

2022

NEWSLETTER DES MASTER-
STUDIENGANGS REGIONAL-
MANAGEMENT

MANAGEMENT
REGIONAL



INHALT

1	Editorial	Seite 3
2	Unser Land Netzwerk	Seite 4
3	Netzwerke und ihre Bedeutung	Seite 6
4	Netzwerkarbeit im Quartier	Seite 8
5	„Gemeinsam sind wir stärker“	Seite 10
6	Wege der Stadt-Land-Vernetzung	Seite 12
7	Networking im ländlichen Raum	Seite 14
8	Netzwerken ohne Grenzen	Seite 16
9	Unser Handwerk verstehen	Seite 18
10	In 60 Sekunden zum Netzwerk	Seite 20
11	Tante Emma 2.0	Seite 22
12	Netzwerke miteinander und füreinander gestalten	Seite 24
13	Aktuelles aus dem Masterstudien- gang Regionalmanagement	Seite 26
14	Wissenschaftsjahr 2022	Seite 29

1 EDITORIAL

NETZWERKE UND NETZWERKARBEIT

Regionalmanager:innen haben schon seit jeher die Kunst der Netzwerkarbeit beherrscht: um regionale Entwicklungskonzepte mit reger Beteiligung zu erstellen, um lokale Projekte gemeinsam umzusetzen und um kollektiv auf Probleme zu reagieren. Erfolgreiche Regionalmanagements nutzen den Erfahrungsaustausch im Netzwerk aber auch zur gemeinsamen Erschließung von Know-how oder zur Positionierung von Themen für eine zukunftsfeste Entwicklung der Region.

Dann kam 2020 die Pandemie. Zuerst bekamen unsere Netzwerke neue Aufgaben, zum Beispiel während der Zeit des Lockdowns Lebensmittel oder Hilfsangebote für gefährdete Mitbürger:innen zu organisieren. Als sich die Pandemie zeitlich verlängerte, konnte sogar das Netzwerken auf Online-Formate (wie z.B. „Wonder“) umgestellt werden. „Gründer-Cafés“ per ZOOM sind inzwischen selbstverständlich geworden. Auch haben Online-Beteiligungsveranstaltungen zu einer vereinfachten Teilnahme vieler Interessierter geführt, die zum Beispiel aufgrund der Familienbetreuung oder aus Mobilitätsgründen an ihr Zuhause gebunden sind.

Plötzlich begannen im Februar 2022 die Kriegshandlungen in der Ukraine. Wieder einmal wurde die Macht von Netzwerken dramatisch sichtbar: für Information (und Desinformation), für Spenden und Sachhilfe sowie für das Organisieren von Unterkünften. Ihre enorme Bedeutung zeigt sich ebenso durch die Versuche mancher Regierungen, sie einzuschränken oder gar abzustellen (zum Beispiel Social Media).

Sowohl in guten Zeiten als auch in Krisenzeiten sind unsere Netzwerke und unsere Bemühungen, uns zu vernetzen, für ein nachhaltiges Regionalmanagement von grundlegender Bedeutung. In der nächsten Zeit müssen unsere Netzwerke solidarisch viel bewältigen – ob es um die Unterbringung von Geflüchteten aus der Ukraine geht oder um eine möglichst regionale Energie- und Lebensmittelversorgung.

Unsere Master-Studierenden im Regionalmanagement haben sich in diesem Newsletter mit dem Thema Netzwerke und Networking befasst. Im Modul „Öffentlichkeitsarbeit und Mediendesign“ lernten sie im Wintersemester neben der allgemeinen Presse- und Kampagnenarbeit, journalistische Texte zu schreiben und sie mit „InDesign“ zu gestalten. Hier können Sie einige ausgewählte studentische Beiträge anschauen, die von einer großen Bandbreite an Netzwerken berichten. Darunter befinden sich innovative Ehrenamts-, Gründungs- und Wertschöpfungsnetzwerke, aber auch kommunale Kooperationen und Stadt-Land-Netzwerke sowie CoWorking und internationale Vernetzungsprogramme.

Sollten wir Ihr Interesse an Regionalmanagement geweckt haben: Am 19.04.2022 bieten wir einen Online-Studieninfotag an, der über unseren dreisemestrigen Masterstudiengang informiert (S. 26).

Viel Spaß beim Lesen und danke für Ihr Interesse!

