

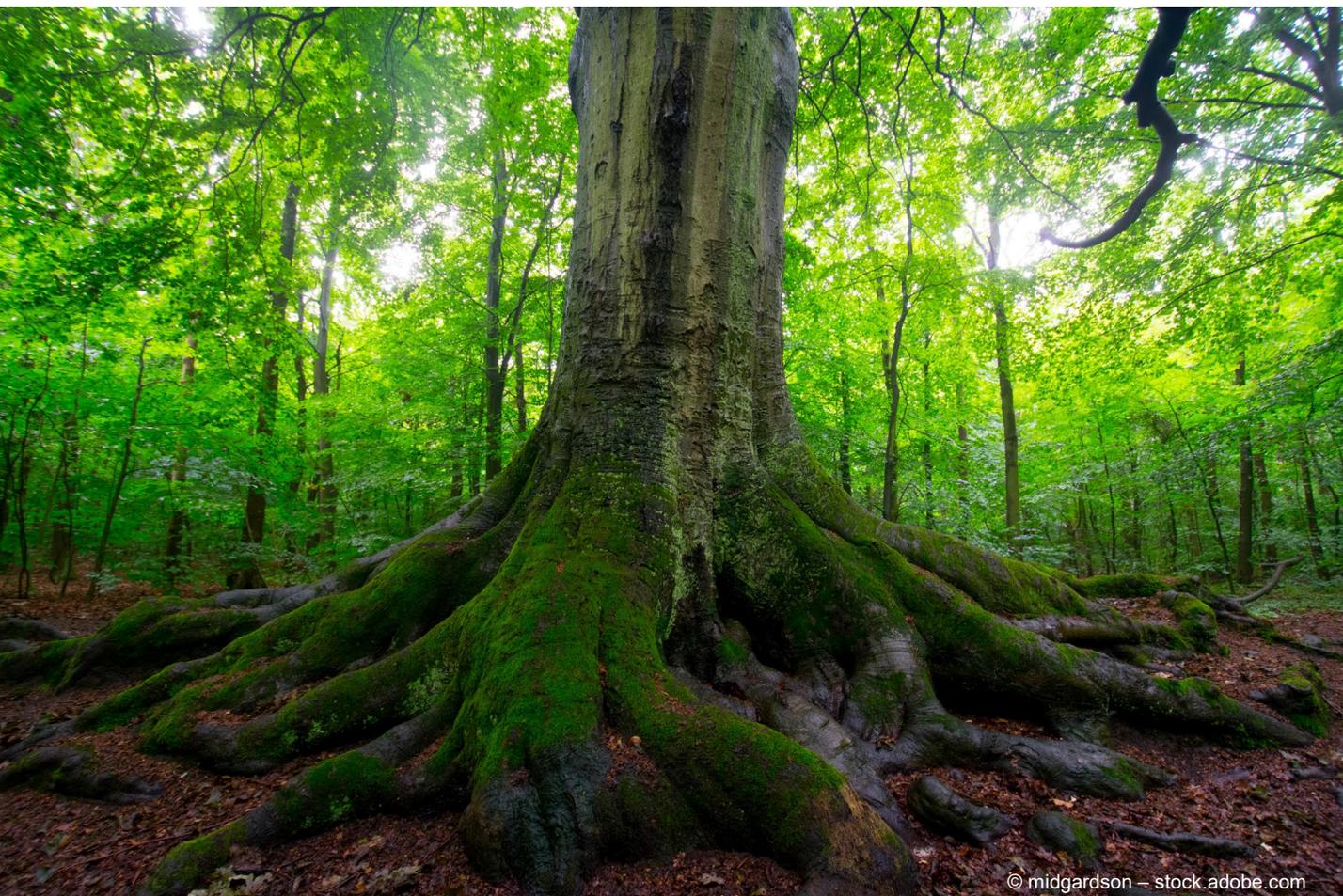
# Servicestelle Vitale Orte 2030

Praxisforum 13. März 2020

Adolf-Spieß-Halle, Lauterbach

Landleben – ja bitte!

Wir machen uns stark für unsere Region



© midgardson – stock.adobe.com



## Landleben – ja bitte! Wir machen uns stark für unsere Region

Praxisforum 13. März 2020, Adolf-Spieß-Halle Lauterbach (Hessen)

### Zur Servicestelle Vitale Orte

Das Praxisforum „Landleben – ja bitte! Wir machen uns stark für unsere Region“ ist das zwanzigste Praxisforum der Servicestelle Vitale Orte. Im Mittelpunkt dieses Praxisforums stehen nicht – wie so oft - die Probleme, sondern die Stärken ländlicher Räume.

Im Praxisforum werden Projekte von Menschen vorgestellt, die gerne auf dem Land leben, die sich bewusst für das Landleben entschieden haben und die Qualitäten des Landlebens auch nach außen zeigen.

Menschen, die sich mit ihrer Stadt, ihrem Dorf oder ihrer Region identifizieren, sind ein wichtiges Potenzial für stabile ländliche Räume. Sie sind auf Dauer bereit, Ideen und Zeit zu investieren - sich stark zu machen für ihre Region. Wenn Alteingesessene und Neuzugezogene, Jung und Alt gut zusammenwirken, kann ein Landleben entstehen, das nicht in der Vergangenheit verharret, sondern sich immer wieder erneuert.

Wichtig ist dabei, dass die Menschen ihr Lebensgefühl nicht am städtischen Leben orientieren, sondern dass sie die spezifischen Qualitäten und die Freiräume, die das Leben auf dem Land bietet, immer wieder bewusst wahrnehmen, schätzen und aktiv nutzen.

Die Beispielprojekte des Praxisforums verfolgen sehr unterschiedliche Ziele: Es geht um Lebensqualität, Nachhaltigkeit, Fachkräfte, Unternehmen, Gastronomie und Direktvermarktung. Auch die Projektmacherinnen und -macher kommen aus unterschiedlichen Bereichen. Sie sind Unternehmerin oder Unternehmer, arbeiten in der Landwirtschaft, im Handwerk, in der Gastronomie, der Verwaltung oder einem Großunternehmen.

Gemeinsam ist ihnen: Sie packen zu, sind kreativ und innovativ. Sie schauen mit positivem Blick auf ihren Landkreis, ihre Gemeinde oder ihre Region und vermitteln dies ansprechend und überzeugend auch nach außen.

Das Praxisforum zeigt, wie die Projekte entstanden sind, was sie trägt, wo die Schwierigkeiten liegen und welche Unterstützung sie benötigen. Über das Praktische hinaus zeigen die Beispiele, welchen Beitrag eine positive regionale Identität zur Entwicklung ländlicher Regionen leisten kann.

Frau Prof. Ratter, Universität Hamburg, gab Antwort auf die Fragen: Was ist „regionale Identität“ oder „Heimatgefühl“? Wie entsteht es? Was bewirkt es? Sie erläuterte die so wenig beachtete Ressource „regionale Identität“ und rückte sie ins Blickfeld.

## Programm des Praxisforums

### **Begrüßung**

Lothar Pietsch, Erster Stadtrat der Stadt Lauterbach

### **Heimat ist da, wo ich Ursache bin! Regionale Identität als Aufgabe**

Prof. Dr. Beate Ratter, Universität Hamburg, Institut für Geografie

### **Die HOMEberger– Menschen machen Heimat**

Jonathan Linker, Anna Lysikow

Die HOMEberger

### **Leben, arbeiten und erholen im Werra-Meißner-Kreis**

Finja Mieth

Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Werra-Meißner-Kreises mbH

### **Fischbachtal AKTIV- Erlebnistage im Odenwald**

Harald Feick

Verein zur Wirtschaftsförderung im Fischbachtal e.V.

### **network Waldeck-Frankenberg – jung.didgital.innovativ**

Steffen Öhl

network Waldeck-Frankenberg

### **Schlusswort**

Mathias Trümner

Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft  
und Verbraucherschutz

Moderation: Servicestelle Vitale Orte 2030

## Begrüßung in Lauterbach (Hessen)

Lothar Pietsch, Erster Stadtrat

### Zur Stadt Lauterbach

Das Praxisforum fand in der Adolf-Spieß-Halle, einer über 100 Jahre alten Sporthalle statt. Die Halle wurde in den letzten Jahre grundlegend saniert und technisch auf den neuesten Stand gebracht. Ihren Stil, den Jugendstil, hat die Halle dabei bewahrt.

