

# KREISENTWICKLUNGS- KONZEPT OSTERHOLZ 2030

Impulse für Wirtschaft, Kultur und Tourismus



STÄRKEN  
MACHEN  
SICHERN  
LEUCHTEN



LANDKREIS OSTERHOLZ



# INHALT

Vorwort .....	5
<b>01</b> Orientierung.....	7
<b>02</b> Trends .....	9
<b>03</b> Qualitäten des Landkreises.....	13
<b>04</b> Leitlinien der Kreisentwicklung.....	16
<b>05</b> Integriertes Marketing .....	36
<b>05</b> Schlüsselaktivitäten.....	44
<b>06</b> Ausblick .....	62

## Impressum

**Landkreis Osterholz  
Amt für Kreisentwicklung**

**Ansprechpartnerin**

Isabella Adam  
Osterholzer Straße 23  
27711 Osterholz-Scharmbeck

**Bearbeitung Projektleitung**

Dipl. Ing. Stephan Landau

M.A. Alisa Koch

Sweco GmbH  
Karl-Ferdinand-Braun-Straße 9  
28359 Bremen

Gordon Gröfke  
marktrausch GmbH  
Dänische Straße 3-5  
24103 Kiel

25. März 2021





Abb. 2: Torfkahn auf der Hamme  
Foto: © Tourist-Information Worpswede / Jérôme Derivaux

# VORWORT

## Eine Zeit für klare Strategien

Liebe Leserinnen und Leser,

ein lebendiger Landkreis wird niemals fertig. Es gibt immer etwas zu tun!

Ständig werden wir mit Herausforderungen konfrontiert, die uns vor neue Aufgaben stellen. Ob Digitalisierung, Globalisierung, Erderwärmung oder demografischer Wandel: wir stehen Umbrüchen gegenüber, denen wir aktiv und weitsichtig begegnen müssen. Dabei nimmt das Tempo der Veränderungen zu, die Unsicherheit wächst.

Eine solche Zeit bedarf strategischer Orientierung und klarer Zielvorstellungen. Was zeichnet den Landkreis Osterholz als Wirtschaftsstandort, Kulturräum und touristische Destination aus? Wo wollen wir 2030 in diesen Themenkreisen stehen und wie gelangen wir dorthin? Was soll die Marke Osterholz auszeichnen und wie kommunizieren wir unsere Stärken noch erfolgreicher nach innen und außen? Diese und viele weitere Fragen haben wir uns gemeinsam mit Akteuren und Partnern aus Politik, Verwaltung und Gesellschaft gestellt und Antworten formuliert. Begleitet wurden wir auf diesem Weg vom Unternehmen Sweco aus Bremen und der Werbeagentur Marktrausch aus Kiel.

Ich freue mich, Ihnen nun das Kreisentwicklungskonzept 2030 für den Landkreis Osterholz vorlegen zu können. Es bietet zahlreiche Impulse und Handlungsansätze für Wirtschaft, Kultur und Tourismus. Stärken, machen, sichern, leuchten – diese vier Schlagworte auf der Titelseite beschreiben den Anspruch, den der Landkreis an sich selbst stellt und den unsere Bürgerinnen und Bürger, Unternehmen und Partner an uns stellen dürfen. Mir ist es wichtig, dass die Kreisverwaltung als Motor einer aktiven Kreisentwicklung agiert und Themen, Projekte und Ideen in der Region voranbringt und unterstützt.



Abb. 3: Bernd Lütjen  
Foto: © Landkreis Osterholz

Die Vielfalt der vorliegenden Handlungsansätze für die nächsten zehn Jahre macht deutlich, dass der Landkreis nur mit seinen Einwohnerinnen und Einwohnern und Unternehmen gemeinsam die anstehenden Herausforderungen bewältigen kann. Es wird auf jeden Einzelnen von uns ankommen, wenn es darum geht, die gesetzten Ziele zu erreichen. Ob Wirtschaft, Kultur und Tourismus, Digitalisierung oder Klimaschutz: mit vereinten Kräften können wir mehr Schlagkraft entfalten!

Ich freue mich daher auf ein spannendes Jahrzehnt und Ihren persönlichen Beitrag für einen weiterhin attraktiven und lebenswerten Landkreis Osterholz!

Herzliche Grüße

Ihr

Bernd Lütjen

(Landrat)



Im Anhang: SWOT-Analyse

# 01 ORIENTIERUNG

Was das Kreisentwicklungskonzept leistet

## Aufbau und Inhalt des Kreisentwicklungskonzepts (KEK)

Das KEK besteht im Kern aus fünf Punkten – gemeinsam ergeben sie einen strategischen Zukunftskompass für die Kreisentwicklung.

1. Das KEK zeigt **Trends** der Regionalentwicklung auf, die für den Landkreis Osterholz identifiziert wurden.
2. Der Ist-Zustand wichtiger Handlungsfelder des Landkreises gibt Aufschluss über die bestehenden und erforderlichen **Qualitäten** des Landkreises für seine Einwohnerinnen und Einwohner. Der Standort Landkreis Osterholz wird hinsichtlich seiner zentralen Qualitäten bewertet und eingeordnet.
3. Das Leitbild besteht aus **vier Leitlinien** und wurde mit relevanten Akteurinnen und Akteuren gemeinsam aufgestellt. Es definiert eine „DNA“ oder das Selbstverständnis des Landkreises. Das Marketing des Landkreises bildet die Klammer.
4. Aus den Leitlinien lassen sich **Zielsetzungen und Handlungsfelder** für die Kreisentwicklung ableiten.
5. Die **Schlüsselaktivitäten** stellen die im Arbeitsprozess identifizierten, wichtigsten Arbeitsschwerpunkte, Maßnahmen und Projekte dar, um diese Ziele zu erreichen. Hieraus leitet das KEK Handlungsansätze und Empfehlungen zur Vorgehensweise für die Kreisverwaltung und weitere Akteure im Landkreis Osterholz ab.

## Umfassende Empfehlung zur Marketingstrategie

Ein wichtiges Thema für den Landkreis ist die organisatorische und inhaltliche Ausgestaltung des Regionalmarketings. Das Marketing unterstützt die Strategie der Kreisentwicklung. Bei der Entwicklung der Region spielen Standortimage und Landkreisvermarktung eine große Rolle. Die Marketinginhalte sind in das Leitbild mit eingebettet. Empfehlungen zur Ausgestaltung der neuen Marketingstrategie (Markendefinition, -führung, Marketingorganisation, -struktur und Marketingidee und -steuerung) der Region sind im Anschluss der vier Leitlinien als

„Integriertes Marketing“ dargestellt.

## Fortschreibung der SWOT-Analyse

Eine neue SWOT-Analyse des Landkreises Osterholz bietet mit einer soliden Datenbasis die Grundlage zur Ausarbeitung der Entwicklungspotenziale und Ableitung der Strategie (SWOT = Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats = Stärken, Schwächen, Chancen, Risiken). Die wichtigsten Erkenntnisse sind in dem Kapitel Qualitäten zusammengefasst. Die SWOT-Analyse von 2013 wurde fortgeschrieben. Sie dient als Grundlage für die Leitbilderstellung sowie für die anstehende neue EU-Förderperiode und die Fortsetzung des LEADER-Prozesses Kulturlandschaften Osterholz. Die SWOT-Analyse ist Anlage des KEK.

## Ziele und Zielgruppen

Das KEK ist ein strategischer Zukunftskompass für die Kreisverwaltung. Das Leitbild wurde gemeinsam mit der Kreisverwaltung erarbeitet. Ein Konsens für die Ausrichtung der Arbeit wurde mit Politik und Akteuren der Regionalentwicklung (LAG) gefunden. Einerseits ergeben sich aus dem Konzept Arbeitsaufträge an die Kreisverwaltung und weitere Akteure, andererseits soll das Konzept auch Anknüpfungspunkte für künftige Strategien in Teilbereichen bieten, zum Beispiel für ein fortzuschreibendes Tourismuskonzept oder das Regionale Entwicklungskonzept für die nächste LEADER-Periode.

Das KEK dient als Grundlage für konkrete Projekte und Maßnahmen, vor allem in der Zuständigkeit des Amtes für Kreisentwicklung, aber auch für weitere Bereiche der Kreisverwaltung. Es betrifft vielfach unmittelbar die Zusammenarbeit mit weiteren Akteuren. Dazu gehören

- » die Kommunen und ihre Verwaltungen im Landkreis Osterholz,
- » die Macherinnen und Macher: alle engagierten Akteure aus Politik, Wirtschaft, Ehrenamt, Sozialwesen, Kunst und Kultur,
- » Kreispolitikerinnen und Kreispolitiker, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Kreisverwaltung sowie öffentlicher Einrichtungen,
- » die Öffentlichkeit, Besucher und Touristen.

## Bearbeitungsprozess

### Der Entstehungsprozess des Kreisentwicklungskonzeptes

Das Konzept wurde in drei Phasen entwickelt: die Ideenphase mit der Ermittlung des Ist-Zustands (1), die Ziel- und Leitbilddiskussion in der Konzeptionsphase (2) und die Reifephase des Konzepts (3) mit der Vertiefung der Inhalte und Feinabstimmung. Mit der Steuerungsgruppe, zusammengesetzt aus Vertreterinnen und Vertretern der Kreisverwaltung, wurde der Prozess und Inhalt regelmäßig abgestimmt. In der Ideenphase fanden Zukunftsgespräche mit sieben Bürgermeisterinnen und Bürgermeistern der Gemeinden sowie persönliche Einzelgespräche mit Mitgliedern der Steuerungsgruppe und dem Landrat statt. Darüber hinaus wurden weitere Fachämter durch einen Fragebogen schriftlich einbezogen. Bei der parallel stattfindenden Fortschreibung der SWOT-Analyse wurden Themen und Erkenntnisse auch aus den Zukunftsgesprächen aufgenommen. Aus den Informationen und Gesprächen sowie ermittelten Trends sind Szenarien für den Landkreis und Perspektiven abgeleitet worden. Diese Szenarien, erste Thesen und das Rollenverständnis des Landkreises gegenüber seinen Zielgruppen dienten als Grundlage der Leitbilddiskussion.

Um einen breiten Konsens bei der Leitbilderstellung zu finden, wurden regelmäßig Workshops mit unterschiedlichen Akteuren durchgeführt: Zwei „Verwaltungsworkshops“ als Vertiefung der Themen und ein Workshop mit politischen Vertreterinnen und Vertretern und der LEADER-LAG Kulturlandschaften Osterholz. In diesen Workshops wurden auch die Schlüsselaktivitäten des Landkreises definiert.

Die Marketinganalyse wurde parallel zum Kreisentwicklungskonzept erarbeitet. Die Erkenntnisse und Ergebnisse wurden in den Prozess der KEK-Entwicklung rückgekoppelt.

Das KEK definiert eine übergeordnete Strategie für einzelne Aufgabenbereiche und Zuständigkeiten. Es orientiert sich an bereits erarbeiteten Studien und Grundlagenpapieren. Besonders zu erwähnen sind hierbei folgende Dokumente:

- » Kontrakt 2021 „Gemeinsame Ziele für einen starken Landkreis“ (Zielvereinbarung des Kreistages mit dem Landrat),
- » Masterplan ZUKUNFT! Strategie und Investition 2014 – 2020,
- » Regionale Handlungsstrategie für das Übergangsgebiet Lüneburg (2014),
- » Fortschreibung des regionalen Entwicklungskonzeptes (REK) Kulturlandschaften Osterholz 2016,
- » Sonderprogramm Demografie und Demografiebericht des Landkreises Osterholz (2018),
- » Tourismuskonzept 2020 (2011),
- » Regionales Raumordnungsprogramm (RROP) 2011 sowie
- » die parallel laufende Neuaufstellung des RROP.

Viele der weiteren Planungsgrundlagen ergänzen auch in Zukunft das Leitbild für den Landkreis und dienen der ständigen Überprüfung der im KEK festgelegten Schlüsselaktivitäten. Teilweise werden die Dokumente aktuell überarbeitet.



Abb. 4: Verwaltungsworkshop am 15.06.2020 (Bildungsstätte Bredbeck)

Abb. 5: Großer Workshop zum KEK am 19.08.2020 (Hamme Forum Ritterhude)

Foto: © Sweco

## 02 Trends

# Vielfalt von Lebensstilen Multilokalität Demografischer Wandel Migration

Demografischer Wandel bedeutet mehr als eine älter werdende Bevölkerung. Er hat umfassende Auswirkungen auf die Gesellschaft, die Wirtschaft und nicht zuletzt auf die räumliche Entwicklung. Die Welt wird bunter und diverser – dadurch auch komplexer und interessanter. Der Landkreis ist gefordert, die Vielfalt zu unterstützen und die Leistungsfähigkeit sozialer Institutionen zu gewährleisten. Vielfalt bringt immer wieder neue Anforderungen zu Tage und ist ein wichtiger Innovationsmotor für die Zukunftsgestaltung unserer Regionen.

Vielfalt leben heißt aber auch Inklusion von unterschiedlichen Menschen, Gruppen und Interessen. Inklusion bedeutet, dass alle Menschen sich unabhängig von Geschlecht, Nationalität, Kultur und Herkunft, sexueller Orientierung, Behinderung oder Alter in der Region entfalten können und gleiche Chancen für die Teilhabe am Arbeitsmarkt und im Sozialleben haben. Inklusion heißt auch, dass Minderheiten, Migranten und Menschen mit Behinderung oder besonderen Bedürfnissen gefördert werden.

## Mehr Vielfalt

Abb. 6: Vielfalt

Foto: © Dirk Kurz Sweco



# Digitale Lebensstile

Shared Mobility

Virtualisierte und digitale Kultur

Industrie 4.0

Internet der Dinge

2.0, 3.0, 4.0 ... Es ist mit der Umsetzung der Digitalisierung gerade erst begonnen worden! Es ist noch nicht abzusehen, welche langfristigen technischen und gesellschaftlichen Auswirkungen der allgegenwärtige Einsatz von digitalen Instrumenten haben wird. In diesem Kontext ergeben sich gleich mehrere Aufgaben für den Landkreis. Erstens müssen die Strukturen und Abläufe in der eigenen Verwaltung kontinuierlich optimiert werden. Zweitens müssen externe Erwartungen in Bezug auf Dienstleistungen und Internetverfügbarkeit bedient werden. Drittens besteht die Aufgabe darin, beste Rahmenbedingungen auf allen Ebenen zu schaffen, damit unter anderem wirtschaftliche, soziale, gesundheitliche und technische Potenziale der Digitalisierung erschlossen werden.

## Fortschreitende Digitalisierung

Abb. 7: Digitalisierung  
Foto: © Adobe Stock / Stokkete



Erosion des Normalarbeitsverhältnisses

# Postwachstum

Flächenknappheit

Nachhaltige Landnutzung und biologische Vielfalt

De-Globalisierung

Veränderungsangst

Klimaschutz und -anpassung

Statt mehr, höher und weiter, werden in Zukunft Verlässlichkeit und Stabilität in allen Lebensbereichen als Standortfaktoren für Regionen eine Rolle spielen. Aufgabe des Landkreises wird es sein, Gelerntes und Liebgewonnenes zu bewahren. Der Landkreis bleibt langfristig lebenswert, wenn Nachhaltigkeit im Sinne einer gesellschaftlichen Verantwortungsübernahme höchste Priorität in allen Entscheidungsfindungen und Maßnahmen besitzt. An notwendiger Stelle muss er bremsen und entschleunigen. Wir gewinnen eine neue Perspektive auf das Thema Wachstum im Kontext einer nachhaltigen Entwicklung. Die COVID-19 Pandemie hat die Notwendigkeit eines stabilisierenden und verlässlichen Landkreises gezeigt.

## Perspektivwechsel auf Wachstum

Abb. 8: Schönebecker Aue  
Foto: © Klaus Laumann



## Aufmerksamkeitsökonomien Regionen als Marke

Einforderung von Gestaltungsmöglichkeiten  
Wettbewerb der Regionen

Im Wettbewerb der Regionen spielt die mediale Aufmerksamkeit eine Schlüsselrolle. Es wird dokumentiert, geteilt und gesendet. Der Landkreis muss ein Bewusstsein dafür schaffen, was er „mitzuteilen“ hat und entsprechende Formate, Strukturen und Angebote schaffen. Vermarktung geht dabei nur im Dialog. Mitsprache- und Gestaltungsmöglichkeiten werden von den Menschen eingefordert. Es ist Aufgabe des Landkreises, Gestaltungsmöglichkeiten zu schaffen und eine Beteiligungskultur zu pflegen.

## Bedeutungsgewinn des Medialen

Abb. 9: Partizipation  
Foto: © Dirk Kurz Sweco

# 03 QUALITÄTEN DES LANDKREISES

**Stärken,  
Schwächen,  
Chancen und  
Risiken**

Um etwas zu verbessern, Qualitäten zu halten und Potenziale zu entfalten, ist ein kritischer Blick auf die Gegebenheiten einer Region unerlässlich. Als Grundlage wurde eine Fortschreibung der SWOT-Analyse durchgeführt. Die wichtigsten Grundlagen werden in diesem Bericht zusammengefasst und aufgegriffen.

### Der Landkreis hat eine stabile Bevölkerungsentwicklung

Im Landkreis Osterholz wohnen 114.409 Menschen (Stand 30.06.2020). Die größte Gemeinde ist die Stadt Osterholz-Scharmbeck (30.350 Einwohner). Der recht dicht im Vergleich zu anderen Landkreisen besiedelte Raum weist umso mehr Einwohnerinnen und Einwohner auf, je näher die Gebiete an das Land Bremen heranrücken. Der Landkreis hat seit 2012 einen leichten Bevölkerungszugang von +2,4 Prozent gewonnen (LSN 2019; eigene Berechnung). Laut Prognose des LSN wird der leichte Zuwachs in den nächsten Jahren fortgeführt, zum Ende des Jahrzehnts jedoch stagnieren. Besonders attraktiv für Familien sind

die Gemeinden Lilienthal und Schwanewede durch ihre Nähe zu Bremen. Währenddessen weisen sehr ländlich geprägte Räume, wie z.B. Kommunen in der Samtgemeinde Hambergen, Einwohnerrückgänge auf. Der Anteil an älteren Menschen (+ 65 Jahre) ist mit 23 Prozent (LSN 2019) recht hoch. Die Bevölkerungsalterung ist räumlich sehr ungleich verteilt. Dieser Wert wird auch die nächsten Jahre als Folge des demografischen Wandels weiter ansteigen. Für den Landkreis wird eine Abwanderungsgefahr hochqualifizierter Arbeitskräfte mit einem Verlust der Wohnstandortqualität gesehen. Mit dem Sonderprogramm Demografie versucht der Landkreis Osterholz dieser Entwicklung entgegenzuwirken beziehungsweise mit ihr umzugehen.

Aufgrund der Flüchtlingsbewegung hat der Landkreis in den letzten Jahren einen Anstieg von ausländischen Staatsbürgerinnen und -bürgern erfahren. Sie machen mit 6.213 Personen einen Anteil von ca. 5,5 Prozent an der Gesamtbevölkerung aus (LSN 2019).

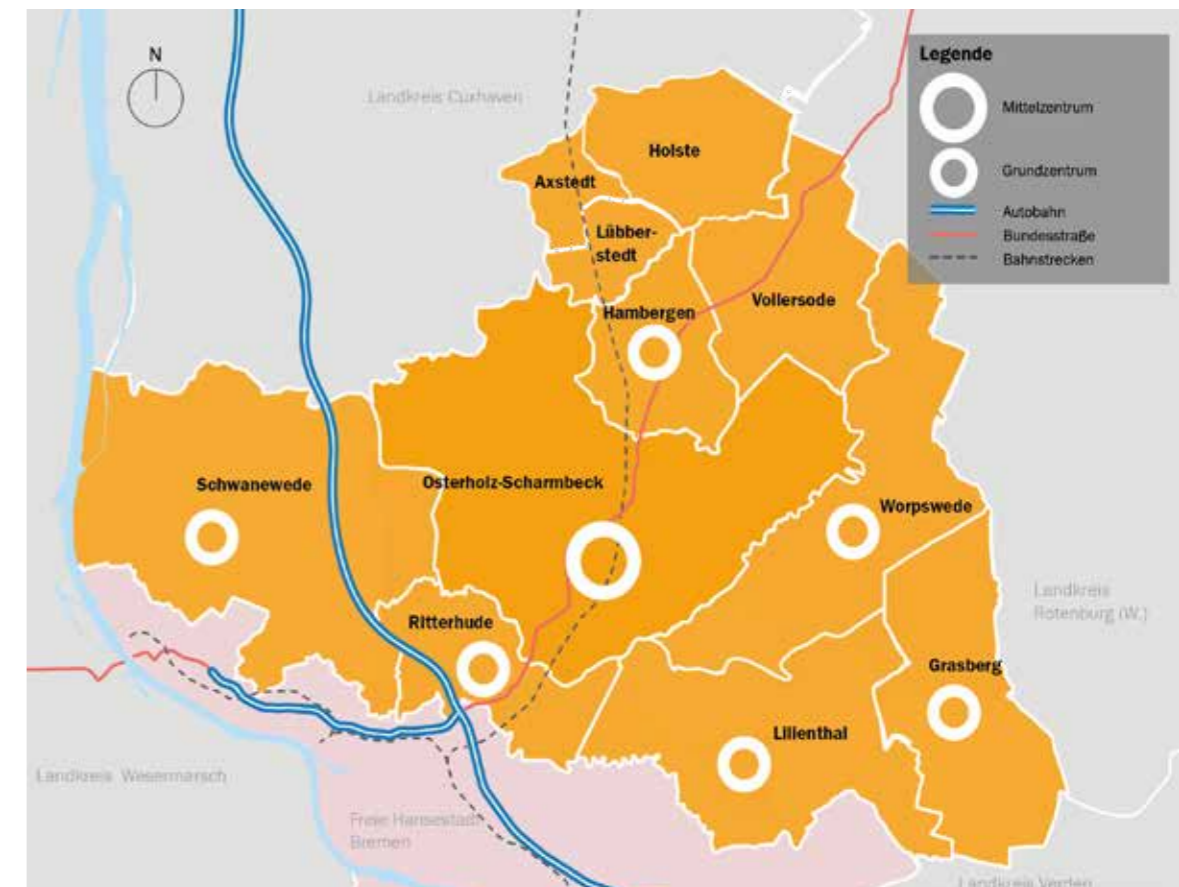


Abb. 10: Landkreis Osterholz  
Quelle: Sweco

## Demografische Daten:

- » 114.409 Ew. (2020) (173,9 Ew. / qkm)
- » Von 2012 bis 2018 Bevölkerungszugang von +2,4 % (eigene Berechnung)
- » 23 % sind > 65 Jahre
- » 14 % sind ≤ 15 Jahre

Quelle: LSN 2019

## Vielseitige Kultur und naturräumliche Qualitäten, doch verfügbare Flächen sind rar im Landkreis

Die Flächenentwicklung ist durch verschiedene Interessen aus Landwirtschaft, Siedlungsentwicklung und Naturschutz sehr strapaziert. Begrenzte Flächenpotenziale liegen im Westen des Landkreises. Insbesondere im Bereich Gewerbeentwicklung entstehen Herausforderungen.

