



# TRENDREPORT LAND

## Innovationslabor Land schafft Zukunft

Strukturstudie des Fraunhofer-Instituts für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO im Rahmen des Wettbewerbs »Ausgezeichnete Orte im Land der Ideen« 2014 der Initiative »Deutschland – Land der Ideen« und der Deutschen Bank



Im Auftrag der Deutschen Bank analysierten Experten des Fraunhofer IAO die Gewinnerprojekte des diesjährigen Wettbewerbs „Ausgezeichnete Orte im Land der Ideen“ und beleuchteten die Innovationskraft ländlicher Räume in Deutschland. Es ergibt sich ein „Zukunftsspiegel“ für den ländlichen Raum – und damit auch ein Blick in die Zukunft Deutschlands.

# Inhalt

Abbildungsverzeichnis .....	5	
Abstract .....	6	
<b>1</b>	<b>Hintergrund und Motivation.....</b>	<b>7</b>
1.1	Jahresthema »Innovationen querfeldein« .....	7
1.2	Die Rolle des Wettbewerbs auf dem Land .....	8
1.3	Methodisches Vorgehen .....	9
<b>2</b>	<b>Dimensionen für Innovationen im ländlichen Raum Deutschlands .....</b>	<b>10</b>
2.1	Entrepreneurship im ländlichen Raum .....	11
2.2	Die Ressource Natur als Wirtschaftsmotor fürs Land .....	12
2.3	Regionen werden zur Marke .....	13
2.4	Gemeinsam für unser Dorf – Soziales Miteinander auf dem Land .....	15
2.5	Smart Villages – Vernetzte Dörfer .....	16
<b>3</b>	<b>Systemanalyse der prämierten Projekte .....</b>	<b>18</b>
3.1	Die Akteure: Wer gestaltet das Land von morgen? .....	18
3.2	Die Projektqualifizierung: In welchem Status befinden sich die Siegerprojekte? .....	21
3.3	Der Rahmenkontext: Wo entstehen Innovationen im ländlichen Raum? .....	24
3.4	Die Projektwirkung: Welche Auswirkungen bestehen für die Gesellschaft? .....	26
<b>4</b>	<b>Vergleich »Innovationen querfeldein« und »Ideen finden Stadt« .....</b>	<b>30</b>
4.1	Gemeinsame Innovationsstrategien für Stadt und Land .....	31
4.2	Unterschiedliche Innovationsstrategien für Stadt und Land.....	34
4.3	Zusammenfassung der Vergleichsanalyse .....	38
<b>5</b>	<b>Visionen und mögliche Innovationspfade »Land 2024« .....</b>	<b>39</b>
5.1	Wie kann das Land 2024 aussehen? .....	39
5.2	Potenzialbewertung der sechs Bundessieger .....	43
5.3	Handlungsempfehlungen für Innovationen im ländlichen Raum Deutschlands .....	46
<b>6</b>	<b>Literatur- und Quellenverzeichnis.....</b>	<b>50</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Die Bausteine der Trendstudie .....	9
Abbildung 2: Verteilungshäufigkeiten der Dimensionen .....	10
Abbildung 3: Aufbau der Systemanalyse .....	18
Abbildung 4: Organisationsform der Projektinitiatoren .....	19
Abbildung 5: Organisationsform der Projektpartner .....	19
Abbildung 6: Anzahl der Projektpartner .....	20
Abbildung 7: Adressierte Zielgruppen.....	20
Abbildung 8: Projektlaufzeit bis 2014 .....	21
Abbildung 9: Umsetzungsdauer bis zur Überführung der Projektidee in die Praxis .....	21
Abbildung 10: Finanzierungsmodelle.....	22
Abbildung 11: Angestrebte Entwicklung.....	23
Abbildung 12: Zuordnung der ausgezeichneten Projekte zu einer Raumebene .....	24
Abbildung 13: Distanz zwischen den Projektstandorten und der nächsten Großstadt .....	25
Abbildung 14: Wachstum der Regionen der ausgezeichneten Projekte.....	26
Abbildung 15: Entstehungsort und Ausbreitung der Innovation .....	26
Abbildung 16: Projekttreibende Faktoren.....	27
Abbildung 17: Anwendungsbezug der ausgezeichneten Projekte .....	27
Abbildung 18: Einschätzung der Übertragbarkeit .....	29
Abbildung 19: Einschätzung der Personenabhängigkeit .....	29
Abbildung 20: Initiatoren aus den Wettbewerbsjahren 2013 und 2014 im Vergleich.....	31
Abbildung 21: Zuordnung der ausgezeichneten Projekte zu Stadtgrößen im Vergleich .....	32
Abbildung 22: Projektpartner der ausgezeichneten Projekte im Vergleich .....	34
Abbildung 23: Die Umsetzungsdauer im Vergleich .....	37
Abbildung 24: Projektlaufzeit im Vergleich.....	37

## Abstract

Die vorliegende Trendstudie entstand im Rahmen des Wettbewerbs »Ausgezeichnete Orte im Land der Ideen« mit dem Jahresthema »Innovationen querfeldein – Ländliche Räume neu gedacht«. Sie umfasst qualitative und quantitative Analyseergebnisse, die aus den eingereichten Projektunterlagen der 100 Siegerprojekte hervorgehen.

Die qualitativen Ergebnisse werden anhand von fünf Dimensionen dargestellt:

- \_Entrepreneurship im ländlichen Raum
- \_Die Ressource Natur als Wirtschaftsmotor
- \_Regionen werden zur Marke
- \_Gemeinsam für unser Dorf – Soziales Miteinander auf dem Land
- \_Smart Villages – Vernetzte Dörfer

Die quantitativen Ergebnisse werden in einer sogenannten Systemanalyse aufbereitet. Sie umfassen die Themenbereiche Akteure, Projektqualifizierung, räumlicher Rahmenkontext und Projektwirkung und geben Antworten auf die Fragen:

- \_Wer gestaltet das Land von morgen?
- \_In welchem Status befinden sich die Siegerprojekte?
- \_Wo entstehen Innovationen im ländlichen Raum?
- \_Welche Auswirkungen bestehen für die Gesellschaft?

Weiterhin nimmt die Trendstudie einen Vergleich zwischen den Jahresthemen 2013 und 2014 vor und ermöglicht eine inhaltliche sowie strukturelle Gegenüberstellung aktueller Stadt- und Landprojekte in Deutschland. Als Gemeinsamkeit konnte u.a. festgestellt werden, dass Unternehmen die Haupttreiber der Siegerprojekte aus beiden Wettbewerbsjahren sind. Weiterhin sind unabhängig vom räumlichen Kontext zunehmend dezentrale Lösungen gefragt und die Identifikation mit dem Wohnort bekommt immer mehr Gewicht. Die Zielgruppen und Ziele der prämierten Projekte variieren in Stadt und Land allerdings stark. Auch wird der Ressourcenbegriff unterschiedlich definiert und besonders der Ressource »Raum« wird in urbanen Gebieten eine andere Bedeutung zugeschrieben als im ländlichen Raum.

Nicht zuletzt werden in der Trendstudie die sechs Bundessieger im Rahmen von Zukunftsvisionen für das »Land 2024« eingebunden. Wie kann das Land in zehn Jahren aussehen und welchen Beitrag leisten die Lösungskonzepte der Bundessieger? So lauten die Fragen, die in diesem Kontext beantwortet werden. Folgende Handlungsempfehlungen für die zukünftige Entwicklung des ländlichen Raums lassen sich aus der Trendstudie 2014 ableiten:

- \_Dialog zu Innovation und Zukunft des ländlichen Raums führen
- \_Wissenstransfer fördern und von Best Practices lernen
- \_Innovationspartnerschaften fördern
- \_Neue Modelle für Innovation etablieren: ländliche Reallabore
- \_Kommunikation und Vernetzung innovativ vorantreiben
- \_Raumspezifische Förderprogramme entwickeln
- \_Schaffung gleichwertiger Lebensverhältnisse diskutieren

# 1 Hintergrund und Motivation

In der angeregten internationalen Diskussion um die weltweite Verstädterung und ihre globalen Auswirkungen rückt die Bedeutung des ländlichen Raums zunehmend in den Hintergrund. Auch in Deutschland lebt der kleinere Anteil der Bevölkerung auf dem Land<sup>1</sup> und der Statistik zufolge wächst die deutsche Landbevölkerung seit dem Jahr 2003<sup>2</sup> nicht mehr. Hierzulande wird die Diskussion über die Zukunft des ländlichen Raums oftmals auf zu meisternde Herausforderungen beschränkt, die sich größtenteils aus den Konsequenzen des demografischen Wandels ergeben: sinkende Einnahmen der Kommunen, Versorgungsengpässe mit Waren und Dienstleistungen aufgrund geringer Abnehmerzahlen, hoher Ressourcenverbrauch durch zu überwindende Distanzen, geringe Auslastung der Infrastrukturen bei hohen Instandhaltungskosten, ausgedünnte Landstriche bis hin zur Notwendigkeit des Rückbaus. Doch eben diese großen Herausforderungen bedürfen praxishen Innovationen, die den gefürchteten Teufelskreis aus Bevölkerungsschwund und Versorgungsdefiziten aufbrechen.

»Innovationen querfeldein – ländliche Räume neu gedacht« beweist: Es gibt bereits erfolgreiche Lösungsansätze, welche die genannten Herausforderungen adressieren. Die Akteure im ländlichen Raum sind bereit, anzupacken und Verantwortung zu übernehmen. Daher scheint eine Verlagerung des Fokus weg von den »Problemen« hin zum »Machbaren« in der Diskussion um die zukünftige Entwicklung des ländlichen Raums in Deutschland angebracht. Ebenfalls sind Transfer- und Skalierungsmöglichkeiten erprobter Lösungsansätze zu berücksichtigen, um die Bedeutung von Innovationskraft auf dem Land hervorzuheben. Der diesjährige Wettbewerb leistet einen erheblichen Beitrag zu diesem Perspektivenwechsel. Die für lokale Bedürfnisse entwickelten Lösungen, die als Siegerprojekte aus dem Wettbewerb hervorgehen, bieten Potenziale nicht nur für ihre Heimatregion, sondern können nach dem Baukastenprinzip kombiniert und an die individuellen Bedürfnisse anderer Räume – in Stadt und Land – angepasst werden.

## 1.1 Jahresthema »Innovationen querfeldein«

Mit viel Kreativität, Leidenschaft und Einfallsreichtum entwickeln Menschen in ganz Deutschland Projekte, die eine Bühne verdienen, auf der sie wahrgenommen werden. Mit der Auszeichnung dieser Ideen machen die Initiative »Deutschland – Land der Ideen« und die Deutsche Bank die Innovationskraft kreativer Köpfe sichtbar. Seit 2006 wurden bereits mehr als 2500 Projekte prämiert. Seit 2013 steht der Wettbewerb erstmals im Zeichen eines Jahresthemas: »Ideen finden Stadt« zeichnete 100 deutsche Projekte aus, die Lösungen für die Herausforderungen der urbanen Zentren von morgen bereithalten. Im Folgejahr 2014 widmet sich der Wettbewerb »Innovationen querfeldein«, also herausragenden Projekten im ländlichen Raum Deutschlands.

Mithilfe der durch das Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO begleitend zum Wettbewerb ausgearbeiteten Trendstudie wird eine ausführliche Analyse der Projekthinhalte und -hintergründe ermöglicht. Die Trendstudie ordnet die 100 prämierten Projekte in ihren nationalen und internationalen Kontext ein und identifiziert Entwicklungstrends für den ländlichen Raum. Weiterhin werden Handlungsbedarfe aufgezeigt, die aus den Analyseergebnissen hervorgehen. Ein Vergleich der beiden

---

<sup>1</sup> Vgl. Lexas Information Network 2014

<sup>2</sup> Vgl. Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung & IASS e.V. Potsdam 2013

Jahresthemen 2013 und 2014 – Stadt und Land – schafft zudem Erkenntnisse hinsichtlich Gemeinsamkeiten und Unterschieden der Innovationsstrategien in den beiden Raumkategorien.

## 1.2 Die Rolle des Wettbewerbs auf dem Land

Einer der bedeutendsten Trends, der Deutschland bundesweit vor große Herausforderungen stellt, ist der demografische Wandel. Er verändert die deutsche Gesellschaft. Die Menschen werden aufgrund des medizinischen Fortschritts stets älter und das hat Konsequenzen für das Leben im Alter: Einerseits ist die sogenannte »Silver Society«<sup>1</sup> länger fit und fühlt sich jünger als die Gleichaltrigen aus vorangegangenen Dekaden. Das hat einen starken Einfluss auf die Bedürfnisse dieser Bevölkerungsgruppe, beispielsweise hinsichtlich Mobilität. Andererseits nehmen mit fortschreitendem Alter gesundheitliche Beschwerden zu, die für die unmittelbare Familie sowie das gesamte Gesundheitssystem hohe Kosten verursachen. Gerade in dünn besiedelten Gebieten steht die Versorgung mit Gesundheits- und Pflegedienstleistungen vor Hürden. Doch das zunehmend hohe Alter ist nicht die einzige Auswirkung des demografischen Wandels: Gleichzeitig findet ein Geburtenrückgang statt, durch den sich die Alterspyramide so verformt, dass es wesentlich weniger junge als alte Menschen gibt. Diese Entwicklung zeigt sich deutlich am steigenden Altersdurchschnitt. Vor diesem Hintergrund sinkt die deutsche Bevölkerung insgesamt – in Stadt und Land – bis 2030 laut Prognosen auf rund 77 Millionen Menschen. Warum das Phänomen demografischer Wandel häufig mit dem ländlichen Raum Deutschlands in Verbindung gebracht wird, lässt sich leicht erklären: Die Auswirkungen zeichnen sich hier stärker ab als in den Städten. Denn zusätzlich verschärft wird die Situation im ländlichen Raum durch die meist wirtschaftlich bedingte Abwanderung, vor allem der jungen Bevölkerung, in die Zentren der Bundesrepublik. Diese Entwicklung puffert sozusagen die Auswirkungen des demografischen Wandels in den Städten. Der dynamische Prozess aus demografischem Wandel, innerdeutscher Wanderung und der Notwendigkeit zur Aufrechterhaltung der Daseinsvorsorge<sup>2</sup> im ländlichen Raum bei gleichzeitig schrumpfenden Steuereinnahmen verschärft die Wettbewerbssituation um Einwohner und Unternehmenssitze und stellt in diesem Kontext ein wichtiges Handlungsfeld für die Bundesrepublik dar.<sup>3</sup>

Der ländliche Raum muss dabei durchaus differenziert betrachtet werden. Die großen Herausforderungen, die mit dem ländlichen Raum Deutschlands verbunden werden – Bevölkerungsrückgang, Überalterung, Rückbau, Leerstand und Schließung von Geschäften, etc. – treten meist ausschließlich in den peripheren Gebieten in ihrem vollen Ausmaß auf. Die sogenannten zentralen ländlichen Räume hingegen, die sich in geringer Distanz zum nächsten urbanen Zentrum befinden, profitieren oftmals doppelt von ihrer räumlichen Lage: die Bezeichnung »ländlicher Raum« eröffnet den Zugang zu Fördergeldern, während die ruhige ländliche Umgebung von Pendlern als äußerst attraktiver Wohnort eingeschätzt wird und dennoch alle Vorteile der Großstadt unmittelbar nutzbar sind. Doch mit der Wahlfreiheit der Akteure, wächst der Wettbewerb nicht nur zwischen Land und Stadt, sondern auch innerhalb des ländlichen Raums. Die individuellen Standortentscheidungen bewusst zu beeinflussen ist das Ziel vieler Ortschaften. Dies spiegelt sich in den ausgezeichneten Projekten wider, die sich im Allgemeinen darum bemühen, ihren Lebensraum nachhaltig attraktiv zu gestalten. Die prämierten Projekte im Wettbewerb »Ausgezeichnete Orte im Land der Ideen« zum

---

<sup>1</sup> Vgl. Zukunftsinstitut 2014

<sup>2</sup> Vgl. Warburg o. J.

<sup>3</sup> Vgl. Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung & IASS e.V. Potsdam 2013

Jahresthema »Innovationen querfeldein – Ländliche Räume neu gedacht« gehören sowohl peripheren als auch zentralen ländlichen Räumen in Deutschland an und bieten Lösungen, die sowohl auf andere Orte auf dem Land als auch auf Städte übertragen werden können.

### 1.3 Methodisches Vorgehen

Die vorliegende Trendstudie untergliedert sich in mehrere Teilanalysen. Sowohl die quantitative als auch die qualitative Auswertung basiert dabei auf den eingereichten Unterlagen der 100 prämierten Projekte des Wettbewerbs und der Nacherhebung mittels einer Online-Umfrage. Die qualitativen Analysen beruhen weiterhin auf Recherchen sowie internationalen Referenzen, der Kompetenz und fundierten Fachkenntnissen des Fraunhofer IAO. Die nachfolgende Studie unterteilt sich in drei Analyse-Blöcke sowie eine Ausarbeitung von Handlungsempfehlungen. Abbildung 1 zeigt die Bausteine der Trendstudie auf:

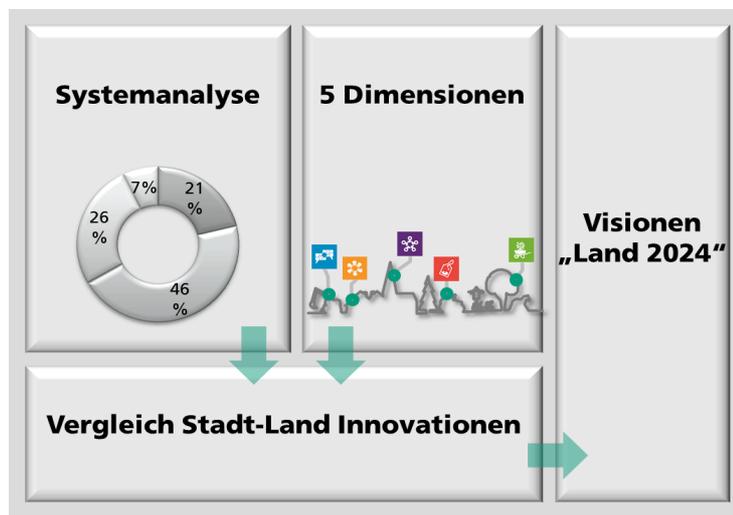


Abbildung 1: Die Bausteine der Trendstudie (Fraunhofer IAO)

Zunächst werden die 100 prämierten Projekte qualitativ hinsichtlich ihres Inhalts kategorisiert. Daraus resultieren thematische, sehr stark abstrahierte Trendströmungen (**Dimensionen**). Diese werden mit weltweiten Trends und Entwicklungen in einen übergreifenden Kontext gebracht. Die Ergebnisse werden in Kapitel 2 vorgestellt. In Kapitel 3 werden die behandelten Projekte mithilfe von quantitativen Fragestellungen auf übergeordnete kausale Wirkungszusammenhänge untersucht. Das Ergebnis ist die sogenannte **Systemanalyse**. Weiterhin wird in Kapitel 4 ein **Vergleich** zwischen den diesjährigen Siegerprojekten mit innovativen Ideen für den ländlichen Raum Deutschlands und den letztjährigen Stadtprojekten vorgenommen. Dieser stützt sich sowohl auf die Ergebnisse der quantitativen Systemanalyse als auch die qualitativen Dimensionen. Aus den Ergebnissen der Trendstudie werden in Kapitel 5 Visionen für das »Land 2024« vorgestellt, welche die **sechs Bundessieger** hervorheben und **Handlungsempfehlungen** integrieren.

## 2 Dimensionen für Innovationen im ländlichen Raum Deutschlands

Um die zugrundeliegenden thematischen Trends der im Rahmen des Wettbewerbs prämierten Projekte zu extrahieren, werden die eingereichten Projektunterlagen der 100 Preisträger parallel kodiert und analysiert. Über die Methode des permanenten Vergleichs werden sie auf Unterschiede, Gemeinsamkeiten und Handlungsmuster untersucht. Dadurch ergeben sich zunächst 61 thematische Kategorien, die mehreren Projekten zugeordnet werden können. In anderen Worten: Sie drücken die Inhalte der Projekte in einem einzigen Begriff aus. Diese identifizierten Kernvariablen werden in einem zweiten Schritt der Analyse zu fünf abstrakten Dimensionen verdichtet: »Entrepreneurship im ländlichen Raum«, »Die Ressource Natur als Wirtschaftsmotor«, »Regionen werden zur Marke«, »Gemeinsam für unser Land« und »Smart Villages – Vernetzte Dörfer«. Diese, auf der Grundlage der eingereichten Projekte gebildeten, Dimensionen sind als übergeordnete Trendströmungen der gegenwärtigen räumlichen Entwicklung im ländlichen Raum Deutschlands zu betrachten. Abbildung 2 zeigt, wie viele der eingereichten Projekte einer jeweiligen Dimension zugeordnet werden können.

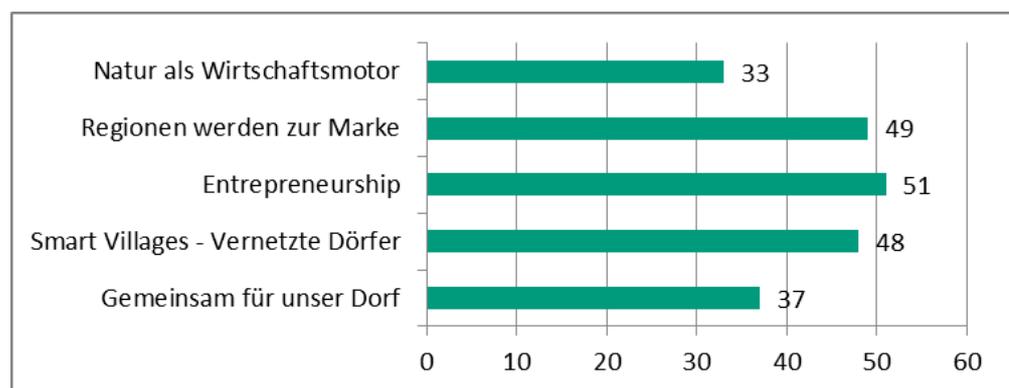


Abbildung 2: Verteilungshäufigkeiten der Dimensionen, n=218 (Fraunhofer IAO)

Durch die Möglichkeit der Mehrfachzuordnung ergibt sich eine Gesamtanzahl von n = 218. Die Multidimensionalität der Projekte ist ein Charakteristikum des Wettbewerbs. Einige der Trends lassen sich in Projekten vielfach kombinieren, was sowohl auf die Komplexität der Sachverhalte als auch auf die Abstraktion der Dimensionen zurückzuführen ist.

## 2.1 Entrepreneurship im ländlichen Raum

Thesen:

**Das Land entwickelt eigene Innovationsstrategien, fernab von den urbanen Zentren.**

**Die Neugestaltung bekannter und altbewährter Angebote steht im ländlichen Raum Deutschlands im Vordergrund.**

Im Jahr 2012 gründeten 3,6 Prozent der Erwachsenen im ländlichen Raum Deutschlands ein Unternehmen<sup>1</sup>. Entrepreneurship auf dem Land beschäftigt sich im Rahmen des Wettbewerbs vorrangig mit der Neugestaltung bekannter Dienstleistungen und Angebote, ob Nahverkehr, Kinderbetreuung oder Kulturangebot. Wo altbewährte Modelle nicht mehr funktionieren, reagiert das Land mit flexiblen Lösungen<sup>2</sup>. Beispielsweise um seine Bewohner mobil zu halten, auch wenn Bus-, Bahn- oder Taxiangebote fehlen. Die **Sicherung der Daseinsvorsorge** gilt hierbei als oberstes Ziel, um einer sich verstärkenden Abwärtsspirale vorzubeugen. So wird z.B. ein Bürgerauto angeschafft, das ähnlich eines Taxis individuelle Strecken in der Gemeinde bedient und vormals eingestellte Busstrecken aufrechterhält. Meist werden solche Angebote durch ehrenamtliche Fahrer ermöglicht. Vorteilhaft sind nicht nur die Flexibilität und höhere Auslastung im Vergleich zum ÖPNV, sondern – wenn es sich um ein e-Auto handelt – auch der Umweltschutz. Dieser Lösungsansatz folgt dem »Sharing-Trend«<sup>3</sup>, der gemeinschaftlichen Nutzung bestehender Ressourcen.

Im Rahmen der Siegerprojekte gibt es außerdem den Ansatz »Kommt der Bürger nicht zur Dienstleistung, kommt die Dienstleistung zum Bürger«, der insbesondere vor dem Hintergrund des demografischen Wandels eine Rolle spielt. Rollende Arztpraxen verringern zu überbrückende Distanzen, das mobile Amt ermöglicht auch immobilen Menschen ein selbstbestimmtes Leben unabhängig von bizarren Öffnungszeiten und fahrende Kulturangebote bereichern den ländlichen Raum fernab der Großstadt mit Musik, Schauspiel und Kunst. Diese Angebote fördern die lokale Lebensqualität und können durch den Ortswechsel sowohl die eigene Auslastung erhöhen als auch ihre Rentabilität garantieren.

