pro·t·in
berät·entwickelt·bewegt

2025

VERNETZUNG

Vernetzungskonzept Nördliches Osnabrücker Land

Stand: April 2025

AUFTRAGGEBERIN:
Lokale Aktionsgruppe LEADER-Region Nördliches Osnabrücker Land

c/o Geschäftsstelle
Samtgemeinde Bersenbrück
Lindenstraße 2
49593 Bersenbrück

AUFTRAGNEHMERIN:
pro-t-in GmbH
Schwedenschanze 50
49809 Lingen
www.pro-t-in.de

Kofinanziert von der Europäischen Union

Niedersachsen

Niedersachsen | Bremen | Hamburg
KLARA 2023–2027
Klima | Landwirtschaft | Artenvielfalt
regionale Akteur:innen

Inhalt

1 Einleitung 2
1.1 Projektverständnis 2
1.2 Regionale Abgrenzung 2
1.3 Prozessverlauf 3
2 Zielsetzungen und Zielgruppen 4
2.1 Zielsetzung des Vernetzungskonzeptes 4
2.2 Zielgruppen des Vernetzungskonzeptes 5
3 Ist-Analyse 6
3.1 Methodik der Ist-Analyse 6
3.2 Ergebnisse der Ist-Analyse 6
3.3 Benchmark-Analyse 17
3.4 Durchführung von Experteninterviews 22
4 Regionsprofil Nördliches Osnabrücker Land 23
4.1 Regionsprofil 23
4.1.1 Nördliches Osnabrücker WIRTSCHAFTSLand 24
4.1.2 Nördliches Osnabrücker LandLEBEN 25
4.1.3 Nördliches Osnabrücker KULTURLand 27
4.2 Online-Umfrage 28
4.2.1 Ziel der Online-Umfrage 28
4.2.2 Kommunikation der Online-Umfrage 28
4.2.3 Aufbau der Umfrage 28
4.2.4 Methodik und Zahlen der Umfrage 29
4.2.5 Ergebnisse der Online-Umfrage 30
5 Strategische Ausrichtung 35
6 Ableitung von Maßnahmen 36
6.1 Herleitungsgrundlage 36
6.2 Maßnahmen „Innenperspektive“ 37
6.3. Maßnahmen „Außenperspektive“ 40
7 Empfehlung für eine digitale Präsenz 41
7.1 Ziele und Anforderungen an die neue Webseite 41
7.2 Umsetzungsperspektiven 41
7.3 Relevante Themenbereiche 42
8 Fazit und Ausblick 42
Anhang 44

1 Einleitung

1.1 Projektverständnis

Das Nördliche Osnabrücker Land setzt sich aus den Samtgemeinden Bersenbrück, Artland, Fürstenau und Neuenkirchen sowie der Stadt Bramsche zusammen. Die LEADER-Region liegt zwischen den prosperierenden Regionen Emsland, Oldenburger Münsterland, Landkreis Vechta und der Stadt Osnabrück, wodurch sich eine Konkurrenzsituation um Fach- und Arbeitskräfte, Unternehmen, Familien und Gäste ergibt. Aufgrund dieser Konstellation besteht das Risiko, dass das Nördliche Osnabrücker Land mit seinen Stärken und Vorzügen kaum wahrgenommen wird. Eine weitere Herausforderung ergibt sich dadurch, dass die Region zum jetzigen Zeitpunkt über kein klar definiertes Profil bzw. keine klar definierte Identität verfügt, wodurch Wettbewerbsnachteile entstehen können.

Für das Projekt „Vernetzungskonzept“ wurde deshalb zunächst eine umfassende Regionsanalyse durchgeführt, auf deren Basis im nächsten Schritt ein Konzept zur Verbesserung der Wahrnehmung erarbeitet wurde. Hierfür fanden mehrere Workshops zur Analyse des Nördlichen Osnabrücker Landes statt, an denen Vertreter:innen aus der Region aus verschiedenen Disziplinen teilnahmen. Zudem wurden mehrere Experteninterviews geführt, um übergeordnete Stellen zu beteiligen und deren Perspektive auf die Potenziale einer regionalen Vernetzung zu erhalten. So konnten mittels der Experteninterviews Chancen und weitere Kooperationsmöglichkeiten sichtbar gemacht werden.

1.2 Regionale Abgrenzung

Das Nördliche Osnabrücker Land wird durch die heutige LEADER-Region definiert. Bis 1972 bestand die Region bereits als „Landkreis Bersenbrück“ und spiegelt sich heute noch in einigen Einteilungen wie z.B. dem Finanzamtsbezirk wider.

Die Region erstreckt sich über eine Fläche von 1.066 km² im nördlichen Teil des Landkreises Osnabrück. Westlich des Nördlichen Osnabrücker Landes liegt das Emsland, östlich der Landkreis Vechta und nördlich der Landkreis Cloppenburg. Südlich des Nördlichen Osnabrücker Landes befindet sich mit der Stadt Osnabrück ein wichtiges Oberzentrum.

Im Nördlichen Osnabrücker Land ist mit dem Niedersachsenpark der größte Gewerbepark Niedersachsens angesiedelt, der ein breites Portfolio an Unternehmen und ein sehr diverses Branchenumfeld aufweist. Der Gewerbepark hat eine erhebliche Auswirkung auf die wirtschaftliche Entwicklung der Region, bringt jedoch auch Herausforderungen mit sich. Ohne ein klares Konzept für branchenübergreifende Kommunikation und Vernetzung bleiben wichtige Potenziale ungenutzt.

1.3 Prozessverlauf

Während des Projektes wurden verschiedene Phasen durchlaufen, um die Charakteristika des Nördlichen Osnabrücker Landes zu erfassen und Möglichkeiten zu erarbeiten, diese nutzbar zu machen.

Zum Auftakt erfolgte eine Multiplikatoren-Beteiligung im Rahmen eines Kick-Off-Workshops. Dieser Schritt diente der Einbeziehung der verschiedenen Akteursgruppen in das Projekt, dem Erfahrungsaustausch untereinander und der Konkretisierung der Ziele.

Anschließend wurde eine Bestandsaufnahme durchgeführt, die sich in folgende Bereiche gliederte:

- Tourismus
- Kultur
- Soziales
- Wirtschaft
- Bildung
- Gesundheit
- Infrastruktur
- Kommunikation

Für eine vertiefende Betrachtung der Region wurden neben einer Benchmark-Analyse Experteninterviews mit der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Landkreises Osnabrück (WIGOS, Peter Vahrenkamp), der Industrie- und Handelskammer Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim (IHK, Christian Weßling), der Handwerkskammer Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim (HWK, Peter Beckmann) und der Kreissparkasse Bersenbrück (Bernd Heinemann, Lars Pfeilsticker) durchgeführt, um deren Einschätzungen zum Projekt einzubeziehen und Überschneidungspotenziale auszuarbeiten.

Als Bestandteil der Potenzialanalyse wurden anschließend Workshops mit Stakeholdern der Region zur Ausarbeitung von Regionsprofilen durchgeführt. Diese bildeten die Grundlage zur Ableitung potenzieller Maßnahmenbereiche. Um die erarbeiteten Regionsprofile abzugleichen und weitere Bewertungen einzuholen, wurde ergänzend eine Befragung der Fach- und Arbeitskräfte in den Unternehmen durchgeführt.

In der Konzept- und Erarbeitungsphase wurden relevante Maßnahmen identifiziert und zu Maßnahmenpaketen zusammengeführt, die die Region nach innen und perspektivisch auch nach außen stärken. Die Maßnahmenpakete wurden anschließend priorisiert und konkretisiert. Als zentrale Maßnahme wurde eine Verbesserung der Netzwerkstrukturen herausgearbeitet. Darüber hinaus soll die Außendarstellung der Region durch eine Webpräsenz verbessert werden, deren Ausrichtung und inhaltliche Ausgestaltung im Rahmen des Prozesses entwickelt wurde. Hierfür war eine Ziel- und Zielgruppendefinition ebenso notwendig wie eine Konkretisierung, über welche Strategie und Inhalte diese Zielgruppen erreicht werden.

Im letzten Schritt wurden die Ergebnisse zusammengetragen und in einer abschließenden Ergebnispräsentation vorgestellt.

Das Vernetzungskonzept für das Nördliche Osnabrücker Land gliedert sich eng an dem Prozessverlauf. Zunächst werden Ziele und Zielgruppen definiert, ehe eine Bestandsaufnahme folgt.

2 Zielsetzungen und Zielgruppen

2.1 Zielsetzung des Vernetzungskonzeptes

Im Rahmen des Kick-Off-Workshops wurde neben der Klärung des Projektansatzes eine Zielperspektive entwickelt: Das Nördliche Osnabrücker Land soll primär nach innen gestärkt werden. Dies bezieht sich insbesondere auf die Vernetzung der unterschiedlichen Branchen und Unternehmen miteinander.

Die Teilnehmenden des Kick-Off-Workshops haben zudem herausgestellt, dass das Nördliche Osnabrücker Land als Region insgesamt sichtbarer werden muss. Dies gilt sowohl für die Innenperspektive, bei der die Kommunikation mit den Einwohnenden gestärkt werden soll, als auch für die Außensicht, bei der Unternehmen, Fach- und Arbeitskräfte sowie Investoren angesprochen werden sollen. Als weiteres Ziel wurde die Stärkung der Identifikation mit der Region definiert.

Aus den Ergebnissen des Workshops wurden vier Zieldimensionen entwickelt:

- Profil- und Identitätsentwicklung nach innen wie auch außen
- Sichtbarkeit der Stärken und Chancen der Region erhöhen
- Sicherung und Gewinnung von Fach- und Arbeitskräften
- Interdisziplinäres Denken als Selbstverständlichkeit

Mit dem Ziel der Profil- und Identitätsentwicklung wird vorrangig eine Stärkung der Identifikation der Bevölkerung mit der Region verfolgt. Hierfür bedarf es der Ausarbeitung des eigenen Profils bzw. der eigenen Identität. Es soll die Frage beantwortet werden, wofür das Nördliche Osnabrücker Land steht und was es auszeichnet. Damit verknüpft ist die Entwicklung identitätsstiftender Charakteristika, die den Bewohner:innen und potenziellen Neubürger:innen zeigen, welche Mehrwerte „ihr“ Nördliches Osnabrücker Land bietet. Gäste im Nördlichen Osnabrücker Land stellen eine ergänzende Zielgruppe dar, die durch die Attraktivität und Vielfalt an sehenswerten Orten und Aktivitäten positiv überrascht und zu einem erneuten Besuch angeregt werden sollen. Ihr Empfehlungsmarketing zur Region soll darüber hinaus zusätzliche Gäste anziehen.

Ein weiteres Ziel fokussiert die Sichtbarkeit der Stärken und Chancen der Region. Ausgehend von der Profil- und Identitätsentwicklung sollen diese Faktoren stärker in den Fokus rücken. Ein wichtiges Element bildet dabei die Netzwerkarbeit. Akteur:innen sollen die Mehrwerte der Netzwerkarbeit aufgezeigt und die Chancen einer dauerhaften Zusammenarbeit vermittelt werden. Innerhalb des Nördlichen Osnabrücker Landes sollen die kommunalen Grenzen gedanklich aufgelöst werden, um den Regionsgedanken zu stärken. Im Hinblick auf die touristische Entwicklung können dadurch sowohl die Region Nördliches Osnabrücker Land als auch die Destination Osnabrücker Land insgesamt gestärkt hervorgehen.

Um den bestehenden Fach- und Arbeitskräftepool zu sichern und neue Arbeitskräfte zu gewinnen, ist es wichtig das Nördliche Osnabrücker Land als lebenswerte Wirtschaftsregion herauszuarbeiten und die Stärken der Region zu kommunizieren. Dabei sind die Faktoren für eine erfolgreiche Positionierung im Wettbewerb aufzudecken und Lücken im Angebot, wie etwa im öffentlichen Nahverkehr, zu betrachten.

Um innerhalb der Region weitere Stärken zu erarbeiten und sichtbar zu machen, muss interdisziplinärer gedacht und mehr zwischen den unterschiedlichen Branchen kommuniziert werden. Dies kann mithilfe von Austauschportalen gelingen, über die Schnittstellen neu geschaffen werden. Neben der Ausrichtung der Portale auf Wirtschaft und Unternehmen bietet sich dieser Austausch auch für unterschiedliche gesellschaftliche Gruppen an, deren Kommunikation untereinander gestärkt werden soll.

2.2 Zielgruppen des Vernetzungskonzeptes

Innerhalb des Projektes „Vernetzungskonzept“ werden verschiedene Ziel- und Anspruchsgruppen in den Blick genommen, auf die im Folgenden näher eingegangen wird.

Zielgruppendefinition

Aus der Definition in Kap. 2.1 geht als ein grundlegendes Ziel des Projektes die Vernetzung des Nördlichen Osnabrücker Landes hervor. Hierfür wird unter anderem die regionale Bevölkerung adressiert. Über die Ansprache der Einheimischen soll eine höhere Identifikation mit dem Nördlichen Osnabrücker Land erreicht werden. Weiterhin wird die Vernetzung zwischen den Unternehmen, den Verbänden und den Vereinen angestrebt. Aus dieser Zusammenarbeit kann eine höhere Wirtschaftsleistung resultieren, von der alle Zielgruppen profitieren.

Über die Verbesserung der Kommunikation und Präsenz nach außen können weitere positive Auswirkungen für die Region erreicht werden. Es sollen sowohl Rückkehrende als auch neue Fach- und Arbeitskräfte sowie Unternehmen angesprochen werden, die sich im Ergebnis im besten Fall (wieder) im Nördlichen Osnabrücker Land ansiedeln.

Darüber hinaus können potenzielle Gäste mit einer verbesserten Außendarstellung zu einer Reise in die Region motiviert werden. Da das Nördliche Osnabrücker Land touristisch sowohl der Tourismusgesellschaft Osnabrücker Land mbH als auch dem Zweckverband Erholungsgebiet Hasetal zuzuordnen ist, ergeben sich hier bereits vielfältige strategische wie auch operative Grundlagen. Insofern betrachtet das Vernetzungskonzept die Zielgruppe „Gäste“ nicht im Speziellen, indirekt werden die erarbeiteten Ansätze aber positive Effekte auf Gästezahlen in der Region haben.

Anspruchsgruppen

Neben den Zielgruppen sind für das Vernetzungskonzept Anspruchsgruppen definiert worden. Im Gegensatz zu ersteren übernehmen die Anspruchsgruppen, die sich durch Schnittstellen in der Konzeption, Planung und Umsetzung des Projektes ergeben, bereits in der Konzeptphase eine aktive Rolle und leisten einen Beitrag zur strategischen und operativen Ausrichtung. Bei den Workshops und in der Kommunikation bilden die Wirtschaftsförderungen eine essenzielle Anspruchsgruppe. Sie stellen eine wichtige Kontaktstelle zu den Unternehmen, den Unternehmensverbänden und den Tourismusinstitutionen dar.

Die Vertreter:innen aus Wirtschaft, Handel und Handwerk nehmen bei diesem Projekt eine besonders wichtige Rolle ein. Um darüber hinaus die verschiedenen Verbände und Vereine und deren Positionen innerhalb des Vernetzungskonzeptes bestmöglich abbilden zu können, werden die Sozialverbände, die Gewerbevereine sowie die Kulturvereine am Austausch beteiligt. Für den Bildungssektor werden diverse Bildungsträger in das Projekt

eingebunden. Diese breite Beteiligung zeigt sich letztlich auch in der Ist-Analyse, die verschiedene relevante Themen beleuchtet.

3 Ist-Analyse

3.1 Methodik der Ist-Analyse

Die Ist-Analyse des Nördlichen Osnabrücker Landes wurde durch einen vielschichtigen und sorgfältig abgestimmten methodischen Ansatz realisiert, um die Stärken, Herausforderungen und Besonderheiten der Region differenziert darzustellen. Dabei lag der Fokus auf den Bereichen Tourismus, Wirtschaft, Kultur, Soziales, Infrastruktur, Bildung, Gesundheit und Kommunikation. Ziel war es, ein umfassendes, praxisorientiertes und zukunftsweisendes Bild der Region zu erarbeiten.

Die gewonnenen Erkenntnisse wurden thematisch in die zentralen Handlungsfelder gegliedert, um eine strukturierte Betrachtung zu gewährleisten. Dabei wurde bewusst auf eine kommunale Ebene verzichtet, um die übergeordnete Perspektive zu wahren und den regionalen Ansatz des Konzepts zu unterstreichen.

Ein wesentlicher Bestandteil der Methodik war die aktive Einbindung lokaler Akteur:innen, deren Expertise und Perspektiven maßgeblich zur Praxisnähe der Analyse beitrugen. Im Rahmen partizipativer Verfahren, darunter Befragungen und moderierte Diskussionsrunden, wurde ein vielschichtiges Meinungsbild erhoben.

Darüber hinaus wurde die geografische Beschaffenheit und demografische Struktur der Region untersucht. Hierbei standen Aspekte wie geschützte Naturzonen sowie infrastrukturelle Besonderheiten im Vordergrund. Zusätzlich wurden zentrale demografische Parameter wie Bevölkerungsdichte, Migrationsströme und Pendlerbewegungen ausgewertet, um fundierte Aussagen zur wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung der Region treffen zu können.

Die abschließende Datenaufbereitung erfolgte durch statistische Auswertungen und Benchmark-Analysen. Dabei wurden Schlüsselkennzahlen aufbereitet und kritisch interpretiert. Ergänzend wurden herausragende regionale Anziehungspunkte gezielt hervorgehoben, um die Authentizität und Attraktivität der Region exemplarisch darzustellen.

Dieser methodische Ansatz gewährleistet eine differenzierte und praxisnahe Analyse, die sowohl auf empirischen Daten als auch auf wertvollen Erfahrungswerten basiert. Die Methodik schafft damit eine solide Grundlage, um die Potenziale des Nördlichen Osnabrücker Landes präzise zu identifizieren und deren strategische Entwicklung effektiv zu fördern.

3.2 Ergebnisse der Ist-Analyse

Die Region Nördliches Osnabrücker Land zeichnet sich durch eine enge Verbundenheit aus. Diese Verbundenheit wird bei der Analyse der Ist-Situation an vielen Stellen sichtbar. Gleichzeitig ist die Region geprägt durch kleinräumliche Strukturen, die sich durch die Charakteristik der Samtgemeinden begründet. Für die Bestandsaufnahme zum Vernetzungskonzept Nördliches Osnabrücker Land wird eine übergeordnete Betrachtung gewählt, die dem regionalen Ansatz des Konzeptes entspricht. Dabei

werden die Kernaussagen für die Region herausgestellt und um entsprechende Erläuterungen und Daten ergänzt. Die Variante einer Ist-Analyse auf kommunaler Ebene wird nicht verfolgt.

Tourismus

Campingplatz Alfsee als Hauptanziehungsort für Übernachtungstouristen

Das Nördliche Osnabrücker Land ist im touristischen Kontext Bestandteil der beiden Teildestinationen des Osnabrücker Landes Erlebnisregion Artland und Varusregion und wird überregional durch die Tourismusgesellschaft Osnabrücker Land mbH vermarktet. Es gibt Arbeitsgemeinschaften in der Erlebnisregion Artland, die touristische Projekte begleiten und umsetzen. Des Weiteren wird das Gebiet durch den Zweckverband Erholungsgebiet Hasetal vertreten.

Flächendeckend stehen Touristen und Einheimischen direkte Ansprechpartner:innen in den Tourist-Informationen Bramsche, Bersenbrück, Alfsee, Fürstenau und Artland zur Verfügung.

Der Alfsee ist mit freizeittouristischen Angeboten wie der Wasserskianlage und Einrichtungen der Alfsee GmbH mit Campingplatz, Alfensauna und Germanenland ein bevorzugter Anziehungspunkt. Neben dem Alfsee verfügt die Region Nördliches Osnabrücker Land flächendeckend über Stellplatzmöglichkeiten für Wohnmobile und zeigt sich so als attraktiver Standort für diese touristische Zielgruppe.