Lauterbach hat rund 13.600 Einwohnerinnen und Einwohner in elf Stadtteilen einschließlich der Kernstadt. Als Mittelzentrum nimmt die Stadt auch Versorgungsaufgaben für die umliegenden Gemeinden wahr. Lauterbach verfügt über alle Bildungsangebote, darunter eine der drei deutschen Berufsfachschulen des Elektrohandwerks sowie die Business School of Management and Technology Vogelsberg. Die Stadt bietet vielfältige Möglichkeiten für Freizeitbeschäftigung und Sport. Die Verkehrsanbindung der Stadt ist zwar gut, Bus- und Schienennetz sollen weiter verbessert werden. Zum Beispiel investiert die Stadt Lauterbach in die Aufwertung des Bahnhofs und des Bahnhofumfeldes. Aus Lauterbach sind bundesdeutsche Metropolen wie Hamburg, Berlin oder München über den ICE-Halt Fulda in rund vier Stunden zu erreichen, der Flughafen Frankfurt in rund eineinhalb Stunden Autofahrt.

Lauterbach ist Standort von Unternehmen mit weltweitem Absatz, zum Beispiel Unternehmen der Verpackungsindustrie und der Metallverarbeitung, Recyclingunternehmen u. a. Die Lauterbacher Einzelhändler und Gewerbetreibenden haben sich im Stadtmarketing-Verein zusammengeschlossen und engagieren sich über ihre eigentliche berufliche Tätigkeit hinaus. Politik, Verwaltung, Gewerbetreibende und viele ehrenamtlich tätige Bürgerinnen und Bürger machen sich stark für ihre Stadt.

Die Stadt Lauterbach wurde 812 zum ersten Mal urkundlich erwähnt. 1266 wurden ihr die Stadtrechte verliehen. Zunächst gehörte sie zum Bistum Fulda, später wurde sie zum Lehen des Adelsgeschlechts der Riedesel. 1806 wurde Lauterbach Teil des Großherzogtums Hessen. Lauterbach ist seit 1852 Kreisstadt des neu gegründeten Kreises Lauterbach, der 1972 im Vogelsbergkreis aufging.

Der Vogelsbergkreis präsentiert sich auf der Website [vogelsberg.de](http://vogelsberg.de) als Landkreis zum Leben und Arbeiten mit vielen Informationen und sympathischen Impressionen zu den Themen Leben & Wohnen, Wirtschaft & Bildung, Tourismus & Freizeit: Herzlich willkommen im Vogelsberg. Geborgenheit ist aller Freiheit Anfang.



**Lauterbach**  
Die Kreisstadt



## Landleben – ja bitte! Wir machen uns stark für unsere Region

Mathias Trümner, Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Herr Trümner begrüßt im Namen des Staatssekretärs im Hessischen Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, Herrn Oliver Conz, zum zwanzigsten Praxisforum der Servicestelle Vitale Orte.

Das heutige Praxisforum beginnt mit einem theoretischen Teil. Frau Prof. Dr. Beate Ratter von der Universität Hamburg wird uns an das Thema Heimatverbundenheit, regionale Identität heranführen. Was bedeutet Heimatverbundenheit als Ressource für den ländlichen Raum, für die Dorf- und Regionalentwicklung, als Ressource zur Stärkung des Landlebens?

An den Vortrag von Frau Prof. Dr. Ratter schließen sich vier Projektbeispiele an: Junge Unternehmerinnen und Unternehmer, die die Qualitäten ihrer Region bekannt machen, ein Landkreis, der die Bedeutung von weichen Standortfaktoren für die Wirtschaftsförderung in den Vordergrund rückt, ein Verein, der die unverwechselbare Landschaft mit regionalen Angeboten verknüpft und so zur Attraktion macht und engagierte junge Leute, die sich in guter Zusammenarbeit mit regionalen Unternehmen und Institutionen für die Gewinnung von Fachkräften einsetzen. Das Praxisforum zeigt damit ein interessantes Bündel von theoretischem Input und neuen praktischen Ideen.

Das Praxisforum soll dabei helfen, den Blick auf den ländlichen Raum zu ändern: Weg von der üblichen Defizitbetrachtung, hin zum bewussten Wahrnehmen der Stärken und Ressourcen des ländlichen Raums. Schon die Einführung hat uns gezeigt, was ein Leben in Lauterbach zu bieten hat, welche Entwicklungschancen es gibt und wie schön das Landleben sein kann – ganz ohne romantische Verklärung. Hier scheint eine Lücke in der Vermittlung der Stärken und Potenziale zu bestehen, auch in der Selbst- und in der Fremdwahrnehmung. Das Praxisforum heute soll einen Beitrag dazu leisten, diese Lücke zu schließen.

## Heimat ist da, wo ich Ursache bin! Regionale Identität als Aufgabe

Prof. Dr. Beate Ratter, Universität Hamburg, Institut für Geografie

Heimat ist

... wo die Wiege stand,  
... wo ich mich wohlfühle,  
... wo ich zu Hause bin,  
... wo ich mich auskenne,  
... Verbundenheit

lauteten die Antworten der Teilnehmerinnen und Teilnehmer auf die Frage ...

### Was ist Heimat?

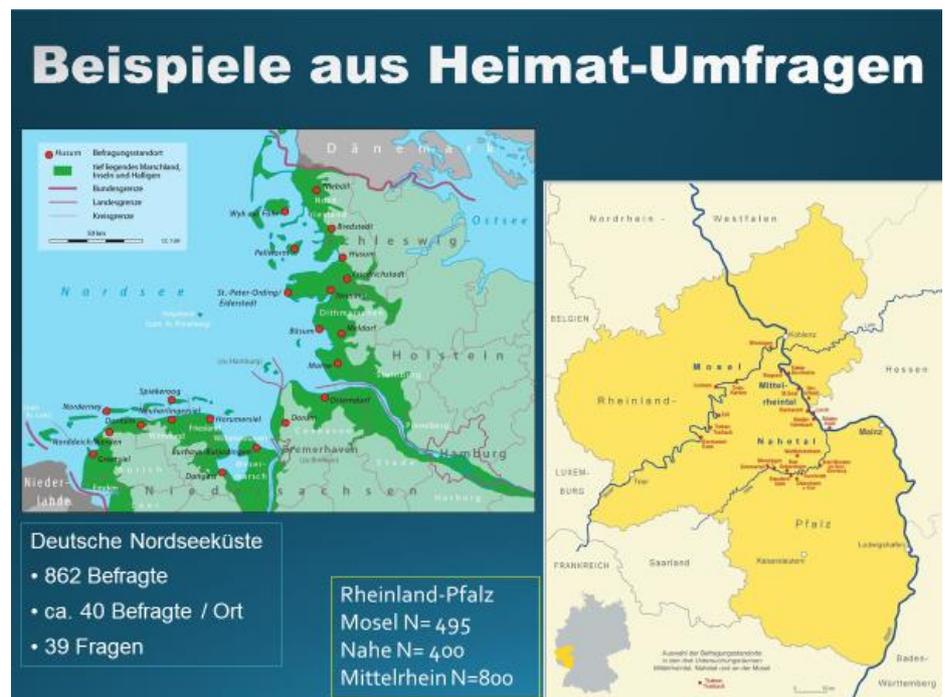
Heimat ist ein regionalkulturelles Konzept und auch ein Gefühl; das sich aus drei Komponenten zusammensetzt: eine räumliche, eine soziale und eine emotionale Komponente. Heimat ist ein deutscher Begriff, der kaum in einer anderen Sprache zu finden ist. Das Wort „Heimat“ setzt sich zusammen aus „hei“ - der Ort, die Stätte und „at“ für Zugehörigkeit und Geborgenheit. Heimat ist also mehr als der Geburtsort, Heimat ist, wo man sich wohl fühlt. Heimat ist regional, nicht national.

In der Wissenschaft taucht auch der Begriff „regionale Identität“ auf, ein eher wertneutraler, distanzierter Begriff, der es erlaubt, das Phänomen Heimat aufzugreifen, ohne sich des im Nationalsozialismus missbrauchten Begriffs Heimat zu bedienen. Was steckt hinter dem Wort „Identität“? Das lateinische „idem“ – „dasselbe“, also gemeinsame Wesenszüge, Gemeinsamkeiten, die sich auch regional unterscheiden lassen – so wie „Wir Lauterbacher“ und „Die Vogelsberger“. Heimat bildet sich aus historisch entwickelten, gesellschaftlich akzeptierten Gemeinsamkeiten. Diese können materiell fassbare geografische Eigenschaften und immaterielle Dinge wie Sprache, Dialekt, Speisen und Getränke, Geschichte und Geschichten sein. Identität entsteht aus dem Dreiklang von Wir-Gefühl / Gemeinsamkeit, Geschichte / Landschaft und gemeinsames Bemühen.

Ernst Bloch sagte: „Heimat ist Arbeit“. Heimat ist nicht einfach da, wir müssen etwas dafür tun und wir wollen etwas dafür tun. Eine Verankerung der Menschen in der Region, in der sie leben – ohne Zwang, ohne Verordnung – unterstützt eine nachhaltige Regionalentwicklung von unten.

