

1. Überblick über die Handlungsfelder und das Zielsystem

1.1. Handlungsfelder und Inhalte

| A Wirtschaftsstarkes Anhalt: Wirtschaftskraft im ländlichen Raum verbessern | | | B Attraktives und bürgernahes Anhalt: Mit den Bürgern mehr Lebensqualität schaffen | |
|--|--|---|--|---|
| Handlungsfelder 1 bis 3 | | | Handlungsfelder 4 und 5 | |
| 1. Wirtschaft und Wertschöpfung: | 2. Landwirtschaft, Kulturlandschaft und Regionalvermarktung: | 3. Kultur und Tourismus: | 4. Gemeinsam zum Ziel: Soziale Werte, Ehrenamt und Bildung | 5. Infrastruktur und Daseinsvorsorge: |
| Unternehmensförderung, Arbeitsplatzschaffung Kooperationen Fachkräftesicherung (Berufsorientierung, „Fit für den Arbeitsmarkt“, Weiterbildung) Empowerment und Kompetenzaufbau bei Benachteiligten Revitalisierung von Gewerbebranchen Existenzgründung | Diversifizierung in Land- und Forstwirtschaft Stärkung regionaler Wertschöpfungsketten (Über)regionale Stärkung der Regionalvermarktung Optimierung der Flächennutzung; Ausgleichsmaßnahmen Förderung von Biodiversität Erhalt von Kulturlandschaftselementen | Vermarktung als Kulturregion mit zahlreichen Highlights Entwicklung und Inwertsetzung überregionaler Wege Informations- und Servicequalität Offene Kirchen als Orte der Kultur und Veranstaltungsräume | (Inter)kommunale Zusammenarbeit Lernort Dorf: Bildung und Teilhabe Generationen und Kulturen zusammenführen: Integration, Inklusion und interkulturelle Vielfalt Bürgerbeteiligung, Eigenverantwortung und Ehrenamt | Strategische Grundlagen zur demografiefesten Ortsentwicklung Gebäude- und Flächenmanagement im Ort Ortsbildentwicklung; Erhalt ortstypischer Gebäude Breitband-Netzinfrastruktur Neue Mobilitätsmodelle Grund- und Nahversorgung einschließlich medizinischer GV Energie- und Ressourceneffizienz |

1.2. Überblick Zielsystem



2. Die Handlungsfelder im Detail: Stärken und Schwächen, Potenziale und Bedarf, Handlungsfeldziele und Zielvorgaben, Umsetzung

2.1. A Wirtschaftsstarkes Anhalt

| Handlungsfeld 1: Wirtschaft und Wertschöpfung: | |
|--|---|
| Kleine und mittlere Unternehmen stärken, Arbeitsplätze schaffen und Fachkräftepotenziale erschließen | |
| <p>Stärken</p> <ul style="list-style-type: none"> • gut diversifizierte Wirtschaftsstruktur • gut ausgebildeter Dienstleistungssektor (insbes. Handwerk) • steigende Beschäftigungsquoten bei >50-Jährigen • Frauenbeschäftigung kaum unterdurchschnittlich • gute Ansiedlungsmöglichkeiten durch attraktive Gewerbegebiete • Hochschulstandort im Gebiet (Hochschule Anhalt Köthen) | <p>Schwächen</p> <ul style="list-style-type: none"> • geringe Unternehmensdichte, Gewerbeanmeldungen stark sinkend • Beschäftigungsquoten im Jugendbereich stark sinkend • subjektiv wahrgenommene geringe Ausbildungsfähigkeit • merkbare Bildungsabwanderung • Fehlende Fachkräfte, insbesondere in der Gesundheitswirtschaft, der Landwirtschaft und im Handwerk • sechs von sieben Kommunen mit negativem Berufspendlersaldo – Mangel an Arbeitsplätzen im Dorf • geringe DSL-Abdeckung • unterdurchschnittliche Verdienstmöglichkeiten in ländlichen Branchen • sehr niedrige Kaufkraft und Bruttowertschöpfung • geringer Zentralitätsindex des Einzelhandels • zahlreiche innerörtliche Gewerbebrachen |
| <p>Chancen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklungs- und Fachkräftepotenziale u.a. im Bereich ältere Arbeitnehmer und Benachteiligte • Steigerung der Ausbildungsfähigkeit Jugendlicher durch Unternehmenspartnerschaften • Attraktive Märkte für Produkte und Dienstleistungen in den nahe gelegenen städtischen Ballungsräumen • Ausbau der Kooperationen Hochschule-Wirtschaft | <p>Risiken</p> <ul style="list-style-type: none"> • weiter sinkendes Potenzial an jungen Arbeitnehmerinnen und -nehmern durch generelle demografische Entwicklung • Abzug von Arbeitskräften durch die Industriestandorte im Umland |
| <p>Potenziale/Bedarf</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arbeitsmarkt für Jugendliche und Ältere, Fachkräftesicherung • Potenzial an Gebäuden/Flächen (besonders Brachen) für Wertschöpfung und Arbeitsplätze • Existenzgründungen, auch an der Schnittstelle zur Landwirtschaft | |