Auf den Punkt gebracht:

- ➔ 304.555 Übernachtungen und 113.584 Gästeankünfte im Nördlichen Osnabrücker Land
- ➔ Aufenthaltsdauer der Gäste von durchschnittlich 2,68 Tagen pro Gast
- ➔ 67% davon in Rieste:
  - 2023: 61.806 Gästeankünfte und 211.192 Gästeübernachtungen

https://www1.nls.niedersachsen.de/statistik/html/

Naturerlebnis Nördliches Osnabrücker Land – der Natur- und Geopark TERRA.vita bietet ein naturnahes Erlebnis in den Bereichen Wandern, Radfahren und Umweltbildung

Das Nördliche Osnabrücker Land bietet ein vielfältiges naturnahes Angebot für Gäste und Einwohner:innen. Ein wichtiger Bestandteil des naturnahen Angebotes ist der Natur- und Geopark TERRA.vita, der weite Teile des Nördlichen Osnabrücker Landes abdeckt. Er erstreckt sich zwischen dem nördlichen Teutoburger Wald, dem Wiehengebirge und den Ankumer Höhen. Er beinhaltet verschiedene Schutzzonen, wie das EU-Vogelschutzgebiet Alfsee. Im Natur- und Geopark TERRA.vita besteht ein umfangreiches Wanderangebot, das durch die Qualitätsoffensive Wandern mit vielen TERRA.tracks aufgewertet wurde. Zudem verlaufen in der Region überregionale Wanderwege wie der Hünenwanderweg und der DiVa-Walk. Auch der Campingplatz Alfsee bietet als Urlaubsort seinen Gästen mit dem angrenzenden Naturschutzbildungszentrum Alfsee ein naturnahes Erlebnis. Sowohl im Naturschutzbildungszentrum als auch auf Erlebnispfaden in der Region werden Kindern und Jugendlichen naturnahe Bildungserlebnisse geboten. Dieses Portfolio wird durch die Lernstandorte Kuhlhoff, Grafelder Moor/Stift Börstel und weitere ergänzt.

Für Radfahrende im Nördlichen Osnabrücker Land besteht ein vielfältiges Angebot an Radtouren, die über das Radverkehrsleitsystem Osnabrücker Land (RAVELOS)

ausgewiesen werden. Mit dem über 300 km langen Radfernweg Hase-Ems-Tour wird ein attraktives touristisches Angebot vorgehalten. Die Samtgemeinden Fürstenau, Bersenbrück und Artland werden zudem durch die ADFC-zertifizierte Artland-Radtour verbunden.

Kultur

Kulturschatz Artland als prägendes Element

Das Nördliche Osnabrücker Land zeichnet sich durch seine landwirtschaftlich geprägte Kulturlandschaft aus. Diese zeigt sich unter anderem in den „Artlandhöfen“, die als historische Fachwerkhäuser oftmals denkmalgeschützt sind und als „Kulturschatz Artland“ bezeichnet werden. Im Nördlichen Osnabrücker Land wird als immaterielles Kulturgut das „Osnabrücker Platt“ bewahrt. Dieses spiegelt sich in den Angeboten verschiedener Theatergruppen wider, die regelmäßig plattdeutsche Aufführungen durchführen. Darüber hinaus gibt es in der Samtgemeinde Artland wie auch in der Samtgemeinde Bersenbrück einen Kulturring, der das kulturelle Leben maßgeblich mitgestaltet.

Regionale Geschichte wird sichtbar gemacht

Die Varusschlacht im Osnabrücker Land mit dem Museum und Park Kalkriese ist eine zentrale kulturelle Einrichtung in der Region. Hier stehen Angebote für Familien, Erwachsene wie auch Schulklassen und Gruppen zur Auswahl. Vor Ort werden zudem Forschung betrieben und Ausgrabungen durchgeführt. In Bippen besteht mit dem HaiTec-Zentrum ein weiteres Angebot für Schulklassen zur Weiterbildung über die Weltmeere. In Bersenbrück können sich Gäste im „Museum im Kloster“ in einer Dauer- und in wechselnden Ausstellungen über regionalgeschichtliche Besonderheiten informieren. Weitere Highlights der Region bilden das aus dem 14. Jahrhundert stammende Schloss Fürstenau oder das Gut Vehr in Quakenbrück. Im Tuchmacher-Museum Bramsche wird die Geschichte der Wollverarbeitung und Tuchmachergilde erzählt. Insgesamt präsentiert sich die Region kulturell breit aufgestellt. Neben den oben aufgeführten musealen Highlights gibt es weitere Einrichtungen, die einen Einblick in die Geschichte sowie in einzelne Themenbereiche geben.

Traditionelle Feste und sportliche sowie musikalische Veranstaltungen

Das Nördliche Osnabrücker Land bietet Einheimischen und Gästen im Sommer viele Schützenfeste, Stadt- und Dorffeste sowie Jahrmärkte. Im Winter wird darüber hinaus eine Vielzahl an Weihnachtsmärkten veranstaltet.

Mit der Artland Arena Quakenbrück liegt im Norden des Nördlichen Osnabrücker Landes eine Mehrzweckhalle mit einer Kapazität von rund 3.000 Plätzen, die neben Basketball ein breites Angebot an Veranstaltungen bietet. Das Reggae Jam in Bersenbrück hat sich zu einem überregionalen Festival entwickelt, das jährlich zahlreiche Gäste in die Region lockt. Mit den Quakenbrücker Musiktagen, dem Musiksommer Artland und dem Sommerkulturprogramm Bramsche bietet die Region weitere attraktive musikalische Angebote. Zudem bestehen in vielen Gemeinden Chöre, Gesangsvereine oder Musikschulen.

Soziales

Hohe Bedeutung des Ehrenamtes als Kennzeichen

Besonders auffällig ist die hohe Anzahl an Ehrenamtskoordinator:innen, die im Nördlichen Osnabrücker Land tätig sind. Dies zeigt sich in vielen Ortsvereinen, die soziale Projekte in der Willkommenskultur gegenüber Geflüchteten begleiten. In der Samtgemeinde Artland wird die App „Integreat“ genutzt, um Geflüchteten die Integration zu erleichtern und sich über die lokalen Themen und Angebote zu informieren. Mithilfe dieser App und einer gelebten Nachbarschaftshilfe soll Zugezogenen die Eingewöhnung und Eingliederung vereinfacht werden. Die Samtgemeinde Artland und die Stadt Bramsche wurden bereits mit dem Titel „Ausgezeichneter Wohnort für Fachkräfte“ von der IHK ausgezeichnet, bei der unter anderem Projekte für Neubürger eine wichtige Rolle spielen. Innerhalb der Bevölkerung besteht ein guter Austausch zwischen den Generationen. Dieser wird durch Projekte wie „Alt trifft Jung AG“ und „Oma/Opa erzähl doch mal“ gestärkt.

Sozialverbände einen die Region

Im Nördlichen Osnabrücker Land bestehen mehrere soziale Einrichtungen mit vielen regionalen Standorten. Die Caritas Nordkreis Pflege ist wie die Heilpädagogische Hilfe Bersenbrück ein wichtiger Ansprechpartner für Pflege- oder Hilfebedürftige in der Region. Bei der Heilpädagogischen Hilfe Bersenbrück werden Menschen mit geistigen und psychischen Beeinträchtigungen unterstützt. Dort wird zudem eine schulische Förderung angeboten.

Auf den Punkt gebracht:

- ➔ Caritas Nordkreis Pflege über 700 Mitarbeitende
- ➔ Heilpädagogische Hilfe Bersenbrück mit rund 30 Einrichtungen und Diensten in der Region

https://www.nordkreis-pflege.de/ueber-uns.html

Junge Bevölkerungsschicht demografisch stark vertreten

Die Demografie der Region zeichnet sich durch eine sehr heterogene Altersstruktur aus, wobei besonders die junge Personengruppe unter 18 Jahren überdurchschnittlich häufig vertreten ist.

Das Nördliche Osnabrücker Land ist eine beliebte Region für Zugezogene und weist in allen Altersgruppen ein positives Wanderungssaldo auf. In der Altersgruppe der 30- bis 50-jährigen ist das Wanderungssaldo besonders hoch. Auch insgesamt ist die Bevölkerungszahl im Nördlichen Osnabrücker Land in den letzten Jahren gestiegen.

Die einwohnerstärkste Kommune im Nördlichen Osnabrücker Land ist die Stadt Bramsche, dicht gefolgt von der Samtgemeinde Bersenbrück. Nach Einwohnenden folgen die Samtgemeinden Artland, Fürstenau und Neuenkirchen.

Auf den Punkt gebracht:

Einwohnerzahl:

- ➔ Bramsche: 32.179
- ➔ Samtgemeinde Bersenbrück: 31.108
- ➔ Samtgemeinde Artland: 24.260
- ➔ Samtgemeinde Fürstenau: 16.398
- ➔ Samtgemeinde Neuenkirchen: 10.406

Bevölkerungsdichte (Einw. je qm²):

- ➔ Bramsche 175,5
- ➔ Samtgemeinde Artland: 128,1
- ➔ Samtgemeinde Bersenbrück: 121,8
- ➔ Samtgemeinde Fürstenau: 73
- ➔ Samtgemeinde Neuenkirchen: 68

Altersstruktur:

- ➔ 19,5% unter 18 Jahren
- ➔ 13,6% zwischen 18 und 30 Jahren
- ➔ 24,5% zwischen 30 und 50 Jahren
- ➔ 22,2% zwischen 50 und 65 Jahren
- ➔ 20,1% älter als 65 Jahre

https://dashboard.regio-gmbh.de/ksk-bersenbrueck/#?year=2023

Wirtschaft

Niedersachsenpark als Standort starker Unternehmen

Der interkommunale „Niedersachsenpark“ in den Gemeinden Rieste und Neuenkirchen-Vörden hat einen großen wirtschaftlichen Einfluss auf die Region und liegt im Grenzgebiet der LEADER-Regionen Nördliches Osnabrücker Land und Vechta. Der „Niedersachsenpark“ ist der größte interkommunale Industrie- und Gewerbepark Niedersachsens, in dem sich bereits 78 Unternehmen ansiedelten. Aber auch die anderen Samtgemeinden und die Stadt Bramsche bieten ein breites Angebot an Industrie- und Gewerbeflächen. Ein interkommunaler Ansatz wird beispielsweise auch in der Gemeinde Badbergen (Samtgemeinde Artland) verfolgt. Gemeinsam mit der benachbarten Stadt Dinklage im Landkreis Vechta wird ein interkommunaler Gewerbepark angestrebt.

Um den Austausch der Unternehmen im Nördlichen Osnabrücker Land zu stärken, findet der Unternehmenstag statt. Für junge Menschen wird die Auszubildenen-Messe veranstaltet, um diese in der Region zu halten.

Viele der in der Region ansässigen Unternehmen sind mit ihrer Spezialisierung in Europa oder weltweit marktführend und sorgen im Zusammenspiel mit anderen Betrieben für eine überdurchschnittliche Beschäftigungsquote. Einen wichtigen infrastrukturellen Faktor stellt die Versorgung mit erneuerbaren Energien dar, auf die in der Region Nördliches Osnabrücker Land verstärkt gesetzt wird. Hier liegt der Fokus auf Photovoltaik und Windkraft.

Hohe Branchendiversität in der Region gibt Stabilität

Die Wirtschaft im Nördlichen Osnabrücker Land zeichnet sich durch eine diverse Struktur aus. Neben landwirtschaftlichen Betrieben, die historisch bedingt überdurchschnittlich stark vertreten sind, kommen die größten Arbeitgeber aus den Branchen Gesundheit, Lebensmittel, Maschinenbau, Handel und Forschung. Diese Diversität der Unternehmen gibt der Region wirtschaftliche Stärke, weil sie auf mehreren Standbeinen fußt. Dies zeigt sich unter anderem in den Anteilen der Sozialversicherungspflichtig-Beschäftigten nach Wirtschaftsbereichen.

Viele Auspendler in der Region

Aufgrund der ländlichen Lage zeichnet sich die Region eher durch Auspendler aus. Dies ist für ländliche Räume nicht unüblich. Die meisten Auspendler hat die Stadt Bramsche, dicht gefolgt von der Samtgemeinde Bersenbrück, was sich durch die Nähe zur Stadt Osnabrück und dem interkommunalen Gewerbepark Niedersachsenpark erklärt. Die meisten Einpendler in absoluten Zahlen haben ebenfalls die Samtgemeinde Bersenbrück und die Stadt Bramsche, was durch dort ansässige große Arbeitgeber und Gewerbegebiete begründet ist.

Auf den Punkt gebracht:

- ➔ 2,2% SVP-Beschäftigte in der Land-, Forst- und Fischereiwirtschaft
- ➔ 36,6% SVP-Beschäftigte im Produzierenden Gewerbe
- ➔ 23,2% SVP-Beschäftigte in Handel, Verkehr und Lagerei, Gastgewerbe
- ➔ 38,0% SVP-Beschäftigte in Sonstigen Dienstleistungen
- ➔ Pendlersaldo: 10.356 Pendler

LSN-Online (Stand 30.06.2020)

Bildung

Hohe Grundschuldichte und überregionaler Berufsbildungsstandort in der Region

Das Nördliche Osnabrücker Land gehört zur Bildungsregion Landkreis Osnabrück, die mit Projekten wie QualiVIT, Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) und weiteren Projekten Bildungsangebote bereit stellt und koordiniert.

Um Bildungsprojekte zu unterstützen, stellt die „Region des Lernens Osnabrücker Nordkreis e.V." einen Bildungsfonds zur Förderung des Übergangs zwischen Schule und Beruf zur Verfügung. Zu dieser Region zählt neben dem Nördlichen Osnabrücker Land auch die Gemeinde Wallenhorst. Über den Fonds wurden durchschnittlich jährlich 25 Bildungsprojekte mit einer Gesamtsumme von 20.000 € pro Jahr gefördert.

Die Klärung beruflicher Ziele junger Menschen steht im Landkreis Osnabrück im Fokus des Handlungsfelds „Ausbildungslotsen". Diese Ausbildungslotsen arbeiten auch im Nördlichen Osnabrücker Land und stellen Schnittstellen zwischen jungen Menschen und Unternehmen mit freien Ausbildungsstellen her. Sie begleiten die 15- bis 26-jährigen und sind Ansprechpartner:innen für die Übergangszeit vom Ende der Ausbildung bis zu einer Anschlussbeschäftigung.

Das Nördliche Osnabrücker Land bietet mit 31 Grundschulen und 13 weiterführenden Schulen eine hohe Zahl an Schulstandorten an. Die meisten befinden sich in der Stadt Bramsche und in der Samtgemeinde Bersenbrück. Der Sitz der Berufsbildenden Schulen in der Samtgemeinde Bersenbrück mit über 1.000 Schüler:innen sticht in der Schullandschaft besonders heraus. Die Samtgemeinde Fürstenau beheimatet mit der Integrierten Gesamtschule ebenfalls mehr als 1.000 Schüler:innen und stellt damit eine wichtige Säule der Bildung dar. Zudem gibt es im Nördlichen Osnabrücker Land drei Förderschulen und ein vielfältiges Angebot an Fachschulen für die Bereiche Physiotherapie, Krankenpflege, Diätassistenz und Podologie.

Möglichkeiten für ein Studium bieten das Christliche Krankenhaus Quakenbrück mit dem dualen Pflegestudiengang zum „Bachelor of Science" sowie seit 2022 das Deutsche Institut für Lebensmitteltechnik e.V. mit dem Masterstudiengang „Food Process and Product Engineering" in Kooperation mit der Tierärztlichen Hochschule Hannover.

Schüler:innen können sich bei Besuchen des „pfiffikus Bildungs-Campus" an der Oberschule Artland in Quakenbrück über Ausbildungsberufe und Berufsperspektiven informieren und mit potenziellen Arbeitgebern ins Gespräch kommen.

Auf den Punkt gebracht:

- Bildungsfonds zur Förderung des Übergangs zwischen Schule und Beruf fördert jährlich bis zu 25 Bildungsprojekte mit einem Gesamtbudget von 20.000€
- 31 Grundschulen
- 1 Hauptschule
- 5 Oberschulen
- 1 Haupt – und Realschule
- 1 Realschule
- 2 Integrierte Gesamtschulen
- 3 Gymnasien
- Sitz der Berufsbildenden Schulen in der Samtgemeinde Bersenbrück mit über 1000 Schüler:innen
- 4 Förderschulen

https://www.landkreis-osnabrueck.de/sites/default/files/2024-09/03.09.2024-verzeichnis-aller-schulen-im-lkos-stand-01.08.2024-_0.pdf

Gesundheit

Dezentrale medizinische Versorgung

Das Nördliche Osnabrücker Land ist geprägt von einer dezentralen medizinischen Versorgung. Bis vor wenigen Jahren existierten in der Region mit den Niels-Stensen-Kliniken in Bramsche und Ankum sowie dem Christlichen Krankenhaus Quakenbrück drei Häuser. Zwischenzeitlich wurde das Klinikum in Ankum aufgelöst und als Regionales Gesundheitszentrum ausgewiesen. Die wichtige Geburtshilfe ist zum Christlichen Krankenhaus Quakenbrück übergegangen, das sich mittlerweile zum Schwerpunktkrankenhaus entwickelt. Daneben legt die Niels-Stensen-Klinik mit ihrem Standort in Quakenbrück einen Schwerpunkt auf die seelische Gesundheit. Die notärztliche Versorgung wird über ihren Standort in Bramsche gewährleistet. Mit der Klinik für Psychiatrie und Psychotherapie sowie der Klinik für Psychosomatische Medizin und Psychotherapie wird ein wichtiger Beitrag für die Gesundheitsversorgung der Region geleistet. Zudem besteht vor Ort eine Station für Innere Medizin.

Im Medizinischen Versorgungszentrum Ankum werden die Fachrichtungen Chirurgie, Orthopädie sowie Innere Medizin angeboten.

Obwohl sich das Nördliche Osnabrücker Land noch durch eine dezentrale medizinische Alltagsversorgung auszeichnet, sind die bestehenden Strukturen vor Herausforderungen und Nachfolgeprobleme gestellt. Die Facharztversorgung konzentriert sich, wie auch bei den größeren Einrichtungen, auf die Hauptorte der Region.

Aufgrund der ländlichen Struktur des Nördlichen Osnabrücker Landes können Versorgungswege von den Rettungsleitstellen länger ausfallen. Dieser Problematik wird in der Region durch Mobile Retter entgegengewirkt. Diese übernehmen im Notfall die ortsnahe Erstversorgung und bilden ein dichtes Netz im Nördlichen Osnabrücker Land.

Ein offenes Ohr und Beratungsangebote für Menschen, die Hilfe brauchen

Die Caritas Nordkreis Pflege GmbH ist eine wichtige soziale Akteurin im Nördlichen Osnabrücker Land. Als Zusammenschluss von ambulant betreuten Hausgemeinschaften, ambulanten Pflegediensten, Tagespflegen und Seniorenheimen übernimmt sie vielfältige Aufgabenbereiche im sozialen Dienst. Hierzu zählt vor allem die umfangreiche Altenpflege, die sowohl ambulant wie stationär gewährleistet wird. Hinzu kommt ein Versorgungsangebot in Form von Essen auf Rädern, das auch selbstständig wohnenden älteren Menschen eine Versorgung sicherstellt. Darüber hinaus bietet die Caritas Nordkreis Pflege verschiedene Betreuungs- und Unterstützungsangebote.

Infrastruktur

Das Nördliche Osnabrücker Land als ländlicher Raum

Eine große Herausforderung ländlicher Regionen ist häufig die mangelnde Digitalisierung. Um dieser entgegenzuwirken wird vom Nördlichen Osnabrücker Land der Ausbau des Breitbandnetzes in Kooperation mit dem Landkreis Osnabrück angestrebt. Dabei erfolgt der Ausbau des Netzes schrittweise in den Kommunen, sodass möglichst keine weißen Flecken entstehen. Ergänzend hierzu haben mehrere Kommunen eine

Digitalisierungsstrategie entwickelt, um in der Zukunft weiterhin die Bedürfnisse ihrer Kund:innen und Mitarbeitenden zu erfüllen.