Im Bereich des Wohnens gibt es beim bezahlbaren Wohnraum und kleinere Wohnungen für Singles und ältere Menschen einen stetig wachsenden Bedarf. Positiv sind die im Vergleich zu Bremen relativ günstigen Immobilienpreise zu sehen.

## Landwirtschaft prägt das Kreisgebiet weiterhin mit

Etwa 66 Prozent der gesamten Bodenflächen des Landkreises Osterholz werden landwirtschaftlich bewirtschaftet (LSN 2020), doch die Bruttowertschöpfung hat mit 2,5 Prozent (LSN 2018) einen im Vergleich zu den Veredlungsregionen in Niedersachsen geringeren Anteil. Die Ackerbodengüte ist gering. Obwohl die Bodenpreise für landwirtschaftliche Nutzflächen landesweit in den letzten 10 Jahren enorm gestiegen sind, hat der Landkreis verhältnismäßig geringe Bodenpreise (LSN 2019). Für die Zukunft wird insgesamt die Gefahr von Betriebsaufgaben von traditionellen, familiär geführten Höfen gesehen.

## Kleiner, aber innovativer Wirtschaftsstandort Osterholz

Der Landkreisvergleich weist mit einem Bruttoinlandsprodukt je Einwohner von 20.364 Euro eine relativ geringe Wirtschaftsleistung auf. Der Anteil an Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen am Bruttoinlandsprodukt ist weit unterdurchschnittlich (Statistische Ämter des Bundes und der Länder 2018). Der Landkreis greift diese Herausforderung mit dem Innovations- und Technologietransfer der ARTIE und einem eigenen KMU-Förderprogramm für Innovation und Energieeffizienz aktiv auf.

Osterholz ist Sitz einiger bedeutender Unternehmen, die weit über die regionalen Grenzen tätig sind. Sie decken die Branchen Großhandel, Industrieofenbau, Kunststoffverpackungen, Farbenherstellung, Fahrzeugbau und Reinigungsmittel ab. Mit wenigen Ausnahmen sind im Landkreis hauptsächlich mittelständische Betriebe, ins-

besondere Klein- und Kleinunternehmen ansässig, welche neun oder weniger sozialversicherungspflichtige Beschäftigte haben (89 Prozent).

Schwächen werden in der Arbeitskraftverfügbarkeit gesehen. Positiv ist die hohe Identifikation der Unternehmen mit der Region sowie die Luft- und Umweltqualität und der Naherholungswert hervorzuheben (Unternehmensbefragung LK Osterholz 2019). Weiterhin werden die Leistungen der Wirtschaftsförderung des Landkreises von den Betrieben als hilfreich empfunden und mit einer bundesweiten Auszeichnung für innovative Wirtschaftsförderung honoriert.

## Der Landkreis Osterholz ist mehr als „Pendlerland“ für Bremen

Der Landkreis weist starke Verflechtungen mit Bremen auf. Neben starken Auspendlerströmen gibt es auch Einpendlerströme.

## Ausbaufähige Verkehrsinfrastruktur

Das Fernstraßennetz ist eher dünn ausgebaut. Der ÖPNV aus Regionalbussen und Nahverkehrszügen ist überwiegend Richtung Süden nach Bremen ausgerichtet. Ost-West-Verbindungen im Landkreis zeigen noch große Lücken auf. Besonders periphere Lagen sind schlecht an Kernorte angeschlossen. Zunehmende Bedeutung bekommt der Radverkehr für den Alltagsverkehr, Tourismus und Sport.

## Tourismus ist ein weiterer wichtiger Wirtschaftszweig

Als Kurzreisedestination ist der Tourismus für den Landkreis Osterholz eine wichtige Einnahmequelle. Mehr als 60.000 Gästekünfte mit über 150.000 Gästeübernachtungen wurden 2018 (LSN 2019) erzielt. Die Auslastung der Schlafgelegenheiten ist mit 26,8 Prozent recht gering. Insgesamt wurde mit der Tourismusbranche im Jahr 2019 Einnahmen von insgesamt 90,8 Millionen Euro (dwif 2020) generiert.

Den touristischen Schwerpunkt bildet „Landschaft“ in Kombination mit „Kunst und Kultur“. Der Landkreis ist mit seinem Kultur- und Kunstangebot international bekannt. Worswede zieht jährlich eine Vielzahl an Künstlern und Kunstfreunden an. Darüber hinaus ist die Angebotsqualität für Radtouristen hoch. Der Torfkahn ist ein regionales Identifikationsmerkmal. Es wird eine Vielzahl an Naherholungsmöglichkeiten rund um den Torfkahn angeboten. Der Landkreis Osterholz umfasst mit dem Teufelsmoor, der

Hammeniederung sowie den Flüssen Weser, Hamme und Wümmme sowie Harriersand wichtige Naherholungsgebiete.

## Osterholz: Eine Marke mit Potenzial

Das Landkreismarketing wird bereits seit Jahren sehr professionell betrieben. Die Analyse liefert dem Landkreis eine gute Basis, die es aber noch weiter zu aktivieren gilt. Um das Potenzial weiter zu nutzen, ist das Marketing zu reformieren, die Marke zu vitalisieren und nicht zuletzt die Kommunikation zu intensivieren.

## Ein Landkreis mit einem Fokus auf Bildung und Betreuung

Nach einem Transformationsprozess in den letzten Jahren, der mit einigen Schulschließungen und Zusammenlegungen vonstatting, verfügt der Landkreis aktuell über 38 Schulen. Die Initiative „Beste Bildung“ ist ein Instrument zur Verbesserung des Qualitätsmanagements im Bildungswesen. Weitere Bildungsangebote werden von etablierten Institutionen wie dem regionalen Umweltbildungszentrum oder der Heimvolkshochschule angeboten.

Junge Familien können sich über qualitativ hochwertige Kitas mit kleinen Gruppen in einer der über 70 Einrichtungen freuen. Die Bereitstellung einer ausreichenden Zahl an Plätzen stellt in einigen Gemeinden mit stark wachsender Anfrage eine ständige Herausforderung dar. Für die Ausübung von sportlichen Aktivitäten stehen ca. 50 Sporthallen, ca. 50 Sportplätze und ca. 48 Sportstätten zur Verfügung. Die über 43.000 Aktiven sind in 133 Sportvereinen organisiert (LSB Statistik 2019). Problematisch wird der Sanierungsstau in manchen öffentlichen Bildungseinrichtungen und die sinkende Bereitschaft zur Übernahme von gewählten und dauerhaft ausübenden Ehrenämtern. Die Abnahme der Vereinsmitglieder beträgt seit 2013 fast 3 Prozent.

## Klima- und Naturschutz seit längerem etabliert

Das Thema Klimaschutz und Klimaanpassung wird durch unterschiedliche Projekte, wie z.B. im Bereich der Elektromobilität, grünem Wasserstoff und Starkregenvorsorge vorangetrieben. Um einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz leisten zu können, wurde bereits 2008 die „Energiewende Osterholz 2030“ initiiert. Das gesamte Gebiet des Landkreises soll bilanziell bis zum Jahr 2030 komplett mit vor Ort erzeugten erneuerbaren Energien versorgt werden.

## Wirtschaftsdaten:

- » BIP 20.364 Euro / Ew. (Statistische Ämter des Bundes und der Länder 2018)
- » Kaufkraft je Haushalt 48.801 Euro Kaufkraft pro Kopf 24.172 Euro (Statistische Ämter des Bundes und der Länder 2018)
- » 44.252 sozial-versicherungspflichtige Beschäftigte (\*2019)
- » ca. 11,7 % Anteil beschäftigter Akademiker (\*2019)
- » 4,4 % Anteil von Auszubildenden an den Beschäftigten (\*2019)
- » 3,1 % Arbeitslosenquote (Agentur für Arbeit 2019)
- » 2,5 % BWP durch die Landwirtschaft (\*2018)

\*Quelle: LSN

Im Landkreis Osterholz befinden sich geschützte Teile von Natur und Landschaft, zu denen die Natura-2000-Gebiete, geschützt als Natur- und Landschaftsschutzgebiete, weiterhin Naturdenkmale, geschützte Landschaftsbestandteile und gesetzlich geschützte Biotop gehören (LK Osterholz 2020). Herausragend ist das Naturschutzgroßprojekt in der Hammeniederung. Für die Umweltbildung ist die Biologische Station Osterholz (BioS) als anerkanntes Umweltbildungszentrum zu nennen.

## Digitalisierung als wichtiges Zukunftsthema

Seit 2008 arbeitet der Landkreis Osterholz in enger Kooperation mit den kreisangehörigen Gemeinden und der Stadt Osterholz-Scharmbeck an der Verbesserung der Breitbanderschließung. So soll eine kreisweite Versorgung der Haushalte und Betriebe gesichert werden. Seit 2018 werden ca. 6.700 Haushalte und mehr als 300 Unternehmen mit Bandbreiten von min. 50 Mbit/s sowie in mehr als 80 Prozent der genannten Adressen mit mindestens 100 Mbit/s erschlossen.

Das NETZ-Zentrum für innovative Technologie arbeitet seit 2008 als Projektträger des Breitbandzentrum Niedersachsen-Bremen für den Breitbandausbau in Niedersachsen und Bremen.

## Zusammenfassung:

### Der Landkreis Osterholz ...

- ... ist vielseitig. Seine Gemeinden haben unterschiedliche Entwicklungsschwerpunkte.
- ... zeichnet sich durch Macherinnen und Macher aus.
- ... ist stabil in seiner Entwicklung und strahlt Verlässlichkeit aus.
- ... besitzt „Leuchttürme“ mit grenzübergreifender Relevanz.
- ... ist eine Marke mit Potenzial.

### Der Landkreis in verschiedenen Rollen

Um seine Qualitäten weiterzuentwickeln, ist der Landkreis Osterholz im Sinne einer aktiven Kreisentwicklung gefordert gleich mehrere Rollen einzunehmen. Es bedarf hierfür einer klaren Haltung beziehungsweise eines Rollenverständnisses. Jedes Rollenverständnis ist in einem Leitsatz zusammengefasst. Daraus entsteht die „DNA“ der Kreisentwicklung.

In Diskussion mit Vertreterinnen und Vertretern der Verwaltung, der Politik und weiteren wichtigen Akteuren sind diese Leitlinien und Zielsetzungen bestätigt und die strategische Richtung bestimmt worden. Jede Leitlinie wird durch vier Kernziele konkretisiert.

In das Leitbild ist das Marketingkonzept integriert. Die regionale Vermarktung stellt einen integrierten Teil der Leitlinie dar.

## 04 LEITLINIEN DER KREISENTWICKLUNG

Vier Leitlinien als Grundverständnis für die Weiterentwicklung des Landkreises Osterholz

Der Landkreis versteht sich als „verbündeter“ Partner seiner Gemeinden im Kreisgebiet. Gemeinden müssen in ihrer individuellen Schwerpunktsetzung gestärkt werden.

**Der Landkreis in der Rolle des „Verbündeten“ seiner vielfältigen Gemeinden**

Der Landkreis fördert seine engagierten Akteure u.a. aus Ehrenamt, Wirtschaft, Kunst und Kultur und Sozialwesen. Erst durch die Macherinnen und Macher des Landkreises werden innovative Lösungen für tägliche und zukünftige Herausforderungen gefunden.

**Der Landkreis in der Rolle des „Förderers“ seiner „Macherinnen und Macher“**

Der Landkreis übernimmt Verantwortung gegenüber den im Landkreis lebenden Menschen. Er unterstützt die Stabilität notwendiger Infrastrukturen einerseits, andererseits setzt er Impulse in der Entwicklung, um ein lebenswertes Morgen zu fördern.

**Der Landkreis in der Rolle des „Verantwortungsträgers“ für die Menschen**

Der Landkreis bringt in der Rolle des Projektinitiators innovative Vorhaben hervor. Die dynamische und attraktive Angebotsentwicklung lässt den Landkreis leuchten – sowohl in der Region als auch über seine Landkreisgrenzen hinaus.

**Der Landkreis in der Rolle des „Projekträgers“ innovativer Vorhaben**

Auch der „Querschnittsrolle“ als Regionsvermarkter kommt der Landkreis nach. Das Image als lebenswerter und produktiver Landkreis soll intern als auch extern mithilfe guter Marken und einer starker Marketingorganisation verstanden werden.

**Der Landkreis in der Rolle des „Vermarkters“ der Region**

**1. Osterholz stärkt!  
Wir unterstützen  
und fördern Vielfalt.**

**2. Osterholz macht!  
Wir glänzen durch Macherinnen  
und Macher.**

**3. Osterholz sichert!  
Wir sorgen für Menschen,  
Möglichkeiten und Morgen.**

**4. Osterholz leuchtet!  
Wir entwickeln eigene Dynamik  
und Attraktivität.**

**Integriertes Marketing**  
Markenentwicklung, Markenstrategien,  
marktorientierte Angebotsentwicklung

# 1. Osterholz stärkt! Wir unterstützen und fördern Vielfalt.

**Ziel 1:**  
Gemeinden in ihrer individuellen Entwicklung unterstützen

**Ziel 2:**  
Vertrauen und Verbindungen zum Landkreis fördern

## Zentrale Handlungsfelder:

Governance  
Wirtschaft, Technologie und Wissenstransfer  
Tourismus und Kultur  
Raum- und Siedlungsentwicklung  
Regionale Identität  
Regionalvermarktung

**Ziel 3:**  
Nachbarschaft und Kooperation zu Bremen stärken

**Ziel 4:**  
Vielfalt unter einem Markendach vereinen und gemeinsam entwickeln

## Vielfalt leben

### Leitlinie 1: Osterholz stärkt! Wir unterstützen und fördern Vielfalt.

Osterholz – ein Landkreis mit vielen reizvollen Facetten in den Bereichen Wirtschaft, Naturraum und Landschaft, Kultur und Tourismus. Das Teufelsmoor oder die Insel Harriersand mit ihren wertvollen Naturangeboten, kleine wie große „Spieler“ des Wirtschaftslebens, das Kulturjuwel Worswede mit einem attraktiven Kunst- und Kulturangebot, die historischen Findorff-Siedlungen als kulturelles Erbe und eine weitgehend intakte Bildungs- und Sozialinfrastruktur sind nur einige Beispiele, die die vielfältigen Stärken des Landkreises aufzeigen. Einige Qualitäten und Angebote sind einzelnen Gemeinden zuzuordnen, andere wiederum sind kreisweit ausgeprägt.

### Räumliche Schwerpunkte zeigen vielfältige Funktionen und Ansprüche im Landkreis

Der Landkreis zeigt Vielfalt auf eher kleiner Fläche. Im Landkreis ergeben sich räumlich unterschiedliche Schwerpunkte. Die Karte auf S. 23 zeigt klare räumliche Schwerpunkte in Bezug auf kulturelle und naturräumliche Besonderheiten, die Ansiedlung großer Gewerbebetriebe sowie die Ausprägung von städtischen Verflechtungsbereichen mit Bremen. Die Gemeinden an der südlichen Landkreisgrenze sind mit Siedlungsbereichen in Bremen verwoben, währenddessen Gemeinden im Landkreiszentrum und Richtung Norden ländlich geprägt sind. Diese sind durch besonders viele sehenswerte Highlights definiert und übernehmen wichtige Funktionen in der landwirtschaftlichen Produktion sowie zur Erhaltung der Natur- und Kulturlandschaft. Die wirtschaftlichen Schwerpunkte sind nicht gleichmäßig im Landkreis verteilt.

### Eine Vielfalt an individuellen und kooperativen Herausforderungen

Diese Vielfalt bedeutet Stärke. Damit geht jedoch eine Suche nach einem gemeinsamen Nenner aller Gemeinden einher, das zeigt sich konkret bei mehreren Themen.

Die Organisation und Zusammenarbeit bei der Kinderbetreuung sollten neue Impulse bekommen. Auch die ökologischen Auswirkungen durch die hohe landwirtschaftliche Nutzung und starke Flächenkonkurrenz formulieren einen klaren Handlungsauftrag an den Landkreis, regionale und überregionale Zusammenarbeit zu fördern und gemeinsam mit seinen Gemeinden und Akteuren

nach integrierten Lösungen zu suchen. Entsprechende Kommunikationsformate für einen Austausch zu wichtigen Themen wie der Infrastruktur, Daseinsvorsorge, Mobilität, Gewerbeflächen, Digitalisierung, Vermarktung, Klimaschutz und Flächenentwicklung sind anzubieten.

Der Landkreis arbeitet mit den Gemeinden am Ausbau der vielfältigen Stärken und am Abbau der Schwächen, fördert die Kooperationsgemeinschaft und entwickelt die Region unter einer gemeinsamen Dachmarke weiter. Die folgenden Ziele sollen die Zusammenarbeit stärken.

### Ziel 1: Gemeinden in ihrer individuellen Entwicklung unterstützen

Zur Stärkung der wirtschaftlichen und räumlichen Diversität werden Gemeinden unterstützt und gefördert, ohne ihre Entscheidungshoheit einzuschränken und personelle Ressourcen der Gemeinden zu ersetzen. Im Einklang einer nachhaltigen Gemeinde-, Stadt- und Regionalentwicklung unterstützt der Landkreis bei wichtigen Schwerpunktthemen wie bei der Gewerbeentwicklung, Kultur, Mobilfunk- und Breitbandausbau und der touristischen Angebotsentwicklung. Die Förderung berücksichtigt auch Themen wie Klima- und Umweltschutz, Fachkräftesicherung und den Erhalt von Grünflächen. Die Neuaufstellung des Raumordnungsprogramms im Landkreis definiert ebenso einen weiteren wichtigen Orientierungsschwerpunkt und legt räumliche Orientierungsschwerpunkte fest. Sowohl das Raumordnungsprogramm als auch das Kreisentwicklungskonzept stützen die Vielfalt des Landkreises.

### Ziel 2: Vertrauen und Verbindungen zum Landkreis fördern

Das Leben findet in den Gemeinden statt, weshalb die örtliche Entwicklung gemeinsam vom Landkreis und den Kommunen betrachtet werden sollte. Das Verhältnis zwischen Landkreis und Gemeinden soll durch gegenseitigen Respekt und Vertrauen geprägt sein. Eine klare Haltung und Zielsetzung des Handlungsrahmens müssen dafür definiert werden. Um das Vertrauen und die Verbindung zu stärken, beabsichtigt der Landkreis:

- » Erwartungen an Gemeinden klar zu formulieren und von den Gemeinden einzufordern,

- » Bedürfnisse wahrzunehmen und aufeinander abzustimmen, aktiv auf Gemeinden zuzugehen und Impulse zu geben,
- » den interkommunalen Austausch zu fördern,
- » Koordinationsaufgaben zu übernehmen, aber keine Ressourcen zu ersetzen,
- » Informationen über Projekte und Aktivitäten transparent zu machen,
- » Bürokratieabbau und unkomplizierte Lösungen zu fördern.

Dafür bedarf es verlässlicher Formate des Austausches zwischen den Gemeinden und dem Landkreis. Der Landkreis behält die Arbeitsteilung durch gezielte Schwerpunktsetzung im Blick und berät bei der Bündelung von Ressourcen und Festlegung von Schwerpunkten in den Gemeinden. Zukünftige Aufgabe des Landkreises wird es beispielsweise sein, den Standortfaktor Flächenverfügbarkeit in einem interkommunalen Austausch zu sichern und neue Kompromisse zu finden, aber auch stärker die regionale Identitätsstiftung in den Gemeinden zu fördern.

### **Ziel 3: Nachbarschaft und Kooperation zu Bremen stärken**

Der Landkreis Osterholz profitiert von der Nähe zu Bremen in Bezug auf Fachkräfte und die Infrastruktur des Oberzentrums. Bremen kann auch als Markt für regionale Produkte aus dem Landkreis sowie als Quelle von Tagestouristen und Naherholungssuchenden verstanden werden. Zudem ist der Landkreis Osterholz als Wohnstandort attraktiv für in Bremen arbeitende Menschen und ihre Familien. Um die Vorteile der Nähe zu Bremen weiterhin zu erhalten, ist es wichtig, die guten Beziehungen mit der Hansestadt zu stärken.

