

## Themenforum 4: Projekte / Programme

Leitung: Christopher Toben (LGMV)

Thesen:

Flächenintensive Nutzungen haben in den Städten keinen Raum mehr, im ländlichen Umland stagniert dagegen die Wirtschaft teilweise.

Ländliche Räume haben eigene Potentiale, z. B. Fläche, Natur, Kultur.

Kooperation macht Sinn, wenn Räume sich ergänzen.

Wir brauchen eine sinnvolle raumfunktionale Arbeitsteilung.

Ziel: Schaffung von Win-win-Situationen, Kooperation zwischen gleichberechtigten Partnern auf \*Augenhöhe\*.

**Ganzheitlichkeit**

**Erreichbarkeit**

**Nachhaltigkeit**

**Umsetzbarkeit**

Voraussetzung für Umsetzungsprojekte: Allianzen bilden, Kooperationen, um STÄRKEN zu vermarkten

Identität - Wie erreicht man diese?

Der ländliche Raum muss sich auf Kernthemen beschränken !!!

(Stichwort: Aktionismus) **Potenziale vor Ort bündeln**

**Funktionen des LR:** Wohnstandort, Tourismusstandort (Stadt-Land-Tourismus), touristische Achsen, Kompensationsflächen für die Metropole?

**Verantwortung:** Angebote für Zuzügler schaffen → Attraktivitätssteigerung und Spezialisierung (z.B. altengerechtes Wohnen, ÖPNV)

Akteure (bspw. klein- u. mittelständische Unternehmen des Handwerks) stärker einbinden → nachhaltige Erfolge, strategische Unternehmensentwicklung, Netzwerke

***Zentrale Koordinierungsstelle einrichten („Kümmerer“)***

**Projektideen / Lösungen:**

- Überregionale Tourismusinformation, Tagungsführer
- Vermarktung ökologischer Produkte
- Wohnstandorte (generationsübergreifend): „einwohnen“, indem man zunächst nur einen Zweitwohnsitz nimmt
- „business group“ von Experten, die bei standortbedeutenden Vorhaben zusammengerufen werden
- Standortatlas Gesundheitsversorgung
- Kinder/Jugendliche; z.B. Urlaub auf den Bauernhof (Einbindung von Jugendherbergen, Campingplätzen...); Naturlehrpfade
- Lernorte Ländliche Räume (Uni Rostock): Befragung von Bauernhöfen, Hilfe bei der Umsetzung
- Thema BILDUNG allgemein (Spezialisierung Sportgymnasium Schwerin)

**Programme:**

- LEADER, Regionen Aktiv
- Förderfonds (Nord und Süd) der MRH; M-V nicht enthalten
- Verein Naherholung Hamburger Umland e.V.

**Für alle Themen: Öffentlichkeitsarbeit /  
eigenständige Vermarktung zur Gewinnung an  
Bekanntheitsgrad und ggf. Kooperation mit anderen  
Partnern**