



wirtschaftsraum  
mittellandkanal

... BEWEGT  
ANDERS

## Entwicklungskonzept Wirtschaftsraum Mittellandkanal



SACHSEN-ANHALT



EUROPÄISCHE UNION

**ELER**

Europäischer Landwirtschaftsfonds für  
die Entwicklung des ländlichen Raums



HIER INVESTIERT EUROPA  
IN DIE LÄNDLICHEN GEBIETE.

[www.europa.sachsen-anhalt.de](http://www.europa.sachsen-anhalt.de)

# **Entwicklungskonzept Wirtschaftsraum Mittellandkanal**

**Bericht**

an die

**Gemeinde Bülstringen und Gemeinde Calvörde  
via Vergabestelle Verbandsgemeinde Flechtingen  
Außenstelle Calvörde**

Haldensleber Str. 21  
39359 Calvörde

**B T E Tourismus- und Regionalberatung**

Stiftstr. 12

D-30159 Hannover

Tel. +49 (0)511 - 70 13 2 - 0

Fax +49 (0)511 - 70 13 2 - 99

[hannover@bte-tourismus.de](mailto:hannover@bte-tourismus.de)

[www.bte-tourismus.de](http://www.bte-tourismus.de)

Hannover, März 2023

## Inhalt

<b>1</b>	<b>Vorbereitung</b> .....	<b>1</b>
1.1	Anlass .....	1
1.2	Beteiligung und Abstimmung.....	2
<b>2</b>	<b>Rahmenbedingungen</b> .....	<b>4</b>
2.1	Projektgebiet.....	4
2.2	Übergeordnete Planungsvorgaben und Konzepte .....	5
<b>3</b>	<b>Bestandsaufnahme und Analyse</b> .....	<b>8</b>
3.1	Zentrale Orte, Basisinfrastruktur.....	8
3.2	Demografische Entwicklung.....	9
3.2.1	Rückblick auf die Entwicklung bis 2021.....	9
3.2.2	Bevölkerungsprognose für das Jahr 2035 .....	13
3.3	Wirtschaft, Arbeitsmarkt und Verkehr .....	15
3.4	Tourismus.....	17
3.5	SWOT-Analyse .....	19
<b>4</b>	<b>Entwicklungsziele</b> .....	<b>23</b>
4.1	Das Leitbild .....	23
4.2	Entwicklungsziele/ Leitbildsätze.....	24
<b>5</b>	<b>Handlungsfelder und Leitprojekte</b> .....	<b>25</b>
5.1	Handlungsfelder .....	25
5.2	Leitprojekte und übergeordnete Maßnahmen .....	28
<b>6</b>	<b>Monitoring und Evaluation</b> .....	<b>33</b>

## Abbildungen

Abb. 1	Beteiligungsprozess bei der Erarbeitung des Entwicklungskonzeptes .....	2
Abb. 2	Arbeitspakete, Zeitplan und Termine im Projekt Wirtschaftsraum Mittellandkanal.....	3
Abb. 3	Beteiligte Kommunen am Projekt Wirtschaftsraum Mittellandkanal.....	4
Abb. 4	Zentrale Orte im Wirtschaftsraum Mittellandkanal .....	8
Abb. 5	Entwicklung der Einwohnerzahlen in den Kommunen 2012 bis 2021 kompakt.....	9
Abb. 6	Entwicklung der Einwohnerzahlen in den Kommunen 2012 bis 2021 nach Jahren .....	10
Abb. 7	Natürlicher Saldo, Wanderungssaldo und Saldo gesamt.....	11
Abb. 8	Einwohnerstruktur nach Altersgruppen im Jahr 2020.....	12
Abb. 9	Übersicht der Neubaugebiete im Projektgebiet .....	13
Abb. 10	Prognose der Einwohnerzahl im Wirtschaftsraum Mittellandkanal für das Jahr 2035 .....	14
Abb. 11	Prognose der Bevölkerungsentwicklung in Sachsen-Anhalt 2019-2023.....	14
Abb. 12	Arbeitsmarkt/ Pendler und Beschäftigte nach Branchen .....	15
Abb. 13	Übersicht der Industrie- und Gewerbestandorte im Projektgebiet.....	16
Abb. 14	Übersicht über die Verkehrswege im Projektgebiet.....	17
Abb. 15	Touristische Infrastrukturen und Angebote .....	18
Abb. 16	Stärken und Schwächen des Wirtschaftsraums Mittellandkanal .....	19
Abb. 17	Chancen und Risiken des Wirtschaftsraums Mittellandkanal .....	22
Abb. 18	Einordnung des Leitbilds in das Entwicklungskonzept .....	23
Abb. 19	Übersicht über die Schlüsselmaßnahmen des Marketingkonzeptes.....	28
Abb. 20	Leitprojekte und übergeordnete Maßnahmen des Entwicklungskonzeptes.....	29

## 1 Vorbereitung

### 1.1 Anlass

Der Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt und der Regionale Entwicklungsplan für die Planungsregion Magdeburg haben zum Ziel, den ländlichen Raum als Lebens- und Wirtschaftsraum mit eigenständiger Bedeutung zu entwickeln.

Die folgenden Städte und Gemeinden haben sich zusammengeschlossen, um mit einem gemeinsamen LEADER/CLLD-geförderten Entwicklungskonzept die Potenziale des Wirtschaftsraums Mittellandkanal festzustellen und für eine zukunftssichere Entwicklung und Vermarktung zu nutzen:

- Stadt Oebisfelde - Weferlingen
- Gemeinde Calvörde (VG Flechtingen)
- Gemeinde Bülstringen (VG Flechtingen)
- Stadt Haldensleben
- Gemeinde Niedere Börde
- Gemeinde Barleben
- Stadt Wolmirstedt

Die Gemeinde Flechtingen ist über die Verbandsgemeinde Flechtingen am Entwicklungskonzept beteiligt.

Ziel ist ein gemeinsames kommunales Handeln zur Entwicklung des Wirtschaftsraums. Hierzu wurde BTE von der Trägergemeinde Calvörde mit der Unterstützung bei der Erarbeitung des Entwicklungskonzeptes beauftragt.

Parallel dazu erging an BTE von der Trägergemeinde Bülstringen der Auftrag zur Erarbeitung eines Marketingkonzeptes und von der Trägergemeinde Barleben der Auftrag zur Moderation des Beteiligungsverfahrens.

Wesentliche Ziele des vorliegenden Entwicklungskonzeptes sind

- die Definition der Aufgaben und Handlungsperspektiven des Raums,
- die Erarbeitung eines Handlungsprogramms für die zukünftige Entwicklung des Wirtschaftsraums Mittellandkanal,
- die Beteiligung der relevanten gesellschaftlichen Akteure, Bürger sowie der ansässigen Wirtschafts- und Dienstleistungsunternehmen und
- die Stärkung der interkommunalen Kooperation.

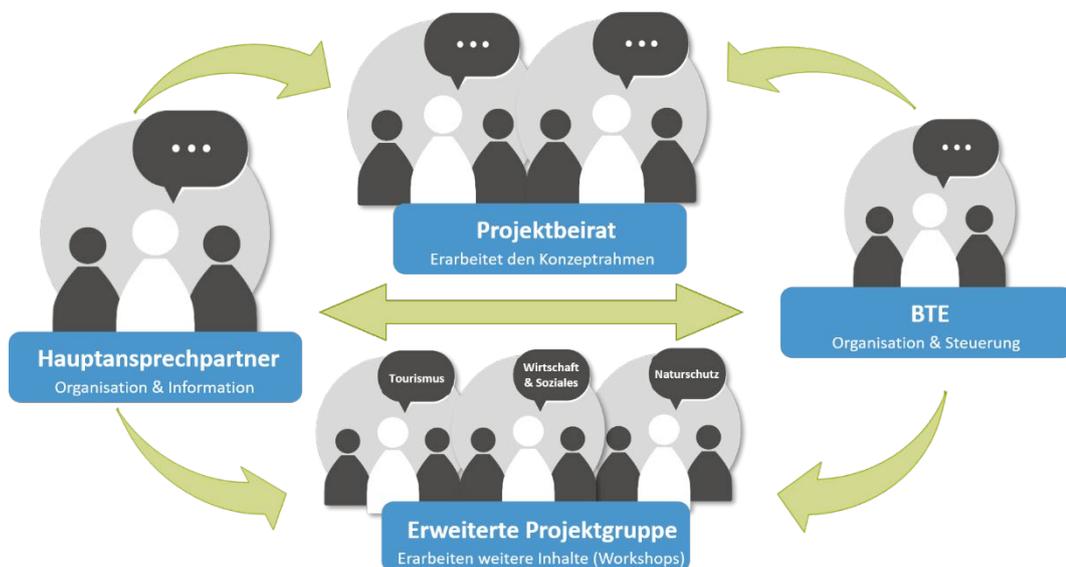
## 1.2 Beteiligung und Abstimmung

Die Inhalte der SWOT-Analyse im Rahmen der Expertengespräche wurden während der Bereisung des Projektgebietes im Juni 2021 erfasst, durch Desktop-Recherchen ergänzt und durch Nachfragen abgesichert.

Alle Inhalte und Ergebnisse des Entwicklungskonzeptes wurden in den Sitzungen des Projektbeirates Wirtschaftsraum Mittellandkanal sowie fünf Workshops zu einzelnen Themenschwerpunkten gemeinsam erarbeitet, abgestimmt und diskutiert.

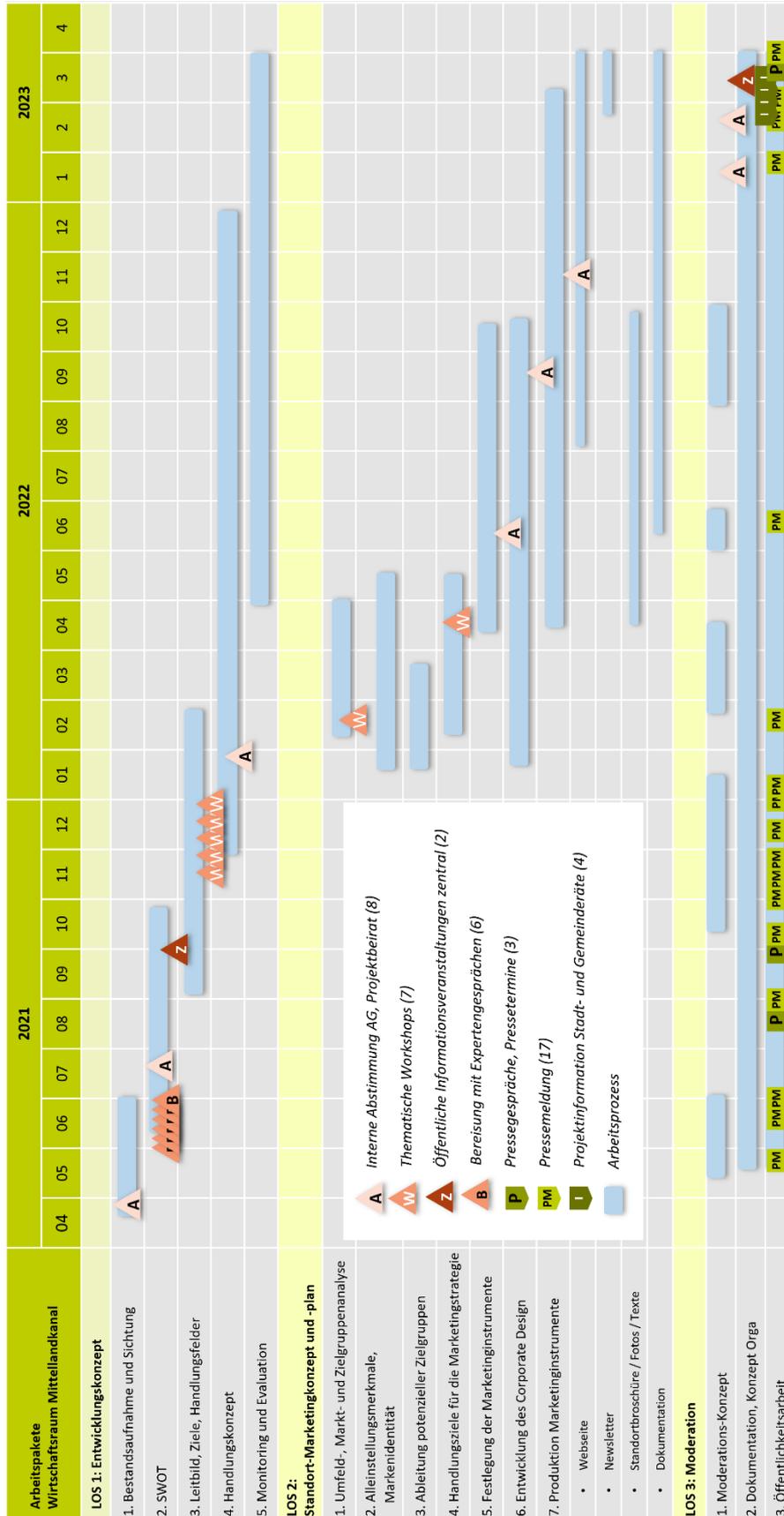
- Die folgende Grafik (s. Abb. 1) beschreibt die Beziehungen und die Zusammenarbeit unter den beteiligten Projektpartnern. Die Termine wurden teils als Präsenzveranstaltungen in der Region und teils (pandemiebedingt) als Videokonferenzen durchgeführt.
- Die nachfolgende Tabelle (s. Abb.2) bietet eine Übersicht über den zeitlichen Ablauf der Erarbeitung und der Abstimmungstermine. Die Grafik verdeutlicht auch die Verzahnung der Arbeitsschritte zur Erarbeitung des Entwicklungs- und des Marketingkonzeptes für den Wirtschaftsraum Mittellandkanal.

