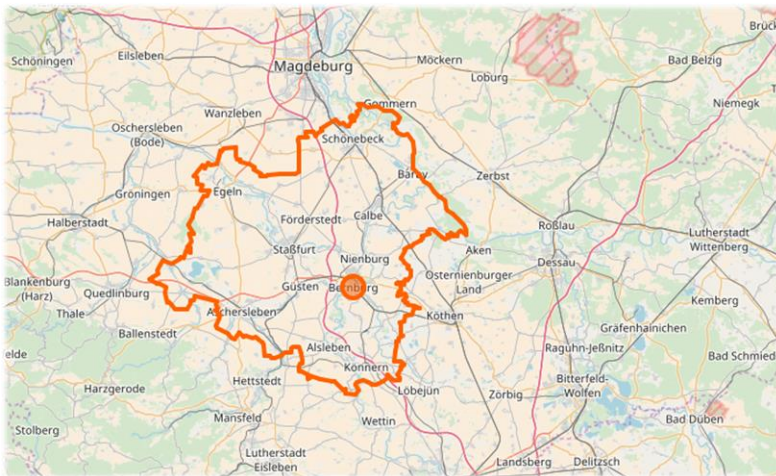


## Standortmarketingkonzept für den Salzlandkreis



Endbericht, 30. November 2018

Bearbeitung:  
Dipl.-Geogr. Michael Seidel

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

---

Ziele des Standortmarketings für den Salzlandkreis	S. 3
Ergebnisse der Grundlagenuntersuchung	S. 6
Ergebnisse der Unternehmerbefragung	S. 15
<b>Standortmarketing Salzlandkreis</b>	<b>S. 30</b>
Stärken- und Schwächenprofil	S. 32
Standortqualitäten	S. 35
Alleinstellungsmerkmal (USP) des Salzlandkreises	S. 40
Positionierungsansatz	S. 43
<b>Umsetzungsstrategie</b>	<b>S. 47</b>
Impulsprojekte	S. 51
Hinweise zur Visualisierung	S. 89
Die Umsetzung	S. 96

# Ziele des Standortmarketings für den Salzlandkreis

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

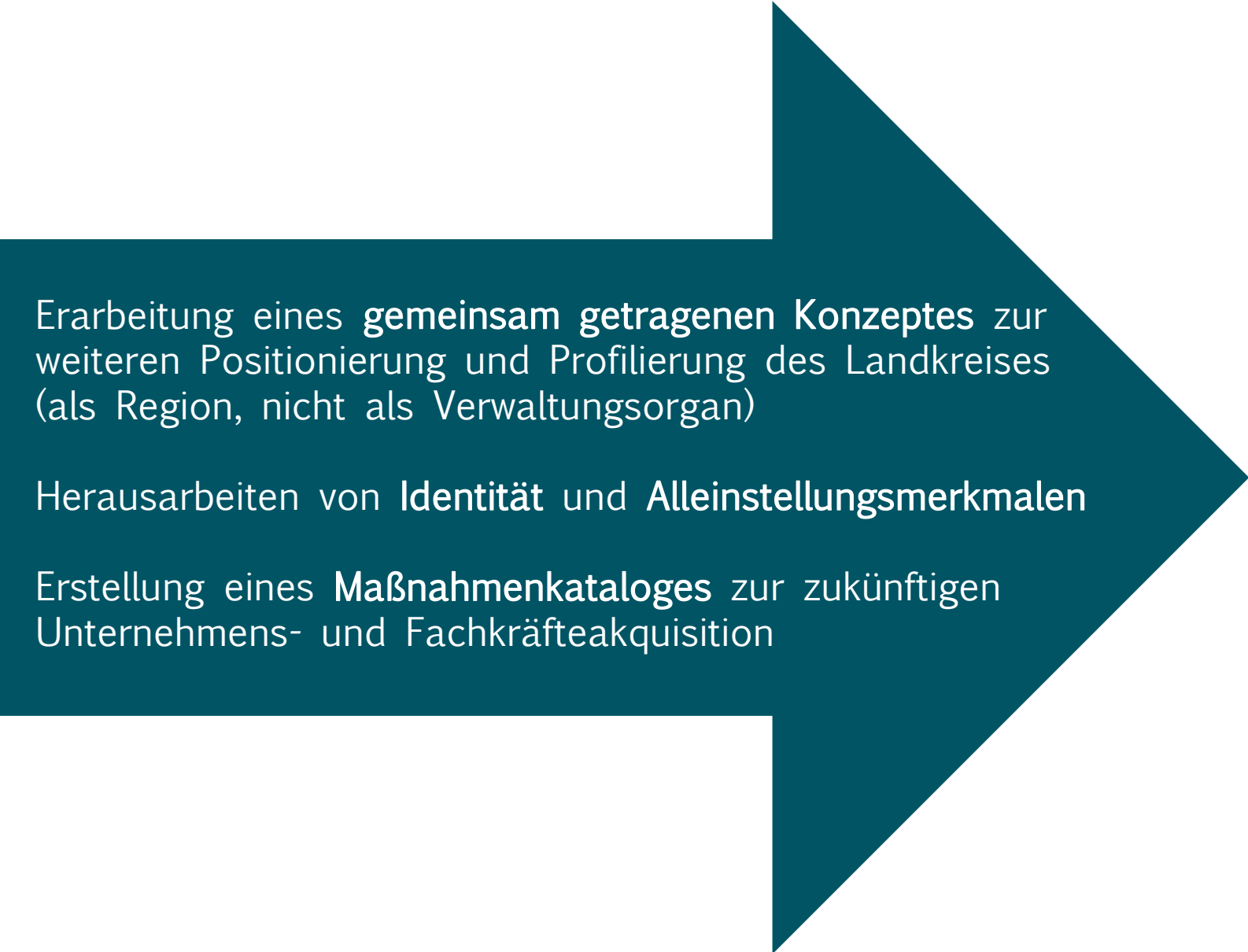
Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

A large teal arrow pointing to the right, containing three lines of white text.

Erarbeitung eines **gemeinsam getragenen Konzeptes** zur weiteren Positionierung und Profilierung des Landkreises (als Region, nicht als Verwaltungsorgan)

Herausarbeiten von **Identität** und **Alleinstellungsmerkmalen**

Erstellung eines **Maßnahmenkataloges** zur zukünftigen Unternehmens- und Fachkräfteakquisition

Erarbeitung eines **gemeinsam** getragenen Konzeptes zur weiteren Positionierung und Profilierung der Region SLK

Herausarbeiten von **Identität** und **Alleinstellungsmerkmalen**

Erstellung eines **Maßnahmenkataloges** zur zukünftigen Unternehmens- und Fachkräfteakquisition

Eindeutige, unverkennbare **Positionierung**

Schaffung eines positiven **Lokalbewusstseins** bei Bewohnern und Unternehmen

Schaffung von **Besuchsanreizen** für Kunden, Gäste und Besucher

**Ansiedlung neuer Unternehmen** und **Aquisition von Fachkräften**

# Ergebnisse der Grundlagenuntersuchung

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

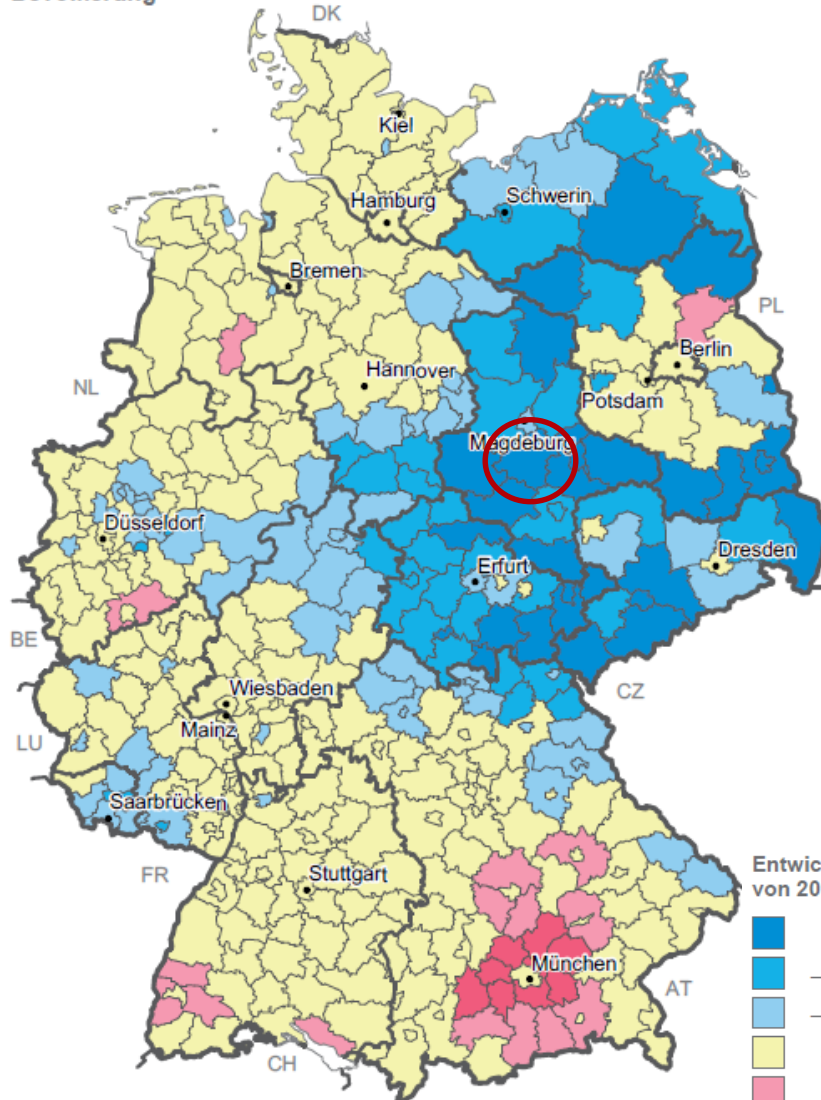
Kultur

Tourismus

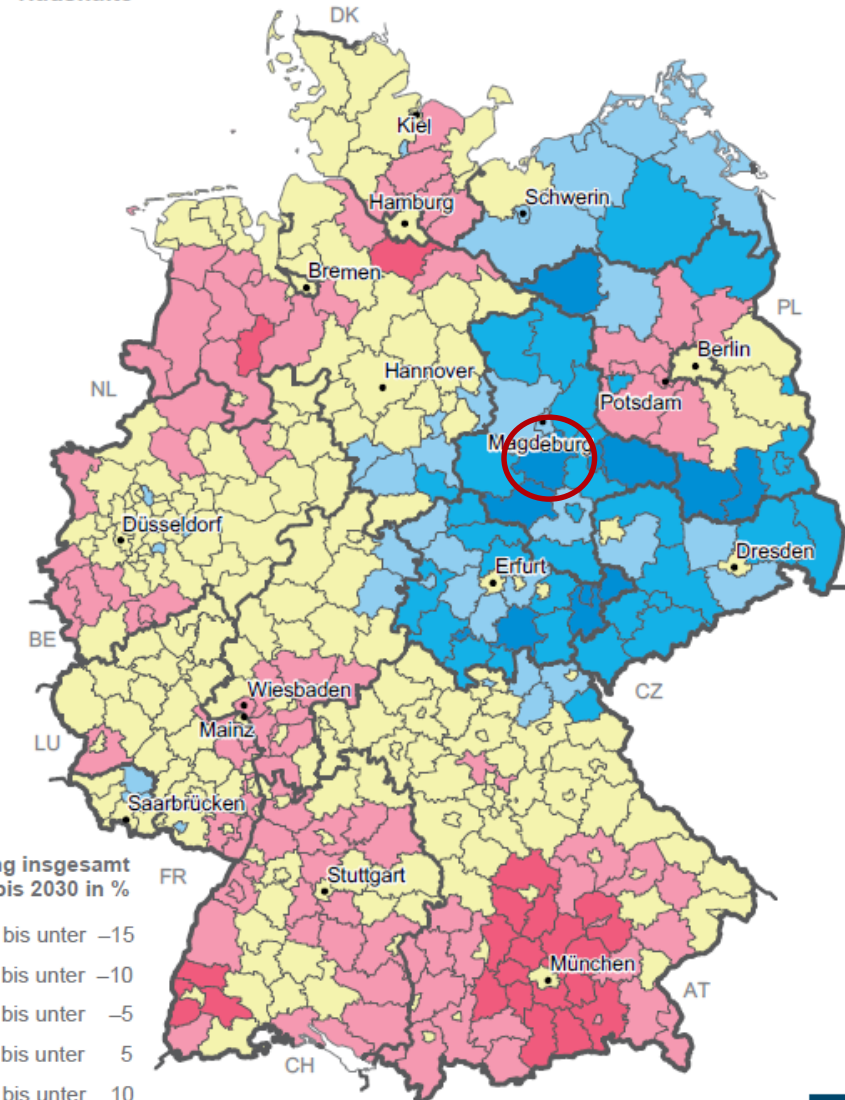
# Entwicklung Bevölkerung und Haushalte

2015 bis 2030

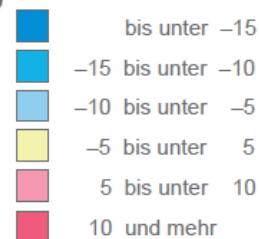
Bevölkerung



Haushalte



Entwicklung insgesamt von 2015 bis 2030 in %

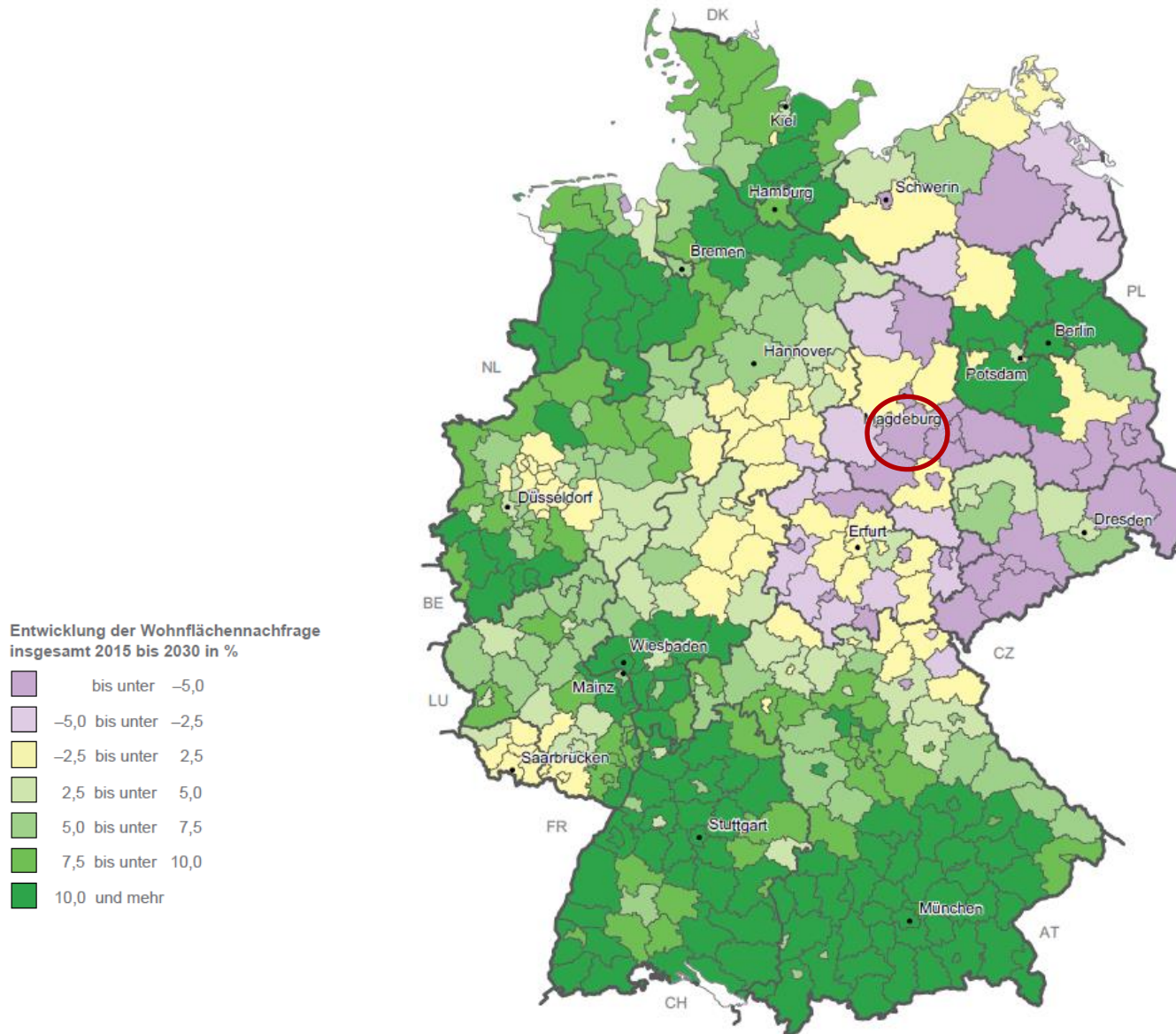


100km



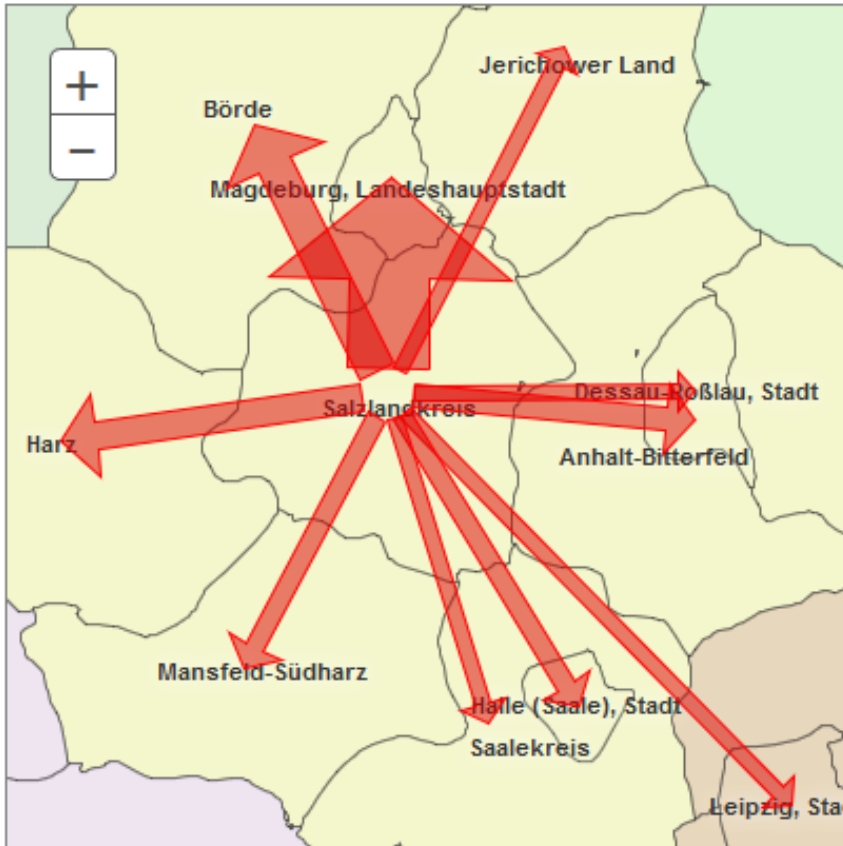
# Entwicklung Wohnflächennachfrage

2015 bis 2030

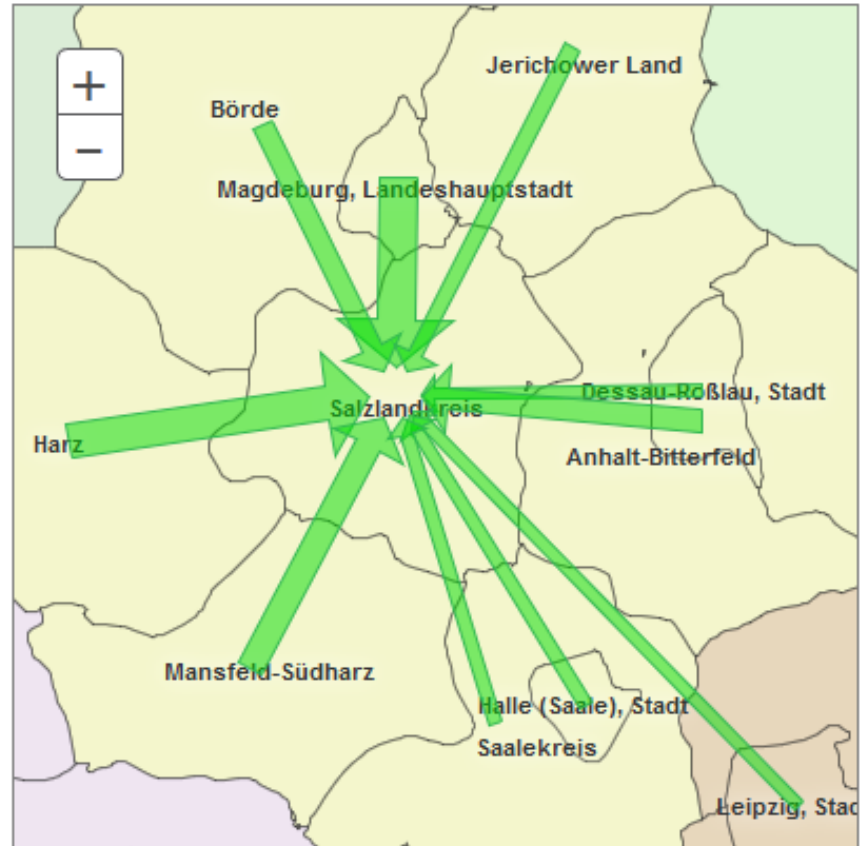




### Auspendler von Salzlandkreis



### Einpendler nach Salzlandkreis



In der Region "Salzlandkreis" wohnen **72.190** sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. Von ihnen pendeln **25.097** oder **34,8%** zur Arbeit in einen anderen Kreis (Auspendler). Gleichzeitig pendeln **14.970** Beschäftigte, die in einem anderen Kreis wohnen, zur sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung in die Region "Salzlandkreis" (Einpendler). Der Saldo von Aus- und Einpendlern beläuft sich auf **-10.127** (Pendlersaldo). Ihren Arbeitsort in der Region "Salzlandkreis" haben damit **62.063** sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, von ihnen sind **24,1%** Einpendler.

Hinweis: Bei dieser Zahl der Beschäftigten am Arbeitsort handelt es sich um ein rechnerisches Ergebnis aus den Beschäftigten am Wohnort, den Einpendlern und den Auspendlern. Die tatsächliche, an anderen Stellen veröffentlichte Zahl kann leicht höher sein, weil es Beschäftigte gibt, für die nur die Arbeitsort- aber nicht die Wohnortinformation vorliegt. Diese fließen nicht in die Pendleranalyse ein.

Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Pendleratlas

## Auspendler von Salzlandkreis

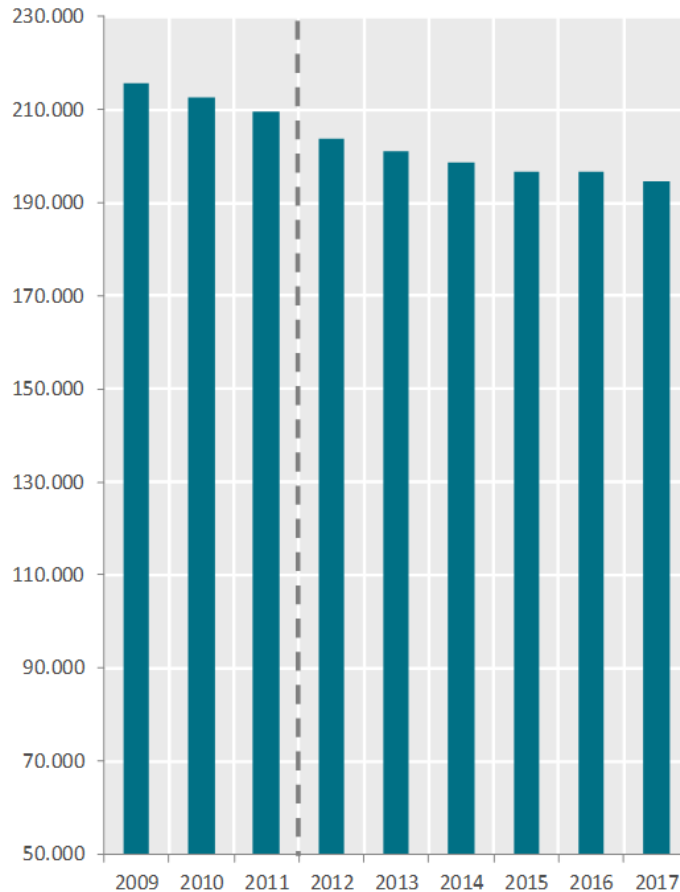
<u>Ort</u>	<u>Anzahl</u>
Magdeburg, Landeshauptstadt	7.782
Börde	2.919
Harz	2.032
Anhalt-Bitterfeld	1.575
Mansfeld-Südharz	1.177
Halle (Saale), Stadt	1.091
Saalekreis	709
Jerichower Land	702
Leipzig, Stadt	633
Dessau-Roßlau, Stadt	531

## Einpendler nach Salzlandkreis

<u>Ort</u>	<u>Anzahl</u>
Magdeburg, Landeshauptstadt	3.229
Harz	2.766
Mansfeld-Südharz	1.877
Anhalt-Bitterfeld	1.443
Börde	1.273
Jerichower Land	724
Halle (Saale), Stadt	472
Saalekreis	422
Leipzig, Stadt	294
Dessau-Roßlau, Stadt	291

## Bevölkerungsentwicklung

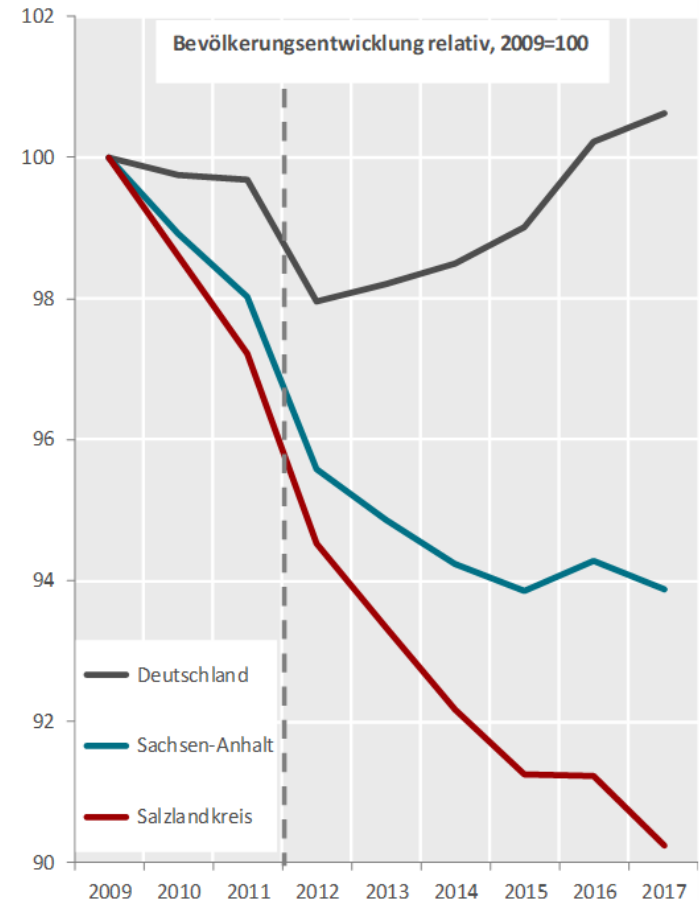
2009-2017, absolut



Quelle: Bevölkerungsfortschreibung des Statistischen Bundesamtes und der Statistischen Landesämter, jeweils zum 1.1.; Berechnungen und Darstellung CIMA IfR