Der Unternehmer als zentrale Figur wirtschaftlicher Aktivität erhält in diesem Zusammenhang eine bedeutsame Rolle, wenn es um ein Angebot geht, das vormals ausschließlich durch die öffentliche Hand getragen wurde. Ganz im Sinne des »Do-It-Yourself« Trends<sup>4</sup> treibt den Entrepreneur das **Verantwortungsbewusstsein** für den eigenen Lebensraum an, was sich in der Problemorientierung vieler Projekte zeigt. In diesem Zusammenhang ist es interessant, dass insgesamt 61,1 Prozent der Siegerprojekte als personenabhängig bzw. sehr personenabhängig eingestuft werden. Auch die in der Entrepreneurship-Forschung definierte Gründungspersönlichkeit mit einer gewissen Risiko- und Ungewissheitstoleranz zeigt sich im Rahmen des Wettbewerbs: Es ließ sich eine recht kurze Dauer zwischen der initialen Projektidee und der ersten Umsetzung in Form eines Projekts mit durchschnittlich 15 Monaten verzeichnen. Im Gegensatz dazu weisen die Projekte durchschnittlich eine Projektlaufzeit von 55 Monaten auf, was für die unternehmerischen Fertigkeiten der Initiatoren und die erfolgreiche Einschätzung der Umweltfaktoren spricht.<sup>5</sup>

Dimensionen für Innovationen im  
ländlichen Raum Deutschlands

### Beispielprojekte:

E-ifel mobil – E-Carsharing  
auf dem Land

Elektro-Bürgerauto  
Oberreichenbach

Zahnärztlicher  
Hausbesuchsdienst  
Uckermark

Mobiles Rathaus Gersheim

Willkommens-Agentur  
Uckermark

Jung kauft Alt –  
kommunales  
Förderprogramm gegen  
Gebäudeleerstand

### Haupttrends:

Daseinsvorsorge sichern

Sharing-Economy

<sup>1</sup> Vgl. Global Entrepreneurship Research Association 2012

<sup>2</sup> Vgl. Trend und Zukunft 2014

<sup>3</sup> Vgl. Werner 2014

<sup>4</sup> Vgl. Zukunftsinstitut 2014

<sup>5</sup> Vgl. Gabler Wirtschaftslexikon 2014a

Eine weitere, durchaus kleinere Strömung dieser Dimension – mit jedoch großen potenziellen Auswirkungen – ist das Business Development, das die Entwicklung völlig neuer »Geschäftsfelder« für den ländlichen Raum Deutschlands beschreibt. Beispielsweise werden sowohl die zur Verfügung stehende landwirtschaftlich genutzte Fläche als auch die vorhandene Biomasse in neuen Formen nutzbar gemacht. Hierzu zählen auch neue Angebote zur Attraktivitätssteigerung, wie z.B. Willkommensservices.

## 2.2 Die Ressource Natur als Wirtschaftsmotor fürs Land

*Thesen:*

**Biomasse ist ein bedeutsamer Rohstoff für die Gesellschaft des 21. Jahrhunderts.**

**Ökologisches Wertebewusstsein wird neu erlernt.**

**Natur muss erfahrbar sein.**

**Ein Wandel im Urlaubsverhalten der Deutschen ermöglicht neue Chancen für den ländlichen Raum.**

Ländliche Regionen stehen grundsätzlich in einem engen Kontakt zur Natur, da sie einen wesentlichen Bestandteil ihrer unmittelbaren Umwelt darstellt. Sie prägt das tägliche Leben in einem hohen Maß und stellt nicht zuletzt für viel mehr Menschen eine Lebens- und Arbeitsgrundlage dar, als in urban geprägten Gebieten. Sie ist sozusagen der Unique Selling Point (USP) des ländlichen Raums. Das hat sich auch in den Siegerprojekten des diesjährigen Wettbewerbs gezeigt: Insgesamt 33 von ihnen lassen sich dieser Dimension zuordnen.

Das gesellschaftliche Bewusstsein über die Entstehung von Lebensmitteln und deren **regionalen Anbau** bzw. Produktion steigt stetig<sup>1</sup>. Das Zukunftsinstitut<sup>2</sup> ist sogar der Ansicht, dass Bio im Rahmen des Megatrends »Neo-Ökologie« zum neuen Standard in der Gesellschaft wird. Regional wird in diesem Zusammenhang das neue Bio und löst es als Trend ab. Es ist also nicht verwunderlich, dass sich einige der Projektinitiatoren ökologisches Wertebewusstsein und dessen Förderung durch Umweltbildung zum Thema gemacht haben. Zum einen wird auf das Erlebnis der Bürger und/oder Touristen im Hinblick auf die biologische Vielfalt einer Region wertgelegt. So wird z.B. durch die Führungen eines Forstwirtes die lokale Naturlandschaft erlebbar. Zum anderen fokussieren sich einige Projekte auf die Veranschaulichung der Landwirtschaft als prägenden Wirtschaftszweig im ländlichen Raum. So soll sowohl für die Aufgaben und Relevanz der Landwirtschaft für die Produktion von Lebensmitteln, als auch für deren Aufgabe, die Kulturlandschaft Deutschlands<sup>3</sup> zu erhalten, sensibilisiert werden. In beiden Bereichen liegt der Fokus oftmals auf Kindern und Jugendlichen: Ganze 13 der 100 prämierten Projekte richten sich vorrangig an diese Zielgruppe. Sie sollen durch Erlebnisse und Lernerfolge auf dem Land früh die Relevanz der ländlichen Umwelt erfahren und ein Bewusstsein für deren Nutzen und Wert entwickeln. Hieraus ergibt sich eine klare Abgrenzung zur Stadt. Insgesamt sind 46 der prämierten Projekte lehrorientiert, was die Bedeutung dieses Trends im Wettbewerb verdeutlicht.

Des Weiteren wird die ländliche Umwelt als wichtiger Ressourcenlieferant in den Siegerprojekten thematisiert. Wie bereits erwähnt, sehen vor allem Landwirte ihre

<sup>1</sup> Vgl. Dierig 2013; Kearney 2013; Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft 2011

<sup>2</sup> Vgl. Zukunftsinstitut 2014

<sup>3</sup> Vgl. Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft 2010

### Beispielprojekte:

RETHINK – Fallstudien für eine moderne Landwirtschaft

PROGRASS – Bioenergie aus Grünabfällen

Jühnde – Bioenergiedorf 2.0

Zentrale Vernetzungsstelle »Grünlandzentrum«

Internetportal »Rollstuhlwandern in Baden-Württemberg«

Forschungsprojekt »Kultivierung von Torfmoos«

Landjugend Klimawald Schleswig-Holstein

### Haupttrends:

Regional ist das neue Bio

Nutzung erneuerbarer Energien auf dem Land

Landwirtschaft 4.0

Aufgabe darin, die Ressourcen des ländlichen Raums neben der Lebensmittelproduktion, neuerdings auch zur **Energiegewinnung**, zu nutzen<sup>1</sup>. Im Hinblick auf die in Deutschland beschlossene und begonnene Energiewende gewinnt der ländliche Raum als Stromerzeuger zunehmend an Bedeutung. Schließlich bietet die Peripherie weitaus mehr Raum, der für die Erzeugung erneuerbaren Stroms notwendig ist, beispielsweise beim Aufstellen von Windrädern oder der Ansiedlung von Solarparks. Rund zwei Drittel der elektrischen Leistung, die durch Wind- und Bioenergieanlagen in der Bundesrepublik gewonnen wird, sind im ländlich geprägten Raum installiert, während mehr als 70 Prozent der konventionellen Kraftwerksleistung in Städten lokalisiert ist<sup>2</sup>. Dieses Differenzierungsmerkmal ländlicher Regionen wurde erkannt und drückt sich in den ausgezeichneten Initiativen aus. Nicht zuletzt resultiert aus dem zuvor erwähnten Bewusstsein über die Relevanz des Naturraums als menschliches Lebensumfeld das Bestreben, Restprodukte aus der Landwirtschaft oder vormals nicht nutzbaren biologischen Produkten zu verwerten, um Ressourcen zu schonen. Hierzu zählt u.a. die Verwertung von Biomasse zur grünen Energiegewinnung.

Im diesjährigen Wettbewerb adressieren rund 20 Projekte direkt die Landwirte. Hier zeigt sich die Relevanz von intelligenter Technik für den ländlichen Raum. Eine Vielzahl von technisch innovativen Projekten, die die Landwirtschaft unterstützen, wie z.B. das GPS-gesteuerte Weidemanagement oder das Bewirtschaften der Felder mithilfe von Mobilfunk und Sensortechnik sind an dieser Stelle zu erwähnen. Dies trifft den **weltweiten Trend der Industrie 4.0**, in dem auch die Automatisierung und Technologisierung der Landwirtschaft thematisiert wird<sup>3</sup>.

## 2.3 Regionen werden zur Marke

*Thesen:*

**Gemeinschaftliche Identität wird durch die Bildung von selbst definierten Regionen generiert.**

**Das Land profitiert von einer Mischung aus traditioneller lokaler Kultur und den schönen Künsten.**

Deutschland hat bisweilen durch den Föderalismus ein **ausgeprägtes regionales Bewusstsein**. Menschen identifizieren sich häufig über den Ort (»Friedberg«), die Region (»Schwaben«) oder das Bundesland (»Bayern«), das für sie Heimat bedeutet. Diese Tendenz zeigt sich ebenfalls in den ausgezeichneten Projekten. Durch die räumliche Nähe zueinander generiert sich eine höhere örtliche Verbundenheit und das Bewusstsein, eine Verantwortung vor Ort zu haben. So werden über 50 Prozent der Projekte von lokalen Initiatoren auf lokale Herausforderungen (»Von Land zu selbem Land«) ausgerichtet. Es besteht also ein großes Interesse vor Ort, lokale Probleme zu lösen<sup>4</sup>. Dies zeigt, dass die Menschen für Herausforderungen in ihrer Nähe eine direkte Relevanz erkennen und Verantwortung für die aktive positive Gestaltung der eigenen Umwelt übernehmen. In diesem Zusammenhang ist es von Bedeutung, dass 66 Prozent der 100 Siegerprojekte der Ansicht sind, dass der Erfolg ihrer Projekte (sehr) personenabhängig ist.

Im Wettbewerb fällt eine Vielzahl von Projekten auf, die sich im Sinne einer aktiven Zivilgesellschaft um die Herstellung gleichwertiger Lebensverhältnisse in ihrem Umfeld

### Beispielprojekte:

Arche-Region  
Flusslandschaft Elbe

Erlebnisführungen im  
Weltkulturerbe Oberharzer  
Wasserwirtschaft

Netzwerk »UNSER LAND«

SmartRegion Pellworm

Touround – Freizeit- und  
Tourismus-App

Regiomino – Online-  
Supermarkt für Regionales

Online-Portal »Taste of  
Heimat«

<sup>1</sup> Vgl. Landkreistag 2014

<sup>2</sup> Bundesministerium für Bau-, Stadt- und Raumforschung 2010, S. 6

<sup>3</sup> Vgl. Paul 2013

<sup>4</sup> Vgl. Neu 2007

**Haupttrends:**

Ausdifferenzierung des  
ländlichen Raumes in  
individuelle Regionen

Regionale Lebensmittel

Urlaub in Deutschland

Dezentralisierung und  
temporäre Nutzung von  
Raum

kümmern. Es geht z.B. um die Sicherstellung von Mobilität durch einen ehrenamtlichen Bürgerbus oder um Daseinsvorsorge durch einen Dorfladen. Viele Projekte bündeln dabei vor Ort vorhandene Ressourcen, um damit bestehende Herausforderungen zu meistern. Darüber hinaus ist festzustellen, dass sich Menschen gerne in homogenen Gruppen zusammenschließen und nach außen hin abgrenzen, was sich beispielsweise in der ausdrücklichen Differenzierung zwischen benachbarten Ortschaften, lokalen Dialekteigenheiten oder Rivalitäten zeigt<sup>1</sup>. Diese Beobachtung ist ganz im Zeichen der fortschreitenden Individualisierung in der deutschen Gesellschaft zu sehen<sup>2</sup>. Demnach ist das **Eigenbild auf dem Land sehr differenziert**, während seine Außenwahrnehmung durch die urbane Gesellschaft recht pauschal gehandelt wird. Der Wettbewerb veranschaulicht eindeutig die Vielfältigkeit auf dem Land. Ebenso wie die Hilfsbereitschaft und die Unterstützung zwischen Gemeinden, z.B. durch gezielten Wissensaustausch. Durch die Erkenntnis, dass sich Herausforderungen meist besser gemeinsam begegnen lassen, arbeiten viele der Bewohner des ländlichen Raums in den ausgezeichneten Projekten zusammen, um ein bestimmtes Ziel zu erreichen: Die Systemanalyse zeigt, insgesamt 15 der prämierten Projekte sind netzwerkorientiert.

Zur Verbesserung der Außenwahrnehmung generieren einige Projekte in ihren Regionen eine gemeinschaftliche Identität, die aktiv nach außen getragen wird, z.B. zum **Verkauf regionaler Produkte** oder zur Gestaltung eines **Tourismusdomizils**. Dabei wird die ländliche Region bewusst kommuniziert, gegenüber anderen eindeutig abgegrenzt und kann sich auf diese Weise als individueller Raum profilieren. So werden z.B. regionale Produkte vermarktet, was durch den Trend in der deutschen Gesellschaft ermöglicht wird, der die Transparenz über die Herkunft von Nahrungsmitteln und die Wertschätzung ihrer Qualität durch den Verbraucher in den Mittelpunkt rückt<sup>3</sup>. Beispielsweise bevorzugen 34 Millionen Deutsche regionale Produkte aus der Heimat beim Einkauf<sup>4</sup> und 75 Prozent der Befragten des Ökobarometers 2013 sind bereit für regionale Produkte mehr Geld zu bezahlen<sup>5</sup>. Der regionale Ankerpunkt schafft Vertrautheit zwischen Anbietern und Kunden und nährt das Bedürfnis nach Zugehörigkeit<sup>6</sup>. Des Weiteren wird eine Region als eine geschlossene Einheit dargestellt, um einen Anziehungspunkt für kulturelle Projekte zu bilden. Zum einen konnten in diesem Zusammenhang **dezentrale Projekte** identifiziert werden, die von einem ländlichen Ort zum anderen ziehen und dort jeweils für einen begrenzten Zeitraum ihr Programm anbieten, wie z.B. das Bundesjugendballett. Zum anderen gibt es Projekte, die das kulturelle Angebot in einem Ort des ländlichen Raums für Menschen aus der Umgebung und für Touristen bündeln. Hierzu zählen Sommerfestivals oder auch ein Kulturprogramm, das leerstehende Gebäude temporär nutzt.

<sup>1</sup> Vgl. Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft 2013

<sup>2</sup> Vgl. Bundeszentrale für Politische Bildung 2012a

<sup>3</sup> Vgl. Dierig 2013

<sup>4</sup> Vgl. Statista 2014a

<sup>5</sup> Vgl. Die Welt 2014

<sup>6</sup> Vgl. WA Media 2012

## 2.4 Gemeinsam für unser Dorf – Soziales Miteinander auf dem Land

*Thesen:*

**Neuer Zusammenhalt im ländlichen Raum würfelt die Werte der traditionellen Großfamilie neu zusammen.**

**Das Land bietet Vorbilder für innovative Anreizmechanismen, um junge Familien mit Kindern und Fachkräfte auf das Land zu locken.**

Der ländliche Raum ist einigen der großen gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit früher in einem stärkeren Ausmaß gegenübergestellt als städtische Gebiete. Das hat zur Folge, dass hier Lösungsansätze zum Teil früher entwickelt werden (müssen). So kommen die **Konsequenzen des demografischen Wandels** durch die Abwanderung der jungen Landbevölkerung im ländlichen Raum sehr viel konsequenter zum Vorschein als in urbanen Ballungsräumen der Bundesrepublik. Daher ist es nicht verwunderlich, dass sich 20 der Siegerprojekte konkret mit dem demografischen Wandel auseinandersetzen, sowie 14 der Abwanderung entgegenwirken und weitere 12 versuchen, Fachkräfte anzulocken.

Das Land reagiert auf die Problemstellung ganz speziell, da soziale Kontakte häufig eng geknüpft sind und Herausforderungen oftmals mit persönlichen Schicksalen verbunden werden<sup>1</sup>. Dies zeigt sich auch im wirtschaftlichen Bereich. Viele Projekte, die die Bindung von Arbeitnehmern zum Ziel haben, erhöhen ihre Standortattraktivität mit zusätzlichen Services, die Anonymität abbauen und höhere Interaktion mit der Region generieren. In der Uckermark bietet eine Willkommensagentur ausführliche Beratung für zugezogene Auszubildende. Insgesamt adressieren 36 der 100 Projekte den Mangel an Standortattraktivität im diesjährigen Wettbewerb.

Die ehemals auf dem Land typische Großfamilienstruktur, die über Generationen hinweg Wissensaustausch, Versorgungssicherheit und Pflege im Alter versprach, fiel mit dem Wandel der Gesellschaft hin zu städtischen Lebensformen in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts weg<sup>2</sup>. Die Herausforderungen, die sich durch diesen gesellschaftlichen Wandel und den gleichzeitig stattfindenden demografischen Wandel ergeben, machen die **Neuinterpretation der einstigen »großfamiliären Strukturen«** notwendig. Der Ansatz, mehrere Generationen unter einem Dach zu vereinen<sup>3</sup>, die nicht immer verwandt sein müssen, wird von einigen ausgezeichneten Projekten aufgegriffen. So leben in Mehrgenerationenhäusern Bewohner unterschiedlichen Alters zusammen und helfen sich im Alltag aus, sodass jede Generation von dieser Struktur in gewisser Weise profitiert. Die Senioren übernehmen in diesem Kontext beispielsweise zeitweise die Kinderbetreuung, dafür wird ihnen ein schwerer Einkauf nach Hause geliefert.

Außerdem gibt es vor dem Hintergrund der Überalterung<sup>4</sup> auf dem Land eine Fokussierung der Projekte auf die Zielgruppe der Familien mit jungen Kindern. Es wird oftmals der Ansatz verfolgt, diesen Familien einen leichten Start und gute Möglichkeiten für die Verwirklichung ihrer Ziele auf dem Land zu bieten. Hierzu zählt z.B. die Hilfestellung beim Finden einer geeigneten Wohnung. Hier wird konkret der vorhandene **Leerstand bekämpft** oder die Renovierung von bestehenden Gebäuden für diese Familien forciert, während altersgerechtes Wohnen für die älteren Landbewohner ausgebaut wird. Weiterführend sind Bestrebungen zu identifizieren, die das Angebot an Bildung, Kultur und Erlebnis für Kinder und Jugendliche auf dem Land ausweiten. Auch hier stehen **dezentrale**

**Beispielprojekte:**  
FOKUS – Forum der  
Kulturen und Sprachen

Altersgerechtes Wohnen  
und Wiederbelebung der  
ländlichen Bausubstanz

Demenz-WGs –  
Selbstbestimmtes Leben in  
Bayern

ZukunftsDORF Legden

Mehrgenerationenhäuser –  
Familienhilfe Sachsen

**Haupttrends:**  
Demografischer Wandel

Mehrgenerationen-  
Wohnen

Leerstand bekämpfen

Tourendes Freizeit- und  
Kulturangebot

<sup>1</sup> Vgl. Netzwerk Ländlicher Raum 2013; Bundesvorstand der CDU Deutschland 2012

<sup>2</sup> Vgl. Bundeszentrale für Politische Bildung 2012b

<sup>3</sup> Vgl. Polus 2013

<sup>4</sup> Vgl. Bundeszentrale für Politische Bildung 2014

**Projekte** im Vordergrund, die von einem ländlichen Ort zum anderen ziehen und dort jeweils für einen begrenzten Zeitraum ihr Programm anbieten. Dies schafft Abwechslung für die ansässige junge Bevölkerung.

Insgesamt verfolgen die Initiativen das Ziel durch Unterstützung jungen Familien den Schritt auf das Land zu erleichtern und sein Vorteile aufzuzeigen, während der öffentliche Versorgungsdruck, der durch die alternde Gesellschaft hervorgerufen wird, abgebaut wird. Dabei liegt der Fokus meist auf innovativen Lösungen vor Ort, die auf gegenseitiger Hilfe und Nähe der Menschen zueinander aufbauen.

## 2.5 Smart Villages – Vernetzte Dörfer

*Thesen:*

**Im Kontext der realen Vernetzung von Menschen liegt ein Schwerpunkt der Siegerprojekte auf Netzwerken und Gemeinschaften statt auf Individuen.**

**Mit zunehmender digitaler Vernetzung profitiert der ländliche Raum Deutschlands, der die neuen Möglichkeiten für seine speziellen Anforderungen nutzbar macht.**

Grundsätzlich kann in dieser Dimension zwischen zwei großen Entwicklungstendenzen unterschieden werden: der **realen und der digitalen Vernetzung**. Diese sind ortsunabhängig weltweite Megatrends und haben somit auch großen Einfluss auf den ländlichen Raum Deutschlands<sup>1</sup>.

Zum einen existiert »reale« Vernetzung, die aus persönlichen Kontakten und analoger Kommunikation besteht. Meist zeigt sich dies in Form eines Netzwerks aus Bekannten und Geschäftspartnern, die gegenseitig Hilfestellung leisten und Erfahrungen teilen. Man profitiert von den Erfahrungen und Kenntnissen der Akteure und Bewohner in der eigenen Umgebung. Diesen Ansatz haben sich 16 der ausgezeichneten Projekte zu Nutze gemacht und den Netzwerkgedanken vertieft. Im Sinne des kooperativen Individualismus werden in diesem Kontext Wissen und Erfahrungen gebündelt und an Dritte weitergegeben.

Besonders interessant ist die Beobachtung, dass Gruppen auf dem Land häufig heterogener zusammengesetzt sind, als im städtischen Raum. Schließlich ermöglicht die Masse an potenziell Gleichgesinnten in Ballungsräumen homogenere Gruppengebilde, während sich auf dem Land unterschiedlichste Interessenvertreter zur gemeinsamen Zielerreichung zusammenschließen. Dies erweist sich im Sinne der Generierung von Innovation als besonders hilfreich<sup>2</sup>. Wenn unterschiedliche Akteure zusammengebracht werden, entsteht ein Mehrwert durch die verschiedenen Kernkompetenzen und so wird auch ein Mehrwert für den ländlichen Raum ermöglicht. Hier sind beispielsweise Initiativen zu nennen, in welchen die Anwohner gemeinsam Zukunftslösungen für ihren Ort entwickeln.

Zum anderen ist die »digitale« **Vernetzung** eine entscheidende Entwicklung, die vor dem ländlichen Raum nicht Halt macht und in engem Zusammenhang mit der voranschreitenden **Digitalisierung und Technologisierung** steht. Diese ermöglicht in vielen Lebensbereichen ortsunabhängig zu agieren. Heute pendeln auf dem Land über 40 Prozent der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten über Kreisgrenzen hinweg zur Arbeit<sup>3</sup> und legen dabei große Strecken zurück. Das Home Office bietet in diesem Kontext eine gute Möglichkeit, weite Wege zur Arbeitsstelle zumindest teilweise zu unterbinden, auch wenn die tatsächliche Nutzung des Angebots in Deutschland insgesamt stark

### Beispielprojekte:

Breitband für alle in  
Cochem-Zell

Förderung der  
Breitbandversorgung in  
Baden-Württemberg

GPS-Weidemanagement-  
system

Intelligente  
Straßenbeleuchtung  
»Bewegtes Licht«

CLAAS-Telekom Industrie  
4.0 in der Landwirtschaft

### Haupttrends:

Analoge und digitale  
Vernetzung

Digitalisierung &  
Technologisierung

Landwirtschaft 4.0

<sup>1</sup> Vgl. Horx 2011

<sup>2</sup> Vgl. Steinheider & Legrady 2001

<sup>3</sup> Vgl. Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft 2013

rückläufig ist<sup>1</sup>. Schließlich gilt die Konnektivität als echter Megatrend<sup>2</sup> der heutigen Gesellschaft und ist für viele Menschen Grundvoraussetzung für die Wahl eines Wohn- und Lebensstandorts. Auch in der Medizin lassen sich durch moderne Lösungen ansonsten lange Wege zum Arzt vermeiden, wie das Beispiel des Tele-Monitorings zur Nachsorge zeigt. Mit Hilfe elektronisch übertragener Daten kann der Gesundheitszustand von Patienten in diesem Projekt aus der Ferne überwacht werden. Die digitale Vernetzung liefert auch einen Beitrag zur Umsetzung umweltschonender Maßnahmen: Durch den technischen Fortschritt ist heute beispielsweise die intelligente und stromsparende Steuerung von Straßenbeleuchtung möglich. Einen großen Fortschritt durch Technologisierung und Vernetzung hat im ländlichen Raum auch die Landwirtschaft gemacht. Bekannt ist dieser Trend unter dem Begriff Industrie 4.0, bzw. **Landwirtschaft 4.0**. Durch die intelligente Steuerung und Vernetzung von Maschinen kann die Landwirtschaft erheblich automatisiert und effizienter gestaltet werden und dabei den Ertrag steigern und Kosten reduzieren.

Trotz der positiven Entwicklungen hinsichtlich des technologischen Fortschritts im ländlichen Raum ist der Breitbandausbau auf dem Land noch nicht zufriedenstellend und schreitet häufig aufgrund der ausbleibenden Kostendeckung nur langsam voran<sup>3</sup>. Er verspricht jedoch hohes Potenzial, denn gerade in einer Gegend, wo große Distanzen zurückgelegt werden müssen, profitieren sowohl die Bevölkerung als auch die Wirtschaft von den digitalen Möglichkeiten und kann so das Leben auf dem Land maßgeblich attraktiver gestalten<sup>4</sup>. Laut dem Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur<sup>5</sup> kann »eine 10-prozentige Zunahme der Breitbandversorgung eine jährliche Steigerung des Bruttoinlandsprodukts um bis [zu] 1,5 Prozent sowie eine Erhöhung der Arbeitsproduktivität um 1,5 Prozent über die kommenden fünf Jahre bewirken«.