Abb. 1 Beteiligungsprozess bei der Erarbeitung des Entwicklungskonzeptes



Grafik: BTE 2023

Abb. 2 Arbeitspakete, Zeitplan und Termine im Projekt Wirtschaftsraum Mittellandkanal



Grafik: BTE 2023

## 2 Rahmenbedingungen

### 2.1 Projektgebiet

Das Entwicklungskonzept und das Marketingkonzept beziehen sich auf den Wirtschaftsraum Mittellandkanal, der sich über sieben Kommunen im Landkreis Börde definiert und entlang der Wasserstraße Mittellandkanal verläuft.

Die Einwohnerzahlen beziehen sich auf den 31.12.2021

▪ Gemeinde Barleben	9.185 Einw.,	29,8 km <sup>2</sup>
▪ Gemeinde Bülstringen (VG Flechtingen)	886 Einw.,	25,4 km <sup>2</sup>
▪ Gemeinde Calvörde (VG Flechtingen)	3.390 Einw.,	122,1 km <sup>2</sup>
▪ Gemeinde Flechtingen (VG Flechtingen)	2.812 Einw.,	73,5 km <sup>2</sup>
▪ Gemeinde Niedere Börde	7.037 Einw.,	77,9 km <sup>2</sup>
▪ Stadt Oebisfelde-Weferlingen	13.544 Einw.,	249,4 km <sup>2</sup>
▪ Stadt Haldensleben	19.028 Einw.,	156,2 km <sup>2</sup>
▪ Stadt Wolmirstedt	11.371 Einw.,	54,3 km <sup>2</sup>

Abb. 3 Beteiligte Kommunen am Projekt Wirtschaftsraum Mittellandkanal



Grafik: BTE 2023

## 2.2 Übergeordnete Planungsvorgaben und Konzepte

Für den Wirtschaftsraum Mittellandkanal liegen mehrere übergeordnete Planungen und Konzepte vor, die bei der Erarbeitung des Entwicklungskonzeptes berücksichtigt wurden.

- Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt
- REP Magdeburg
- Lokale Konzepte, IGEKs, IREKs, etc.  
der betrachteten Gemeinden, Verbandsgemeinden und Städte
- Lokale Machbarkeitsstudien mit Projektbezug  
z.B. Machbarkeitsstudie Grieps
- Tourismuskonzepte und Strategien
  - Tourismuskonzept Magdeburg-Elbe-Börde-Heide,
  - Tourismus- und Vermarktungskonzept Drömling,
  - Radverkehrskonzept Landkreis Börde

### Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt

Der Landesentwicklungsplan (kurz: LEP) Sachsen-Anhalt ist der Raumordnungsplan für das gesamte Land. Mit den darin getroffenen Festlegungen wird die planerische Grundlage für die zukünftige Entwicklung des Landes gelegt. Ziel ist es, die unterschiedlichen Funktionen und Nutzungsmöglichkeiten des Raums aufeinander abzustimmen und Konflikte auszugleichen. Der derzeit geltende Landesentwicklungsplan ist am 12. März 2011 in Kraft getreten.

Die relevanten Aussagen des aktuellen Landesentwicklungsplans für das Entwicklungskonzept Wirtschaftsraum Mittellandkanal sind:

- Der Wirtschaftsraum Mittellandkanal gehört der Planungsregion Magdeburg an, welche aus dem Landkreis Börde, dem Landkreis Jerichower Land, dem Landkreis Salzlandkreis und der kreisfreien Stadt Magdeburg besteht.
- Die Gemeinde Barleben wird als Vorrangstandort für landesbedeutsame Industrie- und Gewerbeflächen festgelegt.
- Die festgelegte Entwicklungsachse verläuft folgendermaßen: Magdeburg – Haldensleben (–Wolfsburg) und (Hannover – Wernigerode) – Aschersleben – Staßfurt – Bernburg – (Dessau-Roßlau – Cottbus)

### Regionaler Entwicklungsplan Planungsregion Magdeburg 2020

Der Regionale Entwicklungsplan der Planungsregion Magdeburg (REP Magdeburg) stellt das Leitbild einer umsetzungsorientierten Raumordnung in der Planungsregion Magdeburg (Landkreis Börde, Landkreis Jerichower Land, Landkreis Salzlandkreis und Landeshauptstadt Magdeburg) dar. Ziele des REP sind aufgeteilt in die Schwerpunkte Raumstruktur, Siedlungsstruktur, Entwicklung der Standortpotenziale und der technischen Infrastruktur und Freiraumstruktur. Orientierung bieten die im LEP festgelegten Entwicklungsachsen, welche im REP nochmal aufgegriffen und weiterentwickelt werden.

#### Wichtige Aussagen des REPs Magdeburg:

- Landesbedeutsame Industrie- und Gewerbestandorte:
  - Barleben, Wolmirstedt, Niedere Börde (Technologiepark)
  - Binnenhäfen Haldensleben, Magdeburg: Vorrangstandorte für landesbedeutsame Verkehrsanlagen (Güterverkehr, Logistik)
  - Verladestelle Bülstringen als Vorrangstandort für regional bedeutsame Verkehrsanlagen
  - Energie: Eignungsgebiet Windenergienutzung Siestedt (Oebisfelde-Weferlingen), Behnsdorf/Belsdorf (Flechtingen)
- Entwicklungsvorgaben Bildung & Gesundheit für die Region:
  - Schulstandorte sollen in den zentralen Orten erhalten und entwickelt werden
  - In ländlichen Regionen mit geringer Einwohnerdichte sollen Grund- und Sekundärschulen auch bei geringer Auslastung in den Grundzentren bestehen bleiben
  - Die Einrichtungen zur Betreuung von Kindern in Kindertagesstätten und Tagespflegestellen sind bedarfsgerecht in Wohnortnähe zu erhalten, gleiches gilt für Jugendeinrichtungen
  - Krankenhäuser sollen vorrangig in den Ober- und Mittelzentren angesiedelt sein (Spezialversorgung in Oberzentren)
  - Integrierte Versorgungsstrukturen und neue Formen ambulanter medizinischer Dienstleistungen sind insbesondere im ländlichen Raum weiterzuentwickeln
- Vorranggebiete Platz 1:
  - Nutzung von Windenergie: Aschersleben
  - Natur- und Landschaft: Drömling
  - Hochwasserschutz: Bode (einschließlich Holtemme)
  - Wassergewinnung: Colbitz-Letzlinger Heide
- Vorbehaltsgebiete Platz 1:
  - Aufbau eines ökologischen Verbundsystems in Bachsystem im Vorflämung
  - Landwirtschaft: Ackerlandgebiete des Vorflämings
  - Erstaufforstung am Ramstedter Forst
  - Rohstoffgewinnung von Kiessand am Angern-Sandkrug
  - Wassergewinnung in Beendorf
  - Für Tourismus und Erholung das Harzer Seenland

#### **Tourismuskonzept Magdeburg-Elbe-Börde-Heide**

Das 2020 erstellte Tourismuskonzept stellt das vielseitige touristische Angebot der Region dar. Insbesondere die Themen Radwandern, Wandern, Wassertourismus, Naturlandschaften und Reiten sind in der Region stark ausgeprägt. Die Vision des Reisegebietes ist das folgende Versprechen an den Gast und Anspruch an sich selbst: „Wir bieten eine modern inszenierte Reise durch die Zeit in und um Magdeburg“ (vgl. Kap. 3.4).

### **Integriertes Kreisentwicklungskonzept Landkreis Börde**

Das integrierte Kreisentwicklungskonzept des Landkreises Börde wurde 2016 beauftragt und formuliert Ziele für die kommunale Aufgabenerfüllung. Das Leitbild mit den Handlungsfeldern Wirtschaft, Digitalisierung und Innovation, Gesundheit und Soziales, Bildung und Jugend, Wohnen, Mobilität und Infrastruktur, Kultur, Freizeit und Tourismus, Natur und Umwelt sowie Inklusion und bürgerschaftliches Engagement bilden den Ausgangspunkt der Ziele.

#### **Ziele:**

- gemeinsame nachhaltige Förderung und Unterstützung der regional ansässigen Unternehmen
- **Ausbau und Stärkung von Netzwerken zur Wirtschaftsförderung** Bildung eines Wirtschaftsbeirates im Landkreis bis 2019 aus Vertretern von Groß-, klein- und mittelständischen Unternehmen bzw. Landwirtschaftsbetrieben jeder Gemeinde des Landkreises
- Sicherung des **Fachkräftebedarfs** für alle Branchen
- **aktive Förderung der Gewerbeansiedlungen, systematische Förderung von Existenzgründungen**
- Schaffung von **optimalen Standortbedingungen** für die wirtschaftliche Entwicklung

### 3 Bestandsaufnahme und Analyse

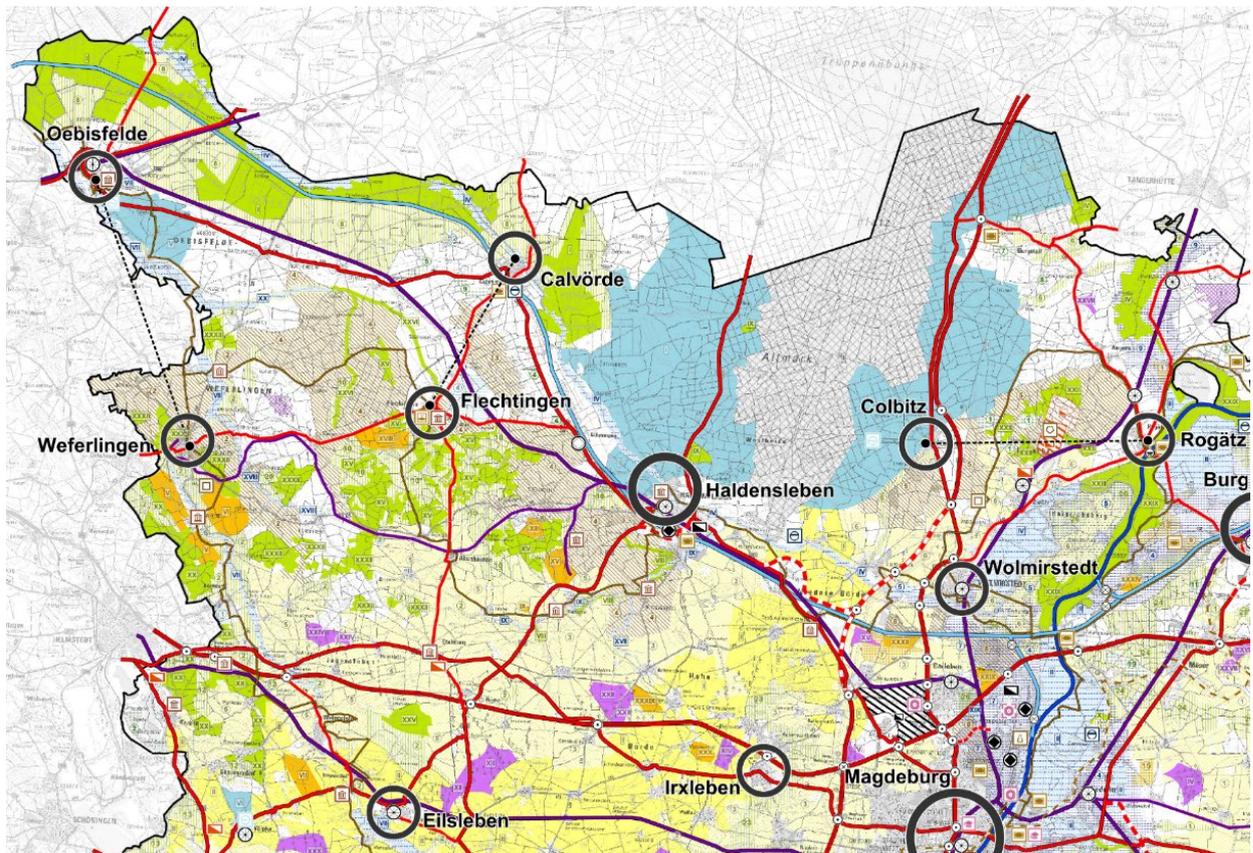
#### 3.1 Zentrale Orte, Basisinfrastruktur

Der Wirtschaftsraum Mittellandkanal umfasst vier zentrale Orte: Das Mittelzentrum Haldensleben und die Grundzentren Wolmirstedt, Flechtingen (gemeinsam mit der Gemeinde Calvörde) und Oebisfelde (gemeinsam mit der Gemeinde Weferlingen).

Der Wirtschaftsraum grenzt an die Oberzentren Magdeburg (südöstlich) und Wolfsburg (westlich).

Die Einstufung beruht auf der tatsächlich vorhandenen Ausstattung der Gemeinden. Über die vier Grundzentren ist eine hinreichende Versorgung der Einwohner mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfs gewährleistet. Die nahen Oberzentren decken den mittel- und langfristigen Bedarf an gehobenen und spezialisierten Gütern und Dienstleistungen.