## Bevölkerungsentwicklung

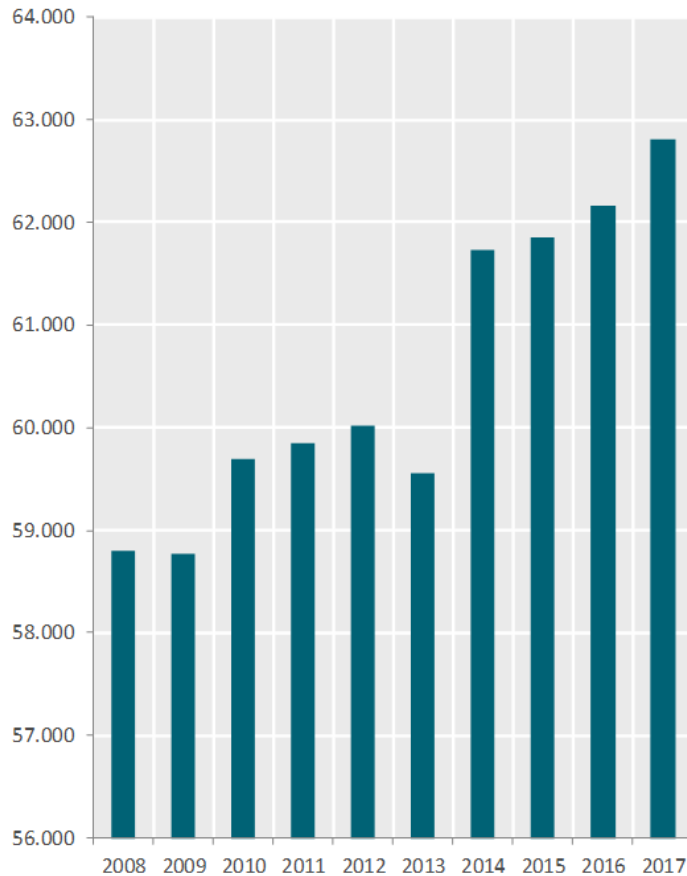
2009-2017, relativ, 2009=100



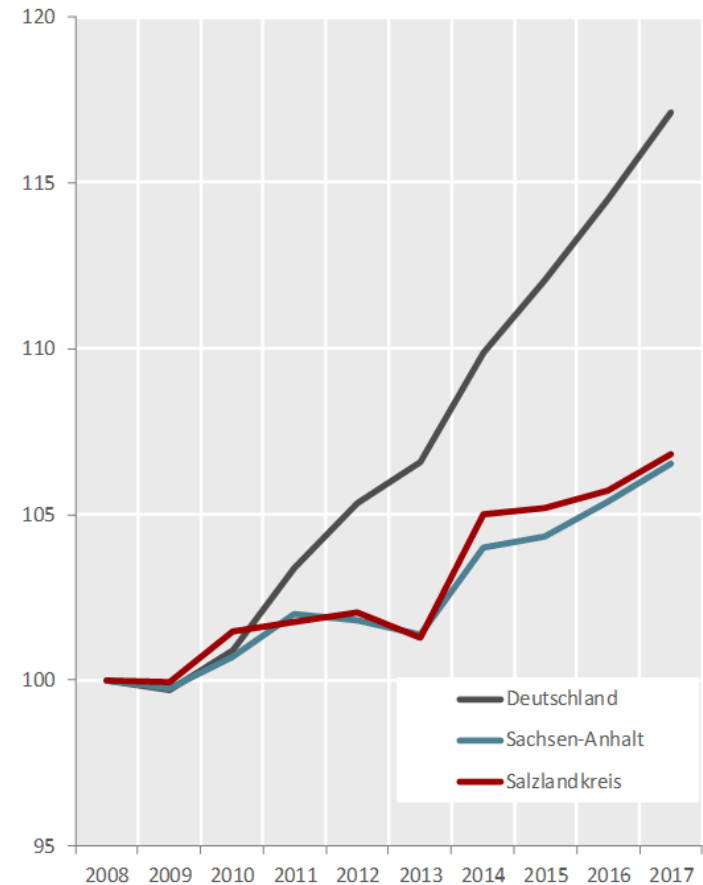
Quelle: Bevölkerungsfortschreibung des Statistischen Bundesamtes und der Statistischen Landesämter, jeweils zum 1.1.; Darstellung CIMA IfR

## Entwicklung der Beschäftigten am Arbeitsort

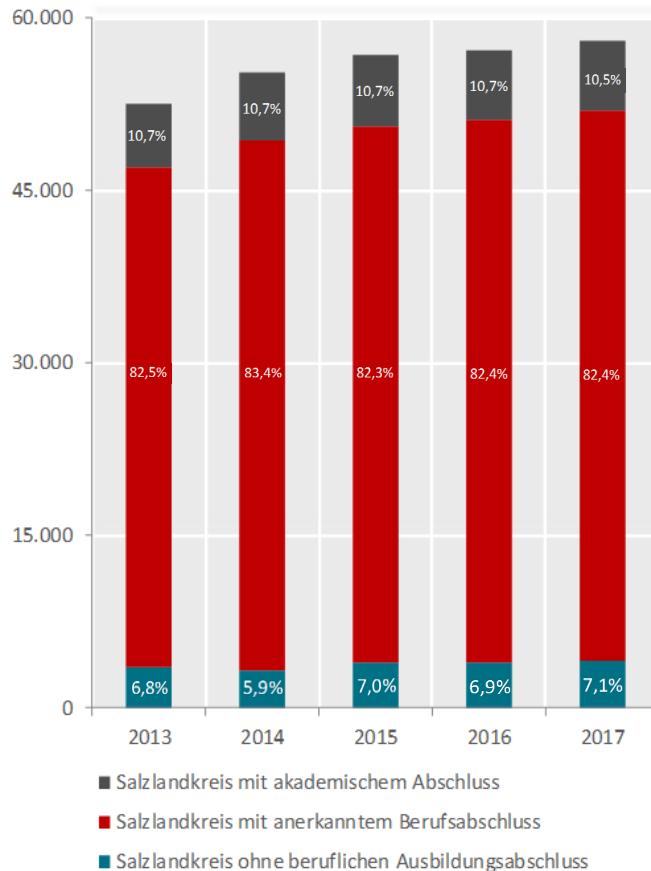
2008-2017, absolut



2008-2017, relativ, 2008=100

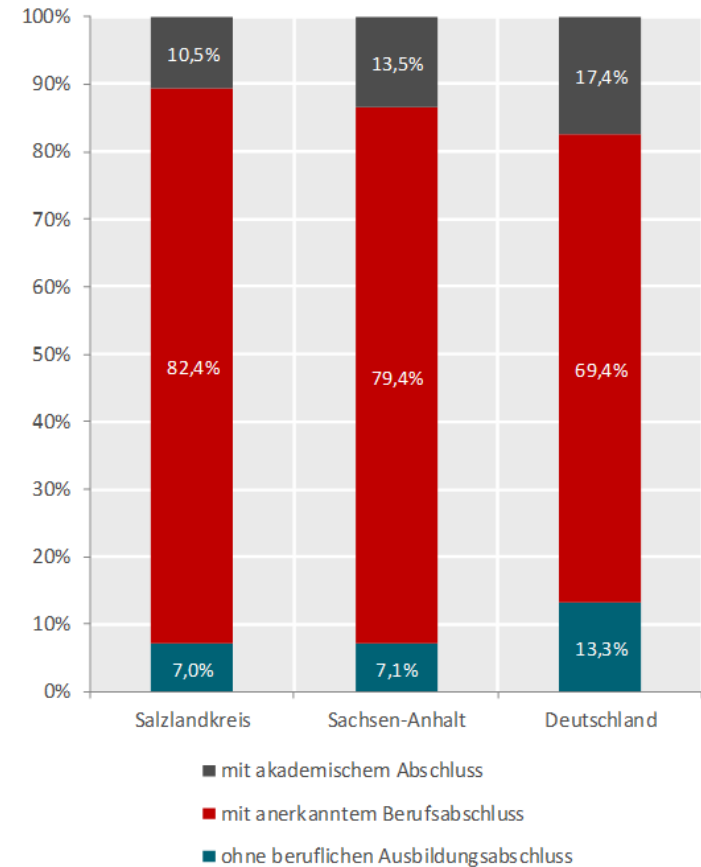


## Qualifikationsstruktur Salzlandkreis 2013-2017



Quelle: Beschäftigungsstatistik der Bundesagentur für Arbeit, jeweils zum 30.06.; Darstellung CIMA IfR

## Qualifikationsstruktur im Vergleich 2017

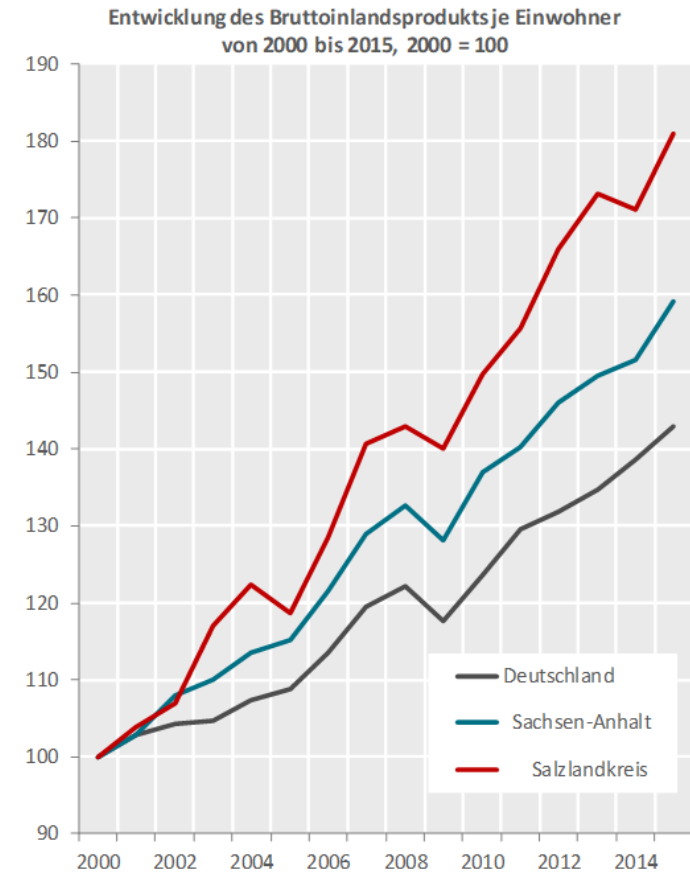
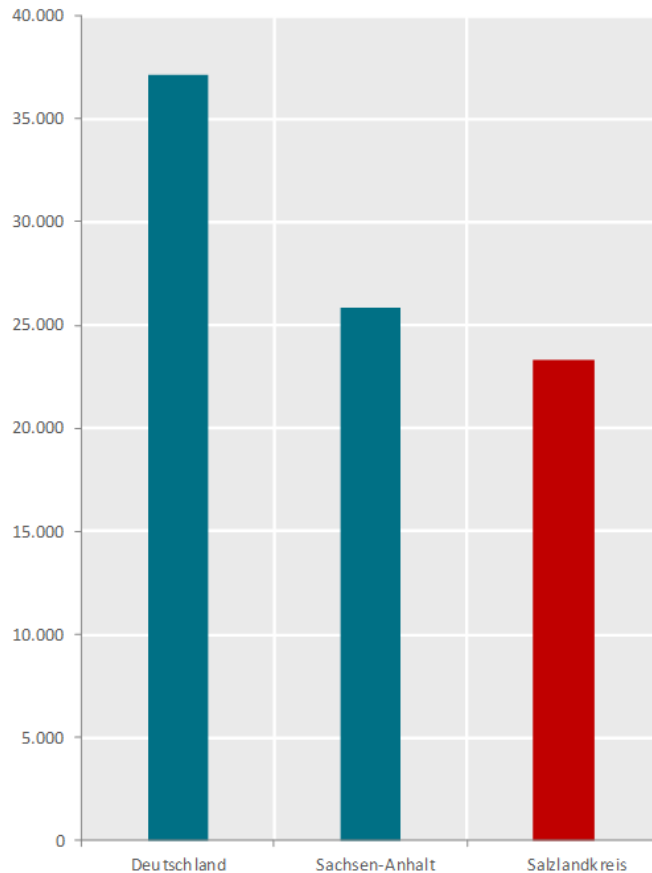


Quelle: Beschäftigungsstatistik der Bundesagentur für Arbeit, jeweils zum 30.06.; Darstellung CIMA IfR

## Bruttoinlandsprodukt je Einwohner in EUR

2015

2000-2015, relativ, 2000=100



# Ergebnisse der Unternehmerbefragung

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

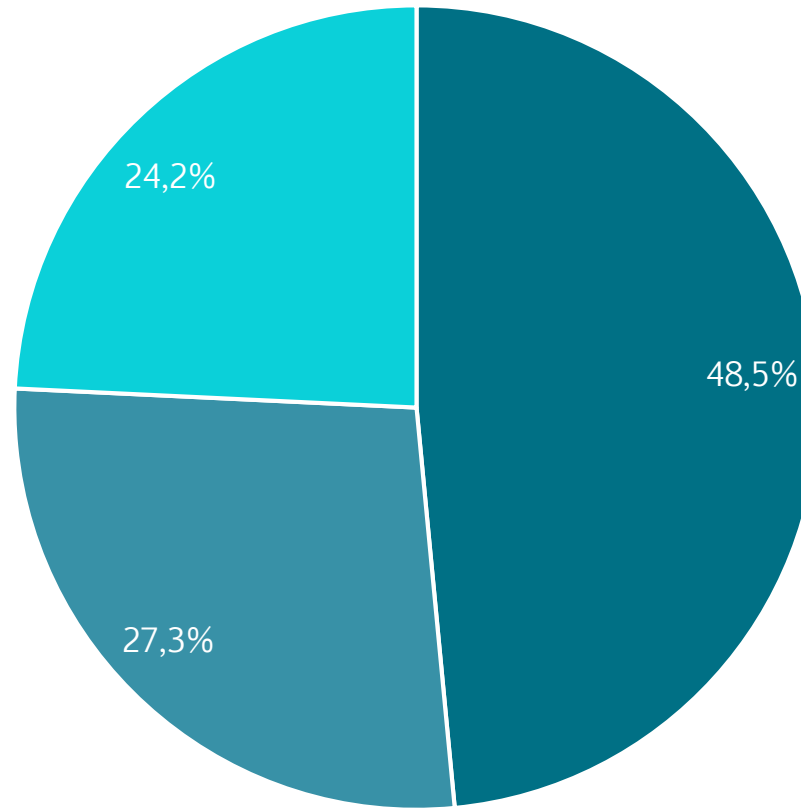
Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

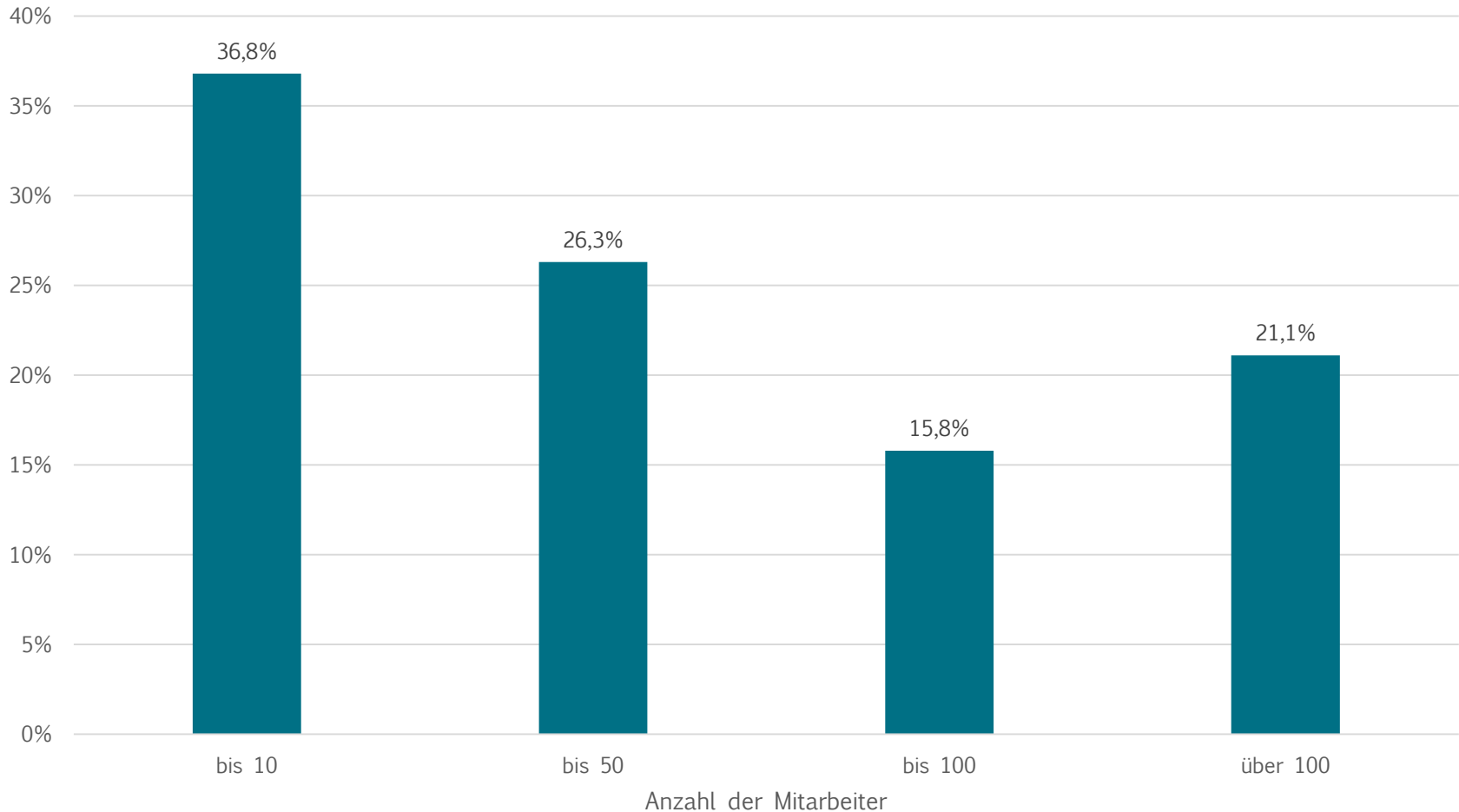
Wo im Salzlandkreis hat Ihr Unternehmen seinen Standort?



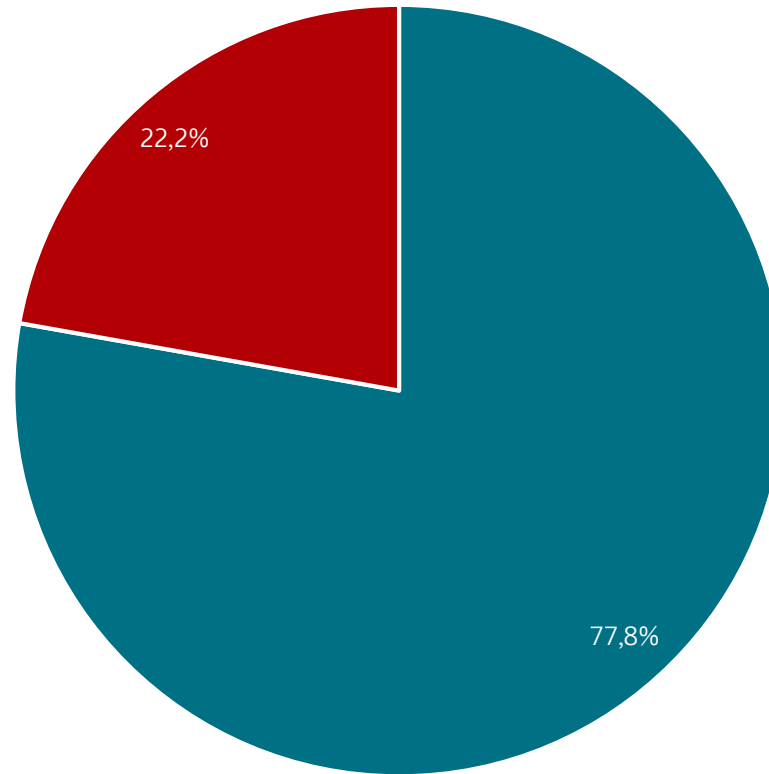
■ Bereich Aschersleben-Staßfurt   ■ Bereich Bernburg   ■ Bereich Schönebeck



Wie viele Mitarbeiter beschäftigen Sie aktuell in Ihrem Unternehmen im Salzlandkreis?

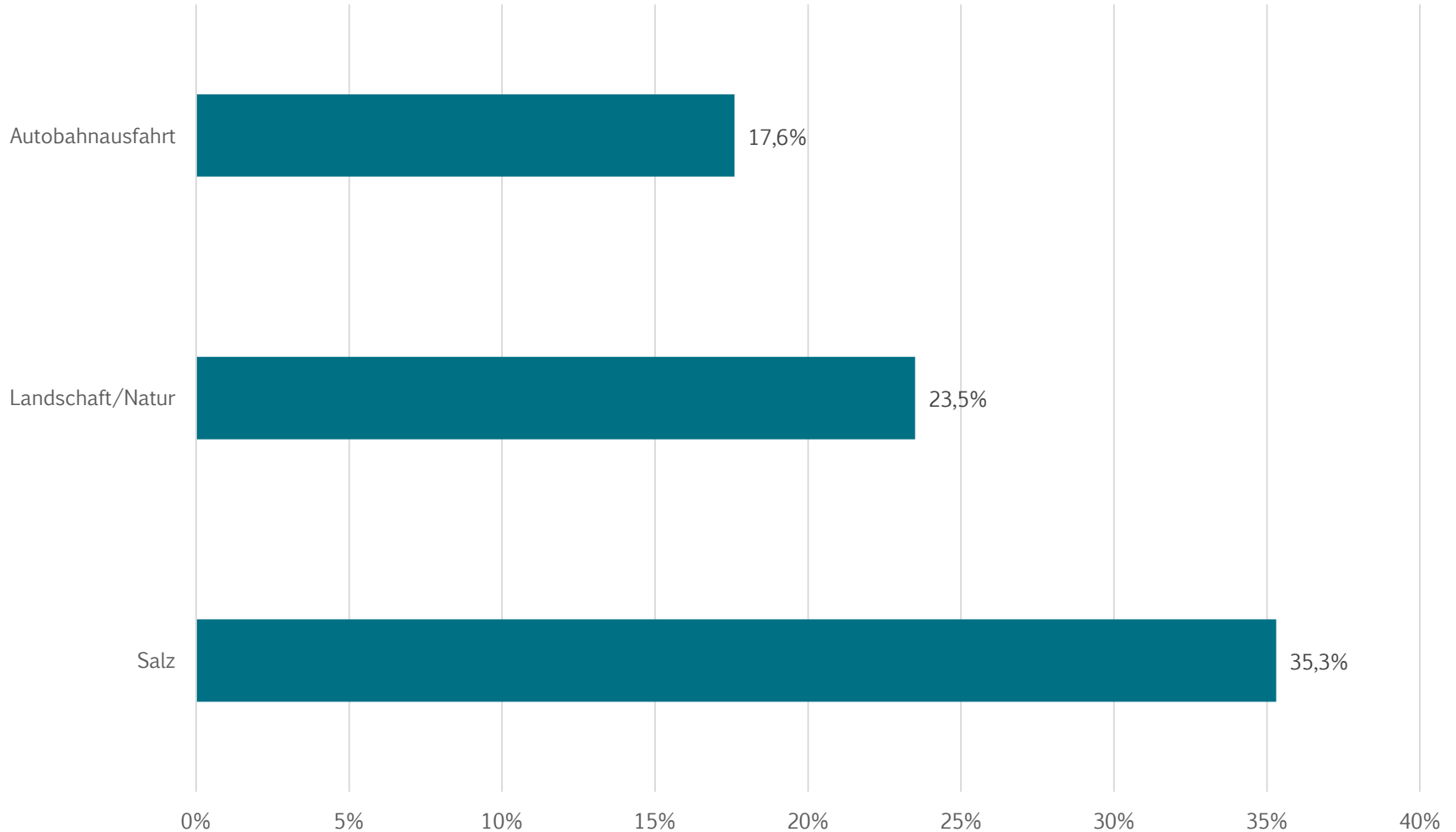


Welche Entwicklung der Mitarbeiterzahl am Standort erwarten Sie in den nächsten 5 Jahren?