---

<sup>1</sup> Vgl. DIW 2014

<sup>2</sup> Vgl. Zukunftsinstitut 2014

<sup>3</sup> Vgl. Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung 2012

<sup>4</sup> Vgl. Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur 2014

<sup>5</sup> Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur 2012

### 3 Systemanalyse der prämierten Projekte

Im Zuge der Systemanalyse werden verschiedene Teilinformationen der im Wettbewerb eingereichten Projekte gegenüberstellend betrachtet. Dadurch werden übergeordnete kausale Wirkungszusammenhänge identifiziert und interpretiert. Die Grundlage der Systemanalyse bildet die quantitative Erfassung sämtlicher Projektinformationen sowie die Kategorisierung der projektbezogenen Daten. Die Systemanalyse unterteilt sich in die Bereiche Rahmenkontext, Akteure, Projektqualifizierung und Projektwirkung. Wie in Abbildung 3 dargestellt, werden zu jeder der vier Kategorien unterschiedliche Fragen beantwortet.

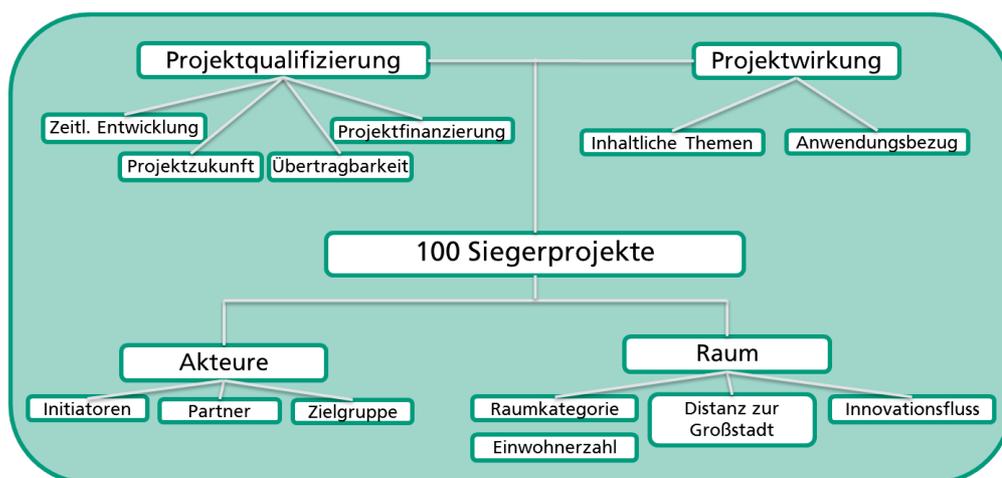


Abbildung 3: Aufbau der Systemanalyse (Fraunhofer IAO)

#### 3.1 Die Akteure: Wer gestaltet das Land von morgen?

*These:*

**Unternehmen und Unternehmer sind die Haupttreiber innovativer Ideen im ländlichen Raum.**

Die Wahl der Organisationsform und auch der Partner für die Umsetzung einer Projektidee geschieht je nach den Aussichten auf Erfolg für das Vorhaben. Das hohe Engagement der Initiatoren ist demnach grundlegende Voraussetzung für die erfolgreiche Umsetzung, unabhängig von der gewählten Organisationsform, sowie Anzahl und Art der Partner.

Die Analyse zeigt, dass rund ein Drittel der **Projektinitiatoren** in Form von Unternehmen organisiert ist (siehe Abbildung 4). Auch eingetragene Vereine spielen mit knapp einem Viertel der prämierten Projekte eine nicht zu unterschätzende Rolle. Es wird deutlich, dass nicht nur die eigens zur Erfüllung einer Projektidee gegründeten Start-Ups, sondern auch die Unternehmen, die bereits in der Region heimisch sind, an einer positiven Entwicklung ihres Standorts im ländlichen Raum interessiert sind. Neben Unternehmen sind es vor allem eingetragene Vereine, die sowohl als Initiatoren als auch als Projektpartner auftreten. Die hohe Bereitschaft, sich ehrenamtlich in Vereinen zu betätigen, geht mit

einer deutschlandweiten Entwicklung einher<sup>1</sup>: Im Jahr 2013 gab es in der Bundesrepublik so viele Vereine wie nie zuvor<sup>2</sup>. Ressourcen wie Zeit, Arbeit und finanzielle Mittel werden in diesem Zusammenhang in Form von Mitgliedsbeiträgen und Spenden in die aktive Gestaltung des eigenen Lebensraums investiert.

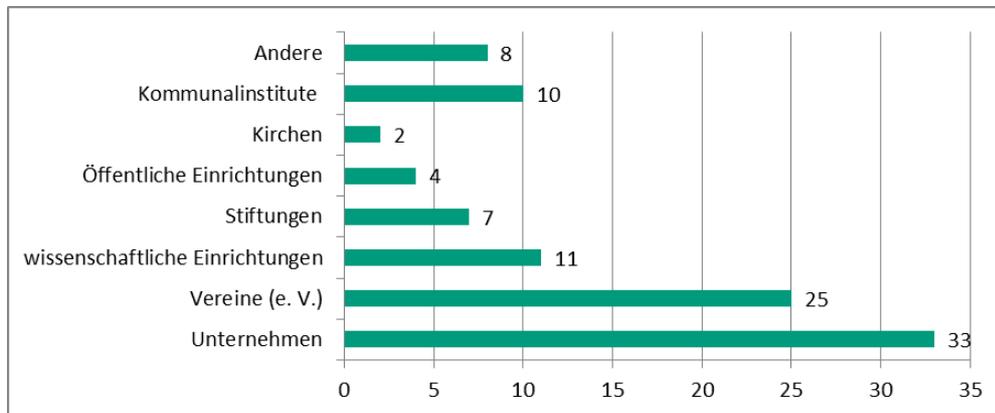


Abbildung 4: Organisationsform der Projektinitiatoren, n=100 (Fraunhofer IAO)

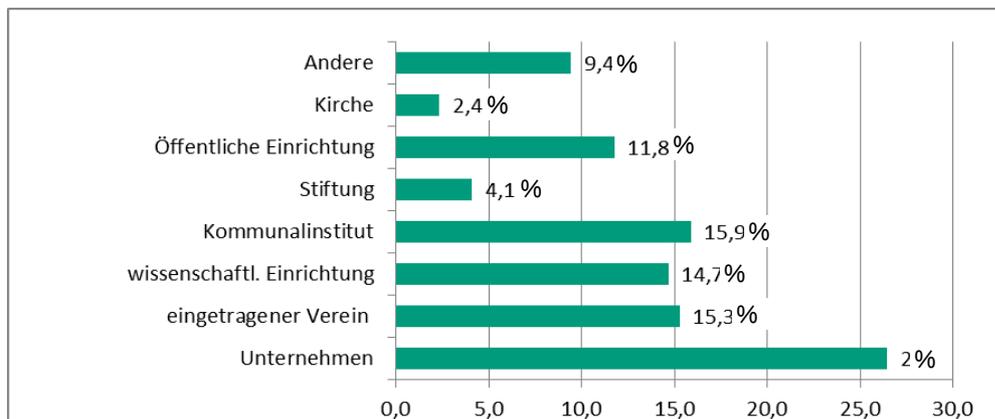


Abbildung 5: Organisationsform der Projektpartner, n=170 (Fraunhofer IAO)

Die Nacherhebung per Online-Umfrage mit insgesamt 56 beantworteten Fragebögen ergibt weiterhin, dass auch bei der Wahl der **Kooperationspartner** Unternehmen an vorderster Stelle stehen (Abbildung 5). Es werden rund 26,5 Prozent der Kooperationen mit Unternehmen eingegangen, gefolgt von Vereinen mit rund 15,3 Prozent. Wissenschaftliche Einrichtungen sowie Kommunalinstitute – dazu gehören beispielsweise Institutionen wie Stadtverwaltungen – weisen einen ähnlichen Prozentsatz auf. Sie treten im Wettbewerb demnach häufiger als Partner denn als Projektinitiatoren auf. Das Schlusslicht der Projektpartner wird unter den Wettbewerbssiegern von kirchlichen Einrichtungen mit nur 2,4 Prozent gebildet.

<sup>1</sup> Institut für Demoskopie Allensbach 2003

<sup>2</sup> Vgl. Mihm 2013

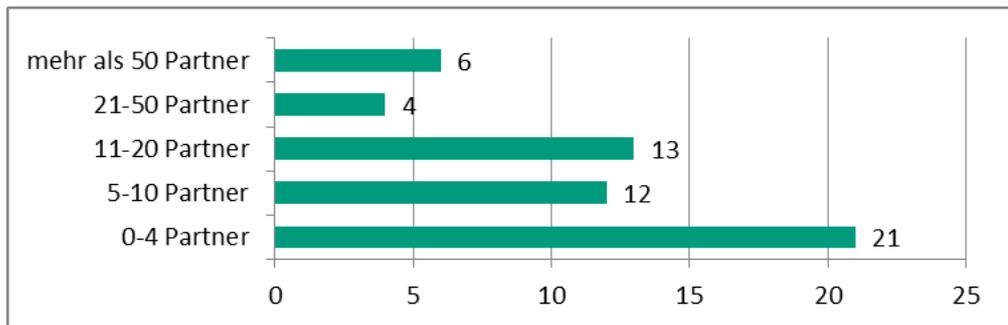


Abbildung 6: Anzahl der Projektpartner, n=170 (Fraunhofer IAO)

Wie Abbildung 6 zeigt, sind an den Projekten meist bis zu vier Partner beteiligt. Die Informationen über die Projektpartner der im Wettbewerb prämierten innovativen Landprojekte stammen aus der Online-Umfrage zur Nacherhebung.

These:

**Neben der Zielgruppe »Landwirte« wird im Wettbewerb vorrangig die Gruppe der Anwohner adressiert.**

Mehr als die Hälfte der prämierten Projekte wendet sich direkt an die Anwohner oder Arbeitnehmer, vorrangig Landwirte, aus dem ländlichen Raum (siehe Abbildung 7). Kindern und Jugendlichen, sowie Touristen kommen jeweils etwa 11 Prozent der Projekte zugute, beeinträchtigten Bevölkerungsgruppen 6 Prozent. Kommunale Servicedienstleister, wie Anbieter des ÖPNV oder die Stadtwerke profitieren von rund 5 Prozent der Projekte. Durch die mehrfache Zuordnung eines Projekts zu unterschiedlichen Zielgruppen ergibt sich bei diesem Teilergebnis der Analyse eine betrachtete Gesamtmenge von n=116.

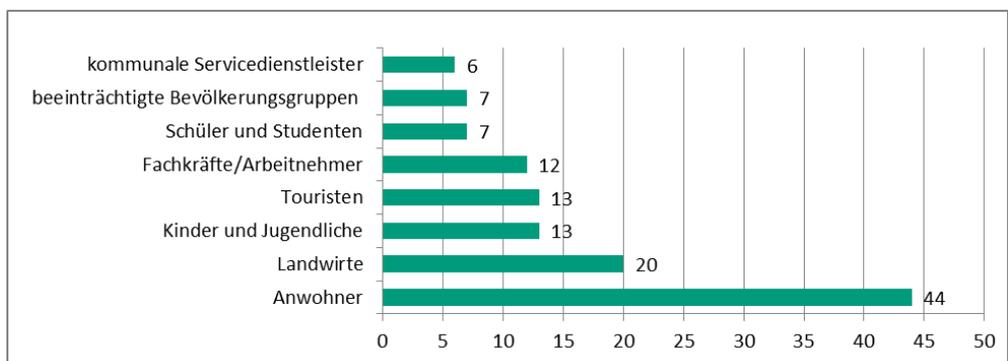


Abbildung 7: Adressierte Zielgruppen, n=116 (Fraunhofer IAO)

Dieses Ergebnis zeigt deutlich, dass die Projektinhalte häufig einen Mehrwert für eine breite Personengruppe vor Ort darstellen. So soll oft breitgefächert eine Verbesserung der Versorgungssituation im ländlichen Raum durch die Projekte ermöglicht werden. Dies steht in engem Zusammenhang mit dem projekt-treibenden Thema »Attraktivitätssteigerung«, das in Kapitel 2.4 ausführlicher dargelegt wird, und die gesamte Bevölkerung eines Lebensraums adressiert, nicht ausschließlich einzelne Bevölkerungsgruppen.

### 3.2 Die Projektqualifizierung: In welchem Status befinden sich die Siegerprojekte?

These:

**Eine kurze Umsetzungsdauer und eine lange Laufzeit prägen die ausgezeichneten Projekte im Wettbewerb.**

Die folgende Auswertung basiert auf der Online-Umfrage zur Nacherhebung. Zum aktuellen Zeitpunkt befinden sich mehr als die Hälfte der prämierten Projekte schon seit einem bis zwei Jahren in der Umsetzung (siehe Abbildung 8). Wirklich »junge« Projekte (Laufzeit 1-6 Monate) sind in der Unterzahl. Eine Tendenz zu einer längeren **Laufzeit** ist zu erkennen. Diesbezüglich bemerkenswert ist, dass sich knapp 26 Prozent der prämierten Projekte schon seit vier bis acht Jahren oder sogar darüber hinaus in der Umsetzung befinden.

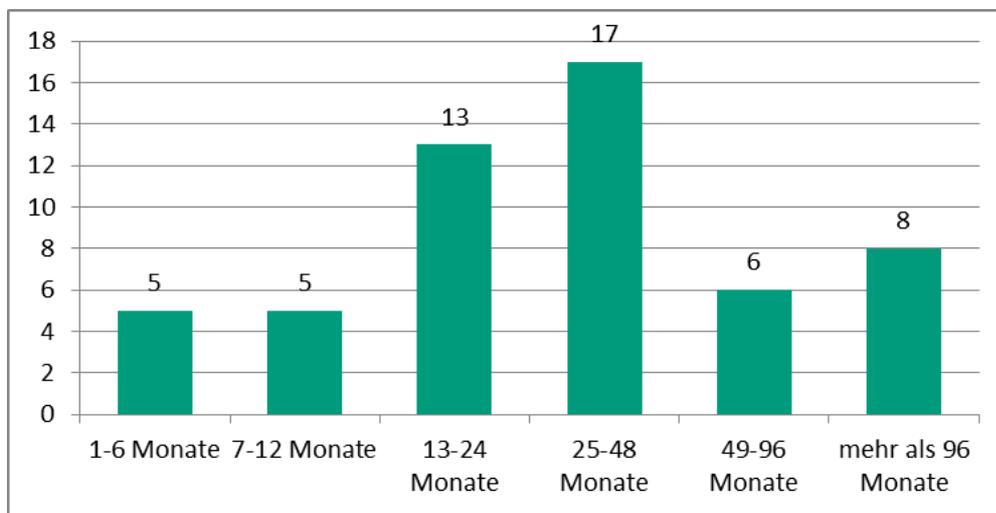


Abbildung 8: Projektlaufzeit bis 2014, n=54 (Fraunhofer IAO)

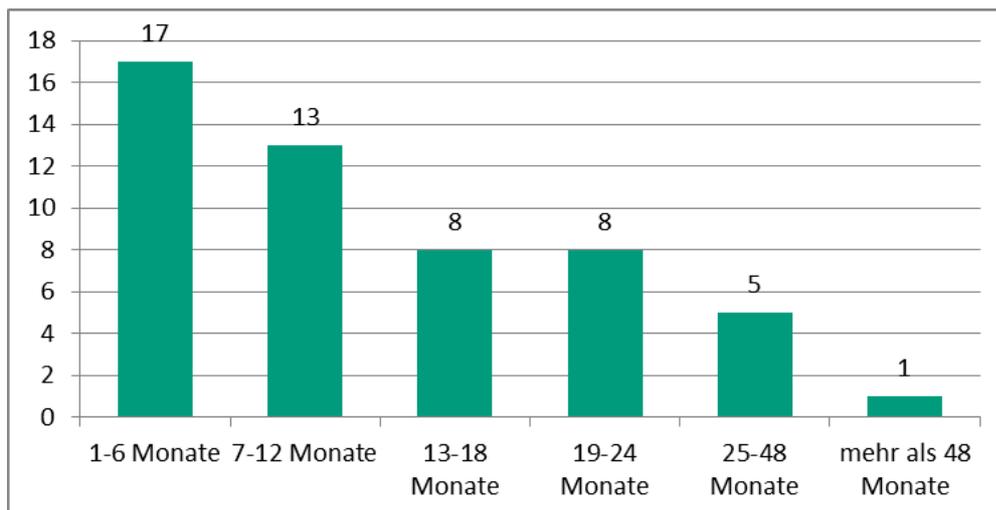


Abbildung 9: Umsetzungsdauer bis zur Überführung der Projektidee in die Praxis, n=52 (Fraunhofer IAO)

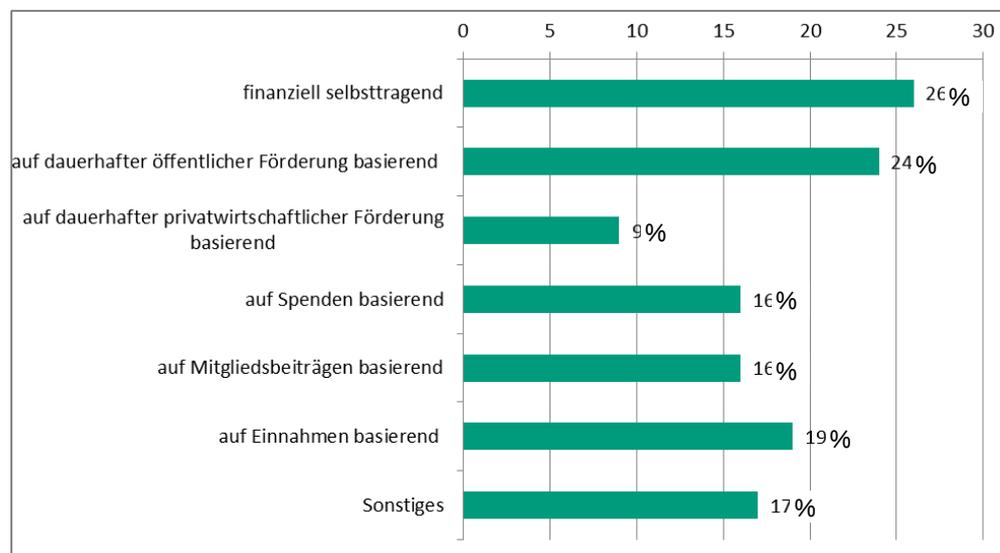
Insgesamt konnte bei 52 der 100 eingereichten Projekte die **Dauer von der Projektkonzeption bis zum Zeitpunkt der Umsetzung** ermittelt werden. Von diesen 52 Projekten wurden wiederum 30 bereits schon im ersten Jahr nach der Ideenfindung umgesetzt (siehe Abbildung 9). Dies liegt knapp unter der durchschnittlich errechneten Initialisierungsdauer von 15 Monaten. Bis zu zwei Jahre zur Verwirklichung ihrer Idee benötigten 31 Prozent der Projekte und nur eines weist eine Anlaufphase von mehr als vier Jahren auf.

Daraus lässt sich erkennen, dass die Projektinitiatoren Handlungsbedarf aktiv erkennen und sich den Herausforderungen eigenverantwortlich und zeitnah stellen. Gleichzeitig weisen die Projekte mehrheitlich eine lang andauernde Laufzeit bis zur Teilnahme am Wettbewerb 2014 auf. Das spricht einerseits für das Durchhaltevermögen und das Engagement der Initiatoren. Andererseits lassen sich Rückschlüsse auf die Projektinhalte ziehen. Die lange Laufzeit steht beispielsweise für Projekte mit einer langfristigen Ausrichtung und strategischer Natur. Das bedeutet, es geht nicht ausschließlich darum, in Form eines Projekts über einige Monate hinweg eine Schule zu renovieren oder eine Straße zu säubern und somit in kurzer Zeit ein konkretes Ziel zu erreichen. Stattdessen handelt es sich um Projektinhalte, die kontinuierlich ein Angebot zur Verfügung stellen, wie beispielsweise Mobilitätsangebote, oder aber Probleme adressieren, die nicht abreißen. Hier ist beispielhaft die Pflege und Betreuung von Demenzkranken zu nennen.

*These:*

**Die Möglichkeit der öffentlichen Förderung wird wahrgenommen.**

Da die prämierten Projekte in unterschiedlichen Organisationsformen realisiert wurden, unterscheidet sich von Projekt zu Projekt auch die Art und Weise ihrer Finanzierung. Die finanzielle Sicherheit kann als Grundvoraussetzung für das nachhaltige Bestehen der Projekte interpretiert werden. Die folgende Auswertung basiert auf der Online-Umfrage zur Nacherhebung.



**Abbildung 10: Finanzierungsmodelle, n=127 (Fraunhofer IAO)**

Auffällig ist, dass 24 Prozent der Projekte öffentliche Förderung beziehen. Da bei dieser Frage Mehrfachnennungen möglich waren, lässt sich darauf schließen, dass sich die

Projekte durch einen Mix aus verschiedenen Einnahmequellen unterhalten. So ist es z.B. möglich, durch eine einmalige öffentliche Förderung ein Startkapital zu beziehen, sich anschließend aber vermehrt durch Einnahmen, Spenden oder Mitgliedsbeiträge dauerhaft zu finanzieren. Diese These wird durch Befragungsergebnisse<sup>1</sup> bekräftigt, bei welchen Vereine zu 35 Prozent angaben, schon einmal öffentliche Gelder erhalten zu haben, während nur 7 Prozent sie als Haupteinnahmequelle nannten. Vor allem Mitgliederbeiträge und selbst erwirtschaftete Einnahmen sind es laut dieser Befragung, die den Hauptteil der Finanzen eines Vereins ausmachen.

Bei der Befragung zum **Finanzierungsmodell** waren mehrere Antwortmöglichkeiten wählbar, sodass sich eine Gesamtheit von n=127 ergibt. Abbildung 10 lässt sich entnehmen, dass sich rund 20,5 Prozent der Siegerprojekte finanziell selbst tragen. Nur knapp darunter mit 18,9 Prozent befinden sich die Projekte, die dauerhaft auf öffentlicher Förderung basieren. Während Finanzierungsmöglichkeiten durch Spenden, Mitgliedsbeiträge und Einnahmen zwischen 12,6 und 15 Prozent liegen, ist die am wenigsten genutzte Finanzierungsmethode die privatwirtschaftliche Förderung.

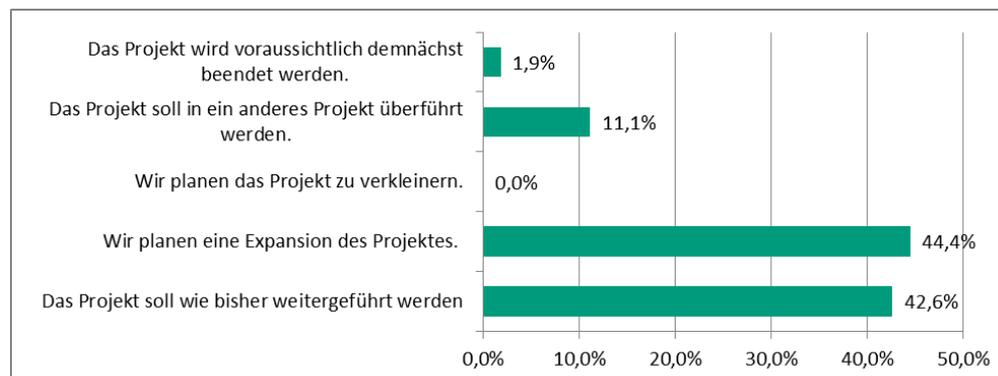
*These:*

**Fast alle Projekte planen langfristig und sind erfolgreich.**

Hinsichtlich der zukünftigen Planung der Projekte (siehe Abbildung 11) haben 42,6 Prozent der Befragten angegeben, dass sie ihr Projekt so weiter führen wollen wie bisher, 44,4 Prozent der Projekte sollen sogar noch weiter ausgebaut werden. Insgesamt sechs der Projekte kündigen außerdem eine Überführung in ein anderes Projekt an. Die Aussagen zur zukünftigen Entwicklung der Siegerprojekte wurden der Online-Umfrage zur Nacherhebung entnommen.

Um die tiefgreifenden Herausforderungen auf dem Land anzugehen, müssen einerseits langfristig Strukturen geschaffen werden, die Negativentwicklungen eindämmen und andererseits aktiv die Attraktivität fördern.

Die Projektinhalte und deren langfristige Ausrichtung bestätigen die weitere Planung der Projektinitiatoren und Partner, die Projekte mindestens so wie bisher weiter zu führen.