## Ergebnisse von Heimat-Umfragen

In vier Untersuchungen in Schleswig-Holstein und Niedersachsen sowie in den Flusstälern von Mittelrhein, Mosel und Nahe in Rheinland-Pfalz wurden die Menschen gefragt, was Heimat für sie bedeutet. Dabei wurden keine Antwortmöglichkeiten vorgegeben, sondern „offene Fragen“ gestellt.

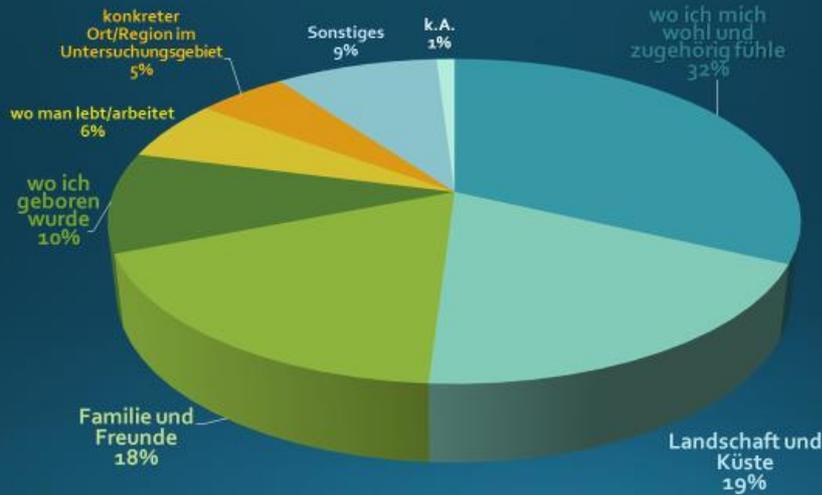


### Die Menschen an der deutschen Nordseeküste ...

... nannten auf die Frage „Was ist Heimat für Sie?“ in erster Linie „Wo ich mich wohl und zugehörig fühle,“ die „Landschaft und die Küste“ sowie „Familie und Freunde“. Heimat hat für sie also eine emotionale, eine soziale und eine räumliche Komponente. Räumlich betrachtet verbinden viele Menschen im Norden mit „Heimat“ einen einzelnen Ort. Aber für eine Reihe von Befragten ist Heimat auch ein größerer Zusammenhang. Sie bezeichneten Regionen wie Nordfriesland, die Wesermarsch u. a. als Heimat. Das mit Abstand wichtigste Symbol für Heimat ist in Schleswig-Holstein die Nordsee. Weitere Antworten sind den folgenden Grafiken zu entnehmen.

## Was ist für Sie Heimat?

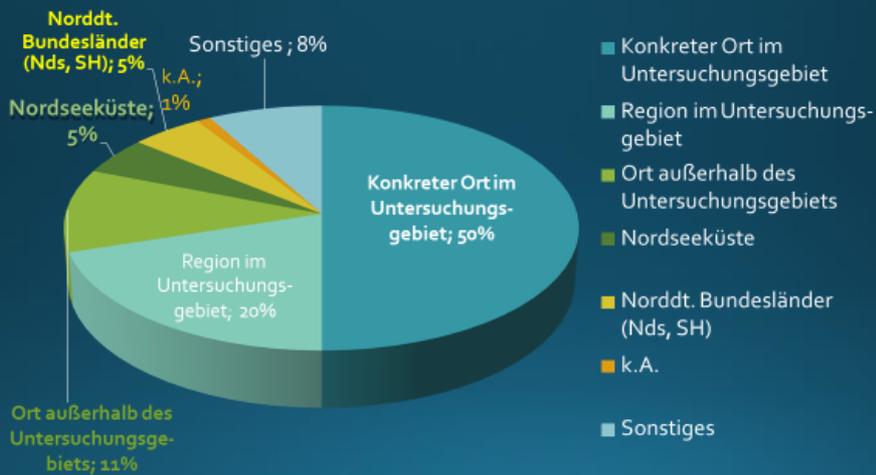
### Nordseeküste



n=1.468, Mfa Möglich

## Wo ist für Sie Heimat?

### Nordseeküste



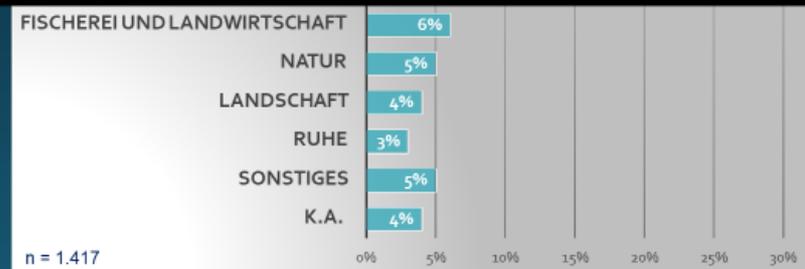
n=1.058, Mfa Möglich

## Was ist für Sie symbolisch in Ihrer Region?

Nordseeküste



*„Norddeutschland ist wie ein Pfannkuchen – das beste ist der Rand!“*

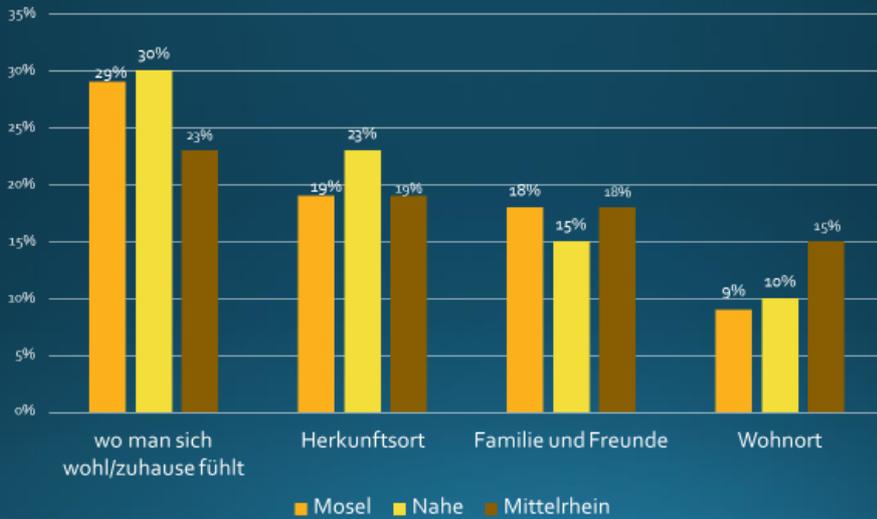


### Die Befragten in den Flusstälern ...

... von Mosel, Nahe und Mittelrhein verbinden mit Heimat ebenfalls überwiegend „da, wo man sich wohl fühlt“ und auch den Herkunftsort. Auf die Frage „Wo“ die Heimat ist, nannte die Mehrheit der Befragten einen Ort im jeweiligen Flusstal. Besonders einem Ort verbunden sind Menschen an der Nahe, während die Moselaner auch das Tal insgesamt als Heimat begreifen. Typisch für ihre Heimat ist allen Befragten der Wein – eine Assoziation, die am stärksten an der Mosel gilt. Aber auch der Fluss und die Landschaft stehen für Heimat. Am Mittelrheintal kommen die Burgen als typisches Element hinzu. Die folgenden Grafiken zeigen genauer, was Heimat für die Menschen an Mosel, Nahe und Mitterhein bedeutet, wo die Heimat liegt und was typisch dafür ist. Als Beispiel für weitere „Heimat-Indikatoren“ wurden typische Speisen und Getränke erfragt. Die folgenden Grafiken zeigen alle Ergebnisse im Einzelnen.