Die Autobahn A1 bindet die Region an

Die Region ist infrastrukturell sowohl für Unternehmen als auch für Bewohner:innen sehr attraktiv. Über die Autobahnabfahrten der A1 Holdorf, Dinklage, Neuenkirchen-Vörden und Bramsche ist das Nördliche Osnabrücker Land zu erreichen. Zudem verlaufen westlich der Region die A31 und südlich die A30. Innerhalb der Region erstreckt sich die B68 zwischen Quakenbrück und Bramsche. Von Bersenbrück nach Fürstenau bietet die B214 über Ankum Anschluss und südlich kann von Fürstenau in Richtung Bramsche die B218 genutzt werden. Als Verbindungsstrecken führt eine Vielzahl an Bundesstraßen wie die B402 in das Nördliche Osnabrücker Land.

Für Bahnreisende steht das Angebot der Nordwestbahn zur Verfügung, die von Oldenburg nach Osnabrück fährt und an den Haltestellen Bramsche, Bersenbrück und Quakenbrück hält. Die nächstgelegenen Flughäfen sind die Flughäfen Münster/Osnabrück und Bremen.

Kommunikation

Das Nördliche Osnabrücker Land nutzt verschiedene digitale Kanäle für die Kommunikation mit Bevölkerung, Unternehmen und potenziellen Neubürgern. Während die regionale Darstellung primär über die Kommunikationskanäle der LEADER-Region erfolgt, richten sich die Webseiten der Samtgemeinden und der Stadt Bramsche gezielt an ihre kommunalen Adressaten.

Webseiten im Nördlichen Osnabrücker Land

Die Webseiten der Samtgemeinden und der Stadt Bramsche bieten umfangreiche Informationen zu Leben, Arbeiten und Wirtschaft sowie Kultur und Tourismus, wobei sich die Inhalte und Schwerpunkte voneinander unterscheiden. Während die Samtgemeinde Artland aktiv über die LEADER-Region informiert, wird der direkte Bezug zum Nördlichen Osnabrücker Land auf den weiteren kommunalen Websites oft nur über Neuigkeiten, Projektankündigungen oder Wirtschaftsförderprogramme hergestellt. Die Stadt Bramsche bietet als Ergänzung zur Webseite ein Onlineportal des Stadtmarketings an, auf der sowohl die Geschäfte der Innenstadt gelistet als auch Veranstaltungen und touristische Attraktionen beworben werden.

Für Neubürger:innen sind insbesondere die bereitgestellten Übersichten zu Beratungsangeboten, Immobilienportalen und Integrationsmöglichkeiten relevant. Die Samtgemeinde Artland hebt sich hier durch ein mehrsprachiges Angebot besonders hervor. Auch die Stadt Bramsche stellt unter „Bürger & Service“ gezielt Informationen für Neubürger:innen bereit.

Für Unternehmen finden sich auf allen Webseiten Informationen zu Gewerbeflächen, Wirtschaftsförderung und Standortvorteilen. Jede Kommune bietet spezifische Unterseiten zu Ansiedlungsmöglichkeiten und Netzwerken. Besonders detailliert aufbereitet sind diese Inhalte bei der Samtgemeinde Bersenbrück und der Stadt Bramsche, die zusätzlich Förderprogramme und Infrastrukturmaßnahmen thematisieren.

Die Analyse zeigt, dass die Webseiten der Samtgemeinden und der Stadt Bramsche gute Informationsquellen und Serviceportale für Bürger:innen, Unternehmen und Investoren bieten. Mehrere Kommunen halten umfassende Informationen für Neubürger:innen bereit, welches die Faktoren Integration und Standortattraktivität stärkt. Für Unternehmen sind detaillierte Standortinformationen, Netzwerke und Fördermöglichkeiten gut zugänglich, allerdings variiert die Präsentation je nach Kommune. Selten wird auf den kommunalen Webseiten ein einheitlicher regionaler Bezug zum Nördlichen Osnabrücker Land hergestellt. Die Region ist jedoch im Bereich „Aktuelles“ häufig vertreten.

Die Region besitzt keine übergeordnete und offizielle digitale Präsenz, abgesehen von den Kanälen der LEADER-Region. Diese verfügt über eine Webseite und einen Instagram-Account, der regelmäßig aktuelle Beiträge veröffentlicht.

Soziale Medien im Nördlichen Osnabrücker Land

Wichtige Kommunikationskanäle der Kommunen im Nördlichen Osnabrücker Land sind im Bereich Soziale Medien Instagram oder Facebook. Diese Medien werden ergänzend zur Pressearbeit genutzt. Die Samtgemeinden und die Stadt Bramsche verfügen über offizielle Instagram-Kanäle sowie einige Kommunen ergänzend weitere Accounts für die Bewerbung der Innenstadt oder der Tourist-Information. Die meisten Kanäle werden regelmäßig gepflegt und bespielt. Die Accounts veröffentlichen täglich oder zumindest wöchentlich neue Posts, Reels und Storys. Neben den Samtgemeinden haben einige Mitgliedsgemeinden, wie z.B. Ankum oder Alfhausen, ebenfalls einen regelmäßig bespielten Instagram-Kanal.

Bei Facebook zeigt sich ein anderes Bild. Die Samtgemeinde Bersenbrück verfügt über einen Account der Tourist-Information. Die Samtgemeinden Artland, Fürstenau, Neuenkirchen und die Stadt Bramsche haben ebenfalls eigene Facebook-Auftritte, wobei die eher touristisch orientierten Kanäle eine höhere Reichweite erzielen (vgl. Infokasten nebenstehend). Die Stadt Bramsche pflegt den Facebook-Auftritt mit fast täglichen Posts, Reels und Storys. Ergänzend dazu besteht ein Account der City Bramsche, der die Innenstadt und damit verbundener Aktivitäten bewirbt.

Auf den Punkt gebracht: *(26.03.2025)*

Instagram:

- SG Artland: 1.611 Follower
- SG Bersenbrück: 1.268 Follower
- SG Fürstenau: 1.387 Follower
- SG Neuenkirchen: 1.287 Follower
- Stadt Bramsche/City Bramsche: 2.176 Follower/2.423 Follower

Facebook:

- Tourist-Information Bersenbrück: 1.506 Follower
- Tourismus Marketing Artland: 762 Follower
- City Bramsche: 4.686 Follower
- Samtgemeinde Neuenkirchen: 64 Follower
- Tourist-Information Fürstenau: 731 Follower

Insgesamt weisen alle Samtgemeinden und die Stadt Bramsche gepflegte Accounts vor.

Im Hinblick auf Qualität und Nutzung kommunaler Apps weist die digitale Kommunikation im Nördlichen Osnabrücker Land große Unterschiede auf. Die Samtgemeinden Artland und Bersenbrück verfügen auf kommunaler Ebene mit „Artland Smart“ und „SG Bersenbrück“ über eigene Apps mit einem zeitgemäßen Funktionsangebot. Bevölkerung und Unternehmen können auf aktuelle Informationen und Serviceangebote zugreifen, etwa zu Veranstaltungen und kommunalen Anträgen, aber auch Online-Termine bei den Samtgemeinden buchen. Die anderen Samtgemeinden und die Stadt Bramsche verfügen nicht über eigene Apps, wohl aber verschiedene Mitgliedsgemeinden.

3.3 Benchmark-Analyse

Das Vernetzungskonzept Nördliches Osnabrücker Land verfolgt vier wesentliche Kernziele. Diese Zielsetzungen bildeten bereits in anderen Regionen die Grundlage für die Etablierung von Ansätzen für Vernetzung und Standortprofilierung. Für das Nördliche Osnabrücker Land wurde eine Best-Practice-Analyse durchgeführt, um aufzuzeigen, mit welchen Ansatzpunkten die Vergleichsregionen an ihren Zielsetzungen gearbeitet haben, und um von diesen Erfolgsmodellen zu lernen.

Allen Vergleichsregionen ist gemeinsam, dass sie sich zunächst auf Kernbotschaften verständigt haben und sich ein eigenes Profil gegeben haben. Dies wiederum spiegelt sich dann in abgeleiteten Maßnahmen wider.

Im Rahmen der Best-Practice-Analyse wurden durch eine Internetrecherche Ansätze und Prozesse für Vernetzung und Standortprofilierung von Regionen zusammengestellt. Diese geben einen Überblick über mögliche Maßnahmen, die sich auch für das Nördliche Osnabrücker Land ableiten lassen. Zunächst werden im Folgenden die betrachteten Regionen beschrieben, ehe eine Übersicht über gute Beispiele gegeben wird. Zu beachten ist dabei, dass nicht nur unmittelbar vergleichbare Regionen hinsichtlich Größe und Struktur betrachtet wurden, sondern grundsätzlich gute Beispiele, die adaptiert werden können.

Verbund Oldenburger Münsterland	
Struktur	▪ Interessenvertretung der Landkreise Cloppenburg und Vechta ▪ Organisiert als eingetragener Verein ▪ Mitglieder sind die Landkreise Cloppenburg und Vechta sowie die 23 Kommunen ▪ Auf regionaler Ebene gibt es fünf Erholungsgebiete bzw. Zweckverbände
Zielsetzung und Aufgaben	▪ Ziel des Oldenburger Münsterlandes ist es, im Wettbewerb der Wirtschaftsstandorte und Reiseregionen die gemeinsame Stärke zu nutzen. ▪ Aufgaben: o Für Aufmerksamkeit für Produkte und Dienstleistungen aus der Region sorgen o Wecken von Interesse bei potenziellen Investoren o Wirtschaftskommunikation und Tourismusmarketing o Stärken der Identifikation der Bevölkerung mit ihrer Heimat
Best-Practice-Maßnahmen	▪ Grundlagenstudie für die Markenentwicklung und -etablierung ▪ Regelmäßiges Wirtschaftsmagazin „OHO“ mit Beiträgen über Personen, Unternehmen und Themen ▪ Online Job-Portal ▪ Unternehmensdatenbank über REGISonline ▪ Gemeinsamer Veranstaltungskalender ▪ Innovationspreis Oldenburger Münsterland im Rahmen des Unternehmerabends (letztmals 2019)
Kontakt	Verbund Oldenburger Münsterland e. V. Tel.: 04441-9565 0 E-Mail: info@oldenburger-muensterland.de
Nachweise	https://www.oldenburger-muensterland.de/

Der Verbund Oldenburger Münsterland e.V. zeichnet sich durch einen netzwerkgetragenen Gedanken aus. Vor allem die interne Kommunikation – über das Magazin „OHO“, die Social-Media-Kanäle sowie im Rahmen von Netzwerktreffen – trägt zu der hohen Identifikation bei. Wesentliche Voraussetzung für diesen identifikatorischen Gedanken stellt die Markenbildung dar, die auf einer Analyse der eigenen Stärken und Potenziale beruht. Davon abgeleitet entstanden verschiedene Maßnahmen sowie die Etablierung fester Strukturen (u.a. Geschäftsstelle). In der Vergangenheit war das übergeordnete Ziel die Standortprofilierung – vor allem im wirtschaftlichen Sinne. Zum Zeitpunkt der Analyse befindet sich der Verbund Oldenburger Münsterland zudem in der Aufstellung eines übergeordneten Tourismuskonzeptes, um diesen Wirtschaftsfaktor stärker zu profilieren.

Der Verbund Oldenburger Münsterland setzt bei seiner Arbeit stark auf der persönlichen Ebene an. Das zeigt sich zum einen bei der Verleihung des Innovationspreises Oldenburger Münsterland. Hier werden unternehmerische Persönlichkeiten ausgezeichnet und erfahren eine hohe Wertschätzung. Des Weiteren wird in dem regelmäßig veröffentlichten Magazin „OHO“ praktiziert, in dem verschiedene Persönlichkeiten der Region Oldenburger Münsterland ein Gesicht geben.

Altmärkischer Regionalmarketing- und Tourismusverband	
Struktur	▪ Kommunaler Zweckverband für die Region Altmark ▪ Setzt sich zusammen aus 18 Gemeinden und Städten ▪ Unterstützt des Zweckverbands durch Förderverein „AltmarkMacher“ ▪ Die Region Altmark ist in ihrer Struktur als LEADER-Region anerkannt
Zielsetzung und Aufgaben	▪ Aufgaben ○ Organisation und Absicherung eines umfassenden Regionalmarketings ○ Förderung der touristischen Entwicklung und Attraktivität der Region Altmark und ihrer Kommunen nach innen und außen ○ Koordinierung und Bündelung der Aktivitäten im Tourismus, Handel, Handwerk, Industrie und anderen Dienstleistern sowie von Vereinen, Verbänden und kommunalen Einrichtungen ○ Begleitung von Verbesserungsprozessen der Infrastruktur für Handel, Tourismus, Dienstleistung, Gewerbe und Verkehr ○ Vorbereitung und Durchführung von Veranstaltungen und Projekten, Beratung von Veranstaltern ○ Planung und Durchführung von Marketingmaßnahmen ○ Aktive Partnerschaft in kooperativen Prozessen der Regionalentwicklung ○ Stärkung und Unterstützung von Kooperationen und regionalen Managementprozessen durch Übernahme der Trägerschaft des Regionalmanagements und des Integrierten ländlichen Entwicklungskonzepts in der Altmark
Best-Practice-Maßnahmen	▪ Aktivitäten basieren auf verschiedenen strategischen Ansätzen, u.a. Regionale Entwicklungsstrategie (LEADER), Zukunftskonzept „Tourismus Altmark 2030“, Schärfung des touristischen Profils, Strukturkonzept für den Altmark Tourismus ▪ Altmark-Podcast ▪ eLearning-Plattform (für Touristiker) ▪ Altmark Aktiv-App

Altmärkischer Regionalmarketing- und Tourismusverband	
	▪ Wirtschaftspreis Altmark (verknüpft zu überregionalen Wettbewerben) ▪ Bündelung verschiedener Themenbereiche auf Webpräsenz
Kontakt	Altmärkischer Regionalmarketing- und Tourismusverband (kommunaler Zweckverband) Tel.: 039322-72 60 0 E-Mail: info@altmark.de
Nachweise	https://www.altmark.de/

Der Altmärkische Regionalmarketing- und Tourismusverband ist als kommunaler Zweckverband organisiert. Dabei übernimmt der Verband auf verschiedenen Ebenen die Regionalentwicklung und -vermarktung der Altmark. Ein Schwerpunkt liegt, wie auch aus den zugrundeliegenden strategischen Ansätzen, im touristischen Bereich. Viele der realisierten Maßnahmen zahlen auf diesen Teilaspekt ein. Gleichzeitig setzt der Altmärkische Regionalmarketing- und Tourismusverband auch einen Fokus auf die lokale Wirtschaft, indem beispielsweise ein Wirtschaftspreis Altmark vergeben wird oder die verschiedenen Partner der Region auf der Webpräsenz gebündelt werden. Der Zweckverband verfolgt das Ziel, durch die Attraktivitätssteigerung der Region im Wettbewerb um Fach- und Arbeitskräfte genauso zu bestehen wie bei der Ansprache von Gästen. Beide Aspekte befruchten sich hierbei gegenseitig.

Die Besonderheit dieses Beispiels zeigt sich in der strukturellen Organisation. Neben dem kommunalen Zweckverband wurde ein Förderverein „AltmarkMacher“ gegründet. Dieser ermöglicht es, als Privatpersonen und Unternehmen Verantwortung für die Region zu übernehmen und stellt damit die Regionalentwicklung auf eine breite Basis.

Landkreis Grafschaft Bentheim – *Freiheit für meine Pläne*	
Struktur	▪ Kampagne der Wirtschaftsförderung des Landkreises Grafschaft Bentheim ▪ Kooperationsprojekt mit Wirtschaftsverbänden (Wirtschaftsvereinigung Grafschaft Bentheim e.V., Kreishandwerkerschaft Grafschaft Bentheim)
Zielsetzung und Aufgaben	▪ Qualifiziertes Fachpersonal für einen Zuzug und eine Arbeitsaufnahme in der Grafschaft Bentheim gewinnen ▪ Schüler:innen in der Phase der Berufsorientierung die beruflichen Perspektiven in der Grafschaft Bentheim aufzeigen ▪ Bindung an die Grafschaft Bentheim erhöhen ▪ Imageverbesserung und Steigerung der Bekanntheit über die Region hinweg
Best-Practice-Maßnahmen	▪ Imagekampagne stellt Geschichten und Gesichter aus dem Landkreis Grafschaft Bentheim vor ▪ Fokus liegt auf persönlichen Geschichten von Personen – unterschiedliche Perspektiven werden abgebildet ▪ Professionelle Umsetzung in Form von Text, Foto und Video ▪ Verknüpfung mit Unternehmens- und Jobportal sowie Informationen zu Ansprechpersonen je nach Zielgruppe
Kontakt	Landkreis Grafschaft Bentheim Tel.: 05921-962313 E-Mail: fachkraefteservice@grafschaft.de
Nachweise	https://zukunft.grafschaft-bentheim.de/de/

Die Wirtschaftsförderung des Landkreises Grafschaft Bentheim hat gemeinsam mit den Kooperationspartnern die Kampagne „Zukunft für meine Pläne“ ins Leben gerufen. Im Zuge dieser Kampagne wurden verschiedene Zielgruppen definiert. Die Bedürfnisse dieser Zielgruppen wurden durch Testimonials angesprochen. Diese Testimonials sind Einwohner:innen und Akteur:innen aus dem Landkreis Grafschaft Bentheim, die ihre ganz eigene Geschichte über ihren Verbleib, ihre Rückkehr oder ihren Zuzug in den Landkreis erzählen. Dazu wurden ergänzend professionelle Foto- und Videobeiträge erstellt.

Neben der Erzählung persönlicher Geschichten steht die Informationsvermittlung sowie Ansprache und Vernetzung im Vordergrund. So ist beispielsweise für jede der definierten Zielgruppe ein eigener Bereich mit den identifizierten Bedürfnissen errichtet worden. Zudem haben die Kooperationspartner die Möglichkeit, sich selbst und ihre Betriebe darzustellen.

Kreis Höxter – Die Region plus X	
Struktur	▪ Initiative der Gesellschaft für Wirtschaftsförderung im Kreis Höxter mbH ▪ Partner der Initiative sind die Wirtschaftsinitiative im Kreis Höxter sowie die LEADER-Region Kulturland Kreis Höxter
Zielsetzung und Aufgaben	▪ Bündelung der Aktivitäten der Wirtschaftsförderung im Kreis Höxter ▪ Kampagne zur Bewerbung der Stärken und Vorteile des Kreises Höxter ▪ Ansprache von Rückkehrern und Zuzüglern
Best-Practice-Maßnahmen	▪ Identifikation der „X-Faktoren“ inkl. Vermittlung von Fakten und Bündelung wesentlicher Initiativen und Projekte unter den jeweiligen Faktoren ▪ Identifikation von Botschaftern für die X-Region ▪ Initiative Regionalität mit den Testimonials „Bioletta“ und „Regionald“ ▪ Verleihung des Siegels „Familienfreundliches Unternehmen im Kreis Höxter“ an 28 Unternehmen
Kontakt	Gesellschaft für Wirtschaftsförderung im Kreis Höxter mbH Tel.: 05271-97430 E-Mail: info@gfwhoexter.de
Nachweise	https://xregion.de/

Auf Initiative der Gesellschaft für Wirtschaftsförderung im Kreis Höxter mbH wurde die X-Region ins Leben gerufen. Unter diesem Titel vermarktet der Kreis Höxter seine Wirtschaft und bündelt verschiedene Initiativen hierunter. Ein gutes Beispiel im Umgang mit Standortfaktoren zeigt sich bei den „X-Faktoren“. Diese Faktoren bündeln die Stärken der Region und vermitteln Fakten und bestehende Projekte und Ansätze, was die Region auszeichnet und damit interessant macht für Rückkehrende und Zuziehende. Um der Kampagne ein Gesicht zu geben, wurden Botschafter:innen identifiziert und mit ihren Geschichten auf der Homepage und im Rahmen der Kampagne präsentiert.

Der Kreis Höxter verleiht zudem anhand definierter Kriterien das Siegel „Familienfreundliches Unternehmen im Kreis Höxter“, das bislang 28 Unternehmen erlangen konnten.

Im Bereich des Regionalmarketings wurden die Testimonials „Bioletta“ und „Regionald“ entwickelt. Diese werben über verschiedene Ansätze für die Themen Regionalität und Direktvermarktung in der Region.

