

AktivRegion Innere Lübecker Bucht: Dokumentation Workshop „Wachstum und Innovation“ – 17.06.2014 in Scharbeutz

Kernthema: Entwicklung, Vernetzung und Vermarktung regionaler Angebote und Produkte

Schwerpunkte	Regionale Potentiale	Vision 2020	→ Entwicklungsziele → Kernthemenziele/ Handlungsziele → Teilziele/ Maßnahmenziele	Maßnahmen	Projekte
Tourismus (Natur, Kultur, Aktiv, Gesundheit)	Kulturelle Veranstaltungs- orte im Binnenland, z.B. Bürgerhaus Ahrensböök	Barrierefreie Urlaubs- und Freizeitregion Stärkere Vernetzung von Küste & Binnenland		<ul style="list-style-type: none"> • Vernetzung von Kunst-, und Kulturangeboten • Einrichtung / Ausbau von Themenrouten 	<ul style="list-style-type: none"> • Kulturscheune Curau • Lübecker Bucht Bikes und Cars – (K+E) • Einrichtung von Elektrotankstellen entlang von Fahrradwegen – (K+E)
		„Entschleunigung“ – Unternehmungen in unsere vielfältige Landschaft → Hügelland, Seen, Wälder, Meer	Attraktive Wohn-/Kultur- /Freizeitangebote auch im direkten Hinterland der Tourismusorte (Entdeckung verborgener Potentiale)	<ul style="list-style-type: none"> • Ausbau/Beschilderung des Wanderwegenetzes • (Marketing-) Maßnahmen zur Anwerbung ausländischer Touristen • Naturtouristische Angebote • Fußgängerzonen laden zum Bummeln und Shoppen ein 	
	Aktiv & gesund- Kampagne der TALB (auch für Einheimische nutzbar)	Kultur (als identitätsstiftendes Element) soll Neu- und Alteinwohner zusammenbringen (DV)		<ul style="list-style-type: none"> • Entgeltfreie Nutzung öffentl. Angebote • Mehr regionale Partner für touristische Angebote finden 	<ul style="list-style-type: none"> • Kleinteilige Naturerlebnisse schaffen und vermarkten • Museums-Forum für Interaktionen, Nacht der

		Die ILB als familienfreundliche Region (stärker) vermarkten	Eine Region mit hoher Wohn- und Freizeitqualität, bester sozialer Infrastruktur - für jung und alt - Junge Familien und Alleinstehende - Mit guter Verkehrsanbindung an Arbeitsplätze in den Städten - Interessant für Telearbeitsplätze und Selbstständige mit IT-Anbindung (DV)	<ul style="list-style-type: none"> • Patenschaften entwickeln (Ferienpassaktion) „Wir zeigen den Gästen unsere Region“ („Integrativer Tourismus“) • Saisonale Produkte/Angebote stärker herausstellen und als touristische Angebote vermarkten („Saisonverlängerung“ und „Identitätsstiftung“) 	Museen <ul style="list-style-type: none"> • Karls-Erdbeerhof / Erlebnishof • Urlaub auf dem Bauernhof in unmittelbarer Strandnähe als naturtouristische Angebote ausbauen • Nordic Walkingtouren der TALB u.ä. • Parkplätze in 2. Reihe schaffen • Geocaching als Naturerlebnisse anbieten • Naturführungen • Fischerei-Erlebnispfad • Wohnmobil-Parkplätze • Fahrradtouren + Naturführungen für Städter
		„Naturerlebnisse“ – weg vom Computerspiel, Spielen in freier Natur (besonders für Kinder)		„Naturerlebnisse“ als soziale Treffpunkte	
		Viele Angebote zur Förderung der Gemeinschaft und Vermeidung der Vereinsamung (DV)			
Neue Produkte, Technologien		Flächendeckend auf dem neuesten Stand – Netz-Technik / mobile Daten (bspw. LTE-Abdeckung)		Installation/Weiterentwicklung digitaler Info-Systeme Digitale Möglichkeiten für barrierefreie Angebote nutzen – (DV)	<ul style="list-style-type: none"> • Tourist-Informationen mit digitalem Angebot (z.B. App, Hot-Spot) im Zuge der Rathausplatzumgestaltung oder bei der Ortskernplanung • Lübecker Bucht App umsetzen (Touristische Angebote,