Abb. 4 Zentrale Orte im Wirtschaftsraum Mittellandkanal



Quelle: Regionaler Entwicklungsplan Planungsregion Magdeburg 2020

## 3.2 Demografische Entwicklung

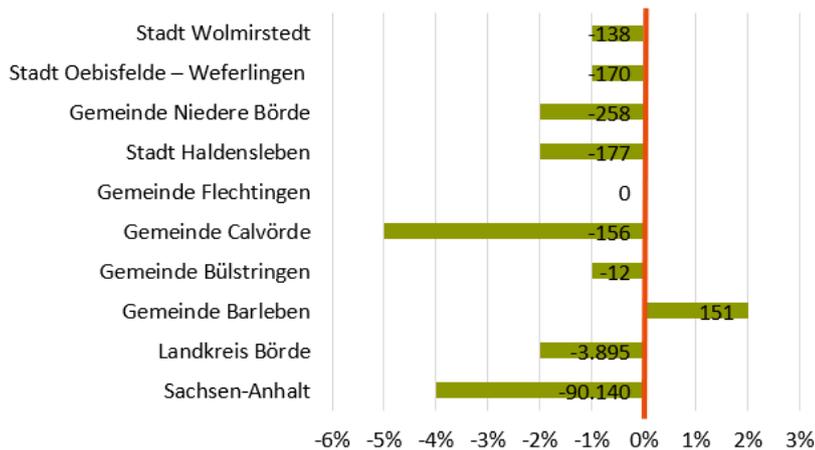
### 3.2.1 Rückblick auf die Entwicklung bis 2021

#### Entwicklung der Einwohnerzahl 2012 bis 2021

Die folgende Grafik beschreibt die unterschiedliche Entwicklung der Einwohnerzahlen in den betrachteten Kommunen im Zeitraum von 2012 bis 2021. Die Länge der Balken beschreibt die relative Entwicklung in Prozent-Werten, der Wert an den Balken nennt die absolute Veränderung. Es zeigt sich:

- Nur die Gemeinde Barleben weist einen Zuwachs auf, die Gutachter führen dies auf Gewerbeansiedlungen und die Nähe zur Landeshauptstadt Magdeburg zurück.
- Darüber hinaus konnte nur die Gemeinde Flechtingen die Einwohnerzahl halten, alle anderen Kommunen weisen eine negative Bilanz auf.
- Den größten relativen Rückgang weist die Gemeinde Calvörde auf. Dies ist aus Gutachtersicht auf die periphere Lage zu den Arbeitsplätzen in Wolfsburg und Magdeburg zurückzuführen
- Bei der Bewertung der rückläufigen Einwohnerzahlen muss berücksichtigt werden, dass der Rückgang im Wirtschaftsraum Mittellandkanal deutlich geringer ausfällt als im Landesdurchschnitt.

Abb. 5 Entwicklung der Einwohnerzahlen in den Kommunen 2012 bis 2021 kompakt



Berechnung: BTE 2023, Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt

Die folgende Tabelle nennt die absoluten Einwohnerzahlen und deren relative Veränderung im Vergleich zum Vorjahr, die Grafik macht die Schwankungen deutlich.

- Die relativ starken Schwankungen in der Gemeinde Bülstringen sind aus Gutachtersicht auf die geringe Einwohnerzahl zurückzuführen. Damit wirkt sich schon z. B. der Wegzug von zwei Familien deutlich stärker aus. Durch die Entwicklung zweier neuer

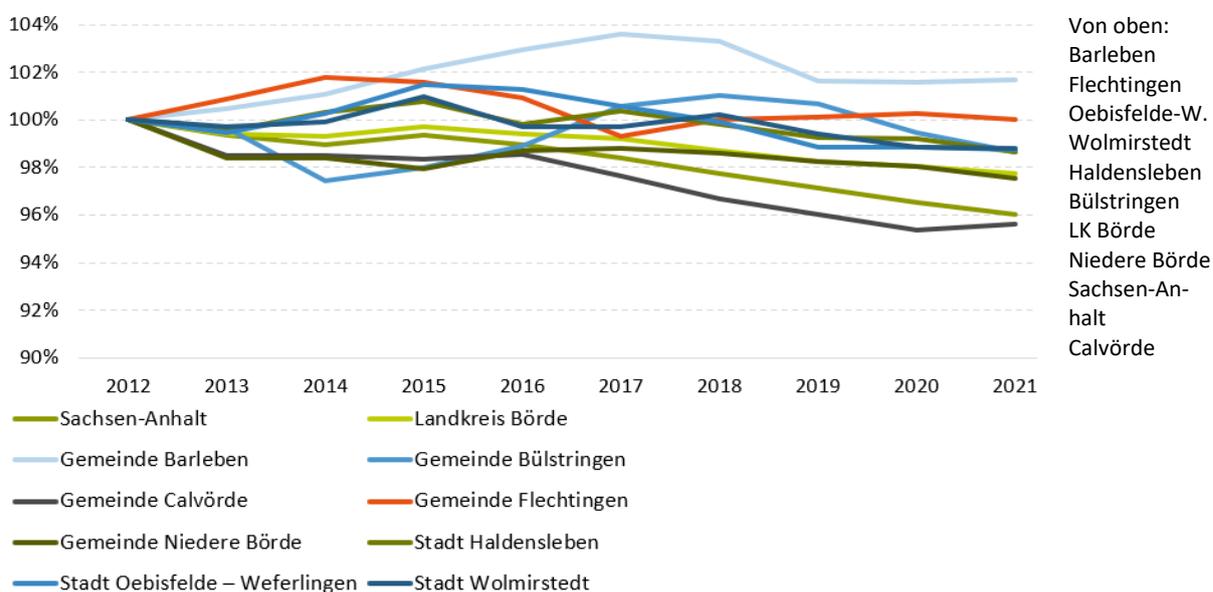
Wohngebiete in den letzten fünf Jahren und mit dem perspektivischen Zuwachs an jungen Familien wird eine positive Entwicklung angestrebt.

- Die meisten Kommunen verzeichnen einen mehr oder weniger kontinuierlichen Rückgang der Bevölkerungszahl in diesem Jahrzehnt.

**Abb. 6 Entwicklung der Einwohnerzahlen in den Kommunen 2012 bis 2021 nach Jahren**

absolut	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2014	2012
S-A.t	2.169.253	2.180.684	2.194.782	2.208.321	2.223.081	2.236.252	2.235.548	2.259.393
LK Börde	170.106	170.567	170.923	171.734	172.619	172.959	172.829	174.001
Barleben	9.185	9.178	9.180	9.330	9.361	9.300	9.133	9.034
Bülstringen	886	893	904	907	903	888	875	898
Calvörde	3.390	3.381	3.406	3.429	3.463	3.495	3.493	3.546
Flechtingen	2.812	2.819	2.815	2.813	2.793	2.838	2.862	2.812
Haldensleben	19.028	19.133	19.143	19.247	19.354	19.246	19.345	19.286
Niedere Börde	7.037	7.072	7.087	7.113	7.128	7.121	7.097	7.214
Oebisfelde-W.	13.544	13.555	13.558	13.701	13.795	13.889	13.748	13.714
Wolmirstedt	11.371	11.376	11.441	11.536	11.477	11.475	11.502	11.509

relativ	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012
S-A	96,0%	97%	97%	98%	98%	99%	99%	99%	99%	100%
LK Börde	97,8%	98%	98%	99%	99%	99%	100%	99%	99%	100%
Barleben	101,7%	102%	102%	103%	104%	103%	102%	101%	100%	100%
Bülstringen	98,7%	99%	101%	101%	101%	99%	98%	97%	100%	100%
Calvörde	95,6%	95%	96%	97%	98%	99%	98%	99%	98%	100%
Flechtingen	100,0%	100%	100%	100%	99%	101%	102%	102%	101%	100%
Haldensleben	98,7%	99%	99%	100%	100%	100%	101%	100%	99%	100%
Niedere Börde	97,5%	98%	98%	99%	99%	99%	98%	98%	98%	100%
Oebisfelde-W.	98,8%	99%	99%	100%	101%	101%	101%	100%	99%	100%
Wolmirstedt	98,8%	99%	99%	100%	100%	100%	101%	100%	100%	100%



Grafik: BTE 2023, Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt

Die folgende Tabelle zeigt einen Blick auf den natürlichen Saldo (Geburten abzüglich Sterbefälle) und den Wanderungssaldo (Zuzüge abzüglich Fortzüge) als zentrale Faktoren der Bevölkerungsentwicklung. Es zeigt sich:

- Alle Kommunen weisen einen negativen natürlichen Saldo und einen positiven Wanderungssaldo auf.
- Der Effekt des negativen natürlichen Saldos überwiegt in fast allen Kommunen dem Effekt des positiven Wanderungssaldos. Vereinfacht gesagt: Der Zuzug neuer Einwohner kann den Verlust aufgrund geringer Geburtenzahl nicht ausgleichen.
- Bei der Bewertung des natürlichen Saldos müssen die Auswirkungen der Pandemie berücksichtigt werden.

**Abb. 7 Natürlicher Saldo, Wanderungssaldo und Saldo gesamt**

Natürl. Saldo	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012
Barleben	-46	-49	-78	-40	-45	-11	-21	-23	-17	-25
Bülstringen	-8	1	-1	2	5	-1	-4	1	0	8
Calvörde	-2	-26	-10	-9	-26	-1	-17	-24	-15	-20
Flechtingen	-33	-17	-21	-38	-26	-11	3	-20	-10	-9
Haldensleben	-243	-148	-159	-182	-154	-153	-163	-151	-151	-138
Niedere Börde	-41	-38	-21	-18	-31	-9	-26	-1	-10	6
Oebisfelde–W.	-54	-77	-27	-50	-28	-41	-40	-51	-73	-33
Wolmirstedt	-93	-87	-85	-63	-62	-49	-55	-56	-46	-86
Wandergs-S	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012
Barleben	55	46	-74	8	109	88	116	80	50	29
Bülstringen	1	-12	-2	2	10	9	9	-21	-3	-32
Calvörde	11	1	-13	-19	-5	8	12	25	-38	-67
Flechtingen	27	22	23	58	-17	-8	-9	45	33	1
Haldensleben	138	130	68	75	262	-38	251	304	46	50
Niedere Börde	10	23	-6	3	38	66	-5	1	-109	36
Oebisfelde–W.	44	76	-111	-43	-69	21	206	157	2	-58
Wolmirstedt	87	20	-10	119	63	-96	173	84	15	-31
Saldo Gesamt	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012
Barleben	9	-3	-152	-32	64	77	95	57	33	4
Bülstringen	-7	-11	-3	4	15	8	5	-20	-3	-24
Calvörde	9	-25	-23	-28	-31	7	-5	1	-53	-87
Flechtingen	-6	5	2	20	-43	-19	-6	25	23	-8
Haldensleben	-105	-18	-91	-107	108	-191	88	153	-105	-88
Niedere Börde	-31	-15	-27	-15	7	57	-31	0	-119	42
Oebisfelde–W.	-10	-1	-138	-93	-97	-20	166	106	-71	-91
Wolmirstedt	-6	-67	-95	56	1	-145	118	28	-31	-117

Berechnung: BTE 2023, Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt

### Einwohnerstruktur nach Altersgruppen

Die folgende Tabelle beschreibt die Altersstruktur in den Kommunen sowie im Vergleich zum Landkreis Börde und zum Land Sachsen-Anhalt. Es zeigt sich:

- Der Anteil der Null- bis unter 25-jährigen liegt in den meisten Kommunen ungefähr auf Höhe des Landes- und des Kreisdurchschnitts. Der Anteil dieser Altersgruppe ist deutlich geringer in Calvörde und etwas geringer in Haldensleben; er ist deutlich höher in Oebisfelde-Weferlingen.
- Der Anteil der 25- bis unter 55-jährigen ist dagegen in allen Kommunen geringfügig bis deutlich höher als im Landesdurchschnitt und liegt teils über und teils unter dem Durchschnitt des Landkreises.
- Der Anteil der 55- bis unter 67-jährigen ist ebenfalls überwiegend höher als im Landesdurchschnitt, der Anteil der 67-jährigen und älter zählenden Altersgruppe ist dagegen durchgängig unter dem Landesdurchschnitt.

Der Wirtschaftsraum Mittelland weist damit keine gesunde, aber eine gesündere Altersstruktur auf als der Landesdurchschnitt. Auffallend ist insbesondere der relativ hohe Anteil der Altersgruppen im Erwerbsalter und der relativ niedrige Anteil der Altersgruppen im Ruhestand.

**Abb. 8 Einwohnerstruktur nach Altersgruppen im Jahr 2020**

Altersgruppe (Jahre)*	S-A	LK Börde	Barleben	Bülstingen	Calvörde	Flechtingen	Haldensleben	Niedere Börde	Oebisfelde-W.	Wolmirstedt
0 - 3	2,3%	2,3%	2,0%	2,9%	2,1%	2,6%	2,3%	2,2%	2,5%	2,1%
3 - 6	2,6%	2,8%	2,8%	3,0%	1,9%	3,0%	2,5%	2,6%	2,9%	2,6%
6 - 10	3,4%	3,7%	3,9%	4,1%	3,3%	4,3%	3,4%	3,9%	3,4%	3,5%
10 - 16	5,0%	5,4%	6,2%	4,9%	4,7%	5,0%	4,9%	5,2%	5,9%	5,4%
16 - 19	2,4%	2,4%	2,5%	2,4%	2,0%	1,9%	2,3%	2,6%	2,5%	2,4%
19 - 25	5,0%	3,9%	3,1%	3,2%	3,4%	3,2%	4,5%	3,6%	4,6%	4,1%
0 - 25	20,6	20,6	20,4	20,6	17,4	20,0	19,0	20,2	21,8	20,1
25 - 55	35,0%	36,3%	36,8%	36,5%	37,9%	35,0%	35,9%	37,1%	38,1%	35,1%
55 - 67	20,2%	21,5%	21,2%	23,6%	23,5%	23,3%	21,0%	23,3%	19,8%	20,5%
67 und mehr	24,3%	21,6%	21,5%	19,3%	21,3%	21,6%	23,2%	19,4%	20,3%	24,3%

