



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

BULE^{plus}
Bundesprogramm
Ländliche Entwicklung
und Regionale Wertschöpfung

Digitales Land – so gelingt's!

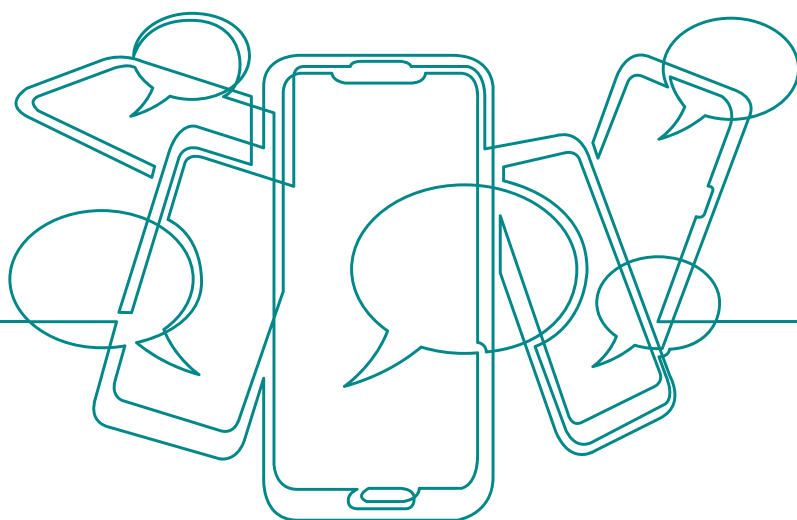
Erfahrungen aus der BULEplus-Fördermaßnahme Land.Digital

AUS DER PRAXIS FÜR DIE PRAXIS



bmel.de   





Liebe Leserinnen und Leser,

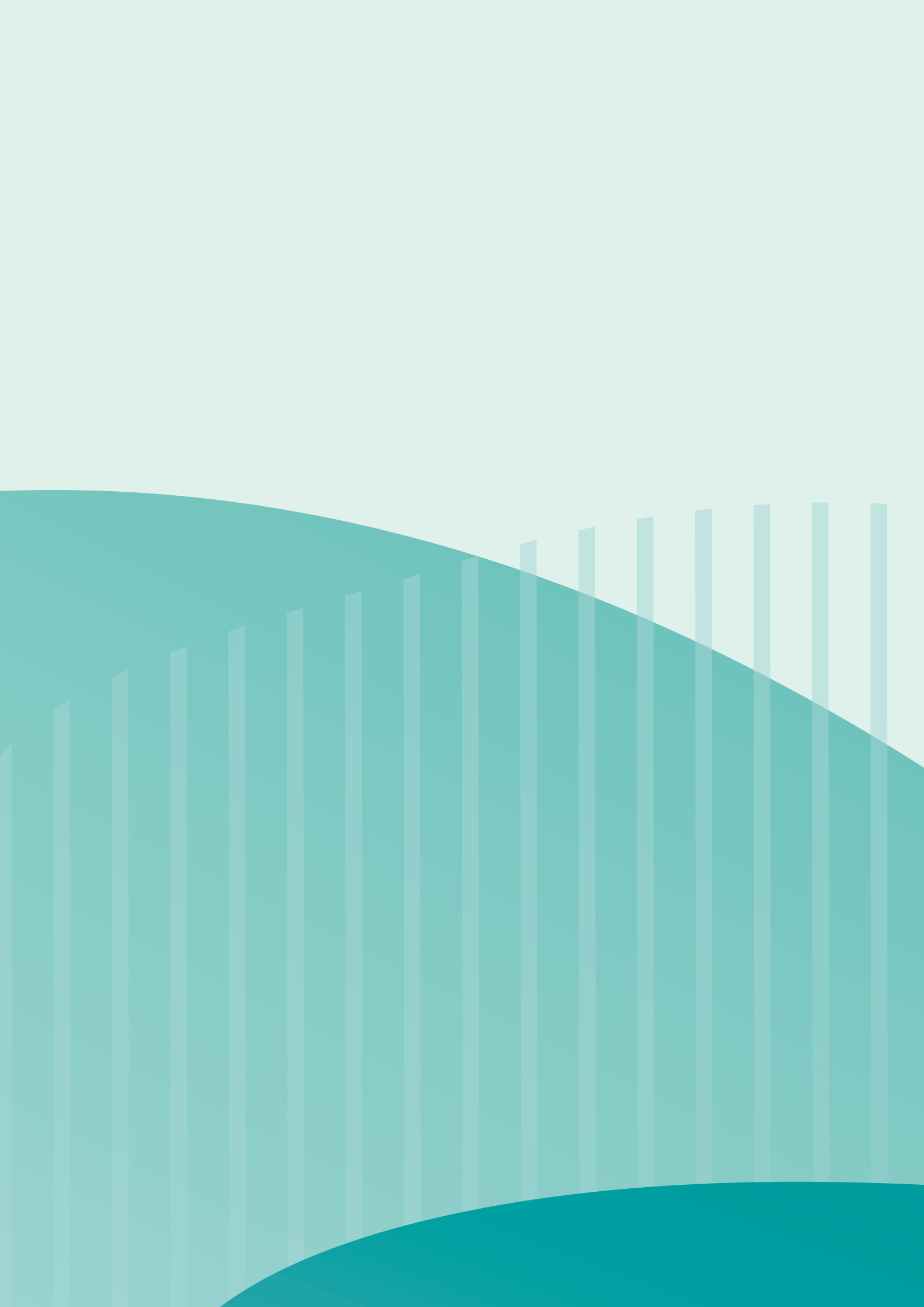
Digitalisierung ist dann erfolgreich, wenn sie den Menschen einen direkten Nutzen bringt. Das zeigen zahlreiche Projekte der Fördermaßnahme „Land.Digital: Chancen der Digitalisierung für ländliche Räume“, die das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) im Rahmen des Bundesprogramms Ländliche Entwicklung und Regionale Wertschöpfung (BULEplus) mit fast neun Millionen Euro gefördert hat.

Zwischen 2017 und 2022 wurden insgesamt 48 Projekte im Rahmen von „Land.Digital“ umgesetzt. Neben Kommunen und Landkreisen konnten auch private Unternehmen, Vereine, Universitäten und Hochschulen ihre Ansätze erforschen und realisieren. Das übergeordnete Ziel war es, mit Hilfe digitaler Technologien die Attraktivität der ländlichen Räume zu stärken und die Lebensqualität der Menschen vor Ort zu verbessern. Dabei stand im Fokus, die Chancen und Potenziale der Digitalisierung in der Praxis zu erproben. Zugleich sollten die gewonnenen Erfahrungen und Erkenntnisse sowie der Umgang mit Hindernissen analysiert und daraus Handlungsempfehlungen für zukünftige Projekte entwickelt werden.

Im Laufe des Förderzeitraums von „Land.Digital“ wurde die Bedeutung digitaler Anbindung und Lösungen nochmal deutlicher, auch aufgrund der COVID-19-Pandemie. Das erstreckte sich auf alle Themenfelder der Projekte: Wirtschaft, Arbeit und Fachkräfte, sozialer Zusammenhalt und Zusammenleben, Gesundheit, Mobilität, Einzelhandel und Dienstleistungen.

Die vorliegende Broschüre, die auf der Auswertung der Fördermaßnahme und den Erfahrungen der Projektbeteiligten beruht, zieht Schlussfolgerungen und gibt Empfehlungen für die Politikgestaltung in ländlichen Regionen. Praxisbeispiele liefern wertvolle Anstöße für die Umsetzung entsprechender Projekte, regen zum Erfahrungsaustausch und der Weiterentwicklung bestehender Ansätze an.

*Ihr Redaktionsteam im Bundesministerium für
Ernährung und Landwirtschaft*



INHALT

1

*Digitalisierung als
Chance für ländliche
Räume 6*

2

*Von der
Digitalisierung
profitieren:
So gelingt's! 16*

3

*Erfolgsfaktoren
für die Praxis 32*

4

*Fördermöglichkeiten
für Projekte zur
Digitalisierung 44*

1

Digitalisierung als Chance für ländliche Räume

Mobilität, Nahversorgung, Zusammenleben, Arbeiten, Bildung, Gesundheitsversorgung – ländliche Räume stehen vor Herausforderungen in unterschiedlichen Themenfeldern. Zugleich verändern sich Lebens- und Arbeitsweisen durch die fortschreitende Digitalisierung rasant. Inwiefern die ländlichen Räume von den neuen Möglichkeiten der Digitalisierung profitieren und wie entsprechende Lösungen zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen aussehen können, wurde in den Projekten der Fördermaßnahme „Land.Digital: Chancen der Digitalisierung für ländliche Räume“ im Rahmen des Bundesprogramms Ländliche Entwicklung und Regionale Wertschöpfung (BULEplus) erprobt.

Die Digitalisierung bietet vielfältige Ansatzpunkte, die es zu nutzen gilt. Videotelefonie, Messenger, Homepages, Apps, Automaten und Roboter – all dies sind Beispiele für digitale Lösungen, die sich in unterschiedlichen Handlungsfeldern einsetzen lassen. Zusammengefasst sind die Potenziale der Digitalisierung dabei:

- **Virtualisierung** von Leistungen ermöglicht eine Einsparung von Wegen und Zeiten. Dies spart einerseits Kosten, weil zum Beispiel Ärztinnen und Ärzte nicht mehr unbedingt teure Arbeitszeiten im Auto zubringen oder Güter nicht erst physisch hergestellt und dann transportiert werden müssen (z. B. Zeitungen oder Bücher). Gleichzeitig ermöglicht diese Virtualisierung eine bessere Arbeitsteilung, wenn zum Beispiel eine speziell weitergebildete medizinische Fachangestellte den aufwändigen Hausbesuch übernimmt und die Arztpraxis digital eingebunden wird. Ein anderer exemplarischer Anwendungsbereich der Virtualisierung ist der Online-Handel.
- **Vernetzung** von Leistungen kann Angebote attraktiver machen und so zusätzliche Nachfrage generieren. Ein Beispiel sind Mobilitätsangebote, die so verknüpft werden, dass Kundinnen und Kunden ohne Rücksicht auf unterschiedliche Verkehrsträger eine Reiseroute buchen und nutzen können. Vernetzung kann darüber hinaus dazu führen, dass die Anbietenden von Kostenersparnissen profitieren, beispielsweise über ein gemeinsames Abrechnungssystem. Und schließlich kann die Vernetzung dafür sorgen, dass zusätzliche Ressourcen mobilisiert oder intensiver genutzt werden (z. B. Ehrenamtsbörsen, Crowdfinancing, Sharingplattformen).
- **Automatisierung** ersetzt relativ teure, durch menschliche Arbeitskraft erbrachte Leistungen durch Maschinenleistungen. Beispiele sind autonome Fahrzeuge, Bots für Informationen oder „intelligente“ Warenausgabautomaten, die eigenständig Bestände verwalten und nachordern. Auch dies ist vor allem ein Kostenvorteil, der im Einzelfall dann Qualitätsvorteile ermöglicht, wenn Maschinen die Arbeit zeitlich und qualitativ besser erledigen können. Die dadurch erzielte Kostensenkung erlaubt zudem, wirtschaftliche Tragfähigkeitsgrenzen abzusenken, so dass Angebote auch bei niedriger Bevölkerungsdichte und entsprechend geringerer Nachfrage bereitgestellt werden können.

DAS BUNDESPROGRAMM LÄNDLICHE ENTWICKLUNG UND REGIONALE WERTSCHÖPFUNG



Die Bundesregierung hat sich zum Ziel gesetzt, ländliche Regionen als attraktive, lebenswerte und vitale Lebensräume zu erhalten und gleichwertige Lebensverhältnisse in Deutschland zu schaffen. Daher fördert das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) mit dem Bundesprogramm Ländliche Entwicklung (BULE) seit 2015 bundesweit innovative Ansätze der ländlichen Entwicklung. Seit 2023 wurde das BULE zum Bundesprogramm Ländliche Entwicklung und Regionale Wertschöpfung (BULEplus) thematisch erweitert. Das Kompetenzzentrum Ländliche Entwicklung (KomLE) in der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) setzt das Bundesprogramm im Auftrag des BMEL um. Neue Ideen und zukunftsweisende Lösungen für aktuelle und künftige Herausforderungen in ländlichen Regionen werden erprobt, unterstützt, systematisch ausgewertet und die Erkenntnisse daraus bekannt gemacht.

Ziel des BULEplus ist es, bundesweit Impulse für die ländliche Entwicklung zu geben und über praxisnahes, zielgruppengerecht aufbereitetes Wissen langfristige Wirkungen zu erzielen. Erkenntnisse aus den geförderten Vorhaben liefern das nötige Wissen und praktische Empfehlungen, um erfolgreiche Konzepte auch auf andere Regionen zu übertragen. So können gute Ideen überregionale Wirkung entfalten und weiterer Erprobungs-

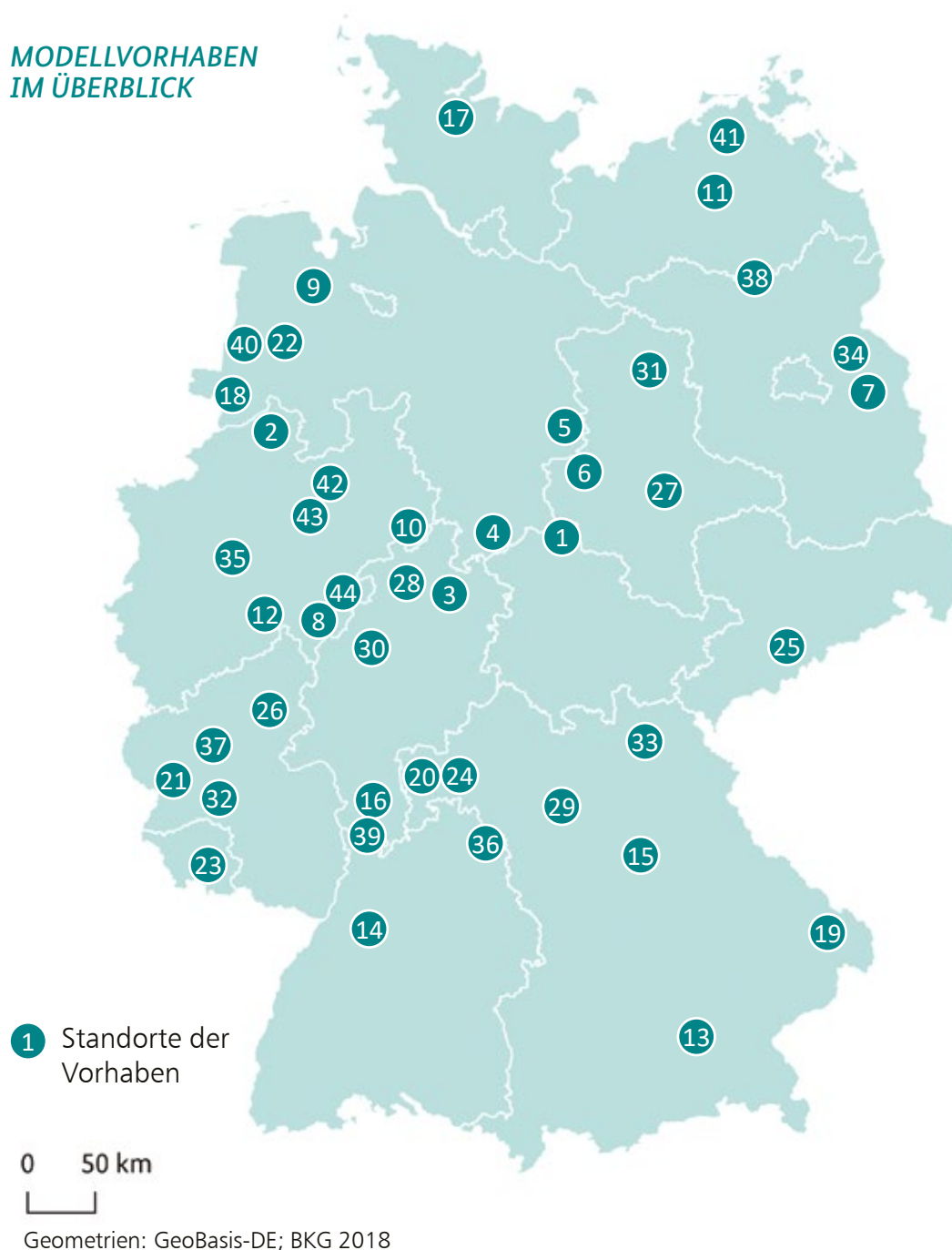
Handlungs- und Forschungsbedarf aufgedeckt werden. Darüber hinaus fließen die Erkenntnisse in die künftige Politikgestaltung auf Bundes- und Länderebene ein und werden dafür genutzt, die Regelförderung für ländliche Entwicklung zu optimieren.