| Handlungsfeldziele: | | Indikatoren | Zielgrößen |
|---|--|--|------------|
| 1.1. | Die Vernetzung und Kommunikation der Unternehmen untereinander und zwischen Unternehmen und relevanten Zielgruppen wie Jugendlichen, Älteren und generell Stellensuchenden fördern | Anzahl der neu in Berufsorientierungs- und Kommunikationsnetzwerke (Schule-Ausbildungsstätten-Wirtschaft-Kommunen) integrierten Personen und Unternehmen | 700/100 |
| 1.2. | Revitalisierungen und neue oder verbesserte wirtschaftliche Nutzungsformen für Flächen und Gebäude fördern und damit Umsatzsteigerungen erzielen, insbesondere im Zusammenhang mit Betriebsübernahmen und –erweiterungen oder Diversifizierungen | Anzahl neuer oder verbesserter wirtschaftlicher Nutzungsformen in alten Gebäuden | 15 |
| 1.3. | Kompetenzen bei Benachteiligten wie Langzeitarbeitslosen, Älteren, Alleinerziehenden, Menschen mit Migrationshintergrund u.a. sozial schwachen Personengruppen aufbauen | Anzahl der Teilnehmer/innen von Maßnahmen zum Kompetenzaufbau/Empowerment | 120 |
| 1.4. | Existenzgründung unterstützen und Arbeitsplätze im ländlichen Raum durch Verbesserung der Arbeitsbedingungen und Einkommensmöglichkeiten attraktiver gestalten | Anzahl Existenzgründungen | 8 |
| Umsetzungswege <ul style="list-style-type: none"> • Projekte zum frühzeitigen Erkennen spezieller Kompetenzen bei Kindern und Jugendlichen und Orientierung von Jugendlichen auf relevante Berufsfelder durch partnerschaftliche Zusammenarbeit mit Unternehmen (z.B. Zörbig, Quetzdölsdorf, Sekundarschule Köthen ...) • Projekte zur Stärkung der Kompetenzen von am Arbeitsmarkt benachteiligten Personengruppen, z.B. Ältere, Behinderte oder ausländische Mitbürger und Menschen mit Migrationshintergrund (z.B. LandLebenKunstWerk e.V., IBP Dessau ...) • Einzelbetriebliche Investitionsförderungen, insbesondere (aber nicht ausschließlich) im Zusammenhang mit der Nachfolgesicherung, mit Betriebserweiterungen und Diversifizierungen, mit dem Erhalt von Gebäuden und mit Energieeffizienzmaßnahmen, gekoppelt mit Arbeitsplatzschaffung und/oder einer deutlichen Verbesserung der Arbeitsbedingungen für die Angestellten (z.B. MMT Raguhn, Fischhaus Rosenkranz ...) • Ggf. Projekte zur Stärkung von Kleinunternehmen durch Netzwerkarbeit und dem Aufbau kooperativer Vermarktungs- und Bildungsstrukturen • Projekte zur Unterstützung von Existenzgründer/innen • Zielkooperationen im Thema Fachkräfte mit den LAGn Mittlere Elbe-Fläming, Wittenberger Land und Dübener Heide | | | |