\* Altersgruppe von ... bis unter ... Jahren

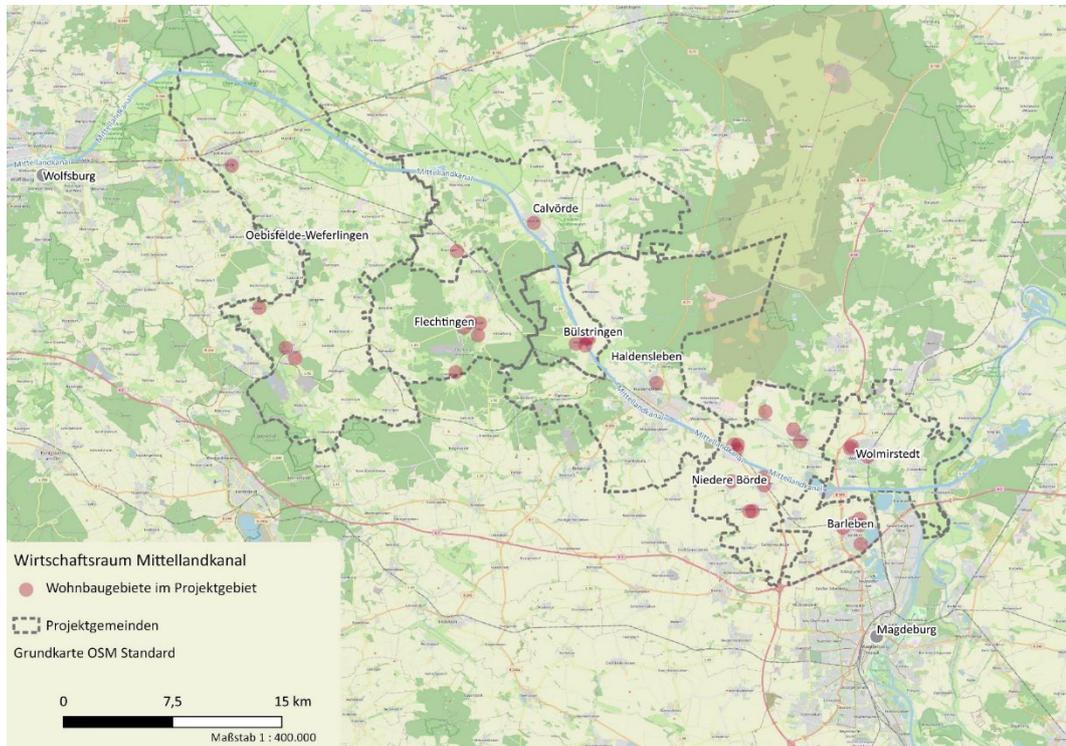
### Neubaugelbiete

Neubaugelbiete sind einerseits ein Spiegel der Entwicklung der Bevölkerungszahl, andererseits belegen sie die Bemühungen der Kommunen um die Sicherung der Einwohnerzahl.

- Die meisten Neubaugelbiete weist die Gemeinde Niedere Börde auf. Dies ist insbesondere auf die Lage in der Nähe zur Landeshauptstadt Magdeburg zurückzuführen.
- Calvörde weist nur ein Neubaugelbiet auf. Dies steht ggf. in Zusammenhang mit der peripheren Lage zu Magdeburg und Wolfsburg und der deutlich sinkenden Einwohnerzahl.

- Bei den weiteren Kommunen kann kein eindeutiger Zusammenhang zwischen der Bevölkerungsentwicklung und der Anzahl an Baugebieten hergestellt werden.

**Abb. 9 Übersicht der Neubaugebiete im Projektgebiet**



Grafik: BTE 2023. Quelle: Angaben der Kommunen (FNPs, Ortskonzepte, ...) und Desktop-Recherchen

### 3.2.2 Bevölkerungsprognose für das Jahr 2035

Die Prognose des Statistischen Landesamts Sachsen-Anhalt zur Einwohnerzahl in den Kommunen des Wirtschaftsraums Mittellandkanal im Jahr 2035 beruht auf der Struktur der Bevölkerung unter Vorgabe bestimmter Annahmen über die zukünftige Entwicklung der demografischen Komponenten (Geburten- und Sterberate, Zuzüge und Fortzüge).

Die Prognose wurde zur Information von Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit über die Veränderung von Bevölkerungszahl und -struktur erstellt, unter der Annahme, dass sich die Ausgangspopulation gemäß der unterstellten demografischen Eigenschaften entwickelt.

Die folgende Tabelle mit der Prognose des Landesamts zur Einwohnerzahl des Wirtschaftsraums Mittellandkanal im Jahr 2035 zeigt:

- Die Gesamtbevölkerung im Wirtschaftsraum Mittellandkanal sinkt von rd. 67.400 auf rd. 60.100 Einwohner, dies entspricht einem Rückgang um rd. 7.300 Einwohner bzw. um 10,8 %.
- Damit ist der Bevölkerungsrückgang im Wirtschaftsraum Mittellandkanal etwas geringer als auf Ebene des Landkreises Börde und deutlich geringer als auf Ebene des Landes Sachsen-Anhalt.

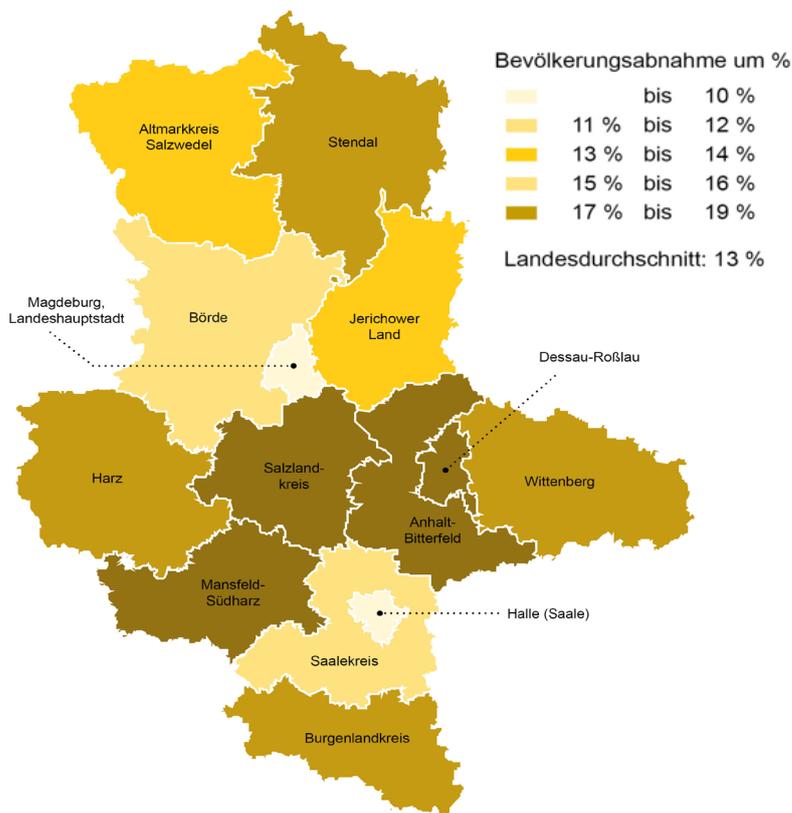
**Abb. 10** Prognose der Einwohnerzahl im Wirtschaftsraum Mittellandkanal für das Jahr 2035

Altersgruppe (Jahre)	Land Sachsen-Anhalt			Landkreis Börde			WR Mittellandkanal		
	2019	2035	Diff.	2019	2035	Diff.	2019	2035	Diff.
0 - 3	52.535	42.699	-18,7 %	4.063	3.016	-25,8 %	1.530	1.147	-25,0 %
3 - 6	55.881	43.715	-21,8 %	4.691	3.239	-31,0 %	1.791	1.264	-29,4 %
6 - 10	72.995	60.579	-17,0 %	6.206	4.698	-24,3 %	2.417	1.875	-22,4 %
10 - 16	106.722	98.988	-7,2 %	9.002	8.146	-9,5 %	3.623	3.248	-10,4 %
16 - 19	51.918	54.573	+5,1 %	4.092	4.483	+9,6 %	1.587	1.739	+9,6 %
19 - 25	106.000	112.062	+5,7 %	6.561	7.436	+13,3 %	2.740	3.042	+11,0 %
25 - 55	784.061	609.861	-22,2 %	63.563	48.343	-23,9 %	24.626	19.408	-21,2 %
55 - 67	441.718	290.273	-34,3 %	36.834	24.505	-33,5 %	14.287	9.566	-33,0 %
67 und mehr	522.952	588.504	+12,5 %	35.911	46.616	+29,8 %	14.806	18.811	+27,0 %
insgesamt	2.194.782	1.901.254	13,4 %	170.923	150.481	12,0 %	67.407	60.099	10,8%

Berechnung: BTE 2023, Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt

Die folgende Grafik zeigt, dass der Bevölkerungsrückgang nur in der Landeshauptstadt Magdeburg und in der kreisfreien Großstadt Halle (Saale) unter 10 % liegt, dass nur der Landkreis Börde und der Saalekreis einen Bevölkerungsrückgang von 10 bis 12 % aufweisen und alle anderen Landkreise deutlich höhere Rückgänge um bis zu 19 % aufweisen.

**Abb. 11** Prognose der Bevölkerungsentwicklung in Sachsen-Anhalt 2019-2023



Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt

### 3.3 Wirtschaft, Arbeitsmarkt und Verkehr

#### Gewerbegebiete, Arbeitsmarkt und Branchen

In der folgenden Tabelle sind die greifbaren Kennwerte zur Struktur des Arbeitsmarkts im Wirtschaftsraum Mittellandkanal dargestellt. Es zeigt sich:

- **Pendlersaldo**
  - In der Stadt Haldensleben, in Flechtingen und in Barleben ist der Pendlersaldo erwartungsgemäß positiv, in den ländlichen Kommunen erwartungsgemäß negativ.
  - Der negative Pendlersaldo in Oebisfelde-Weferlingen ist in der Nähe zum Oberzentrum Wolfsburg mit vielen Arbeitsplätzen begründet.
- **Beschäftigte nach Branchen**
  - Die Kennwerte bieten keine Überraschungen. Aufgrund der fehlenden Angaben sind keine weitergehenden Interpretationen möglich.

**Abb. 12 Arbeitsmarkt/ Pendler und Beschäftigte nach Branchen**

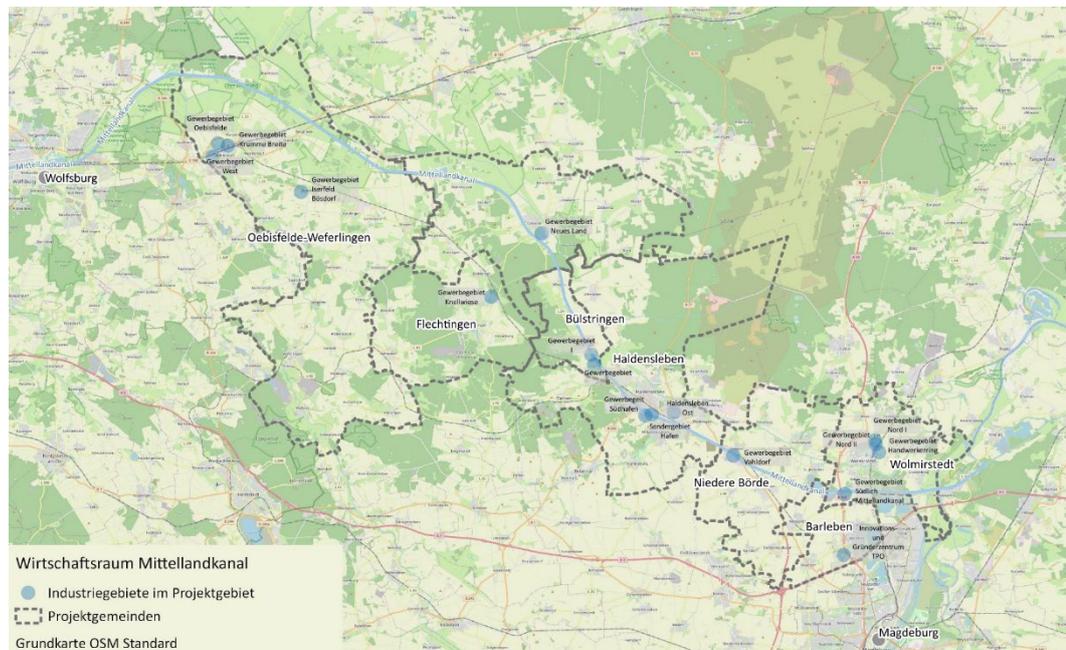
2021	Barleben	Bülstringen	Calvörde	Flechtingen	Haldensleben	Niedere Börde	Oebisfelde-Weferlingen	Wolmirstedt
Einpendler	5.207	346	781	1.199	9.605	1.181	1.232	1.903
Auspendler	3.204	296	1.082	776	3.843	2.811	4.333	3.640
Pendler-Saldo	2.003	50	-301	423	5.762	-1.630	-3.101	-1.737
<b>sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Standort (* = Berechnung BTE)</b>								
am Arbeitsort	5.901	381	1.042	1.510	14.745	1.579	2.287	3.038
mit Wohnort*	3.884	331	1.340	1.086	8.956	3.205	5.376	4.771
Wohnort = Arbeitsort*	694	35	261	311	5.140	398	1.055	1.135
<b>sozialversicherungspflichtig. Beschäftigte am Arbeitsort nach Branchen (siehe Hinweis unten)</b>								
Landw., Forstw.	k. A.	k. A.	64	k. A.	87	65	108	k. A.
Produzierendes Gewerbe	3.082	76	743	404	3.116	713	1.027	905
Handel, Verkehr, Gastgew.	k. A.	k. A.	151	k. A.	5.767	512	443	k. A.
Sonstige Dienstleistungen	1.668	15	84	853	5.775	289	709	1.510
Dienstleistungen gesamt	1.668	15	235	853	11.542	801	1.152	1.510
Gesamt	k. A.	k. A.	1.042	k. A.	14.745	1.579	2.287	k. A.
Arbeitslose	131	12	62	40	570	136	389	351

Hinweis: Aus Datenschutzgründen werden in der Quelle mehrfach Zahlenwerte anonymisiert bzw. nicht angegeben, aus denen auf die Größe einzelner Betriebe geschlossen werden kann.