Die Betrachtung der guten Beispiele wurde im Rahmen des Kick-Off-Workshops als Impuls präsentiert. Aus der Analyse der beispielhaften Initiativen konnten grundsätzliche prozesshafte Strukturen sowie mögliche Maßnahmenbereiche abgeleitet und für den vorliegenden Ansatz des „Vernetzungskonzeptes“ gewonnen werden. Die Beispiele geben einen wichtigen Überblick, welche koordinierenden als auch inhaltlichen Aspekte in einer Vernetzungsinitiative auf regionaler Ebene notwendig sind.

Der Blick auf gute Beispiele zeigt, dass vergleichbar strukturierte Region vor ähnlichen Herausforderungen bzw. Chancen stehen. Der Blick von außen auf das Nördliche Osnabrücker Land gibt zudem wichtige Impulse zu Kooperationen oder Grenzen. Insofern wurden neben guten Beispielen auch externe Partner in den Prozess eingebunden.

3.4 Durchführung von Experteninterviews

Im Rahmen der Bestandsaufnahme wurden mit Vertretern wichtiger Verbände und Interessenvertretungen Experteninterviews durchgeführt. Als relevante Gesprächspartner wurden in Abstimmung mit den beteiligten Kommunen folgende Akteure identifiziert:

- Peter Vahrenkamp, Geschäftsführer Wirtschaftsförderungsgesellschaft Osnabrücker Land (WIGOS)
- Christian Weßling, Projektleiter Wirtschaftspolitik und -statistik IHK Osnabrück-Emsland-Grafschaft Bentheim
- Peter Beckmann, Geschäftsführer Betriebsberatung und Strukturförderung HWK Osnabrück-Emsland-Grafschaft Bentheim
- Bernd Heinemann, Lars Pfeilstricker, Vorstände Kreissparkasse Bersenbrück

Die Auswahl der Experten ergibt sich aus der Ausrichtung des Projektes, die einen besonderen Fokus auf die Wirtschaft der Region legt. Die Kreissparkasse Bersenbrück wurde insbesondere aufgrund starken regionalen Bezugs sowie des hohen Engagements für die Region ausgewählt.

Der Schwerpunkt der Interviews lag auf der Bewertung der Region Nördliches Osnabrücker Land als Wirtschafts- und Lebensraum. Dabei waren die beteiligten Experten dazu aufgerufen, den Mehrwert des Vernetzungskonzeptes einzuordnen und Möglichkeiten für eine Kooperation zwischen den Institutionen zu eruieren.

Grundsätzlich hat jede der Institutionen eine positive Haltung gegenüber dem Projekt „Vernetzungskonzept“ und sieht es als sinnvolle Maßnahme zur Stärkung der Region an. Eine Herausforderung wird in der Kleinteiligkeit bei der (Außen-)Vermarktung gesehen Die Vermarktung kleinerer Regionen ist ressourcenintensiv und erreicht häufig nicht den gewünschten Erfolg. Daher empfehlen die Experten, sich zuerst als Region gezielt zu positionieren. Die Innenperspektive sollte dabei gestärkt werden. Die Ergebnisse, die sich aus der Innensicht ergeben, könnten in überregionale (Vermarktungs-)Konzepte eingebunden werden. Dafür ist die Ausarbeitung der Stärken und Chancen notwendig. Ein weiterer wichtiger Faktor ist die Vernetzung innerhalb der Region. Im Weiteren wird eine Zusammenarbeit zwischen der Region und den Gemeinschaften in den Bereichen Digitalisierung, Automatisierung sowie Fach- und Arbeitskräftebindung empfohlen. Sowohl für die Region als auch für die Verbände sind diese Themen essenziell.

In der Zukunft ist es aus der Perspektive der Experten wichtig, an der gemeinsamen Identität zu arbeiten und Projekte zur Verbesserung der Sichtbarkeit für Investoren zu planen. Sobald die Identität nach innen gestärkt ist, kann eine Ausrichtung nach außen vorgenommen werden, um Unternehmen und Fach- und Arbeitskräftekräfte anzuwerben.

Die Erkenntnisse aus den Experteninterviews wurden bei der Erarbeitung der Regionsprofile sowie bei der Ableitung von Maßnahmen herangezogen. Die Experten wurden zudem am partizipativen Prozess beteiligt und über die Verfahrensschritte aufgeklärt.

4 Regionsprofil Nördliches Osnabrücker Land

4.1 Regionsprofil

Für das Nördliche Osnabrücker Land wurden Regionsprofile ausgearbeitet, um Aspekte des Lebens- und Wirtschaftsraumes Nördliches Osnabrücker Land abzuleiten. Diese Aspekte sollen bewusst machen, was die Region Unternehmen, Einheimischen und potenziellen Neubürger:innen bietet. Mit den Regionsprofilen soll weniger der Wettbewerb mit anderen Regionen gesucht, sondern mehr die eigenen Stärken herausgestellt werden – auch für die spätere Kommunikation.

Zusammenfassend sollen die Regionsprofile die wichtigsten Bestandteile der Identität wiedergeben, also das, wofür das Nördliche Osnabrücker Land als Lebens- und Wirtschaftsraum stehen möchte.

Im Beteiligungsprozess ergab sich so eine Unterscheidung in drei wesentliche Bereiche: Wirtschaft, Lebensraum und Kultur. Diese drei Bereiche wurden für die Regionsprofile aufgegriffen. Die Region zeichnet sich aus als:

- Nördliches Osnabrücker WIRTSCHAFTSLand
- Nördliches Osnabrücker LandLEBEN
- Nördliches Osnabrücker KULTURLand

Unter diesen Schlagworten finden sich jeweils konkrete Ausgestaltungen der Standortfaktoren für die Region, die anhand von statistischen bzw. qualitativen Fakten verdeutlicht werden.

4.1.1 Nördliches Osnabrücker WIRTSCHAFTSLand

Wir sind ein vielfältiger Wirtschaftsstandort!

Das Nördliche Osnabrücker Land zeichnete sich jahrzehntelag durch eine landwirtschaftlich geprägte Wirtschaftsstruktur aus. Mittlerweile weisen wir neben unserem ursprünglichen Wirtschaftszweig eine diverse Unternehmensstruktur auf, die vom regionalen Produzenten bis zum Weltmarktführer reicht. Neben dem produzierenden Gewerbe liegt eine Stärke im Einzelhandel innerhalb unserer dörflichen Strukturen sowie der wachsenden Bedeutung des Wirtschaftsfaktors Tourismus.

ZÄHLBARES

- ➔ Vielfalt zeigt sich in den Anteilen der Wirtschaftsbereiche (diverser als Niedersachsen gesamt)
- ➔ Größte Arbeitgeber der Region aus vielfältigen Branchen (Gesundheit, Lebensmittel, Maschinenbau, Handel, Forschung)
- ➔ Übernachtungszahlen im NOL im Zeitraum von 2009 bis 2023 um ca. 11 % und Gästeankünfte um ca. 24 % gesteigert (vgl. LSN online)
- ➔ Flächenverfügbarkeit in unterschiedlicher Lage und Größe
  - SG Artland Neulandstraße-Ost, Zwischen den Bahnen-Erweiterung
  - SG Bersenbrück, Niedersachsenpark
  - SG Fürstenau, Sellberg-Utdrift
  - SG Neuenkirchen, „Südlich Mühlenort“ - Voltlage
  - Stadt Bramsche, „Eiker Esch/A1“

Wir können bedarfsgerecht Flächen vorweisen, die eine Neuansiedlung und Weiterentwicklung unserer Unternehmen ermöglichen. So zeigt der interkommunale Niedersachsenpark, welche Innovationen und Stärken in unserer Region stecken.

Wir gestalten Fortschritt!

Unsere Wirtschaftsunternehmen sind in ihren Branchen führend, schaffen Innovationen oder beschäftigen viele Mitarbeitende in unserer Region. Stellvertretend stehen die Unternehmen *MEURER Verpackungssysteme GmbH*, *Wurst Stahlbau GmbH*, *Leiber Group GmbH & Co.KG*, *bema GmbH Maschinenfabrik* sowie *Elea Technology GmbH* für die Stärke des Nördlichen Osnabrücker Landes. Unsere Region verfügt über eine große Wirtschaftskraft und eine hohe Dichte an mittelständischen und inhabergeführten Betrieben. Diese vielfältige Betriebsstruktur ermöglicht Innovationen, Existenzgründungen und spiegelt das Know-How in unserer Region wider. Dafür bieten wir vielfältige Innovations- und Start-up-Beratungen an und mit dem Business- und Innovationspark Quakenbrück (BIQ) eine bedarfsgerechte Ansiedlungsmöglichkeit für Neugründungen.

ZÄHLBARES

- ➔ Vielfalt zeigt sich in den Anteilen der Wirtschaftsbereiche (Kontinuierliche Steigerung des Anteils der Hochqualifizierten am Arbeitsort von 2020 bis 2022 (vgl. Wegweiser Kommune)
- ➔ Kontinuierliches Wachstum an Existenzgründungen (Neuerrichtungen je 1.000 Einwohner:innen) (vgl. Wegweiser Kommune)

Zudem schaffen wir Grundlagen für die Zukunft, indem beispielsweise am Deutschen Institut für Lebensmitteltechnik (DIL e.V.) an der Lebensmittelversorgung der Zukunft geforscht wird.

4.1.2 Nördliches Osnabrücker LandLEBEN

Wir bieten Chancen – Fläche, Versorgung und Co.!

In unserer Region ergeben sich für unsere Bevölkerung viele Chancen. Wir verfügen über Flächenpotenziale, um sowohl Bürger:innen als auch Zugezogenen die Chance auf ein Eigenheim zu ermöglichen. Sowohl Einheimische als auch Neubürger:innen finden mit Oberzentren wie Osnabrück und Oldenburg bei gleichzeitig starken dörflichen Strukturen gute Anschlussmöglichkeiten bei einer hohen Lebensqualität zu moderaten Lebenshaltungskosten. Dabei richten wir unsere Versorgungsstruktur an aktuellen Anforderungen aus. Wir unterstützen alternative Energieversorgungsmodelle und sichern die Nahversorgung in unseren dörflichen Strukturen. Unser koordiniertes Vorgehen beim Ausbau der Glasfaserleitungen ermöglichen es Unternehmen und Privaten die Chancen der Digitalisierung wahrnehmen zu können.

ZÄHLBARES

- ➔ Aufbau von (Bürger-)Nahwärmenetzen in den Samtgemeinden Artland, Bersenbrück, Neuenkirchen und Fürstenau; Bereitstellung von Nahwärme in der Stadt Bramsche
- ➔ Ausbau des Glasfasernetzes durch den Landkreis Osnabrück und Westconnect
- ➔ Kontinuierliche Neuausweisung von Wohnbauland in den Samtgemeinden Artland, Bersenbrück, Fürstenau, Neuenkirchen und der Stadt Bramsche (vgl. NBank, Wohnbaulandumfrage 2022)
- ➔ Aufbauend auf der Einwohner- und Haushaltsprognose für Niedersachsen wird für die Samtgemeinden Artland, Bersenbrück und Neuenkirchen Wachstum und für die Samtgemeinde Fürstenau sowie die Stadt Bramsche Stabilität als Entwicklungstyp anhand der kurz- und langfristigen Haushaltsentwicklung benannt (vgl. NBank, Wohnbaulandumfrage 2022).
- ➔ Aus den Bodenrichtwerten ist zu erkennen, dass die Preise für Grundstücke im kreisweiten Vergleich geringer sind – die Preisstruktur hängt stark mit der jeweiligen Nähe zur Stadt Osnabrück zusammen.

Wir schaffen ein Lebensumfeld!

Wir bieten unseren Einwohner:innen sowie (potenziellen) Fach- und Arbeitskräften mit unseren Bildungsstandorten und der Nähe zu Hochschulen wichtige Standortfaktoren.

ZÄHLBARES

- ➔ Standorte für Allgemeinbildung werden ergänzt durch:
  - Bildungszentrum Christliches Krankenhaus Quakenbrück, Bachelor of Science in der Pflege
  - DIL, Master of Science Food Process and Product Engineering
- ➔ Umliegende Hochschul-Standorte: Universität Vechta, Universität Osnabrück, Hochschule Osnabrück mit Standorten in Osnabrück und Lingen
- ➔ Die Zertifizierung „Ausgezeichneter Wohnort für Fach- und Führungskräfte“ in der SG Artland und der Stadt Bramsche
- ➔ Auszeichnung der SG Neuenkirchen mit dem Nachhaltigkeitslabel der KommNN
- ➔ SG Fürstenau als Nachhaltige Kommune
- ➔ Fairtrade Town-Auszeichnung für Neuenkirchen, Ankum, Bramsche und Fürstenau
- ➔ Zertifizierung „Familienfreundlicher Arbeitgeber“ für u.a. Bersenbrück, Artland und Bramsche
- ➔ Staatlich anerkannte Kur- und Erholungsorte: Fürstenau, Ankum, Bippen, Rieste

Die Schullandschaft in unserer Region ist breit aufgestellt und stellt wohnortnah vielfältige Schulformen bereit.

Unser Nördliches Osnabrücker Land ist gekennzeichnet durch ein starkes Ehrenamt. Dieses wird gestützt durch Freiwilligenagenturen, die in allen Kommunen bürgerschaftliches Engagement fördern und Gemeinwesenarbeit betreiben.

Durch die Caritas Nordkreis Pflege sowie die Heilpädagogische Hilfe Bersenbrück werden pflegende und unterstützende Strukturen geboten, die nicht nur zur Lebensqualität in der Region beitragen, sondern gleichzeitig bedeutende Arbeitgeber sind.

Nachhaltigkeit und Familienfreundlichkeit sind Anspruch und Ansporn zugleich und werden in unseren Kommunen gelebt. Die Kommunen halten eine gut ausgebaute Kinderbetreuung vor, die an den Bedarfen der Bevölkerung ausgerichtet ist.

4.1.3 Nördliches Osnabrücker KULTURLand

Wir lieben unsere Kulturlandschaft – Hase, Alfsee und Co.!

Im Nördlichen Osnabrücker Land verbindet uns eine wertvolle Natur- und Kulturlandschaft. Insgesamt 15 Naturschutzgebiete, vier FFH-Gebiete und das EU-Vogelschutzgebiet Alfsee prägen die natürliche Umgebung. Wir im Nördlichen Osnabrücker Land leisten unseren Beitrag zum Schutz dieser Naturräume, indem wir Natur und Bildung vereinen. Unsere Kinder können sich im Natur- und Bildungszentrum Alfsee, dem Kuhlhof Bippen oder dem Stift Börstel weiterbilden und unsere Landschaft sowie den Natur- und Unesco-Geopark TERRA.vita an Erlebnis- und Lehrpfaden erleben. Entlang der Wanderwege von TERRA.vita, im Naturschutzgebiet Maiburg und auf den Radwegen des Osnabrücker Landes, wie u.a. der zertifizierten „Artland-Radtour“, können die Naturschätze erlebt werden. Die Hase verbindet uns als Region und bietet für Flora und Fauna einen wichtigen Lebensraum. Von dieser natürlichen und landschaftlichen Vielfalt sowie der damit verbundenen Naherholung profitieren Einheimische wie Gäste gleichermaßen.

Wir geben Kultur eine Heimat – Kalkriese, Kulturschatz Artland und Kooperationen!

Wir als Nördliches Osnabrücker Land sind die Heimat für regionale und überregionale Kulturveranstaltungen. Das Reggae Jam, die Quakenbrücker Musiktage sowie Musiksommer, das Sommerkulturprogramm Bramsche aber auch die Mondnacht auf Hawaii sind nur einige Veranstaltungen, die Jung und Alt für unsere Orte begeistern. Der Kulturschatz Artland mit den „Artlandhöfen“ zeigt die traditionelle Baukunst, die uns als Region auszeichnet und verbindet. Der Kulturring Artland und Bersenbrück schafft Ansässigen und Gästen ein breites kulturelles Angebot. Insgesamt 17 – weitestgehend ehrenamtlich getragene – Museen bieten ein vielfältiges Kulturangebot. Mit unserem Tuchmachermuseum und dem Museum und Park Kalkriese bieten wir als Ausflugs- und Kulturregion überregional bedeutsame Anziehungspunkte. Die Revitalisierung des alten Gasthauses Haarmeyer in der Samtgemeinde Neuenkirchen als Dorftreff für Kultur, Begegnung und Gemeinschaft zeigt beispielhaft das soziokulturelle Engagement in unserer Region. Wir bewahren das „Osnabrücker Platt“. Wir leben die Kunst des Theaters in unseren Schulen und Gemeinden, weshalb eine hohe Anzahl an Theatergruppen in unserer Region zu finden sind.

ZÄHLBARES

- ➔ In der Region stehen mehr als 200 Höfe unter Denkmalschutz
- ➔ „Osnabrücker Platt“ ist von der UNESCO als immaterielles Kulturgut ausgezeichnet

4.2 Online-Umfrage

4.2.1 Ziel der Online-Umfrage

Im Rahmen des Partizipationsprozesses wurde eine online-basierte Umfrage durchgeführt, um die Sichtweise der Stakeholder zu ergänzen. Ziel dieser Umfrage war es, die im Projektzusammenhang entwickelten Regionsprofile zu überprüfen, zu schärfen und weiter zu konkretisieren. Dabei sollten die Stärken und Potenziale des Nördlichen Osnabrücker Landes aus verschiedenen Perspektiven erfasst werden, um daraus prägnante Botschaften sowohl nach innen (z. B. für Bürger:innen und kommunale Akteur:innen) als auch nach außen (z. B. für Fach- und Arbeitskräfte, Investoren und Unternehmen) abzuleiten. Zudem konnten ungenutzte Potenziale durch die Befragung ermittelt und optimiert werden. Mithilfe der Umfrage konnten die für die Region relevanten Pull-Faktoren herausgearbeitet werden, die maßgeblich für die Gewinnung und Bindung von Fach- und Arbeitskräften sind. Die Ergebnisse der Umfrage fließen in die strategische Weiterentwicklung und Umsetzung des Vernetzungskonzepts ein und leisten so einen wesentlichen Beitrag zur nachhaltigen Profilierung und Zukunftssicherung des Nördlichen Osnabrücker Landes.

4.2.2 Kommunikation der Online-Umfrage

Um mit der Umfrage möglichst viele Personen im Nördlichen Osnabrücker Land anzusprechen, wurde diese in einem Austausch mit den Werbegemeinschaften zielgerichtet beworben. Die Umfrage wurde zudem in möglichst vielen Unternehmen veröffentlicht. Darüber hinaus wurde die onlinebasierte Umfrage auch der Öffentlichkeit zugänglich gemacht, allerdings mit dem klaren Verweis auf die beabsichtigte Zielgruppe der Fach- und Arbeitskräfte.

4.2.3 Aufbau der Umfrage

Die Online-Umfrage wurde in drei Stränge unterteilt. Differenziert wurde nach den jeweiligen Angaben „Ich komme gebürtig aus der Region Nördliches Osnabrücker Land“, „Ich bin in das Nördliche Osnabrücker Land zugezogen“ und „Ich arbeite im Nördlichen Osnabrücker Land, wohne jedoch außerhalb“. Diese Unterteilung wurde getroffen, um die Bezüge der Befragten zum Nördlichen Osnabrücker Land herstellen und den Identifikationsgrad mit der Region einschätzen zu können. Darauf angepasst konnten verschiedene Schlüsse wie z.B. Gründe für den Zuzug und potenzielle Pull-Faktoren ausgearbeitet werden.

Den beiden Gruppen der in der Region Geborenen und der Zugezogenen wurden jeweils Auszüge aus den Regionsprofilen als Grundlage gegeben und dazu der Zustimmungsgrad ermittelt. Die Zugezogenen wurden anschließend hinsichtlich ihrer Beweggründe für den Zuzug befragt, um darüber Potenziale herauszuarbeiten. Bei den Arbeitskräften ohne Wohnsitz im Nördlichen Osnabrücker Land wurde erfragt, welche Gründe gegen einen Zuzug sprechen. Erhoben wurden bei dieser Personengruppe auch der Wohnort und die Fahrtzeit zur Arbeit, um die Begründung für den Wohnort außerhalb der Region besser nachvollziehen zu können.