Prof. Dr. Jennifer Gerend

Prof. Dr. Manfred Geißendörfer

Studiengangsleiterin

Studiendekan

Das Dozent:innen-Team des Moduls „Öffentlichkeitsarbeit und Mediendesign“: Prof. Dr. Jennifer Gerend, Dr. Manuel Ermann, Marina Beck M.A. und Dr. Aram Aristakesyan

2 UNSER LAND NETZWERK



Antonia Strobl
B.Sc. Landwirtschaft
Studierende im Masterstudiengang
Regionalmanagement

PRODUKTE AUS DER REGION FÜR DIE REGION

Von Antonia Strobl

Lebensmittel, die nicht vom anderen Ende der Welt herantransportiert werden müssen, sondern direkt aus der eigenen Region stammen, sind gefragt wie nie. Ein Beispiel für die gelungene Zusammenarbeit zwischen Erzeuger:innen und Verbraucher:innen stellt das „Unser Land Netzwerk“ dar.

Die Solidargemeinschaft wurde 1994 von einer Handvoll Landwirt:innen in Fürstentfeldbruck mit dem Wunsch nach regional gebackenem Brot gegründet und ist seitdem stetig gewachsen. Mittlerweile zählt das Netzwerk über 300 Betriebe, die rund 100 verschiedene Gemüse-, Obst-, Milch-, Fleisch- und Backwaren erzeugen, welche in elf oberbayerischen Landkreisen vermarktet werden. Wie die Zusammenarbeit mit dem Netzwerk funktioniert, welche Aufgaben damit einhergehen und wie so etwas funktionieren kann, erzählt uns Landwirt Leonhard Mösl, der seit über 15 Jahren Mitglied der Solidargemeinschaft ist.

Herr Mösl, wie sind Sie das erste Mal mit dem „Unser Land Netzwerk“ in Kontakt gekommen?

Mösl: Nach der Umstellung unseres Betriebs 2002 auf ökologische Landwirtschaft versuchten wir uns an neuen Kulturen, wie der Sonnenblume, für die es bis dahin kaum Abnehmer gab. Auf der Suche nach Vermarktungsmöglichkeiten kamen wir mit „Unser Land“ in Kontakt, und die Idee eines regional produzierten Bio-Sonnenblumenöls war geboren.

Was unterscheidet die Vermarktung im „Unser Land Netzwerk“ von anderen Absatzmöglichkeiten?

Mösl: Zuerst einmal die Regionalität, kurze Transportwege, die Unterstützung der heimischen Landwirte, faire Preise und nicht zuletzt eine klimaschonende Produktion sind die großen Vorteile sowohl für den Erzeuger als auch den Verbraucher. Außerdem ist „Unser Land“ nicht nur eine Vermarktungsgesellschaft, sondern auch eine Solidargemeinschaft, die sich mit vielen engagierten Ehrenamtlichen in der Verbraucherinformation, Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit einsetzt, um Verbraucher und Erzeuger wieder näher zusammen zu bringen und die Region zu stärken. Und mit den Corona-Einschränkungen nimmt die Bedeutung von Naturräumen noch einmal deutlich zu.

Was hat sich im Netzwerk seit Ihrem ersten Kontakt geändert?

Mösl: Die Grundsätze der Regionalität und der nachhaltigen Produktion sind natürlich geblieben, geändert hat sich vor allem die Menge der vermarkteten Lebensmittel. Auch der Anteil an Bio-Produkten ist gestiegen und macht mittlerweile den Großteil der Waren aus. Dank der hohen Nachfrage und positiven Resonanz der Kunden konnten immer mehr Produkte von Landwirten aus der Region produziert und ins Sortiment aufgenommen werden. Auch wir haben von diesem



Wachstum profitiert und verkaufen neben den Sonnenblumen nun auch Kartoffeln über „Unser Land“.

Landwirt Mösl freut sich über seine leuchtend gelben Sonnenblumen. Foto: Antonia Strobl

Wie sehen Sie die Zukunft von „Unser Land“?

Mösl: Die sehe ich sehr positiv, die Nachfrage nach regionalen und auch ökologisch produzierten Lebensmittel ist ungebrochen hoch und dank der Öffentlichkeits- und Bildungsarbeit von „Unser Land“ erfahren auch wir Landwirte zunehmend mehr an Verständnis und Anerkennung für unsere Arbeit. Die regionalen Wertschöpfungsketten, die aufgebaut sind, haben nachhaltig die gesamte Region gestärkt und werden meiner Meinung nach auch noch weiter ausgebaut werden. Vielleicht findet sich ja auch für unseren Betrieb noch das ein oder andere Produkt, das so vermarktet werden könnte. Ich freue mich jedenfalls auf die weitere Zusammenarbeit mit „Unser Land“ und noch viele gemeinsame Jahre mit dem Netzwerk.