| Handlungsfeld 2 Landwirtschaft, Kulturlandschaft und Regionalvermarktung | |
|---|--|
| Flächennutzung optimieren, regionale Produkte vermarkten, Biodiversität und Kulturlandschaft fördern | |
| Stärken <ul style="list-style-type: none"> • Region mit starkem Sektor Landwirtschaft: Große, wirtschaftlich gut aufgestellte Betriebe • teils sehr hohe Bodenwertzahlen • große, leistungsfähige und gut aufgestellte Betriebe • Sensibilität für Belange der Landwirtschaft und Kulturlandschaft in der Tradition verankert („Agrikultur“) • bestehende Direkt- bzw. Regionalvermarktungslinie (Regionalmarke Mittelelbe) • Nachfragepotenzial nach regionalen Produkten bei Gastronomie (Genießertour, Nachfrage insbes. bei Fleisch und Fisch) • Anteile am Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe | Schwächen <ul style="list-style-type: none"> • großer Flächendruck (u.a. bei tierhaltenden Betrieben) • Flächenkonkurrenz • geringer Diversifizierungsgrad – Ackerbau dominiert • sehr großer Anteil Pachtflächen (bis zu 90%) mit kleinteiligen Eigentumsstrukturen • fehlende Schlacht-/Verarbeitungskapazitäten für regionale Vermarktungsaktionen (Bereich Fleisch) bzw. mangelnde Zusammenarbeit mit bestehenden Schlachtbetrieben • Mangel an kaufkräftigen Kunden für Produkte der Regionalmarke innerhalb der Region • Hemmnisse bei der Zusammenarbeit großer und kleiner Betriebe und teilweise Mangel an kooperativen Handlungsansätzen • Vernässung der Flächen (Flussauen) insbesondere im Grünland • schwindendes Bewusstsein für die agrikulturellen Wurzeln des dörflichen Lebens und für die Kulturlandschaftsentwicklung • teilweise Mangel an strukturierenden Landschaftselementen im Bereich der großen Ackerflächen • Überangebot an Kleingärten mit Nutzungseinschränkungen |