Die Fördermaßnahme Land.Digital

Mit der Fördermaßnahme Land.Digital wurden bundesweit 48 Modell- und Demonstrationsvorhaben zwischen 2017 und 2022 vom BMEL mit 8,5 Mio. Euro gefördert.¹ Insgesamt 61 Projektverantwortliche erprobten in Einzel- oder Verbundprojekten ihre Ideen zur Stärkung ländlicher Räume und des dortigen Zusammenlebens. Die Vielfalt der Ansätze und Themenfelder war beeindruckend. Die Projektideen reichten von digitalen Netzwerken zur Unterstützung des Dorflebens über Online-Marktplätze und Vermarktungssysteme bis hin zu digital unterstützten Mobilitätslösungen.

¹ Im engen Sinne wurden im Rahmen von Land.Digital 47 Vorhaben gefördert. Im Dezember 2020 wurde zusätzlich das thematisch passende Projekt NeaWiS der Hochschule Ansbach in die fachliche Auswertung aufgenommen. Die nachfolgenden Ausführungen beziehen sich auf alle 48 Vorhaben.

MODELLVORHABEN IM ÜBERBLICK



Nr.	Vorhaben	Ort / Region des Vorhabens
1	A.i.R. – Aktiv in der Region	Nordhausen/Harz
2	Apotheke 2.0	Region Kreis Steinfurt
3	BOLD	Schwalm-Eder-Kreis
4	bremke.digital	Gleichen, Landkreis Göttingen
5	DICTUM-Rescue	Landkreis Helmstedt
6	DiNeNa	Einheitsgemeinde Huy und Osterwiek, Landkreis Harz
7	DigiCoM	Steinhöfel
8	Digitale Dorf.Mitte	Bad Berleburg, Bad Laasphe, Erndtebrück (Region Wittgenstein)

9	Digitale Selbsthilfe auf dem Land (DSL-Demenz)	Landkreise Wesermarsch, Oldenburg und Vechta
10	DiNa	Warburg
11	Dorfkonsum Plus	Mecklenburgische Schweiz und Umgebung
12	DorfWohnen.digital	Reichshof, Ortsteil Wildbergerhütte
13	Drei-KON	Landkreis Ebersberg
14	EAT-Regional	Baden-Württemberg mit Schwerpunkt Pforzheim/Enzkreis
15	FaKraftNeu	Landkreis und Große Kreisstadt Neumarkt in der Oberpfalz
16	HO ²	Landkreis Bergstraße und Odenwald
17	Hütti macht mobil!	Hüttener Berge
18	Ick bün all dor	Grafschaft Bentheim; Gemeinden: Laar, Ohne, Samern, Wettringen
19	ILE.Digital	Ilzer Land
20	Internet-basierte Psychotherapie	Landkreis Main-Spessart
21	IoT-Pilot	Region Trier und Landkreis Birkenfeld
22	KomPlat_Vrees	Gemeinde Vrees/Emsland
23	Länger zu Hause LEBEN	Saarpfalz-Kreis
24	LOHR-OnPlan	Lohr am Main im Landkreis Main-Spessart
25	Mein Marienberg	Marienberg im Erzgebirge
26	Mein Rhein-Lahn-Kreis 55 plus	Rhein-Lahn-Kreis
27	Mobiler Marktplatz 4.0	Salzlandkreis
28	Nearbuy	Pilotregion Nordhessen; bundesweit
29	NeaWiS	Landkreis Neustadt a. d. Aisch - Bad Windsheim
30	NETREG	Marburger Land; bundesweit
31	ORIENT	Landkreis Stendal und Altmarkkreis Salzwedel
32	Pimp your region	Landkreis Birkenfeld
33	Pionier Oberfranken	Region Oberfranken
34	Praedi-co	Prädikow bei Strausberg/Märkisch-Oderland
35	RCS Inklusion 4.0	Ennepe-Ruhr-Kreis
36	Smarte KARRE	Weikersheim im Main-Tauber-Kreis
37	Smartes Wohnen im Alltag	Verbandsgemeinde Cochem im Landkreis Cochem-Zell
38	Verbraucherzentrale Digimobil	Nördliches Brandenburg/Südliches Mecklenburg-Vorpommern
39	Verein 3.0	Rhein-Neckar-Kreis, südlicher Odenwaldkreis
40	VHS FÜR ALLE	Landkreis Emsland
41	VIBS	Vorpommern
42	VoluMap	Kreisgebiet und Stadt Gütersloh, Regiopole Bielefeld
43	wfg.medPULS	Kreis Soest
44	Willkommenskultur 4.0	Stadt Bad Berleburg, Kreis Siegen-Wittgenstein
	CoWorking auf dem Land	bundesweit
	Digitales Gästekarten-System	bundesweit
	TeleMedicon	Baden-Württemberg, Thüringen
	VOLISCO	bundesweit

Die Digitalisierung kann in vielfältigen Zusammenhängen dabei helfen, typischen Herausforderungen ländlicher Räume zu begegnen. Entsprechend haben auch die Projekte in Land.Digital unterschiedliche Themenfelder adressiert.

Themenfelder in Land.Digital



Wirtschaft, Arbeit, Fachkräfte

Die Sicherung von Arbeitsplätzen in ländlichen Räumen sowie die Bindung und Anwerbung von Fachkräften sind aus Sicht vieler Regionen wichtige wirtschaftspolitische Ziele. Dabei geht es um die Unterstützung der lokalen Unternehmen, die Sicherstellung der Daseinsvorsorge und die Verminderung von Bevölkerungsverlusten durch Abwanderung in städtische Räume. Durch die Modellprojekte in Land.Digital wurden entsprechende Ansätze ausprobiert.

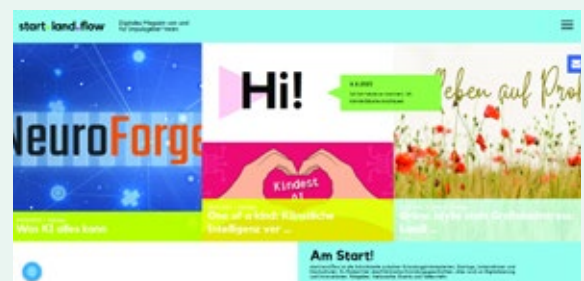
Die Digitalisierung kann an unterschiedlichen Stellen eingesetzt werden, um die lokale Wirtschaft zu stärken. So ermöglicht die Virtualisierung neue Formen des Arbeitens wie mobiles Arbeiten oder Coworking. Ländliche Räume können dadurch für Arbeitskräfte attraktiver werden, da Pendelwege wegfallen und neue Arbeitsgemeinschaften möglich werden. Dies kann dem Fachkräftemangel entgegenwirken. In Land.Digital wurde ein Beratungsangebot für Unternehmen zur Schaffung von Homeoffice-Arbeitsplätzen entwickelt

und zwei Vorhaben zur Schaffung von Coworking-Arbeitsplätzen in ländlichen Räumen umgesetzt.

Darüber hinaus besteht die Chance, Arbeitsprozesse von Unternehmen durch die Digitalisierung effizienter zu gestalten und dadurch deren Wettbewerbsfähigkeit zu stärken. Im Zuge der Fördermaßnahme wurden hierfür beispielsweise im Tourismussektor Möglichkeiten zur digitalen Erfassung und Abrechnung der Kurabgabe geschaffen oder eine zentrale Buchungsplattform für touristische Angebote in einer Region entwickelt. Ein weiteres Projekt hatte zum Ziel, kleinen und mittleren Unternehmen ohne eigene IT-Fachkräfte einen Baukasten zur Programmierung eigener digitaler Lösungen zur Prozessoptimierung zur Verfügung zu stellen.

Schließlich kann die klassische Wirtschaftsförderung unterstützt werden, was beispielsweise durch eine digitale Netzwerk-Plattform für die Gründerszene erprobt wurde. In weiteren Projekten wurde die digital unterstützte Anwerbung von Fachkräften über eine regionale

PIONIER OBERFRANKEN



Die Stadt und der Landkreis Bamberg unterstützen mit dem digitalen Gründerzentrum und dem Online-Magazin „start.land.flow“ Gründerinnen und Gründer aus der Region.

Stellenbörse oder die Bindung Jugendlicher an ihre Heimatregion zur Sicherung zukünftiger Arbeitskräfte in den Blick genommen. Der Einsatz digitaler Tools wurde auch in der Berufsberatung Jugendlicher und in der Arbeitsvermittlung von Menschen mit kognitiven Beeinträchtigungen erprobt.



Einzelhandel und Dienstleistungen

Die Entwicklung des Einzelhandels verdeutlicht stellvertretend für andere versorgungsrelevante Sektoren (Bank-, Post-, Gesundheitsdienstleistungen, Freizeit und Kulturangebote etc.) die typischen Herausforderungen in ländlichen Räumen:

- Die geringe und zusätzlich sinkende Bevölkerungsdichte auf dem Land führt zu abnehmenden Tragfähigkeiten von Angeboten und im Ergebnis zu entsprechenden Versorgungsdefiziten.
- Die Wettbewerbsintensität nimmt auch in ländlichen Räumen durch den wachsenden Online-Handel zu. Dieser Trend verringert die Margen und Spielräume für den Weiterbetrieb grenzwertig rentabler Standorte.
- Um hohe qualitative Standards bei wettbewerbsfähigen Preisen gewährleisten zu können, werden vielfach größere Betriebe und Einzugsbereiche erforderlich, was den Rückzug von Einzelhandel aus der Fläche noch forciert.

Im Ergebnis müssen die Menschen immer größere Distanzen überwinden. Insbesondere für weniger mobile Bevölkerungsgruppen kann dies zur Herausforderung werden. Zugleich fallen Begegnungsorte für die Menschen weg, was einen Verlust sozialer Ankerpunkte bedeuten kann.

DORFKONSUM PLUS



Das Regionalbündnis Mecklenburgische Schweiz e.V. unterstützt Erzeugerbetriebe und Dorfläden dabei, regionale Produkte zu vermarkten. Hierfür wird ein Produktinformationsmanagement (PIM) aufgebaut, über das alle Daten zu Regionalprodukten zentral hinterlegt und abgerufen werden können.

Die Digitalisierung bietet die Chance, räumliche Versorgungslücken zu schließen und weniger mobile Bevölkerungsgruppen zu erreichen. Waren und Dienstleistungen stehen über Online-Plattformen mehr Menschen zur Verfügung, was für die Anbietenden eine größere Reichweite bedeutet und damit potenziell die Umsatzchancen erhöht. Für den lokalen Handel kann dies hilfreich sein, um vom Trend zum Online-Shopping zu profitieren und trotz rückläufiger Laufkundschaft bestehen zu können. Die Menschen vor Ort profitieren – eine entsprechende Lieferfunktion vorausgesetzt – von einer besseren Versorgung.

Gesundheitsdienstleistungen

Die vorstehenden Überlegungen zum Einzelhandel und den sonstigen nahversorgungsrelevanten Dienstleistungen gelten in großen Teilen ebenso für die medizinische Versorgung. Auch hier geht der Trend hin zu größeren Einheiten an zentralen Standorten. Eine besondere Herausforderung in der Gesundheitsversorgung entsteht, weil es durch die zunehmende Alterung der Bevölkerung zu zusätzlichen, spezifischen Versorgungsbedarfen kommt (etwa durch häufigere und chronische Erkrankungen, Multimorbidität, eingeschränkte Mobilität). Von diesen Folgen des demografischen Wandels sind die ländlichen Räume besonders betroffen.

Im Gesundheitssektor bietet die Digitalisierung in ländlichen Räumen die Möglichkeit, über telemedizinische Ansätze Patientinnen und Patienten ortsunabhängig zu betreuen und die Zusammenarbeit der Akteure zu verbessern. So lassen sich potenziell Wege einsparen, was für mobilitätseingeschränkte Menschen den Gang zur Ärztin oder zum Arzt erleichtert und für das Gesundheitspersonal eine Zeitersparnis bedeutet. Zudem kann die Erreichbarkeit von Fachärztinnen und Fachärzten für die Bevölkerung der ländlichen Räume optimiert werden. In Land.Digital haben gleich mehrere Projekte telemedizinische Ansätze erprobt. Dies reichte von telemedizinisch unterstützten Hausbesuchen durch medizinische Fachangestellte, über Online-Sprechstunden von Hausärzten und „Ohne-Arzt-Praxen“, in denen Ärztinnen und Ärzte lediglich digital hinzugezogen werden sollten, bis hin zu Psychotherapie über Videotelefonie.

In Land.Digital haben sich mehrere Vorhabenträger mit den Potenzialen des Online-Handels befasst. Der Fokus lag dabei auf Plattformen zur Vermarktung regionaler Produkte. In einem Projekt wurde eine digitale Produktdatenbank für regionale Lebensmittel entwickelt, um beispielsweise Dorfläden in ihren Betriebsabläufen zu unterstützen und dadurch dauerhaft wettbewerbsfähig zu machen. In drei Vorhaben wurde auf ein stärkeres Marketing gesetzt und digitale Schaufenster zur Darstellung der vorhandenen Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote sowie Vereinsaktivitäten und Veranstaltungshinweise erstellt. Außerdem wurde ein digitales Kundenbindungsprogramm mit Gutscheinen für den lokalen Einzelhandel entwickelt, um die örtlichen Zentren zu stärken.

Außerhalb des Einzelhandels haben sich Projektträger mit Online-Dienstleistungen befasst. Zu nennen sind die dezentrale Verbraucherberatung über einen Bus, in dem videotelefonische Beratungsgespräche mit Expertinnen und Experten stattfinden können. Auch die digitale Übertragung von Vorträgen und Kursen der Volkshochschule wurde in einem Vorhaben erprobt.

WFG.MEDPULS

Im Kreis Soest wurden Ärztinnen und Ärzte dabei begleitet, unterschiedliche Möglichkeiten der digitalen Unterstützung des Praxisalltags und der Patientenversorgung zu testen.



Die digitale Verarbeitung und Bereitstellung von Daten kann zudem Arbeitsprozesse erleichtern und den Informationsstand bei allen Beteiligten verbessern. So wurden zum Beispiel die Chancen einer zentral bei den Apotheken geführten Patientenakte mit Medikationsplänen und automatisierter Bereitstellung der Medikamente ausgelotet. In weiteren Vorhaben sollten Patientinnen und Patienten, Pflegebedürftige, Angehörige und das Gesundheitspersonal besser über Anlaufstellen im Gesundheits- und Pflegewesen und (digitale) Unterstützungsmöglichkeiten informiert werden. Hierfür wurden webseitengestützte Informationsplattformen erarbeitet und in Pflegeheimen die Einsatzmöglichkeiten von Pflegerobotern demonstriert. Ein Projekt entwickelte darüber hinaus eine Übersetzungs-App, mit der im Rettungswesen die Kommunikation mit nicht-deutschsprachigen Patientinnen und Patienten erleichtert wird und die zugleich die erhobenen Daten bei Übergabe im Krankenhaus zentral bereitstellt.