„Die Nachfrage nach regionalen und auch ökologisch produzierten Lebensmittel ist ungebrochen hoch und dank der Öffentlichkeits- und Bildungsarbeit von „Unser Land“ erfahren auch wir Landwirte zunehmend mehr an Verständnis und Anerkennung für unsere Arbeit.“

Quellen:

Manfred Amann (2019). Malching. Lebensmittel aus heimischer Produktion. Süddeutsche Zeitung Fürstentfeldbruck Nr. 156 vom 09.06.2019

Unser Land (2021). Unser Land Netzwerk. Verfügbar unter: <https://www.unser-land.info/>

Eigenes Interview mit Leonhard Mösl am 04.01.2022



Ausgangsmaterial und Endprodukt des Bio-Sonnenblumenöls von Unser Land
Foto: Antonia Strobl



Hier rieseln die schwarzen Sonnenblumenkerne noch durch die Finger, bevor sie später zu Öl gepresst werden
Foto: Antonia Strobl



3 NETZWERKE UND IHRE BEDEUTUNG

DIE SOZIALEN INFRASTRUKTUREN UNSERER GESELLSCHAFT

Von Svenja Brassel

Was genau sind Netzwerke? Welche Ziele verfolgen sie, und agiert jeder Mensch in Netzwerken? Es gibt viele verschiedene Arten von Netzwerken, aber eines haben alle gemeinsam: sie verbinden. Egal ob Menschen, Bäume, Organisationen oder Regionen, sie verknüpfen einen Knoten in einem Konstrukt mit einem anderen. Netzwerke sind vielfältig und vor allem eins: wichtig.

„Wer etwas teilt, baut ein Netzwerk auf. Ein Netzwerk führt zu Zusammenarbeit. Zusammenarbeit führt zu Kreativität und Innovation – und die verändern die Welt.“

Marissa Mayer, Ex Yahoo-Chefin

NETZWERKE UND WAS SIE SIND

Netzwerke sind selbstorganisierte Systeme, die Personen oder andere Einheiten miteinander verbinden. Die Bezeichnung „soziales Netzwerk“ bezieht sich auf die Beziehung zwischen Personen oder Organisationen. Es gibt keinen gesellschaftlichen Bereich, in dem Netzwerke keine Rolle spielen würden. Nicht ohne Grund beinhaltet der Begriff Netzwerk das Wort Netz, als Symbol für Beziehungen und Verbindungen. Sie bilden die Grundlage für fast alle Lebensbereiche. Wir sind sozusagen eine Netzwerkgesellschaft: Soziale Netzwerke sind überall zu finden, wo Menschen zusammenkommen. Jeder ist auf eine Art und Weise mit jemandem verbunden. So sind sie Teil der sozialen Infrastruktur einer Netzwerkgesellschaft.

Menschen und ihre Verbindungen innerhalb von Netzwerken
Foto: Eigene Darstellung (Verwendung von Stockfotos)



NETZWERKARTEN

Straßennetze, das Internet und soziale Netzwerke zählen ebenso zu den Netzwerken wie beispielsweise Pilze, die sich im Boden vernetzen und mit Waldbäumen Nährstoffe und Informationen austauschen. Es gibt viele verschiedene Arten von Netzwerken und jedes ist aufgrund seiner individuellen Eigenschaften anders.

Zwischen Menschen finden sich soziale Netzwerke auf unterschiedlichen räumlichen Ebenen, z.B. lokal, regional oder überregional. Sie können aus Individuen, Gruppen oder ganzen Unternehmen bestehen. So steht beispielsweise ein Zweckverband für ein regionales Netzwerk zwischen Gemeinden und dient der interkommunalen Zusammenarbeit oder der Verbesserung der wirtschaftsnahen Infrastruktur. Die einzelnen Akteure in solch einem Verband gelten als relativ gleichrangig und autonom. Je nach Art des Netzwerks kann es aber auch zentrale Knotenpunkte geben, die mehr Macht haben als die einzelnen Netzwerkmitglieder, da sie zum Beispiel das Netzwerk zentral leiten und die Interaktion organisieren.

ZIELE VON NETZWERKEN

Die Ziele und Handlungsfelder von Netzwerken können ganz unterschiedlich sein. Ein Netzwerk dient manchmal in erster Linie dem Informations- und Erfahrungsaustausch zwischen den verbundenen Personen und der Interaktion mit anderen Akteuren. Netzwerke schaffen eine Vielfalt an Beziehungen. Deshalb ermöglichen sie neben dem Austausch auch die gemeinsame Interessenvertretung sowie Kooperationen. Sie können die Entwicklung neuer Lösungsansätze vorantreiben. So rücken auch regionale Netzwerke das Beziehungsgefüge von Systemen und Akteuren und damit die Region als Ganzes in den Mittelpunkt. Damit können sie die Zukunft der Regionalentwicklung vorantreiben. Die regionale Vernetzung ermöglicht die Schaffung von Mehrwerten für ganz unterschiedliche Gruppen, indem regionale Kräfte gebündelt werden. Dadurch können die Akteure einer Region in vielfältigen Bereichen die Lebensqualität gemeinsam gestalten und verbessern. Durch die Beziehungen und den regen Austausch ergeben sich immer wieder innovative Lösungen für regionale Problemstellungen. In den Worten von Autor Carsten K. Rath ausgedrückt: „Ein starkes, solides Netzwerk sichert uns Perspektiven und hilft uns dabei, Ziele zu erreichen und Ideen zu verwirklichen.“