## Was ist für Sie Heimat?

### Flusstäler

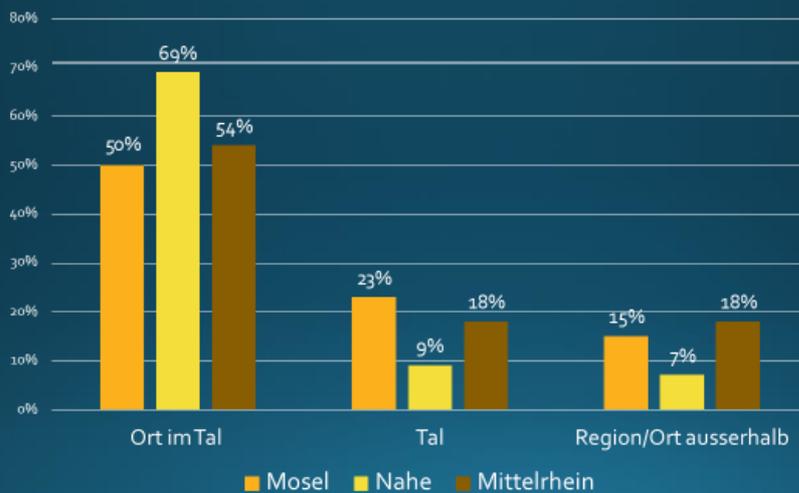


Mfa möglich

13

## Wo ist Ihre Heimat?

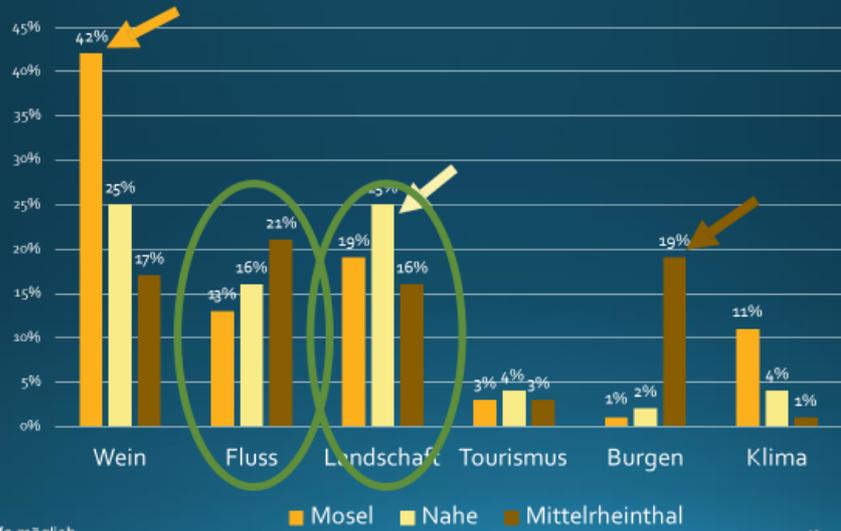
### Flusstäler



Mfa möglich

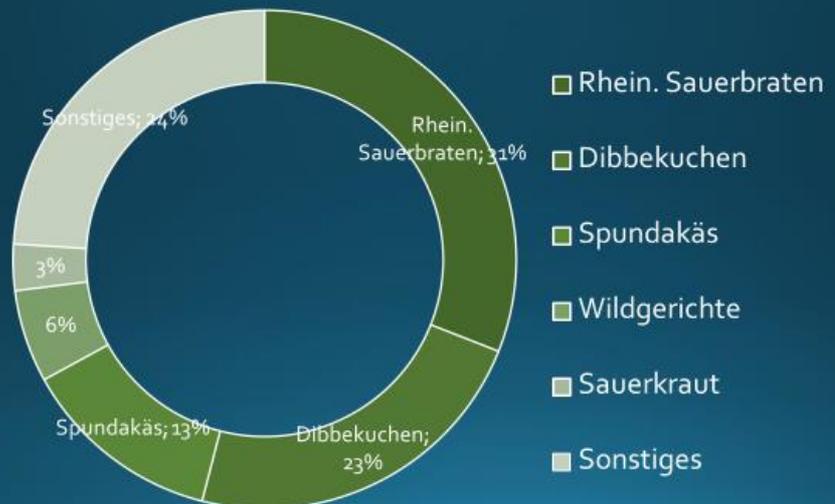
14

## Was ist für Sie typisch im ... Tal?



## Gibt es eine spezielle Speise?

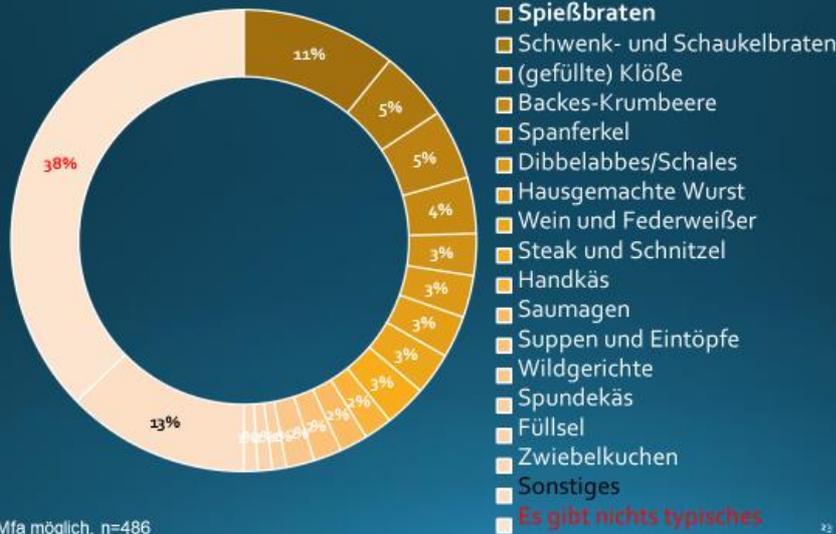
### Mittelrhein



Mfa möglich, n=646

## Gibt es eine spezielle Speise?

### Nahetal



Ernst Anton Brugger sagt: **Heimat ist da, wo ich Ursache bin.** Heimat ist also dort, wo ich verursache wie die Landschaft aussieht, wo ich daran mitwirke, dass wir uns gemeinsam fühlen, wo ich aber auch in der Verantwortung bin, etwas zu tun. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage: „Was tun Sie für die Erhaltung Ihrer Heimat?“

Brauchtum und Sprache pflegen, Regionalprodukte kaufen, Arbeiten und Steuern zahlen, das soziale Umfeld stärken, für Sauberkeit und Ordnung sorgen, im Verein aktiv sein, sich umweltbewusst verhalten sind wichtige Antworten an der Nordseeküste. Im Mittelrheintal lassen sich die Antworten zusammenfassen unter: Ehrenamtliche Vereinsarbeit und private Tätigkeiten. In beiden Regionen antworten 30 Prozent der Befragten, dass sie wenig oder gar nichts für die Heimat tun. Vielleicht ist es ihnen aber auch nicht bewusst, was sie zur ihrer Heimat beitragen. An der Nahe ist der Anteil derer, die sich über ihren Beitrag nicht im Klaren sind bzw., die angeben, nichts für ihre Heimat zu tun, mit über 50 Prozent mit Abstand am höchsten.

## Was tun Sie für die Erhaltung Ihrer Heimat?

Nordseeküste



## Was tun Sie für die Erhaltung Ihrer Heimat?

Mittelrheintal



## Heimat ist ...

- ... subjektiv und wird vom jeweiligen regionalkulturellen Umfeld bestimmt.
- ... zeit- und ortsabhängig und damit wandelbar.
- ... NICHT das gleiche wie Patriotismus

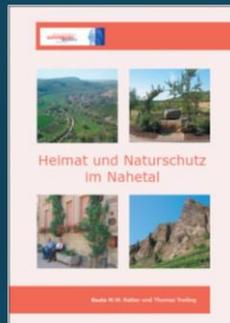
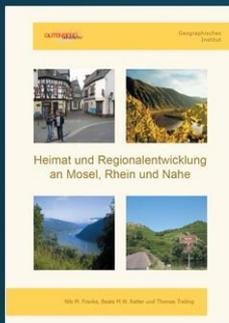
Heimat ist ein regionalkulturelles **Gefühl**.

## Regionale Identität als Aufgabe

1. Heimat generiert sich aus Tradition, ist aber nicht rückwärtsgewandt.
2. Eine starke Orts- und Regionalbezogenheit liefert die produktive Kraft für eine nachhaltige Regionalentwicklung.
3. Das Verständnis von und für Heimat ist für eine funktionierende, nachhaltige Regionalentwicklung von großer Bedeutung.

## Zum Weiterlesen ...

zu bestellen bei: [beate.ratter@hzg.de](mailto:beate.ratter@hzg.de)



Possekel, A.; Ratter, B. (2010):  
Küstenbilder: Was Menschen an der  
Nordseeküste über Heimat, Umwelt und Gefahren  
denken. Geesthacht.

Ratter, B. et al. (2009):  
Heimat, Umwelt und Risiko  
an der deutschen  
Nordseeküste  
GKSS-Bericht 9/2010.