Verkehrsdienstleistungen und Mobilität

Die Mobilität der Bevölkerung in ländlichen Räumen ist stark durch private Pkw dominiert. Rund 90 Prozent der Haushalte besaßen im Jahr 2018 mindestens ein Auto, viele sogar zwei oder mehr.² Im Vergleich zu den städtischen Räumen ist jedoch das Angebot des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) sehr eingeschränkt. Dies betrifft einerseits die Bevölkerungsgruppen, die ohne Auto auskommen wollen oder diejenigen, die ohne auskommen müssen, wie etwa Kinder und Jugendliche, ältere und pflegebedürftige Menschen oder einkommensschwache Haushalte. Diese sind in ihrer individuellen Mobilität eingeschränkt. Andererseits ist ein leistungsfähiger ÖPNV auch für das Pendeln zwischen ländlichen und städtischen Regionen von hoher Bedeutung. Heute führt in vielen städtischen Räumen der Pendlerverkehr zu Staus, Parkplatzmangel, Lärm- und Schadstoffbelastung.

Im Mobilitätsbereich bietet die Digitalisierung zum Beispiel die Chance, Verkehrsträger (neu) miteinander zu vernetzen. So kann das Mobilitätsangebot für die Bevölkerung erhöht und besser zugänglich gemacht werden. Im Rahmen der Fördermaßnahme wurde in mehreren Regionen der Aufbau von Plattformen erprobt, die das Angebot unterschiedlicher Verkehrsträger bündeln und so für die Bevölkerung komfortabler zugänglich machen.

HÜTTI MACHT MOBIL!



Die entwickelte Mobilitätsplattform ermöglicht es Bürgerinnen und Bürgern, regionale Mobilitätsoptionen (z. B. ÖPNV, Mitfahrbänke, private Mitfahrten und Carsharing) zu finden und anzubieten.

² infas (2018): Mobilität in Deutschland – MiD. Ergebnisbericht, http://www.mobilitaet-in-deutschland.de/pdf/MiD2017_Ergebnisbericht.pdf, abgerufen am 09. Mai 2022.

Über die Plattformen kann digital ein Abgleich von Angebot und Nachfrage stattfinden, was die gemeinsame Nutzung von Fahrzeugen erleichtert. Dies bietet Chancen für die private Mitnahme von Personen im eigenen Pkw („Ridesharing“), die so online auch zwischen einander fremden Personen geplant und gebucht werden kann. Mehrere Projekte in Land.Digital hatten das Ziel, das Mitfahren in privaten Pkw durch digitale Buchungs- und Vermittlungslösungen attraktiver zu gestalten.

Auch der ÖPNV und ergänzende Mobilitätslösungen wie Bürgerbusverkehre können durch digitale Lösungen flexibler genutzt werden. So erarbeitete ein Projektteam ein engmaschiges Netz an Haltepunkten als Alternative zu den klassischen Haltestellen, die im Bedarfsfall angefahren werden. Die Menschen haben dadurch möglichst kurze Wege von der Haustür bis zum Einstieg in das Fahrzeug.

Ein weiteres Projekt hat Carsharing mit Elektroautos in einem Dorf eingeführt und dieses Angebot um ehrenamtliche Fahrerinnen und Fahrer ergänzt. An anderer Stelle wurde der Grundstein dafür gelegt, dass die verkehrenden Rufbusse auch Waren örtlicher Einzelhandelsgeschäfte transportieren können

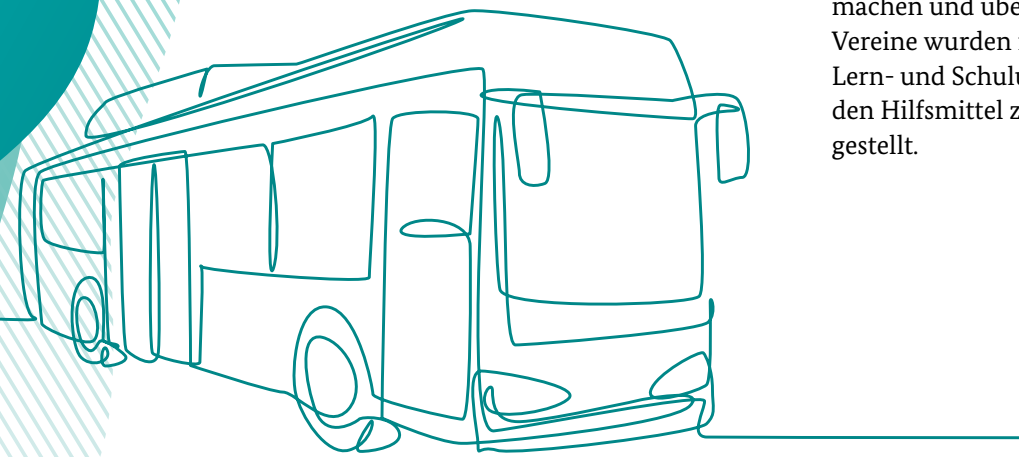
Zusammenleben und sozialer Zusammenhalt

Die gegenseitige Unterstützung und ehrenamtliches Engagement sind tragende Säulen des Gemeinwesens in ländlichen Räumen. Durch die zunehmende Alterung der Bevölkerung und den Wegzug jüngerer Menschen werden „sorgende Gemeinschaften“ außerhalb der Kernfamilie in der Nachbarschaft oder im Dorf immer wichtiger. Darüber hinaus basieren die Freizeitgestaltung und die Selbstverwaltung in ländlichen Regionen wesentlich auf ehrenamtlichem Engagement in Vereinen oder politischen Ämtern. Es ist daher wichtig, diese Strukturen auch in Zukunft zu erhalten und die Menschen vor Ort in ihrem Engagement zu unterstützen.

Durch die Digitalisierung kann sozialer Austausch ortsunabhängig ermöglicht werden. Dies haben mehrere Projekte genutzt und lokale soziale Netzwerke eingeführt. Über diese konnten Dorfgemeinschaften oder ausgewählte Personenkreise (zum Beispiel ältere Menschen) miteinander in Kontakt treten.

Darüber hinaus ist auch in diesem Themenfeld das digitale Zusammenbringen von Angebot und Nachfrage wichtig. In Land.Digital wurde das Prinzip im ehrenamtlichen Bereich genutzt, um Engagierte in entsprechende Tätigkeiten zu bringen. Dies ist besonders für spontanes oder zeitlich begrenztes Engagement ein Mehrwert.

In einigen Vorhaben wurden digitale Kommunikationskanäle genutzt, um lokale Angebote aus dem ehrenamtlichen oder kulturellen Bereich besser bekannt zu machen und über Veranstaltungen zu informieren. Vereine wurden in ihrer Arbeit durch online verfügbare Lern- und Schulungsangebote unterstützt. Zudem wurden Hilfsmittel zum digitalen Arbeiten zur Verfügung gestellt.



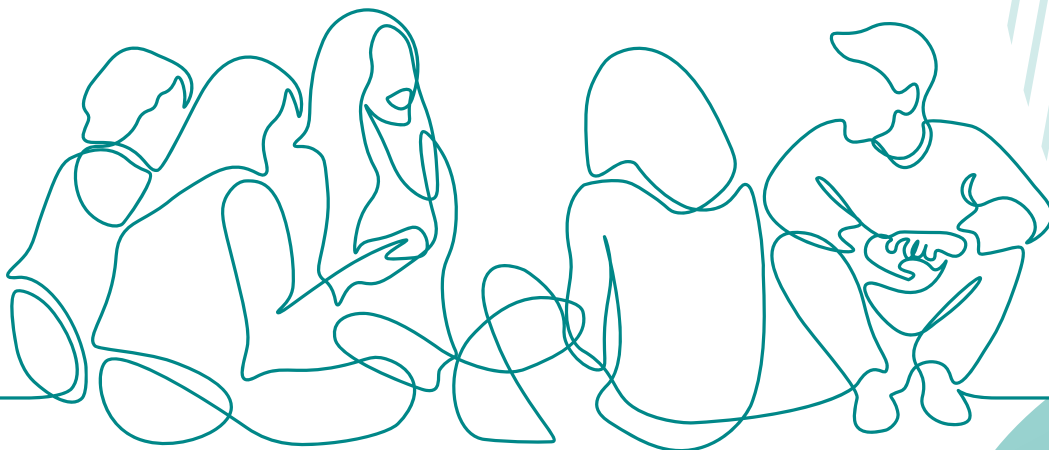
DIGITALE DORF.MITTE



Eine digitale Ampel informiert in „Raumland“ Besucherinnen und Besucher tagesaktuell über die Angebote im Dorfgemeinschaftshaus.



Eine Kamera überträgt den Gottesdienst aus der Kirche auch nach Hause.



2

Von der Digitalisierung profitieren: So gelingt's!

Ähnlich vielfältig wie die adressierten Themenfelder sind die in den Projekten entwickelten und erprobten digitalen Lösungsansätze. Online-Veranstaltungen, virtuelle Sprechstunden, Marktplätze im Internet, soziale Dorfnetzwerke und vieles mehr. Die Möglichkeiten der Digitalisierung zur Unterstützung des Lebens und Arbeitens in ländlichen Räumen sind mannigfaltig. Im Folgenden werden beispielhafte, erfolgreiche Ansätze aus der Fördermaßnahme Land.Digital porträtiert.

Die digitalen Lösungen der Modellprojekte



Die Lösungsansätze der Vorhaben lassen sich in vier Typen gliedern, die im folgenden „Digitalisierungskonzepte“ genannt werden. Diese Digitalisierungskonzepte unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Struktur und der Rolle der Nutzenden und der Anbietenden.

Typ A umfasst Plattformen, auf denen Angebote gebündelt werden. Das können zum Beispiel Online-Marktplätze oder digitale Stellenbörsen sein. Typ B beschreibt soziale Netzwerke, die Kommunikation und Austausch im virtuellen Raum ermöglichen. Typ C beinhaltet Projekte, in denen bestehende Dienstleistungen virtualisiert werden. Beispiele sind Videosprechstunden im Gesundheitsbereich oder Online-Kurse im Bildungsbereich.

Während Typ A, B und C verschiedene digitale Lösungen beschreiben, unterscheidet sich Typ D grundlegend von den anderen dreien. Unter dem Schlagwort „Diffusion digitaler Innovationen“ wird keine eigene technische Lösung entwickelt, sondern es werden digitale Anwendungen oder Arbeitsweisen, die bereits in einem anderen Umfeld genutzt werden, im ländlichen Kontext erprobt. Bei den vier Kategorien handelt es sich um Idealtypen. In der Praxis kombinierten einige Akteure in ihren Vorhaben Elemente mehrerer Typen.

Typ A
Plattform

Typ B
Soziales Netzwerk

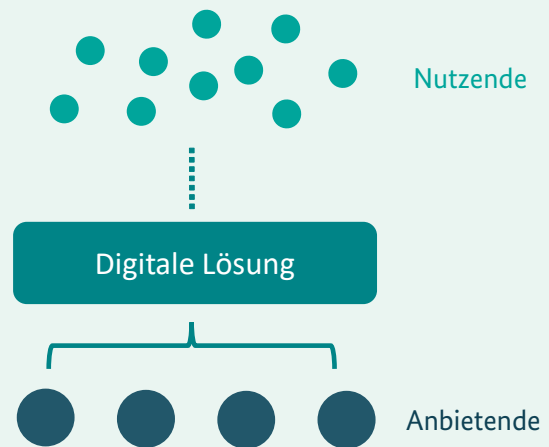
Typ C
Virtualisierung

Typ D
Diffusion

TYP A | PLATTFORMEN ZUR BÜNDELUNG VON ANGEBOTEN

Auf einer Plattform werden Angebote mehrerer Akteure gebündelt und können zentral von den Nutzenden eingesehen und/oder gebucht werden. Betreiben kann die Plattform ein einzelner Akteur oder ein Zusammenschluss der Anbietenden. Eine Zahlungsbereitschaft für diese digitale Lösung ist vor allem bei den Anbietenden zu vermuten, die die Chance bekommen, zusätzliche Umsätze zu generieren.

Attraktiv für Anbietende und Nutzende wird die Plattform, wenn sie ein möglichst großes Angebot umfasst beziehungsweise einen möglichst großen Marktanteil abdeckt. In dieser Hinsicht eine kritische Größenordnung zu erreichen, ist erfolgsentscheidend.



Potenzial:

- Reduzierung der Betriebskosten einer digitalen Plattform für den einzelnen Anbietenden
- Vielfältigeres, zentral einsehbares und damit attraktiveres Angebot
- Erhöhung der Reichweite der Angebote und damit Vergrößerung des Nutzer-/Kundenkreises
- Tragfähigkeit ergänzender Services (z. B. Lieferung)

Beispiele aus Land.Digital:

- Vermarktungsplattform für (regionale) Produkte
- Auskunfts- und Buchungsplattform für Mobilitätsangebote
- Buchungsplattform für touristische Angebote
- Regionale Jobbörse
- Auskunftsplattform für lokale Ankündigungen und Veranstaltungen

AUS DER PRAXIS

ORIENT | Online-Marktplatz für regional erzeugte Nahrungsmittel

In der Region Altmark bestand bereits aus einem Vorgängerprojekt ein regionaler Online-Marktplatz. Im Projekt ORIENT wurde die Produktpalette des Marktplatzes um regional erzeugte Lebensmittel erweitert. Dies umfasste auch Produkte, die dauerhaft tiefgekühlt oder zumindest gekühlt werden müssen und/oder nicht standardisiert angeboten werden (z. B. Käseerzeugnisse, deren Gewicht je nach Exemplar unterschiedlich ausfällt). Das Vorhaben musste daher einen Prozess entwickeln, der auch den Online-Kauf nicht standardisierter Produkte rechtssicher ermöglicht. Darüber hinaus galt es, eine Logistik mit unterbrechungsfreier Kühlung aufzubauen. Im Ergebnis können Verbraucherinnen und Verbraucher im Onlineshop „hallo altmark“ der eigens gegründeten „REGOMA Altmark UG“ aus zahlreichen regionalen Produkten unterschiedlicher Erzeugerinnen und Erzeuger wählen und sich diese nach Hause liefern lassen.



ORIENT bietet regional erzeugte Lebensmittel.

„Persönliche Kontakte und Empfehlungen sind entscheidend, um Erzeugerbetriebe davon zu überzeugen, bei hallo altmark mitzumachen.“

Sebastian Naumann, ifak Institut für Automation und Kommunikation e.V.

Träger: Institut für Automation und Kommunikation e.V./Hochschule Magdeburg-Stendal, Fachbereich Wirtschaft

Ort: Altmark (Landkreis Stendal und Altmarkkreis Salzwedel in Sachsen-Anhalt)

Mehr unter → www.halloaltmark.de

AUS DER PRAXIS

Willkommenskultur 4.0 | Menschen integrieren und den demografischen Wandel gestalten

Für die Stadt Bad Berleburg und ihre 23 Ortschaften wurde ein digitales Portal entwickelt, das Informationen und Serviceangebote aus der Region Siegen-Wittgenstein zugänglich macht. Zu den Inhalten gehören unter anderem ein virtueller Plan mit Wandertouren, Meldungen aus dem Rathaus, ein Veranstaltungskalender, die Wettervorhersage und der Müllabfuhrplan. Die Stadt Bad Berleburg will das gesamte Angebot permanent weiterentwickeln. Die Inhalte werden automatisiert über Schnittstellen zur städtischen Internetseite, zu einem Veranstaltungskalender der Region und zu einer Open-Source-Datenbank für touristische Sehenswürdigkeiten in das Portal eingespielt.

