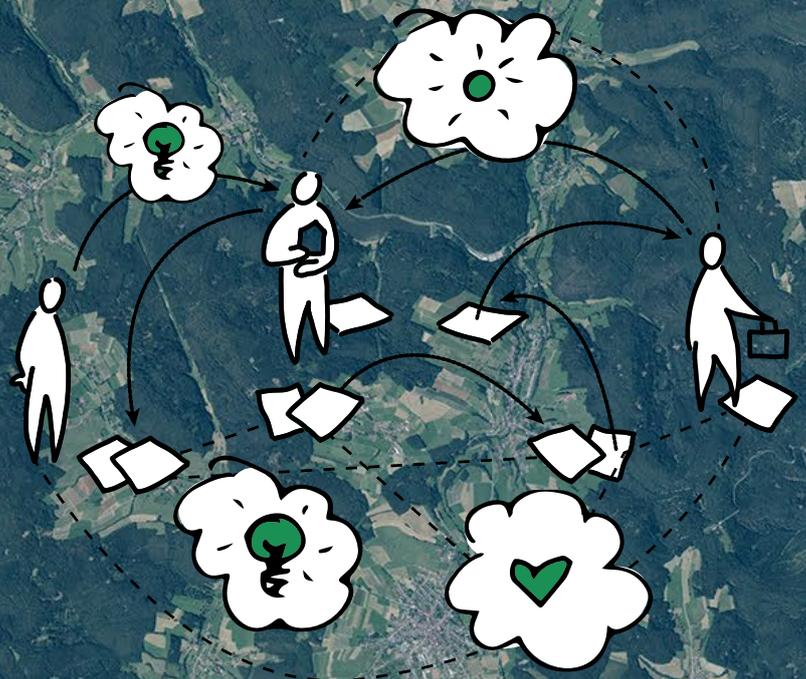


Die Region Odenwald unter einem Dach

LES – Lokale Entwicklungsstrategie



Impressum

Im Auftrag der Interessengemeinschaft Odenwald e.V. (IGO)

Erstellt von
nonconform ideenwerkstatt GmbH
Reichenberger Straße 124 A, 10999 Berlin

Projektleitung: Annelie Knust
Bearbeitung: Maria Isabettini, Torsten Klafft, Astrid Erhartt-Perez Castro

Gefördert durch:



Berlin, 29. August 2022
Version 2

Vorwort

Die vorliegende neue Lokale Entwicklungsstrategie für die Region Odenwald wurde im Rahmen eines partizipativen Beteiligungsprozesses mit tatkräftiger Mithilfe vieler Bürger:innen, Institutionen, Kommunen, Ämtern und Firmen erstellt. Vor Ihnen liegt das Ergebnis der gemeinsamen Arbeit.

Als Interessengemeinschaft Odenwald e.V. ist es uns ein großes Anliegen, allen Beteiligten unseren Dank auszusprechen. Hervorzuheben sind hier insbesondere die Mitglieder der Steuerungsgruppe, die in einer Vielzahl von Sitzungen und Workshops intensiv die Zukunft des Odenwalds mitgestaltet haben, Konzeptentwürfe Korrektur gelesen haben und immer mit konstruktiven Ratschlägen den gesamten Prozess begleitet haben.

Wir hoffen, dass sich alle, die sich an diesem Prozess beteiligt haben, in der Lokalen Entwicklungsstrategie und ihren Handlungszielen wiederfinden und bitten um Verständnis, wenn dies aufgrund der großen Datenmenge nicht in jedem Fall möglich gewesen sein sollte.

Durch die Erfahrungen der letzten Jahre und Jahrzehnte konnten wir bei der Erstellung der Strategie auf einen großen Wissenspool zurückgreifen und die neue Leitvision als Zusammenspiel von den bisherigen Erfahrungen und den neu eingebrachten Impulsen entwickeln.

Die Region Odenwald unter einem Dach

Mit dieser Vision wollen wir als Region in die Zukunft gehen – gemeinsam gestalten, uns miteinander vernetzen.

Die letzten zwei Jahre haben gezeigt, wie wichtig gerade im ländlichen Raum der gesellschaftliche Zusammenhalt ist. Und auch, wie zerbrechlich dieser sein kann. Wir wollen uns um die Region Odenwald und umeinander kümmern. Mit den engagierten Bürger:innen, die sich hier für ihre Heimat einbringen, werden wir als Region erfolgreich den Odenwald weiterentwickeln.

Zuletzt gilt unser Dank den Mitarbeiter:innen der Agentur nonconform, die für die Gestaltung des Prozesses sowie die Erstellung der Strategie in großen Teilen zuständig waren und sich bei unserer **#ideenfahrt** mit vollem Einsatz für unsere Region eingebracht haben.

Vorblatt



Stand: Mai 2022

Name der Lokalen Aktionsgruppe	Interessengemeinschaft Odenwald e.V.
Vorsitz der LAG	Landrat Frank Matiaske Michelstädter Str. 12 64711 Erbach Telefon: 06062 70-320 oder -201 E-Mail: buero-landrat@odenwaldkreis.de
Sitz der LAG	Interessengemeinschaft Odenwald e.V. Marktplatz 3 64711 Erbach Telefon: 06062 80902-20 E-Mail: info@region-odenwald.de
Regionalmanagement	Rekha Krings (Geschäftsführung) Marktplatz 3 64711 Erbach Telefon: 06062 80902-21 E-Mail: r.krings@region-odenwald.de Caroline Koch (stellv. Geschäftsführung) Telefon: 06062 80902-22 E-Mail: c.koch@region-odenwald.de Gabriele Biel Telefon: 06062 80902-20 E-Mail: g.biel@region-odenwald.de

Eckdaten der Region	<ul style="list-style-type: none"> • 21 Kommunen • Mitglieder LAG: 99 • Einwohner:innenzahl: 163.083 • Fläche: 903,68 km² • Handlungsfelder und Themen: <ul style="list-style-type: none"> • 1: Daseinsvorsorge – Gleichwertige Lebensverhältnisse für Alle • 2: Wirtschaft - Wirtschaftliche Entwicklung und regionale Versorgungsstrukturen durch Kleinst- und Kleinunternehmen • 3: Tourismus & Naherholung - Erholungsräume für Naherholung und ländlichen Tourismus nutzen • 4: Bioökonomie - Anpassungsstrategien zu einem nachhaltigen Konsumverhalten
Zugewiesenes Planungsbudget	5.880.000,00 Euro
Relevante Fördervorhaben	<p>Im Rahmen des Prozesses haben sich einige Leuchtturmprojekte und Starterprojekte herauskristallisiert. Geplant sind unter anderem Raumhochzeiten, Umbauberatung, Landschaft Plus, Zukunftsmobilität, Regionallabor, Artists in Residence, Umweltbildungszentrum, Odenwald Radtag, „Leerstand neu gedacht“, Trailcenter Odenwald.</p>
Besonderheiten	<p>Die Region Odenwald ist die einzige sehr ländlich geprägte Region südlich von Frankfurt. Mit ihrer Lage zwischen den Metropolregionen Rhein-Main und Rhein-Neckar bieten sich viele Chancen für die Regionalentwicklung. Das Potenzial ist gerade aufgrund der durch die Pandemie verstärkten Renaissance des ländlichen Raums und der Nähe zum Ballungsraum stark gewachsen und weiter zu nutzen. Gleichzeitig ist die Region durch ihre Lage im Mittelgebirge Odenwald und ihrer reizvollen hügeligen Landschaft, die sich wie ein „grünes Band“ durch die Region zieht, auch touristisch sehr attraktiv – ein Potenzial, das in der Entwicklung der Region eine bedeutende Rolle spielt. Mit dem Querschnittsthema „Wir wollen uns vernetzen und kümmern“ lebt die Region aktive Zukunftsentwicklung durch Vernetzung und Zusammenarbeit.</p>

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Vorblatt "Steckbrief" der Lokalen Aktionsgruppe	4
I. Durchführung eines partizipativen Prozesses zur Entwicklung der LES	9
II. Lokale Entwicklungsstrategie als strategische Planungsgrundlage regionaler Entwicklung	18
II.1 Gebietskulisse „Ländlicher Raum“	20
II.1.1 Abgrenzung und Lage der Gebietskulisse	21
II.1.2 Begründung der Abgrenzung	23
II.1.3 Stärken-/Schwächenanalyse der Gebietskulisse	24
II.1.4 Kartenmäßige Darstellung der Region	25
II.2 Sozio-ökonomische Analyse der Region	26
II.2.1 Bevölkerung	27
II.2.1.1 Bevölkerungsentwicklung und demografischer Wandel	
II.2.1.2 Migration	
II.2.1.3 Vereinswesen und bürgerschaftliches Engagement	
II.2.1.4 Stärken-/Schwächenanalyse der Bevölkerungsstruktur	
II.2.2 Gleichwertige Lebensverhältnisse für „ALLE“ Daseinsvorsorge	34
II.2.2.1 Wohnen und Siedlungsstruktur	
II.2.2.2 Daseinsvorsorge in den Bereichen Gesundheit, Versorgung, Freizeit und Kultur	
II.2.2.3 Mobilität und regionaler ÖPNV	
II.2.2.4 Bildung - Lebenslanges Lernen	
II.2.2.5 Stärken-/Schwächenanalyse der Daseinsvorsorge	
II.2.3 Wirtschaftliche Entwicklung und regionale Versorgungsstruktur	46
II.2.3.1 Wirtschaftsstruktur einschließlich Organisationsstrukturen	
II.2.3.2 Fachkräfteversorgung, Ausbildungsplätze	
II.2.3.3 Unternehmen der Grundversorgung	
II.2.3.4 Unternehmen des Gastgewerbes	
II.2.3.5 Unternehmen der Land- und Forstwirtschaft	
II.2.3.6 Wertschöpfungsketten und Vernetzung	
II.2.3.7 Stärken-/Schwächenanalyse der Wirtschaftsstruktur	

II.2.4	Naherholung und ländlicher Tourismus	58
II.2.4.1	Regionales Tourismusprofil einschl. bestehender Organisationsstrukturen	
II.2.4.2	Infrastrukturausstattung	
II.2.4.3	Servicequalität und Zielgruppenorientierung	
II.2.4.4	Stärken-/Schwächenanalyse	
II.2.5	Bioökonomie	65
II.2.5.1	Nachhaltigkeitsstrategien in der Region	
II.2.5.2	Vernetzungsstrukturen, z.B. Ökomodellregion	
II.2.5.3	Initiativen der Verbraucheraufklärung zur Förderung eines nachhaltigen Konsumverhaltens	
II.2.5.4	Stärken-/Schwächenanalyse	
II.3	Entwicklung einer Zielhierarchie mit Handlungsfeldern, thematischen Prioritäten und Projekten	74
II.4	Finanzplan	102
II.5	Beschreibung der Arbeitsweise der LAG	104
II.5.1	Zusammensetzung der LAG	104
II.5.2	Zusammensetzung des Entscheidungsgremiums	106
II.5.3	Einsatz eines Regionalmanagements zur Unterstützung der operativen Umsetzung	107
II.5.4	Monitoring und Evaluierung der Prozesse	110
Glossar		112
Anlagen		
1.	Karte Gebietskulisse LAG	
2.	Projektauswahlkriterienkatalog der LAG	
3.	Geschäftsordnung des Entscheidungsgremiums	
4.	Formblatt Projektbeschreibung	
5.	Formblatt Ergebnis Projektauswahl	
6.	Bilddokumentation Prozess LES	
7.	Satzung LAG	
8.	Letters of Intent	

I. Durchführung eines partizipativen Prozesses zur Entwicklung der Lokalen Entwicklungs- strategie (LES)

I. Durchführung eines partizipativen Prozesses zur Entwicklung der LES

Die vorliegende Lokale Entwicklungsstrategie (1), kurz LES, ist das Ergebnis eines umfassenden partizipativen Kreativprozesses der Region Odenwald zur Bewerbung als LEADER-Region für die EU-Förderperiode 2023 - 2027. (2). Um hierbei möglichst viele Menschen aus der Region zu involvieren, wurden die Bürger:innen und Akteur:innen vor Ort eingeladen, sich in unterschiedlicher Art und Weise - digital und analog - zu beteiligen. Kern des Beteiligungsprozesses war die kompakte 3-tägige **Ideenfahrt** unter dem Motto **#ideenfahrt in die Zukunft** mit zahlreichen thematischen Workshops an sechs Stationen in der Region. Unterschiedliche Bevölkerungsgruppen, darunter besonders auch Kinder und Jugendliche, wurden explizit angesprochen ihre Ideen und Perspektiven einzubringen. Vertreter:innen aus Politik und Verwaltung sowie lokaler und regionaler Institutionen und Organisationen wurden persönlich eingeladen, um an den unterschiedlichen Formaten teilzunehmen und die Region Odenwald mitzugestalten.

Die wesentlichen Meilensteine dieses Prozesses waren:

Kick-Off-Workshop – 7. + 8. Dezember 2021

Als Teil der Analyse begab sich das Team der Interessengemeinschaft Odenwald e.V. (3), kurz IGO, mit dem zur Erstellung der LES beauftragten Büro nonconform, gemeinsam auf eine Bustour durch die LEADER-Region Odenwald. Die Route führte über Bad König – Michelstadt – Beerfelden – Rothenberg – Wald-Michelbach – Mörlenbach – Rimbach – Fürth – Lindenfels – Breuberg wieder zurück nach Bad König. Am darauffolgenden Tag ging es nach Höchst zum Auftakt-Workshop mit der Steuerungsgruppe und dem Vorstand sowie dem Team des IGO e.V. In dem halbtägigen Workshop wurde der Rahmen zum Beteiligungsprozess geklärt (Öffentlichkeitsarbeit, relevante Akteur:innen, Formate), aber auch eingetaucht in die Potentiale und Chancen sowie Herausforderungen (Themenschwerpunkte) der Region. Gemeinsam



wurde die Erwartung an den Prozess und an die LES, als Grundlage für die kommende LEADER-Förderperiode formuliert.

Analyse und Akteur:innengespräche

Um die Bevölkerung mit konkreten regionalen Fragen abzuholen und in den Prozess einzubeziehen, diente eine SWOT-Analyse der Region als Basis. Diese wurde auf Grundlage der zahlreichen bereits bestehenden Konzepte, Entwicklungspläne und Strategien für die Region sowie mit Hilfe gezielter Gespräche mit Akteur:innen und Expert:innen zu den einzelnen Handlungsfeldern der LEADER-Förderung, Daseinsvorsorge – Wirtschaft – Tourismus & Naherholung – Bioökonomie, im Vorfeld des Beteiligungsprozesses erstellt und in der nachfolgenden **#ideenfahrt** mit den Menschen vor Ort weiter vervollständigt.

Aktivierungsphase

Mit einer umfangreichen Öffentlichkeitskampagne wurden die Menschen für den Prozess sensibilisiert und zum Mitmachen aktiviert. Dies erfolgte zum Einen digital auf der eigens für den Prozess gelaunchten Webseite www.odenwald.jetzt (4), über die Social Media Kanäle der IGO mit dem Hashtag #odenwaldjetzt sowie über eine persönliche Ansprache per Mail. Das Instagram Format „Liebling der Region“ stellte zum Beispiel regionale „Macher:innen“ vor, um zu inspirieren und zu zeigen, wie man selbst aktiv werden und Projekte umsetzen kann. Zum anderen wurden die Bürger:innen der Region auch über Printmedien angesprochen, wie großformatige Banner, einem Flyer als Postwurfsendung und Pressemitteilungen in den regionalen Zeitungen.



Aufmerksamkeit erregen, Foto nonconform, 2022

Digitale Ideenwand und Ideenboxen vor Ort

Unabhängig von Workshops konnte jeder eigene Ideen und Anregungen über die digitale Ideenwand auf der Prozesswebseite einbringen oder an 90 Standorten innerhalb der 21 Kommunen der LEADER-Region Odenwald in analoge Ideenboxen einwerfen. Die gesammelten Ideen wurden alle gesichtet sowie geclustert und sind thematisch in die Zielhierarchie bzw. als Starter- oder Leuchtturmprojekte in die LES eingeflossen. Sie sind zudem vollständig im anhängenden Ideenprotokoll dokumentiert. (5)

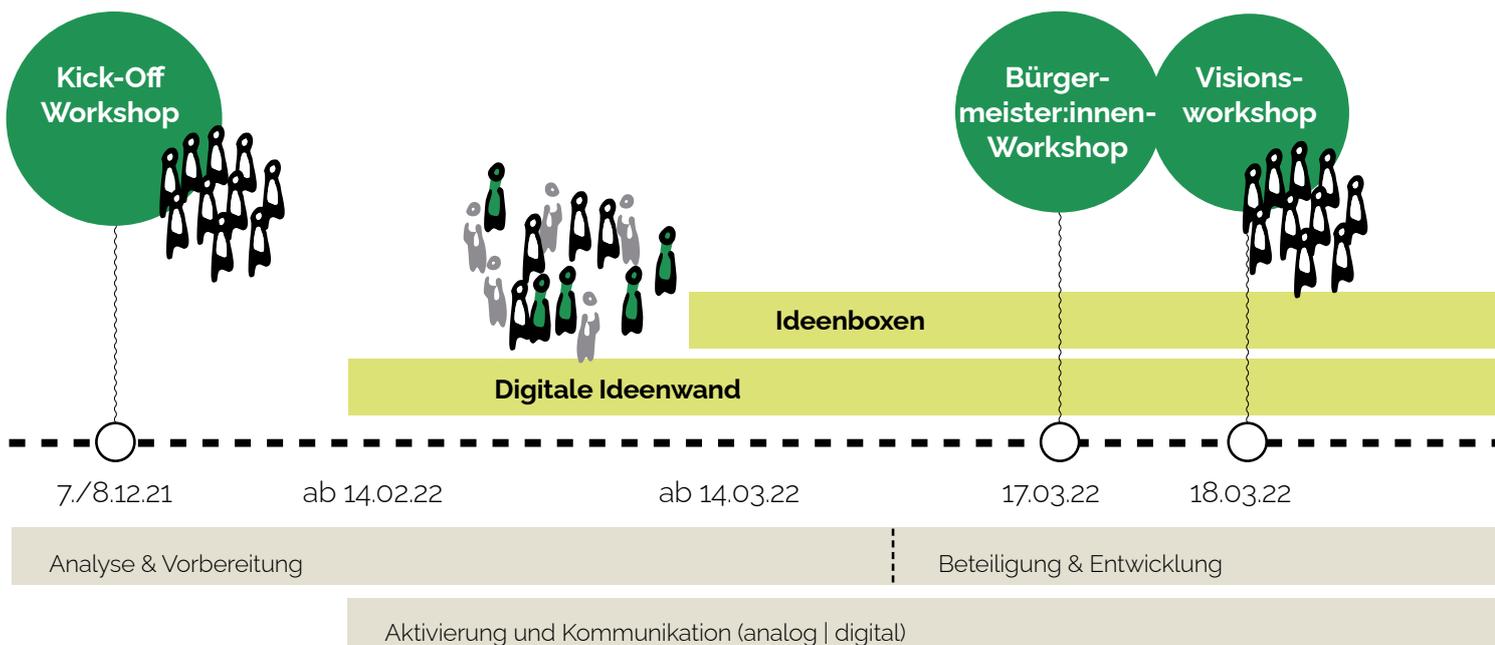
Bürgermeister:innen-Frühstück – 17. März 2022 in Erbach

Gute interkommunale Zusammenarbeit ist für das Gelingen von Projekten in der LEADER-Region natürlich ein wesentlicher Aspekt. Deshalb wurden alle 21 Bürgermeister:innen, als Multiplikator:innen in ihrer Kommune, eingeladen,

bei einem gemeinsamen Workshop über die Zukunft des Odenwalds nachzudenken und aus ihrer Perspektive konkrete Visionen für die Region zu entwickeln.

Visionsworkshop – 18. März 2022 in Höchst

Beim Visionsworkshop wurde intensiv mit der Steuerungsgruppe zu allen vier Handlungsfeldern sowie den Querschnittsthemen der LEADER-Förderung gearbeitet. (6) Vorab konnten die Mitglieder über das digitale Tool mentimeter.com die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken bezogen auf die Themen priorisieren und ergänzen. Die definierten Herausforderungen und Chancen wurden an Thementischen diskutiert und erste Ziele formuliert. Außerdem wurde mit der Frage, welche Anforderungen an Projekte gestellt werden müssen, damit sie einen Mehrwert für die Region darstellen, die Querschnittsthemen vertiefend geschärft und erste Bewertungskriterien formuliert.



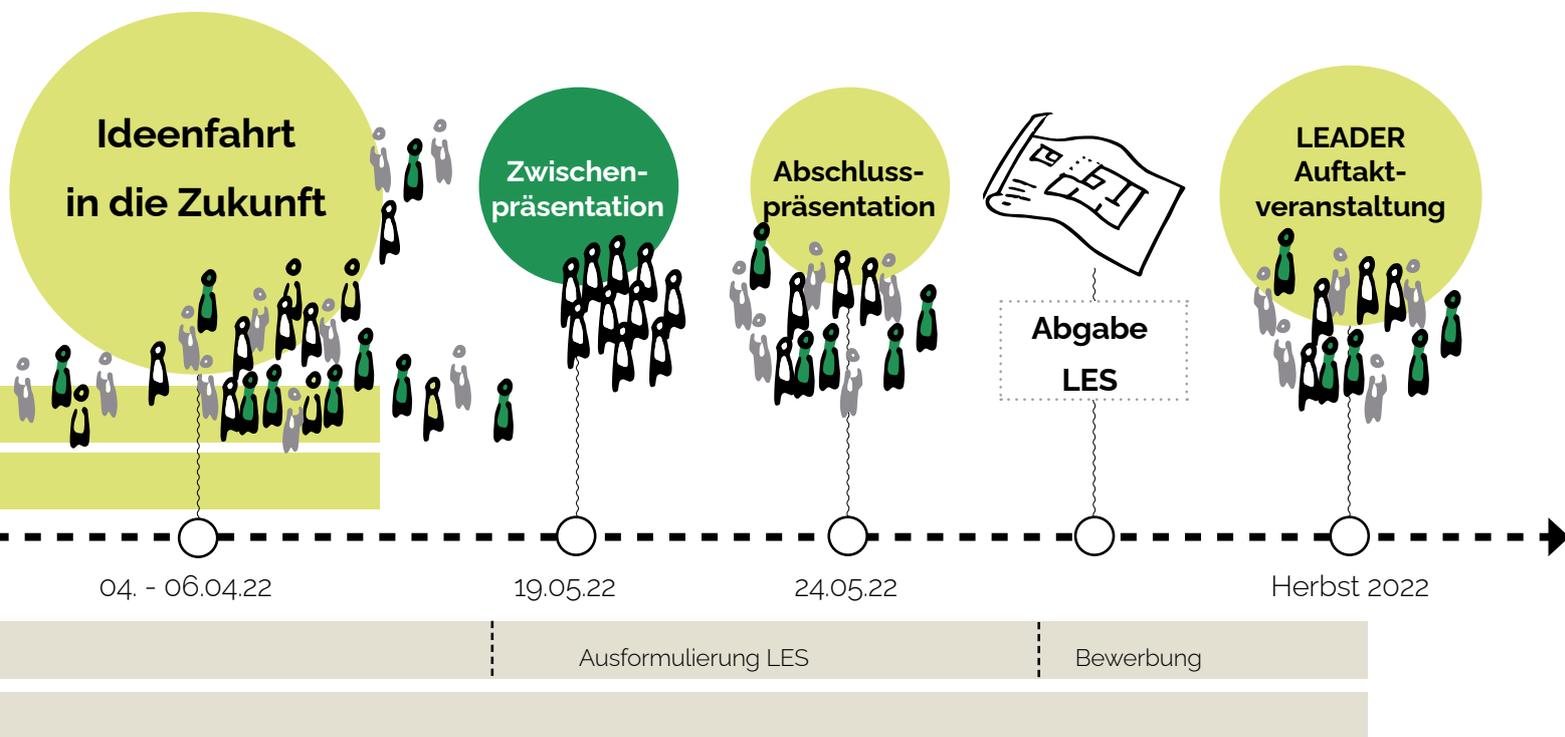
Ideenfahrt – 4.-6. April 2022

Drei Tage lang war das Team der IGO und nonconform mit dem Ideenmobil in der LEADER-Region unterwegs. An sechs Orten wurde an den eigens eingerichteten offenen Ideenhaltstellen gestoppt um mit den Bürger:innen und Akteur:innen in Austausch zu kommen und bei zielgruppenspezifischen oder thematischen Workshops, Ziele und erste Projekte für die LEADER-Region Odenwald, als Grundlage für die LES zu entwickeln.

Tag 1 - Oberzent & Lindenfels

Vormittags erörterten die Schülervertreter:innen der Gesamtschule Oberzent bei einer Rundfahrt im Ideenmobil, was die Region bieten muss, damit sie auch für junge Menschen lebenswert ist und bleibt. Parallel dazu wurde an der Ideenhaltstelle im Bürgerhaus in Beerfelden mit kommunalen Vertreter:innen diskutiert, wie

innovative Projekte in der Region Wirklichkeit werden können und was es dazu braucht. Gleichzeitig konnten spontane Besucher:innen ihre Ideen abgeben und mitdiskutieren. Mittags ging die Ideenfahrt weiter zur nächsten Ideenhaltstelle im Bürgerhaus in Lindenfels. Beim Nachmittagsworkshop „Vielfalt leben, Zukunft gestalten“ standen verschiedene Bevölkerungsgruppen und vielfältige Angebote für alle im Fokus. Auch hier bestand die Möglichkeit, dass spontane Besucher:innen ihre Ideen mit einbringen. In gemütlicher Atmosphäre und mit einem Impuls vom IGO Vorsitzenden und Landrat Frank Matiaske startete im Anschluss die erste Ideenbar. An vier Tischen wurden im World Café unter dem Motto „Gutes Leben für ALLE im Odenwald“ Ziele und Ideen zu den Themen der Daseinsvorsorge „Bildung & Soziales – Freizeit & Kultur – Leben & Wohnen – Mobilität – Versorgung & Gesundheit“ entwickelt.



Tag 2 – Rimbach & Reichelsheim

Der zweite Tag der Ideenfahrt startete mit einem Ideenwettbewerb beim Schüler:innenworkshop des örtlichen Gymnasiums in Rimbach. Parallel fanden Gespräche mit spontanen Besucher:innen statt.

Eine kleine Gruppe an lokalen Akteur:innen begab sich zeitgleich auf eine Fahrt mit dem Ideenmobil, um gelungene Projekte in der Region anzuschauen und herauszufinden, was sie auszeichnet und welche Kriterien für zukünftige LEADER-Projekte wichtig sind. Nachmittags wurden beim Familienworkshop „Reise in die Zukunft“ in der Reichenberghalle in Reichelsheim die Bedarfe und Ideen vor allem junger Familien gesammelt und gemeinsam auch mit spontanen Gästen weiterentwickelt. Bei der zweiten Ideenbar im Anschluss inspirierte ein Impuls von Kornelia Horn (Odenwald Tourismus GmbH) & Alexandra Hilzinger (Ökomodell-Region Süd) die Teilnehmenden sich unter dem Motto „Nachhaltiges Leben und Arbeiten im Odenwald“ zu den Themen „Bioökonomie – Wirtschaft – Tourismus & Naherholung“ einzubringen.

Tag 3 – Höchst & Michelstadt

Am dritten Vormittag wurde erneut die Sichtweise der Jugendlichen eingeholt und Projektideen mit Berufsschüler:innen des Beruflichen Schulzentrums Odenwaldkreis ausgetüftelt. Weitere Vertreter:innen aus Verwaltung und regionalen Institutionen begaben sich auch gemeinsam auf Fahrt mit dem Ideenmobil, um tiefer in einzelne Handlungsfelder einzutauchen. Nebenbei wurden Gespräche mit spontanen Gästen an der offenen Ideenstation geführt.

Im Laufe der drei Tage wurden sämtliche Ergebnisse aus den Workshops sowie alle eingegangenen Ideen geclustert und in eine erste Zielformulierung übersetzt. Diese und erste Leuchtturmprojekte, wurden allen Interessierten am dritten Abend an der letzten Ideenbar unter dem Motto „Reise in die Zukunft“ in der Odenwaldhalle in Michelstadt präsentiert. Ein animierender Impulsvortrag der regionalen Architektin Prof. Kerstin Schultz (Liquid Architekten) und Roland Gruber (nonconform) ergänzte die Vorstellung der Strategie.



Ideenbar in Reichelsheim, Foto Adrian Zurborg, 2022

Beteiligung Jugend

Um besonders Jugendliche und junge Erwachsene in die **#ideenfahrt** mit einzubinden wurde ein maßgeschneidertes Workshop-Format als Ideenwettbewerb konzipiert und gemeinsam mit Schüler:innen der drei oben genannten Bildungseinrichtungen durchgeführt. Am Tag 1 der **#ideenfahrt** gingen die Schülervertreter:innen aus Beerfelden auf Rundfahrt im Ideenmobil um ihren Wut- & Wohlfühlort in der Region zu zeigen. Während der leerstehende Bahnhof Hetzbach als Unort beschrieben wurde, wurde Güttersbach als gutes Beispiel eines lebendigen Ortes besichtigt, den Anwohner:innen wie Tourist:innen gerne besuchen. Viele der Schüler:innen sahen sich in 5 Jahren nicht mehr im Odenwald, wollen aber ihre Kinder hier aufwachsen sehen. Denn es ist eine schöne Region mit Identität. Doch fehlt es ihnen an Bildungsmöglichkeiten, besonders aber an Treffpunkten und jungen Veranstaltungen. Gerade während der Pandemie haben sich viele Jugendliche vergessen gefühlt. In den beiden Ideenwettbewerben mit den Schüler:innen in Rimbach am Tag 2 und mit den Berufschüler:innen aus Michelstadt am Tag 3 wurden dafür spannende Lösungsansätze entwickelt. Mit verschiedenen Aufgaben stiegen die Jugendlichen in die Ideenentwicklung ein und wurden dabei mit aktivierenden Moderationstechniken unterstützt, um in kurzer Zeit spannende Projekte zu konzipieren, sich diese gegenseitig vorzustellen und ein Gewinnerprojekt zu küren. So entstand ein Wohnprojekt, ein Bildungsfestival und Treffpunkte für den Innen- und Außenraum. Diese Bedarfe der Jugendlichen und besonders das Bedürfnis nach Orten der Begegnung bzw. Treffpunkten und Mitwirkung fließt als wichtiger Baustein in das Strategiepapier ein. Die Gewinnerideen werden von dem Regionalmanagement und den Jugendlichen weiterentwickelt und dann gemeinsam mit weiteren Akteur:innen in die Realität übertragen.

Präsentationen

Am 19. Mai 2022 fand die Zwischenpräsentation der LES statt, um diese vor Abgabe digital mit der Steuerungsgruppe und dem Team der IGO final abzustimmen.

Am 24. Mai wurde die fertige LES im Rahmen einer öffentlichen Mitgliederversammlung der Öffentlichkeit vorgestellt.

Nach erfolgreicher Bewilligung der LEADER-Förderung wird die LES nochmals im Herbst 2022 im Rahmen einer größeren Abendveranstaltung vorgestellt und als öffentlicher LEADER-Auftakt zur kommenden Förderperiode 2023-2027 gefeiert. Derzeit kann die Abschlusspräsentation der **#ideenfahrt** auf der Prozesswebsite eingesehen werden und der Prozess per Videoclip nachverfolgt werden. (7)

Quellen:

- 1 Die LES dient als Grundlage zur Bewerbung für LEADER. Zu Beginn einer EU-Förderperiode wird eine LES für die Region erarbeitet und die Bevölkerung dabei bottom-up einbezogen. Die LES definiert Handlungsfelder und Ziele der Region und dient ebenfalls später als Grundlage für die Auswahl von Projekten. Die Erstellung der LES wird gefördert durch den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des Ländlichen Raums, kurz ELER: Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete.
- 2 LEADER ist ein EU-Förderprogramm zur Entwicklung ländlicher Räume. Besonderes Augenmerk liegt auf dem Einbezug aller Bürger:innen vor Ort Ihre Region mitzugestalten und gemeinsam lebenswerter zu machen. Im Rahmen von LEADER werden, ab erfolgreicher Bewilligung des Förderantrags im Herbst 2022, Projektideen aus dem Odenwald für den Odenwald gefördert.
- 3 Region Odenwald: <https://www.region-odenwald.de/ueber-uns/>, [03.05.2022]. Anmerkung: Die Interessengemeinschaft Odenwald e.V., kurz IGO, ist seit über 60 Jahren Trägerin der Regionalentwicklung der LEADER-Region Odenwald. Gemeinsam mit dem Vorstand der IGO und engagierten Odenwälder:innen aus unterschiedlichen (fachlichen) Bereichen, der sogenannten Steuerungsgruppe, wird der Prozess vor Ort begleitet.
- 4 Odenwald jetzt: www.odenwald.jetzt, [03.05.2022].
- 5 Anlage 6: Bilddokumentation Prozess LES; insbesondere Ideenpool.
- 6 Kapitel II.3: Entwicklung einer Zielhierarchie mit Handlungsfeldern, thematischen Prioritäten und Projekten.
- 7 Odenwald jetzt: https://youtu.be/bw10mE5z_Gc, [03.05.2022]. | Odenwald jetzt: https://issuu.com/vorortideenwerkstatt/docs/220406_schlusspraesi_ideenfahrt_odenwald-komprimie, [03.05.2022].



Impressionen vom Schülerinnen - Workshop in Michelstadt, Fotos nonconform, 2022



Projekt ODU

Infrastruktur

attraktiver für Jugendliche

Nachhaltigkeit

Attraktionen

Clubs



Jede...

Ausbau Fahrradwege

Breitband ausbauen

Ausbau in kleinen Orten

Ausbau von Straßen

Ausbau E-Ladestellen

Ausbau Bahnnetz



II.

**Lokale Entwicklungs-
strategie als
strategische
Planungsgrundlage
regionaler
Entwicklung**

Im Rahmen der Bewerbung als LEADER-Region für die EU-Förderperiode 2023-2027, haben sich die 21 Gemeinden (1) aus den Kreisen Odenwald und Bergstraße zusammengeschlossen, um interkommunal die Herausforderungen unserer Zeit anzugehen. Zahlreiche Unterlagen zur Region wurden ausgewertet sowie die Vorgaben der LEADER-Förderung des Landes Hessen herangezogen, um eine gemeinsame Lokale Entwicklungsstrategie zu erstellen. Bottom-up mit der Bevölkerung vor Ort wurden während des Beteiligungsprozesses **#ideenfahrt in die Zukunft** die Ergebnisse aus der sogenannten SWOT-Analyse (2) überprüft sowie nach ihren Bedarfen und Ideen für die Region gefragt. Daraus wurde an der Abschlussveranstaltung ein erster Entwurf der LES abgeleitet mit Anknüpfungspunkten für die Leitvision „Die Region Odenwald unter einem Dach“ mit unterschiedlichen Themen und smarten (3) Handlungszielen sowie Projekten, um die LEADER-Region Odenwald fit für die Zukunft zu machen. Diese sogenannte Zielhierarchie richtet sich dabei einerseits nach den Rahmenbedingungen der Förderung und den Vorerfahrungen aus der letzten LEADER-Förderperiode 2014-2020 und andererseits nach den Bedarfen der Menschen aus der Region. Im Anhang findet sich daher unter Bilddokumentation ein Ideenpool (4), um das reiche Spektrum an Ideen und Vorschlägen der Menschen vor Ort zu dokumentieren und im weiteren Verlauf der kommenden Förderperiode wieder aufzugreifen.

Die Lokale Entwicklungsstrategie als strategische Planungsgrundlage regionaler Entwicklung beinhaltet die fünf folgenden Kapitel:

In **Kapitel II.1** wird die Festlegung die Gebietskulisse beschrieben.

Mit dem **Kapitel II.2** wird die sozioökonomische Analyse der Region hinsichtlich der vier Themenfelder „Daseinsvorsorge“, „Wirtschaft“, „Tourismus und Naherholung“ sowie „Bioökonomie“ durchgeführt und anhand einer SWOT-Herangehensweise ausgewertet.

In **Kapitel II.3** werden die Handlungsziele der Region für die Förderperiode 2023-2027 anhand der Zielhierarchie mit Handlungsfeldern, thematischen Prioritäten und Projekten dargestellt.

In **Kapitel II.4** wird der Finanzplan für die Förderperiode 2023-2027 erläutert.

Das **Kapitel II.5** beschreibt die Arbeitsweise der Lokalen Aktionsgruppe, kurz LAG, unter Berücksichtigung der Zusammensetzung der LAG und des Entscheidungsgremiums für die Projektauswahl, sowie den Einsatz eines Regionalmanagements zur operativen Unterstützung und Maßnahmen des Monitorings zur Evaluation des LEADER-Prozesses.

Quellen:

1 Kapitel II.1.4: Kartenmäßige Darstellung der Region

2 Als Instrument der Analyse steht SWOT für: für Strengths (Stärken), Weaknesses (Schwächen), Opportunities (Chancen) und Threats (Risiken).

3 Als Methode der Zielformulierung steht SMART für: spezifisch, messbar, attraktiv/akzeptiert, realistisch und terminiert.

4 Anlage 6: Bilddokumentation Prozess LES, insbesondere Ideenpool.

II.1 Gebietskulisse „Ländlicher Raum“ – Festlegung der regionalen Gebietskulisse auf der beigefügten Gebietskulisse „Ländlicher Raum Hessen 2023–2027“

Seit mehr als 60 Jahren ist die Interessengemeinschaft Odenwald e.V., kurz IGO, Trägerin der Regionalentwicklung im Odenwald. Mit der laufenden Bewerbung auf die kommende LEADER-Förderperiode 2023-2027 haben sich weitere Gemeinden der im Südosten Hessens liegenden LEADER-Region Odenwald angeschlossen, sodass nun insgesamt 21 Gemeinden Teil der Region sind. Ihr gemeinsames Ziel ist eine aktive Zukunftsentwicklung mit den Menschen vor Ort und Zusammenschlüssen privater wie öffentlicher Akteur:innen aus den unterschiedlichsten Interessensbereichen der Region.

Im **Kapitel II.1.1** wird die Abgrenzung und Lage der Gebietskulisse für die LEADER-Region Odenwald beschrieben.

Das **Kapitel II.1.2** liefert dabei die Begründung der vorgenommenen Abgrenzung.

II.1.1 Abgrenzung und Lage der Gebietskulisse

Die Ursprünge der heutigen Leader Region Odenwald lassen sich in den Anfängen der IGO finden, die 1953 gegründet wurde. Mit ihr wurden über die Jahrzehnte Strukturen aufgebaut, welche die regionalen Interessen unabhängig von Parteipolitik und politischen Gebietsgrenzen stärken sowie nach innen und außen vertreten. Mit dem Geo-Naturpark Bergstraße-Odenwald (UNESCO Global Geopark) und einer starken Vernetzung mit der Tourismusbranche gibt es bereits auf verschiedenen Ebenen strukturelle Verbünde in der Region Odenwald-Bergstraße, die nicht immer der Gebietskulisse der LEADER-Region entsprechen, jedoch auf die etablierte interkommunale und überregionale Zusammenarbeit in der Region hinweisen. Vor allem hat sich die Region Odenwald-Bergstraße in den vergangenen Förderperioden als LEADER-Region etabliert, sodass die hier umgrenzte Gebietskulisse die Fortschreibung einer bereits gefestigten Struktur darstellt, so konstatiert das Regionale Entwicklungskonzept, kurz REKO. (1)

Gebietskulisse



Die Gebietskulisse befindet sich im südlichen Hessen und liegt dabei in der größeren geographischen Region Odenwald, die über die Landesgrenzen Hessens nach Bayern und Baden-Württemberg hinüberreicht. Während alle 12 Gemeinden des Odenwaldkreises Teil der Gebietskulisse sind, haben sich ebenfalls neun Gemeinden des Landkreises Bergstraße angeschlossen. Die Gebietskulisse wurde seit der vorangegangenen LEADER-Förderphase von 2014 bis 2020 um die zwei Gemeinden Abtsteinach und Hirschhorn des Landkreises Bergstraße erweitert. Die Gebietskulisse grenzt im Westen an die übrigen Gemeinden des Landkreises Bergstraße, im Norden an den Landkreis Darmstadt-Dieburg, im Osten an den bayerischen Landkreis Miltenberg, im Südosten und im Süden an die baden-württembergischen Landkreise Neckar-Odenwald-Kreis und den Rhein-Neckar-Kreis.

Die Gesamtfläche der LES- bzw. LEADER-Gebietskulisse beträgt 903,68 km² mit einer Einwohner:innenzahl von 163.083 gemäß der hessischen Gemeindestatistik von 2021. Die Gemeinden des Odenwaldkreises umfassen dabei mit 623 km² mehr als zwei Drittel der Fläche, jedoch mit 96.754 Einwohner:innen lediglich 60% der Bevölkerung. Die Bevölkerungsdichte liegt mit 176 EW/km² unter dem hessischen Landesdurchschnitt. Nur wenige Gemeinden überschreiten eine Einwohner:innenzahl von 10.000, wobei Michelstadt und Erbach, als einzige Mittelzentren in der Region, eine Art Doppelzentrum bilden. Das nächstgelegene Oberzentrum ist Darmstadt, wobei auch die Verbindungsachsen zwischen weiteren Oberzentren direkt am Odenwald vorbeiführen, liegt er doch in der Metropolregion zwischen Rhein, Main und Neckar. Es gibt dabei keine Autobahn durch den Odenwald hindurch, sodass die Gebietskulisse davon geprägt ist keine Transitfunktionen zu erfüllen.

Quellen:

1 REKO 2015, S. 1.

2 Hessische Gemeindestatistik 2021 (Stichtag: Bevölkerung am 31.12.2020). Abruflink: <https://statistik.hessen.de/publikationen/thematische-veroeffentlichungen/gemeinden-hessen> [27.4.22].

Gemeinde	Kreis	Naturraum	Fläche in km ²	Einwohner :innen	Dichte (EW/ km ²)
Abtsteinach	Bergstraße	Vorderer Odenwald	11,02	2.462	223,4
Fürth	Bergstraße	Vorderer Odenwald	38,41	10.586	275,6
Grasellenbach	Bergstraße	Vorderer/Sandstein Odenwald	22,88	4.130	180,5
Lautertal (Odenwald)	Bergstraße	Vorderer Odenwald	30,75	7.152	232,6
Hirschhorn (Neckar), Stadt	Bergstraße	Sandstein Odenwald	30,85	3.410	110,5
Lindenfels, Stadt	Bergstraße	Vorderer Odenwald	21,09	5.084	241,1
Mörtenbach	Bergstraße	Vorderer Odenwald	27,22	10.126	372,0
Rimbach	Bergstraße	Vorderer Odenwald	23,16	8.737	377,2
Wald-Michelbach	Bergstraße	Vorderer/Sandstein Odenwald	74,31	10.613	142,8
Bad König, Stadt	Odenwaldkreis	Vorderer/Sandstein Odenwald	46,73	9.835	210,5
Brensbach	Odenwaldkreis	Vorderer Odenwald	23,18	4.963	214,1
		Reinheimer Hügelland			
Breuberg, Stadt	Odenwaldkreis	Sandstein Odenwald	30,76	7.496	243,7
Brombachtal	Odenwaldkreis	Vorderer/Sandstein Odenwald	20,44	3.467	169,6
Erbach, Kreisstadt	Odenwaldkreis	Sandstein Odenwald	61,52	13.813	224,5
Fränkisch- Crumbach	Odenwaldkreis	Vorderer Odenwald	16,12	3.114	193,2
Höchst im Odenwald	Odenwaldkreis	Vorderer/Sandstein Odenwald	30,51	10.209	334,6
Lützelbach	Odenwaldkreis	Sandstein Odenwald	35,44	6.834	192,8
Michelstadt, Stadt	Odenwaldkreis	Sandstein Odenwald	86,98	15.970	183,6
Mossautal	Odenwaldkreis	Sandstein Odenwald	48,49	2.429	50,1
Reichelsheim (Odenwald)	Odenwaldkreis	Vorderer Odenwald	58,21	8.471	145,5
Oberzent	Odenwaldkreis	Sandstein Odenwald	165,61	10.153	61,3
			903,68	159.054	176,0

Daten auf Basis der Hessischen Gemeindestatistik 2021
(Stichtag: Bevölkerung am 31.12.2020). (2)

II.1.2 Begründung der Abgrenzung

Eine wichtige Grundlage zur Abgrenzung der Gebietskulisse ist das Kriterium der "Ländlichkeit", wie sie durch den Landesentwicklungsplan Hessen festgelegt ist. Dieser ordnet alle Gemeinden im Odenwaldkreis sowie die Kommunen Lautertal, Lindenfels, Grasellenbach, Wald-Michelbach und Abtsteinach im Landkreis Bergstraße dem „Ländlichen Raum“ zu, während die drei westlicheren Gemeinden Fürth, Rimbach und Mörtenbach als verdichtete Räume betrachtet werden. (3) Gegenüber des restlichen Landkreis Bergstraße, der vor allem durch verdichtete und hochverdichtete Räume und die hohe Anzahl an zentralen Orten wie Heppenheim, Bensheim, Viernheim und Lampertheim geprägt ist und durch den eine der Entwicklungsachsen in Hessen verläuft, unterscheiden sich die Odenwälder Kommunen des Kreises Bergstraße jedoch. Sie stehen vor ähnlichen strukturellen Voraussetzungen und oftmals den gleichen Herausforderungen wie die Kommunen im Odenwaldkreis, was sich auch an den Themen und Analysen der Kreisentwicklungskonzepte der beiden Landkreise erkennen lässt (4).