| | | | |
|---|---|--|-------------------|
| Chancen <ul style="list-style-type: none"> • Stärkung der Direkt-/Regionalvermarktung durch Kundenpotenziale in den umliegenden Ballungszentren • Erschließung von Wertschöpfungspotenzialen durch erweiterte und verbesserte Zusammenarbeit der diversifizierten Betriebe • Entwicklung der Kulturlandschaft und weitere Wertschöpfung durch regionales Flächen- und Ausgleichsmaßnahmenmanagement und gezielten Greening-Einsatz | | Risiken <ul style="list-style-type: none"> • verstärkter Fachkräftemangel durch Überalterung und Bevölkerungsschwund • Flächenkonkurrenz als Hemmnis für weitere Diversifizierung • Mangelnde Kooperationsbereitschaft/Zusammenarbeit mindert Potenzial bei Markteroberung bzw. Kundenakquise für regionale Produkte | |
| Potenziale/Bedarf <ul style="list-style-type: none"> • Optimierung der Flächennutzung abseits der großen Schläge • Sensibilisierung von Kindern und Jugendlichen für die Rolle der Landwirtschaft • Ausbau Direkt-/Regionalvermarktung • Marketing für Produkte und Region • Verknüpfung Tourismus und regionale Produkte • Entwicklung Kulturlandschaft | | | |
| Handlungsfeldziele: | | Indikator: | Zielgröße |
| 2.1 | Das Netzwerk der Direkt-/Regionalvermarkter stärken und professionalisieren (insbesondere durch Management und Qualifizierung, durch den Abbau von Kooperationshindernissen, die Erweiterung des Produktportfolios, des Kundenspektrums bzw. der Themenlinien) und damit mehr Wertschöpfung erreichen | Anzahl ...neuer Mitglieder ...neuer Produkte ...Qualifizierungen/Moderationen | 15 15 5 |
| 2.2 | Das Marketing für regionale Produkte innerhalb und außerhalb der Region forcieren und damit Umsatzsteigerungen erzielen sowie das regionale Verbraucherbewusstsein für den Ressourcenschutz und die Kulturlandschaft verändern | Anzahl größerer Werbeaktionen in der Region außerhalb der Region | 5 3 |
| 2.3 | Diversifizierung der Betriebe und grüne Existenzgründung u.a. durch Qualifizierungen und Erschließung inner- und außerörtlicher Flächenpotenziale fördern | Anzahl ...Qualifizierungen ...Diversifizierungsmaßnahmen ...Flächennutzungskonzepte Neu genutzte Flächen (ha) | 3 2 1 20 |
| 2.4 | Die Biodiversität fördern, unter anderem im Zuge von Ausgleichsmaßnahmen, durch Genpoolbildung, durch ökologische Aufwertung von Gewässern und durch Umweltbildungsmaßnahmen | Anzahl ...Ausgleichsmaßnahmen ...Bildungsmaßnahmen | 10 5 |
| Umsetzungsbeschreibung: <p>Tenor „Ausgleich“ zwischen Akteuren, Interessen, Bedarfen und Landnutzungsformen</p> <p>Biodiversität und Kulturlandschaft:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vermehrungs- und Generhaltungshecken, Ausweisung von Erntebeständen (z.B. FÖLV) - ggf. (auch innerörtliche) ökologische Aufwertung von Teichen - Regionaler Ausgleichsflächen- und maßnahmenpool in Kombination mit Erstellung Flächennutzungskonzept zusammen mit Flurneuordnungsbehörde (s. auch unten) - Ausweitung ehrenamtlichen Engagements im Natur- und Landschaftsschutz, z.B. durch Ehrenamtsbörse oder Zeit-/Geldspenden (FÖLV) - Umweltbildung im Themenkreis regionale Produkte und Kulturlandschaft: Gärtnern, Imkern (z.B. Land-LebenKunstWerk e.V. Quetzdölsdorf, Domäne Dohndorf, Kleingartenreich e.V. ...) <p>Regionalvermarktung:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Förderung Direkt-/Regionalvermarktung (s. auch „Grüne Existenzgründung“) <ul style="list-style-type: none"> o Weiterentwicklung Regionalmarke mit neu installiertem Projektmanagement (Projekt-, Markt- und Kooperationsanalyse, Anbietwork, Identifizierung/Schaffung regionale Verarbeitungskapazitäten, Leistungsunterstützung LEH, Qualifizierungen) o Entwicklung von Kooperationen mit Nachbarregionen z.B. hinsichtlich Belieferung Gastronomie (Erzeuger-Abnehmer-Kooperation) bzw. touristische Wirkung o Absatzförderung von (Bio)fleisch durch Vernetzung von Produzenten und Gastronomie, Kapazitätsprüfung von Schlachtstätten bzw. Aufbau einer Bio-Schlachtstätte (z.B. Regiofleisch, BVA e.V., Primigenius) o Nischen ermöglichen über optimierte Flächennutzung (z.B. Flächenüberlassung durch Großbetriebe für Quereinsteiger/Direktvermarkter, Nutzungsänderungen von Kleingärten ...) - Verbraucherbewusstsein/Information <ul style="list-style-type: none"> o Informationskampagne | | | |

| |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Bildung <ul style="list-style-type: none"> o Werbung für Berufsbilder (Fachkräftegewinnung/-sicherung), Kooperation mit Hochschule Köthen (Ausbildungsangebot für Studienabbrecher als künftige Fachkräfte) o Motivation/Angebote für Menschen Ü50 (z.B. IBP Dessau) o „Grüne Existenzgründung“ => Ausbildung für Quereinsteiger (Nebenerwerbs-Ausbildung o.Ä., Ausbildung zum Nebenerwerbslandwirt – Bedarfsanalyse und Curriculum) o Qualifizierung Direktvermarkter (mit Vernetzung) im Rahmen Projektmanagement - Tourismus/Landschaft <ul style="list-style-type: none"> o Vernetzung Erzeuger/Direktvermarkter und Gastronomie mit Unterstützung durch Tourismus (neue „Linie“) o Greening-Auflagen (z.B. Blühstreifen etc.) nutzen, um lokal gezielt „touristische Hotspots“ (Ausflugsziele, Dorfränder etc.) hinsichtlich Landschaftsbild aufzuwerten – Konzept, wo Greening am sinnvollsten einzusetzen) <p>Zielkooperation im Thema Regionalvermarktung u.a. mit den LAGn Mittlere Elbe-Fläming, Wittenberger Land und Dübener Heide</p> |
|--|