**Abbildung 11: Angestrebte Entwicklung, n=54 (Fraunhofer IAO)**

<sup>1</sup> ZiviZ 2013

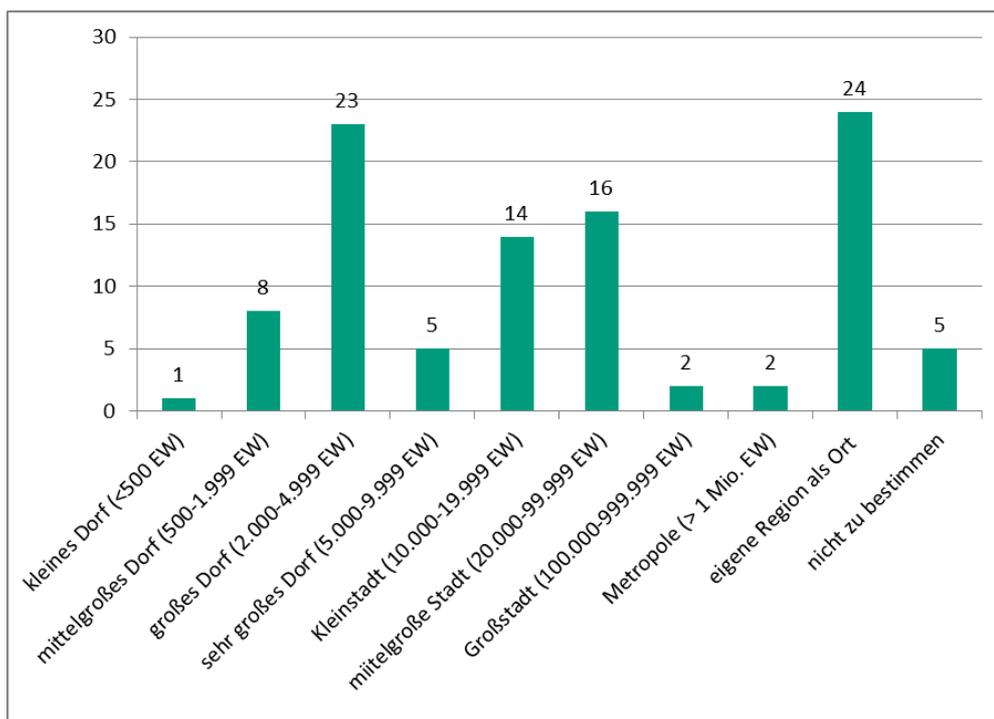
### 3.3 Der Rahmenkontext: Wo entstehen Innovationen im ländlichen Raum?

*Thesen:*

**Zur Zielerreichung werden eigens definierte Regionen geschaffen.**

**Ländlicher Raum ist ungleich ländlicher Raum.**

Innovationskraft ist für Standorte in Deutschland eine wichtige Messgröße für Erfolg und Voraussetzung für wirtschaftliche Stärke. Während meist die Großstädte oder Metropolregionen als »Innovationsmotoren« gehandelt werden, ist insbesondere die Rolle des ländlichen Raums in diesem Kontext spannend. Wie und wo entfaltet sich die Innovationskraft im ländlichen Raum und welche Voraussetzungen sind dafür notwendig? Die Siegerprojekte des diesjährigen Wettbewerbs beweisen, dass der ländliche Raum viel zu bieten hat. Hinsichtlich Kreativität, Motivation und Überzeugungskraft fehlt es in keinerlei Hinsicht, wenn es darum geht, die eigenen Herausforderungen zu meistern. Abbildung 12 gibt Auskunft über die Größe der Orte in welchen die Projekte des Wettbewerbes stattfinden. Es ist zu erkennen, dass in großen Dörfern (n=23) und kleinen und mittelgroßen Städten (n=14, n=16) die meisten Projekte zu finden waren. Im Verhältnis zur Häufigkeit der jeweiligen Ortsgröße in Deutschland ergibt sich dasselbe Bild. Es wird zudem deutlich, dass die Innovationen in und für spezielle Gemeinden und relativ selten ortsübergreifend entstehen.



**Abbildung 12: Zuordnung der ausgezeichneten Projekte zu einer Raumebene, n=100 (Fraunhofer IAO)**

Die meisten Orte der Wettbewerbsprojekte befinden sich in kurzer bis mittlerer Distanz zu der nächsten Großstadt, wie Abbildung 13 zeigt. Es ist zu erwarten, dass nur wenige im Rahmen des Wettbewerbs ausgezeichnete Projekte sehr peripher (> 80 km) liegen, da im Allgemeinen die Anzahl der Orte mit steigender Distanz zu Großstädten immer kleiner wird. Des Weiteren sei darauf hingewiesen, dass die Nähe zur nächsten Großstadt differenziert betrachtet werden muss: So können Projektstandorte innerhalb oder in der

Nähe von dicht besiedelten Metropolregionen liegen (Olfen: 20 km nach Recklinghausen (Metropolregion Ruhr), 40 km nach Münster) oder mehrere Großstädte in ähnlicher Entfernung des ländlich geprägten Orts liegen. Aber auch die Messmethode der Distanz ist entscheidend. Denn bei großen urbanen Ausdehnungen ist nicht nur die Distanz bis zur Stadtmitte, sondern auch bis in andere Teile der Metropolregion relevant, beispielsweise zu einem großen Arbeitgeber. Mit dieser Differenzierung soll darauf hingewiesen werden, dass ländlicher Raum ungleich ländlicher Raum ist, was die Abgeschlossenheit von urbanen Zentren betrifft.

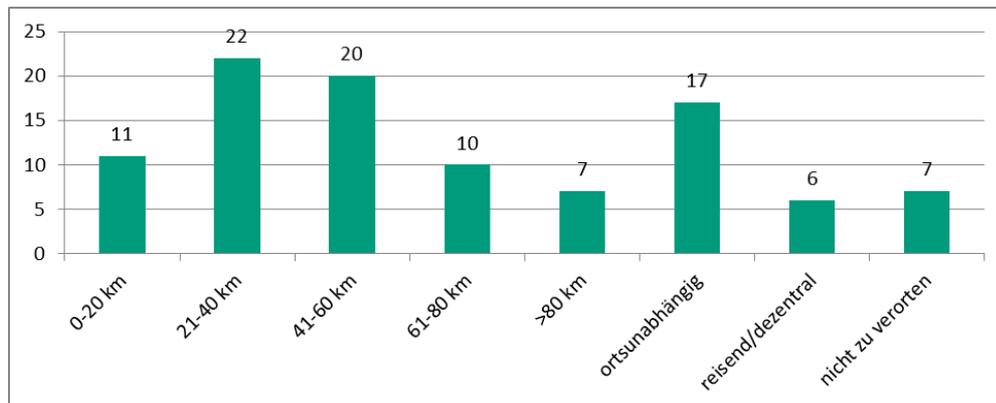


Abbildung 13: Distanz zwischen den Projektstandorten und der nächsten Großstadt, n=100 (Fraunhofer IAO)

Thesen:

**Dynamik hinsichtlich Raumentwicklung treibt Innovation voran.**

**Die Menschen vor Ort verstehen ihre Probleme am besten und packen diese eigenverantwortlich an.**

Außer der geographischen Verortung der Projektstandorte ist auch der Zusammenhang zwischen Ortsstruktur und Innovation relevant. So ergab die Analyse, dass die Raumentwicklung – insbesondere auf Basis der Bevölkerungsentwicklung – einen wesentlichen Einfluss auf die Innovationskraft vor Ort hat. Weiterhin werden Herausforderungen meist direkt vor Ort angegangen, was wiederum Rückschlüsse auf das hohe Engagement und das vorhandene Verantwortungsbewusstsein für den eigenen Lebensraum durch die Projektinitiatoren zulässt.

Abbildung 14 lässt erkennen, dass die innovativen Projekte vor allem in dynamischen Orten entstehen. Diese Dynamik entsteht durch ein wohl prognostizierbares positives oder negatives Wachstum der Wohnbevölkerung des jeweiligen Orts. Es verändern sich mit der Einwohnerzahl also Rahmenbedingungen und Bedarfe, die das Entwickeln von Innovationen fördern oder gar notwendig machen.

Nicht zuletzt verdeutlicht die Analyse, dass Innovationen im ländlichen Raum in einem spezifischen Kontext implementiert werden. So zeigt Abbildung 15, dass die meisten Innovationen am selben Ort angewendet werden. Das schließt eine Übertragbarkeit der Projekte im späteren Verlauf nicht aus, sie ist oft aber nicht Teil des ursprünglichen Gedankens.

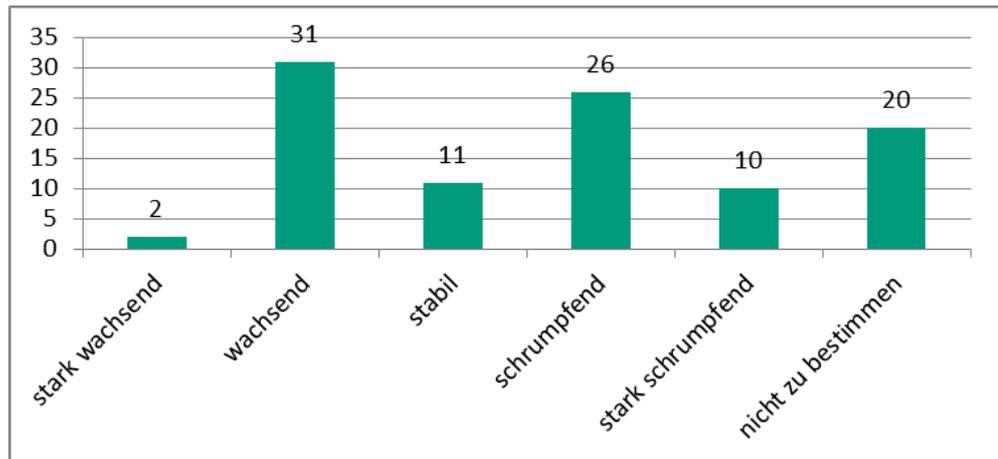


Abbildung 14: Wachstum der Regionen der ausgezeichneten Projekte, n=100 (Fraunhofer IAO)

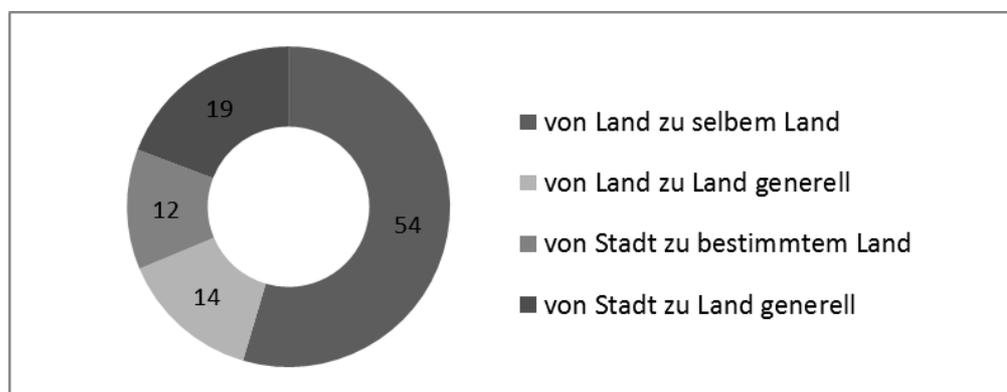


Abbildung 15: Entstehungsort und Ausbreitung der Innovation, n=100 (Fraunhofer IAO)

### 3.4 Die Projektwirkung: Welche Auswirkungen bestehen für die Gesellschaft?

*Thesen:*

**Der ländliche Raum bemüht sich aktiv, den Mangel an Attraktivität und Zukunftsfähigkeit zu überwinden.**

**Die meisten prämierten Projekte sind lehrorientiert und strukturbildend, haben daher eine eher langfristige Zielausrichtung.**

Die unterschiedlichen Herausforderungen im ländlichen Raum bieten der Landbevölkerung einen konkreten Anlass in Aktion zu treten. Die meisten Projekte zeigen, dass ihr dauerhafter Einsatz notwendig ist, um eine Verbesserung zu erzielen, denn die Herausforderungen können durch ein Projekt meist nicht endgültig gemeistert werden – stattdessen geht es um konstante Unterstützung als Ziel der Projekte. So sollen z.B. die wirtschaftlichen Möglichkeiten durch den Abbau des Fachkräftemangels verbessert oder

die Lebensqualität durch ein Freizeitprogramm gesteigert werden. Die im ländlichen Raum vorhandene Kultur der Eigenverantwortung<sup>1</sup> wird in diesem Rahmen ebenfalls deutlich. Die 100 Projekte wurden im Zuge der wissenschaftlichen Begleitung unter dem Gesichtspunkt der **projekttreibenden Faktoren** betrachtet. Hierbei war es möglich, dass ein Projekt mehrere treibende Faktoren aufweist. Abbildung 16 veranschaulicht die Ergebnisse dieser Teilanalyse.

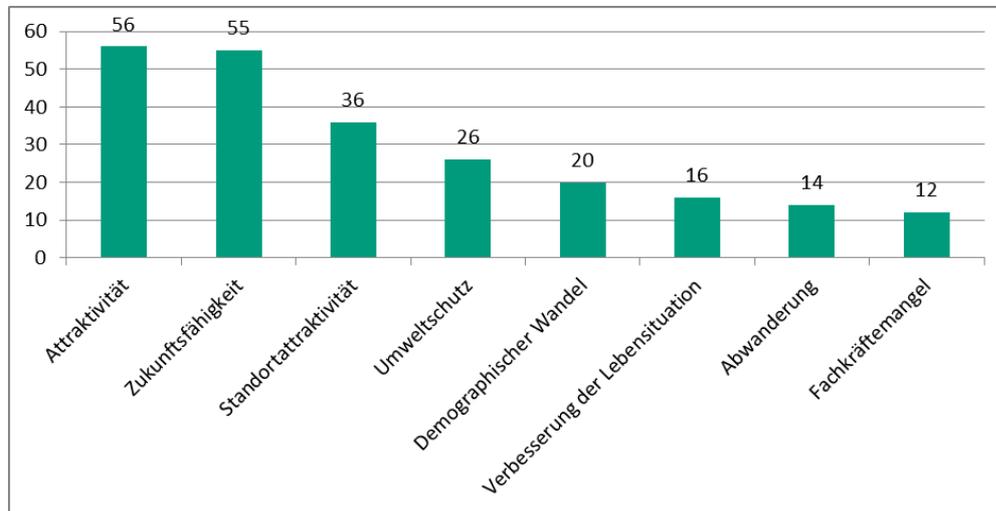


Abbildung 16: Projekttreibende Faktoren, n=235 (Fraunhofer IAO)

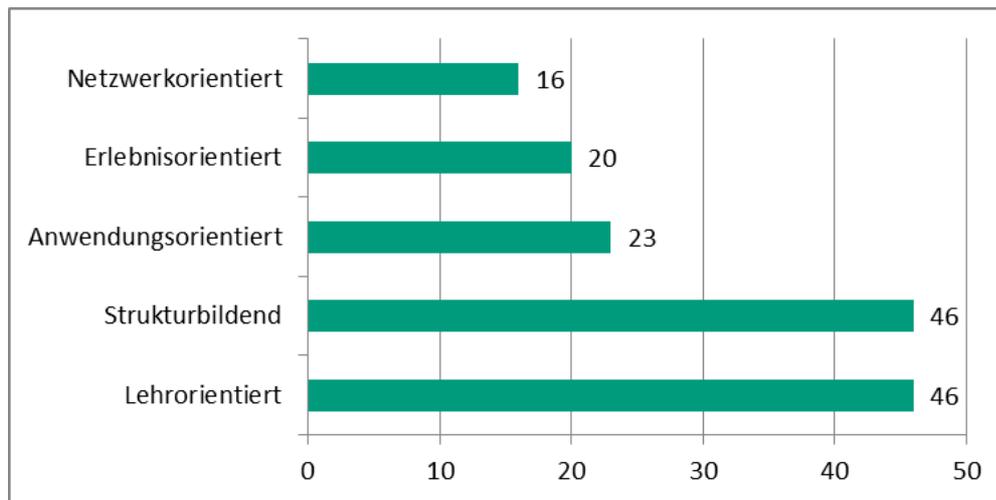


Abbildung 17: Anwendungsbezug der ausgezeichneten Projekte, Mehrfachnennung möglich (Fraunhofer IAO)

Es wird deutlich, dass durch die Initiativen vor allem die Attraktivität und die Zukunftsfähigkeit des ländlichen Raums sichergestellt werden sollen. So sind jeweils über 50 Projekte angetreten, um die Konsequenzen mangelnder Attraktivität und Zukunftsfähigkeit zu bekämpfen. Es wird differenziert zwischen Attraktivität als Wohnort allgemein und Standortattraktivität, bei der Vorteile des ländlichen Raums gegenüber anderen Räumen herausgestellt werden, z.B. auf wirtschaftlicher Ebene. Erstere wird

<sup>1</sup> Vgl. Neu 2007

durch Projekte adressiert, die nach dem Motto »unser Lebensraum soll schöner werden« definiert werden kann, während letztere sich konkreten Branchen und dem Abbau von Hürden zur Ansiedelung von Unternehmen widmet. Der hohe Anteil von Attraktivität und Zukunftsfähigkeit an den projekt-treibenden Faktoren könnte mit ihrem im Vergleich breiten Anwendungsbereich zu tun haben. So kann eine Vielzahl an Projekten darunter gefasst werden. Ein Projekt zur Bekämpfung der Abwanderung kann z.B. auch zu Attraktivitätssteigerung führen.

Der Fokus der Projekte auf Lehre und Struktur macht sich in der quantitativen Analyse ebenfalls bemerkbar, wie Abbildung 17 zu entnehmen ist. So sind es diese beiden **Anwendungsbezüge**, die mit Abstand am meisten genutzt wurden, um die Ziele der Initiativen zu erreichen (n=46). Auch in diesem Fall waren Mehrfachnennungen möglich.

Bei lehrorientierten Projekten steht ein Bildungsauftrag im Mittelpunkt. Es soll Wissen vermittelt werden, das entweder den Landbewohnern dabei behilflich ist, ihre Situation zu verbessern, wie das ausgezeichnete Projekt »multifunktionaler Dorfladen und Wissenstransferstelle im ländlichen Raum« zeigt. Aber auch die Vermittlung von Informationen über das Land(-leben) an Touristen und Besucher ist von großer Bedeutung, um auf die Herausforderungen, Entwicklungen und Vorteile des ländlichen Raumes aufmerksam zu machen. Nicht zuletzt liegt der Fokus hier vor allem auf der Bildung von Kindern und Jugendlichen. Die Natur als Ressource steht im Vordergrund. Den Adressaten wird vermittelt, wie der ländliche Raum geschützt, gepflegt und teilweise auch auf traditionelle Weise bewirtschaftet werden kann und muss, um sein einzigartiges Gesicht zu bewahren.

Anwendungs-, erlebnis- und netzwerkorientierte Projekte haben eine geringere Ausprägung, sind jedoch ebenfalls wichtige Formen der Projektarbeit. In Bezug auf Kinder- und Jungendarbeit sind die erlebnisorientierten Projekte zu erwähnen, da auch sie oftmals gleichzeitig einen Bildungsauftrag erfüllen.

*Thesen:*

**Die Übertragbarkeit der ausgezeichneten Projekte wird sowohl auf urbane als auch auf ländliche Gebiete hoch eingeschätzt.**

**Die erfolgreiche Durchführung der Projekte ist sehr stark personenabhängig.**

Um die Auswirkungen der Projekte auf den Raum zu ermitteln, wird die Übertragbarkeit der Projektideen betrachtet. Die ermittelten Ergebnisse stammen aus der Online-Umfrage zur Nacherhebung. Viele Projekte sind in erster Linie zwar auf eine spezielle Region bezogen, bieten aber das Potential als Beispielprojekte zu fungieren, an welchen sich andere Regionen orientieren können. Durch eine geringfügige Anpassung können zahlreiche Projekte auch in anderen Gebieten Deutschlands eingesetzt werden, was ein positives Ergebnis ist. Schließlich beschreibt eine Innovation die Durchdringung eines Raums mit einer neuen Idee. Die reine Initiierung an einem Ort und die erfolgreiche Durchführung eines Projekts dort wäre lediglich eine Invention, eine Erfindung. Als Hürde für die Übertragbarkeit der Projekte kann die hohe personelle Abhängigkeit betrachtet werden.

Der Großteil der Befragten gab in der Online-Umfrage zur Nacherhebung an, dass ihr Projekt sehr gut auf andere ländliche Räume übertragbar sei (36 Projekte von 54). Dagegen wird keines der Projekte als weniger oder gar nicht übertragbar auf andere ländliche Räume eingestuft. Bei der **Übertragbarkeit** auf den urbanen Raum gaben immerhin rund 30 Prozent der Befragten an, ihre Projekte seien auch in diesem Fall sehr gut übertragbar, weitere 30 Prozent stimmen zu, zumindest zum Teil übertragbar zu sein. Die folgende Abbildung 18 veranschaulicht die Ergebnisse dieser Teilanalyse. Die Informationen zur Einschätzung der Übertragbarkeit stammen ebenso wie die zur Personenabhängigkeit aus der Online-Umfrage zur Nacherhebung.

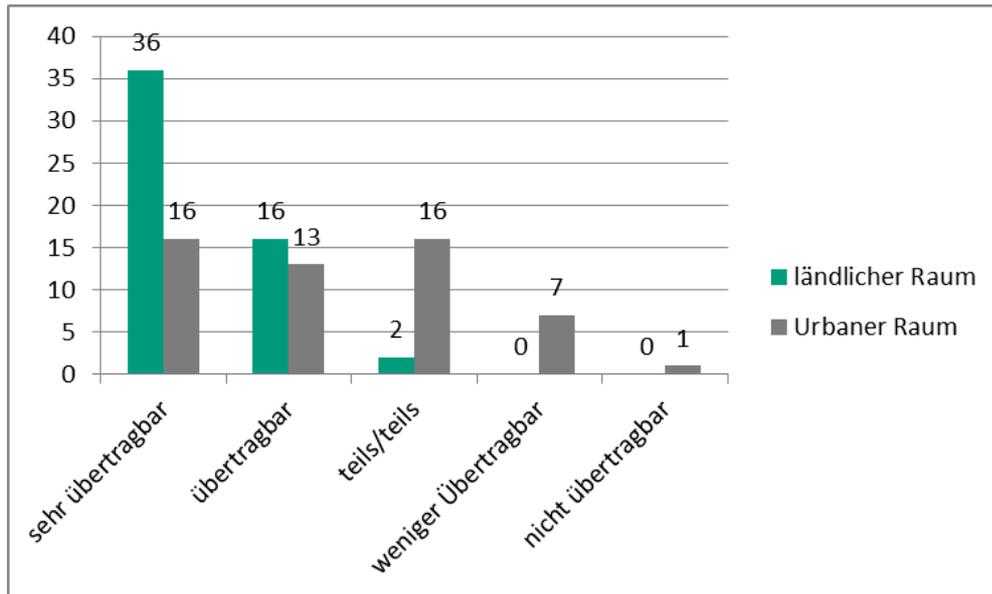


Abbildung 18: Einschätzung der Übertragbarkeit der Siegerprojekte auf andere Regionen Deutschlands aus Sicht der Initiatoren (Fraunhofer IAO)

Für die Übertragbarkeit der Projekte in andere ländliche bzw. urbane Räume spielt außerdem die **Personenabhängigkeit** des Projekts eine wichtige Rolle. Diesbezüglich ergab die Nachbefragung, dass keines der prämierten Projekte als gänzlich personenunabhängig eingeschätzt wird. Viel mehr gaben 61,1 Prozent an, ihr Projekt sei personenabhängig oder sogar sehr personenabhängig, weitere 31,5 Prozent stufte es als zumindest teilweise personenabhängig ein (siehe Abbildung 19).

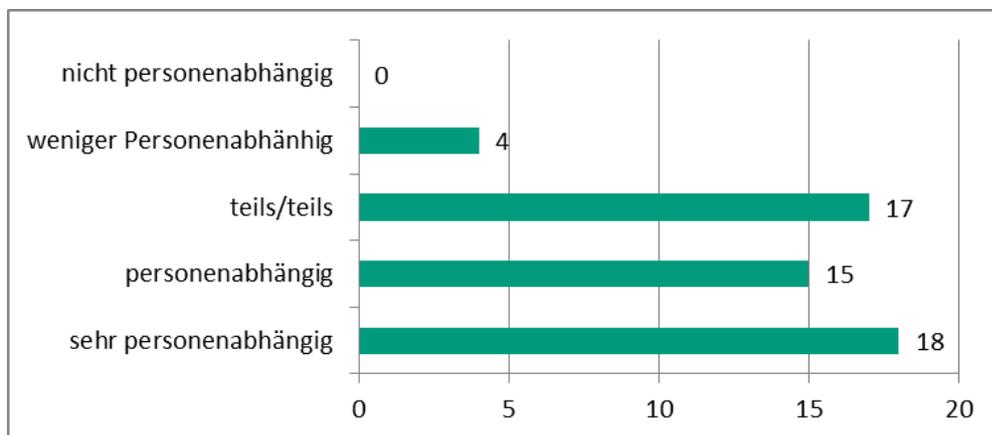


Abbildung 19: Einschätzung der Personenabhängigkeit (Fraunhofer IAO)

## 4 Vergleich »Innovationen querfeldein – Ländliche Räume neu gedacht« und »Ideen finden Stadt«

Der Vergleich zwischen den beiden Wettbewerbsjahren 2013 und 2014 findet sowohl auf der quantitativen als auch auf der qualitativen Ebene statt. Die folgende Tabelle zeigt einige wesentliche Gemeinsamkeiten und Unterschiede in der Übersicht.