Insgesamt lässt sich festhalten, dass die Region Odenwald als ländliche Region eine konsistente Einheit darstellt, die den infrastrukturellen Rahmen für die Daseinsvorsorge der Anwohnenden gewährleistet.

Darüber hinaus begründet sich die Gebietskulisse durch verschiedene sich überlagernde funktionsräumliche Zusammenhänge, die sie zu einer plausiblen und in sich abgerundeten Einheit machen: (5)

Der geologisch definierte Naturraum Odenwald reicht über die Grenzen der Gebietskulisse hinaus und bezieht den Vorderen Odenwald als sanft hügelige, offene Agrarlandschaft und den Sandstein Odenwald mit seinen großflächigen Wäldern und markanten Tälern mit ein. Mit dem Geo-Naturpark Bergstraße-Odenwald (UNESCO Global Geopark) ist diese schützenswerte Landschaft überregional als solche anerkannt.

Der mit 80% hohe Anteil von Vegetationsflächen prägt die Gebietskulisse als **Kulturlandschaft**. Dabei ist insbesondere der deutlich über dem

hessischen Landesdurchschnitt liegende Anteil an forstwirtschaftlichen Flächen hervorzuheben. Die landwirtschaftlichen Flächen sind aus der Historie der Realteilung eher kleinteilig strukturiert. Die Gebietskulisse ist durch einen überdurchschnittlichen Anteil des **produzierenden Sektors** gegenüber dem Dienstleistungssektor geprägt. Dabei sind eher kleinere Betriebsgrößen vorzufinden. Der Anteil an hochqualifizierten Dienstleistungen ist dabei eher gering.

Entgegen vieler anderer Regionalbezeichnungen ist der Odenwald ein **historisch gewachsener und verankerter Name**. Er bildet den Kern der regionalen lokalräumlichen Identifikation, was sich auch in der emotionalen Debatte um die Lebensqualität des Odenwalds widerspiegelt, die – angestoßen durch einen Feuilleton-Artikel (6) – in den vergangenen Jahren geführt wurde. Auf der Grundlage dieser regionalen Verbundenheit über die politischen Grenzen hinweg ist über die letzten Jahrzehnte eine **starke strukturell-organisatorische Vernetzung** entstanden, neben der LEADER-Region Odenwald z.B. über die touristische Destination Bergstraße-Odenwald, den Geo-Naturpark Bergstraße-Odenwald oder auch die Ökomodell-Region Südhessen. Diese Netzwerkstrukturen, die sich über die gesamte Gebietskulisse der LEADER-Region Odenwald erstrecken und sogar darüber hinaus, stärken Tourismus, Naturschutz, Kulturlandschaftsentwicklung und Bioökonomie in der Region und fördern die interkommunale Zusammenarbeit zu diesen Themen. Dies trägt „nach Innen“ zu einem stärkeren Zusammengehörigkeitsgefühl der Region bei und stärkt „nach Außen“ die Bekanntheit der Region Odenwald als Ganzes. Es ist daher sinnvoll, auf diesen etablierten Zusammenschlüssen und Strukturen aufzubauen und sie als LEADER-Region weiter zu fördern.

Quellen:

3 Landesentwicklungsplan Hessen: <https://landesplanung.hessen.de/zentrale-orte-und-strukturraume>, [27.4.22].

4 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021.; Vision Kreis Bergstraße: <https://www.vision.kreis-bergstrasse.de>, [27.04.2022].

5 Fortschreibung aus dem REKO 2015, S. 5.

6 Frankfurter Allgemeine Zeitung: <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/meine-heimat-dieses-stueck-germany-12729846.html>, [27.4.22].

II.1.3 Stärken-/Schwächenanalyse der Gebietskulisse Raum- und Siedlungsstruktur, Verkehrsanbindung, Flächennutzung

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • Polyzentrische Raumstruktur in der Metropolregion Rhein, Main und Neckar • Reiche Natur- und Kulturlandschaft, geologische Vielfalt • Hoher Anteil von Vegetationsflächen: 80% • Etabliertes Zusammengehörigkeitsgefühl als Region 	<ul style="list-style-type: none"> • Fehlende Fokussierung und Konsequenz auf Innenentwicklung - starke Flächenkonkurrenzen • Strukturelle Schwäche durch Kleinteiligkeit • Kein großer Transitkorridor, Odenwald ist „abgeschnitten“ • Hohe Kosten für Infrastrukturstandsetzung (von Straße bis Schiene)
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> • Neue Stadtfucht; Renaissance des ländlichen Raums nutzen • Landschaftliche Attraktivität; Identität der Region mit dem Odenwald erhöhen • Stärkung kleinteiliger Strukturen • Innentwicklung mitdenken; Flächenpotenziale mobilisieren und nutzbar machen • Strategie für Mobilitätswende im ländlichen Raum vorantreiben 	<ul style="list-style-type: none"> • Odenwald avanciert zur „Schlafregion“; Menschen pendeln aus zur Arbeit, es wird nur in den Gemeinden geschlafen und nicht am Leben vor Ort teilgenommen • Nichtangeschlossene Ortschaften in den einzelnen Tälern werden mehr und mehr abgehängt • Zersiedlung und Zerfall der Ortskerne, unattraktive Ortseinfahrten • Marode Infrastruktur durch fehlende Investitionen

II.1.4 Kartenmäßige Darstellung der Region



II.2 Sozio-ökonomische Analyse der Region

Im Rahmen der sozioökonomischen Analyse der Region wurden zahlreiche Unterlagen zu den Landkreisen Odenwald und Bergstraße herangezogen, Daten und Zahlen aktuell nachrecherchiert und Expert:innen-Meinungen im Umfeld der Interessengemeinschaft Odenwald und aus der Steuerungsgruppe (1) eingeholt. Wichtig zu erwähnen ist, dass viele Daten auf Kreisebene erhoben werden. Auf Grund der Heterogenität des Kreises Bergstraße, wurden für die folgende Analyse hauptsächlich die Daten aus dem Odenwaldkreis als Grundlage für die gesamte Region, die sowohl topographische als auch strukturelle Ähnlichkeiten aufweist, herangezogen. Dadurch wird die aktuelle Lage in den ländlichen Regionen nicht realistisch abgebildet.

Zusätzlich wurden Strategiepapiere und die Vorgaben des Land Hessen und des Bundes gesichtet. Während der **#ideenfahrt in die Zukunft** (2) wurden zudem weitere Bedarfe rückwirkend ausgewertet und ebenfalls in die Analyse eingewoben. Damit bietet die sozioökonomische Analyse einen umfassenden Blick auf die Region und fasst in der SWOT-Analyse auch ihre Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken zusammen. Die SWOT-Analyse bildet damit die Grundlage für die Zielhierarchie und die Weiterentwicklung der LEADER-Region Odenwald.

Im **Kapitel II.2.1** werden die Bevölkerungsstruktur und der demografische Wandel betrachtet.

Das **Kapitel II.2.2** beschreibt die Lebensverhältnisse vor Ort.

Im **Kapitel II.2.3** werden die wirtschaftliche Entwicklung der Region und die regionale Versorgungsstruktur untersucht.

Im **Kapitel II.2.4** werden die Erfordernisse und Potenziale von Naherholung und ländlichem Tourismus in der Region erhoben.

Das **Kapitel II.2.5** stellt Strategien für ein nachhaltiges Konsumverhalten in den Fokus.

Quellen:

1 Zusammen mit dem partizipativen Planungsbüro nonconform hat die IGO die #ideenfahrt in die Zukunft ins Leben gerufen, um Themen und Idee aus der Region bottom-up abzuholen. Unterstützt wird der Prozess von einer Gruppe engagierter Odenwälder:innen, der sogenannten Steuerungsgruppe, bestehend aus 16 Vertreter:innen aus den Bereichen Kultur & Soziales, (Energie-)Wirtschaft & Handwerk, Raum- & Verkehrsentwicklung, Tourismus & Gastronomie, Natur- & Landschaftsschutz, Architektur und Politik.

2 Kapitel I.: Durchführung eines partizipativen Prozesses zur Entwicklung der LES

II.2.1 Bevölkerung

Die engagierte Teilnahme an der Ideenfahrt hat unter anderem gezeigt, dass der Odenwald für viele Menschen mit unterschiedlichsten Interessen und Themen ein Ort für ein gutes Leben ist. Nachdem die Prognosen für die Bevölkerungsentwicklung viele Jahre einen Rückgang vorausgesagt haben, hat sich die Zahl der Einwohner:innen der Region in den letzten Jahren stabilisiert. Während immer mehr ältere Menschen bewusst ihren Wohnsitz in den Odenwald verlegen, wandern viele junge Menschen weiterhin ab. Es scheint sich jedoch vielfach um einen temporären Wegzug zu handeln, denn in der Alterskohorte, in der viele eine Familie gründen, sind viele Rückkehrer:innen, die im Odenwald aufgewachsen sind und ihre Kinder nun auch hier heranwachsen sehen wollen. Für die Stabilisierung der Bevölkerungszahlen ist auch die Gruppe der Menschen ohne deutsche Staatsbürgerschaft wichtig, denn seit ca. 10 Jahren ist hier ein stabiles Wachstum zu verzeichnen, während das Gesamtsaldo der deutschen Bevölkerung weiterhin negativ ist. Wenn die Herausforderungen der Integration von allen Akteur:innen gemeinsam angegangen werden, dann kann sich diese Migration als große Chance für den Odenwald als vielfältige und offene Region erweisen. Dabei ist es besonders wichtig, gleichwertige Bildungschancen und eine vollwertige Teilhabe am sozialen und politischen Leben für Alle zu gewährleisten. Hier ist das Ehrenamt und das vielseitige Vereinsleben ein Ankerpunkt für Neu-Odenwälder:innen, die sich dort mit ihren Interessen in das soziale Gemeinschaftsleben der Region einbringen können.

II.2.1.1 Bevölkerungsentwicklung und demografischer Wandel

Die Bevölkerungszahlen in den Landkreisen Bergstraße und Odenwaldkreis sind wie im gesamten Land Hessen weitgehend stabil. Der Bevölkerungsrückgang, der noch 2014 im REKO festgestellt und sich in der Prognose bis 2030 dramatisch fortgeschrieben hatte, scheint stabilisiert. Dabei sind weiterhin differenzierte Beobachtungen zu einzelnen Alterskohorten und Bevölkerungsgruppen feststellbar. (1) Während vor allem junge Menschen die Region verlassen, gibt es in anderen Altersgruppen einen leichten Zuwachs. Das schließt an Umfragen an, nach denen sich eine Trendwende abzeichnet, dass die Attraktivität der großen Städte in den mittleren Altersgruppen wieder abnimmt, wodurch sich auch der Zuzug im Odenwald erklären lässt. (2) Im Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises von 2021 wird festgestellt, dass ein Drittel des Zuzugs als Rückwanderungsbewegung identifiziert werden kann. (3) In Kombination mit der festgestellten Abwanderung der jungen Bevölkerung lässt sich also konstatieren, dass ein bedeutender Anteil nach der Ausbildung wieder zurück in den Odenwald strebt. Festzuhalten bleibt jedoch, dass die Jugend in der Region selbst zu wenig Ausbildungsmöglichkeiten findet und sich die temporäre Abwanderung daher für sehr viele als Notwendigkeit darstellt. Das Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises von 2021 widmet sich ausführlich den Chancen der Stadtflucht. Demnach ist davon auszugehen, dass der Zuzug aufs Land die Alterskohorten über 30 Jahren betrifft. Diese sind zudem an nachhaltigen Lebensstilen interessiert, sodass hier eine intensive Bedarfsuntersuchung stattfinden sollte. Dies kann sowohl die Wahl des Wohnortes betreffen, aber auch die Art der Mobilität, die lokale und nachhaltige Versorgung mit Lebensmitteln als auch das Hinterfragen der Ziele in der Leistungsgesellschaft an sich. Es wird explizit die „Citta Slow“-Bewegung angeführt, der sich auch Michelstadt angeschlossen hat und die an einer Entschleunigung des Lebensalltags ohne Rückständigkeit als explizit innovativem

Gegenentwurf zum Wachstumsnarrativ arbeitet.
(4)

Zuletzt konnten sich auch die Einwohner:innenzahlen der über 50-Jährigen stabilisieren. Hierzu ist der Odenwald als Region mit hoher Lebensqualität im Alter weiter zu stärken. Der Kreis Bergstraße stellt sogar einen Wohnungsbedarf fest, der sich jedoch spezifiziert auf ältere Haushalte und jüngere Klein-Haushalte bezieht. In den nächsten Jahren ist von einem zusätzlichen Bedarf von fast 14.000 Wohnungen auszugehen, wobei dieser sich nicht gleichmäßig auf den Landkreis verteilt, sondern auf Teilregionen fokussiert. Trotz teils abnehmender Bevölkerungszahlen steigt somit der Bedarf an Wohnungen, da insbesondere – wie oben erwähnt – eine Zunahme älterer Haushalte und jüngerer Klein-Haushalte erwartet wird, während Mehrpersonen-Haushalte rückläufig sind. (5) Dieser Bedarf muss präzisiert werden, um den großen Aufwand, der mit der Schaffung von neuem Wohnraum einhergeht, zielgerichtet zu investieren. Insbesondere die Unterstützung durch die Baulandoffensive Hessen, kurz BOH, ist auf diesen Bedarf auszurichten, Leerstand zu entwickeln und ein passgenaues attraktives Angebot zu schaffen. Während der Bestand für Mehrpersonen-Haushalte gedeckt scheint, ist bei der Schaffung zusätzlichen Wohnraums das Mehrfamilienhaus mit kleineren Einheiten und der entsprechenden Infrastruktur und Anbindung für ältere Haushalte zu fokussieren.

Quellen:

1 Hessische Gemeindestatistik 2021.

2 Bundesstiftung Baukultur, Baukulturbericht 2016/17, S. 37.

3 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021
2021, S. 26.

4 Michelstadt ist cittaslow: <https://www.michelstadt.de/cittaslow/michelstadt-ist-cittaslow/>, [27.4.22].

5 Anmerkung: Aussage des Kreises Bergstraße auf Anfrage der IGO, Stand Februar 2022.

II.2.1.2 Migration

Ein wichtiger Grund für die Stabilisierung der Bevölkerungszahlen in der Region ist der steigende Zuzug von Personen ohne deutsche Staatsbürgerschaft, während die deutsche Bevölkerung weiterhin einen leichten Rückgang verzeichnet.

Diese Entwicklung ist seit ca. 2011 stabil. Der Integrationsmonitor des Odenwaldkreises von 2017 analysierte hierzu einige Daten bis 2015. (6) Demnach ist zwar ein großer Zuzug im Jahr 2015 zu verzeichnen gewesen, jedoch ist der Anstieg der nicht-deutschen Bevölkerung schon länger zu beobachten. Dabei ist festzuhalten, dass der Zu- und Fortzug, also die Fluktuation von Nicht-Deutschen, insgesamt höher ist als bei Deutschen. Das Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises von 2021 macht deutlich, dass die Bevölkerungszahlen im Odenwald derzeit nur durch Migration stabilisiert werden können, was wichtig ist, um die bestehende Infrastruktur in allen Bereichen aufrechtzuerhalten. (7) Zudem ist es langfristig entscheidend, dass die gesellschaftliche und soziale Integration in die Region gelingt, um die Region gemeinsam zukunftsfähig zu gestalten. Hierbei ist die gesellschaftliche Teilhabe der Zuziehenden – ungeachtet ihrer Herkunft – ein entscheidender Faktor.

In der vorherigen LEADER-Strategie wurde bereits das Potential formuliert, das im Zuzug von Migrant:innen steckt, die nicht nur Wanderungsüberschüsse ermöglichen, sondern zudem eine höhere Gründerbereitschaft mitbringen. Durch oftmals niedrigere Bildungsniveaus kommen diese Potenziale in der Region noch nicht ausreichend zur Entfaltung. Ziel muss es also sein, durch spezielle Angebote wie Gründungsberatung, Aus- und Weiterbildung und Vernetzung diese Zielgruppe gezielt zu fördern. (8) Ebenfalls wurde das strategische Entwicklungsziel formuliert, Migrant:innen und Jugendliche dauerhaft in lokale und regionale Prozesse einzubinden, auch das gilt es weiterzuverfolgen. (9)

Die zahlenmäßig häufigsten Staatsangehörigkeiten sind bisher die Türkische, die Griechische sowie die Rumänische

und Polnische. Zudem ist festzuhalten, dass diese Gruppe eine deutlich jüngere demografische Struktur aufweist als die der Personen mit deutscher Staatsbürgerschaft. Das zeigt sich auch darin, dass der Anteil der Kinder aus nicht-deutschen Familien in den Kindertageseinrichtungen in den letzten Jahren auf 33% gestiegen ist. Hierbei wird zunehmend die Förderung der Sprachkenntnisse der Kinder zu einem wichtigen Aufgabenfeld in den Einrichtungen. Eine frühzeitige Verringerung der Sprach- und Bildungsunterschiede ist dabei nötig, um die Integration im weiteren Bildungsverlauf zu verbessern. Der erforderliche Aufwand frühzeitiger Förderung ist hier wesentlich geringer, als wenn diese Probleme nicht angegangen werden, da sie im späteren Verlauf fast nicht mehr zu kompensieren sind.

Nichtsdestotrotz ist Integration ein Thema für alle Altersgruppen. So kommt es zum Teil zu Brüchen, wenn die Migrant:innen aus dem Schulalter herauswachsen und Unterstützungsangebote schlagartig abnehmen. (10)

In den weiterführenden Bildungsangeboten bis hin zum Abitur ist ein eindeutiges Ungleichgewicht dahingehend festzustellen, dass der Anteil an nicht-deutschen Schüler:innen im Gymnasium geringer ist. Der Integrationsmonitor hält fest, dass an den einzelnen Schulformen Kinder und Jugendliche mit ausländischer Herkunft sehr unterschiedlich vertreten sind. Je höher der Bildungsgrad, desto geringer der Anteil der Schüler:innen mit nicht-deutscher Herkunft an den jeweiligen Schulen. (11)

Während die Ausbildungsquote im Dualen System bei Deutschen in absoluten Zahlen abnimmt, bleibt sie bei nicht-deutschen Jugendlichen konstant. Bei abnehmender Bedeutung dieses Bildungsweges werden demnach nicht-deutsche Jugendliche wichtiger für den Nachwuchs der Ausbildungsberufe. Bei den Arbeitslosenzahlen konstatiert der Integrationsmonitor einen überproportional großen Anteil von Nicht-Deutschen. Bei den Empfänger:innen von Arbeitslosengeld II stellen Migrant:innen sogar die doppelte Anzahl gegenüber Deutschen dar.

Der Anteil der Nicht-Deutschen an den Gewerhebegründungen ist hingegen überproportional groß. Dabei sind insbesondere die Tätigkeitsfelder Handwerk und Gastronomie hervorzuheben, in denen ein großer Teil der nicht-deutsch geführten Gewerbe angesiedelt ist.

Insgesamt lässt sich, unter Berücksichtigung der strukturellen Nachteile, die ein Migrationshintergrund für viele bedeutet, festhalten, dass diese Bevölkerungsgruppe im Odenwald eine immer wichtigere Rolle einnimmt. Der stabile Anstieg innerhalb der Gesamtbevölkerung sollte als Chance wahrgenommen werden die Region zu stärken. Der deutliche Bildungsnachteil durch die Unterrepräsentanz an den weiterführenden Schulen bis hin zum Gymnasium sollte jedoch zum Anlass genommen werden, die gezielte Förderung von Schüler:innen ungeachtet ihres familiären Hintergrundes auszuweiten. So kann der positive Anteil an der Wirtschaftsleistung, den diese Gruppe in der Region bereits leistet, auch in Zukunft wachsen.

Hier setzt bereits das Integrationskonzept des Odenwaldkreises an, das im Rahmen des Landesprogramms „WIR – Vielfalt und Teilhabe“ gezielte Aktivitäten zur Förderung der Integration zu forcieren. (12) Dabei sind die Bemühungen von dem Grundverständnis getragen, dass Integration dezentral stattfindet und von allen Bevölkerungsgruppen getragen werden muss. (13) Hierbei macht das Konzept vier Teilbereiche auf, in denen es aktiv werden will:

1. Soziale Teilhabe
2. Gesellschaftliche Teilhabe
3. Kulturelle Teilhabe
4. Gesundheit und Sport

Dabei liegt der Schwerpunkt auf der Stärkung der sozialen Teilhabe, wofür gezielt die Hürden im Bereich der Bildung abgebaut werden müssen. In Kooperation mit dem Jobcenter werden unter anderem zielgruppenorientierte Vermittlungs- und Nachqualifizierungsangebote unterstützt. Zur Förderung der gesellschaftlichen Teilhabe sieht das Integrationskonzept die Aufstellung der Verwaltung hinsichtlich mehrsprachiger Kommunikation und gezielter

Fortbildungen vor. Zudem sollen Vereine und Netzwerke als ehrenamtliche Träger:innen der Integration sensibilisiert und unterstützt werden. Im Bereich der kulturellen Teilhabe werden Projekte zur interkulturellen und interreligiösen Zusammenarbeit gestärkt. Zur Förderung der Gesundheit werden Aufklärungskampagnen mehrsprachig aufgestellt und kultursensible Angebote insbesondere für ältere Menschen gestärkt. Im Sport sollen vermehrt geschlechts- und kultursensible Angebote mit den Vereinen geschaffen werden und dafür Übungsleiter:innen aus- und fortgebildet werden. (14)

In der Integration sind auch kirchliche Träger:innen aktiv eingebunden und leisten mit verschiedenen Angebote einen wertvollen Beitrag. (15) Auch Vereine wie die Jugendwerkstätten Odenwald sind aktiv und bieten spezielle Angebote für Jugendliche, die beispielweise Unterstützung wegen fehlender Sprachkenntnisse benötigen. (16)

Als besonders erfolgreich wird die schnelle Integration von Geflüchteten angesehen, die im Rahmen der Fluchtbewegungen im Jahr 2015 in den Odenwald kamen. Die dezentrale Unterbringung führte vielerorts zu einer schnelleren Integration durch das direkte Bedürfnis vor Ort Bekanntschaften zu machen und sich in die Gemeinschaft einzubringen. Dies hat wiederum positive Effekte auf die Sprachkompetenz der Migrant:innen, sodass es allgemein als gutes Beispiel dafür gelesen werden kann, dass Integration kein Nischenthema ist, sondern eine ganzheitliche Herangehensweise erfordert, die sich am Ende für alle lohnt.

Ein weiteres wichtiges Querschnittsthema schneidet das Kreisentwicklungskonzept Odenwaldkreises von 2021 zum Themenkomplex Migration an. Viele Gesundheits- und Konsumstrategien bauen auf Kommunikationskampagnen auf, die zu selten auch migrantische Gruppen ausreichend mitadressieren. (17) Die Corona-Pandemie stellt hier ein eindrückliches Beispiel dar, denn leider waren aus einer Vielzahl von Gründen migrantische Personen häufiger von Covid-19 betroffen. Zudem ist es hier weniger gut gelungen, mit der Impfkampagne in der Breite zu

überzeugen und so die Impfquote ausreichend hoch zu treiben. Das ist besonders relevant, da überproportional viele Migrant:innen in Berufen arbeiten, die keine Einschränkung von Kontakten im beruflichen Umfeld ermöglichen. Nicht zuletzt, weil nicht-deutsche Arbeiter:innen häufiger im Gesundheitssektor beschäftigt sind.

Quellen:

6 Anmerkung: Integrationsmonitor Odenwaldkreis 2017. Die Daten beziehen sich nur auf den Odenwaldkreis und werden im Folgenden nicht als absolute Kennwerte analysiert, sondern als Hinweisgeber für strukturelle Phänomene herangezogen.

7 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S. 234.

8 REKO 2015, S. 40.

9 REKO 2015, S. 43.

10 REKO 2015, S. 282.

11 Integrationsmonitor Odenwaldkreis 2017, S. 21.

12 Integrationskonzept Odenwaldkreis 2017.

13 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S. 282.

14 Integrationskonzept 2017, S. 12.

15 Diakonisches Werk Odenwald: <https://www.diakonie-odenwald.de>, [27.04.2022].

16 Jugendwerkstätten Odenwald: <https://www.jwo-ev.de/unsere-projekte/intea-integration-und-anschluss/>, [27.04.2022].

17 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S. 464.

II.2.1.3 Vereinswesen und bürgerschaftliches Engagement

Das Vereinswesen in der Region wird von den Bewohner:innen selbst als wichtiger Standortfaktor gewertet. Gerade in den kleineren Kommunen sind die Vereine eine wichtige Identifikationsstruktur, was von einem „ausgeprägten Talerstolz“ getragen wird. (18) Dabei finden sich in der Region mit 21% zum größten Teil Sportvereine. Mit 16% folgen soziale und Rettungsvereine, mit knapp 10% Tier-, Umwelt- und Naturschutzvereine und mit knapp 8% Musikvereine. Diese zusammen stellen mehr als 50% der Vereine in der Region. (19)

Mit ihren vielseitigen Tätigkeitsbereichen sind die Vereine auch eine wichtige Säule der Integration von Zugezogenen in der

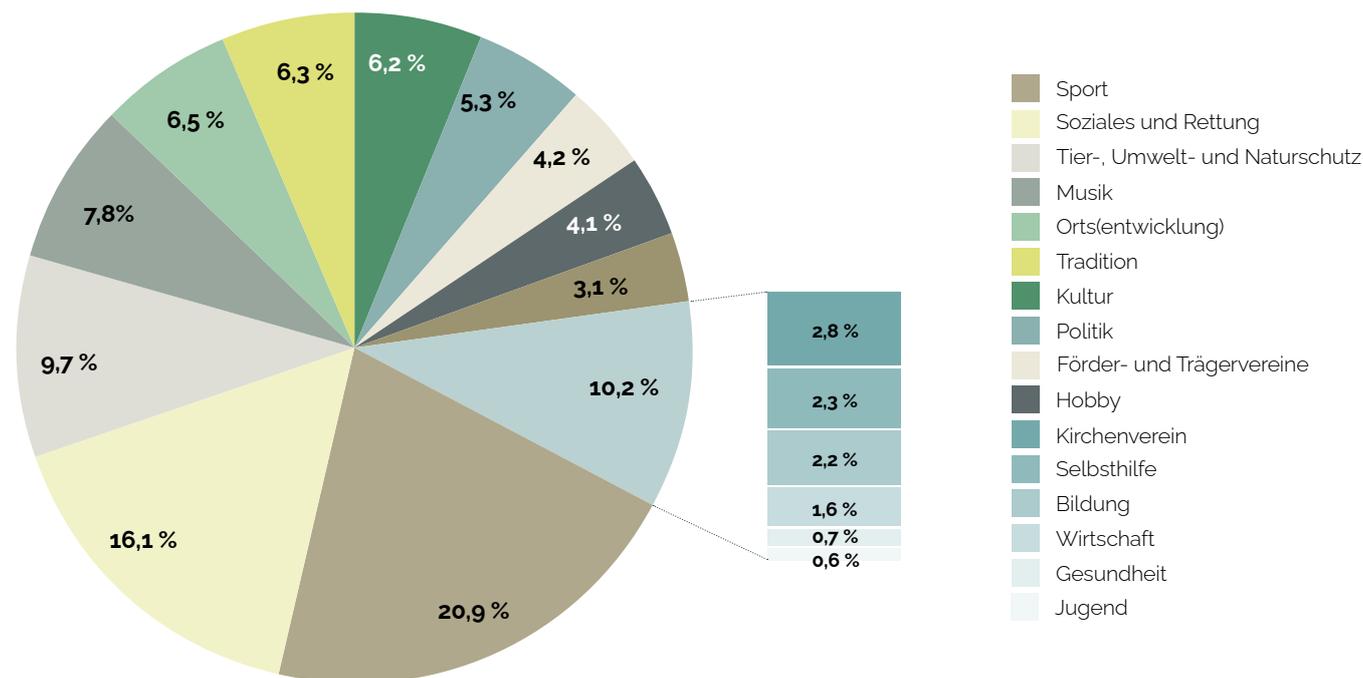
Region. Sie bieten die Möglichkeit, sich in die lokale Gemeinschaft einzubringen. Auch neu ankommende Menschen können hier über ihre konkreten Interessen ihre Nachbar:innen kennenlernen. Das Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises von 2021 betont, dass dies keine „Einbahnstraße“ sein darf, denn auch die Vereine sollten sich bemühen, neue Nachbar:innen gezielt anzusprechen und ihnen Angebote zur Mitwirkung zu machen. (21) Daher sind insbesondere auch Strategien zur Integration von Neubürger:innen in das Vereinswesen und Ehrenamt anzugehen, um über die gesellschaftliche Teilhabe die Vernetzung aller zu fördern. Im Endeffekt ist eine funktionierende starke Gemeinschaft auch für Unternehmer:innen ein Standortfaktor, der darüber entscheidet, ob sie in der Region bleiben oder ihren Standort aus dem Odenwald verlagern.

Ehrenamt trägt zur Stärkung der regionalen Identität bei und erhöht auch die Verbundenheit der Jugend mit der Region. Das Vereinswesen und das Ehrenamt müssen somit als potenzielle Bleibegründe betrachtet werden. Jugendzentren vernetzen Jugendliche beim Engagement vor

Ort und beim Aufbau gemeinsamer Projekte. Sie fördern die Selbstwirksamkeit der Jugendlichen und das Bewusstsein, ein aktiver Teil der Gesellschaft zu sein. Die Schulsozialarbeit hat das Potenzial, Jugendlichen einen niederschweligen Einstieg in ehrenamtliche Tätigkeiten zu erleichtern, da sie mit bestehenden Angeboten und Initiativen verknüpft agiert. (22) Die Stärken der Region in Punkto Landschaft und Naturerholung können auch positiv auf die Lebensqualität Jugendlicher wirken, wie Angebote für Mountainbike-Sport oder ähnliche Aktivitäten. Grundsätzlich sollte die Bereitschaft bestehen, Projekte von Jugendlichen ohne größere Vorbehalte zu unterstützen, Treffpunkte ohne Bedingungen zu schaffen und ernsthaftes Kooperationsangebote auf Augenhöhe zu ermöglichen. Engagement in der Jugend ist von direkter Wirksamkeit abhängig und bedarf der schnellen Sichtbarkeit der gemeinsam geschaffenen Ergebnisse.

Das Ehrenamt ist zudem eine wichtige Säule der Kultur im Odenwald. Kulturelle Angebote, die Ehrenamtliche im Odenwald auf die Bühne, auf die Straße, in die Veranstaltungsräume und

Vereinsarten



Die Vereinsarten im Odenwald auf Basis der Daten der Ehrenamtsagentur des Odenwaldkreises (Stand Februar 2022). Darstellung nonconform, 2022. (20)

an andere Orte bringen, bilden einen wichtigen Beitrag zum Kulturangebot des Odenwalds. Dies gilt sowohl für die Wahrnehmung der Odenwälder:innen selbst, als auch für die Außenwahrnehmung. Die Ehrenamtlichen gilt es daher nach Kräften durch die lokalen, regionalen und überregionalen Möglichkeiten zu unterstützen, sei es durch finanzielle und kommunikative Unterstützung sowie Ressourcen wie Räume, Technik, Vernetzungsangebote oder Veranstaltungskalender. Dabei gilt es, das bestehende Angebot besser verfügbar zu machen sowie gezielt und in Kooperation mit den vielen Aktiven auszuweiten. (23)

Ebenso ist das Ehrenamt wichtig für die Bewahrung der Kulturlandschaft des Odenwalds. Wichtige Maßnahmen zum Umweltschutz werden aktuell zum Großteil durch ehrenamtliches Engagement durchgeführt – insbesondere Erhalt und Pflege von Obstbaumbeständen. Die Fortbildung und gezielte Förderung von Umweltpädagogik für Kinder und Jugendliche kann durch finanzielle und kommunikative Unterstützung seitens der Kommunen gestärkt werden. Bereits aktive Vereine können bei der Erarbeitung von Konzepten unterstützt werden, um mehr Sichtbarkeit zu erlangen. Streuobstwiesen sind nicht nur ein wichtiges und prägendes Landschaftselement, sondern können auch in touristische Angebote z.B. in Form von „essbaren Wanderwegen“ eingebunden werden. Durch eine aktive Kommunikation und gute Vernetzung können solche Querschnitteffekte besser zum Tragen kommen und so letztlich ganzheitliche Verbesserungen für die Region erzielen.

Die Ehrenamtsagentur des Odenwaldkreises bietet zur Stärkung dieses wichtigen Engagements finanzielle Fördermöglichkeiten sowie Unterstützung und Beratung für Vereine und Kommunen an. Die Vereine können dabei gezielte Unterstützung durch Fortbildungsangebote im Management, der Finanzverwaltung, der Öffentlichkeitsarbeit, der Nachwuchsarbeit sowie der Nachwuchsakquise erhalten. (24) Durch Ehrungen und Preise werden zusätzlich herausragende Leistungen im Ehrenamt sichtbar gemacht. Mit der Ehrenamtskarte können dabei die Engagierten bei lokalen Angeboten Vergünstigungen erhalten.

Dies ist nicht nur eine monetäre Entschädigung, sondern eine gesellschaftliche Anerkennung, die besonders im Ehrenamt wichtig ist, denn die Menschen bringen sich gerne ein, wenn sie Wertschätzung erhalten. Ein sehr wichtiger Faktor, der über die Wirksamkeit des Ehrenamtes entscheidet, ist die Sichtbarkeit. Diese wird bereits beim Markt der Möglichkeiten verstärkt, der an bestehende Stadtfeste angehängt wird und auf dem sich Organisationen und Vereine der Bevölkerung vorstellen können. (25) Die Ehrenamtssuchmaschine Hessen ermöglicht es, gezielt Vereine und Angebote schnell auffindbar zu machen und somit die Aktiven zu unterstützen.

Ebenso muss es niederschwellige Möglichkeiten für engagierte Privatpersonen geben, sodass sie ihre – teils temporären – Projekte zielorientiert vorantreiben können und auch auf kommunaler Ebene Unterstützung finden. Die Teilnahme am Vereinswesen birgt oftmals kleinere sowie größere (Hemm-) Schwellen, doch langfristiges Engagement ist erwünscht. Es gilt daher, das vielfältige Angebot der vielen Aktiven zu fördern und noch besser zu vernetzen, um die Attraktivität der Region als Lebensort weiter zu stabilisieren. Dies bedeutet gleichzeitig Verstärkungseffekte für weiteres ehrenamtliches Engagement, die Teilhabe in der Region wird gestärkt.

Quellen:

18 REKO 2015, S. 28.

19 Anmerkung: Ehrenamtsagentur des Odenwaldkreises auf Anfrage der IGO, Stand Februar 2022.

20 Grafik: Die Vereinsarten im Odenwald auf Basis der Daten der Ehrenamtsagentur des Odenwaldkreises auf Anfrage der IGO (Stand Februar 2022), Darstellung nonconform, 2022.

21 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S. 253.

22 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S. 291.

23 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S. 292.

24 Ehrenamtsagentur: <https://www.odenwaldkreis.de/ehrenamt>, [28.04.2022].

25 Ehrenamt im Odenwaldkreis: <https://www.odenwaldkreis.de/ehrenamt>, [28.04.2022].

26 Ehrenamtssuchmaschine Hessen: www.ehrenamtssuche-hessen.de, [28.04.2022].

II.2.1.4 Stärken-/Schwächenanalyse der Bevölkerungsstruktur

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • Stabilisierung der Bevölkerungszahlen <ul style="list-style-type: none"> · Steigende nicht-deutsche Bevölkerung · Zuzug Bevölkerungsgruppe der über 65-Jährigen · Rückwanderung von im Odenwald aufgewachsenen Menschen • Hohe Lebensqualität im Alter und für Familien • Breites Angebot zur Integration • Hohes Engagement im Vereinswesen <ul style="list-style-type: none"> · Vereine als vielfältige und niederschwellige Integrationsanker · gute Sichtbarkeit in Ehrenamtssuchmaschine · Wertschätzung durch die Ehrenamts-Card • Ehrenamt vor Ort liefert wesentlichen Beitrag zu: <ul style="list-style-type: none"> · Integration · Umweltpflege · Bleibefaktoren Jugend 	<ul style="list-style-type: none"> • Fragile Stabilisierung der Bevölkerungszahlen <ul style="list-style-type: none"> · Zuzug Nicht-Deutscher und Gruppe der über 65-Jährigen steht in Abhängigkeit von adäquatem Wohnraumangebot vor Ort • Besonders Junge wandern weiterhin ab <ul style="list-style-type: none"> · Wenig Attraktivität für junge Menschen, besonders in der Gruppe der 18-29-Jährigen • Unterrepräsentation von Nicht-Deutschen in höherer Bildung
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> • Neue Stadtflicht <ul style="list-style-type: none"> · Rückwanderung von im Odenwald aufgewachsenen Menschen • Stabile Zuwanderung Nicht-Deutscher <ul style="list-style-type: none"> · Integration als Chance für die Region, insbesondere auch Handwerksberufe und Gesundheitssektor, etc. • Nachfrage nach kleinen Wohnungen, besonders für Junge und Alte • Stärkung der Teilhabe, Inklusion, Integration <ul style="list-style-type: none"> · Ganzheitliche Aufgabe, die als Querschnittsthema angegangen werden muss, um komplettes Potential für die Region zu entfalten • Vereine stärken den Standort <ul style="list-style-type: none"> · Lebensqualität ist auch Wirtschaftsfaktor • Niederschwellige Unterstützung jugendlicher Initiativen zur Stärkung der Teilhabe von jungen Menschen in der Region <ul style="list-style-type: none"> · Besonders in Kultur, Umweltschutz und Sport 	<ul style="list-style-type: none"> • Demographische Überalterung • Abwanderung der Jugend • Wohnbauoffensive, die an den Bedarfen vorbei geht • Desintegration von Migrant:innen schon im frühen Alter <ul style="list-style-type: none"> · Ghettoisierung, Parallelgesellschaft, Ungleiche Teilhabe am gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Leben • Sinkende Bevölkerungszahlen gefährden die Infrastruktur und das Vereinswesen <ul style="list-style-type: none"> · Nachwuchsmangel in der Zivilgesellschaft •

→ Priorisierte Handlungsbedarfe:

- Adäquaten Wohnraum schaffen, besonders für junge und ältere Menschen
- Attraktives Angebot in der Region für junge Menschen schaffen
- Gemeinschaftsbildende Angebote schaffen zur Teilhabe und Integration von Neubürgern

II.2.2 Gleichwertige Lebensverhältnisse für „ALLE“ – Daseinsvorsorge

Die Region Bergstraße–Odenwald befindet sich in einer ausgedehnten Mittelgebirgslandschaft mit dicht bewaldeten Bergrücken. Prägend für die Natur- und Kulturlandschaft sind vor allem die Land- und Forstwirtschaft, im Kreis Bergstraße auch der Weinanbau. (1)

Überregionale Schienenwege und Strassen binden die Region mit den umliegenden Metropolen an. PKW-Fahrtzeiten betragen je nach Gemeinde 2 bis über 26 Minuten, um die Mittelzentren in der Region zu erreichen. Nicht alle Gemeinden bieten Nahverkehr oder fußläufige Erreichbarkeit zu Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs, sodass längere Anfahrtszeiten in Kauf genommen werden müssen. Ein Blick auf die medizinische Versorgung zeigt, dass die Region bislang noch über ein ausreichendes Netz an niedergelassenen Ärzt:innen verfügt. Für den Kreis Bergstraße wird sogar eine Überversorgung festgestellt. (2) Besonders im Bereich Bildung, auch lebenslanges Lernen, lässt sich eine Steigerung an Qualität und Angebot beobachten, welches sich auch auf den Kreis Bergstraße übertragen lässt. (3) Nicht nur der Studie des IWAK-Instituts in Frankfurt (4) zufolge, auch in der Jugendbefragung 2020 im Rahmen des Kreisentwicklungskonzepts des Odenwaldkreises (5) zeigt sich der Odenwald als Region mit hoher Wohn- und Lebensqualität. Die reiche Natur- und Kulturlandschaft, sehenswerte Denkmäler und Museen sowie die Vielfalt an kulturellen, kulinarischen und sportlichen Angeboten rund um den Geo-Naturpark Bergstraße-Odenwald (UNESCO Global Geopark) werden dabei als besonders attraktiv für Einheimische, wie auch für Gäste beschrieben. Auch das reiche Vereinsspektrum bietet ergänzende und generationsübergreifende Angebote und ist Motor des Miteinanders und der Vernetzung vor Ort.

Quellen:

- 1 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises, S. 133.
- 2 Vision Kreis Bergstraße: https://www.vision.kreis-bergstrasse.de/sites/default/files/unit/files/180131_1_ag_gesundheit_auszug_homepage_o.pdf. [27.04.2022].
- 3 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises, S. 414.
- 4 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S. 29.
- 5 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S. 234.

III.2.2.1 Wohnen und Siedlungsstruktur

Den Odenwald durchzieht eine differenzierte Dorfstruktur – von Straßendörfern der alten Waldhubensiedlungen bis hin zu Weilern und Hufendörfern mit zentralen Funktionen. Förderprogramme, wie z.B. das hessische Dorfentwicklungsprogramm oder die Städtebauförderung helfen durch gezielte Sanierungs- und Entwicklungsmaßnahmen dabei, diese unterschiedlichen Ortscharaktere zu erhalten und zu einem attraktiven Wohn- und Lebensstandort weiterzuentwickeln. Insbesondere das bau- und kulturhistorische Erbe sowie schützenswerte Gebäude der Ortskerne sollen gestärkt werden. (6) Der Fokus liegt somit auf der Innenentwicklung: Baulücken im Ort schließen, Sanierungsstau beheben, Leerstände wieder nutzbar machen, um Wohnen und Arbeiten im Ortskern und die Ortsmitte als multifunktionalen Kern weiter zu stärken ohne neue Flächen zu versiegeln. (7) Im Leerstandskataster von 2018 wurde dabei überwiegend Leerstand bei Wirtschafts- und Geschäftsgebäuden festgestellt. Für das Segment Wohnen wurden überwiegend Teilleerstände, potenzielle Leerstände und vor allem Baulücken kartiert. (8) Weiter muss es neben der Sensibilisierung für Baukultur und der Wiedernutzbarmachung von Bestand auch um Nachhaltigkeitsstrategien inklusive Klimaanpassungsmaßnahmen gehen. Ressourcenschonendes Bauen, Energiesparmaßnahmen, innerörtliche Begrünungskonzepte und Wasserableitungssysteme, Klimaschutz, und damit Wald und Wiesen als zentraler Faktor der Klimastabilisierung, sollten künftig mehr in den Fokus rücken.

Trotz sinkender Bevölkerungszahlen in der Region sagen Prognosen derzeit mittelfristig bis 2030 eine steigende Zahl an Haushalten voraus. Auch die Corona-Pandemie zeigt sich als Motor für ein zunehmendes Interesse am ländlichen Raum, gerade in der Nähe von Ballungsräumen. Die wachsende Nachfrage nach Wohnraum vor Ort stößt jedoch auf einen Markt, der kaum die lokale Nachfrage, bspw. die der hier Aufgewachsenen, abdecken kann. Die Folge,

auch in den Kreisen Odenwald und Bergstraße steigen die Immobilienpreise.

Die Wohnraumsituation vor Ort zeichnet sich zu 62% (9) durch Einfamilienhäuser aus, die überwiegend für größere Familien ausgelegt sind. Die Mehrheit dieser Haushalte besteht allerdings nur aus einer oder zwei Personen, die nur ein Stockwerk bewohnen. 60% der Wohnungen werden von den Eigentümer:innen selbst bewohnt - der Landesdurchschnitt liegt bei 47,1%.

64,3% der Gebäude wurden vor 1978 erbaut. In den Baugebieten der 70er Jahre leben zum Großteil Personen über 75 Jahre, also eine potenzielle Zielgruppe für senior:innengerechte Wohnangebote. Da die Zielgruppe, der ab 75-Jährigen tendenziell länger fit und selbständig bleibt, besteht für sie kein Druck sich nach anderem Wohnraum umzusehen. Damit werden Häuser nicht so rasch frei; gleichzeitig muss das Potenzial mitgedacht werden, um ein plötzliches Überangebot an Wohnraum, indem bspw. neues Bauland ausgewiesen würde, zu vermeiden. Auch wenn sich die Bevölkerungszahlen stabilisieren, sollte das zu verzeichnende negative Wanderungssaldo der 18- bis 29-Jährigen ernst genommen werden. Der Attraktivitätsverlust der Region, aufgrund fehlender Infrastruktur, Freizeitmöglichkeiten und der Gestaltung insbesondere der Ortsmitten wird als zentrales Argument gehandelt. Das Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises von 2021 (10) weist jedoch auch noch darauf hin, dass besonders Wohnraumangebote für junge Erwachsene als Single- oder Paarhaushalt oder für Wohngemeinschaften fehlen. Im Zuge des sich bereits abzeichnenden demografischen Wandels muss damit auch über alternative und bezahlbare Wohnangebote für junge Erwachsene, aber auch für die Zielgruppe nach der Familienplanung ab 55 Jahren oder Personen im Senior:innen-Alter, die bspw. auch nicht alleine leben möchten, nachgedacht werden. Gleichzeitig gilt es die Ortschaften zu attraktivieren - für ein aktives und integratives gesellschaftliches Leben. Dazu gehört auch die Teilhabe aller Bevölkerungsgruppen zu ermöglichen - durch den Ausbau barrierefreier Infrastruktur und Kommunikation sowie durch die Stärkung der Vielfalt. Weiter gilt es neben Inklusions-, auch Integrationsansätze über kulturelle oder

sozioökonomische Grenzen hinweg umzusetzen und das Integrationspotential nicht nur bei Neubürger:innen, sondern auch unter der bestehenden Bürgerschaft voranzutreiben und ebenfalls sozial Benachteiligte mit geringem Einkommen oder von Altersarmut Betroffenen zu stärken und für mehr kulturelle Durchmischung zu sorgen.