					Veranstaltungen, etc.) <ul style="list-style-type: none"> • Mehrsprachige Informationsangebote fördern • Übergreifende Darstellung von Informationen parallel zu bestehenden Systemen • Apps mit relevanten Informationen erstellen: Verortung Behinderten-WC, Öffnungszeiten Geschäfte, ... • Gastronomische Betriebe obligatorisch mit WLAN • Kultur-App ILB
Regionale Produkte	<ul style="list-style-type: none"> • Artgerechte Tierhaltung als Vermarktungspotential • In vielen Orten gibt es regionale Märkte (z.B. Scharbeutz) • Konfitüre, Fisch, Schnaps, Honig, Museum etc. • Aktiv & gesund-Kampagne der TALB 		Vernetzung – Bedarf decken im ehrenamtlichen Bereich (DV)	„Alte Hasen helfen jungen Küken“	
		Neue Vermarktungs- und Erlebnisketten schaffen „Wertschöpfungsketten“ Abwanderung qualifizierter Arbeitskräfte/junger Leute verhindern	Nutzung regionaler Produkte als Selbstverständlichkeit - Nicht nur Lebensmittel sondern auch Handwerker,...	<ul style="list-style-type: none"> • Regionales kulturelles Handwerk für touristische Erlebnisse (Backofen, Schmiede, Kräuter, „hexe“) • Firmen stärker in die Region integrieren, um Ausbildungsplätze mit eigenen Leuten zu besetzen („Ausbildungskultur“) • Bessere ÖA für regionale Produkte (viele sind noch nicht bekannt) • Förderung der Aufklärung über artgerechte Tierhaltung / gesunde Ernährung 	<ul style="list-style-type: none"> • Frisch zubereitete Mittagsverpflegung mit regionalen Produkten an KiTa's und Schulen • Vorbild „Unser Norden“: „Unsere Lübecker Bucht“ als Marke leben • Berufs-, Ausbildungsmessen an Schulen mit regionalen Firmen (B) • Infokampagne: z.B. Firmenporträts (online) – (Firmen machen auf sich aufmerksam) (B) • „Feinheimisch“ als Partner für Absatz regionaler Produkte

<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: auto;"> Einrichtung einer „Koordinierungs- stelle“ für regionale Produkte (Aufnahme- Entwicklung- Vernetzung- Vermarktung) </div>				<ul style="list-style-type: none"> • Absatzstellen für regionale Produkte schaffen (Wochenmärkte, etc.) • Innovative Firmen, die weltweit tätig sind, auch an die Region binden • Absatzmarkt für regionale Produkte analysieren + Konzept für Vermarktung entwickeln • Erlebnisse mit regionalen Produkten schaffen, z.B. selbst gefangenen Fisch frisch auf den Tisch • Attraktive/gesunde Arbeitsbedingungen schaffen/erhalten („Arbeitskraft als höchstes Gut des Unternehmens“) • Maßnahmen + Projekte zur Gesunderhaltung 	<ul style="list-style-type: none"> • Willkommenskultur für Gäste: Kühlschrank mit regionalen Produkten in FeWo + Flyer mit Bezugsquellen
	Frauen können vom Verkauf ihrer regionalen Produkte existenzsichernd leben z.B. Bauern-/Hofgastronomie	Erzeugerring ILB	Stärkere Vernetzung „Küste & Binnenland“ Fachkräfte halten/gewinnen	Regionales Vermarktungszentrum LB Shop und online (Produkte aus der Region) + Dienstleistungen aus der Region (Gesundheit, Ernährung etc.)	<ul style="list-style-type: none"> • Lockerer Erzeugerring ILB / Vernetzung • Erfassung regionaler Erzeuger (Bsp. „Käsestraße“) • Forum/VA zum Thema „Regionale Produkte“ • Forum Erzeuger + Austausch

Erläuterungen:

„DV“: Überschneidung mit dem Förderschwerpunkt „Nachhaltige Daseinsvorsorge“

„K+E“: Überschneidung mit dem Förderschwerpunkt „Klimawandel und Energie“

„B“: Überschneidung mit dem Förderschwerpunkt „Bildung“