| Handlungsfeld 3 Kultur und Tourismus | | | |
|--|--|---|-------------------|
| Integrierte Kultur- und Aktivtourismusedwicklung und –vermarktung gemeinsam mit allen Partnern | | | |
| Stärken | | Schwächen | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Reiches Kulturangebot, Tradition und Brauchtum im alten Kernland der Askanier und Wettiner, teils mit überregionalem Potenzial (z.B. Eike von Reggow) • Nähe zu Ballungszentren als touristische Quellgebiete • überregionale Rad-, Wander- und Pilgerrouen teils entlang attraktiver Flusstäler (Elbe, Fuhne) und kulturelle/kulturhistorische Highlights am Wege und in der Fläche • Kirchen als Ort der Kultur und aktive Kirchgemeinden | | <ul style="list-style-type: none"> • Fehlende Bekanntheit der Region und ihres kulturellen Erbes • Themenlinien wenig aufbereitet • kaum gezielte Vermarktungsaktivitäten • Übernachtungszahlen gering • Auslastung der Betriebe teils unter der Rentabilitätsgrenze • Kirchen als Veranstaltungsorte nicht immer in gutem baulichen Zustand und/oder nicht ganzjährig nutzbar, nicht barrierefrei • Öffnung der Kirchen nur teilweise abgesichert • geringer Kooperationsgrad touristischer Anbieter | |
| Chancen | | Risiken | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Aufwertung der Region durch Schaffung eines klaren Profils als Geschichts- und Kulturtourismusegion und Einbindung in die Markensäulen des Landes • Nutzung der Potenziale an Tages- und Kurzeitouristen in den nahe gelegenen Ballungsräumen • Wertschöpfungspotenziale durch zielgruppensensible Ansprache von Radtouristen | | <ul style="list-style-type: none"> • Konkurrenzlage um Tages- und Kulturtouristen • Fehlende Entwicklungsdynamik abseits der touristischen Highlights | |
| Potenziale/Bedarf | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Tagestourismus • Rad/Aktiv • Kulturtourismus über die Linien Geschichte / Reformation, Kirche • Innen- und Außenmarketing • Information und Service | | | |
| Handlungsfeldziele | | Indikatoren | Zielgrößen |
| 3.1 | Region Anhalt als Kulturraum nach innen und außen vermarkten und dabei Kooperationsstrukturen sowohl innerhalb der Region als auch regionsübergreifend stärken, z.B. durch den Aufbau eines neuen touristischen Netzwerkes | Anzahl ... neuer, Kommunen übergreifender Marketingaktionen ...neuer Netzwerke/Mitglieder | 4 1/25 |
| 3.2 | Rad-, Themen- und spirituelle Wege als Orte und Regionen verbindende Elemente erhalten und in Wert setzen, dabei insbesondere touristische Highlights und Kirchen als Zentren der Kultur | Anzahl ...neuer kultureller/touristischer Angebote ...neuer Zertifizierungen als Radwegkirche oder verlässlich geöffnete Kirche | 12 6 |