## Die HOMEberger

Jonathan Linker, Anna Lysikow, Die HOMEberger

Die HOMEberger sind ein wachsender informeller Zusammenschluss von 24 (Einzel)Unternehmerinnen und Unternehmern aus dem Raum Homberg/Efze. Ihre Unternehmen gehören zu sehr unterschiedlichen Branchen. Darunter sind: Weberei, Schuhmacherei, Landwirtschaft, Technologie, Gastronomie, Kräutergartenbau, Einzelhandel, Bildhauerei, Unternehmensberatung, Kommunikation u.a. Die HOMEberger leben bewusst und gerne in Homberg und Umgebung und wollen deshalb zu einer nachhaltigen Entwicklung ihrer Heimatregion beitragen. Die Stärken, die das Leben auf dem Land hat, wollen sie auch nach außen deutlich machen. Ihr Hauptmedium ist die Website „Die HOMEberger“, auf der sie sich selbst, ihre Intentionen, ihre Lieblingsplätze in der Region sowie Einkaufs- und Ausflugsmöglichkeiten u. a. vorstellen – getragen vom Gedanken der Nachhaltigkeit und der Wertschätzung. Darüber hinaus führen die HOMEberger Aktionen durch wie z. B. Firmenerkundungen oder Rundfahrten.

HOMEberger

## Zur Entstehung der HOMEberger

Einen ersten Impuls gab der Bürgermeister der Stadt Homberg/Efze, mit der Bewerbung der Stadt um die Mitgliedschaft in der Cittaslow-Bewegung. Er lud 25 Menschen zu einer Klausurtagung in eine Cittaslow ein, um dort für die Stadt Homberg ein Cittaslow-Konzept zu entwickeln.

Die Kleinstadt Homberg hat sich damit ein mutiges eigenes Profil gegeben – auch dies war für die ersten HOMEberger ein Anlass, sich zu engagieren. Während der Konzeptentwicklung ist die Idee entstanden, „Leuchttürme“ der Region, die als Pate für die nachhaltige Entwicklung stehen können, zu zeigen. Fünf der jetzigen HOMEberger hatten zu einem Treffen in einen Leerstand eingeladen, um etwas Neues für die Region zu entwickeln. Daraus ist eine Vernetzung von kleinen Unternehmen, zumeist aus kreativen Branchen, entstanden, verbunden mit echter Aufbruchstimmung. Diesen Schwung haben die HOMEberger unabhängig von der Cittaslow-Bewegung genutzt, um ihre Region nachhaltig weiter zu entwickeln.

## Die Mission der HOMEberger

Wichtig ist den HOMEbergern die Wertschätzung untereinander. Die Zusammenarbeit eröffnet Einblicke in andere Herausforderungen, Ansichten, Sichtweisen u.a., ist interessant und macht liberal. Das Netzwerk basiert nicht auf wirtschaftlichen Interessen, sondern auf gemeinsamen Werten. Darüber hinaus spielt der persönliche Hintergrund eine wichtige Rolle. Für Herrn Linker zum Beispiel ist dies das nachhaltige Leben in einer Region, in der er aufge-

wachsen ist, in die er zurückgekommen ist, wo er Familie gegründet und Freunde gefunden hat. Nachhaltigkeit und Wertschätzung sind die Stichworte.



Bild: David Schreck

## Zur Finanzierung

Die HOMEberger finanzieren ihre Aktionen selbst, mit Ausnahme einer Förderung für die Website. Ein Beispiel sind die „Kaffeefahrten“. Der Plan war, zu zeigen wie viele schöne Cafés die Region hat und die Cafés bekannter zu machen. An 22 Sonntagen sollte jeweils ein Café im Mittelpunkt stehen. Die Cafés der Region wurden angesprochen und eingeladen mitzumachen. Die Anforderungen waren lediglich: Das Café muss an dem vereinbarten Sonntag geöffnet sein und Kaffee und Kuchen bereithalten. Weitere Kosten sollten den Cafés nicht entstehen. Dennoch waren die Reaktionen zögerlich. Der Werbe-Flyer für die Café-Aktion wurde von den HOMEbergern finanziert. Das heißt: 17 Unternehmer haben zum Flyer beigesteuert, obwohl sie selbst keinen direkten Nutzen davon haben. Auch die Website der HOMEberger präsentiert nicht nur ihre Lieblingsplätze in der Natur, sondern enthält auch Hinweise auf Restaurants, Cafés, Hotels, Geschäfte sowie Wanderwege und Kulturangebote der Region, die über das eigene Angebot der Mitgliedsunternehmen hinausgehen. Mit ihren Projekten wollen die HOMEberger die Stärken ihrer Region zeigen, ohne direkt davon zu profitieren. Entstehen Kosten, tragen sie diese gemeinschaftlich. Die HOMEberger stellen allerdings fest, dass es immer wieder auf Erstaunen stößt, wenn sie sich als Unternehmerinnen und Unternehmer gemeinsam für die Region engagieren, ohne einen direkten wirtschaftlichen Nutzen zu haben.

## Zur Übertragbarkeit

Aus Sicht von Herrn Linker war die Cittaslow-Initiative von Bürgermeister Ritz ein wichtiger Anstoß für das Engagement des Netzwerks. Durch die Cittaslow-Bewerbung hat die Stadt ihr Profil geschärft und Menschen für das Thema „Nachhaltigkeit“ begeistert und zu Aktionen motiviert. Später hinzugekommene Mitglieder der HOMEberger haben dann nicht mehr immer einen Bezug zu Cittaslow, die Initiative hat sich darüber hinaus selbständig entwickelt.

## Planungen für die Zukunft

- „Die Touren“  
Bei den Netzwerktreffen der HOMEberger hat jedes Mitglied die Möglichkeit, das eigene Unternehmen vorzustellen. Ohne diese Treffen wüssten selbst die HOMEberger nicht wie interessant die Unternehmen der Region sind. Daraus ist die Idee entstanden, Firmenbesichtigungen bei den HOMEberger-Unternehmen anzubieten. Für 2020 sind mehrere thematische „Touren“ zur Erkundung der HOMEberger geplant - im Kleinbus und mit regionalen Speisen und Getränken. Mit dieser Aktion kommen die HOMEberger aus der digitalen Welt ihrer Website, die zurzeit das wichtigste Medium ist, in die reale Welt.
- Summer of Pioneers  
In Homberg findet in diesem Jahr der 2. deutsche Summer of Pioneers statt. Im Summer of Pioneers können Städter, in der Regel „Digitalarbeiter“, für ein halbes Jahr das Landleben testen. 20 Pioniere werden von der Stadt Homberg eingeladen, den Sommer in einer Ferienwohnung und einem Co-Working-Space am Homberger Marktplatz zu verbringen. Als Gegenleistung sollen sie das Thema „Nachhaltigkeit in Homberg“ aus ihrem jeweiligen Blickwinkel weiterdenken. Nach Bewerbungsschluss lagen 50 Bewerbungen aus ganz Deutschland für einen Pioneer-Platz in Homberg/Efze vor. Für den ersten Summer of Pioneers interessierten sich auch zahlreiche überregionale Medien bis hin zur BBC, die für einen Bericht darüber nach Deutschland kam.



## Fragen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

- Kooperieren Sie mit den LEADER-Regionen?  
Nein, derzeit besteht keine Kooperation.
- Werden bestimmte Qualitätsansprüche an die Mitglieder der HOMEberger gestellt?  
Über neue Mitglieder entscheidet die Gruppe gemeinsam. Voraussetzung ist ein nachvollziehbar nachhaltiges Kerngeschäft, das von Unternehmern aus der Region aufgebaut und betrieben wird. Dabei wird auch Wert auf eigenverantwortliche Produktion möglichst vor Ort gelegt. Weil die HOMEberger ein Netzwerk von Unternehmern und nicht von Unternehmen sind, ist persönliches Engagement der Unternehmer gewünscht.

## Leben, arbeiten und erholen im Werra-Meißner-Kreis

Finja Mieth, Wirtschaftsförderungsgesellschaft Werra-Meißner-Kreis

Der Werra-Meißner-Kreis liegt im Nordosten Hessens angrenzend an das Bundesland Thüringen. Der Landkreis hat rund 100.000 Einwohnerinnen und Einwohner. Mit 99 Einwohnern je Quadratkilometer ist der Werra-Meißner-Kreis ein dünn besiedelter Landkreis. Für die Zukunft ist mit einer sinkenden Einwohnerzahl zu rechnen (bis 2025: - 4 %). Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Landkreis hat sich in den letzten Jahren erholt. Die Zahl der Arbeitslosen ist gesunken.



### Die WFG Werra-Meißner

Die Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Werra-Meißner-Kreises, die in diesem Jahr ihr dreißigjähriges Bestehen feiert, deckt die klassischen Aufgaben einer Wirtschaftsförderungsgesellschaft ab. Auch das Regionalmarketing gehörte schon immer zu den Aufgaben der WFG. Neu ist, dass die WFG nun eine enge Verknüpfung zwischen Wirtschaft und Leben in der Region herstellt, das heißt, den Landkreis als Wirtschaftsstandort und als Lebensraum vermarktet.