Indikator	Ideen finden Stadt 2013	Innovationen querfeldein 2014
Initiatoren	Unternehmen 43%	Unternehmen 33%
Projektpartner	Unternehmen 73%	Unternehmen 27%
Häufigste Anzahl an Partnern	3-4	0-4
Zielgruppen	Kommunale Institutionen, Privatpersonen, Unternehmen	Anwohner, Landwirte, Kinder & Jugendliche
Laufzeit der Projekte bis heute	19 Projekte 0-12 Mt.  19 Projekte 25-60 Mt.	30 Projekte 13-48 Mt.
Umsetzung innerhalb des ersten Jahres	71%	58%
Räumlicher Kontext	Regionalebene 5%; 33% der Projekte auf Gesamtstadtebene sind Städte >1 Mio. EW	Eigens geschaffene Region 24%; Großes Dorf (2.000-4.999 EW) 23%
Projekt-treibende Faktoren	Ressourceneffizienz	Attraktivitätssteigerung, Zukunftsfähigkeit

## 4.1 Gemeinsame Innovationsstrategien für Stadt und Land

Vergleich »Innovationen  
querfeldein – Ländliche Räume neu  
gedacht« und »Ideen finden Stadt«

### Unternehmen sind die treibende Kraft in Stadt und Land.

Unternehmen bestreiten jeweils den ersten Platz unter den Projektinitiatoren in Stadt und Land. Dies spricht für die Instrumente und Abläufe, die mit der Unternehmensgründung in Deutschland einhergehen. Sie werden im Rahmen des Wettbewerbs angenommen, sodass die Gründung eines Unternehmens nicht als unüberwindbare Hürde auf dem Weg zur Realisierung eines Projekts gesehen wird. Während sich im urbanen Raum jedoch fast die Hälfte der prämierten Projekte in Form eines Unternehmens organisiert, ist es im ländlichen Raum nur rund ein Drittel.

Weitere Unterschiede zeigen sich in der Präsenz von Vereinen und kommunalen Institutionen im Wettbewerb. Auf dem Land ist der prozentuale Anteil der eingetragenen Vereine mit 25,5 Prozent für die Durchführung von innovativen Projekten bedeutsam. Dies könnte zum einen mit der stärkeren Verankerung der Vereinskultur in der ländlichen Gesellschaft zusammenhängen. Es könnte aber auch darauf schließen lassen, dass im ländlichen Raum das Gemeinschaftsgefühl und somit auch die Bereitschaft, sich ehrenamtlich für die Gemeinschaft zu engagieren, präsenter ist als in der Stadt. Dort sind es neben den Unternehmen vor allem kommunale Einrichtungen mit einem Anteil von 18,3 Prozent, die mit ihren eingereichten Projekten Initiative zeigen. Auf dem Land sind dies im Gegensatz nur 10,2 Prozent.

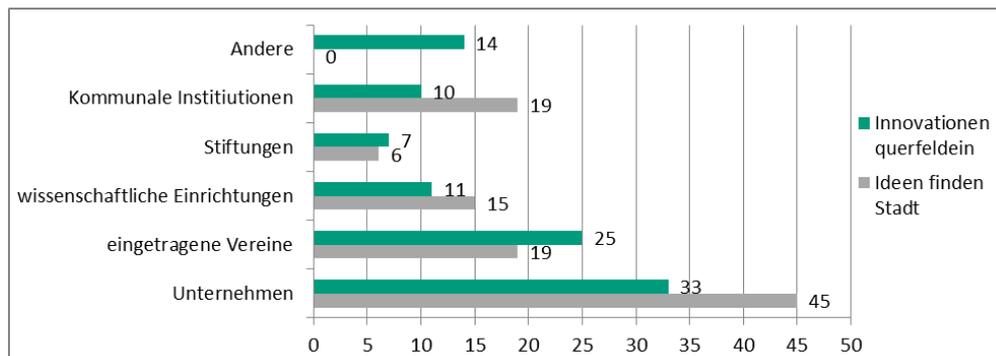


Abbildung 20: Initiatoren der ausgezeichneten Projekte aus den Wettbewerbsjahren 2013 und 2014 im Vergleich, absolute Anzahl (Fraunhofer IAO)

Auch die Schlusslichter bei den Initiatorgruppen weichen voneinander ab. Sind es in der Stadt die Hochschulen, die mit 2,9 Prozent am wenigsten zu der Anzahl der ausgezeichneten Projekte beitragen, so ist es, entgegen den Erwartungen, die Kirche, - die zumindest unter den 100 Siegerprojekten – die wenigsten Projekte realisiert (2,0 Prozent).

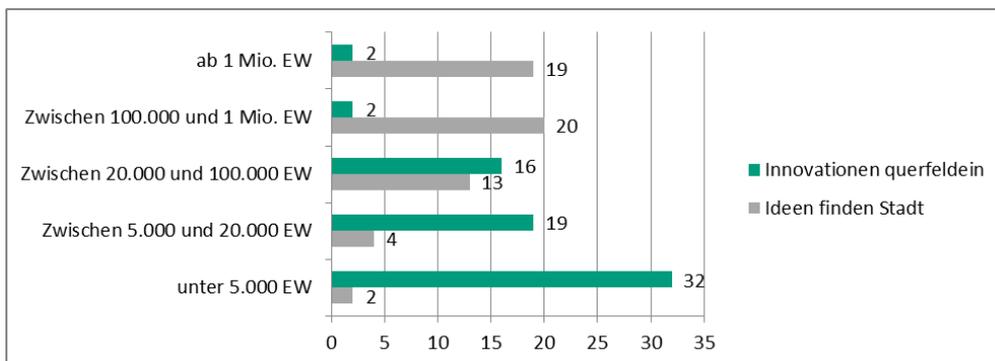
### Stadt und Land setzen gleichermaßen auf langfristige Lösungsansätze.

In beiden Raumkategorien scheint man sich darüber einig zu sein, dass die Zukunft nicht von kurzfristig angelegten Projekten, sondern von strategisch durchdachten und durchgeführten Handlungsplänen bestimmt wird. Dementsprechend sind 76 Prozent der städtischen Projekte auf einen Wirkungszeitraum von mehr als zwei Jahren angelegt. Auch im ländlichen Raum besteht die Mehrheit der Projekte aus längerfristigen Strategien zur Verwirklichung der Zukunftsvisionen.

### Projektideen entstehen meist dort, wo sie auch umgesetzt werden.

Die Stadtprojekte aus dem vergangenen Wettbewerbsjahr wurden zu 67 Prozent in Großstädten initiiert, davon ca. 33 Prozent in Städten mit mehr als einer Million Einwohnern. Nur 10 Prozent fanden ihren Ursprung in Dörfern oder Kleinstädten. Projekte, die für urbane Räume konzipiert wurden, stammen also meistens aus eben diesen. Anders verhält es sich dieses Jahr: Hier kommen die Projekte zwar auch überwiegend aus großen

Dörfern (n=23), allerdings haben auch viele Kleinstädte (n=14) und mittelgroße Städte (n=16) an den Projekten für den ländlichen Raum mitgewirkt.



**Abbildung 21: Zuordnung der ausgezeichneten Projekte zu Stadtgrößen in den Wettbewerbsjahren 2013 und 2014 im Vergleich, absolute Anzahl an Projekten unter solchen, die auf (Gesamt)Stadtebene durchgeführt wurden (Fraunhofer IAO)**

Es könnte angenommen werden, dass sich kleine bis mittelgroße Städte eher mit den Herausforderungen des ländlichen Raums identifizieren. Daraus ergibt sich eine höhere Zahl an partizipierenden (Klein-)Städten als im Vorjahr, abgesehen von den Forschungseinrichtungen, die meist in größeren Ballungszentren ihren Sitz haben. Dagegen kommen die meisten städtischen Projekte vor allem aus Großstädten oder Metropolen. Besonders dort sind die urbanen Themen wie Ressourcenmanagement, Nachhaltigkeit und Steigerung des Gemeinschaftsgefühls von besonderer Wichtigkeit. Insgesamt ist zu berücksichtigen, dass in Deutschland mit einem Urbanisierungsgrad von etwa 70 Prozent weitaus mehr Menschen in städtisch geprägten Siedlungen leben als auf dem Land, sodass hier eine höhere Wahrscheinlichkeit besteht, dass Projekte auch dort initiiert werden. Dies gilt ebenso für die Registrierung von Unternehmen oder das Einrichten von Vereinszentralen und gibt nicht unbedingt Aufschluss über den tatsächlichen Entstehungsort der Projektidee.

**Sowohl in der Stadt als auch auf dem Land möchte man Menschen mit gemeinsamen Interessen zusammen bringen, Methodik und Zielsetzungen unterscheiden sich jedoch wesentlich.**

Um Gemeinsamkeiten von Menschen zu entdecken und um Gemeinschaften zu bilden werden immer häufiger Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) eingesetzt. Sie dienen den Menschen in der Stadt vor allem dazu, in Erstkontakt zu treten und unkompliziert miteinander zu kommunizieren. Der Aufbau persönlicher Kontakte ist im urbanen Kontext vorrangig eine Reaktion auf das Phänomen der Anonymität und der damit verbundenen Einsamkeit in Großstädten. Das zeigt beispielsweise das Siegerprojekt »rudirockt«, das gemeinschaftliche Kochevents mit Fremden online organisiert. An diesem Beispiel wird deutlich, dass im städtischen Zusammenhang ein Fokus auf Individuen liegt, während auf dem Land eher die Vermittlung eines Gemeinschaftsgefühls im Vordergrund steht, wie das »Zukunftsdorf Legden« zeigt. Außerdem setzt der ländliche Raum stärker auf die persönliche und tiefgründige Vernetzung von Akteuren. Im Mittelpunkt stehen das gegenseitige Helfen und der analoge Erfahrungsaustausch zwischen Akteuren auf dem Land. So vernetzt z.B. das Regionalentwicklungsprogramm »entersocial« engagierte Menschen, um die Entwicklung ihres Dorfes voranzutreiben oder die zentrale Vernetzungsstelle »Grünlandzentrum«, die Akteure an einen Tisch holt, um bei räumlichen Interessenskonflikten zu vermitteln.

### **Ob wachsende oder schrumpfende Einwohnerzahl, der Koordinationsaufwand steigt.**

Im Zuge von langfristigen innerdeutschen Bevölkerungswanderungen akkumulieren sich Menschen vor allem in urbanen Räumen. Mit dieser Tendenz geht ein erhöhter Koordinationsaufwand und Organisationsbedarf einher, der sich u.a. anhand der verstopften Straßen in Städten und der damit verbundenen Notwendigkeit, alternative Mobilitätsangebote zum privaten PKW zu finden, ausdrückt. Dieser Entwicklung nehmen sich z.B. »STREAM – freie Fahrt für Bus und Rettungswagen« oder der »Mängelmelder – Bürger für ihre Stadt« an. Im ländlichen Raum entsteht ebenfalls mehr Koordinationsaufwand, allerdings durch eine gegenläufige Entwicklung: Der Bevölkerungsrückgang erfordert hier die Aufrechterhaltung von Angeboten, die durch eine optimierte Koordination und erhöhte Flexibilität ermöglicht wird. Hier können innovative Konzepte, wie das e-Carsharing in der Eiffel oder das Siegerprojekt »Zahnärztlicher Hausbesuchsdienst Uckermark« beispielhaft genannt werden.

### **Innovative Konzepte in Stadt und Land fördern die dezentrale Organisation.**

Sowohl im ländlichen Raum als auch in der Stadt etablieren sich dezentrale Lösungen. Ob in der Energiegewinnung oder dem Fahrzeug-Sharing, das Angebot wächst mit den Möglichkeiten und gestaltet sich zunehmend differenziert. Dies mindert Abhängigkeiten, fördert Flexibilität und Auswahlmöglichkeiten. Beispielprojekte sind das »Mobile Rathaus Gersheim« oder »OPERNALE – das Opernfestival im ländlichen Norden« auf dem Land, sowie »roofTUBgarden – der essbare Dachgarten« oder die »Hochwasserkarte Dresden« im städtischen Raum. Was hier dezentralisiert wird, sind z.B. Dienstleistungen, die einst ausschließlich von der Stadt für die Bürger zur Verfügung gestellt wurden und heute auf ehrenamtliche Netzwerke oder sogar private Anbieter ausgeweitet werden. Weiterhin sind die Lebensmittel- und Stromerzeugung oder das Kulturangebot von dieser Entwicklung betroffen.

### **Wirtschaftlichkeit als Ziel intelligenter Nutzungskonzepte in Stadt und Land.**

Auf der einen Seite wird durch die intelligente Nutzung z.B. die Auslastung von Gebäuden oder Mobilitätsträgern erhöht. In urbanem Kontext steigt dadurch nicht nur die Wirtschaftlichkeit sondern auch die Leistungsfähigkeit der Summe des städtischen Angebots, siehe z.B. die Parkplatz-App »ampido«. Auf der anderen Seite ermöglicht die durch intelligente Nutzung begründete Wirtschaftlichkeit einen Erhalt der öffentlichen Daseinsvorsorge auf dem Land, die ansonsten über kurz oder lang aus Kostengründen wegfiel, wie der »KombiBus« zeigt. Dem Erhalt auf dem Land, u.a. um Teilhabe zu fördern, steht der finanzielle Gewinn bzw. die Vermeidung von negativen Auswirkungen einer Überlastung des Systems im städtischen Raum als Ziel der Effizienzsteigerung gegenüber.

### **Identifikation mit dem Wohnort wird zunehmend wichtig.**

Die Identifikation mit dem Wohnort ist sowohl in der Stadt, als auch auf dem Land von großer Bedeutung. Es soll zunächst das Verantwortungsbewusstsein für die Lebensumwelt geweckt und ein Gemeinschaftsgefühl generiert werden. Das Regionalentwicklungsprogramm »entersocial« fördert z.B. Bürger, die die Entwicklung ihres Dorfes vorantreiben. »Die Zeitschrift der Straße« in Bremen möchte dagegen den gesellschaftlichen Zusammenhalt stärken. Neben dem bundesweiten Trend, beim Einkauf verstärkt Wert auf regionale Lebensmittel zu legen, kommt die wachsende Bedeutung der Identifikation mit dem Heimatort ebenfalls zum Vorschein: In beiden Wettbewerbsjahren sind Projekte vorhanden, die sich mit regionalen Lebensmitteln auseinandersetzen, z.B. »Taste of Heimat« und »mundraub.org«.

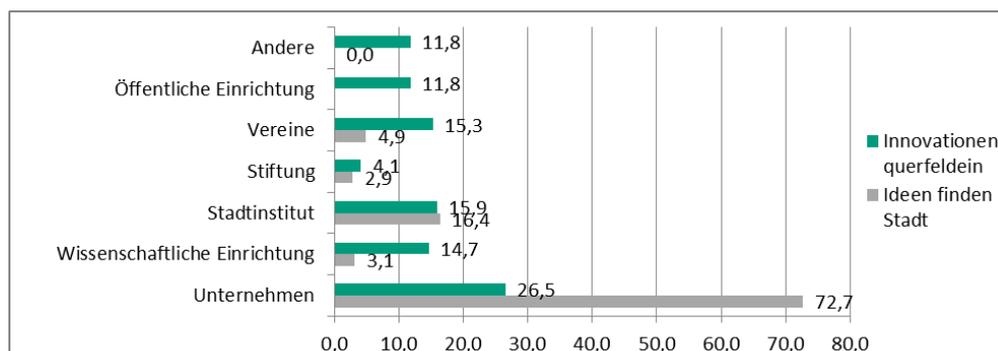
**Durch die Nutzung von IKT ergibt das Ganze mehr, als die Summe der Einzelteile.**

Davon unabhängig, ob auf dem Land oder in der Stadt, haben Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) eine vernetzende Wirkung. Es geht beispielsweise nicht um die Schaffung von neuen realen Mobilitätspotentialen durch den Ausbau der Transportmöglichkeiten, sondern um die Schaffung eines Mehrwerts durch die intelligente Nutzung und Verknüpfung bestehender Wertschöpfungspotentiale, wie das Beispiel »STREAM – freie Fahrt für Bus und Rettungswagen« zeigt. Es optimiert die Wege für Busse und Rettungswagen im städtischen Raum. In diesem Zusammenhang ist die konsolidierte Kommunikation des lokalen Angebots ein entscheidender Faktor für die Nutzerfreundlichkeit. Gibt es beispielsweise verschiedene Verkehrsmittel und Linien des öffentlichen Nahverkehrs und zudem Sharing-Angebote sowie private Mitfahrgelegenheiten, ist es für den Nutzer sehr viel komfortabler, alle diese Mobilitätsmöglichkeiten in einer einzigen Auskunft abrufen und aus Alternativen auswählen zu können, anstatt sich auf verschiedenen Seiten und über unterschiedliche Kanäle informieren zu müssen. Ähnlich funktioniert der Online-Supermarkt »regiomino« für Produkte aus der Region. Das Projekt bündelt eine Vielzahl an regionalen Lebensmitteln und vertreibt sie online. Der Vorteil: Der Verbraucher muss nicht länger verschiedene Hofläden abfahren, um die gewünschten Produkte zu kaufen, sondern kann diese komfortabel und schnell online bestellen.

## 4.2 Unterschiedliche Innovationstrategien für Stadt und Land

**Bei der Wahl der Projektpartner wird auf dem Land Diversität geschätzt, wobei in der Stadt eher das Vertraute zählt.**

Bei der Wahl der Kooperationspartner setzten beide Räume mehrheitlich auf Unternehmen. Während im urbanen Raum allerdings ganze 73 Prozent auf eine Partnerschaft mit ihnen setzten, ist der Anteil auf dem Land mit 26,5 Prozent wesentlich geringer. Stattdessen werden dort ungefähr gleich häufig Kooperationen mit kommunalen Institutionen, Vereinen und wissenschaftlichen Einrichtungen zu jeweils etwa 15 Prozent eingegangen. Ein Partnermix könnte auf dem Land aufgrund tiefgreifender Herausforderungen als interessant erscheinen. Zudem kommt der organisationsübergreifende Austausch von Erfahrungswerten und Expertise den Projekten zugute.



**Abbildung 22: Projektpartner der ausgezeichneten Projekte in den Wettbewerbsjahren 2013 und 2014 im Vergleich, prozentualer Anteil (Fraunhofer IAO)**

Die durchschnittliche Anzahl der Projektpartner im urbanen Raum beträgt etwa drei bis vier Partner pro Projekt. Auch die Initiatoren der ländlichen Projekte geben mehrheitlich an, bis zu vier Partner zu haben.

### **Die Zielgruppen: Im ländlichen Raum richten sich die Projekte häufiger direkt an die Bürger als in der Stadt.**

Aus dem Vergleich der Zahlen lassen sich relativ klare Prioritäten für den jeweiligen Raum erkennen: Bei den Projekten aus dem ländlichen Raum handelt es sich in den meisten Fällen um Projekte von Bürgern für Bürger. Rund 36 Prozent der Projekte richten sich an die Gruppe der Anwohner. Dies hängt stark mit den Projektinhalten zusammen, die auf dem Land die allgemeine Attraktivitätssteigerung zum Ziel haben, welche der gesamten Bevölkerung zugutekommt. Im urbanen Raum hingegen machen kommunale Institutionen mit 24 Prozent den prozentual größten Anteil der Zielgruppe aus, d.h., die Initiatoren entwickeln Projekte, die direkt auf einer höheren Ebene, wie beispielsweise den Stadtverwaltungen, ansetzen, als am einzelnen Bürger.

An den wirtschaftlichen Sektor richten sich Stadt und Land mit ähnlicher Intensität, auch wenn die Wirtschaftszweige differieren. Während sich im urbanen Raum 20 Prozent der Projekte an Unternehmen richten, adressieren etwa 16 Prozent der prämierten Projekte auf dem Land die Landwirtschaft. Weitere 11 Prozent richten sich hier des Weiteren an die Tourismusbranche und 10 Prozent direkt an Fachkräfte und Arbeitnehmer.

### **Die Ziele der Stadt- und Landprojekte unterscheiden sich wesentlich.**

Auf dem Land stehen die Steigerung der Attraktivität und Zukunftsfähigkeit an vorderster Stelle. Diese Themen verfolgen jeweils mehr als 50 der prämierten Projekte. Diese beiden Themenfelder wirken sich längerfristig positiv auf Faktoren wie Abwanderung, Überalterung der Bevölkerung und den Fachkräftemangel aus, die ganz konkret mit der Lebensqualität vor Ort zusammen hängen. In der Stadt spielt dagegen bei der Mehrzahl der Projekte eine Steigerung der Ressourceneffizienz und ökologische Nachhaltigkeit eine wichtige Rolle. Dies sind Themen, die weltweit an Bedeutung gewinnen. Die betrachteten Ressourcen sind beispielsweise Energie, Lebensraum oder Infrastrukturen. Aber auch soziale Themen wie Gemeinschaftsbildung, Bürgerpartizipation und verbesserte Kulturangebote werden hier durchaus als wichtig empfunden und von jeweils acht bis neun Projekten weiter verfolgt. Mit den Projekten soll gezielt der ansteigende Individualismus bekämpft werden, indem Menschen zusammengebracht werden. Auf dem Land scheint dies aufgrund eines ohnehin starken Gemeinschaftsgefühls und einem Bewusstsein für das unmittelbare Lebensumfeld nicht dringend notwendig.

**Die Ressource »Raum« wird in Stadt und Land unterschiedlich wahrgenommen.** Vor dem Hintergrund der Ziele zum Flächenverbrauch in Deutschland, sollte Raum sowohl im Ländlichen als auch im Städtischen als wertvolle Ressource angesehen werden. Werden jedoch Miet- und Kaufpreise von Grundstücken oder Immobilien betrachtet, scheint Raum in der Stadt wesentlich kostbarer als auf dem Land. Um unterschiedlichen Anspruchsgruppen gerecht zu werden und Kosten so gering wie möglich zu halten, wird er in Städten nicht nur in Form von Hochhäusern in die Höhe dupliziert, sondern auch intelligent aufgeteilt und genutzt. Diesen Ansatz verfolgen zahlreiche Stadtprojekte und setzen häufig eine multidimensionale Nutzung von Räumen um (z.B. »ZZZ – ZwischenZeitZentrale«). Auf dem Land hingegen ist aufgrund der entsprechend geringen infrastrukturellen Dichte der Raum meist zu überwinden und wird eher als Distanz, d.h. als Nachteil, wahrgenommen. Das »Elektrobürgerauto Oberreichenbach«, aber auch der »zahnärztliche Hausbesuchsdienst Uckermark« verdeutlichen diese Herausforderung des ländlichen Raums.

---

Vergleich »Innovationen  
querfeldein – Ländliche Räume neu  
gedacht« und »Ideen finden Stadt«

---

### **Im urbanen Kontext ist der Ressourcenbegriff ein mehrdimensionales Konstrukt.**

Eine Definition des Begriffs beschreibt Ressourcen als einen natürlichen Bestand an etwas, das für einen bestimmten Zweck benötigt wird, vor allem für die Lebensmittelproduktion oder zur wirtschaftlichen Produktion<sup>1</sup>. Obwohl es sowohl auf dem Land als auch in der Stadt innovative Projekte gibt, die abstrakte Ressourcen, wie z.B. Wissen und Zeit adressieren (»Gemüseackerdemie«; »Tod an der Mauer – Geschichtsunterricht per App«), gibt es im städtischen und im ländlichen Kontext ebenso Projekte die sich auf stoffliche Ressourcen stützen (»Optimierte Biokohle aus agrarischen Reststoffen«; »Urban Mining – Städte als Rohstoffmine«). Ein Unterschied der beiden Wettbewerbsjahre zeigt sich vor allem in der Anzahl der Projekte, die sich mit den unterschiedlichen Ressourcen beschäftigen: Im ländlichen Raum werden tendenziell häufiger Ressourcen genutzt, die viel Raum in Anspruch nehmen und auf stofflichen biologischen Materialien basieren, wie z.B. die Projekte »PROGRASS – Bioenergie aus Grünabfällen« oder »SmartRegion Pellworm« zeigen. Im Zuge der Energiewende werden auf dem Land flächenintensive Konzepte zur Energieerzeugung, wie z.B. Windkraft, als Chance wahrgenommen. Auch die Stadt hat erkannt, dass sie Kooperationen mit ihrem Umland eingehen muss, um ihre nachhaltige Energieversorgung langfristig zu decken (»100ee Regionen: Energieversorgung in Eigenregie«). Hier werden allerdings eher abstrakte Ressourcen adressiert, die raumsparend oder -unabhängig sind. Die »ZwischenZeitZentrale« oder »bettervest« können hierfür exemplarisch genannt werden. Die Wiederverwertung spielt allgemein in beiden räumlichen Kontexten eine bedeutsame Rolle und kann als übergreifender Trend identifiziert werden.

### **Die Optimierung von Infrastruktur und Angeboten im urbanen Kontext ist nutzerorientiert, während sie auf dem Land angebotsorientiert ist.**

Durch die Verwendung von IKT kann im städtischen Raum die Nutzung von Infrastrukturen optimiert werden und so z.B. der Nutzungskomfort steigen, wenn durch intelligente Transportmittelwahl Komforteinbußen vermieden werden können. Das zeigt sich in dem Projekt »STmobil – flexibel unterwegs in Westfalen«, das eine Angebotserweiterung und Serviceorientierung durch Pedelecs und Mobilitätsberatung erreicht. Auch das Projekt »UR:BAN«, das die effiziente Steuerung des Stadtverkehrs zum Ziel hat, ist in diesem Zusammenhang zu nennen. Im ländlichen Raum hingegen werden intelligente Nutzungskonzepte verwendet, um die Auslastung der Angebote so zu erhöhen, sodass sie wirtschaftlich sind und bleiben. In diesem Kontext ist der »Bedarfsorientierte Schulbusverkehr« zu nennen, der Routen optimiert und unnötige Wege vermeidet, je nachdem wer an einem bestimmten Tag im Bus mitfährt.