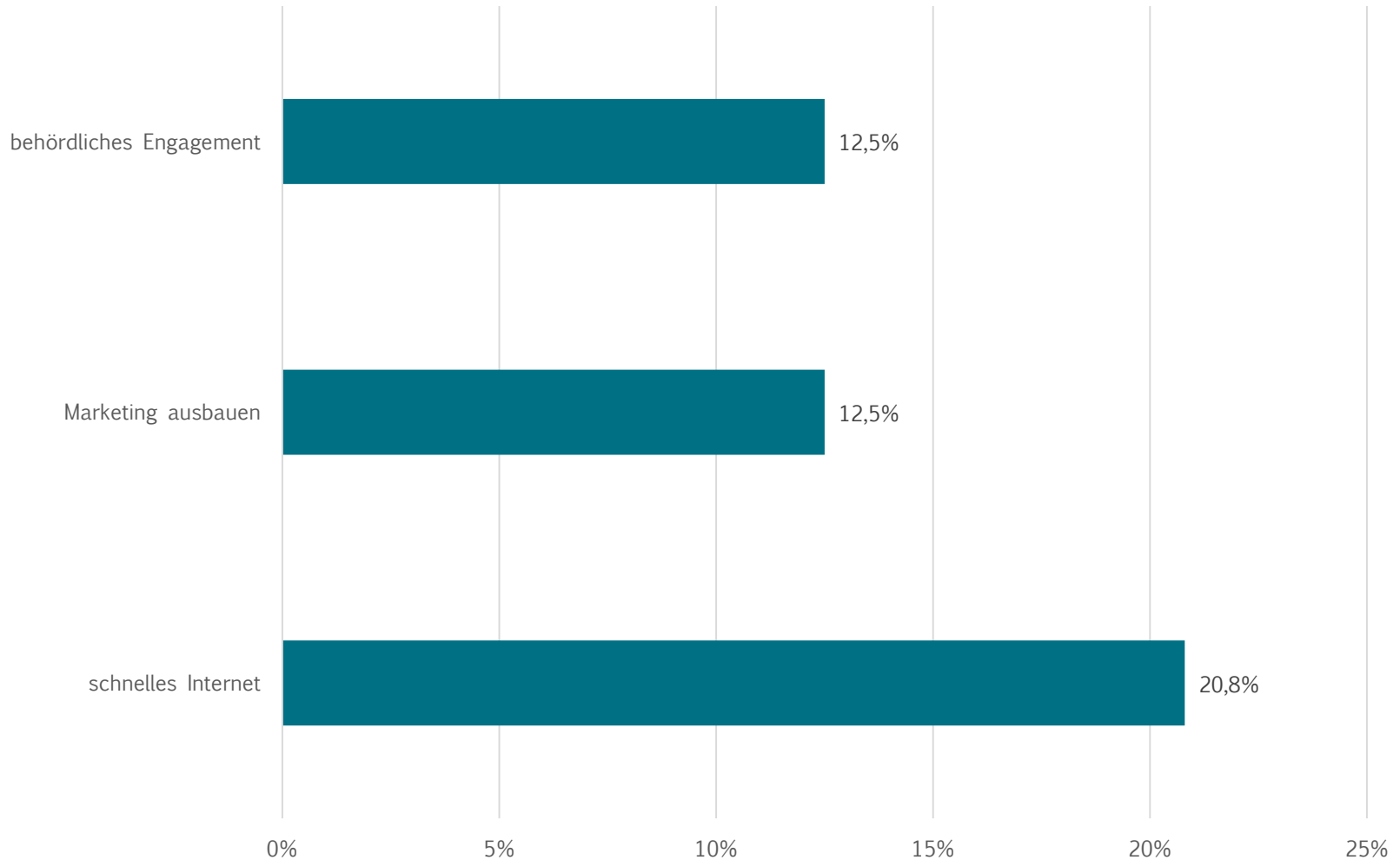


■ positiv bzw. konstant ■ negativ

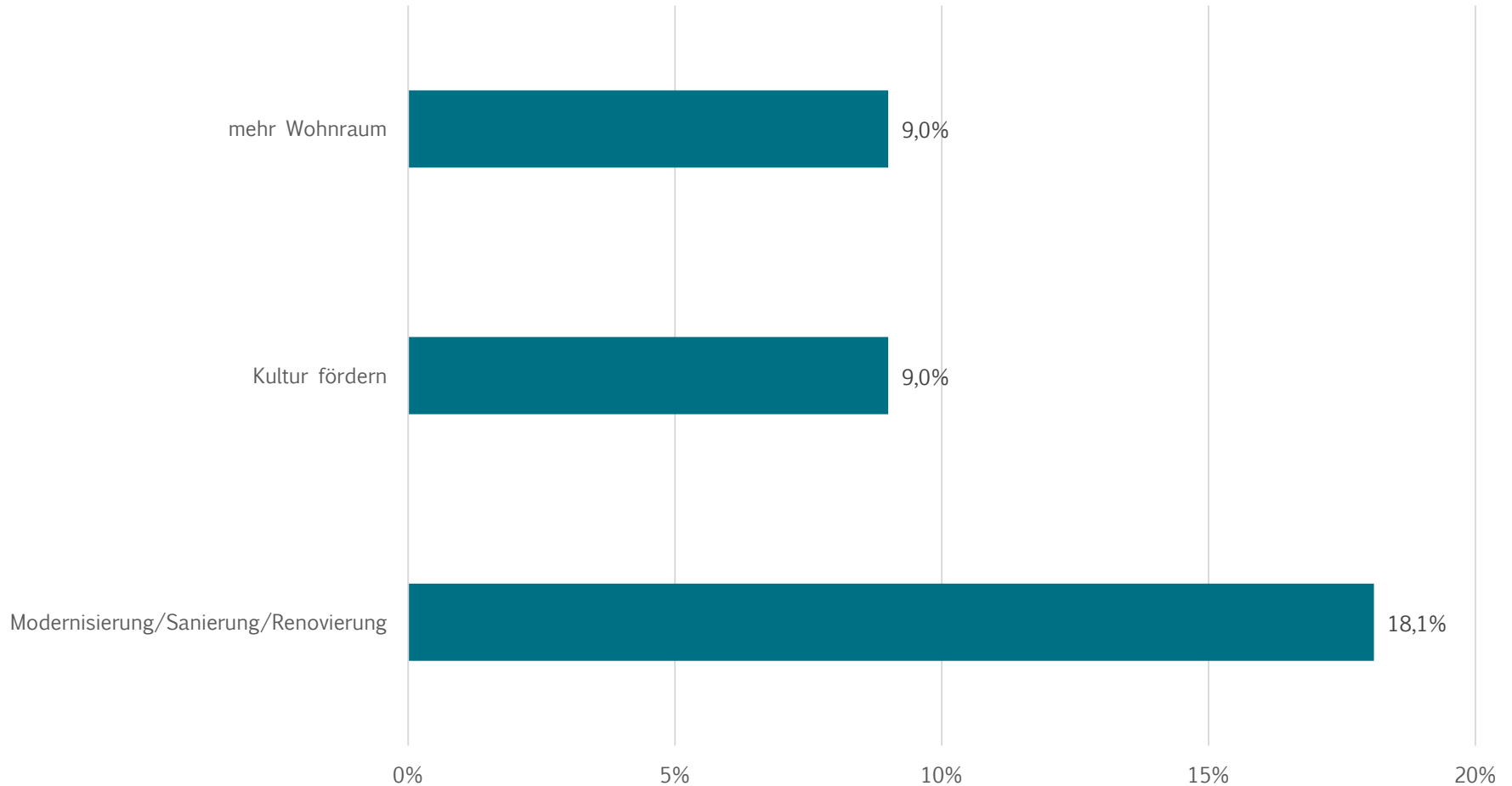
Was fällt Ihnen ganz spontan ein, wenn Sie an den Salzlandkreis denken?



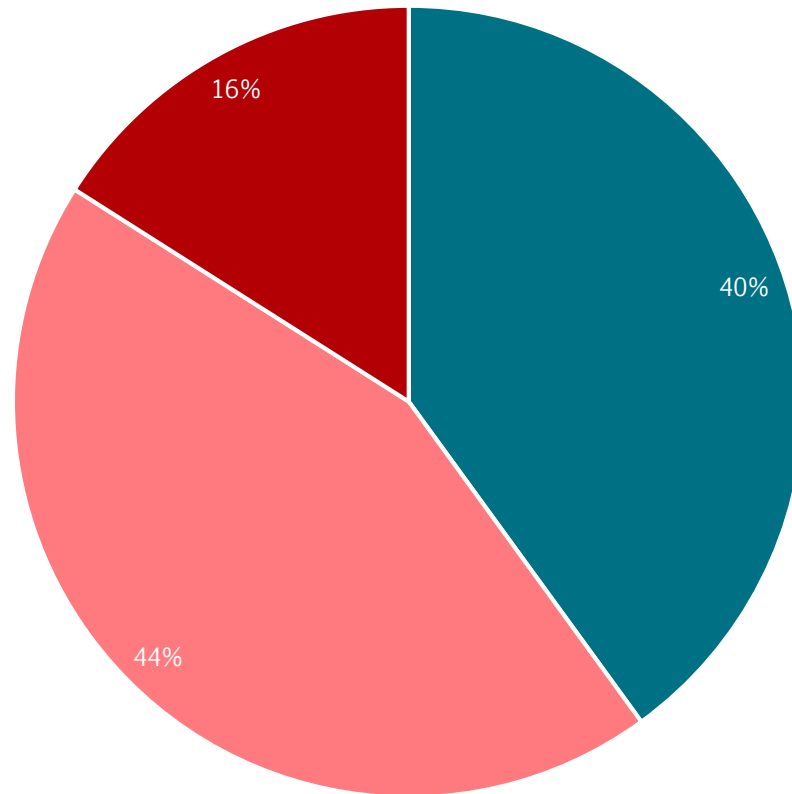
Was könnte man tun, um den Wirtschaftsstandort Salzlandkreis für Unternehmen (noch) attraktiver zu machen?



Was könnte man tun, um die Lebens- und Wohnqualität im Salzlandkreis (weiter) zu verbessern?

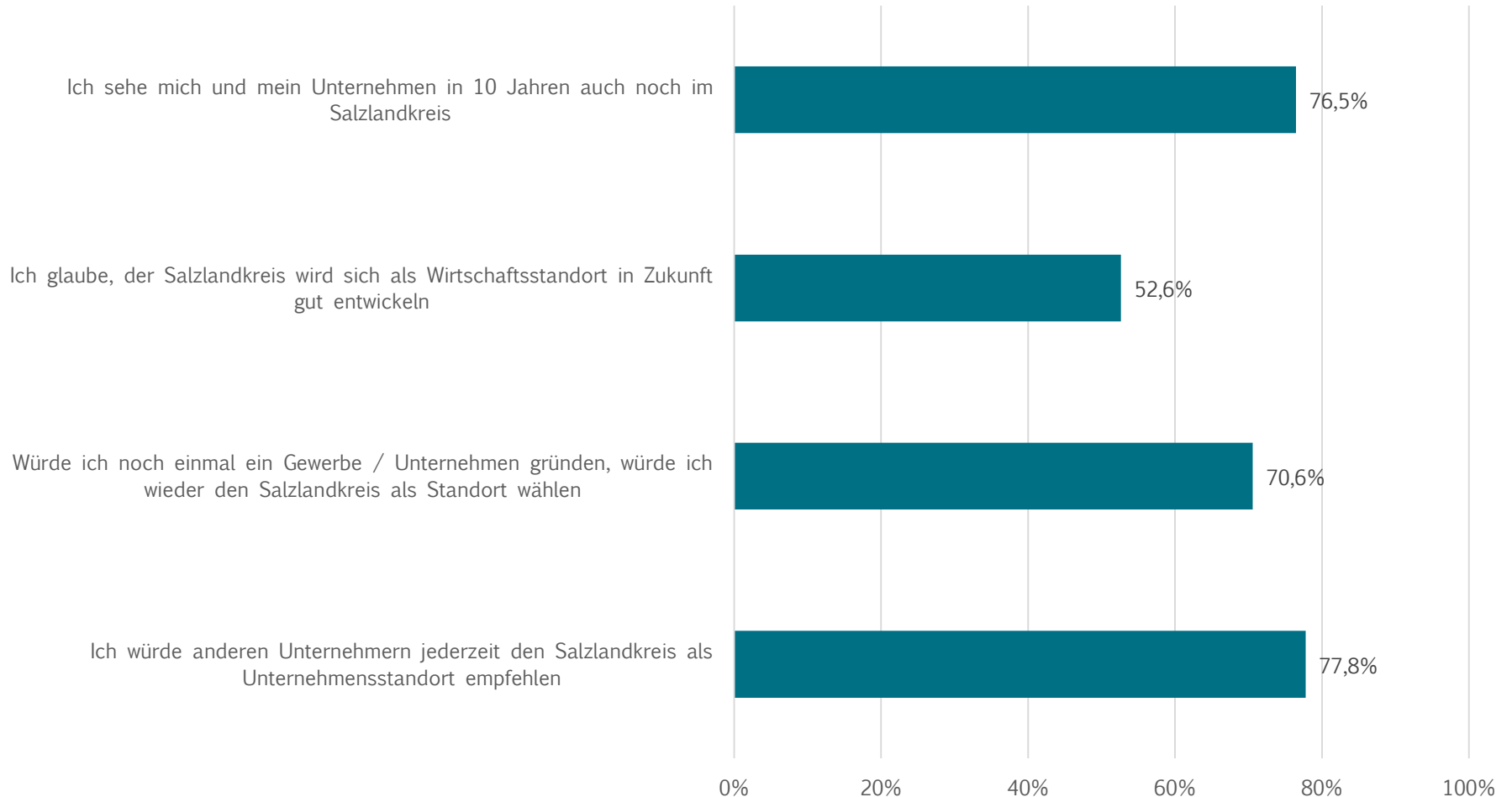


Wie schätzen Sie die Gesamtattraktivität des Salzlandkreises als Wirtschaftsstandort ein?

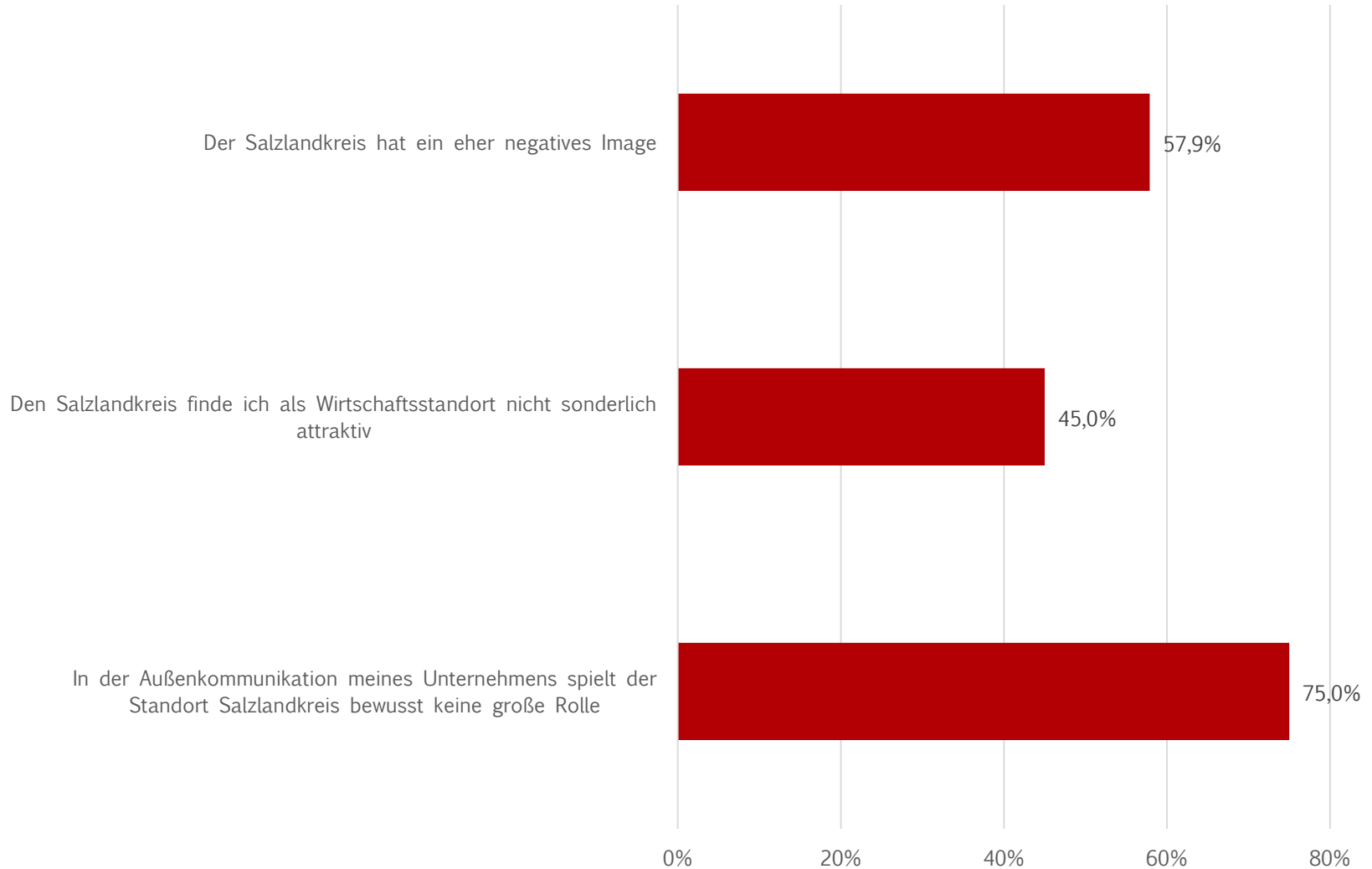


■ eher hoch ■ eher gering ■ sehr gering

## Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

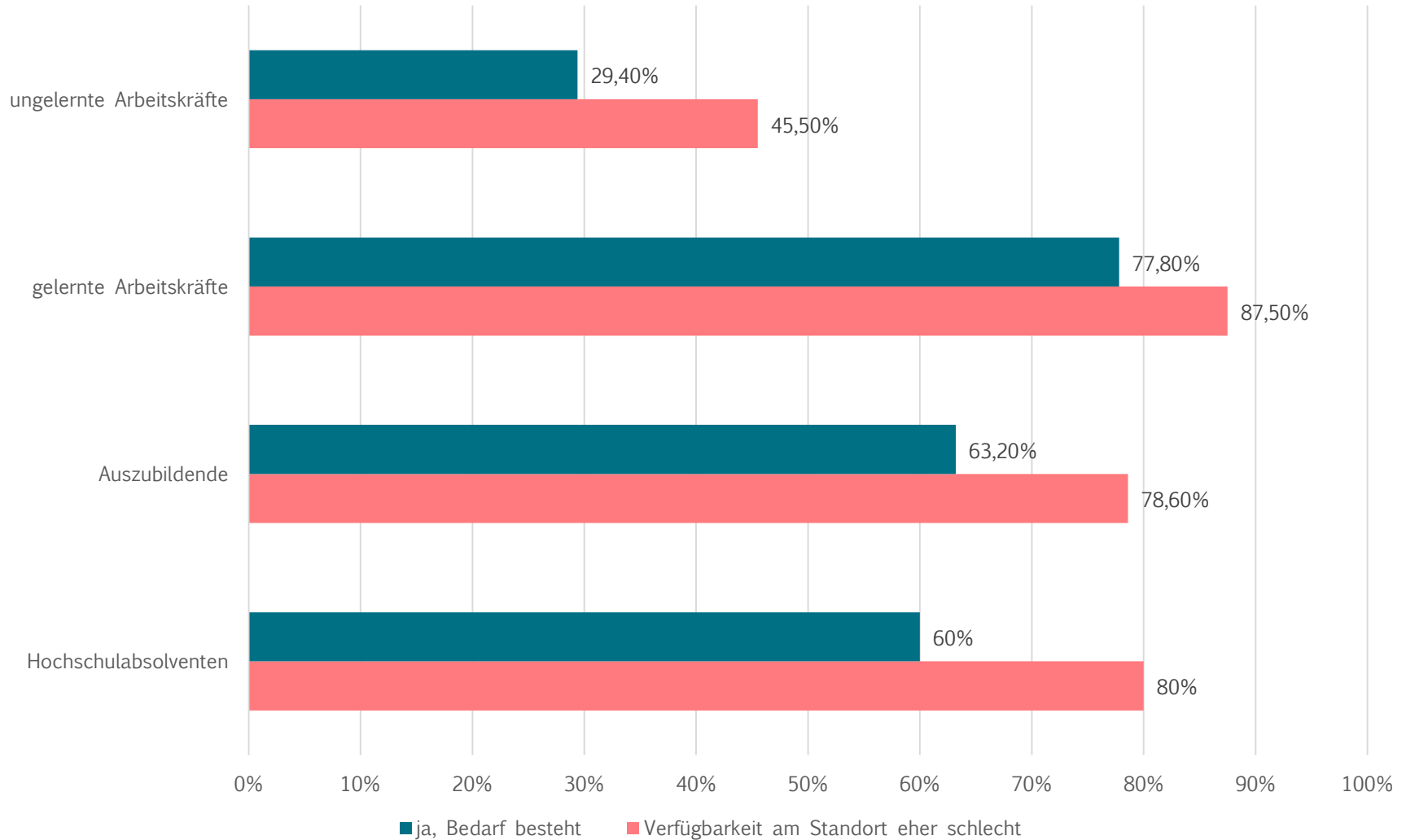


Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

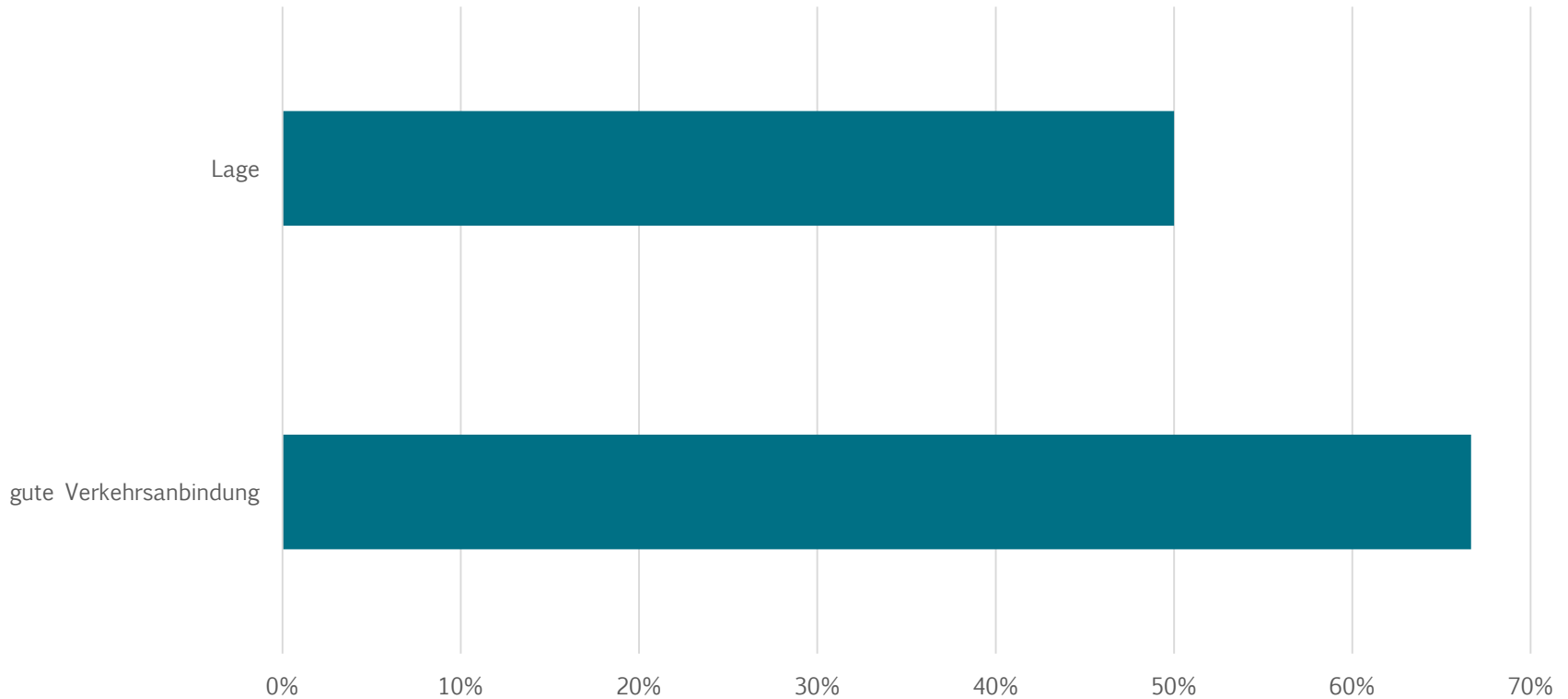




## Bedarf an zusätzlichen Arbeitskräften



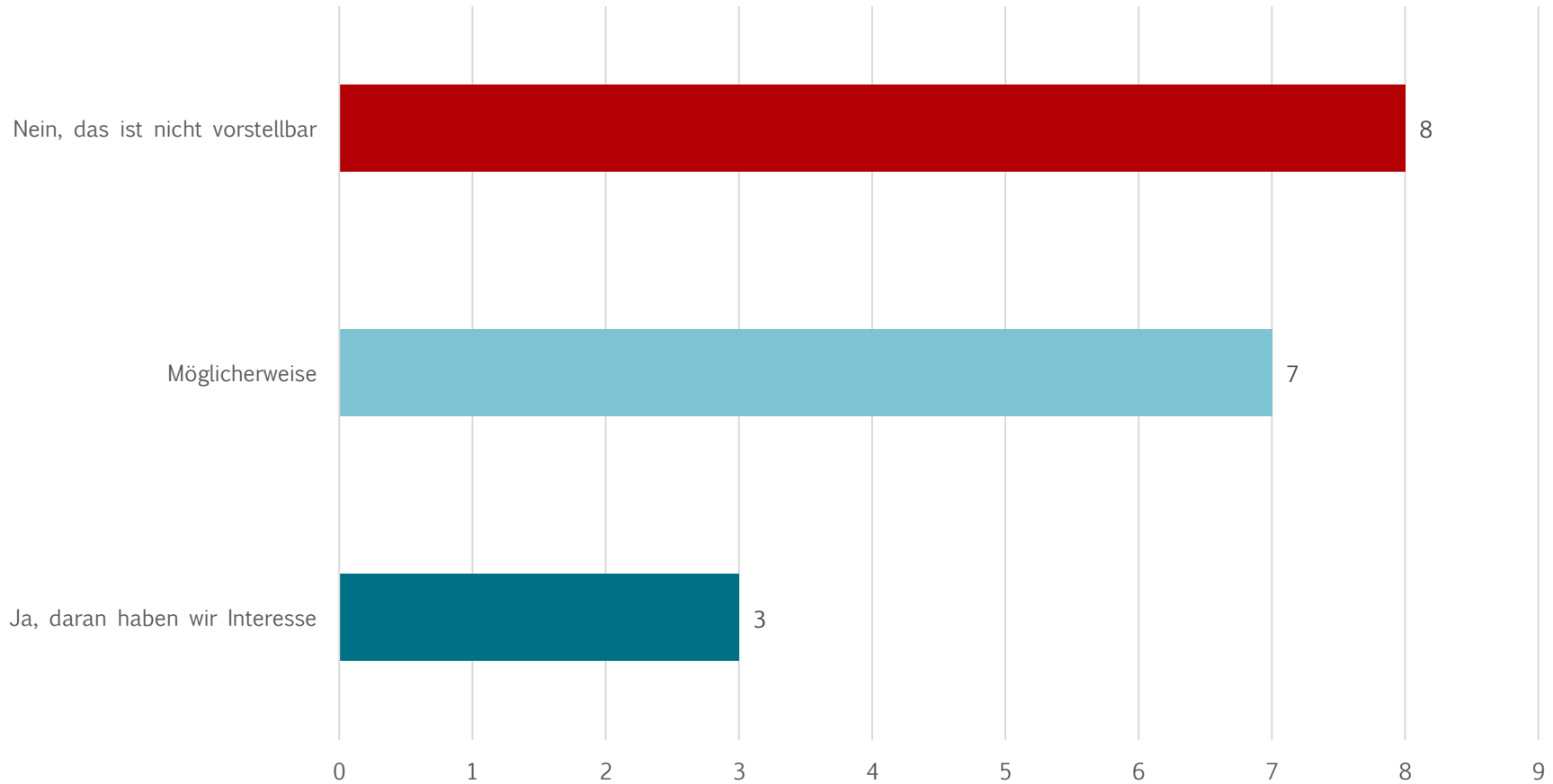
Was macht den Salzlandkreis als Wirtschaftsstandort für Sie einzigartig?