Im Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises von 2021 oder auf der Website der Vision des Kreis Bergstraße (11) finden sich zahlreiche Anknüpfungspunkte zur nachhaltigen Siedlungsentwicklung der Region - von politischer Arbeit über städtebauliche Maßnahmen bis hin zu lokalen Initiativen. Im Folgenden ein Überblick bzw. Auszug:

- Um die langfristige **Siedlungsplanung und Ortskernstärkung** im Hinblick auf Nachhaltigkeit, Innenentwicklung und Wohnraumbedarfs-, aber auch Teilhabegerechtigkeit weiterzuentwickeln kann bspw. auf ein integriertes Kommunales Entwicklungskonzept oder ein integriertes Stadtentwicklungskonzept, kurz IKEK oder ISEK, zurückgegriffen werden. Neben dem integrierten Klimaschutzplan des Land Hessen ermöglicht auch der GAK-Rahmenplan 2022 bis 2025 (12) Förderungen für den ländlichen Raum von Dorfentwicklung bis zur Breitbandversorgung.
- Das integrierte Klimaschutzkonzept für den Kreis Bergstraße (2021), kurz IKSK, und das Klimaschutzkonzept Odenwaldkreis (2013) liefern zudem Ansatzpunkte zur **klimafreundlichen Weiterentwicklung der Region**. Besonders das IKSK gilt es gebietsübergreifend auszuweiten, gerade auch hinsichtlich Maßnahmen für „Klimawandelangepasste Städte“.
- Weitere Stärkung der Gewerbevereine durch **Professionalisierung und Vernetzung** im Rahmen eines Citymanagements kann ausgebaut werden, wie es bspw. bereits in Michelstadt oder Oberzent eingesetzt wird, um die Belebung der Ortskerne und Einkaufsstandorte gezielt voranzutreiben. (13) Der Aufbau weiterer Kümmerstrukturen ist denkbar, um bspw. auch die Themen **Wohnraumdiversifizierung, ressourcenschonendes Bauen und erneuerbare Energien** in der Region weiterzuentwickeln. Der

Verein Wohnvisionen Bergstraße (14) möchte bspw. daran anknüpfen und alternative bzw. gemeinschaftliche und generationsübergreifende Wohnformen unterstützen.

- Die WIR-Koordinationsstelle für **Vielfalt** und Migration des Landes Hessen im Odenwaldkreis hat sich den Aufbau einer offenen Willkommensstruktur zum Ziel gesetzt. (15) Weiter bietet die VHS Odenwaldkreis gezielt Sprachkurse für neuzugezogene aus dem Ausland an, um für eine bessere Alltagsverständigung beizutragen. (16) Der Sozialverband VdK berät Kommunen des Odenwaldkreises zur Barrierefreiheit und Inklusion. (17)

Quellen:

6 REKO 2015, S. 26.

7 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S. 167.

8 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S. 167.

9 REKO 2015, S. 26.

10 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S. 185.

11 Vision Kreis Bergstraße: <https://www.vision.kreis-bergstrasse.de>, [27.04.2022].

12 Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft: https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/_laendliche-Regionen/Foerderung-des-laendlichen-Raumes/GAK/Foerderbereich1-22.pdf?__blob=publicationFile&v=2 [27.04.2022].

13 Stadtverwaltung Michelstadt: <https://www.michelstadt.de/cittaslow/cittaslow-kriterien/>, [27.04.2022].

14 Wohnvision Bergstraße: <https://www.wohnvision-bergstrasse.de>, [27.04.2022].

15 Odenwaldkreis: <https://www.odenwaldkreis.de/fileadmin/odenwaldkreis/pdf/WIR/Integrationsmonitor.pdf>, [27.04.2022].

16 VHS Odenwaldkreis: <https://vhs-odenwald.de/programm/sprachen>, [27.04.2022].

17 Behindertenbeirat Odenwaldkreis; http://behindertenbeirat-odenwaldkreis.de/pdf/Broschuere_2019.pdf

III.2.2.2 Daseinsvorsorge in den Bereichen Gesundheit, Versorgung, Freizeit und Kultur

Gesundheit

Die Entwicklungen im Gesundheitssektor hängen eng mit dem demographischen Wandel zusammen. Die deutliche Alterung der Gesellschaft und die Auswirkungen der geburtenstarken Jahrgänge der „Babyboomer“ sind dabei von entscheidender Bedeutung. (18) Weiter verzeichnet die Region insbesondere eine Zuwanderung in der Altersgruppe der über 65-Jährigen (19), dies wohl aufgrund des günstigen Wohnraums und der hohen Anzahl von Pflegeplätzen im Vergleich zu den umliegenden Städten wie Darmstadt oder Frankfurt. Diese sich verändernde Bevölkerungsstruktur wird sich auch auf die Anforderungen an die medizinische Versorgung vor Ort auswirken. Das Thema „Gesund alt werden“ ist daher besonders zu berücksichtigen.

Die Gesundheitsversorgung spielt für die Attraktivität der Region eine erhebliche Rolle - die Versorgung ist je nach Lage sehr unterschiedlich. Bislang zeigt sich noch ein gutes Netz an haus- und fachärztlicher Versorgung, gerade auch im Vergleich zu anderen ländlichen oder suburbanen Räumen. Bezüglich der Erreichbarkeit zeigt sich jedoch schon jetzt eine Ungleichverteilung, insbesondere bei den Orten, die nicht direkt an den Hauptverkehrsachsen liegen. Besonders deutlich wird es in Bezug auf die schlechte Erreichbarkeit von Krankenhäusern. Hier kommt dem Gesundheitszentrum Odenwald (GZO) in Erbach, eine Kooperation mit der Goethe-Universität Frankfurt/Main und dem Uniklinikum Heidelberg, eine zentrale Rolle zur Sicherung der Grunddaseinsfürsorge in der Region zu. Es bietet nicht nur eine möglichst wohnortnahe und stationäre Versorgung, sondern auch Aus- und Weiterbildung von Personal im Bereich Medizin und Pflege. Insbesondere in der Digitalisierung liegen hier neue Möglichkeiten mit bspw. Telemedizin und mobiler Medizin. Immer wieder gibt es auch Schwierigkeiten mit der Nachbesetzung von hausärztlichen Praxen, wenn deren Leitung in Rente geht. Hier ist es wichtig, bereits jetzt

Strategien zu entwickeln, um die Region attraktiv für medizinisches Fachpersonal zu gestalten, auch indem neue Modelle geschaffen werden, die den Anspruch an eine neue Work-Life-Balance berücksichtigen können, wie zum Beispiel Medizinische Versorgungszentren (MVZ) oder Gemeinschaftspraxen. (20) Weiter gilt es die pharmazeutische Versorgung und Beratung in allen Ortschaften zu sichern, bisher zeigt sich noch eine gute Dichte. Mit dem prognostizierten Wegfallen von Arztpraxen, könnten jedoch ebenfalls diese Dienstleitungen eingehen.

Mit dem Verein Gesundheits-Versorgungs-Kooperation-Odenwald (GVK) e.V. wurden in der Region bereits erste Strukturen und Netzwerke aufgebaut, um vor Ort Projekte der medizinischen Versorgung anzustoßen (21). Als einer der ersten Erfolge konnte bereits die Gründung des Gesundheitsversorgungszentrums (GZO) in Oberzent verzeichnet werden. Weiter bietet bspw. auch der Wirtschaftsservice der OREG (22) eine Existenzgründungsberatung an, an die sich auch junge Ärzt:innen wenden können. Auch das Land Hessen reagiert mit einer sogenannten „Landarztquote“ ab 2022, die junge Medizinstudierende verpflichten soll, 10 Jahre im ländlichen Raum zu arbeiten. Seit Jahren zeichnet sich auch ein akuter Pflegenotstand vor Ort ab.

Überblick zu Gesundheits-Einrichtungen:

- Gesundheitszentrum Odenwald - GZO, und das Medizinische Versorgungszentrum - MVZ in Erbach
- Gesundheits Versorgungszentrum - GVZ, in Oberzent
- Gemeinschaftspraxis in Bad König als GVZ für die Region Unterzent mit Zweigstelle in Fränkisch-Crumbach
- Chirurgische Zweigpraxis in Höchst Odenwälder Ärzte eG
- Hausärzterverband
- MVZ Lindenfels
- PauLa - Unsere Gemeindeschwester 2.0
- Weiterbildungsverbund Bergstraße
- „Landpartie 2.0“ und Kooperation mit dem Universitätsklinikum Heidelberg – Ziel ist angehenden Ärzt:innen den Einstieg in den Beruf zu erleichtern und aktiv das Berufsbild des Hausarztes im Kreis Bergstraße zu bewerben

Noch gibt es ausreichend Pflegeplätze, es fehlt jedoch bereits jetzt an gut ausgebildeten Fachkräften, die ähnlich wie bei Ärzt:innen, inzwischen verstärkt aus dem Ausland angeworben werden. Derzeit läuft eine durch das Land Hessen geförderte Bestandserhebung der pflegerischen Versorgung, die auch eine bessere Vernetzung der unterschiedlichen Pflegeeinrichtungen stärken möchte (23). Hier greift auch das Netzwerk Ortsnahe Versorgung Odenwald (NOVO), das sich bisher auf bedarfsgerechte und qualitativ hochwertige medizinische und pflegerische Gesundheitsversorgung des Vorderen Odenwalds fokussiert.

Während der Corona-Pandemie fiel besonders auf, dass deutlich mehr Menschen mit Migrationshintergrund am Corona-Virus erkrankten; hier scheint es spezifischen Bedarf zu geben, gezielter aufzuklären und sich auf Mehrsprachigkeit auch in der Kommunikation nach außen und in den Einrichtungen der medizinischen Versorgung besser aufzustellen. Außerdem sollte ein Auf- und Ausbau von integrierten Präventionsketten für ein gesundes und chancengerechtes Leben von Menschen jeden Alters und Zugehörigkeit vorangetrieben werden und das in Bezug auf physische wie psychische Gesundheit. (24) Dies bedeutet Betroffene, aber auch Ihre Angehörigen besser zu begleiten. Hier kann gezielt auf den öffentlichen Gesundheitsdienst (ÖGD) Hessen zurückgegriffen werden, der Netzwerke und Initiativen vor Ort sowie eine Sensibilisierung für die Themen der Gesundheit zum Beispiel im Rahmen eines „Gesundheitstags“ fördert und die Netzwerkbildung im Gesundheitssektor unterstützt. Interessant ist auch, dass verschiedene Anbieter aus dem Bereich Tourismus in der Region, aber auch des Landes Hessen mit dem hohen Erholungsfaktor des Odenwalds werben, so bspw. mit der Odenwald Therme in Bad König oder dem Geo-Naturpark Bergstraße-Odenwald (UNESCO Global Geopark).

Versorgung

Ein wichtiger Faktor für die Attraktivität einer Region liegt auch im Zugang zu Dienstleistungen der Nah- und Grundversorgung bzw. der regionalen Infrastruktur. Die Sicherung der Nahversorgung wird mittel- und langfristig eine der großen Herausforderung in der Odenwaldregion darstellen. Diese umfasst neben der oben angesprochenen medizinischen Versorgung auch die Grundversorgung mit Einkaufsmöglichkeiten vor Ort oder weiteren Dienstleistungen des täglichen Bedarfs. In den Jahren 1990 bis 2015 hat sich die Anzahl an kleinen Lebensmittelgeschäften um 87% reduziert. (25) Zunehmend hat ein Rückzug des Einzelhandels in die Gewerbegebiete meist an den Stadträndern stattgefunden und Discounter oder größere Supermarktketten sind ebenfalls dort angesiedelt worden. Doch sind es gerade die kleinteiligen Strukturen, die für ein vitales und attraktives Dorfleben sorgen. Hier könnte gerade die Vermarktung auch von regionalen Produkten bzw. Lebensmitteln künftig beitragen Versorgungslücken in den Orten schließen, indem bspw. Dorfläden oder Warenverkaufsautomaten (26) aufgestellt werden. Bereits jetzt müssen zum Teil über 16 Autominuten in Kauf nehmen, um bspw. das nächste Ladengeschäft oder den nächsten Supermarkt zu erreichen. Anknüpfungspunkte und Fördermöglichkeiten vitaler Ortskerne liefert dazu auch der deutsche Städte- und Gemeindebund mit einem Förderprogramm zu Dorfläden zur Stärkung des ländlichen Raums. (27)

Digitale Infrastruktur wird für das Leben und Arbeiten immer wichtiger und auch selbstverständlicher. Neue Lebens-, und Arbeitsmodelle sowie ein zeit- und ortsunabhängiges Interagieren bringen Chancen für den ländlichen Raum. Konzepte sind hier „Smart-Region“ oder „Smart-City“, die Strategien der digitalen Transformation von Leben und Verwaltung anbieten. (28). Digitalisierung wird als wesentlicher Faktor gegen Abwanderung, aber auch für Zuwanderung bzw. Rückkehr beschrieben (29). Darum ist es wichtig die digitale Teilhabe und Vernetzung auszubauen – die Ehrenamtsagentur hilft z.B. Senior:innen bei ihren ersten Schritten ins Internet. (30)

Die Region Odenwald startete bereits 2012 mit dem Ausbau von Breitband, allerdings stößt die vorhandene Infrastruktur zunehmend an ihre Grenzen. Insbesondere Jugendliche sehen im Bereich Digitalisierung dringend Ausbaubedarf. Derzeit wird daran gearbeitet, dass alle Schulen und Krankenhäuser der Region baldmöglichst über Bandbreiten von bis zu 1000 Mbit/s verfügen werden. (31) Zur weiteren Förderung der digitalen Infrastruktur soll laut Hessen bis 2025 flächendeckend die Gigabit-Bandbreite möglich sein. Die Investitionskosten belaufen sich in der Region insgesamt auf einen dreistelligen Millionenbetrag, sodass trotz einer Förderquote von bis zu 90 % für die Kommunen ein erheblicher Eigenanteil verbleibt. Weiter wurde im Zuge der 5G-Frequenz-Auktionen die Mobilfunknetz-Betreiber auch zum Netzausbau im ländlichen Raum verpflichtet. Es existieren zwar Projekte, die kostenloses und öffentliches WLAN an Orten wie Bahnhöfen, Rat-, oder Gemeinschaftshäusern und bspw. in Bussen von Odenwald-Mobil bereitstellen - Ziel sollte dennoch sein, Versorgungslücken weiter zu schließen.

Kultur & Freizeit

Das kulturelle Programm in der Region ist vielfältig und bietet Angebote für alle Altersgruppen: von der Michelstädter Musiknacht bis zum Festival Sound of the Forest, vom Trommer Sommer und dem Erbach-Michelstädter Theatersommer bis zu den Reichelsheimer Märchen- und Sagentagen oder der italienischen Oper auf der Burg Lindfels, um nur einige Beispiele zu nennen. Praktisch in jedem Ort gibt es Vereine die sich ehrenamtlich mit Tanz, Theater und Kunst beschäftigen und für dieses bunte Kulturerleben in der Region sorgen. Weiter laden auch unterschiedliche Feste, die historischen Innenstädte, Burgen, Schlösser, Museen und Ausstellungen nicht nur die Einheimischen, sondern auch Gäste zum Erleben der Region ein. Besonders die Natur bildet einen zentralen Ort der Freizeitgestaltung, sei es per Rad oder zu Fuß. Auf der Tourismuseite der Kreise Odenwald-Bergstraße lassen sich vielzählige Veranstaltung im Jahresverlauf (32) einsehen.

Mit der Idee der „Kulturmarke“ wurden im Odenwaldkreis seit 2018 eine Stärkung von Kunst und Kultur vorangetrieben sowie Netzwerke gebildet. Jetzt gilt es auch eine Verbesserung der Freizeitangebote besonders für Jugendliche und junge Erwachsenen voranzutreiben – zum Beispiel auch über die Stärkung der Nachwuchsförderung innerhalb der Vereine. Denn in der Jugendbefragung von 2020 (33) werden als wichtige Bleibefaktoren junger Menschen in der Region das vielfältige Kultur- und Freizeitangebot genannt und als ausbaufähig bezeichnet, sowie das „Eingebundensein“ vor Ort ins Vereinsleben. Das reicht von Freizeitaktivitäten in der Natur wie Mountainbike-Trails bis hin zu belebten Ortskernen und der Schaffung neuer Treffpunkte sowie Ausgehmöglichkeiten und die Etablierung einer „Pop-Up-Kultur“, sodass Leerstände längerfristig oder temporär einen positiven Beitrag zur Attraktivität der Ortschaften leisten und gleichzeitig neue Räume der Begegnung und für Kultur entstehen. (34) Weiter gilt es bereits jetzt Veranstaltungen wie der „Markt der Möglichkeiten“ in Erbach oder den „Freiwilligentag“ der Ehrenamtsagentur im Kreis Odenwald (35) weiterzudenken, um Vereine, Kulturschaffende, ehrenamtlich Aktive und Interessierte oder interessierte Gruppen, aber auch Unternehmer:innen in der ganzen Region bzw. in ihren Ortschaften zusammenzubringen, um gemeinsam Projekte zur Weiterentwicklung vor Ort anzustoßen.

Quellen:

18 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S. 453.

19 Kreisentwicklungskonzept des Kreis Odenwaldkreises 2021, S. 453.

20 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S. 453.

21 Gesundheits-Versorgungs-Kooperation Odenwald: <https://www.gvk-odenwald.de>, [27.04.2022].

22 Odenwald-Regional-Gesellschaft: <https://www.oreg.de>, [27.04.2022].

23 Pflegekonferenz Odenwaldkreis: [https://www.odenwaldkreis.de/index.php?id=195&tx_news_pi1\[news\]=3223&tx_news_pi1\[controller\]=News&tx_news_pi1\[action\]=detail&cHash=92279ea8874b6a61cf6408337f4b70fd](https://www.odenwaldkreis.de/index.php?id=195&tx_news_pi1[news]=3223&tx_news_pi1[controller]=News&tx_news_pi1[action]=detail&cHash=92279ea8874b6a61cf6408337f4b70fd), [27.04.2022].

24 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S. 486.

25 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S. 199.

26 Odenwaldkreis: <https://odenwaldkreis.de/index.php?id=1185>, [27.04.2022].

27 Deutscher Städte- und Gemeindebund: <https://www.dstgb.de/aktuelles/2021/dorflaeden-halten-ortskerne-lebendig/>, [27.04.2022].

28 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S. 154-155.

29 Odenwaldkreis: <https://www.odenwaldkreis.de/index.php?id=525>, [27.04.2022].

30 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S. 234.

31 Odenwald-Regional-Gesellschaft: <https://www.oreg.de/breitbandnetz/>, [27.04.2022].

32 Bergstraße-Odenwald Veranstaltungskalender: <https://www.bergstrasse-odenwald.de/themen/angebote/fuer-veranstaltungen/veranstaltungskalender>, [27.04.2022]

33 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S.234, ff.

34 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S. 296, ff.

35 Odenwaldkreis: <https://www.odenwaldkreis.de/index.php?id=525>, [27.04.2022].

III.2.2.3 Mobilität und regionaler ÖPNV

Mobilität wirkt sich auf die räumliche Erreichbarkeit unserer Ziele wie Arbeitsplatz, Bildungs-, Freizeit-, oder Versorgungseinrichtungen aus. Sie ist Voraussetzung für gesellschaftliche Teilhabe und damit wesentlich für die Lebensqualität. Im ländlichen Raum zeigt sich eine starke Abhängigkeit vom motorisierten Individualverkehr, da es oft an attraktiven Alternativen z.B. per Fuß, Rad oder ÖPNV unterwegs zu sein, fehlt. Auch sind die unterschiedlichen Verkehrsträger:innen nicht ausreichend vernetzt.

Pro Person und Tag werden laut Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises (2021) im Durchschnitt daher 3,7 Wege per PKW zurückgelegt, was zu einem enormen Verkehrsaufkommen führt. Mit einer durchschnittlichen Weglänge von 14km ergibt sich eine Verkehrsleistung von rund 4,4 Millionen Personenkilometer allein im Odenwaldkreis mit entsprechend einhergehender Lärmbelastung und Emissionsbelastung. Die Klimabilanz zeigt, dass 96% der CO₂-Emissionen auf den Straßenverkehr zurückgehen. (36) Insbesondere Jugendliche und junge Erwachsene, aber auch potenzielle Fachkräfte

und ältere Menschen bewerten die Region aufgrund eingeschränkter Mobilität als unattraktiv. Sie leiden unter mangelnder Flexibilität und unzureichender Vernetzung der Verkehrsträger:innen.

Diesbezüglich wurden bereits Bestrebungen unternommen die Odenwaldbahn auszubauen und einen Bedarfslinienverkehr (z.B. RufBus, taxOMobil, Garantiert Mobil), sowie einen übergreifenden Logistikdienst (z.B. CargOMobil) einzurichten.

Auch das Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises von 2021 (37) macht auf die Notwendigkeit einer besseren Vernetzung und Taktung im ÖPNV aufmerksam, sowie die Zukunft der Mobilität voranzutreiben. Neue Modelle von Mobilitätsdrehscheiben bis zu autonomen Fahren oder Apps mit Echtzeitverfolgung der Fahrtwege von Bussen, aber auch die Förderung neuer Treibstoffe wie Wasserstoff oder E-Mobilität stehen im Fokus. Auch eine attraktivere Straßenraumgestaltung kann dazu beitragen, dass Nutzer:innen vom PKW auf den sogenannten Langsamverkehr (Fuß- und Radverkehr) umsteigen. Dazu ist es u.a. notwendig Radverkehrskonzepte Gemeindeübergreifend zu denken.

Derzeit findet beispielweise eine Evaluierung nachhaltiger Verkehrsinfrastruktur im Kreis Bergstraße (38) statt. Das integrierte Klimaschutzkonzept für den Kreis Bergstraße von 2021 (39) schlägt ein Mobilitätsmanagement vor, um die Mobilitätsaktivitäten gezielt zu vernetzen und zu koordinieren. Auch im Kreis Odenwald wurde bereits ein Mobilitätskonzept entwickelt, welches vom OREG betreut wird und nachhaltige Mobilität fördern soll. (40)

Bereits seit 20 Jahren macht z.B. die Aktion „Autofasten“ (41) auf umweltfreundliches Fahrverhalten und klimafreundliche Verkehrsalternativen aufmerksam.

Der integrierte Klimaschutzplan des Land Hessen (2017) fordert nachhaltiges Mobilitätsverhalten bereits in der Schule im Bildungslehrplan zu integrieren. Nicht zuletzt hat die Corona-Pandemie das große Potenzial des digitalen orts- und zeitunabhängigen Arbeitens gezeigt, was wiederum zur Entlastung der Straßen führt.

Quellen:

36 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S. 196.

37 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S. 194-230.

38 Vision Kreis Bergstraße: <https://www.vision.kreis-bergstrasse.de/rad#uip-1>, [27.04.2022].

39 IKSK Kreis Bergstraße 2021, S. 130.

40 Odenwaldmobil: <https://www.odenwaldmobil.de/ueberuns/garantiert-mobil>, [27.04.2022].

41 Odenwald-Regional-Gesellschaft: <https://www.oreg.de/autofasten-im-odenwaldkreis-oreg-kooperiert-mit-dem-bistum-mainz-und-der-evangelischen-kirche-in-hessen-und-nassau/>, [27.04.2022].

III.2.2.4 Bildung – Lebenslanges Lernen

Die Region Odenwald-Bergstraße zeichnet eine reiche Bildungslandschaft aus. Dazu zählen Institutionen der frühkindlichen Bildung, allgemeinbildende und berufliche Schulen, Volkshochschulen, Einrichtungen der Forschung und des Wissenstransfers sowie auch außerschulische Einrichtungen des lebenslangen Lernens. Allgemein verzeichnet das Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises von 2021 (42) einen deutlichen Anstieg an Qualität und Vielfalt von Bildungsangeboten. Während der Bedarf an hochqualifizierten Fachkräften steigt, sinkt die Zahl an Bewerbungen für Berufsausbildungsstellen. Laut Bildungsbericht streben 60% der Schüler:innen eine Hochschulreife an, was diesen Strukturwandel künftig positiv begünstigen sollte. Gleichzeitig ist jedoch die hohe Schulabbrecherquote von 9% (Hessischer Mittelwert 5,7 %) im Blick zu halten und besonders der hohe Anteil der nichtdeutschen Schüler:innen in dieser Gruppe von 37% (Hessischer Mittelwert 30,8%). Mögliche Folge: ökonomische Ungleichheit und ungleiche Teilhabebedingungen am gesellschaftlichen Leben. Auch drohen aufgrund sinkender Zahlen an Teilnehmer:innen der Abbau von Bildungsinfrastruktur, vor allem im Bereich der beruflichen Bildung. Dies würde neben der sogenannten Bildungsabwanderung, ebenfalls den Nachwuchsmangel für die Wirtschaft als auch für zivile Organisationen,

wie z.B. Vereine, weiter verstärken. Auch im Segment der Betreuung von Kindern U3 und Ü3 sowie im Grundschulbereich gibt es noch Ausbaubedarf. Besonders die wirtschaftliche Teilhabe und Gleichberechtigung von Frauen muss weiter gefördert werden. Kooperation von Bildungseinrichtung und Wirtschaft sowie eine kommunenübergreifende Stärkung der Bildungslandschaft sind hier gefordert. So schlägt das Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises von 2021 vor, mit Institutionen wie dem Beruflichen Schulzentrum Odenwaldkreis (43), die sich wandelnden Bedürfnisse abzufangen. Weiter soll auch die Schulsozialarbeit helfen, bereits präventiv und bedürfnisgerecht einzuwirken. (44)

Im Bereich der außerschulischen Bildung empfiehlt das Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises von 2021 (45) eine bedarfs- und zielgruppenorientierte Weiterentwicklung und bessere Vermarktung des Angebots. Dazu gehört auch eine bessere Koordination und Vernetzung der Angebote über die Kreisgrenzen hinweg. So bieten die VHS-Einrichtungen der beiden Kreise Odenwald und Bergstraße bereits jetzt ein breites Angebot an unterschiedlichen Aktivitäten und Weiterbildungsmöglichkeiten in allen Lebensbereichen, von Gesundheit über Kunst & Kultur bis hin zu Digitalisierung (46) und leisten auch mit Sprachkursen einen wichtigen Beitrag zur besseren Integration der Menschen vor Ort. Für eine starke „Willkommenskultur“ setzt sich ebenso das WIR-Vielfaltszentrum des Odenwaldkreises ein. Es bietet gezielte Angebote zur Förderung einer chancengerechten Teilhabe und Gleichberechtigung. (47) Zum Bildungsort des Monats „April 2021“ wurde das Projekt „digi_space – der Makerspace“ des Kreises Bergstraße vom Stifterverband ausgezeichnet. Es möchte insbesondere Jugendlichen und Kindern Kenntnisse im Umgang mit neuen Technologien und Medien vermitteln. (48)

Die Odenwaldakademie, eine Kooperation des ländlichen Odenwaldkreises mit der Technischen Universität Darmstadt, ist ebenfalls Ort des Wissens- und Technologietransfers (49). Sie möchte dabei kleinen wie großen Forscher:innen Verständnis und Lust an den (Natur-) Wissenschaften vermitteln. Zudem offeriert auch der Geo-Naturpark beim Streifzug mit den Naturpark-Ranger:innen ein Erleben der

Landschaft und Kulturgeschichte für Jung und Alt (50). Denn Schule kann nicht alles leisten, sodass die Schaffung erweiterter Bildungsinfrastrukturen gerade auch im Bereich Umwelt, Ernährung und Bewegung immer wichtiger wird.

Quellen:

- 42 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises von 2021, S.413, ff.
- 43 Berufliches Schulzentrum Odenwaldkreis: <https://bso-mi.de/>, [27.04.2022].
- 44 Odenwaldkreis: <https://www.odenwaldkreis.de/index.php?id=1005>, [27.04.2022].
- 45 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises, S.415, ff.
- 46 VHS Odenwald: <https://vhs-odenwald.de>, [27.04.2022].
- 47 Odenwaldkreis: <https://www.odenwaldkreis.de/index.php?id=970>, [27.04.2022].
- 48 Vision Kreis Bergstraße: <https://www.vision.kreis-bergstrasse.de/dialoge/digispace-uip-1>, [27.04.2022].
- 49 Odenwald Akademie: <https://www.odenwald-akademie.de>, [27.04.2022].
- 50 Geo-Naturpark: <https://geo-naturpark.net/deutsch/service/ranger/ranger-index.php>, [27.04.2022].

III.2.2.5 Stärken-/Schwächenanalyse der Daseinsvorsorge im Hinblick auf die Bedürfnisse der jeweiligen Bevölkerungsgruppen und des Ehrenamts

Wohnen & Siedlungsstruktur

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • Attraktive und vitale Region mit Identität <ul style="list-style-type: none"> • Starke Identifizierung der Menschen vor Ort mit der Region • der Odenwald ist auch für die umliegenden Metropolen interessant • Miet- und Kaufpreise teils niedriger als in den umliegenden Großstädten • Bevölkerungswachstum und damit -stabilisierung: Renaissance des ländlichen Raums 	<ul style="list-style-type: none"> • Attraktivitätsverlust der Ortskerne durch Wegfall der Infrastruktur • Unattraktiv bebaute Ortsränder (z.B. Industriebauten, Einkaufsketten) • Ortspezifisch angespannter Wohnungsmarkt und Mismatch von Angebot und Nachfrage • (Künftig) fehlendes Wohnraum-Angebot für Familien, kleinere Wohnungen für Singels, Paare, Senior:innen • Fehlende Wohnraum-Diversität (u. a. bezahlbarer Wohnraum und alternative Wohnformen)
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> • Förderung vitaler Ortskerne inkl. Förderung öffentlicher Räume • Nachverdichtung, Leerstands-Bekämpfung und Sanierung der Ortsmitten, Verknüpfung Ortsränder mit Ihren Mitten • Diversifizierung des Wohnangebots und Schaffung von neuen Wohnformen als Alternativen zum klassischen Einfamilienhaus; besonders für die Zielgruppen Familien, junge Erwachsene und Senior:innen • Schaffung von Wohnangeboten für Fachkräfte und Personen mit geringem Einkommen • Beratungs- und Netzwerkstrukturen mit zentraler Koordination der Planungen • Förderung von Initiativen in den Bereichen Inklusion, Integration und (alternative) Wohnformen • „Smart Region“ oder „Smart City“ • Sensibilisierung für Baukultur im ländlichen Raum, die Aufwertung öffentlicher Räume • Sensibilisierung für Nachhaltigkeitsstrategien inkl. Klimaanpassungsmaßnahmen <ul style="list-style-type: none"> • Aufgreifen vorhandener Konzepte und Maßnahmen (Citymanagement, Förderprogramme wie ISEK, GAK-Rahmenplan, sowie gebietsübergreifende Auswertung IKS K Bergstraße, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Abwanderung aufgrund nicht adäquaten Wohnraums und Attraktivitätsverlust der Ortschaften; dadurch besonders Wegzug junger Erwachsener • Wohnraummangel wirkt sich auf Fachkräfte aus • Verfall bzw. „Verwilderung“ von Wohnstandorten • Anhaltende Flächenversiegelung • Bauen, als negative Auswirkungen auf die Umwelt im Zuge der Ressourcenausbeutung, der Klimakrise, dem Artensterben, etc.

→ Priorisierte Handlungsbedarfe:

- Diversifizierung des Wohnangebots und Schaffung von Lösungen für neue Wohnformen
- Wohnraum im Bestand schaffen
- Leerstand insbesondere in den Ortsmitten entgegenwirken

Daseinsvorsorge in den Bereichen Gesundheit, Versorgung, Freizeit und Kultur

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • Reizvolle Natur- und vielfältige Kulturlandschaft • Hohe Wohn- und Lebensqualität (auch im Alter) – starker Erholungsfaktor Odenwald • Gutes Netz an Versorgungsstrukturen und Dienstleistungen des alltäglichen Bedarfs in den städtischeren Räumen • Reiches Vereins- und Kulturleben, das Standorte stärkt <ul style="list-style-type: none"> · Vielfältige und niedrigschwellige Angebotsstruktur 	<ul style="list-style-type: none"> • Zunehmende Alterung der Gesellschaft (demografischer Wandel, Wegzug junger Menschen, Zuwanderung von über 65-Jährigen) • Wenig Angebote für junge Menschen • Nahversorgung und Erreichbarkeit in den weniger städtischen Räumen • Ortspezifische und perspektivisch Unterversorgung bei Ärzt:innen und Apotheker:innen (altersbedingter Ersatzbedarf) • Abzeichnender Fachkräftemangel besonders in der Pflege, gleichzeitig steigender Zahl an künftig Pflegebedürftigen • Ungenügend ausgebaute digitale Infrastruktur und Mobilfunknetze, kaum WLAN-Hotspots (Free Wifi) in der Region
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> • Stärkung kleinteiliger Strukturen und regionaler Produktion: Renaissance der lokalen Vermarktung und von Dorfplätzen • Förderung der digitalen Infrastruktur sowie Unterstützung aller im Zugang zur Digitalisierung. Einrichtung von WLAN-Hotspots (Free Wifi) in der Region und Förderung einer Verbesserung der Mobilfunknetze • Digitalisierung als Chance zur besseren Vernetzung aller Lebensbereiche und Gruppen • Anwerben von medizinischen (Nachwuchs-)Fachkräften, auch aus dem Ausland • Präventionsketten für ein gesundes und chancengerechtes Leben aller Alters- und Bevölkerungsgruppen ausbauen • Förderung und besonders Nachwuchsförderung in den Bereichen Kultur und Ehrenamt • Kunst- und Kulturförderung • Förderung von Initiativen, besonders im Bereich Jugendkultur und Medienkompetenz für Schüler:innen und Senior:innen • Umsetzung bedarfsgerechter Treffpunkte für Jugendliche, Unterstützung jugendlicher Initiativen auch außerhalb der Zivilgesellschaft • Regionale Vernetzung und Netzwerke zur Stärkung der Region und der Daseinsvorsorge (Austauschmöglichkeiten der unterschiedlichen Akteuer:innen, Koordination und Verknüpfung (bestehender) Angebote überregional) • Beteiligung: Bürger:innen einbeziehen • Aktive Regionalentwicklung vorantreiben (über die Beteiligung der Interessengemeinschaft Odenwald hinaus) 	<ul style="list-style-type: none"> • Demographisch bedingte Überalterung und Wegzug junger Menschen stellt große Herausforderung an die Infrastruktur dar • Verschärfung Fachkräftemangel und Probleme bei der Nachwuchsgewinnung • Hoher Nachbesetzungsbedarf im Gesundheitssektor, bei gleichzeitiger Konkurrenz mit umliegenden Regionen • Zunehmender Attraktivitätsverlust der Region, besonders bei jungen Menschen und Familien aufgrund hoher Revitalisierungsbedarfe in den Ortsmitten, fehlende Angebotsweiterentwicklung in den Bereichen Gastronomie, Freizeit- und junge Kulturangebote sowie nur unzureichend ausgebaute digitale Infrastruktur und Mobilfunknetze • Überforderung ehrenamtlich Aktiver • Abhängigkeit eines gesunden und chancengerechten Lebens von Alter und Zugehörigkeit

→ Priorisierte Handlungsbedarfe:

- Förderung attraktiver Freizeit- und Kulturangebote insbesondere für junge Menschen
- Stärkung der regionalen Versorgung (insbesondere im Bereich Gesundheit) z.B. über Fachkräftestrategien
- Begegnungen fördern und vernetzen

Mobilität und regionaler ÖPNV

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • Gute Anbindung an umliegende Metropolen, gute Erreichbarkeiten per Motorisierten Individualverkehr • Ausbau und Förderung des ÖPNV und des Nahverkehrs • Evaluierung Mobilität, insbesondere des Radwegenetzes (Langsamverkehr) • Entwicklung neuer Konzepte und Strategien für die Zukunft der Mobilität 	<ul style="list-style-type: none"> • Hohes Verkehrsaufkommen (Durchgangsverkehr und Pendler:innen, Nadelöhr Ortsdurchfahrten) • Wegenetz (Schiene & Straße) entspricht nicht den Anforderungen einer reibungslosen Mobilität zwischen Metropole und Land • ÖPNV aktuell noch keine Alternative zum Motorisierte Individualverkehr: Lange Wege, Übergang Verkehrsverbünde, Taktung und Anbindung sowie Vernetzung unterschiedlicher Verkehrsträger • Immobilität jüngerer und ältere Menschen, denn ohne Auto ist man nicht mobil
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung und Umsetzung von Strategien zu nachhaltiger und klimafreundlicher Mobilität (digital und multimodal) und Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur • Erste „15-Minuten-Region“, um via kurze Distanzen, die Bedarfe des alltäglichen Lebens zu erreichen • Interkommunale Zusammenarbeit vertiefen; bspw. mit Machbarkeitsstudie zu emissionsfreien Fahrzeugen im Überlandbusverkehr • Förderung von Initiativen und Sensibilisierung für ein klimafreundliches Fortbewegen • Digitalisierung als Chance nachhaltiger Mobilität • Künftig verändertes Mobilitätsbedürfnis und Verhalten • Geschäftsmodelle des ÖPNV neu ausrichten und vernetzen 	<ul style="list-style-type: none"> • Hohe Lärm- und Umweltbelastung • Digitale Infrastruktur ausbaubedürftig • Resilienz digitaler und autonomer Systeme • Fehlende Vernetzung Aktiver in den Feldern Mobilität und Klimaschutz

→ Priorisierte Handlungsbedarfe:

- Verbesserung des ÖPNV (Taktung, Netzausbau)
- Neue Mobilitätsformen testen
- Chancen der Digitalisierung für nachhaltige Mobilität nutzen

Bildung - Lebenslanges Lernen

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • Breite Bildungslandschaft, auch im Bereich der außerschulischen Bildungseinrichtungen • Erkennbare Steigerung der Qualität und Vielfalt von Bildungsangeboten • Vielzahl an engagierten Akteur:innen und Netzwerken 	<ul style="list-style-type: none"> • Fehlende Anzahl an Hochqualifizierten, sinkende Anzahl an Bewerber:innen auf Berufsausbildungsstellen, Unterrepräsentation Nicht-Deutscher in höherer Bildung • Ausbildungsangebote wenig divers, kein Hochschulstandort • Sinkende Teilnehmer:innen-Zahlen an (Aus-)Bildungsangeboten
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> • Neue Themenfelder und Berufe für die Entwicklung und Zukunftsfähigkeit des ländlichen Raums herausfinden und etablieren; • Umsteigen auf Themen die hier gebraucht werden, z.B durch Förderung einer vernetzten Bildungslandschaft und Einführung eines überörtlichen Bildungsmanagements • Vernetzung über die Kreisgrenzen hinaus und Kooperationen mit neuen Partner:innen aus Wissenschaft, Wirtschaft und Zivilgesellschaft • Bedarfsermittlung von Betreuungs- und Ganztagsangeboten sowie Kinderbetreuung U3 und Ü3 • Weiterentwicklung außerschulischer Bildungsangebote: bedarfs- und zielgruppenorientierte Angebote im digitalen wie analogen Raum • Sichtbar-Machen und bessere Vermarktung bestehender Bildungsangebote • Schaffung erweiterter Bildungsinfrastrukturen im Bereich Umwelt, Ernährung und Bewegung • Angebotsschärfung bestehender Institutionen (z.B. des Ausbildungsportfolios des Beruflichen Schulzentrum Odenwaldkreis) • Unterstützung Aktiver und Initiativen, insbesondere auch zu den Themen chancengerechte Teilhabe und Gleichstellung 	<ul style="list-style-type: none"> • Bildungsabwanderung junger Menschen und fehlender Nachwuchs in Wirtschaft und Zivilgesellschaft: Abbau (Aus-)Bildungsangebote • Hohe Schulabbrecherquote, insbesondere in der Gruppe der Schüler:innen mit Migrationsgeschichte: drohende ökonomische Ungleichheit, ungleiche Teilhabebedingungen am gesellschaftlichen Leben, Segregation • Fehlende Angebot für Kinder U3 und Ü3: Ungleiche Chancen für Frauen für wirtschaftliche Teilhabe • Sprachliche Barrieren als verhindernder Integrationsfaktor • Fehlende Konzepte und Vernetzung in Bezug auf Bildungserneuerung, Zielgruppenerschließung, Vermarktung von Angeboten

→ Priorisierte Handlungsbedarfe:

- Schaffung neuer Bildungs-Angebote bzw. neuer Bildungsorte, insbesondere für junge Menschen und mit Bezug zu Regionalität/Nachhaltigkeit/Umweltbildung
- Bessere Sichtbarmachung und Vernetzung des bestehenden außerschulischen Bildungsangebots

II.2.3 Wirtschaftliche Entwicklung und regionale Versorgungsstruktur

Die wirtschaftliche Entwicklung und die regionale Versorgungsstruktur sind je nach Lage und Größe in den einzelnen Kommunen sehr unterschiedlich, insgesamt in der LEADER-Region Odenwald aber ähnlich. Die Dynamik des Arbeitsmarktes ist dabei eher gering, zu wenige Arbeitsplätze sind in der Region vorhanden. Das hat jedoch keine Auswirkungen auf die Arbeitslosenquote – mit 4,6% im Odenwaldkreis und 3,7% im Kreis Bergstraße in 2021 (1) ist diese im Vergleich zum hessischen Durchschnitt von 5,2% (2) relativ niedrig, denn viele Menschen pendeln besonders in die umliegenden Metropolen aus. Es ist daher eine „Suburbanisierung des Ländlichen Raumes“ zu beobachten. Doch die sehr hohe Zahl an Auspendler:innen bringt für die Region kein gutes Image. Sie wirkt vor allem bei jüngeren Menschen wenig attraktiv. Auch fließen die der Bewohner:innen erwirtschafteten Mehrwerte nicht als Steuern in die Region ein, sondern werden andernorts abgesetzt. Das verringert das Bruttoinlandsprodukt, welches dadurch deutlich unter dem hessischen Durchschnitt liegt. Wichtig ist also Arbeitsplätze in der Region zu halten und neue zu schaffen. Dabei fokussiert sich die Region vor allem auf bestehende Unternehmen, um diese in ihrer Existenz und möglichen Expansionsbestrebungen zu unterstützen. Auch versucht sie Neugründungen zu fördern. Ansiedlungen sind laut Wirtschaftsförderung weniger effektiv und von geringerer Bedeutung in der LEADER-Region. Ein Aspekt dabei sind passende Gewerbeimmobilien und -flächen, die momentan nicht der Nachfrage gemäß zur Verfügung stehen und deren Ausweisungen

oftmals auch im Konflikt mit dem Naturschutz stehen. (3)

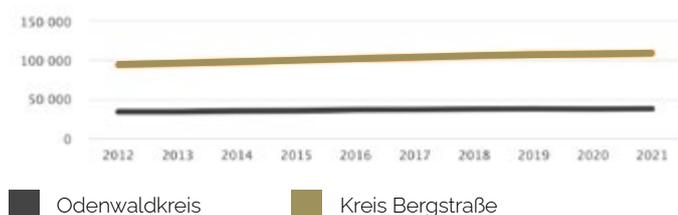
In der LEADER-Region wohnen rund 62.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (37.600 im Odenwaldkreis | 24.400 in den 9 Kommunen des Kreis Bergstraße). (5) Der Frauenanteil bei den sozialversicherungspflichtig Vollzeitbeschäftigten im Odenwaldkreis beträgt nur 29 %, im Kreis Bergstraße 31%. Damit liegen beide unter dem hessischen Schnitt von 32,6%. (6)

Von den 62.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte pendeln 35.850 (16.122 aus dem Odenwaldkreis | 19.730 aus den 9 Kommunen der LEADER-Region Kreis Bergstraße), also etwa 57,8% zur Arbeit aus. Gleichzeitig pendeln 13.873 (6682 | 7191) Beschäftigte zur sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung in die LEADER-Region ein. Der Saldo von Aus- und Einpendlern beläuft sich auf -21.979 (Pendlersaldo). Ihren Arbeitsort in der LEADER-Region haben damit 40.060 (28.186 | 1.1874) sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, von ihnen sind 34,6% (23,7% | 60,6%) Einpendler. (7)

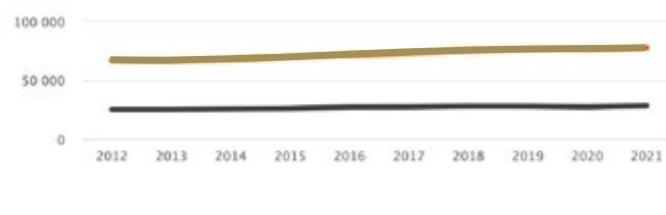
Sowohl bei den Einwohner:innen des Kreises Bergstraße und des Odenwaldkreises, die in sozialversicherungspflichtiger Vollzeit erwerbstätig sind, als auch bei den Betrieben, die in den Kreisen ansässig sind, treten noch Lohnlücken zwischen Frauen und Männern auf. Jedoch zeigt sich, dass sich diese etwas verringert haben, im Kreis Bergstraße sogar dynamischer als im hessischen Vergleich. Die durchschnittlichen Entgelte von Frauen, die im Kreis Bergstraße leben, liegen etwas unter

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte

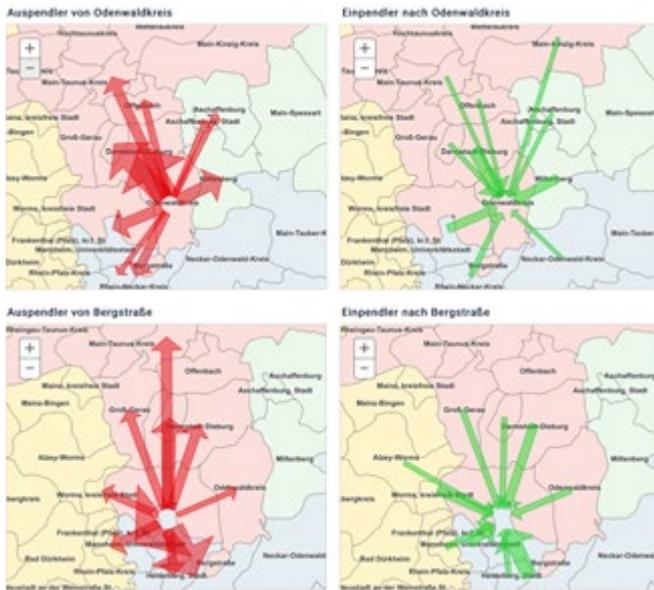
... am Wohnort



... am Arbeitsort



Sozialversicherungspflichtige Beschäftigte (Datenstand: 30.6.2021), Darstellung nonconform, 2022. (4)



Aus- und Eiuspendler, Pendleratlas (Datenstand Juni 2020). (8)

dem Landesschnitt, während die Einkommen der Männer sich über dem Durchschnitt befinden. Im Odenwaldkreis gibt es vor allem eine große Lohnlücke zwischen Frauen und Männern, beide verdienen im Durchschnitt etwas weniger als im Landesschnitt. In dem für den Odenwaldkreis mit Abstand wichtigsten Wirtschaftszweig, dem produzierenden Gewerbe und speziell der Kunststoffverarbeitung, ist das Lohnniveau im Vergleich zu den Nachbarkreisen aber gleich hoch oder sogar noch höher.