Für jede Ortschaft gibt es ein eigenes digitales „Dorf-Dashboard“. Ehrenamtliche aus den Ortschaften sind Teil des Redaktionsteams und können Beiträge aus ihrem Dorf individuell einpflegen. Die Informationen richten sich an (Neu-)Bürgerinnen und Bürger sowie an Gäste und können bei Bedarf in zahlreichen anderen Sprachen angezeigt werden. Im Stadtgebiet wurden Stelen und Touch-Displays installiert, um den Zugang zu den Dorf-Dashboards nicht nur online am eigenen Endgerät, sondern auch an zentralen Orten zu ermöglichen. In Kooperation mit der Stadtbücherei - dem „Dritten Ort - Bücherei der Zukunft“ - wurden zudem einige Displays an öffentlichen „Lesekörben“ installiert.



Touch-Display beim Zentrum Via Adrina in Arfeld



Stele im Bürgerhaus in Bad Berleburg

Träger: Stadt Bad Berleburg

Ort: Bad Berleburg (Nordrhein-Westfalen)

Mehr unter → www.bad-berleburg.de

TYP B | SOZIALE NETZWERKE

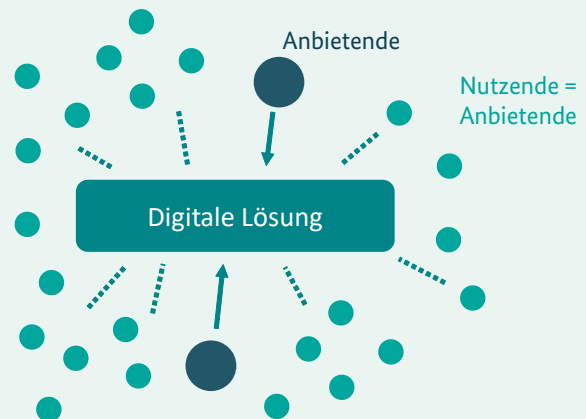
Soziale Netzwerke ermöglichen es Menschen und Akteuren, sich auszutauschen oder Informationen zu teilen, ohne sich physisch begegnen zu müssen. Soziale Netzwerke sind stark von der Nutzerakzeptanz abhängig, da die Attraktivität des Netzwerks mit der Zahl der aktiv Nutzenden steigt. Aus diesem Grund wurden durch die Land.Digital-Vorhaben die Kommunikationsplattformen häufig um eine aktive Präsenz weiterer Akteure aus der Region ergänzt oder das Angebot durch eine redaktionelle Begleitung aufgewertet.

Potenzial:

- Kommunikation und Informationsaustausch über größere Distanzen ermöglichen
- Menschen/Akteure in Austausch bringen, die sich im analogen Raum nicht begegnen

Beispiele aus Land.Digital:

- Nachbarschaftsplattform und digitales Dorfnetzwerk
- Soziales Netzwerk für ältere Menschen
- Beteiligungs- und Netzwerkplattform für Jugendliche
- Regionale Austauschplattform für Gründerszene
- Vermittlungsplattform für ehrenamtliche Hilfen bzw. Engagement



AUS DER PRAXIS

bremke.digital | Digitale Plattform für das Zusammenleben

Im Ortsteil Bremke in der Einheitsgemeinde Gleichen gab ein Diskussions- und Beteiligungsprozess zur Lebensqualität den Anstoß, digitale Lösungen der „Digitalen Dörfer“ des Fraunhofer IESE zu implementieren, zu erproben und weiterzuentwickeln. Ziel war es, mit den Anwendungen „DorfFunk“ und „DorfPage“ die Teilhabe und das soziale, nachbarschaftliche Leben im Dorf durch digitale Kommunikation zu stärken. Die „DorfPage“ bündelt alle wichtigen Informationen aus dem Dorf. Ein eigens entwickelter digitaler Schaukasten im Dorfladen zeigt Vorbeilafenden Neuigkeiten und Termine an. Mit der „DorfFunk“-App bleiben die Menschen zusätzlich mobil in Kontakt.



An der Hauptdurchfahrtstraße platziertes Werbebanner mit QR-Code zum DorfFunk

Erfolgsentscheidend war die enge Einbindung der Dorfgemeinschaft im Sinne eines „bottom-up“-Ansatzes. Gemeinsam haben die Menschen ihre Ansprüche an die digitalen Lösungen formuliert. Bei der Nutzung wurden sie anschließend fachlich begleitet und unterstützt. Während der pandemiebedingten Kontaktbeschränkungen konnten sich die digitalen Tools als Kommunikationskanäle etablieren und auch neu Zugezogenen einen ersten digitalen Anknüpfungspunkt an die Dorfgemeinschaft bieten.

Die „DorfPages“ und der „DorfFunk“ wurden schließlich unter gleichen.digital auf die Gemeinde Gleichen mit insgesamt 16 Ortsteilen ausgeweitet. Mit dieser Übertragung des Modellprojekts sind Kommunikation und Austausch auch über Ortsteilgrenzen hinweg möglich. Das Angebot wird nach Ablauf der Förderung zunächst



Dorfladen in Bremke mit digitalem Schaukasten

im Rahmen des Projekts Digitale Dörfer Niedersachsen finanziert. Die Kommune hat die Weiterfinanzierung nach Auslauf der Förderung zugesagt, die laufenden redaktionellen Arbeiten werden ehrenamtlich geleistet.

*„Das Interesse am Vorhaben war von Beginn an groß und mithilfe des ehrenamtlichen Arbeitskreises konnten wir gemeinsam mit den Menschen vor Ort die Weiterentwicklung unseres Modellprojekts **bremke.digital** gestalten und so den Zugang zu digitalen Medien, wichtigen Informationen und sozialer Gemeinschaft trotz Corona ermöglichen.“*

Dr. Carola Croll, Regionalbüro Göttingen der Stiftung Digitale Chancen

Träger: Haus kirchlicher Dienste der Evangelischen Landeskirche Hannover/Stiftung Digitale Chancen

Ort: Bremke, Einheitsgemeinde Gleichen (Niedersachsen)

Mehr unter → <https://www.gleichen.digital/>

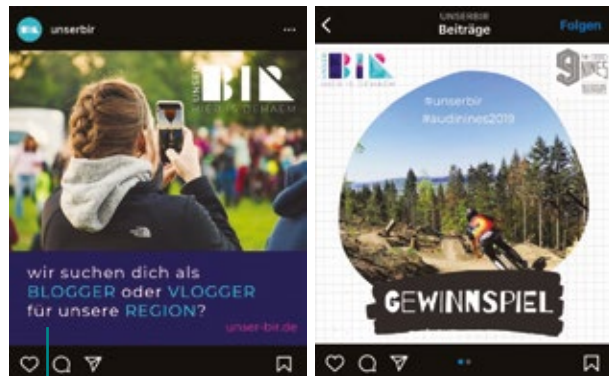
AUS DER PRAXIS

Pimp your region | Interaktive Beteiligungs- und Netzwerkplattform für Jugendliche

Das Vorhaben zielt darauf, Jugendliche zur gesellschaftlichen und politischen Beteiligung anzuregen und so die Identifikation mit der Region zu stärken. Hierfür wurde eine Beteiligungs- und Netzwerkplattform namens „unser BIR“ entwickelt. Über diese können Jugendliche eigene Projektideen zur Verbesserung des Lebens im Landkreis einreichen. Für die eingereichten Projekte werden Sponsoren, Paten und ein Team aus Jugendlichen gesucht, um die Ideen in die Tat umzusetzen. Realisiert wurden zum Beispiel eine Spendeninitiative für Flutopfer im Ahrtal oder ein Schulprojekt zur Medienkompetenz. Weitere Ideen reichen von der Neugestaltung von Sportanlagen bis hin zur Anschaffung einer mobilen Konzert-Ausstattung für regionale Bands.

Ergänzt wird das Beteiligungs-Tool durch einen Blog, in dem Menschen aus der Region von ihren Freizeitbeschäftigungen, Veranstaltungen, Projekten und ehrenamtlichen Tätigkeiten berichten können. Hier werden auch weitere jugendrelevante Informationen aufbereitet, wie etwa die Angebote von Jugendzentren oder dem Jugendtaxi. Im Verlauf zeigte sich, dass die Projekthomepage die Jugendlichen nur mäßig erreicht. Erfolgreicher als erwartet, verläuft hingegen die Kommunikation über die sozialen Medien, beispielsweise den Instagram-Account des Projektes.

Eine Beteiligungskoordinatorin organisiert die vielfältigen Aufgaben rund um das Beteiligungswerkzeug und die begleitende Öffentlichkeitsarbeit. Ebenso erfolgsentscheidend ist die direkte, persönliche Kommunikation mit den Jugendlichen. Projektideen konnten vor allem über analoge Formate wie Workshops in Schulen generiert werden.



Beiträge in den sozialen Medien 2019

„Es hat sich gezeigt, dass die jungen Leute für viele Themen offen sind. Die besten Ergebnisse und auch die größte Reichweite haben wir auf den Plattformen erreicht, die sowieso schon von der Zielgruppe genutzt werden, in unserem Fall war das Instagram. Ein Beispiel hierfür ist die Storyfunktion auf Instagram, bei der Umfragen und vieles mehr generiert werden können. Der große Vorteil hierbei: keine bürokratischen Hürden und die Jugendlichen müssen dafür nicht das Medium wechseln.“

Steffi Schwarz (Landkreis Birkenfeld)

Träger: Landkreis Birkenfeld

Ort: Landkreis Birkenfeld (Rheinland-Pfalz)

Mehr unter

→ <https://unserbir.de>

→ <https://facebook.de/unserbir>

→ <https://instagram.de/unserbir>

→ <https://youtube.com/channel/UC-mWlhXMy-cbvm1ac7SucBqw>

TYP C | VIRTUALISIERUNG VON DIENSTLEISTUNGEN

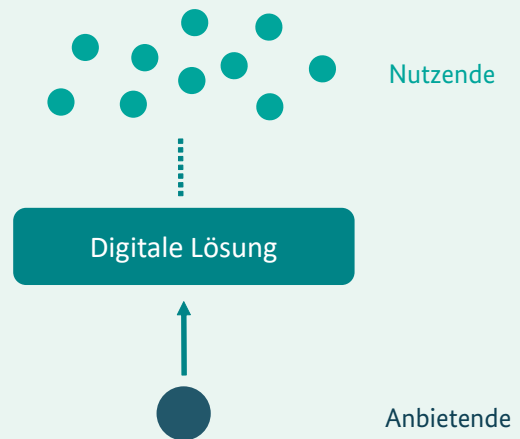
In diesen Projekten wurden überwiegend vorhandene analoge Dienstleistungen digitalisiert bzw. virtualisiert. Typischerweise wurden „Face-to-Face“ erbrachte Kommunikations-, Beratungs- oder Informationsleistungen durch Online-Angebote ersetzt.

Potenzial:

- Einsparung von Wegen und/oder Zeit für Anbietende und Nutzende
- Gesteigerte Effizienz und dadurch Kostensenkung der einzelnen erbrachten Leistung und zugleich Chance auf höhere Versorgungsquote (z. B. mehr Patientenkontakte in gleicher Zeit)

Beispiele aus Land.Digital:

- Online durchgeführte Psychotherapie
- Online-Verbraucherberatung
- Livestreaming von Volkshochschulkursen
- Übersetzungs-App für den Rettungsdienst
- Digitale Erhebung und Abrechnung der Kurtaxe
- Berufsorientierung für Jugendliche über Videokonferenzen, Chat-Bot und digitale Lernplattform
- Lern- und Beratungsplattform für Vereine



AUS DER PRAXIS

Internet-basierte Psychotherapie | Online durchgeführte verhaltens- therapeutische Psychotherapie



In ländlichen Regionen ist die flächendeckende Versorgung der Menschen mit psychotherapeutischen Angeboten häufig erschwert. Neben knappen Therapieplätzen stellt die größere räumliche Distanz zwischen Patientinnen und Patienten und dem Therapieangebot eine Hürde dar. Dies gilt insbesondere für mobilitätseingeschränkte Personen, Menschen, die unter bestimmten Ängsten leiden oder aufgrund äußerer Gegebenheiten in ihrer Flexibilität eingeschränkt sind (z. B. Berufstätige, Alleinerziehende, pflegende Angehörige).

Im Bezirkskrankenhaus Lohr im Landkreis Main-Spessart wurde daher ein Angebot für online durchführbare Psychotherapie entwickelt. Die Sitzungen finden digital per Videokonferenz statt. Über eine sichere Leitung können die Patientinnen und Patienten von Zuhause aus mit ihren Therapeutinnen und Therapeuten sprechen.

Im Projekt erprobten die Behandelnden, bei welchen Diagnosen und für welche Patientinnen und Patienten die Videotelefonie eine sinnvolle Ergänzung bei der Therapie darstellt.

Im Projektverlauf wurden psychotherapeutische Videosprechstunden von den Krankenkassen als alternative Leistung zur Behandlung in der Praxis anerkannt, was mittlerweile eine Abrechnung des Angebots ermöglicht. Aufgrund der positiven Erfahrungen werden von der Klinik aus auch nach Projektende weiterhin digitale Psychotherapiesitzungen per Videoübertragung durchgeführt.

Träger: Bezirk von Unterfranken – Bezirkskrankenhaus Lohr (Krankenhaus Lohr für Psychiatrie, Psychotherapie und psychosomatische Medizin)

Ort: Landkreis Main-Spessart (Bayern)

AUS DER PRAXIS

Verbraucherzentrale Digimobil | Mobile Vor-Ort Beratung per Videochat



Das Digimobil der Verbraucherzentrale



Im Inneren kann per Video beraten werden.

Die Verbraucherzentrale Brandenburg bietet mit Hilfe eines speziell umgebauten Fahrzeugs persönliche Beratung per Videochat im ländlichen Raum an, um flächendeckend Rechtsberatung für Verbraucherinnen und Verbraucher zu ermöglichen. Im Zuge der geförderten Pilotphase fuhr das „Digimobil“ 16 Städte im Norden Brandenburgs und zwei in Mecklenburg-Vorpommern an. Dabei machte es einmal pro Monat an jedem Standort Station, bevorzugt auf Marktplätzen oder zentral vor dem Rathaus. Das Fahrzeug ist barrierearm zugänglich und verfügt neben einem Wartebereich über einen abgeschirmten Beratungsbereich, der mit einer Sitzmöglichkeit und einem Laptop ausgestattet ist. Die Verbraucherinnen und Verbraucher können sich über diesen mit den Beraterinnen und Beratern der Verbraucherzentrale per Videochat verbinden lassen. Die Einweisung in die Technik vor Ort findet durch eine Servicekraft statt. Im Digimobil liegt zusätzlich Informationsmaterial zu unterschiedlichen Themen aus und die Servicekraft kann den Menschen bei Bedarf weitere Formulare und Materialien ausdrucken.

Nach einer positiven Projektauswertung hat der Brandenburger Landtag Mitte 2020 für einen Weiterbetrieb im ländlichen Norden Brandenburgs votiert. Seit Beginn des Jahres 2022 ist ein weiteres Digimobil an 16 Standorten im Süden Brandenburgs präsent.

Träger: Verbraucherzentrale Brandenburg e.V.