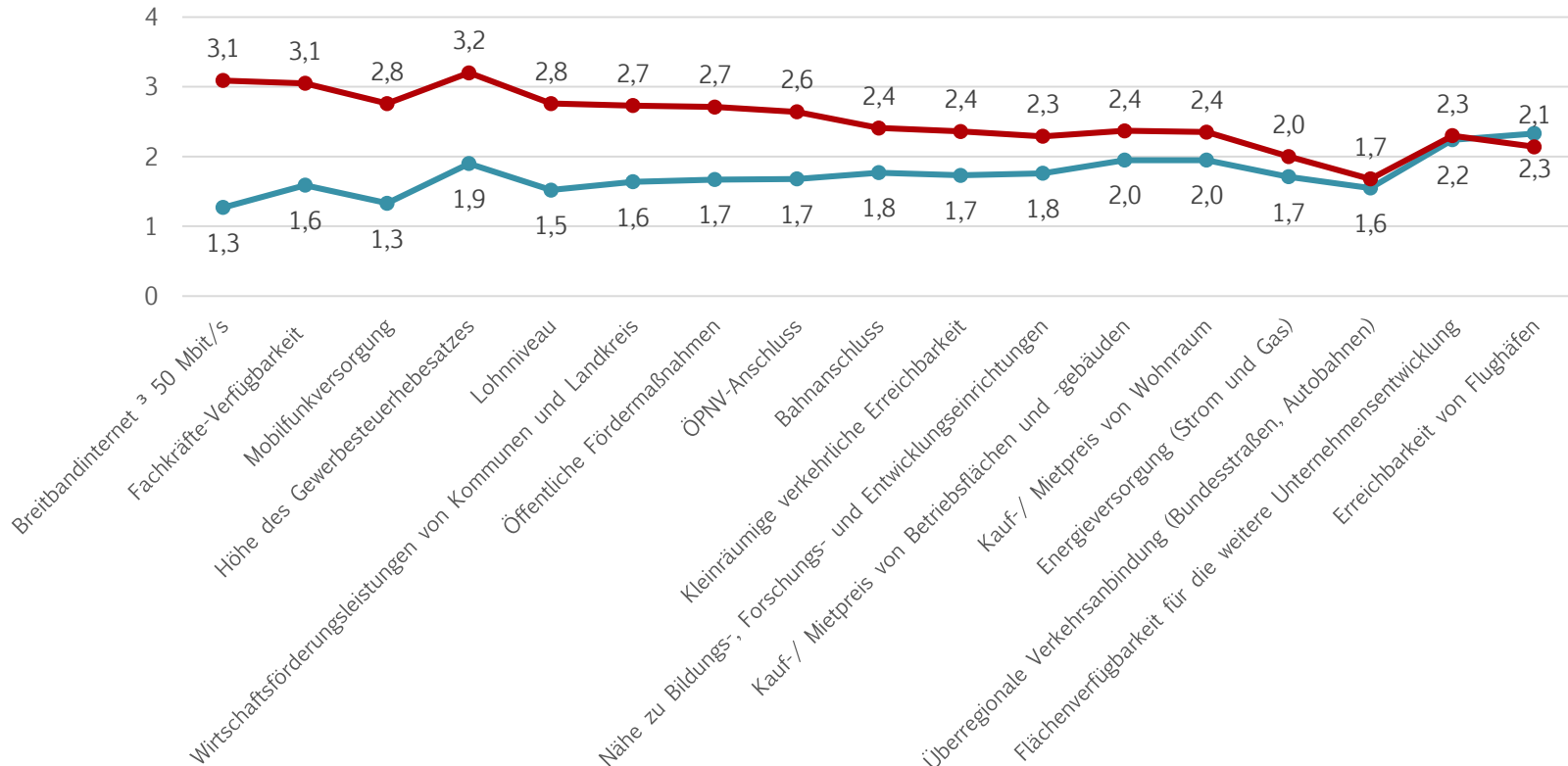
## Einzelnennungen

- Ringheiligtum Pömmelte
- attraktives Kultur und Freizeitangebot
- Heimat
- Mietpreise
- Rohstoffvielfalt

Ist eine Beteiligung Ihres Unternehmens bei Messeauftritten des Landkreises vorstellbar?



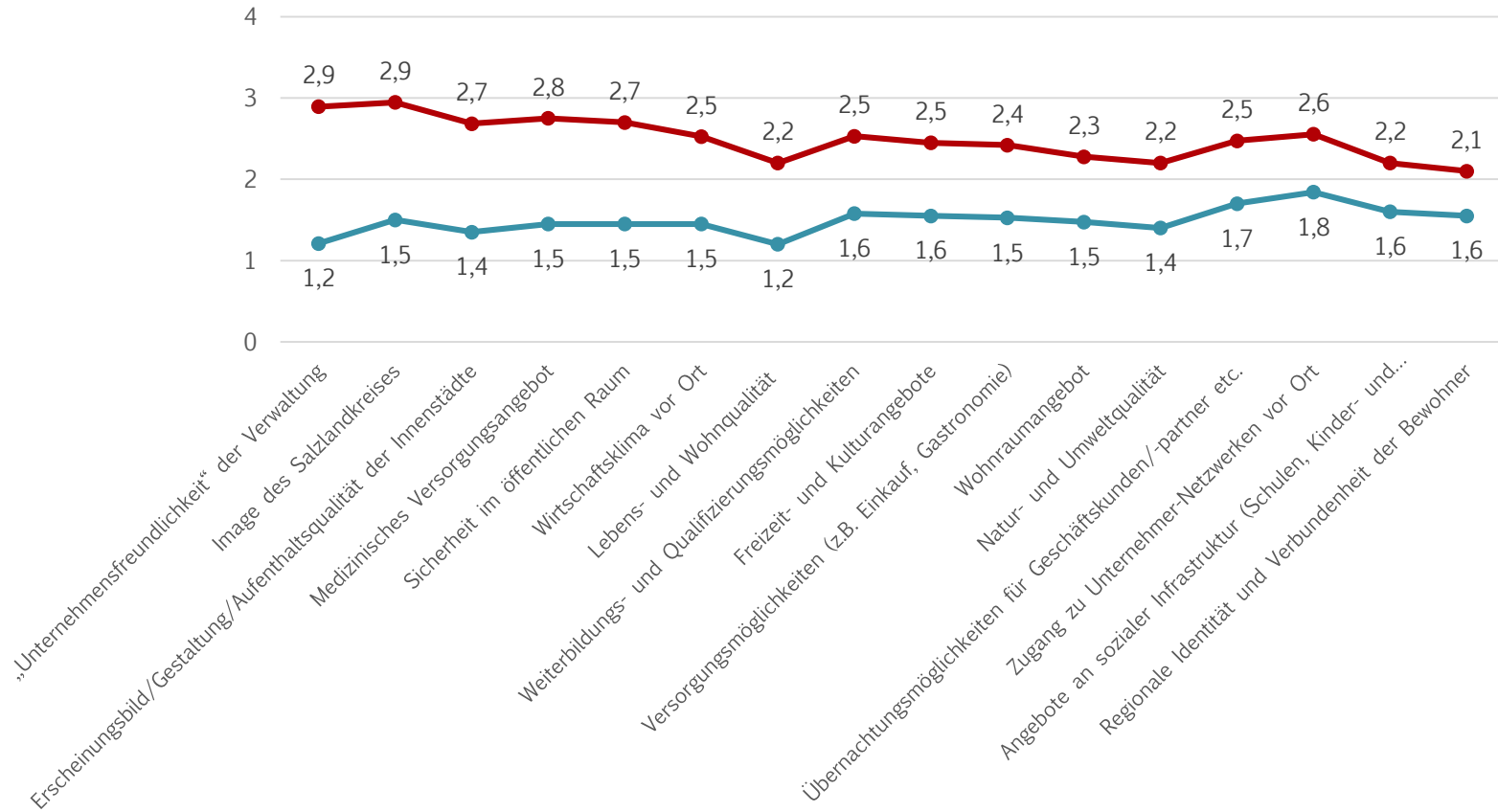
Wie wichtig sind Ihnen folgende harte Standortfaktoren und wie zufrieden sind Sie damit an Ihrem jetzigen Unternehmensstandort in Salzlandkreis?



● 1 = sehr wichtig bis 4 = gar nicht wichtig

● 1 = sehr zufrieden bis 4 = sehr unzufrieden

Wie wichtig sind Ihnen folgende weiche Standortfaktoren und wie zufrieden sind Sie damit an Ihrem jetzigen Unternehmensstandort in Salzlandkreis?



—●— 1 = sehr wichtig bis 4 = gar nicht wichtig

—●— 1 = sehr zufrieden bis 4 = sehr unzufrieden

# Standortmarketing Salzlandkreis

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

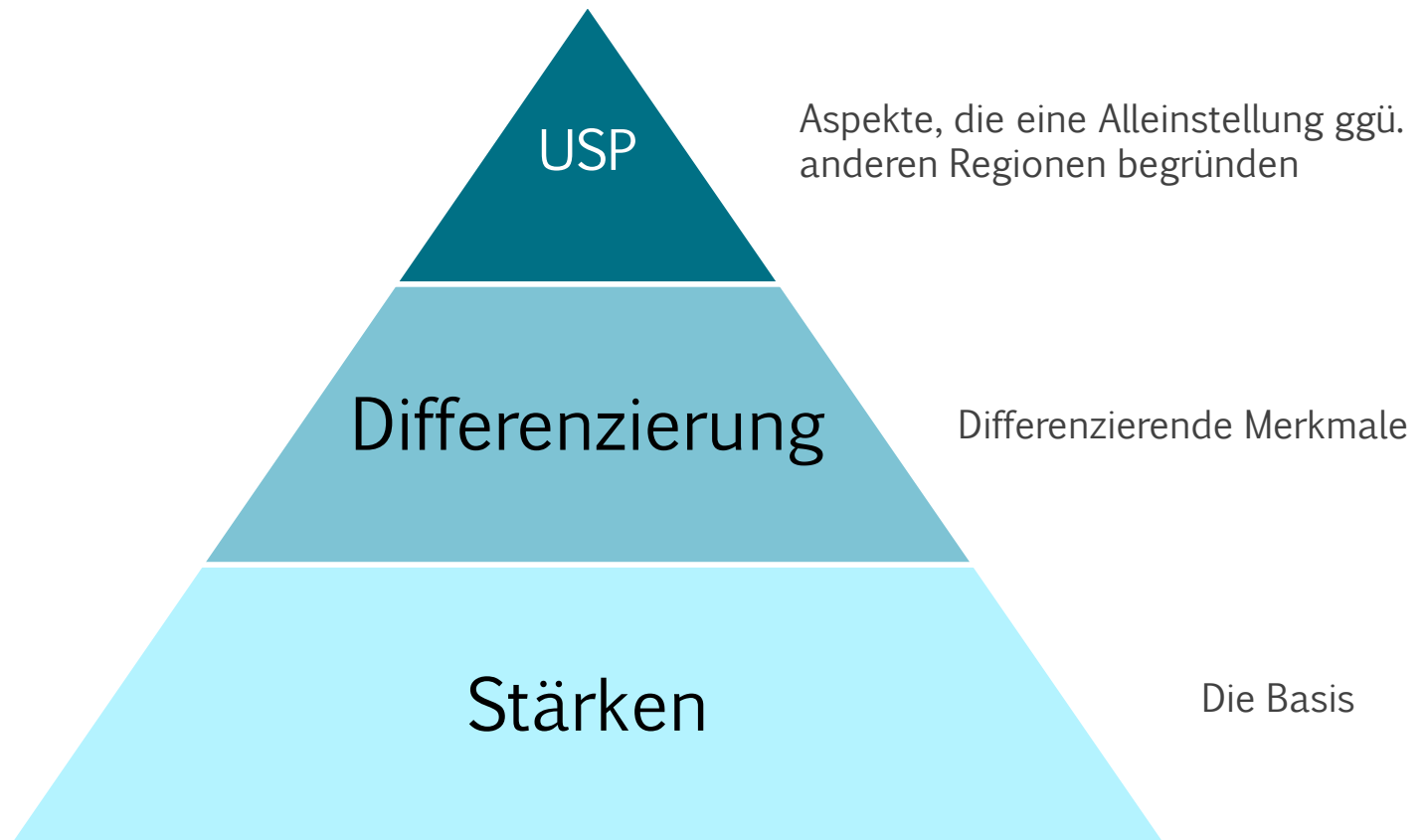
Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

# Von den regionalen Stärken zum USP

Filterpyramide



### Stärken

- Zahlreiche Gewerbe- und Industriegebiete mit verfügbaren Flächen
- Preisgünstige Miet- und Kaufflächen für Unternehmer
- Breites Arbeitsplatzangebot
- Positive Entwicklung der Beschäftigten am Arbeitsort
- Äußerst positive Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes
- Tradition der alteingesessenen Betriebe
- Vielfältige, insbes. mittelständische Branchenstruktur
- Besondere Stärken in den Sparten Maschinenbau, Elektronik, Medizintechnik, Biotechnologie, Ernährungswirtschaft, chemische Industrie und Automotive
- Hidden champions
- Bodenschätze, Rohstofflagerstätten (Salz, Kalkstein)
- Staßfurt, Wiege des Kalibergbaus
- Hohe Bodenqualität
- Leistungsfähige Landwirtschaft
- Verkehrliche Anbindung: DB, Flughafen Halle-Leipzig, A14, A36, Wasserstraßen
- Gut aufgestellte Wirtschaftsförderungseinrichtungen
- Gute Fördermöglichkeiten
- Indigo Innovationspark Bernburg
- Wirtschaftsbeirat Salzlandkreis
- Mittlerweile gut entwickelte Direktvermarktung
- Breitbandausbau wird durch Förderung unterstützt
- Ausbau des Landkreises zur „smart Region“
- Zusammenarbeit mit IMG Investitions- und Marketinges. Sachsen-Anhalt
- Regelmäßiger Austausch der Wirtschaftsförderungen über das Arbeitsamt

Arbeit &  
Wirtschaft

### Schwächen

- Hohe Arbeitslosenquote von 9,0% (06/2018)
- Arbeits- und Ausbildungsplätze können nicht besetzt werden
- Geringe Selbständigen-Quote
- Geringer Akademikeranteil unter den Beschäftigten
- Geringe einzelhandelsrelevante und allgemeine Kaufkraft
- Geringer Anteil junger Bevölkerung unter 25 Jahren
- Brain drain – gut ausgebildete Junge verlassen den SLK und kommen selten zurück
- Landkreis im Zuständigkeitsbereich zweier IHKs und HWKs
- Wenige Start-Ups, innovative Gründungen oder durch die Hochschule generierte Spin-offs
- Generell geringe Gründungsbereitschaft
- Flächenverbrauch durch Bergbautätigkeit zu Lasten der Landwirtschaft
- Starke Konkurrenzstandorte Magdeburg und Halle-Leipzig
- Aschersleben und Schönebeck sind stärker nach außerhalb des Landkreises orientiert
- Unzureichende salzlandkreis-weite Vernetzung und Erfahrungsaustausch von Wirtschaftsunternehmen
- Menschen mit schwerer Behinderung haben geringe Chance auf dem Arbeitsmarkt
- Weiterhin schlechte Internetanbindung insbesondere im ländlichen Raum
- Ungesicherte Unternehmensnachfolge
- Überalterung der Belegschaften
- Mangel an Kenntnissen über regionale Arbeitgeber



# Stärken- und Schwächenprofil

## Übersicht

### Stärken

- Vergleichsweise günstige Mieten und Kaufpreise
- Ausreichender Wohnraum vorhanden
- Gutes Schulangebot
- Solide ausgebaute medizinische Versorgung
- Sehr gute Betreuungsangebote für Kinder u. Senioren
- Geringe geschlechterspezifische Einkommensdifferenz
- Geringe Altersarmut
- Modellregion „Versorgung und Mobilität“
- Einzelne Unternehmen bieten Sammelbusse
- Umfangreiche innerstädtische Wohnmöglichkeiten
- Nahezu flächendeckende Nahversorgung
- Gute Einkaufsmöglichkeiten in den 4 Mittelzentren
- In den Mittelzentren gut ausgeprägter Innenstadt-Einzelhandel
- Nähe zu LHS Magdeburg, Halle und Leipzig
- Gut ausgebauter ÖPNV (Marego-Verbund, KVG Salzland)
- Gutes Vereinsangebot
- Online-Bürgerportal des Landkreises

#### Wohnen, Versorgung & Soziales

#### Bildung & Wissen- schaft

- Hochschule Anhalt mit Campus in Bernburg
- Biotech-Campus Gatersleben mit Leibniz-Institut für Pflanzengenetik und Kulturpflanzenforschung (IPK)
- Fachhochschule Polizei Sachsen-Anhalt
- Polytechnisches Zentrum Aschersleben
- Berufsbildende Schulen
- Rudolf Christian Boettger Stiftung
- Seniorenkolleg
- Geringe Schülerzahl je Lehrkraft
- Durchführung von Berufsorientierungstagen
- Gutes quantitatives Angebot von Kitas/Schulen
- Museumspädagogische Angebote
- Vorhandensein von Volkshoch- und Musikschulen

### Schwächen

- Deutlicher Bevölkerungsrückgang
- Fortzüge nach Halle, Leipzig und Magdeburg
- Identifikation mit der Region fehlt
- Unterschiedliche regionale Identitäten innerhalb des Landkreises
- Hohes Auspendlersaldo, nur Bernburg ist Einpendlerstadt
- Negativentwicklung des Wohnungsbestandes
- Geringer Anteil moderner Wohngebiete
- Mangel an altersgerechtem Wohnraum
- Mangel an höherwertigem Wohnraum
- Teilweise stark sanierungsbedürftige Innerortsstraßen
- Ausbaufähige ambulante Versorgung im ländlichen Raum
- ÖPNV sollte dichter getaktet sein

- Hohe Schulabbrecherquote
- Nur wenige Unternehmen mit eigener Forschung und Entwicklung
- Betreuungskompetenz der Kitas ist ausbaufähig
- Zu wenig Grundschulen im ländlichen Raum
- Zu wenig bilinguale Schulangebote
- Geringe innerbetriebliche Weiterbildungsangebote
- Geringe finanzielle Ausstattung des Bildungssektors
- Wohnraumangebot in Aschersleben für Studierende ist ausbaufähig
- Fehlen von Jugendangeboten (Jugendclubs schließen)
- Gut ausgebildetes pädagogisches Personal fehlt
- Lehrermangel
- Ausbaufähige Kommunikation zwischen Hochschule und Städten/Landkreis

# Stärken- und Schwächenprofil

## Übersicht

### Stärken

- Intakte Natur und Umwelt, hoher Erholungsflächenanteil
- Börde- und Flußlandschaften (Elbe, Saale und Bode)
- Freizeitangebot (Wandern, Radfahren, Wassersport)
- Elberadweg ist Deutschlands beliebtester Fernradweg
- Zoologische Gärten
- Zahlreiche Museen (u.a. Neo Rauch Werkschau im Bestehornpark Aschersleben)
- „Salzige Tour“ als Bündelung regionaler Angebote
- Zahlreiche Badeseen, Frei- und Hallenbäder
- Netzwerk Blaues Band in Sachsen-Anhalt
- Strandsolbad Staßfurt
- Naturpark Unteres Saaletal
- Biosphärenreservat Mittelelbe
- Straße der Romanik
- Ringheiligtum Pömmelte, das „deutsche Stonehenge“
- Solepark Schönebeck in Bad Salzelmen (ältestes deutsches Soleheilbad)
- Region der 5 weißen Pulver
- Alleinstellungsmerkmal Salz
- Historische Innenstädte mit reicher Architektur
- Aschersleben als älteste Stadt Sachsen-Anhalts
- Schlösser (z.B. Plötzkau, Hohenerxleben, Bernburg)
- Steigende Gästeankunfts- und Übernachtungszahlen
- WelterbeCard, Bernburg PlusCard und Kulturstempel
- Stadtmarketing-Initiativen Aschersleben und Bernburg
- Breites Kulturangebot (u.a. Kammerphilharmonie Schönebeck, Salzlandtheater Staßfurt, Carl-Maria-von-Weber Theater Bernburg)
- Mitglied überregionaler Tourismusvereinigungen (z.B. Tourismusverband Elbe-Börde-Heide, Welterberegion Anhalt-Dessau-Wittenberg)

Freizeit,  
Kultur  
Umwelt,  
Tourismus

### Schwächen

- Hohe Feinstaub-Jahresmittelwerte und Ozonbelastung
- Geringe Bar- und Restaurantdichte
- Geringes Angebot an „junger“ Kultur
- Teilweise nicht mehr zeitgemäße Qualität der touristischen Einrichtungen (z.B. Unterkünfte, Radwege)
- landschaftsästhetisch störende Industrie- und Windenergieanlagen
- Marketing läuft zum Teil über die Region Magdeburg
- Zwei unterschiedliche Tourismusverbände (TV Salzlandkreis, TV Elbe-Börde-Heide)
- Kommunale Marketingmaterialien teils ohne durchgängiges CD (Staßfurt, Schönebeck)
- Teilweise nicht aktuelle kommunale Internet-Seiten
- Zwei Veranstaltungskalender
- Keine Gästekarten für die Nutzung des ÖPNV

# Standortqualitäten

Ableitung Standortqualitäten (Wer sind wir? Wie sind wir? Was bieten wir?)

# CIMA.

## Stärken

- Zahlreiche Gewerbe- und Industriegebiete mit verfügbaren Flächen
- Preisgünstige Miet- und Kauflächen für Unternehmer
- Breites Arbeitsplatzangebot
- Positive Entwicklung der Beschäftigten am Arbeitsort
- Äußerst positive Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes
- Tradition der alteingesessenen Betriebe
- Vielfältige, insbes. mittelständische Branchenstruktur
- Besondere Stärken in den Sparten Maschinenbau, Elektronik, Medizintechnik, Biotechnologie, Ernährungswirtschaft, chemische Industrie und Automotive
- Hidden champions
- Bodenschätze, Rohstofflagerstätten (Salz, Kalkstein)
- Staßfurt, Wiege des Kalibergbaus
- Hohe Bodenqualität
- Leistungsfähige Landwirtschaft
- Verkehrliche Anbindung: DB, Flughafen Halle-Leipzig, A14, A36, Wasserstraßen
- Gut aufgestellte Wirtschaftsförderungseinrichtungen
- Gute Fördermöglichkeiten
- Indigo Innovationspark Bernburg
- Wirtschaftsbeirat Salzlandkreis
- Mittlerweile gut entwickelte Direktvermarktung
- Breitbandausbau wird durch Förderung unterstützt
- Ausbau des Landkreises zur „smart Region“
- Zusammenarbeit mit IMG Investitions- und Marketingges. Sachsen-Anhalt
- Regelmäßiger Austausch der Wirtschaftsförderungen über das Arbeitsamt

## Standortqualitäten

Der Landkreis bietet ein breites Angebot an modernen, gut erschlossenen Gewerbe- und Industrieflächen, die preisgünstig und verkehrlich sehr gut angebunden sind.

Die vielfältige Branchenstruktur ist mittelständisch geprägt, umfasst aber auch Großunternehmen, Marktführer und Hidden champions. Besondere Stärken liegen in den Sparten Maschinenbau, Elektronik, Medizintechnik, Biotechnologie, Ernährungswirtschaft, chemische Industrie und Automotive.

Die im Bördebereich vorhandene höchste Bodenqualität bietet ideale Voraussetzungen für unsere leistungsfähige Landwirtschaft.

Unternehmer finden individuelle Unterstützung durch die gut aufgestellten kommunalen Wirtschaftsförderungen und breite Fördermöglichkeiten. Der Wirtschaftsbeirat des Landkreises bietet Mitsprachemöglichkeiten.

2 Hochschulen und der Biotech-Campus Gatersleben bieten zahlreiche Anknüpfungspunkte zur Wissenschaft.

Durch den Ausbau des Landkreises zur „smart Region“ und den aktuellen Breitbandausbau ist die Region zukunftsorientiert.

Der Landkreis war schon immer ein Standort, der Ideen fördert: in Bad Salzelmen, dem ältesten deutschen Soleheilbad, wurde die Heilkraft der Sole entdeckt. In Staßfurt steht die Wiege des Kalibergbaus.

Wir haben Tradition und sind offen für Neues.

Wir wollen wachsen und fördern Entwicklung.

### Stärken

- Vergleichsweise günstige Mieten und Kaufpreise
- Ausreichender Wohnraum vorhanden
- Gutes Schulangebot
- Solide aufgebaute medizinische Versorgung
- Sehr gute Betreuungsangebote für Kinder u. Senioren
- Geringe geschlechterspezifische Einkommensdifferenz
- Geringe Altersarmut
- Modellregion „Versorgung und Mobilität“
- Einzelne Unternehmen bieten Sammelbusse
- Umfangreiche innerstädtische Wohnmöglichkeiten
- Nahezu flächendeckende Nahversorgung
- Gute Einkaufsmöglichkeiten in den 4 Mittelzentren
- In den Mittelzentren gut ausgeprägter Innenstadt-Einzelhandel
- Nähe zu LHS Magdeburg, Halle und Leipzig
- Gut ausgebauter ÖPNV (Marego-Verbund, KVG Salzland)
- Gutes Vereinsangebot
- Online-Bürgerportal des Landkreises

Wohnen,  
Versorgung  
& Soziales

- Hochschule Anhalt mit Campus in Bernburg
- Biotech-Campus Gatersleben mit Leibniz-Institut für Pflanzengenetik und Kulturpflanzenforschung (IPK)
- Fachhochschule Polizei Sachsen-Anhalt
- Polytechnisches Zentrum Aschersleben
- Berufsbildende Schulen
- Rudolf Christian Boettger Stiftung
- Seniorenkolleg
- Geringe Schülerzahl je Lehrkraft
- Durchführung von Berufsorientierungstagen
- Gutes quantitatives Angebot von Kitas/Schulen
- Museumspädagogische Angebote
- Vorhandensein von Volkshoch- und Musikschulen

Bildung &  
Wissen-  
schaft

### Standortqualitäten

Der Landkreis ist ein attraktiver und lebenswerter Wohnstandort. Hier findet man bei einem der zahlreichen Unternehmen Arbeit, hat die Nähe zu anderen großen Städten und profitiert dennoch von der umgebenden Natur und den individuellen Gesichtern der Klein- und Mittelstädte.

Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf, gute Erziehung, Betreuung und Bildung von der Grundschule über die Berufsbildung bis zum Hochschulabschluss sind im Salzlandkreis möglich.