Quellen:

- Adrian, L. (2003). Regionale Netzwerke als Handlungskonzept. Erfolgversprechender Weg einer innovationsorientierten Regionalentwicklung. Berlin: DIFU Materialien, 110.
- Castells, M. (2001). Das Informationszeitalter. Wirtschaft. Gesellschaft. Kultur. Opladen: Leske + Budrich.
- Cuny, R., Stauder, J. (1993). Lokale und regionale Netzwerke. Wirtschaftsdienst, Vol. 73, 150-157.
- Holzer, Boris. (2011). Die Differenzierung von Netzwerk, Interaktion und Gesellschaft. In Bommes, M., Tacke V. (Hrsg.). Netzwerke in der funktional differenzierten Gesellschaft (51-66). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Jansen, D. (2003). Einführung in die Netzwerkanalyse. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Payer, H. (2008). Netzwerk, Kooperation, Organisation – Gemeinsamkeiten und Unterschiede. In Bauer-Wolf, S., Payer, H., Scheer, G. (Hrsg.). Erfolgreich durch Netzwerkkompetenz. Handbuch für Regionalentwicklung (5-18). Wien: Springer-Verlag.
- Scheer, G. (2008). Regionalentwicklung und Netzwerke. In Bauer-Wolf, S., Payer, H., Scheer, G. (Hrsg.). Erfolgreich durch Netzwerkkompetenz. Handbuch für Regionalentwicklung (1-4). Wien: Springer-Verlag.
- Stegbauer C., Tranow U. (2016). In: Kopp J., Steinbach A. (Hrsg.) Grundbegriffe der Soziologie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Winkel, R. (2018). Soziale Infrastruktur. ARL – Akademie für Raumforschung und Landesplanung (Hrsg.). Handwörterbuch der Stadt- und Raumentwicklung, 2185-2196.



Wurzelnetzwerk zweier Bäume
Foto: Svenja Brassel

4 NETZWERKARBEIT IM QUARTIER

DAS NACHBARSCHAFTSNETZ ÄUSSERE WESTSTADT IN TÜBINGEN

Von Judith Nienstedt

Wie wichtig es ist, im Alter oder bei Krankheit gut vernetzt zu sein, hat die Corona-Pandemie gezeigt. In der Tübinger Weststadt existiert der Gedanke der Vernetzung bereits seit vielen Jahren. Der Stadtteil weist durch Straßen, Bahnschienen und Geländesprünge viele räumliche Barrieren auf, die für manche schier unüberwindbar werden können. Zur Überbrückung schlossen sich 2013 zehn Nachbar:innen zusammen mit der Idee, eine nachbarschaftliche Vernetzung zu etablieren. Inzwischen ist das Nachbarschaftsnetz mit über 70 Engagierten zu einem wichtigen Akteur im Quartier geworden.

Lesung im Freien im Rahmen
des Sommerprogramms 2021
Foto: Sabine Rumpel



VOM PRIVATEN WOHNZIM- MER IN DEN SOZIALRAUM

Seinen Ursprung hat das Nachbarschaftsnetz in privaten Wohnzimmern. Hier fanden erste Vernetzungstreffen statt. Es folgten Aktionen wie Spielenachmittage oder Gartenfeste und die Einführung einer „Telefonnotfallliste“. Dem Engagement der Ehrenamtlichen ist es zu verdanken, dass sich das Netzwerk vergrößerte. Die Kontaktaufnahme zur Stadt Tübingen führte dazu, dass Veranstaltungen seit 2014 im Haus der Lebenshilfe abgehalten werden können.

Um möglichst viele Weststadtbewohner:innen zu erreichen, war nicht nur eine Vernetzung untereinander, sondern auch mit weiteren Akteuren des Sozialraums nötig. Kooperationen ergaben sich mit den Kirchengemeinden, Alters- und Jugendeinrichtungen sowie Vereinen. Über Pressemitteilungen und Flyerverteilung erlangte das Nachbarschaftsnetz an Bekanntheit. Wer Mitglied werden will, muss dies schriftlich bekunden. Die Informationsvermittlung erfolgt über ein monatliches, per E-Mail verschicktes sowie ausgehängtes Programmblatt. Ein ehrenamtliches Team plant Veranstaltungen, ist in verschiedenen städtischen Gremien vertreten und dient als Ansprechpartner.

