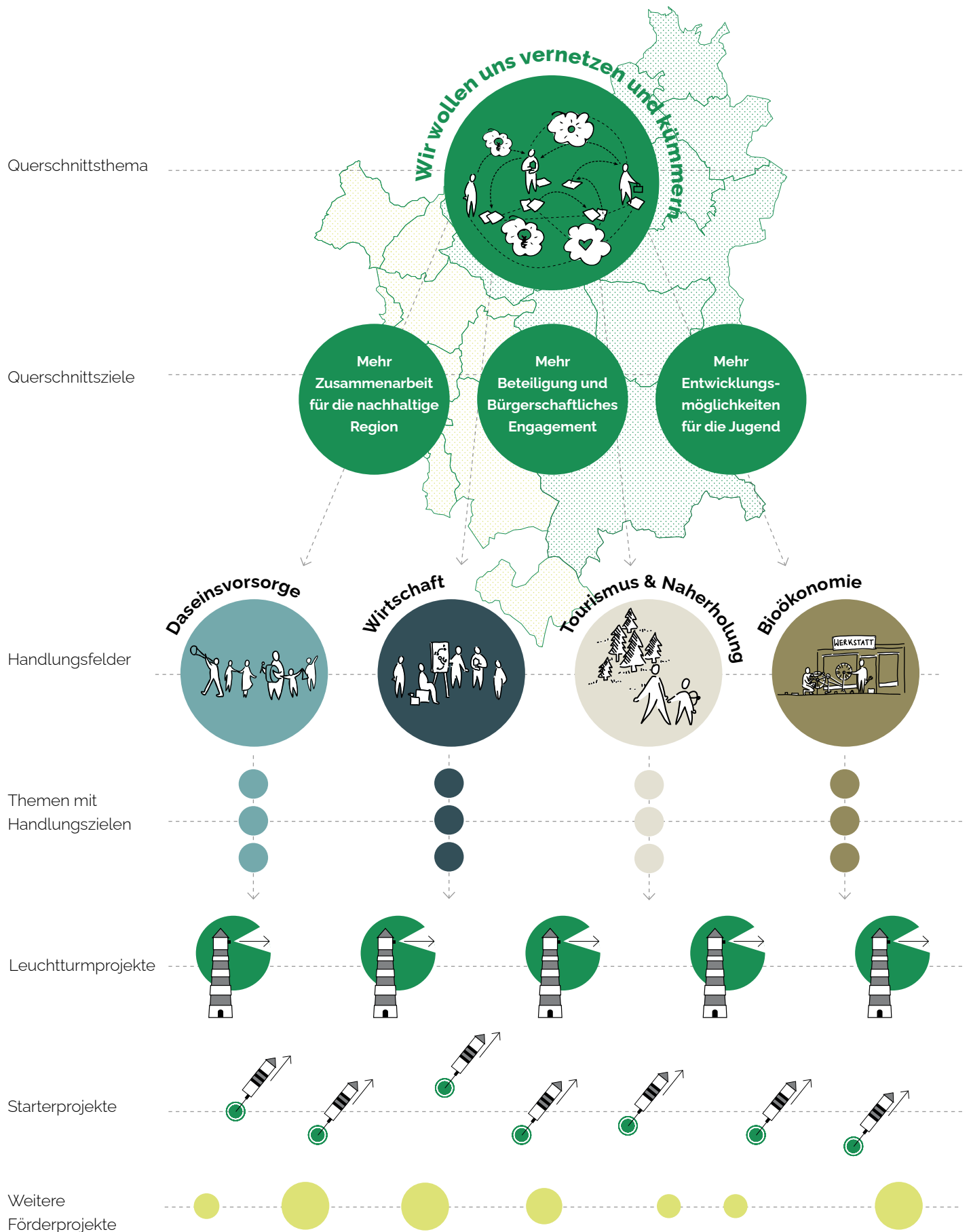
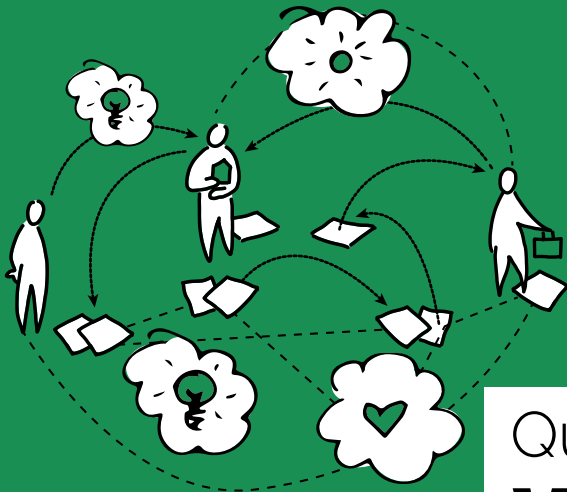


Die Region Odenwald unter einem Dach





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
<p>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.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aktivierte Leerstände 	23	2023
<p>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.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Zahl der Projekte 	1	2024
<p>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.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Zahl der Formate 	2	2024
<p>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.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Zahl der Beratungen 	50	2027
<p>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)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Zahl der Projekte 	5	2027
<p>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.</p>	<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

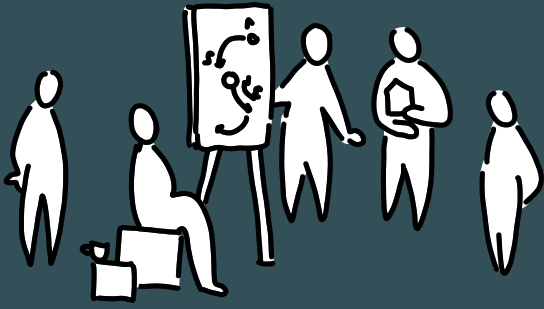
Informations- und Beratungsleistungen zur Entwicklung zeitgemäßer Mobilitätskonzepte sowie Förderung von Konzepten des regionalen ÖPNV und Investitionen in ergänzende Infrastruktur.

Handlungsziele	Indikator	Zielgröße	Zeit
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.)	<ul style="list-style-type: none"> Zahl der Projekte 	8	2026
1.3.2. Mobilitätsformen testen Förderung von Pilot- und Testprojekten in den Bereichen alternative Mobilitätsformen. (z.B. Radtage Odenwald, Test autonomer Odenwald-Bus)	<ul style="list-style-type: none"> Zahl der Projekte 	3	2027
1.3.3. Ausbau Radweg-begeleitende Infrastruktur Ausbau des Radwegenetzes und begleitender Infrastruktur wie z.B. Werkstätten, Rastplätze, Gastronomie, Ladesäulen, Fahrradleihstationen.	<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 Kleinstunternehmen Förderung von Neugründungen und Weiterentwicklungen von Kleinstunternehmen 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.

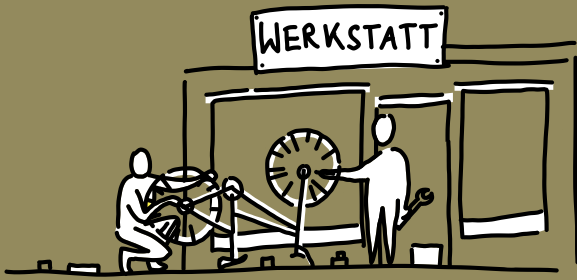
Als attraktive Region mit hohem Erholungsfaktor möchte der Odenwald sein Potenzial weiter ausschöpfen und den Tourismus als Wachstumsmotor für die Region begreifen. Einerseits kann der Tourismus neue ökonomische Perspektiven eröffnen und andererseits mit der Aufwertung der Infrastruktur dazu beitragen, 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