Hier ist es einfach eine Wohnung oder ein Haus zu finden, das auch bei innerstädtischem Wohnen noch bezahlbar ist.

Kinderbetreuung ist hier kein Problem, sondern ein breit verfügbares Angebot. Auch die Seniorenbetreuung ist gut ausgebaut. Gleich mehrere Krankenhäuser sind die Spitze der soliden medizinischen Versorgung.

Die Städte können mit ihrer reichen Architektur und dem historischen Stadtbild beeindruckend.

Wir haben ein ansprechendes Nahversorgungs- und Einkaufsangebot, das eine gute mittelzentrale Versorgung bietet. Dies wird durch die Angebote von Wochenmärkten und Selbstvermarktern ergänzt.

Auch ohne Auto ist man mit dem gut ausgebauten ÖPNV mobil. Dies gilt auch per Bahn mit rascher Anbindung an den überregionalen Fernverkehr.

Wir wollen wachsen und setzen uns für Familien ein.

# Standortqualitäten

Ableitung Standortqualitäten (Wer sind wir? Wie sind wir? Was bieten wir?)

**CIMA.**

## Stärken

- Intakte Natur u. Umwelt, hoher Erholungsflächenanteil
- Börde- und Flußlandschaften (Elbe, Saale und Bode)
- Freizeitangebot (Wandern, Radfahren, Wassersport)
- Elberadweg ist Deutschlands beliebtester Fernradweg
- Zoologische Gärten
- Zahlreiche Museen (u.a. Neo Rauch Werkschau im Bestehornpark Aschersleben)
- „Salzige Tour“ als Bündelung regionaler Angebote
- Zahlreiche Badeseen, Frei- und Hallenbäder
- Netzwerk Blaues Band in Sachsen-Anhalt
- Strandsolbad Staßfurt
- Naturpark Unteres Saaletal
- Biosphärenreservat Mittel-elbe
- Straße der Romanik
- Ringheiligum Pömmelte, das „deutsche Stonehenge“
- Solepark Schönebeck in Bad Salzelmen (ältestes deutsches Soleheilbad)
- Region der 5 weißen Pulver
- Alleinstellungsmerkmal Salz
- Historische Innenstädte mit reicher Architektur
- Aschersleben als älteste Stadt Sachsen-Anhalts
- Schlösser (z.B. Plötzkau, Hohenerxleben, Bernburg)
- Steigende Gästeankunfts- und Übernachtungszahlen
- WelterbeCard, Bernburg PlusCard und Kulturstempel
- Stadtmarketing-Initiativen Aschersleben und Bernburg
- Breites Kulturangebot (u.a. Kammerphilharmonie Schönebeck, Salzlandtheater Staßfurt, Carl-Maria-von-Weber Theater Bernburg)
- Mitglied überregionaler Tourismusvereinigungen (z.B. Tourismusverband Elbe-Börde-Heide, Welterberegion Anhalt-Dessau-Wittenberg)

## Standortqualitäten

Zwischen Elbe, Saale und Harz bietet der Landkreis weite, teils naturnah erhaltene Landschaften mit einer **einzigartigen Tier- und Pflanzenwelt**. Im Naturpark Unteres Saaletal und dem Biosphärenreservat Mittel-elbe ist diese besonders geschützt und dennoch gut erlebbar.

Das Freizeitangebot zum **Wandern, Radfahren, Wassersport** oder dem **Besuch unserer Zoos** ist ebenso breit wie das Kulturangebot: **Schlösser und romanische Kirchen** ebenso wie **Theater, Konzerte, Bibliotheken und Museen**.

Die steigenden Gästeankunfts- und Übernachtungszahlen werden durch **moderne Tourismusstellen** und **attraktive Vorteilskarten** gefördert. Es bestehen zahlreiche Ansätze zum weiteren Ausbau von Kultur- und Aktivtourismus.

Mit Aschersleben gehört die **älteste Stadt Sachsen-Anhalts** zum Landkreis, das **Ringheiligum Pömmelte** und die im Salzland-Museum ausgestellten **Bandkeramik-Funde** reichen Jahrtausende in die Vergangenheit.

Das **Salz** gab dem Landkreis seinen Namen. Es wird hier an mehreren Stellen unterirdisch abgebaut, kann im Solepark des **ältesten deutschen Soleheilbads** Bad Salzelmen therapeutisch genutzt werden und sorgt in Staßfurt für den hohen Salzgehalt des **einzigsten Binnensolfreibads Mitteleuropas**.

Wir wollen wachsen, nachhaltig und gemeinsam.

# Positiv differenzierende Merkmale

Ableitung regionaler Alleinstellungen (Was zeichnet uns gegenüber anderen in der Region aus?)

Breites Angebot an modernen, gut erschlossenen Gewerbe- und Industrieflächen, die preisgünstig und verkehrlich sehr gut angebunden sind.

Die vielfältige Branchenstruktur ist mittelständisch geprägt, umfasst aber auch Großunternehmen, Marktführer und Hidden champions.

Die im Bördebereich vorhandene höchste Bodenqualität bietet ideale Voraussetzungen für unsere leistungsfähige Landwirtschaft.

2 Hochschulen und der Biotech-Campus Gatersleben bieten zahlreiche Anknüpfungspunkte zur Wissenschaft.

Durch den Ausbau des Landkreises zur „smart Region“ und den aktuellen Breitbandausbau ist die Region zukunftsorientiert.

Der Landkreis war schon immer ein Standort, der Ideen fördert: in Bad Salzelmen, dem ältesten deutschen Soleheilbad, wurde die Heilkraft der Sole entdeckt. In Staßfurt steht die Wiege des Kalibergbaus.

Der Landkreis ist ein attraktiver und lebenswerter Wohnstandort. Hier findet man bei einem der zahlreichen Unternehmen Arbeit, hat die Nähe zu anderen großen Städten und profitiert dennoch von der umgebenden Natur und den individuellen Gesichtern der Klein- und Mittelstädte.

Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf, gute Erziehung, Betreuung und Bildung von der Grundschule über die Berufsbildung bis zum Hochschulabschluss sind im Salzlandkreis möglich.

Hier ist es einfach eine Wohnung oder ein Haus zu finden, das auch bei innerstädtischem Wohnen noch bezahlbar ist.

Kinderbetreuung ist hier kein Problem, sondern ein breit verfügbares Angebot. Auch die Seniorenbetreuung ist gut ausgebaut. Gleich mehrere Krankenhäuser sind die Spitze der soliden medizinischen Versorgung.

Zwischen Elbe, Saale und Harz bietet der Landkreis weite, teils naturnah erhaltene Landschaften mit einer einzigartigen Tier- und Pflanzenwelt. In Naturpark und Biosphärenreservat ist diese besonders geschützt und dennoch gut erlebbar.

Mit Aschersleben gehört die älteste Stadt Sachsen-Anhalts zum Landkreis, das Ringheiligtum Pömmelte und die im Salzland-Museum ausgestellten Bandkeramik-Funde reichen Jahrtausende in die Vergangenheit.

Das Salz gab dem Landkreis seinen Namen. Es wird hier an mehreren Stellen unterirdisch abgebaut, kann im Solepark des ältesten deutschen Soleheilbads Bad Salzelmen therapeutisch genutzt werden und sorgt in Staßfurt für den hohen Salzgehalt des einzigen Binnensolfreibads Mitteleuropas.

Arbeit,  
Wirtschaft,  
Wissen-  
schaft

Wohnen,  
Versorgung  
Bildung &  
Soziales

Freizeit,  
Kultur,  
Umwelt,  
Tourismus

# Alleinstellungsmerkmale

Ableitung echter Alleinstellungen → USP (Was ist gegenüber anderen nicht austauschbar?)

Breites Angebot an modernen, gut erschlossenen Gewerbe- und Industrieflächen, die preisgünstig und verkehrlich sehr gut angebunden sind.

Die vielfältige Branchenstruktur ist mittelständisch geprägt, umfasst aber auch Großunternehmen, Marktführer und Hidden champions.

Die im Bördebereich vorhandene höchste Bodenqualität bietet ideale Voraussetzungen für unsere leistungsfähige Landwirtschaft.

2 Hochschulen und der Biotech-Campus Gatersleben bieten zahlreiche Anknüpfungspunkte zur Wissenschaft.

Durch den Ausbau des Landkreises zur „smart Region“ und den aktuellen Breitbandausbau ist die Region zukunftsorientiert.

Der Landkreis war schon immer ein Standort, der Ideen fördert: in Bad Salzelmen, dem ältesten deutschen Soleheilbad, wurde die Heilkraft der Sole entdeckt. In Staßfurt steht die Wiege des Kalibergbaus.

Der Landkreis ist ein attraktiver und lebenswerter Wohnstandort. Hier findet man bei einem der zahlreichen Unternehmen Arbeit, hat die Nähe zu anderen großen Städten und profitiert dennoch von der umgebenden Natur und den individuellen Gesichtern der Klein- und Mittelstädte.

Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf, gute Erziehung, Betreuung und Bildung von der Grundschule über die Berufsbildung bis zum Hochschulabschluss sind im Salzlandkreis möglich.

Hier ist es einfach eine Wohnung oder ein Haus zu finden, das auch bei innerstädtischem Wohnen noch bezahlbar ist.

Kinderbetreuung ist hier kein Problem, sondern ein breit verfügbares Angebot. Auch die Seniorenbetreuung ist gut ausgebaut. Gleich mehrere Krankenhäuser sind die Spitze der sehr guten medizinischen Versorgung.

Zwischen Elbe, Saale und Harz bietet der Landkreis weite, naturnah erhaltene Landschaften mit einer einzigartigen Tier- und Pflanzenwelt. In Naturpark und Biosphärenreservat ist diese besonders geschützt und dennoch gut erlebbar.

Mit Aschersleben gehört die älteste Stadt Sachsen-Anhalts zum Landkreis, das Ringheiligtum Pömmelte und die im Salzland-Museum ausgestellten Bandkeramik-Funde reichen Jahrtausende in die Vergangenheit.

Das Salz gab dem Landkreis seinen Namen. Es wird hier an mehreren Stellen unterirdisch abgebaut, kann im Solepark des ältesten deutschen Soleheilbads Bad Salzelmen therapeutisch genutzt werden und sorgt in Staßfurt für den hohen Salzgehalt des einzigen Binnensolfreibads Mitteleuropas.

Arbeit,  
Wirtschaft,  
Wissen-  
schaft

Wohnen,  
Versorgung  
Bildung &  
Soziales

Freizeit,  
Kultur,  
Umwelt,  
Tourismus

# USP des Salzlandkreises

Salz in Verbindung mit Herkunft und Kompetenzen ist das Alleinstellungsmerkmal

Das **Salz** gab dem Landkreis seinen Namen. Es wird hier an mehreren Stellen unterirdisch abgebaut, kann im Solepark des **ältesten deutschen Soleheilbads** Bad Salzelmen therapeutisch genutzt werden und sorgt in Staßfurt für den hohen Salzgehalt **des einzigen Binnensolfreibads Mitteleuropas.**



Der Landkreis war schon immer ein **Standort, der Ideen fördert:** in Bad Salzelmen, dem ältesten deutschen Soleheilbad, wurde die **Heilkraft der Sole** entdeckt. In Staßfurt steht die **Wiege des Kalibergbaus.**



# USP des Salzlandkreises

Herkunft und Kompetenzen (Ansatzpunkte für Assoziationen zum Markenkern 'Salz')

Herkunft	Kompetenzen
5 weiße Pulver	Preisgünstige Gewerbe- und Industrieflächen
Bodenschätze	Preisgünstiger und verfügbarer Wohnraum
Bodenqualität (Börde, Lößboden)	Sehr gut ausgebaute Betreuungsangebote
4 ehemalige Landkreise	Breites Arbeitsplatzangebot
Aufteilung auf Königreich Preußen und Herzogtum Anhalt	Breit aufgestellte Wirtschaftsstruktur
Ringheiligtum Pömmelte, das „deutsche Stonehenge“	Sehr gute verkehrliche Anbindung
Entdeckung der Heilkraft der Sole im ältesten Soleheilbad Deutschlands	Attraktive Innenstädte
Staßfurt, die Wiege des Kalibergbaus, hatte bis zum 1. WK das Weltmonopol für Kali	Zahlreiche Ansätze zum weiteren Ausbau von Kultur- und Aktivtourismus
Straße der Romanik	Vielfältige Bildungsangebote bis hin zur Hochschule
	Intakte Natur und Umwelt, hoher Erholungsflächenanteil

# USP des Salzlandkreises

Themenwelten (Wodurch wird der Markenkern 'Salz' erfahrbar?)

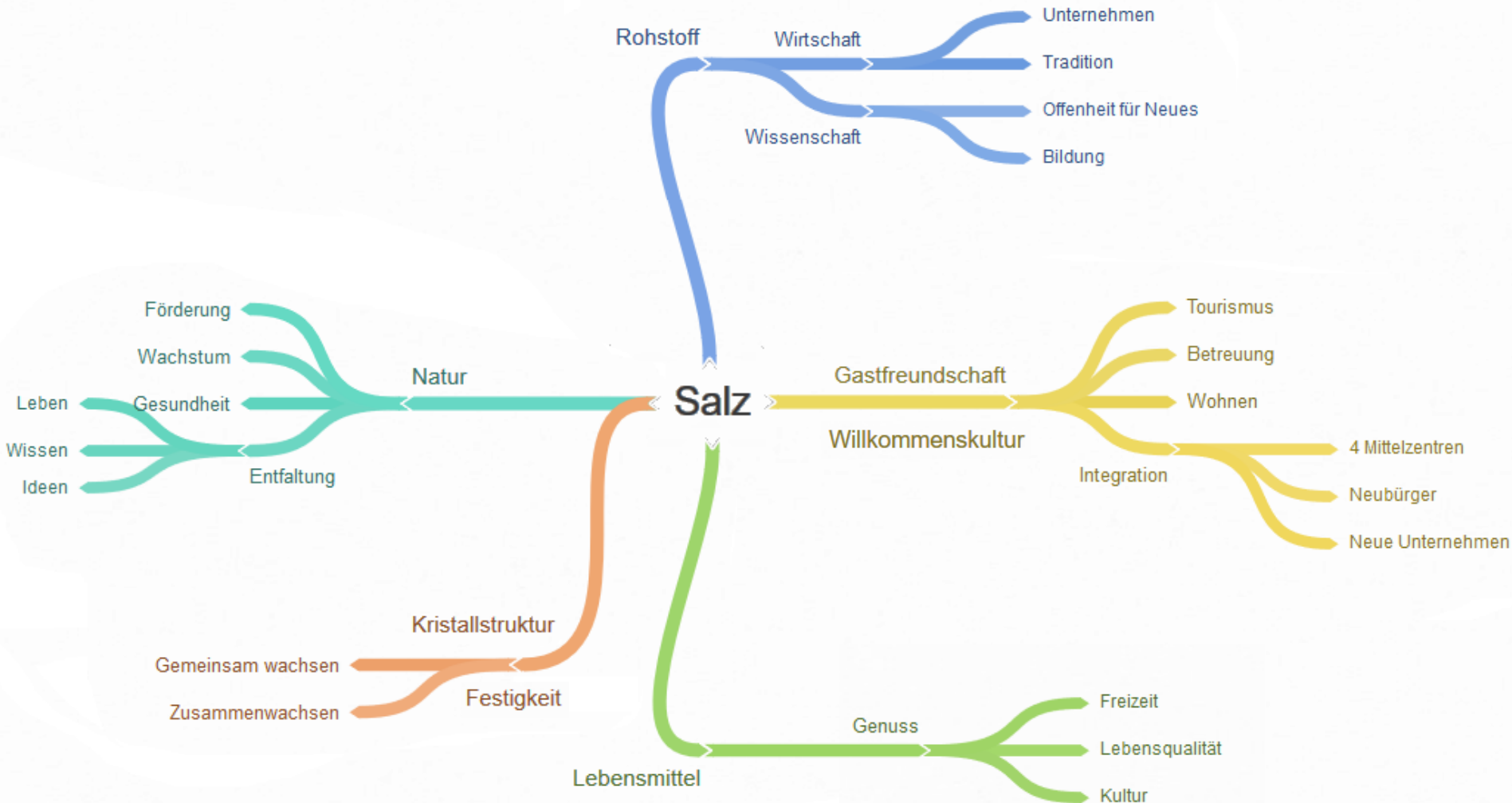
Herkunft	Kompetenzen
5 weiße Pulver	Preisgünstige Gewerbe- und Industrieflächen
Bodenschätze	Preisgünstiger und verfügbarer Wohnraum
Bodenqualität (Börde, Lößboden)	Sehr gut ausgebaute Betreuungsangebote
4 ehemalige Landkreise	Breites Arbeitsplatzangebot
Aufteilung auf Königreich Preußen und Herzogtum Anhalt	Breit aufgestellte Wirtschaftsstruktur
Ringheiligtum Pömmelte, das „deutsche Stonehenge“	Sehr gute verkehrliche Anbindung
Entdeckung der Heilkraft der Sole im ältesten Soleheilbad Deutschlands	Attraktive Innenstädte
Staßfurt, die Wiege des Kalibergbaus, hatte bis zum 1. WK das Weltmonopol für Kali	Zahlreiche Ansätze zum weiteren Ausbau von Kultur- und Aktivtourismus
Straße der Romanik	Vielfältige Bildungsangebote bis hin zur Hochschule
	Intakte Natur und Umwelt, hoher Erholungsflächenanteil

## Themenwelten des Markenkerns (Markenprofil, Assoziationen)

- Salz → Rohstoff → Wirtschaft und Wissenschaft im Salzlandkreis
- Salz → Lebensmittel → Genuss → Lebensqualität, Kultur, Freizeit
- Salz → Natur → Entfaltung und Förderung (Wissen, Ideen, Leben), Wachstum, Gesundheit
- Salz → Gastfreundschaft, Willkommenskultur → Offenheit für Neues → Wohnen, Betreuung, Integration
- Salz → Festigkeit/Kristallstruktur → Gemeinsam wachsen, Zusammenwachsen

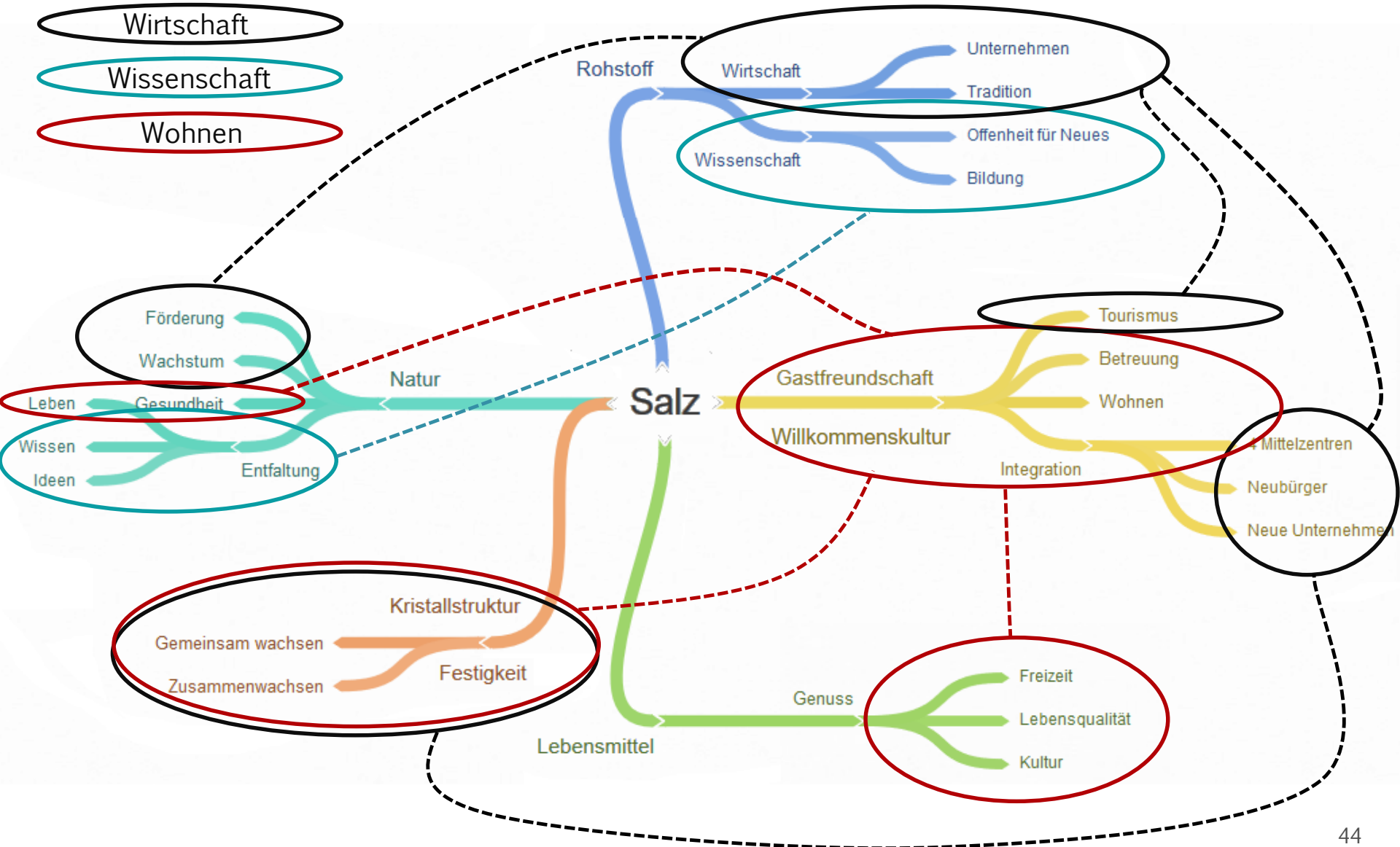
# Positionierungsansatz Salzlandkreis

Themenwelten des Markenkerns (Markenprofil, Assoziationen)



# Positionierungsansatz Salzlandkreis

Verknüpfungen der Themenwelten des Markenkerns mit „WWW“



# Positionierungsansatz Salzlandkreis



Symbole und Bilder für den Salzlandkreis (Themenwelten des Markenkerns)

---

## Salz

steht für Reichtum oberhalb und unterhalb der Erde und hat unsere Städte, Unternehmen und die Mobilität (Transport auf den Flüssen) geprägt. Kali und Salz wurde u.a. in Aschersleben gefördert, Staßfurt und Salzelmen (Schönebeck) sind vom Salz geprägt, Salz- und Sodawerke befinden sich in Bernburg und Staßfurt. Straßen mit dem Salz im Namen finden sich in vielen Orten des Landkreises, z.B. in Aschersleben, Bernburg, Schönebeck und Staßfurt.

## Salz- und Sodawerke (Rohstoff, Wirtschaft)

stehen für die wirtschaftliche Tradition und aktive Nutzung der Bodenschätze.

## Naturpark Unteres Saaletal und Biosphärenreservat Mittelelbe (Natur)

zeigen die besondere Naturlandschaft des Landkreises. Die Weite der Landschaft ist auch ein Sinnbild für die Entfaltungsmöglichkeiten, die hier ohne Einschränkungen möglich sind.

## Ringheiligtum Pömmelte, Bernburger Schloss und Neo Rauch (Genuss, Kultur)

verdeutlichen Geschichte und Modernität unseres Kulturangebotes

## Windräder und Biotech-Campus Gatersleben (Wirtschaft, Wissenschaft, Offenheit für Neues)

sind ein Symbol unserer Zukunftsorientierung und ein Hinweis auf die leistungsfähige Wissenschaft als Standortfaktor und Innovationsgeber.

## Familie (Willkommenskultur, Gemeinsam wachsen, Betreuung)

ist die Basis unserer Entwicklung. Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf, gute Erziehung, Betreuung und Bildung sind im Salzlandkreis möglich.

# Standortprofil

Symbole und Bilder für den Salzlandkreis



# Umsetzungsstrategie

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

## Themenwelten des Markenkerns (Markenprofil, Assoziationen)

- Salz → Rohstoff → Wirtschaft und Wissenschaft im Salzlandkreis
- Salz → Lebensmittel → Genuss → Lebensqualität, Kultur, Freizeit
- Salz → Natur → Entfaltung und Förderung (Wissen, Ideen, Leben), Wachstum, Gesundheit
- Salz → Gastfreundschaft, Willkommenskultur → Offenheit für Neues → Wohnen, Betreuung, Integration
- Salz → Festigkeit/Kristallstruktur → Gemeinsam wachsen, Zusammenwachsen

## Die Umsetzungsstrategie setzt sich aus zwei Bausteinen zusammen

Handlungsansätze, Impulsprojekte



Visualisierung der Positionierung





## Themenwelten des Markenkerns (Markenprofil, Assoziationen)

- Salz → Rohstoff → Wirtschaft und Wissenschaft im Salzlandkreis
- Salz → Lebensmittel → Genuss → Lebensqualität, Kultur, Freizeit
- Salz → Natur → Entfaltung und Förderung (Wissen, Ideen, Leben), Wachstum, Gesundheit
- Salz → Gastfreundschaft, Willkommenskultur → Offenheit für Neues → Wohnen, Betreuung, Integration
- Salz → Festigkeit/Kristallstruktur → Gemeinsam wachsen, Zusammenwachsen

### Handlungsansätze, Impulsprojekte

Modellprojekt Neues Wohnen

Modellprojekt Neue Mobilität

Jugend im Fokus

Qualifizierungsoffensive  
Gewerbeflächen  
Neue Medien

Modellprojekt Smarte Verwaltung

Förderung von Willkommenskultur und Austausch

### Visualisierung der Positionierung

Festlegung Corporate Design

Umsetzung digital und analog

## Themenwelten des Markenkerns (Markenprofil, Assoziationen)

- Salz → Rohstoff → Wirtschaft und Wissenschaft im Salzlandkreis
- Salz → Lebensmittel → Genuss → Lebensqualität, Kultur, Freizeit
- Salz → Natur → Entfaltung und Förderung (Wissen, Ideen, Leben), Wachstum, Gesundheit
- Salz → Gastfreundschaft, Willkommenskultur → Offenheit für Neues → Wohnen, Betreuung, Integration
- Salz → Festigkeit/Kristallstruktur → Gemeinsam wachsen, Zusammenwachsen



### Handlungsansätze, Impulsprojekte

Modellprojekt Neues Wohnen

Modellprojekt Neue Mobilität

Jugend im Fokus

Qualifizierungsoffensive  
Gewerbeflächen  
Neue Medien

Modellprojekt Smarte Verwaltung

Förderung von Willkommenskultur und Austausch

### Visualisierung der Positionierung

Festlegung Corporate Design

Umsetzung digital und analog

### Modellprojekt Neues Wohnen

- Neues Wohnen am Fluss, Neues Erdgeschoßwohnen, Wohnen in Industriebrachen, Mehrgenerationenwohnen
- Aufwertung bestehender Wohnflächen

### Modellprojekt Neue Mobilität

- Radschnellweg Salzlandkreis
- Förderung der E-Mobilität (E-Bike-Verleih, Ladeinfrastruktur, Elektroautos mit Strom aus Windkraft)
- Car-Sharing, Bike-Sharing, Boat-Sharing

### Jugend im Fokus

- Ausbau der „jungen Kultur“
- Schaffung jugendgerechter Ansprache- und Präsentationsformen
- Einbeziehung der Jugend in die Landkreis-Entwicklung

### Qualifizierungsoffensive Gewerbeflächen / Neue Medien

- Weitere Qualifizierung bestehender Gewerbeflächen im überregionalen Standortwettbewerb
- Aufbau eines Gewerbeflächeninformationssystems
- Modernisierung des Landkreis-Internetauftritts
- Angebot digitaler Medien: Präsentation des Landkreises in sozialen Netzwerken, Nutzung moderner Medien

### Modellprojekt smarte Verwaltung

- Optimierte (zügige, vereinfachte, transparente) Genehmigungsverfahren für Bürger und Unternehmen
- Einrichtung einer zentralen Anlaufstelle im Rahmen der „smarten Region“ (jeweils für Bürger und Unternehmen)

### Förderung von Willkommenskultur und Austausch

- Neujahrsempfänge des Landrates für Neubürger sowie Unternehmer
- Interkommunales Fest zur Förderung des Regionalbewusstseins
- Tag der offenen Kulturstätten

- Die Aufstellung der Impulsprojekte (Impulsprojekte-Katalog) bildet den Leitfaden für die Umsetzung des Standortmarketingkonzeptes, also für das eigentliche Standortmarketing des Salzlandkreises.
- Für jedes Impulsprojekt ist dabei nach einer **Darstellung beispielhafter Projekte aus dem Salzlandkreis** eine detaillierte Projektübersicht aufbereitet. Die ergänzende Darstellung von **Good practice-Beispielen (was machen andere?)** weist auf erfolgreiche ähnliche Projekte hin und gibt konkrete Kontaktmöglichkeiten an.