Darstellung: BTE 2023. Quellen: Pendlerbewegungen: <https://www.pendleratlas.de/sachsen-anhalt/landkreis-boerde/buelstringen/>; Arbeitsmarkt: <https://www.regionalstatistik.de/genesis/online?operation=statistic&levelindex=0&levelid=1676473321866&code=13111#abreadcrumb>; nach Branchen: [https://statistik.arbeitsagentur.de/SiteGlobals/Forms/Suche/Einzelheftsuche\\_Formular.html?nn=15024&r\\_f=st\\_Boerde&topic\\_f=amk](https://statistik.arbeitsagentur.de/SiteGlobals/Forms/Suche/Einzelheftsuche_Formular.html?nn=15024&r_f=st_Boerde&topic_f=amk)

Die folgende Karte bietet einen Überblick über die von den Kommunen benannten Gewerbegebiete in der Region. Bedeutsame Industrie- und Gewerbebestände befinden sich bspw. in Barleben, Wolmirstedt und der Niederen Börde in Form des Technologieparks Ostfalen (TPO).

**Abb. 13 Übersicht der Industrie- und Gewerbebestände im Projektgebiet**



Grafik: BTE 2022, Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende (CC BY-SA)

### Anbindung an relevante Verkehrswege

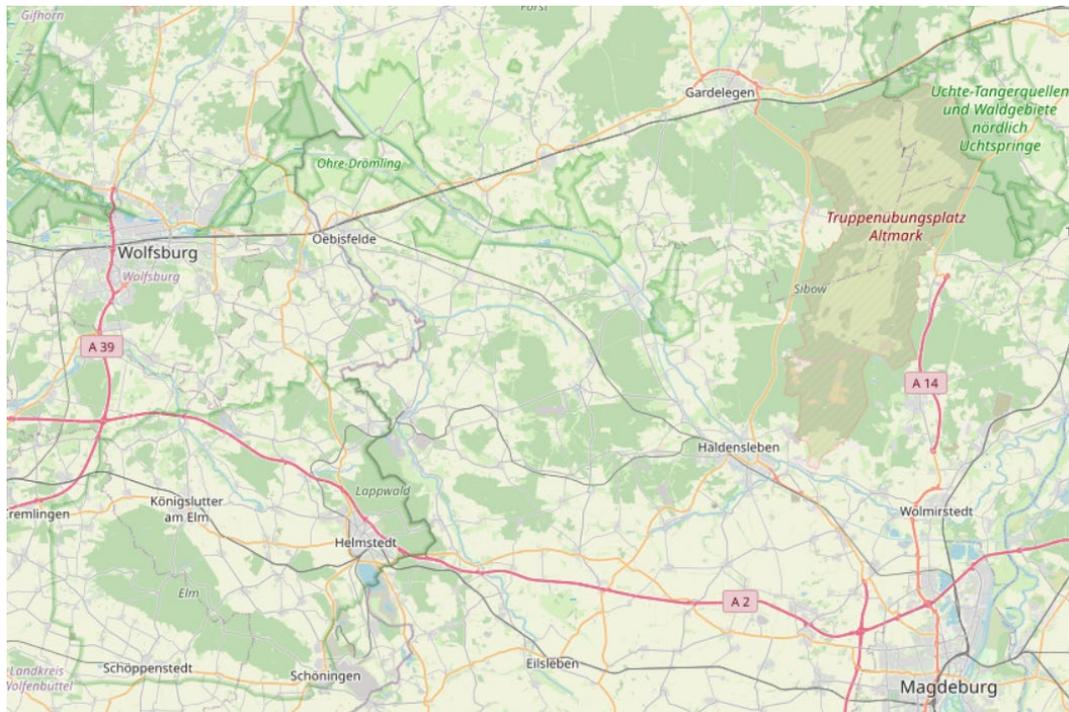
Das Projektgebiet ist gut an das deutsche Autobahnnetz angeschlossen. Innerhalb von 30 Minuten ist nahezu jede Kommune von einer der drei Autobahn (A2, A39 und A14) erreichbar. Von dem anstehenden Ausbau bzw. Lückenschluss der A14 erwarten die Kommunen im Osten des Projektgebiets Impulse für die Ansiedlung von Gewerbe und Einwohnern.

Die Anbindung an das Fernverkehrsnetz der Deutschen Bahn AG erfolgt über die ICE-Bahnhöfe in Wolfsburg und Magdeburg, die über die Regionalbahn-Trassen Magdeburg-Oebisfelde und Magdeburg-Stendal erreichbar sind.

Die Binnenhäfen in Haldensleben und außerhalb des Projektgebietes in Magdeburg gelten als Vorrangstandorte einer landesbedeutsamen Verkehrsanlage. Sie gehören landesweit zu den bedeutsamsten Hafenplätzen am Mittellandkanal. Insbesondere in Haldensleben bietet der Standort durch die Niedrigwasserschleuse abgrenzend zur Elbe, ideale Voraussetzungen für ökologisch und zukunftsweisende Transportlösungen. Auch der trimodale Umschlagplatz der Agravis Ost in Bülstringen hat sich zu einem der bedeutendsten Standorte im Landwirtschaftssektor auf nationaler und internationaler Ebene entwickelt. Dazu kommt, dass die Gemeinde Bülstringen in dieser Verbindung ein kommunales Gleis vom Abzweig der Bahnstrecke Magdeburg-Wolfsburg zur Hafenstelle Bülstringen vorhält.

Mit den drei Häfen in Haldensleben, dem Stadthafen, dem Südhafen und dem Kanalhafen, und dem Umschlagplatz der Agravis Ost in Bülstringen ist die Wirtschaft in der Region gut an das bundesdeutsche Wasserstraßennetz angebunden.

**Abb. 14** Übersicht über die Verkehrswege im Projektgebiet



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende (CC BY-SA)

### 3.4 Tourismus

Im projektbegleitenden Workshop bestand Einigkeit, dass das touristische Angebot weiterentwickelt, die Naherholung in der Region besser gestaltet und die Freizeitachse Mittellandkanal weiter gestärkt werden soll.

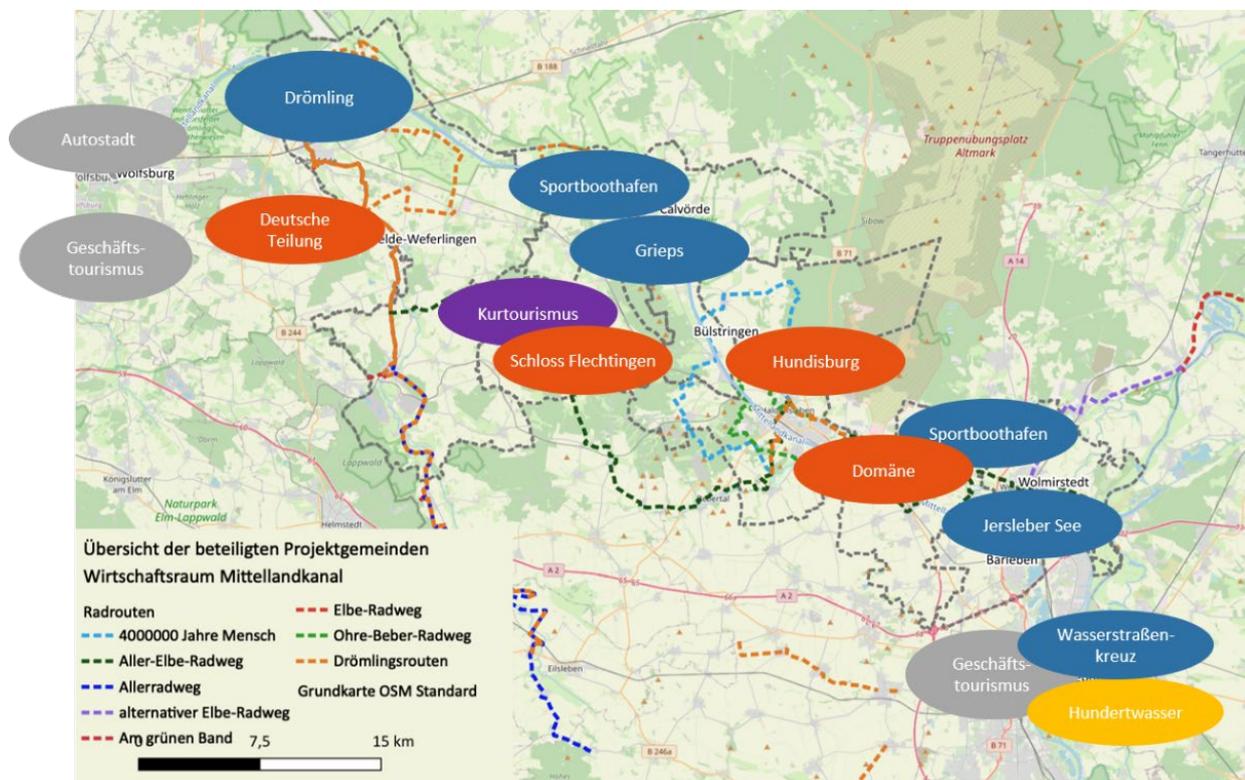
Der Wirtschaftsraum Mittellandkanal ist Teil der Reiseregion Magdeburg-Elbe-Börde-Heide. Das touristische Leitbild der Region besagt, dass die Region einen Ausgleich zwischen pulsierender Großstadt und entschleunigender Region schafft. Als Aushängeschild wird mit einer modernen Zeitreise durch die Jahrtausende der Region geworben, die nachhaltig erlebt werden kann. Die Kulturlandschaft wurde als Leitthema der Landestourismusstrategie definiert.

In der folgenden Abbildung sind die relevanten touristischen Radrouten sowie die relevanten touristischen Angebote und Themen im Projektgebiet dargestellt. Die Abbildung macht deutlich, dass die herausragenden Attraktionen des Reisegebiets außerhalb des Projektgebiets liegen.

Als wichtige Grundlage für die weitere Entwicklung des Tourismus und die Steigerung der Nachfrage im Wirtschaftsraum Mittellandkanal gilt das dichte Netz an nationalen, überregionalen und regionalen Radwegen. Das Netz ist jedoch noch nicht fertiggestellt. Einzelne Routen/ Etappen sind noch nicht ausgeschildert, andere befinden sich noch in

Planung. Der Ausbau und die Fertigstellung des Radwegenetzes gilt als wichtige Voraussetzung für die Weiterentwicklung des Tourismus.

Abb. 15 Touristische Infrastrukturen und Angebote



© BTE 2021, Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende (CC BY-SA)

Aus der Einbindung in das Reisegebiet Magdeburg-Elbe-Börde-Heide (MEBH) werden positive Effekte erwartet. Schließlich liegt das Reisegebiet mit ca. 20,4 % aller Übernachtungen in Land Sachsen-Anhalt auf dem zweiten Platz, nach der Reiseregion Harz und Harzvorland.

Magdeburg hat die höchste Anzahl an Übernachtungen und Ankünften im Reisegebiet, danach folgt Schönebeck. An dritter und vierter Stelle liegen mit Flechtingen und Barleben Kommunen aus dem Projektgebiet.

### 3.5 SWOT-Analyse

Im Folgenden werden die Stärken und Schwächen des Wirtschaftsraums Mittellandkanal komprimiert dargestellt. Die dargestellten Stärken und Schwächen wurden in den Expertengesprächen erfasst und in den Workshops gemeinsam mit den Beteiligten auf Basis der vorgestellten Ergebnisse der Bestandsaufnahme diskutiert und überarbeitet.

Die so ermittelten Stärken und Schwächen lassen sich in folgende vier Bereiche sinnvoll gliedern: Wirtschaft/ Infrastruktur, Nachfrage/ Demografie, Vermarktung und Organisation. Damit unterscheidet sich die Gliederung von den Unterkapiteln der Bestandsaufnahme.