Flächenkonflikte zwischen Wohnen, Gewerbe, Landwirtschaft und Naturschutz sind bei Ausweisungen zu lösen, um Entwicklungspotenziale gut nach Bremen angebundener Teile des Kreises zu nutzen. Die vergleichsweise geringe Zersiedlung im Landkreis gilt es als Qualität zu verstehen und zu erhalten.

### **Ziel 4: Vielfalt unter einem Markendach vereinen und gemeinsam entwickeln**

Das Regionalmarketing muss zukünftig ganzheitlicher betrachtet und organisiert werden. Eine ganzheitliche Markenpositionierung kann den Landkreis nach vorne

bringen, da die Aktivierung aller Einzelteile und Akteure unter einem Dach eine größere Präsenz und Stärke bringt. Jede Gemeinde kann davon profitieren, Gewerbe und Wirtschaft können damit unterstützt werden. Vor allem die Landkreisthemen Kultur und Tourismus brauchen die Markenweiterentwicklung für ihre Vermarktungsaktivitäten. Die Entwicklung bzw. Herausarbeitung von Alleinstellungsmerkmalen, die Etablierung eines komplexeren Markenverständnisses und die stringente bzw. koordinierte Markenführung müssen sukzessive entwickelt und etabliert werden. Darüber hinaus bedarf es eines weiterentwickelten, klaren Markendesigns („Torfkahn 4.0“) und eines umfangreich gedachten Submarkensystems zur koordinierten und synchronisierten Anwendung und Darstellung. Die klare Entwicklung und Zuordnung von Kernbotschaften und Absenderrollen wird dieser Entwicklung zusätzlich helfen. Nach dem Motto „Ein Landkreis, ein Auftritt, unzählige Facetten“ muss eine neue, konzentrierte Markenbildung und -kommunikation stattfinden.

Regionalspezifische Highlights, besondere Angebote, echte Alleinstellungsmerkmale und bestehende sowie markengerechte neue Veranstaltungen können über eine gemeinsame Markierung und idealerweise Plattformbildung sichtbar gemacht werden. Dafür bedarf es neuer Schnittstellen zwischen Landkreis und Gemeinden, ihren unterschiedlichen Akteuren und Betrieben sowie aktuellen und neuen Initiativen und Partnerschaften über die Region hinaus. Die Neuorganisation des Marketings und des Markenauftritts inklusive der Einladung an verschiedene Akteure werden Erfolgsvoraussetzungen für ein zukünftiges Landkreismarketing sein.






#### **Wichtigste Schlüsselaktivitäten:**

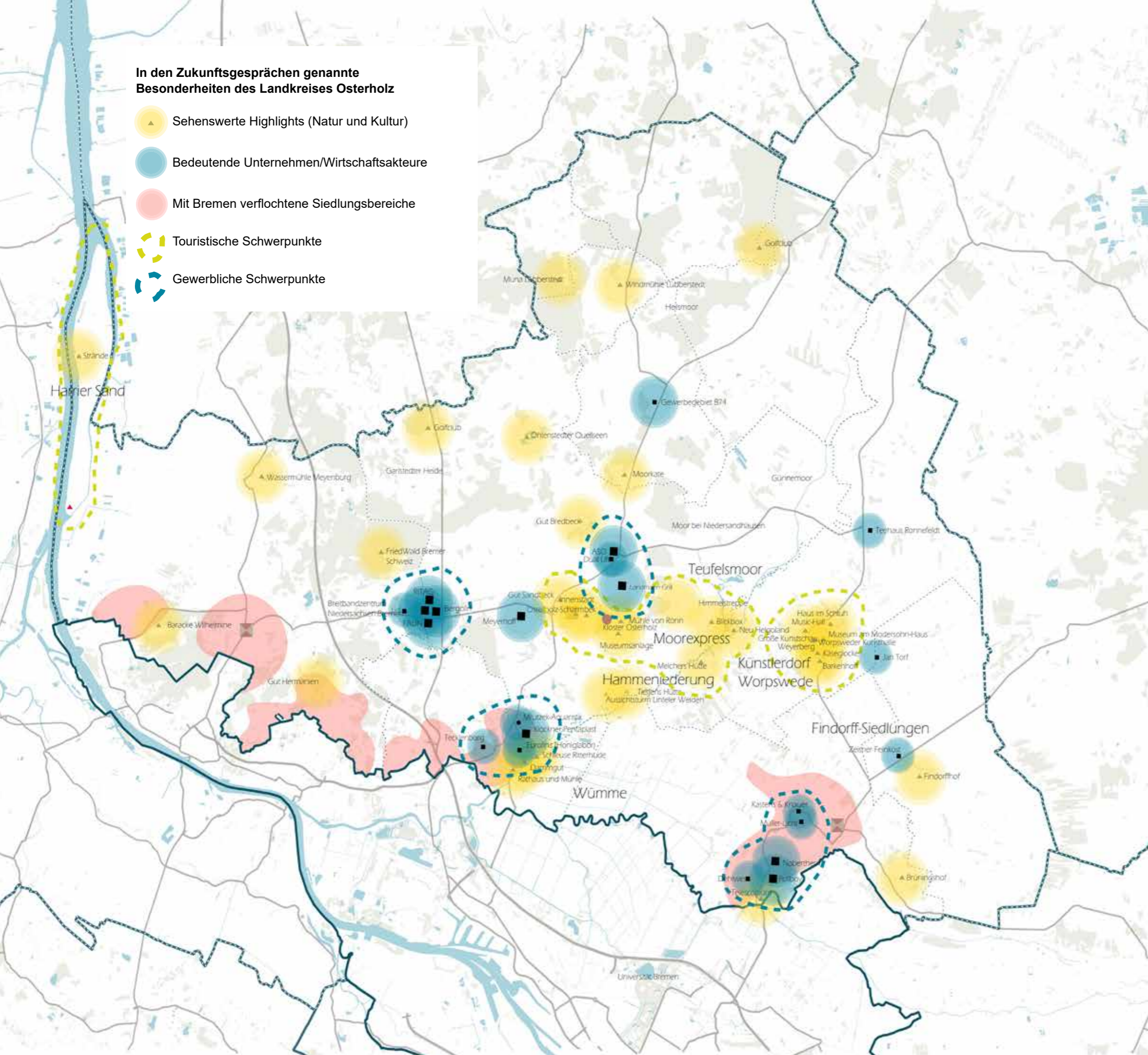
- » Marketingdienstleistung als Impulsgeber, Berater und Helfer
- » Regionale Produkte und Angebote
- » Aktive Gewerbeflächenentwicklung
- » Modellregion für Wasserstoffwirtschaft
- » Fokus Demokratiegestaltung



Abb. 12: Weserinsel Harriersand  
Foto: © Klaus Laumann

**In den Zukunftsgesprächen genannte Besonderheiten des Landkreises Osterholz**

-  Sehenswerte Highlights (Natur und Kultur)
-  Bedeutende Unternehmen/Wirtschaftsakteure
-  Mit Bremen verflochtene Siedlungsbereiche
-  Touristische Schwerpunkte
-  Gewerbliche Schwerpunkte



**Wahrgenommene Vielfalt im Landkreisgebiet**

In den Zukunftsgesprächen und Workshops konnten im Laufe der Erstellung des Kreisentwicklungskonzepts erste räumliche Schwerpunkte in Bezug auf kulturelle, naturräumliche, wirtschaftliche und siedlungsstrukturelle Kriterien ausfindig gemacht werden. So zeigt die Karte zum Beispiel, dass die Gemeinden des Landkreises unterschiedliche Schwerpunkte setzen und Rahmenbedingungen aufweisen (siehe S. 21). Die Orte, Unternehmen, Sehenswürdigkeiten und Naturhighlights, die häufig genannt wurden, sind auf dieser Karte verortet worden.

Die Karte basiert auf den subjektiven Wahrnehmungen und subjektiven Nennungen der Gesprächspartnerinnen und Gesprächspartner und stellt somit die grafische Darstellung der durchgeführten Zukunftsgespräche dar. Die dargestellten Orte und Sehenswürdigkeiten sind dementsprechend nicht vollständig und repräsentativ für den Landkreis Osterholz.

## 2. Osterholz macht! Wir glänzen durch Macherinnen und Macher.

**Ziel 1:**  
Mit klarem Anspruch  
vorangehen und  
Impulse setzen

**Ziel 2:**  
Engagement der  
Menschen unterstützen  
und Anreize geben

### Zentrale Handlungsfelder:

Wirtschaft/Technologie und  
Wissenstransfer

Tourismus und Kultur

Ehrenamt/  
Bürgerengagement

**Ziel 3:**  
Innovationen fördern  
und vernetzen

**Ziel 4:**  
Erfolge und Ideen unter-  
stützen, sichtbar  
machen und  
Plattformen bieten

Osterholz  
macht Zukunft  
„urbar“

### Leitlinie 2: Osterholz macht! Wir glänzen durch Macherinnen und Macher.

Osterholz ist ein Landkreis, der nicht stillsteht, sondern „anpackt“. Die Kreisentwicklung hat ein ganzheitliches Verständnis für das Thema „Machen“ für sich und für seine aktiven Akteure im Landkreis, seine Macherinnen und Macher, entwickelt.

„Den Weg frei zu machen“ liegt in der Natur seiner Entstehung. Erst durch die Urbarmachung konnte in weiten Teilen des Landkreises überhaupt eine Besiedlung stattfinden. Der Torfkahn steht als Symbol für den Landkreis Osterholz und vieler seiner „machenden“ Unternehmen und Initiativen. Es verdeutlicht den Pioniergeist, den Mut und das Geschick der ersten Siedler, die es unter schwierigsten Bedingungen schafften, ihr Leben im Teufelsmoor aufzubauen.

Auch Worpswede spiegelt nicht nur einen Ort der Nostalgie wider, sondern ist als Ort der Gegenwart und Zukunft zu verstehen. Der Geist, den Kunstpioniere entwickelten, lebt hier weiter. Im Zentrum stand das „Leben mit der Natur“. Das Thema ist auch heute – so viele Jahre später – angesichts der Herausforderungen des Klimawandels relevant wie nie zuvor. Die Kreisentwicklung setzt auf die Weiterentwicklung des einstigen Gründungsgeistes hin zu einem fortschrittlichen Entwicklungsansatz mit künstlerischer und innovativer Verarbeitung der gesellschaftlichen Herausforderungen.

### Den Macherinnen und Machern eine Bühne bieten

Der Landkreis Osterholz lebt vom vielfältigen bürgerschaftlichen Engagement seiner Macherinnen und Machern. Diese sind aktiv im Ehrenamt, sozialen Belangen, Wirtschaft und Unternehmertum, Kultur, Sport, Kirche oder Politik. Sie gründen Unternehmungen, schaffen Arbeitsplätze, übernehmen Verantwortung für andere und engagieren sich. Sie erkennen Probleme und übersetzen diese in konkrete Zukunftsgestaltung. Sie stärken den sozialen Zusammenhalt. In der momentanen Vermarktungsstrategie werden sie auch als „Überzeugungstäter“ bezeichnet. Ihr Engagement gilt es weiterhin zu stärken und sichtbar zu machen, denn nur so ist eine positive Entwicklung des Landkreises möglich.

„Machen“ ist nicht immer einfach. In einem ständigen Wandel in der Gesellschaft stehen Akteure vor vielen Herausforderungen.

Ein hoher Bürokratieaufwand und stetige Mitgliederverluste schwächen die klassischen Formen des Ehrenamtes. Aber auch in anderen Bereichen wie der Wirtschaft und Landwirtschaft sind die Auswirkungen des demografischen Wandels mit einer alternden Bevölkerung, Identitätsverluste in der Region und der Fachkräftemangel für den Fortschritt bremsend.

Mit den folgenden Zielsetzungen möchte die Kreisentwicklung den Geist seiner Macherinnen und Macher fördern, Existenzgründungen und Initiativen für eine nachhaltig regionale Entwicklung anstoßen und den Gründungsgeist mit Vorbild vertreten.

### Ziel 1: Mit klarem Anspruch vorangehen und Impulse setzen

In einem Selbstverständnis als „Macherin“ geht die Kreisentwicklung mit gutem Beispiel voran, aktiv die Zukunft zu gestalten. Innovative Strukturen sind in Verwaltungen des Landkreises, in Regionalmarketing, Tourismusförderung, Wirtschaftsförderung und dem Worpsweder Museumsverbund zu etablieren.

Die Kreisentwicklung versteht sich als Impulsgeberin für den Landkreis Osterholz. Osterholz ist Teil überregional bedeutsamer Netzwerke. Unter anderem als Mitglied im Kommunalverbund Niedersachsen/Bremen, bei der Regionalen Anlaufstelle für Individuelle Weiterbildung in Niedersachsen (IWiN) und in der Metropolregion Nordwest. Mit einzelnen Institutionen wie dem Breitbandzentrum Niedersachsen-Bremen, der ARTIE als Plattform für Technologietransfer oder in der Entwicklung zur Wasserstoffregion setzt der Landkreis Osterholz bereits Impulse über die Region hinaus.

Die Kreisentwicklung möchte organisatorische Blockaden in der eigenen Verwaltungsstruktur lösen und offen für Veränderungen in der Zukunft sein. Um flexible Strukturen sowohl in Verwaltung als auch in Zusammenarbeit mit externen Akteuren zu schaffen und die Wirkung von Initiativen und Engagement zu entfalten, fördert die Kreisentwicklung:

- » Projekte und Veranstaltungen, die die Zukunftsfähigkeit des Landkreises stärken (z.B. niedersächsische Breitbandkongresse, Netzwerkveranstaltungen zum Thema Wasserstoff, etc.),



## MACHERINNEN UND MACHER DER REGION

- » das Vernetzen von Akteuren aus den Gemeinden und unterschiedlichen Bereichen,
- » die Aufmerksamkeit von Initiativen und ihre positive Wahrnehmung.

### Ziel 2: Engagement der Menschen unterstützen und Anreize schaffen

Großartige Projekte sind stark abhängig von der Eigeninitiative einzelner Akteure. Oft ist das Engagement durch personelle und finanzielle Ressourcen begrenzt. Der Mangel an Impulsen und Sichtbarkeit des Möglichen kann ebenfalls ein Hindernis für ein ehrenamtliches Engagement darstellen.

Der Landkreis schafft Partizipationsmöglichkeiten und einen Kommunikationsdialog für unterschiedliche Zielgruppen aus Wirtschaft, Kultur- und Soziallandschaft. Er bewegt Jugendliche und Erwachsene dazu, Demokratie mitzugestalten und „Dinge in die Hand zu nehmen“. Anreize werden geschaffen, um das Engagement zu fördern und Fachkräfte zu sichern. Neue zeitgemäße Formate sind einzusetzen und Sharing-Angebote zu unterstützen, um die Teilhabe zu erleichtern. Dazu gehören beispielsweise Sharing-Plattformen in der Kommunika-

tion, Mobilität und zeitgemäße Formate der Wissensvermittlung („integratives Lernen“). Die Kreisentwicklung will Mitmachen belohnen. Durch eine gezielte Wirtschaftsförderung werden Gründerinnen, Gründer und Kreative unterstützt.

### Ziel 3: Innovationen fördern und voranbringen

Innovation ist der Erfolgsfaktor für die regionale Entwicklung des Landkreises. Innovativ sein heißt: etwas wagen und mutig sein. Es soll eine Fehler- und Risikokultur erzeugt werden, um Platz zum Ausprobieren und Weiterkommen zu schaffen, ohne die Stabilität des Landkreises zu riskieren. In Zeiten von schnellem Wandel ist es notwendig innovativ zu sein und sich gegen Wettbewerber mit Hilfe von Wettbewerbsvorsprüngen und Einzigartigkeit durchzusetzen. Die Kreisentwicklung unterstützt ihre Akteure dabei, Trends und Entwicklungen frühzeitig zu erkennen, zwischen kurzlebigen und langlebigen Trends zu unterscheiden und deren Umsetzbarkeit zu prüfen.

Die Innovationsförderung ist ein Schwerpunkt der Wirtschaftsförderung. Das Amt für Kreisentwicklung leistet bereits gute Arbeit im Bereich Innovationsförderung. Dies zeigt sich mit der Auszeichnung vom Forum deutscher Wirtschaftsförderer im Jahr 2019.

### Ziel 4: Erfolge und Ideen unterstützen, sichtbar machen und Plattformen bieten

Macherinnen und Macher bzw. deren Aktivitäten und Erfolgsgeschichten sind sichtbar zu machen, um den Landkreis, dessen Auftritt und die einzelnen Akteure für die Marke zu aktivieren und präsent bzw. glaubwürdig darzustellen. Darüber hinaus kann durch personalisierte Darstellungen inkl. der jeweiligen Macher/-innen-Geschichten zu „mehr“ eingeladen werden – ebenfalls Ideen hervorzubringen, sich anzuschließen, auch aktiv zu werden oder auch bewusst Leistungen zu würdigen. Dabei sind Typisches und Erfolge im Landkreis zu zeigen und darüber hinaus auch auszuweiten, um das Macherimage zu etablieren und zu stärken. Insbesondere die eigenen (vergangenen/aktuellen) Erfolgsgeschichten können Aufmerksamkeit erregen und zur Imagebildung beitragen – vor allem außerhalb des Landkreises. Die Übertragbarkeit von Projekten und Initiativen kann durch die Zertifizierungen und Gütesiegel, wie z.B. die „Grüne Hausnummer“ unterstützt werden und zum Mitmachen aktivieren. Auch im ländlichen Raum sind Modellprojekte zu entwickeln und übertragbar zu machen.

Die Kreisentwicklung ist Initiativen- und somit Markentreiberin für den Landkreis und stärkt landkreisweit Akteure, Gemeinden und Projekte in ihrer Sichtbarkeit und Vermarktung. In den nächsten 10 Jahren möchte sie neue Themen- und Präsenzinitiativen starten. Das bedeutet die Machermentalität nicht nur mit Historischem zu belegen, sondern auch neue Themen zu entwickeln, bei denen der Landkreis bzw. die Akteure vorangehen und Neues schaffen. Das „sichtbar machen“ dieser Aktivitäten ist der Motor der Marken- und Aktivitätenpräsenz. Aufmerksamkeit, Berichterstattung und Differenzierung werden auf Basis der realen MacherGeschichten erfolgen und somit bei der Etablierung helfen. „Macherin oder Macher sein“ wird in der Marke des Landkreises Osterholz verankert und aktiv vorgelebt. Es sind Leitsätze fürs interne und externe Handeln daraus abzuleiten. Echte Macherinnen und Macher müssen als Botschafter fungieren und eine aktive Beteiligung muss attraktiv sein.

Zur Etablierung dieser Kultur bzw. der „Macherinnen und Macher“ sollten neue Plattformen oder Foren in verschiedenen Kontexten geschaffen werden. Neue Ideen, Projekte und Initiativen in den unterschiedlichsten Bereichen, mit den verschiedensten Akteuren zu etablieren ist eine wichtige Aufgabe. Umdenken und Austausch sind die Keimzellen von Neuem und ein möglicher Motor für die weitere Kreis-Ideen-Entwicklung.

### Wichtigste Schlüsselaktivitäten

- » Digitalisierung
- » Innovationsförderung
- » Klimafreundliche Bewirtschaftung
- » Integriertes Lernen
- » Ausbildungskampagne

### 3. Osterholz sichert! Wir sorgen für Menschen, Möglichkeiten und Morgen.

**Ziel 1:  
Ein lebenswertes  
Zuhause für  
Alle schaffen**

**Ziel 2:  
Klima- und Umwelt-  
schutz in allen  
Bereichen fördern**

#### **Zentrale Handlungsfelder:**

Bevölkerungsstruktur und  
demografischer Wandel

Soziale Infrastruktur und  
Bildung

Klima-, Umwelt- und Natur-  
schutz

Mobilität

Beschäftigtenentwicklung

**Ziel 3:  
Bildung, Wissen,  
Betreuung und  
Gesundheit  
weiterentwickeln**

**Ziel 4:  
Mobilität und digitale  
Möglichkeiten für alle  
erreichen**

#### **Investitionen in die Stabili- tätsanker für den Menschen**

#### **Leitlinie 3: Osterholz sichert! Wir sorgen für Menschen, Möglichkeiten und Morgen.**

Der Landkreis sorgt für Stabilität und strahlt sie aus. Für Stabilität sorgen unter anderem institutionelle Anker. Zu den größten Stabilitätsankern des Landkreises Osterholz zählen Schulen, Ärztezentren, das Kreiskrankenhaus, Rathäuser, Sportvereine, Museen, Kirchen, Kulturzentren, aber auch die Heimatzeitungen und Mobilitätsdrehscheiben wie Bahnhöfe. Sie sind lebensnotwendig und identitätsstiftend. Sie sind wichtig, um das Leben im Landkreis lebenswert zu machen und weiterzukommen. Eine stabile Entwicklung sichert die Grundversorgung (Daseinsvorsorge) und tätigt Investitionen in die Zukunft. Stabilität heißt nicht Stagnation, sondern ein behutsamer Fortschritt der Entwicklung der Versorgung im Landkreis.

Folgende Entwicklungen zeigen die Stabilität des Landkreises:

- » Seit 2012 hat der Landkreis einen leichten Bevölkerungszugang von 2,4 % zu verzeichnen.
- » Die Arbeitslosigkeit des Landkreises ist im Durchschnitt abnehmend und weist mit 3,1 % die fünfniedrigste Arbeitslosenquote in Niedersachsen auf.
- » Es gibt ausreichend KiTa-Plätze und kleine KiTa-Gruppen.
- » Eine möglichst flächendeckende Breitbandversorgung mit Geschwindigkeiten von mindestens 50 Mbit/s im Download wird angestrebt, alle Schulen, Krankenhäuser und Gewerbegebiete sind in den nächsten Jahren zu erschließen.