Die gemeinsamen Nachbarschaftsaktionen wurden durch neu Hinzugekommene immer stärker ausgeweitet. So umfassen die Angebote inzwischen auch Sport- und Kulturver-

anstaltungen wie z.B. Achtsamkeitstraining, Zeichenkurse oder Laternenumzüge und vieles mehr. In Kooperation mit anderen Akteuren des Stadtteils wurde 2021 sogar ein dreiwöchiges Sommerprogramm veranstaltet.

MITGESTALTUNG DES WOHNUMFELDES

Auch die Mitgestaltung des Wohnumfeldes ist ein wichtiges Handlungsfeld. Vor dem Hintergrund von städte- und verkehrsplanerischen Veränderungsprozessen in der Weststadt wurden ab 2015 Stadtteilspaziergänge im eigenen und in anderen Stadtvierteln durchgeführt, um sich mit Ideen einzubringen. Sabine Rumpel, Mitglied im Planungsteam, hält fest: „Für uns ist es wichtig, uns als Sprachrohr der Bürger:innen in die Planungen einzubringen, um unser Wohnumfeld mitzugestalten.“

Aus dem kleinen Kreis ist inzwischen ein Netzwerk aus über 70 Engagierten geworden. Nach wie vor wird das Netzwerk durch ehrenamtliches Engagement aufrechterhalten. Seit 2019 wird es durch eine Stadtteilsozialarbeiterin unterstützt, mit der gemeinsam ein Stadtteilzentrum aufgebaut werden soll. Gefördert wird das Netzwerk durch finanzielle Mittel der Stadt Tübingen. Die Corona-Pandemie hat die Arbeit des Netzwerks erschwert. Veranstaltungen mussten auf Online-Formate umgestellt oder ins Freie verlegt werden. Die Vernetzung konnte jedoch aufrechterhalten werden und wurde für viele Nachbar:innen wichtiger als zuvor.

„Es wurde mehr als deutlich, dass wir das Ursprungsziel der nachbarschaftlichen Vernetzung erfolgreich erreicht haben“, so Rumpel.

Quellen:

Universitätsstadt Tübingen, Fachbereich Familie, Schule, Sport und Soziales (Hrsg.) (2015): Sozialkonzeption für die Universitätsstadt Tübingen. Verfügbar unter: https://www.tuebingen.de/verwaltung/uploads/sozialkonzeption_2015.pdf

Eigenes Interview mit Sabine Rumpel am 13.12.2021



Judith Nienstedt
B. Sc. Geographie
Studierende im Masterstudiengang
Regionalmanagement

Stadtteilspaziergang der Nachbar:innen als Inspiration für die Mitgestaltung des eigenen Wohnumfeldes
Foto: Sabine Rumpel

5 „GEMEINSAM SIND WIR STÄRKER“

INTERKOMMUNALES NETZWERK „ILE AN ROTT UND INN“ GESTALTET REGION UND ZUKUNFT

Von Maximilian Geisberger

Das Thema der interkommunalen Netzwerkarbeit nimmt in ländlichen Regionen einen besonderen Stellenwert ein. Denn hier engen Bevölkerungsrückgang, strukturschwache Wirtschaft, zentralörtliche Funktionsverluste, unausgelastete Infrastrukturen und kommunale Finanznot die Handlungsspielräume der Kommunalpolitik stark ein. Gleichzeitig verschärft sich der interkommunale Wettbewerb um Einwohnerzahlen, Unternehmen und staatliche Fördermittel. Um diesen Herausforderungen gemeinsam entgegenzutreten, schlossen sich im Dezember 2016 zehn Kommunen im südlichen Landkreis Passau zu einer Integrierten Ländlichen Entwicklung (ILE) zusammen. Es entstand die „ILE an Rott und Inn“.

WER IST DIE „ILE AN ROTT UND INN“?

WER IST DIE „ILE AN ROTT UND INN“?

Gegründet wurde die „ILE an Rott und Inn“ von den Kommunen Bad Füssing, Kirchham, Kößlarn, Malching, Neuburg am Inn, Neuhaus am Inn, Pocking, Rothalmünster, Ruhstorf an der Rott und Tettensweis. Das interkommunale Netzwerk besteht jedoch nicht nur aus den Kommunen mit ihren Bürgermeister:innen und Geschäftsführer:innen. Seit der Gründungsphase begleitet auch eine Regionalmanagerin die ILE bei ihren Projekten, organisiert und moderiert gemeinsame Treffen und unterstützt sie bei Förderanträgen. Im Zuge der konstruktiven und erfolgreichen interkommunalen Zusammenarbeit erweiterte sich mit dem Eintritt der Stadt Bad Griesbach im Rottal im Dezember 2020 die „ILE an Rott und Inn“ um ein elftes Mitglied. Seither umfasst das Einzugsgebiet der ILE mehr als 60.000 Bürger:innen.