4.2.4 Methodik und Zahlen der Umfrage

Die Erhebung erfolgte mittels einer Online-Befragung, die über zwei separat generierte Umfragelinks verbreitet wurde. Ein Link richtete sich gezielt an Vertreter:innen und Mitarbeitende regionaler Wirtschaftsbetriebe, während der andere Link an die allgemeine Öffentlichkeit adressiert war. Insgesamt wurden durch beide Links zusammen 1.896 Zugriffe auf die Online-Umfrage registriert. Davon entfielen 1.013 Aufrufe auf den Link, der über die Wirtschaft verbreitet wurde, und 883 Aufrufe auf den öffentlich verbreiteten Link.

Die Zahl der Teilnehmenden war beim öffentlichen Link mit 447 beantworteten Fragebögen höher als beim Wirtschafts-Link (346 beantwortete Fragebögen). Insgesamt nahmen somit 793 Personen an der Befragung teil. Die Abschlussquote lag bei 70,3 %, woraus sich eine Gesamtzahl von 561 vollständig beantworteten Fragebögen ergibt.

Für eine differenzierte Auswertung erfolgte die Unterteilung der Befragten in die drei zuvor definierten Zielgruppen:

- Auswertungsgruppe der in der Region Geborenen,
- Auswertungsgruppe der Zugezogenen,
- Auswertungsgruppe der Arbeitenden ohne Wohnsitz im Nördlichen Osnabrücker Land (Personen, die in der Region tätig sind, dort aber nicht wohnen).

Neben den soziodemografischen Merkmalen der Befragten wurde die Bewertung von Auszügen aus den Regionsprofilen abgefragt. Um eine übersichtliche Darstellung der Ergebnisse zu gewährleisten, wurden die Antwortmöglichkeiten in die Kategorien „Top-Boxes“ (bestehend aus „Stimme zu“ und „Stimme eher zu“) sowie „Bottom-Boxes“ („Stimme nicht zu“ und „Stimme eher nicht zu“) zusammengefasst.

Zusätzlich wurden in der Befragung Positionen zu weiteren Merkmalen und Fragestellungen zur Region erhoben, um ein umfassendes Meinungsbild zur regionalen Entwicklung zu erhalten. Besonders bei der Auswertungsgruppe der Zugezogenen und der Auswertungsgruppe der Arbeitenden ohne Wohnsitz im Nördlichen Osnabrücker Land wurden gezielt offene Fragen genutzt, um deren Beweggründe für einen Zuzug in die Region und Gründe für einen Wohnsitz außerhalb der Region herauszuarbeiten.

4.2.5 Ergebnisse der Online-Umfrage

Die wesentlichen Ergebnisse der Online-Umfrage werden im Folgenden beschrieben. Die Auswertung der einzelnen Fragen und der Zuordnung zu den Auswertungsgruppen können detailliert dem Anhang entnommen werden.

Die Auswertung der soziodemografischen Daten der Befragten ergibt, dass die meisten Teilnehmenden zwischen 28 und 45 Jahren alt sind (42,29 %). Die zweitstärkste Gruppe sind Personen zwischen 46 und 58 Jahren (30,65 %).

Im Hinblick auf die Erwerbstätigen nach Wirtschaftssektoren ergibt sich folgende Verteilung: Der größte Teil der Teilnehmenden kommt aus dem Bildungs- bzw. dem öffentlichen Verwaltungssektor (34,59 %), gefolgt von Dienstleistungen (18,46 %) sowie Handwerk und Bauwesen (14,24 %). 11,47 % der Teilnehmenden ordnen sich in „sonstige Branchen“ ein, 6,81 % arbeiten im Bereich Industrie und produzierendes Gewerbe, während der Einzel- und Großhandel mit 5,91 % vertreten ist. Die Branchen Tourismus und Freizeitwirtschaft, Lebensmittelverarbeitung und -produktion, sowie die Landwirtschaft und Agrarwirtschaft waren mit jeweils unter 5 % vertreten.

Die Zielgruppen mit Wohnsitz in der Region wurden hinsichtlich ihres Wohnortes befragt, die Teilnehmenden ohne Wohnsitz im Nördlichen Osnabrücker Land sollten dagegen ihren Arbeitsort angeben.

Die Mehrzahl der in der Region wohnenden Teilnehmenden kommt demnach aus der Stadt Fürstenau (18,36 %), gefolgt von der Stadt Quakenbrück (15,49 %). Die anderen Mitgliedsgemeinden machen Prozentsätze von jeweils weniger als 10 % aus. Somit konnten Teilnehmende aus allen Mitgliedsgemeinden verzeichnet werden.

Bei den Teilnehmenden ohne Wohnsitz im Nördlichen Osnabrücker Land arbeiten die meisten in der Stadt Quakenbrück (47,2 %) oder in der Stadt Fürstenau (25 %).

Auswertungsgruppe der in der Region Geborenen

Nördliches Osnabrücker WIRTSCHAFTSLand: Das Nördliche Osnabrücker Land verfügt in der Wahrnehmung der Auswertungsgruppe der in der Region Geborenen über stabile soziale Strukturen und eine starke wirtschaftliche Basis. Aus ihrer Perspektive zeichnet sich die Region durch eine hohe Branchenvielfalt (51,06 % „Top-Boxes“) sowie eine starke Präsenz mittelständischer und inhabergeführter Unternehmen aus, die mit 79,1 % die höchste Zustimmung („Top-Boxes“) in der Befragung erhielt.

Trotz dieser positiven Aspekte bestehen auch wesentliche Defizite in der Wahrnehmung bestimmter wirtschaftlicher und infrastruktureller Faktoren. So wird die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für die Region von rund einem Drittel der Befragten als nicht ausreichend sichtbar wahrgenommen (31 % „Bottom-Boxes“). Auch die Innovationskraft und wirtschaftliche Stärke der Region sind nicht durchgängig bekannt (neutrale Haltung 53 %).

Nördliches Osnabrücker LandLEBEN: Neben den wirtschaftlichen Stärken wird das Nördliche Osnabrücker Land als attraktiver Lebensraum wahrgenommen. Insbesondere zeichnet die Region die Kombination aus dörflichen Strukturen und der Nähe zu den Oberzentren Osnabrück und Oldenburg aus, was als Standortvorteil angesehen wird („Top-Boxes“ 63,97 %). Die Prägung der Region durch ein hohes Gemeinschaftsgefühl wird von fast zwei Drittel der Teilnehmenden dieser Gruppe bestätigt (60,24 % „Top-

Boxes“). Zudem werden die gut funktionierenden Sozialstrukturen positiv wahrgenommen (55,34 % „Top-Boxes“).

Ein bedeutendes Entwicklungsfeld ist die digitale Infrastruktur, die von den Befragten als verbesserungsbedürftig eingestuft wird (49,05 % „Bottom-Box“). Diese Schwäche könnte langfristig negative Auswirkungen auf die Wettbewerbsfähigkeit der Region haben, insbesondere im Hinblick auf Wirtschaft und Tourismus.

Nördliches Osnabrücker KULTURLand: Die Region Nördliches Osnabrücker Land zeichnet sich aus Sicht der Auswertungsgruppe der in der Region Geborenen besonders durch naturnahe Freizeit- und Erholungsangebote aus (63,72 % „Top-Boxes“).

Mit Blick auf das kulturelle Angebot bestehen hingegen Wahrnehmungsdefizite. Obwohl die Region über eine große kulturelle Vielfalt und ein breites Veranstaltungsangebot verfügt, wird dieses außerhalb der Kernzielgruppen nicht ausreichend registriert, wodurch Reichweite und Sichtbarkeit eingeschränkt bleiben. Besonders problematisch ist, dass das Veranstaltungsangebot nicht weitreichend bekannt ist (39% neutrale Haltung), aber auch bedeutsame Ausflugsziele scheinen nicht präsent zu sein (neutrale Haltung von ca. 33%).

Auswertungsgruppe der Zugezogenen

Die Ergebnisse der Gruppe der Zugezogenen im Nördlichen Osnabrücker Land zeigen insgesamt ähnliche Tendenzen wie die Gruppe der in der Region Geborenen. Es bestehen jedoch einige signifikante Abweichungen in der Wahrnehmung der Region.

Nördliches Osnabrücker WIRTSCHAFTSLand: Auffällig ist, dass die stabile Wirtschaftsstruktur von den Zugezogenen mit einer um etwa 2 % höheren Zustimmung („Top-Boxes“) noch deutlicher wahrgenommen wird. Dies deutet darauf hin, dass die Region durch erfolgreiche Kommunikation nach außen eine gewisse wirtschaftliche Sicherheit ausstrahlt und dies ein Zuzugsgrund sein könnte.

Ein anderes Bild zeigt sich in der Wahrnehmung der mittelständischen und inhabergeführten Unternehmen, die eine der wirtschaftlichen Stärken der Region darstellen. Während die Bedeutung dieser Unternehmen von der Auswertungsgruppe der in der Region Geborenen deutlich wahrgenommen wird (79,1 % „Top-Boxes“), liegt die Zustimmung in der Gruppe der Zugezogenen niedriger (ca. 9 % weniger „Top-Boxes“). Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass sich die Gruppe der Zugezogenen weniger mit den regionalen Unternehmen identifizieren.

Nördliches Osnabrücker LandLEBEN: Auch im Bereich der alternativen Energieversorgungsmodelle gibt es eine differenzierte Wahrnehmung. Die Gruppe der Zugezogenen stimmt der Aussage zu dieser Infrastruktur eher weniger zu (6 % mehr „Bottom-Boxes“). Dies könnte auf eine geringere Kenntnis zu bereits bestehenden Projekten in erneuerbaren Energien schließen oder darauf, dass bestimmte Erwartungen an eine moderne, nachhaltige Energieversorgung nicht ausreichend erfüllt werden.

Insgesamt gibt es mehrere Bereiche, in denen die Auswertungsgruppe der Zugezogenen eine kritischere Haltung einnimmt als die Gruppe der in der Region Geborenen. Besonders auffällig zeigt sich dies beim Thema Gemeinschaftsgefühl. Während es von der Auswertungsgruppe der in der Region Geborenen als stark prägend für die Region wahrgenommen wird (60,24 % „Top-Boxes“) fällt die Zustimmung unter den Zugezogenen fast 10 % geringer aus. Dies deutet darauf hin, dass es für Neuankömmlinge schwieriger

ist, sich in bestehende soziale Strukturen zu integrieren oder sich als Teil der regionalen Gemeinschaft zu fühlen. Auch die Einschätzung der gut funktionierenden Sozialstrukturen fällt bei der Gruppe der Zugezogenen geringer aus (ca. 7 % weniger „Top-Boxes“). Dies könnte ein Hinweis darauf sein, dass soziale Netzwerke und Unterstützungsangebote für Neuankömmlinge nicht ausreichend bekannt sind.

Nördliches Osnabrücker KULTURLand: Hier fällt auf, dass weniger Zugezogene als in der Region Geborene (7% mehr „Bottom-Box“) das Nördliche Osnabrücker Land als ausgeprägte Ausflugs- und Kulturregion wahrnehmen. Ein weiteres Defizit zeigt sich in der Einschätzung der Baukultur: Etwa 7 % mehr Zugezogene als in der Region Geborene geben an, keine besondere Baukultur in der Region wahrzunehmen (7 % mehr „Bottom-Box“). Dies deutet darauf hin, dass entweder die baulichen Besonderheiten der Region nicht stark genug herausgestellt werden oder dass die Gruppe der Zugezogenen aufgrund fehlender Bindung eine geringere Sensibilität für die regionale kulturhistorische Identität haben.

Auswertung offener Fragen: Viele Personen der Auswertungsgruppe der Zugezogenen kamen ohne klare Erwartungen in die Region, was darauf hindeutet, dass die Entscheidung für einen Umzug weniger durch spezifische Vorstellungen als durch allgemeine Faktoren beeinflusst wurde. Falls Erwartungen bestanden, bezogen sich diese vor allem auf die ländlichen Vorteile der Region – insbesondere Ruhe, Dorfleben und moderate Lebenshaltungskosten. Diese Erwartungen konnten bei der Mehrheit der Gruppe der Zugezogenen (67 %) erfüllt werden, was darauf schließen lässt, dass die Region in diesen Aspekten ihrem Image gerecht wird. Knapp zwei Drittel der Auswertungsgruppe der Zugezogenen kamen aufgrund von Familie und wegen privater Gründe (61,76 %) in die Region. Berufliche Gründe nahmen ebenso einen hohen Stellenwert ein (43,14 %). Andere Gründe waren weniger von Bedeutung. Hierbei waren Mehrfachnennungen möglich.

Von besonderer Relevanz ist die Frage nach den Informationsquellen von Zugezogenen über das Nördliche Osnabrücker Land vor ihrem Umzug. Rund 65 % der Befragten gaben an, dass die Empfehlung von Freunden und/oder Familie eine wichtige Informationsquelle darstellten. Die Bedeutung der regionalen Botschafter:innen zeigt sich dabei deutlich. Die Berücksichtigung solcher Botschafter:innen für die spätere Kommunikation und das damit verbundene Empfehlungsmarketing sind demnach wichtige Stellschrauben für eine Kommunikationsstrategie. Lokale Zeitungen spielten mit einer Nutzung von 37 % eine wichtige Rolle, was zeigt, dass Printmedien in der regionalen Kommunikation weiterhin relevant sind. Gleichzeitig wurden auch Webseiten und soziale Medien als bedeutende Informationsquellen genutzt. Dies unterstreicht die Notwendigkeit, die Online-Präsenz der Region weiter auszubauen, um potenziellen Neubürger:innen bereits im Vorfeld ein realistisches Bild der Lebens- und Arbeitsbedingungen zu vermitteln.

Die Umfrageergebnisse der Gruppe der Zugezogenen zeigen, dass die Region Nördliches Osnabrücker Land in vielen Bereichen positiv wahrgenommen wird, insbesondere in Bezug auf wirtschaftliche Stabilität und Lebensqualität. Gleichzeitig gibt es deutliche Kommunikationspotenziale, um die Region für neue Bewohner:innen erkennbarer und attraktiver zu machen. Die ins Nördliche Osnabrücker Land Zugezogenen teilen viele positive Wahrnehmungen der Gruppe der dort geborenen Personen, nehmen jedoch einige Aspekte der Region kritischer wahr. Während wirtschaftliche Stabilität als Stärke erkannt wird, gibt es deutliche Defizite in der Wahrnehmung von Kultur, Baukultur,

erneuerbaren Energien und sozialer Integration. Die Region hat hier die Möglichkeit, durch gezielte Kommunikationsmaßnahmen und bessere Sichtbarkeit ihrer Angebote das Bild für Neuankömmlinge zu schärfen und eine stärkere Bindung an die Region zu erzeugen. Die Nutzung von Online-Kanälen, die Verbesserung sozialer Integrationsangebote und die stärkere Vermarktung kultureller sowie wirtschaftlicher Stärken könnten dazu beitragen, die Region für Zugezogene noch attraktiver zu machen.

Gruppe der Arbeitenden ohne Wohnsitz im Nördlichen Osnabrücker Land

Die Umfrageergebnisse der Gruppe der in der Region Tätigen ohne Wohnsitz im Nördlichen Osnabrücker Land zeigen, dass diese Personen vor allem eine Nähe zu ihren Arbeitgebern und nicht zur Region selbst benennen. Von den 37 befragten Personen wohnen 35 weiterhin außerhalb der Region, was hauptsächlich auf familiäre und private Gründe zurückzuführen ist. Diese starke Bindung an ihre bisherigen Wohnorte führt dazu, dass das Zugehörigkeitsgefühl zum Nördlichen Osnabrücker Land gering ausgeprägt ist (38,89 % „Bottom-Box“). Die Verbindung zur Region besteht für die Gruppe der Arbeitenden ohne Wohnsitz im Nördlichen Osnabrücker Land zumeist über ihre Anstellung, die somit ein zentraler Faktor für ihre Bindung an das Gebiet darstellt. Dies deutet darauf hin, dass Unternehmen eine Schlüsselrolle spielen, um eine stärkere Identifikation der Pendler mit der Region zu fördern. Die Attraktivität des Arbeitgebers wird von der Gruppe der Beschäftigten ohne Wohnsitz in der Region als bedeutend wahrgenommen, was Potenzial für langfristige Mitarbeiterbindung bietet.

Ein weiterer relevanter Aspekt ist die Pendelsituation: Die Mehrheit der Gruppe der Arbeitenden ohne Wohnsitz in der Region (54 %) hat einen Arbeitsweg von weniger als 30 Minuten. Diese räumliche Nähe führt dazu, dass viele Personen bewusst außerhalb der Region wohnen und keinen Wechsel des Wohnsitzes in Betracht ziehen. Dies deutet darauf hin, dass die bestehende Wohnstruktur und das persönliche Umfeld für sie wichtiger sind als die unmittelbare Nähe zum Arbeitsplatz.

Auswertung gemeinsamer Fragen aller Auswertungsgruppen

Die Befragung zur zukünftigen Entwicklung des Nördlichen Osnabrücker Landes als attraktiver Wirtschafts- und Lebensraum zeigt folgende zentrale Handlungsfelder auf:

- Lebensraum
- Wirtschaftsförderung
- Gesundheit
- Mobilität
- Naherholung und Tourismus
- Kultur

Ein wesentliches Anliegen ist die Weiterentwicklung des Lebensraums durch wohnortnahe Versorgung, generationengerechte Treffpunkte und die Belebung der Ortskerne. Gleichzeitig werden der Ausbau der digitalen und baulichen Infrastruktur sowie die Schaffung bezahlbaren Wohnraums als essenzielle Maßnahmen genannt.

In der Wirtschaftsförderung stehen Bürokratieabbau, bessere Unterstützung für Unternehmen sowie eine stärkere Vernetzung und Außenkommunikation im Fokus. Ziel ist es, die Region als attraktiven Wirtschaftsstandort sichtbarer zu machen.

Die medizinische Versorgung wird als ein entscheidender Faktor für die Standortattraktivität hervorgehoben. Priorität haben die Ansiedlung von Fachärzten, der Erhalt notärztlicher Versorgung sowie die Verbesserung der Pflegesituation.

Im Bereich Mobilität werden der Ausbau des öffentlichen Nahverkehrs, On-Demand-Angebote und eine bessere Anbindung an Autobahnen sowie das Rad- und Wanderwegenetz als zentrale Maßnahmen genannt.

Naherholung und Tourismus sollen durch generationenübergreifende Erholungsangebote, eine touristische Aufwertung der Hase und zusätzliche Übernachtungsmöglichkeiten gestärkt werden. Ergänzend werden eine innovative Wissensvermittlung und Freizeitgestaltung gewünscht.

Die Kultur spielt als identitätsstiftendes Element der Region eine wichtige Rolle. Im Mittelpunkt stehen der Ausbau kultureller Angebote, generationengerechte Veranstaltungen und die Förderung der kulturellen Zusammenarbeit.

Insgesamt zeigt sich, dass die Attraktivität der Region von einer ausgewogenen Strategie abhängt, die wirtschaftliche Rahmenbedingungen mit Lebensqualität, Kultur und Tourismus verknüpft. Eine ganzheitliche Entwicklung und die Nutzung von Synergien zwischen den Bereichen sind essenziell, um das Potenzial des Nördlichen Osnabrücker Landes langfristig zu sichern.

5 Strategische Ausrichtung

Das Nördliche Osnabrücker Land ist eine gewachsene Region. Die Strukturen vor der Gebietsreform, in der die heutigen fünf Kommunen den Altkreis Bersenbrück bildeten, zeigen sich noch heute in vielfältiger Weise. Das Vernetzungskonzept Nördliches Osnabrücker Land setzt genau an dieser Stelle an. Die gewachsenen Strukturen sollen etabliert und auf verschiedenen Ebenen fokussiert werden.