### 30 Jahre WFG - Entwicklung eines neuen Auftritts

Entwickelt wurde der neue Auftritt der WFG in Zusammenarbeit mit der im Landkreis ansässigen Diploma-Hochschule, die u.a. einen Studiengang „Gestaltung“ anbietet. 16 Studierendengruppen bearbeiteten ein Jahr lang die Frage „Wie kann man den Werra-Meißner-Kreis besser vermarkten?“ Da die Studierenden ein Fernstudium absolvierten und zudem nicht aus dem ländlichen Raum, sondern aus Großstädten wie Berlin, München und Hamburg kamen, ist ein Blick von außen auf den Werra-Meißner-Kreis entstanden. Stärken, die von den Einheimischen kaum noch wahrgenommen werden, weil sie einfach vorhanden sind, wurden durch die Auseinandersetzung mit den Ideen der Studierenden wieder ins stärker Blickfeld der WFG gerückt. So ist folgender Claim entstanden:

Wir haben was, was ihr nicht habt

- Luft – atmet sie ein!
- Platz – schaut ihn euch an!
- Stille – hört sie euch an!

## Ziele: Fachkräftesicherung wird immer wichtiger

Mit ihrem neuen Auftritt will die WFG die Unternehmen des Landkreises bei der Gewinnung von Fachkräften zu unterstützen. Um Arbeitskräfte von außerhalb für den Landkreis zu gewinnen und Einheimische, die für die Ausbildung oder die Arbeit fortgezogen sind, zur Rückkehr zu motivieren, sollen Website und Broschüre zeigen, wie schön es im Landkreis ist und dass für alles gesorgt ist. Sie stellen daher neben ansprechenden Bildern des Landkreises auch praktische Informationen für die Lebensbereiche „Gesundheit, Pflege und Soziales“, „Familie“, „Erholung“, Freizeit und Kultur“ sowie „Wohnen“ bereit.

## Zusätzlich zum Web: Eine Broschüre

Die WFG hat eine Broschüre aufgelegt, um zusätzlich zur online-Information auch ein konkretes Medium bereit zu halten, das Interessierten zugeschickt oder ausgehändigt werden kann. Ein Beispiel ist die Aktion „Land – Arzt – Leben“, eine Fahrt in den Werra-Meißner-Kreis für Marburger Medizinstudentinnen und -studenten, um diese für eine Landarztpraxis zu gewinnen. Die WFG hat dabei die Region präsentiert und die Broschüre als „Souvenir“ verteilt. Die Unternehmen können die Broschüre nutzen, um sie z. B. bei einem Bewerbungsgespräch auszuhändigen, so dass der Aspirant nicht nur das Unternehmen kennenlernt, sondern auch den möglichen künftigen Lebensraum für sich und seine Familie. Dafür könnte die Broschüre auch mit dem jeweiligen Firmenlogo versehen werden. Eine weitere Möglichkeit ist, dass die Unternehmen in ihren Stellenanzeigen direkt auf die Broschüre verlinken.



Quelle: Broschüre „Lebensraum Werra-Meißner-Kreis“ der Wirtschaftsförderungsgesellschaft Werra-Meißner-Kreis GmbH, 2020

## Weitere Maßnahmen

Als weitere Werbemaßnahme für den Werra-Meißner-Kreis plant die WFG im städtischen Raum Kästchen mit einem Stück Kunstrasen darin zu verteilen, um Aufmerksamkeit zu erzielen und für den Landkreis viel Natur und Platz zum Leben zu werben.

## Fragen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

- Gibt es im Werra-Meißner-Kreis für Neubürgerinnen und -bürger Helfer, die beim Zurechtfinden in der neuen Heimat unterstützen? Willkommenskomitees?  
Es gibt verschiedene Ansätze: Eine „Willkommens-Agentur“ wurde mit LEADER-Förderung gegründet. Außerdem soll ein ländlicher Co-Working-Space eröffnet werden. Dort wird auch die WFG einziehen, um nah an der Zielgruppe zu sein. Diese Projekte laufen gerade an.
- Leerstehende Häuser in den Ortskernen können häufig nur mit hohen Investitionen wieder bewohnbar gemacht werden. Gibt es dafür Unterstützung, finanzieller Art oder durch ein Leerstandsmanagement?  
Das ist von Kommune zu Kommune unterschiedlich. Kommunen die Förderschwerpunkte des Programms zur Dorfentwicklung sind, können dafür auf Fördermittel zugreifen. Ein bekanntes Beispiel ist die Stadt Wanfried. Hier hat sich eine Bürger-Expertengruppe zusammengefunden, die bei der Sanierung von Fachwerkhäusern berät.

## Fischbachtal AKTIV – Erlebnistag im Odenwald

Harald Feick, Verein zur Wirtschaftsförderung im Fischbachtal e.V.

Fischbachtal ist ein Beispiel für eine kleine Gemeinde, die aus eigener Kraft ihre Stärken nach außen und innen sichtbar macht. Fischbachtal liegt im südhessischen Landkreis Darmstadt-Dieburg und hat 2.700 Einwohnerinnen und Einwohner. Die Gemeinde konnte durch den Ausweis von Neubaugebieten über den Zuzug von Neubürgern die Bevölkerungszahl konstant halten. Der positive Trend wird sich voraussichtlich auch erst ab Mitte der 2020er Jahre ändern. Fischbachtal ist eine Auspendlergemeinde mit nur wenigen Arbeitsplätzen vor Ort.



### Am Anfang: Der Panoramawanderweg

Die Aktion Fischbachtal AKTIV ist eng verbunden mit dem Panoramawanderweg durch das Fischbachtal. Im Jahr 2000 wurden die Erlebnistage entlang des Panoramawanderweges zum ersten Mal durchgeführt. Fischbachtaler Gastronomen und Direktvermarkter haben sie ins Leben gerufen, um durch eine eigene, auf gewerbliche Betriebe beschränkte Aktion Umsatzeinbußen durch die zahlreichen Vereinsfeste auszugleichen. Mittlerweile ist Fischbachtal AKTIV eine Attraktion mit mehreren tausend Gästen, vorwiegend Familien mit Kindern. Das Veranstaltungsprogramm ist generationenübergreifend. Wichtig sind den Veranstaltern Aktionen für Kinder. Ein Beispiel dafür ist der Schreiner, der den Kindern beim Erlebnistag das Arbeiten mit Holz nahebringt.

Die Bekanntheit von Fischbachtal AKTIV ist für viele Neubürger der Kristallisationspunkt der Identifikation mit ihrem neuen Heimatort. Um die zugezogenen Familien mit Möglichkeiten und Attraktionen ihrer neuen Heimat vertraut zu machen, entstand der Reiseführer für Kinder „Mit dem blauen Brummi durch das Fischbachtal“, der auch als Broschüre vorliegt. Die Broschüre wurde z. T. durch LEADER-Mittel des Landkreises Darmstadt-Dieburg finanziert. Einen weiteren finanziellen Beitrag leisteten die Unternehmen, in dem sie „Seitenpatenschaften“ übernahmen. Die Seiten haben jeweils einen Bezug zum Patent-Unternehmen, zum Beispiel ein Foto des Geschäftsgebäudes oder eine kleine Geschichte zum Unternehmen. Dadurch konnte die Broschüre ohne klassische Werbeanzeigen realisiert werden.

Ausgangspunkt für die Geschichten in diesem Reiseführer ist die Fahrzeugflotte des örtlichen Transportunternehmers. Auf seinen Silofahrzeugen, die in ganz Europa unterwegs sind, sind großformatige Fotos mit Motiven des Fischbachtals und der Slogan „Meine Heimat Fischbachtal“ angebracht.

## Kultur und Nachhaltigkeit

Das Wahrzeichen der Gemeinde Fischbachtal ist Schloss Lichtenberg, eine von weitem sichtbare Buranlage im Renaissance-Stil mit mittelalterlicher Vorburg und einem Bollwerk. Zu Fischbachtal AKTIV werden außergewöhnliche Schlossführungen veranstaltet.

Das Fischbachtaler Wanderwegenetz ist geprägt von Themenwegen, die auf bürgerschaftliches Engagement zurückgehen. Der St. Jost Pilgerpfad ist auf eine ökumenische Initiative zurückzuführen. Der von der ortsansässigen Initiative für Nachhaltigkeit „Fischbachtal kreativ“ angelegte „Pfad der Vielfalt“ wurde inzwischen vom Hessischen Umweltministerium im Rahmen der UN-Dekade für biologische Vielfalt ausgezeichnet. Der Wanderweg macht die geologische, geografische, wirtschaftliche und kulturelle Vielfalt der kleinen Gemeinde Fischbachtal erfahrbar und begreifbar.