HANDLUNGSFELDER DER „ILE AN ROTT UND INN“

Angesichts regionsspezifischer ökonomischer, ökologischer und sozialer Anforderungen sieht die ILE-Region in sechs Feldern besonderen Handlungsbedarf:

- Sicherung der Lebensgrundlagen
- Soziale Infrastruktur
- Innen- vor Außenraumentwicklung
- Technische Infrastruktur
- Tourismus, Öffentlichkeitsarbeit und Beteiligungswesen
- Verwaltungszusammenarbeit und gemeinsame Beschaffungen

Hierfür erarbeitet die ILE als interkommunales Netzwerk gemeinsam gebietsbezogene, themenübergreifende, partnerschaftliche, dynamische und langfristige Lösungen, ohne dabei die Identität der einzelnen Gemeinden aufzugeben.

Im BIZ in Ruhstorf an der Rott können sich Bürger:innen über bereits abgeschlossene und laufende Projekte der ILE informieren. Foto: Maximilian Geisberger



GEGEN LEERSTAND IN DEN ORTSZENTREN

Wie viele andere ländliche Gemeinden in Bayern kämpfen auch die Kommunen der ILE-Region mit unbelebten Ortskernen und versiegelten Flächen an den Ortsrändern. Um diesem sogenannten Donut-Effekt entgegenzuwirken, erarbeitete jede ILE-Kommune 2021 ein individuelles Innenentwicklungskonzept, um Leerstände, Brach- und mindergenutzte Flächen im Gemeindegebiet zu erfassen. Bis Ende 2022 soll ein Baulandkataster für Entwicklungsmöglichkeiten im Innenbereich erstellt werden, um Nachverdichtungsmöglichkeiten in den Ortskernen zu schaffen. Dabei gehen die ILE-Kommunen mit bestem Beispiel voraus. So erwarb die Gemeinde Ruhstorf an der Rott ein seit Jahren leerstehendes Modehaus im Ortszentrum und errichtete darin ein Bürgerinformationszentrum.

DER SAURÜSSEL-RADWEG ALS NAHERHOLUNGS- UND TOURISMUS-ATTRAKTION

Die ILE-Region zwischen den namensgebenden Flüssen Rott und Inn zählt dank ihrer Heil- und Kurbäder zu den tourismusstärksten Regionen Bayerns und umfasst mit dem Kurort Bad Füssing den größten Kurort Europas. Um sowohl für Touristen:innen als auch für die lokale Bevölkerung eine Sport- und Freizeit-Attraktion zu schaffen, wurde 2019 als erstes touristisches Projekt die Ausschilderung des „Saurüssel-Radwegs“ verwirklicht. Das Radwegenetz verbindet die elf ILE-Kommunen auf einer ca. 127 km langen Rundtour miteinander. Entlang der gesamten Strecke erfahren die Radfahrer:innen Wissenswertes über die ILE-Region und ihre zugehörigen Kommunen.

„ILE AN ROTT UND INN“ – EINE BEREICHERUNG FÜR DIE REGION

Dank dem Engagement der ILE konnten seit der Gründung 2016 zahlreiche Projekte in der Region zwischen Rott und Inn bereits realisiert werden, eine Vielzahl befindet sich in Umsetzung und Planung.

So trägt das interkommunale Netzwerk dazu bei, die ILE-Region noch attraktiver, lebendiger und lebenswerter zu gestalten.

Quellen:

ILE an Rott & Inn (2019-2021). Eine starke Gemeinschaft für eine starke Region! Verfügbar unter <https://www.ile-rott-inn.de>.

Kühn, M. & Weck S. (2013). Interkommunale Kooperation, Konkurrenz und Hierarchie. In M. Bernt & H. Liebmann (Hrsg.), Peripherisierung, Stigmatisierung, Abhängigkeit? Deutsche Mittelstädte und ihr Umgang mit Peripherisierungsprozessen. (S. 83-106). Wiesbaden. Springer VS.



Maximilian Geisberger
M. A. Staatswissenschaften
Studierender im Masterstudien-
gang Regionalmanagement

Der Saurüssel-Radweg ist aufgrund seiner geringen Steigungen auch für Kinder geeignet.
Foto: Maximilian Geisberger



6 WEGE DER STADT-LAND-VERNETZUNG

BEWUSSTSEINSSCHAFFUNG FÜR EIN BESSERES MORGEN

Von Lisa Ritthammer

Ganz nach dem Motto „Eine Region ist nur so aktiv wie deren Beteiligte“ sieht sich die Öko-Modellregion Nürnberg, Nürnberg Land und Roth als Anlaufstelle für Verbraucher, Landwirte und Lebensmittelproduzenten. Als Projektmanagerin in dieser Öko-Modellregion leistet Franziska Distler einen großen Beitrag zur Vernetzung verschiedener Akteursgruppen. Welcher Ansatz dabei verfolgt wird und wie dies in der Umsetzung aussieht, erläutert Distler in einem Interview.