Im Fokus stehen die Menschen, die im Landkreis leben und arbeiten. Für sie werden Mobilität, medizinische Versorgung, Nahversorgung, Wasser- und Abwasser-versorgung, Bildung etc. gesichert. Immer wichtiger wird auch die Versorgung digitaler Infrastruktur (Breitbandversorgung, lückenloser Mobilfunk, WLAN-Hotspots etc.). Diese Angebote vom Landkreis sind zukunftsorientiert und bedarfsorientiert ausgerichtet.

#### **Landleben mit kurzen Wegen**

Osterholz ist auch für junge Familien, Kinder und Jugendliche attraktiv. Die Gemeinden sind bekannt für ihre familienfreundliche Umgebung. Mit den Vorteilen eines

ländlichen und idyllischen Wohnambientes müssen die Bewohnerinnen und Bewohner auf die Vorzüge einer Großstadt nicht verzichten. Mit einer guten Anbindung an das Oberzentrum Bremen können die meisten Menschen von einem hohen Freizeitwert in ländlicher Umgebung profitieren. Verbesserungswürdig ist allerdings die Vernetzung des öffentlichen Personennahverkehrs innerhalb des Landkreises (z.B. West-Ost-Richtung).

#### **Stabilisierung durch Balance**

Ein behutsamer Fortschritt gelingt nur durch zukunftsweisende Investitionen in Bereiche wie Bildung, Verkehr, soziale Infrastruktur und Wohnungsbau. Ein ausgewogenes Verhältnis zwischen mutigen und vorsichtigen Entscheidungen ist im Landkreis gefragt. Der Landkreis positioniert sich als verantwortungsbewusster Entwickler, indem einerseits Finanzen vorsichtig im Auge behalten, andererseits wichtige Investitionen getätigt werden.

Die Leitlinie bezieht sich auch auf einen bewussten Umgang und den Erhalt von Umwelt und Natur bei notwendiger Siedlungsentwicklung. Auch nach wie vor sind die Landwirtschaft und die Energieversorgung stabilisierende und wesentliche Faktoren der Wirtschaft in Osterholz. Klimaschutz ist im Landkreis etabliert. Zukünftig soll die Arbeit durch ein Klimaschutzmanagement weiter ausgebaut werden, um Ziele zu erreichen und die Wirksamkeit von Aktivitäten zu messen. Das Thema Moor- und Bodenschutz ist ein großes Querschnittsthema im Landkreis, für das eine integrative Strategie benötigt wird. Um eine flächendeckende Infrastrukturversorgung mit hoher Qualität zu schaffen und die Osterholzer Kulturlandschaft zukunftsfähig zu halten, sind noch viele Hindernisse zu überwinden und Brücken zwischen den Interessensgruppen zu bauen. Dabei soll der Landkreis mit seinen Gemeinden und Nachbarregionen mehr Zusammenarbeit wagen und über Grenzen hinweg denken.

Die zentralen Stabilitätsanker sollen erhalten und gestärkt werden. Die folgenden Zielsetzungen verdeutlichen die Schwerpunktsetzung der nächsten 10 Jahre.

#### **Ziel 1: Ein lebenswertes Zuhause für alle schaffen**

Die Menschen im Landkreis haben individuelle Bedürfnisse. Der Landkreis bietet allen Biografien, Bevölkerungsgruppen und

Generationen Angebote. Wohnangebote müssen für alle Lebensphasen und Bevölkerungsgruppen verfügbar sein. Einerseits ist dem Mangel an bezahlbaren Wohnraum und kleineren Wohnungen für Singles und ältere Menschen Abhilfe zu schaffen, andererseits sind Eigenheime im Grünen und attraktives Wohnen für junge Städterinnen und Städter zu ermöglichen. Notwendig ist die Entwicklung von Preisen für Bauland (für Wohnen und Gewerbe) auf akzeptablem Niveau.

Attraktive Aufenthaltsplätze und soziale Begegnungsorte sollen für alle Generationen geschaffen werden. Generationsübergreifende Orte sind als Chance zu begreifen, um den sozialen Zusammenhalt zu stärken und neue Ideen zu entwickeln. Weitere Wohlfühlfaktoren wie ein guter Zugang zur sozialen Infrastruktur, ein gutes Sportangebot sowie Vereinswesen runden das Paket ab.

### Ziel 2: Klima- und Umweltschutz in allen Bereichen fördern

Der Landkreis sieht Klimaneutralität, Umweltverträglichkeit und einen verantwortungsvollen Umgang mit den natürlichen Ressourcen (Boden, Wasser, Luft) als Grundsätze seines Handelns. Um Wirtschaft, Kultur und Infrastruktur innovativ und nachhaltig zu entwickeln, ist der Klimaschutz in allen Bereichen der Verwaltung zu integrieren und zu verknüpfen. Fortschritt muss messbar und vergleichbar gemacht werden. Aber auch in der Öffentlichkeitsarbeit und Bildung müssen Umwelt- und Klimaschutzthemen zur Sensibilisierung der Bevölkerung und der Akteure im Landkreis verankert werden. Weiterhin sind die vielfältige regenerative Energieerzeugung und nachhaltige Landwirtschaft effizient voranzutreiben. Innovative Maßnahmen im Bereich des Moorschutzes durch Wiedervernässung von Hochmooren sind weiterzuverfolgen. Zum Thema Moor- und Bodenschutz gibt es bereits viele kleine Projekte, die unter einer großen Strategie – die interdisziplinäre Dialoge fördert – verknüpft und weiterentwickelt werden müssen. Es sind neue Wertschöpfungsmodelle in der Landwirtschaft zu diskutieren, um die Kulturlandschaften zu erhalten. Eine weitere Priorität hat die Minderung von Klimafolgen im Landkreis, um die Auswirkungen der vom Klimawandel erzeugten Extremwetterbedingungen in der Region zu mindern. Klimaanpassung ist auch bei der Landschafts- und Siedlungsentwicklung sowie im Bereich von Umweltbildung und

Infrastruktur mit zu berücksichtigen. Der Erhalt der heimischen Flora und Fauna soll unter dem besonderen Schutz der biologischen Vielfalt sichergestellt werden. Die Natura-2000-Gebiete werden gesichert und gepflegt.

Besonderen Stellenwert sollen die Neuaufstellung des Landschaftsrahmenplans und die Aktivitäten zur Gründung des „Naturparks Teufelsmoor“ einnehmen. Auch indem sich Osterholz als Wasserstoff-Modellregion positioniert, erhält der Landkreis die Chance im Zuge der Energiewende weiter Fahrt aufzunehmen.

### Ziel 3: Bildung, Wissen, Betreuung und Gesundheit weiterentwickeln

Soziale Angebote wie Schulen, KiTas, Betreuungsangebote sowie die medizinische Versorgung sind aktiv zu stärken. Auch ausreichend Angebote in der Jugend- und Seniorenhilfe sowie Mittel der Sportförderung sind bereitzustellen und Fachkräfte in diesen Bereichen zu qualifizieren. Das Ausbildungsangebot für Studium und Beruf soll weiter qualifiziert werden, um jungen Menschen Perspektiven in der Region aufzuzeigen. Es steht allen Einwohnerinnen und Einwohnern in erreichbarer Nähe ein bedarfsgerechtes Bildungsangebot in den Bereichen Elementarbildung und weiterführende Schulen sowie für das lebenslange Lernen zur Verfügung. Die zunehmend digitalere Bildungsarbeit sollte ebenfalls gezielt Populismus vorbeugen und Demokratie fördern. Die politische Bildung ist mit neuen Programmen im Landkreis zu stärken. Eine gezielte Qualifizierung der Menschen im Landkreis ist ebenso wichtig, um dem zunehmenden Nachwuchsmangel zu begegnen.

Nicht zuletzt zeigt die Corona Pandemie von 2020 wie unabdingbar eine krisenfeste Gesundheitsversorgung ist. Eine wohnortnahe medizinische und pflegerische Versorgung ist im Landkreis sicherzustellen. Dazu sind vorhandene (auch ehrenamtliche) Angebotsstrukturen stärker zu vernetzen, um eine flächendeckende Versorgung zu erreichen. Der Landkreis unterstützt dabei, die Qualität der Bildungs-, Wissens-, Betreuungs- und Gesundheitsstandorte zu erhalten und weiterzuentwickeln.



Abb. 15: Die im Erarbeitungsprozess identifizierten Wohlfühlfaktoren  
Quelle: Sweco

### Ziel 4: Mobilität und digitale Möglichkeiten für alle erreichen

Eine gut funktionierende und klimaschonende Mobilität ist Voraussetzung für die Sicherung der Versorgung und des Pendlerverkehrs. Versorgungsinfrastrukturen wie Einzelhandel, Ärztezentren, ÖPNV, Betreuungs- und Bildungsinstitutionen wie Schulen, Kindergärten und Pflegeeinrichtungen müssen für alle Generationen in einem zumutbaren Aufwand erreichbar sein. Des Weiteren muss der ÖPNV und die Alternativen zum PKW – auch in ländlichen Gebieten – weiter ausgebaut werden. Dies erfordert den Ausbau bestehender und neuer Taktungen, die Einrichtung flexibler Angebote wie Bürgerbus sowie einen Ausbau der Radverkehrsinfrastruktur. Verschiedene Verkehrsformen sind zu vernetzen. Die Mobilitätswende soll mithilfe eines integrierten Konzepts aktiv gestaltet werden. Neue Mobilitätsformen der Zukunft wie autonomes Fahren sollen gefördert werden. Auch der Individualverkehr erfordert eine klimafreundliche Entwicklung durch eine gute Verkehrsanbindung, die weniger Lärm und möglichst schonend für Flora und Fauna

umgesetzt wird.

Die digitale Infrastruktur ländlicher Regionen eröffnet Möglichkeiten, nicht nur um das Verkehrsaufkommen zu reduzieren. Ein Ziel des Landkreises ist es, den Breitbandausbau und Mobilfunkempfang flächendeckend sicherzustellen, um für Bewohnerinnen und Bewohner, aber auch für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer attraktiv zu bleiben und den Weg für Innovationen in Landwirtschaft, Mobilität oder Bildung zu ebnen. Eine starke Zusammenarbeit findet mit dem Breitbandzentrum Niedersachsen-Bremen und ARTIE statt. Das digitale Lernen im Bereich der Ausbildung und Weiterbildung ist voranzubringen. Integrative Lernmethoden wie Home-Learning und weitere Modelle des „Blended Learning“ sind wichtige Konzepte, die in der Region weiterentwickelt werden sollen. Einen großen Schwerpunkt bildet auch die digitale Verwaltung: Der Landkreis wird seine Kommunikationsprozesse in den nächsten Jahren digitaler gestalten und den Einwohnerinnen und Einwohnern eine flexible, pünktliche und einfache Serviceinanspruchnahme ermöglichen. Auch die Digitalisierung der Verwaltungsprozesse in den Gemeinden und Versorgungseinrichtungen wie der Jugend-, Bildungs- und Sozialarbeit soll angestoßen werden.

### Wichtigste Schlüsselaktivitäten

- » Online-Bürgerbüro
- » Breitband- und Mobilfunkausbau
- » Heimatwissen
- » Kreismobilitätskonzept
- » Energiewende weiterdenken
- » Klimaschutzmanagement
- » Interkommunaler Dialog  
Kindertagesbetreuung

## 4. Osterholz leuchtet! Wir entwickeln eigene Dynamik und Attraktivität.

Ziel 1:  
Kultur und Natur  
innovativ verknüpfen

Ziel 2:  
Landkulturerbe  
weiterentwickeln und  
zeigen

### Zentrale Handlungsfelder:

Tourismus und Kultur

Klima-, Umwelt- und Natur-  
schutz

Wirtschaft/Technologie und  
Wissenstransfer

Regionale Identität

Ziel 3:  
Kunst und Kulturschätze  
international  
präsentieren

Ziel 4:  
Mit Marketingmut und  
Kommunikationskraft  
Präsenz erzielen

### Stärken zum Leuchten bringen

#### Leitlinie 4: Osterholz leuchtet! Wir entwickeln eigene Dynamik und Attraktivität.

Was macht den Landkreis besonders? Was sind die „Leuchttürme“? Leuchttürme sind Projekte, Initiativen, Geschichten, Angebote oder Netzwerke, die Vorbildcharakter für die Entwicklung des Landkreises Osterholz haben und überregional – teils in die Welt hinaus – strahlen. Zu den größten Leuchttürmen des Landkreises gehört das Künstlerdorf Worpswede, das Breitbandzentrum Niedersachsen-Bremen und die ARTIE-Koordinierungsstelle für das regionale Netzwerk für Technologie, Innovation und Entwicklung. In der Diskussion ist die Gründung eines Naturparks „Teufelsmoor“, der die Naturräume in Wert setzt und den Fokus Richtung Umweltbildung, Naturtourismus, Regionalvermarktung und Naturschutz legt. Mit der Teilnahme an dem Bundesprogramm „HyLand – Wasserstoffregionen in Deutschland“ schafft der Landkreis als Wasserstoffmodellregion einen weiteren Leuchtturm in einer bedeutenden Zukunftstechnologie. Viele Leuchttürme und Schätze aus den unterschiedlichen Gemeinden bilden zusammen das Alleinstellungsmerkmal des Landkreises. Zusätzlich sind die Leuchttürme, Landkreisgeschichten und Schätze natürlich eine lebendige Markensubstanz und müssen in diese aufgenommen, aktiviert und eingesetzt werden. Die Marke – nicht nur das Torfkahn-Logo – ist entsprechend weiter zu entwickeln und substantiell mit den Leuchttürmen sowie neuen Aktivitäten darum herum zu verbinden. Als Zielsetzung soll demnach Folgendes gelten: Die Leuchttürme werden als Markensubstanz und die Marke als Präsenzanker etabliert sowie die Leuchtturmangebote als Kommunikationsanlässe genutzt.

#### Mit „Komplizen“ zu mehr Strahlkraft

Die Entwicklung von Leuchttürmen ist eine herausfordernde Aufgabe. Überregional sucht der Landkreis deshalb Organisationen und Institutionen, um sich mit innovativen Vorhaben noch stärker nach außen hin zu positionieren und die Attraktivität zu erhöhen. Im Kooperationsverbund ARTIE und im Wasserstoff-Netzwerk kooperiert der Landkreis Osterholz mit zehn weiteren Landkreisen als Region Nordostniedersachsen. Aber auch im Tourismus, im Kunst-/Kulturbereich sowie in der Wirtschaft kann es klug und vor allem hilfreich sein, mit einem überregionalen bis internationalem Denken und Entwickeln von neuen Partnerschaften und Initiativen weiter zu

kommen. Die Attraktivität des Landkreises sollte in einigen Bereichen nicht unterschätzt werden. Entsprechend ist eine gezielte Partnerakquisition und -entwicklung in verschiedenen Bereichen sehr empfehlenswert.

#### Die Verbindung zwischen Moderne und Tradition

Das Interesse an Kultur ist im Wandel. Der Spagat zwischen etablierten Sehgewohnheiten einerseits und den Ansprüchen eines modernen Kunstpublikums andererseits wird von den Museen als eine positive Herausforderung angenommen. Anders ist es mit der Natur. Immer mehr Menschen sehnen sich nach Ruhe und Naturerlebnis als Ausgleich zu einem stark fordernden Alltag.

Die Kreisentwicklung nimmt den beschriebenen Wandel in seiner Tourismus- und Kulturförderung ernst und experimentiert an einem „Osterholz-Zukunftsraum“, der Kultur und Natur innovativ verbindet und neue interessante Angebote schafft. Aus kulturellem Erbe und der vielfältigen Kunst kann Kreativität auch stärker in anderen Bereichen, z.B. in der Gewerbeentwicklung durch kreatives und nachhaltiges Bauen, hervorgebracht werden. Die kreative und innovative Verbindung von Kultur und Natur in allen Bereichen ist eines der Alleinstellungsmerkmale der Region. Die Themen sind bereits durch die historisch gewachsenen Strukturen im Landkreis natürlich verflochten. Die entsprechende Vision ist jedoch gemeinschaftlich und zukunftsweisend mit allen Akteuren, Gemeinden und Ämtern zu entwickeln.

Der Landkreis Osterholz setzt auf die Förderung von Kultur- und Freizeitangeboten und pflegt seine Tradition und Festivitäten. Für den Tourismus bietet Osterholz, neben einem großen Kulturangebot in Worpswede, Angebote im Bereich des Torfkahnfahrens, radfahrens, wanderns und wasserwanderns. Der Klimawandel ist in Osterholz auch als Chance zu sehen, sich als „nahes“ Tourismusziel in Deutschland zu positionieren und die Natur zu bewahren.

Heutige Themen und Ansprüche müssen in die Arbeit der Kreisentwicklung integriert werden, um dem dynamischen Wandel in der Gesellschaft gerecht zu werden. Die Arbeitsorganisation und die Ausrichtung der Bereiche Tourismus und Kultur sollen restrukturiert werden. Die vorliegende Leitlinie rückt die Projekte und Leuchttürme der Kreisentwicklung in den Vordergrund.

Das Aufgabenverständnis leitet sich aus den folgenden Zielsetzungen ab.

### Ziel 1: Kultur und Natur innovativ verknüpfen

Als Modellregion muss der Landkreis mit seinen Akteuren eine gemeinsame Vision entwickeln. Die Kreisentwicklung Osterholz wird in den nächsten Jahren das Verhältnis von Kultur und Natur zusammen mit ihren Macherinnen und Machern neu erfinden. Daraus ergeben sich zwei Ansätze:

Im engeren Sinne werden touristische, kulturelle und naturräumliche Kompetenzen noch enger miteinander verknüpft. Die Tourismus- und Kulturentwicklung findet im Einklang mit den naturräumlichen Erfordernissen statt und nutzt diese für attraktive Angebote in der Region. Natur und Landschaft werden für Naherholung und Tourismus erhalten und erlebbar gemacht. Eine Weiterentwicklung der Angebote rund um den Torfkahn mit interessanten Veranstaltungen sind erwünscht. Ebenso ist die Weiterentwicklung der Marke und des Marketings auf diese Inhalte und Bezugspunkte hin sehr relevant.

Im weiteren Sinne sind auch technische Lösungen im Dreiklang von Naturbewahrung, Kulturförderung und Regionalvermarktung im Kontext des Klimawandels zu entwickeln. Kreative und innovative Angebote und Geschäftsmodelle können in der „kulturellen Denkfabrik“ in Worpswede vorangebracht werden und die Basis der Modellregion bilden, welche klimaneutrales und umweltbewusstes Leben umsetzen.

Um diese Ziele zu erreichen, leitet sich die spezifische Aufgabe der Kulturförderung und Sensibilisierung für dieses Zusammen-denken im Landkreis ab:

- » interdisziplinäres Denken und Handeln in den eigenen Ämtern fördern
- » Kreativitätskompetenzen von Fachkräften in der Region erhöhen,
- » Leuchtturmprojekte voranbringen,
- » Markenentwicklung und aktive Differenzierung durch diese Themenverbindung.

### Ziel 2: Landkulturerbe weiterentwickeln und zeigen

Das Land, seine Traditionen, Kultur, Kunst und Geschichte(n) sind Bestandteile der touristischen Kernkompetenz in Osterholz und bedürfen einer stärkeren Vernetzung,

um als Leuchtturm zu strahlen. Die besonderen Kulturlandschaften sind die Basis für die Attraktivität des Wohnstandortes sowie die Entwicklung des Tourismus. Die Kreisentwicklung nimmt sich vor, die Menschen noch mehr für Natur und Kultur zu begeistern und die Inwertsetzung der Moorkultur zu fördern. In dem Zuge der Gründung eines Naturparks „Teufelsmoor“ können Naturschutz und touristische Inwertsetzung der Findorff-Siedlungen, aber auch die Themen Natur und Moor mit einem Naturparkträger stärker institutionalisiert werden. Den Landkreis Osterholz als Bildungsurlaubsdestination zu entwickeln, würde nicht nur Einwohnerinnen und Einwohnern dienen, die Kulturlandschaft besser kennenzulernen und sich mit ihr zu identifizieren, sondern sie auch national bekannter zu machen.

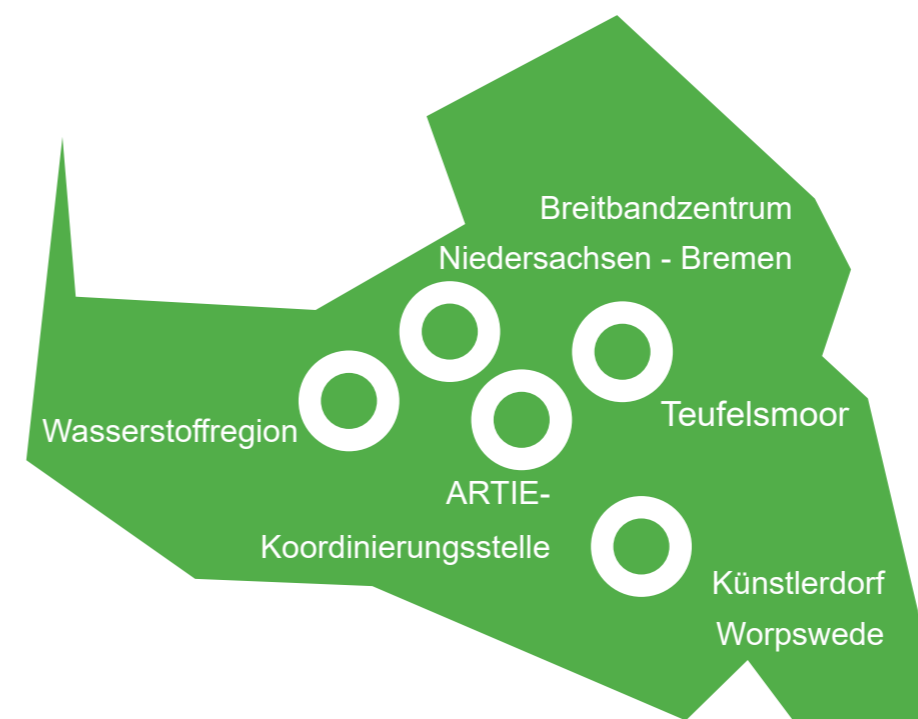
Die Tourismusförderung und der Museumsverbund stehen vor der Herausforderung moderne Aktivitäten mit den traditionellen Hintergründen darzustellen und sich selbst modern aufzustellen. Die alten Geschichten aus der Moorbeseidlung und der Zuzug von Künstlerinnen und Künstlern, die Worpswede zu einem bekannten Kultur- und Kunstort verholfen haben, machen den Landkreis zu etwas Besonderem.

