeküstenradweges

Potentialstudie "Stellplätze in der Region"

Regelmäßige Messe für Bioprodukte und nachhaltige Themen der Region

Regelmäßiges Freibaggern der Fahrinne im Hafen Lippe - Der Sand geht nach Schönberger Strand (Projekt mit Synergieeffekt)

Einbezug von Unternehmen außerhalb der Sektoren Tourismus und Landwirtschaft

Fischzucht und Muschelanzucht für Fischer und Nicht-Fischer (Hinweis zur FLAG)

"Dorffunk" in den Dörfern einführen

Parkplatzleitsystem aller Ostseebäder / Strände in der Probstei ab der B502

Aktivregioneweite Radrouten entwerfen

1. Allgemeine Einführung
2. Auszüge der Fragebogenauswertung
3. Einführung in das Thema
4. Vorstellung der SWOT-Analyse zum Thema
5. Aktive Phase → Workshop
6. **Ausblick**

## SO GEHT ES WEITER...

---

- Telefoninterviews mit den relevanten Akteuren
- Abstimmungsgespräche mit der Lenkungsgruppe
- Ausarbeitung Strategie
- Fertigstellung Strategie am 30.04.2022

Änderungen vorbehalten.



Ende.