| | | | |
|--|--|--|----|
| | aufwerten | ...km Radwegausbau; Lückenschlüsse; Beschilderungen | 15 |
| 3.3 | Die Informations- und Servicequalität entlang von Rad- und Wanderwegen und im Umfeld touristischer Highlights verbessern, damit die Aufenthaltsdauer der Gäste verlängern und die touristische Wertschöpfung erhöhen | Anzahl von Kommunen mit neuen Informations- und Serviceangeboten | 4 |
| Umsetzungswege: <ul style="list-style-type: none"> • Überregionale und regionale Zusammenarbeit sowie die Stadt-Umland-Beziehungen im Tourismus stärken, insbesondere im Zusammenhang mit der Lutherdekade, mit Bezug auf Rad- /Wanderwege und Themenstraßen und im Kulturtourismus (z.B. Zielkooperation Reformation und Luther mit LAGn Mittlere Elbe-Flämg, Wittenberger Land, Dübener Heide und den LAGn entlang der europäischen Route der Reformation; Netzwerk Kirchentourismus ...)) • Verbesserte Einbindung der Region in überregionale Tourismusmarketingaktionen (Z.B. Containeraktion „Anhalt kompakt“) • Radwegentwicklung der Klassen 1 bis 3, Lückenschlüsse; sonstige Schwerpunkte sind der Lutherweg und Themenstraßen (Straße der Wettiner und Straße der Deutschen Sprache) • Steigerung des Erlebniswertes, bauliche Verbesserungen und Schaffung von Barrierefreiheit bei Ausflugszielen und in Veranstaltungszentren (z.B. Projekt „Kirchenwege“, barrierefreie Synagoge Gröbzig u.a.) • Servicequalität insbesondere entlang überregionaler Rad- und Wanderwege wird z.B. verbessert durch Leitsysteme in den Kommunen (Hinweisschilder auf Sehens-, Erlebnis-, Genießens- und Mitbringenswertes aufstellen), und durch Verdichtung der (Rad)servicepunkte • Verknüpfungen zum HF 2 schaffen durch gastronomische Angebote mit regionalen Produkten | | | |

2.2. B Attraktives, bürgernahes Anhalt

| Handlungsfeld 4 | | | |
|---|---|---|----|
| Gemeinsam zum Ziel: Soziale Werte, Ehrenamt und Bildung | | | |
| Bürgerbeteiligung stärken, Bildung und Teilhabe fördern, Ehrenamt unterstützen, Generationen und Kulturen zusammenführen | | | |
| Stärken <ul style="list-style-type: none"> • ausgeprägte regionale Identität • Weitgehend intakte Strukturen des sozialen Zusammenlebens • Bereitschaft, sich im Dorf zu engagieren | | Schwächen <ul style="list-style-type: none"> • Sinkende Einwohnerzahlen, Verlust an Jugendlichen, steigender Anteil Hochbetagter • teils hohe Wegzugsraten von Frauen • Nachwuchsprobleme im Ehrenamt | |
| Chancen <ul style="list-style-type: none"> • neue und verbesserte Formen des Ehrenamts • neue Qualität des Zusammenlebens durch Zuwanderung | | Risiken <ul style="list-style-type: none"> • weitere Verschlechterung der Lebensqualität im Dorf durch die demografische Entwicklung | |
| Potenziale/Bedarf <ul style="list-style-type: none"> • Willkommenskultur im Dorf schaffen • Integration, Inklusion, Miteinander der Generationen • Professionalisierung des Ehrenamtes • Soziokulturelle Bildung | | | |
| Handlungsfeldziele | Indikatoren | Zielgrößen | |
| 4.1 | Vereine, Ehrenamt und generell Bürger durch Information und Bildungsmaßnahmen professionalisieren sowie durch stärkere Zusammenarbeit (besonders im Rahmen von Projekten vernetzen), wobei eine neue Qualität der Bürgerbeteiligung und Eigenverantwortung entsteht | Anzahl der beteiligten Vereine | 25 |
| 4.2 | Den Zusammenhalt zwischen den Generationen durch niedrigschwellige Angebote wie Orte mit Treffpunktfunktion oder moderierte Prozesse erhalten und fördern | Anzahl der Kommunen, in denen Generationengerechtigkeit thematisiert wird | 7 |
| 4.3 | Die sozio- und interkulturelle Kompetenzbildung fördern und das Dorf als Ort des lebenslangen Lernens etablieren, um ländliche Kultur ... | Anzahl der interkulturell getragenen oder soziokulturellen Bildungsprojekte | 10 |