Um Lohnlücken zwischen Frauen und Männern zu verringern, ist die umfangreichere Beschäftigung von Frauen anzustreben, wie der hessische Lohnatlas empfiehlt. Diese brachliegenden Beschäftigungspotenziale müssen erschlossen werden, was auch dem Fachkräfteengpass entgegenkäme. Um das zu erreichen, braucht es einerseits eine passfähige Betreuungssituation, andererseits die notwendige Berufsorientierung und passende Qualifikationen von Frauen. Betriebe müssen die Vereinbarkeit von Beruf und Familie gut ermöglichen. (9)

Bei der regionalen Versorgungsstruktur besteht bezüglich Erreichbarkeit eine Ungleichverteilung, besonders bei Orten abseits der Hauptverkehrsachsen oder Mittel- und Oberzentren. Wie im Kapitel III.2.2.2 näher beschrieben trifft das sowohl auf die ärztliche Versorgung als auch auf die

Grundversorgung, wie Lebensmittelgeschäfte und Läden zur Versorgung des täglichen Bedarfs zu. Die Zugänglichkeit zu Produkten der Grundversorgung wurde vor allem während der Coronakrise durch das Angebot an lokalen Lieferdiensten deutlich verbessert.

Laut Kreisentwicklungskonzept konnte in der Folge des eigenständigen Breitbandausbaus einem in der Vergangenheit prognostizierter Bevölkerungsrückgang entgegengewirkt werden. (10) Auch der Kreis Bergstraße hat mit dem Breitbandausbau Grundlagen geschaffen, es gibt zum Beispiel WLAN-Hotspots an öffentlichen Bereichen in allen Kommunen. (11) Lokale Versorgungslücken sind jedoch in der LEADER-Region noch zu schließen, weshalb der Gigabitausbau als zentrales Thema im Fokus steht. Die nötige organisatorische Struktur ist im Odenwaldkreis bereits in Form der Brenergo Gesellschaft für Breitband sowie regenerative Energien mbH vorhanden. Im Kreis Bergstraße wird der Gigabitausbau über das Interkommunale Breitbandnetz IKbit vorangetrieben. Die Gigabitregion FrankfurtRheinMain umfasst auch die Gemeinden Lautertal und Hirschhorn.

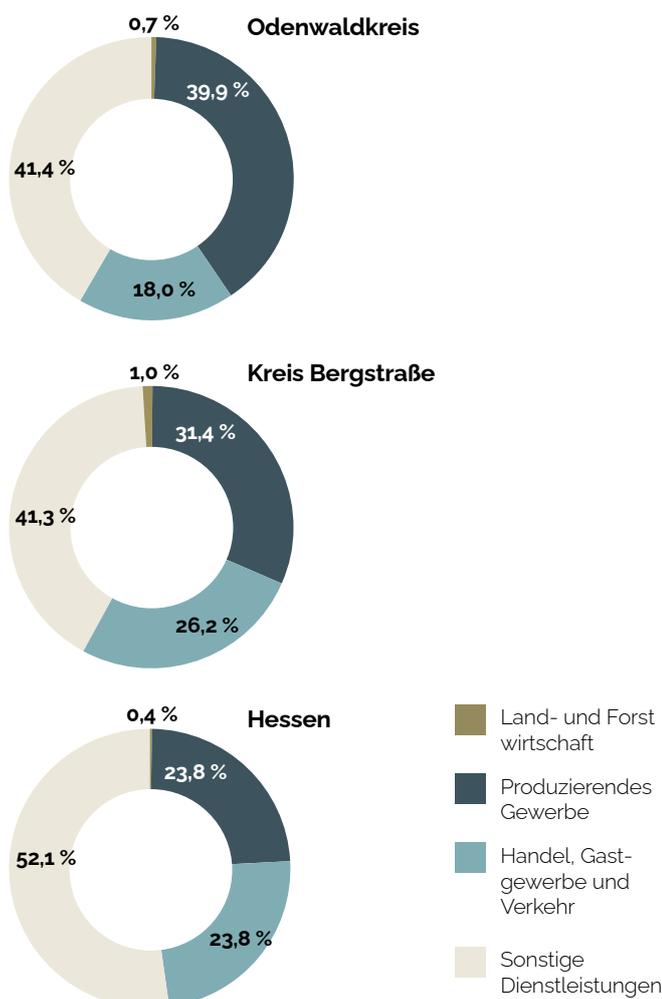
Quellen:

- 1 Arbeitslosenquote: Stadt.Land.Zahl (Datenstand 2021): <https://www.statistikportal.de/de/stadt-land-zahl?spatial=06437000&vs=06431000>, [28.4.2021].
- 2 Arbeitslosenquote Hessen (Datenstand 2021): <https://de.statista.com/>, [28.4.2022].
- 3 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S.60.
- 4 Sozialversicherungspflichtige Beschäftigte (Datenstand: 30.6.2021), www.statistikportal.de/de/stadt-land-zahl, [28.4.2021], Darstellung nonconform, 2022.
- 5 Gemeindedaten der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Wohn- und Arbeitsort. Bundesagentur für Arbeit. Stand: 30. Juni 2021.
- 6 IWAK Frankfurt – Hessischer Lohnatlas 2020: www.hessischer-lohnatlas.de, [26.4.2022].
- 7 Gemeindedaten der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Wohn- und Arbeitsort. Bundesagentur für Arbeit. Stand: 30. Juni 2021.
- 8 Aus- und Eiuspendler, Pendleratlas (Datenstand Juni 2020): statistik.arbeitsagentur.de/DE/Navigation/Statistiken/Interaktive-Statistiken/Pendleratlas, [16.3.2021].
- 9 IWAK Frankfurt – Hessischer Lohnatlas 2020: www.hessischer-lohnatlas.de, [26.4.2022].
- 10 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S.139.
- 11 Gigabyte Kreis - Vision Kreis Bergstraße: <https://www.vision.kreis-bergstrasse.de>, [26.04.2022].

II.2.3.1 Wirtschaftsstruktur einschließlich Organisationsstrukturen

Die LEADER-Region gilt als eine eher strukturschwache, ländliche Region. Die Betriebsgrößen in der Region sind vorrangig kleinteilig. Prägend ist der hohe Anteil an produzierendem Gewerbe und der deutlich geringere Dienstleistungsanteil. Der Branchenschwerpunkt ist in den beiden Kreisen bzw. der LEADER-Region vergleichbar. Der Odenwaldkreis fokussiert sich jedoch schwerpunktmäßig auf die Kunststoffverarbeitung, was eine deutliche Konzentration dieser Unternehmen vor Ort zeigt.

Branchenstruktur



Branchenstruktur im Vergleich (Anteil der Beschäftigten in %), Darstellung nonconform, 2022. (12)

Im Vergleich zum Landesschnitt ist der Anteil an hochqualifizierten Dienstleistungen gering, was auf eine Wirtschaftsstrukturschwäche und auf ein geringeres Qualifikationsniveau in den Unternehmen hinweist. (13)

Im Tourismus werden zwar Zuwächse verzeichnet, doch gibt es auch hier noch Ausbaupotential. Vor allem das Fehlen an Gastgewerbe und an Fachkräften in diesem Sektor stellt ihn vor große Herausforderungen. Besorgniserregend ist der Rückgang der Beschäftigten auch in der Forst- und Landwirtschaft. (15)

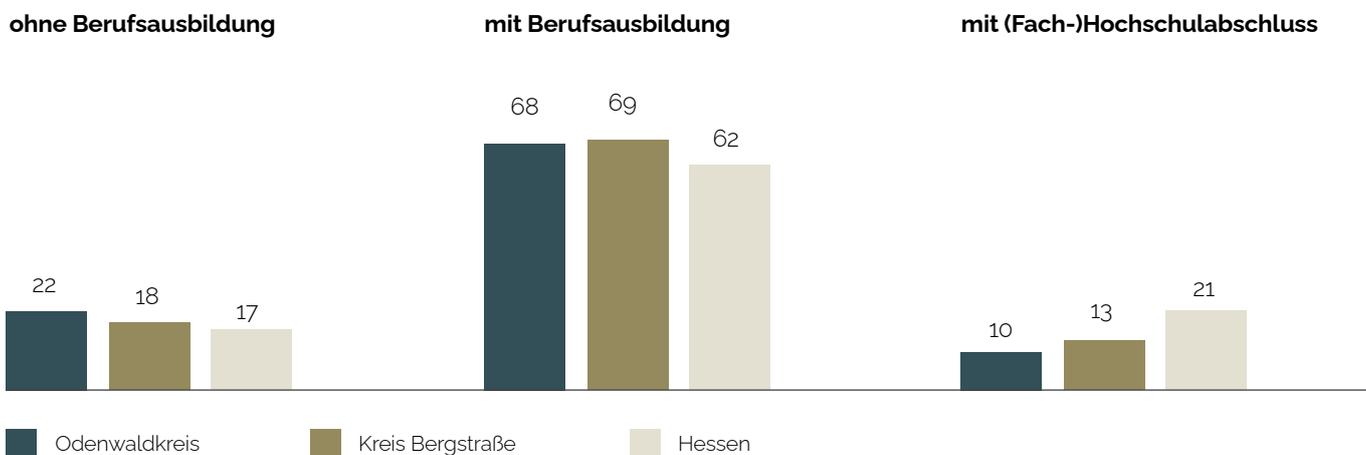
Die LEADER-Region hat eine hohe Innovationskraft, was Gründungen und Unternehmensschließungen angeht. Der NUI-Indikator gibt Auskunft zur Gründungsneigung. Der Odenwaldkreises mit 137,1 und der Kreis Bergstraße mit 148,9 liegen hier beide über dem deutschlandweiten Durchschnitt von 123,2. Während im Kreis Bergstraße die Gründungsintensität in den letzten 3 Jahren stabil geblieben ist, ist sie im Odenwaldkreis im Coronajahr 2020 deutlich gesunken: (16)

Nicht alle Neugründungen können sich dabei etablieren und verschwinden wieder vom Markt.

Sowohl im Kreis Bergstraße als auch im Odenwaldkreis gibt es kreisweite Wirtschaftsförderungseinrichtungen, die die regionale Wirtschaft unterstützen:

„Die Wirtschaftsförderung Bergstraße GmbH (WFB) unterstützt als kreisweite Wirtschaftsförderungseinrichtung seit mehr als 20 Jahren mit ihren sechs Fachbereichen die regionale Wirtschaft im südlichsten Landkreis Hessens. Sie berät und unterstützt die Unternehmen vor Ort, agiert als Serviceeinheit für ihre Gesellschafterkommunen, wirbt für neue Investitionen am Standort Bergstraße, begleitet Existenzgründer und berät Kommunen, Bürgerinnen und Bürger sowie Firmen bei Fragen zur Energieeffizienz und zu erneuerbaren Energien. Zusätzlich engagiert sie sich für die touristische Entwicklung und Vermarktung des Kreises Bergstraße.“ (17)

Qualifikationsstruktur aller Beschäftigten am Arbeitsort 2019 (in%)



Qualifikationsstruktur aller Beschäftigten am Arbeitsort 2019 (in %), Darstellung nonconform, 2022. (14)

„Seit 1994 übernimmt die Odenwald-Regional-Gesellschaft mbH die Aufgabe, die Wirtschafts- und Sozialstruktur im Odenwaldkreis zu entwickeln und zu stärken. Heute zeigt sich die OREG mbH, mit ihren Geschäftsbereichen Nahverkehr, Wirtschafts-Service, Breitbandversorgung und regenerative Energien, als gut aufgestellt, um die Herausforderungen der Gegenwart und Zukunft zu meistern.“ (18)

1998 jährlich das sogenannte NUI (Neue Unternehmerische Initiative) Regionenranking. Als neue unternehmerische Initiative in einer Region werden nicht nur Existenzgründungen, sondern auch Betriebsgründungen, Übernahmen und Zuzüge von Gewerbebetrieben sowie Aufnahmen einer gewerblichen Nebenerwerbstätigkeit herangezogen. Der NUI-Indikator gibt an, wie viele Gewerbebetriebe pro 10.000 Einwohner im erwerbsfähigen Alter in einer Region im entsprechenden Jahr neu angemeldet wurden.“

17 Selbstdarstellung WFB: www.wirtschaftsregion-bergstrasse.de, [28.4.2022].

18 Selbstdarstellung OREG - <https://www.oreg.de>, [28.4.2022].

Quellen:

12 Branchenstruktur im Vergleich (Anteil der Beschäftigten in %)

Hessische Gemeindestatistik 2021, Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden, 2021,

Darstellung nonconform, 2022.

13 REKO 2015, S.5.

14 Qualifikationsstruktur aller Beschäftigten am Arbeitsort 2019 (in %)

http://www.regio-pro.eu/download/2021/Regionaldossier_Odenwaldkreis_2021.pdf,

Darstellung nonconform, 2022.

15 Regionaldossiers IWAK Frankfurt 2021:

http://www.regio-pro.eu/download/2021/Regionaldossier_Odenwaldkreis_2021.pdf, [28.4.2022]

http://www.regio-pro.eu/download/2021/Regionaldossier_Kreis_Bergstrasse_2021.pdf, [28.4.2022].

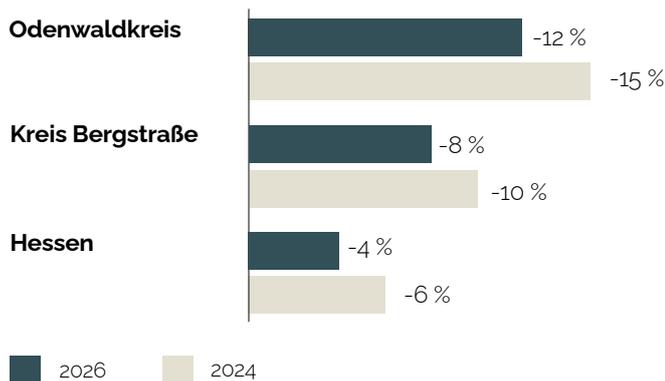
16 Gründungen und Unternehmensschließungen, NUI Ranking:

<https://www.ifm-bonn.org/statistiken/gruendungen-und-unternehmensschliessungen/nui-indikator-regionenranking>, [14.3.2022]. Anmerkung: "NUI-Indikator (Neue Unternehmerische Initiative): Zur Bestimmung der regionalen Gründungsneigung berechnet das IfM Bonn seit

II.2.3.2 Fachkräfteversorgung, Ausbildungsplätze

Laut der aktuellen Prognose des IWAK-Instituts in Frankfurt/Main vom September 2021 wird aufgrund der Pandemieeffekte im Vergleich zur letzten Prognose eine Entspannung in der mittelfristigen Arbeits- und Fachkräftelage auf Ebene der Landkreise in Hessen festgestellt, so auch für den Odenwaldkreis und den Kreis Bergstraße. (19)

Mismatchprognose bis 2026 in Vergleich zu 2024 (in %)



Mismatchprognose bis 2026 und im Vergleich bis 2024 (in %), Darstellung nonconform, 2022. (20)

Nichtsdestotrotz erfahren beide Kreise einen starken Engpass an Fachkräften, wie die Mismatchprognose ausdrückt. Im Kreis Bergstraße ist das relative Mismatch mit -8% (8 Prozent der sozialversicherungspflichtigen und geringfügig Beschäftigten im Verhältnis zum Jahr 2019) dargestellt, das bedeutet etwa 7.650 fehlende Arbeitskräfte. Der Kreis Bergstraße wird dementsprechend als „Typ 3: Ausgeprägter bis stark ausgeprägter demografischer Wandel mit teilweiser Kompensation durch Pandemieeffekte“ eingeordnet. Der Odenwaldkreis steht bezüglich seiner Fachkräfteversorgung mit einem Mismatch von -12% (12 Prozent der sozialversicherungspflichtigen und geringfügig Beschäftigten im Jahr im Verhältnis zum Jahr 2019), etwa 4.170 fehlenden Arbeitskräfte, einem moderaten Defizit noch schlechter

da und ist als „Typ4: Stark bis sehr stark ausgeprägter demografischer Wandel mit teilweiser Kompensation durch Pandemieeffekte“ kategorisiert. Im Vergleich liegen die Engpässe beider Kreise deutlich über dem hessischen Durchschnitt.

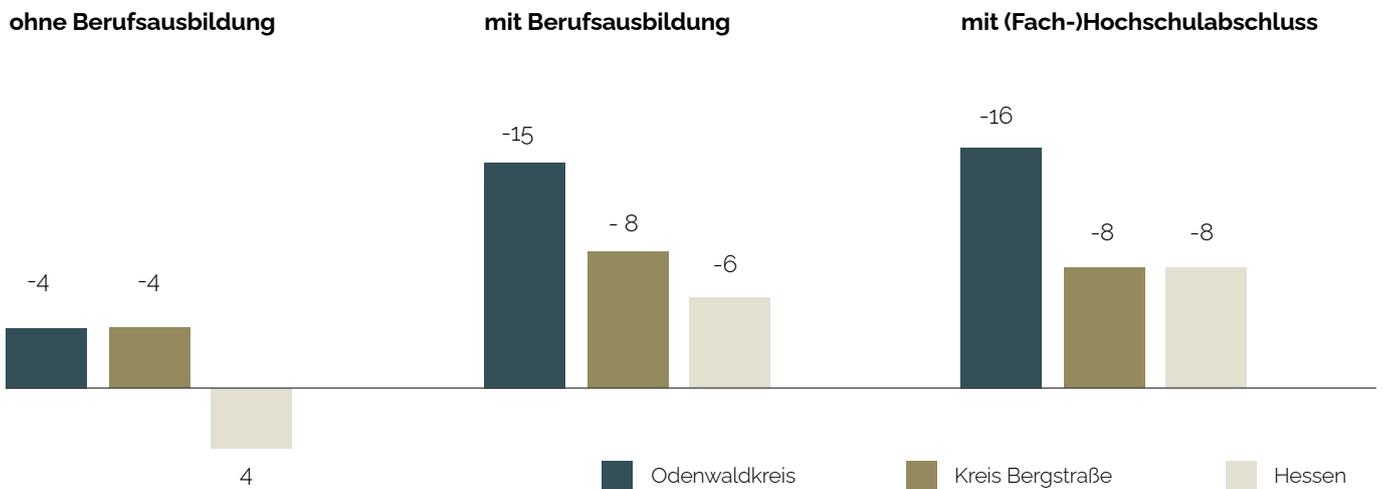
Vor allem bei Fachkräften mit Berufsausbildung und am deutlichsten bei jenen mit akademischem Abschluss gibt es einen massiven prognostizierten Versorgungsengpass.

Der Fachkräftemangel ist aber kein Problem der Zukunft, sondern schon heute deutlich spürbar und hat sich bereits in fast allen Branchen (Handwerks- und Industriebetriebe, Landwirtschaft, Gastgewerbe, Medizinischer Bereich, ...) festgesetzt. Auch in einer Unternehmensbefragung des Wirtschafts-Service der OREG, vom September 2019 bewerten 70% der teilnehmenden Unternehmen die tatsächliche Verfügbarkeit von Fachkräften als eher nicht gut. (22)

Auch bei Expertisengesprächen im Rahmen der Kreisentwicklungsplanung wurde vor allem der altersbedingte Ersatzbedarf betont, der Sorgen bereitet, da in den nächsten 10 Jahren ein erheblicher Anteil der vorhandenen Arbeitskräfte ins Rentenalter eintritt. Trotz der fortschreitenden Integration von Geflüchteten und der Erhöhung der Frauenerwerbsquote ist es laut Prognose nicht möglich, diese Engpässe vollständig in den Griff zu bekommen. Ein großes Problem stellt die Unternehmensübergabe und die Nachfolge in den Betrieben dar. Das Problem betrifft Industrie und Handwerk aber auch ärztliche Praxen, die Landwirtschaft mit KMU-Strukturen sowie besonders auch die Gastronomie und Kleinunternehmen, die zur Nahversorgung gehören, wie bspw. Bäckereien, Friseurgeschäfte oder Metzgereien. (23)

Zu Entspannungen, insbesondere aufgrund von Digitalisierung, Strukturwandel und Pandemie, kann es laut Prognosen in den Bereichen Büro und Sekretariat, Versicherungen und Finanzen sowie im stationären Einzelhandel kommen. (25) Die Region weist nur eine geringe Zahl an unversorgten Ausbildungsbewerber:innen auf, oft können eher angebotene Ausbildungsplätze nicht besetzt werden. Um den Fachkräftemangel zumindest einzudämmern, ist eine Steigerung

Relatives Mismatch nach Qualifikationen bis 2026 (in %)

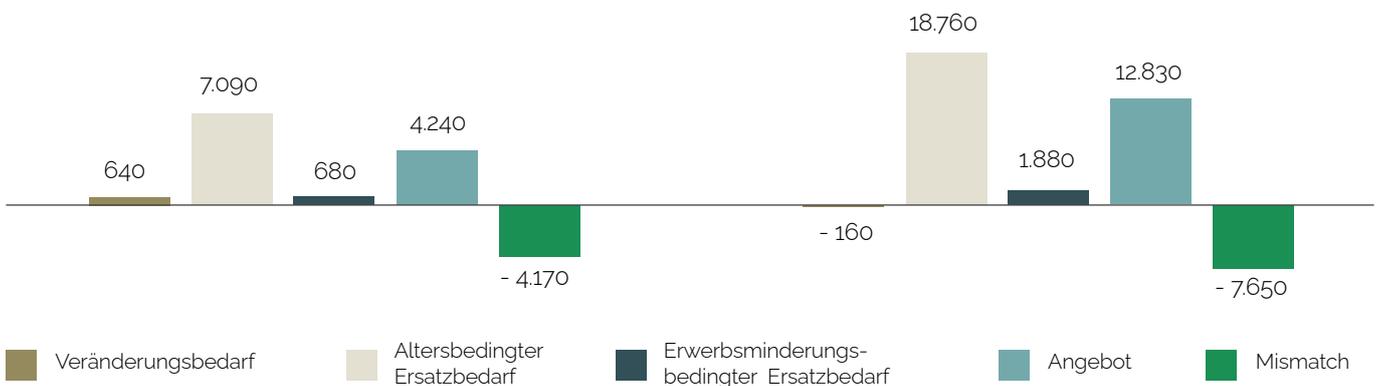


Relatives Mismatch nach Qualifikationen bis 2026 (in %). Darstellung nonconform, 2022. (21)

Gründe für die Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt zwischen 2019 und 2026

... im Odenwaldkreis

... im Kreis Bergstraße



Gründe für die Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt zwischen 2019 und 2026, Darstellung nonconform, 2022. (24)

der Auszubildendenzahlen aber unbedingt notwendig. Ein wirkungsvoller Weg ist die Ausbildung junger Menschen im eigenen Unternehmen, die sogenannte duale Ausbildung. Von den 143 insgesamt an der Unternehmensbefragung im Odenwaldkreis der OREG teilnehmenden Unternehmen bilden jedoch nur 58 (ca. 41%) im Rahmen der dualen Ausbildung aus. (26)

In der LEADER-Region gibt es zur Steigerung der Auszubildenden auch bereits einige Initiativen (hier in Auszügen): (27, 28)

- „Netzwerk Übergang Schule-Beruf des Odenwaldkreises“: gefördert von OloV, der landesweiten Strategie zur „Optimierung der lokalen Vermittlungsarbeit im Übergang Schule – Beruf, durch die hessische

Landesregierung aus Mitteln des Hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung, des Hessischen Kultusministeriums und der Europäischen Union

- Odenwälder Berufs-Informationstage, kurz OBIT (LEADER Projekt 2015), und Odenwälder Studien- und Berufsorientierungstage, kurz OSBIT, in Kooperation mit den weiterführenden Schulen des Odenwaldkreises mit ergänzendem digitalem Angebot (29)
- Bachelorstudiengang Internationale BWL (berufsbegleitend und dual) in Michelstadt als Kooperationsprojekt des Beruflichen Schulzentrums Odenwaldkreis, kurz BSO, und der Hochschule Darmstadt (30)
- MINT-Zentrum LeFoO (Lern- und Forschungszentrum Odenwald) am Beruflichen Schulzentrum Odenwaldkreis in Michelstadt (LEADER-Projekt 2019)
- MINT-Zentrum Bensheim
- Offene Schülerlabore: digi_space im Landkreis Bergstraße
- Bildungscoach zur beruflichen Weiterbildung der Wirtschaftsförderung Bergstraße GmbH

Quellen:

19 Regionaldossiers IWAK 2021:

http://www.regio-pro.eu/download/2021/Regionaldossier_Odenwaldkreis_2021.pdf, [28.4.2022]

http://www.regio-pro.eu/download/2021/Regionaldossier_Kreis_Bergstrasse_2021.pdf, [28.4.2022].

20 Mismatchprognose bis 2026 und im Vergleich bis 2024 (in %)

http://www.regio-pro.eu/download/2021/Regionaldossier_Kreis_Bergstrasse_2021.pdf, Darstellung nonconform, 2022.
Anmerkung: *„Die Gegenüberstellung der Nachfrage und des Angebots an Arbeits- und Fachkräften im prognostizierten Jahr 2026 (absolutes Mismatch) wird zur Zahl der Beschäftigten im Ausgangsjahr 2019 ins Verhältnis gesetzt (relatives Mismatch). Auf diese Weise kann die Größe des Mismatches als Anteil der Beschäftigten abgebildet werden. Ein negatives Vorzeichen verweist auf ein Defizit und ein positives Vorzeichen auf einen Überhang an Arbeits- und Fachkräften.“*

21 Relatives Mismatch nach Qualifikationen bis 2026 (in %)

http://www.regio-pro.eu/download/2021/Regionaldossier_Kreis_Bergstrasse_2021.pdf,

Darstellung nonconform, 2022.

22 Unternehmensbefragung OREG 2019: <https://www.oreg.de/befragung-teil-4/>, [26.4.2022].

23 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S.101.

24 Gründe für die Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt zwischen 2019 und 2026

http://www.regio-pro.eu/download/2021/Regionaldossier_Kreis_Bergstrasse_2021.pdf,

http://www.regio-pro.eu/download/2021/Regionaldossier_Odenwaldkreis_2021.pdf,

[26.4.2022]. Darstellung nonconform, 2022.

25 Regionaldossiers IWAK 2021:

http://www.regio-pro.eu/download/2021/Regionaldossier_Odenwaldkreis_2021.pdf, [28.4.2022]

http://www.regio-pro.eu/download/2021/Regionaldossier_Odenwaldkreis_2021.pdf, [28.4.2022]

http://www.regio-pro.eu/download/2021/Regionaldossier_Kreis_Bergstrasse_2021.pdf, [28.4.2022].

26 Unternehmensbefragung OREG 2019: <https://www.oreg.de/befragung-teil-4/>, [26.4.2022].

27 Angebote Odenwaldkreis: www.oreg.de, [29.4.2022].

28 OREG: www.oreg.de/obit, [29.4.2022].

29 Angebote Kreis Bergstraße: www.kreis-bergstrasse.de, [29.4.2022].

30 Hochschule Darmstadt: <https://ibwl.h-da.de/ibwl-bachelor/jetzt-neu-studieren-im-odenwald>, [29.4.2022].

II.2.3.3 Unternehmen der Grundversorgung

Bereits eine Studie im Auftrag der IHK Darmstadt aus dem Jahr 2013 „Nahversorgung im Odenwaldkreis – zwischen Wunsch und Wirklichkeit. Handbuch für lokale Akteur:innen“ stellt fest, dass die Nahversorgung zwar noch in allen Städten und Gemeinden gewährleistet ist, jedoch in 60 % der Ortsteile nur noch der minimale Grundbedarf gedeckt wird und 14 % der Einwohner:innen hinsichtlich der Güter des Grundbedarfs vor Ort nicht versorgt sind. (31) Das kann auf die gesamte LEADER-Region übertragen werden. Vor allem aufgrund von Digitalisierung, Lieferdiensten, Strukturwandel und der Corona-Krise ist der Fortbestand vieler Dienstleistungs- und Einzelhandelsbetriebe in den Ortskernen auf Dauer ungewiss. Im Kapitel III.2.2.2 wird näher darauf eingegangen.

Durch das vor allem durch die Pandemie beschleunigte Angebot an Online-Lieferdiensten konnte die Versorgung mit Gütern des Grundbedarfs verbessert werden und die Vermarktung regionaler Produkte vorangebracht werden, dadurch fallen jedoch Treffpunktfunktion örtlicher Angebote weg. Neben den Online-Angeboten gibt es mittlerweile Lebensmittel-Automaten, auch in kleinen Dörfern. Diese

Potentiale können in Kooperation mit Direktvermarktern ausgebaut werden.

Beispiele für regionale Onlineangebote:

- „WasJetzt Odenwald“ – Online Marktplatz lokaler und regionaler Händler:innen (32)
- „Odenwald-Box“ – Lieferung regionaler Lebensmittel (33)
- Kooperation mit Marktfee.app im Kreis Bergstraße - regionaler Online-Marktplatz für Lebensmittel (34)

Quellen:

31 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S.139

32 Was jetzt Odenwald: www.wasjetzt-odenwald.de, [28.4.2022].

33 Odenwaldbox: www.odenwaldbox.de, [28.4.2022].

34 Vision Bergstraße: www.vision.kreis-bergstrasse.de, [28.4.2022].

II.2.3.4 Unternehmen des Gastgewerbes

Während des Beteiligungsprozesses zur Erstellung der LES, wurde oft beteuert, dass Gastronomie, sowohl in den Ortsmitten als auch zur Versorgung entlang der Wander- und Freizeitwege fehlt. Mehrere Ursachen wurden dafür beschrieben. Zum einen fehlt es an Fachkräften, das hat eine Entlassungswelle in der Gastronomie im April 2020 und erneut im Januar 2021 während der Pandemie noch verstärkt. Laut der Einschätzung des Prognoseberichts der IWAK Frankfurt 2021 orientieren sich Fachkräfte aus der unsicher gewordenen Branche selbstständig um und versuchen Stellen in sichereren und besser bezahlten Bereichen wie dem öffentlichen Sektor zu erreichen. Zusammen mit dem geringen Stand an neuen Auszubildenden während der Covid-19-Pandemie könnte es noch schwieriger werden Fachkräfte in diesem Bereich zu finden und zu binden. (35)

Ein weiteres großes Problem stellt der Generationenwechsel dar. Es ist schwierig eine Nachfolge zu finden, da Interessenten für die externe Betriebsübernahmen rar sind und die Kinder das Gewerbe der Eltern meist

nicht weiterführen wollen. Oft hängt dabei die Altersvorsorge der ehemaligen Betreiber:innen und Besitzer:innen der Immobilie von der aus den blühenden Zeiten der Gastronomie prognostizierten Pacht ab. Die Gebäude stellen zudem eine weitere Herausforderung dar. Bei vielen Gasthäusern ist der Sanierungsstau immens und sowohl Gebäude als auch Ausstattung müssten, um den behördlichen Ansprüchen zu genügen, mit relativ hohen Investitionen wieder ertüchtigt werden. Einige Gasthäuser konnten durch die Mittel der letzten LEADER-Periode erhalten und an neue Besitzerinnen übergeben werden wie bspw. das Apfelweinhaus Schwarzer Adler oder das Gasthaus „Zur Gerste“ in Michelstadt.

Auch das eingeschränkte Angebot, das die bestehende Gastronomie bietet, wird als größtenteils nicht zeitgemäß beschrieben. Es fehlt an der Wertschätzung der regionalen Küche und an Innovation, diese Küche weiterzuentwickeln und durch gefragte Angebote zu ergänzen, zum Beispiel mit veganen Gerichten oder lokalen Besonderheiten.

Eine Initiative, um der regionalen Küche wieder zu ihrer verdienten Wertschätzung zu verhelfen, ist das Qualitätssiegel für regionale Heimatküche „Odenwald-Gasthaus“. Auf einer gemeinsamen Webseite (36) werden die teilnehmenden Gasthäuser mit ihren Spezialitäten und Angeboten vorgestellt und Kulinarik mit ergänzenden Angeboten verknüpft. Wichtig ist sicherzustellen, dass regionale Produkte für die Odenwälder Gastronomie einfach zugänglich sind.

Quellen:

35 Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt in Hessen und seinen Regionen von 2019 bis 2026 - Prognoseergebnisse und Strategieansätze. Abschlussbericht von regio pro. September 2021. Institut für Wirtschaft, Arbeit und Kultur (IWAK), Frankfurt/Main 2021.

36 Odenwald Gasthaus: odenwald-gasthaus.de, [2.5.2022].

II.2.3.5 Unternehmen der Land- und Forstwirtschaft

Forst- und Landwirtschaft prägen landschaftlich die LEADER-Region. Das wird durch die Flächenanteile der Bodennutzung deutlich. Im Kreis Bergstraße sind etwa 40% Waldfläche und weitere 40% Fläche mit landwirtschaftlicher Nutzung, im Odenwaldkreis erstreckt sich die Waldfläche über etwa 56% und die Fläche für Landwirtschaft auf 32%, unterschiedlich auf die einzelnen Gemeinden verteilt. (39)

Die natürlichen Standortbedingungen im Odenwald begünstigen laut Beschreibung der Ökomodellregion Hessen Süd vor allem die Grünlandwirtschaft mit Tierhaltung (2016 etwa 84 % der Odenwälder Betriebe). Im Jahr 2016 gab es in der gesamten LEADER-Region Odenwald insgesamt 699 landwirtschaftliche Betriebe vor allem mittelgroße und im Nebenerwerb geführt, auf einer landwirtschaftlich genutzten Fläche von 24.317 Hektar. Im Jahr 2016 waren davon 73 mit ökologischem Landbau, auf einer Fläche von 2.574 Hektar. (40) 2020 ging die Anzahl an Bio-Betrieben sprunghaft zurück, da nach der auslaufenden Förderperiode die Öko-Verpflichtung 2019 nicht erneuert wurde. Viele dieser Betriebe wurden im Nebenerwerb weitergeführt, wodurch der Aufwand für die Zertifizierung zu groß war. Die Bewirtschaftung der Betriebe wurde jedoch nicht wesentlich verändert, sie bedürfen aber einem besonderen Umgang bei der Vermarktung. (41) In der gesamten Ökomodellregion Hessen Süd (verantwortlich für die Umsetzung des Ökoaktionsplan Hessen 2020-2025 mit dem Ziel bis 2025 25 % der Agrarfläche in ökologischer Landwirtschaft zu bewirtschaften) liegt jedoch der Anteil ökologisch wirtschaftender Betriebe noch unter dem hessischen Landesdurchschnitt. (42)

Eine Besonderheit stellen die Streuobstwiesen im Odenwald dar. Der Bestand an Streuobstbäumen ist kontinuierlich stark zurückgegangen, da aus ökonomischer Sicht der Obstanbau für die Landwirt:innen eher ein Hindernis für die Bewirtschaftung der Grünlandflächen darstellt und die ehemals vorhandene Förderungen zur Pflege nicht mehr im nötigen Umfang vorhanden sind. Es gibt aber Initiativen wie den Förderverein Odenwälder Apfel und die neugegründeten

Landschaftspflegevereine mit einer anzustrebenden „Streuobstwiesenkoordination“, die sich wieder vermehrt darum kümmern. (43)

Wie bereits in den vorherigen Kapiteln beschrieben, ist auch die Landwirtschaft perspektivisch von Betriebsschließungen bedroht, da schwer Nachfolger:innen und Fachkräfte gefunden werden können. Die bürokratische Belastung, um an Förderungen zu kommen, erschwert den Beruf zusätzlich. Nur wenige Betriebe werden im Hauptgewerbe geführt, das macht eine Diversifizierung notwendig, auch um weitere Einkommensquellen zu erschließen wie zum Beispiel durch Urlaub am Bauernhof, Direktvermarktung oder ähnliches.

Für die Wälder der LEADER-Region sind neben den privaten und kommunalen Waldeigentümer:innen mehrere Forstämter zuständig. Die Forstwirtschaft hat mit den Folgen des Klimawandels (Schädlinge, Trockenheit, usw.) zu kämpfen, wobei sich die Waldschäden aufgrund mildernd wirkender Faktoren, wie Höhenlagen und hoher Niederschlag, zwar regional unterschiedlich, aber doch in Grenzen halten. Außerdem kommt es vermehrt zu Konflikten mit den Freizeitnutzer:innen des Waldes wie bspw. Mountainbiker:innen. Da besonders die Preise für Holz zunehmend schwanken, ist es wichtig das Odenwälder Holz regional zu guten Preisen zugänglich zu machen und auch die Forstwirtschaft mit der Energiewirtschaft zusammenzubringen in Bezug auf Heizen mit Holz, Pellets, Nahwärme etc.

Quellen:

39 Hessische Gemeindestatistik 2021, Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden 2021.

40 Hessische Gemeindestatistik 2021, Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden 2021.

41 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S.328-329.

42 Ökomodellregion Hessen Süd: <https://www.oekomodellregionen-hessen.de/region/sued>, [28.4.2022].

43 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S.322.

44 REKO 2015, S.21.

II.2.3.6 Wertschöpfungsketten und Vernetzung

Die LEADER-Region Odenwald ist gut vernetzt und bietet unter anderem mit Hilfe der Wirtschaftsförderung der zwei Landkreise bereits zahlreiche Angebote, um den oben beschriebenen strukturellen Herausforderungen entgegenzuwirken. Hier ein Auszug: (44, 45)

- Mentorennetzwerk Odenwald: Beratung durch erfahrene Unternehmer:in bspw. zur Nachfolgelösung
- Forum Unternehmensnachfolge Bergstraße: Kontaktherstellung und Vermittlung zwischen übergebenden Unternehmer:innen und potentiellen Nachfolger:innen
- Informationsangebote und Betreuung von Übergabeprojekten zur Sicherung des Generationenwechsels in der Unternehmensleitung der Wirtschaftsförderungen
- Unternehmensdatenbanken auf den Webseiten der Wirtschaftsförderungen
- Gründungsoffensive Bergstraße-Odenwald: gefördert aus Mitteln des Landes Hessen und des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung, kurz EFRE; Unterstützung für neu gegründete Unternehmen und Initiierung von Projekten zur Verbesserung des Gründungsklimas; jährlich ausgelobter Gründerwettbewerb
- HO² HOME-OFFICE ODENWALD 2019: Kooperationsprojekt Wirtschaftsförderung Bergstraße und OREG; Workshops für Unternehmen zu spezifischen Themen des Home-Office in den Odenwaldkommunen im Kreis Bergstraße
- Home-Office - Beratung und Unterstützung der Wirtschaftsförderungen
- Professionalisierte Strukturen in einigen Kommunen wie City-Manager:in | Wirtschaftsförder:in, auch in interkommunale Zusammenarbeit auf weitere Gemeinden übertragen
- Gewerbeflächenkataster der Kreiswirtschaftsförderungen
- „Cluster4Synthetics“ -> Kunststoff- und Kautschuk-Cluster

Ein sehr wichtiger Punkt, um Menschen zu motivieren einerseits in der Region zu bleiben und andererseits in diese zu kommen, ist neben der Sicherstellung der Grundversorgung und der Angebotsvielfalt, auch das Image der Region. Um die regionalen Besonderheiten wieder stark und das Leben im Odenwald populärer nach innen wie außen zu machen, braucht es ein gutes Regionalmarketing. Es gibt im Odenwald interkommunal und auch bundesländerübergreifend bereits verschiedenen Ansätze. Mit der Odenwald Tourismus GmbH wurde für die Vermarktung der touristischen Destination Bergstraße-Odenwald eine vernetzende Institution geschaffen. Hier braucht es jedoch noch Maßnahmen, um die Wertschätzung für das Regionale wieder in die Köpfe der Menschen zu bringen. Die Chance des Gegentrends zur Metropolisierung und Globalisierung sowie das steigende Bewusstsein für Nachhaltigkeit, ethische Nahrungsmittel, Umwelt- und Klimaschutz kann dabei im Odenwald genutzt werden. Dazu müssen die neuen/alten ländlichen Lebens- und Arbeitsformen wieder wertgeschätzt und beworben werden.

Ein überregionaler Zusammenschluss ist auch die Vernetzung als Ökomodell-Region Süd mit dem Ziel, neben der Ausweitung der ökologischen Produktion gleichzeitig die regionale Wertschöpfungsketten wie Erzeugung, Vermarktung und Verbrauch zu fördern.

Ein Auszug bereits bestehender Vernetzungen im Folgenden:

- Odenwald Tourismus GmbH: Tourismusmarketing-Organisation der Region Bergstraße-Odenwald (46)
- Ökomodellregion Hessen Süd (47)
- 2022 neugegründete Landschaftspflegeverbände Odenwaldkreis und Kreis Bergstraße
- Direktvermarkter Odenwald e.V. (48)
- Online-Marktplätze für regionale Produkte (49)
- Zertifizierung Odenwald Gasthaus (50)

Weitere relevante regionale und überregionale Wirtschaftsakteur:innen sind unter anderem die Industrie- und Handelskammer IHK

Darmstadt, die Kreishandwerkerschaften und Handwerkskammer, die Industrievereinigung Odenwaldkreis IVO, der Hotel- und Gastronomieverband DEHOGA und auch regionale Banken und weitere Initiativen. Daneben gibt es diverse Wirtschafts- und Gewerbevereine auf kommunaler Ebene in fast allen Gemeinden in der Region, welche unterschiedlich aktiv und meist auf ehrenamtliche engagierte Mitglieder angewiesen sind.

Quellen:

- 44 Angebote Odenwaldkreis: www.oreg.de [2.5.2022].
- 45 Angebote Kreis Bergstraße: www.wirtschaftsregion-bergstrasse.de, [2.5.2022].
- 46 Bergstraße-Odenwald: www.bergstrasse-odenwald.de, [2.5.2022].
- 47 Ökomodellregion Süd: www.oekomodellregionen-hessen.de/region/sued, [2.5.2022].
- 48 Odenwälder Direktvermarktung: www.odenwaelder-direktvermarkter.de, [2.5.2022].
- 49 Odenwälder Direktvermarktung: www.odenwaelder-direktvermarkter.de, [2.5.2022].
- 50 Odenwald Gasthaus: odenwald-gasthaus.de, [2.5.2022].