Ort: Nördliches Brandenburg sowie südliche Region in Mecklenburg-Vorpommern

Mehr unter → <https://www.verbraucherzentrale-brandenburg.de/digimobil>

„Die Kollegen am Fahrzeug tragen ganz wesentlich zum Erfolg des Digimobil bei. Sie gehen täglich offen und freundlich auf die Menschen in den Orten zu, sind immer ansprechbar und helfen, eventuelle Vorbehalte vor digitalen Lösungen abzubauen.“

Erk Schaarschmidt
(Verbraucherzentrale Brandenburg e.V.)

AUS DER PRAXIS

DICTION-Rescue Königslutter | Digitale Kommunikationshilfen für nicht-deutschsprechende Patienten im Rettungsdienst



Die App hilft bei der Kommunikation.

Im Projekt wurde eine App entwickelt, die die Kommunikation mit nicht-deutschsprachigen Patientinnen und Patienten im Rettungswesen erleichtert. Insbesondere im Rettungsdienst ist eine schnelle Einschätzung der Beschwerden wichtig, um angemessen handeln und die Weiterbehandlung planen zu können. Hier leistet die „aidminutes.rescue“-App Hilfe, indem sie relevante Phrasen in unterschiedlichen Sprachen zur Verfügung stellt, mit denen die Rettungskräfte die Krankengeschichte der Patientinnen und Patienten erheben, ihnen Informationen geben und deren Einverständnis erfragen können. Im Anschluss kann ein Protokoll der so stattgefundenen Kommunikation an das Krankenhauspersonal übergeben werden, um eine reibungslose Anschlussversorgung sicherzustellen. Auch Kinder können über die App in kindgerechter Sprache adressiert werden.

In enger Zusammenarbeit mit im Rettungswesen Tätigen wurden die Textbausteine und die Fragestruktur entwickelt, um diese optimal an die Bedürfnisse im Einsatz anzupassen. Mit Erfolg – die App wurde bis Anfang 2023 bereits über 100.000 Mal heruntergeladen und mit dem Niedersächsischen Gesundheitspreis 2020 in der Kategorie „eHealth – digitale Lösungen in herausfordernden Zeiten“ ausgezeichnet.

„Ohne die engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Rettungswachen hätten wir diese App nicht entwickeln können! Sie haben ihren Erfahrungsschatz mit uns geteilt – Wissen, das wir in Büchern nicht finden könnten und das extrem wertvoll war, um diese App praxistauglich zu machen.“

Eva Noack (Institut für Allgemeinmedizin, Universitätsmedizin Göttingen)

Träger: Institut für Allgemeinmedizin, Universitätsmedizin Göttingen/aidminutes GmbH, Malteser Hilfsdienst Königslutter/Wendhausen/Landkreis Helmstedt

Ort: Landkreis Helmstedt (Niedersachsen)

Mehr unter

→ www.koenigslutter.dictum-rescue.de

→ www.dictum-rescue.de

AUS DER PRAXIS

Digitales Gästekarten-System WELCmpass | Technologie als Abwicklungssystem verbunden mit touristisch relevanten Angeboten



Die Kurkarte ist auf dem Smartphone immer dabei.

Im Projekt wurde in enger Zusammenarbeit mit kommunalen Verantwortlichen und Tourismusbetrieben eine Anwendung zur Abwicklung der digitalen Gästekarte entwickelt. Die beiden wesentlichen Bausteine sind die Zahlung der Kurabgabe durch die Gäste über das Smartphone und die Abwicklung der Meldescheine bei Übernachtungsgästen. Damit soll die Kurtaxenzahlung für die Urlaubsgäste attraktiver und zugleich der Arbeitsaufwand auf Vermieterseite und bei den Kommunen gesenkt werden. Über eine App können Tages- und Übernachtungsgäste ihre Kurabgaben zahlen und zugleich einsehen, welche Vergünstigungen ihnen dadurch zustehen. Dies können zum Beispiel Rabatte bei lokalen Einrichtungen oder ein Ticket für den ÖPNV sein. Mithilfe des Systems soll die Sichtbarkeit der lokalen touristischen Angebote erhöht und zukünftig die zum Teil hohen Einnahmeausfälle der Kurorte durch nicht zahlende Tages- oder Übernachtungsgäste reduziert werden. Die Offenlegung der Übernachtungen, die bislang nicht von der amtlichen Beherbergungsstatistik erfasst werden, ist dabei wesentlicher Bestandteil.

Für Vermieterinnen und Vermieter sowie die Kommunen bedeutet die digitale Kurabgabenzahlung deutlich weniger Verwaltungsaufwand und zusätzliche Auswertungs- und Steuerungsfunktionen. 2022 konnte die Pilotgemeinde Fehmarn mit dem WELCmpass den ersten Platz beim KommDIGITGALE-Award für Digitalisierung in der Verwaltung erlangen.

„Einer gut geplanten und strukturierten Entwicklung und Zusammenarbeit mit den regionalen Partnern kommt eine hohe Bedeutung zu. Und das Produkt muss von Beginn an beworben werden, um die entsprechende Resonanz im Markt zu erfahren. Hierzu gehört sicherlich die Vermarktung des Produktes und die entsprechende Öffentlichkeitsarbeit, um das Produkt bekannt zu machen.“

Dr. Michael Faltis (Guide2 GmbH)

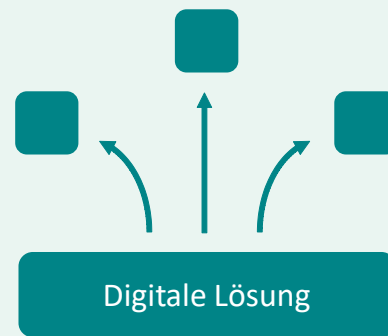
Träger: Guide2 GmbH

Ort: touristisch geprägte Landkreise bundesweit

Mehr unter → <https://welcmpass.info>

TYP D | DIFFUSION DIGITALER INNOVATIONEN

In den Land.Digital-Vorhaben des Typs D wurden keine eigenen technischen Lösungen entwickelt, sondern der Einsatz von digitalen Lösungen in ländlichen Regionen unterstützt. Dies umfasste die (erstmalige) Anwendung oder Verbreitung im städtischen Raum bereits vorhandener digitaler Innovationen in ländlichen Kommunen. Die Hauptherausforderung für derartige Projekte besteht darin, die Tragfähigkeit der Angebote in ländlichen Regionen nachzuweisen, dies möglichst mit konkreten Umsetzungsanleitungen zu verbinden und dabei die Besonderheiten der Anwendung in ländlichen Räumen herauszuarbeiten.



Beispiele aus Land.Digital:

- Unterstützung von Coworking-Spaces
- Sensibilisierung für Einsatzmöglichkeiten digitaler Assistenzsysteme im Gesundheitswesen
- Programmierbaukasten zur Umsetzung von digitalen Lösungen für kleine und mittlere Unternehmen ohne eigene IT-Fachkräfte
- E-Carsharing im dörflichen Kontext
- Berufsorientierung für Jugendliche über Videokonferenzen, Chat-Bot und digitale Lernplattform
- Lern- und Beratungsplattform für Vereine

AUS DER PRAXIS

CoWorking auf dem Land | Vernetzung, Unterstützung und Beratung für die Gründung von Coworking Spaces

Im Projekt wird das Coworking in ländlichen Räumen unterstützt. Zielgruppen sind private Gründerinnen und Gründer und ländliche Kommunen, die entsprechende Arbeitsplatzangebote schaffen möchten. Ursprünglich im östlichen Hügelland in der Umgebung von Kiel gestartet, wurden im Projektverlauf viele Coworking-Gründungen in ländlichen Räumen begleitet. Das Angebot des Netzwerks reicht von Standortanalysen und Machbarkeitsstudien über Workshops und temporäres „Pop-up-Coworking“ zum Testen des Konzepts bis hin zur Unterstützung beim Betrieb. Im Projektverlauf entstand die Genossenschaft „CoWorkLand eG“, die die Beratung und Unterstützung von Coworking-Gründungen in ganz Deutschland und inzwischen auch in Österreich weiterführt und als Netzwerkknoten für die Szene fungiert. Eine dezentrale Struktur mit Landesbüros sichert eine gute Erreichbarkeit der Ansprechpersonen für Gründungsinteressierte. Eine Kooperation mit den Landesministerien Schleswig-Holsteins brachte zusätzlichen Aufwind in das Projekt. Über die Online-Plattform der Genossenschaft können Coworking-Arbeitsplätze mittlerweile bundesweit gesucht und gebucht werden.

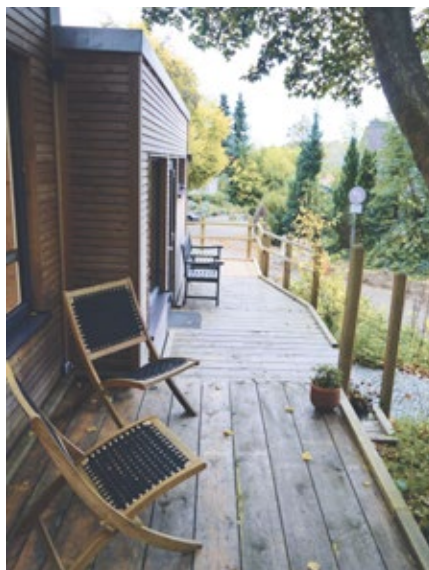
„In ländlichen Räumen gibt es oftmals Leerstand, wie alte Gasthöfe, die für die Coworking-Nutzung in Frage kommen können und damit eingeschlafene Strukturen auf moderne Weise reaktivieren. Für einen erfolgreichen Coworking-Space ist eine gute Erreichbarkeit wichtig und zudem weitere Angebote wie ein Café, Kinderbetreuung, Werkstätten oder Übernachtungsmöglichkeiten, die die Wirtschaftlichkeit sichern und zudem einen wichtigen Baustein in der Daseinsvorsorge abdecken.“

Carolin Kowolik (Büro Östliches Hügelland)

Träger: Heinrich-Böll-Stiftung Schleswig-Holstein e.V.

Ort: bundesweit

Mehr unter → <https://coworkland.de>



Coworking-Spaces bieten Orte zum gemeinschaftlichen Arbeiten in ländlichen Räumen.

AUS DER PRAXIS

Smarte KARRE | Car- and Man-Sharing in Schäftersheim



E-Auto am Plusenergiehof in Schäftersheim

In Schäftersheim, einer Dorfgemeinschaft mit rund 800 Bürgerinnen und Bürgern, ist das öffentliche Mobilitätsangebot stark eingeschränkt. Die Einwohnerinnen und Einwohner sind stattdessen für Fahrten zur Arbeit, zum Einkaufen, zu Arztterminen und vielem mehr auf den privaten Pkw angewiesen. Um dies zumindest in Teilen zu ändern, wurde im Projekt ein E-Carsharing-Angebot umgesetzt. Die Fahrzeuge werden mit lokal erzeugtem Strom eines Plusenergiehofs aufgeladen. Eine entwickelte App ermöglicht die Automiete. Neben dem klassischen Carsharing gibt es im Projekt auch einen Pool ehrenamtlicher Fahrerinnen und Fahrer, die Personen zum Einkaufen oder zu Arztbesuchen bringen. So profitieren auch Menschen, die selbst nicht oder nicht mehr Auto fahren können von dem Angebot.



Stromspeicher

„Bereits vor offiziellem Projektbeginn wurde ein Team aus fünf Personen zusammengestellt, die das Fahren mit Elektroautos und die Buchung intensiv testeten. Dies hat bereits für eine gewisse „Grundneugierde“ bei den Schäftersheimerinnen und Schäftersheimern gesorgt. Zum Austausch untereinander wurden verschiedene Veranstaltungen und Treffen organisiert. Als besonders wertvollen Austausch wurde der Stammtisch im HOF8 genutzt. Noch nicht registrierte Personen konnten hier die E-Autos testfahren, Fragen stellen, gewisse Zweifel ausräumen und sich persönlich von der einfachen Handhabung der Smarten KARRE überzeugen.“

Tanja Wahl (Klärle Gesellschaft für Landmanagement und Umwelt mbH)

Die Herausforderung von Carsharing-Ansätzen im ländlichen Raum liegt darin, trotz der geringeren Nutzerdichte eine ausreichende Auslastung der Fahrzeuge sicherzustellen. Im Vorhaben wurde dies gelöst, indem die vier Fahrzeuge zugleich als Firmenwagen der Projektverantwortlichen fungieren. Dies sorgt für die notwendige Grundausslastung.

Träger: Klärle Energie GbR

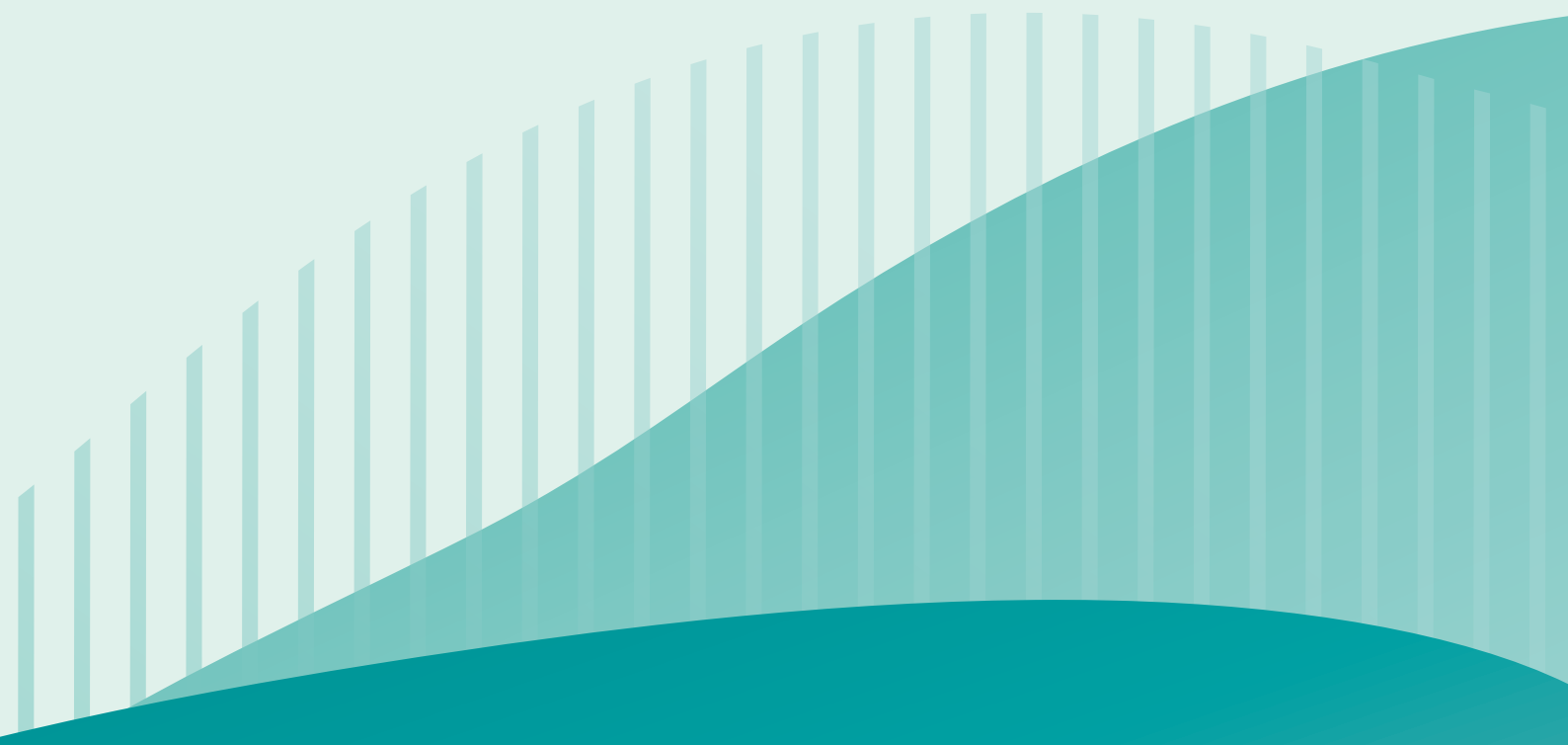
Ort: Weikersheim im Main-Tauber-Kreis (Baden-Württemberg)

Mehr unter → <https://smartekarre.de/>

3

Erfolgsfaktoren für die Praxis

Die Digitalisierung bietet viele Möglichkeiten, zu guten Lebens- und Arbeitsbedingungen in ländlichen Räumen beizutragen. Zugleich ist es nicht trivial, die damit einhergehenden Veränderungsprozesse einzuleiten und die beteiligten Akteure mitzunehmen. Aus der Arbeit der Modellvorhaben in Land.Digital sind viele wertvolle Hinweise hervorgegangen, worauf zur erfolgreichen Umsetzung ähnlich gelagerter Projekte zu achten ist und wie Projektmacher vor Ort wirkungsvoll unterstützt werden können. Diese sind über alle Themenfelder hinweg gültig.