Die Qualität der touristischen Angebote muss gestärkt werden. Insbesondere für die Vermarktung muss es eine gezielte Angebotsentwicklung geben, die Bestehendes zu neuen Angeboten und kreativ Einmaligem verbindet – auch ggf. durch Additionen von neuen Komponenten, Inhalten und Techniken. Die Kultur-, Tourismus- und Landkreisvermarktung wird diese substanzialen Angebote für erfolgreiche Präsenzarbeit dringend brauchen.

### Ziel 3: Kunst und Kulturschätze international präsentieren

Die Kreisentwicklung wird in den nächsten Jahren die Vermarktung des Kunst- und Kulturortes Worpswede „neu denken“. Die Modernisierung der Kultur- und Kunstlandschaft, des Marketings und der Angebotsstrukturen ist Schwerpunktaufgabe.

Als Leuchtturm mit internationaler Ausstrahlung ist der Standort stärker international zu vernetzen. Die nationale Ausschreibung des Paula Modersohn-Becker Kunstpreises und große Gemeinschaftsausstellungen versprechen eine überregionale Sichtbarkeit. Daraus ergeben sich mehrere Handlungsaufträge an die Kreisentwicklung:



- » private und institutionelle Sammler-Initiativen zu entwickeln und national oder auch darüber hinaus zu etablieren,
- » Worpswede qualitativ und ganzheitlich zu positionieren und das einmalige kunsthistorische Erbe (die „Alten Worpsweder“) neu erlebbar zu machen,
- » Mit modernen Vermittlungskonzepten neue Zielgruppen und insbesondere junge Besucher anzusprechen und zu begeistern.
- » die musealen Strukturen schlanker, moderner und wettbewerbsfähiger zu gestalten.
- » absolut wünschenswert wäre eine verstärkte/intensivere Kooperation im Marketing und Markenbereich. Das Künstlerdorf kann vom Landkreis stärker profitieren, aber ebenso braucht das Landkreismarketing den „Leuchtturm Worpswede“ zur Profilierung. Mehr Gemeinsamkeit schafft mehr Präsenz – für beide!

### Ziel 4: Mit Marketingmut und Kommunikationskraft Präsenz erzielen

Für ein erfolgreiches, zukunftsfähiges Marketing des Landkreises braucht es neben neuen strukturellen und organisatorischen Voraussetzungen auch eine andere Haltung. Die Kommunikation ausschließlich innerhalb bestehender Strukturen ist heute i.d.R. zu wenig – und auch kein Marketing. Die fokussierte Entwicklung für Kunden, Bürger, Gäste und Anspruchsgruppen – immer im Kontext des Wettbewerbes und des Umfeldes – bedeutet wahres Marketing, eben gezielt für den Markt entwickeln.

Entsprechend braucht der Landkreis in Zukunft mehr Mut nicht nur kommunikativ zu verarbeiten, was es gibt, sondern viel-

mehr gezielt zu entwickeln, was gewünscht wird. Natürlich immer im Rahmen der Basis und Zielsetzungen. Dieser „Angebots-/Entwicklungs-“ Mut muss gepaart werden mit dem Mut für eine markige, einmalige Kommunikation, die nicht nur durch die Angebotssubstanz/-idee Präsenz herbeiführt, sondern auch durch die Benennung und Kommunikation für Wahrnehmung sorgt. Das Marketing sollte etwas lauter, ein wenig forscher und vor allem: deutlich selbstbewusster sein. Der Landkreis Osterholz hat viel zu bieten und das Potenzial zur Umsetzung – diese Haltung muss spürbar, sichtbar und kommunikativ erlebbar werden. In diesem Rahmen sind u.a. zu entwickeln:

- » ein kollektives Markenverständnis mit inhaltlichem und optischen Markendach mit starkem Markenportfolio/-leistungen sowie bunten Marken- und Kommunikationsthemen,
- » eine fokussierte Marketingstrategie mit klaren Zielen, Angebotsperspektiven und Richtungen für die inhaltliche und kommunikative Entwicklung,
- » verschiedene Zielgruppenangebote und -kampagnen inkl. der Synchronisierung unterhalb des Markendachs sowie die Anbindung von Gemeinde- und Leistungsträgerinitiativen – idealerweise in oder als Marken- bzw. Kommunikationspartnerschaft,
- » eine zentrale Kommunikationsstelle, mit kollektiver/kooperativer Planung, Angeboten/Kompetenzen zur Projektkoordination und vor allem: stetiger Erfolgskontrolle der Leistungs- und Kommunikationszahlen,
- » eine enge Zusammenarbeit im Landkreis mit großer Informations- und Transparenzbereitschaft sowie marktorientiertem Optimierungswillen.

### Wichtigste Schlüsselaktivitäten

- » OHZ Live
- » Entwicklung eines Naturparks Teufelsmoor
- » Etablierung als ADFC-RadReiseRegion
- » Erlebnis Torfkahn weiterentwickeln
- » Weiterentwicklung Paula Modersohn-Becker Kunstpreis



Abb. 17: Moodboard Landkreis Osterholz  
 Fotos (von links nach rechts): © Focke Strangmann/Worpsweder Museumsverbund; © Anja Steffen; © Anja Steffen; © Karsten Schöpfer, Touristikagentur TWU; © pixabay; © Eisenbahnen und Verkehrsbetriebe Elbe-Weser GmbH; © Anja Steffen; © FAUN Gruppe; © Landkreis Osterholz / Isabella Adam

**naturverbunden – kulturstark – zukunftsengagiert**

**bodenständig – weltoffen – anpackend**

Leitbild 2020 Der Landkreis Osterholz: abwechslungsreich, qualitätsorientiert, nachhaltig – ein touristisches Gewicht im Nordwesten.

Abb. 18: Marketingleitbild Landkreis Osterholz  
 Quelle: Adaption Marktrausch

# 05 INTEGRIERTES MARKETING

Markenentwicklung, Markenstrategien, marktorientierte Angebotsentwicklung

## Der Status quo im Landkreismarketing

**Vieles ist vorhanden und doch besteht „Luft nach oben“**

Das bisherige bzw. aktuelle Landkreismarketing ist in 5 Aufgabenbereiche unterteilt – Öffentlichkeitsarbeit, Regionalmarketing, Tourismusförderung, Kulturmarketing (in Anbindung an das autonome Ortsmarketing Worpswede) und die marketingorientierten Aktivitäten der Wirtschaftsförderung. Diese Fünfteilung verursacht nicht nur eine Aufteilung der Budgets und personellen Ressourcen, sondern auch eine thematische Zerteilung des Landkreismarketings inklusive einer geringen übergreifenden Themenentwicklung und -ausspielung. Obwohl alle Beteiligten dieses mit großer Energie versuchen zu kompensieren, ist diese Aufteilung eine wesentliche Barriere für eine zukunftsfähige Ausrichtung.

Neben den organisatorischen und strukturellen Gegebenheiten gibt es eine ähnliche Situation beim Markenauftritt. Auch hier ist der Landkreis mit verschiedenen Marken durchaus aktiv unterwegs, aber verliert auch hier durch die Aufteilung Durchschlags- und Präsenzkraft. Neben der durchgängig geführten und kontrollierten Landkreis-Regionalmarke („Torfkahn“), sind vor allem im touristischen Bereich die Marke „kulturland teufelsmoor“ und im Kultur- und -touristischen Bereich die Marke „Worpswede“ bzw. der Museumsverbund präsent. Hinzu kommen partnerschaftliche und überregionale Aktivitäten (z.B. ARTIE) mit weiteren übergeordneten Bezeichnungen oder Auftritten. Insgesamt sind also viele Absender, viele Marken/Markierungen, zahlreiche Themen „unterwegs“ – die Zuordnung und das Aktivieren der Marke „(Landkreis) Osterholz“ ist deswegen nicht optimal und sollte zukünftig stärker zusammengeführt, kollektiv und stringent gesteuert werden.

Trotz der aktuellen Markenfragmentierung gab und gibt es eine formulierte Markenidee im Leitbild 2020. In diesem werden wichtige Attribute des Landkreises bzw. der Marke zutreffend beschrieben. Diese

sind sowohl für die aktuelle als auch für die zukünftige Markensteuerung und -entwicklung relevant. Im Rahmen des Evaluationsprozesses wurde festgestellt, dass diese Eigenschaftszuschreibungen mehr oder weniger aktuell, passend und zukunftsfähig sind. Eine leichte inhaltliche und verbale Überarbeitung vor dem Hintergrund der zukünftigen Kreisentwicklung ist empfehlenswert – OHNE etwas völlig Neues zu entwickeln.

### Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken des Landkreismarketings

Im Rahmen der Analyse wurden alle wesentlichen Aspekte des aktuellen Marketings begutachtet. Neben der Marketingorganisation und der Marke bzw. Markenarchitektur, wurden auch die Aspekte Marketingstrategie, Marketingsteuerung/-kontrolle, Marketing- und Partnermanagement sowie die marktorientierte Angebotsentwicklung betrachtet. Nachfolgend eine Übersicht der wichtigsten Erkenntnisse dazu.

- » **Gute Basis aktivieren**  
 Der Landkreis Osterholz hat und kann viel – von Sehenswertem über Initiativen bis zu engagierten Macherinnen und Machern und tollen Aktivitäten. Eine gute Basis!
- » **Gezielt modern machen**  
 Die Landkreis-Markierung und -Identifikation scheint verbreitet und akzeptiert – es gilt typische Zeichen, Themen und Angebote substanziell UND gleichzeitig modern weiterzuentwickeln („Dynamisch Vorwärts mit tiefer Verwurzelung“).
- » **Neues Marketing entwickeln**  
 Die Marken-/Marketingfokussierung bzw. -steuerung muss sich zukünftig deutlich weiterentwickeln und braucht mehr Kraft, Mut, Planung und Vernetzung. Die aktuelle Marketingorganisation ist kontraproduktiv für eine kollektive Vermarktung.



Abb. 19: Osterholz Markengesichter : Fragmentiertes Marketing ohne Dach  
Quelle:© Marktrausch

	STÄRKEN	SCHWÄCHEN
Allgemein	<ul style="list-style-type: none"> <li>Marketingkraft Worpswede/Teufelsmoor</li> <li>Agile, engagierte Landkreis-Verwaltung</li> <li>Machermentalität (Teufelsmoor bis ARTIE)</li> <li>Kunst-/Künstler-Magnet Worpswede</li> <li>Gute Wirtschaftsleistungsträger/-initiativen</li> <li>Erlebbarer Substanz von Geschichten/Themen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>5-Teilung der Marketingkraft/-organisation</li> <li>Schwache Markenpositionierung/Marke</li> <li>Fragmentiertes Marketing ohne „Dach“</li> <li>„Nur“ ein nationaler Star: Worpswede</li> <li>Wenig klare Landkreis-/Angebotssichtbarkeit in Bremen, Niedersachsen, Hamburg</li> </ul>
Speziell	<ul style="list-style-type: none"> <li>Torfkahn-Symbolik für regionale Identität</li> <li>Ansätze Torfkahn-Inszenierung/Kulturerhaltung</li> <li>Aktive Traditions-/Heimatspflege inkl. Bildung</li> <li>Ähnliche Ansichten zu Veränderung/Themen</li> <li>Engagierte Teilkommunikation und kreative Marketingmacher spez. für Budget/Aktionen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fehlende ganzheitliche Marketingausrichtung</li> <li>Eher Abteilungs-/Aufgaben- als Markenfokus + schwieriges Schnittstellenmanagement</li> <li>Keine Kernthemen + -botschaften</li> <li>Wenig Marken-/Marketingvorgaben, reale Inszenierung und konzertiertes Handeln</li> </ul>
	CHANCEN	RISIKEN
Allgemein	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kernthemen ausarbeiten + konsequent treiben</li> <li>Neue Zielgruppen-Segmentierung und -Klarheit</li> <li>Internat. Themenpotenzial (Worpswede, Wasserstoff...)</li> <li>Ausbau der erlebbaren Kultur-Natur-Verbindung</li> <li>Kollektive Klammerbildung inkl. Bündelung von guten Einzelentwicklungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>„Nur“ regionale Verbreitung/Akzeptanz</li> <li>„Nur“ nach innen selbstbewusst auftreten</li> <li>Vielzahl der Akteure führt zu schwachen Kompromissen – ggf. mit „Bestandswahrung“</li> <li>Fehlende Neuinszenierung/Weiterentwicklung von traditioneller Stärke/„alten“ Geschichte</li> </ul>
Speziell	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kollektive Marke-/Marketing-Haltung/-Idee</li> <li>Konsequente Verwertung v. Inhalten/Themen</li> <li>Marketingoptimierung durch Reorganisation und Fokusplanung inkl. echter Zielkontrolle</li> <li>Mut zur kreativen Geschäfts-/Angebotsentwicklung</li> <li>Stärkung (touristischer) Qualitätsangebote</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rivalität von Absendern/Marken/Aktionen</li> <li>Abteilungsdenke im Marketing + i. d. Komm.</li> <li>Einzelfokus und Unterschätzung gem. Chancen</li> <li>Mangelndes Verständnis/Vertrauen inkl. Mut</li> <li>Vernetzungsvorteile nicht begreifen/nutzen</li> <li>Tourismus-/Naturschutz-Dynamik unterschätzen</li> </ul>

Abb. 20: Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken des Marketings des Landkreises Osterholz  
Quelle:© Marktrausch

- » **Variabler näher ran**  
Zielgruppen, Themen und Formen sowie Kanäle des Marketings sind für die Zukunftsausrichtung facettenreicher, kundenorientierter und kanalspezifischer zu definieren bzw. zu entwickeln.
- » **Gemeinsam weiter kommen**  
Intensivierung der internen und externen Vernetzung, um Entwicklungen besser voranzutreiben, mit Themen schneller präsent zu werden und auch: sich als Motor und Partner zu präsentieren bzw. etablieren.
- » **Grenzenlos gut sein**  
Die Marketing- und Kommunikationsausrichtung sollte größer gedacht werden (Verbreitung/Relevanz) und mit neuem Selbstbewusstsein hinterlegt sein (Präsenz/Prägnanz).

### Zielsetzungen, Zielgruppen und Marketingansätze

#### Das Landkreismarketing für die Zukunft aufstellen

Basierend auf der gemeinsamen Analyse ergeben sich klare Perspektiven bzw. Notwendigkeiten für die zukünftige Entwicklung.

1. Es braucht eine **neue, ganzheitliche Idee für das Landkreismarketing**, die synchronisiert mit und verankert im Kreisentwicklungskonzept ist. Die Aufgabe: Entwicklung einer Marketingstrategie.
2. Eine konsequente Ausrichtung inkl. **neuer Struktur für Marketing- und Kommunikationsarbeit** im Landkreis ist notwendig. Die Aufgabe: Abkehr von einem „fünfteiligen Marketing“ mit der Schaffung überarbeiteter Marketingorganisations- und -steuerungsvoraussetzungen.
3. Es ist erforderlich eine **kollektive Landkreis-Markenarbeit** mit klarem Zielfokus und Markensystem zu entwickeln – ergänzt um die gemeinschaftliche Entwicklung von markt- und präsentfähigen Angeboten. Die Aufgaben: Überarbeitung der Marke/Architektur plus nachfragefokussierten Angebotsentwicklung.
4. Es wird in Zukunft eine **bereichsübergreifende Themenfusion** benötigen, die verschiedene Angebote, Qualitäten und Mehrwerte bietet – inklusive gezielter Präsenz-Aktionen/-Initiativen. Die Aufgabe: thematische

Grenzen auflösen und Fokussierung auf gemeinsame „Highlight“-Aktionen.

5. Abschließend: Marketing ist ein Prozess mit dem Bedarf einer **dauerhaften Erfolgskontrolle und Aktivitätenoptimierung**. Die Aufgabe: Installation von Marketingcontrolling, Feedbacksystemen und Trendbetrachtungen.

#### Das Umfeld und die Zielgruppen im Blick

Der Landkreis Osterholz ist in vielen Bereichen aktiv – entsprechend gibt es neutrale, partnerschaftliche und konkurrierende Situationen und Beziehungen – teilweise auch gleichzeitig. So ist es zukünftig wichtig diese Wettbewerbsumfelder im Blick zu haben und sich in diesen ggf. präserter und attraktiver zu positionieren. Das gilt sowohl für konkurrierende Konstellationen als auch für partnerschaftliches Agieren mit Anderen. Diese Dualität ist in vielen Bereichen notwendig – u.a. bei Fördermittelbewerbungen, Wirtschafts-/Projektansiedlungen, Urlauber- und Gäste-Gewinnung oder auch bei Kooperationen oder Stiftungszuwendungen.

Zukunftsaufgaben sind entsprechend:

- » Konkurrenzsituation verinnerlichen ggf. Sensibilität fördern
- » Wettbewerbs-/Partnersituationen evaluieren/einordnen
- » Vorteils-/Differenzierungspunkte herausarbeiten/darstellen
- » gezielte Darstellung/Akquisition entwickeln/realisieren

Neben dem Umfeld gilt es IMMER, die Zielgruppen im Blick zu haben. Eine erste Definition dieser Anspruchsgruppen ist im Rahmen der Ausarbeitungen erfolgt. Und so sollten sich in Zukunft Informationen, Angebote und Dialog an den vier Kernzielgruppen des Landkreises ausrichten.

Die detaillierte Definition der Gruppen sollte als Projekt im Nachgang erfolgen – idealerweise im Rahmen der Ausarbeitung der Marketingstrategie. Zum Teil gibt es im touristischen oder kulturellen Bereich diese Untersuchungen schon, in anderen Bereichen fehlen die Zielgruppenbefragungen und -erkenntnisse. Diese Daten werden in Zukunft eminent wichtig, da es gilt „zielgenau und passend“ mit verschiedenen und sehr heterogenen Personen bzw. Gruppen zu kommunizieren, diesen etwas konkret



Abb. 21: Kernzielgruppen  
 Quelle: © Marktrausch, Fotos (von links nach rechts): © Stadt Osterholz-Schrambeck; © pixabay; © BMVI; © Karsten Schöpfer, Touristikagentur TWU

anzubieten und/oder diese in Projekte und Aktivitäten einzubinden. Die fundierte Kenntnis und die darauf basierende Entwicklung adäquater Angebote und Aktivitäten ist Erfolgsvoraussetzung.

**Osterholz hat eine gute Angebotssubstanz**

Der Landkreis hat eine gute – z.T. sogar einmalige – Angebotssubstanz. Das bedeutet, dass es hier Besonderes gibt, dass es hier echt Erleb-/Erfahrbares gibt und dass somit Differenzierendes vorhanden ist. Es gibt also „gute Argumente“ für den Landkreis Osterholz. Für eine substantielle Marketing- und Markenarbeit, die den Zielgruppen erfahrbare Angebote macht, ist das notwendige und gute Voraussetzung. Die Angebote sind besonders, z.T. weltweit einmalig oder zeigen die Dynamik, Attraktivität oder Möglichkeiten im Landkreis. Dieses gilt es zukünftig gezielt zu inszenieren oder als „Vehikel“ für die fokussierte Landkreisdarstellung und -vermarktung zu nutzen. Eine Aufteilung in Themen-/Angebotsbereiche (des Landkreises) ist hier zusätzlich hilfreich, um die wesentlichen Attraktions- und Positionierungsthemen darzustellen.

Diese Übersicht ist eine erste Bestandsaufnahme. Sie sollte sich im Laufe der zukünftigen Entwicklungsarbeit weiter detaillieren oder auch dynamisch erweitern bzw. verändern. Aber: sie ist heute schon eine sehr gute Basis, um im und außerhalb des Landkreises Osterholz stärker, präsenter und markanter aufzutreten.

**Strategische Perspektiven für das Landkreismarketing**

Auf Basis der Gegebenheiten im Landkreis, der dargestellten Analyse und erster weiter-

gehender Überlegungen ist eine Formulierung der Vorgehensperspektive für das Landkreismarketing möglich. Unterstützt wird diese durch die Notwendigkeit, den gemeinsamen Abbau vorhandener Marketingbarrieren anzugehen. Darüber hinaus ergibt sich eine Zielformulierung, die sich aus der SWOT-Analyse und den Wünschen zur Zukunftsfähigkeit ergibt.