### **Politische Partizipation und Transparenz auf dem Land kein Thema?**

Während sich zum Wettbewerbsthema »Ideen finden Stadt« eine eigenständige Dimension zu Bürgerpartizipation und Transparenz herausbildete, scheint sich der ländliche Raum nicht vorrangig mit diesem Thema zu beschäftigen. Zwar taucht der Begriff Transparenz bei einigen Projekten, vor allem im Zusammenhang mit der Herkunft regionaler Lebensmittel, auf, und kann im weiteren Sinne in einige der Bildungsprojekte interpretiert werden – so z.B. in das Pädagogikkonzept »Lebendiges Lernen vom Land« oder die »Gemüseackerdemie« – doch Bürgerpartizipation wird in den Siegerprojekten kaum thematisiert. Die Gründe dafür können nur erahnt werden: Beispielsweise könnte angenommen werden, dass in urbanen Räumen die klassischen Planungsinstrumente bezüglich der Konsensbildung an ihre Grenzen stoßen. Deshalb organisieren sich Interessengruppen, um ihren Einfluss durch alternative Herangehensweisen (Petitionen, Demonstrationen, etc.) geltend zu machen. Oft stehen in der Stadt außerdem abstrakte,

<sup>1</sup> Duden 2013

ortsübergreifende Themen im Mittelpunkt, wie beispielweise der Klimaschutz, die einer gewissen überregionalen Aufmerksamkeit bedürfen. Im ländlichen Raum kann davon ausgegangen werden, dass Strukturen hinsichtlich Transparenz und Entscheidungsprozessen durchaus kleinräumiger und daher überschaubarer gestaltet sind.

Vergleich »Innovationen querfeldein – Ländliche Räume neu gedacht« und »Ideen finden Stadt«

**In der Stadt werden Projekte zwar schneller umgesetzt, auf dem Land bleiben sie jedoch länger bestehen.**

Von der initialen Projektidee bis zur Umsetzung ist man im urbanen Raum in der Regel schneller: ganze 71 Prozent der städtischen Projekte im Wettbewerb wurden innerhalb eines Jahres in die Umsetzung überführt. Auf dem Land schaffte dies nur etwa die Hälfte der Siegerprojekte. Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass die Strukturen auf dem Land hinsichtlich Unternehmens- oder Vereinsgründung weniger einsehbar sowie die dazugehörigen Informationen schlechter zugänglich sind als in der Stadt.

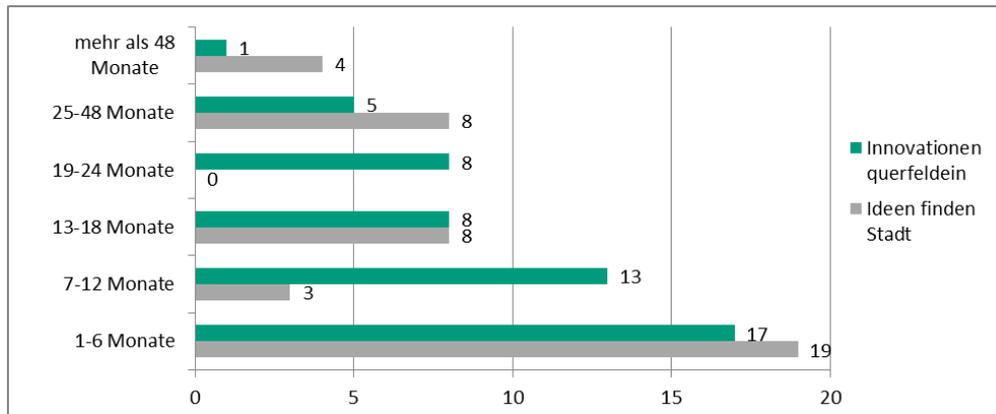


Abbildung 23: Die Umsetzungsdauer zwischen initialer Projektidee und Überführung in die Praxis im Vergleich, absolute Anzahl (Fraunhofer IAO)

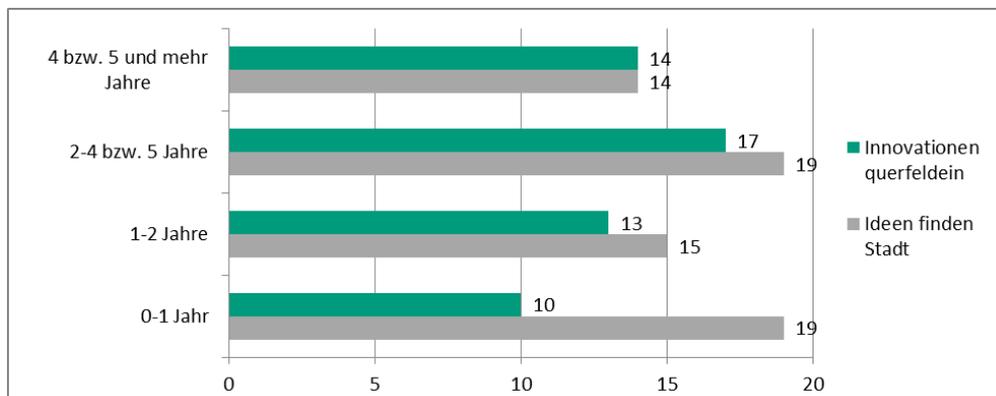


Abbildung 24: Projektlaufzeit der ausgezeichneten Projekte im Vergleich, absolute Anzahl (Fraunhofer IAO)

Bei der Betrachtung der Projektlaufzeiten ist zu erkennen, dass sich 57 Prozent von den Projekten im ländlichen Raum schon über zwei Jahre erfolgreich in der Umsetzung befinden, während nur 45 Prozent der urbanen Projekte ein solches Alter aufweisen. Dies könnte mit der Schnellebigkeit von Ideen und Unternehmungen im städtischen Umfeld erklärt werden. Auf dem Land hingegen geht es nicht um das schnelle Geld, sondern um langfristige Herausforderungen. Die Akteure scheinen in diesem Zusammenhang hartnäckig an kontinuierlich durchgeführten Projekten zu arbeiten, um den Lebensraum an sich nachhaltig attraktiver zu gestalten.

### 4.3 Zusammenfassung der Vergleichsanalyse

In den Trendreports Stadt 2013 und Land 2014 wurde deutlich, dass sich nicht nur die Herausforderungen für urbane und ländlich geprägte Gebiete stark unterscheiden, sondern auch die Aufmerksamkeit, die innovativen Projekten in unterschiedlichen räumlichen Kontexten zukommen. Die von den Initiatoren gewählten Lösungsansätze variieren ebenso wie die projekt-treibenden Faktoren: In den Städten scheinen Lösungen für den effizienten Umgang mit Ressourcen derzeit die größte Aufmerksamkeit zu erhalten, während sich ländliche Regionen mit der Attraktivitätssteigerung für ihre Einwohner sowie die generelle Zukunftsfähigkeit der Region auseinandersetzen. So unterschiedlich diese Ziele sind, so unterschiedlich sind auch die adressierten Zielgruppen der Siegerprojekte.

Als Gemeinsamkeit lässt sich der Fokus auf Unternehmen als Projektinitiatoren und Kooperationspartner festhalten. Eine Anzahl zwischen zwei und vier Projektpartnern scheint sich in der Praxis sowohl in Stadt als auch auf dem Land bewährt zu haben.

Abschließend muss betont werden, dass sowohl in ländlichen als auch in urbanen Gebieten sehr viel Kreativität und Tatendrang herrscht, um innovative Projekte ins Leben zu rufen, unabhängig vom Einsatzgebiet (z.B. Kultur oder Gesellschaft) oder zugrundeliegenden projekt-treibenden Faktoren.

**Zusammenfassend ist festzuhalten, dass tatsächlich unterschiedliche Innovationsstrategien für Stadt und Land bestehen. Projekte werden unterschiedlich initiiert, Partnervverbände anders gegründet und Projektumsetzungen auf unterschiedliche Weise aufgesetzt und begleitet. Für die Zukunft von Stadt und Land ist es deshalb zu empfehlen, dass in der lokalen, regionalen und nationalen Innovationspolitik noch mehr auf diese Unterschiede eingegangen wird und bedarfsorientiertere Maßnahmen und Programme zur Förderung von Innovationen entwickelt werden.**

Wo wird der ländliche Raum zehn Jahre nach dem Wettbewerb zum Thema »Innovationen querfeldein – ländliche Räume neu gedacht« stehen? Wie wird er sich gestalten und gegen Städte profilieren können? Welche Rolle spielen dabei die Bundessieger des Wettbewerbs? Und welche Maßnahmen können eine positive Entwicklung im ländlichen Raum Deutschlands nachhaltig unterstützen? Davon handelt das abschließende Kapitel der Trendstudie 2014, das mögliche Innovationspfade und Entwicklungstrends anhand der Wettbewerbsprojekte aufzeigt.

## 5.1 Wie kann das Land 2024 aussehen?

Der ländliche Raum Deutschlands wird sich in den kommenden zehn Jahren stark wandeln. Wachstum und Schrumpfung liegen bereits heute räumlich nah beieinander<sup>1</sup>, was sich in Zukunft verstärken und nicht unerhebliche Auswirkungen auf den Lebensraum »Land« haben wird. Der Urbanisierungsgrad liegt in Deutschland im Jahr 2014 bereits bei 74 Prozent und wird bis 2050 etwa gleichbleibend prognostiziert<sup>2</sup>. Gleichzeitig wird die Bevölkerung laut Angaben der Bundeszentrale für Politische Bildung<sup>3</sup> von 82 Millionen auf 75 Millionen Einwohner sinken. Einbußen wird vor allem der ländliche Raum verzeichnen. Der voranschreitende Wandel in der Gesellschaft hin zu einer Ausdifferenzierung der Lebensstile<sup>4</sup> bei gleichzeitiger Annäherung der Werte in Stadt und Land<sup>5</sup>, wird auch im ländlichen Raum 2030 deutlich sichtbar. Trends wie Sharing, Technologisierung und Individualisierung werden in diesem Kontext in ganz Deutschland an Bedeutung gewinnen.

Die **digitale und reale Anbindung des Landes an die urbanen Zentren** ist eine Notwendigkeit, um dessen Attraktivität zu steigern, wie der Bundessieger »Breitband für alle in Cochem-Zell« aufzeigt. Der Breitbandausbau mit einer geplanten Übertragungsrate von 50 Mbit pro Sekunde bis 2018<sup>6</sup> erweist sich aufgrund der zunehmenden Datenmengen, die weltweit generiert werden, als nicht ausreichend und bleibt auch 2024 ein Thema. Zudem kommen neue technologische Konzepte in die Anwendung, wie WiMAX oder UMTS, die bis dato ausführlich getestet und erprobt wurden. Der Anbindung als notwendiger Anforderung, steht nach Kano ein Begeisterungsfaktor gegenüber, der Menschen zusätzlich auf das Land lockt. Demnach werden Angebote wie Willkommens-Services oder die Unterstützung bei der Wohnungssuche 2024 in den »suchenden Regionen« Deutschlands selbstverständlich sein. Weiterhin wird es spezielle Angebote für Fachkräfte geben, um diese gezielt auf das Land zu locken. In der Kategorie Bildung wurde im Wettbewerb das Projekt »Klasse Allgemeinmedizin – Mentoren für angehende Landärzte« als Bundessieger gekürt. Es verdeutlicht den Trend, mit weichen Standortfaktoren,

### **Bundessieger Wirtschaft:**

#### **Breitband für alle in Cochem-Zell**

Sowohl in ländlichen Regionen als auch im Zusammenspiel zwischen Stadt und Land bestehen gemeinsame Interessen, die nur in Kooperation nachhaltig gemeistert werden können. Ein koordiniertes und strukturiertes Vorgehen in der Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und dem öffentlichen Sektor ist in diesem Kontext notwendig. Im Jahr 2024 haben sich neue Formen der Kooperation etabliert, die flächendeckend und langfristig einen Mehrwert für den Raum, nicht nur für einzelne Akteure liefern.

<sup>1</sup> Vgl. Difu 2005

<sup>2</sup> Vgl. Lexas Information Network 2014

<sup>3</sup> Vgl. Bundeszentrale für Politische Bildung 2010

<sup>4</sup> Vgl. Sinus Sociovision GmbH 2009

<sup>5</sup> Vgl. Gabler Wirtschaftslexikon 2014b

<sup>6</sup> Vgl. BR 2013

Fachkräfte zu begeistern. Doch Vorsicht ist geboten – auch die Städte werden Angebote schaffen um Fachpersonal anzuziehen und werden ihre Stärken gekonnt präsentieren.

### **Bundessieger Bildung: Klasse Allgemeinmedizin**

Die Zahl der Studenten in Deutschland wächst – auch die der Medizinstudenten. Um den Raum flächendeckend mit einer qualitativ hochwertigen Gesundheitsversorgung auszustatten, erhält jeder Medizinstudent im Deutschland des Jahres 2024 zu Beginn seines Studiums einen Landarzt als Mentor zur Seite gestellt. Im Rahmen eines Pflicht-Land-Einsatzes wird den angehenden Ärzten und Ärztinnen sowohl der Arbeitsalltag als auch das Leben eines Arztes auf dem Land näher gebracht, das sich vorrangig in mobilen Arztpraxen abspielt. Die Studierenden lernen jedoch nicht nur fachliche Tricks und Kniffe - sie werden in Expertennetzwerke eingeführt und können Kontakte knüpfen.

### **Bundessieger Gesellschaft: alma e.V.**

Aufgrund schrumpfender Bevölkerungszahlen und einem steigenden Fachkräftemangel entwickeln sich bis 2024 neue Strukturen, die die Einbindung von Bevölkerungsgruppen ermöglichen und sogar notwendig machen, die vormals nicht (mehr) in den Arbeitsmarkt integriert waren. Ruheständler betätigen sich häufig ehrenamtlich, z.B. als fachlich kompetente Mentoren oder Tageseltern im Rahmen der Kinderbetreuung. Menschen mit Behinderung werden durch qualifizierte Ausbildungsprogramme in die Arbeitswelt integriert. Jeder findet in diesem Sinne eine sinnvolle Beschäftigung und die Gesellschaft profitiert davon.

Parallel zur notwendigen Anbindung des ländlichen Raums an die Städte werden Rückzugsorte fernab des »immer-erreichbar-Seins« sowohl für Stadt- als auch Landbewohner, vor allem gepusht durch die Gesundheitsbranche, an Bedeutung gewinnen – allerdings häufig temporär und planbar ganz im Sinne eines Wellness-Wochenendausflugs, der u.a. auch in den abgeschiedenen ländlichen Raum führt. Ähnliches gilt auch für die Antwort der Bevölkerung auf die Öffentlichkeitsarbeit der Gesundheitsbranche, die den Deutschen zu wenig Bewegung, falsche Ernährung und zu viel Stress<sup>1</sup> nachsagt: Aktivurlaube, Ernährungsumstellung sowie Stressbewältigung werden zunehmend interessanter für die Bevölkerung. Immerhin fordert die Wissensgesellschaft zunehmend die psychologische und physische Gesundheit der Bevölkerung heraus. Das touristische Angebot für Kurztrips im Jahr 2024 wird vor diesem Hintergrund stärker ausdifferenziert und prägt den ländlichen Raum Deutschlands in erheblichem Maße. In diesem Zusammenhang ist die **Professionalisierung im Tourismussektor** in kleinen Gemeinden auf dem Land sowie das **Marketing** unterschiedlicher Urlaubsregionen im ländlichen Raum Deutschlands ein wesentlicher Aspekt<sup>2</sup>, der sich zwischen 2014 und 2024 herausbildet. Der Trend der **Regionalisierung** wird in den kommenden zehn Jahren bestehen bleiben<sup>3</sup>. Doch nicht nur für die Touristen ist das ein Mehrwert. Die Identifikation der Bevölkerung auf dem Land mit dem Wohnort soll durch das Schaffen von Vertrautheit und Zugehörigkeit angeregt werden.

Diese Wohnbevölkerung besteht – selbstverständlich nicht ausschließlich, aber doch auch – aus Personen, die landwirtschaftliche Berufe verfolgen. Laut dem Bauernverband werden 14 Berufe in der Landwirtschaft unterschieden<sup>4</sup>, die vielfältig sind und **Potenziale für Beschäftigung** bieten – mit völlig unterschiedlichen Anforderungen an den höchsten erbrachten Ausbildungsabschluss. Jedoch bietet der Landwirtschaftssektor als eine der wenigen Branchen attraktive Möglichkeiten für Menschen mit einem geringen Bildungsabschluss, wie die Autorengruppe Bildungsberichterstattung<sup>5</sup> schreibt. Ein innovatives Konzept für die Integration von Menschen mit Handicap stellt der

Bundessieger »alma e.V. – integratives Netzwerk für die Landwirtschaft« vor. Er zeigt, wie Menschen mit Behinderung in der Landwirtschaft einen Arbeitsplatz finden können. Im Projekt wird »ein Modell zur beruflichen Qualifizierung entwickelt«<sup>6</sup>. Ähnliche Konzepte wird es im Jahr 2024 auch für weitere Berufe geben.

Zusätzliche Potenziale für den ländlichen Raum Deutschlands ergeben sich aus der steigenden technologischen Entwicklung in der Landwirtschaft, der **Landwirtschaft 4.0**. Um den Arbeitsaufwand zu verringern und Kosten einzusparen, wird der Einsatz von

<sup>1</sup> Vgl. TK 2013a; TK 2013b; TK 2013c; TK 2013d

<sup>2</sup> Vgl. BMWi 2013

<sup>3</sup> Vgl. WA media 2012

<sup>4</sup> Vgl. Hannoversche Allgemeine Zeitung 2013

<sup>5</sup> Vgl. Autorengruppe Bildungsberichterstattung 2012

<sup>6</sup> Vgl. Alma e.V. 2014

Maschinen auf dem Land weiter zunehmen. Die Intelligenz dieser Maschinen und ihre Fähigkeiten, zum einen miteinander zu kommunizieren und zum anderen selbstständig Entscheidungen zu treffen, spielen dabei eine wichtige Rolle. Das geht so weit, dass Maschinen Felder sozusagen »per Fernbedienung« bewirtschaften und »automatisierte Melkverfahren können«, so Dr. Matthias Schick<sup>1</sup>, Dozent der Agrarwissenschaften an der Universität Hohenheim, »die menschliche Arbeit nahezu vollständig ersetzen.« Die Technologisierung öffnet die Landwirtschaft zum einen völlig neuen Bevölkerungsgruppen, zum anderen werden vor diesem Hintergrund Kapazitäten der Landwirte frei, die in Form von zusätzlichen Angeboten einen Mehrwert nicht nur für die Landwirte selbst sondern langfristig auch für die positive Entwicklung des ländlichen Raums in Deutschland bedeuten. Um den Erlös eines landwirtschaftlichen Betriebs zu steigern, setzen diese beispielsweise immer häufiger auf die Produktion von Biogas oder nachhaltiger Energie. Mit der angestrebten **Energiewende** werden außerdem weitere interessante Erwerbsmöglichkeiten auf dem Land der Zukunft möglich. Es geht nicht darum, Arbeitsplätze aus den Städten aufs Land zu holen, sondern solche zu schaffen, welche die Besonderheiten des ländlichen Raums nutzen und nutzbar machen. Ebenso scheinen sich Erlöse aus dem Hofladenverkauf mit regionalen Produkten – ganz im Sinne der Selbstverständlichkeit von Bioprodukten aus regionalem Anbau – auf dem Vormarsch zu befinden. Gerade im diesjährigen Wettbewerb zeigten sich einige Projekte, die landwirtschaftliche Einrichtungen für kurze Zeit umfunktionierten und mit einem anderen Zweck belegten: Musikveranstaltungen, Filmvorführungen oder Hoffeste bieten sich in diesem Zusammenhang an, um zusätzliche Einnahmen zu erwirtschaften. Weiterhin spielten Führungen über den Hof und Erläuterungen zur alltäglichen Arbeit der Landwirte eine Rolle im Wettbewerb. Derartige Angebote werden in den bevorstehenden zehn Jahren an Professionalität gewinnen und einen wichtigen Bestandteil des Freizeitangebots auf dem Land darstellen. Der Beruf Landwirt ist 2024 also deutlich **facettenreicher**.

Anpassungsfähigkeit und Resilienz werden für alle Regionen weltweit in den kommenden Jahren an Bedeutung gewinnen. Die Umgestaltung von altbewährten Strukturen auf **flexible Lösungen** ist in diesem Zusammenhang von äußerster Wichtigkeit, um wachsende oder schrumpfende Märkte zu bedienen und vor allem finanziell nachhaltig und umweltschonend zu wirtschaften. Hierbei spielt der Trend der Sharing-Economy eine wichtige Rolle. Ob Infrastrukturen, Flächen oder Güter – alles kann geteilt und dadurch die Effizienz bei der Nutzung erhöht werden. Allerdings steigt im selben Zuge der Koordinationsaufwand.

Diese flexiblen Lösungen werden mehr und mehr möglich durch technische Entwicklungen, wie beispielsweise mobile Endgeräte, die nicht an einen Standort gebunden sind. Ebenso werden 2024 andere Angebote raum-ungebunden zur Verfügung stehen: Während große Theater und Ausstellungen namhafter Künstler lange Zeit vorrangig dem urbanen Raum zugeschrieben wurden, werden zunehmend Lösungen entwickelt, die dezentral orientiert sind und somit auch den ländlichen Raum bedienen. Der Bundessieger »OPERNALE – das Opernfestival im ländlichen Norden« beispielsweise bringt Hochkultur aufs Land. **Dezentralisierung** zeigt sich aber auch anhand des Shifts von Angeboten, die einst hauptsächlich von öffentlicher Seite bereitgestellt wurden und heute mehr und mehr von Privatanbietern übernommen werden. Beispielsweise werden sowohl der ländliche als auch der städtische Raum zunehmend mit Mobilitätslösungen durchdrungen, die zusätzlich zum ÖPNV das Mobilitätsangebot ergänzen und Optionen schaffen.

#### **Bundessieger Kultur: OPERNALE**

Der ländliche Raum ist 2024 flächendeckend mit stets wechselnden Kunst- und Kulturangeboten bedient, die temporär eine Vielzahl an Menschen anziehen, interessante Orte belegen, wie bspw. Steinbrüche oder leerstehende Schulgebäude, und den Menschen vor Ort Freizeitoptionen neben der Natur und sportlichen Aktivitäten bieten. Inszenierungen sind häufiger darauf ausgelegt, räumlich ungebunden zu sein bei gleichzeitig hoher Qualität der jeweiligen Disziplin, ob Musik, Tanz, Kunst, etc. Auch viele weitere Angebote werden flexibel und dezentral gestaltet.

-----  
<sup>1</sup> Schweizer Bauer 2013

**Bundessieger Umwelt:  
Treptitz – gemeinsam für nachhaltige  
Infrastrukturen im ländlichen Raum**

Die Langlebigkeit von Infrastrukturen wird nach und nach aufgelöst und in flexiblere Lösungen überführt. Systeme werden 2024 so gestaltet sein, dass sowohl bei wachsender als auch bei sinkender Beanspruchung der Infrastrukturen eine einwandfreie Versorgung der Bevölkerung gewährleistet wird. Weiterhin werden Baumaßnahmen besser koordiniert, sodass Straßen beispielsweise nicht zweimal innerhalb kürzester Zeit aufgerissen werden müssen und dadurch unnötige Kosten sowie Unannehmlichkeiten für die Anwohner verursacht werden.

Städte werden in der **internationalen Diskussion** weiterhin den größeren Anteil der Aufmerksamkeit von Wirtschaft und Wissenschaft erhalten. Schließlich sind weltweit mehr

Menschen von den Negativauswirkungen der Urbanisierung betroffen, als im ländlichen Raum. Die Herausforderungen für deutsche Städte werden jedoch wesentlich geringer sein als für die häufig zitierten Megastädte, wie Manila oder Delhi. Immerhin liegt der Bärenanteil der Megastädte in Schwellen- und Entwicklungsländern<sup>1</sup>. Zum Vergleich: Die größte Stadt Deutschlands ist Berlin mit »nur« knapp vier Millionen Bewohnern. Gleichmaßen ist der ländliche Raum Deutschlands vor zahlreiche Herausforderungen gestellt und muss sich Gehör verschaffen, um einer positiven und vor allem selbstgesteuerten Entwicklung entgegen zu blicken. Die Ressource Natur als USP des ländlichen Raums wird dabei eine große Rolle spielen. Schließlich sind vor dem Hintergrund des Klimawandels vor allem ländliche Räume Hebel, um dem Ressourcenverschleiß der Städte möglichst nachhaltig zu begegnen. **Umweltschutz** wird auch weiterhin ein bedeutsames Thema für den ländlichen Raum in Deutschland bleiben. Entwicklungen, wie beispielsweise die Europäische Wasserrahmenrichtlinie 2015, werden Deutschland ebenso beeinflussen wie das wachsende

Umweltbewusstsein der Menschen im Zusammenhang mit regionalen Lebensmitteln. Gemeinschaftliches Engagement und ehrenamtliche Arbeit im Umwelt- und Naturschutz spielt in diesem Kontext weiterhin eine große Rolle und setzt Reflexion der Akteure voraus, ebenso wie Tatendrang. Das Projekt »Treptitz – gemeinsam für nachhaltige Infrastrukturen im ländlichen Raum«, das als Bundessieger aus dem diesjährigen Wettbewerb hervorgeht, steht beispielhaft für diese Entwicklung: Statt zahlreichen Kleinanlagen ermöglichte der Zusammenschluss der Einwohner von Treptitz zu einem Verein die Installation einer Anlage zur Kombination von Nahwärmeproduktion mittels Biogasanlage und Abwasseranschluss für die Haushalte. Die Energieautarkie unter Berücksichtigung der Energiewende und vor dem Hintergrund wachsender Energiepreise wird für zahlreiche Städte im Jahr 2024 eine zu bewältigende Aufgabe sein, bei der sie von kleinen Ortschaften lernen, die diesen nachhaltigen und fortschrittlichen Weg durch Weitblick bereits gemeistert haben.