Auf Betreiben eines Nebenerwerbs-Obstbauern hat sich eine Gruppe gebildet, die aktuell eine Erfassung, Katalogisierung und Ergänzung der Baumbestände der örtlichen Streuobstwiesen vornimmt. Anspruch ist, die Gemeinde zum Tal der tausend Obstsorten zu entwickeln.

## Organisation/Finanzierung übernehmen die Betriebe

Fischbachtal AKTIV gibt es nun schon eine lange Zeit. Wie schafft man es, dass die Mitwirkenden sich immer wieder beteiligen? Schließlich muss die gesamte Arbeit zusätzlich zum eigentlichen Geschäft erledigt werden.

Die Aktion wird ausschließlich von den Veranstaltern organisiert, abgesehen von Verkehrsregelungen durch die Gemeindeverwaltung. Auch die Finanzierung von Organisation, Werbung etc. tragen die teilnehmenden Betriebe. Fördermittel werden nicht eingesetzt. Die einzelnen Angebote werden von den teilnehmenden Betrieben organisiert. Sie finanzieren sich aus den erzielten Gewinnen.

Schwieriger ist es mit den vor- und nachbereitenden Arbeiten zum Beispiel die Gestaltung von Broschüre oder Flyer, das Einwerben von Anzeigen, die Abstimmung der Angebote, um Doppelungen zu vermeiden usw. Eine treibende Kraft ist Herr Feick, der von einem kleinen Team unterstützt wird. Dabei zeigt sich auch in Fischbachtal das übliche Bild: Es ist eine Handvoll Menschen, auf die Verlass ist und die an vielen Stellen mitwirken.

## Viele Gäste sind Familien aus dem Rhein-Main-Gebiet

Mittlerweile hat das kleine Fischbachtal an den Erlebnistagen ein großes Einzugsgebiet. Es kommen Gäste aus einem Umkreis von 25 bis 50 km, aus Darmstadt sowie aus den Landkreisen Groß-Gerau, Offenbach und Bergstraße. Zumeist sind es Menschen aus mehr städtischen / industriell und weniger ländlich geprägten Gegenden.

Die Gäste von außerhalb kommen hauptsächlich wegen des Events ins Fischbachtal, darüber hinaus eher selten. Ein nachhaltiges Interesse entsteht eher nicht. Nach innen allerdings haben die Erlebnistage für Fischbachtal identitätsstiftende Wirkung. Das gilt nicht nur für Alteingesessene, sondern auch Neuzugezogene identifizieren sich durch die Erlebnistage mit Fischbachtal.

## Weitere Aktive

Die Erlebnistage sind eine Aktivität der Gewerbetreibenden. Darüber hinaus gibt es in der Gemeinde viele ehrenamtlich Tätige. Darunter ist zum Beispiel eine Gruppe, die Themenwanderwege entwickelt und dort auch Führungen durchführt.

Wohnen auf dem Land hat eine gute Zukunft. Arbeiten auf dem Land in Fischbachtal ist schwieriger, da das Fischbachtal für Einpendler nur sehr schwer zu erreichen ist. Durch eine stärkere Kooperation zwischen Gemeinden und Landkreisen könnten weitere Potenziale für das Landleben gehoben werden, indem die Erreichbarkeit, auch am Wochenende, verbessert wird.

## Fragen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

- Wie viele Betten für Übernachtungsgäste gibt es in den Fischbachtaler Betrieben? Könnte eine Wandergruppe untergebracht werden?  
In Fischbachtal gibt es trotz Bemühungen kein Hotel mit 50 Betten, um zum Beispiel eine Busgesellschaft aufnehmen zu können. Allerdings bieten mehrere Betriebe 10 bis 20 Gästebetten, so dass eine größere Gruppe zumindest dezentral untergebracht werden könnte.  
Daneben gibt es einen Campingplatz mit Naturschwimmbad, der neben Zelt- und Wohnmobilplätzen auch Ferienwohnungen und Lodges anbietet.
- Findet Fischbachtal AKTIV immer am selben Wochenende statt?  
Ja, immer am vierten Wochenende im September.
- Wie kann man Menschen im ländlichen Raum halten?  
Eine Idee wäre: Die Einrichtung eines Co-Working-Space für Arbeitskräfte aus den umliegenden Gemeinden im Lichtenberger Schloss, das sich im Eigentum des Landes befindet.



Foto: Harald Feick

## network Waldeck-Frankenberg - jung, digital, innovativ

Steffen Öhl, Network Waldeck-Frankenberg

network Waldeck-Frankenberg wurde 2015 gegründet als Karrierenetzwerk von jungen Studierenden aus dem Landkreis. Sie hatten sich zum Ziel gesetzt, den Kontakt zwischen Unternehmen aus dem Landkreis und jungen Menschen, die zum Studieren fortgezogen sind, zu ermöglichen und ggf. Fortgezogenen Möglichkeiten zur Rückkehr aufzuzeigen. Während das Netzwerk sich zu Beginn auf Studierende und junge Akademiker konzentrierte, werden jetzt Talente allgemein angesprochen. Das Netzwerk folgte damit einer Anregung aus der Unternehmerschaft, die Fachkräfte aller Bildungsabschlüsse benötigt.

**network**  
WALDECK-FRANKENBERG

### Die Angebote

Um Unternehmen und junge Menschen zu vernetzen, bietet network Waldeck-Frankenberg Events in unterschiedlichen Formaten an. Ein Format sind Workshops für Studierende, die an einem Wochenende in einem Unternehmen eine konkrete Fragestellung des Unternehmens bearbeiten. In einem Beispiel lautete die Fragestellung: „Wie kann der Eintritt in den kanadischen Markt gelingen?“ Die Ergebnisse stellten die Studierenden der Geschäftsführung vor und das anschließende Get-Together gab ausreichend Gelegenheit zum zwanglosen Austausch.

In einem anderen Workshop beim größten Arbeitgeber der Region wurde der Frage nachgegangen: Wie können wir als Unternehmen als Ausbildungsbetrieb im Landkreis attraktiver werden?

Darüber hinaus organisiert network Waldeck-Frankenberg Exkursionen, so zum Beispiel die „Digitalreise“ nach Frankfurt, die die Digitalisierung einmal mehr erfahrbar machen sollte. Gemeinsam mit Vertreterinnen und Vertretern aus den Partnerunternehmen wurden unter anderem die School of Finance & Management in Frankfurt und das TechQuartier besucht.

Jährlich findet bei einem „Kamingespräch“ eine Diskussion mit Vertreterinnen und Vertretern der Partnerunternehmen des Netzwerks zu einem aktuellen Thema statt.

Das - an der Teilnehmerzahl gemessen - größte Event, welches network Waldeck-Frankenberg zusammen mit den Partnerunternehmen und -institutionen organisiert ist die „Nightwork“, die Nacht der Unternehmen. Ende August öffnen dabei sechs Unternehmen zwischen 18 und 23 Uhr ihre Türen für junge Besucher. Die Besucherinnen und Besucher lernen die Unternehmen und Karrierewege und auch die Innovationskraft der Unternehmen kennen. Mit einem Shuttle-Bus sind die Stationen leicht erreichbar und die Night Work endet mit einer Disco-Party in der Fabrikhalle eines Partnerunternehmens.

Tradition hat auch das Weihnachtsmarkt-Treffen in Korbach, bei dem sich alle, die zum Weihnachtsfest nach Hause kommen, treffen und austauschen können.

Ein Special Event war 2018 der Hessestag. Zehn Tage gestaltete network Waldeck-Frankenberg zusammen mit der Wirtschaftsförderung Korbach den „Platz der Innovation“. Auch hier hatten Unternehmen die Gelegenheit, sich und ihre Innovationskraft sowie Karrierewege zu zeigen. network Waldeck-Frankenberg bespielte eine Aktionsbühne mit verschiedenen Formaten, zum Beispiel mit einem Pitch Contest.



## Zielgruppenansprache

Zur Zielgruppenansprache werden neben der Website die sozialen Medien genutzt. Das Netzwerk lebt aber vor allem von den persönlichen Kontakten, durch die Ideen und Formate weitergetragen werden. Heute hat network Waldeck-Frankenberg über 50 Partnerunternehmen und -institutionen. Die Bandbreite reicht von Großunternehmen bis zum kleinen Handwerksbetrieb und Institutionen wie dem Landkreis und Gemeinden.

In der Anfangszeit haben die Gründer von network Waldeck-Frankenberg – seinerzeit noch Studierende – eine „Roadshow“ zusammengestellt und Unternehmen persönlich aufgesucht, um ihr Projekt vorzustellen. Sie stießen durchweg auf positive Resonanz und mittlerweile ist es so, dass auch Unternehmen selbst den Kontakt zu network Waldeck-Frankenberg suchen.