Die Perspektiven bzw. Zielsetzungen für das Marketing

- 1. Mehr Wahrnehmung + Profil Landkreis Osterholz!**  
 Aktivitäten des Landkreises, der einzelnen Bereiche und Akteure präsenter machen und kollektiv für mehr Aufmerksamkeit, Wissen, Auseinandersetzung und Attraktivität sorgen
- 2. Optimierung der Marketingarbeit + -organisation!**  
 Prüfung/Weiterentwicklung der Marketingorganisation im Landkreis + Professionalisierung bzw. Synchronisierung der Aktivitäten in Hinsicht auf wachsende Ansprüche/Anforderungen
- 3. Weiterentwicklung der Marke + des Markensystems!**  
 Stärkung/Modernisierung des aktuellen Markenauftritts inkl. der Entwicklung von Markenregeln, aber auch der Integration und Verknüpfung von bzw. mit anderen Marken/Beteiligten

Die Einordnung dieser Ziele vor dem Hintergrund der wahren Landkreis-Substanz und der zukünftigen Positionierung des Landkreises ist wichtig. So ist im Rahmen der Erarbeitung eine erste Beschreibung erfolgt, die somit eine Idee für „gestern, heute und morgen“ formuliert:

- » Der Landkreis Osterholz ist agil, zukunftsengagiert und kulturstark. Aus Tradition gibt es hier beherzte Macherinnen und Macher und souveräne Könnerninnen und Könnern.
  - » Die kollektive Stärke zeichnet den Landkreis Osterholz aus. In der Nachbarschaft zu Bremen und anderen Kreisen hat der Landkreis einiges zu bieten. Und ist in ausgewählten Bereichen auch klar voraus.
  - » Osterholz wird in Zukunft diese Kraft und Möglichkeiten stärker zeigen müssen. Um sich selbst zu positionieren, um von anderen wahrgenommen zu werden und um ein attraktiver Wegbegleiter zu sein.
  - » Die Positionierung ist klar: souveränes Machen, zusammen agieren und wahrnehmbar mit Ergebnis handeln – als sehr lebenswerter Landkreis als starker Akteur im Norden Niedersachsens und interessanter Partner für neue Ideen und Initiativen.
- Wahrnehmungs-, Themen- und Mittelwettbewerb bestehen können. Es gilt die Summe der starken Einzelteile zu aktivieren!
- » **NAH DRAN!** Die ländliche Struktur und das natürliche Miteinander sind eine Stärke. Die Verbundenheit der Menschen – zur Region – gilt es auszubauen. Miteinander, Transparenz, Offenheit und Dialog müssen die Basis sein!
  - » **ECHT VORAUS!** Viele Aufgaben sind wichtiges Tagesgeschäft, umso mehr sind es Leuchtturm-Ideen, -Initiativen und -Projekte, die den Unterschied machen. Neues anzugehen + neugierig bleiben sollte „Standard“ sein!

**Vorhandene Markensubstanz aktivieren**

Im Verlauf der Entwicklungsarbeit ist eine erste These zur inhaltlichen Markendefinition entstanden. Diese ist als zutreffendes Selbstbild, zu vermittelndes Fremdbild sowie zu erzeugender Assoziationsraum zu verstehen. Die Formulierung als erste These zur ggf. weiteren Bearbeitung:

*„Der Landkreis Osterholz ist als lebendige Region, schöne Heimat, engagierter Partner und starke Marke eine Größe im Norden Niedersachsens und vor den Toren Bremens. Als Macher und Freunde sorgen wir mit unserem Natur- und Landerbe, unseren Kunst- und Kulturschätzen sowie spannenden Zukunftsprojekten für „Echtes“, „Einmaliges“ und viele „Perspektiven“. Wir wollen grenzenlos attraktiv sein für Bürgerinnen und Bürger, Unternehmen und Ideen, Gäste und Verbündete. Wir sind gut davor, offen für vieles, und richtig naturreich. Wir machen: aus Tradition!“*

**Eine neue Perspektive für das Marketing**

**Der Landkreis Osterholz kann mehr als viele denken.**

Es ist Zeit, dieses zu zeigen und gezielt durch die Marke, das Marketing, die Angebote und die Kommunikation präsent zu machen bzw. aktiv zu platzieren:

- » **EIN Osterholz!** Egal wie stark Einzelinteressen sein mögen, nur das Kollektiv Osterholz wird im

Natur + Erleben	Kunst + Kultur	Heimat + Land
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teufelsmoor (Naturpark)</li> <li>• Hamme-/Torfkahn-Events</li> <li>• Rad-Wander-Aktivgebiet</li> <li>• Weyerberg</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Worswede Künstlerdorf</li> <li>• Worsweder Kunst/-handwerk</li> <li>• Paula Modersohn-Becker Kunstpreis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Heimatpflege/-wissen</li> <li>• Osterholzer Mühlen</li> <li>• Museumsanlage Osterholz-S.</li> <li>• Moorexpress (z.T.)</li> </ul>
Vorhandenes konsequent inszenieren!		
Innovation + Wirtschaft	Leben + Soziales	Geheimtipps/-wissen
<ul style="list-style-type: none"> <li>• HyExpert-Region</li> <li>• Breitband/NETZ</li> <li>• Brennstoffzellen-Initiative</li> <li>• Innovationsförderung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stadtnahes Landleben</li> <li>• Engagierte Verwaltung</li> <li>• Bildungskontor Osterholz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Music Hall Worswede</li> <li>• RAW Photo Festival</li> <li>• Land of Green Naturressort</li> </ul>

Abb. 22: Aktuelle Angebote im Landkreis Osterholz  
 Quelle: © Marktrausch



Abb. 23: Der neue Marketingansatz im Kern  
 Quelle:© Marktrausch

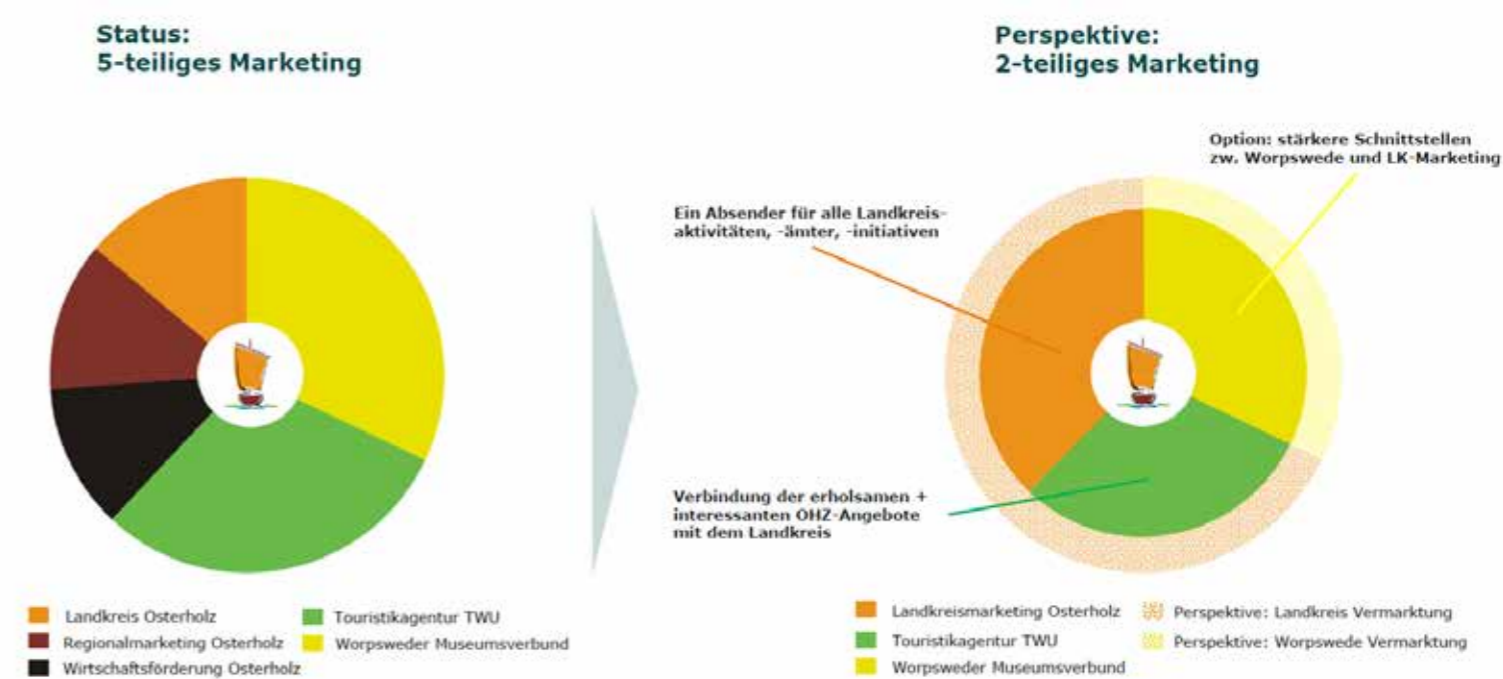


Abb. 24: Perspektive für die Zusammenlegung von Arbeitsbereichen  
 Quelle:© Marktrausch

**Zusammenfassung der Entwicklungsaufgaben**

Für die zukünftige zu erarbeitende Markendefinition sind entsprechende Werte als erste Arbeitsthese entstanden. Wichtig hierbei: bisher Formuliertes ist komplett integriert und wird sinnvoll fortgeführt. Außerdem ist als „Stimmungsbild“ der zukünftigen Marke ein mögliches „Moodboard“ (siehe Seite 36) entstanden, das die Kernthemen und das „Markengefühl“ vermitteln soll. Hierauf gilt es in Folgeaktivitäten aufzusetzen.

**Weiterentwicklung der Marketingorganisation**

Die anfangs genannte „Fünfteilung des Marketings“ sollte aufgehoben werden und durch einen ganzheitlichen Ansatz ersetzt werden. Strukturell bedingt ist EIN Marketing nicht möglich. Es empfiehlt sich entsprechend eine Fusion der Marketingbereiche und Arbeitsprozesse in zwei Teile mit drei Arbeitsgebieten. Eine detaillierte Ausarbeitung sollte als Folgeprojekt anschließen.

Neben diesen grundsätzlichen Neuerungen gilt es verschiedenste Details in Zukunft zu definieren: von Kernkommunikationskanälen bis zur Kampagnenplanung, vom Themenmanagement bis zu Controlling-Parametern im Marketing – und vieles mehr. Zusammenfassend wird das Wichtigste für die Marketingarbeit im Kreis sein:

- » Ziele und Verantwortung klar machen: **Transparenz**
- » Marketing- und vor allem Markenregeln definieren: **Steuerung**
- » Markenführung zur „zentralen Sache machen“: **Verantwortung**
- » Aktive (interne) Information geben und fordern: **Integration**
- » Auf Kernthemen und Markenangebote

- fokussieren: **Stringenz**
- » Kreative und neue Präsenz oder Inszenierung wagen: **Mut**

**Nächste Schritte im Landkreismarketing**

Trotz der aktuellen, engagierten Marketingmacher und -projekte gibt es viel zu entwickeln. Die Zukunftsfähigkeit des Landkreismarketing wird stark von der Bündelung der Kräfte, einer neuen Priorisierung dieses Bereichs und vor allem: von der gezielten Angebotsentwicklung und -präsenz abhängen. Es ist folglich zu empfehlen eine explizite Marketingentwicklung in den nächsten Jahren voranzubringen, um die Attraktivität, die Besonderheiten und die Stärken des Kreises innen und außen ausreichend sichtbar zu machen und stark zu platzieren.

Für das Marketing gibt es eine klare Empfehlung von Projekten und Aktivitäten:

- » Formulierung Marketingstrategie und -steuerung
- » Reorganisation Marketingstrukturen und -prozesse
- » Weiterentwicklung Markenidee und -design
- » Marketingorientierte Angebotsentwicklung – als Markenangebote
- » Gemeinsame Kampagnen- und Themenplanung inkl. Synchronisation
- » Gezielte Verbindung von Partnern (Verbreitung bis Co-Finanzierung)
- » Aktive Unterstützung der Markenarbeit (für Ämter, Kommunen, Partner)
- » Interne, transparente Information zu Marketing, Marke, Ergebnissen

OHZ Marke   Marketing		
Markenentwicklung/-kontrolle	Kommunikationsplanung/-kontrolle	Synchronisation
Marketingplanung/-kontrolle	Marketingunterstützung Ämter/Partner	Gem. Projektentwicklung
Landkreis	Touristik	Worpssweder Museen
Landkreisinformationen	Gästeinfo/-anwerbung	Gästeinfo/-anwerbung
Ämter-Kommunikation	Angebotsentwicklung	Angebotsentwicklung
Heimatwissen/Regionsgeschichte		
Osterholz-Infos, -Live, -Events, -Foren		
Kommunikation mit Gemeinden/Land	Kommunikation mit Leistungsträgern	Komm. Stiftungen/Museen

Abb. 25: Vorschlag für die neue Arbeitsstruktur im Marketing  
 Quelle:© Marktrausch

Die Schlüsselaktivitäten stellen die im Arbeitsprozess identifizierten, wichtigsten Arbeitsschwerpunkte, Maßnahmen und Projekte dar, um die Leitziele zu erreichen. Hierbei handelt es sich nicht um Alltagsaufgaben, sondern um Maßnahmen und Projekte mit einem Erwartungshorizont von ungefähr 10 Jahren. Hieraus leitet das KEK Handlungsansätze und Empfehlungen zur Vorgehensweise sowohl für das Amt für Kreisentwicklung als auch für weitere Ämter und Akteure des Landkreises Osterholz ab. Folgende Übersicht zeigt die Zuordnung der Schlüsselaktivitäten zu den Zielen der Leitlinien, wobei die Zuordnung auf maximal sechs Ziele beschränkt wurde.

# 06 SCHLÜSSELAKTIVITÄTEN

Arbeitsschwerpunkte, Maßnahmen und Projekte

Ziele der Leitlinien	Schlüsselaktivitäten																					
	1. Breitband- und Mobilfunkausbau	2. Digitalisierung	3. Online-Bürgerbüro	4. Marketingdienstleistung als Impulsgeber, Berater und Helfer	5. Regionale Produkte und Angebote	6. OHZ Live	7. Heimatwissen	8. Kreismobilitätskonzept	9. Aktive Gewerbeflächenentwicklung	10. Innovationsförderung	11. Energiewende weiterdenken	12. Klimaschutzmanagement	13. Klimafreundliche Bewirtschaftung	14. Modellregion für Wasserstoffwirt.	15. Integriertes Lernen	16. Ausbildungskampagne	17. Interkommunaler Dialog Kitabetreuung	18. Fokus Demokratiegestaltung	19. Entwicklung eines Naturparks Teufelsmoor	20. Etablierung als ADFC-RadReiseRegion	21. Erlebnis Torfkahn weiterentwickeln	22. Weiterentw. P M-B Kunstpreis
Gemeinden in ihrer individuellen Entwicklung unterstützen	●	●	●	●	+	+	+	●	●	+	+	●	●	+	+	+	●	●	●	+	+	+
Vertrauen und Verbindungen zum Landkreis fördern	●	+	+	●	+	+	●	+	●	+	+	●	+	+	+	+	●	+	+	+	+	+
Nachbarschaft und Kooperation zu Bremen stärken	+	+	+	+	+	+	+	●	+	+	●	+	+	+	+	+	●	+	+	+	+	+
Vielfalt unter einem Markendach vereinen und gemeinsam entwickeln	+	+	+	●	●	●	+	+	●	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Mit klarem Anspruch vorangehen und Impulse setzen	●	●	+	●	+	+	+	+	+	●	●	●	+	●	+	●	+	●	+	+	+	●
Engagement der Menschen unterstützen und Anreize geben	+	+	+	+	●	●	+	+	+	●	+	●	+	●	+	+	+	●	+	●	+	+
Innovationen fördern und vernetzen	●	●	●	+	+	+	+	●	●	●	●	+	+	●	●	●	+	+	+	+	+	+
Erfolge und Ideen unterstützen, sichtbar machen und Plattformen bieten	●	+	+	●	●	●	+	+	+	●	+	+	+	●	●	+	+	●	+	●	●	●
Ein lebenswertes Zuhause für alle schaffen	●	●	●	+	+	+	+	●	●	+	●	+	+	+	+	●	●	●	+	+	+	+
Klima- und Umweltschutz in allen Bereichen fördern	+	+	+	+	●	+	+	●	+	●	●	●	●	●	+	+	+	+	●	+	+	+
Bildung, Wissen, Betreuung und Gesundheit weiterentwickeln	+	+	●	+	+	+	●	+	+	+	+	+	+	+	●	●	●	●	●	+	●	+
Mobilität und digitale Möglichkeiten für alle erreichen	●	+	●	+	+	+	+	●	+	+	+	+	+	+	●	●	●	+	+	+	+	+
Kultur und Natur innovativ verknüpfen	+	+	+	+	+	●	+	+	+	●	+	+	●	●	+	+	+	+	●	●	●	+
Landkulturerbe weiterentwickeln und zeigen	+	+	+	+	●	+	●	+	+	+	+	+	●	+	+	+	+	+	●	●	●	+
Kunst und Kulturschätze international präsentieren	+	+	+	+	+	●	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	●	●	●
Mit Marketingmut und Kommunikationskraft Präsenz erzielen	+	+	+	●	●	●	●	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	●	●	●	+

## Ziele

- » Identifizierung von unterversorgten Räumen
- » Möglichst schnelle Realisierung von flächendeckendem schnellem Internet
- » Realisierung von flächendeckendem Mobilfunkempfang
- » Nutzung der Fördermöglichkeiten von Bund, Land, EU
- » Schaffung von Voraussetzungen für die Erprobung innovativer, flexibler, digitalgestützter Projekte und Infrastrukturlösungen

## Handlungsansätze

- » Planung, Finanzierung und Ausschreibung von Ausbaupaketen für vollständigen Breitbandausbau in Schulen, Krankenhäusern und Gewerbegebieten
- » Schaffung von Lösungen für Randgebiete / weit entfernte Haushalte
- » Möglichst flächendeckender Ausbau der Adressen, die nicht durch Telekommunikationsunternehmen eigenwirtschaftlich ausgebaut werden
- » Ermittlung der Mobilfunkversorgung
- » Formulierung fachlicher Anforderungen & kontinuierlicher Austausch mit Netzbetreibern

# Schlüsselaktivität 1: Breitband- und Mobilfunkausbau

Der Landkreis möchte den Anforderungen der Digitalisierung in Bezug auf Datenverkehr und neue Unternehmensmodelle gerecht werden. Ein flächendeckender Breitbandausbau wird ein fortlaufendes Schwerpunktthema der nächsten Jahre sein.

Schulen, Krankenhäuser und Gewerbegebiete müssen vollständig sowie alle übrigen Adressen möglichst flächendeckend mit Gigabit angeschlossen werden. Auch der Mobilfunk ist flächendeckend auszubauen.

In vielen Bereichen wie der Mobilität können „smarte“ vernetzte Lösungen wie beispielsweise das autonome Fahren nur entwickelt werden, wenn Kommunikationsstandards wie das 5G-Netz im Landkreis Osterholz umgesetzt werden. Auch für Innovationen in der Landwirtschaft z.B. in der Roboter-Technik („smarte“ Pflanzenbewässerung, Düngung, Schädlingsbekämpfung) sind die digitalen Voraussetzungen zu schaffen.



# Schlüsselaktivität 2: Digitalisierung

## Ziele

- » Fortentwicklung des mobilen Arbeitens für die Belegschaft
- » Reduktion von ineffizienten Prozessen
- » Verbesserung der digitalen Kommunikationsprozesse nach modernem Standard in allen Verwaltungsbereichen des Landkreises

## Handlungsansätze

- » Anschaffung und Prüfung vorhandener Hardware und Software
- » Umsetzung der Maßnahmen der E-Government-Arbeitsgruppe
- » Umsetzung des E-Governmentfeinkonzeptes

Digitalisierung findet sich als Querschnittsthema in allen Verwaltungsebenen sowie in Projekten und Maßnahmen des Landkreises wieder. Die Optimierung der Verwaltungsprozesse rückt in den Fokus einer Arbeitsgruppe zum Thema E-Government. Alle Ämter der Landkreisverwaltung sowohl im Back-Office als auch im Front-Office werden schrittweise digitalisiert.

Digitale Kommunikationsprozesse und Angebote von Online-Verfahren sollen für verschiedene interne und externe Akteure verbessert werden. Auch in weiteren Bereichen (Verwaltungen der Gemeinden, Kindergärten etc.) sollen Impulse für die Digitalisierung gegeben werden.

Die Verbesserung der Lebensqualität aller Einwohnerinnen und Einwohner steht dabei im Vordergrund. Deshalb ist zu analysieren, wie unterschiedliche Gruppen kommunizieren und welche Anforderungen sie haben (z.B. auch in der Kinder- und Jugendarbeit), um die Prozesse für sie einfacher zu gestalten.

# Schlüsselaktivität 3: Online-Bürgerbüro

## Ziele

- » Ermöglichung einfacher, verlässlicher, digitaler Zugänglichkeit für Serviceanfragen aller Einwohnerinnen und Einwohner
- » Vergrößerung der Serviceorientierung der Verwaltung
- » Angebot einer 24/7-Service-Erreichbarkeit für automatisierte Antragsprozesse

## Handlungsansätze

- » Einrichtung von Servicedienstleistungen über Social Media und das digitale Bürgerbüro
- » Umsetzung des Onlinezugangsgesetzes (OZG)



Das Bürgerbüro bietet seine bisherigen Dienstleistungen (allg. Ansprechpartner, First-Level-Support) zukünftig dort an, wo sich die Menschen immer häufiger aufhalten: im Internet.

Durch technische Möglichkeiten wie Chat-Bots, medienbruchfreie Dienstleistungen, E-Payment usw. können Kunden ihre Anliegen direkt und selbstständig online erledigen. Dienstleistungen und Serviceangebote können über die Social Media-Kanäle in Anspruch genommen bzw. initialisiert werden.

Es steht eine Überprüfung der Verwaltungsleistungen an, um herauszufinden welche Anträge online gestellt werden können und in welchen Fällen ein persönlicher Besuch erforderlich ist.