**Abb. 16 Stärken und Schwächen des Wirtschaftsraums Mittellandkanal**

Stärken	Schwächen
<b>Wirtschaft/ Infrastruktur inkl. Tourismus</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Nähe zu Wolfsburg/ Volkswagen, Magdeburg/ Uni-Stadt, weitestgehend gute Anbindung KFZ, z.T. Ausbauprojekte ÖPNV</li> <li>■ Mittellandkanal als verbindende Wasserstraße mit Hafenstandorten, Potenzial: nachhaltige Mobilität/ Logistik/ Tourismus</li> <li>■ Flächen für Wohn- und Gewerbegebietsentwicklung vorhanden</li> <li>■ hohe Lebensqualität, bezahlbare Preise</li> <li>■ touristische Grundstrukturen vorhanden</li> <li>■ unternehmerische Freiheiten und Spielräume für Investoren</li> <li>■ eingebunden in attraktive Naturlandschaften (Drömling, Flechtinger Höhenzug, Colbitz-Letzlinger Heide, Mittellandkanal ...)</li> <li>■ Breitbandausbau tlw. umgesetzt</li> <li>■ Ver- &amp; Entsorgung, Bildung, Soziales, Gesundheit zufriedenstellend</li> <li>■ Tourismus mit Potenzial: attraktive Kulisse, einzelne starke Betriebe, spannende Projektansätze: Drömling, Jersleber See, Grieps</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Leerstand, Lückenbebauung, Wohn- und Gewerbeentwicklungen v.a. „auf der grünen Wiese“</li> <li>■ Gewerbeansiedlungen „ohne Konzept und Stringenz“, u.a. kein Bezug zum Mittellandkanal (z.B. bzgl. Hafenstandorte, Transport auf dem Wasser)</li> <li>■ wenig leistungsfähige touristische Infrastruktur (POIs, Rad- und Erlebniswege, Mittellandkanal)</li> <li>■ Angebots- und Qualitätsmängel im Freizeit- und Gastgewerbe</li> <li>■ Stand der Digitalisierung sehr unterschiedlich</li> <li>■ auch Zugänglichkeit zu den Daten &amp; Fakten aber auch zu den Angeboten der Region (Bauleitpläne, Kontakte, Zuständigkeiten, ...) schwierig, eher unterschiedliche Qualität</li> <li>■ ÖPNV (Bus) in der Fläche stellenweise optimierbar</li> <li>■ Radwegenetz unvollständig und ausbaubedürftig</li> <li>■ Bedarf an Ärzten und Pflegeeinrichtungen, altersgerechtes Wohnen und Pflegefachpersonal kann aktuell z.T. nicht gedeckt werden</li> </ul>

Nachfrage/ Demografie	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ vergleichsweise stabile demografische Entwicklung</li> <li>■ hohe Nachfrage nach Bau- und Gewerbegebieten</li> <li>■ ausgeprägte Stadt-/ Umlandverflechtungen stärken Tagestourismus und Binnennachfrage (coronabedingt noch stärker)</li> <li>■ „Megatrends“ sprechen eher für den Raum Mittellandkanal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ leichter Rückgang der Bevölkerung, zunehmende Überalterung</li> <li>■ Dynamik durch Zu- und Abwanderungen (krisenanfällig)</li> <li>■ Lohngefälle zum Westen</li> <li>■ hohe Nachfrage nach Wohnen im Alter und Pflegeangeboten</li> <li>■ Fachkräftemangel (Handwerk, Pflege), v.a. weniger junge Fachkräfte</li> <li>■ kaum touristische Nachfrage, eher Tagesausflugsverkehr aus den Zentren mit teilw. schlechter ÖPNV-Anbindung</li> </ul>
Vermarktung	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ teilw. Vermarktungsaktivitäten einzelner Kommunen/ deren Anbieter</li> <li>■ einzelne Kooperationen mit den Oberzentren Wolfsburg und Magdeburg bestehen bereits (Wirtschaftsförderung, Tourismus)</li> <li>■ teilw. Vermarktung über Dachverbände, Partner, z.B. TV Magdeburg-Elbe-Börde-Heide, BSR Drömling, TV Colbitz-Letzlinger Heide</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ geringe Bekanntheit, fehlendes Image, keine eigene Positionierung, geringes Selbstbewusstsein gegenüber den Oberzentren („dazwischen“)</li> <li>■ keine gebündelten Vermarktungsaktivitäten, gebietsweise sehr unterschiedliche und diverse Themen</li> <li>■ keine starken touristischen Dachmarken, eher unterrepräsentiert bei TV MEBH, Sachsen-Anhalt</li> </ul>
Organisation	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ teilw. teilgebiets- und themenbezogene Kooperation unter den Kommunen</li> <li>■ teilw. konkrete Kooperationsvereinbarungen mit den Zentren Magdeburg und Wolfsburg (z.B. Autostadt, IMG Magdeburg, ...)</li> <li>■ Interesse an interkommunaler Kooperation entlang des Mittellandkanals, Chance gemeinsam als starker Partner der Oberzentren wahrgenommen zu werden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ „Kirchturmdenken“, mangelnde Offenheit, geringe Dynamik</li> <li>■ fehlende einheitliche Strategie und fehlende Treiber (Multiplikatoren!)</li> <li>■ »Psychologische« Grenzen zwischen Niedersachsen &amp; Sachsen-Anhalt, Konkurrenzempfinden zwischen Stadt (Oberzentren) &amp; Land</li> </ul>

### **Zusammenfassung der Diskussion zu den Stärken und Schwächen**

Die Diskussion konzentrierte sich auf Aspekte der wirtschaftlichen Entwicklung. Dies ist die logische Konsequenz aus der Zielsetzung (und dem Titel) des Entwicklungskonzeptes.

Die teilnehmenden Vertreter des Wirtschaftsraums Mittellandkanal sehen den Raum hinsichtlich Wirtschaft/ Infrastruktur potenziell gut aufgestellt. Die Nähe zu den Oberzentren Wolfsburg und Magdeburg erhöht die Lebensqualität, schafft Arbeitsplätze und sorgt gleichzeitig für eine gute KFZ und ÖPNV-Anbindung. Gleichzeitig existieren hinreichend Flächen für Wohn- und Gewerbeentwicklung, was unternehmerische Freiheiten und Spielräume für potenzielle Investoren begünstigt. Die direkte Anbindung des Raums an den Mittellandkanal wird als klarer Standortvorteil für die Wirtschaftsbranche betrachtet, insbesondere als Erleichterung für Logistik.

Bemängelt wird auch, dass Gewerbegebiete in der Region zunehmend ohne Konzept und Stringenz weiterentwickelt werden und die Region so an Attraktivität verlieren könnte. Strategisch sinnvolle Standorte, wie z. B. am Hafen, werden teilweise nicht wahrgenommen.

Insgesamt werden die Grundstrukturen als zufriedenstellend bewertet, wobei mehrfach und fast flächendeckend Ausbaupotenziale und Verbesserungspotenziale bestehen. Den Naturraum erschließende Infrastrukturen ermöglichen der Tourismusbranche, ein attraktives Angebot zu gestalten.

Die demografische Entwicklung wird als vergleichsweise stabil gesehen, auch wenn die Region einen leichten Rückgang der Einwohnerzahl verzeichnet. Die stabile Entwicklung zeigt sich auch in der kontinuierlichen Nachfrage nach Bauplätzen. Als abträglich für die Bevölkerungsentwicklung gilt das immer noch bestehende Lohngefälle zu Arbeitsplätzen in den westlichen Bundesländern, was auch zu einem gestiegenen Fachkräftemangel geführt hat.

Stark bemängelt wird, dass es im Wirtschaftsraum Mittellandkanal bislang keine gemeinsamen, übergreifenden und erfolversprechenden Vermarktungsaktivitäten gibt. Die Kommunen im Wirtschaftsraum agieren weitgehend isoliert bzw. eigenständig und unabh. gestimmt. Mit dem parallel erarbeiteten Marketingkonzept sollen nun Grundlagen für ein gemeinsames Handeln geschaffen werden.

Kooperationsvereinbarungen sind bereits vorhanden, in der Bündelung der Aktivitäten zu einer gemeinsamen einheitlichen Strategie wird ein großes Potenzial gesehen.

Die Ergebnisse der Stärken-Schwächen-Analyse im Rahmen der Erarbeitung des Standortmarketingkonzeptes sind umfassend im parallel erarbeiteten Marketingkonzept dargestellt und müssen hier nicht wiederholt werden.

### Chancen und Risiken

Die folgende Tabelle bietet eine Übersicht über die diskutierten Chancen und Risiken für die Region. Als große Chance für die Region gilt die strategische Weiterentwicklung als attraktiver Wirtschaftsstandort mit großem Naherholungswert. Als Risiko gilt die zunehmende Verschärfung von Rahmenbedingungen aufgrund einer langsam sinkenden Einwohnerzahl und parallel dazu einem sinkenden Angebot an Gütern und Dienstleistungen.

**Abb. 17 Chancen und Risiken des Wirtschaftsraums Mittellandkanal**

Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Annäherung zu den Oberzentren (Synergien, Fachkräfte, Neubürger, positive wirtschaftliche Entwicklung durch Stadt/ Landgeflecht)</li> <li>■ Zuwanderung durch Preisgefälle und gute Angebote</li> <li>■ gemeinsames nachhaltiges Flächenmanagement für Bauland, Gewerbegebiete, Synergien in Bezug auf Mittellandkanal</li> <li>■ touristische Entwicklung/ Naherholung/ Freizeit entlang der Achse Mittellandkanal, z.B. Radfahren, Gastgewerbe, Großschutzgebiete ...)</li> <li>■ Digitalisierung, Optimierung und Vereinfachung von Verwaltungsprozessen, Information und Vermarktung</li> <li>■ Themen: Logistik, Mobilität auf dem Wasser, Energie-Region, Nachhaltigkeit, Gut Leben im Alter, ...</li> <li>■ Vorreiter-Region: z.B. nachhaltige Gewerbeflächenentwicklung (Logistik), Mehr-Generationen-Wohnen und alternative Wohnformen, Digitalisierung auf dem Land, erneuerbare Energien, nachhaltige Mobilität</li> <li>■ Synergien durch Organisation/ Kooperation im Wirtschaftsraum</li> <li>■ gemeinsame gebündelte Vermarktung: z.B. Logistik, toller Lebensraum mit Freiheiten, naturnah, wasserorientiert</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Ungleichgewichtung durch Überalterung</li> <li>■ zunehmender Wettbewerb der Standorte um Einwohner, Gäste, Fachkräfte und Unternehmen</li> <li>■ Abwanderung durch Lohnunterschiede gen Westen</li> <li>■ steigende Qualitätsansprüche und steigende Erwartungshaltung an das Angebot vor Ort</li> <li>■ fehlender Anschluss im Bereich Digitalisierung; Präsenz der Informationen werden von künftigen Zielgruppen als selbstverständlich angesehen</li> <li>■ bedingte Ausbaumöglichkeiten entlang des Kanals (Radwege, Marinas, Anleger, ...)</li> <li>■ Bereitstellung/ Finanzierung der Leistungen in den Bereichen: Ver- und Entsorgung, Gesundheit, Pflege, Soziales, Kultur, Mobilität, ...</li> <li>■ Erreichbarkeit (v.a. ÖPNV) in den ländlichen Gemeinden</li> <li>■ Angebot und Qualität der touristischen Infrastruktur in den ländlichen Gemeinden (Gastro, Übernachtungsmöglichkeiten)</li> </ul>

## 4 Entwicklungsziele

### 4.1 Das Leitbild

Das Leitbild im Entwicklungskonzept einer Region zeigt die Grundzüge der strategischen Ausrichtung bei der Entwicklung von Themenbereichen auf und formuliert den Fokus des regionalen Handelns, in dessen Rahmen sich die beteiligten Kommunen, aber auch die relevanten Akteure in Wirtschaft und Gesellschaft bewegen sollen.

Das Leitbild fasst die Zielsetzungen in einem Slogan zusammen, ist untersetzt mit Leitbildsätzen, die die langfristigen Entwicklungsziele beschreiben, und vermittelt die Zielvorstellung eines zukünftig wünschenswerten und zu erreichenden Entwicklungsstands.

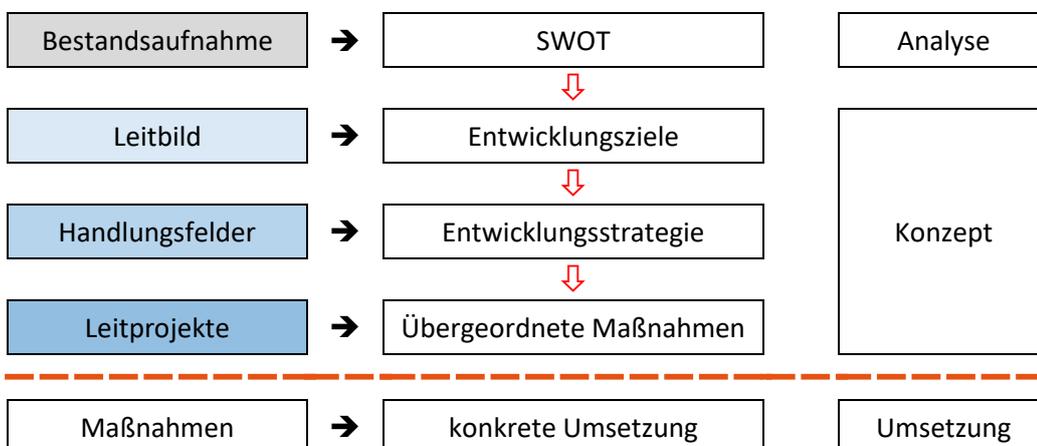
Das Leitbild für den Wirtschaftsraum Mittellandkanal wurde im Rahmen des Standortmarketingkonzeptes als Markenkern gemeinsam mit Vertretern der Kommunen, der Wirtschaft und der gesellschaftlichen Gruppen erarbeitet und wurde vom Projektbeirat beschlossen. „Bewegt“ steht hier nicht nur im Sinne von Mobilität und Logistik, sondern auch für „lebendig und aktiv“ sowie für „leidenschaftlich und überzeugt“. „Anders“ drückt das Spannungsfeld zwischen den positiven traditionellen Werten des ländlichen Raums und der Bereitschaft für kreative und innovative Lösungen aus.

### Wirtschaftsraum Mittellandkanal – bewegt anders

#### Einordnung des Leitbilds in das Entwicklungskonzept

Das Leitbild ist Grundlage für die Formulierung der Entwicklungs- und Handlungsziele, vermittelt die Zielvorstellung des gewünschten und angestrebten Entwicklungsstands und ist Orientierungsrahmen für die Handlungsschwerpunkte. Die folgende Grafik erläutert die Position des Leitbilds im Entwicklungskonzept für den Wirtschaftsraum Mittellandkanal.

**Abb. 18** Einordnung des Leitbilds in das Entwicklungskonzept



Grafik: BTE 2023

### Erläuterungen

- Die Bestandsaufnahme (vgl. Kap. 3) gliedert sich in die Themenfelder, die zu Projektbeginn vereinbart wurden. Sie endet in der gemeinsam erarbeiteten Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse (SWOT), bei der die wirtschaftlichen Aspekte im Vordergrund stehen.
- Das Leitbild ist untersetzt in mehrere Entwicklungsziele bzw. Leitbildsätze, die im Ergebnis der Diskussion in übergeordneter Form das Zielspektrum des Leitbilds verdeutlichen.
- Aus den Leitbildsätzen ergeben sich gemeinsam definierte Handlungsfelder, die gemeinsam die Entwicklungsstrategie beschreiben.
- Die Handlungsfelder werden mit Leitprojekten und ausgewählten Maßnahmen untersetzt.
- Die gestrichelte rote Linie verdeutlicht, dass die Festlegung und Umsetzung konkreter Maßnahmen außerhalb des Entwicklungskonzeptes liegen.