Stärken

- Geringe Arbeitslosigkeit
- Überdurchschnittlicher Anteil produzierendes Gewerbe
- Hohe Innovationskraft – viele Gründungen
- Gut verankerter Mittelstand
- Wirtschaftsförderung in förderlichen Austausch mit der heimischen Wirtschaft
- Gigabit Ausbau
- Hohe Nachfrage (während Pandemie) bei Kunststoff-Verarbeitern im Bereich der Medizintechnik und Plexiglas-Verarbeitern

Schwächen

- Fachkräftemangel in fast allen Branchen
- Viele Fachkräfte im Rentenalter - Altersbedingter Ersatzbedarf
- Strukturwandel in der Landwirtschaft – Hofnachfolge
- Sehr hohe Auspendlerquote
- Zu wenige Arbeitsplätze in der Region
- Wertschöpfung nicht in Region
- Produktionsorientierte Wirtschaftsstruktur, geringer Anteil Dienstleistungssektor
- Hoher Anteil geringqualifizierter Arbeitskräfte
- Lohnlücke Männer-Frauen
- Zu wenig Angebot passender Gewerbeimmobilien (mehr Nachfrage als Angebot), kaum verfügbare oder neu erschließbare Flächen vor allem für größere Standorte
- Image der Region – Wahrnehmung der Attraktivität der Region bei jungen Erwachsenen, Familien und Kreativen mangelhaft
- Grundversorgung je nach Lage nicht ausreichend gegeben

II.2.3.7 Stärken-/Schwächenanalyse der Wirtschaftsstruktur

Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none">• Ausbau Infrastruktur: Digital- und Verkehrsinfrastruktur• Steigerung der Attraktivität der Region durch Ausbau der Bereiche Gesundheit, Wellness und Sport• Alternatives Angebot an Wohnraum für verschiedene Zielgruppen• Regionalmarketing - Wertschätzung für Regionale Produkte und Handwerk fördern• Nachhaltigkeit als Image stärken• Vernetzung regionaler Angebote• Wahrnehmung der Region nach außen stärken, als Grund für Standortentscheidung: Unternehmen der Region als Botschafter• Aktivierung Schulabgänger:innen• Bestehende Unternehmen in ihrer Existenz und möglichen Expansionsbestrebungen unterstützen, Neugründungen fördern• Stärkung der bestehenden wirtschaftlichen Fokusbereiche, u.a. die Gesundheitswirtschaft• Fachkräfte von außerhalb der Region, auch aus dem Ausland gewinnen, die mobil arbeiten• Fachkräfte aus Großstädten gewinnen durch Work-Life Anreize am Land – Berufseinsteiger*innen oder Studienabsolvent:innen, Jobverlust in Pandemie• Vorhandenes Potential an Erwerbspersonen besser einzusetzen: Erhöhung der Beteiligung am Erwerbsleben überhaupt, insbesondere bei Frauen, bei Älteren und bei Migrant:innen• Zielgerichtete Qualifizierungen in neue Berufe von freigesetzten Arbeitskräften sowie Geringqualifizierter• Clusterbildung mit gemeinsamen Produktentwicklungen oder andere Formen der Kooperation (Personalpools etc.)• Pendlerhubs• New Work – Alternative Arbeitsformen fördern• Neue Angebote schaffen in Ortsmitten (bswp. Dezentrales Dorfoffice)• Unterstützung beim Finden von Betriebsnachfolger:innen• Clusterbildung Produktion	<ul style="list-style-type: none">• Suburbanisierung des Ländlichen Raumes, Entwicklung zu „Schlafstädten“, dadurch Steuern und Kaufkraft, aber auch das kulturelle Leben in den Zentren konzentriert• Weiterer Rückgang der Grundversorgung in den Orten• Zurückbleiben beim Ausbau der digitalen Infrastruktur• Weiteres Auseinanderdriften von Stadt und Land aufgrund mangelnder digitaler Teilhabe (vor allem Älterer) und Wanderungsbewegungen sowie dem demographischen Wandel• Langfristig geringerer Bedarf an geringqualifizierten Arbeitskräften aufgrund der Wissensgesellschaft und Industrie 4.0• Generationenwechseln in Unternehmen (Handwerk, Gastgewerbe, etc.)• Scheitern der Betriebsübergaben aufgrund der (behördlichen) Auflagen (bspw. bei alten Gebäuden)

-> Priorisierte Handlungsbedarfe:

- Schaffung attraktiver Arbeitsplätze für junge Erwachsene
- Bestehende und zukunftsfähige Unternehmen in der Region fördern
- Neugründungen in der Region fördern

II.2.4 Naherholung und ländlicher Tourismus

Die LEADER-Region Odenwald hat durch die Schönheit der Landschaft, die regionalen Produktqualitäten und das bestehende Angebot an Wander-, Freizeit- und kultureller Infrastruktur gute Voraussetzungen als Naherholungs- und Tourismusdestination. Sie ist bereits vernetzt mit den angrenzenden Regionen, auch bundesländerübergreifend.

Etablieren muss sich jedoch eine Regionalmarke, um die Destination Odenwald in der Außen-, aber auch Innenperspektive noch attraktiver und bekannter zu machen. Die Infrastruktur wird von der regionalen Bevölkerung schon intensiv genutzt, jetzt muss die Öffentlichkeit noch mehr für die Bedeutung, für das Pflegen und das Fördern der (Kultur)Landschaft und das Wertschätzen der regionalen Besonderheiten sensibilisiert werden. Auch gewisse Nutzungskonflikte zwischen Freizeitnutzer:innen des Waldes, Naturschutz und der Forst- und Landwirtschaft müssen diskutiert und ausgehandelt werden. Erste Ansätze dazu gibt es bereits wie mit „Mehr Toleranz in den Wäldern“ (RTC Bergstraße-Odenwald e.V.) oder „Trailfairness“ (1).

Seit längerem, und bestärkt durch die Pandemie, zeichnet sich besonders in den Sommermonaten ein gewachsenes Interesse an Urlauben im Odenwald und generell im ländlichen Raum ab. Tourismus ist bereits ein wesentlicher Faktor der wirtschaftlichen Entwicklung der Region, doch werden noch nicht alle Potentiale genutzt und die bereits angestrebten Ziele bspw. in Bezug auf den möglichen Umsatz und die Zahl der Arbeitsplätze noch nicht erreicht.

Laut dem Bericht der ift GmbH „Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Destination Bergstraße-Odenwald“ von 2020 existieren rechnerisch rund 28.600 tourismusinduzierte Beschäftigungsverhältnisse in der gesamten Region Bergstraße-Odenwald (zu der insgesamt 95 Kommunen gehören). Der Tourismus der Destination trägt mit 3,3 % zum Volkseinkommen bei und erbringt durchschnittlich rund 50 Millionen Euro Steuereinnahmen pro Jahr für die kommunalen Haushalte. 2019 wurden insgesamt rund 49,1 Millionen Aufenthaltstage durch Tourist:innen verzeichnet, davon fallen 20 % auf Übernachtungstourismus und 80% auf

den Tagestourismus. (2) Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer ist seit 2018 von 2,5 Tagen (3) auf 2,7 im Kreis Bergstraße und 3,2 im Odenwaldkreis gestiegen. (4) Etwa 80% der Gäste kommen aus Deutschland in die Region, die restlichen 20% aus dem Ausland. (5) Laut dem Geschäftsbericht zum 31.12.2022 der Odenwald Tourismus GmbH litten die Buchungszahlen 2020 zunächst enorm unter dem Corona-Lockdown, was jedoch aufgrund der überdurchschnittlich hohen Nachfrage im Sommer abgemildert werden konnte. Nichtsdestotrotz gab es insgesamt einen Umsatzrückgang um 300.000 Euro. (6) Besonders der Tagestourismus spielt eine wichtige Rolle. Aufgrund fehlender, vor allem gastronomischer Angebote (siehe Kapitel III.2.3.4), kann dabei die regionale Wertschöpfung noch nicht vollumfänglich ausgenutzt werden.

Quellen:

- 1 Bergstraße-Odenwald: www.bergstrasse-odenwald.de/mountainbiking/trailfairness, [2.05.2022].
- 2 Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Destination Bergstraße-Odenwald, ift GmbH 2020, S.8.
- 3 Sonderauswertung der Tourismusstatistik nach Destinationen 2014 bis 2018 für das Hessische Wirtschaftsministerium, Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden 2019, S.9.
- 4 Gäste und Übernachtungen im hessischen Tourismus im Dezember 2021, Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden, 2022, S.11.
- 5 Sonderauswertung der Tourismusstatistik nach Destinationen 2014 bis 2018 für das Hessische Wirtschaftsministerium, Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden 2019, S.15.
- 6 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S. 404.

II.2.4.1 Regionales Tourismusprofil einschl. bestehender Organisationsstrukturen

Die LEADER-Region Odenwald ist – gemeinsam mit insgesamt 95 Kommunen in acht Landkreisen bzw. kreisfreien Städten und drei Bundesländern, zwischen Darmstadt und Heidelberg, an Bergstraße, Main und Neckar – Teil des Netzwerks des Tourismus Service Bergstraße-Odenwald e.V., welcher Gesellschafter der

Odenwald Tourismus GmbH, kurz OTG, ist. (7)

Unter ihrem Dach werden fünf Teilregionen vermarktet, von denen drei – Vorderer Odenwald (8), Munteres Mümlingtal (9) und Neckartal – teils in der LEADER-Region liegen.

Die OTG wird von einer Steuerungsgruppe beraten und ist in verschiedenen Netzwerken aktiv (10):

- Marketingbeirat der Hessen Agentur, kurz HA
- Förderausschuss der Interessengemeinschaft Odenwald e.V., kurz IGO
- Vorstand des Odenwaldklub e.V.
- Arbeitskreis Tourismus Frankfurt-Rhein-Main
- Arbeitsgruppe „Zusammenarbeit“ der IHK Darmstadt Rhein Main Neckar
- Arbeitsgruppe „Strategie für den Tourismus im ländlichen Raum“ beim Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, kurz HMULKV

Repräsentierte Themen der OTG sind (11):

- Ausflugsziele
- Genießen
- Familienspaß
- Wandern
- Radfahren
- Mountainbiking
- Schwimmen und Wellness
- Aktiv
- Geo-Naturpark
- Wintersport

Das Profil des Odenwalds wird auf der Webseite wie folgt beschrieben:

„Der ODENWALD, ein reizvolles Mittelgebirge, bietet die Kulisse zum Wandern, Radfahren, Mountainbiken, Klettern, Golfen und anderen Aktivitäten in der Natur. Auch hier erzählen Burgen, historische Altstädte oder der Limes, von einer bewegten Vergangenheit. Einen Einblick in 50 Millionen Jahre Erdgeschichte gewährt das UNESCO Welterbe Grube Messel. Im Odenwald sind Bauernhofurlaub, Tierparks und Zoos, Ausflugsziele, Thermen und Freibäder bei Familien mit Kindern sehr beliebt.“ (12)

Neben der OTG als zentrale Tourismusmarketing-Organisation ist der Geo-Naturpark Bergstraße-Odenwald im Bereich Naturschutz und Kulturlandschaftsentwicklung als Akteur sehr wichtig.

Ebenso der Wanderklub Odenwaldklub e.V., kurz OWK, mit seinen insgesamt 10 Bezirken und 90 Ortsgruppen. Diese kümmern sich unter anderem um die umfangreiche Wanderinfrastruktur. Den Radsport – Mountainbike, Dirt, Rennrad – vertritt der RTC Bergstrasse-Odenwald e.V. (13)

2021 wurde mit den touristischen Partner:innen der Destination eine Markenstrategie erstellt und Anfang 2022 in mehreren Workshops Leuchtturmangebote, aufgrund der definierten Kriterien entwickelt. Die Markenstrategie orientiert sich an den Eckpfeilern der Tourismusstrategie Hessens, (14) in deren Arbeitsgruppe auch die OTG beteiligt war.

Der Markenstrategie liegt eine gemeinsame Vision zugrunde:

„Wir sind durch leidenschaftliche Nachhaltigkeit und Innovationskraft begehrtester Lebens-, Erlebnis, Natur- und Erholungsraum zwischen Rhein, Main und Neckar.“ (15)

Ziel ist, die Region ganzheitlich zu denken und zu vernetzen, um sie zu einer nachhaltigen Smart Tourism Destination zu machen. (16)

Quellen:

7 Bergstraße- Odenwald: www.bergstrasse-odenwald.de, [2.05.2022].

8 Vorderer Odenwald: www.vorderer-odenwald.de, [2.05.2022].

9 Munteres Mümlingtal: munteres-muemlingtal.de, [2.05.2022].

10 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S. 401.

11 Bergstraße-Odenwald: www.bergstrasse-odenwald.de, [2.05.2022].

12 Bergstraße Odenwald: www.bergstrasse-odenwald.de, [2.05.2022].

13 Fuchstrail: fuchstrail.clubdesk.com, [2.05.2022].

14 Hessen.Land.Tourismus. Strategie für den Tourismus im ländlichen Raum Hessen, Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz 2020.

15 Markenstrategie für die Destination Bergstraße-Odenwald 2021, S.7.

16 Markenstrategie für die Destination Bergstraße-Odenwald 2021, S.8.

II.2.4.2 Infrastrukturausstattung

Die im Folgenden aufgeführten vorhandenen Infrastrukturen und Angebote sind auf der Webseite der OTG übersichtlich dargestellt. (17)

Beherbergungsmöglichkeiten

Im Dezember 2021 gab es im gesamten Landkreis Bergstraße 125 Betriebe mit mehr als 10 Betten, davon 24 mit mehr als 25 Zimmern mit 4.917 angebotenen Betten, im Odenwaldkreis 105 Betriebe davon 11 mit mehr als 25 Zimmern. (18) Das bildet die angebotene Zahl jedoch nicht vollumfänglich ab, da einige Unterkünfte auch weniger als 10 Betten anbieten.

Angeboten werden in der LEADER-Region folgende Kategorien an Unterkünften:

- Hotels, Pensionen, Gasthöfe
- Ferienhäuser und Ferienwohnungen
- Bauernhof- und Landurlaub
- Campingplätze
- Wohnmobil Stellplätze
- Jugendzeltplätze Geo-Naturpark

In den Workshops, während der **#ideenfahrt**, wurde vor allem die fehlende Vielfalt der Angebote in Bezug auf verschiedene Zielgruppen und Standards von Beherbergungen kritisiert. In der letzten LEADER-Förderperiode wurden bereits viele Projekte zur Verbesserung und Modernisierung der Beherbergungsinfrastruktur gefördert wie u.a. die Neugestaltung eines Wohnmobil-Stellplatzes in Bad König, die Erweiterung und Verbesserung des Serviceangebots auf dem Nibelungen-Camping in Fürth und die Ferienwohnungen „Am Mümling-Strand“ in Erbach.

Wanderwege

Die Wanderinfrastruktur ist sehr gut ausgebaut und die Wege auf der Webseite der OTG ausführlich beschrieben.

- Vier vom Deutschen Wanderverband zertifizierte Qualitätswanderwege „Wanderbares Deutschland“
- 60 vom Odenwaldklub zertifizierte Qualitätsrundwanderwege „Wanderbarer Oden-

wald“, der Qualitätswanderweg Höchst wurde bspw. in der letzten LEADER-Förderperiode unterstützt

- 24 Themenwege, darunter auch barrierefreie Wanderwege, darunter auch die bereits durch LEADER geförderten Maßnahmen: Glücksweg, Energieweg und Generationenbewegungspark
- 12 vom Geo-Naturpark Bergstraße-Odenwald ausgewiesene Geopark-Pfade

Ergänzend gibt es ein umfangreiches Kartenwerk an Wanderkarten vom Geo-Naturpark Bergstraße-Odenwald, die ebenfalls über die Webseite der OTG erhältlich sind. Bei der Pflege und Ausweisung engagieren sich eine Vielzahl an kooperierenden freiwilligen Akteur:innen. 140 ehrenamtlichen Wegewart:innen kümmern sich auch um die Aus- und Weiterbildung von Wanderführern, das Erarbeiten von Wandertipps und die Pflege der Beschilderung des Wegenetzes mit einer Gesamtlänge von ca. 5.000 km. Entlang der ausgezeichneten Wanderwege finden sich Sitz- und Liegebänke, die sogenannten Panorama-Liegen, die zum Ausruhen und Verweilen einladen. Auch die Infrastruktur an Wanderparkplätzen ist gut und die Ausschilderungsmaßnahmen mit Schilderbäumen konnten bereits in der Vergangenheit mit EU-Mitteln (ELER) über die LEADER-Strategie gefördert werden. (19) Im Geo-Naturpark gibt es ebenfalls unbewirtete, offene Schutzhütten, ansonsten sind die Versorgungsmöglichkeiten entlang der Wanderwege rar bis nicht vorhanden, wie in den vorherigen Kapiteln bereits thematisiert. Neue Konzepte zur Versorgung in Kooperation mit Direktvermarktern sind hier gefragt.

Radrouten und Mountainbike-Strecken

Neben dem Wandern spielen das Radfahren und Mountainbiken, kurz MTB, eine immer größere Rolle. Sowohl die OTG als auch der Geo-Naturpark bieten mit einer extra Webseite zum Mountainbiken (20) Informationen und Karten zu den Routen und Strecken, sowie auch zu E-Bike-Ladestationen, Fahrradbussen, Fahrradläden und -werkstätten, sowie Bett & Bike-Betrieben an.

- 44 ausgewiesene und beschilderte touristische Radrouten
- 39 vom Geo-Naturpark Bergstraße-Odenwald ausgewiesene Mountainbike-Rundstrecken

Angebote müssen ausgeweitet werden. Bestehende Konflikte mit Trails können durch Legalisierung ausgewiesener Trails gelöst werden.

Geo-Naturpark Bergstraße-Odenwald (UNESCO Global Geopark)

Beschreibung auf der Webseite des Geo-Naturparks (21):

„Erdgeschichte, Natur, Mensch und Kultur erleben. Der Geo-Naturpark Bergstraße-Odenwald vereint eine reizvolle Landschaft, die sich auf einer Fläche von 3800 Quadratkilometern zwischen dem UNESCO-Welterbe Grube Messel im Norden, dem Rheintal im Westen über den Odenwald bis hin zum Bauland im Osten und dem Neckartal im Süden erstreckt.“

Die vier Infozentren des Geo-Naturparks und eine Umweltpädagogische Station in der Region wurden alle mit Hilfe von LEADER-Mitteln gefördert.

Freizeit- und weitere Sportangebote

Zusätzlich zu den Hauptaktivitäten Wandern und Radfahren bzw. Mountainbiken gibt es noch zahlreiche andere Angebote für die Freizeitgestaltung, die auf der Webseite der OTG thematisch zugeordnet zu finden sind:

- Parks und Gärten
- Freibäder und Badeseen
- Thermen, bspw. die Odenwald Therme in Bad König und Hallenbäder
- Zoos und Tierparks
- Spiel- und Spaß- Aktion, bspw. Mehrgenerationenspielplätze, Sommerrodelbahn, Minigolf usw.
- Golfplätze
- Reiten und Kutschfahrten
- Trailrunning
- Klettern
- Wintersport

Kulturangebote

Vor allem das historisch kulturelle Angebot ist vielfältig und zum großen Teil gut erschlossen. Zu entdecken gibt es vieles aus der Zeit der Römer, da der Limes direkt durch die Region verlief und auch aus der Zeit der Karolinger - bspw. befindet sich hier die älteste Basilika nördlich der Alpen. Weitere Highlights in der Region sind Burgen, Schlösser, Kirchen, Klöster und Heimatmuseen.

Einige besondere Museen finden sich in der Region (ein Auszug):

- Deutsches Elfenbeinmuseum im Schloss Erbach
- Deutsches Drachendomuseum in Lindenfels
- Koziol Glücksfabrik in Erbach
- DDR-Museum im Odenwald in Grasellenbach

Alle Veranstaltungen zeigt ein Veranstaltungskalender auf der Webseite der OTG. Ein Auszug aus den Highlights der Region im Folgenden:

- Trommer Sommer-Festival
- Erbach-Michelstädter Theatersommer
- Odenwälder Lammwochen
- Odenwälder Kartoffelwochen
- Crumbacher Muschelfest
- Kunsthandwerkermarkt Michelstadt
- Apfelblütenfest Höchst
- Reichelsheimer Märchen- und Sagentage
- Klassik-Open-Air
- Fürther Nacht
- Festival Sound of Forest
- Wiesenmarkt Erbach
- Weihnachtsmarkt Michelstadt

Ein weiteres Kunst- und Kulturfestival für Elektronische Musik, visuelle Kunst, Literatur, Performance und Theater – „Circle of Leaves“ – am Marbach Stausee wurde durch eine LEADER-Förderung 2019 angestoßen, die Veranstaltung aufgrund der Pandemie jedoch noch nicht weitergeführt.

Insgesamt bedarf der Kulturbereich aber noch einer Stärkung. Unter der Verantwortung des Kulturmanagements des Kreises Odenwald wurde ein Prozess zur Etablierung einer

Kulturmarke gestartet, mit dem Ziel, die kulturellen Angebote und Möglichkeiten im Odenwaldkreis zu stärken und sichtbar zu machen. Zudem wurde die Verbesserung der Vernetzung und Kommunikation unter den Kulturakteur:innen, eine verbesserte zeitliche Koordination von Veranstaltungen und die Schaffung neuer Kultur-Räume vorangetrieben. (22)

Quellen:

17 Bergstraße- Odenwald: www.bergstrasse-odenwald.de, [2.05.2022].

18 Gäste und Übernachtungen im hessischen Tourismus im Dezember 2021, Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden 2022.

19 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S. 345.

20 Mountainbiken Geo-Naturpark: www.mtb-geo-naturpark.de, [2.05.2022].

21 Geo-Naturpark: www.geo-naturpark.net, [2.05.2022].

22 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S. 292.

II.2.4.3 Servicequalität und Zielgruppenorientierung

Das Serviceangebot ist sehr umfangreich. Vor allem der Online-Auftritt der Destination Bergstraße-Odenwald ist übersichtlich und bündelt alle relevanten Informationen auf einer Webseite. Neben den oben bereits in Auszügen dargestellten Angeboten, Attraktionen, Reisezielen und Veranstaltungen, können über die Seite Unterkünfte aller Kategorien, auch kleinerer Anbieter:innen gebucht werden. Diese werden von der OTG klassifiziert und zertifiziert sowie entsprechend im Reservierungssystem ausgewiesen. Außerdem sind diese zusätzlich auf den gängigen Buchungsportalen gelistet und buchbar.

Weiters werden gastronomische Angebote, Direktvermarkter:innen, Einkaufsmöglichkeiten (auch Selbstversorgerautomaten) und Kunsthandwerk dargestellt. Mobilitätsangebote des ÖPNVs und ergänzende Angebote wie Car- und Bike-Sharing sind abrufbar. Prospektmaterial gibt es zum gratis Download oder zur Bestellung

als Broschüre. Im Webshop können auch Wanderkarten, Reise- und Regionalliteratur sowie regionale Produkte erworben werden. Sämtliche Daten können ebenfalls von anderen Tourismus-Organisationen der Region genutzt werden. Durch das mit LEADER-Mitteln geförderte Kooperationsprojekt einer Image- und Themenkampagne, ist die OTG seither auf diversen Social Media Kanälen mit zeitgemäßem Inhalten präsent.

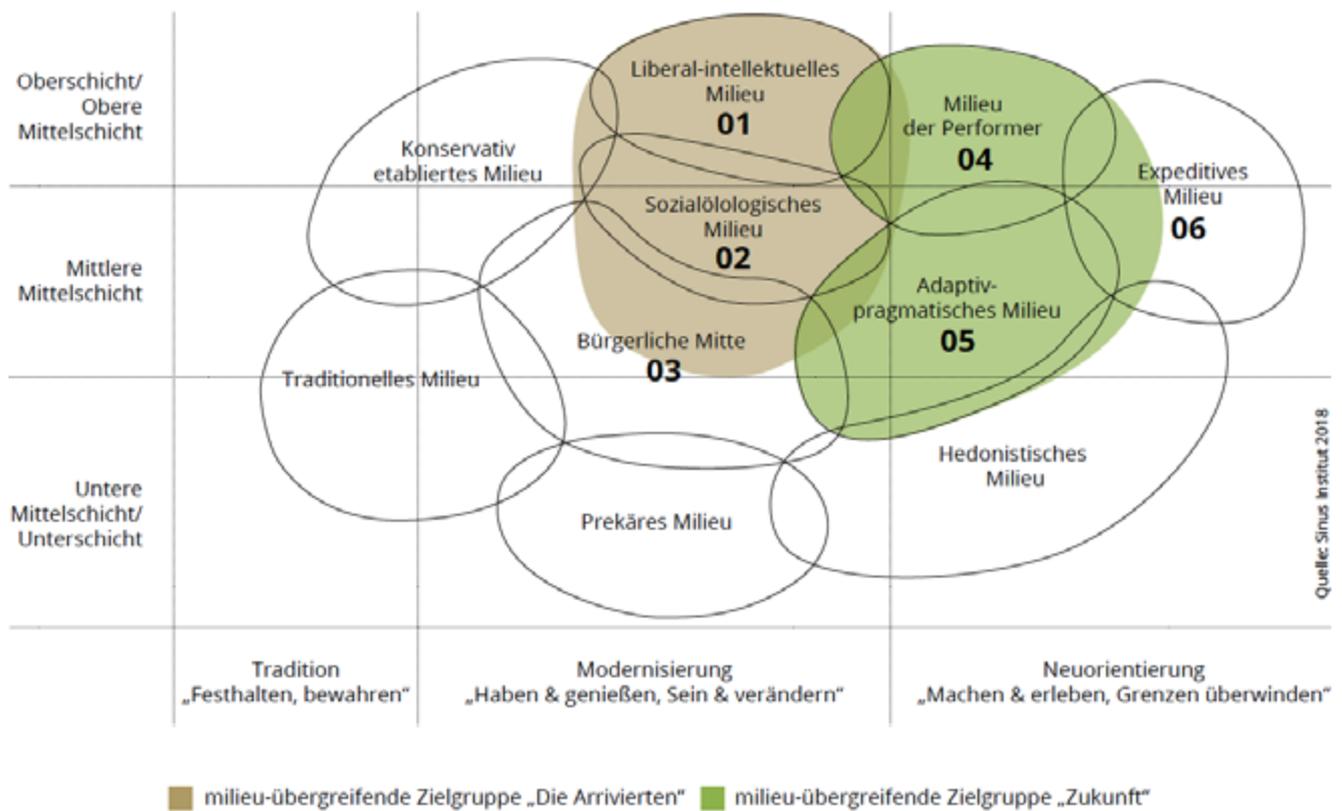
Zusätzlich gibt es an unterschiedlichen Orten der Region Informationszentren (Touristinformation). Auch der Geo-Naturpark Bergstraße-Odenwald bietet weitere Infozentren und stellt Ranger:innen, Vor-Ort Begleiter:innen und Audioführer:innen für die Erkundung der Region zur Verfügung.

Bislang wurden Zielgruppen themenorientiert angesprochen – Wanderer:innen, aktive Naturgenießer:innen und Familien mit Kindern. Die thematischen Angebote sollen jedoch insgesamt ausgebaut werden und in Zukunft neue Zielgruppen, auf Grundlage der Sinus-Milieus zu Kernzielgruppen, angesprochen werden. Die Markenstrategie definiert die neuen Zielgruppen als „Die Arrivierten“ (Liberal-intellektuelles Milieu, das Sozialökologische Milieu und den oberen Teil der bürgerlichen Mitte) und „Zukunft“ (Milieu der Performer:innen, das Adaptiv-pragmatische Milieu und Teile des Expeditiven Milieus). (23)

Quellen:

23 Markenstrategie für die Destination Bergstraße-Odenwald, 2021. S. 26-27.

24 Grafik: Zukünftige Zielgruppendefinition nach Sinus Milieus, Markenstrategie für die Destination Bergstraße-Odenwald, 2021 basierend auf der Quelle des Sinus Institut 2018.



Zukünftige Zielgruppendefinition nach Sinus Milieus, basierend auf der Quelle des Sinus Institut 2018. (24)

II.2.4.4 Stärken-/Schwächenanalyse Naherholung und ländlicher Tourismus

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • Identitäten – Unterschiedliche Orte mit unterschiedlichen Charakteren in einer Region • Naturraum und Schönheit – landschaftliche und kulturelle Attraktivität • Mehrwert für die Lebensqualität in der Region aufgrund der vielfältigen Kultur- und Freizeitangebote • Ausführliche Bereitstellung von Informationen zu Kultur- und Freizeitangeboten – digitaler Veranstaltungskalender • Neue Angebote für verschiedene Zielgruppen (bspw. Festival Sound of Forest, Zeitschrift und Webseite www.myodenwald.de) • Wandern als Naherholung in Wohnortnähe und als touristische Attraktion – zertifizierte Wege • Mountainbiking als Natursport in Wohnortnähe und als touristische Attraktion • OTG – modernes, positives Image der Region nach außen und innen, eigenständige Arbeit und strategische Flexibilität; Multiplikator:innen im regionalen Netzwerk • Kooperationsbereitschaft der Akteur:innen 	<ul style="list-style-type: none"> • Fehlende Gastronomie • Fehlende Vielfalt an Beherbergungsmöglichkeiten • Unzureichendes Angebot • Ausbaufähige Abstimmung und Kooperation mit verschiedenen Akteur:innen in der Region und der Verknüpfung mit Themen wie Fachkräftemangel, Gastronomie, regionalen Lebensmitteln und Ökopädagogik, Mobilität • Nutzungskonflikte und verschiedene Positionen in Bezug auf die Landschaft – Tourismus, Landwirtschaft, Landschaftspflege, Artenschutz, Natur- und Umweltschutz • Ausbaufähige Vernetzung im Kulturbereich • Ausbaufähige Erreichbarkeit, Anbindung ÖPNV
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> • Weiterbearbeitung der Markenstrategie – Profilschärfung • Geografische Erschließung – neue Identifikationspunkte setzen und Leuchtturmprodukte entwickeln - Markenstrategie • Roter Faden bzw. das Grüne Band durch Region • Wertschöpfungskette ausbauen durch Empfehlungswesen verschiedener touristisch interessanter Attraktionen und bessere Verknüpfung mit gastronomischen Angeboten • Veränderte Art des Urlaubmachens – Bedürfnisse von Kurzurlauber:innen und Tagestouristen (bspw. passende Mobilitäts-Angebote wie Fahrrad-Busse, etc.) • Schwerpunkt-Themen: Aktiv & Natur, Kultur & Tradition, Lebensqualität & Klima, Wein & Genuss (bspw. Apfelwein-Heckenwirtschaften an wichtigsten Wanderwegen) • Co-Working, „Workation“ und Tagungshotels (gute Distanz zum Beispiel zu Frankfurt/Main) • Zertifizierungen im Bereich Nachhaltigkeit als „Nachhaltiges Reiseziel“ für die gesamte Destination Odenwald und bspw. Sport im Einklang mit der Natur forcieren • Netzwerk der entsprechend beteiligten Betriebe und der OTG • Landschaftspflegeverband als gemeinsames Forum als Moderator zwischen Interessensgruppen etablieren 	<ul style="list-style-type: none"> • Fehlende Digitalisierungskompetenz bei den Leistungsträger:innen • Nur Randregionen der Tourismusregion profitieren von Besucher:innenströmen • Konflikte der verschiedenen Nutzer:innen, bei steigenden Zahlen

→ Priorisierte Handlungsbedarfe:

- Steigerung der touristischen Attraktivität der Region durch neue, identitätsstiftende touristische Highlights
- Entwicklung zu einer nachhaltigen Tourismus-Region (u.a. Profilschärfung und Positionierung durch neue Angebote)
- Qualitätssteigerung durch Ausbau der Infrastruktur

II.2.5 Bioökonomie

Der Klimawandel und seine Auswirkung auf die Natur- und Lebensräume sind auch in Deutschland nicht mehr wegzudenken. Es drohen massive Schäden in den Wäldern und ein unumkehrbares Artensterben, wenn es nicht gelingt einen nachhaltigen Umgang mit unseren Ressourcen und unserem Ökosystem zu etablieren. Die anstehende Transformation betrifft insbesondere die Land- und Forstwirtschaft, aber auch uns alle als Konsument:innen. Enge Kooperationen und neue Partnerschaften müssen geschlossen werden, um den großen Schatz des Naturraums des Odenwalds zu bewahren und weiter auszuschöpfen: seine traditionelle und abwechslungsreiche Kulturlandschaft aus Wäldern, Streuobstwiesen sowie den landwirtschaftlich genutzten Flächen und teils verwunschenen Ortschaften. Diesen Wandel kann niemand allein umsetzen, sondern er muss als Aufgabe der gesamten Region verstanden werden, indem gemeinsam agierende Wertschöpfungsketten etabliert werden, von denen alle in allen Lebensbereichen profitieren können.

II.2.5.1 Nachhaltigkeitsstrategien in der Region

Die Vielzahl von Strategiepapieren und Handlungskonzepten auf Landes- und Bundesebene zu diesem Thema zeigt deutlich, dass die Transformation der (Land-)Wirtschaft ein wichtiges Ziel der nächsten Jahrzehnte darstellt. Diese Strategien müssen jedoch vor Ort ankommen und spürbare Veränderungen oder Möglichkeiten eröffnen. Dabei handelt es sich nicht nur um ein Nischenthema, denn unter dem Begriff Bioökonomie müssen alle Branchen betrachtet werden, die biologische Ressourcen produzieren, verarbeiten oder in anderer Form nutzen; sprich, fast alle Bereiche sind betroffen. Insbesondere, wenn man die Energieversorgung mit einbezieht, wird klar, dass Nachhaltigkeit nicht nur alle Sparten etwas angeht, sondern dass hier vor allem in Netzwerken gedacht werden muss.

Die Potentiale des Odenwalds als Vorzeigeregion liegen dabei auf der Hand. Während die

Kulturlandschaft mit einem hohen Anteil an Vegetationsflächen, die neben Wald und Agrarflächen auch charakteristische Streuobstwiesen umfassen, eine sowohl für Einheimische als auch Tourist:innen gleichermaßen attraktive Landschaft bildet, dürfen andererseits diese Qualitäten nicht dazu führen, dass der Odenwald als romantisches Grünland verklärt wird. Gleichzeitig steht oftmals dem eingeforderten Erhalt der Biodiversität, der sich auch die hessische Biodiversitätsstrategie (1) verschrieben hat, eine land- und forstwirtschaftliche Nutzung mit ihren Interessen gegenüber. Doch gerade die lange Tradition des Odenwalds als Kulturlandschaft, also als stets vom Menschen für seine Bedarfe und Ansprüche überformte natürliche Landschaft, kann hier als Innovationsanspruch für die Lösung der anstehenden Herausforderungen dienen und bspw. Flächenkonkurrenzen auflösen. Die Gestaltung einer intakten, den klimatischen Rahmenbedingungen, den Bedürfnissen der Menschen und den Kriterien der Nachhaltigkeit verpflichteten Kulturlandschaft ist für den Odenwald also nicht neu. Dadurch können die Herausforderungen als Anlass begriffen werden, um bestehende Arbeitsweisen und Strukturen mit neuen innovativen Methoden und Netzwerken zu verknüpfen. Wichtig ist hier alle Akteur:innen mitzunehmen und sich für orts- bis regionsspezifische Lösungen einzusetzen, um die vielfältigen Bewirtschaftungsweisen zu berücksichtigen und bestmöglich zu unterstützen. Daraus leitet sich das zentrale Ziel ab, die landschaftsprägenden Akteur:innen aus der Land- und Forstwirtschaft, aber auch weiteren einschlägigen Branchen mit den Gemeinden vor Ort zusammenzubringen und davon zu überzeugen ihren Beitrag für den Erhalt und die Weiterentwicklung der Kulturlandschaft und des Ökosystems zu leisten. Denn die Vereinbarkeit von Ökologie und Ökonomie ist die vorrangige Herausforderung der nächsten Jahrzehnte für alle Branchen (2), unabhängig davon, ob es sich dabei um Kleinst- oder Großbetriebe handelt.

Das Land Hessen hat in der Nachhaltigkeitsstrategie des Landes und im Ökoaktionsplan als Ziel formuliert, den Anteil der ökologischen Landwirtschaft auf 25% zu steigern. (3) Zunächst hatte der Odenwald mit einem Anteil von 11%

bereits im Jahr 2016 gute Startvoraussetzungen. Während im gesamten Bundesland Hessen der Anteil zwischen 2016 und 2020 anstieg, schrumpfte er im Odenwaldkreis jedoch auf 10%. (4) Dies zeigt zunächst, dass es im Odenwald bereits viele Akteur:innen gibt, die sich schon früh der nachhaltigen Produktion von Lebensmitteln verschrieben haben. Es fällt jedoch auf, dass es besonders an Absatzmärkten oder an verarbeitbarer Biomasse in entsprechender Bioqualität fehlt. So gibt es bspw. für teureres hochwertigeres Bio-Fleisch nicht ausreichend Abnehmer:innen und einem Betrieb für Bio-Kompost fehlt Biomasse in passender Bioqualität. Das macht deutlich, dass es nicht nur um einzelne Lieferketten geht, sondern um konsequent arbeitende Netzwerke. Von diesen regionalen Wertschöpfungsketten kann schließlich jeder Einzelne – von dem/der Rohstoffproduzent:in bis zum/zur Endverbraucher:in – profitieren. (5) Wenn es gelingt, dass die Erzeuger:innen stolz auf ihre Produkte sind und die Verbraucher:innen diese gerne konsumieren, wird Nachhaltigkeit zu einem Anliegen Aller und das Netzwerk insgesamt dichter und robuster. Dies ist auch eine Ausgangsvoraussetzung für eine starke Ökoregion Odenwald, die auch über die Region hinaus für Nachhaltigkeit und Genuss steht.

Daneben nimmt auch die Forstwirtschaft im Odenwald nicht nur wirtschaftlich eine wichtige Stellung ein. Der Wald ist Lebensraum für unzählige Arten und kühlt die Luft im Sommer. Darüber bindet der Wald langfristig CO₂, landwirtschaftliche Nutzungen hingegen emittieren CO₂. Die enormen Schäden durch Stürme und den Befall durch Borkenkäfer haben gezeigt, wie gefährdet die deutschen Wälder in Zeiten des Klimawandels sind. Der integrierte Klimaschutzplan des Landes Hessen fördert daher den Erhalt und die Diversifizierung einer nachhaltigen und multifunktionalen Forstwirtschaft, die insbesondere auf die fachliche Unterstützung der Waldbesitzer:innen abzielt, um klimasensitive Maßnahmen schnell in die Fläche zu bringen. (6) In den Förderungsgrundsätzen zur Entwicklung des ländlichen Raums der Gemeinschaftsaufgabe Agrarstruktur und Küstenschutz, kurz GAK, sind dabei gesondert gemeinschaftliche Eigentümer:innen wie Waldgenossenschaften

oder forstwirtschaftliche Zusammenschlüsse hervorgehoben. (7) Regionale Vermarktung kann auch in der Forstwirtschaft dabei helfen, dass die lokale Baubranche von der Verfügbarkeit dieses immer knapper werdenden Baustoffs Holz profitiert, die Wertschöpfung in der Region bleibt und lokale Handwerker:innen mit nachhaltigen regionalen Materialien bei ihren Kund:innen werben können.

Quellen:

- 1 Hessische Biodiversitätsstrategie 2016. Anmerkung: Die Biodiversität umfasst den Erhalt der Lebensräume in den Wäldern, in den Gewässern, auf den Feldfluren und in den nicht kultivierten Naturräumen.
- 2 Anmerkung: Aussage der Ökomodellregion Süd auf Anfrage der IGO, Stand 10.02.2022.
- 3 Nachhaltigkeitsstrategie Hessen, S. 10, sowie Ökoaktionsplan Hessen 2020, S. 8.
- 4 Landwirtschaftszählung 2020 Statistisches Landesamt Hessen, Agrarstrukturerhebung 2016: <https://www.destatis.de/DE/Themen/Branchen-Unternehmen/Landwirtschaft-Forstwirtschaft-Fischerei/Landwirtschaftliche-Betriebe/Tabellen/oekologischer-landbau-bundeslaender.html?nn=371820> und <https://www.bmel-statistik.de/landwirtschaft/ernte-und-qualitaet/bodennutzung/>, [3.5.2022].
- 5 Bioökonomie: <https://biooekonomie.de/foerderung/foerderbeispiele/wertschoepfungsketten-zaehlt-jeder-einzelne>, [3.5.2022].
- 6 Integrierter Klimaschutzplan Hessen 2017, S. 52.
- 7 GAK, Förderbereich 5: Forsten: https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/_laendliche-Regionen/Foerderung-des-laendlichen-Raumes/GAK/Foerderbereich5-22.pdf?__blob=publicationFile&v=3, [3.5.2022]. Anmerkung: GAK steht hier für: Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes“.

II.2.5.2 Vernetzungsstrukturen; zum Beispiel Ökomodellregion

Ein Wandel hin zu mehr ökologischer (Agrar-)Wirtschaft kann nur wirksam werden, wenn es gelingt mithilfe gezielter Förderungen die Herausforderungen der Lebensmittelproduzent:innen zu überwinden und die Vielfältigkeit an unterschiedlichen Belangen zu berücksichtigen. Denn viele Landwirt:innen im Odenwald stehen vor einer

viel grundsätzlicheren Frage: Wer wird den Betrieb nach ihrem Ausscheiden aus dem Erwerbsleben weiterführen? Der demografische Wandel, die Überalterung der Gesellschaft wirkt sich auch auf die Landwirtschaft aus. Zudem ist die innerfamiliäre Weitergabe von Höfen im Regelfall zur Ausnahme geworden. Ohne konkrete Aussichten bleiben auch zukunftsweisende Investitionen zunehmend aus und ein Investitionsstau macht die Betriebe für eine Übernahme weiter unattraktiv. So ist die Wichtigkeit von Netzwerken auch darin begründet, dass sie Nachfolger:innen für die Höfe und Betriebe im Odenwald finden und sich so neue Perspektiven auftun.

Seit langem sind die Akteur:innen im Odenwald bestrebt, die Region als Markenbegriff zu etablieren, um sich gegenseitig zu unterstützen und gemeinsam sichtbar zu werden. Die Vorteile sind offensichtlich, ein größerer Bekanntheitsgrad des Odenwalds als Erzeugerregion für nachhaltige Produkte würde ermöglichen, dass die Erfolge einzelner Produkte auf ein gemeinsames Vertrauenskonto bei den Verbraucher:innen eingeht und so die Absatzmärkte für alle stabilisiert. Ein derartiges Projekt erfordert jedoch viel Energie und Bewusstseinsbildung bei allen Beteiligten. Es braucht zunächst funktionierende Strukturen und qualitativ hochwertige Produkte aus der Region, die in kooperativen Netzwerken von Produzent:innen hergestellt werden, sich gegenseitig unterstützen und voneinander profitieren. Mit einer entsprechenden regionalen Vermarktung können dabei auch Produktionsweisen unterstützt werden, die einen positiven Beitrag zur Ökologie und damit zum Erhalt der Ökosysteme im Odenwald beitragen. Während einerseits vorbildliche Akteur:innen sichtbar gemacht werden, braucht es andererseits auch eine entsprechende Nachfrage nach und Wertschätzung für regionale Produkte.

Eine junge Akteurin, die eine zentrale Rolle bei der Vernetzung und Anbahnung von Kooperationen einnimmt, ist bspw. die seit 2021 agierende Ökomodellregion Süd des Bundesland Hessen. Sie ist genau in der Vermittlungsposition tätig, die die Produzent:innen vor Ort zu einer ökologischeren Arbeitsweise hinführen soll

und gleichzeitig auf die Bedürfnisse auch der konventionellen Landwirtschaft eingeht. Dabei führt sie die Erzeuger:innen beim Praxis-Stammtisch zusammen und vermittelt in Bodenseminaren und kurzen Videos praxisnah und niederschwellig Wissen für eine ökologische Transformation und mögliche Weiterentwicklungspotenziale. Darüber hinaus unterstützt sie die Produzent:innen bei der Etablierung einer gemeinsamen Lieferstruktur, gerade um auch die umliegenden Metropolen zu bedienen und hier Synergien zu fördern sowie die Einzelnen zu entlasten. Die Vermittlung einer gesunden und nachhaltigen Ernährung (siehe dazu Gesundheit in Kapitel II.2.2.2) unterstützt sie ebenso praxisnah, denn essbare Wanderwege und Biketrails zeigen dann bspw. die Herkunft der Lebensmittel direkt an ihrem Ursprung. Die Ökomodellregion verkörpert den ganzheitlichen Anspruch des Themas, jedoch braucht sie mehr Möglichkeiten auch finanzielle Anreize zu geben. Hier könnte eine enge Kooperation mit LEADER helfen, das fachliche Wissen mit ökonomischer Unterstützung zu verbinden und gleichzeitig auch konventionellen Landwirt:innen Ansätze zu bieten, ihren Beitrag zu leisten.

Dennoch hat die ökologische Lebensmittelproduktion einige Hürden, die die Akteur:innen daran hindern auf „Bio“ umzustellen. Vielfach werden hier die nur unzureichenden Absatzmärkte bemängelt und die Kosten für Zertifizierungsverfahren genannt, die über die Betriebskosten hinaus entstehen. Den Vorteilen der konsequenten Umstellung steht also ein hoher Aufwand entgegen, zum Beispiel bei der Modifizierung von Zulieferungs- und Vertriebsstrukturen. Die GAK nennt hier klare Bedingungen für Zuwendungen, stellt jedoch ebenfalls eine breite Unterstützung in Aussicht, wenn Erzeuger:innen in die Nachhaltigkeit und Diversifizierung ihrer Produktionsstätten investieren, gerade auch wenn die Landwirtschaft allein kein ausreichendes Einkommen abwirft. (9) Während es im Kreis der bio-zertifizierten Betriebe viele Produzent:innen gibt, die ihren Beitrag für den Erhalt der Kulturlandschaft Odenwald leisten, gibt es auch regionale Erzeuger:innen, die bisher wenig für die Ökosystemleistung (10) einbringen. Das Grundprinzip muss es daher jetzt sein, die vorbildlich agierenden

Strukturen zu unterstützen und die einschlägigen Produzent:innen der Region schrittweise zur Mitwirkung zu gewinnen. Dieses Zusammenspiel aus Unterstützungsangeboten und Überzeugungsarbeit macht deutlich, dass konkrete Förderungen an Bedingungen geknüpft sein sollten, jedoch die Probleme und Hürden der Einzelnen ebenfalls identifiziert und respektiert werden müssen. So kann es gelingen mit den einzelnen Produzent:innen direkt an ihren Herausforderungen zu arbeiten und passgenau zu fördern.