### Kurzbeschreibung des Impulsprojektes

#### Ausgangssituation

- Aktuelle Situation im Landkreis
- Worauf setzt das Projekt auf?

#### Zielstellung

- Ziele, die mit dem Projekt bzw. den einzelnen Maßnahmen verfolgt werden
- In welchen Bereichen wird sich der Landkreis durch diese Maßnahme profilieren können?
- An welche Zielgruppen wendet sich das Projekt?

#### Umsetzungsschritte/Aktionsplan

- Detaillierte Beschreibung der Vorgehensweise im Rahmen des Impulsprojektes
- Empfohlene Einzelmaßnahmen
- Mögliche Zusatz-Maßnahmen

#### Bewertungskriterien im Rahmen der Projektdurchführung

- Strukturwirksamkeit: Beitrag zur strukturellen Verbesserung der Wohn- und Arbeitssituation im Salzlandkreis
- Wirksamkeit auf die Bevölkerung: wie stark profitiert die Bevölkerung?
- Wirksamkeit auf die örtliche Wirtschaft: wie stark profitiert die Wirtschaft?
- Profilierungskraft, Identitätsbildung: Hat die Maßnahme eine hohe oder eher geringe Wirkung auf die Identitätsbildung des Salzlandkreises?
- Komplexität: Ist die Maßnahme eher leicht umsetzbar oder ist die Umsetzung als eher komplex/schwierig anzusehen?
- Kosten: Wie ist die Höhe der Kosten einzuschätzen?
- Umsetzungsreife: Bestehen bereits Vorleistungen, so dass die Maßnahme zum Zeitpunkt der Konzeptverabschiedung bereits umsetzungsreif ist oder sind noch vertiefende Vorarbeiten nötig?

#### Evaluiungskriterien

- Anhand welcher Kriterien lässt sich der Erfolg des Projektes messen?

#### Finanzierungsansätze

- Welche Finanzierungsmöglichkeiten bestehen?

#### Projekträger und Beteiligung

- Projekträger, Kooperationspartner und einzubeziehende Akteure/Institutionen

#### Good practice, Projektbeispiele

- Beispiele, Internet-links und Kontakte (Institutionen, Projekträger)

### Modellprojekt Neues Wohnen

- Neues Wohnen am Fluss, Neues Erdgeschoßwohnen, Wohnen in Industriebrachen, Mehrgenerationen-Wohnen
- Qualifizierungs-Offensive für bestehende Wohnflächen

Junges Wohnen in Aschersleben (Homepage MOVIA)



MZ ▶ Bernburg ▶ Betreutes Wohnen auf Brache am Erbsenspeicher

### Betreutes Wohnen auf Brache am Erbsenspeicher

Von Heiko Wigrim | 26.06.08, 19:27 Uhr

Betreutes Wohnen am Standort Erbsenspeicher Bernburg (Industriebrache)



Mehrgenerationenhaus Schönebeck  
(Flyer von Rückenwind e.V.)



Wohnen am Wasser in Schönebeck

Neues Wohnen am Fluss, Erdgeschoßwohnen, Wohnen in Industriebrachen, Mehrgenerationen-Wohnen, Aufwertung von Bestandsflächen

### **Ausgangssituation**

- In den Ortskernen bestehen Leerstände, die auch die nach außen sichtbaren Flächen ehemaliger kundenorientierter Nutzungen wie Einzelhandel oder Gastronomie betreffen.  
Gleichzeitig wünschen sich insbesondere ältere Bewohner in den Ortsteilen eine kleinere und idealerweise seniorenrechtliche Wohnung im Ortszentrum, um von den dortigen Versorgungsmöglichkeiten und Kommunikationsangeboten zu profitieren. Diese Tendenz wird durch den demographischen Wandel verstärkt.
- Wohnflächen außerhalb der historischen Ortszentren sind überwiegend einfach/standardisiert und stehen zum Teil leer. Dies betrifft auch größere Höfe.
- Es fehlen Wohnangebote abseits des „Normalen“.

Neues Wohnen am Fluss, Erdgeschoßwohnen, Wohnen in Industriebrachen, Mehrgenerationen-Wohnen, Aufwertung von Bestandsflächen

### Zielstellung

- Wohnen am Fluss: Stärkeres Einbeziehen der Flussläufe in das städtische Leben, Schaffung attraktiver und außergewöhnlicher Wohnformen, flächensparendes Bauen (über dem Wasser)
- EG-Wohnen: Förderung der Ortskernentwicklung, Belebung der Ortskerne insbesondere nach Geschäftsschluss, Schaffung nachfragegerechter Wohnformen (Single-Wohnen, generell kleinere Wohneinheiten), Vermeidung zunehmender Bodenversiegelung durch Neubauten außerhalb der Ortskerne bei zugleich schrumpfender Gesamtbevölkerung, Nutzung leerstehender Geschäftsflächen (Erdgeschoß)
- Wohnen in Industriebrachen: Nutzung leerstehender Flächen wie z.B. der Papierfabrik Calbe, Aufwertung des Erscheinungsbildes, Authentizität im Wohnbau, Schaffung attraktiver und außergewöhnlicher Wohnformen, Aufwertung und Wiedernutzung statt teurem Abriss
- Mehrgenerationen-Wohnen: In den ländlichen Bereichen bieten sich mehrere Groß-Höfe (3- und 4-Seit-Höfe) zur entsprechenden Umnutzung an
- Aufwertung im Bestand: Leerstehende Wohneinheiten sollten durch bauliche Qualifizierungsmaßnahmen einer Wiedernutzung zugeführt werden. Eine Aufwertung genutzter, aber in sehr einfachem Standard befindlichen Wohnungen stellt eine Inwertsetzung bestehender Wohnflächen dar und bietet den Bewohnern mehr Wohn- und somit auch Lebensqualität. Ein Fortzug kann so vermieden werden.

Über das Modellprojekt kann sich der Landkreis in den Bereichen Nachhaltigkeit, Innovation sowie Lebens- und Wohnqualität profilieren.

Das Projekt wendet sich an aktuelle Bewohner des Landkreises, aber insbesondere an Fortgezogene oder am Zuzug Interessierte, z.B. im Rahmen der Jobsuche

Neues Wohnen am Fluss, Erdgeschoßwohnen, Wohnen in Industriebrachen, Mehrgenerationen-Wohnen, Aufwertung von Bestandsflächen

### Umsetzungsschritte/Aktionsplan

- Aufstellung der für einen möglichen Umbau und eine Nutzung als Wohnraum zur Verfügung stehender Flächen
- Klärung der jeweiligen planerischen Rahmenbedingungen
- Ermittlung des Investitionsbedarfes
- Befragung der Immobilienbesitzer zur Mitwirkungs- und Investitionsbereitschaft, der Bereitschaft zur Vermietung oder ggfs. zum Verkauf
- Parallel Ansprache von Bauwilligen (Bauen im Bestand der Ortskerne) und Wohnungssuchenden (welche Wohnungen werden nachgefragt: Fläche, Ausstattung etc.)
- Auswertung der ermittelten Daten (Flächenumfang, Investitionsbedarf, Nachfrage)
- Bewertung der Entwicklungspotenziale, hier insbesondere die Marktfähigkeit der Flächen je nach Umbau-Volumen
- Umbauberatung für Immobilienbesitzer (Bauberatung, Info-Veranstaltung mit Best-practice-Beispielen, Kosten-Einnahmen-Modellrechnung etc.)
- Modellhafte Durchführung der Baumaßnahmen (intensive Berichterstattung, Einladung von Fachmedien, Aktion offene Baustelle, Baustellen-webcam)
- Mögliche Zusatz-Maßnahme: Durchführung einer Veranstaltung „Neues Wohnen“ unter Einbeziehung spezialisierter Architekturbüros
- Mögliche Zusatz-Maßnahme: Öffentlichkeitswirksame Aktion zum Wohnen in einem ehemaligen Ladenlokal
- Mögliche Zusatz-Maßnahme: Einführung eines landkreis-eigenen Förderprogrammes



Neues Wohnen am Fluss, Erdgeschoßwohnen, Wohnen in Industriebrachen, Mehrgenerationen-Wohnen, Aufwertung von Bestandsflächen

### **Bewertungskriterien im Rahmen der Projektdurchführung**

- Strukturwirksamkeit: hoch
- Wirksamkeit auf die Bevölkerung: hoch
- Wirksamkeit auf die örtliche Wirtschaft: hoch
- Profilierungskraft, Identitätsbildung: hoch
- Komplexität: mittel
- Kosten: hoch
- Umsetzungsreife: keine bestehenden Vorleistungen

### **Evaluierungskriterien**

- Entwicklung der Leerstandquote
- Entwicklung der Nachfrage
- Entwicklung der Einwohnerzahl
- Zahl der regionalen und überregionalen Berichterstattungen
- Entwicklung der Zugriffszahlen auf projektspezifische Websites
- Zahl der Online-Verlinkungen

### **Finanzierungsansätze**

- Städtebauförderungsmittel, Stadtumbau Ost
- Förderung der Investitionsbank Sachsen-Anhalt
- Familienförderung der Kommunen beim Erwerb von Bauland, Haus oder Wohnung
- KfW Darlehen und Kredite
- Kofinanzierung durch Gemeinden oder den Landkreis
- Sponsoring durch die Bauindustrie, Baumärkte, Makler, Architekturbüros
- Eigenleistung

# Modellprojekt Neues Wohnen

## Impulsprojekte

Neues Wohnen am Fluss, Erdgeschoßwohnen, Wohnen in Industriebrachen, Mehrgenerationen-Wohnen, Aufwertung von Bestandsflächen

### Projektträger und Beteiligung

- Ministerium für Landesentwicklung und Verkehr Sachsen-Anhalt, Landkreis und Kommunen unter Beteiligung von Immobilienbesitzern, Architektenkammer

### Good practice, Projektbeispiele (was machen andere?)

- Initiative „Neues Wohnen in der Innenstadt“ des Landes Mecklenburg-Vorpommern. Ktkk.: Lothar Säwert, Ministerium für Energie, Infrastruktur und Digitalisierung Mecklenburg-Vorpommern, Abteilung Bau, Tel.: 0385-588 8040, lothar.saewert@em.mv-regierung.de
- Wohnen auf dem Wasser im realisierten Projekt Goitzsche-Resort Leipziger Seen. Ktkk.: Ulf Sybel, Tel.: 030-91902002, info@floatinghouse.de
- Initiative „Probewohnen Parterre“ des Instituts für Alltagsforschung, Frankfurt a. Main/Wien 2012. Ktkk.: Katharina Fohringer, kfct\_werkraum@gmx.at



Goitzsche-Resort Leipziger Seen  
([www.floatinghouse.de](http://www.floatinghouse.de))



Institut für Alltagsforschung,  
Frankfurt a. Main/Wien

WOHNEN

### Magdeburger Industriebrache gerettet

04.04.2018



Der Industriebau in der Schönebecker Straße 80 in Magdeburg war dem Verfall geweiht, nun soll er zu einem Wohnhaus mit 40 Wohnungen umgebaut werden. Foto: Marco Papritz

Ein altes Werksgelände in Magdeburg ist vor dem Verfall gerettet worden. Es hat einen neuen Besitzer. Im Haus sollen Wohnungen entstehen.

Von Marco Papritz >

Magdeburg | Nach dem ehemaligen Messma-Werk und dem Skat-Gelände an der Schönebecker Straße in Magdeburg wird ein weiterer historischer Industriestandort in Buckau wiederbelebt. Mit der Primus Immobilien AG hat das Grundstück in der Schönebecker Straße 80 einen neuen Besitzer.

### Modellprojekt Neue Mobilität

- Radschnellweg Salzlandkreis
- Förderung der E-Mobilität (E-Bike-Verleih, Ladeinfrastruktur, Elektroautos mit Strom aus Windkraft)
- Car-Sharing, Bike-Sharing, Boat-Sharing

#### E-Ladesäule Calbe+Autohof Brumby

Calbe und Avacon nehmen Ladesäule für E-Autos in Betrieb

Pressemitteilung Nr. 14 vom 09. März 2018



Calbes Bürgermeister Sven Hause (2.v.r.) sowie die Avacon-Vertreter Thomas Braumann (2.v.l.), David Ilgenstein und Anett Johanson während der offiziellen Inbetriebnahme der Innovationen E-Säule auf dem Marktplatz.



#### ÖPNV-Schnittstelle Schönebeck-Süd: Alles besser für Bahn, Bus, Auto, Rad und Fuß



beteiligten Mitarbeiter(innen) der Verwaltung und interessierten Bürgern nahmen u.a. auch SWS-Geschäftsführer Friedrich Husemann und Gymnasiums-Direktor Dr. Plaga an der Freigabe teil. Die neue Schnittstelle stellt eine

Die neue Bahn-Bus-Schnittstelle des ÖPNV am Haltepunkt Schönebeck-Süd ist am Freitag dieser Woche ihrer Bestimmung übergeben worden. Schnittstelle auch wörtlich: Mit einem Banddurchschnitt gaben Staatssekretär Dr. Sebastian Putz vom Verkehrsministerium Sachsen-Anhalts, Thilo Wechselberger vom Salzlandkreis, Schönebecks Oberbürgermeister Bert Knoblauch und NASA-Geschäftsführer Rüdiger Malter den modernen Verkehrsknotenpunkt frei. Symbolisch pflanzten sie direkt am neuen Buswartehäuschen zudem einen Baum. Neben

#### Radstätte am Radweg Deutsche Einheit in Bernburg, Schnittstelle Schönebeck-Süd

### Ausgangssituation

- Der Landkreis bietet durch die flache Topographie und die relative Nähe der Mittelzentren zueinander (Staßfurt-Aschersleben 16km, Staßfurt-Bernburg 19km, Staßfurt-Calbe 17km, Bernburg-Calbe 18km, Calbe-Schönebeck 14km) gute Voraussetzungen dafür, die Fahrrad-Mobilität per E-Bike weiter auszubauen. Die Region weist intensive Arbeitsmarktverflechtungen innerhalb des Salzlandkreises sowie in Richtung der Landeshauptstadt Magdeburg auf. Die ‚weiche‘ Mobilität, insbesondere durch den Radverkehr, hat daher erhebliches Potenzial. Eine Schnellweg-Trasse für Räder - wobei im Rahmen eines Modellprojektes insbesondere E-Bikes im Fokus stehen - ist hier eine sinnvolle Maßnahme.
- Sowohl in touristischer Hinsicht als auch im Hinblick auf Pendler über etwas längere Strecken ist das Thema E-Bike hoch relevant. Besonders Ladestationen, aber auch Unterstellmöglichkeiten mit angemessener Sicherungsmöglichkeit sowie Verleihsysteme (Bike-Sharing) sind zu eruieren. Eine möglichst enge Verzahnung mit dem ÖPNV ist zu berücksichtigen.
- In einer Region mit vergleichsweise geringer Kaufkraft können Sharing-Angebote dazu beitragen, Mobilität bezahlbar zu halten. Neben Car-Sharing- und Bike-Sharing-Angeboten, jeweils mit besonderem Fokus auf Elektroautos und E-Bikes, sind Boat-Sharing-Angebote (Kanus, Kayaks, aber auch Elektroboote) besonders touristisch interessant (Wasser-Erlebnis).
- Das Landschaftsbild der Region wird durch Windkrafträder geprägt, weshalb die unmittelbare Nutzung des gewonnenen Stroms sinnvoll erscheint.

Radschnellweg / Förderung der E-Mobilität / Car-Sharing, Bike-Sharing, Boat-Sharing

### Zielstellung

- Radschnellweg: Förderung einer umweltfreundlichen und gesunden Mobilität, Unterstützung des ÖPNV durch geeignete Verknüpfungen, Anbindung des westlichen und nördlichen Landkreises (z.B. Könnern, Aschersleben, Egel) an den Elberadweg, Schaffung eines „Innovationsbandes“
- Car- und Bike-Sharing: Sicherstellung der Mobilität durch preisgünstige Mobilitätsangebote
- Bike- und Boat-Sharing: Schaffung umweltfreundlicher und erlebnisorientierter Angebote im Tourismus
- Förderung der E-Mobilität: Von der Gewinnung zum Ausbau der Nutzung umweltfreundlicher Windenergie durch E-Auto- und E-Bike-Verleih, Bereitstellung von Ladeinfrastruktur

Über das Modellprojekt kann sich der Landkreis in den Bereichen Nachhaltigkeit und Umweltfreundlichkeit, Innovation und Tourismus profilieren.

Zielgruppen: die Landkreis-Bevölkerung, die im angrenzenden Umland wohnenden (Pendler) sowie Touristen. Hochschulen und Energieunternehmen als Partner.

### Umsetzungsschritte/Aktionsplan

- Ausarbeitung der in das Modellprojekt einzubeziehenden Einzelbausteine
- Radschnellweg: Festlegung einer idealen Trassenführung für die Radschnellwege (z.B. entlang der Linie Könnern-Bernburg-Nienburg-Calbe-Schönebeck-Magdeburg mit Querverbindungen nach Aschersleben und Staßfurt).
- Festlegung der Knotenpunkte zur Anbindung an den ÖPNV (Bahn und Bus) mit entsprechender Unterstellmöglichkeit, der Standorte von Verleih- und Servicestationen
- Klärung der jeweiligen planerischen Rahmenbedingungen sowie möglicher Grundstücksfragen
- Ermittlung des Investitionsbedarfes
- Ggfs. Durchführung eines Planfeststellungsverfahrens
- Abschnittsweise Umsetzung des Projektes
- Sharing-Angebote: Festlegung der konkreten Verleihangebote (welche Fahrzeuge, Anzahl, Gebührenstruktur)
- Festlegung der Verleih- und Ladestationen (Orte, Betreiber)
- Intensive Bewerbung der neuen Angebote
- Mögliche Zusatz-Maßnahme: Durchführung einer Reichweiten-Veranstaltung, zu der Hersteller von E-Autos bzw. E-Bikes eingeladen werden

### **Bewertungskriterien im Rahmen der Projektdurchführung**

- Strukturwirksamkeit: mittel
- Wirksamkeit auf die Bevölkerung: hoch
- Wirksamkeit auf die örtliche Wirtschaft: mittel
- Profilierungskraft, Identitätsbildung: hoch
- Komplexität: hoch
- Kosten: hoch
- Umsetzungsreife: keine bestehenden Vorleistungen

### **Evaluierungskriterien**

- Entwicklung des Modal split
- Entwicklung der Fahrrad-Frequenz auf den Radschnellwegen
- Entwicklung der Verleihzahlen (Sharing)
- Zahl der regionalen und überregionalen Berichterstattungen
- Entwicklung der Zugriffszahlen auf projektspezifische Websites
- Zahl der Online-Verlinkungen

### **Finanzierungsansätze**

- Förderung durch das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur
- Städtebauförderungsmittel
- Finanzierung von Investitionen des kommunalen Straßenbaus (Land Sachsen-Anhalt)
- Förderung der Investitionsbank Sachsen-Anhalt (Projekte der Regionalentwicklung)
- Förderung der Stiftung Umwelt, Natur- und Klimaschutz des Landes Sachsen-Anhalt
- Kofinanzierung durch Gemeinden oder den Landkreis, Hochschulen und Energieunternehmen als Partner
- Sponsoring durch Auto-/Fahrrad-/Bootshändler bzw. -hersteller, Sportvereine
- Eigenleistung

Radschnellweg / Förderung der E-Mobilität / Car-Sharing, Bike-Sharing, Boat-Sharing

### Projektträger und Beteiligung

- Ministerium für Landesentwicklung und Verkehr Sachsen-Anhalt, Landkreis und Kommunen

### Good practice, Projektbeispiele (was machen andere?)

- E-Wald, ein ehemals staatlich gefördertes regionales Modellprojekt zur Förderung der E-Mobilität (inkl. Car-Sharing) im ländlichen Raum, angesiedelt am Technologicampus Teisnach der Technischen Hochschule Deggendorf.

Ktkk.: Geschäftsführer Otto Loserth, Tel.: 09923-8045 310, otto.loserth@e-wald.eu

- RS1, Radschnellweg als innovatives Infrastrukturband, das eine städteübergreifende korridororientierte Entwicklung für die Siedlungs- und Freiraumentwicklung im RS1-Einzugsgebiet ermöglicht. Ktkk.: Regionalverband Ruhr, Referat Regionalentwicklung, Maria Wagener, Tel.: 0201-20696361, wagener@rvr-online.de



Der „Radschnellweg 1“ ([www.rs1.ruhr](http://www.rs1.ruhr))

**„Wir brauchen mehr Radschnellwege.“**  
Bundesverkehrsminister Andreas Scheuer



E-Mobilität und  
Car-Sharing  
([www.e-wald.eu](http://www.e-wald.eu))





## Jugend im Fokus

- Ausbau des Angebotes an „junger Kultur“
- Schaffung jugendgerechter Ansprache- und Präsentationsformen
- Einbeziehung der Jugend in die weitere Entwicklung des Landkreises



## Jugendbeirat Staßfurt

„**JuSt do it!**“ ist das Motto des Jugendbeirats Staßfurt (**JuSt**). Das Motto soll Jugendliche dazu aufrufen einfach mal mitzumachen, mitzuentcheiden, was in Staßfurt passiert und wie es mit der Jugend weitergehen soll. JuSt heißt einfach, wahr und gerecht. Und genau so will der Jugendbeirat arbeiten.



Bäder-Bus Salzlandkreis



Navigation: [Jugendfreizeiteinrichtungen](#) > [Wassertormühle](#) > [Wir bieten euch](#)

### Wir bieten euch ...

- Billard, Tischtennis, Darts, Kicker
- 1000+1 Gesellschaftsspiele, Play Station & Wii
- Sportliche Aktivitäten
- Hausaufgabenhilfe
- Beratungs- und allgemeine Hilfsangebote
- Unterstützung bei Ausbildungssuche & Bewerbungen
- Musikveranstaltungen, Workshops nach Absprache
- kulturelle Veranstaltungen
- Getränke- und Imbissangebot

Jugendbeiräte in Staßfurt und Schönebeck,  
Jugendeinrichtungen Aschersleben (Homepage)

### Jugendtreffs in den Ortschaften

- Jugendclub Drohndorf**  
Oberdorf 73  
0162 6164770
- Jugendclub Mehringen**  
Kirchstraße 1  
015122735490
- Jugendclub Groß Schierstedt**  
Am Schulplatz 112  
0160 93391518
- Jugendraum Klein Schierstedt**  
Insel 54
- Jugendclub Schackenthal**  
Lindenallee 20  
0162 6636405
- Jugendclub Freckleben**

### **Ausgangssituation**

- Neben dem vielfältigen Freizeitangebot ist auch das kulturelle Angebot im Salzlandkreis breit gefächert: Schlösser und romanische Kirchen ebenso wie Theater, Konzerte, Bibliotheken und Museen. Tatsächlich ist dieses Kulturangebot, wenn man das Programm der Kammerphilharmonie Schönebeck, des Salzlandtheaters in Staßfurt oder des Carl-Maria-von-Weber Theaters in Bernburg betrachtet, jedoch wenig auf die Interessen Jugendlicher ausgerichtet.
- Es fehlt an Gemeinschafts- und Proberäumen, um junge Kultur zu fördern.
- Von den beiden Kinos (Filmpalast Aschersleben mit 4 und Bernburger Capitol mit 2 Leinwänden) ist insbesondere das Capitol mit seiner Visionsbar und dem großen Saal eine Besonderheit. Die Kinos in Magdeburg (CineMaxx und CineStar mit jeweils 9 Leinwänden) oder Halle (CineMaxx mit 10, Thelight cinema mit 8 Leinwänden) bieten jedoch ein umfassenderes Angebot mit modernster Tontechnik in allen Sälen.
- Innerhalb der Landkreisverwaltung übernimmt das Sachgebiet Jugendarbeit, Jugendsozialarbeit (und Schwangerenkonfliktberatung) die Aufgaben Jugendarbeit, Jugendsozialarbeit und „Jugend stärken im Quartier“. Die Schwerpunkte sind Jugendberufshilfe, Schulsozialarbeit, Integrationshilfe, Streetwork und Einzelfallhilfe.
- Jugendliche werden aktuell zu wenig über eigene, jugendgerechte Medien über jugendspezifische Angebote informiert.
- Wünsche und Anforderungen Jugendlicher an die Landkreisentwicklung sind, nicht nur im Bereich Kultur, weitestgehend nicht bekannt.

Ausbau der „jungen Kultur“ / Schaffung jugendgerechter Ansprache- u. Präsentationsformen / Einbeziehung der Jugend in die Entwicklung

### **Zielstellung**

- Kulturelle Bildung kann einen wesentlichen Beitrag zur Persönlichkeitsentwicklung junger Menschen leisten. Voraussetzung dafür ist es, Kunst und Kultur für Kinder und Jugendliche erlebbar zu machen und sie mit kinder- und jugendgerechten Kulturangeboten anzusprechen (Mitmachbühne, Blick hinter die Kulissen etc.).
- Bestehende oder noch zu entwickelnde Jugendangebote sollten jugendgerecht bekannt gemacht werden (z.B. durch Instawalks, also Rundgänge durch den Landkreis, die per Instagram dokumentiert und geteilt werden. Oder durch ein landkreisweites Jugendmagazin).
- Jugendliche sollten in die weitere Entwicklung des Landkreises einbezogen werden, um ihre spezifischen Bedürfnisse berücksichtigen zu können. Hierzu bedarf es geeigneter Beteiligungsformate (Jugendforum, moderierte Gesprächsrunden etc.), die sich direkt an Jugendliche wenden.