Die Vision ist, Einwohnerinnen und Einwohner eine Servicequalität zu bieten, die sich sowohl analog als auch digital nicht voneinander unterscheidet.

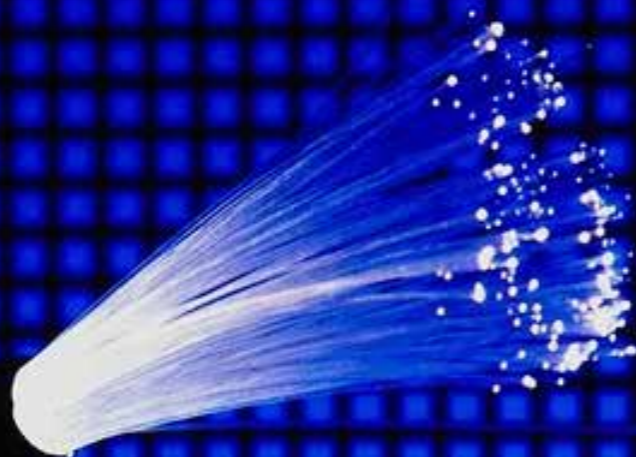


Abb. 26: Glasfaserkabel

Foto: © CorelDRAW Graphics Suite X4

## Schlüsselaktivität 4: Marketingdienstleistung als Impulsgeber, Berater und Helfer



Das Regionalmarketing wird künftig die Rolle eines Dienstleisters, Impulsgebers und aktiven Informationsgebers für den Landkreis und einzelne Ämter, Projekte und Initiativen einnehmen. Die Projekte werden durch die zuständigen Ämter verantwortet. Das Landkreismarketing unterstützt die Verantwortlichen mit Marketing-/Markenwissen, mit Vorlagen/Ideen und/oder bei der Realisierung. Diese verschiedenartigen Unterstützungen sollen zu mehr Markenkonsistenz und -einheit führen.

### Ziele

- » Stärkung und Vereinheitlichung des Markenauftritts
- » Stärkung der Professionalität des Amts- und damit Landkreisauftritts
- » Aktive Hilfe zur Realisation und Synchronisation der Aktivitäten
- » Bereitstellung von Vorlagen, Arbeitshilfen, Impulsen und ggf. Zugänge für die Erstellung und Verbreitung
- » Erhöhung von Informationen im und über die Projekte im Landkreis

### Handlungsansätze

- » Einrichtung der zentralen Stelle zur Unterstützung bei Marketingprojekten (Benennung von Person und Rahmen)
- » Landkreisinterne Kommunikation über Sinn, Zweck, Hilfen und Möglichkeiten
- » Entwicklung einer Übersicht an Leistungen und auch Vorgaben für Projekte und Markennutzung
- » Info und Erfahrungsberichte zum Service

## Schlüsselaktivität 5: Regionale Produkte und Angebote

### Ziele

- » Erhöhung der Sichtbarkeit von regionalen Produkten
- » Aufbau von regionalen Wertschöpfungsketten
- » Vernetzung von regionalen Unternehmen und Produzenten

### Handlungsansätze

- » Vermarktung regionaler Produkte und Angebote
- » Aufbau Vermarktungsidee/-kanäle
- » Trends und ggf. Naturpark dafür nutzen



Produkte aus der Heimat kennt fast jeder. Sie stiften Identität, geben ein Gefühl von Vertrautheit und machen Einheimische häufig stolz. Auch bei Touristen sind solche Produkte als Mitbringsel aus dem Urlaub sehr beliebt. Im Landkreis Osterholz gibt es noch zu wenige Produkte und Dienstleistungen, die über die Region hinaus bekannt sind. Unternehmen wie Poliboy (Reinigungs- und Pflegemittel) und FAUN-Umweltechnik dahingegen haben sich mit ihren Angeboten und Produkten einen Namen über die Landkreisgrenzen hinaus gemacht. Die Hofmolkerei Dehlweß kennt man über ihre Milch „Heimatglück“ in der Region.

Der Landkreis möchte die Vermarktung von Produkten fördern, die für die Region stehen, hier produziert und/oder verarbeitet werden. Eine Vermarktungsplattform ist aufzubauen. Diese benötigt starke Partner und eine Kooperation, um erfolgreiche Wertschöpfungsketten zu etablieren. Über die LEADER-Region Kulturlandschaften wurde bereits ein Konzept aufgestellt. An diese Vorarbeit könnte angeschlossen werden. Synergieeffekte würden sich mit der Gründung eines Naturparks ergeben, sodass „Osterholz-Produkte“ aus dem „Teufelsmoor“ von einem weitreichenden Label für Naturschutz und nachhaltigen Tourismus profitieren könnten.

### Ziele

- » Realisierung einer modernen und interaktiven Plattform für Freizeitinfos im Landkreis
- » Stärkung der Sichtbarkeit von regionalen und individuellen Angeboten
- » Kollektive Qualitätsentwicklung

### Handlungsansätze

- » Realisierung von Schnittstellen zwischen Landkreis und Gemeinden, Leistungsträgern und weiteren Angebotsbereitstellern
- » Information über Vorhandensein und Zugang
- » Bereitstellung einer Plattform
- » Andere Plattformen und Betreiber anbinden

## Schlüsselaktivität 6: OHZ Live



Alles wissen und sehen analog wie digital: Ergänzend zu der „OHZ Live“ wird auch ein digitales Veranstaltungs- und Heimatwissenangebot entwickelt, in dem Infos, Events, Zugänge etc. enthalten sind. Hierbei soll nicht differenziert werden, für welche Zielgruppe die einzelnen Veranstaltungen ausgelegt sind. Die digitale Plattform kann auch Teil von bestehenden Lösungen sein, soll aber verstärkt die Freizeit- und lebenswerten Angebote der Region (= Marke) darstellen. Eine Anbindung an die gedruckte Variante und die Landkreisseite wäre sehr wünschenswert.

## Schlüsselaktivität 7: Heimatwissen



### Ziele

- » Stiftung von regionaler Identität in Bildungseinrichtungen des Landkreises
- » Erhöhung des Wissens über die Region und die kulturgeschichtlichen Besonderheiten

### Handlungsansätze

- » Bereitstellung einheitlicher Lehrmaterialien für identitätsstiftende Bildungsmaßnahmen in der Region
- » Entwicklung von sichtbaren und ansprechenden Informationen über die Kultur und Geschichte des Landkreises Osterholz für den Tourismus
- » Entwicklung von innovativen und attraktiven Infotafeln sowie eine zeitgemäße Präsentation für verschiedene Zielgruppen
- » Integration des Themas Heimatwissen in die touristische Radroutenplanung

Im Regionalmarketing des Landkreises werden identitätsstiftende Bildungsmaßnahmen in KiTas und Grundschulen durchgeführt. Das Regionalmarketing im Amt für Kreisentwicklung ist derzeit Ansprechpartner für Schulen und Kitas. Es stellt Unterrichtsmaterialien zum Thema Heimatkunde und Regionalgeschichte bereit und bietet identitätsstiftende Veranstaltungen an. Diese Maßnahmen sollten trotz Umstrukturierung der Marketingorganisation im Landkreis weiterhin durchgeführt bzw. sogar ausgebaut werden, da sie einen wichtigen Beitrag zur regionalen Identifikation beisteuern. Eine weitere Möglichkeit ist die Aufbereitung von Heimatkunde und Regionalgeschichte für Touristen.

## Schlüsselaktivität 8: Kreismobilitätskonzept



### Ziele

- » Ermöglichung einer Mobilität für alle und Klimaschädlichkeit von Mobilität reduzieren
- » Erhöhung der Nutzung und der Zufriedenheit mit dem ÖPNV sowie Effizienzsteigerung durch koordiniertes und strategisches Vorgehen
- » Ausbau und Pflege der Radwegeverbindung für Alltagswege, Berufspendelnde, Tourismus, Sport
- » Unterstützung von Trends für den motorisierten Individualverkehr (neue Besitzformen, autonomes Fahren)
- » Förderung von Wasserstoff- und Elektromobilität sowie Bio-CNG-Technologien in der Mobilität

### Handlungsansätze

- » Aufstellen eines Kreismobilitätskonzeptes inkl. Beteiligungsverfahren
- » Einführung von Algorithmus-gesteuerten Verkehren
- » Schaffung einer Stelle für die Verantwortung der Radverkehrsentwicklung im Landkreis
- » Versorgungsstrategie für Pkw und Lkw in Bezug auf Wasserstoff, Bio-CNG und Elektromobilität
- » Bedienerfreundlichkeit für die Nutzer neuer Antriebstechnologien steigern (z.B. bei der Verfügbarkeit der Ladeinfrastruktur)

Eine „Mobilität für alle“ unter gleichzeitiger Berücksichtigung von Klimaschutzaspekten kann durch ein gut vernetztes Mobilitätsangebot gewährleistet werden. Dies umfasst ein ÖPNV-Netz mit flexiblen Bedienformen, eine gut ausgebaute Radinfrastruktur sowie der Einsatz neuer Antriebstechnologien für den motorisierten Individualverkehr (MIV). Dies wird in einem Kreismobilitätskonzept zusammen gedacht. Hierbei sollten unter anderen folgende Aspekte berücksichtigt werden:

- » Vermarktung des ÖPNV
- » Qualität von Fahrzeugen, Service und Haltestellen
- » Engagement für die Reaktivierungen der Bahnverbindung „Moorexpress“ in Abstimmung mit Nachbarkreisen und dem Aufgabenträger Land Niedersachsen
- » Erreichbarkeit von Sonderzielen (bspw. Bildungsstätte Bredbeck, Kaserne Garlstedt, Jugendherberge Worpsswede)
- » Aufbau der Verbindungen der Gemeinden abseits der Hauptlinien
- » Stärkung des ÖPNV innerhalb der Gemeinden durch Bürgerbus/Anrufsammeltaxi/on-demand-Verkehr
- » Identifikation von „Löchern“ im Fahrradnetz
- » Aufbau einer schnelleren Radwegsanbindung an Bremen (Brücke über die Wümme im Bereich Ritterhude/Lilienthal – Blockland)

## Schlüsselaktivität 9: Aktive Gewerbeflächenentwicklung

### Ziele

- » Entwicklung passgenauer und bedarfsgerechter Gewerbeflächen im Landkreis
- » Ansiedelung von attraktiver Industrie und Gewerbe in der Region
- » Förderung von Kooperation zwischen den Gemeinden
- » Erhöhung der Qualitäten von Gewerbestandorten

### Handlungsansätze

- » Entwicklung eines Moderationsprozesses für die interkommunale Gewerbeflächenentwicklung
- » Entwicklung von Konzepten, um im Rahmen der interkommunalen Zusammenarbeit die Planung und Erschließung gemeinsam voran zu treiben
- » Schaffung von Belastungs- und Finanzierungsausgleichen
- » Aktive Erarbeitung von Chancen und Möglichkeiten sowie Vorschläge für die Verminderung des Flächendrucks
- » Definierung von Qualitätsstandards für den Landkreis und Verankerung im RROP



Der Flächendruck im Bereich Wohnen und Unternehmensansiedlungen ist bundesweit hoch. Der Standortfaktor Flächenverfügbarkeit ist für den Landkreis Osterholz und seine Gemeinden wichtig, um weiterhin attraktives Gewerbe anzusiedeln und Arbeitsplätze zu erhalten. Zudem spielen Qualitäten wie Nachhaltigkeitsaspekte, Arbeitsplätze pro Hektar oder thematische Schwerpunkte zunehmend eine Rolle. Aus diesem Grund wurde ein Gutachten zur Gewerbeflächenentwicklung erstellt und der Dialog mit den Gemeinden geführt. Es ist zu prüfen, ob der Landkreis eine aktivere Rolle einnehmen kann, um interkommunale Gewerbeflächenentwicklung anzustoßen und Qualitätsstandards zu pflegen ohne die individuelle Entwicklungen in den Gemeinden zu gefährden. Denkbar wäre, dass zwischen mehreren Gemeinden ein hochinnovatives Gewerbegebiet („Innovationshub“) als Premi-umstandort entwickelt wird, in dem eine exzellente Infrastruktur vorgehalten wird.



Abb. 28: Ideen und Lösungen aus einer Hand  
Foto: © Fotolia

## Schlüsselaktivität 10: Innovationsförderung



Die Innovationsförderung ist ein Schwerpunkt der Wirtschaftsförderung im Landkreis, die mit dem Fokus auf Digitalisierung noch aktiver angegangen werden soll. Über ARTIE, dem regionalen Netzwerk für Technologie, Innovation und Entwicklung wird ein einheitliches Dienstleistungsangebot zum Thema Innovation und Technologietransfer im Gebiet von aktuell 10 Landkreisen vorgehalten. Die unternehmensspezifischen, regionalen und überregionalen Strategien zur Förderung von Innovationen werden weiterentwickelt, hier insbesondere das KMU-Förderprogramm. Die Wirtschaftsförderung identifiziert und fördert Best-Practice-Projekte. Mit einem Qualitätsnetzwerk aus Unternehmen, Hochschulen und anderen Institutionen sollen Lösungsansätze spezifischer Probleme erarbeitet werden.

### Ziele

- » Unterstützung und Beratung von Unternehmen bei der Entwicklung von Innovationen und zukunftsfähigen Konzepten, Prozessen und Produkten
- » Vernetzung von Akteuren
- » Umsetzung des Förderprogramms für Innovation, Energie- und Ressourceneffizienz
- » Förderung des digitalen Wissenstransfers
- » Förderung der interregionalen Kooperation

### Handlungsansätze

- » Entwicklung neutraler, passgenauer und bedarfsgerechter Beratungsangebote für Unternehmen
- » Aufbau und Pflege eines Qualitätsnetzwerkes
- » Aufbau eines digitalen Wissensmanagements und Entwicklung digitaler Tools
- » Durchführung des ARTIE-Fachkongresses
- » Verleihung des Innovationspreises der ARTIE
- » Entwicklung einer Innovationsplattform zur Sichtbarmachung von digitalen Projekten im Landkreis (für unterschiedliche Akteure)

### Ziele

- » Energiewende 2030 vorantreiben, umsetzen sowie Einwohnerinnen und Einwohnern, Unternehmen und alle Partner sensibilisieren
- » Steigerung der regenerativen Energien auf mehr als 100 % (Exportüberschüsse)
- » Umsetzung des Förderprogramms für Innovation, Energie- und Ressourceneffizienz
- » Unterstützung von Maßnahmen „grüner“ Energieerzeugung
- » Förderung nachhaltiger Mobilitätskonzepte und Antriebstechniken
- » Stärkung der Öffentlichkeitsarbeit und Vernetzung

### Handlungsansätze

- » Entwicklung unabhängiger Beratungsangebote für Einwohnerinnen und Einwohnern und Unternehmen
- » Energiemonitoring für das Kreisgebiet (Windenergie, Solarstrom, Biogas)
- » Entwicklung von Kooperationen mit Gemeindeverwaltungen
- » Durchführung von Kampagnen (mit der Verbraucherzentrale Niedersachsen und örtlichen Energieberatungen)
- » Weiterentwicklung des Solardachkatasters
- » Förderung von Modellprojekten (z.B. Energiequartiere)

## Schlüsselaktivität 11: Energiewende weiterdenken



Im Rahmen der Energiewende Osterholz 2030 wird bereits so viel Strom aus erneuerbaren Energien hergestellt, wie jährlich im Landkreis verbraucht wird. Die Zielsetzungen des Konzepts sollen weiterverfolgt werden, wobei neue Schwerpunkte auf die CO<sub>2</sub>-Einsparung im Bereich der Wärme sowie im Industrie- und Verkehrssektor gelegt werden. Steigt die Energieproduktion, sollen umliegende Landkreise und Bremen mit Strom versorgt werden. Prozesse, die über den Landkreis hinauswirken, wie beispielsweise die Initiierung einer Wasserstoffmodellregion, werden entwickelt und gepflegt. Der Landkreis möchte Motivator, Vorbild und Berater in Bezug auf Energieeinsparung und Ressourceneffizienz seiner Akteure zugleich sein und viele Leuchtturmprojekte entwickeln. Neben dem Angebot der Beratung für energetische Sanierungen soll auch das Themenfeld „nachhaltiges Bauen“ beachtet werden.



Abb. 29: Windkraft  
Foto: © Sky View Imaging

## Schlüsselaktivität 12: Klimaschutz- management



Klimaschutzmanagement ist eine Aufgabe, der der Landkreis bereits seit Jahrzehnten nachgeht. Eine Verknüpfung der verschiedenen Bereiche und Planungen mit dem Klimaschutz und der Klimaanpassung ist noch ausstehend. Ein Klimawirkungsmanagement, das sich im Landkreis mit Maßnahmen zu Klimaschutz und -anpassung beschäftigt sowie Aktivitäten auf allen Ebenen sichtbar und messbar macht sowie auf Klimawirksamkeit hin prüft, wird institutionell im Landkreis Osterholz verankert. Die Stelle soll zudem Fördermöglichkeiten im Blick haben, die Akteure des Landkreises hierzu beraten und Kooperationspotenziale identifizieren. Ein Klimaanpassungsnetzwerk, dem sich auch die Gemeinden des Landkreises anschließen können, soll gegründet werden.

### Ziele

- » Erfassung aller Aktivitäten auf Landkreisebene sowie regelmäßige Bewertung hinsichtlich Klimawirksamkeit
- » Verstetigung des Prozesses durch ein systematisches Klimaschutzmanagement
- » Sensibilisierung der Bevölkerung und Akteure im Landkreis und Etablierung der Umweltbildung

### Handlungsansätze

- » Erstellung eines integrierten Klimaschutzkonzeptes
- » Förderung über Kommunalrichtlinie des Bundes beantragen und Klimaschutzmanager/-in einstellen
- » Etablierung Klimaanpassungsnetzwerk
- » Aufbau eines Berichtswesens
- » Klimaschutz als Querschnittsaufgabe – Schnittstellen zwischen allen Ämtern entwickeln
- » Verstärkung der Öffentlichkeitsarbeit und Umweltbildung
- » Entwicklung eines Standards für das Themenfeld nachhaltiges Bauen (inkl. Betrachtung der Umgebung/Mikroklima)

### Ziele

- » Thema Moorschutz und Bodenschutz interdisziplinär verankern
- » Bewahrung der Kulturlandschaften Osterholz
- » Vernetzung von Einzelprojekten im Bereich der Bodennutzung und des Moorschutzes
- » Weiterentwicklung der GR-Flächen
- » Verknüpfung von Umwelt, Naturschutz, Landwirtschaft etc.

### Handlungsansätze

- » Erarbeitung eines Instrumentes für den Anstoß eines Transformationsprozesses im Bodenschutz
- » Erarbeitung eines Dialogformates bzw. Forums und Beteiligungsformate für unterschiedliche Interessen
- » Entwicklung einer integrativen Strategie

## Schlüsselaktivität 13: Klimafreundliche Bewirtschaftung



Bei dieser Schlüsselaktivität des Landkreises Osterholz werden die Interessengruppen aus Landwirtschaft, Umwelt- und Naturschutz (insb. Klimaschutz) und Wirtschaft zu einem der größten Querschnittsthemen, dem Moor- und Bodenschutz, integrativ eingebunden. In einer kooperativen Vorgehensweise soll ein Transformationsprozess im Umgang mit den Mooren und Böden des Landkreises angestoßen werden. Neben strategischen Fragen, wie Wertschöpfung der Landwirtschaft unter klimawirksamem Umgang mit Moorböden zukunftsfähig im Landkreis gestaltet werden kann, sind auch schnelle Lösungen durch niedrigschwellige, interdisziplinäre Dialogformate zu erzielen. Ein großes Verknüpfungspotenzial wird zu der Schlüsselaktivität des Naturparks Teufelsmoor gesehen.

## Schlüsselaktivität 14: Modellregion für Wasserstoffwirtschaft



Als Koordinator der ARTIE (Regionales Netzwerk für Technologie, Innovation und Entwicklung) handelt der Landkreis Osterholz in Vertretung für den Zusammenschluss von 11 Landkreisen, um sich mit der Region „Nordostniedersachsen“ als Wasserstoffmodellregion zu positionieren. Dafür wird ein Regionalmanagement eingerichtet, das regionale Ansätze weiterentwickelt und fördert. Für den Landkreis selber stehen grundsätzlich die wirtschaftliche Nutzung von „grünem“ Wasserstoff sowie Konzepte zur nachhaltigen Energiegewinnung und Antriebstechnologien im Vordergrund. Die Kreisentwicklung stößt die Entwicklung entlang der Wertschöpfungsketten in der Region an und bringt die eigenen Leuchtturmprojekte „Wasserstoffmobilität durch Bioabfall-Vergärung“ (WaMoBA) zusammen mit der Abfall-Service Osterholz GmbH (ASO) und „HyExperts: Lastverkehr mit grünem Wasserstoff“ voran.