Dafür wurde im Prozess grundsätzlich von zwei Perspektiven ausgegangen: einer Innen- und einer Außenperspektive. Ausgehend von diesen Perspektiven ergeben sich Zielgruppen, die mit der Strategie des Vernetzungskonzeptes erreicht werden sollen. Die nach innen adressierten Zielgruppen setzen sich zusammen aus einheimischen Einwohner:innen und Arbeitskräften, Unternehmen, Vereinen und Verbänden. Ansiedlungswillige Unternehmen, potenzielle Arbeitskräfte sowie Gäste sind der Außenperspektive zuzuordnen.

Für das Vernetzungskonzept Nördliches Osnabrücker Land und die damit verbundene Strategie wird auf Basis des Partizipationsprozesses und der durchgeführten Experteninterviews eine Fokussierung auf die Zielgruppen nach innen empfohlen. Dennoch sind in der Umsetzungsphase stets die Bedarfe beider Zielgruppen zu berücksichtigen.

Eine Fokussierung zunächst nach innen trägt maßgeblich dazu bei, die gewachsene Region auch als Wirtschafts- und Lebensraum zu stärken. Dafür sind die eigenen Akteur:innen mit der Idee des Nördlichen Osnabrücker Landes zu identifizieren und als Botschafter:innen zu gewinnen.

Vom Kirchturm- zum Leuchtturmdenken: Die Region in den Fokus rücken

Im Vernetzungskonzept für das Nördliche Osnabrücker Land wurden die Stärken und Chancen der Region gebündelt. In dem identifizierten Regionsprofil wird eine Bandbreite an Faktoren für die einzelnen Kommunen und für die Region zusammengefasst. Um jedoch aus der Masse an regionalen Standorten herauszustechen, bedarf es möglichst einzelner Alleinstellungsmerkmale, die in der Kommunikation nach innen und außen wirken.

Das Nördliche Osnabrücker Land zeichnet sich in dieser Hinsicht vor allem durch folgende Faktoren aus:

- ➔ LandLEBEN: Dörfliche Strukturen und damit verbunden hoher Versorgungsgrad
- ➔ WIRTSCHAFTSLand: Mittelständische und inhabergeführte Unternehmen
- ➔ KULTURLand: Naherholung vor der Haustür

Dies zeigte sich nicht nur in der Analyse der Bestandssituation, sondern vor allem auch in der Beteiligung von Arbeitskräften, die ihren Wohn- und bzw. oder Arbeitsort in der Region haben.

Die zentralen Faktoren für die Region Nördliches Osnabrücker Land sind über ein Kommunikationskonzept zunächst nach Innen zu vermitteln, um das Selbstbild der Region zu stärken. Eine Notwendigkeit und gleichzeitig Herausforderung stellt dabei das Herausstellen von gemeinsamen Faktoren dar und das Zurückstellen der jeweils eigenen, teils kommunalen Sichtweise. Hierfür ist das sprichwörtliche Kirchturmdenken aufzulösen und durch das Leuchtturmdenken zu ersetzen.

Das Nördliche Osnabrücker Land bietet viele, teils überregional bedeutsame Strukturen auf, von denen alle Kommunen profitieren. Diese Strukturen sind über eine nach innen gerichtete Imagekampagne unter Beteiligung aller handelnden Akteur:innen zu kommunizieren, um gestärkt als Region nach außen auftreten zu können.

Neben der Bildung eines regionalen Eigenimages ist als wesentlicher Schwerpunkt des Prozesses die Netzwerkbildung zu setzen. Der Mehrwert liegt in der Vernetzung von Akteur:innen auf verschiedenen Ebenen, um ein über die kommunalen Grenzen hinweg abgestimmtes Handeln zu schaffen.

Die Umsetzung dieser Strategie erfordert die Initiierung erster Leitmaßnahmen, um die Ideen aus dem Prozess mit Leben füllen zu können. Eine wichtige Grundlage stellt dabei die Übernahme der Verantwortung für den Netzwerkprozess dar. Für die Region wird empfohlen, ein hauptamtliches Netzwerkmanagement zu schaffen, das die Strategie des Nördlichen Osnabrücker Landes umsetzt und insbesondere den Vernetzungsgedanken unter dem Stichwort „Leuchtturmdenken“ trägt. Darauf aufbauend können verschiedene Vorhaben aus den abgeleiteten Maßnahmen angestoßen werden.

6 Ableitung von Maßnahmen

6.1 Herleitungsgrundlage

Das Vernetzungskonzept für das Nördliche Osnabrücker Land ist als Regiebuch für die Profilierung und Weiterentwicklung des Wirtschafts- und Lebensraums zu verstehen. Insofern sind Umsetzungsperspektiven in die Strategie aufzunehmen, um der beschriebenen Zielsetzung Rechnung tragen zu können. Die abgeleiteten Maßnahmen für das Nördliche Osnabrücker Land sind aus dem Partizipationsprozess abgeleitet. Dabei wurde bereits im Kick-Off-Workshop über gute Beispiele aus der Praxis für erste Umsetzungsperspektiven sensibilisiert.

Insbesondere aus der Betrachtung der Regionsprofile sowie aus dem Austausch mit den Werbegemeinschaften, die die Sichtweise aus der Praxis eingebracht haben, ergaben sich zwei Ebenen der Umsetzung: **Innen** und **außen** (vgl. Kapitel 5). Die Beschreibung der Maßnahmen orientiert sich an diesen beiden Perspektiven.

Die konkreten Ansatzpunkte wurden aus den Beteiligungsformaten abgeleitet und auf Grundlage der Bestandsaufnahme bewertet. Aufbauend auf der Ausgangslage und der damit verbundenen Charakteristik der Region wird zunächst eine Fokussierung auf die nach innen gerichteten Maßnahmenansätzen empfohlen.

Die abgeleiteten Maßnahmen werden jeweils mit einer Kurzbeschreibung vorgestellt. Insbesondere die Maßnahmen der „Innenperspektive“ werden ausführlicher beschrieben, da sie aus Sicht der Prozessbeteiligten zunächst einen höheren Stellenwert einnehmen. Die Maßnahmen der „Außenperspektive“ werden grob umrissen und dienen für die Zukunft als Orientierung.

6.2 Maßnahmen „Innenperspektive“

Insgesamt werden sechs Ansätze zum Schwerpunkt Innenperspektive mit unterschiedlichen Prioritäten empfohlen. Im Umsetzungsprozess sind die Maßnahmen von den Prozesspartnern zeitlich wie auch organisatorisch unter Berücksichtigung finanzieller und personeller Ressourcen zu priorisieren.

Netzwerkmanagement Nördliches Osnabrücker Land

Zielgruppe:

Innen – Verwaltung und Unternehmen

Kurzbeschreibung:

Der Aufbau von Vernetzungsstrukturen und eine stärkere Profilierung der Region bedarf klarer Verantwortlichkeiten. Die Kommunen im Nördlichen Osnabrücker Land verfügen bereits über eigene Wirtschaftsförderungen, die das Alltagsgeschäft in der jeweiligen Samtgemeinde bzw. Stadt gestalten. Für die Region wird ein übergeordnetes Netzwerkmanagement empfohlen, das die übergeordnete Perspektive des Nördlichen Osnabrücker Landes einnimmt und den strategischen Gedanken „von Kirchtürmen zu Leuchttürmen“ verfolgt. Das Netzwerkmanagement sollte neutral angesiedelt sein und organisatorisch unabhängig im Sinne der Region handeln können. Kernaufgaben sollten die Koordination der Vernetzung und Kommunikation sowie die Initiierung von Projektansätzen sein.

Für die konkrete Umsetzung ist ein Leistungsprofil des Netzwerkmanagements gemeinsam mit Partnern wie IHK, WIGOS und HWK zu entwickeln. Zudem ist die Struktur der Stelle zu definieren als kommunale Personalstelle oder als Dienstleistungsauftrag.

Kostenrahmen:

65.000 – 70.000 EUR pro Jahr

Kommunikations- und Identitätskampagne

Zielgruppe:

Innen – Unternehmen, Einheimische, Vereine und Verbände

Kurzbeschreibung:

Die Beteiligung der Stakeholder im Vernetzungskonzept hat gezeigt, dass der Regionsbegriff „Nördliches Osnabrücker Land“ kein Identitätsmerkmal darstellt. Zwar konnten Regionsprofile erarbeitet werden, die die Besonderheiten und Stärken der Region beschreiben, doch der Regionsbezug ist daraus nicht klar geworden. Neben der Bezeichnung „Nördliches Osnabrücker Land“ werden „Altkreis Bersenbrück“ sowie „Nordkreis“ synonym genutzt. Eine klare Regionsdefinition im kommunikativen Sinne ist in einem Prozess zu erarbeiten, um dann in einer Kommunikations- und Identitätskampagne nach innen zu wirken. In diesem Zusammenhang ist über die Vor- und Nachteile einer eigenen Wort-Bild-Marke zu beraten und gegebenenfalls entsprechende Vorschläge sind zu erarbeiten. Der Durchführung sollten klare Verantwortlichkeiten zugrunde liegen.

Kommunikations- und Identitätskampagne

Grundidee eines Regionsbegriffes könnte auf die wesentlichen örtlichen Bezugspunkte (Osnabrück, Norden) zurückführen. Dabei ist wichtig, dass sich alle Kommunen hinter diese Bezeichnung und den damit verbundenen Slogan stellen können. Als Projektschritte sind das Prozessmanagement, eine Kreativphase mit Bürgerbeteiligung, die Einbindung einer Kreativagentur zur Verdichtung, die Entwicklung eines Storytellings sowie die Entscheidungsfindung in allen Kommunen (Ratsbeschlüsse) vorzusehen.

Als Umsetzungsmaßnahmen können die Etablierung eines Social-Media-Auftritts sowie die Entwicklung von öffentlichkeitswirksamen Produkten (z.B. Banner, Postkarten) berücksichtigt werden.

Kostenrahmen:

30.000 EUR (Ideenentwicklung, Slogan und bei Bedarf Wort-Bild-Marke, Maßnahmenempfehlung und Beteiligungs-/Abstimmungsprozess)

Vernetzung Wirtschaftsförderungen im NOL

Zielgruppe:

Vernetzung

Innen – Verwaltung und Unternehmen

Kurzbeschreibung:

Der Prozess zum Vernetzungskonzept Nördliches Osnabrücker Land hat offengelegt, dass es in den Kommunen viele gleichgelagerte Chancen und Herausforderungen gibt. Um gemeinsame Lösungsansätze zu diskutieren sowie von Erfahrungen des kommunalen Bündnisses zu profitieren, sind Strukturen für eine engere Vernetzung der Wirtschaftsförderungen zu etablieren. Dabei sollte neben anlassbezogenen Treffen auch der Austausch unter anderem zu Arbeitsteilungen, Einstiegsinfos bei Unternehmensgesprächen, Terminen und guten Beispielen forciert werden.

Für diese Vernetzung kann neben der hauptamtlichen Ebene eine ergänzende Ebene auf Basis der Werbegemeinschaften und Wirtschaftsverbände eingerichtet werden. Diese Vernetzung kann in analoger wie auch digitaler Form erfolgen.

Wertschätzung durch Auszeichnung

Zielgruppe/Zielbeitrag:

Vernetzung

Marketing

Innen – Unternehmen

Kurzbeschreibung:

Im Nördlichen Osnabrücker Land gibt es eine Vielzahl erfolgreicher Initiativen, Unternehmen und Personen. Eine höhere, nach außen sichtbare Wertschätzung gegenüber ihren Leistungen und ihrem Handeln führt zu einer stärkeren Identifikation der Unternehmen und Stakeholder mit der Region. Insofern kann über die Einführung eines Wirtschafts-/Innovationspreises nachgedacht werden. Hierfür sind Kriterien und Jury zu definieren sowie der Rahmen für eine Verleihung zu entwickeln. Für die stärkere Wertschätzung sollten bestehende Kommunikationsformate und lokale und regionale Medien berücksichtigt werden.

Vernetzung der Personalverantwortlichen

Zielgruppe/Zielbeitrag:

Innen – Unternehmen

Kurzbeschreibung:

Die Region Nördliches Osnabrücker Land attraktiv für Fach- und Arbeitskräfte zu halten und zu machen, ist eines der wesentlichen Ziele des Vernetzungskonzeptes. Dafür gilt es, gemeinsam mit Expert:innen aus der Region die richtigen Schritte zu entwickeln. In einer institutionalisierten Vernetzung von Verantwortlichen aus Personalabteilungen können Erfahrungen und Bedarfe gesammelt und gemeinsame Initiativen beschlossen werden. Eine dieser Initiativen kann die Bereitstellung wichtiger Informationen über die Region für Arbeitgeber:innen darstellen.

Regionale Gutscheinkarte

Zielgruppe/Zielbeitrag:

Innen – Unternehmen, Einheimische

Außen – Fach- und Arbeitskräfte, Gäste

Kurzbeschreibung:

Im Austausch der Werbegemeinschaften wurde deutlich, dass insbesondere die größeren Initiativen bereits Gutscheinkarten besitzen oder diese in der Vorbereitung sind. Eine Möglichkeit der stärkeren Vernetzung und größeren Reichweite bietet die Entwicklung einer gemeinsamen Aktivität für die Region. Davon würden insbesondere die kleineren Initiativen bzw. Gemeinden profitieren, für die eigene Gutschein-Modelle nur schwer realisierbar sind. Dabei ist zu bewerten, inwiefern parallele Strukturen aufgebaut werden sollen oder bestehende Produkte erweitert werden können.

Projektschritt 1: Produktentwicklung

Projektschritt 2: Umsetzung

6.3. Maßnahmen „Außenperspektive“

Das Vernetzungskonzept nimmt die externen Zielgruppen potenzieller Arbeitskräfte und Unternehmen sowie untergeordnet Gäste mit in den Blick. Der umsetzungsorientierte Ansatz des vorliegenden Konzeptes stellt diese Maßnahmen jedoch nicht in oberste Priorität. Dennoch konnten im Beteiligungsprozess erste konkretere Ansatzpunkte identifiziert werden, die im Folgenden beschrieben werden. Eine Besonderheit stellt die Entwicklung einer digitalen Präsenz dar, die Teil der ausgeschriebenen Leistung war. Daher werden in Kapitel 7 bereits konkrete Empfehlungen für diese digitale Präsenz beschrieben.

Botschafter für die Region – der Region ein Gesicht geben

Zielgruppe/Zielbeitrag:

Außen – Unternehmen, Fach- und Arbeitskräfte

Kurzbeschreibung:

Aufbauend auf die nach innen gerichtete Kampagne kann eine Kampagne für die Region nach außen folgen. Dafür kann mit Testimonials gearbeitet werden, die der Region ein Gesicht geben. Diese Testimonials können als Botschafter:innen der Region fungieren und in die jeweiligen Netzwerke integriert sowie für Social-Media-Aktivitäten herangezogen werden.

Regionale Auszeichnung „Ausgezeichneter Wohnort für Fachkräfte“

Zielgruppe/Zielbeitrag:

Außen – Unternehmen, Fach- und Arbeitskräfte

Kurzbeschreibung:

Einzelne Kommunen der Region Nördliches Osnabrücker Land sind bereits durch die IHK als „Ausgezeichneter Wohnort für Fachkräfte“ zertifiziert worden. Weitere Kommune machen sich aktuell auf den Weg. In diesem Kontext sollte angestrebt werden, die Auszeichnung als gesamte Region zu erhalten und den ausgezeichneten Charakter des Nördlichen Osnabrücker Landes zu bewerben.

Kommunikationsmittel analog und digital

Zielgruppe/Zielbeitrag:

Außen – Unternehmen, Fach- und Arbeitskräfte

Kurzbeschreibung:

Die Region Nördliches Osnabrücker Land verfügt derzeit mit Ausnahme des touristischen Bereichs über keine gemeinsame Kommunikation nach außen. Dies zeigt sich sowohl im digitalen wie auch im Printbereich. Hier können auf Basis der abzuleitenden Regionscharakteristik und der damit verbundenen Strategie analoge Werbemittel entwickelt und produziert werden. Zudem ist zu prüfen, inwiefern durch ein Netzwerkmanagement ein eigener Social-Media-Account initialisiert und gepflegt werden kann.

Veranstaltungsformate für das Nördliche Osnabrücker Land

Zielgruppe/Zielbeitrag:

Außen – Unternehmen, Fach- und Arbeitskräfte

Kurzbeschreibung:

Mit dem Unternehmenstag, kommunalen und regionalen Neujahrsempfängen oder regionalen Veranstaltungen wie den Sparkassen-Foren bietet die Region bereits verschiedene gemeinsame Formate an. Diese Formate sind vor dem Hintergrund einer stärkeren Vernetzung sowie höheren Wertschätzung des regionalen Handelns zu überprüfen. Bei Bedarf sind weitere Veranstaltungsformate zu identifizieren, die einen deutlicheren regionalen Bezug herstellen (z.B. „NOL-Festival“).

7 Empfehlung für eine digitale Präsenz

7.1 Ziele und Anforderungen an die neue Webseite

Die neue Webpräsenz soll das Nördliche Osnabrücker Land als ganzheitlichen, attraktiven Standort für Unternehmen, Investoren und Arbeitskräfte positionieren. Damit wird eine vorrangig externe Zielgruppe adressiert. Insofern sind eine intuitive Nutzerführung sowie prägnante Inhalte essenziell, damit sich Interessierte schnell informieren und vernetzen können.

Aus Betreibersicht ist eine wesentliche Anforderung, den Pflegeaufwand dynamischer Daten möglichst geringzuhalten. Insofern ist auf bestehende Datenbanken zurückzugreifen. Damit kann gewährleistet werden, dass keine doppelte Datenpflege erfolgen muss und ein möglichst hoher Grad an Aktualität gewahrt werden kann.

7.2 Umsetzungsperspektiven

Um dieses Ziel zu erreichen, bildet eine übersichtlich gestaltete, responsive Webseite ein Schlüsselelement der Außenkommunikation. Dabei sollte die Webseite drei wichtige Funktionen in der Umsetzung erfüllen: Sie führt die wichtigsten Informationen wie Ansprechpersonen und Fördermöglichkeiten zusammen, schafft einen Zugang zu regionalen Netzwerken und zeigt über Testimonials Erfolgsgeschichten aus den Bereichen Wirtschaft, Arbeitnehmerschaft und Kultur auf. Ergänzend können Social-Media-Kanäle wie LinkedIn oder Facebook sowie ein regelmäßiger digitaler Newsletter die Reichweite erhöhen und ermöglicht so den direkten Austausch.

Für die Umsetzung ist eine klare Verteilung von Verantwortlichkeiten notwendig. Dafür ist unter anderem ein übergeordnetes Management zielführend, dass die regionsweiten Themen pflegt und ergänzt. Auf kommunaler Ebene sind Mitarbeitende aus den Wirtschaftsförderungen wichtig, um kommunale Daten in ihren bestehenden und mit der regionalen Webseite vernetzten Datenbanken zu pflegen und neue Impulse für die regionsweite digitale Präsenz zu setzen.

7.3 Relevante Themenbereiche

Um die Webseite für die beschriebenen Zielgruppen interessant zu gestalten, sollten die Themenbereiche „Wirtschaft & Standortvorteile“, „Arbeitsmarkt & Arbeitskräfte“, „Investoren-Informationen & Finanzierung“ und „Lebensqualität & Kultur“ abgedeckt werden.

Der Bereich „Wirtschaft & Standortvorteile“ sollte mithilfe detaillierter Informationen zu Gewerbeflächen, Förderprogrammen und Erfolgsbeispielen lokaler Unternehmen eine attraktive, faktenbasierte Grundlage für Unternehmen und Investoren darstellen. „Arbeitsmarkt & Arbeitskräfte“ fokussiert sich auf aktuelle Stellenangebote und Weiterbildungsmöglichkeiten und bewirbt die Region mit potenziellen Auszeichnungen wie „Ausgezeichneter Wohnort“. An dieser Stelle kann das Storytelling ansetzen. Multiplikatoren aus der Region erzählen ihre eigenen Geschichten und machen so Mut und geben Impulse. Sie fungieren als Testimonials und geben der Region ein Gesicht.

Im Segment „Investoren-Informationen & Finanzierung“ werden vor allem Wirtschaftsdaten, Standortanalysen sowie konkrete Hinweise zu Förderprogrammen und Best-Practice-Projekten genannt. An dieser Stelle sind relevante Schnittstellen zu ermitteln und einzubeziehen.