Nicht nur in der Landwirtschaft muss eine Hinwendung zu mehr Nachhaltigkeit stattfinden. Auch die Energieversorgung des produzierenden Gewerbes ist ein großer Posten, der mehr durch regenerative Energien versorgt werden könnte. (11) Das kann in vielen Fällen durch die Installation von Solaranlagen auf Fabrikdächern und sogar auf dem eigenen Betriebsgelände stattfinden. Geschieht dies in größeren Gewerbegebieten, kooperativ unter mehreren Betrieben, können sinnvolle Synergieeffekte entstehen, die die Planungskosten minimieren und so energieneutrale Gewerbegebiete entstehen lassen. Einige Unternehmen in der Region haben sich bereits mit der Umstellung auf nachhaltige Produkte ein Alleinstellungsmerkmal auf dem Markt erarbeitet, wie zum Beispiel das Unternehmen koziol in der Plastikherstellung. (12) Die Nachhaltigkeitsstrategie Hessen fordert jedoch einen stärkeren Fokus auf das Baumaterial Holz, das durch seine regionale Verfügbarkeit und seine positive CO₂-Bilanz viele Vorteile gegenüber der Bauweise mit Beton bietet. (13) Dies gilt natürlich auch für gewerbliche Bauten. Neben der nachhaltigen Energieversorgung und einer ökologischen Bauweise müssen mehr Betriebe dafür gewonnen werden, auf ihrem Betriebsgelände Flächen so zu gestalten, dass sie einen Beitrag zum Ökosystem leisten. Gewerbeflächen entwickeln sich immer mehr zu Hitzeinseln, denn große Teile sind versiegelt. (14) Die fehlende Kühlwirkung durch Pflanzen führt dazu, dass sich diese Bereiche stark aufheizen. In vielen Bereichen können Flächen gezielt entsiegelt werden, indem ungenutzte Pflasterflächen aufgebrochen werden. Flachdächer können extensive oder intensive Begrünung erhalten und somit Regenwasser zurückhalten sowie

Lebensraum für Insekten schaffen. Durch die Begrünung von Betriebsgeländen können gezielt Tiere angesiedelt werden, sodass Gewerbegebiete in Zukunft bspw. Bienenstöcke beheimaten und dort Honig produziert wird, ein Vorgehen, das der Artenvielfalt insgesamt dienen würde.

Die Transformation bringt auch viele neue Berufe mit sich (siehe dazu Wirtschaft in Kapitel II.2.3). Denn neue Arbeitsweisen brauchen viel neues Wissen, um es situationsbezogen anzuwenden. So können geschulte Berater:innen mit den Erzeuger:innen für ihre Probleme direkt am Standort Lösungen entwickeln. Und alte Berufe präsentieren sich im neuen Gewand: Imker:innen können auf Fabrikhallen Wildblumenhonig produzieren oder Gemüsegärtner:innen können Teambuilding-Programme auf dem Werksgelände anbieten. Diese Berufe können gerade für die junge Generation spannende Perspektiven in der Region aufzeigen und so schließlich zum Bleibegrund werden.

Quellen:

8 Gremmer et al. 2016, S. 98.

9 GAK, Förderbereich 2, Förderung landwirtschaftlicher Unternehmen: https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/_laendliche-Regionen/Foerderung-des-laendlichen-Raumes/GAK/Foerderbereich2-22.pdf?__blob=publicationFile&v=2, [3,5,2022].

10 Kurzdefinitionen Biodiversität und Ökosystemleistungen: <https://www.uni-giessen.de/fbz/fbo8/Inst/tsz/tieroekologie/forschung/fsp/jaguar/projekt/downloads/befragung>, [4,5,2022]. Anmerkung: „Der Begriff „Ökosystemleistungen“ bezieht sich auf die gleichen ökologischen Vorgänge, die im Bundesnaturschutzgesetz als „Leistungs- und Funktionsfähigkeit des Naturhaushalts“ und als „Nutzungsfähigkeit der Naturgüter“ bezeichnet werden.“

11 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises Odenwald, S. 485.

12 Koziol Nachhaltigkeit: <https://www.koziol.de/Nachhaltigkeit-oxid-oxid/>, [3,5,2022].

13 Nachhaltigkeitsstrategie Hessen 2020, S. 102.

14 KLIMA.PROFIT: <https://klima-profit.de/projekt/>, [3,5,2022].

II.2.5.3 Initiativen der Verbraucheraufklärung zur Förderung eines nachhaltigen Konsumverhaltens

In der Nachhaltigkeitsstrategie des Landes Hessen ist klar dargelegt, dass Nachhaltigkeit als Zusammenspiel der drei Säulen soziale, ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit gedacht werden muss. Dabei reicht der Ansatz von der Beendigung der Armut im Land bis zur Förderung von Innovation und Infrastruktur. Es wird also deutlich, dass alle Lebensbereiche auf ihre Nachhaltigkeit hin reflektiert werden müssen. Die ökologische Nachhaltigkeit sieht dabei – neben Wertschöpfungs- und Lieferketten, die die Biodiversität und Artenschutz befördern – auch das nachhaltige Konsumverhalten im Fokus.

Die Stabilisierung der Land- und Forstwirtschaft im Odenwald ist nicht zuletzt abhängig vom Kaufverhalten der Kund:innen. Das Bewusstsein für lokale und möglichst nachhaltig produzierte Lebensmittel geht einher mit Themen der gesunden Ernährung und einer biologischen Transformation. Die Sensibilisierung kann neben der reinen Informationsvermittlung über Broschüren und Flyer sowie über das Essen – gemeinsames Kochen, Verkostungen und Schmeck-Events – stattfinden. Vor allem darf schon frühzeitig angesetzt werden, denn Essgewohnheiten werden, so wie viele Konsumgewohnheiten, schon früh geprägt und nur ungern hinterfragt. Das bedeutet auch einen achtsameren Fleischkonsum zu fördern und den Mehrwert des lokal Produzierten herauszustellen. Die Kommunen und Schulen können hier mit Vorbildfunktion vorangehen und die Schulverpflegung auf lokale und möglichst biologisch produzierte Produkte aus der Region umstellen und auch vegetarische Angebote anbieten. (14)

Nachhaltiger Konsum ist dabei ein Querschnittsthema und fließt in alle Lebensbereiche ein. Neben der Energieversorgung und dem sparsamen Energieverbrauch ist auch Mobilität ein wichtiges Thema. (15) Die Abhängigkeit vom Motorisierten Individualverkehr, kurz MIV, ist im Odenwald

und allgemein im ländlichen Raum sehr groß. Alternative Möglichkeiten zum Auto sind im Alltag nur schwer auffind- oder umsetzbar (siehe dazu Mobilität in Kapitel II.2.2.3). Einen ganzheitlichen Ansatz der Entschleunigung hat bspw. Michelstadt eingeschlagen, die als cittaslow-Stadt auf Aufenthaltsqualitäten und Momente des Genusses und der Spontaneität setzt und somit einen Wandel des Zeitgeistes voranzubringen versucht. (16)

Durch „essbare“ Wanderwege, also Wanderrouten, die explizit mit Informationen ausgestattet sind, wo Wanderer:innen Obst, Kräuter oder Pilze am Wegesrand finden können, wird die Entstehung unserer Lebensmittel im Lauf der Jahreszeiten nachvollziehbar gestaltet. Dies kann ebenso für essbare Pflanzen wie Bärlauch und Obstbäume in der Stadt umgesetzt werden. Auch Kochkurse, in Kombination mit Wanderungen oder Stadtführungen, können diese oft nicht wahrgenommenen Lebensmittel zum Event werden lassen. (17) Ebenso können für Schüler:innen konzipierte Programme wie die „Schule auf dem Bauernhof“ oder Schulgärten auf dem Schulgelände die Herkunft und Saisonalität von Lebensmitteln vermitteln und natürlich durch gemeinsames Kochen und Essen schmeckbar machen. Die Art und Weise, wie wir uns in der arbeitsteiligen Gesellschaft durch das Beziehen von normierten und verpackten Lebensmitteln von deren eigentlicher Herkunft entfernt haben, führt dazu, dass Kinder und Jugendliche nur noch selten wissen, wann Tomaten regional verfügbar sind und wann sie lange Transportwege bis ins Supermarkt-Regal hinter sich haben. Nachhaltigkeit nicht nur auf dem abstrakten Niveau von Klimazielen zu vermitteln, sondern mit allen Sinnen spürbar und nachvollziehbar zu machen, kann gerade Pädagog:innen in den Kindergärten und Schulen neue und erlebbare Ansätze für ihr Lehrprogramm liefern. Um solche neuen Inhalte zu etablieren und in die Umsetzung zu bringen, braucht es auch fachliche und organisatorische Unterstützung. (siehe dazu Bildung in Kapitel II.2.2.4).

Daneben gilt es auch die Gruppe der Erwachsenen mit Kampagnen für eine nachhaltigere und gesündere Ernährung zu erreichen. (18) So wird in der Nachhaltigkeitsstrategie des Landes Hessen

das Ziel formuliert, den Zuwachs des Anteils der Bevölkerung mit Adipositas zu verlangsamen. (19) In den letzten Jahren ist das Bewusstsein für die Klimafolgen unserer Ernährung und unseres Konsumverhaltens immer weiter gestiegen. Das betrifft nicht nur die direkt durch die konventionelle Landwirtschaft verursachten Klimaschäden, sondern auch den ökologischen Fußabdruck biologisch hergestellter Lebensmittel, die von weit her importiert werden müssen. Dabei konkurrieren die Aspekte der Regionalität und der Ökologie im Supermarkt-Regal häufig direkt miteinander. Studien zeigen, dass den Verbraucher:innen tendenziell wichtiger ist, dass ihre Produkte aus der Region stammen, als deren Zertifizierung als Bioprodukte. Hier kann angesetzt werden, um besonders den Verbraucher:innen deutlich zu machen, welchen Beitrag sie für die Region leisten können, indem sie bevorzugt die lokal produzierten Lebensmittel konsumieren.

Weiter setzt sich auch die Biodiversitätsstrategie Hessen für eine sichtbare Wertschätzung der biologischen Vielfalt der Regionen ein und unterstützt die Mitwirkung der Bürger:innen an ihrem Erhalt. Gerade im Odenwald, mit seinen vielen Streuobstwiesen, erfolgen viele notwendige Tätigkeiten zur Pflege dieses wichtigen Kulturguts durch ehrenamtlich Aktive. Es ist daher wichtig, dass dieses Engagement gestärkt und durch niederschwellige Angebote für Schulungen sowie Zugänge zu Fördermitteln befördert wird. Auch kann die touristische Nutzung von Streuobstwiesen ausgebaut werden.

Wie in vielen ländlichen Räumen fehlt auch im Odenwald in vielen kleineren Orten ein Nahversorger für den täglichen Bedarf. Die Supermärkte sind oftmals nur mit dem Auto zu erreichen und fördern so die Abhängigkeit vom MIV oder erschweren für immobile Personen das selbstständige Einkaufen. Hier können kleine Lebensmittelgeschäfte Abhilfe schaffen, die sogar ohne Verkaufspersonal durch Selbstbedienungskassen funktionieren. Werden diese Läden bevorzugt mit regionalen und ökologischen Produkten bestückt, können regionale Erzeuger:innen davon profitieren und somit mehr ins Bewusstsein der Konsument:innen gelangen, indem ihre

Produkte nicht nur im Notfall schnell im nahen Geschäften erhältlich sind, sondern auch noch gut schmecken! Die lokale Vermarktung kann somit Synergieeffekte durch einen gemeinsamen Vertrieb der regionalen Produzent:innen ermöglichen und gleichzeitig lokalen Produkten bessere Sichtbarkeit verschaffen. (20) Derartige Erzeugerzusammenschlüsse sind explizit in der GAK als Förderempfänger:innen genannt und können bei Investitionen, Durchführbarkeitsstudien oder spezifischen Projekten gefördert werden. (21) Die Ernährungsstrategie des Landes Hessen weist wiederum explizit darauf hin, dass eine regionale Ausrichtung der Ernährung einen bedeutenden Anteil zur lokalen Wertschöpfung leistet. (22) Durch gemeinsame Vertriebsstrukturen kann der Vertrieb auf die umgebenden Ballungsräume ausgeweitet werden und die Produkte des Odenwalds gemeinsam in Frankfurt/Main und Darmstadt angeboten werden. Dies ermöglicht letztlich auch die Etablierung einer gemeinsamen Regionalmarke, welche Erzeuger:innen sichtbar macht, die Mehrwerte für das Ökosystem Odenwald schaffen und somit auf die gemeinsamen Werte der Region einzahlen – seien es Lebensmittelproduzent:innen oder Betriebe anderer Branchen, die sich der regionalen und ökologischen Herstellung ihrer Produkte verschrieben haben. Neben dem Konsum nachhaltiger Produkte muss es auch Ziel sein, die anhaltende Lebensmittelverschwendung zu reduzieren. Trotz des enormen Flächen- und Ressourcenverbrauches unserer Lebensmittelherstellung werden ein Großteil der produzierten Lebensmittel entweder von den Supermärkten entsorgt, wenn sie nicht verkauft wurden, oder die Konsument:innen vergessen sie im Vorratsschrank, wenn sie nicht gleich im Müll landen, weil das Mindesthaltbarkeitsdatum abgelaufen ist. Hier kann bei Informationskampagnen angesetzt werden, die die Menschen darin schulen zu erkennen, ob ihre Lebensmittel noch gut und genießbar sind oder was sie mit „alt“ gewordenen Lebensmitteln noch zubereiten können. Darüber hinaus können kreative Hersteller:innen in Kooperationen mit Supermärkten und Lebensmittelhersteller:innen wertvolle Rohstoffe und Lebensmittel, die sonst weggeworfen werden, einer neuen Verwertung zuführen. (23)

Quellen:

- 14 Ernährungsstrategie Hessen 2020, S. 9.
- 15 Anmerkung: Siehe konkrete Handlungsmöglichkeiten zur Senkung der Treibhausgas-Emissionen in Privathaushalten im Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S. 448.
- 16 Michelstadt ist cittaslow: <https://www.michelstadt.de/cittaslow/michelstadt-ist-cittaslow/>, [3.5.2022].
- 17 Anmerkung: Zum Beispiel mit Rezepten von Maurice Maggi: Essbare Stadt 2014.
- 18 Ernährungsstrategie Hessen 2020, S. 13.
- 19 Nachhaltigkeitsstrategie Hessen 2020, S. 10.
- 20 Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021, S. 48, sowie Ernährungsstrategie Hessen 2020, S. 12.
- 21 GAK, Förderbereich 3, Verbesserung der Vermarktungsstrukturen: https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/_laendliche-Regionen/Foerderung-des-laendlichen-Raumes/GAK/Foerderungsbereich3-22.pdf?__blob=publicationFile&v=2, [3.5.2022].
- 22 Ernährungsstrategie Hessen 2020, S. 6.
- 23 Firma Rettergut: <https://www.rettergut.de/pages/mission-story>, [2.5.2022].

II.2.4.4 Stärken-/Schwächenanalyse Bioökonomie

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none">• Attraktive und reichhaltige Natur- und Kulturlandschaft• Landschaftsprägende Highlights wie Streuobstwiesen• Naherholungsraum auch der umliegenden Ballungsgebiete• Hoher Anteil an Land- und Forstwirtschaftsflächen mit starker Bewirtschaftung• Vielfältige Akteurslandschaft• Breite Fördermöglichkeiten	<ul style="list-style-type: none">• Odenwald oft nur als romantisches Naherholungsgebiet wahrgenommen• Landwirtschaftliche Betriebe überaltert und mit ungeklärter Nachfolge• Strategien zu Erhalt und Pflege der Natur- und Kulturlandschaft fehlen, insbesondere hinsichtlich des Klimawandels• Schwache Netzwerke und Aufklärung zu regionaler Vermarktung, Umwelt- und Naturschutz, Konsumverhalten und Ernährung

Chancen

- Erhöhung der Biodiversität durch Sicherung der Nahrungsgrundlagen und Lebensräume bedrohter Arten (Pflanzen- und Tierschutz)
- Bewusstseinsstärkung für Natur-, Umwelt- und Landschaftsschutz sowie Ernährung: Ausbau und Förderung der umweltpädagogischen Angebote mit den Zielgruppen Kinder, Jugendliche sowie Erwachsene
- Umweltpädagogisch-Touristische Inwertsetzung von naturräumlichen Highlights (bspw. Streuobstwiesen: Vergabe von Patenschaften, Selbst-Pflück-Aktionen, „essbare Wanderwege“)
- Aufklärung zur Förderung eines nachhaltigen Konsumverhaltens (Publikationen, Vorträge, Klima- und Ernährungsrat, etc.) sowie Mitmachaktionen und Naturschutz zum Erleben (bspw. Schulkompost)
- Anknüpfen an bestehenden Initiativen und Konzepte („Essbare Stadt“ bzw. Gemeinde, Solidarische Landwirtschaft oder „Ackerhelden machen Schule“, Bauernhof als Klassenzimmer, Gesundes Essen für die Schule, Schulgärten, Unverpacktläden, Citta Slow, etc.)
- Ausbau regionaler und kooperativer Vermarktungsmodelle und regionaler Wertschöpfungsketten
- Nutzung bestehender Netzwerke wie Direktvermarkter Odenwald e.V., Ökomodellregion Hessen Süd, Unverpacktläden, etc.
- Innerhalb der Förderkulisse für die landwirtschaftlich geprägte Kulturlandschaft (bspw. Ökomodellregion) bioökonomische Ansätze als Stärkung der Region entwickeln
- Landwirt:innen und Forstwirtschaft durch regelmäßigen Austausch mit Politik und Verwaltung zu gemeinsamen Strategien mitnehmen
- Erstellung, Umsetzung und Fortschreibung von Strategiepapieren für die Bereiche Natur, Umwelt, Landschaft sowie Land- und Forstwirtschaft
- Strategien für nachhaltige Weiterentwicklung im Zuge des Klimawandels - Bezugnahme auf erneuerbare Energien
- Evaluierung und Vernetzung bestehender Anbieter:innen und Akteur:innen aus dem Bereich: Verwaltung, Landwirtschaft, Naturschutz-Verbände, Geo-Naturpark, Stiftungen, Bildungs- und Tourismusinstitutionen sowie Politik
- Verknüpfung von Ansätzen klimaneutralen Wirtschaftens mit anderen Handlungsfeldern (bspw. klimaneutrale Hotels, Betriebe, Verwaltung)

Risiken

- Fehlende politische Unterstützung für notwendige ökologische Transformation
- Stagnieren des Anteils der ökologischen Landwirtschaft bei ca. 10%
- Höfesterben wegen fehlendem Nachwuchs in der Landwirtschaft
- Attraktivitätsverlust Berufsfeld Landwirt:in
- Fehlende Kommunikation zwischen Landwirt:innen und Forstwirtschaft mit Verwaltung und Politik über aktuelle Herausforderungen
- Ungebremste Auswirkungen des Klimawandels wie auch des verheerenden Insektensterbens auf die Region bzw. auch auf Ernährungssicherheit weltweit
- Verlust der Streuobstwiesen: europäische Plantagenwirtschaft & Industrialisierung macht Streuobstwiesen wenig lukrativ
- Fehlender ehrenamtlicher Einsatz für Kulturlandschaft
- Abnehmende Wertschätzung der regionalen Landwirtschaft
- Direktvermarktung nicht wirtschaftlich, weil zu wenig Absatzmärkte und Kooperationen
- Landwirt:innen mit Logistikschwierigkeiten alleine: wie kommen Erzeugnisse aus kleinstrukturierten Gegenden in die Ballungsräume
- Fehlende Vernetzung der unterschiedlichen Akteur:innen, Fördermittel werden nicht abgerufen, weil nicht bekannt
- Landwirt:innen können sich bei wachsender Flächenkonkurrenz die Agrarflächen nicht mehr leisten
- Fehlendes Wissen um Zusammenhang zwischen Nahrungsmittelproduktion-Gesundheit-Klimawandel

→ Priorisierte Handlungsbedarfe:

- Nutzung der Potenziale der regionalen Kulturlandschaft und Landwirtschaft für gelebte regionale Nachhaltigkeit
- Förderung regionaler Produkte
- Stärkung regionaler Netzwerke zu regionaler Vermarktung/Ernährung/Umwelt- und Naturschutz

II.3 Entwicklung einer Zielhierarchie mit Handlungsfeldern, thematischen Prioritäten und Projekten

21 Gemeinden (1) aus den Kreisen Odenwald und Bergstraße haben sich im Rahmen der EU-Förderstrategie LEADER zur interkommunalen Zusammenarbeit als Region entschlossen. Ziel ist die Stärkung der regionalen und ortsspezifischen Identität(en), um die Region Odenwald unter einem Dach zusammenzubringen. Interkommunal und gemeinsam mit den Menschen vor Ort wollen sie jetzt den Herausforderungen der Zukunft begegnen und die Potenziale der Region ausschöpfen. Dafür wurde das Bürgerbeteiligungsformat **#ideenfahrt** in die Zukunft entwickelt, denn alle Köpfe sind gefragt, um die Region Odenwald jetzt fit für die Zukunft zu machen. Erfahrungen aus dem vorherigen LEADER-Prozess wurden analysiert (2), zahlreiche Unterlagen zur Region gesichtet, mehrere Workshops und vertiefende Einzelgespräche durchgeführt, um das Fazit aus der SWOT-Analyse (3) zu überprüfen, sowie über 1000 Vorschläge und Ideen ausgewertet (4) und das Ergebnis (5) in eine gemeinsame Strategie gegossen. Die Zielhierarchie besteht aus einer Leitvision mit einem Querschnittsthema und mehreren Querschnittszielen sowie vier Handlungsfeldern mit sieben Handlungsthemen und mehreren Handlungszielen, woraus sich Leuchtturm- und Starterprojekte ableiten. Um dem reichen Themen- und Ideenspektrum aus der **#ideenfahrt** gerecht zu werden, wird ein breiter Ansatz gewählt, sodass sich der Ideenschatz der Region in den Zielen wiederfindet und gleichzeitig durch die Handlungsthemen thematische Schwerpunktsetzungen bzw. Priorisierungen formuliert werden. Denn Anspruch ist nicht, alle Themen abzudecken und alle Ideen unterzubringen, sondern jene, die

sich während der **#ideenfahrt** von und für die Menschen in der Region als besonders relevant gezeigt haben und zur Leitvision der Region passen. Der Ideenpool in der Anlage (6) dient dabei dazu, alle gesammelten Themen und Ideen zu dokumentieren, sodass sie entweder im weiteren LEADER-Prozess oder auch in anderweitigen Zusammenhängen aufgegriffen und weiterverfolgt werden können. Die daraus abgeleiteten Bedarfe jedoch fließen zudem in die Handlungsthemen und – ziele mit ein.

Die Lokale Entwicklungsstrategie versteht sich als Leitbild für die Region - und kann auch außerhalb der LEADER Förderkulisse zur Entwicklung der Region beitragen.

Quellen:

- 1 Grafik: „21 Gemeinden – Die LEADER-Region Odenwald“, nonconform, 2022.
- 2 Präsentation Evaluationsworkshop, Rückblick LEADER-Förderperiode 2017-2020, IGO, 2021.
- 3 Kapitel II.: Lokale Entwicklungsstrategie als strategische Planungsgrundlage regionaler Entwicklung; insbesondere SWOT-Analysen.
- 4 Kapitel I.: Durchführung eines partizipativen Prozesses zur Entwicklung der LES.
- 5 Anmerkung: Abschlusspräsentation der #ideenfahrt in die Zukunft. Odenwald jetzt: <https://www.nonconform.io/de/odenwald/abschlussabend-der-ideenfahrt/>, [27.04.2022].
- 6 Anlage 6: Bilddokumentation Prozess LES, insbesondere Ideenpool.



Greenmobil

3G-Regel:
Geimpft
Genesen
Getestet
Masken und Pflicht

ODENWALD
MITGESTALTEN
*odenwaldletzt

II.3.1 Leitvision

Die Region Odenwald unter einem Dach

Die 21 Gemeinden aus den Kreisen Odenwald und Bergstraße haben sich zusammengeschlossen, um regionenübergreifend eine aktive Zukunftsentwicklung unter Beteiligung der Bevölkerung voranzutreiben.

Leitvision

„Die Region Odenwald unter einem Dach“

Eine Region inmitten einer hügeligen Landschaft mit reichem Kultur- und Naturraum sowie hohem Erholungsfaktor. Das Verbindende ist die Landschaft. Der Odenwald zieht sich durch die Region und bildet das grüne Band, um die einzelnen Orte in der Region zu verknüpfen und den Herausforderungen unserer Zeit gemeinsam und innovativ entgegenzutreten. Um in der Vielfalt an möglichen Vorhaben den Überblick zu behalten ist Ziel dieser Förderperiode einen roten Faden bzw. das grüne Band durch den Odenwald zu legen und dafür Unterstützungsstrukturen zu schaffen, die die Menschen vor Ort stärken und Vorhaben mit Strahlwirkung in der Region befördern:

#Unterstützungsstrukturen – Es werden Strukturen aufgebaut, um die Menschen vor Ort zusammenzubringen und bei ihren Vorhaben zu unterstützen.

Ausgangspunkt ist somit eine aktive Regionalentwicklung, die die Menschen besser verknüpft:

#Kooperationen – Kooperationen werden gebildet, um Synergien auch über die Region und die nationalen Grenzen hinaus zu nutzen.

#Vernetzungen – Vernetzungen vor Ort werden vorangetrieben, um besser von- und miteinander zu lernen.

#Beteiligung – Für möglichst breite Beteiligung wird gesorgt, um auch bisher wenig berücksichtigte Gruppen zu erreichen und niederschwellige Teilhabe für ALLE zu ermöglichen.

#Bürgerschaftliches Engagement – Das Bürgerschaftliche Engagement wird gefördert und weiter qualifiziert.

#Jugend – Die Jugend wird zum Star des Odenwalds und findet Zukunftsperspektiven in der Region.

Mit dem Fokus auf der Verwebung der Region gilt es, Mehrwerte für ALLE zu schaffen:

#Nachhaltigkeit – Um eine lebenswerte und attraktive Region zu bleiben wird Nachhaltigkeit auf ökonomischer, ökologischer, wie sozialer Ebene behandelt.

#Modellcharakter – Regionale Wertschöpfung ist essenziell, um vernetzte und innovative Lösungen mit Modellcharakter zu generieren, die übertragbar sind auf die ganze Region, sodass die einzelnen Orte voneinander profitieren.

#Klimaschutz – Mit Blick auf die planetaren Grenzen wird auch der Klimaschutz vorwärtsgetrieben, um den Auswirkungen von Ressourcenknappheit und Klimawandel sowie dem Verlust der Artenvielfalt zu begegnen.

#Digitalisierung – Als Motor der Transformation in der Region wird die Digitalisierung begriffen, deren Gestaltkraft zur Zukunftsfähigkeit vor Ort beiträgt und deren auch virtuellen Chance besonders durch die Corona Pandemie sichtbar wurden.

Daneben gilt es, die Mehrwerte für die Region herauszustellen:

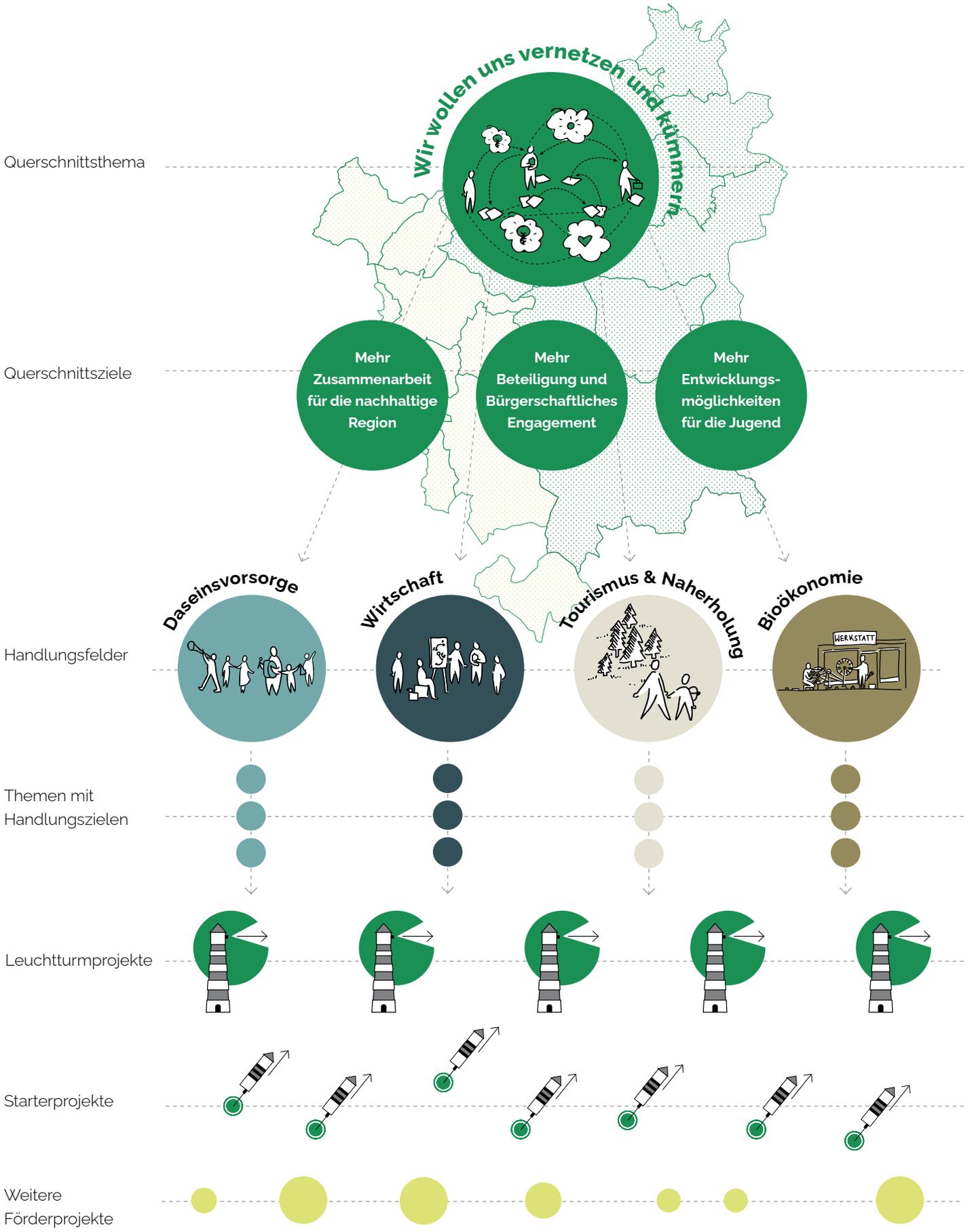
#Mehrwert für die Region – Regionale Schätze werden herausgearbeitet und deren Sichtbarkeiten gefördert, um eine gemeinsame Identität auszubilden, die neben der Widererkennbarkeit auch die Wertschätzung der Region stärkt.

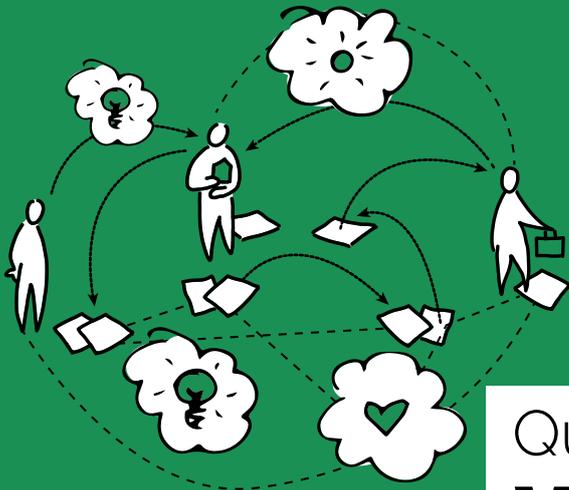
Ein Leitthema und vier Handlungsfelder mit acht Handlungsthemen spannen sich unter der Leitvision „Die Region Odenwald unter einem Dach“. (7)

Quellen

7 Organigramm Zielhierarchie „Die Region Odenwald unter einem Dach“, nonconform, 2022.

Die Region Odenwald unter einem Dach





Querschnittsthema

Wir wollen uns vernetzen und kümmern

Im Odenwald leben die Menschen aktive Zukunftsentwicklung durch Vernetzung und Zusammenarbeit.

Im Odenwald haben wir es mit ganz unterschiedlichen Orten mit unterschiedlichen Identitäten zu tun. Mit dem Leitthema „Wir wollen uns vernetzen und kümmern“ werden einerseits die unterschiedlichen Identitäten gestärkt und andererseits diese verstärkt zusammengedacht.

Besonders mit Blick auf die Vorerfahrungen aus der vorangegangenen LEADER-Förderperioden und aus den Gesprächen und Workshops während der **#ideenfahrt** legt das Leitthema den Fokus auf einen roten Faden bzw. ein grünes Band durch den Odenwald, um so einerseits mehr regionspezifische und innovative Projekte zu generieren als auch notwendige Unterstützungsstrukturen aufzubauen. Ziel ist es, als Regionalmanagement eine Plattform zu bieten, die Menschen miteinander vernetzt. Synergien können so gebündelt, vorhandenes Wissen oder bestehende Ansätze geteilt, vernetzt und innovative Lösungen gefunden und gemeinsam Wege zu Förderungen erschlossen sowie Finanzierungen gesichert werden. Dafür werden die unterschiedlichen Wissensträger:innen zusammengebracht und gemeinsame Kümmererstrukturen aufgebaut, z.B. in Form digitaler und analoger Anlaufstellen für die

Menschen vor Ort, oder auch als zentrale Struktur und dafür mobil organisiert. Um besonders auch junge Menschen einzubinden, gilt es diese Zielgruppe spezifisch anzusprechen und zur Beteiligung und Mitgestaltung anzuregen.

Wie auch in den vergangenen Förderperioden ist es Ziel der LAG Odenwald, eng mit ihren Kooperationspartner:innen bei der Projektentwicklung und -begleitung zusammenzuarbeiten. Sei es mit Akteuren innerhalb der Region wie z.B. den Wirtschaftsförderungen, mit überregionalen Akteuren, wie der Odenwald Tourismus GmbH oder dem UNESCO Global Geopark Bergstraße-Odenwald oder den direkten Nachbar-Regionen, wie z.B. Darmstadt-Dieburg sowie den anderen "Odenwälder-Regionen" im Dreiländereck Hessen/Bayern/Baden-Württemberg (Main4Eck, Neckartal-Odenwald, Badisch-Franken). Auch im Rahmen weiterer Netzwerke wie den Hessischen Regionalforen oder der Metropolregion Rhein-Neckar findet eine Vernetzung mit anderen LEADER-Regionen statt und themenspezifische Kooperationen mit weiteren Lokalen Aktionsgruppen sind geplant (siehe Tabelle "Kooperationsvorhaben" auf der nächsten Seite).

Wir wollen uns vernetzen und kümmern

Querschnittsziele	Indikator	Zielgröße	Zeit
Zusammenarbeit für nachhaltige Region Förderung der überregionalen Zusammenarbeit und Vernetzung von Akteur:innen zur Kompetenzerweiterung und Verstetigung einer Innovationskultur, die die nachhaltigen Zukunftsentwicklung der Region vorantreibt und die Umsetzung der Leitvision unterstützt.	<ul style="list-style-type: none"> • Zahl der Netzwerke • Zahl der beteiligten Akteure 	3 1.000	bis 2027
Beteiligung und Bürgerschaftliches Engagement Entwicklung von Formaten zur Verstetigung einer Beteiligungskultur sowie Förderung von Projekten und Initiativen in den Bereichen Soziales, Kultur, Gesundheit und Nahversorgung, die von Bürger:innen mitentwickelt und -umgesetzt werden und sich besonders der Teilhabe von Jugendlichen, Senior:innen, Menschen mit Migrationshintergrund, Menschen mit Beeinträchtigungen, Menschen in prekären Lebenslagen annehmen.	<ul style="list-style-type: none"> • Zahl der Projekte • Zahl der erreichten Personen • Zahl der Formate 	4 3.000 6	bis 2027
Entwicklungsmöglichkeiten Jugend Förderung von Entwicklungsangeboten und Netzwerken in den Bereichen Bildung, Freizeit, Kultur, Berufsorientierung und Berufseinstieg für Jugendliche und jungen Erwachsene.	<ul style="list-style-type: none"> • Zahl der Projekte • Zahl der erreichten Jugendlichen 	2 300	bis 2027

Kooperationen

Kooperationspartner	Kooperationsvorhaben	HF
LAG Darmstadt-Dieburg (siehe Letter of Intent S. 114)	<ul style="list-style-type: none"> • Austausch zu touristischen Themen sowie zur Vermarktung regionaler Produkte • Ausbau gemeinsames Netzwerks - Fokus auf touristische Destination Bergstraße-Odenwald sowie Geo-Naturpark Bergstraße-Odenwald und Öko-Modellregion Süd • Entwicklung von Kooperationsprojekten 	HF 3 HF 4
Limesregion Hohenlohe-Heilbronn LAG Altmühlfranken e. V. LEADER-Region Wetterau/Oberhessen Regionalentwicklung Schwäbischer Wald e.V. LEADER Jagstregion LAG GießenerLand e.V. (siehe Letter of Intent S. 115ff)	Sichtbarmachung und Inwertsetzung des Obergermanisch-Raetischen Limes <ul style="list-style-type: none"> • Austausch & Vernetzung • Entwicklung von gemeinsamen Projekten zum Limes, z.B.: Außerschulische Lernorte entlang des Limes, Neu- bzw. Weiterentwicklung und Vernetzung touristischer Angebote zum Thema Limes 	HF 1 HF 3
LAG Südpfalz LAG Rhein-Haardt LAG Pfälzerwald Plus LAG Kraichgau LAG Badisch-Franken LAG Vom Rhein zum Wein LAG Neckartal-Odenwald aktiv (Siehe Letter of Intent S. 118)	Zusammenarbeit der hessischen, baden-württembergischen und pfälzischen LAGen in der Metropolregion Rhein-Neckar (MRN) <ul style="list-style-type: none"> • Austausch & Vernetzung • Entwicklung von gemeinsamen Projekten, z.B.: Initiierung von Co-Working-Spaces im ländlichen Einzugsgebiet der Metropolregion, Digitalisierungsprojekte auf kommunaler Ebene und für KMU 	HF 2



Handlungsfeld 1

Daseinsvorsorge

Gleichwertige Lebensverhältnisse für Alle

Die Menschen bleiben gerne in der Region und finden alles im Odenwald, was sie für ein gutes Leben brauchen.

1.1 Wohnen & Siedlungsstruktur

Wir wollen umbauen statt Neubauen

Der Odenwald ist eine attraktive Region, auch für die umliegenden Metropolen, und möchte mit dem Handlungsthema „Wir wollen umbauen statt Neubauen“ eine lebendige Region mit hoher Lebensqualität bleiben und sorgsam im Umgang mit unseren Ressourcen sein.

Der Odenwald ist eine Region mit starker Identität, jedoch prägt laut SWOT-Analyse derzeit vielerorts ein Attraktivitätsverlust der Ortskerne das Dorf- oder Stadtbild: Brachliegende Gebäude und Freiflächen in den Ortsmitten, fehlende Angebote und Infrastrukturen des alltäglichen Lebens, vernachlässigte Ortsränder und Teilleerstände. Auch die fehlende Wohnraumdiversifizierung begünstigt Abwanderung und fordert Umdenken hin zu unterschiedlichen Wohnmodellen neben dem klassischen Einfamilienhaus, wie sich in Gesprächen und Workshops während

der **#ideenfahrt** gezeigt hat. Dieses Thema wurde unter dem Motto „Wir wollen ein 15-Minuten-Region sein“ diskutiert. Gerade jungen Menschen fehlt es an Angeboten des alltäglichen Lebens und der Begegnung sowie adäquaten Wohnmöglichkeiten. Weiter fordert die derzeitige Stadtfucht sowie ein Zuzug von über 60-Jährigen sowie Arbeitsmigrant:innen dazu auf, vielseitige und leistbare Angebote zu schaffen. Dabei soll auch Verantwortung für die Zukunft übernommen werden, um das Klima zu schützen, den Ressourcenverbrauch gering zu halten und Kreisläufe zu schließen. Eine Sensibilisierung und mögliche Beratungsangebote für nachhaltiges (Um-)Bauen sowie eine bessere Vernetzung und Förderung von Wissenstransfer ist hier Ziel, um auch an bereits vorhandenen Ansätzen besser anzuknüpfen, verstärkt über Baukultur zu diskutieren und vitale Ortskerne zu schaffen.

Wir wollen unsere Vielfalt erleben und alles, was wir brauchen, gut erreichen

Das Handlungsthema „Wir wollen unsere Vielfalt erleben und alles was wir brauchen, gut erreichen“ möchte das Miteinander im Odenwald für ALLE stärken und ein Netz aufbauen, um vom jeweiligen Wohnort aus in kurzer Distanz alle täglichen Bedarfe zu decken – von Arbeitsplatz und Einkauf über Kindergarten, Arztbesuch, Kultur und Bildung bis hin zu Sport, Freizeit und Erholung im Grünen sowie Orte der Begegnung.

Diversität ist auch im Odenwald Normalität, ist er doch als Zielregion für Migrant:innen Heimat von Menschen aus aller Welt. Jetzt soll es darum gehen, die Potenziale der Willkommenskultur auszubauen, kulturelle Vielfalt sichtbar zu (er-)leben sowie inklusive und niederschwellige Zugänge zu den Bedarfen des alltäglichen Lebens für ALLE zu ermöglichen. Denn die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben vor Ort ist nicht nur Schlüssel für ein gelingendes Leben, sondern auch das gute Miteinander im Odenwald.

Als besonders mangelhaft werden in der SWOT-Analyse die eingeschränkten Erreichbarkeiten in der Region bewertet. Gerade für Junge, aber auch ältere Menschen ist die Abhängigkeit vom Motorisierten Individualverkehr und die lückenhafte Netzabdeckung des ÖPNVs eine Herausforderung und sorgt für Frust aufgrund der Immobilität dieser Bevölkerungsgruppen. Längere Wegstrecken sind dabei für die meisten einzukalkulieren, um sich mit den Bedarfen des

täglichen Lebens zu versorgen, wie zum Beispiel Einkaufen oder der Besuch beim Arzt, von Bildungs-, Kultur- und Freizeiteinrichtungen oder des Arbeitsplatzes.

Gibt es bereits ein vielseitiges Freizeit- und Kulturleben in der Region, für das sich ehrenamtliche Aktive, aber auch Institutionen oder Vereine engagieren, steht hier besonders für junge Menschen ein als monoton empfundenenes Angebot ihrer diverser werdenden Nachfrage nach neuen Aktivitäten und Begegnungsmöglichkeiten gegenüber.

Enge Netzstrukturen verzeichnen auch die Bereiche Einkaufen, Gesundheit und Bildung, doch perspektivisch zeigt sich auch hier eine steigende Unterversorgung, die die Region zum Handeln auffordert und innovative Konzepte für engmaschigere (Versorgungs-) Netze einfordert. Vom Wiederansiedeln der Nahversorgung oder mobilen Lösungen für Einkauf oder medizinische Bedarfe (bspw. haben Apotheken und Arztpraxen aufgrund des Generationenwechsels Nachbesetzungsbedarf und die steigende Überalterung sorgt für zunehmende Bedarfe in der Pflege) bis hin zur Unterstützung funktionierender Nachbarschaftsnetze, Weiterentwicklung junger und generationsübergreifender Kultur- und Freizeitangebote sowie besserer Anbindungsmöglichkeiten, um auch ohne Auto mobil zu sein.

1.3 Mobilität

Wir wollen nachhaltig mobil sein

Die 21 Gemeinden im Odenwald werden bisher stark vom Autoverkehr dominiert. Mit dem Handlungsthema „Wir wollen nachhaltig mobil sein“ möchte der Odenwald umweltfreundlich und ohne Auto unterwegs sein können.

Positiv ist, die relative Nähe zu überregionalen und internationalen Verkehrswegen, die gute Anbindung an die umliegenden Metropolen und die einfache Erreichbarkeit per Auto. Allerdings ist der öffentliche Nahverkehr lückenhaft und oftmals gering getaktet, auch weil sich unterschiedliche Verkehrsanbieter in der Region überschneiden und wenig abgestimmt agieren. Vor allem die Querverbindungen zwischen den Landkreisen stellen die Bevölkerungen immer wieder vor große Herausforderungen. Ohne Auto ist man damit eingeschränkt und oft immobil, was insbesondere Jugendliche und Senior:innen betrifft. Jetzt muss es darum gehen, intelligent vernetzte Verkehrskonzepte für nachhaltige Mobilität zu entwickeln, die die einzelnen Orte miteinander und mit dem Umland besser verbinden.

Ziel muss sein, hier die interkommunale Zusammenarbeit zu stärken und Mobilität auch als Möglichkeit der Verknüpfung unterschiedlicher Verkehrsträger:innen einerseits, bspw. in Form von Mobilitätsdrehscheiben, zu betrachten und andererseits die Lust an Modellversuchen zu wecken, um auch „emissionsfreien“ Fahrzeugen eine Chance zu geben. Auch innerorts wollen sich Menschen gerne zu Fuß über attraktive Wege oder vom Wohnort auch mal mit dem (E-)Bike in Nachbarorte bewegen können. Dies wurde durch die **#ideenfahrt** nochmals bestärkt und in Gesprächen und Workshops der Wunsch nach einer besseren Taktung und übersichtlicheren Vernetzung des Nahverkehrs, dem Ausbau der Fußwege und dem Radwegenetz sowie das Interesse an der Erprobung neuer Mobilitätsmodelle deutlich. Bestehende Angebote wie "Garantiert Mobil" sollten unterstützt und weiter bekannt gemacht werden.