In diesem Kontext werden **alternative Antriebsformen** in zehn Jahren im ländlichen Raum sehr viel stärker vertreten sein als heute. Nicht nur in der privaten Mobilität, sondern ebenfalls in landwirtschaftlichen Nutzmanmaschinen oder umweltfreundlichen Kommunalfahrzeugen<sup>2</sup>. Dazu beitragen werden Forschungsergebnisse und Feldtests sowohl in urban als auch in ländlich geprägten Räumen auf der ganzen Welt. Maßgeblich werden die Politik und die Speichertechnologien Auswirkungen auf das Ausmaß alternativer Antriebsformen im ländlichen Raum 2024 haben.

Um den ländlichen Raum Deutschlands langfristig dabei zu unterstützen, erfolgreich und nachhaltig seine Zukunft zu gestalten, sind im Jahr 2024 Strukturen selbstverständlich, die für die kreativen Köpfe und »Anpacker« auf dem Land bei der Initialisierung von Projekten keine Hürden darstellen. Eine Lösung für das Einrichten von **Reallaboren**, welche die Expertise von Wissenschaft und Praxis vereinen und direkt den Menschen vor Ort zugutekommen ist in diesem Zusammenhang großflächig umgesetzt.

<sup>1</sup> Vgl. BMBF 2014

<sup>2</sup> Vgl. Fraunhofer IAO 2014

Von erfolgreichen Projekten lernen und diese auf die eigenen lokalen Gegebenheiten anpassen ist das Ziel für den ländlichen Raum, um Mittel sinnvoll einzusetzen, keine personellen Ressourcen zu vergeuden und zeitnah handeln zu können. Von bestehenden Projekten überhaupt zu erfahren ist das Eine, der **Wissenstransfer** und die Unterstützung bei der Übertragung das Andere. Das Projekt »RETHINK – Fallstudien für eine moderne Landwirtschaft« greift diese Idee auf und analysiert europaweit spannende Best Practices für die Landwirtschaft. Insbesondere vor dem Hintergrund des Klimawandels und damit einhergehender tiefgreifender Veränderungen für die Landwirtschaft, ist das Lernen von anderen eine notwendige Voraussetzung, um langfristig eine erfolgreiche Landwirtschaft betreiben zu können. In den vor uns liegenden zehn Jahren bis 2024 werden internationale Praxisbeispiele gesammelt und hinsichtlich ihrer Übertragbarkeit auf andere Orte analysiert, sodass neue Projekte entstehen, die an lokale Herausforderungen angepasst sind.

**Bundessieger Wissenschaft: RETHINK**  
 In einer europäischen Wissensgesellschaft werden Informationen zum wertvollsten Gut. Im Jahr 2014 werden diese von eigens dafür kreierten Organisationen gesammelt, strukturiert und die Ergebnisse der breiten Bevölkerung zur Verfügung gestellt. Gesellschaftlicher Mehrwert wird durch den Transfer von Wissen geschaffen, das an einem Ort generiert und auf einen anderen übertragen wird. Datenbanken sind keine neue Erfindung, doch Suchfunktionen, die es dem Nutzer ermöglichen, genau das Projekt zu finden, das auch den Menschen vor Ort nutzt, werden bis zum Jahr 2024 in erheblichem Maße optimiert werden und bis dato sprachgesteuert zur Verfügung stehen.

## 5.2 Potenzialbewertung der sechs Bundessieger

Im folgenden Kapitel werden die diesjährigen Bundessieger in den sechs Kategorien Wissenschaft, Wirtschaft, Umwelt, Gesellschaft, Bildung und Kultur hinsichtlich vier Größen bewertet: Die aktuelle **Relevanz**, die identifizierten **Erfolgsfaktoren** und **Potenziale** sowie potenzielle **Transfermöglichkeiten** eines jeden Projekts. Diese Analyse im Rahmen der Trendstudie geschieht unabhängig von der Bewertung der Wettbewerbsjury und deren Auswahl der Bundessieger.

### RETHINK – Fallstudien für eine moderne Landwirtschaft

*Kategorie: Wissenschaft*

<p style="text-align: center;"><b>Relevanz</b></p> <p>Die Analyse von Fallstudien ist eine Methode, um Lösungen auf ihre Potenziale hin zu überprüfen. In der Landwirtschaft werden Methoden meist über lange Zeiträume hinweg auf lokale Gegebenheiten angepasst. Vor dem Hintergrund des Klimawandels und sich verändernden regionalen Bedingungen ist die Übertragbarkeit von Lösungen äußerst spannend.</p> <p style="text-align: center;"><i>Relevanz</i> </p>	<p style="text-align: center;"><b>Erfolgsfaktoren</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Koordiniertes Aufsuchen von innovativen Fallbeispielen.</li> <li>• Systematische und kompetente Bewertung hinsichtlich Übertragbarkeit.</li> <li>• Bereitstellung von Ergebnissen für die Öffentlichkeit.</li> <li>• Zusammenarbeit über Ländergrenzen hinweg.</li> </ul> <p style="text-align: center;"><i>Umsetzungskomplexität</i> </p>
<p style="text-align: center;"><b>Potenzial</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Finanzielle und personelle Ressourcen einsparen, indem auf bestehendes Wissen zurückgegriffen wird - "Das Rad muss nicht ständig neu erfunden werden".</li> <li>• Wissenstransfer zwischen Wissenschaft und Wirtschaft anregen um Invention und Kultur ausbalancieren und sowohl fortschrittliche als auch praktikable Lösungen entwickeln.</li> </ul> <p style="text-align: center;"><i>Potenzial</i> </p>	<p style="text-align: center;"><b>Transfermöglichkeiten</b></p> <p>Um langfristig Nutzen aus aktuellen Projekten zu ziehen, ist die kontinuierliche Sammlung von Fallbeispielen notwendig. Schließlich ändern sich Rahmenbedingungen ständig. Der Aufbau einer Best Practice Datenbank für Stadt- und Landprojekte mit unterschiedlichen Zielen ist denkbar. Diese bewertet systematisch die Projekte und stellt sie der Öffentlichkeit bzw. einer bestimmten Nutzergruppe zur Verfügung. Sie muss gepflegt und regelmäßig überarbeitet werden.</p> <p style="text-align: center;"><i>Transfer</i> </p>

## Breitband für alle in Cochem-Zell

Kategorie: *Wirtschaft*

### Relevanz

Die digitale Anbindung des ländlichen Raums an urbane Zentren sowie andere ländliche Räume spielt eine bedeutsame Rolle für deren zukünftige Entwicklung. Da die Wirtschaftlichkeit beim Infrastrukturausbau in dünn besiedelten Gebieten häufig nicht gegeben ist, werden Kooperationen unterschiedlicher Akteure notwendig, um hohe Kosten zu tragen.

Relevanz



### Erfolgsfaktoren

- Gemeinsames Ziel der Gemeinden im Landkreis.
- Zusammenschluss zu Public Private Partnership (PPP).
- Gewährleistung der Wirtschaftlichkeit für Infrastrukturanbieter durch Zusammenschluss.

Umsetzungs-  
komplexität



### Potenzial

- Flächendeckende Versorgung mit schnellem Internet steigert die Attraktivität als Wirtschafts- wie auch als Wohnstandort.
- Barrieren für die Gründung und Ansiedelung von Unternehmen im ländlichen Raum werden abgebaut.
- Bevölkerungsrückgang, v.a. durch den Fortzug der jungen Bevölkerung, wird vorgebeugt.

Potenzial



### Transfermöglichkeiten

- Transfer der organisatorischen Vorgehensweise (PPP) auf andere ländliche Regionen in Deutschland ist möglich. Aus den Erfahrungen, die in Cochem-Zell gemacht wurden, können andere städtische wie ländliche Gebiete lernen.
- Zusammenschluss zur Gewährleistung von Wirtschaftlichkeit durch größere Masse an Abnehmern auch auf andere Infrastrukturmaßnahmen übertragbar.

Transfer



## Treptitz – gemeinsam für nachhaltige Infrastrukturen im ländlichen Raum

Kategorie: *Umwelt*

### Relevanz

Gewässerschutz ist im Rahmen des Naturschutzes in Deutschland ein wichtiger Bestandteil. Zwar herrschen in heimischen Gewässern bessere Bedingungen als anderswo auf der Welt, doch das sogenannte "Potenzial nach oben" ist auch hierzulande vorhanden. Gewässerschutz kommt direkt dem lokalen Ökosystem und somit den einheimischen Menschen zugute.

Relevanz



### Erfolgsfaktoren

- Beteiligung der Bürger an Entscheidung über langfristig bestehende Infrastruktur.
- Finanziell kostengünstige Lösung, die sowohl Infrastrukturbereitstellung als auch Instandhaltung berücksichtigt.
- Umweltverträgliche Lösung, die den Ort Treptitz lebenswert gestaltet.
- Ehrenamtliche Arbeit als Umsetzungsfaktor.

Umsetzungs-  
komplexität



### Potenzial

- Menschen für lokale Belange aktivieren und Beteiligung an Entscheidungen erhöhen.
- Verantwortungsbewusstsein der lokalen Bevölkerung für ihren Lebensraum wecken und stärken.
- Nachhaltigkeit als grundlegender Faktor bei der Entscheidung für eine Lösung.
- Europäische Wasserrahmenrichtlinie 2015 stößt Entwicklungen zum Gewässerschutz deutschlandweit an.

Potenzial



### Transfermöglichkeiten

- Wissenstransfer von Treptitz zu anderen, ähnlichen Ortschaften ist möglich. Die Berücksichtigung lokaler Gegebenheiten unbedingte Voraussetzung für die Übertragbarkeit.
- Der mündige Bürger kann auch in größeren Siedlungskonglomeraten und in anderen Bereichen in die Entscheidungsfindung einbezogen werden.

Transfer



**alma e.V. – integratives Netzwerk für die Landwirtschaft**  
 Kategorie: Gesellschaft

<p style="text-align: center;"><b>Relevanz</b></p> <p>Fachkräfte werden benötigt, Menschen mit Handicap suchen eine anerkannte Beschäftigung. Die hohe Qualität der Ausbildung sowie Transparenz für alle Beteiligten und die Erfüllung von Standards sind notwendig für die erfolgreiche Integration von Behinderten in die landwirtschaftliche Arbeit. Standardisierung ist gefragt, während auch individuelle Lösungen, angepasst auf den Menschen, notwendig sind.</p> <p style="text-align: center;">Relevanz </p>	<p style="text-align: center;"><b>Erfolgsfaktoren</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beruf mit Potenzialen für Menschen mit geringem Ausbildungsabschluss.</li> <li>• Hohe Qualität der beruflichen Ausbildung im Projekt.</li> <li>• Kriterienkatalog für Qualitätsstandards.</li> <li>• System an Qualifizierungsbausteinen.</li> <li>• Transparenz über Ausbildungsinhalte und Ausstattung der Werkstätten etc.</li> </ul> <p style="text-align: center;">Umsetzungs-komplexität </p>
<p style="text-align: center;"><b>Potenzial</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Integration von benachteiligten Bevölkerungsgruppen, die sonst nur schwer eine Beschäftigung finden, aber Anschluss suchen als gesellschaftliche Herausforderung in Deutschland.</li> <li>• Ggf. Abfangen von Fachkräftemangel (auf dem Land) durch gezielte Ausbildung in geeigneten Berufen.</li> </ul> <p style="text-align: center;">Potenzial </p>	<p style="text-align: center;"><b>Transfermöglichkeiten</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Transfer auf andere Branchen in Stadt und Land, die ähnliche Voraussetzungen hinsichtlich Schulabschluss haben ist möglich.</li> <li>• Anreize für ausbildende Werkstätten oder Betriebe müssen geschaffen werden.</li> </ul> <p style="text-align: center;">Transfer </p>

**Klasse Allgemeinmedizin – Mentoren für angehende Landärzte**  
 Kategorie: Bildung

<p style="text-align: center;"><b>Relevanz</b></p> <p>Die Gesundheitsversorgung ist auf dem Land eine notwendige Voraussetzung, um Bevölkerung dort zu halten bzw. Menschen zum Umzug von der Stadt aufs Land zu bewegen. Vor allem vor dem Hintergrund der älter werdenden Bevölkerung mit häufigeren gesundheitlichen Leiden ist die flächendeckende Gesundheitsversorgung im ländlichen Raum Deutschlands absolut notwendig.</p> <p style="text-align: center;">Relevanz </p>	<p style="text-align: center;"><b>Erfolgsfaktoren</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mentorenprogramm mit konkretem Ansprechpartner für angehende Ärzte.</li> <li>• Aufmerksamkeit für Problematik sowie Optionen schaffen.</li> <li>• Freiwillige Entscheidung der angehenden Ärzte für den ländlichen Raum.</li> </ul> <p style="text-align: center;">Umsetzungs-komplexität </p>
<p style="text-align: center;"><b>Potenzial</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufrechterhaltung des flächendeckenden Gesundheitsangebots im ländlichen und ganz besonders im peripheren Raum.</li> <li>• Zusammenarbeit zwischen Mentorennetzwerk und zukünftigen Arbeitsplätzen der Landärzte, ggf. nutzen um wirksame Anreize von Seiten der Kommunen zu schaffen.</li> <li>• Landarzt auf Zeit als potenzieller Bestandteil des Medizinstudiums.</li> </ul> <p style="text-align: center;">Potenzial </p>	<p style="text-align: center;"><b>Transfermöglichkeiten</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mentorenprogramm kann flächendeckend für den ländlichen Raum Deutschlands in der Gesundheitsbranche eingesetzt werden.</li> <li>• Auch in anderen Branchen sind Mentorenprogramme denkbar und im Sinne des Wissenstransfers absolut zu berücksichtigen.</li> <li>• Landwirtschaftliche Studiengänge in Kooperation zwischen städtischen und ländlichen Bildungseinrichtungen schaffen.</li> </ul> <p style="text-align: center;">Transfer </p>

## OPERNALE – das Opernfestival im ländlichen Norden

Kategorie: Kultur

<p style="text-align: center;"><b>Relevanz</b></p> <p>Neben den harten Faktoren wie Infrastruktur- bereitstellung, sind weiche Standortfaktoren und Lebensqualität für die Wahl eines Wohn- oder Firmenstandortes besonders wichtig. Hier gelten Kunst und Kultur unter anderem als Indikatoren. Der Ausbau des Kulturangebots durch wirtschaftlich tragbare und qualitativ hochwertige Veranstaltungen auch im ländlichen Raum fördert die Attraktivität ungemein.</p> <p style="text-align: center;">Relevanz </p>	<p style="text-align: center;"><b>Erfolgsfaktoren</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fahrende, dezentrale und flexible Angebote wirken sich bei geringer Masse an potenziellen Besuchern der Veranstaltungen positiv auf die Kosten aus.</li> <li>• Veranstaltungsorte sind teilweise ungewohnt, daher spannend für Besucher.</li> <li>• Qualität der Veranstaltung als Voraussetzung für Erfolg.</li> </ul> <p style="text-align: center;">Umsetzungs- komplexität </p>
<p style="text-align: center;"><b>Potenzial</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Flächendeckendes wechselndes Kulturangebot stärkt Attraktivität des ländlichen Raums.</li> <li>• Aufwertung des ländlichen Raums, z.B. durch Nutzung von leerstehenden Gebäuden oder Flächen.</li> <li>• Angebote für Jung (mit stärkere Ausrichtung auf Bildung oder Betreuung) und Alt (mit einem stärkeren Fokus bspw. auf Freizeitgestaltung) sind in dieser Form denkbar.</li> </ul> <p style="text-align: center;">Potenzial </p>	<p style="text-align: center;"><b>Transfermöglichkeiten</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Transfer auf Räume aller Größe sowie auf unterschiedliche Kulturangebote von klassischer Musik über Theater und Tanz hin zu Lesungen oder Filmvorstellungen.</li> <li>• Ländliche Kunst und Kultur in Städte bringen.</li> <li>• Auch auf Angebote, die nicht um Kulturbereich angesiedelt sind, lassen sich die Erfolgsfaktoren Dezentralisierung und Flexibilität übertragen.</li> <li>• Transfer insbesondere auch für den Bildungssektor im ländlichen Raum spannend.</li> </ul> <p style="text-align: center;">Transfer </p>

### 5.3 Handlungsempfehlungen für Innovationen im ländlichen Raum Deutschlands

Im Folgenden werden Handlungsempfehlungen aufgeführt, die im Rahmen der Trendstudie entstanden sind und als sinnvoll für die weitere positive Entwicklung des ländlichen Raums in Deutschland gesehen werden. Die Ergebnisse aus der Trendanalyse, der Systemanalyse, der Vergleichsanalyse von Stadt und Land sowie den möglichen Entwicklungspfaden sind dabei Grundlage für die Ableitung der wesentlichen Handlungsempfehlungen zur Zukunft des ländlichen Raums durch Innovation.

#### 1. Dialog zu Innovation und Zukunft des ländlichen Raums führen

Mit dem urbanen Zeitalter der Menschheit dreht sich der Diskurs häufig um den wachsenden Anteil der Menschen weltweit, die in Städten leben, um Megastädte, um die »Innovationsmotoren« Metropolregionen, um international mächtige Wirtschafts- und Finanzstandorte sowie Häfen und Logistiknotenpunkte. Dass der weltweite Trend Verstädterung in Deutschland andere Auswirkungen hat, als beispielsweise im Senegal, auf den Philippinen oder in China, wird in zahlreichen Diskussionen nicht ausreichend differenziert betrachtet. Vor allem die Wissensweitergabe an die breite Masse in der deutschen Bevölkerung deckt häufig weder das große internationale Spektrum ab, noch nimmt sie konkreten Bezug auf die sich daraus ergebenden Herausforderungen für unterschiedliche Räume in Deutschland. Die Betrachtung der Herausforderungen im ländlichen Raum geschieht häufig aus Stadtperspektive, denn dort sitzen die Unternehmen, die Medien, die Politik. Eine **Verschiebung des Fokus** in der Diskussion erscheint notwendig, um die Aufmerksamkeit der Akteure auf tatsächliche Gegebenheiten zu lenken und deren Verantwortungsbewusstsein für einen deutschen Markt zu wecken. Besonders das Aufzeigen von erfolgreichen Fallbeispielen und die Weitergabe von Informationen, die für den Transfer eines Projektes notwendig sind, werden hier notwendig.

## 2. Wissenstransfer fördern und von Best Practices lernen

Erfolgreiche Projekte müssen erkannt, gewürdigt und kommuniziert werden. Dies ist die Grundvoraussetzung für den Transfer zwischen Regionen, der einen Mehrwert verspricht. Hierfür sind Strukturen sinnvoll, die gezielt den ländlichen Raum ansprechen und ihn in seinen Unterschieden analysieren. Die Anfertigung eines **Best Practice Katalogs** beispielsweise, kategorisiert nach den häufigsten Herausforderungen für den ländlichen Raum, könnte eine Option sein. Dieser dürfte nicht nur informativ Aufschluss über bestehende Projekte, deren zeitlichen Umfang, die Finanzierung, rechtliche Hintergründe etc. geben, sondern inspirierend auf andere Regionen wirken sowie motivierend für die Initiatoren sein, da sie eine Würdigung für ihre Arbeit erhalten. Von großer Bedeutung ist hierbei die Einstufung des Potenzials verschiedener Praxisbeispiele je nach Einsatz in einer gewissen Raumkategorie in Deutschland, z.B. zentraler / peripherer ländlicher Raum, schrumpfender / wachsender Raum etc. Die Überführung eines solchen Katalogs in eine online-zugängliche **Datenbank**, die regelmäßig um weitere Projekte ergänzt und kontinuierlich gepflegt wird, wird als sinnvoll betrachtet.

## 3. Innovationspartnerschaften fördern

Ländliche Kommunen suchen heute händierend nach Lösungen für die bevorstehenden Herausforderungen. Bei häufig fehlenden personellen und zeitlichen Kapazitäten sowie teilweise geringem aktuellen Technologiewissen, werden Projekte ausgeschrieben, die diese Herausforderungen adressieren. Auf diese öffentlichen Ausschreibungen antworten Unternehmen häufig mit standardisierten Lösungen aus ihrem Produktportfolio. Auch wenn individualisierte Lösungen angepriesen werden, sind diese oftmals eine mögliche Lösung, allerdings nicht die beste Lösung zur Problembewältigung. Die **gemeinsame Erarbeitung von Lösungsansätzen** mit Kommunen als Suchenden und Unternehmen als Bietenden ist notwendig, um tatsächlich sinnvolle und nachhaltige Lösungen sowohl im urbanen als auch im ländlichen Raum zu installieren. Die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Kommunen, sowie die Integration der Bevölkerung vor Ort, könnte sich zukünftig in Form von Innovationspartnerschaften gestalten. Formen der Zusammenarbeit müssen in diesem Rahmen erarbeitet, getestet und standardisiert werden, um für beide Seiten einen Mehrwert zu erbringen.

## 4. Neue Modelle für Innovation etablieren: ländliche Reallabore

Reale Testfelder zur Erprobung neuer, innovativer Lösungen müssen zukünftig in Stadt und Land integriert werden. Die selbstgesteuerte Entwicklung des ländlichen Raums von innen heraus und die Anpassung der Lösungen auf die lokalen Gegebenheiten sind in diesem Rahmen maßgeblich. Der diesjährige Wettbewerb hat gezeigt, dass die innovativen Projekte im ländlichen Raum meist von Menschen vor Ort initiiert und umgesetzt und nicht in Städten – den »Motoren für Entwicklung«<sup>1</sup> – vorgedacht und entwickelt werden. Das Kompetenzzentrum Öffentliche IT bestätigt dieses Studienergebnis: »Ländliche Gemeinschaften wissen am besten, welche Stärken sie stärken und welche Schwächen sie ausgleichen können und wollen.«<sup>2</sup> Damit die Vordenker auf dem Land ihre Innovationskraft und Kreativität ohne hohe finanzielle Risiken erproben und auf diese Weise weitere Akteure, wie auch die lokale Wirtschaft und Kommunen von neuen Lösungen überzeugen können, sind sogenannte **Reallabore** notwendig. Dies gibt Kommunen Sicherheit bezüglich den Auswirkungen bei der Integration neuer Lösungen in ihrem Zuständigkeitsbereich. Weiterhin können Nutzerakzeptanz und Usability in Zusammenspiel mit bereits existierenden Lösungen getestet werden. Nicht zuletzt können in diesem Rahmen juristische Fragestellungen bearbeitet werden, die sonst erst viel später,

---

<sup>1</sup> Vgl. Ache 2000

<sup>2</sup> ÖFIT 2014

nämlich meist erst nach der Tätigkeit erheblicher Investitionskosten auf der Seite des Initiators, aufkommen.

### 5. Kommunikation und Vernetzung innovativ vorantreiben

Zur digitalen Anbindung an die internationalen urbanen Zentren und zur Attraktivitätssteigerung sind der Breitbandausbau bzw. alternative technische Lösungen zwingend erforderlich. Die Attraktivitätssteigerung wird als **harter infrastruktureller Standortfaktor** für die Wirtschaft gesehen, die sich zukünftig auch im ländlichen Raum erfolgreich niederlassen kann. Bei ständig wachsenden Immobilienpreisen in den Großstädten Deutschlands, wird es zunehmend attraktiver für Unternehmen, in andere Regionen umzuziehen und lediglich eine repräsentative Niederlassung im Stadtzentrum zu hinterlassen. Gleichzeitig wachsen die Ansprüche in der Bevölkerung hinsichtlich Konnektivität im Alltag stetig an, sodass sie hier u.a. als weiche Standortfaktoren für die Wahl des Wohnorts herangezogen werden. Laut Prof. Dr. Hauswirth<sup>1</sup> gilt »vernetztes Wissen als Schlüsselressource für das zukünftige Zusammenleben in Städten« und ist somit auch eine wichtige Ressource auf dem Land, um mit den urbanen Zentren wettbewerbsfähig zu bleiben. Mit Hinblick auf die hohen, mit dem Breitbandausbau verbundenen, Kosten, müssen zudem **alternative Lösungen** berücksichtigt werden, die durch den schnellen technologischen Fortschritt stets attraktiver werden und teilweise weniger hohe Infrastrukturkosten nach sich ziehen. Neben dem klassischen Breitbandausbau bestehen aktuell auch Forschungsprojekte, z.B. von der Fraunhofer-Gesellschaft, die hochwertige Übertragungsraten drahtlos per Richtfunk ermöglichen. Hier **neue Wege zu denken** und zu begehen, erscheint angesichts der großen Herausforderung naheliegend.