#1 Die Zielgruppe im Blick | Bedarfsermittlung und Nutzerorientierte Produktentwicklung

SO GELINGT'S!

- Bedarfe und Handlungsalternativen der Zielgruppe kennen
- Finanzielle und zeitliche Grenzen der Zielgruppe beachten
- Gemeinsame Produktentwicklung mit Nutzerinnen und Nutzern

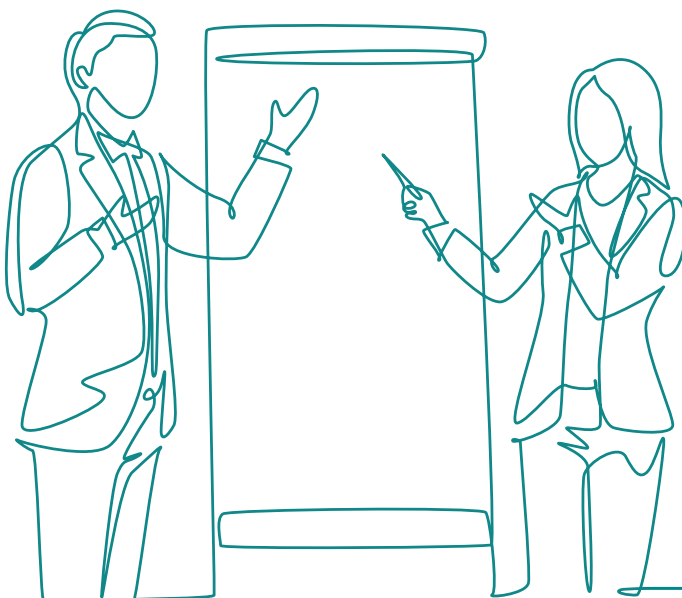
Digitale Lösungen müssen für die Nutzerinnen und Nutzer funktionieren, sonst werden sie keine Anwendung finden und nicht wirksam werden.

Erfolgreiche digitale Lösungen fügen sich daher gut in die Nutzungsabläufe und die Alltagsorganisation der Anwenderinnen und Anwender ein. Sie müssen gegenüber dem Status quo, also der analogen Lösung oder der Nicht-Nutzung, einen Mehrwert generieren. Plakativ formuliert: Die digitale Lösung verbessert das Leben von Privatpersonen (z. B. Zeit sparen, Geld sparen, Auswahl vergrößern, Qualität verbessern) oder führt zu einer Verringerung von Kosten beziehungsweise Steigerung von Erträgen bei Unternehmen. Dies bedeutet, dass die Konzeption der digitalen Lösungen eine sehr differenzierte Kenntnis der potenziellen Nutzenden, ihrer Bedürfnisse, ihrer Handlungsalternativen sowie ihrer Bereitschaft, den Aufwand zur Implementation und Nutzung einer digitalen Lösung zu betreiben, voraussetzt.

Anschaulich wird dies am Beispiel gemeinsamer Handelsplattformen von Einzelhändlerinnen und Einzelhändlern oder Erzeugerbetrieben. In diesem Fall müssen für ein gut funktionierendes Produkt unterschiedliche Warenwirtschaftssysteme verknüpft und gemeinsame Abrechnungsstrukturen geschaffen werden. Denn die digitale Lösung muss sich möglichst nahtlos in die bestehenden Arbeitsabläufe und IT-Strukturen einbetten, um bestenfalls eine Arbeitserleichterung oder aber einen im Verhältnis zum Nutzen vertretbaren Mehraufwand für die Anbietenden zu erzeugen.

Das Wissen über die Zielgruppen und ihre Bedürfnisse kann von Projektmachern auf unterschiedliche Weise erworben werden. Entweder sind sie selbst bereits tief im Handlungsfeld verwurzelt oder sie sind sogar Teil der Zielgruppe. Ein Beispiel hierfür ist ein Bildungsträger, der bereits seit vielen Jahren mit Schülerinnen und Schülern zusammenarbeitet und sein Beratungsangebot digital ausweiten möchte. Oder ein auf die Beratung von Vereinen spezialisiertes Unternehmen, das ehrenamtlich Tätigen zusätzlich ein Online-Angebot machen möchte.

Bewährt hat sich auch, in die Entwicklung der digitalen Lösung Akteure aus dem Anwendungskontext beziehungsweise potenzielle zukünftige Nutzerinnen und Nutzer einzubinden. Beispielsweise können gemeinsame Workshops durchgeführt werden, in denen die Projektidee immer weiter konkretisiert wird. Oder es werden Testnutzerinnen und -nutzer eingesetzt, die die digitale Lösung in ihrem Alltagshandeln erproben und den Projektmachern Rückmeldung geben.



#2 Spielräume kennen | Rahmenbedingungen in den Handlungsfeldern beachten

SO GELINGT'S!

- Bestehende rechtliche Regelungen kennen
- Finanzierungsmodelle im Handlungsfeld prüfen
- Entscheidende Akteure für die Umsetzung überzeugen

Es ist wichtig, die jeweiligen Rahmenbedingungen im fokussierten Themenfeld frühzeitig zu kennen und die digitale Lösung entsprechend daran auszurichten. Wenn eine umfassende Kenntnis auf allen erforderlichen Ebenen nicht bereits im Projektteam vorhanden ist, ist eine externe Beratung dringend geboten. Die dafür anfallenden Kosten müssen von Anfang an mit einkalkuliert werden.

Neben einer tragfähigen Idee sind die strukturellen und gesetzlichen Rahmenbedingungen entscheidend für den Projekterfolg. Denn sie bestimmen mit, ob eine Idee tatsächlich umgesetzt werden kann und langfristig finanzierbar ist. Beispiele für relevante Rahmenbedingungen der Vorhaben in Land.Digital sind:

- Gesetzliche Bestimmungen etwa zum Verbraucherschutz im Einzelhandel oder zur Lebensmittelsicherheit
- Haftungsfragen, Zuständigkeiten für Garantie oder Gewährleistung
- Rechtliche und wirtschaftliche Anforderungen und Beschränkungen unterschiedlicher Rechts- und Trägerformen
- Datenschutzvorgaben
- Bestimmungen für die digitale Zahlungsabwicklung
- Honorierungsregelungen und Abrechnungsfähigkeit von Leistungen im öffentlich finanzierten Bereich (z. B. Gesundheitswesen, Bildungsbereich, ÖPNV)
- Datenverfügbarkeit und -zugang



#3 Über den Tellerrand blicken | Berücksichtigung des Wettbewerbsumfelds

SO GELINGT'S!

- Marktumfeld sondieren und Chancen abschätzen
- Synergien nutzen – nicht immer sind Eigenentwicklungen sinnvoll

Jede neue digitale Lösung steht in Konkurrenz zu etablierten Produkten beziehungsweise alternativen Handlungsmöglichkeiten der Zielgruppen. Insofern ist eine umfassende Wettbewerbsanalyse und Positionierung des eigenen Produkts im Marktumfeld wichtig. Denn nur, wenn für Anwenderinnen und Anwender gegenüber den verfügbaren Alternativen ein Mehrwert entsteht, nutzen diese die digitale Lösung. Und Partner für die Finanzierung werden nur gefunden, wenn die Alleinstellungsmerkmale des Produkts frühzeitig vermittelt sowie klar herausgestellt werden. Besonders zu beachten ist an dieser Stelle, dass vor allem soziale Netzwerke und Plattformlösungen von einer großen Nutzerzahl profitieren (vergleiche Kapitel 2). Hier gegen etablierte, weltweit agierende Anbieter zu konkurrieren, ist schwer.

Die Analyse des Wettbewerbsumfelds ist auch wichtig, um Anknüpfungspunkte und Synergien zu identifizieren. Denn nicht immer muss selbst eine neue Anwendung entwickelt werden. Mitunter ist es stattdessen zielführend, bestehende Lösungen zu nutzen und in einem neuen Umfeld einzusetzen. Voraussetzung für die Anwendung bestehender Software ist, dass es am Markt bereits ein (nahezu) passendes Produkt gibt. Dies ist beispielsweise bei klassischen Vernetzungsplattformen für die Nachbarschaft oder Videokonferenzsystemen für digitale Sprechstunden der Fall.

Wenn es keine passende Softwarelösung am Markt gibt, müssen eigene Produkte beziehungsweise Software entwickelt werden. Dies bietet die Chance, passgenaue Lösungen zu entwerfen. Andererseits ist die Entwicklung häufig sehr zeitaufwändig und im Detail technisch anspruchsvoll. Zusatzaufwand und Nutzen stehen daher nicht immer in einem angemessenen Verhältnis. Es sollte daher sorgfältig abgewogen werden, ob ein bereits etabliertes System genutzt werden kann oder tatsächlich eine Neuentwicklung notwendig ist.



#4 Mehr als Marketing | Zugang zu spezifischen Zielgruppen finden

SO GELINGT'S!

- Öffentlichkeitsarbeit von Beginn an mitdenken
- Bestehende Netzwerke und Vertrauenspersonen nutzen
- Unterstützungsangebote machen
- Etablierte Kanäle und Formate nutzen

Neue digitale Lösungen brauchen wie jede Innovation eine entsprechende Öffentlichkeitsarbeit, um von den Zielgruppen wahrgenommen und genutzt zu werden. Je nach Anwendungskontext und anzusprechenden Personen kann diese ganz unterschiedlich ausfallen und zu unterschiedlichen Zeiten im Projektverlauf starten. Eine frühzeitige Planung der Kommunikationswege und -zeitpunkte ist in jedem Fall hilfreich.

Ein enger Praxisbezug der Projektverantwortlichen kann zusätzlich entscheidend dazu beitragen, die entwickelte Lösung in die Anwendung zu bringen. Durch die alltägliche Arbeit im entsprechenden Themenfeld haben sie häufig bereits Kontakt zu den Zielgruppen. Diese vorhandenen Netzwerke können gewinnbringend für die Nutzerakquise eingesetzt werden.

Besonders herausfordernd ist der Zugang zu wenig digitalerfahrenen Gruppen. In der Praxis betrifft dies vor allem lebensältere Menschen. Diese bringen häufig eine mehr oder weniger große Skepsis gegenüber neuen Technologien mit und halten an gewohnten Arbeits- oder Lebensweisen fest. Wichtig, um auch solche Nutzerinnen und Nutzer zu erreichen ist, sie intensiv zu unterstützen und niedrigschwellige Einstiegsangebote zu machen. Eine persönliche Ansprache – bestenfalls über vertraute Personen – und das gemeinsame Erlernen neuer Techniken über eine Eins-zu-eins-Betreuung oder Gruppenworkshops können hier unterstützen. Wichtig ist es, nicht nur den einmaligen Einstieg zu unterstützen, sondern längerfristig die Nutzung zu begleiten und bei

auftretenden Schwierigkeiten ansprechbar zu bleiben. Die Ansprache der Zielgruppe ist dann besonders erfolgsversprechend, wenn die betreffenden Personen einen konkreten Anwendungsbezug für sich entdeckt haben (z. B. Kontakt mit Enkelkindern über digitale Medien) oder mit Herausforderungen im Alltag zu kämpfen haben (z. B. Einkäufe erledigen oder zum Arzt fahren).

Im Gegensatz zur Zielgruppe der Seniorinnen und Senioren müssen für Jugendliche nicht erst die Hürden in die digitale Welt abgebaut werden. Sie sind bereits gut mit Online-Medien und digitalen Tools vertraut und haben keine Scheu, solche zu nutzen. Stattdessen ist es für Projekte, die die junge Generation erreichen möchten, eine Herausforderung, von dieser in der digitalen Welt überhaupt wahrgenommen zu werden. Neue digitale Lösungen oder Medien haben es hier schwer. Erfolgversprechend ist in diesen Fällen stattdessen, die von der Zielgruppe bereits genutzten Medien und dort etablierten Kommunikationsformate für das eigene Projekt zu nutzen. Eine zusätzliche Begleitung im Analogen hat sich auch bei jungen Menschen als hilfreich erwiesen.

SENIORINNEN UND SENIOREN

- Kontakt über Vertrauenspersonen herstellen und persönlich, im „analogen Raum“ ansprechen
- Enge Begleitung und Unterstützung beim Erlernen und Nutzen neuer Techniken
- Den unmittelbaren Nutzen im Alltagshandeln verdeutlichen

JUGENDLICHE

- Über bereits genutzte Kanäle ansprechen (Social Media)
- Etablierte Kommunikationsformate wählen
- Kontinuierliche Bespielung der Kommunikationskanäle

#5 Sprechen wir über Geld | Die finanzielle Tragfähigkeit sichern

SO GELINGT'S!

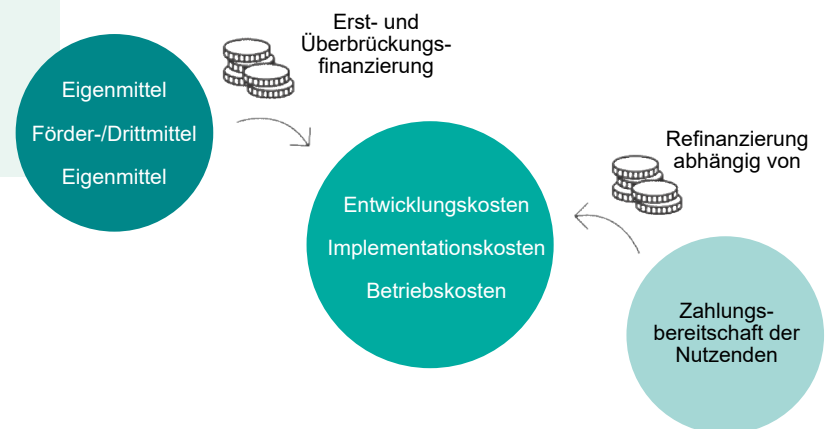
- Langfristige Finanzierung von Anfang an mitdenken
- Kosten und Einnahmen transparent machen
- Auch „versteckte“ Kosten einbeziehen (z. B. Implementationsaufwand)
- Eingliederung in feste (öffentliche) Finanzierungsstrukturen prüfen

Projekte zur digitalen Unterstützung der ländlichen Entwicklung sind dann besonders erfolgreich, wenn sie langfristig funktionieren und bestenfalls in vielen unterschiedlichen Regionen eingesetzt werden. Um dies zu erreichen ist es essenziell, dass die Projekte solide finanziert sind.