1.4 Lebenslanges Lernen

Wir wollen miteinander lernen ein Leben lang

Der Odenwald zeichnet sich durch ein vielfältiges Lernangebot für persönliche Entwicklung und gesellschaftliche Teilhabe aus. Mit dem Handlungsthema „Wir wollen miteinander lernen ein Leben lang“ möchte die Region das lebensbegleitende Lernen weiterentwickeln, um die Chancen und die Lebensqualität für ALLE zu verbessern.

Mit dem Wandel unserer Gesellschaft verändern sich auch die Anforderungen, die Beruf und Alltag an den Einzelnen stellt. Lebenslanges Lernen möchte die persönliche Bereitschaft fördern, den sich veränderten Bedingungen in allen Lebensbereichen zu stellen, neugierig zu bleiben und aktiv das persönliche und gesellschaftliche Umfeld mitzugestalten. Gerade in der Weiterentwicklung außerschulischer Lernorte, wie Museen, Naturparkzentren oder Bauernhöfe, und in der Zusammenarbeit mit Bildungsinstitutionen, wie Schulen, Volkshochschulen oder Universitäten, können neue Potenziale des nachhaltigen und praktischen Lernens erschlossen und gerade auch Schüler:innen neue Gestaltungsräume

und Wege aufgezeigt werden. Denn besonders den jungen Menschen fehlt es zum Teil an Zukunftsperspektiven in der Region, wie auch die SWOT-Analyse deutlich macht. Ihnen mangelt es an vielseitigen und zukunftsorientierten Ausbildungs- und Arbeitsmöglichkeiten vor Ort. Als Folge lässt sich eine starke (Aus-) Bildungsabwanderung dieser Gruppe in die umliegenden Metropolen feststellen. Nachwuchs fehlt damit in allen Bereichen des Lebens von Arbeit über Kultur bis Zivilgesellschaft. Gleichzeitig ist der Wunsch junger Menschen nach Mitgestaltung groß und das Interesse da, in der Region zu verbleiben und nach Ausbildung oder Studium wieder zurückzukehren, wie besonders die Workshops mit den Schüler:innen während der **#ideenfahrt** zeigten. Ein vielfältiges Angebot an interkulturellen, weiterbildenden oder unterstützenden Programmangeboten ist bereits in der Region vorhanden, oft jedoch wenig sichtbar, vernetzt oder professionalisiert. Wichtig ist daher, neue Kooperationen zu bilden, um Angebote und Lernorte weiter zu qualifizieren sowie neue Räume für Begegnung und Teilhabe zuzulassen.

Wir wollen umbauen statt Neubauen

Informations- und Beratungsleistungen zur Entwicklung von bedarfsorientierten regionalen Wohn- und Nutzungskonzepten unter Berücksichtigung der Siedlungsentwicklung.

Handlungsziele	Indikator	Zielgröße	Zeit
1.1.1. Aktivierung Leerstände Förderung und Entwicklung von Konzepten zur Inwertsetzung, Aktivierung, Umnutzung bzw. Nutzungsintensivierung innerörtlicher Leerstände und öffentlicher Räume, die zur Innenentwicklung und Attraktivierung der Ortsmitten beitragen.	<ul style="list-style-type: none"> • Aktivierte Leerstände 	23	2023
1.1.2. Wohnraumangebote im ländlichen Raum Förderung von Konzepten zur Entwicklung und Umsetzung eines diversen, qualitätsvollen und leistbaren Wohnraumangebots im Bestand (z.B. Aktivierung von Wohnflächen in teilgenutzten Einfamilienhäusern und Leerständen) für unterschiedliche Wohnbedürfnisse (insbesondere für junge Menschen, Jungfamilien), sowie raumübergreifende und quartiersbezogene Gesamtkonzepte.	<ul style="list-style-type: none"> • Zahl der Projekte 	1	2024
1.1.3. Vernetzung der Akteur:innen Entwicklung von Formaten zur Beratung und Vernetzung von Eigentümer:innen, Projektinitiator:innen, Stakeholder:innen in den Bereichen ressourcenschonendes (Um-)bauen und Sanieren sowie klimafreundliche und innovativer Projektentwicklung.	<ul style="list-style-type: none"> • Zahl der Formate 	2	2024
1.1.4. Eigentümer:innen Beratungen Unterstützung von Eigentümer:innen von leerstehenden, untergenutzten Immobilien, Flächen und Grundstücken durch Beratungen in Bezug auf energieeffiziente Sanierung, Umbau und neue Nutzungskonzepte.	<ul style="list-style-type: none"> • Zahl der Beratungen 	50	2027
1.1.5. Attraktivierung Ortsmitten Förderung von Konzepten und Initiativen zur Belebung von öffentlichen Räumen und Plätzen (z.B. Nutzungsangebote, Erhöhung der Aufenthaltsqualität, Infrastruktur, Barrierefreiheit)	<ul style="list-style-type: none"> • Zahl der Projekte 	5	2027
1.1.6. Förderung Baukultur Entwicklung von Strategien zur Sensibilisierung, Vermittlung und Wissensweitergabe zu Bau- und Siedlungskultur, ressourcenschonendem Bauen, Biodiversität und Nutzung von erneuerbaren Energien.	<ul style="list-style-type: none"> • Zahl der Projekte 	4	2027

Wir wollen unsere Vielfalt erleben und alles was wir brauchen gut erreichen

Entwicklung und Umsetzung von nicht- investiven und investiven Vorhaben der Daseinsvorsorge in den Bereichen Gesundheit, Versorgung, Freizeit & Kultur

Handlungsziele	Indikator	Zielgröße	Zeit
1.2.1. Ausbau Nahversorgung Ausbau der Nahversorgung in allen Ortschaften durch innovative und niederschwellige Vertriebsstrukturen und neue Konzepte. (z.B. Dorfläden, Onlineshop, Marktstände)	• Zahl der Projekte	4	bis 2027
1.2.2. Ausbau Gesundheitsdienstleistungen Förderung des Ausbaus und der Erreichbarkeit von medizinischen, therapeutischen und gesundheitspräventiven Angeboten (z.B. neuer Arztsitz, ambulante und mobile Angebote, Gesundheitsversorgungszentrum).	• Zahl der Projekte	3	bis 2027
1.2.3. Erweiterung Begegnungsorte und Willkommenskultur Förderung von investiven und nicht investiven Vorhaben, zur Schaffung von interkulturellen und generationenübergreifenden Begegnungsorten und Treffpunkten in allen Orten (insbesondere für Jugendliche).	• Zahl der Projekte	4	2027
1.2.4. Ausbau Nachbarschaftsnetze Förderung von Vorhaben, die den Aufbau von nachbarschaftlichen Netzwerken unterstützen. (z.B. Nachbarschafts-App, Austauschformate)	• Zahl der Projekte	3	bis 2027
1.2.5. Junge Veranstaltungen Förderung von investiven und nicht investiven Vorhaben zum Ausbau des kulturellen Angebots; insbesondere Veranstaltungskonzepte und Angebote, die sich speziell an Jugendliche und junge Erwachsene richten und diese miteinbinden.	• Zahl der Angebote	8	2027
1.2.6. Kulturelle Vielfalt sichtbar machen Inwertsetzung der kulturellen Vielfalt durch Erhebung, Sichtbarmachen, Qualifizierung und Verknüpfung des regionalen Kulturangebotes. (z.B. Kulturnetzwerk, Veranstaltungskalender, Odenwald-App, Formate der Vernetzung von Akteur:innen und Initiativen)	• Zahl der Projekte	4	2027
1.2.7. Kulturstätten im ländlichen Raum Förderung von investiven Vorhaben, die die Gründung und Weiterentwicklung neuer und/oder besonderer Kulturstätten unterstützen.	• Zahl der Projekte	2	bis 2026
1.2.8. Generationenübergreifende Spiel- und Sportangebote Ausbau von innovativen multifunktionalen Spiel- und Sportstätten für alle Generationen.	• Zahl der Projekte	5	bis 2027

Wir wollen nachhaltig mobil sein

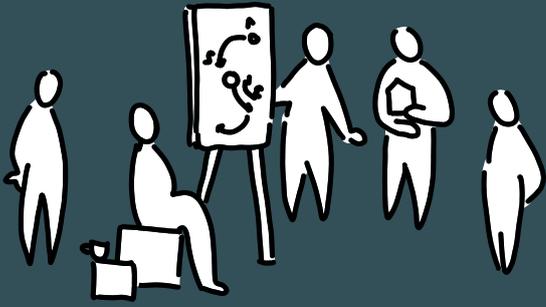
Informations- und Beratungsleistungen zur Entwicklung zeitgemäßer Mobilitätskonzepte sowie Förderung von Konzepten des regionalen ÖPNV und Investitionen in ergänzende Infrastruktur.

Handlungsziele	Indikator	Zielgröße	Zeit
<p>1.3.1. Neue Mobilitätslösungen Schaffung von klimaentlastenden und nutzer:innenfreundlichen Alternativen zum motorisierten Individualverkehr. (z.B. Sharing-Konzepte, Mitfahr-Apps, multimodale Mobilitätskonzepte, Odenwald-Mobil-Card etc.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Zahl der Projekte 	8	2026
<p>1.3.2. Mobilitätsformen testen Förderung von Pilot- und Testprojekten in den Bereichen alternative Mobilitätsformen. (z.B. Radtage Odenwald, Test autonomer Odenwald-Bus)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Zahl der Projekte 	3	2027
<p>1.3.3. Ausbau Radweg-begeleitende Infrastruktur Ausbau des Radwegenetzes und begleitender Infrastruktur wie z.B. Werkstätten, Rastplätze, Gastronomie, Ladesäulen, Fahrradleihstationen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Zahl der Projekte 	3	2027

Wir wollen miteinander lernen ein Leben lang

Entwicklung und Umsetzung außerschulischer Bildungsmaßnahmen „Lebenslanges Lernen“

Handlungsziele	Indikator	Zielgröße	Zeit
1.4.1. Außerschulische Bildungsorte Förderung von investiven und nicht investiven Vorhaben zum Ausbau des außerschulischen Bildungsangebots.	<ul style="list-style-type: none"> Zahl der Projekte 	5	2026
1.4.2. Weiterbildungsangebote Förderung der Konzeption und Umsetzung von Bildungs- und Weiterbildungsangeboten mit Bezug zur Region.	<ul style="list-style-type: none"> Zahl der Angebote 	3	2027
1.4.3. Jugendprojekte Förderung von investiven und nicht investiven Vorhaben zur Befähigung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen Projekte in Eigenverantwortung zu konzipieren und umzusetzen. (z.B. Formate, Treffpunkte)	<ul style="list-style-type: none"> Zahl der Projekte 	15	2027
1.4.4. Vermittlung Regionalität Entwicklung von Konzepten zur Wissensvermittlung und -weitergabe sowie Förderung von investiven und nicht-investiven Vorhaben in den Bereichen Regionalität, Kulturlandschaft, Natur. (z.B. Schulfach Regionalität.)	<ul style="list-style-type: none"> Zahl der Projekte 	3	2027



Handlungsfeld 2

Wirtschaft

Wirtschaftliche Entwicklung und regionale Versorgungsstrukturen durch Kleinst- und Kleinunternehmer:innen.

Der Odenwald ist vitaler Wirtschaftsstandort und fördert Kleinst- bis Kleinunternehmen.

2 Wirtschaft

Wir wollen zukunftsrelevante Berufe fördern

Der Odenwald ist eine Region mit hoher Lebensqualität und möchte mit dem Handlungsthema „Wir wollen zukunftsrelevante Berufe aktiv fördern“ den strukturellen Wandel der Arbeitswelt als Chance begreifen und lokale Zukunftsperspektiven aufbauen.

Im Odenwald zeichnet sich ein steigender Fachkräftemangel ab, aufgrund des anstehenden Generationswechsel und der perspektivischen Expansion des Gesundheitswesens, welche auf die zunehmende Überalterung und den Zuzug von über 65-Jährigen in die Region zurückführbar ist. Viele junge Menschen zieht es dabei weg, da sie die Region als wenig attraktiv empfinden oder in die umliegenden Metropolen auspendeln, da sie dort besser bezahlt werden und ein vielseitigeres Jobangebot vorfinden, so

die SWOT-Analyse. Weiter anknüpfend an die Gespräche und Workshops der **#ideenfahrt** muss zum einen die Wahrnehmung der Region gestärkt und zum anderen die Wertschöpfung vor Ort angestoßen werden, um mehr Menschen und Unternehmer:innen in die Region zu ziehen und mögliche Expansionsbestrebungen vor Ort zu befördern oder auch Neugründungen und Einzelunternehmer:innen zu bestärken. Neben der Erschließung neuer und alternativer Berufsfelder und -modelle, wird es auch darum gehen, sich technisch umzurüsten und durch den Ausbau der digitalen Infrastruktur neue Chancen zu ergreifen. Gleichzeitig sollen junge Menschen dazu angeregt werden, die vorhandenen Berufe und das Handwerk neu zu entdecken und sich untereinander zu vernetzen.

Wir wollen zukunftsrelevante Berufe fördern

Entwicklung und Umsetzung von nicht investiven und investiven Vorhaben zur Förderung regionaler Wirtschaftskraft durch Netzwerke, Wertschöpfungsketten und Fachkräftestrategien.

Handlungsziele	Indikator	Zielgröße	Zeit
2.1. Stärkung regionaler Kleinunternehmen Förderung von Neugründungen und Weiterentwicklungen von Kleinunternehmen in der Region zur Stärkung der regionalen Wirtschaftskraft	• Zahl der Projekte	15	bis 2027
	• Zahl der geschaffenen Ausbildungs-/Arbeitsplätze	5	
2.2. Stärkung der Gastronomie und Beherbergungsbetriebe Stärkung und Ausbau des regionalen Gastgewerbes durch Förderung von Neugründungen sowie Weiterentwicklung bestehender Betriebe (Kleinst- und Kleinunternehmen)	• Zahl der Projekte	15	bis 2027
	• Zahl der geschaffenen Ausbildungs-/Arbeitsplätze	10	
2.3. Ausbau Ausbildungsmöglichkeiten Ausbau der Ausbildungsangebote in den Bereichen Handwerk, Forschung und Entwicklung, Energie, nachhaltige Landwirtschaft, Gesundheit und Pflege durch Kooperationen zwischen regionalen Unternehmen und Bildungseinrichtungen.	• Zahl der Angebote	2	2027
2.4. Neue Arbeitswelten Schaffung von innovativer und flexibler Infrastruktur der (Zusammen-) Arbeit (z.B. Co-Working Büros und -Werkstätten, shared offices) in Kombination mit weiteren Angeboten der Daseinsvorsorge. (z.B. Kleinkind-Betreuung, Dienstleistungen, Services des täglichen Bedarfs).	• Zahl der Projekte	2	2026
2.5. Wirtschaftsnetzwerk Förderung von investiven und nicht-investiven Vorhaben zur Gründung und Weiterentwicklung von Netzwerken und Kooperationen (regional und transnational), zur Stärkung der Wirtschaftsregion und Förderung regionaler Wertschöpfungsketten.	• Zahl der Netzwerke	2	bis 2027
	• Zahl der Akteur:innen	50	
2.6. Fachkräftestrategie Förderung von Vorhaben zur Konzeption und Umsetzung von Fachkräftestrategien, die zur Unterstützung der LES-Ziele beitragen.	• Zahl der Konzepte	2	bis 2027



Handlungsfeld 3

Tourismus & Naherholung

Erholungsräume für Naherholung und ländlichen Tourismus nutzen.

Der Odenwald ist pulsierende Region für Genuss, Erlebnis und Erholung.

3 Tourismus & Naherholung

Wir wollen zum Staunen und Verweilen einladen

Der Odenwald zeichnet sich durch eine reizvolle Landschaft und kulturelle Vielfalt aus, das macht die Region auch für die umliegenden Ballungsgebiete so interessant. Daher zieht das Handlungsthema „Wir wollen zum Staunen und Verweilen einladen“ darauf ab, den Odenwald als attraktive Natur- und Kulturregion sichtbar und erlebbar zu machen.

Als attraktive Region mit hohem Erholungsfaktor möchte der Odenwald sein Potenzial weiter ausschöpfen und den Tourismus als Wachstumsmotor für die Region begreifen. Einerseits kann der Tourismus neue ökonomische Perspektiven eröffnen und andererseits mit der Aufwertung der Infrastruktur dazu beitragen, auch gut qualifizierte Arbeitskräfte und junge Menschen vor Ort zu halten. Weiter zeigt die SWOT-Analyse, dass sich das gastronomische Angebot weiterentwickeln, Freizeitangebote sich

generationsübergreifend ausbauen und weiterhin miteinander vernetzen lassen. Weiterhin lassen sich neue Identifikationspunkte schaffen, die dazu beitragen, die Sichtbarkeit der Region nach innen wie nach außen zu stärken. In der Vermarktung können die Erschließung neuer Zielgruppen und besondere Angebote weitere Impulse für die Region liefern und das Erleben steigern. Daneben waren besonders die Gewässer als zu erschließender Naherholungsraum Thema in den Gesprächen rund um die **#ideenfahrt**. Als Mittel der Profilschärfung könnte dabei auch das Motiv des „Grünen Bands“ durch den Odenwald aufgegriffen werden, um Region, Menschen und Orte besser zu verweben und auch digital zu vernetzen.

Wir wollen zum Staunen und Verweilen einladen

Entwicklung und Umsetzung von investiven Vorhaben der tourismusnahen Infrastruktur und nicht-investiver Vorhaben im Dienstleistungsbereich und zur Verbesserung der Servicequalität

Handlungsziele	Indikator	Zielgröße	Zeit
3.1. Tourismusangebote Stärkung der touristischen Entwicklung der Region durch den Ausbau, die Verknüpfung und Vermarktung nachhaltiger und regionsspezifischer Angebote für diverse Zielgruppen (z.B. Wander-, Kultur-, Gesundheits-, Jugend-, Natur-, Familientourismus)	<ul style="list-style-type: none"> Zahl der Projekte 	8	2027
3.2. Touristische Infrastruktur Unterstützung der touristischen Entwicklung durch den Ausbau von relevanter Infrastruktur.	<ul style="list-style-type: none"> Zahl der Projekte 	4	2027
3.3. Naherholung Wasser Einbindung der Gewässer als Naherholungsräume durch die Verbesserung der Zugänglichkeit und Schaffung von niederschwelligen und nachhaltigen Angeboten.	<ul style="list-style-type: none"> Zahl der Projekte 	2	2026
3.4. Qualitätsregion Förderung von Vorhaben der (Service-)Qualitätsentwicklung durch Wissensvermittlung, Weiterbildungs-, und Qualifizierungsangebote für bestehende und neue touristische Leistungsträger:innen.	<ul style="list-style-type: none"> Zahl der Projekte 	3	2026
3.5. Neue Identifikationspunkte Attraktivierung bestehender Angebote durch Entwicklung neuer Highlights in der Region. (z.B. Aussichtsturm, Riesenschaukel, Weltkulturerbe-Center,...)	<ul style="list-style-type: none"> Zahl der Projekte 	3	2027



Handlungsfeld 4

Bioökonomie

Anpassungsstrategien zu einem nachhaltigen Konsumverhalten.

Die Region sensibilisiert für ein nachhaltiges Konsumverhalten und ökologische Verantwortung.

4 Bioökonomie

Wir wollen unsere Regionalität nachhaltig genießen

Der Odenwald möchte lokale und regionale Wertschöpfung vorantreiben und ökologisches Wissen vermitteln. Mit diesem Handlungsfeld werden Schätze herausgearbeitet und Leidenschaft für Regionalität und einen nachhaltigen Umgang mit unseren natürlichen Ressourcen geweckt.

Im Odenwald lässt sich Landschaft erleben. Besonders prägend für die Region ist die Land- und Forstwirtschaft und im Kreis Bergstraße auch der Weinbau. Die traditionelle Kulturlandschaft der Streuobstwiesen verschwindet immer mehr. Die SWOT-Analyse zeigt, die demografischen Problemlagen und der damit einhergehende Strukturwandel, aber auch die Klimaveränderungen werden zunehmend zur Herausforderung, besonders für die kleineren Betriebe der Agrarwirtschaft. Die Transformation hin zu einer nachhaltigen und die natürlichen

Ressourcen der Region als Stärke nutzenden Umgangsweise eröffnet dabei neue Perspektiven für ein nachhaltiges Produzieren, Wirtschaften und Konsumieren. Die gezielte Förderung und Entwicklung innovativer Ansätze stärkt die Wertschöpfung vor Ort, sowie die Vermarktung und Sichtbarkeit von Produkten aus der Region. In den Gesprächen und Workshops rund um die **#ideenfahrt** wurde deutlich, dass eine niederschwellige Vermittlung wichtig ist für die ökologische Transformation und die Sicherung unserer Lebensgrundlage. Das betrifft nicht nur die (Agrar-)Wirtschaft, sondern geht uns ALLE an.

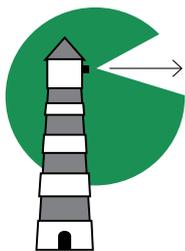
Wir wollen unsere Regionalität nachhaltig genießen

Entwicklung und Umsetzung nicht-investiver und investiver Vorhaben der Bioökonomie und Sensibilisierung für ein nachhaltiges (Konsum-)verhalten.

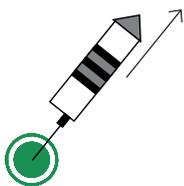
Handlungsziele	Indikator	Zielgröße	Zeit
4.1. Vermarktung regionaler Produkte Sichtbarmachen und Inwertsetzung regionaler Produkte durch die Erstellung von Marketingkonzepten und deren Umsetzung unter nachhaltigen Gesichtspunkten.	<ul style="list-style-type: none"> Zahl der Projekte 	2	2025
4.2. Vertriebsstrukturen Förderung des Konsums regionaler Erzeugnisse durch die Netzwerkbildung von Verbrauchenden und Produzierenden und dem Ausbau von niederschweligen Vertriebsstrukturen durch investive sowie nicht-investive Projekte (z.B. Dorfläden, Marktstände)	<ul style="list-style-type: none"> Zahl der neuen Vertriebsstrukturen 	4	2027
4.3. Ausbau Wertschöpfungsketten Förderung der kooperativen Zusammenarbeit in der Region durch durch investive sowie nicht-investive Projekte, Netzwerkstrukturen und den Aufbau von regionalen Wertschöpfungsketten.	<ul style="list-style-type: none"> Zahl der Projekte 	2	2027
4.4. Nachhaltiges Verhalten Entwicklung von Konzepten und Kampagnen zur Förderung der Bewusstseinsbildung für nachhaltiges Verhalten in allen Bereichen des Alltags (u.a. Konsum)	<ul style="list-style-type: none"> Zahl der Projekte 	2	2027
4.5. Kulturlandschaft Erhalt und Inwertsetzung der regionalen Kulturlandschaft durch Nutzungskonzepte und Kommunikationskampagnen sowie investive Projekte in den Bereichen Streuobstwiesen, Imkereiwiesen, Gewässer und Objekte des kulturellen Erbes.	<ul style="list-style-type: none"> Zahl der Projekte 	3	2027

Projekte

Leuchtturm- und
Starterprojekte



5 Leuchtturmprojekte mit einer handlungsfeldübergreifenden strategischen Bedeutung und Strahlwirkung für die Region



Starterprojekte sind erste Schritte in der Umsetzung der einzelnen Handlungsfeldziele



Raumhochzeiten

Ausgangslage

Die SWOT-Analyse verdeutlicht vielerorts einen Attraktivitätsverlust der Ortskerne durch fehlende Angebote und eine zunehmende Zahl an leerstehenden oder untergenutzten Flächen und Gebäuden. Gleichzeitig zeigt nicht zuletzt die **#ideenfahrt** eine Fülle an Ideen, Bedarfen und Initiativen, die Leerstände zu nutzen und wieder neues Leben in die Ortskerne zu bringen. Es gilt, zunächst den Leerstand und (Unter-) Nutzungsgrad zu erheben, sichtbar zu machen und mit passenden Nutzungen zu verknüpfen. Diese Vernetzung von Ideen, Räumen, Flächen und Personen soll vom „Odenwald-Raumscout“ unterstützt werden, der als Vermittler Räume und Nutzungsideen miteinander „verheiratet“, sodass der Raum wieder Hoch-Zeit feiern kann.

Ziele

- Leerstände sowie untergenutzte Räume erschließen und nutzbar machen
- Raum und Nutzungen miteinander „verheiraten“
- Ortsmitten attraktiveren

Ansprechpartner:in

- IGO

Nächste Schritte		Termin
1	<p>Entwicklung Profil Odenwald-Raumscout</p> <p>Das Profil der Raumscout-Person sollte auf einen langen Zeitraum ausgelegt sein, um sich als Ansprechperson zu etablieren, Vertrauen zu schaffen und eng mit der Bevölkerung, Politik, Verwaltung, Vereinen, Privatinitiativen und Eigentümer:innen zusammenzuarbeiten. Das Tätigkeitsfeld umfasst u.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leerstandserhebung und -management • Vermittlung zwischen raumhabenden und raumsuchenden Personen, Initiativen und Projekten • temporäre Nutzungsmöglichkeiten von leerstehenden Objekten 	2023
2	<p>Finanzierungsplan erstellen, Stelle ausschreiben und Raumscout installieren</p>	2023
3	<p>Einrichtung eines Raumscout-Büros</p> <p>Die Arbeit des Raumscouts benötigt Präsenz im öffentlichen Raum und sollte sowohl digitale als auch analoge Anlaufmöglichkeiten bieten. Die Einrichtung eines Raumscout-Büros sollte in einem Leerstand erfolgen, um sofort Möglichkeiten der Aktivierung aufzuzeigen und weitere Entwicklungen in Gang zu bringen.</p>	2023
4	<p>Durchführung Leerstands- und Unternutzungserhebung</p>	2023/2024
5	<p>Konzeption und Umsetzung einer Raumteiler-Börse</p> <p>Über die Raumteiler-Börse, sowohl als digitale App als auch über analoge Formate, werden vorhandene Raumpotentiale sichtbar gemacht. Nutzer:innen können sich zusammenschließen und größere Flächen und Räume teilen. Synergien werden genutzt.</p>	2024
6	<p>Entwicklung von bedarfsorientierten Miet-, Pacht-, oder Kaufmodellen</p>	2025
7	<p>Umsetzung einer ersten Leerstandsentwicklung und Raumhochzeit feiern</p>	2025

Umbau-Offensive



Ausgangslage

Leerstehende oder wenig genutzte Gebäude stellen eine wichtige Ressource für die Zukunftsentwicklung der Ortschaften und der Region dar. Fehlende Sensibilisierung für die regionale Baukultur und klimagerechtes (um-)bauen, sowie unbekannte Prozesse, Zeitspannen und Risiken, lassen viele Eigentümer:innen vor einer Intervention zurückschrecken. Durch eine Umbauberatung sollen niederschwellig Möglichkeiten aufgezeigt und Unterstützungen angeboten werden, um eine zukunftsweisende Baukultur voranzutreiben, das Wohnraumangebot zu diversifizieren und Ortskerne zu attraktivieren.

Ziele

- Sensibilisierung für die regionale Baukultur, und klimagerechtes (Um-)Bauen
- Aufbau eines fachlichen Netzwerkes

Ansprechpartner:in

- IGO

Nächste Schritte		Termin
1	Umsetzung von Pilotberatungs-Tagen Umsetzung von ersten Beratungstagen und Evaluierung. Bedürfnisse verschiedenster Stakeholder:innen können noch genauer identifiziert werden, um das Format anzupassen und lösungsorientierte Beratungen anzubieten.	2023
2	Aufbau fachliches Netzwerk und Entwicklung einer Organisationsstruktur Das Netzwerk umspannt die Trägerorganisation (z.B. IGO) sowie Partner:innen aus der Verwaltung, Planung und Bildung (z.B. Gemeinden, Bauamt, Landkreise, BDA/ Archsitekenkammern, Hochschulen, Investor:innen, Handwerker:innen, ...)	2023/2024
3	Entwicklung und Umsetzung von Formaten zur Vermittlung von Best-Practice Zielgruppengerechte und niederschwellige Formate, um Eigentümer:innen, Handwerker:innen, Behörden, Planer:innen zu sensibilisieren und Möglichkeiten aufzuzeigen in einem zukunftsweisendem Umgang mit dem Bestand. (z.B. Wanderausstellungen, Voträge, Temporäre Installationen, ...)	2024/2025
4	Konzeption und Durchführung von Eigentümer:innen Workshops zur Potentialentwicklung Eigentümer:innen werden identifiziert und aktiviert. In Workshops werden gemeinsam Herausforderungen beleuchtet und Möglichkeiten entwickelt den Wertbestand der Objekte zu erhalten und gleichzeitig zu einer zukunftsweisenden Ortsentwicklung beizutragen.	2025

Landschaft Plus



Ausgangslage

Die Landschaft ist der Qualitätsfaktor in der Entwicklung hin zu einer pulsierenden Region für nachhaltigen Tourismus, Erholung und Erlebnis. Gleichzeitig zeigt die SWOT-Analyse Lücken, in den Bereichen (Wege-)Netze, gastronomisches Angebot und Infrastrukturen. Oft zeigt sich auch mangelnde Sichtbarkeit bestehender Angebote und Attraktionen. Bei „Landschaft Plus“ geht es darum, diese Lücken zu identifizieren und zu schließen, indem Netze ausgebaut, Erholungsräume erschlossen, neue Highlights entwickelt und vorhandene Angebote miteinander verknüpft werden. So entstehen erlebbare Mehrwerte, die zur Stärkung der Region beitragen: Landschaft plus Kultur, Landschaft plus Erlebnis, Landschaft plus Gesundheit, Landschaft plus Genuss, plus Geplant sind mehrere Einzelprojekte, die aufeinander abgestimmt sind, damit dem Gedanken eines verbindenden grünen Bandes Rechnung getragen wird.

Ziele:

- Bestehende Wander- und Radwege sichtbar und erlebbar machen und miteinander verknüpfen
- Erschließung neuer und Weiterentwicklung bestehender Potentialräume

Ansprechpartner:in

- Kornelia Horn
Odenwald Tourismus GmbH

Nächste Schritte		Termin
1	Bestehende Wanderwege sichtbar und erlebbar machen	2024
2	Erhebung von „Missing Links“ und Lücken schließen Identifizierung von fehlenden Services, Infrastrukturen und Angeboten an bestehenden Wegen und Ausbau (z.B. Ausbau von Gastronomieangeboten entlang bestehender (Wander-)Wege, mobile Werkstätten entlang von Bike-Trails, ...). Verknüpfung und Abstimmung von Angeboten für erfahrbare Mehrwerte.	2024
3	Lernreisen Bei der Stärkung der Region als Tourismusdestination kann auch auf Erfahrungen anderer Regionen aufgebaut werden. Lernreisen zu Best-Practice Beispielen inspirieren nicht nur für die eigenen Aufgaben sondern fördern auch den Netzwerkaufbau.	2025
4	Infrastruktur verbessern und ausbauen	2025/2026
5	Highlights setzen Neue Highlights für die Region entwickeln, um bestehende Angebote zu attraktivieren und neue zu erschließen. Dadurch entstehen weitere Identifikationspunkte in der Region.	2025/2026
6	Überregionale und transnationale Anknüpfungen Angebote an überregional bis transnationale Netze anknüpfen und aufeinander abstimmen. Kooperationen ausbauen.	2025/2026

Zukunftsmobilität



Ausgangslage

Die SWOT-Analyse zeigt beim Thema Mobilität eine starke Abhängigkeit vom Auto und gleichzeitig das Bedürfnis nach klimaschonenden Alternativen. Bei „Zukunftsmobilität“ geht es darum, mit einem Bündel an Maßnahmen für das Thema zu sensibilisieren, zu inspirieren und prozesshaft gemeinsam passende Lösungen für die Region zu entwickeln. Ausprobieren ist die Devise, um Erfahrungen zu sammeln, Vertrauen aufzubauen, intelligente und vernetzte Konzepte zu erforschen und das Mobilitätsverhalten nachhaltig zukunftsfit zu machen. Dabei sollen breite Expertisen eingebunden und die interkommunale Zusammenarbeit gestärkt werden. Der Odenwald wird zur Modellregion für Zukunftsmobilität.

Ziele:

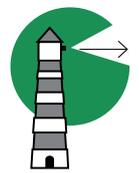
- Sensibilisierung für klimaschonende Mobilitätsformen
- Erfahrungen sammeln, Wissen und Vertrauen aufbauen durch Pilotprojekte und Teststrecken

Ansprechpartner:in

- IGO

Nächste Schritte		Termin
1	E-Mobilitätsmesse Odenwald Die Mobilitätsmesse vermittelt den aktuellen Stand der weltweiten technischen Entwicklung, informiert, macht neugierig und zeigt innovative Möglichkeiten in der Region mobil zu sein.	2023/2024
2	Mobilitäts-Hackathon Im Hackathon entwickeln interdisziplinäre Teams innovative Lösungen für konkrete Mobilitätsfragen in der Region in Zusammenarbeit u.a. mit Unternehmen, Forschungseinrichtungen und Nutzer:innen.	2023/2024
3	Teststrecke für autonomes Fahren An einer ausgewählten Teststrecke soll autonomes Fahren ausprobiert werden, um Erfahrungen für weitere Projekte und Ausbaustufen zu erlangen.	2025
4	Autonom fahrenden Bus für Testzeitraum anmieten Anknüpfend an Erfahrung anderer Gemeinden (z.B. aus Kärnten, Österreich) wird ein autonom fahrender Bus für einen Testzeitraum angemietet und in Betrieb genommen. Eine Begleitung und Evaluierung soll Aufschluss für mögliche Ausbaustufen in der Region geben.	2025

Regionallabor



Ausgangslage

Der Odenwald birgt eine Vielfalt an Schätzen, deren Potenzial für die Region, sich erst durch die Zusammenarbeit und Einbindung der Ideen und dem Wissen der Menschen vor Ort entfalten kann. Das Regionallabor ist mobil und flexibel, tourt mit einem Ideenbus und diverser Beteiligungs- und Vernetzungsformate durch die Region, um das regionale Wissen und die Ideen der Menschen aufzunehmen, zu verknüpfen und gemeinsam weiterzuentwickeln. Eine Innovationskultur wird verstetigt – die Region ist Labor für zukunftsfähige Entwicklung.

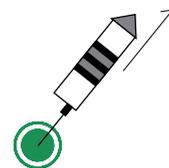
Ziele:

- Erhalt und Inwertsetzung der regionalen Schätze und Kulturlandschaft
- Weitergabe von regionalem Wissen und Aneignung neuer Kompetenzen

Ansprechpartner:in

- IGO

Nächste Schritte		Termin
1	<p>IGO-Mobil</p> <p>Mit der Anschaffung eines mobilen Wissens- und Ideenbusses ist die IGO immer vor Ort in einer permanenten Ideenwerkstatt, um Ideen zu sammeln, Projekte zu verknüpfen und Menschen zu inspirieren sowie in der Entwicklung ihrer Region einzubinden.</p>	2023/2024
2	<p>LEADER-Abend</p> <p>Beim LEADER-Abend kommen Menschen mit ihren Ideen und Konzepten ungezwungen zusammen, können sich austauschen und vernetzen und erhalten Informationen zu Fördermöglichkeiten und Unterstützung in der Beantragung ihrer Projektidee.</p>	2023/2024
3	<p>Bürgermeister:innen Frühstück</p> <p>Die meisten Herausforderungen lassen sich nur gemeinsam und gemeindeübergreifend nachhaltig lösen. Für die Verstetigung einer Zusammenarbeits- und Innovationskultur ist ein regelmäßiger Austausch notwendig. Das Format bringt die Bürgermeister:innen in ungezwungenem Rahmen zusammen, um sich besser kennzulernen, auszutauschen, Synergien zu identifizieren und gemeinsam Projekte anzustoßen und in die Umsetzung zu bringen.</p>	2023/2024
4	<p>Regionalbüros</p>	2023/2024



Handlungsfeld 1 - Daseinsvorsorge		Ziele	Ansprechpartner:in	Termin
1	Kooperation mit Hochschule Darmstadt - „Leerstand neu gedacht“ Entwicklung von interdisziplinären Konzepten in Kooperation mit Hochschulen und Studierenden	<ul style="list-style-type: none"> • Leerstandsaktivierung • Kooperation mit Bildungseinrichtungen 	IGO *	2023/2024
2	Selbstorganisierte Waldhütte Ungenutzte Waldhütte zur selbstorganisierten Nutzung von Jugendlichen	<ul style="list-style-type: none"> • Einbindung von Jugendlichen 	IGO *	2023/2024
3	Odenwald Radtag Testprojekt Reservierung ausgewählter überregionaler Straßen für Radfahrer:innen und Fußgänger:innen	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilisierung für alternative Mobilitätsformen 	IGO *	2025
4	Artists in Residence (Inter-)nationale Künstler:innen zur Belebung ausgewählter Leerstände	<ul style="list-style-type: none"> • Förderung von Kunst und Kultur • Internationale Kooperationen 	IGO *	2025
5	Umweltbildungszentrum Außerschulischer Lern- und Begegnungsort, der sich mit der Geschichte der Raumfahrt und ihrer Bedeutung für die Klimaforschung beschäftigt	<ul style="list-style-type: none"> • Ausbau von (Weiter-) Bildungsmöglichkeiten • Bildung für nachhaltige Entwicklung 	IGO *	2024
6	Scientists in Residence Kooperationen mit Hochschulen zur Belebung von Leerständen und zur Setzung neuer Impulse im ländlichen Raum	<ul style="list-style-type: none"> • Lebenslanges Lernen 	IGO *	2025

Handlungsfeld 2 - Wirtschaft		Ziele	Ansprechpartner:in	Termin
7	Odenwald Investment Fond Bürger:innen - Investitionen aus der Region für die Umsetzung von Projekten für die Region	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung von Bürger:innen- und Beteiligungsprojekten in der Region 	IGO *	2023/2024
8	Handwerks-Kümmerer Inwertsetzung regionaler Handwerke durch Imagekampagnen und Aufbau von Netzwerken.	<ul style="list-style-type: none"> • Inwertsetzung des Handwerks 	IGO *	2025
9	Forschungslabor regionsspezifische Berufe Sichtbarmachen und Qualifizierung von Berufsbildern, die zur Stärkung der Region beitragen.	<ul style="list-style-type: none"> • Leerstandsaktivierung • Kooperation mit Bildungseinrichtungen 	IGO *	2025/2026



Handlungsfeld 3 - Tourismus & Naherholung		Ziele	Ansprechpartner:in	Termin
10	Trailcenter Odenwald Einzelne Trailrunden miteinander zu einem Streckennetz verbinden, Synergien schaffen und neue Trails entwickeln	• Ausbau touristischer Angebote und Attraktionen	IGO *	2023/2024
11	Odenwald Riesenschaukel Riesenschaukel als neue Attraktion an zu stärkendem Wanderweg	• Ausbau touristischer Angebote und Attraktionen	IGO *	2023/2024
12	Bergstraße-Odenwald-Card Card mit speziellen Services für Gäste und Einheimische	• Ausbau touristischer Services	IGO *	2023/2024
13	Odenwald Limes Projekt zur Sichtbarmachung und Erlebbarkeit des Odenwald-Limes	• Ausbau touristischer Angebote und Attraktionen	IGO *	2025

Handlungsfeld 4 - Bioökonomie		Ziele	Ansprechpartner:in	Termin
14	Regionalmarkt Odenwald Regelmäßig stattfindender Markt regionaler landwirtschaftlicher Produkte und handwerklicher Erzeugnisse mit Strahlkraft	• Vertrieb und Vermarktung regionaler Produkte	IGO *	2023/2024
15	Essbarer Wildgarten Erfahrbare Natur-Vermittlung rund um regionale, essbare Wildpflanzen	• Natur-Vermittlung	IGO *	2025
16	Workshop-Reihe „Rund um den Apfel“ Wissenswertes rund um Streuobst, Nutzung, Pflege und Verwertung	• Inwertsetzung Streuobstwiesen	IGO *	2023 - 2025

* **Hinweis:** Als Regionalmanagement ist die IGO grundsätzlich zuständig für die Weiterentwicklung der im Beteiligungsprozess entstandenen Projektideen. Die IGO ist Ansprechpartnerin bis die finale Projektträgerschaft geklärt ist.