WAS VERSTEHEN SIE UNTER STADT-LAND-VERNETZUNG?

Distler: Im Kontext der Öko-Modellregion bedeutet dies, den wachsenden Bedarf an Bio-Produkten vermehrt aus der Region zu decken, und damit die Stärkung von Biobetrieben im Umland von Städten.

Die Vernetzung der Stadt Nürnberg und den Landkreisen Nürnberger Land und Roth sowie das gemeinsame Denken von BIO und REGIONAL sind die wichtigsten Ziele unserer Öko-Modellregion. Erreicht werden soll dies durch transparente Wertschöpfungsketten, welche das Interesse der Verbraucher wecken.

Ein weiterer Aspekt sind solidarische Beteiligungsprojekte. Den Menschen vor Ort eröffnet sich dadurch die Möglichkeit, sich wirksam zu engagieren und durch ihren Konsum bzw. ihr Engagement einen konkreten, sichtbaren Beitrag zu einer Stadt-Land-Vernetzung leisten zu können. So wachsen Allianzen und regionale Kreisläufe, die den Verbraucher aktiv einbinden.

SEHEN SIE BEDARF ZUM AUFBAU EINES NETZWERKES INNERHALB DER ÖKO-MODELLREGION?

Distler: Aus meiner Sicht besteht bereits ein Netzwerk, denn das ist unsere Hauptaufgabe. Bisher laufen viele Fäden in der Zentrale der Öko-Modellregion zusammen. Auch wenn es keine regelmäßigen Netzwerktreffen mit einem festen Stamm an Interessierten gibt, ist eine gewisse Struktur vorhanden. Weitere „Mitmacher“ sind immer willkommen und können in bestehende Projekte eingebunden werden.

WIE LÄUFT DIE VERNETZUNG INNERHALB DER ÖKO-MODELLREGION AB?

Distler: Wir veranstalten regelmäßige Treffen in der Öko-Modellregion. Für landwirtschaftliche Betriebe ist dies zweigeteilt: Im Winterhalbjahr gab es in den letzten Jahren Online-Veranstaltungen, z.B. zum Netzwerken im Landkreis Roth oder den Agrarumweltmaßnahmen im Jahr 2022. Im Sommerhalbjahr organisieren wir „Feldtage“ oder Seminare. Im Jahr 2021 gab es ein Umsteller- sowie ein Bodenseminar, außerdem einen Lupinen- und einen Soja-Feldabend. Hier kommen viele Interessierte zusammen, sowohl Bio- als auch konventionell wirtschaftende Betriebe, und können sich am Feldrand austauschen. Auch im Verarbeitungsbereich bieten wir Austauschrunden mit dem Fokus auf Bio-Ernährungswirtschaft an. Für Verbraucher sind es eher Mitmachaktionen wie die Regioplus-Challenge im letztes Jahr, sowie ein Online-Kochkurs oder ein Rezeptwettbewerb.

WOZU WURDEN DIE „FELDTAGE“ ETABLIERT?

Distler: Unser Ziel ist der Ausbau der Öko-landbaufläche. Damit verbunden ist die Information von landwirtschaftlichen Betrieben zu dieser Form der Landbewirtschaftung. Feldtage veranstalten wir ausschließlich auf Bio-Betrieben und zeigen damit diese Wirtschaftsweise auf. Konventionelle Betriebe können sich also informieren und bekommen einen Einblick in die biologische Bewirtschaftung. Bio-Betriebe können sich untereinander vernetzen und Erfahrungen austauschen. Zudem gibt es immer einen fachlichen Input, der zum Diskurs anregt und hilfreiches Praxiswissen vermittelt. Daher sind Feldtage sehr beliebt und stoßen auf großes Interesse bei den Unternehmen.

WER WIRD DURCH DIE ANGEBOTE DER ÖKO-MODELLREGION ANGESPROCHEN?

Distler: Jeder, der sich für die bio-regionale Ernährungs- oder Landwirtschaft interessiert. Wir bieten Projekte auf allen Ebenen der Bio-Wertschöpfungskette: vom Erzeuger über die Verarbeiter, die Händler bis hin zu den Verbrauchern. Durch unterschiedlichste Angebote werden immer wieder andere Personengruppen auf die Öko-Modellregion aufmerksam und es kommt zu wertvollen Begegnungen und dem Aufbau von Netzwerken.

WAS HAT ES MIT DER „KARTE VON MORGEN“ AUF SICH?