Letztlich geht es dabei um die Frage: Wie refinanzieren sich die Entwicklungskosten und die Betriebskosten der Anwendung aus dem Nutzen (und der daran gekoppelten Zahlungsbereitschaft), den sie bei Anwenderinnen und Anwendern erzeugt? Insofern geht es vereinfacht dargestellt um die drei Größen Entwicklungskosten, Betriebskosten und die absehbare Zahlungsbereitschaft (multipliziert mit der absehbaren Zahl der Anwenderinnen und Anwender). Vordergründig scheint diese Logik nur für Vorhaben zu gelten, die tatsächlich eine marktwirtschaftliche Verwertung ihrer Lösung anstreben. Aber auch bei einer angestrebten dauerhaften öffentlichen Finanzierung muss die Politik davon überzeugt werden, dass der gesellschaftliche Nutzen die anfallenden Kosten aus Entwicklung und langfristigem Betrieb rechtfertigt. Auch in einem derartigen Kontext ist es wichtig, Kosten und Nutzen transparent darstellen zu können und einer politischen Bewertung zugänglich zu machen.

Für viele digitale Projekte ist neben den drei genannten noch eine vierte Komponente entscheidend: die Implementationskosten. Beispielsweise lässt sich ein digitaler „Lokaler Marktplatz“ als technische Lösung fast ohne Kosten vom Entwicklungs- und Erprobungsort A zum neuen Anwendungsort B und gegebenenfalls dort auf einen lokal betriebenen Server transferieren. Viel kostenintensiver ist es indes, am Anwendungsort B die Händlerinnen und Händler anzusprechen, von der Sinnhaftigkeit einer derartigen Handelsplattform zu überzeugen, die Warenwirtschafts- und Informationssysteme der mitwirkungsbereiten Händlerinnen und Händler

mittels programmierter Schnittstellen in die Plattform einzubinden und anderes mehr. Ähnliches gilt für soziale Dorfnetzwerke. Auch hier ist die analoge Begleitung bei der Einführung nicht nur erfolgsentscheidend, sondern auch deutlich kostenintensiver als die digitale Anwendung selbst.



Finanziert werden können digitale Projekte zum Beispiel über fallbezogene Nutzungsentgelte, regelmäßige Mitgliedsbeiträge, Lizenzgebühren, Sponsorengelder oder Fördermittel unterschiedlicher Stellen (vergleiche auch Kapitel 4). Je nach Themenfeld sind auch institutionelle Finanzierungsstrukturen zu berücksichtigen (z. B. Abrechnungssystem der Krankenkassen im Gesundheitswesen). Die Wege zur dauerhaften Finanzierung sind vielfältig, entscheidend für den dauerhaften Projekterfolg ist, dass sie von Beginn an mitgedacht werden.

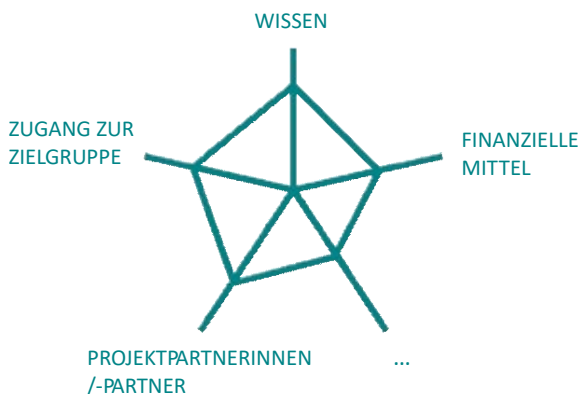
POTENZIELLE FINANZIERUNGSQUELLEN

- Transaktionsgebühren/Nutzerentgelte
- Lizenzgebühren
- Liefergebühren
- Mitgliedsbeiträge
- Abrechnung über Kostenträger (z. B. Krankenkassen)
- Sponsorengelder
- Werbeeinnahmen
- Öffentliche Fördermittel

#6 Gemeinsam etwas bewegen | Einbettung in ein Unterstützungsnetzwerk

SO GELINGT'S!

- Frühzeitig Netzwerk aufbauen
- Wissen und Erfahrungen austauschen
- Neue Finanzierungsquellen erschließen
- Gemeinsam Kontakt zur Zielgruppe suchen
- Partner zur Weiterführung des Projektes suchen
- Regionalstrategien zum unterstützenden Netzwerk ausbauen



Für Projekte, die neue Ideen entwickeln und umsetzen, ist es wichtig, frühzeitig ein breites Unterstützungsnetzwerk aufzubauen. Dieses kann auf unterschiedlichen Ebenen die erfolgreiche Projektumsetzung fördern. Zusammenfassend sind dies der Zugang zu spezifischem Wissen, der Zugang zu finanziellen Mitteln, der Zugang zum Markt bzw. zur Zielgruppe und zu potenziellen Projektpartnern.

- **Wissen:** Der Austausch mit Akteuren, die im gleichen Themenfeld aktiv sind oder sich mit der gleichen Zielgruppe auseinandersetzen hilft dabei, Wissen und Erfahrungen zu sammeln. Erfolgreiche Ansätze können übertragen werden und das Wiederholen von Fehlern lässt sich vermeiden. Insbesondere wenn Projekte sich ein neues Themenfeld erschließen, sind Kontakte zu erfahrenen Akteuren wichtig, um die Projektideen zu schärfen und das Vorgehen zu reflektieren. Darüber hinaus können mögliche Kooperationspartner und Kooperationspartnerinnen identifiziert werden, die ähnliche Ziele verfolgen.
- **Finanzielle Mittel:** Für viele Projekte ist es wichtig, finanzielle Mittel zur Umsetzung ihrer Projektideen zu akquirieren, da diese sich (zumindest anfänglich) nicht selbst tragen. Stattdessen müssen die Entwicklung und der Markteintritt vorfinanziert werden. Hierfür können diverse Fördergelder oder Risikokapital Dritter eingesetzt werden. Ein breites Netzwerk hilft, Kontakt zu potenziellen Geldgebern zu knüpfen und diese von der eigenen Projektidee zu überzeugen.
- **Zielgruppe:** Entscheidend für den Projekterfolg ist der Zugang zu den zukünftigen Nutzerinnen und Nutzern. Sofern die Projektmacher diesen nicht bereits haben, helfen entsprechende Multiplikatoren, die eng mit den Zielgruppen verbunden sind und deren Vertrauen genießen. Dies können beispielsweise lokale Politikerinnen und Politiker sein, Interessenvertretungen wie die Wirtschaftsförderung und der Seniorenbeirat oder vor Ort etablierte Akteure in den entsprechenden Themenfeldern.
- **Projektpartnerinnen und Projektpartner:** Ein breites Netzwerk bietet die Möglichkeit, potenzielle Akteure zu identifizieren, die in das Projekt einsteigen oder sogar den Weiterbetrieb des Produkts sicherstellen können. Denn nicht immer planen die Initiatoren, dauerhaft als Träger der digitalen Lösung zu fungieren. Je früher die potenziellen zukünftigen Betreiberinnen und Betreiber in die Projektarbeit eingebunden werden, desto besser stehen die Chancen, dass sie den Weiterbetrieb tatsächlich übernehmen.

REGIONALSTRATEGIEN ALS PARTNER FÜR DIGITALISIERUNGSPROJEKTE

Viele Digitalisierungsprojekte der Fördermaßnahme sind aus einer regionalen Zusammenarbeit entstanden und legen Wert auf regionale Partnerschaften. Und immer mehr Regionen erarbeiten Regionalstrategien, die sich zum Teil explizit der Digitalisierung widmen. Insofern besteht das Potenzial, unabhängig vom jeweiligen Themenfeld durch eine produktive Einbindung von Digitalisierungsprojekten in übergeordnete Strategien Mehrwerte zu schaffen. Doch nicht immer ist dies der Fall.

Diese Erkenntnis gibt Anlass, Überlegungen zum Stellenwert und zur Ausrichtung entsprechender kommunaler oder regionaler Digitalisierungsstrategien anzustellen. Die Digitalisierungsstrategien sollten als unterstützender Überbau für umsetzungsorientierte Digitalisierungsprojekte angelegt werden. Dies bedeutet:

- Die übergeordnete Strategie ist in ihrer Umsetzung darauf ausgelegt, den Digitalisierungsprojekten Zugang zu relevanten regionalen Akteuren im jeweiligen Handlungs- bzw. Anwendungsfeld zu verschaffen (insbesondere, um den Weg in Partnerschaften zu ebnen und die Anwendungsbezüge zu stärken).
- Die übergeordnete Strategie wird zum Ausgangspunkt für ein kritisch-konstruktives und zugleich unterstützendes Netzwerk aus Expertinnen und Experten für die Digitalisierungsprojekte, um bestehende Defizite der Träger auszugleichen (Rechtsfragen, Geschäftsmodelle/Businesspläne, spezialisiertes technisches Know-how etc.).

- Die übergeordnete Strategie ist darauf ausgelegt, praktische Hilfestellung bei der Vermittlung von Risikokapital (bzw. Förderung) für Digitalisierungsprojekte zu leisten.
- Ausgehend von einer übergeordneten Strategie sollten die Rahmenbedingungen geschaffen werden, den Digitalisierungsprojekten einen gesellschaftlichen Rückhalt und die erforderliche öffentliche Präsenz zu verschaffen.

Um besonders aussichtsreiche Vorhaben zu identifizieren, empfiehlt sich ein Auswahl- und Qualifizierungsverfahren, das ausgehend von der übergeordneten Digitalisierungsstrategie implementiert werden kann.

Als Vorbild für ein regional verankertes Auswahl- und Qualifizierungsverfahren in einem anderen Themenfeld können die „Regionalen“ in NRW dienen. In der Regel schließen sich hier mehrere Gebietskörperschaften zusammen, um mit weiteren regionalpolitisch engagierten Akteuren in einer gemeinsamen Regionale-Agentur zunächst Handlungsfelder zu benennen. Dazu passende Projekte können sich bewerben und einen mehrstufigen Auswahl- und Qualifizierungsprozess durchlaufen. Ziel des Qualifizierungsprozesses ist es, die besonders erfolgversprechenden und im Sinne der ausgewählten Handlungsfelder regionalpolitisch besonders sinnvollen Vorhaben auszuwählen (oder sie in diesem Sinne zu qualifizieren). Dabei fungiert die Regionale-Agentur mit den eingebundenen Akteuren in mehrfacher Hinsicht als unterstützendes Netzwerk mit Multiplikatorfunktion. Zugleich gewährt das Land NRW den besonders qualifizierten Projekten einen privilegierten Zugang zu den Landesförderprogrammen.

#7 Starke Akteure | Belastbare Motivation und Engagement des Projektträgers

SO GELINGT'S!

- Belastbare Identifikation mit der eigenen Projektidee
- Offen bleiben für notwendige Änderungen
- Durchhaltevermögen und ggf. zusätzliche Ressourcen mobilisieren

Ob ein Digitalisierungsprojekt ein Erfolg wird, hängt erstens von der Güte und insbesondere Praxistauglichkeit der Projektidee ab und zweitens vom Engagement der Projektverantwortlichen, die Entwicklung auch über Schwierigkeiten hinweg weiterzuverfolgen. Denn es ist geradezu das Kennzeichen innovativer Vorhaben, dass nur begrenzt auf vorhandenes Wissen und Erfahrungen zurückgegriffen werden kann. In der Praxis bedeutet dies, dass immer wieder unvorhergesehene Hürden oder Herausforderungen auftauchen können, deren Überwindung nicht nur Kreativität, sondern auch zusätzlichen, zeitlichen Einsatz erfordert. Beispielsweise zu nennen sind rechtliche Hürden, wegbrechende Projektpartnerinnen und Projektpartner oder Unter-

stützende, technische Schwierigkeiten oder während des Projektverlaufs auf den Markt kommende Konkurrenzprodukte. Mitunter werden auch die Interessen der Zielgruppen zu Projektbeginn anders eingeschätzt, so dass an dieser Stelle Anpassungen erforderlich sind. In der Summe führen die vielfältigen Unwägbarkeiten dazu, dass die Verantwortlichen über ein hohes Maß an Flexibilität und Durchhaltevermögen verfügen müssen, um ihr Ziel erreichen zu können.

In Land.Digital konnten diejenigen Akteure besonders gut mit unvorhergesehenen Herausforderungen und Umsteuerungsbedarfen umgehen, die sich stark mit ihrem Projekt verbunden fühlten. Die Verantwortlichen hatten dadurch eine hohe Motivation, auch schwierige Situationen zu meistern und dafür zusätzliche Ressourcen zu aktivieren. Die besondere Motivation speiste sich zum einen aus den eigenen Wertvorstellungen und dem Glauben an das Potenzial der eigenen Projektidee zur Stärkung der ländlichen Räume. Zum anderen konnten diejenigen Projektbetreibenden besonders gut mit Herausforderungen umgehen, die ein unternehmerisches Interesse am Erfolg der Projektidee hatten. In diesem Fall wurden ebenfalls häufig zusätzliche Ressourcen eingebracht, um mit den Schwierigkeiten produktiv umzugehen.

STÄRKEN UNTERSCHIEDLICHER AKTEURE



FAZIT: FAKTOREN ZUR ERFOLGREICHEN PROJEKTUMSETZUNG

- ✓ Die Zielgruppe im Blick | Nutzerorientierte Produktentwicklung und Bedarfsermittlung
- ✓ Spielräume kennen | Rahmenbedingungen in den Handlungsfeldern beachten
- ✓ Über den Tellerrand blicken | Berücksichtigung des Wettbewerbsumfelds
- ✓ Mehr als Marketing | Zugang zu den Zielgruppen finden
- ✓ Sprechen wir über Geld | Die finanzielle Tragfähigkeit sichern
- ✓ Gemeinsam etwas bewegen | Einbettung in ein Unterstützungsnetzwerk
- ✓ Starke Akteure | Belastbare Motivation und Engagement der Projektträger

INSPIRATIONEN AUS DER PRAXIS

DICTUM-RESCUE | EINE APP FÜR DIE NOTFALLVERSORGUNG



Bei einer für den Rettungsdienst konzipierten Übersetzungssoftware müssen komplexe entscheidungsrelevante Abläufe in einer Notfallversorgung korrekt abgebildet werden. Dies erfordert eine intensive Auseinandersetzung mit der analogen Tätigkeit und den genauen Abläufen des Rettungsdiensteinsatzes. Das Projekt DICTUM-Rescue arbeitete dafür eng mit dem Maltester Hilfsdienst und weiteren Akteuren aus der Praxis zusammen, um das digitale Angebot praxistauglich zu gestalten.

KOMPLATT_VREES | UNTERSTÜTZUNG VON SENIORINNEN UND SENIOREN



Lebenslang im Dorf wohnen bleiben können – das wünschen sich die Menschen in der Gemeinde Vrees. Die Dorfgemeinschaft engagiert sich vielfältig dafür, dieses Ziel zu erreichen. Es ist bereits ein Multifunktionszentrum mit Sozialstation, Tagesbetreuung und einer Service- und Kommunikationszentrale mit fester Ansprechpartnerin entstanden. Angrenzend wurden barrierefreie Wohnungen geschaffen. Eine digitale Kommunikationsplattform soll die Vernetzung im Dorf weiter stärken. Über ein Tablet mit einfacher Benutzeroberfläche können ältere Menschen per Videotelefonie Kontakt zu Familie und Freunden halten, Bestellungen bei Apotheke und Dorfladen aufgeben oder die örtliche Arztpraxis kontaktieren. Neben einer stark vereinfachten Benutzeroberfläche ist vor allem die Dorf-Kümmerin als Ansprechperson und Lotsin wichtig für das Gelingen des Projektes. Der etablierte Verein „Wir für Euch – Altwerden in Vrees“ fungierte als weitere Brücke zur Zielgruppe.