II.4 Finanzplan

Angaben zur LAG:				
Name	Odenwald			
Gebietsgröße (in km ²)	903,68			
Einwohnerzahl	163083			
kalkulatorischer Bewirtschaftungsplafond (in Euro)	5.880.000,00	davon ELER 3.080.000	davon GAK 1.680.000	davon LP 1.120.000

	Fördermitteleinsatz (Euro)		Eigenmittel der LAG (Euro)	Eigenmittel öffentlicher Zuwendungsempfänger (Euro)	private Eigenmittel (Euro)	Bemerkungen
	öffentliche Antragsteller	private Antragsteller				
Finanzierung laufende Kosten						
Personal (2023)	958.119,00 €		239.532,38 €			siehe Tabellenblatt 2 für Berechnung 2 AK Regionalmanagement, 1 AK für HF1 für 2023-2027; angenommene Entgelterhöhung TVÖD p.a. +1,8%;
Personal (2024)						
Personal (2025)						
Personal (2026)						
Personal (2027)						
Sachkosten (2023)	143.716,00 €		35.931,71 €			Pauschalsatz 15% der Personalkosten
Sachkosten (2024)						
Sachkosten (2025)						
Sachkosten (2026)						
Sachkosten (2027)						
externe Evaluierung	15.000,00 €		3.750,00 €			maximale Fördersumme angenommen
Fortschreibung	35.000,00 €		8.750,00 €			maximale Fördersumme angenommen
Gesamt lfd. Kosten	1.151.835,00 €	0,00 €	287.964,08 €	0,00 €	0,00 €	
Handlungsfeld 1 (einschließlich Regionalbudget)						
						Annahmen
						Regionalbudget: siehe Tabellenblatt 3 120.000 € Regionalbudget pro Jahr (GAK); zusätzlich 13.333,33€ Eigenmittel der LAG zum Regionalbudget; 50.000 € Starterprojekte "Leerstand" (öffentlich) -> 24.375€ Eigenmittel 50.000€ Leuchtturmprojekt Zukunftsmobilität (E-Mobilitätsmesse) -> 24.375€ Eigenmittel
2023	220.000,00 €		13.333,33 €	59.861,11 €	22.222,22 €	
						120.000 € Regionalbudget p.a. 200.000 € Starterprojekt "Umweltbildungszentrum" (öffentlich) -> 97.500€ Eigenmittel 50.000€ Leuchtturmprojekt Zukunftsmobilität (Mobilitäts-Hackathon) -> 24.375€ Eigenmittel (öffentlich) 50.000€ Starterprojekt Selbstorganisierte Wanderhütte (privat) -> 69.000€ Eigenmittel
2024	370.000,00 €	50.000,00 €	13.333,33 €	132.986,11 €	91.222,22 €	
						100.000 € Kultur + Freizeit -> 138.000€ Eigenmittel (öffentl.) u.a. Starterprojekt Artists in Residence und Starterprojekt Selbstorganisierte Waldhütte 50.000€ Nahversorgung -> 69.000€ Eigenmittel (priv)
2025	270.000,00 €	50.000,00 €	13.333,33 €	149.111,11 €	91.222,22 €	
						120.000 € Regionalbudget p.a. 30.000 € Nahversorgung -> 41.400€ Eigenmittel (öffentl.)
2026	150.000,00 €		13.333,33 €	52.511,11 €	22.222,22 €	
						120.000 € Regionalbudget p.a. 115.000 € weitere Projekte -> ca. 160.000 € Eigenmittel (öffentl.)
2027	235.000,00 €		13.333,33 €	171.111,11 €	22.222,22 €	
Gesamt HF 1	1.245.000,00 €	100.000,00 €	66.666,65 €	565.580,55 €	249.111,10 €	
Handlungsfeld 2						
						Annahme: private Antragsteller: durchschnittliche Förderquote 35%
						Annahme: private: 4 Projekte à 35.000€ Förderung (+ 84.000€ Eigenmittel) sowie 1 Projekt à 90.000€ Förderung (+ 216.000€ Eigenmittel)
2023		230.000,00 €			552.000,00 €	
						Annahme: private: 1 Co-Working-Space Projekt (Förderung 100.000€; Eigenmittel rund 250.000€) 1 Projekt à 20.000€ Förderung (+ 48.000€ Eigenmittel) sowie 2 Projekte à 40.000€ Förderung (+ 96.000€ Eigenmittel) öffentlich (FQ = 80%): Starterprojekt Odenwald Investment Fonds à 50.000€ Förderung (+ 24.375€ Eigenmittel)
2024	50.000,00 €	200.000,00 €		24.375,00 €	490.000,00 €	
						Annahme: private: 4 Projekte à 20.000€ Förderung (+ 48.000€ Eigenmittel) sowie 1 Projekt à 40.000€ Förderung (+ 96.000€ Eigenmittel) öffentlich: Starterprojekt Handwerkskümmerer 50.000€ Förderung -> 24.375€ Eigenmittel Starterprojekt Odenwälder Radtag 15.165€ Förderung -> 22.558€ Eigenmittel
2025	65.165,00 €	120.000,00 €		46.933,00 €	288.000,00 €	
						Projekte à 25.000€ Förderung (+60.000€ Eigenmittel) öffentlich: Konzept/Kampagne regionsspezifische Berufe: 50.000€ Förderung (+24.375€ Eigenmittel)
2026	50.000,00 €	200.000,00 €		24.375,00 €	480.000,00 €	
						Annahme: private: 6 Projekte à 20.000€ Förderung (+ 48.000€ Eigenmittel) sowie 2 Projekte à 40.000€ Förderung (+ 96.000€ Eigenmittel)
2027	50.000,00 €	200.000,00 €			480.000,00 €	
Gesamt HF 2	215.165,00 €	950.000,00 €	0,00 €	95.683,00 €	2.290.000,00 €	
Handlungsfeld 3 (einschließlich Regionalbudget)						
						Regionalbudget: siehe Tabellenblatt 3 30.000€ (GAK) pro Jahr; zzgl. 3.333,33€ Eigenmittel der LAG + weitere Projekte (100.000€ öffentl. Träger -> Eigenmittel rd. 138.000€ (Annahme: Förderquote = 50%) u.a. Trailcenter Odenwald
2023	130.000,00 €		3.333,33 €	140.777,78 €	5.555,56 €	
						30.000€ (GAK) pro Jahr; zzgl. 3.333,33€ Eigenmittel der LAG 300.000€ Leuchtturm-Projekt Landschaft Plus und weitere: rd. 417.000€ Eigenmittel (öffentl.); u.a. Starterprojekt Odenwald Riesenschaukel
2024	330.000,00 €		3.333,33 €	416.777,78 €	5.555,56 €	
						30.000€ (GAK) pro Jahr; zzgl. 3.333,33€ Eigenmittel der LAG 270.000€ Leuchtturm-Projekt Landschaft Plus und weitere: rd. 375.000€ Eigenmittel (öffentl.); u.a. Starterprojekt Odenwald Limes
2025	300.000,00 €		3.333,33 €	375.377,78 €	5.555,56 €	

						30.000€ (GAK) pro Jahr; zzgl. 3.333,33€ Eigenmittel der LAG 100.000€ Leuchtturm-Projekt Landschaft Plus und weitere; rd. 138.000€ Eigenmittel (öffentl.)
2026	130.000,00 €		3.333,33 €	140.777,78 €	5.555,56 €	
2027	330.000,00 €		3.333,33 €	416.777,78 €	5.555,56 €	30.000€ (GAK) pro Jahr; zzgl. 3.333,33€ Eigenmittel der LAG 300.000€ Leuchtturm-Projekt Landschaft Plus und weitere; rd. 414.000€ Eigenmittel (öffentl.)
Gesamt HF 3	1.220.000,00 €	0,00 €	16.666,65 €	1.490.488,89 €	27.777,78 €	
Handlungsfeld 4 (einschließlich Regionalbudget)						
						Regionalbudget: siehe Tabellenblatt 3 30.000€ (GAK) pro Jahr; zzgl. 3.333,33€ Eigenmittel der LAG davon 10.000€ öffentl. Projekte (→ Eigenmittel: 2.777,78€) und 20.000€ priv. Projekte (→ Eigenmittel 5.555,56€) beim Regionalbudget (analog für die nächsten Jahre) öffentliche LEADER-Projekte: (FQ=80%) 2 Kampagnen zur Sensibilisierung für nachhaltiges Konsumverhalten (u.a. zu Fairtrade und regionalen Lebensmitteln) à 50.000€ → Eigenmittel (öffentlich): 48.750€ (insgesamt) private LEADER-Projekte: (FQ=80%) 48.000€ Workshop-Reihe "Rund um den Apfel" (Starterprojekt) → Eigenmittel (privat) 23.400 € 50.000€ Projekt zur regionalen Vertriebsstrukturen → 24.375€ Eigenmittel 5.000€ Projekt zum Erhalt der Kulturlandschaft → 2.437,50€ Eigenmittel
2023	110.000,00 €	123.000,00 €	3.333,33 €	51.527,78 €	55.768,06 €	
						Regionalbudget: 30.000€ (GAK) pro Jahr; zzgl. 3.333,33€ Eigenmittel der LAG öffentliche LEADER-Projekte: (FQ=80%) 50.000€ Starterprojekt Essbarer Wildgarten → 24.375€ Eigenmittel 1 weiteres Projekt à 50.000€ → 24.375€ Eigenmittel 1 weiteres Projekt à 20.000€ → 9.750€ Eigenmittel private LEADER-Projekte: (FQ=80%) 1 Projekt à 30.000 € z.B. zu Bienen/Insekten → 14.625€ Eigenmittel
2024	130.000,00 €	50.000,00 €	3.333,33 €	61.277,78 €	20.180,56 €	
						Regionalbudget: 30.000€ (GAK) pro Jahr; zzgl. 3.333,33€ Eigenmittel der LAG öffentliche LEADER-Projekte: (FQ=80%) 50.000 € Umweltbildungsprojekt (öffentlich) → 24.375€ Eigenmittel 20.000 € Projekt zu regionalen Wertschöpfungsketten → 9.750€ Eigenmittel private LEADER-Projekte: (FQ=80%) 50.000€ Vernetzungsprojekt → 24.375€ Eigenmittel 5.000€ Projekt zum Erhalt der Kulturlandschaft → 2.437,50€ Eigenmittel
2025	80.000,00 €	75.000,00 €	3.333,33 €	36.902,78 €	32.368,06 €	
						Regionalbudget: 30.000€ (GAK) pro Jahr; zzgl. 3.333,33€ Eigenmittel der LAG öffentliche LEADER-Projekte: (FQ=80%) 50.000 € weitere Projekte (öffentlich) → 24.375€ Eigenmittel 1 Projekt à 20.000 € → 9.750€ Eigenmittel private LEADER-Projekte: (FQ=80%) 50.000€ Starterprojekt Regionalmarkt Odenwald (privat) → 24.375€ Eigenmittel 50.000€ Ernährungsbildungsprojekt für Kinder → 24.375€ Eigenmittel 50.000€ Mobiles Schlachtgerät für Hofnahe Schlachtung → 24.375€ Eigenmittel 30.000€ weiteres Projekt → 14.625€ Eigenmittel
2026	80.000,00 €	200.000,00 €	3.333,33 €	36.902,78 €	93.305,56 €	
						Regionalbudget: 30.000€ (GAK) pro Jahr; zzgl. 3.333,33€ Eigenmittel der LAG öffentliche LEADER-Projekte: (FQ=80%) 50.000€ Projekt Klassenzimmer im Freien → 24.375€ Eigenmittel 1 weiteres Projekt à 40.000€ → 19.500€ Eigenmittel private LEADER-Projekte: (FQ=80%) 30.000 € weitere Projekte (privat) → 14.625€ Eigenmittel
2027	100.000,00 €	50.000,00 €	3.333,33 €	46.652,78 €	20.180,56 €	
Gesamt HF 4	500.000,00 €	498.000,00 €	16.666,65 €	233.263,89 €	221.802,78 €	
Gesamtsumme Finanzierungsplan	4.332.000,00 €	1.548.000,00 €	387.964,03 €	2.385.016,33 €	2.788.691,66 €	
Mitteleinsatz GESAMT	5.880.000,00 €					
Anteil lfd. Kosten an öffentl. Gesamtausgaben (in %)					16%	

Gesamtdarstellung Regionalbudget						Annahme: 1/3 der Projektträger öffentlich, 2/3 privat; insgesamt 50.000€ Eigenmittel pro Jahr bei 200.000€ Fördersumme Regionalbudget
2023	180.000,00 €		20.000,00 €	16.666,67 €	33.333,33 €	
2024	180.000,00 €		20.000,00 €	16.666,67 €	33.333,33 €	
2025	180.000,00 €		20.000,00 €	16.666,67 €	33.333,33 €	
2026	180.000,00 €		20.000,00 €	16.666,67 €	33.333,33 €	
2027	180.000,00 €		20.000,00 €	16.666,67 €	33.333,33 €	
Gesamt Regionalbudget	900.000,00 €	0,00 €	100.000,00 €	83.333,35 €	166.666,65 €	

II.5 Beschreibung der Arbeitsweise der LAG

II.5.1 Zusammensetzung der LAG

Trägerin der Regionalentwicklung Odenwald ist seit 1995 die Interessengemeinschaft Odenwald e.V., die seit 2002 als LAG im Sinne der LEADER-Förderstrategie anerkannt ist. Die IGO besteht seit über 60 Jahren. Zuständigkeiten und Arbeitsweise sind in der Satzung des Vereins (Anlage 7) und der Geschäftsordnung des Förderausschusses (Anlage 3) geregelt.

Mitgliederversammlung

Die IGO hat 99 Mitglieder, unter ihnen fast alle Kommunen des Naturraums Odenwald in Hessen. Die Mitgliederversammlung ist das höchste Entscheidungsgremium des Vereins und fällt alle grundsätzlichen und wichtigen Entscheidungen, verabschiedet den Finanzplan und wählt den Vorstand und die Mitglieder des Förderausschusses.

Vorstand

Dem Vorstand obliegen die Vertretung des Vereins nach außen und die Führung seiner Geschäfte. Im Außenverhältnis handeln der/die Vorsitzende und seine/ihre beiden Stellvertreter:innen. Die drei Vorsitzenden gehören traditionell unterschiedlichen Teilregionen des Naturraums Odenwald in Hessen an. Der Vorstand bedient sich von Anfang an zur Führung der Vereinsgeschäfte eines/einer Geschäftsführers/Geschäftsführerin, der/die seit 2000 zugleich Regionalmanager:in ist.

Förderausschuss

Der Förderausschuss der IGO wurde bereits 1995 mit Aufnahme der Region in das hessische Regionalentwicklungsprogramm gebildet. Er dient der kontinuierlichen Begleitung der Regionalentwicklung Odenwald und stellt seit 2002 auch das Entscheidungsgremium im Sinne der europäischen LEADER-Verordnung dar. Er entscheidet in allen Förderfragen abschließend. Durch seine Zusammensetzung (siehe Kapitel II.5.2) und die Geschäftsordnung des Ausschusses ist eine unabhängige und Interessenskollisionen vermeidende Arbeitsweise sichergestellt.

Regionalmanagement

Das Regionalmanagement Odenwald und damit der operative Teil der Regionalentwicklung ist bei dem Verein Interessengemeinschaft Odenwald e.V. (IGO) angesiedelt. Die Mitarbeiter:innen des Regionalmanagements sind somit Angestellte der IGO (siehe auch Kapitel II.5.3).

Projektanfragen

Potenzielle Projektträger:innen werden zunächst vom Regionalmanagement beraten und die eingereichten Projekte auf der Grundlage der Zielhierarchie und den Projektauswahlkriterien auf die Erfüllung der Mindestanforderungen hin geprüft. Bei positivem Ergebnis der Prüfung wird das Projekt dem Förderausschuss vorgestellt, dort beraten und dann auf der Grundlage der Lokalen Entwicklungsstrategie mithilfe der Projektauswahlkriterien die Förderwürdigkeit festgestellt oder eine Förderung abgelehnt bzw. von bestimmten Auflagen abhängig gemacht (zum Beispiel der Beteiligung an regionalen Zusammenschlüssen der Regionalentwicklung). Bei Feststellung der Förderwürdigkeit unterstützt das Regionalmanagement bei der Erstellung des Förderantrages, den der/die Projektträger:in bei der zuständigen Bewilligungsbehörde stellen kann.

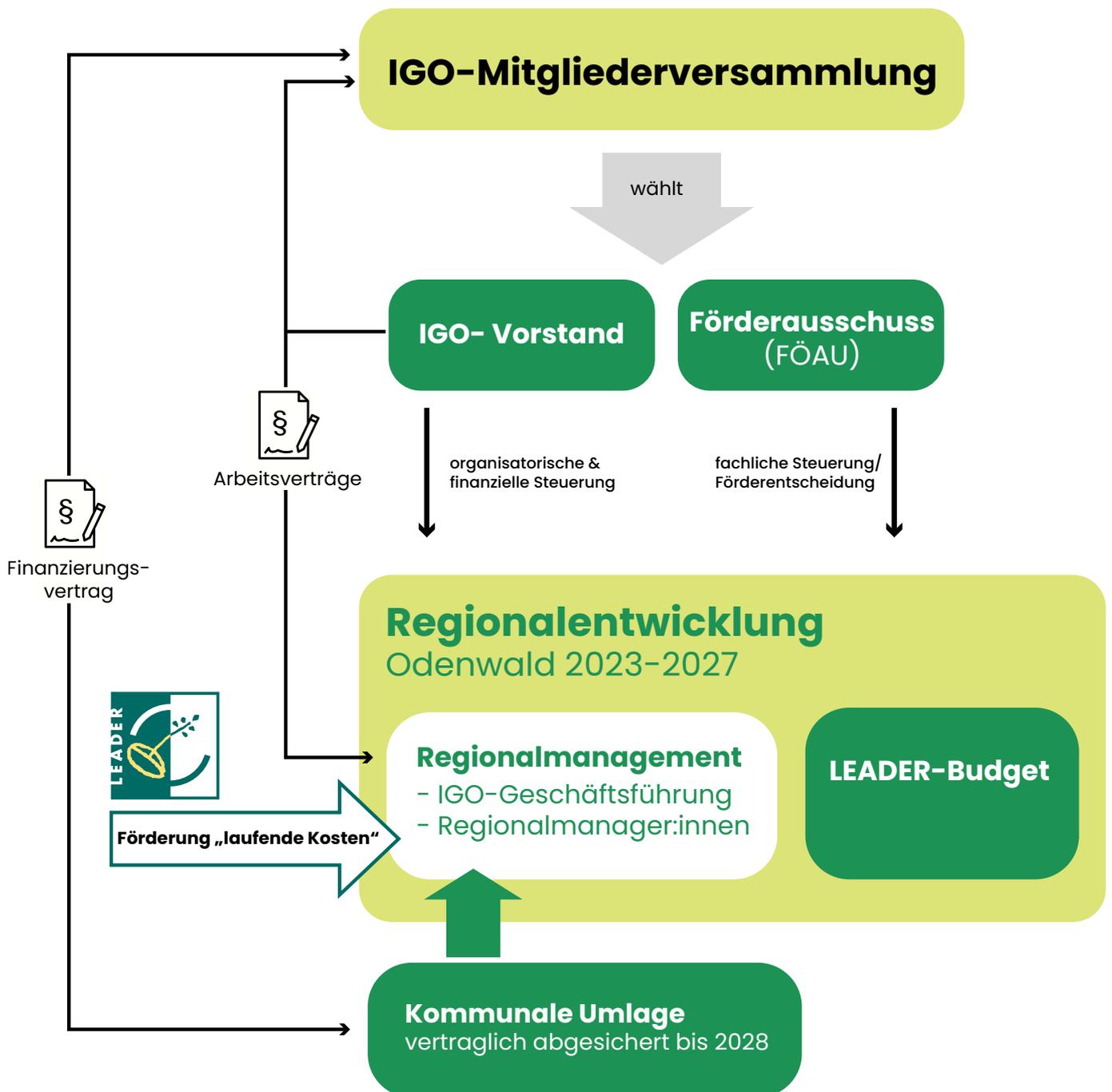
Vernetzung und Kooperation

Die IGO engagiert sich auch über die Region hinaus – gehören ihr doch auch Mitglieder an, die in Nachbarregionen zuhause sind. So kooperiert sie eng mit ihren unmittelbaren Nachbarregionen, insbesondere der LAG Darmstadt-Dieburg sowie der LEADER-Region Main4Eck, zu denen u.a. auch touristische Beziehungen bestehen und die auch dem regionalen Geo-Naturpark Bergstraße-Odenwald angehören. Im Kreis der hessischen LEADER-Regionen engagiert sich die IGO im Verein Hessische Regionalforen e.V..

Quellen

1 Regionalentwicklung Odenwald 2023-2027, Darstellung IGO, 2022.

Organisationsstruktur



II.5.2 Zusammensetzung des Entscheidungsgremiums

Bei der Zusammensetzung des LEADER-Entscheidungsgremiums für die Förderperiode 2023-2027 wurde entsprechend der inhaltlichen Konzeptschwerpunkte besonderer Wert darauf gelegt, dass die Handlungsfelder Daseinsvorsorge, Wirtschaft, Tourismus und Bioökonomie mit ihren Teilzielen kompetent vertreten sind. Darüber hinaus wurde darauf

geachtet, dass der Frauenanteil unter den stimmberechtigten Mitgliedern gemäß den Vorgaben erhöht wird und die Interessen der Jugendlichen angemessen vertreten sind.

Quellen

2 Besetzung IGO-Förderausschuss 2023-2027, Darstellung IGO, 2022.

Besetzung IGO-Förderausschuss 2023 - 2027 gewählt von der Mitgliederversammlung der IGO am 24. Mai 2022		
Öffentlicher Sektor		
Kommunen Odenwaldkreis	Engels, Eric ¹	Bürgermeister der Gemeinde Fränkisch-Crumbach
Kommunen Kreis Bergstraße	Helbig, Michael ²	Bürgermeister der Stadt Lindenfels
Bioökonomie, Ökomodell-Region	Barrero-Stadler, Sylvia	Ökomodell-Region Süd
IHK: Tourismus, Standortmarketing	Kreutz, Katharina	IHK Darmstadt
Gesundheitstourismus	Eger, Werner	Kurgesellschaft Bad König mbH
Tourismusdestination, regionale Produkte	Horn, Kornelia	Odenwald-Tourismus-GmbH
Ausbildung, Hessen-Campus	Schulz, Wilfried	Berufsschule Odenwaldkreis
Natur, Landschaft, Umweltbildung	Weber, Dr. Jutta	Geo-Naturpark Bergstraße-Odenwald e.V.
Kapital, Finanzen	Roggatz, Knut	Sparkasse Starkenburg
Nicht-öffentlicher Sektor		
Handwerk	Schumacher, Moritz	Jürgen Bellut GmbH
Energie	Breunig, Christian	Energiegenossenschaft Odenwald e.G.
Landwirtschaft	Wolf, Irmtraut	Schäfer-Wolf GbR
Digitalwirtschaft, Regionale Wertschöpfung	Bartmann, Theresa	Starts Design GmbH
Handel	Zörgiebel, Arnold	Mode Zörgiebel
Jugend und Jugendmusikkultur	Helfmann, Marcel	Sound of the Forest e.V.
Kultur, Theater	Borchert, Angelika ³	Trommer Sommer e.V.
Kirchen, Soziales, Jugend	Möke, Theresa	Dekanat Odenwald
Vielfalt	N.N.	
Tourismus-Gewerbe, Gastronomie	Treusch, Armin	DEHOGA Odenwaldkreis
Landfrauen	Götzinger-Heldmann, Christel	Landfrauen Odenwald
Baukultur	Schultz, Prof. Kerstin	Clickliquid architekten, Hochschule Darmstadt
Beratend / nicht stimmberechtigt		
Bewilligungsbehörde Odenwaldkreis	Lachnit, Brigitte	ausschließlich fördertechnische Beratung
Bewilligungsbehörde Odenwaldkreis	Fischer, Marion	
Bewilligungsbehörde LK Bergstraße	Stöcker, Doris	
Bewilligungsbehörde LK Bergstraße	Schuladen, Timo	
Wirtschaftsförderung Odenwaldkreis	Quanz, Gabriele	
Wirtschaftsförderung LK Bergstraße	Cohrs, Dagmar	
Interessengemeinschaft Odenwald	Krings, Rekha	
Interessengemeinschaft Odenwald	Koch, Caroline	
Interessengemeinschaft Odenwald	Biel, Gaby	
¹ Vorsitzender FÖAU ² stellv. Vorsitzender FÖAU ³ stellv. Vorsitzende FÖAU		

Besetzung IGO-Förderausschuss 2023-2027.

II.5.3 Einsatz eines Regionalmanagements zur Unterstützung der operativen Umsetzung

Das Regionalmanagement Odenwald besteht bereits seit 1995.

Aufgaben Regionalmanagement		
Aufgabe	Selbstverständnis	Aktionsfelder
Erstellung, Steuerung und Fortschreibung der Lokalen Entwicklungsstrategie	Wir sind federführend bei der Erstellung und beharrlicher Wächter über die Umsetzung und Fortschreibung der LES.	Veranstaltungen und Workshops; Sensibilisierung und Qualifizierung; Öffentlichkeitsarbeit; Evaluierung und Monitoring.
Projektberatung und Projektunterstützung	Wir beraten Projektträger:innen und unterstützen sie bei regional bedeutsamen Projektentwicklungen und vernetzen sie mit anderen Akteur:innen; wir führen außerdem eigene Projekte zur Weiterentwicklung der Region durch.	Information, Beratung, Vernetzung; Sensibilisierungsmaßnahmen; Qualifizierung LAG; Netzwerkarbeit; Organisations-/Finanzierungsberatung; Projektmanagement.
Vernetzung und Interessenvertretung	Wir vernetzen die Region Odenwald auf Landes-, Bundes- und europäischer Ebene mit anderen Regionen und Institutionen und vertreten regionale Interessen in einer Vielzahl von Gremien und Organisationen.	Kooperation mit Landes- und Bundesbehörden; Mitarbeit bei den Hessischen Regionalforen e.V.

Aufgabenprofil des Regionalmanagements Odenwald.

Personal und Finanzierung

Die Finanzierung des Regionalmanagements mit drei Vollzeitstellen ist (die in Aussicht gestellte Förderung der laufenden Kosten vorausgesetzt) schon heute vertraglich zwischen IGO und den Mitgliedskommunen bzw. dem Odenwaldkreis bis einschließlich 2028 gesichert.

Zusätzlich zu den 2,0 AK im regulären Regionalmanagement will die Region eine dritte vollzeitäquivalente Stelle schaffen, um das breite Handlungsfeld 1 angemessen abbilden zu können. Der Hauptschwerpunkt der Arbeit wird hier die Betreuung der Projekte im Bereich Leerstandsentwicklung sein. Ziel ist es, als Region eine regionsübergreifende Strategie zu entwickeln, die den durchgehend auftauchenden Herausforderungen entgegentritt.

Stelle	AK	Qualifikation/Einschlägige Erfahrung	Tätigkeitsprofil
Regionalmanagerin/ Geschäftsführerin	1,0	Volljuristin	Geschäftsführung LAG Überregionale Aktivitäten Projektberatung Themenbetreuung Handlungsfeld 1
Regionalmanagerin / Stellvertretende Geschäftsführung	1,0	M.Sc. Nachhaltigkeits- wissenschaften B.Sc. Betriebs- wirtschaftslehre	Projektberatung Fördermittelaquise Themenbetreuung Handlungsfeld 1
Verwaltung, Regionalbudget	1,0	Kauffrau für Büro- Kommunikation	Büroleitung Veranstaltungsmanagement Abrechnungen Assistenz Geschäftsführung Regionalmanagement Regionalbudget
Summe	3,0	Stellenplan für das Regionalmanagement gilt ab 1.1.2023 (bisher: 2,5 Stellen)	

Qualifizierungs- und Tätigkeitsprofil des Regionalmanagements Odenwald.

Personalentwicklung

Der Qualifizierungs- und Fortbildungsbedarf kann für die kommenden 2 Jahre so beschrieben werden:

Sicherung der vorhandenen Qualifikationen:

Festigung und Vertiefung der bei beiden Regionalmanager:innen vorhandenen Zusatzqualifikation "Agiles Projektmanagement" IHK

Allgemeine Fortbildung:

Jedes Teammitglied hat ein Anrecht auf mindestens 5 Fort- bildungstage pro Jahr. Hierzu zählen die DVS-Seminare und andere anlassbezogene Fortbildungen. Es wird eine halbjährliche Teamabstimmung und Absprache mit der LAG hierzu vorgenommen.

Spezielle Fortbildungen:

z.B. in den Bereichen Moderation, Projektarbeit, Bürgerbeteiligung

Geschäftsstelle

Das Regionalmanagement ist in seiner Geschäftsstelle (Schlosswache, Marktplatz 3, 64711 Erbach) zu den folgenden Geschäftszeiten erreichbar:

Mo bis Fr: 9 bis 12 Uhr

Di und Do: 14 - 16 Uhr

sowie nach Vereinbarung

Öffentlichkeits-,Sensibilisierungs-und Qualifizierungsmaßnahmen

Über den Förderzeitraum hinweg sind Maßnahmen und Formate der LAG in Form von Informationsveranstaltungen, Medien, spezifischen Exkursionen oder Fachtagungen vorgesehen. Diese werden bedarfs- und anlassbezogen durchgeführt und haben je nach Stand der Förderphase mehr informierenden Charakter zum LEADER-Programm oder qualifizierenden Charakter zu einzelnen Themenstellungen.

Darüber hinaus ist die gute Kommunikation mit den Netzwerk- und Projektpartner:innen sowie mit externen Zielgruppen für einen erfolgreichen Regionalentwicklungsprozess unverzichtbar. Die Ideenfahrt hat gezeigt, dass es wichtig ist, ein agiles Regionalmanagement bereit zu stellen. Das Regionalmanagement muss in der Region unterwegs sein und kontinuierlich neue Kontakte knüpfen.

II.5.4 Monitoring und Evaluierung der Prozesse

Um eine solide Evaluierung zu gewährleisten, sind die Operationalisierung von Zielen und die Dokumentation der Ergebnisse im Rahmen des Monitoring Grundvoraussetzung. Die LAG Odenwald wird sich, um die Zielerreichung und Effizienz von Strategien, Prozessen und Projekten zu überprüfen, an den im Leitfaden der Deutschen Vernetzungsstelle Ländliche Räume (DVS) bundesweiten Standard anlehnen.

Bewertungsbereich "Inhalte und Strategie"

Über die Zielfortschrittsanalyse wird ein regelmäßiges Monitoring der Erfüllung der Handlungsziele sowie des Budget-Einsatzes erfolgen. Die Ergebnisse werden dem Förderausschuss mindestens ein Mal pro Jahr vorgestellt und bei Bedarf notwendige Beschlüsse zur Anpassung getroffen. Auch im Rahmen des Jahresberichts für die WIBank sowie des Berichts für die IGO-Mitglieder-versammlung werden mindestens ein Mal im Jahr Analysen durchgeführt und Resümee über die Umsetzung der LES gezogen.

Zur Verstärkung der durch die **#ideenfahrt** angestoßenen Entwicklungs- und Vernetzungsprozesse in der Region plant die LAG außerdem ähnliche Veranstaltungen regelmäßig (mindestens ein Mal im Jahr) durchzuführen. Nach dem Motto "Was bewegt die Region?" sollen weiterhin aktuelle Bedarfe der Bürger:innen aufgegriffen und gleichzeitig Ideen weiter vorangetrieben werden. Dabei sollen außerdem in Workshop-Formaten der Umsetzungsstand der Strategie, Entwicklungsprozesse in der Region sowie weitere Handlungsbedarfe vertieft diskutiert werden. Die Erkenntnisse daraus dienen dem Regionalmanagement als Grundlage für die weitere Arbeit.

Bewertungsbereiche "Prozess und Struktur" sowie "Aufgaben des Regionalmanagements"

Zur Evaluation dieser Bereiche wird jährlich ein Fragebogen an die Mitglieder des Förderausschusses versendet. Dieser orientiert sich wiederum an der LAG-Befragung des Thünen Instituts und wurde von der IGO bereits seit 2020 zur Evaluierung angewendet, sodass eine Vergleichbarkeit der Ergebnisse möglich ist. Hierbei steht die Bewertung der Arbeitsprozesse im Fokus.

Weitere Kennzahlen, wie z.B. zur Öffentlichkeitsarbeit oder zur Anzahl der LAG-Sitzungen erhebt das Regionalmanagement selbst und stellt die Ergebnisse ebenfalls im Rahmen des Jahresberichts vor. Bei Handlungsbedarf werden Team-intern Anpassungen in den Arbeitsprozessen vorgenommen oder neue Schwerpunkte gesetzt.

Alle Handlungsbedarfe, die sich aus den Erkenntnissen der o.g. Evaluierungsmaßnahmen ergeben, werden im jeweils zuständigen Gremium diskutiert und bei Bedarf – wie zum Beispiel bei Anpassungen an der Strategie – von der IGO-Mitgliederversammlung beschlossen. Darüber hinaus werden im Rahmen der externen Evaluierung in 2025 alle Bewertungsbereiche umfassend evaluiert und ebenfalls mögliche Fortschreibungsbedarfe identifiziert.

Ergeben sich im Rahmen dieses kontinuierlichen Evaluierungsprozesses spezifische Problemstellungen, dann wird auf Methodenvorschläge zur Netzwerk-, Organisations-, Image- oder Strategieberatung im Rahmen des Fokus-Checks im DVS-Leitfaden zurückgegriffen.

Selbstevaluierungskonzept Region Odenwald

Bewertungsbereich	Methode/n	Zielgruppe	Terminierung
Inhalt und Strategie	Zielfortschrittsanalyse	Förderausschuss	Jährlich
	Jahresbericht	WIBank, ggf. Mitglieder der LAG	Jährlich
	Geschäftsbericht	Mitglieder IGO	Jährlich
	Workshop	Relevante Akteursgruppen, Mitglieder der LAG	Jährlich
Prozess und Struktur; Inhalte und Strategie; Aufgaben des Regional- managements	Fragebogen	Förderausschuss	Jährlich
Prozess und Struktur; Aufgaben des Regional- managements	Datenerhebung zu Kennzahlen, Selbstevaluierung	Regionalmanagement	Jährlich

Selbstevaluierungskonzept LAG Odenwald.

Glossar

Abkürzungsverzeichnis

GAK	Gemeinschaftsaufgabe "Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes"
HA	Hessen Agentur
HMU KL V	Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz
IGO	Interessengemeinschaft Odenwald e.V.
IWAK	Institut für Wirtschaft, Arbeit und Kultur, Goethe-Universität Frankfurt am Main
LAG	Lokale Aktionsgruppe
LEADER	französ. Akronym für „Liaison entre actions de développement de l'économie rurale“ (Verbindung zwischen Aktionen zur Entwicklung der ländlichen Wirtschaft) ist ein Maßnahmenprogramm der Europäischen Union
LES	Lokale Entwicklungsstrategie
MTB	Mountainbike
OREG	Odenwald-Regional-Gesellschaft mbH
OTG	Odenwald Tourismus GmbH
OWK	Odenwaldklub
REKO	Regionales Entwicklungskonzept
SWOT	engl. Akronym für Strengths (Stärken), Weaknesses (Schwächen), Opportunities (Chancen) und Threats (Risiken) ist ein Instrument der strategischen Planung

Quellenverzeichnis

Abschlussbericht von regio pro. September 2021. Institut für Wirtschaft, Arbeit und Kultur (IWAK), Frankfurt/Main 2021.
Aussage des Kreises Bergstraße auf Anfrage der IGO, Stand Februar 2022.
Arbeitslosenquote Hessen (Datenstand 2021): https://de.statista.com/ , [28.4.2022].
Arbeitslosenquote: Stadt.Land.Zahl (Datenstand 2021): https://www.statistikportal.de/de/stadt-land-zahl?spatial=06437000&vs=06431000 , [28.4.2021].
Behindertenbeirat Odenwaldkreis; http://behindertenbeirat-odenwaldkreis.de/pdf/Broschuere_2019.pdf , [27.04.2022]. Bergstraße-Odenwald: www.bergstrasse-odenwald.de/mountainbiking/trailfairness , [2.05.2022].
Bergstraße-Odenwald Veranstaltungskalender: https://www.bergstrasse-odenwald.de/themen/angebote/fuer-veranstaltungen/veranstaltungskalender , [27.04.2022].
Berufliches Schulzentrum Odenwaldkreis: https://bso-mi.de/ , [27.04.2022]. Bioökonomie: https://biooekonomie.de/foerderung/foerderbeispiele/wertschoepfungsketten-zaehlt-jeder-einzelne , [3.5.2022].
Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft: https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/_laendliche-Regionen/Foerderung-des-laendlichen-Raumes/GAK/Foerderbereich1-22.pdf?__blob=publicationFile&v=2 [27.04.2022].
Bundesstiftung Baukultur, Baukulturbericht 2016/17.
Diakonisches Werk Odenwald: https://www.diakonieodenwald.de , [27.04.2022].
Ehrenamtsagentur: https://www.odenwaldkreis.de/ehrenamt , [28.04.2022].
Ehrenamtsagentur des Odenwaldkreises auf Anfrage der IGO, Stand Februar 2022.
Ehrenamtssuchmaschine Hessen: https://www.ehrenamtssuche-hessen.de , [28.04.2022].
Ernährungsstrategie Hessen 2020.

Essbare Stadt 2014.

Firma Rettergut: <https://www.rettergut.de/pages/mission-story>, [2.5.2022].

Fortschreibung aus dem REKO 2015.

Frankfurter Allgemeine Zeitung: <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/meine-heimat-dieses-stueck-germany-12729846.html>, [27.4.22].

Fuchstrail: [fuchstrail.clubdesk.com](https://www.fuchstrail.clubdesk.com), [2.05.2022].

Gäste und Übernachtungen im hessischen Tourismus im Dezember 2021, Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden, 2022, S.11.

GAK, Förderbereich 2, Förderung landwirtschaftlicher Unternehmen: https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/_laendliche-Regionen/Foerderung-des-laendlichen-Raumes/GAK/Foerderbereich2-22.pdf?__blob=publicationFile&v=2, [3.5.2022].

GAK, Förderbereich 3, Verbesserung der Vermarktungsstrukturen: https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/_laendliche-Regionen/Foerderung-des-laendlichen-Raumes/GAK/Foerderbereich3-22.pdf?__blob=publicationFile&v=2, [3.5.2022].

GAK, Förderbereich 5: Forsten: https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/_laendliche-Regionen/Foerderung-des-laendlichen-Raumes/GAK/Foerderbereich5-22.pdf?__blob=publicationFile&v=3, [3.5.2022].

Gemeindedaten der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Wohn- und Arbeitsort. Bundesagentur für Arbeit. Stand: 30. Juni 2021.

Geo-Naturpark: <https://geo-naturpark.net/deutsch/service/ranger/ranger-index.php>, [27.04.2022].

Gesundheits-Versorgungs-Kooperation Odenwald: <https://www.gvk-odenwald.de>, [27.04.2022].

Gespräche mit Expert:innen aus der Region Odenwald: Ökomodellregion Süd | Odenwald Tourismus GmbH. (Datenstand IGO, 2022).

Gremmer et al. 2016.

Gründungen und Unternehmensschließungen, NUI Ranking: <https://www.ifm-bonn.org/statistiken/gruendungen-und-unternehmensschliessungen/nui-indikator/regionenranking>, [14.3.2022].

Hessen.Land.Tourismus. Strategie für den Tourismus im ländlichen Raum Hessen, Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz 2020.
Hessische Biodiversitätsstrategie 2016.

Hessische Gemeindestatistik 2021.

Hessische Gemeindestatistik 2021 (Stichtag: Bevölkerung am 31.12.2020). Abruflink: <https://statistik.hessen.de/publikationen/thematische-veroeffentlichungen/gemeinden-hessen> [27.4.22].
Hochschule Darmstadt: <https://ibwl.h-da.de/ibwl-bachelor/jetzt-neu-studieren-im-odenwald>, [29.4.2022].

Integrationskonzept 2017.

Integrationsmonitor Odenwaldkreis 2017.

Integrierter Klimaschutzplan Hessen 2017, S. 52.

IWAK Frankfurt – Hessischer Lohnatlas 2020: www.hessischer-lohnatlas.de, [26.4.2022].

Jugendwerkstätten Odenwald: <https://www.jwo-ev.de/unsere-projekte/intea-integration-und-anschluss/>, [27.04.2022].

Kurzdefinitionen Biodiversität und Ökosystemleistungen: <https://www.uni-giessen.de/fbz/fb08/Inst/tsz/tieroekologie/forschung/fsp/jaguar/projekt/downloads/befragung>, [4.5.2022].

KLIMA.PROFIT: <https://klima-profit.de/projekt/>, [3.5.2022].

Koziol Nachhaltigkeit: <https://www.koziol.de/Nachhaltigkeit-oxid-oxid/>, [3.5.2022].

Kreis Bergstraße: www.kreis-bergstrasse.de, [28.4.2022].

Kreis Bergstraße: <https://www.kreis-bergstrasse.de/themen-projekte/digitalisierung/gigabit-region/>, [26.04.2022].

Kreis Bergstraße: www.wirtschaftsregion-bergstrasse.de, [2.5.2022].

Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021.

Landesentwicklungsplan Hessen: <https://landesplanung.hessen.de/zentrale-orte-und-strukturraume>, [27.5.22].

Landwirtschaftszählung 2020 Statisches

Landesamt Hessen, Agrarstrukturerhebung 2016: <https://www.destatis.de/DE/Themen/Branchen-Unternehmen/Landwirtschaft-Forstwirtschaft-Fischerei/Landwirtschaftliche-Betriebe/Tabellen/oekologischer-landbau-bundeslaender.html?nn=371820> und <https://www.bmel-statistik.de/landwirtschaft/ernte-und-qualitaet/bodennutzung/>, [3.5.2022].

- Mountainbiken Geo-Naturpark: www.mtb-geo-naturpark.de, [2.05.2022].
- Markenstrategie für die Destination Bergstraße-Odenwald 2021
- Michelstadt ist cittaslow: <https://www.michelstadt.de/cittaslow/michelstadt-ist-cittaslow/>, [27.5.22].
- Munteres Mümlingtal: munteres-muemlingtal.de, [2.05.2022].
- Nachhaltigkeitsstrategie Hessen, S. 10, sowie Ökoaktionsplan 2020.
- Odenwald Akademie: <https://www.odenwald-akademie.de>, [27.04.2022].
- Odenwald Gasthaus: odenwald-gasthaus.de, [2.5.2022].
- Odenwald jetzt: <https://www.nonconform.io/de/odenwald/>, [03.05.2022].
- Odenwald jetzt: https://issuu.com/vorortideenwerkstatt/docs/220406_schlusspraesi_ideenfahrt_odenwald-komprimie, [03.05.2022].
- Odenwald jetzt: https://youtu.be/bw10mE5z_Gc, [03.05.2022].
- Odenwald Tourismus GmbH: www.bergstrasse-odenwald.de, [2.5.2022].
- Odenwälder Direktvermarktung: www.odenwaelder-direktvermarkter.de, [2.5.2022].
- Odenwaldbox: www.odenwaldbox.de, [28.4.2022].
- Odenwaldkreis: www.odenwaldkreis.de, [28.4.2022].
- Odenwaldkreis: <https://www.odenwaldkreis.de/fileadmin/odenwaldkreis/pdf/WIR/Integrationsmonitor.pdf>, [27.04.2022].
- Odenwaldkreis: <https://www.odenwaldkreis.de/fileadmin/odenwaldkreis/pdf/WIR/Integrationsmonitor.pdf>, [27.04.2022].
- Odenwaldkreis: <https://www.odenwaldkreis.de/index.php?id=525>, [27.04.2022].
- Odenwaldkreis: <https://www.odenwaldkreis.de/index.php?id=970>, [27.04.2022].
- Odenwaldkreis: <https://www.odenwaldkreis.de/index.php?id=1005>, [27.04.2022].
- Odenwaldkreis: <https://odenwaldkreis.de/index.php?id=1185>, [27.04.2022].
- Odenwaldmobil <https://www.odenwaldmobil.de/ueber-uns/garantiert-mobil>, [27.04.2022].
- Odenwald-Regional-Gesellschaft: <https://www.oreg.de>, [27.04.2022].
- Odenwald-Regional-Gesellschaft: <https://www.oreg.de/autofasten-im-odenwaldkreis-oreg-kooperiert-mit-dem-bistum-mainz-und-der-evangelischen-kirche-in-hessen-und-nassau/>, [27.04.2022].
- Odenwald-Regional-Gesellschaft: <https://www.oreg.de/breitbandnetz/>, [27.04.2022].
- Odenwald-Regional-Gesellschaft: www.oreg.de/obit, [29.4.2022].
- Ökoaktionsplan Hessen 2020.
- Ökomodellregion Hessen Süd: <https://www.oekomodellregionen-hessen.de/region/sued>, [28.4.2022].
- Pflegekonferenz Odenwaldkreis: [https://www.odenwaldkreis.de/index.php?id=195&tx_news_pi1\[news\]=3223&tx_news_pi1\[controller\]=News&tx_news_pi1\[action\]=detail&cHash=92279ea8874b6a61cf6408337f4b70fd](https://www.odenwaldkreis.de/index.php?id=195&tx_news_pi1[news]=3223&tx_news_pi1[controller]=News&tx_news_pi1[action]=detail&cHash=92279ea8874b6a61cf6408337f4b70fd), [27.04.2022].
- Präsentation Evaluationsworkshop, Rückblick LEADER-Förderperiode 2017-2020, IGO, 2021.
- Region Odenwald: <https://www.region-odenwald.de/ueber-uns/>, [03.05.2022].
- Regionaldossiers IWAK Frankfurt 2021: <http://www.regio-pro.eu/download/2021/>
- Regionaldossier_Odenwaldkreis_2021.pdf und <http://www.regio-pro.eu/download/2021/>
- Regionaldossier_Kreis_Bergstrasse_2021.pdf, [28.4.2022].
- Selbstdarstellung OREG: <https://www.oreg.de>, [28.4.2022].
- Selbstdarstellung WFB: www.wirtschaftsregion-bergstrasse.de, [28.4.2022].
- Sonderauswertung der Tourismusstatistik nach Destinationen 2014 bis 2018 für das Hessische Wirtschaftsministerium, Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden 2019.
- Stadtverwaltung Michelstadt: <https://www.michelstadt.de/cittaslow/cittaslow-kriterien/>, [27.04.2022].
- Unternehmensbefragung OREG 2019: <https://www.oreg.de/befragung-teil-4/>, [26.4.2022].
- VHS Odenwald: <https://vhs-odenwald.de>, [27.04.2022].
- VHS Odenwaldkreis: <https://vhs-odenwald.de/programm/sprachen>, [27.04.2022].

Vision Kreis Bergstraße: <https://www.vision.kreis-bergstrasse.de>, [27.04.2022].

Vision Kreis Bergstraße: [https://www.vision.kreis-bergstrasse.de/dialoge/digispace - uip-1](https://www.vision.kreis-bergstrasse.de/dialoge/digispace-uip-1), [27.04.2022].

Vision Kreis Bergstraße: <https://www.vision.kreis-bergstrasse.de/rad#uip-1>, [27.04.2022].

Vorderer Odenwald: www.vorderer-odenwald.de, [2.05.2022].

Was jetzt Odenwald: www.wasjetzt-odenwald.de, [28.4.2022].
Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Destination Bergstraße-Odenwald, ift GmbH 2020.

Wohnvision Bergstraße: <https://www.wohnvision-bergstrasse.de>, [27.04.2022].

Abbildungsverzeichnis

Grafik: Aktivierungsmaterialien, 2022, nonconform.

Grafik: Aus- und Einpendler, Pendleratlas (Datenstand Juni 2021): statistik.arbeitsagentur.de/DE/Navigation/Statistiken/Interaktive-Statistiken/Pendleratlas/PendleratlasNav.html, [16.5.2021].

Grafik: Branchenstruktur im Vergleich (Anteil der Beschäftigten in %), Hessische Gemeindestatistik 2021, Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden, 2021, Darstellung nonconform, 2022.

Grafik: Daten der Gebietskulisse
Darstellung nonconform, 2022.

Grafik: Die Vereinsarten im Odenwald auf Basis der Daten der Ehrenamtsagentur des Odenwaldkreises auf Anfrage der IGO (Stand Februar 2022), Darstellung nonconform, 2022.

Grafik: "Die LEADER-Region Odenwald in Hessen"
Darstellung nonconform, 2022

Grafik: „21 Gemeinden – Die LEADER-Region Odenwald“,
Darstellung nonconform, 2022.

Grafik: Gründe für die Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt zwischen 2019 und 2026:
http://www.regio-pro.eu/download/2021/Regionaldossier_Odenwaldkreis_2021.pdf und
http://www.regio-pro.eu/download/2021/Regionaldossier_Kreis_Bergstrasse_2021.pdf,
[26.4.2022], Darstellung nonconform, 2022.

Grafik: Regionalentwicklung Odenwald 2023-2027,
Darstellung IGO, 2022.

Grafik: Sozialversicherungspflichtige Beschäftigte (Datenstand: 30.6.2021):

www.statistikportal.de/de/stadt-land-zahl, [28.4.2021],
Darstellung nonconform, 2022.

Grafik: Mismatchprognose bis 2026 und im Vergleich bis 2024 (in %):
http://www.regio-pro.eu/download/2021/Regionaldossier_Kreis_Bergstrasse_2021.pdf, Darstellung nonconform, 2022.
Grafik: Prozessdesign Kreativprozess der LEADER-Region Odenwald, Darstellung nonconform, 2022.

Grafik: Qualifikationsstruktur aller Beschäftigten am Arbeitsort 2019 (in %):
http://www.regio-pro.eu/download/2021/Regionaldossier_Odenwaldkreis_2021.pdf,
Darstellung nonconform, 2022.

Grafik: Relatives Mismatch nach Qualifikationen bis 2026 (in %):
http://www.regio-pro.eu/download/2021/Regionaldossier_Kreis_Bergstrasse_2021.pdf
Darstellung nonconform, 2022.

Grafik: Zukünftige Zielgruppendefinition nach Sinus Milieus, Markenstrategie für die Destination Bergstraße-Odenwald, 2021 basierend auf der Quelle des Sinus Institut 2018.

Foto: Aufmerksamkeit erregen, Foto nonconform, 2022.

Foto: Ideenbar in Reichelsheim, Foto Adrian Zurborg, 2022

Screenshot: Digitale Ideenwand, screenshot, nonconform, 2022.

Titelbild und Rückseite: Hessische Verwaltung für Bodenmanagement und Geoinformation (Abgerufen April 2022), Darstellung nonconform, 2022.