### 6. Raumspezifische Förderprogramme entwickeln

Aktuell stehen bereits zahlreiche Förderprogramme für die Entwicklung des ländlichen Raums in Deutschland und Europa zur Verfügung. Doch die Förderlandschaft ist äußerst komplex<sup>2</sup>. Dabei kommt immer wieder die Kritik auf, dass die Vergabe nach **feingliedrigen Raumkategorien** aussteht, welche die gezielte Förderung ermöglicht und sicherstellt, dass Fördergelder dort ankommen, wo sie tatsächlich benötigt werden (siehe beispielsweise Finanzierung des ÖPNV bis 2025<sup>3</sup>). Der Trendreport zeigt auf, dass Land nicht gleich Land ist, sondern heute noch »unsichtbare« Barrieren bestehen. Es gibt **quasi Trennlinien**, die den ländlichen Raum ab ca. 60km Entfernung vom nächsten Ballungszentrum in eine deutlich andere Position versetzen und sich in heutigen strukturschwachen Regionen sehr gut ablesen lässt. Gerade angesichts möglicher **Innovationsgeografien** (Wie setzen sich Innovationen durch?) sind somit Faktoren wie Vernetzung, Kooperation, Wissenstransfer etc. in ihrer räumlichen Reichweite begrenzt. Diese These gilt es wissenschaftlich zu validieren, um spezifische Maßnahmen für die Zukunftsfähigkeit dieser Räume abzuleiten.

### 7. Schaffung gleichwertiger Lebensverhältnisse diskutieren

Die Diskussion um die im Grundgesetz verankerte Schaffung gleichwertiger Lebensverhältnisse in allen Räumen Deutschlands, die mit der Wiedervereinigung der beiden deutschen Staaten seit 1990 festgelegt wurde, ist zu Ende zu führen. Vor dem Hintergrund der konträren Entwicklung in Stadt und Land in Deutschland hinsichtlich Wachstum und Schrumpfung, wird die Schaffung gleichwertiger Lebensverhältnisse mehr und mehr problematisch. Das Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Fraunhofer FOKUS 2014

<sup>2</sup> Karsten et al. 2011

<sup>3</sup> VDV 2009

<sup>4</sup> Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung; IASS e.V. Potsdam 2013

argumentiert weiterhin, dass sich mit der Verwirklichung dieses Ziels, die Vielfalt in Deutschland Einbußen erfährt, die nicht von Vorteil sind. In diesem Rahmen sind **sinnvolle Standards**, die alle Räume in Deutschland erfüllen müssen, sowie solche, die nur gewisse Räume, z.B. gemessen anhand der Einwohnerzahl je Quadratkilometer, erfüllen müssen, zu entwickeln und festzuhalten, die u.a. beispielsweise auch Themen wie **Rückbau** oder **dezentrale Wasseraufbereitungssysteme** adressieren. Diese Diskussion muss gemeinsam mit der betroffenen Bevölkerung und nicht rein top-down geführt werden. Wie der Wettbewerb gezeigt hat, sind die Menschen im ländlichen Raum bereit, anzupacken und innovative Lösungen auszuprobieren – dieser Selbstverantwortlichkeit muss Raum für Verwirklichung gegeben werden, um sinnvolle Entwicklungsmöglichkeiten für den ländlichen Raum, insbesondere den peripheren ländlichen Raum Deutschlands, zu ermöglichen.

## Literatur- und Quellenverzeichnis

**Absatzwirtschaft** (2004): Regionalmarketing. URL:

<http://www.absatzwirtschaft.de/content/k=UGu6CVw%252beU45VqRl3ToqVxFAZFmJtUZ E%252bl8%252bQ7b%252bqVR40%252bJguhezeOBliHdhnlxX3QofXEAgm1E%253d;show blobs>, Abrufdatum: 05.08.2014.

**Acatech** (2011): Smart Cities. Deutsche Hochtechnologie für die Stadt der Zukunft. Aufgaben und Chancen (acatech bezieht Position, Nr. 10), Heidelberg u.a.: Springer Verlag.

**Ache, Peter** (2000): Was treibt den Motor an? In: Raumforschung und Raumordnung, Volume 58, Issue 2-3, S. 244-253.

**Alma e.V.** (2014): alma Arbeitsfeld Landwirtschaft mit allen – für Menschen mit und ohne Behinderung. URL: <http://www.netzwerk-alma.de/home/>, Abrufdatum: 01.10.2014

**Autorengruppe Bildungsberichterstattung** (Hrsg.) (2012): Bildung in Deutschland 2012. Ein indikatorengestützter Bericht mit einer Analyse zur kulturellen Bildung im Lebenslauf. URL: [https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/BildungForschungKultur/Bildungsstand/BildungDeutschland5210001129004.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/BildungForschungKultur/Bildungsstand/BildungDeutschland5210001129004.pdf?__blob=publicationFile), Abrufdatum: 01.10.2014

**Bayrische Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau** (2013): Bisherige Wettbewerbe im Überblick. Bayerische Preisträger. URL: <http://www.dorfwettbewerb.bayern.de/051911/index.php>, Abrufdatum: 05.08.2014.

**Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung; Institute for Advanced Sustainability Studies (IASS) e.V. Potsdam** (2013): Vielfalt statt Gleichwertigkeit. Was Bevölkerungsrückgang für die Versorgung ländlicher Regionen bedeutet. Berlin.

**Bertelsmann Stiftung** (2014): Faktencheck Gesundheit. Regionale Verteilung von Arztsitzen (Ärztedichte). URL: [http://www.bertelsmann-stiftung.de/cps/rde/xbcr/SID-298F556B-F0C8E376/bst/xcms\\_bst\\_dms\\_40105\\_40106\\_2.pdf](http://www.bertelsmann-stiftung.de/cps/rde/xbcr/SID-298F556B-F0C8E376/bst/xcms_bst_dms_40105_40106_2.pdf), Abrufdatum: 05.08.2014.

**BMBF – Bundesministerium für Bildung und Forschung** (2014): Nachhaltige Stadtentwicklung: Forschung für die Megastädte von morgen. URL: <http://future-megacities.org/index.php?id=3>, Abrufdatum: 09.10.2014.

**BMWi – Bundesministerium für Wirtschaft** (2013): Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen. URL: <http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/S-T/tourismusperspektiven-in-laendlichen-raeumen,property=pdf,bereich=bmwiz2012,sprache=de,rwb=true.pdf>, Abrufdatum: 09.10.2014.

**Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft** (2011): Zahlen, Daten, Fakten: Die Bio-Branche 2011. Online verfügbar unter: [http://www.boelw.de/uploads/media/pdf/Dokumentation/Zahlen\\_\\_Daten\\_\\_Fakten/ZDF2011.pdf](http://www.boelw.de/uploads/media/pdf/Dokumentation/Zahlen__Daten__Fakten/ZDF2011.pdf), Abrufdatum: 29.09.2014.

**Bundesministerium für Bau-, Stadt- und Raumforschung** (2010): Genügend Raum für den Ausbau erneuerbarer Energien? In: BBSR Bericht KOMPAKT 13/2010. URL: [http://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/BerichteKompakt/2010/DL\\_13\\_2010.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=2](http://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/BerichteKompakt/2010/DL_13_2010.pdf?__blob=publicationFile&v=2), Abrufdatum: 05.08.2014.

**Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft** (2013): Dorfentwicklung. URL: <http://dorfwettbewerb.bund.de/de/dorfentwicklung/>, Abrufdatum: 05.08.2014.

**Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft** (2011): Pendler auf dem Land. URL: [http://www.bmel.de/DE/Laendliche-Raeume/Infografiken/Pendler/\\_node.html](http://www.bmel.de/DE/Laendliche-Raeume/Infografiken/Pendler/_node.html), Abrufdatum: 05.08.2014.

**Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft** (2010): Die deutsche Landwirtschaft. Leistungen in Daten und Fakten. URL: <http://www.bmelv.de/cae/servlet/contentblob/430138/publicationFile/26477/DieDeutscheLandwirtschaft.pdf>, Abrufdatum: 05.08.2014.

**Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur** (2012): Breitband als Wirtschaftsfaktor. URL: [http://www.zukunft-breitband.de/Breitband/DE/Breitbandstrategie/Wirtschaftsfaktor/wirtschaftsfaktor\\_node.html](http://www.zukunft-breitband.de/Breitband/DE/Breitbandstrategie/Wirtschaftsfaktor/wirtschaftsfaktor_node.html), Abrufdatum: 05.08.2014.

**Bundesvorstand der CDU Deutschland** (2012): Entwurf eines Beschlusses des Bundesvorstandes der CDU Deutschlands für Montag, 16. April 2012. (Stand 10. April 2012). „Starkes Land – gute Heimat: Unser Programm für lebendige ländliche Räume“. URL: [http://docs.dpaq.de/634-entwurf\\_beschluss\\_l\\_ndlicher\\_raum.pdf](http://docs.dpaq.de/634-entwurf_beschluss_l_ndlicher_raum.pdf), Abrufdatum: 05.08.2014.

**Bundeszentrale für Politische Bildung** (2014): Demographischer Wandel in Deutschland. URL: <http://www.bpb.de/politik/innenpolitik/demografischer-wandel/>, Abrufdatum: 05.08.2014.

**Bundeszentrale für Politische Bildung** (2012a): Individualisierung der Lebensführung. URL <http://www.bpb.de/politik/grundfragen/deutsche-verhaeltnisse-eine-sozialkunde/137995/individualisierung-der-lebensfuehrung?p=all>, Abrufdatum: 05.08.2014.

**Bundeszentrale für Politische Bildung** (2012b): Industrialisierung und moderne Gesellschaft. URL: <http://www.bpb.de/geschichte/deutsche-geschichte/kaiserreich/139649/industrialisierung-und-moderne-gesellschaft>, Abrufdatum: 05.08.2014.

**Bundeszentrale für Politische Bildung** (2010): Bevölkerungsentwicklung nach Regionen. URL: <http://www.bpb.de/nachschlagen/zahlen-und-fakten/globalisierung/52702/bevoelkerung-nach-regionen>, Abrufdatum: 09.10.2014.

**Dierig, Carsten** (2013): Für Verbraucher ist regional das neue Bio. In: Die Welt Online. URL: <http://www.welt.de/wirtschaft/article120646704/Fuer-Verbraucher-ist-regional-das-neue-Bio.html>, Abrufdatum: 05.08.2014.

**Die Welt** (2014): Fans von "regional" achten nun auf dieses Siegel. URL: <http://www.welt.de/wirtschaft/article124127244/Fans-von-regional-achten-nun-auf-dieses-Siegel.html>, Abrufdatum: 16.10.2014.

**Difu – Deutsches Institut für Urbanistik** (2005): Difu-Berichte 3/2005 - Schrumpfen ist keine Schande! URL: <http://www.difu.de/publikationen/schrumpfen-ist-keine-schande>, Abrufdatum: 09.10.2014.

**Duden** (2013): Ressource. URL: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Ressource>, Abrufdatum: 20.08.2014.

**Eisert, Rebecca; Dämon, Kerstin** (2012): Zuckerbrot für die Belegschaft. In: Wirtschaftswoche. URL: <http://www.wiwo.de/unternehmen/mittelstand/fachkraeftefinden-und-binden-die-region-der-weltmarktfuehrer/7429064-3.html>, Abrufdatum: 05.08.2014.

**Fraunhofer FOKUS** (2014): Staatssekretärin Rogall-Grothe eröffnet dreiteiligen Zukunftsdialog zur digitalen Gesellschaft. URL: [http://www.oeffentliche-it.de/aktuelles/-/asset\\_publisher/zh5n/content/staatssekretarin-rogall-grothe-eroffnet-dreiteiligen-zukunftsdialog-zur-digitalen-gesellschaft](http://www.oeffentliche-it.de/aktuelles/-/asset_publisher/zh5n/content/staatssekretarin-rogall-grothe-eroffnet-dreiteiligen-zukunftsdialog-zur-digitalen-gesellschaft), Abrufdatum: 09.10.2014.

**Fraunhofer IAO** (2014): Umweltfreundliche Kommunalfahrzeuge. URL: <http://www.muse.iao.fraunhofer.de/de/unsere-projekte/verbundprojekte/umweltfreundliche-kommunalfahrzeuge.html>, Abrufdatum: 09.10.2014.

**Gabler Wirtschaftslexikon** (2014a): Entrepreneurship. URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/entrepreneurship.html>, Abrufdatum: 02.09.2014.

**Gabler Wirtschaftslexikon** (2014b): Urbanisierung. URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/urbanisierung.html>, Abrufdatum: 01.10.2014.

**Giersch, Torsten** (2012): Wo die Hidden Champions sitzen. In: Handelsblatt Online. URL: <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/mittelstand/deutschland-karte-wo-die-hidden-champions-sitzen/7064194.html>, Abrufdatum: 05.08.2014.

**Hannoversche Allgemeine Zeitung** (2013): Landwirtschaft bietet vielfältige Berufe. URL: <http://www.haz.de/Ratgeber/Studium-Beruf/Uebersicht/Landwirtschaft-bietet-vielfaeltige-Berufe>, Abrufdatum: 01.10.2014.

**Horx, Matthias** (2011): Wir kommen in ein asiatisches Zeitalter. In Handelsblatt Online. URL: <http://www.handelsblatt.com/jahreswechsel/jahreswechsel-so-wird-2012/zukunftsforscher-horx-wir-kommen-in-ein-asiatisches-zeitalter/5994592.html>, Abrufdatum: 05.08.2014.

**Institut für Demoskopie Allensbach** (2003): Lob und Anerkennung für ehrenamtliche Helfer. Allensbacher Bericht 10/2003. Online verfügbar unter: [http://www.ifd-allensbach.de/uploads/tx\\_reportsndocs/prd\\_0310.pdf](http://www.ifd-allensbach.de/uploads/tx_reportsndocs/prd_0310.pdf), Abrufdatum: 29.09.2014

**Karsten, Martin; Hesse, Klaus-Martin; FORUM Hübner; Karsten & Partner** (2011): Städtebauförderung in Klein- und Mittelstädten in ländlichen, dünn besiedelten Räumen. Studie. URL: [http://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/FP/ReFo/Staedtebau/2010/StaedtefoerderungStadtregionen/Download\\_Abschlussstudie.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=2](http://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/FP/ReFo/Staedtebau/2010/StaedtefoerderungStadtregionen/Download_Abschlussstudie.pdf?__blob=publicationFile&v=2), Abrufdatum: 09.10.2014.

**Kearney, A.T.** (2013): Lebensmittel: Regional ist gefragter als bio. URL: <http://www.atkearney.de/documents/856314/2519%20692/BIP+Regionale+Lebensmittel.pdf>, Abrufdatum: 05.08.2014.

**Landkreistag** (2014): Jahrestagung 2014: Energiewende ist für ländlichen Raum Chance und Herausforderung zugleich – Nachbesserungen beim EEG notwendig, URL: <http://www.landkreistag.de/presseforum/pressemitteilungen/1351-pressemitteilung-vom-19-maerz-2014.html>, Abrufdatum: 05.08.2014.

**Lexas Information Network** (2014): Urbanisierung. URL: <http://www.laenderdaten.de/bevoelkerung/urbanisierung.aspx>, Abrufdatum: 09.10.2014.

**Mihm, Andreas** (2013): Deutschland hat so viele Vereine wie nie zuvor. In: FAZ Online. URL: <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/menschen-wirtschaft/neuer-rekord-deutschland-hat-so-viele-vereine-wie-nie-zuvor-12288289.html>, Abrufdatum: 05.08.2014.

**Netzwerk Ländliche Räume** (2013): URL: <http://www.netzwerk-laendlicher-raum.de/beispiele/projekt Datenbank/>, Abrufdatum: 05.08.2014.

**Neu, Claudia** (2007): Bürgerschaftliches Engagement als Erfolgsfaktor für den ländlichen Raum. In: UNESCO heute, S. 36

**ÖFIT – Kompetenzzentrum Öffentliche IT** (2014): Peripherie. In: ÖFIT-Trendschau. Trendthema 24. URL: <http://www.oeffentliche-it.de/documents/18/39513/Peripherie>, Abrufdatum: 21.10.2014.

**Organisation for Economic Co-operation and Development** (2007): OECD-Prüfbericht zur Politik für ländliche Räume Deutschland.

**Paul, Holger** (2013): Traktoren und Mähdrescher – Elektronik ist wichtiger als Pferdestärken. In: FAZ Online. URL: <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/unternehmen/traktoren-und-maedrescher-elektronik-ist-wichtiger-als-pferdestaerken-12662885.html>, Abrufdatum: 05.08.2014.

**Polus, Christiane** (2013): MEHRGENERATIONENHÄUSER. ANREGENDES MITEINANDER – ALT UND JUNG UNTER EINEM DACH. URL: <https://www.goethe.de/de/kul/mol/20373381.html>, Abrufdatum: 05.08.2014.

**Schweizer Bauer** (2013): Was bringt die Automatisierung? – Erfolgsfaktoren beim Melken. URL: <https://www.schweizerbauer.ch/tiere/milchvieh/was-bringt-die-automatisierung---erfolgsfaktoren-beim-melken-9738.html>, Abrufdatum: 08.10.2014.

**Sinus Sociovision GmbH** (2009): Informationen zu den Sinus-Milieus © 2009. URL: [http://www.sinus-institut.de/uploads/tx\\_mpdownloadcenter/informationen\\_2009\\_01.pdf](http://www.sinus-institut.de/uploads/tx_mpdownloadcenter/informationen_2009_01.pdf), Abrufdatum: 02.10.2014.

**Statista GmbH** (2014a): Anzahl der Personen in Deutschland, die beim Einkauf regionale Produkte aus der Heimat bevorzugen, von 2012 bis 2014 (in Millionen). URL: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/264557/umfrage/kaeufertypen--bevorzugung-von-produkten-aus-der-region/>, Abrufdatum: 05.08.2014.

**Statista GmbH** (2014b): Anteil der Betriebe im ökologischen Landbau an allen Agrarbetrieben in Deutschland in den Jahren 1995 bis 2013. URL: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/160253/umfrage/oekologischer-landbau---anteil-der-betriebe/>, Abrufdatum: 05.08.2014.

**Statista GmbH** (2014c): Sind Sie bereit, für Produkte aus der Region einen höheren Preis zu zahlen? URL: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/266785/umfrage/bereitschaft-einen-hoeheren-preis-fuer-regionale-produkte-zu-zahlen/>, Abrufdatum: 05.08.2014.

**Statista GmbH** (2013a): Prognose zur Entwicklung des Anteils von Stadt- und Landbewohnern in Deutschland in den Jahren 1990 bis 2050. URL: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/167166/umfrage/prognose-des-bewohneranteils-nach-wohnstandort-seit-1990/>, Abrufdatum: 05.08.2014.

**Statista GmbH** (2013b): Veränderung der Länge der Schienennetze ausgewählter europäischer Länder im Zeitraum der Jahre 2000 bis 2011. URL: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/155966/umfrage/schienennetz-veraenderung-der-laenge/>, Abrufdatum: 05.08.2014.

**Statistisches Bundesamt** (2012): Bevölkerungsdichte (Einwohner je km<sup>2</sup>) in Deutschland nach Bundesländern (zum 31. Dezember 2012). URL: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/1242/umfrage/bevoelkerungsdichte-in-deutschland-nach-bundeslaendern/>, Abrufdatum: 05.08.2014.

**Steinheider; Legrady** (2001): Kooperation in interdisziplinären Teams in Forschung, Produktentwicklung und Kunst. In: Mensch & Computer, Berichte des German Chapter of the ACM Volume 55, 2001, S. 37-46.

**Trend und Zukunft** (2014): Flexibilisierung. URL: <http://www.trendundzukunft.com/einzeltrend-analysen/flexibilisierung/>, Abrufdatum: 05.08.2014.

**TK – Techniker Krankenkasse** (2013a): TK und Magdalena Neuner stellen Bewegungsstudie 2013 vor: Deutschland sitzt sich krank. Pressemitteilung vom 30. Juli 2013. URL: <http://www.tk.de/tk/pressemitteilungen/archiv-vorjahr/gesundheits-und-service/571036>, Abrufdatum: 09.10.2014.

**TK – Techniker Krankenkasse** (2013b): TK: Stress entsteht nicht nur durch Arbeit, sondern durch Arbeitsverhältnisse. Pressemitteilung vom 4. Juni 2013. URL: <http://www.tk.de/tk/pressemitteilungen/archiv-vorjahr/gesundheits-und-service/521474>, Abrufdatum: 09.10.2014.

**TK – Techniker Krankenkasse** (2013c): Sportmuffel haben die Mehrheit übernommen: Der „innere Schweinehund“ ist Ausrede Nr. 1. Pressemitteilung vom 26. September 2013. URL: <http://www.tk.de/tk/pressemitteilungen/archiv-vorjahr/gesundheits-und-service/576570>, Abrufdatum: 09.10.2014.

**TK – Techniker Krankenkasse** (2013d): TK-Stressstudie: Es ist nicht der Job allein. Pressemitteilung vom 28. Januar 2014. URL: <http://www.tk.de/tk/pressemitteilungen/gesundheits-und-service/622166>, Abrufdatum: 09.10.2014.

**VDV – Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (Hrsg.)** (2011): Finanzierungsbedarf des ÖPNV bis 2025. Köln.

**WA Media - Europäische Fachzeitschrift für Werbearbeiter und Lieferanten** (2012): Marketingtrend Regionalisierung: Stolz auf den Standort. URL: <http://www.werbearbeiter-verlag.de/2012/03/09/marketingtrend-regionalisierung-stolz-auf-den-standort/>, Abrufdatum: 01.10.2014.

**Warburg, Florian** (o. J.): (Un-)Organisierte Eigeninitiative als Lösungsansatz für veränderte Versorgungsrealitäten ländlicher Räume. Fallbeispiele aus Nordhessen. URL: [http://www4.fh-swf.de/media/downloads/igreen/jahrstagungakdggf/vortraege\\_1/Warburg\\_Un\\_organisierte\\_Eigeninitiative\\_Versorgungsrealitaeten.pdf](http://www4.fh-swf.de/media/downloads/igreen/jahrstagungakdggf/vortraege_1/Warburg_Un_organisierte_Eigeninitiative_Versorgungsrealitaeten.pdf), Abrufdatum: 05.08.2014.

**Wellner, Kai-Uwe** (2013): Kompendium Consulting. URL: <http://flmakler.de/files/2012/10/FAZ-Hidden-Champions-final.pdf>, Abrufdatum: 05.08.2014.

**Werner, Kathrin** (2014): Teilst du schon? In: Süddeutsche Zeitung Online. URL: <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/trend-sharing-economy-teilst-du-schon-1.1989642>, Abrufdatum: 05.08.2014.

**ZiviZ – Zivilgesellschaft in Zahlen** (2013): ZIVIZ Survey 2012 – Zivilgesellschaft verstehen, Kapitel 5: Finanzielle Ressourcen. URL: [http://www.ziviz.info/fileadmin/download/ziviz\\_survey2012.pdf](http://www.ziviz.info/fileadmin/download/ziviz_survey2012.pdf), Abrufdatum: 01.10.2014.

**Zukunftsinstitut** (2012): Megatrends – Die größten Treiber der Gesellschaft. URL: <http://www.zukunftsinstitut.de/megatrends>, Abrufdatum: 29.09.2014.

## Impressum

### Herausgeber

#### **Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO**

Nobelstraße 12  
70569 Stuttgart

Steffen Braun, Head of Competence Team  
Urban Systems Engineering, Fraunhofer IAO

Constanze Heydkamp, Wissenschaftliche  
Mitarbeiterin Competence Team Urban  
Systems Engineering, Fraunhofer IAO  
Projektnummer: 260983

#### **Deutsche Bank AG**

Taunusanlage 12  
60325 Frankfurt am Main

Lareena Hilton, Global Head of Brand  
Communications & Corporate Citizenship,  
Deutsche Bank AG

Christian Rummel, Deputy Global Head  
of Brand Communications & Corporate  
Citizenship, Deutsche Bank AG

#### **Land der Ideen Management GmbH**

Kurfürstendamm 21  
10719 Berlin

Holger Lösch, Mitglied der Hauptgeschäfts-  
führung, Bundesverband der Deutschen  
Industrie e. V. und Vorsitzender des Aufsichts-  
rats, Land der Ideen Management GmbH

Ariane Derks, Geschäftsführerin,  
Land der Ideen Management GmbH

Die in dieser Publikation veröffentlichten  
Inhalte unterliegen dem deutschen  
Urheberrecht. Jede Art der Vervielfältigung,  
Bearbeitung, Verbreitung und jede Art  
der Verwertung außerhalb der Grenzen  
des Urheberrechts bedarf der vorherigen  
schriftlichen Zustimmung des jeweiligen  
Urhebers bzw. Autors.

Die Herausgeber waren bemüht, alle  
Reproduktionsrechte zu klären. Eventuelle  
rückwirkende Ansprüche bitten wir über  
projektbuero.land-der-ideen@db.com an  
die Deutsche Bank zu richten.

Weitere Informationen zum Trendreport  
unter <http://www.innovationen-querfeldein.de/trendreport>



## Kontakt

### Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO

Dipl.-Ing. Steffen Braun  
Head of Competence Team Urban  
Systems Engineering  
steffen.braun@iao.fraunhofer.de,  
0711/970-2022

### Deutsche Bank AG

Sandra Haake-Sonntag, Pressesprecherin  
sandra.haake-sonntag@db.com,  
069/910-42925

### Land der Ideen Management GmbH

Stefan Volovinis, Leiter Kommunikation  
presse@land-der-ideen.de,  
030/206459-160

### Weitere Informationen unter

[www.innovationen-querfeldein.de/trendreport](http://www.innovationen-querfeldein.de/trendreport)