## 4.2 Entwicklungsziele/ Leitbildsätze

Im Ergebnis der Diskussion zu den Ergebnissen der Bestandsaufnahme und der gemeinsam erarbeiteten SWOT-Analyse wurden die folgenden Leitbildsätze definiert. Die Leitbildsätze beschreiben den angestrebten Entwicklungszustand des Wirtschaftsraums Mittellandkanal:

- a) Der Wirtschaftsraum Mittellandkanal besitzt eine **Kernkompetenz im Bereich „Grüne Logistik und nachhaltige Mobilität“**, vor allem mit dem Argument der Wasserstraße Mittellandkanal, aber auch unter Berücksichtigung der Möglichkeiten der erneuerbaren Energien vor Ort. Mit Blick auf die Zukunft besteht hier das Potenzial, die Region als Vorreiterregion vor allem mit Vorbildwirkung im ländlichen Raum zu entwickeln.
- b) Der Wirtschaftsraum Mittellandkanal setzt einen Akzent auf **Digitalisierung**, Optimierung und Vereinfachung von Verwaltung, Informationen und Vermarktung. Er orientiert sich an dem SMART-City-Ansatz der Gemeinde Barleben und dem Projekt Digitales Haldensleben und überträgt Erfahrungen und Errungenschaften auf die anderen beteiligten Gebietskörperschaften.
- c) Der Wirtschaftsraum Mittellandkanal stärkt die **touristische Entwicklung** v.a. in den Bereichen Radfahren, Gastgewerbe und Erlebnis von Großschutzgebieten. Hierzu ist die Erhaltung und Schaffung einer attraktiven Freizeit-, Kultur- und Erholungslandschaft und deren Infrastruktur unerlässlich.
- d) Der Wirtschaftsraum Mittellandkanal weist intensive **Verflechtungen mit den Oberzentren Magdeburg und Wolfsburg** auf und nutzt die daraus entstehenden Synergien in den Bereichen Wohnen, Arbeiten und Erholen.
- e) Der Wirtschaftsraum Mittellandkanal berücksichtigt **aktuelle Bedürfnisse** von Einwohnenden und ansässigen Unternehmen und setzt klare Akzente, u.a. in den Bereichen: „Gut Leben im Alter“, „Fachkräftemangel“ und „Potenziale alternativer Wohnformen“.

## 5 Handlungsfelder und Leitprojekte

### 5.1 Handlungsfelder

Gemeinsam mit den Vertretern der Kommunen, der Wirtschaft und der gesellschaftlichen Gruppen wurde der Handlungsbedarf zur Entwicklung des Wirtschaftsraums Mittellandkanal in sechs Handlungsfelder gegliedert:

- 1) **gemeinsames Flächenmanagement**  
Bauland, Gewerbegebiete, Synergien zum Mittellandkanal
- 2) **gemeinsame Vermarktung**  
Schwerpunkt Standortmarketing, Zielgruppen und Themen (z.B. Fachkräftegewinnung), künftige Positionierung, Umsetzung erster Marketingmaßnahmen, ...
- 3) **Organisation und Kooperation**  
Klärung bzw. Sicherstellung der langfristigen Zusammenarbeit (Institutionalisierung, Finanzierung)
- 4) **touristische Entwicklung und Naherholung**  
Infrastruktur, Angebote, Vermarktung (Radfahren, Gastgewerbe, Regionalität, Wassererlebnis, Anbindung Kanal, ...)
- 5) **Digitalisierung in der Region**  
Anpassung der unterschiedlichen Niveaus in der Region (in Verwaltung, Information und Vermarktung), SMART-Region
- 6) **nachhaltige Mobilität**  
Verbesserung des ÖPNV-Angebots, nachhaltige (E-)Mobilität, Energiemanagement

**Die sechs Handlungsfelder verbindet die Überzeugung, dass sie nur durch kooperatives Handeln erfolgreich umgesetzt werden können. Dies gilt insbesondere für die Marketingaktivitäten, um den Wirtschaftsraum Mittellandkanal im Wettbewerb der Standorte erfolgreich zu positionieren und zielgruppenorientiert zu vermarkten.**

**Das vorliegende Entwicklungskonzept zielt auf die Kooperation der beteiligten Städte und Gemeinden ab. Der Aufbau und die Stärkung der kommunalen Kooperation steht im Fokus der ersten Maßnahmen. Mittelfristig sollen zunehmend Kooperationspartner eingebunden werden, anvisiert sind insbesondere Unternehmen, Betriebe und weitere betroffene Institutionen (Vereine, Schutzgebiete, Kulturstätten, ...) der Region.**

In den Workshops zu Themenschwerpunkten und in den Sitzungen des Projektbeirats wurden Vorschläge für die Umsetzungen der Handlungsfelder mit Pilotprojekten und übergeordneten Maßnahmen entwickelt. Diese sind in Kap. 5.2 dargestellt.

### **1) Gemeinsames Flächenmanagement**

Im Handlungsfeld Flächenmanagement besteht nach Aussage der Beteiligten besonderer Bedarf im Bereich der Informationen, u.a. zu möglichen Finanzierungsmöglichkeiten von geplanten Maßnahmen und ein Überblick über mögliche Fördermittel, die für die Maßnahmenumsetzung akquiriert werden können. Außerdem ist angestrebt, eine gemeinsame (digitale) Übersicht zur Verfügbarkeit und Nutzbarkeit von Flächen zu schaffen.

Mit der Analyse von Gewerbe- und Wirtschaftsflächen sowie landwirtschaftlicher Nutzflächen soll ein Überblick darüber geschaffen werden, welche Flächen für welche Nutzungen noch frei sind.

Mit der Analyse soll auch ermittelt werden, welche Flächen als mögliches Bauland bereitstehen. Parallel dazu soll der Bedarf der Bevölkerung ermittelt und mit dem vorhandenen Angebot an Bauland abgeglichen werden.

### **2) Gemeinsame Vermarktung des Wirtschaftsraums**

Die gemeinsame Vermarktung des Wirtschaftsraums Mittellandkanal ist Inhalt und Ziel des parallel zum Entwicklungskonzept erarbeiteten Marketingkonzeptes. An dieser Stelle (im vorliegenden Entwicklungskonzept) werden nur die relevanten Aspekte dargestellt:

- Das Marketingkonzept wurde auf Basis des 6-W-Modells (Was, Wo, Wie, Wann, Wer, Wen) entwickelt.
- Im Ergebnis wurden die Markenidentität, das Logo und das Corporate Design, eine Imagebroschüre, ein Newsletter und eine Website erarbeitet.

Mit der Erarbeitung des Marketingkonzeptes wurden somit bereits wesentliche Maßnahmen nicht nur definiert, sondern auch umgesetzt. So wurde mit dem Marketingkonzept eine höhere Umsetzungsstufe erreicht als mit dem vorliegenden Entwicklungskonzept.

### **3) Organisation der Zusammenarbeit**

Erklärtes Ziel des Entwicklungskonzeptes ist ein harmonisiertes, kommunales Handeln zur Entwicklung des Wirtschaftsraums. Die Zusammenarbeit darf nicht mit der gemeinsamen Erarbeitung des Entwicklungskonzeptes enden, sondern muss bei der Umsetzung fortgeführt werden.

Ein Entwicklungskonzept endet klassischerweise mit der Forderung nach der Erarbeitung eines Konzeptes für die künftige Zusammenarbeit. Aufgrund der höheren Umsetzungsstufe des Marketingkonzeptes wurde dieses Kooperationskonzept bereits dort in seinen Grundzügen ausgearbeitet und die Einrichtung einer Koordinierungsstelle für den Wirtschaftsraum Mittellandkanal vorgeschlagen. Im Marketingkonzept sind dargestellt:

- Ein Vorschlag für die Organisationsstruktur der Kooperation, der die Organe „Koordinierungsstelle, Projektbeirat und Versammlung der Netzwerkpartner umfasst.
- Der Vorschlag für die Finanzierung (inkl. überschlägiger Kostenschätzung) der Koordinierungsstelle mit einer empfohlenen Besetzung (eine ganze Stelle) und mit einer abgestimmten „finanzierbaren“ Besetzung einer viertel bis halben Stelle, die an eine der Mitgliedskommunen angedockt ist (vgl. Marketingkonzept, Kap. 5.6).

#### 4) Touristische Entwicklung und Naherholung

Die Handlungsbedarfe wurden vor dem Hintergrund einer in den letzten Jahren gebremsten Entwicklung von Tourismus und Naherholung im Wirtschaftsraum Mittellandkanal diskutiert. Wesentliche Aspekte der Diskussion waren:

- Die Qualitäten und Defizite des bestehenden Radwegesystems und der bestehenden gastronomischen Einrichtungen. Hier werden noch erhebliche Entwicklungspotenziale gesehen. Erforderlich ist die Weiterentwicklung der Qualitäten und die Überwindung von Defiziten und Qualitätslücken.
- Das vorhandene Vermarktungsmaterial ist nicht mehr auf dem neuesten Stand und soll ebenfalls überarbeitet werden. Dabei soll insbesondere die digitale Sichtbarkeit und Buchbarkeit verbessert werden, damit Angebote online wahrgenommen werden und zugänglich sind.
- Erforderlich ist die Bündelung von Ressourcen. Es fehlt an einer klaren Struktur und der Verteilung von Zuständigkeiten. Im Bereich Tourismus ist der Wirtschaftsraum Mittellandkanal dem Tourismusverband Elbe-Börde-Heide anzuschließen. Perspektivisch ist zu prüfen, inwiefern der Wirtschaftsraum Mittellandkanal bei der sich in Aufbau befindlichen Elm-Börde gGmbH angesiedelt werden kann. Die Landkreise Börde, Helmstedt und die Gemeinde Cremlingen hatten sich 2018 verständigt, sich auf Basis der Tourismusstrategie Elm-Börde, zukünftig gemeinsam touristisch zu vermarkten.

#### 5) Digitalisierung in der Region

Der digitale Wandel wird als Herausforderung und als Chance für die Wirtschaft und die Unternehmen wahrgenommen. Für die Kommunen stellt sich die Frage, wie sie den Prozess der Digitalisierung mitgestalten können, damit die Digitalisierung der Einwohnerschaft dient, bekannte Probleme löst und neue Wege eröffnet.

Hinsichtlich der Herausforderungen wurde diskutiert, dass die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) bzw. die damit verbundenen Restriktionen für Behörden zunehmend das ausführende Handeln behindern oder einschränken. Das Onlinezugangsgesetz führt auf kommunaler Ebene für Probleme bei der Digitalisierung der Vorgänge, wenn Mitarbeitende geringes Verständnis dafür haben und den Mehrwert zur OpenData-Haltung und den Schnittstellen zur Verwaltung in Frage stellen. Insbesondere in kleinen Kommunen fehlen die erforderlichen Ressourcen (Finanzen, Knowhow und Personalkapazitäten).

#### 6) Nachhaltige Mobilität

Mobilität ist einer der Mega-Trends des 21. Jahrhunderts (vgl. Marketingkonzept, Kap. 2) und wurde als Handlungsfeld mit großer Bedeutung für den Wirtschaftsraum Mittellandkanal identifiziert. Angestrebt wird eine erhebliche Senkung des Pkw-Verkehrs und die Förderung nachhaltiger Mobilität. Die Region strebt u.a. an, den vermeidbaren Autoverkehr erheblich zu senken. Voraussetzung dafür ist u.a. ein flächendeckendes und attraktives ÖPNV-Angebot.

Relevante Aspekte sind dabei das Kosten-Nutzen-Verhältnis und die Anpassung der Mobilitätsangebote an die Bedürfnisse der Zielgruppen (u.a. Touristen, Pendler).

## 5.2 Leitprojekte und übergeordnete Maßnahmen

Die auf den folgenden Seiten dargestellten Leitprojekte und übergeordneten Maßnahmen sind das Ergebnis der intensiven Diskussionen in den Workshops zu Themenschwerpunkten und in den Sitzungen des Projektbeirats.

- Die erarbeiteten Maßnahmen haben unterschiedlichen Tiefgang. Es wurde vereinbart, dass BTE die benannten Maßnahmen redaktionell überarbeitet, aber keinen Filter ansetzt, der von den Mitwirkenden benannte Maßnahmen aussondert oder inhaltlich reduziert.
- Zur Unterscheidung zwischen den diskutierten Leitprojekten (vgl. 5.1 Handlungsfelder) und den gemeinsam erarbeiteten übergeordneten Maßnahmen werden die Leitprojekte an erster Stelle (als Fettdruck) dargestellt.

Die im Rahmen des Marketingkonzeptes erarbeiteten und abgestimmten Schlüsselmaßnahmen sind im Abschlussbericht zum Marketingkonzept ausführlich und mit großem Tiefgang (bis hin zu detaillierten Umsetzungsschritten, Benennung der Verantwortlichen und Angaben zur Finanzierung) dargestellt. Diese Schlüsselmaßnahmen werden in der folgenden Tabelle vorab nachrichtlich dargestellt.