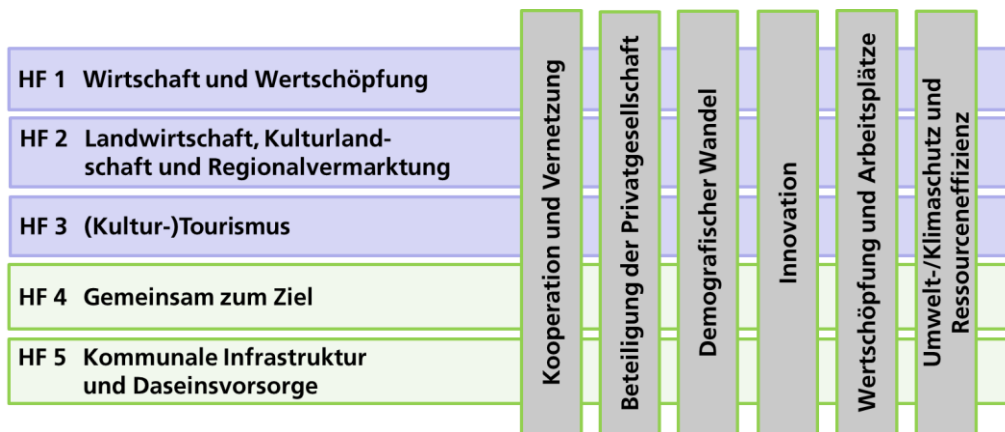
| |
|--|
| <p>Umsetzungswege:</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Mitmachprojekte“ für Jedermann zur Aktivierung von Eigenverantwortung (z.B. Bürgerradio Zörbig, Reparatur-café Maasdorf) • Bildungsreihe für Vereine • Verstärkte Kooperationen von Vereinen untereinander im Rahmen von Projekten (z.B. Land.Leben.Kunst.Werk.e.V.) • Verstärkte Nutzung der im HF 5 (Infrastruktur) entstandenen Gebäude mit neuen Treffpunktfunktionen, Bürgerhäuser, Vereins- und Mehrgenerationenhäuser zur Initiierung von Zusammenarbeit zwischen den Generationen und Kulturen, ggf. durch moderierte Prozesse zur Bürgerbeteiligung im Rahmen integrierter Ortsentwicklung • breiter Einbezug der Öffentlichkeit bereits bei Ideenfindung, Planung und ggf. Finanzierung von (Infrastruktur)projekten (z.B. Mehrzweckhaus Dornbock, Kita Tornau) • Bildungsprojekte für alle Bevölkerungsgruppen besonders mit dem Fokus Umwelt und Agrikultur (siehe HF 2, z.B. Domäne Dohndorf, Kleinfolgenreich e.V. und Land.Leben.Kunst.Werk.e.V.), traditionelles Handwerk und Bauen (z.B. Herrenhaus Wörbzig) sowie Soziokultur/Migrations- und Flüchtlingsproblematik (z.B. Land.Leben.Kunst.Werk.e.V.) |
|--|