Über dieses Impulsprojekt kann sich der Landkreis in den Bereichen Kinder- und Jugendfreundlichkeit sowie Offenheit profilieren.

Das Projekt wendet sich an Kinder und Jugendliche, die mit Jugendarbeit beschäftigten Institutionen sowie an Kultureinrichtungen.

Ausbau der „jungen Kultur“ / Schaffung jugendgerechter Ansprache- u. Präsentationsformen / Einbeziehung der Jugend in die Entwicklung

### **Umsetzungsschritte/Aktionsplan**

- Ausbau junger Kultur: Ansprache der Kultureinrichtungen (Theater, Musikbühnen, Museen), Zusammenstellung spezifischer Jugendangebote mit interessierten Einrichtungen, Schaffung einer Basis für die spielerische und kreative Entwicklung (Gemeinschafts- und Proberäume, Treffpunkte, Abenteuerspiel- und sportplätze)
- Um die Ansiedlungschancen eines zusätzlichen Kinos zu prüfen, sollte eine Kinobedarfsanalyse durchgeführt werden und sollten die Betreiber der umliegenden Großkinos auf ein Ansiedlungsinteresse angesprochen werden.
- Die Einrichtung neuer Gemeinschafts- und Proberäume sollte von den Ergebnissen einer Jugendbefragung abhängig gemacht werden (s.u.).
- Jugendgerechte Ansprache- u. Präsentationsformen: Im Zusammenhang mit dem Impulsprojekt Qualifizierungs-offensive Neue Medien können Beteiligungsformate wie Instawalks umgesetzt werden. Ein Jugendmagazin, wie es in der Stadt Memmingen das „Hausaufgabenheft“ Memmler darstellt, kann parallel umgesetzt werden.
- Einbeziehung der Jugend in die Landkreisentwicklung: Erstellung eines Beteiligungskonzeptes, Bekanntmachung der Veranstaltung oder Veranstaltungsreihe, Einladung der Jugendlichen über Schulen, Kreisjugendring und soziale Netzwerke, Durchführung und Auswertung der Ergebnisse.
- Mögliche Zusatz-Maßnahme: Durchführung einer Jugendbefragung im Salzlandkreis, um die Wünsche und Anforderungen der Jugendlichen zu erfahren.
- Mögliche Zusatz-Maßnahme: Einführung eines günstigen, landkreisweit gültigen ÖPNV-Jahrestickets für die Nachmittags- und Abendstunden, um Jugendlichen das Erreichen weiter entfernter Angebote zu ermöglichen.

Ausbau der „jungen Kultur“ / Schaffung jugendgerechter Ansprache- u. Präsentationsformen / Einbeziehung der Jugend in die Entwicklung

### **Bewertungskriterien im Rahmen der Projektdurchführung**

- Strukturwirksamkeit: hoch
- Wirksamkeit auf die Bevölkerung: im Bereich Kinder und Jugendlicher hoch
- Wirksamkeit auf die örtliche Wirtschaft: gering
- Profilierungskraft, Identitätsbildung: hoch
- Komplexität: mittel
- Kosten: vergleichsweise gering
- Umsetzungsreife: keine bestehenden Vorleistungen

### **Evaluierungskriterien**

- Mitwirkungsbereitschaft der Zielgruppe an Veranstaltungen (Teilnehmerzahlen)
- Entwicklung der Teilnehmerzahlen
- Entwicklung der Zugriffszahlen auf projektspezifische Websites

### **Finanzierungsansätze**

- Jugendförderung nach § 31 Kinder- und Jugendhilfegesetz des Landes Sachsen-Anhalt (KJHG-LSA)
- Förderung über JEP - Jugend engagiert im Programm „Kultur macht stark“ des Paritätischen Bildungswerkes Bundesverband
- Deutsches Kinderhilfswerk Förderfonds

Ausbau der „jungen Kultur“ / Schaffung jugendgerechter Ansprache- u. Präsentationsformen / Einbeziehung der Jugend in die Entwicklung

### **Projektträger und Beteiligung**

- Kreis-Kinder- und Jugendring Salzlandkreis oder der Kinder- und Jugendrings Sachsen-Anhalt unter Beteiligung von Landkreis und Kommunen, Kultureinrichtungen und Schulen

### **Good practice, Projektbeispiele**

- Die Jugendbeteiligung in Nittenau wurde durch das Basis-Institut in Bamberg durchgeführt. Ktkk.: Michael John, Tel.: 0951 98633-33, michael.john@basis-institut.de
- Mit dem Kultur-Rucksack des Landes Nordrhein-Westfalen für Jugendliche hat das Land NRW gemeinsam mit den Kommunen und Kultureinrichtungen ein Landesprogramm auf den Weg gebracht, um Kindern und Jugendlichen kostenlose oder deutlich kostenreduzierte kulturelle Angebote zu eröffnen. Es wendet sich an die Altersgruppe von 10 bis 14 Jahren. Ktkk.: Koordinierungsstelle Kulturrucksack NRW, Tel.: 02303-253020, kulturrucksack@lkd-nrw.de
- Im Landkreis Passau wird zum Preis von 45 € ein Jahresticket („Öko-Netz-Ticket“) für den ÖPNV der Landkreis-Verkehrsgemeinschaft angeboten, das an Schultagen ab 14 Uhr und an allen anderen Tagen ab 9 Uhr gilt. Das Ticket ist dort für alle Stadt- und Landkreisbewohner, also nicht nur für Jugendliche, zu diesem Preis erhältlich. Ktkk.: VLP im Landkreis Passau, Geschäftsführer Arne Rath, Tel.: 0851-756370, passau@rbo.de
- Das „Hausaufgabenheft“ Memmler ist in Memmingen seit mehr als 10 Jahren eine Erfolgsgeschichte. Es wird von Schülern für Schüler gestaltet und beinhaltet auch Veranstaltungs- und Messetermine, Umfrageergebnisse sowie Gutscheine. Ktkk.: mm-marketing e.V., Verein für Stadtmarketing, Alexandra Hartge. Tel.: 0821-850730, alexandra.hartge@memmingen.de
- Ein InstaWalk im Bereich Kultur wurde durch die Münchner Pinakotheken als Social-Media-Aktion zu einer Ausstellung veranstaltet. Ktkk.: Bayerische Staatsgemäldesammlungen, Tel.: 089-23805284, info@pinakothek.de

Ausbau der „jungen Kultur“ / Schaffung jugendgerechter Ansprache- u. Präsentationsformen / Einbeziehung der Jugend in die Entwicklung

### Good practice, Projektbeispiele (was machen andere?)



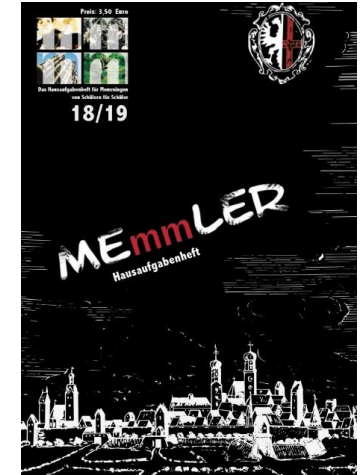
Jugend-Workshop Nittenau,  
Landkreis Schwandorf



Kultur-Rucksack des Landes  
Nordrhein-Westfalen für  
Jugendliche

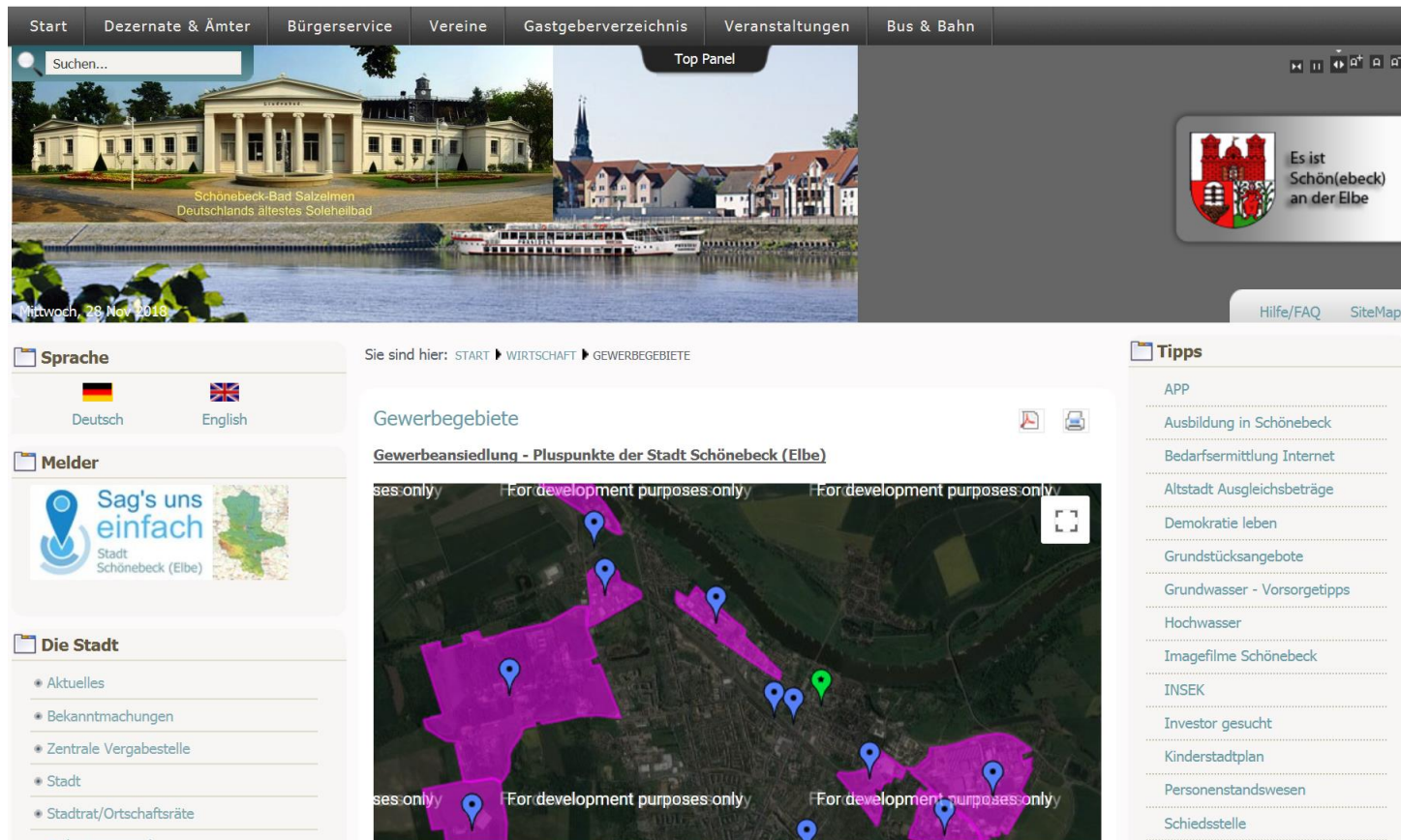


Präsentationsplattformen: digital (Instagram) und analog (Hausaufgabenheft)



### Qualifizierungsoffensive Salzlandkreis (Bereich Gewerbeflächen)

- Weitere Qualifizierung bestehender Gewerbeflächen im überregionalen Standortwettbewerb
- Aufbau eines Gewerbeflächeninformationssystems



Gewerbeflächeninformation auf den Internetseiten der Stadt Schönebeck



### **Ausgangssituation**

- Die Zahl der Beschäftigten am Arbeitsort steigt im Salzlandkreis seit 2013 stetig an.
- Der Landkreis bietet ein breites Angebot an modernen, gut erschlossenen Gewerbe- und Industrieflächen, die preisgünstig und verkehrlich sehr gut angebunden, jedoch nicht optimal ausgelastet sind.
- Mit einer steigenden wirtschaftlichen Attraktivität geht ein wachsender Flächenbedarf der Unternehmen (Bestand, Neuansiedlungen) einher.
- Deutschlandweit ist eine starke Ausdifferenzierung der Standortanforderungen einzelner Branchen/Betriebstypen feststellbar. Dabei bestehen tendenziell steigende Ansprüche an infrastrukturelle Ausstattung, städtebauliche Qualitäten sowie Fühlungsvorteile (räumliche Nähe zu branchen-gleichen Unternehmen, Forschungseinrichtungen, Kunden und Zulieferern). Ein Mangel an geeigneten Gewerbeflächen („klassische“ Gewerbegebiete, Gewerbeparks, Handwerkerhöfe, Bürostandorte, Technologiestandorte) kann sich negativ auf die zukünftige Produktivität und das Wirtschaftswachstum auswirken.
- Andererseits sind aufgrund negativer Wirkungszusammenhänge (Bau-, Erschließungs- und Wirtschaftsförderungskosten, Verkehr, Leerstand) auch Überangebote (Menge, Qualität) zu vermeiden.
- Der Salzlandkreis hat kein eigenes Gewerbeflächeninformationssystem, auf das Ansiedlungsinteressierte oder Fachdienste der Kommunalverwaltungen Zugriff haben.
- Der Internetauftritt des Landkreises ist nicht zeitgemäß und kann die angestrebte „smarte Region“ in seiner technischen Umsetzung nur unzureichend präsentieren.
- Der Landkreis nutzt digitale Medien weder zur Außendarstellung (Instagram, Facebook) noch zu Kommunikationszwecken (Facebook, Twitter).

### Zielstellung

- Es sollen Unternehmen, die Interesse an einer Ansiedlung im Salzlandkreis zeigen, aktiv angesprochen und mit einem optimalen Angebot überzeugt werden.
- Das Gewerbe- und Industrieflächenangebot soll auf die Erfüllung aktueller Standortanforderungen überprüft und ggfs. angepasst werden.
- Der Wirtschaftsförderung insbesondere des Landkreises sollen zeitgemäße Flächen für die Vermarktung zur Verfügung stehen.
- Über ein eigenes Gewerbeflächeninformationssystem sollen landkreiseigene, kommunale und private Gewerbeflächen mit wesentlichen Zusatzinformationen (wie Adresse, Miet-/Kaufpreis, GewSt.hebesatz, Größe, Erschließung, Nachbarnutzungen, Bebaubarkeit, Lageplan, Ansprechpartner) zentral abrufbar dargestellt werden.
- Ermöglichung eines realistischen und zeitnah aktualisierten Überblicks über das Potenzial an vorhandenen Gewerbeflächen.
- Zeitgemäßer Internetauftritt und entsprechende digitale Medien sollen Unternehmen und besonders die jüngere Bevölkerung ansprechen und Interesse wecken.

Über dieses Impulsprojekt kann sich der Landkreis in den Bereichen Unternehmerfreundlichkeit und Digitale Medien profilieren.

Das Projekt wendet sich an Ansiedlungsinteressierte, Flächensuchende innerhalb und außerhalb der Region, das Digitalangebot an Unternehmen und Bevölkerung.

### Umsetzungsschritte/Aktionsplan

- Gewerbeflächenqualifizierung: Erstellung eines auf die Qualifizierung und Weiterentwicklung der bestehenden landkreiseigenen und ggfs. kommunalen Gewerbeflächen ausgerichteten, handlungsorientierten GEFEK (Gewerbeflächenentwicklungskonzept).
- Umsetzung der über das GEFEK ermittelten und durch die Vor-Ort-Entscheider verabschiedeten Maßnahmen.
- Gewerbeflächeninformationssystem: Zusammenführung und ggf. Ergänzung der bestehenden Daten zu einzelnen Flächen.
- Aufbau des Informationssystem, z.B. auch im Rahmen eines lokalen Geoportals.
- Internetauftritt / digitales Medienangebot: Definition von Aufgabenstellung und gefordertem Leistungsumfang (Modernisierung Internet-Auftritt als Mindestumfang)
- Auswahl der in eine Ausschreibung einzubeziehenden, möglichst lokalen IT-Dienstleister
- Einholung der Angebote, ein umfangreicheres Auswahlverfahren wird aufgrund der in erster Linie technischen Umsetzung nicht unbedingt notwendig sein
- Auswahl und Beauftragung
- Umsetzung des Internet-Auftritts und in einem zweiten Schritt Erarbeitung der als sinnvoll erachteten, adäquaten Digitalmedien

### **Bewertungskriterien im Rahmen der Projektdurchführung**

- Strukturwirksamkeit: hoch
- Wirksamkeit auf die Bevölkerung: gering bis mittel
- Wirksamkeit auf die örtliche Wirtschaft: hoch
- Profilierungskraft, Identitätsbildung: hoch
- Komplexität: mittel
- Kosten: hoch
- Umsetzungsreife: Informationsmöglichkeit über Gewerbeflächen in Schönebeck, bestehender Internet-Auftritt des Landkreises als Basis

### **Evaluierungskriterien**

- Entwicklung der verfügbaren Gewerbeflächen
- Entwicklung der Flächennachfrage
- Zahl der regionalen und überregionalen Berichterstattungen
- Entwicklung der Zugriffszahlen auf projektspezifische Websites und das Gewerbeflächeninformationssystem
- Nutzerzahlen der digitalen Medien (inkl. Zahl der Beiträge und Abonnenten)
- Zahl der Online-Verlinkungen

### **Finanzierungsansätze**

- Gewerbeflächeninformationssystem: Einbindung privater Flächen
- Internetauftritt / digitales Medienangebot: Sponsoring durch Einbindung gewerblicher websites oder Bannerwerbung, IT-Unternehmen als Sponsoren/Förderpartner

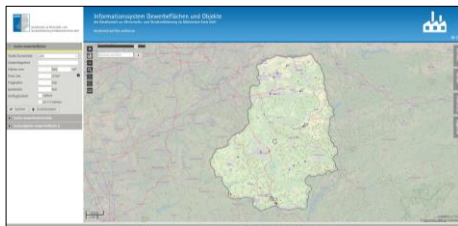
Gewerbeflächenqualifizierung / Gewerbeflächeninformationssystem / Modernisierung Internet-Auftritt / Angebot digitaler Medien

### Projektträger und Beteiligung

- Landkreis unter Beteiligung der Kommunen, ggfs. Einbeziehung privater Flächenbesitzer

### Good practice, Projektbeispiele (was machen andere?)

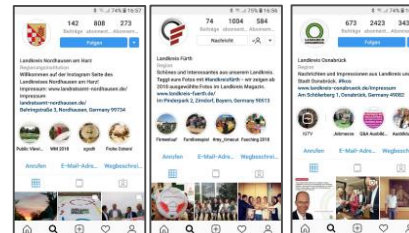
- Interkommunale Gewerbeflächenentwicklungskonzepte wurden allein durch die cima bereits in zahlreichen Regionen durchgeführt (z.B. Stadtkreis Baden-Baden, Region Itzehoe, Region Flensburg, Metropolregion Hamburg). Die Konzepte sind jedoch überwiegend auf die Bedarfsermittlung und Neuausweisung von Gewerbeflächen ausgerichtet. Ktkk.: Gewerbeentwickl. Baden-Baden GmbH, Peter Stenzel, Tel.: 07221-390415, stenzel@gewerbe-baden-baden.de
- Das Gewerbeflächeninformationssystem des Landkreises Märkischer Kreis umfasst die Gewerbeflächen und Gewerbeimmobilien von 15 Städten und Gemeinden und hat in Form von Exposés umfangreiche Informationen hinterlegt. Ktkk.: Ges. zur Wirtschafts- und Strukturförderung im Märkischen Kreis mbH, Volker Steinke, Tel.: 02352-927213, steinke@gws-mk.de
- Während Städte und Gemeinden bereits stark auf Medien wie Instagram setzen, ist dies im Bereich der Landkreise noch relativ wenig verbreitet. Beispielhaft lassen sich die Landkreise Nordhausen am Harz, Osnabrück oder Fürth nennen. In Fürth ist über Instagram auch eine direkte Anbindung der website realisiert. Ktkk.: Landkreis Fürth, Wilhelm Peter, Tel.: 0911-97731631, w-peter@lra-fue-bayern.de
- Der Kurznachrichtendienst Twitter eignet sich insbesondere zur schnellen Information über spezielle Angebote, Aktionen und Events. Ktkk.: Landkreis Bamberg, Laura Pflaum, Tel.: 0951-85215, laura.pflaum@lra-ba.bayern.de



Gewerbeflächeninfosystem des Märkischen Kreises ([www.gws-mk.de](http://www.gws-mk.de))



Gewerbeflächenkonzept Stadtkreis Baden-Baden



Instagram-Seiten einzelner Landkreise



Twitter-Auftritt des LK Bamberg ([twitter.com/kreis\\_bamberg](https://twitter.com/kreis_bamberg))

### Modellprojekt Smarte Verwaltung

- Optimierte (zügige, vereinfachte, transparente) Genehmigungsverfahren für Bürger und Unternehmen
- Einrichtung einer zentralen Anlaufstelle im Rahmen der „smarten Region“ (jeweils für Bürger und Unternehmen)



[www.salzlandkreis.de](http://www.salzlandkreis.de)

Optimierte Genehmigungsverfahren / Einrichtung einer zentralen Anlaufstelle (jeweils für Bürger und Unternehmen)

### **Ausgangssituation**

- Die „Unternehmensfreundlichkeit“ der Verwaltung gehörte bei der durchgeführten Unternehmerbefragung zu den am schlechtesten bewerteten Faktoren: die Unternehmen sehen diese Freundlichkeit als sehr wichtig an, sind aber mit der tatsächlichen Situation im Landkreis äußerst unzufrieden. Generell dauern Genehmigungsprozesse aus Sicht der Antragsteller eher lang, selbst wenn sie verwaltungsintern schnellstmöglich bearbeitet werden.
- Die Verwaltung des Salzlandkreises ist in mehrere Fachbereiche, Fachdienste und Stabsstellen gegliedert, so dass es für Bürger oder Unternehmen mit einem Anliegen vorkommen kann, nicht den richtigen Ansprechpartner zu kennen.
- Der Landkreis positioniert sich mit einem eigenständigen Logo als „smarte Region Salzlandkreis“.
- Der Internetauftritt des Landkreises ist nicht zeitgemäß und kann die angestrebte „smarte Region“ in seiner technischen Umsetzung nur unzureichend präsentieren.

### **Zielstellung**

- Ausbau der Funktion als „smarte Region Salzlandkreis“, so dass der Landkreis noch umfänglicher als „smart“ wahrgenommen werden kann.
- Genehmigungsanfragen sollten so zügig wie möglich beantwortet werden.
- Ein transparentes Verfahren lässt den Antragsteller die einzelnen Bearbeitungsschritte nachvollziehen.
- Die einzelnen Sachbearbeiter sollten von Nachfragetelefonaten oder Emailanfragen zum Bearbeitungsstand entlastet werden, indem eine zentrale Anlaufstelle für Informationen eingerichtet wird.

Über das Modellprojekt kann sich der Landkreis in den Bereichen Unternehmens- und Bürgerfreundlichkeit, Innovation sowie „Smartness“ profilieren.

Das Projekt wendet sich an Bewohner des Landkreises und ansässige Unternehmen.