EAT-REGIONAL | EIN BREITES NETZWERK HILFT BEI DER ENTWICKLUNG



Die im Projekt entwickelte Software „dEATer“ erleichtert Ehrenamtlichen die Organisation von Fahrten im Jugendfreizeitbereich, indem Rezeptauswahl und Mengberechnung für die täglichen Mahlzeiten digitalisiert werden. Für die Zukunft ist auch eine Bestell- und Lieferfunktion geplant.

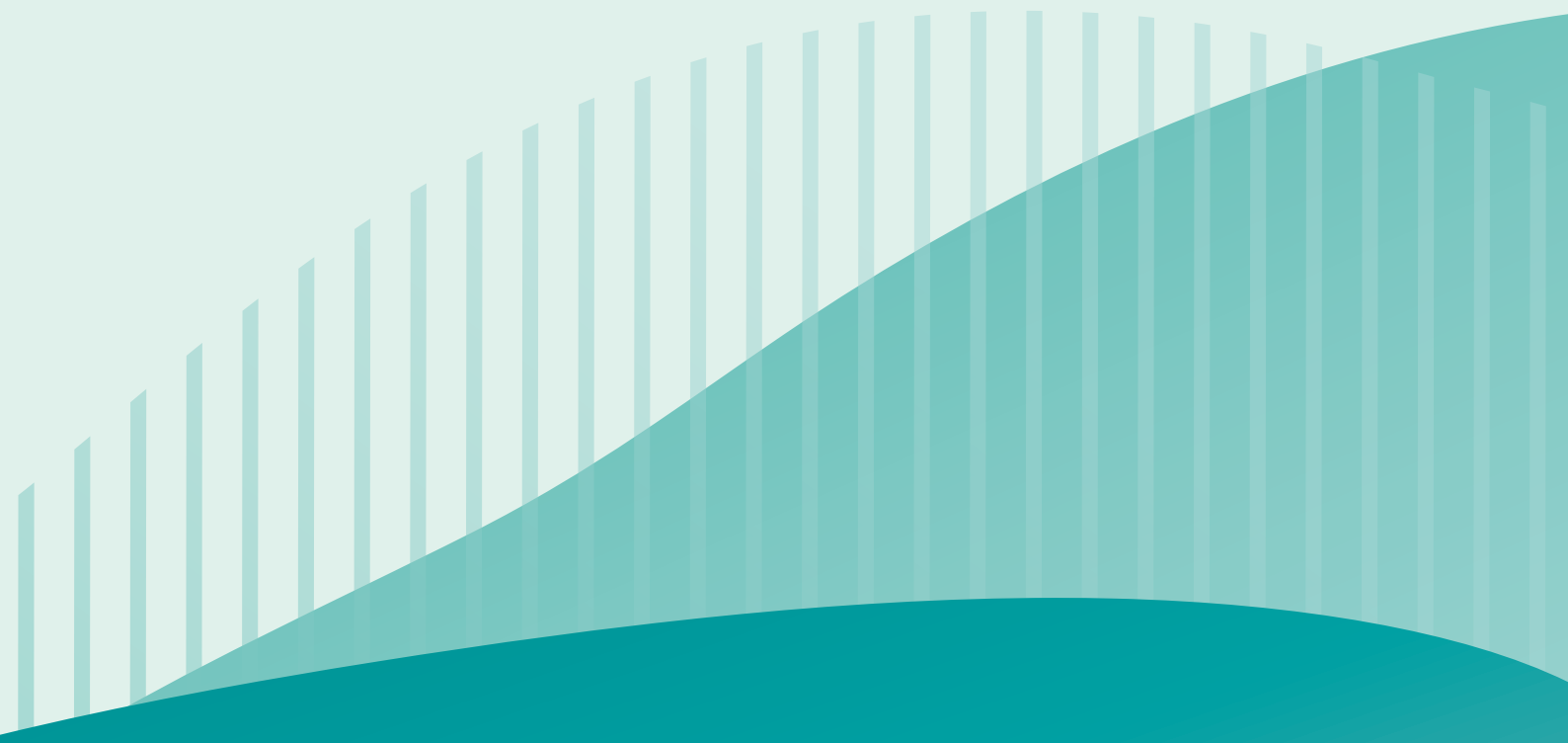
Das Vorhaben wurde durch ein breites Projektkonsortium, bestehend aus einer Hochschule, einem Unternehmen für Beratung und Projektentwicklung und einem Software-Unternehmen, umgesetzt. Zusätzlicher Partner war eine kirchliche Jugendorganisation, die den Zugang zu Ehrenamtlichen als potenzielle Nutzerinnen und Nutzer der Software herstellen konnte. Ein kooperierendes Tagungs- und Bildungszentrum war einerseits selbst an einer Nutzung der Software interessiert und konnte andererseits als Mitglied in einer Arbeitsgemeinschaft, die bundesweit Standorte betreibt und Selbstversorgerunterkünfte anbietet, bei der Akquise weiterer Tagungshäuser unterstützen. So ist der Zugang zur Zielgruppe auch überregional gewährt.

Bei der Suche nach kooperierenden Landwirtinnen und Landwirten und Bio-Höfen aus der Region unterstützte das Regionalmanagement der „Bio-Musterregion Enzkreis“, das Landwirtinnen und Landwirte, verarbeitende Betriebe sowie Vermarktende und Verbraucherinnen und Verbraucher vernetzt.

4

Fördermöglichkeiten für Projekte zur Digitalisierung

Mit einer guten Idee, Mitstreiterinnen und Mitstreitern sowie mit Durchhaltevermögen sind Projektverantwortliche bereits gut ausgestattet, um ihr Digitalisierungsvorhaben voranzutreiben. Doch was häufig auch gebraucht wird, sind finanzielle Mittel, um vor allem die Anfangszeit bis zu einem sich selbst tragenden Betrieb zu überbrücken. An dieser Stelle können Fördermittel helfen, um aus der Idee Realität werden zu lassen.



Überblick über Förderzugänge

Viele neue Ideen brauchen zu Beginn Unterstützung. Die Entwicklung neuer digitaler Lösungen und die Implementation derselben erfordern zunächst viel Arbeitseinsatz und möglicherweise auch Investitionen in technische Ausstattung. Apps müssen programmiert, Datenbanken verknüpft, Projektpartnerinnen und -partner gewonnen, die Öffentlichkeit über das Projekt informiert werden und vieles mehr. Zugleich ist häufig noch keine (ausreichende) Zahlungsbereitschaft bei den Nutzenden vorhanden beziehungsweise muss zunächst ein entsprechender Nutzerkreis erschlossen werden.

Zur erfolgreichen Projektumsetzung sind daher Subventionen beispielsweise in Form von Zuschüssen oder kostengünstiger Darlehen erforderlich. Je nach Projekt kann auch von Beginn an eine dauerhafte Querfinanzierung notwendig sein.

Digitalisierungsprojekte, wie sie in Land.Digital erprobt wurden, sind zugleich kein klar abgestecktes Feld, sodass die Suche nach Fördermöglichkeiten im Einzelfall ganz unterschiedlich ansetzen kann. Digitalisierung ist ein Querschnittsthema, das zum einen vor allem über die Wirtschafts- und Unternehmensförderung direkt adressiert wird (z. B. Förderung der Digitalisierung von Unternehmen) und zum anderen von den entsprechenden Ressorts unterstützt werden kann (z. B. im Gesundheitsbereich, im Verkehrsbereich, im Bildungsbereich).

Darüber hinaus unterscheiden sich die Förderzugänge für Projekte je nach Art des Projektträgers. Unternehmen stehen andere Fördertöpfe zur Verfügung als öffentlichen Gebietskörperschaften oder ehrenamtlichen Initiativen.

Die Förderprogramme werden von Politik und Verwaltung laufend weiterentwickelt, sodass sich immer wieder neue Möglichkeiten zur Unterstützung von Projekten bieten.

Im Folgenden finden Sie einen ersten Überblick, welche Stellen zur Unterstützung herangezogen werden können.

EU, BUND UND LÄNDER | Auf EU-, Bundes- und Landesebene gibt es zahlreiche Förderprogramme in allen denkbaren Themenfeldern. Sowohl Programme, die explizit die Digitalisierung adressieren, als auch andere sektorale Fördertöpfe (z. B. Verkehr, Gesundheit) stehen hier potenziell zur Verfügung. Vonseiten der Ministerien auf Bundes- und Landesebene werden zudem regelmäßig Förderaufrufe zu speziellen Fragestellungen

veröffentlicht. Einen Überblick über die Förderprogramme und Finanzhilfen des Bundes, der Länder und der Europäischen Union (EU) bietet die Förderdatenbank des Bundes unter → www.foerderdatenbank.de. Dort kann nach thematischen Stichworten ebenso wie nach Bundesland, Förderberechtigten, Art der Förderung und vielem mehr gefiltert gesucht werden.

KREISE UND KOMMUNEN | Auf Ebene der Kreise und Kommunen kommen zusätzliche Förderansätze in Frage. So bieten beispielsweise regionale Wirtschaftsförderungen Programme zur Unterstützung von Unternehmen an. Hier spielt die Digitalisierung zunehmend eine wichtige Rolle. Darüber hinaus können Kommunen Förderprogrammen in Anspruch nehmen, die vor Ort auch weiteren Vorhaben zugutekommen können. Ein Beispiel im Digitalbereich sind die „Modellprojekte Smart Cities“ des Bundes, die an Städte und Landkreise vergeben werden, um die nachhaltige Digitalisierung der Kommunen zu unterstützen.

FÖRDERBANKEN | Die Förderbank KfW fördert im Auftrag von Bund und Ländern Privatpersonen, Unternehmen und öffentliche Einrichtungen. Unter → www.kfw.de kann gefiltert nach Art des Förderberechtigten und thematischem Handlungsfeld nach passenden Förderkrediten gesucht werden. Auch die Bundesländer haben eigene Förderbanken oder -institute, über die passende Förderungen für Vorhaben recherchiert werden können (z. B. NRW.Bank in Nordrhein-Westfalen, LfA Förderbank Bayern oder die Investitionsbank in Sachsen-Anhalt).

STIFTUNGEN | Über öffentliche Förderangebote hinaus kann im privaten Sektor nach Unterstützungsmöglichkeiten für Digitalisierungsprojekte gesucht werden. So gibt es in Deutschland zahlreiche Stiftungen, die unterschiedliche Stiftungszwecke verfolgen und gegebenenfalls auch Digitalisierungsprojekte fördern können. Eine Übersicht über fast 30.000 Stiftungen in Deutschland und Tipps zur Antragstellung bietet die Seite → www.stiftungssuche.de des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen.

CROWDFUNDING | Im Internet gibt es zahlreiche Plattformen, über die Projekte eine breite Öffentlichkeit erreichen können, um Gelder einzuwerben. → www.crowdfunding.de bietet eine Übersicht von Crowdfunding-Plattformen sowie Hilfen und Tipps, um eine Crowdfunding-Kampagne zu starten und durchzuführen.

BERATUNG RUND UM DIE FÖRDERUNG BIETEN ZUM BEISPIEL

- Förderbanken (KfW-Bank und Landesbanken)
- Regionale Wirtschaftsförderungen
- Industrie- und Handelskammern
- Private Fördermittelberatungen/
Beratungsagenturen
-

CHECKLISTE: FÖRDERUNG NUTZEN

- Die passende Förderung finden: Je nach Themenfeld und Art des Projektträgers können unterschiedliche Fördertöpfe genutzt werden.
- Auf die Kombination achten: Häufig ist eine „Doppelförderung“ von Projekten über mehrere Förderprogramme nicht möglich. Dies ist bei der Fördermittel-Suche zu beachten.
- Nicht zu früh mit dem Projekt beginnen: Mitunter werden nur neu startende Projekte gefördert. Daher sollte man rechtzeitig mit der jeweiligen fördernden Stelle klären, wann und mit was gestartet werden kann.

DAS KOMPETENZZENTRUM LÄNDLICHE ENTWICKLUNG (KOMLE)

Das Kompetenzzentrum Ländliche Entwicklung (KomLE) in der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung setzt das Bundesprogramm Ländliche Entwicklung und Regionale Wertschöpfung (BULEplus) im Auftrag des BMEL um: Es wählt gemeinsam mit dem BMEL Erfolg versprechende Projektideen aus und begleitet die geförderten Projekte fachlich und zuwendungsrechtlich. Das KomLE verwaltet die Finanzmittel des BULEplus, koordiniert die Fördermaßnahmen mit verschiedenen Dienstleistern und berät das BMEL bei der fachlich-inhaltlichen Ausrichtung des BULEplus.

Aus den bundesweiten Modell- und Forschungsvorhaben, die das KomLE als Projektträger betreut, gewinnt es Erkenntnisse und leitet aus diesen zentrale Handlungs- und Forschungsbedarfe ab – gute Ideen können so überregionale Wirkung entfalten. Das gewonnene Wissen fließt in die Politikgestaltung für ländliche Räume ein.

Darüber hinaus führt das KomLE als Geschäftsstelle Wettbewerbe durch und verantwortet den Wissenstransfer des BULEplus: Sämtliche Ergebnisse stellen das BMEL und das KomLE der Fachöffentlichkeit in Broschüren, in Filmen, im BULEplus-Newsletter sowie auf Messen und Fachveranstaltungen zur Verfügung.

→ www.ble.de/komle

Diese Publikation ist der zweite Band der BULEplus-Schriftenreihe zur Fördermaßnahme „Land. Digital“.

Die weiteren Bände erscheinen unter

→ www.bmel.de/landdigital

→



HERAUSGEBER

Bundesministerium für Ernährung
und Landwirtschaft (BMEL)
Referat 824
10117 Berlin

FACHLICHE ANSPRECHPARTNER

Kompetenzzentrum Ländliche Entwicklung
in der Bundesanstalt
für Landwirtschaft und Ernährung (BLE)
Deichmanns Aue 29
53179 Bonn
bule@ble.de
Tel.: +49 (0)228 6845-2602

STAND

Oktober 2023

TEXT

BMEL, BLE,
Quaestio - Forschung & Beratung GmbH

GESTALTUNG

EWERT/GRAFIK, Königswinter

DRUCK

MKL Druck GmbH & Co. KG
Graf-Zeppelin-Ring 52
48346 Ostbevern

BESTELLINFORMATIONEN

www.bmel.de



BILDNACHWEISE

Titel:
samui/Shutterstock.com; nasharaga/Shutterstock.com

Fotos:

Quaestio GmbH: S. 10, 11, 15, 20, 22, 26, 30, 31, 43; Amanda Zieseniss: S. 19; Thomas
Ecke/Verbraucherzentrale Brandenburg e. V.: S. 26; aidminutes GmbH/Philipp Geisler:
S. 27, 42; Guide2 GmbH: S. 28; Gemeinde Vrees: S. 42

Illustrationen:

OneLineStock/Shutterstock.com: S. 3, 13; Simple Line/Shutterstock.com: S. 11, 14,
33, 35; Blinx/Shutterstock.com: S. 12; tetiana_u/Shutterstock.com: S. 15; Solonesafe/
Shutterstock.com: S. 34

Screenshots:

<https://www.startlandflow.de/> (letzter Abruf 04.04.2023): S. 10; <https://www.wfg-kreis-soest.de/wfg-medpuls/> (letzter Abruf: 25.04.2023): S. 12; <https://amt-huettener-berge.buergerportal.sh/buergerportal/mobilitaetsportal/mitfahrt> (letzter
Abruf: 25.04.2023): S. 13; Instagram-Kanal „unser BIR“: S. 23

Diese Publikation wird vom BMEL unentgeltlich abgegeben. Die Publikation ist nicht zum Verkauf bestimmt. Sie darf nicht im Rahmen von Wahlwerbung politischer Parteien oder Gruppen eingesetzt werden.

Weitere Informationen unter

www.bmel.de

 **@bmel**

 **Lebensministerium**

 **@bmel_bund**