Abschließend bietet der Bereich „Lebensqualität & Kultur“ Schnittstellen zu den Webseiten der kommunalen Träger, insbesondere auch zu der fundierten touristischen Datenbank des TOL, und bietet damit eine gute Informationsquelle zu weichen Standortfaktoren für potenzielle Arbeitskräfte, die sich in der Region ansiedeln möchten.

8 Fazit und Ausblick

Im Vernetzungskonzept Nördliches Osnabrücker Land wurden wesentliche Erkenntnisse über den Wirtschafts- und Arbeitsort herausgearbeitet. In einem partizipativen Prozess, der seit der ersten Veranstaltung interdisziplinär aufgestellt war, konnten Regionsprofile erarbeitet werden. Die Regionsprofile geben einen Überblick über die grundsätzlichen Stärken und die Standortfaktoren der Region, die sich aus den Samtgemeinden Artland, Bersenbrück, Fürstenau und Neuenkirchen sowie der Stadt Bramsche zusammensetzt.

Eine Herausforderung hat der Prozess jedoch ebenfalls offengelegt: Trotz der historischen Verbundenheit der fünf Kommunen gibt es Teilbereiche, in denen die Zusammenarbeit, die gemeinsame Positionierung sowie das Verständnis für die Region ausgebaut werden können. Dabei ist zu beachten, dass die Kommunen grundsätzlich untereinander im Wettbewerb stehen und ihre eigenen Positionen vertreten müssen. Für die gemeinsame Profilierung der Region ist es allerdings notwendig – dort wo möglich – den Blick zu weiten und das Gemeinsame herauszustellen. Insofern gilt es, die Strategie „vom Kirchturmdenken zum Leuchtturmdenken“ über geeignete Maßnahmen mit Leben zu füllen.

Eine wesentliche Grundlage, um das Vernetzungskonzept Nördliches Osnabrücker Land in die Umsetzung zu überführen, liegt in der klaren Verantwortungsverteilung. Einen Beitrag dazu kann das Netzwerkmanagement leisten. Die Wirtschaftsförderungen der Kommunen sind stark in das Alltagsgeschäft eingebunden und stehen in der Verantwortung, das eigene Gebiet als Standort für Unternehmen zu attraktivieren und Bestandspflege zu betreiben. Die regionale Perspektive kann dabei kaum einen

Schwerpunkt einnehmen. Mit einem Netzwerkmanagement, das genau diese Lücke füllt, kann die Region Nördliches Osnabrücker Land als Ganze gestärkt werden. Dabei liegt die Hauptaufgabe in der Vernetzung relevanter Akteur:innen, der Koordinierung von Projektansätzen und der Profilierung der Region.

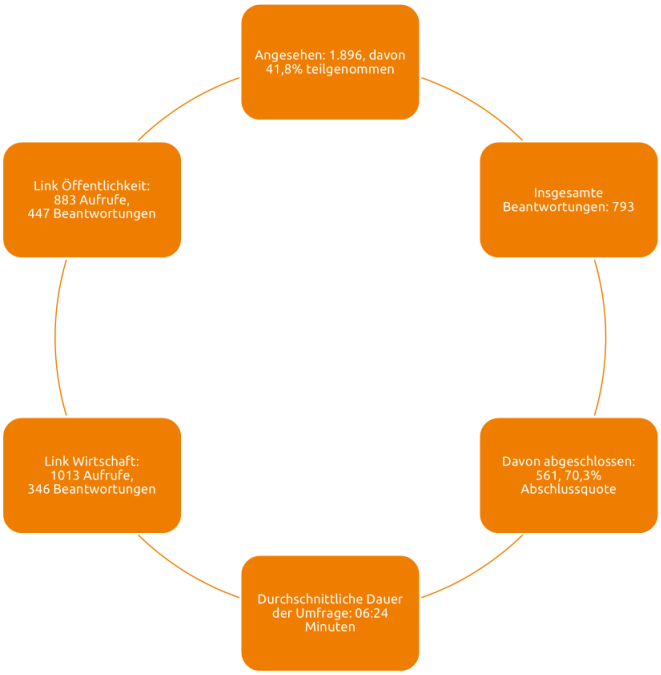
Einer der zentralen Projektansätze besteht zudem in der Kommunikations- und Identitätskampagne. Sowohl der Austausch mit den Multiplikatoren im gesamten Beteiligungsprozess als auch das Treffen mit Vertreter:innen der Werbegemeinschaften hat offengelegt, dass die Begriffsbezeichnung „Nördliches Osnabrücker Land“ für die eigene Identität und die zukünftige Profilierung der Region nicht trägt. In einem an das Vernetzungskonzept anschließenden und möglichst durch ein Netzwerkmanagement koordinierten Identitätsprozess sind geeignete Regionsbezeichnung und Slogan zu definieren. In den Prozess sind sowohl die regionale Bevölkerung als auch Kommunikationsexpert:innen einzubeziehen.

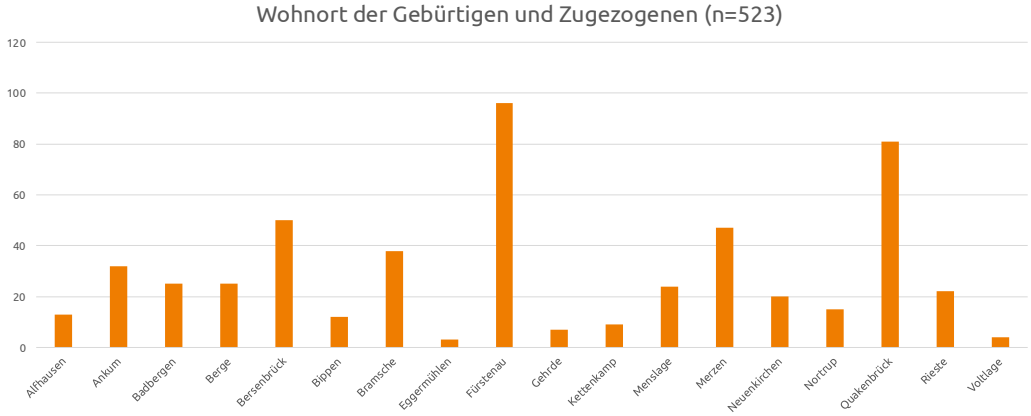
Aufbauend auf den beiden beschriebenen Ansätzen kann das Nördliche Osnabrücker Land weitere Initiativen anstoßen. Ein Kern der Umsetzung sollte zunächst in der Vernetzung und der Identitätsbildung nach innen liegen. Perspektivisch können, unter Einbezug der übergeordneten Partner wie IHK, WIGOS und HWK, Standortkampagnen gefahren werden.

Um das Vernetzungskonzept für die Region Nördliches Osnabrücker Land in die Umsetzung zu überführen, sind nun alle wichtigen Stakeholder – Verwaltung, Politik, wirtschaftliche und gesellschaftliche Multiplikatoren – für die Projektansätze zu gewinnen und entsprechende finanzielle Mittel einzuwerben. Die Umsetzung erfordert ein geschlossenes Handeln in der Region. Der eigene „Kirchturm“ ist dabei in den Hintergrund zu rücken und die gemeinsamen „Leuchttürme“ des Nördlichen Osnabrücker Landes zu profilieren. Von diesem Vorgehen werden am Ende alle Ebenen – Region, Samtgemeinden, Gemeinden, Städte und Dörfer – profitieren.