Optimierte Genehmigungsverfahren / Einrichtung einer zentralen Anlaufstelle (jeweils für Bürger und Unternehmen)

### Umsetzungsschritte/Aktionsplan

- Optimierte Genehmigungsverfahren: Festlegung der am häufigsten zu Beanstandungen/Nachfragen führenden Genehmigungs- und sonstigen Anfragen. Dies kann durch eine Umfrage bei den jeweiligen Fachstellen erfolgen.
- Prüfung der jeweiligen Bearbeitungsschritte innerhalb der Verwaltung auf Vereinfachungsmöglichkeiten und im Idealfall Anpassung des Bearbeitungsablaufes
- Festlegung von Bearbeitungsschritten, nach denen entweder eine automatische Information des Antragstellers per Email erfolgt (wie z.B. bei einem Onlinekauf: Eingang der Bestellung, Bearbeitung der Bestellung, Verpackung, Übergabe an den Transportdienstleister) oder der Antragsteller selbst aktiv nachsehen kann, wie der Stand der Bearbeitung ist (Statusabfrage wie z.B. bei einer Paketverfolgung: Paket ist angenommen worden, ist im Verteilzentrum, ist auf dem Weg zum Kunden).
- Zentrale Anlaufstelle: Die Zentralisierung von Anfragen trägt zur Bürger- und Unternehmensfreundlichkeit bei und kann auf verschiedenen Wegen umgesetzt werden: Im Rahmen des E-Government können z.B. Termine in weiteren Bereichen online vergeben werden (aktuell: Kfz-Zulassung und Fahrerlaubnis), was für den Nutzer erhöhte Schnelligkeit und für die Verwaltung eine Verringerung des Aufwandes bedeutet.
- Durch die Einführung der bundesweiten Behördennummer 115, z.B. in Magdeburg bereits realisiert, werden Anfragen bei einem zentralen „Kümmerer“ gebündelt, der dem Kunden Fragen beantworten kann oder an den korrekten Ansprechpartner weiterleitet.
- Ein Chatbot kann automatisierte Antworten auf typische Anfragen liefern. Er kann auf den Internetseiten des Landkreises implementiert werden und meldet sich automatisch, indem sich das Chat-Fenster öffnet.
- Mögliche Zusatz-Maßnahme: Durchführung eines Tages der offenen Verwaltung unter Einsatz von Informationsständen und themenspezifischen Vorträgen
- Mögliche Zusatz-Maßnahme: Mehrmals im Jahr Angebot eines festen Landrat-Sprechtages



Optimierte Genehmigungsverfahren / Einrichtung einer zentralen Anlaufstelle (jeweils für Bürger und Unternehmen)

### **Bewertungskriterien im Rahmen der Projektdurchführung**

- Strukturwirksamkeit: hoch
- Wirksamkeit auf die Bevölkerung: hoch
- Wirksamkeit auf die örtliche Wirtschaft: hoch
- Profilierungskraft, Identitätsbildung: hoch
- Komplexität: mittel
- Kosten: mittel
- Umsetzungsreife: keine bestehenden Vorleistungen

### **Evaluierungskriterien**

- Entwicklung der durchschnittlichen Bearbeitungszeit bestimmter Vorgänge
- Entwicklung der Nutzerzahlen nach Einführung neuer Services wie 115 oder Chatbot
- Entwicklung der Unternehmerzufriedenheit (durch eine Folgebefragung zur aktuell durchgeführten)
- Zahl der regionalen und überregionalen Berichterstattungen
- Entwicklung der Zugriffszahlen auf projektspezifische Websites
- Zahl der Online-Verlinkungen

### **Finanzierungsansätze**

- EU-Förderprogramm ISA<sup>2</sup>(Interoperability Solutions for European Public Administrations 2) zur Vereinfachung bürokratischer Verfahren
- Finanzierung durch den Landkreis
- IT-Unternehmen als Sponsoren bzw. fördernde Partner (Umsetzung Chatbot, Ausweitung E-Government)

Optimierte Genehmigungsverfahren / Einrichtung einer zentralen Anlaufstelle (jeweils für Bürger und Unternehmen)

### Projektträger und Beteiligung

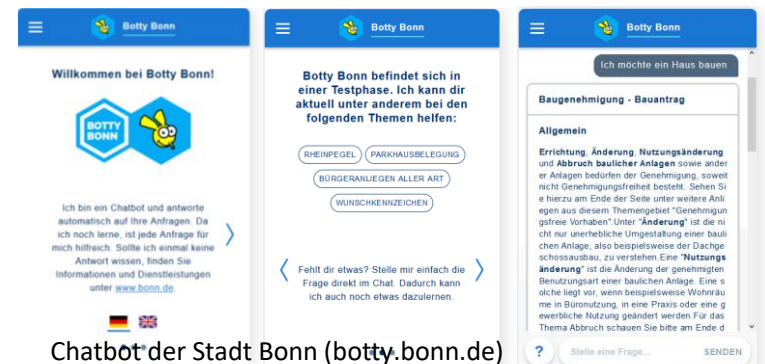
- Landkreis

### Good practice, Projektbeispiele (was machen andere?)

- Initiative „Behördennummer 115“ des Bundes mit dem 115-Serviceversprechen: 75 Prozent aller Anrufe werden innerhalb von 30 Sekunden angenommen, 65 Prozent ohne eine Weitervermittlung sofort beantwortet. Bei komplexen Sachverhalten erhalten die Anrufenden innerhalb von 24 Stunden eine Rückmeldung – auf Wunsch auch per Fax oder E-Mail. Grundlage für die telefonische Auskunft zu diesen Fragen ist die 115-Wissensdatenbank. Alle 115-Teilnehmer stellen hier Informationen zu Verwaltungsleistungen zur Verfügung, so dass jedes 115-Servicecenter gängige Fragen in gleicher Qualität beantworten kann. Ktkk.: [www.115.de](http://www.115.de)
- Der Chatbot der Stadt Bonn ist ein Dialogassistent für Bürger und Unternehmen. Auf Basis von redaktionellen Inhalten und maschinellem Lernen (künstlicher Intelligenz) soll der Chatbot bei Fragestellungen rund um Services der Verwaltung helfen, für die zuvor telefoniert oder durch Internetseiten navigiert werden musste. Ktkk.: Sven Hense, Tel.: 0228-773699, [egovernment@bonn.de](mailto:egovernment@bonn.de), [botty.bonn.de](http://botty.bonn.de)
- Per E-Government im Rahmen des Bürgerservices der Stadt Lübeck können auch für die Stadtteilbüros und das Amt für Ausbildungsförderung Termine online vereinbart werden. Nach erfolgreicher Eingabe erhält der Absender per Mail einen Aktivierungslink und nach dessen Aktivierung eine Bestätigungsmail mit einer Aufrufnummer zum jeweiligen Termin. Ktkk.: [buergerservice.luebeck.de](http://buergerservice.luebeck.de)



Stadt Lübeck  
([buergerservice.luebeck.de](http://buergerservice.luebeck.de))



Chatbot der Stadt Bonn ([botty.bonn.de](http://botty.bonn.de))

## Förderung von Willkommenskultur und Austausch

- Neujahrsempfänge des Landrates für Neubürger sowie Unternehmer
- Interkommunales Fest zur Förderung des Regionalbewusstseins
- Interkommunaler Tag der offenen Kulturstätten



Neujahrsempfang des Landrates



Bürgerfest Salzlandkreis 2017



Salzlandkiste als Identifikationsobjekt

### **Ausgangssituation**

- Das Gebiet des heutigen Salzlandkreises umfasste zur DDR-Zeit vier Kreise (Schönebeck und Staßfurt im Bezirk Magdeburg sowie Aschersleben und Bernburg im Bezirk Halle), die nach der Wende zu den drei sachsen-anhaltinischen Landkreisen Aschersleben-Staßfurt, Bernburg und Schönebeck geformt wurden. Erst 2007 wurde daraus der Salzlandkreis gebildet, weshalb vor allem die Generation der über 30-jährigen kein ausgeprägtes Bewusstsein für den Salzlandkreis besitzt.
- Neu in den Landkreis Ziehende werden bisher nicht in einer speziellen Form Willkommen geheißen. Zwar gibt es das EU-geförderte Landesprojekt „Willkommenskultur in Sachsen-Anhalt“, das wendet sich jedoch über die Ausländerbehörde an aus dem Ausland zuziehende Personen.
- Die traditionellen Volksfeste wie das Aschersleber Gildefest, das Bernburger Stadt- und Rosenfest, das Schönebecker Brunnenfest oder das Bollenfest in Calbe sind in jedem Ort ein Höhepunkt des jährlichen Veranstaltungsreigen. Sie werden in Form von Gemeinde- bzw. Stadtfesten durchgeführt, ein regional ausgerichtetes Fest, das dazu beitragen kann, Regionalbewusstsein und Selbstverständnis des Salzlandkreises sowie die regionale Identität zu fördern, existiert bisher nicht. Das Staßfurter Stadtfest trägt lediglich den Namen „Salzlandfest“, wird jedoch städtisch und nicht interkommunal ausgerichtet.

### **Zielstellung**

- Neujahrsempfänge des Landrates: Wertschätzung der Zuziehenden (Empfang mit Brot und Salz), Schaffung einer Willkommenskultur, Kontaktmöglichkeiten zwischen Bürgern, Vereinen und interessierten Unternehmen schaffen, Vermittlung von Informationen über den Landkreis, Förderung von Regionalbewusstsein und Landkreis-Selbstverständnis
- Salzlandfest/Tag der offenen Kulturstätten: Förderung des Regionalbewusstseins und Selbstverständnisses des Landkreises unter den Bürgerinnen und Bürgern sowie unter Vereinen, Gastronomen und den örtlichen Werbegemeinschaften durch Einbeziehung bei der Ausgestaltung und Organisation des Festes sowie durch die Teilnahme am Fest. Gleichzeitige Ausrichtung des Festes in mehreren (z.B. 3) räumlich benachbart liegenden Gemeinden mit unterschiedlichen Ausrichtungen in den einzelnen Teilnehmerge Gemeinden, um den Besuch aller Fest-Gemeinden zu fördern. Die thematische Ausrichtung sollte Bezug auf die Positionierung nehmen, um deren Inhalte zu transportieren. Tag der offenen Kulturstätten zusätzlich: Bekanntmachen der Vielfalt kultureller Angebote, Heranführen an Kultur.

Über diese Impulsprojekt kann sich der Landkreis in den Bereichen Bürgernähe, Offenheit, Familienfreundlichkeit und Wir-Gefühl profilieren.

Das Projekt wendet sich in erster Linie an Bewohner des Landkreises, insbesondere die Kulturtage aber auch an das Umland.

### **Umsetzungsschritte/Aktionsplan**

- Neujahrsempfänge des Landrates: Sammlung der bei den Einzelgemeinden erfassten Bürger-Neuanmeldungen der von außerhalb des Landkreises Zuziehenden
- Organisation eines Informations-Rahmenprogramms durch interessierte Vereine und Unternehmen (insbesondere Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung)
- Einladung der Neubürgerinnen und Neubürger durch ein vom Landrat persönlich unterzeichnetes Schreiben
- Durchführung der Veranstaltung in einem angemessenen Rahmen unter Einbeziehung der Presse
- Salzlandfest bzw. Tag der offenen Kulturstätten: Festlegung eines Durchführungsrhythmus (z.B. jährlich)
- Festlegung der ausrichtenden Gemeinden (z.B. Staßfurt-Nienburg-Calbe, dann richten Könnern, Bernburg und die Verbandsgemeinde Saale-Wipper aus)
- Festlegung eines Fest-Mottos (Themen können z.B. die Themenwelten mit Bezug zum Salz sein, wie Rohstoffe, Natur, Genuss), das in jeder Gemeinde individuell umgesetzt wird. Der Kultur-Tag sollte das ganze Spektrum abbilden (Blick hinter Theater-Kulissen, in Museums-Werkstätten, in sonst verschlossene Schlossräume etc.)
- Die weitere Umsetzung des Salzlandfestes entspricht der Planung und Organisation eines gemeinde-eigenen Festes. Für die offenen Kulturstätten sind Öffnung, Sicherheit, Begleitpersonen mit Erklärfunktion sowie ggfs. ein Begleitprogramm zu organisieren.
- Bewerbung innerhalb des gesamten Salzlandkreises
- Einrichtung einer Shuttle-Bus-Verbindung mindestens zwischen den ausrichtenden Orten, besser auch mit Anbindung der sonstigen Gemeinden.

### **Bewertungskriterien im Rahmen der Projektdurchführung**

- Strukturwirksamkeit: mittel
- Wirksamkeit auf die Bevölkerung: hoch
- Wirksamkeit auf die örtliche Wirtschaft: mittel
- Profilierungskraft, Identitätsbildung: hoch
- Komplexität: gering
- Kosten: gering
- Umsetzungsreife: keine bestehenden Vorleistungen

### **Evaluierungskriterien**

- Entwicklung der Bewohnerzufriedenheit (Messung über regelmäßige Befragungen)
- Entwicklung der Einwohnerzahlen
- Entwicklung der Besucherzahlen der Feste bzw. der Teilnehmerquoten auf den Empfängen
- Zahl der regionalen und überregionalen Berichterstattungen
- Entwicklung der Zugriffszahlen auf projektspezifische Websites

### **Finanzierungsansätze**

- Finanzierung durch den Landkreis und die teilnehmenden Gemeinden
- Kofinanzierung durch Gastronomie und Vereine
- Sponsoring durch Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungsbetriebe, sonstige Unternehmen
- Eigenleistung

# Förderung von Willkommenskultur und Austausch **Cima.**

## Impulsprojekte

Neujahrsempfänge des Landrates / Interkommunales Salzlandfest zur Förderung des Regionalbewusstseins / Tag der offenen Kulturstätten

### Projektträger und Beteiligung

- Neujahrsempfänge des Landrates: Landkreis unter Beteiligung der Kommunen
- Salzlandfest: Landkreis und Kommunen unter Beteiligung von Vereinen und Gastronomen

### Good practice, Projektbeispiele (was machen andere?)

- Roding International ist ein im 2-Jahres-Rhythmus durchgeführtes Bürgerfest, das in den verschiedenen Innenstadt-Straßen in jeweils anderer thematischer Ausrichtung durchgeführt wird. 2016 war das Motto "Länder", die Einzelthemen z.B. Cuba, Griechenland, Italien, Nevada mit jeweils eigenständiger Gestaltung. Was in Roding die verschiedenen Straßen sind, können im Salzlandkreis die verschiedenen Gemeinden sein.  
Ktkk.: Tourismusbüro Roding, Tel.: 09461/941815, tourist@roding.de
- Der Tag der offenen Kulturstätten entspricht dem Konzept des seit 25 Jahren deutschlandweit unter der Initiative der Deutschen Stiftung Denkmalschutz durchgeführten Tag des offenen Denkmals. Das Konzept wäre jedoch erweitert und rein auf die jeweils durchführenden Gemeinden des Salzlandkreises bezogenen.  
Ktkk.: Deutsche Stiftung Denkmalschutz, Tel.: 0228-90910, info@tag-des-offenen-denkmals.de
- Als eine von vielen Städten führt Wangen im Allgäu (27.000 Einw.) einen Neubürgerempfang durch den Oberbürgermeister durch. 2018 folgten der Einladung 120 Neubürger.  
Ktkk.: Stadt Wangen, Hauptamt, Herrmann Weinschenk, Tel.: 07522-74202, hermann.weinschenk@wangen.de
- Die Stadt Rehau verschickt für Neugeborene ein Lätzchen. Ktkk.: Stadt Rehau, Bernd Köppel, Tel.: 09283-2023, wirtschaftsfoerderer@stadt-rehau.de



Roding: Fest unter einem gemeinsamen Motto an verschiedenen Standorten



Deutschlandweite Initiative Tag des offenen Denkmals



Wangen: Empfang neu Zugezogener



Rehau: Empfang Neugeborener



# Hinweise zur Visualisierung

## CD-Umsetzung

### Visualisierung der Positionierung

- Corporate Design als visuelle Entsprechung der Identität
- Umsetzung digital (Internet, Facebook...) und analog (Publikationen, Medien, Fuhrpark, Wegweisung...)



Farbkonzept und wiederkehrende Designelemente des Landkreises (Printmedien, Homepage) als Grundlage einer Corporate Design-Festlegung

### **Ausgangssituation**

- Die empfohlene Positionierung unter dem Markenkern „Salz“ mit den 5 Themenwelten Rohstoff (= Wirtschaft und Wissenschaft), Natur (= Entfaltung und Förderung von Wissen, Ideen und Leben sowie Wachstum und Gesundheit), Genuss (= Lebensqualität, Kultur und Freizeit), Gastfreundschaft, Willkommenskultur (= Offenheit für Neues, Wohnen, Betreuung, Integration) sowie Festigkeit/Kristallstruktur (= Gemeinsam wachsen, Zusammenwachsen) sollte auch visuell umgesetzt werden.
- Unter den 5 Themenwelten lassen sich die Themenbereiche Wirtschaft, Wissenschaft und Wohnen sehr gut darstellen
- Gleichzeitig bieten die Themenwelten zahlreiche Verknüpfungsansätze zu allen Bereichen, die für die positive Außendarstellung des Landkreises notwendig sind, wie z.B. Tourismus oder Bildung.
- Das durch den Landkreis eingeführte Farbkonzept in blau und grün kann übernommen werden.

### **Zielstellung**

- Schaffung eines einheitlichen Auftritts nach innen und außen.
- Schaffung einer Wiedererkennbarkeit (optisch).
- Schaffung einer regionalen Identität (inhaltlich): das ist mein Wohnort, mein Arbeitsort, der Ort meines Unternehmenssitzes. Das sind die Werte, für die der Landkreis steht (wie Entfaltung und Förderung, Lebensqualität, Gastfreundschaft, Offenheit für Neues, Zusammenwachsen).

Die Umsetzung eines neuen Corporate Designs unterstützt die generelle Profilierung des Landkreises.

Die Zielgruppen sind Bewohner, Besucher, Touristen, Arbeitskräfte und Unternehmen im Landkreis, der Region und darüber hinaus.

Corporate Design als visuelle Entsprechung der Identität / Digitale und analoge Umsetzung

### **Umsetzungsschritte/Aktionsplan**

- Definition von Aufgabenstellung und gefordertem Leistungsumfang
- Auswahl der in eine Ausschreibung einzubeziehenden Agenturen
- Aufforderung zur Interessenbekundung mit Übersendung der geforderten Nachweise an Agenturen
- Vorauswahl und Einladung inkl. ausführlichem Briefing auf Basis des Standortmarketingkonzeptes
- Einreichung der Entwürfe und anschließende Vorstellung durch die Wettbewerbsteilnehmer
- Vorauswahl durch eine Fachjury (bestehend u.a. aus Vertretern des Landkreises und der Kommunen)
- Öffentliche Beteiligung (Voting), u. a. über die Internetseite des Salzlandkreises
- Entscheidung für ein CD durch die Fachjury
- Umsetzung des Corporate Design auf allen relevanten digitalen (Internet, Facebook...) und analogen Kanälen (Publikationen, Medien, Fuhrpark, Wegweisung...)

### **Bewertungskriterien im Rahmen der Projektdurchführung**

- Strukturwirksamkeit: gering
- Wirksamkeit auf die Bevölkerung: hoch
- Wirksamkeit auf die örtliche Wirtschaft: hoch
- Profilierungskraft, Identitätsbildung: hoch
- Komplexität: gering
- Kosten: mittel
- Umsetzungsreife: aufbauend auf dem vorliegenden Standortmarketingkonzept

### **Evaluierungskriterien**

- Durchgängigkeit der Umsetzung
- Bekanntheit der Marke (Messung über regelmäßige Befragungen)
- Bekanntheit der Einzelmaßnahmen (Messung über regelmäßige Befragungen)
- Entwicklung der Assoziationen (Messung über regelmäßige Befragungen)

### **Finanzierungsansätze**

- Finanzierung durch den Landkreis

Corporate Design als visuelle Entsprechung der Identität / Digitale und analoge Umsetzung

### Projekträger und Beteiligung

- Landkreis unter Beteiligung der Kommunen und Einbeziehung der Bevölkerung

### Good practice, Projektbeispiele (was machen andere?)

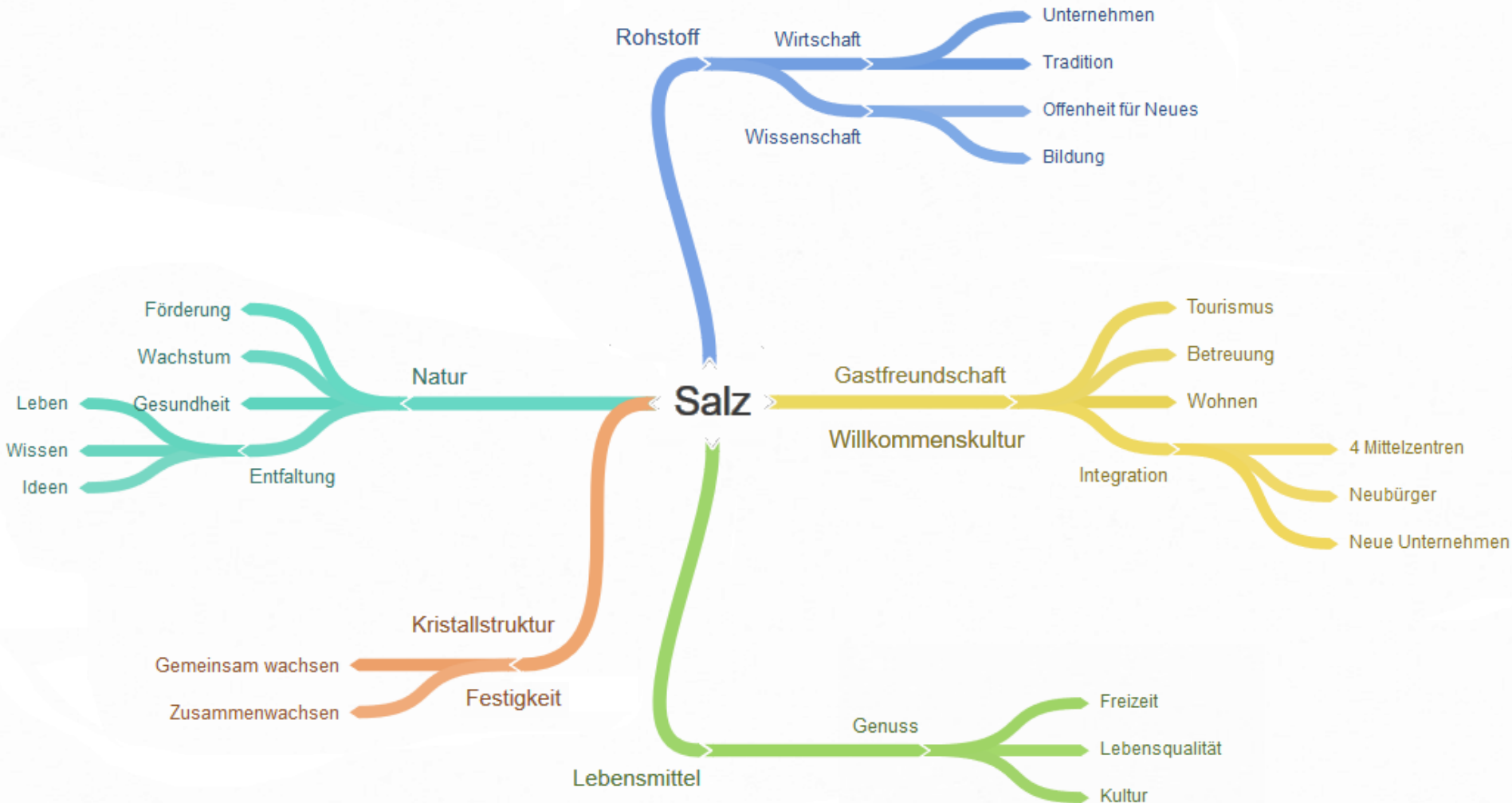
- Der Landkreis Leipzig, der auch durch einen vor 10 Jahren erfolgten Zusammenschluss zuvor eigenständiger Landkreise gebildet wurde, verwendet bereits seit 2013 ein einheitliches CD mit Farbkonzept und modernem Logo statt des zuvor verwendeten Wappens. Die Internetseiten sind klar gegliedert, attraktiv gestaltet und im Aufbau nutzerfreundlich. Ktkk.: Stabsstelle des Landrates Wirtschaftsförderung / Kreisentwicklung, Isabella Peissker, Tel.: 03433-2411057, [isabella.peissker@lk-l.de](mailto:isabella.peissker@lk-l.de)



Landkreis Leipzig: Durchgängiges CI ([www.landkreisleipzig.de](http://www.landkreisleipzig.de))

# Positionierungsansatz Salzlandkreis

Rückblick auf die Themenwelten des Markenkerns



# Positionierungsansatz Salzlandkreis

Impulsprojekte – Die Verbindung zum Salz ...



## Modellprojekt Neues Wohnen

Salz ist eine wichtige Zutat für Genuss, attraktives Wohnen ist eine wichtige Zutat, um sein Leben zu genießen

## Modellprojekt Neue Mobilität

Das Salz hat mit den Flüssen Transportwege geprägt, wir prägen neue Formen der Mobilität

## Jugend im Fokus

Salz ist Natur und Essenz des Lebens, wir geben Jugendlichen alle Chancen auf ein selbstbestimmtes Leben

## Qualifizierungsoffensive

Reines Salz, reine Qualität – dieses Qualitätsversprechen erfüllen wir Unternehmen und Bürgern

## Modellprojekt Smarte Verwaltung

Salzgewinnung, -verkauf und -transport forderten damals wie heute eine effiziente, gut organisierte Verwaltung

## Förderung von Willkommenskultur und Austausch

Brot und Salz stehen schon lange und auch heute für Gastfreundschaft und ein offenes Willkommen

# Die Umsetzung

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus



# Die Umsetzung

## Standortmarketing und parallele Arbeit an den Schwächen

### Standortmarketing für den Salzlandkreis

### Arbeit an den aktuellen Schwächen

beispielhafte Nennungen:

Mobilfunkversorgung

Breitbandinternet

Bar- und Restaurantdichte

Qualität der touristischen Einrichtungen

Impulsprojekte

Fokus auf den Standortqualitäten

Visualisierung

Interne Priorisierung

Intensive Bewerbung der Besonderheiten

Corporate Design-Prozess

Initiierung verbindlicher Marketingvereinbarungen

Herausstellen der guten Rahmenbedingungen

Logoentwicklung

Umsetzung gemäß Aktionsplan

beispielhafte Nennungen:

Vereinbarkeit von Familie, Beruf, Erziehung, Betreuung und Bildung

Umsetzung digital und analog

Evaluierung

Leben in attraktiven Städten, umgeben von intakter Natur

Besonderheiten wie Zoos, Fähren, Schlösser, romanische Kirchen

Ausbau guter touristischer Angebote wie der „Salzigen Tour“



# Die Umsetzung

## Empfehlung zur Priorisierung im Rahmen der Umsetzung

Im Rahmen des Modellvorhabens „Langfristige Sicherung von Versorgung und Mobilität in Ländlichen Räumen“ wurde eine „Handlungs- und Regionalstrategie Salzlandkreis“ erstellt, in der das Thema **Mobilität** wesentliche Bedeutung hat. Das Modellvorhaben befindet sich seit September 2018 in der Umsetzungsphase.

Um mögliche Synergien der Handlungs- und Regionalstrategie und des Standortmarketings zu nutzen, und ggfs. auch die über das Modellvorhabens bestehenden Fördermöglichkeiten aus Bundesmitteln, bietet sich aus der Sammlung der Impulsprojekte als Startprojekt im Rahmen der Umsetzung des Standortmarketingkonzeptes das **Modellprojekt Neue Mobilität** an.

Da im Rahmen der **Visualisierung** das Thema Relaunch des Internetauftritts einschließlich der Übersetzung auf Neue Medien bzw. Soziale Netzwerke anzugehen ist, bieten sich die **Qualifizierungsoffensive Neue Medien** sowie die im Rahmen des **Modellprojektes Smarte Verwaltung** empfohlenen Bestandteile Chatbot und Online-Terminvergabe zur Integration an.

Die Visualisierung selber sollte zunächst die Suche nach aussagekräftigen Bildern und eine Modernisierung des Online-Auftritts umfassen, die Bestandteile der **Qualifizierungsoffensive Neue Medien** sind. Der zeit- und kostenintensive Teil des Corporate Design-Prozesses und der Logo-Entwicklung sollte erst in einem zweiten Schritt erfolgen. Über die Bilder werden zugleich Besonderheiten beworben und die Rahmenbedingungen herausgestellt.

Dies bedeutet dann den nachfolgend dargestellten Umsetzungsablauf:



### Standortmarketing für den Salzlandkreis

1.

Umsetzung des Modellprojektes Neue Mobilität

2.

- a Visualisierung
- b Durchführung der Qualifizierungsoffensive Neue Medien
- c Umsetzung des Modellprojektes Smarte Verwaltung
- d Fokuslegung auf den Standortqualitäten, also intensive Bewerbung der Besonderheiten und Herausstellen der guten Rahmenbedingungen

3.

Durchführung des zweiten Bestandteils der Qualifizierungsoffensive, der sich auf Gewerbeflächen bezieht

4.

Umsetzung der weiteren Impulsprojekte: Modellprojekt Neues Wohnen, Jugend im Fokus, sowie Förderung von Willkommenskultur und Austausch

---

Diese Ausarbeitung fällt unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte (D) und sind auch durch europäisches Recht geschützt.

Es wurden möglicherweise Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken oder als Platzhalter verwendet, für die keine Nutzungsrechte für einen öffentlichen Gebrauch vorliegen. Jede Weitergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung kann Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Ausarbeitungen der cima können gutachterliche Ausführungen und Bewertungen enthalten, die bei unsachgemäßer Verwendung (z.B. Weitergabe, Vervielfältigung oder Veröffentlichung) einen Vermögensschaden verursachen können. Wer diese Unterlage – ganz oder teilweise – in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die CIMA Beratung + Management GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die CIMA Beratung + Management GmbH.

Die im Rahmen der Good practice-Beispiele angegebenen Projekt-Ansprechpartner, deren Telefonnummern und Emailadressen fallen unter die Datenschutzregelung und dürfen ohne deren schriftliche Genehmigung nicht veröffentlicht werden.

Diese Folien dürfen ohne gesonderte schriftliche Genehmigung weder ganz noch ausschnittsweise in Dokumentationen oder Protokollen wiedergegeben werden. Veranstalter von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der cima und ihrer Mitarbeiter.