### Ziele

- » Erhöhung der bundes- bzw. europaweiten Sichtbarkeit als Modellregion
- » Förderung von Innovationen im Bereich Wasserstoffwirtschaft
- » Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen
- » Identifizierung, Entwicklung, Unterstützung und Umsetzung weiterer Projekte
- » Stärkung des Wirtschaftsstandortes durch positives Image als innovative Region
- » Förderung alternativer Antriebsarten für den motorisierten Individualverkehr

### Handlungsansätze

- » Aufbau eines Regionalmanagements
- » Umsetzung und Unterstützung von Leuchtturmprojekten (WaMoBA und HyExperts)
- » Stärkung von Kooperationen zwischen den Kommunen, Kammern und Unternehmen
- » Verstetigung der interkommunalen Zusammenarbeit mit den zehn weiteren Landkreisen der Region



Abb. 30: Kommunalfahrzeug mit moderner Wasserstoffbrennstoffzellen-Technologie  
Foto: © FAUN Gruppe

## Schlüsselaktivität 15: Integriertes Lernen



Um „Beste Bildung“ im Landkreis zu garantieren, werden neue Formen von „Integriertem Lernen“, auch „Blended Learning“ genannt, erprobt und verstetigt. Dies umfasst die Kombination aus digitalen und analogen Lernformen. Die Herausforderungen, die durch die Corona-Pandemie entstanden sind, finden sich auch im Bildungsbereich wieder. Um den Bildungsbetrieb aufrecht zu erhalten mussten in einer Art „Reallabor“ im Jahr 2020 neue Formen von „Integriertem Lernen“, erprobt werden. Diese Erfahrungen können, wenn sie zielgerichtet evaluiert werden, der Weiterentwicklung unseres Bildungssystems einen enormen Schub geben. Wichtig ist ein Blick auf alle Bildungsformen: Schul- sowie Erwachsenenbildungsinstitutionen, wie die Bildungsstätte Bredbeck oder Volkshochschulen, können von diesen Erkenntnissen profitieren.

### Ziele

- » Nutzung von Digitalisierungspotenzialen in Schulen und weiteren Bildungseinrichtungen
- » Erhöhung der zeitlichen und räumlichen Flexibilität von Bildung
- » Entwicklung, Förderung und Sichtbarmachung von Modellen des „Blended Learning“ und „Home-Learning“

### Handlungsansätze

- » Durchführung einer Evaluation des „Reallabors COVID-19“ zum „Blended Learning“ unter Einbeziehung von Lehrkräften, daraus Ableitung von weiteren Handlungsansätzen wie:
- » Bereitstellung der entsprechenden Infrastruktur für Schulen sowie Schülerinnen und Schüler (insbesondere aus bildungsfernen Familien) sowie entsprechender Support (Netzwerkadministratoren, etc.)
- » Bereitstellung von Plattformen zum Austausch und zur Vernetzung der Schulleitungen, Lehrkräfte und Bildungsanbieter über die Erfahrungen mit „Blended Learning“ und „Home-Learning“
- » Erhöhung der Angebote (digitaler) Fort- und Weiterbildung für Schulleitungen und Lehrkräfte im Bereich der Digitalisierung (von Bildung)
- » Beobachtung und Evaluation der Modelle und Prozesse durch das Bildungsmonitoring und Bereitstellung der empirischen Ergebnisse als Entscheidungsgrundlage für Akteure, Politik und Verwaltung
- » Berücksichtigung von Bildungsangeboten im Freien und in der Natur

## Schlüsselaktivität 16: Ausbildungskampagne

### Ziele

- » Förderung der Ausbildungsbereitschaft der Unternehmen sowie der Ausbildungsfähigkeit junger Menschen
- » Digitalisierung der Vermittlungs- und Beratungsarbeit am Übergang von der Schule in den Beruf

### Handlungsansätze

- » Stärkung des Dualen Systems (PR-Aktivitäten im Rahmen der Wirtschaftsförderung und des Bildungskontors etc.)
- » Schaffung von Ausbildungsanreizen für Unternehmen
- » Verstärkte Entwicklung und Nutzung digitaler Tools und Online-Plattformen zur Kontaktaufnahme und Beratung von Schülerinnen und Schülern bei dem Übergang von der Schule in den Beruf
- » Entwicklung von Bildungsangeboten zu „neuen“ Kompetenzen und Fähigkeiten (Soft Skills) seitens der Jugendlichen (Digital Literacy)
- » Aufbau einer Onlineplattform zur Vermittlung von Jugendlichen und Ausbildungsbetrieben



Sowohl in wirtschaftlich stabilen als auch in herausfordernden Zeiten ist der Übergang von Schule in den Beruf für junge Erwachsene wie für Unternehmen ein zentrales Thema. Der Landkreis sieht sich in der Verantwortung, entsprechende Angebote sowie Hilfestellung zur Vermittlung bereitzustellen. Diese sind in Form einer Kampagne mit den Zielgruppen Unternehmen (Erhöhung der Ausbildungsbereitschaft) und Auszubildende (Erhöhung der Ausbildungsfähigkeit) zusammenzufassen.

## Schlüsselaktivität 17: Interkommunaler Dialog Kindertagesbetreuung



### Ziele

- » Verbesserung des Kinderbetreuungsangebotes im Landkreis in Bezug auf Flexibilität sowie Qualität und Quantität

### Handlungsansätze

- » Einberufung eines Runden Tisches zur Prüfung von Optimierungspotenzialen bei der Organisation der Kinderbetreuung im Zusammenspiel von Gemeinden und dem Landkreis, ggf. Weiterentwicklung der kreisweiten Qualitätskriterien

Die Kindertagesbetreuung wird im Landkreis lokal durch die Gemeinden organisiert, doch die Lebens- und Arbeitswelten der Eltern sind zunehmend interkommunal ausgeprägt. Es ist zu prüfen, welche Potenziale in einer Intensivierung des interkommunalen Dialogs und der durch den Landkreis moderierten Kooperationen liegen. Schlüsselthemen für Kooperationen sind die Organisation des Platzvergabesystems, die Qualifikation des Personals, der Kitabau sowie Finanzierungsfragen.



Abb. 31: Berufsbildende Schulen Osterholz-Scharmbeck  
Foto: © Jürgen Grimm



Die Festigung des Demokratieverständnisses mittels politischer Bildung hat eine Schlüsselfunktion: die Stärkung einer aktiv zukunftsgerichteten Gesellschaft. Der Landkreis möchte dieses Thema stärker in den Fokus rücken.

Um Aktivitäten in diesem Feld öffentlichkeitswirksam zu bündeln, strebt der Landkreis bspw. die Organisation eines „Themenjahrs“ Demokratiegestaltung an. Engagierte, gemeinnützig organisierte Gruppen (Sportvereine, freiwillige Feuerwehr, Selbstorganisationen von Migrantinnen und Migranten, Selbsthilfegruppen, Chöre, Initiativen etc.) sind im Besonderen einzubeziehen.

Mögliche Aktivitäten im Themenjahr können sein:

- » lokale Bürgerbeteiligungsprojekte
- » Fortbildungsangebote (z.B. zu Leitbildentwicklung, Teambuilding, Geschlechterthemen, Rhetorik, Projektmanagement)
- » Kulturveranstaltungen
- » urbane Interventionen
- » Schulprojekte
- » Wettbewerbe
- » Erhöhung der Transparenz bei Gremienveranstaltungen
- » Öffentlichkeitsarbeit

Das Themenjahr ist nur Startschuss, um die Demokratiegestaltung stärker und kontinuierlich in den Fokus zu rücken.

## Schlüsselaktivität 18: Fokus Demokratiegestaltung

### Ziele

- » Einforderung und Förderung demokratischer Partizipation
- » Anerkennung zivilgesellschaftlicher Arbeit
- » Organisation von Gestaltungsräumen für alle Altersgruppen
- » Stärkung des Vertrauens in demokratische Prozesse

### Handlungsansätze

- » Konzeption eines Themenjahrs unter Einbeziehung sozialer Einrichtungen, Jugend- und Seniorenparlamenten sowie Kulturschaffenden und Unternehmen
- » Identifizierung, Organisation und Durchführung von Aktivitäten im Themenjahr
- » Langfristige Etablierung der im Themenjahr durchgeführten Aktivitäten

## Schlüsselaktivität 19: Entwicklung eines Naturparks Teufelsmoor



Naturschutzprojekte, Umweltbildung und Tourismusprojekte erhalten ein gemeinsames Dach unter dem „Naturpark Teufelsmoor“.

Das Potenzial liegt darin, Synergien zwischen Bildung, Tourismus, Naturschutz und Regionalvermarktung zu erzeugen. Bei diesem Vorhaben muss die Landwirtschaft einbezogen und die Angebotspalette im Bereich Landurlaub und regionale Produkte angereichert werden.

### Ziele

- » Schaffung eines gemeinsamen Dachs für naturtouristische Angebote
- » Schutz von Natur und Landschaft
- » Entwicklung neuer Angebote
- » Hohe Akzeptanz eines Naturparks bei Bürgerinnen und Bürgern sowie weiteren Beteiligten

### Handlungsansätze

- » Gründung einer Naturparkträgerorganisation
- » Klärung der Organisationsstrukturen und der Markenführung
- » Abgrenzung zu bestehenden Tourismusorganisationen, Gebietskörperschaften, Behörden und Verbänden
- » Räumliche Abgrenzung (Partnerschaft oder vollständige Einbeziehung, Mitgliedschaft der Nachbarlandkreise und der Stadt Bremen)
- » Ggf. Erarbeitung eines Naturparkplans
- » Buchungsmöglichkeiten verbessern

## Schlüsselaktivität 20: Etablierung als ADFC- RadReiseRegion



### Ziele

- » Zertifizierung als „ADFC-RadReiseRegion“
- » Intensivierung des Radreisetourismus in der Region
- » Verbesserung der Qualitäten der Radinfrastruktur im Landkreis

### Handlungsansätze

- » Erneuerung der Ausschilderung und der digitalen Infosysteme
- » Bereisung durch sachverständigen Prüfer des ADFC, daraus Entwicklung eines Pflichtenhefts
- » Definition weiterer Maßnahmen in Abstimmung mit Kreismobilitätskonzept und zuständiger, noch zu schaffender Stelle für Radverkehr

Der Radtourismus ist ein Wachstumsmarkt. Insbesondere vor dem Hintergrund eines klimafreundlichen und sportorientierten Tourismus bietet dieser erhebliche Potenziale. Der Landkreis eignet sich ideal für diesen Tourismuszweig, denn kulturelle, wie naturräumliche Sehenswürdigkeiten sind mit dem Rad gut zu erreichen. Die Qualitäten des Landkreises in Bezug auf Radinfrastruktur sind kontinuierlich zu verbessern sowie die Ausgestaltung und Vermarktung entsprechender Angebote zu unternehmen. Ein nicht unerheblicher Nebeneffekt: Durch den Ausbau der Radinfrastruktur im Kontext des Tourismus werden auch die Qualitäten für die alltägliche Radmobilität gestärkt.



Abb.32: Landesjugendorchester Bremen probt im Bredbecker Pavillon  
Foto: © Bildungsstätte Bredbeck

## Schlüsselaktivität 21: Erlebnis Torfkahn weiterentwickeln



Durch eine Weiterentwicklung der Angebote rund um den Torfkahn wird dieser als Markenbotschafter und lebendiger Teil der Markenwelt stärker ausgebaut. Gezielte zusätzliche Inszenierungen sowie die Vernetzung der Anbieter und ihrer Veranstaltungen sollen helfen, die Highlights der Region und die Markenwerte erlebbar und attraktiv darzustellen. Der Torfkahn wird auch im Rahmen anderer, bereits bestehender touristischer Veranstaltungen inszeniert und bei ihrer Außendarstellung verwendet.

### Ziele

- » Ausbau Highlight-Inszenierung
- » Weiterentwicklung des Torfkahnthemas (in die Moderne)
- » Entwicklung neuer Event- und Besuchs- sowie Freizeitangebote
- » Lebendige Markeninszenierung mit PR-Potenzial
- » Weiterentwicklung der buchbaren Angebote von Charter-, Kombi- sowie fahrplanmäßiger Fahrten auf einer gemeinsamen Buchungsplattform für alle Anbieter

### Handlungsansätze

- » Kreative Angebotsentwicklung rund um das Torfkahn-Thema
- » Übergreifende Zusammenarbeit aller Torfkahnanbieter mit Tourismus-, Kultur- und Regionalmarketing
- » Verbesserte Darstellung und Weiterentwicklung des Veranstaltungsangebots rund um den Torfkahn

## Schlüsselaktivität 22: Weiterentwicklung Paula Modersohn- Becker Kunstpreis

### Ziele

- » Entwicklung Worpswedes und des Landkreises zu einem national wahrgenommenen Ort für zeitgenössische Kunst
- » Ausbau des Paula Modersohn-Becker Kunstpreises zu einer Kommunikationsbühne und Plattform für das aktuelle Kunstgeschehen

### Handlungsansätze

- » Konzeptionelle Weiterentwicklung des Paula Modersohn-Becker Kunstpreises; z.B. durch die Einbindung fachlich renommierter Jurymitglieder und die Vergabe von Arbeitsstipendien an beteiligte Künstler

Ziel für die kommenden zehn Jahre ist es, den Paula Modersohn-Becker Kunstpreis (zumindest) national auszuschreiben und ihn zu einer festen Größe in der bundesweiten Kunstszene und Kulturlandschaft weiterzuentwickeln. Das Renommee soll über die Jahre ausgebaut und der Preis zu einer überregional wahrgenommenen Kommunikationsbühne und Plattform für das aktuelle Kunstgeschehen erweitert werden. Die Finanzierung wird wie bisher durch den Landkreis erfolgen.



Abb. 33: Einblick in die Installation von Tillmann Terbuyken zum Paula Modersohn-Becker Kunstpreis 2018 in der Großen Kunstschau  
Foto: © Focke Strangmann/Worpsweder Museumsverbund



Abb. 34: Ausstellung zum Paula Modersohn-Becker Kunstpreis  
Foto: © Focke Strangmann/Worpsweder Museumsverbund

„Jedes Kind im Landkreis soll die Worpsweder Museen kennen. Wir haben eine starke Marke etabliert, mit der sich alle Gemeinden identifizieren können.“

„Osterholz hat eine bunte, ertragsreiche Landwirtschaft, die der Zukunft zugewandt ist.“

„Das bunte demokratische Gesamtgefüge soll erhalten bleiben. Wir möchten in 2030 auf einen demokratischen Prozess zurückschauen und einen Großteil der Ideen umgesetzt haben.“

„Das meiste von [den] heute [genannten Themen], soll umgesetzt werden und Menschen mitgenommen werden. Wir haben eine große Gemeinschaft bei politischen Entscheidungen erlebt.“

„Hier bin ich Mensch. Hier möchte ich sein!“

„Wir leben in einem energieautarken Landkreis, in der die Wasserstoffwirtschaft entwickelt ist.“

## Visionen für den Landkreis im Jahr 2030

„Der Landkreis stellt in 2030 eine riesige Plattform mit sämtlichen Themen und Leuchttürmen bereit, die unabhängig von persönlichen Befindlichkeiten ist und weit in die Republik strahlt.“

„Der Landkreis soll in 10 Jahren zeitgerecht aufgestellt sein und genügend Leuchtturmprojekte mit (inter)nationaler Bedeutung präsentieren.“

„Vielfalt und weltoffen! Der Naturpark wurde entwickelt und die Landwirtschaft ist zufrieden. Wir sind klimagerecht auch für nachfolgende Generationen aufgestellt.“

„Ein Großteil der Ideen von heute sind gemeinsam umgesetzt worden, ohne, dass die Gemeinden untereinander neidisch aufeinander sind. Wir haben eine Strahlkraft nach außen.“

Geäußert durch die Teilnehmenden des Großen Workshops am 19.08.2020

So geht es weiter

### Heute an morgen denken

Das Kreisentwicklungskonzept ist als strategischer Fahrplan für die nächsten 10 Jahre für den Landkreis Osterholz aufgestellt worden. Mit seinen festgelegten Leitlinien und Zielen gibt das KEK eine stringente Richtung vor und positioniert sich damit klar für das zukünftige Jahrzehnt. Das KEK hat den Anspruch innovative Inhalte unter realistischen Gesichtspunkten hervorzuheben, die neue Perspektiven und Chancen aufzeigen.

Während des Entstehungsprozesses im Jahr 2020 wurden Schlüsselaktivitäten erarbeitet, die eine Momentaufnahme darstellen. Die Schlüsselaktivitäten sind wichtige Aufgaben, die für die nächsten Jahre aus Sicht der Kreisverwaltung, Politik und der Akteure der Regionalentwicklung anstehen. Dies bedeutet aber auch, weiterhin wachsam zu sein, um unter den aktuellen dynamischen Entwicklungen, neue Herausforderungen im nächsten Jahrzehnt anzunehmen und wieder neue Schlüsselaktivitäten für den Landkreis zu formulieren.

Das Konzept ist aus der Perspektive des Landkreises Osterholz formuliert. Es stellt den Landkreis als aktiven, handelnden Akteur in den Mittelpunkt, verliert dabei aber nicht die Akteure, mit denen er zusammenwirkt, aus den Augen. Für das KEK wurden wesentliche Akteure beteiligt. Als Vertreterinnen und Vertreter verschiedener Gruppierungen und Interessen haben sie dafür gesorgt, dass Themen nicht verloren gehen.

Ein zentraler Bearbeitungspunkt parallel zum Kreisentwicklungskonzept ist die Evaluation bestehender Regionalvermarktungsstrategien des Landkreises Osterholz gewesen. Daraus haben sich neben neuen Ideen für das Landkreismarketing und wichtige Ansätze für die Neustrukturierung der Marketingorganisation ergeben. Themen sollen neu geordnet und effektiv kommuniziert werden. Dies wird ein Prozess sein, der den Landkreis Osterholz die nächsten Jahre prioritär beschäftigen wird.

### Ins Handeln übergehen

Im Verlauf des Entstehungsprozesses wurde viel diskutiert und formuliert. Das vorliegende Konzept bildet nun einen Grundstein

für das zukünftige Handeln. Jetzt gilt es Worte in die Tat umzusetzen. Der Landkreis wird handeln und für die Umsetzung der Aktivitäten Ressourcen freisetzen.

Für die Umsetzung der Schlüsselaktivitäten sind weitere Akteure einzubeziehen und zu beteiligen. Beispielsweise erfordert die Gründung eines Naturparks die Einbindung der Partner aus Landwirtschaft und Naturschutz. Im Bildungsbereich sind es Vertreter/-innen aus Schulen und Sozialeinrichtungen. Viele Marketingaktivitäten werden Partner aus Tourismus, Wirtschaft, Kunst und Kultur benötigen.

Die Handlungsfähigkeit bemisst sich auch an der Übernahme bzw. Bewilligung von Kosten. Ein wichtiger Schritt sind Kostenschätzungen für erste Schlüsselaktivitäten, sodass sie in die Haushaltsplanberatungen einfließen können. Ein weiterer Schritt ist die Feinplanung der Projektansätze, um den Zielen des KEK näher zu kommen.

### Visionen im Auge behalten

Es gibt Ideen, die Mut und Lust auf die Realisierung machen. Die Mitwirkenden am KEK haben ihre Vision für den Landkreis im Jahr 2030 geäußert. Zusammengefasst ergibt sich folgendes zukunftsweisendes Bild: Der Landkreis wird eine Region sein, die vielfältig, weltoffen, demokratisch, wirtschaftlich erfolgreich, klimagerecht und lebenswert ist. In diesem Landkreis sollen die Akteure und Kommunen vernetzt agieren und Herausforderungen gemeinsam angehen. Die Akteure wünschen sich, dass die Schlüsselaktivitäten und Ziele bis 2030 transparent umgesetzt worden sind und der Landkreis sich zurecht als Vorreiter für Wirtschaft, Umwelt und Klimathemen bezeichnen kann. Viele Menschen sollen stolz sein, hier zu wohnen. Der Tourismus wird mit einem naturverträglichen Ansatz florieren.

Mithilfe der hier formulierten Leitlinien des Landkreises und der Schlüsselaktivitäten soll der Landkreis Osterholz den Visionen bis 2030 möglichst nahekomen. Um den Fortschritt dieser Aktivitäten zu bemessen und Anpassungen an die zukünftigen Entwicklungen leisten zu können, ist eine regelmäßige Erfolgskontrolle zum Umsetzungsstand geplant.

# LITERATURVERZEICHNIS

---

Agentur für Arbeit (2019): Arbeitsmarkt im Überblick – Berichtsmonat Oktober 2020 – Osterholz. < <https://statistik.arbeitsagentur.de/Navigation/Statistik/Statistik-nach-Regionen/Politische-Gebietsstruktur/Niedersachsen/Osterholz-Nav.html> > (Zugriff: 05.11.2019).

Landesamt für Statistik Niedersachsen (2019): Fläche, Bevölkerung und Bevölkerungsbewegung in Niedersachsen (Gebietsstand: 1.07.2017), Tabelle A100011G.

Landesamt für Statistik Niedersachsen (2019): Bevölkerung nach Altersgruppen in Niedersachsen (Gebietsstand: 1.07.2017), Tabelle Z100002G.

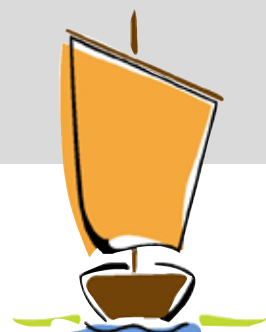
Landesamt für Statistik Niedersachsen (2019): Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Wohnort in Niedersachsen (Gebietsstand: 1.7.2017), Tabelle W7015103.

Landesamt für Statistik Niedersachsen (2020): Anteil der BWS in der Land- und Forstwirtschaft, Fischerei an BWS Insgesamt in % (Gebietsstand: 1.7.2017), Tabelle T0909930.

Landesamt für Statistik Niedersachsen (2020): Allgemeinbildende Schulen in Niedersachsen zum Schuljahresbeginn (Gebietsstand: 01.07.2017), Tabelle K3001031.

Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2018): Bruttoinlandsprodukt/Bruttowertschöpfung nach Wirtschaftsbereichen – Jahressumme – regionale Tiefe: Kreise und krfr. Städte.

Statistische Ämter der Länder (2018): Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen der Bundesrepublik Deutschland 1995 bis 2017. Berechnungsstand: August 2018. Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3.



LANDKREIS OSTERHOLZ