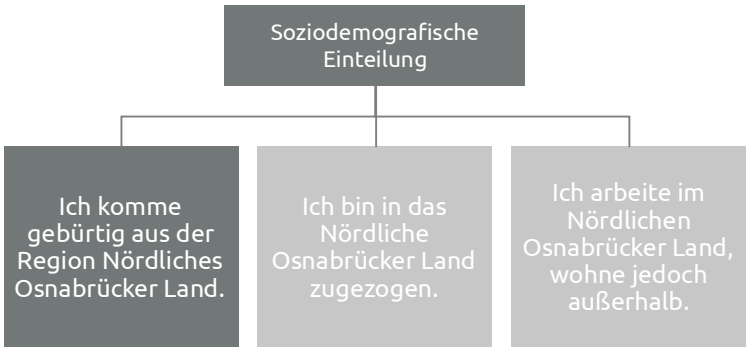
Anhang

Online-Umfrage

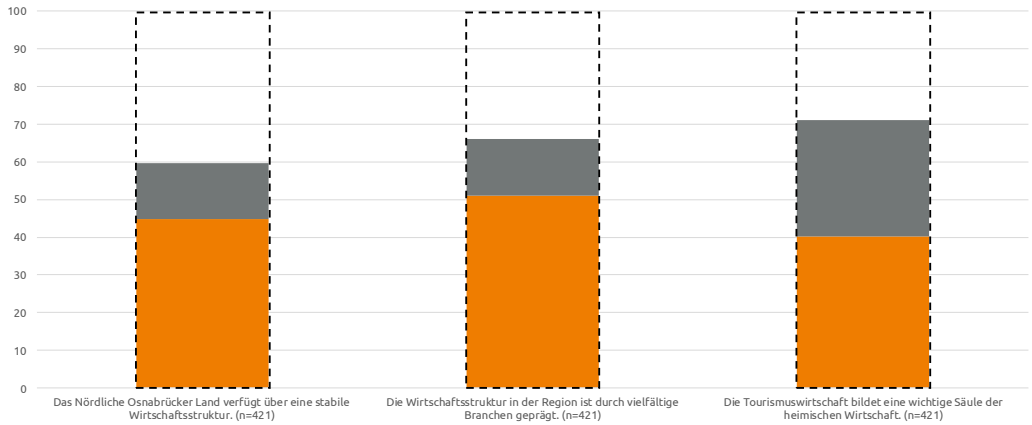


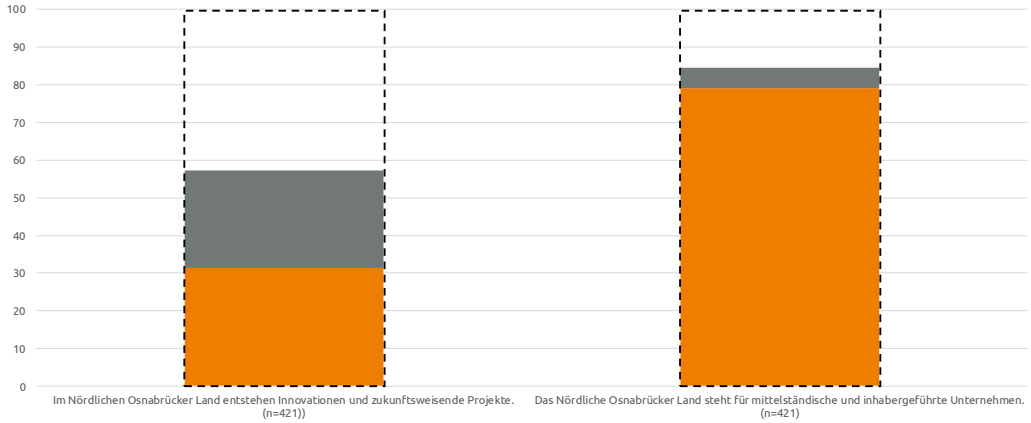


Auswertungsgruppe der in der Region Geborenen

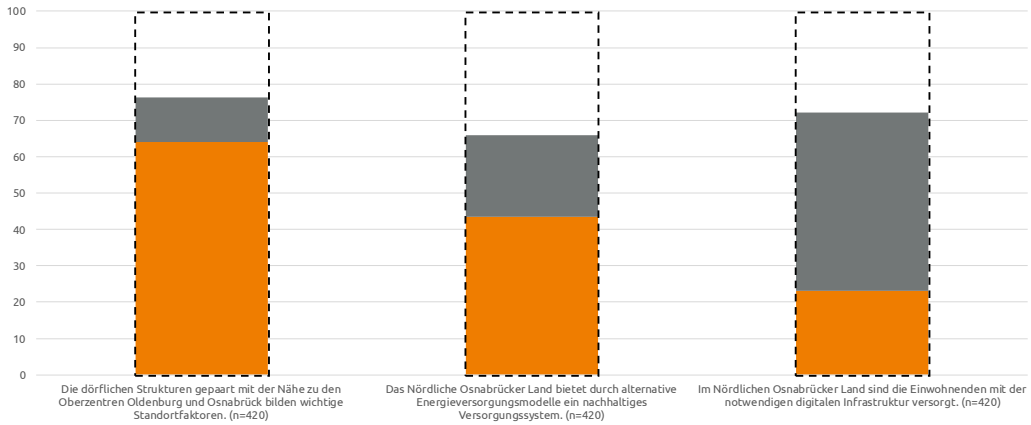


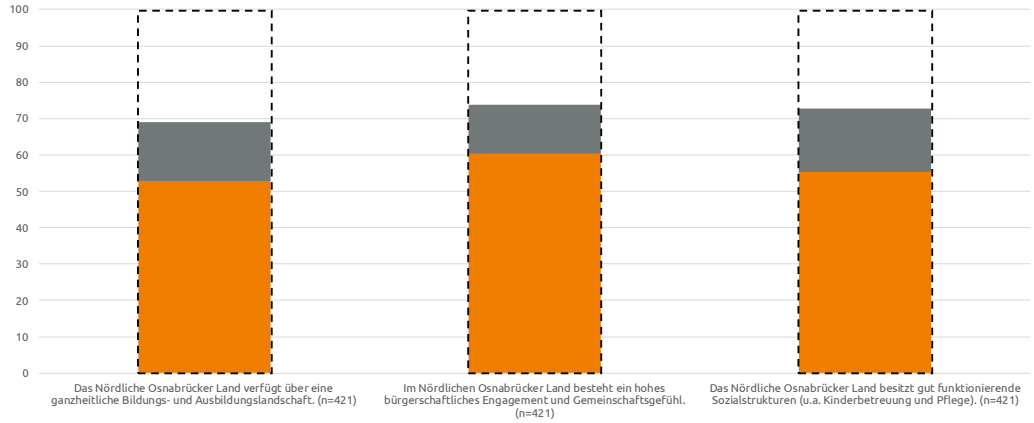
Nördliches Osnabrücker WIRTSCHAFTSLand



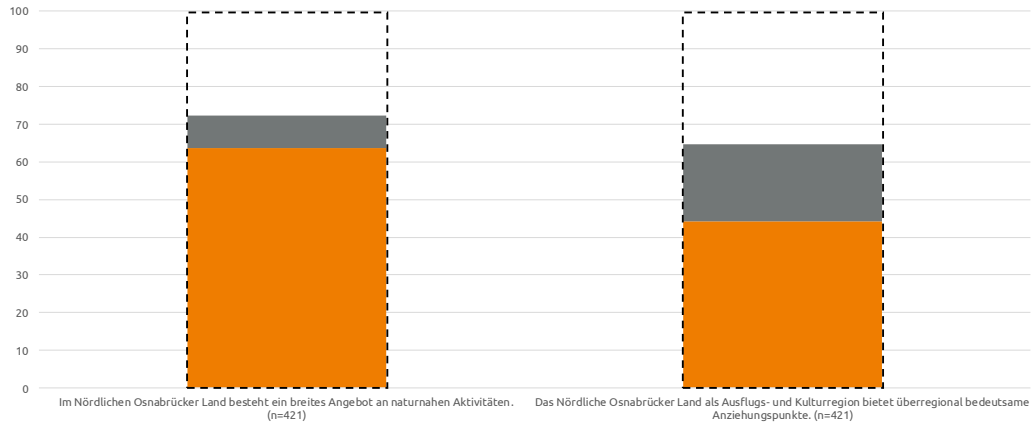


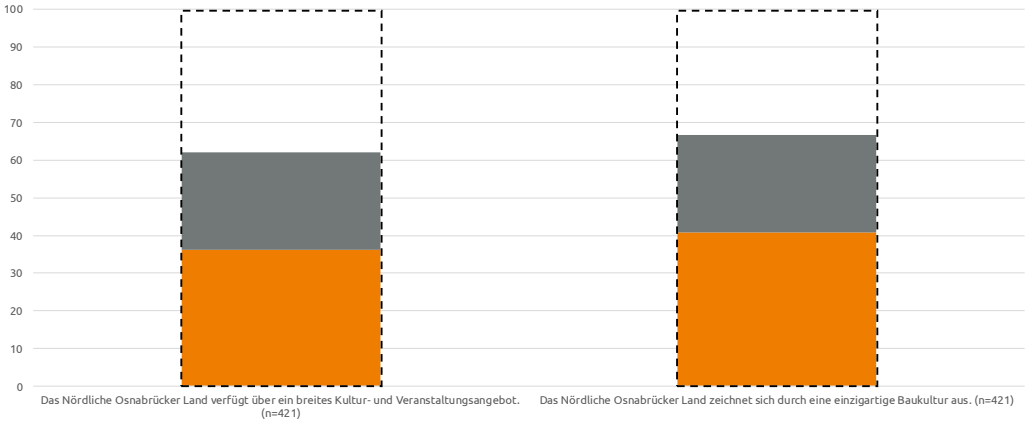
Nördliches Osnabrücker LandLEBEN



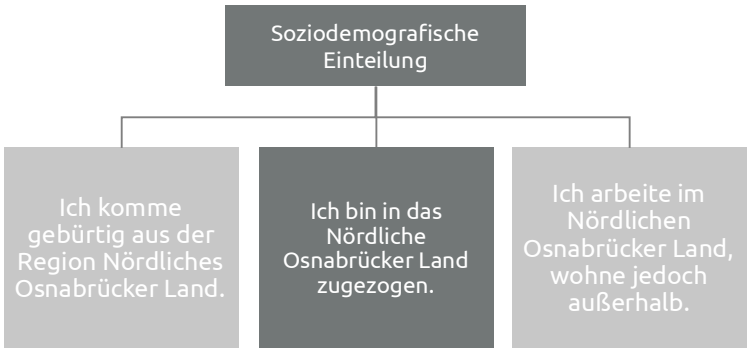


Nördliches Osnabrücker KULTURLand

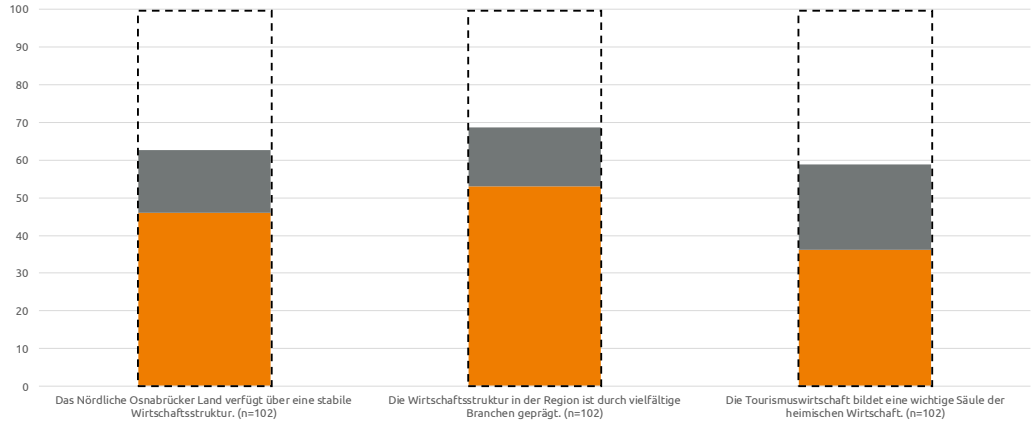


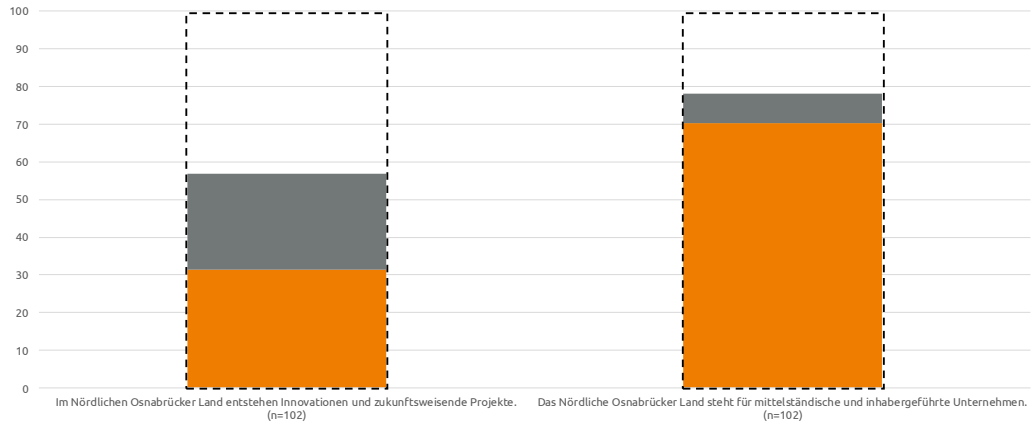


Auswertungsgruppe der Zugezogenen

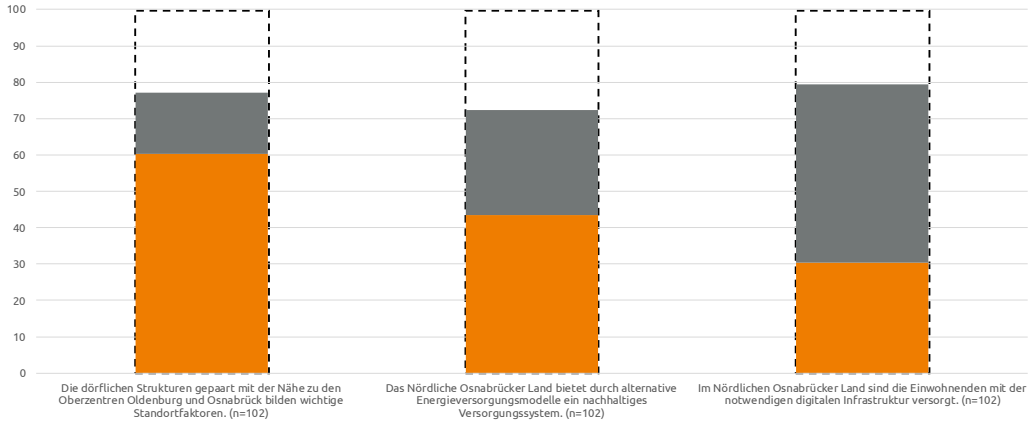


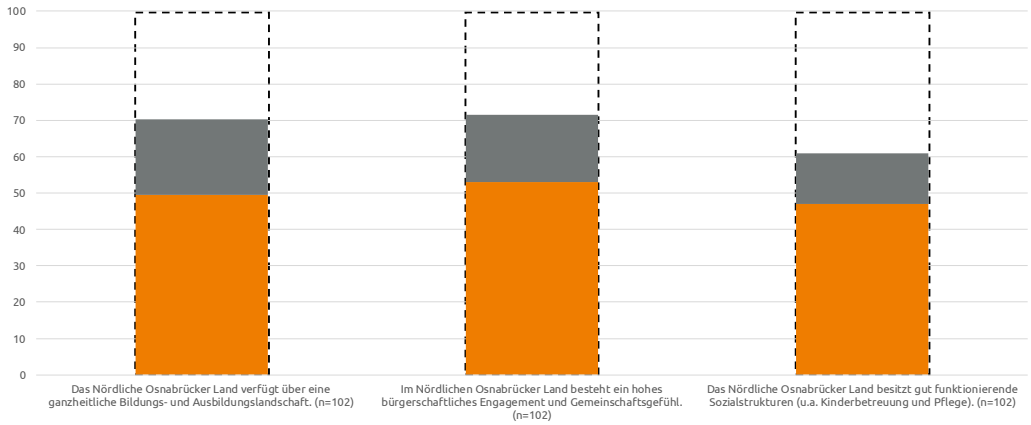
Nördliches Osnabrücker WIRTSCHAFTSLand



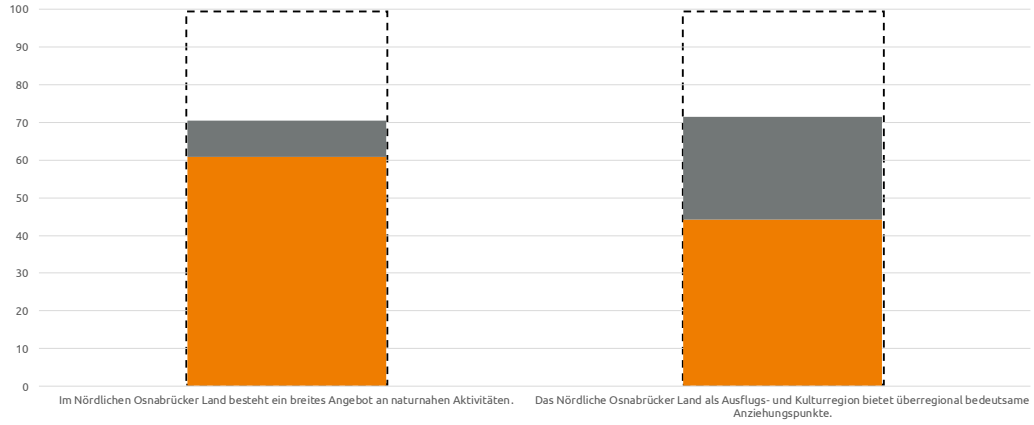


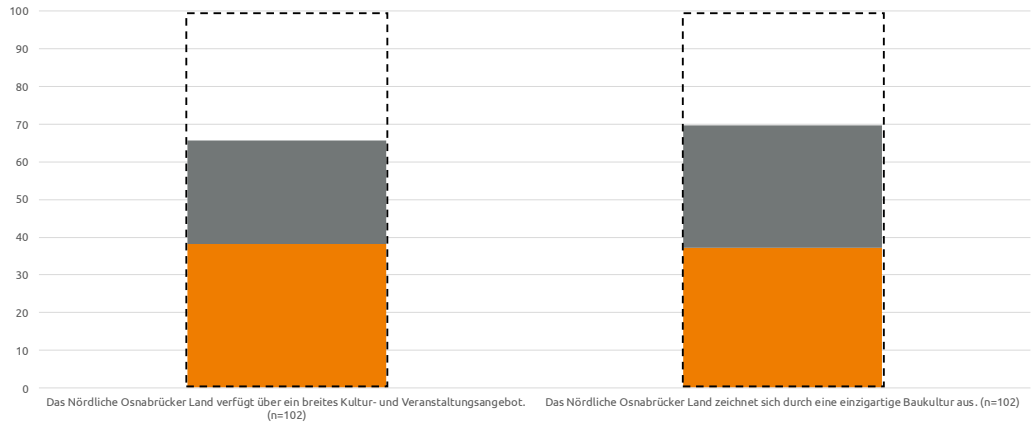
Nördliches Osnabrücker LandLEBEN



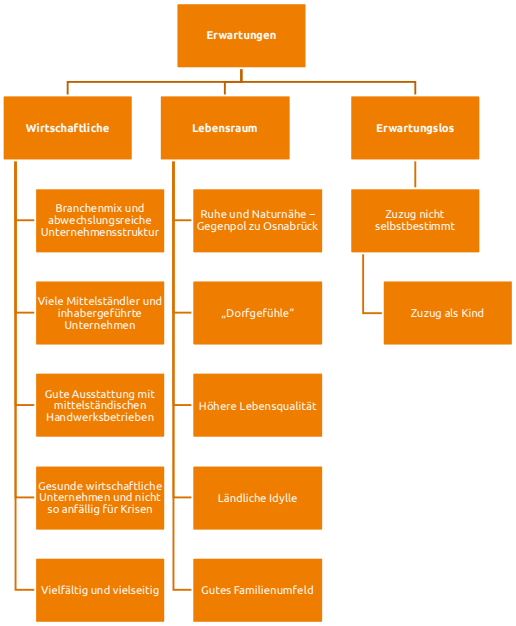


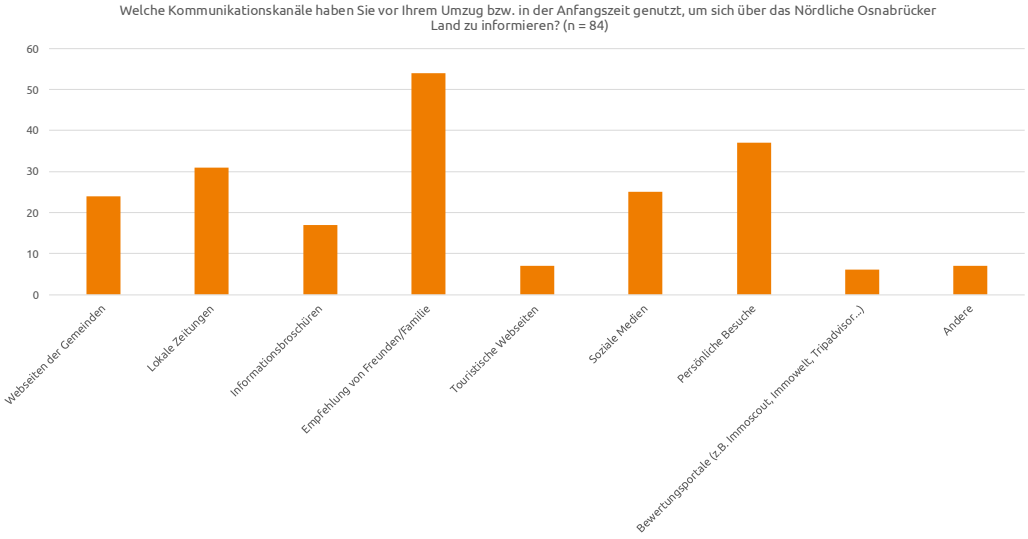
Nördliches Osnabrücker KULTURLand



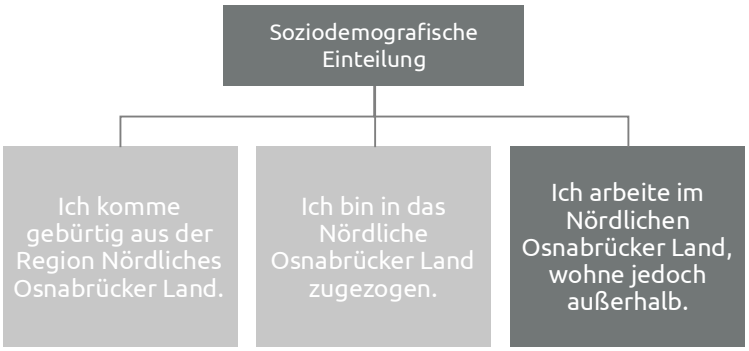


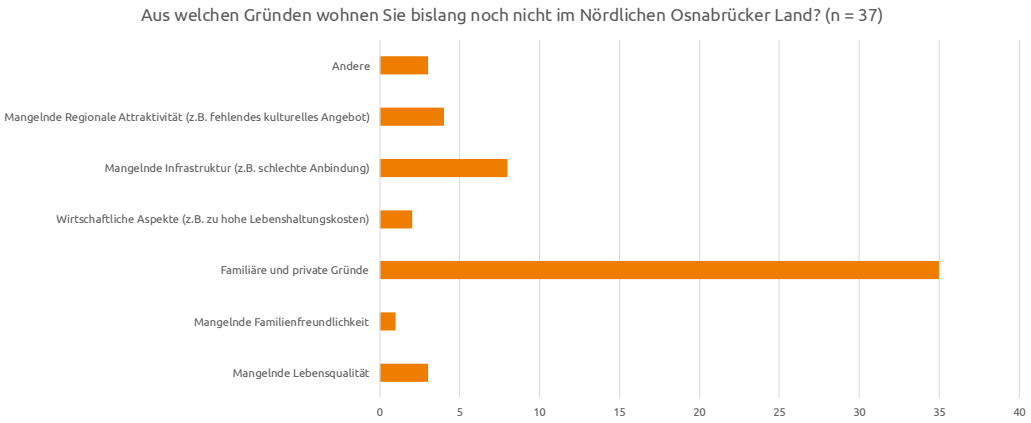
Welche Erwartungen hatten Sie vor Ihrem Zuzug an das Nördliche Osnabrücker Land? (n=60)



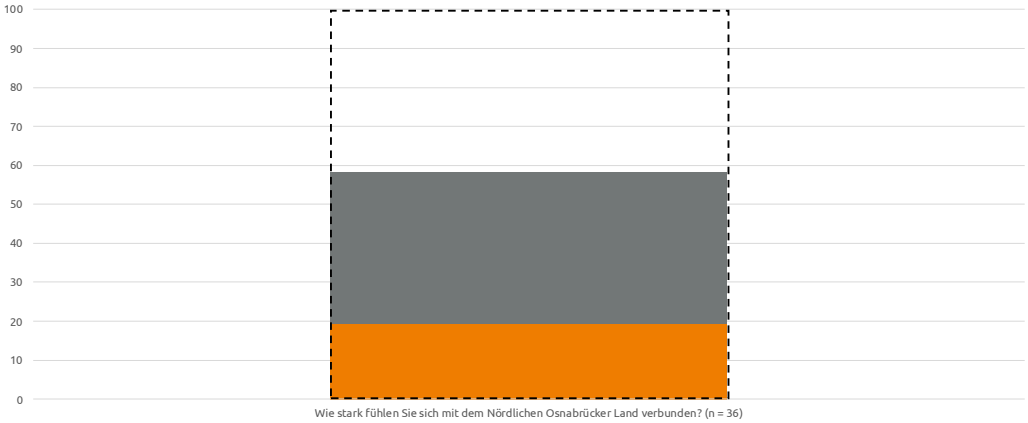


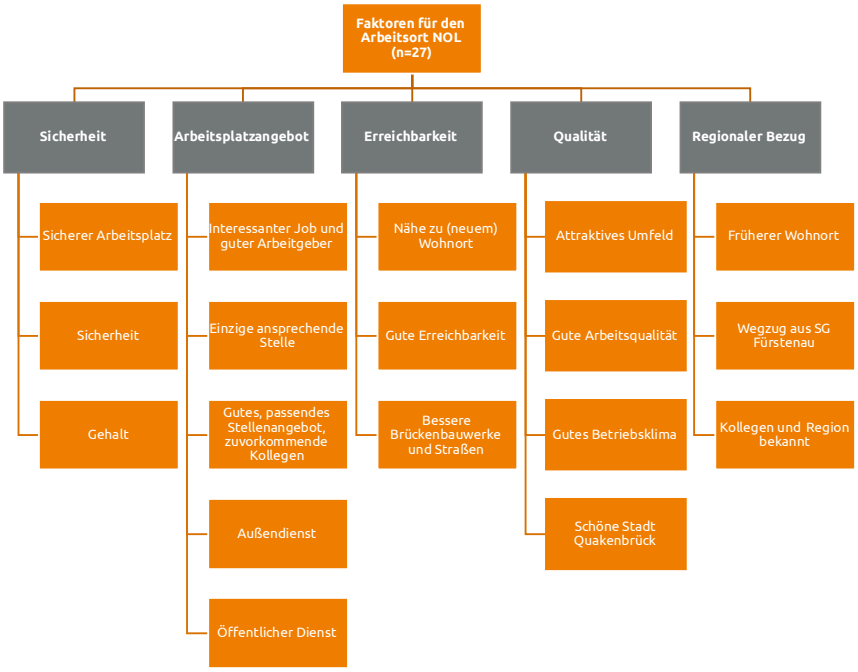
Auswertungsgruppe der Arbeitenden ohne Wohnsitz im Nördlichen Osnabrücker Land

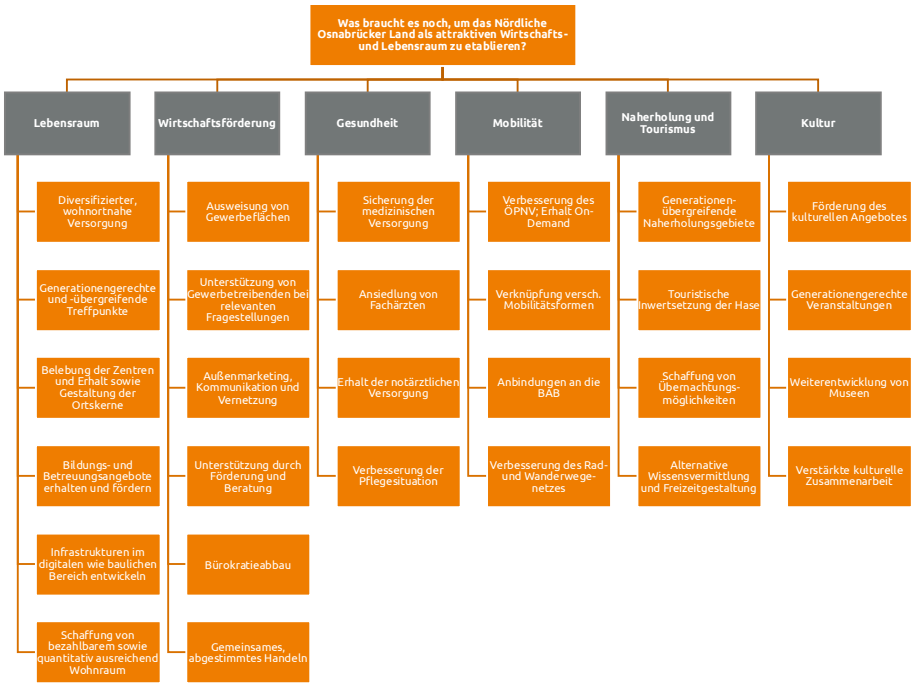




Andere
- abgängige Straßen und Brücken
- Distanz zum Arbeitsort vorteilhaft
- Wohne LK Emsland in direkter Nähe


100
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0
Wie stark fühlen Sie sich mit dem Nördlichen Osnabrücker Land verbunden? (n = 36)


Faktoren für den Arbeitsort NOL (n=27)
Sicherheit
Arbeitsplatzangebot
Erreichbarkeit
Qualität
Regionaler Bezug
Sicherer Arbeitsplatz
Sicherheit
Gehalt
Interessanter Job und guter Arbeitgeber
Einzige ansprechende Stelle
Gutes, passendes Stellenangebot, zuvorkommende Kollegen
Außendienst
Öffentlicher Dienst
Nähe zu (neuem) Wohnort
Gute Erreichbarkeit
Bessere Brückenbauwerke und Straßen
Attraktives Umfeld
Gute Arbeitsqualität
Gutes Betriebsklima
Schöne Stadt Quakenbrück
Früherer Wohnort
Wegzug aus SG Fürstenau
Kollegen und Region bekannt


Was braucht es noch, um das Nördliche Osnabrücker Land als attraktiven Wirtschafts- und Lebensraum zu etablieren?
Lebensraum
Diversifizierter, wohnortnahe Versorgung
Generationengerechte und -übergreifende Treffpunkte
Belebung der Zentren und Erhalt sowie Gestaltung der Ortskerne
Bildungs- und Betreuungsangebote erhalten und fördern
Infrastrukturen im digitalen wie baulichen Bereich entwickeln
Schaffung von bezahlbarem sowie quantitativ ausreichend Wohnraum
Wirtschaftsförderung
Ausweisung von Gewerbeflächen
Unterstützung von Gewerbetreibenden bei relevanten Fragestellungen
Außenmarketing, Kommunikation und Vernetzung
Unterstützung durch Förderung und Beratung
Bürokratieabbau
Gemeinsames, abgestimmtes Handeln
Gesundheit
Sicherung der medizinischen Versorgung
Ansiedlung von Fachärzten
Erhalt der notärztlichen Versorgung
Verbesserung der Pflegesituation
Mobilität
Verbesserung des ÖPNV; Erhalt On-Demand
Verknüpfung versch. Mobilitätsformen
Anbindungen an die BAB
Verbesserung des Rad- und Wanderwege-netzes
Naherholung und Tourismus
Generationen-übergreifende Naherholungsgebiete
Touristische Inwertsetzung der Hase
Schaffung von Übernachtungs-möglichkeiten
Alternative Wissensvermittlung und Freizeitgestaltung
Kultur
Förderung des kulturellen Angebotes
Generationengerechte Veranstaltungen
Weiterentwicklung von Museen
Verstärkte kulturelle Zusammenarbeit