**Abb. 19 Übersicht über die Schlüsselmaßnahmen des Marketingkonzeptes**

<b>Maßnahmen zur Kooperation und Organisation</b>	
1)	Umsetzung und Etablierung einer gemeinsamen Koordinierungsstelle für den Wirtschaftsraum Mittellandkanal
2)	Berücksichtigung eines gemeinsamen ganzheitlichen Ansatzes und Akzentsetzung im Binnenmarketing
3)	Zusammenarbeit und klare Positionierung bei den Dachverbänden
<b>Maßnahmen zur Binnen- und Außenkommunikation</b>	
4)	Pflege und Erweiterung der Homepage <a href="http://www.wirtschaftsraum-mittellandkanal.de">www.wirtschaftsraum-mittellandkanal.de</a> als zentrales Info- und Austauschmedium
5)	Bereitstellung, Pflege und Kommunikation Mediapool Wirtschaftsraum Mittellandkanal
6)	PR-Arbeit in regionalen (und überregionalen) Medien
7)	Aktiv auf Social-Media, u.a. Storytelling Blog „Die Kanalarbeiterin“ (Arbeitstitel)
<b>Themen- und Zielgruppenbezogene Maßnahmen</b>	
8)	Weiterentwicklung und Kommunikation aktiver Angebote und Besuchsanlässe
9)	Erlebnisse mit und von Einheimischen
10)	Umsetzung eines Imagefilmes zur Präsentation und Imagebildung

Abb. 20 Leitprojekte und übergeordnete Maßnahmen des Entwicklungskonzeptes

Nr.	Leitprojekte und übergeordnete Maßnahmen	Leitbild-satz
<b>Bereich Digitalisierung</b>		
1	Gemeinsame <b>Digitalisierungsstrategie in Anlehnung an die Konzepte in Barleben und Haldensleben (als Basis für weitere Maßnahmen)</b>	a, b, e
2	<b>Schaffung einer gemeinsamen, digitalen Plattform zum kommunalen Datenaustausch mit Fokus auf Flächenpools</b>	a, b
3	<b>Etablierung einer gemeinsamen Kooperations- und Vernetzungsplattform für Austausch/ Vermarktung (ggf. gemeinsames Buchungstool)</b>	b, c
4	<b>Auswertung der Bürgerumfrage Barleben 2030</b> im Rahmen der Entwicklung einer Digitalisierungsstrategie: <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Bewertung der Ergebnisse mit anschließender Ableitung von Handlungs- und Maßnahmenempfehlungen für den gesamten Wirtschaftsraum Mittellandkanal</li> </ul>	b, e
5	<b>Schaffung einer gemeinsamen Partizipationsplattform für die Einwohner</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Ziel ist die Beteiligung aller Gemeinden und Regionen an den Planungen und den Entwicklungen des Wirtschaftsraums Mittellandkanal</li> </ul>	b, e
6	<b>Digitalisierung von Angeboten in der Region und Einrichtung eines einheitlichen Buchungstools</b> für den Wirtschaftsraum Mittellandkanal <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Ziel ist es, Veranstaltungen und Leistungen in der Region (für Einwohner und Gäste) online buchbar zu machen</li> <li>■ Das Vorhaben könnte als gemeinsame Initiative des Landkreises und der Stadt Haldensleben durchgeführt werden</li> </ul>	b, c, e
7	<b>Digitale „Schwarze Bretter“</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Installation an öffentlichen Plätzen oder ÖPNV-Haltestellen mit aktuellen Informationen zu ÖPNV-Verbindungen, Veranstaltungen, Aktuelles etc., um sowohl Einheimische als auch Gäste zu informieren</li> </ul>	b, c, e
8	<b>Datenbund als Tool:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Ziel ist die Entwicklung einer Flächendatenbank als Tool im Rahmen der Flächenanalyse für die MLK-Versicherungskommunen. Auf diese muss seitens der Kommunen ständig zugegriffen werden.</li> <li>■ In diesem Tool wird eine Übersicht der Flächenbestände generiert und bietet Potenziale für die Nutzung als Planungs- und Abstimmungsgrundlage.</li> <li>■ Dabei ist die Unterstützung von der Wirtschaftsförderung und von kommunalen Flächenämtern erforderlich.</li> </ul>	b, d

Bereich Nachhaltige Mobilität inkl. Radverkehr		
9	<b>Entwicklung eines nachhaltigen Mobilitätskonzeptes für den gesamten Wirtschaftsraum Mittellandkanal mit Ausrichtung auf Nahversorgung</b>	a, c, d, e
10	<b>Optimierung des ÖPNV-Angebots, Ausrichtung an den ermittelten Bedarfen der Zielgruppen</b>	c, e
11	<b>Entwicklung von neuen Mobilitätslösungen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Ziel ist die Optimierung des Angebotes des ÖPNV, z. B. von Stadtbusnetzen und Taktungen: Diese sind oft sehr teuer, werden zu bestimmten Uhrzeiten nicht genutzt oder fahren bestimmte Standorte nicht an</li> <li>■ Alternative ÖPNV-Konzepte, z.B. Einsatz/ Ersatz durch Rufbusse im Stil von „MOIA“</li> <li>■ Vermeidung von Individualverkehr für medizinische Versorgung durch Fachärzteeinsatz ähnlich dem Konzept von bereits bestehenden mobilen Mammographiescreenings oder Impfbussen</li> </ul>	c, d, e
12	<b>Aufwertung und Ausbau der Infrastruktur für Radverkehr</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Ziel ist die Schaffung eines attraktiveren Angebots für ältere und jüngere Fahrradfahrende.</li> <li>■ Das Radwegenetz kann zum einen Mehrwert für das touristische Angebot der Region bieten. Zum anderen soll aber ebenso der Alltagsverkehr mit dem Fahrrad gefördert werden. Wichtig ist dementsprechend ein Fokus auf einem Alltagsradwegenetz.</li> <li>■ Gleichzeitig wird der Ausbau der ländlichen Wegestrukturen gefördert.</li> <li>■ Im Vordergrund steht dabei der Bau von straßenbegleitenden Radwegen an der L 24, L42 und K1148.</li> </ul>	a, c, e
13	<b>Ladeinfrastruktur für KFZ und Fahrrad ausbauen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Mit dem Ausbau der Ladeinfrastruktur für Elektroautos und auch für Elektrofahrräder vor bspw. Einkaufszentren, Freizeiteinrichtung, touristischen Hotspots, Bildungseinrichtungen oder vor Bahnhöfen/ Busbahnhöfen soll ein Anreiz geschaffen werden, vermehrt Strecken mit einem E-Fahrzeug zurückzulegen und somit Emissionen einzusparen.</li> <li>■ Der Aufbau kann in Kooperation mit Netzbetreibern, Städten und Kommunen stattfinden. Gleichzeitig kann somit grüne Energie mit einem regionalen Bezug genutzt werden.</li> </ul>	a, c, e
14	<b>Mitfahrangebote/ Mitfahrerbank</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Durch Mitfahrerangebote sollen private Pkw-Fahrten für weitere Mitfahrende zugänglich gemacht werden, um Kosten und Emissionen einzusparen. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Denkbar sind Mitfahrportale oder -apps, auf denen regelmäßige und einmalige Fahrten öffentlich angeboten werden können.</li> </ul> </li> </ul>	c, d, e

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Für spontane Fahrten ist die Einrichtung von Mitfahrerbanken denkbar. Hier können Suchende nach Mitfahrgelegenheiten auf einer Bank warten, bis jemand vorbeifährt, der Suchende mitnehmen will.</li> </ul>	
<b>Bereich Umwelt-, Natur- und Klimaschutz</b>		
15	<b>Erarbeitung und Entwicklung eines Nachhaltigkeitskonzeptes mit Fokus auf die regionalen Themen grüne Energie und grüne Logistik</b>	a, d
16	<b>Nutzung und Entwicklung erneuerbarer Energien</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ziel ist es, mit dem Bau von Fotovoltaikanlagen auf ertragsschwachen landwirtschaftlichen Flächen die ökologische Energiegewinnung zu fördern und eine Verbesserung der ökologischen Wirkung der Flächen zu erzielen.</li> <li>▪ Die Erhöhung der Artenvielfalt soll durch die Einfriedung und Beschattung der Flächen durch die Fotovoltaikanlagen gewährleistet werden und gleichzeitig soll ein Beitrag zur regionalen Wertschöpfung geleistet werden. Im Fokus steht der nachhaltige Energiezugang vor Ort.</li> <li>▪ Über Investoren aus der Region soll eine Energiegenossenschaft geschlossen werden, in welcher die Einwohner der Region mitwirken können.</li> </ul>	d, e
17	<b>Dauerbienenweide und Insektenschutz</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ziel ist die Errichtung eines stationären Bienenstands und Wanderstützpunkts auf ökologisch bewirtschafteten Wiesen- und Waldflächen am Mittellandkanal in Calvörde.</li> <li>▪ So sollen Insektenschutz und Flächennutzung optimiert und die Umweltbildung gefördert werden.</li> <li>▪ Ansprechpartner sind Landwirte, Imker und die Gemeinden.</li> </ul>	c, e
<b>Bereich Tourismus</b>		
18	<b>Sicherung und Herstellung von qualitativen Radwegenetzen lokal und regional als Basis der Kernkompetenz sowie für die Angebotserstellung</b>	a, c, e
19	<b>Schaffung organisatorischer Rahmenbedingungen für effiziente Zusammenarbeit und zur Schaffung digitaler Präsenz und Buchbarkeit</b>	b, c, d
20	<b>Stempelkarte mit Gutscheineheft</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ziel des Heftes ist es, die touristischen Ströme gezielter zu lenken und unterrepräsentierte Regionen nachhaltig zu stärken. Gleichzeitig können Kooperationen in der Region gefördert werden. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Touristische Ziele (Museen, Schlösser, Drömlingsstationen, Marinas, Aussichtspunkte und sonstige Sehenswürdigkeiten) können mit einer Stempelstation ausgestattet werden.</li> <li>▪ Gutscheine können für Gastronomiebetriebe und Museen erhältlich sein.</li> </ul> </li> </ul>	c, d, e

	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Verantwortlich dafür könnte eine zentrale Stelle sein, welche zusammengesetzt ist mit Akteuren aus Wirtschaft, Kultur und Marketing. Diese soll für den ganzen Wirtschaftsraum Mittellandkanal gleichermaßen fungieren.</li> </ul>	
21	<p><b>Touristischer Marketingpool</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Ziel des gemeinsamen Marketingpools ist die Bündelung von Budgets und der gemeinschaftlichen Entwicklung und Umsetzung von touristischen Maßnahmen.</li> <li>■ Angestrebt werden soll eine Jahresplanung zur ganzheitlichen Bewerbung der Region.</li> <li>■ Verantwortlich für den Marketingpool soll eine Schnittstelle sein oder eine beauftragte Person aus der Lenkungsgruppe.</li> </ul>	b, c
22	<p><b>Radfernweg mit „digitalen Appetithäppchen“</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Ziel dieser Maßnahme ist es, mit Hilfe von digitalen Aussichtspunkten den regionalen Fahrradtourismus ausgehend von den Quellgebieten Wolfsburg und Magdeburg zu fördern und die Region um den Mittellandkanal für Fahrradtouristen attraktiver zu gestalten.</li> <li>■ Zusätzlich zu den digitalen Angeboten entlang des Weges zwischen Wolfsburg und Magdeburg sollen physische Anker in Form von Informationsstellen errichtet werden. Sie sollen auf Sehenswürdigkeiten abseits des Weges hinweisen und die Gäste dazu animieren, einen kleinen Abstecher in die Gemeinden des Wirtschaftsraums zu machen.</li> <li>■ Der Landkreis Börde könnte als Koordinator fungieren.</li> </ul>	a, b, c

Die Liste der Leitprojekte ist nicht abschließend, im Ergebnis des Monitorings und der Evaluation wird voraussichtlich eine Anpassung erforderlich sein, auch als Reaktion auf neue Entwicklungen.

## 6 Monitoring und Evaluation

Mit dem Monitoring und der Evaluierung sollen die erfolgreiche Umsetzung des Entwicklungskonzeptes und die Entwicklung des Wirtschaftsraums Mittellandkanal abgesichert werden. Dabei wird das Entwicklungskonzept nicht als starres Konzept verstanden, sondern als fortschreibungspflichtiges Instrument, das in regelmäßigen Abständen evaluiert und bei Bedarf fortgeschrieben wird.

Dabei müssen vor allem die relevanten eingetretenen Veränderungen identifiziert und in das Konzept integriert werden; bei Bedarf müssen Zielstellungen und Strategien korrigiert werden. Es gilt, angesichts der definierten konkreten Ziele den Einfluss von Veränderungen als Einflussfaktoren zu prüfen, insbesondere wenn der Einfluss in eine nicht-gewünschte Richtung führt.

Zur Sicherung und Herstellung von Transparenz soll auf der Homepage des Mittellandkanals über die Umsetzung von Maßnahmen, über die Fortschritte bei der Umsetzung und über die erzielten Effekte/ Erfolge berichtet werden. Interessierte Bürger können per E-Mail Fragen stellen.

Für die Umsetzung des Monitorings und der Evaluation ist folgende Organisation vorgesehen:

- Verantwortlich für Monitoring und Evaluation ist der Projektbeirat. Dieser fordert von Projektträgern Informationen ein, bewertet die eingegangenen Informationen und stellt diese in der Versammlung der Netzwerkpartner vor.
- Die Koordinationsstelle unterstützt den Projektbeirat, indem sie u.a. die Sitzungstermine organisiert, beauftragte Kommunikation (Schriftverkehr, Telefonate) durchführt und die Ergebnisse (Sitzungsprotokolle etc.) auf der Homepage veröffentlicht.

Der Projektbeirat hat folgende Schwerpunktaufgaben:

- Einordnung der Projekte bei Maßnahmenbeginn in die Gesamtziele des Entwicklungskonzeptes (Leitbegriffe, Handlungsfelder),
- Monitoring der Projektumsetzung und Erfassung der erzielten Effekte nach Fertigstellung/ Abschluss der Projekte und
- Ausarbeitung von Empfehlungen für weitergehende Maßnahmen.