

1. Schaffung eines attraktiven Kreisimages

A 1.1. Verbesserte Wahrnehmung der Kreisregion

1.1.1. Erarbeitung eines Marken- / Profilierungskonzepts und Aufbau eines Corporate Designs

Ziel 6, 10

1.1.1.1. Schärfung des Kreisprofils als Wohn- und Wirtschaftsstandort:

z.B. Markenbildung als Feel-Good-Region, Slow Region, Nachhaltigkeitsregion

Ziel 2, 9

1.1.1.2. Schärfung teilregionaler Profile des Kreises als touristische Destinationen **unter Berücksichtigung vorhandener LTO-Strukturen** :

z.B. Positionierung über Naturerlebnis, Kultur, Wasser/Wassersport, regionale Produkte

1.1.1.3. Entwicklung eines Claims: Prüfung zu den Profilierungsaspekten Landschaft, skandinavisch, Individualismus aus Tradition

1.1.1.4. Ausarbeitung einer Gestaltungsrichtlinie / -handbuch: Treffen von Nutzungsvereinbarungen mit anderen, außenmarketingrelevanten öffentlichen und privaten Akteuren

1.1.2. Aktualisierung des Medienmix durch Einsatz elektronischer Medien

1.1.2.1. Schaffung eines SL-FL-Internetportals mit Fotos und emotionalen Stories (mehrsprachig dt., dänisch, englisch): zu z.B. schönen Plätzen, Freizeitaktivitäten (Wandern, Fahrrad etc.), regionalen Produzenten, Gastronomie **Migranten übers Internet die neue Heimat näher bringen**

1.1.2.2. Entwicklung eines Online-Magazins: Emotionale Geschichten aus dem Alltag der Kreisverwaltung

1.1.2.3. Entwicklung einer Kreis-App

1.1.2.4. Entwicklung eines SocialMedia-Konzeptes; ggf. **für einzelnen Zielgruppen**

(Jugendliche)

1.1.3. Verstärkte Nutzung der Medien Film & Ton

1.1.3.1. Aufbau und Nutzung von Medienpartnerschaften: gemeinsame Veranstaltungen und Kampagnen mit SHZ, NDR usw. zu kreisweiten Themen

1.1.3.2. Nutzung der Reiseregionen als Filmkulisse

1.1.3.3. Einsatz von Kurzfilmen von Übernachtungsanbietern

1.1.3.4. Kreissong

1.1.4. Ausbau klassischer Kommunikationskanäle

1.1.4.1. Auflegen einer Zeitschrift "Regionale Bunte" oder eines Blogs; auch für Exilanten

1.1.4.2. Verbesserung der Sprachkultur: einfach und verständlich für den Bürger

1.1.4.3. Einrichtung eines Beschwerdemanagements

1.1.4.4. "Willkommenseindruck" im Eingangsbereich (offener Empfangsbereich, freundliche Farben)

1.1.4.5. Zusammenfügen der Außenstellen (Kreishaus 2)

1.1.5. Verbesserung der Darstellung der Fachbereiche auf Amts- und Gemeindeebene

A 1.2. Steigerung der Binnenidentifikation mit der Kreisregion

1.2.1. Verstärken des Wir-Gefühls im Kreis

1.2.1.1. Nutzung kreisweiter Großveranstaltungen als Begegnungsanlass

1.2.1.2. Schule im Kreistag

1.2.2. Positive Vermittlung der Qualitäten der Kreisregion als attraktiver Lebensmittelpunkt, Wirtschaftsstandort und Reiseziel

Ziel 12

1.2.3. Information und Mitnehmen der Bürger bei der Bewältigung der Zukunftsaufgaben

1.2.3.1. laufende Information über eigene Aktivitäten

1.2.3.2. Einrichtung Dialogmöglichkeiten

1.2.4. Ausbau der Bürgerbeteiligung in nicht-verpflichtenden Beteiligungsthemen

1.2.4.1. Etablierung von Beiräten als Bindeglied zwischen Verwaltung und Bevölkerung