## Arbeitsorganisation

Das Kernteam von network Waldeck-Frankenberg besteht aus neun Personen, vier Gründer, zwei Manager, ein Verantwortlicher für Social Media und das Online-Magazin sowie Projektmitarbeiter. network Waldeck-Frankenberg arbeitet projektorientiert, so dass die Belastung der Einzelnen an die persönliche Situation angepasst werden kann. Um die anliegenden Arbeiten zu besprechen, treffen sich die Mitwirkenden einmal pro Woche virtuell.

## Finanzierung

Das Netzwerk finanziert sich über Beiträge der Partner. Diese sind in Basic-, Classic- und Premium-Partnerschaft gestaffelt. Der Partnerschaft entsprechend haben die Unternehmen Anspruch auf unterschiedliche Leistungen, zum Beispiel kostenfreie Stellenanzeigen auf der Website. Einzelne Workshop-Angebote sind als Kostendeckungsbeitrag kostenpflichtig.

## Heimat Waldeck-Frankenberg

Der Heimatgedanke spielt für die Gründung von network Waldeck-Frankenberg eine große Rolle. Am Anfang stand die Feststellung, dass viele Freunde und Bekannte der Gründer den Landkreis verlassen wollten, weil es dort keine Karrieremöglichkeiten gebe. Dem wollte network Waldeck-Frankenberg etwas entgegensetzen und vor Augen führen, welche Möglichkeiten die örtlichen Unternehmen bieten. Vermittlungserfolge sind zwar schwer zu zählen, aber 40 bis 50 Vermittlungen vom Praktikumsplatz bis zur Vollzeitstelle sind zu veranschlagen.

## Fragen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

- Im Landkreis gibt es eine Reihe von Institutionen, die sich um die Entwicklung des Kreises und die Wirtschaftsförderung kümmern – arbeitet network Waldeck-Frankenberg mit diesen zusammen?  
Mit allen Institutionen besteht eine gute Kooperation, sie stehen in engem Austausch und stimmen die jeweiligen Formate ab.  
Auch aus Sicht des Landkreises Waldeck-Frankenberg leistet das Netzwerk eine wichtige Arbeit. Man arbeitet regelmäßig und in gutem Miteinander zusammen ohne Doppelungen aufzubauen. Auch die Kreisverwaltung nimmt die Angebote von network Waldeck-Frankenberg wahr, so zum Beispiel einen Design Thinking Workshop.
- Welche Gesellschaftsform hat network Waldeck-Frankenberg? Wie ist das Verhältnis von Hauptamt zu Ehrenamt? Wie ist es zur Gründung gekommen?  
Begonnen hat network Waldeck-Frankenberg als GbR. Im Sommer 2019 wurde in eine GmbH umfirmiert. Ins Leben gerufen wurde das Netzwerk

2015 von vier, damals noch jungen Männern. Mit wachsendem Angebot stieg auch der Unterstützungsbedarf. Um Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu gewinnen, hat network Waldeck-Frankenberg Anzeigen geschaltet. Studierenden bietet das Netzwerk die Möglichkeit zu einer qualifizierten Mitarbeit. Jetzt bieten zunehmend junge Menschen aktiv ihre Mitarbeit an.

- Ist network Waldeck-Frankenberg bei der Stellenvermittlung spezialisiert?

Zu Beginn standen Berufseinsteiger im Vordergrund. Heute werden Stellenanzeigen für jede Berufsphase aufgenommen – vom Professional und Azubis bis hin zu Praktikanten und sogar Famulaturen.

- Worin sehen die Unternehmen der Region die Vorteile von network Waldeck-Frankenberg im Vergleich zu anderen Jobportalen?

Wichtig sind die persönlichen Kontakte in die Zielgruppe und zu den Unternehmen. network Waldeck-Frankenberg hat dadurch bei jungen potenziellen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine größere Glaubwürdigkeit als anonyme Jobportale.

- Was bietet das Design-Thinking-Team?

network Waldeck-Frankenberg initiierte Workshops zum Design-Thinking und bringt damit diese agile Methode auch in den ländlichen Raum.

## Schlusswort

Matthias Trümner, Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Der ländliche Raum bzw. die Gleichwertigkeit der Lebensbedingungen finden zurzeit auf Bundes- und Landesebene große Beachtung. Aber nicht nur im politischen Diskurs haben diese Themen einen hohen Stellenwert gewonnen. Auch ganz praktisch findet die gewachsene Aufmerksamkeit ihren Niederschlag: Die Fördermittel für den ländlichen Raum wurden deutlich erhöht.

Diesen Rückenwind sollten wir miteinander nutzen.

Die ländliche Regionalentwicklung ist in Hessen in einer besonderen Situation, da hier über die Bewilligung von Fördermitteln in den Fachverwaltungen bei den Landräten und Landrätinnen entschieden wird, also mit großem ortsspezifischen Knowhow und nicht am grünen Tisch. Diese Struktur ist eine gute Voraussetzung, um gemeinsam die besten Ergebnisse zu erzielen. Zurzeit beginnt die Vorbereitung der neuen EU-Förderperiode. In einem gemeinsamen Prozess soll kritisch evaluiert werden, welche Rahmenbedingungen der Förderung Bestand haben sollen und was anders gemacht werden muss, um die Förderung für die Zukunft besser aufzustellen - zum Beispiel damit Fördermittel schneller in den Projekten ankommen.

Im Hessischen Umweltministerium ist auch die Stabsstelle „Ländliche Räume“ angesiedelt. Ihre Aufgabe ist es, das Engagement aller Ressorts der Landesregierung für die ländlichen Räume zu koordinieren.

Für die ländlichen Räume ist viel in Bewegung – das ist eine große Chance. Zwei Themen wurden heute häufig angesprochen: Das Ehrenamt und die Digitalisierung.

Viele Dinge, die im Praxisforum erwähnt wurden, wären ohne Ehrenamt nicht möglich. Deshalb ist es wichtig, den Wert des Ehrenamtes und die Wertschätzung für ehrenamtliches Engagement zu vermitteln. Gleichzeitig darf das Ehrenamt auch nicht überfrachtet werden, nicht alles kann das Ehrenamt leisten. Hier ist ein kluger Umgang gefragt.

Von grundlegender Bedeutung für eine nachhaltig Entwicklung des ländlichen Raums ist die Digitalisierung: Sie macht es möglich, dass Menschen sich virtuell vernetzen und dann – analog – zum konkreten Handeln zusammenfinden.

## Projekte des Praxisforums sowie weitere Beispiele und Informationsquellen

[Die Homberger](#)

[Wirtschaftsförderung Werra-Meißner-Kreis](#)

[Fischbachtal AKTIV](#)

[network Waldeck-Frankenberg](#)

[Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz](#)

[Stadt Lauterbach](#)

[Vogelsbergkreis](#)

Heimat und Regionalentwicklung an Mosel, Rhein und Nahe

Heimat und Naturschutz im Nahetal

Heimat und Naturschutz im Mittelrheintal

Zu bestellen bei [beate.ratter@hzg.de](mailto:beate.ratter@hzg.de)

Ratter, B. et al. (2009): Heimat, Umwelt und Risiko an der deutschen Nordseeküste, GKSS-Bericht 9/2010

Possekkel, A.; Ratter, B. (2010): Küstenbilder: Was Menschen an der Nordseeküste über Heimat, Umwelt und Gefahren denken, Geesthacht.

[Spiel- und Standbein ermöglichen“ - Kurz: SuSe](#)

[Das Gute Leben](#)

[Silicon Vilstal – Die Mitmachinitiative aus Niederbayern](#)

[„Zwölfeinhalb“ Film zum Silicon Vilstal Hub der Grünen Woche 2020](#)

[Raumpionierstation Oberlausitz Willkommen in unserer schönen Pampa](#)

[Die Grüne Werkstatt Wendland](#)

[Freiraum für Macher Das Fichtelgebirge erwartet dich](#)

Vgl. auch „Ein bisschen anders“, Timo Fräsch, FAZ vom 09.05.2020

---

## Gelobtes Land

### Regionalmarke Eifel. Wir sind Eifel.

### Zukunftsdiskurs: Raumbezogene Identitäten verstehen und nutzen - Eine Chance für zukunftsorientierte Regionen

#### Urbane Dörfer

Versch. Verfasser, Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung,  
Neu-land21 e.V. (Hrsg.), Berlin 2019

#### Brand eins 05 / 2019

Hier ist noch Platz – Chancen in der Provinz

#### Nachdenken über Heimat als öffentliche Aufgabe

Uwe Altröck, Informationen zur Raumentwicklung, 2 / 2019

### Andreas Hermes Akademie: Ländliche Räume neu verstehen

### Ohne Anspruch auf Vollständigkeit