| Handlungsfeld 5 Infrastruktur und Daseinsvorsorge | | | |
|---|--|---|-----|
| Ländliche Infrastruktur erhalten und entwickeln, Grund- und Nahversorgung verbessern und Ressourcen effizient nutzen | | | |
| <p>Stärken</p> <ul style="list-style-type: none"> • insgesamt gute und zentrale Lage unweit großer Oberzentren • in Teilen gute Verkehrsanbindung (BAB, B, DB Halle-Köthen-(Dessau –MD-Bernburg) • attraktive Orte und Ortskerne mit regionaltypischer Baukultur • gutes Angebot zur Kinderbetreuung | <p>Schwächen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Siedlungsstruktur dezentral, zahlreiche kleine Ortschaften • gebietsweise unzureichende Verkehrsinfrastruktur und ausgedünntes ÖPNV-Angebot • geringe Breitbandabdeckung • Nahversorgung und medizinische Grundversorgung teilweise lückenhaft • Wohnungs-, Gebäudeleerstand • Barrierefreiheit zu selten gegeben | | |
| <p>Chancen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufwertung der Ortsbilder durch Umnutzungsstrategien und gezielte Entwicklungsmaßnahmen • Ansiedlung und Erhöhung der Bleibebereitschaft junger Familien und Älterer durch Bereitstellung günstigen Wohnraums und Schaffung generationengerechter neuer Wohnformen | <p>Risiken</p> <ul style="list-style-type: none"> • Generell zunehmende Verteuerung von Infrastruktur und Daseinsvorsorge in den Kommunen • Abseits der Verkehrsachsen wachsende Mobilitätsprobleme mit Rückzug des ÖPNV aus der Fläche • Imageverschlechterung als strukturschwache Region | | |
| <p>Potenziale/Bedarf</p> <ul style="list-style-type: none"> • DSL • Mobilität • Gebäudeerhalt • Bedarfsgerechte Ausgestaltung der Grund- und Nahversorgung • Interkommunales Handeln; strategische Aufstellung zur Absicherung der Daseinsvorsorge | | | |
| Handlungsfeldziele | Indikatoren | Zielgrößen | |
| 5.1 | Strategische Grundlagen für eine integrierte und zukunftsfähige Kommunalentwicklung und zur Absicherung der Daseinsvorsorge schaffen | Anzahl der Konzeptionen | 4 |
| 5.2 | Bedarfsgerechte Mobilitätsangebote alternativ zum ÖPNV schaffen | Anzahl der Konzeptionen für alternative Mobilitätsformen/Anzahl der umgesetzten Maßnahmen | 2/1 |
| 5.3 | Grund- und Nahversorgung mit Waren und Dienstleistungen verbessern | Anzahl der Projekte zur Verbesserung der Grund- und Nahversorgung | 4 |
| 5.4 | Ortsbilder und ortstypische Gebäude einschließlich der Kirchen erhalten und entwickeln und neue Nutzungsformen etablieren | Anzahl erhaltener/durch neue Nutzungsformen aufgewerteten Gebäude | 15 |
| 5.5 | Infrastruktur barrierearm gestalten | 20 neue barrierearme Angebote | 20 |
| 5.6 | Schnelles Internet ausbauen | Anzahl der neu mit DSL erschlossenen Ortschaften | 10 |
| <p>Umsetzungswege:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konzeptionen zur Orts- und lokalen Flächenentwicklung „aus einem Guss“ | | | |

- Erhaltung von Gebäuden, gekoppelt mit Barrierefreiheit und/oder Energieeffizienzmaßnahmen und im Zusammenhang mit Funktionsanreicherungen zur (kosten)effizienten Nutzung von Infrastruktur (Treffpunktfunktionen, Bildung - s. HF 4 und Veranstaltungen - s. HF 3; wirtschaftl. und landwirtsch. Nutzung s. HF 1 und 2) in allen Kommunen
- demografiefeste Entwicklung der Ortsbilder (Barrierearmut, z.B. Gröbzig u.a.) und Erhalt denkmalgeschützter Gebäude (Mühlen, Kirchen), sofern wirtschaftlich oder öffentlich genutzt
- Ortsbildgestaltende Maßnahmen mit Belebungs- und Treffpunktfunktionen (z.B. Park Sandersdorf-Brehna u.a.)
- Vorhaben zur Verbesserung der Grund- und Nahversorgung (z.B. Dorfladen Salzfurkapelle) einschl. Verkehr und Mobilität (z.B. Bürgerbus Köthen) und Kindertagesstätten/Schulen (Raguhn-Jeßnitz, Osternienburger Land)
- Internetausbau als Kostensenkungsfaktor, Wirtschaftsfaktor und Element von Lebensqualität mit oder ohne Fördermittel (Prüfung auf FOR-Relevanz)

2.3. Querschnittsziele –

Neben den zwanzig Handlungsfeldzielen definiert sich die Region Anhalt sechs Querschnittsziele:



Querschnittsziele werden unabhängig von den Handlungsfeldern in jedem Projekt verfolgt und sind einander gleichwertig. Wie gut Querschnittsziele berücksichtigt werden, fließt in die Bewertung der Vorhaben mit ein.