Distler: Die „Karte von morgen“ hat zum Ziel, Orte der Nachhaltigkeit zu identifizieren und in einer virtuellen Landkarte einzutragen. Initiativen und Unternehmen können von jedem eingetragen und bewertet werden. Für alle Bewohner / Besucher der Öko-Modellregion ist diese Karte ein großer Mehrwert, um nachhaltige Unternehmen schnell ausfindig zu machen.

<https://www.oekomodellregionen.bayern/nachrichten/karte-von-morgen>

Jeder kann mitwirken, um diese Karte noch mehr mit Leben zu füllen.

Quelle:

Eigenes Interview mit Franziska Distler am 14.12.2021



Lupinen-Feldabend in Alfershausen mit Thomas Wolf und Manuel Deyerler (LLA Triesdorf).
Foto: Öko-Modellregion

Franziska Distler – Projektmanagerin der Öko-Modellregion Nürnberg, Nürnberger Land, Roth
Foto: Daniel Delang



7 NETWORKING IM LÄNDLICHEN RAUM

WIE EIN KREATIVRAUM UND COWORKING-SPACE DIE VERNETZUNG AUFS LAND BRINGT

Dr. Sandra Siebenhüter auf dem „Ratsch Bankerl“ vor dem Kreativraum „Otto“.
Foto: Katja Müller

Von Katja Müller



Wie geht eigentlich Netzwerken im ländlichen Raum? Laut CoWorking-Gründerin Dr. Sandra Siebenhüter ist ein Netzwerk eine Organisationsform von selbstständigen Akteuren wie Firmen, Vereinen, Verbänden, NGOs, Einzelakteuren oder anderen institutionellen Organisationen. Sie schließen sich in der Regel freiwillig zusammen, um ein gemeinsames Ziel zu erreichen. Doch im ländlichen Raum gestaltet sich das oft schwierig. Es fehlt an Platz für Kreativität, Infrastruktur und Vernetzungsmöglichkeiten. Siebenhüter schafft mit ihrem Projekt Abhilfe.

Siebenhüter ist eine der Gründerinnen des Vereins „Otto – Der Kreativraum in Neuburg e.V.“ Sie will mit dem Konzept Raum für all diejenigen schaffen, die sich in und um Neuburg an der Donau, einer Stadt mit 30.000 Einwohner:innen, zusammenschließen wollen. Es soll eine Anlaufstelle für bestehende Netzwerke sein sowie Anfänge neuer Netzwerke unterstützen.

DAS GRUNDVERTRAUEN IN EINEM NETZWERK IST WICHTIG

Ein Netzwerk kann nachhaltig gepflegt werden, indem man sicherstellt, dass jeder Akteur einen persönlichen Mehrwert aus dem Netzwerk zieht. Siebenhüter betont: „Ein Netzwerk bedeutet viel Kooperationsarbeit und ist damit auch anstrengend. Deshalb muss der Gewinn aus einem Netzwerk größer sein als der Aufwand.“ Auch ist ein gewisses Mindset beim Networking wichtig: Im Umgang miteinander sind Nachsicht, verständnisvolle Kommunikation und der Wille zur Kooperation gefragt. Dies schafft eine Atmosphäre von Vertrauen und Sicherheit.

„COWORKING IST NICHT NUR EINE ARBEITSFORM, SONDERN AUCH EINE ORGANISATIONSFORM“

Als Mitbegründerin berichtet Siebenhüter, dass vor allem die Auseinandersetzung mit der Digitalisierung bei der Gründung des regionalen Netzwerks und Kreativraums „Otto“ eine treibende Kraft war. Daraus entstand auch die Idee eines CoWorking-Spaces. Denn das digitale Arbeiten bringt zwar eine unmittelbare Echtzeit-Vernetzung mit sich, kann aber auch herausfordernd sein. Vor allem, wenn der zwischenmenschliche Kontakt und der direkte Austausch fehlen. Das alles findet im Kreativraum seinen Platz. „CoWorking ist weit mehr als in ein Büro gehen. Ich gehe in einen Kommunikationsraum, in dem ich Menschen treffe, die auch kommunizieren und kooperieren wollen“, erklärt Siebenhüter. Das „Otto“ kann als „Dritter Raum“ dienen, für Menschen, die genau diesen Austausch suchen, und soll so eine Drehscheibe für neue Netzwerke werden.

DIE ZUKUNFT LIEGT IM LÄNDLICHEN RAUM

Für Siebenhüter ist klar: „Die Zukunft liegt im ländlichen Raum, denn hier gibt es viele Potenziale, die es zu heben und zu gestalten gilt.“ Dabei spielen beispielsweise der bezahlbare Raum, kleinere soziale Gemeinschaften, die Naturnähe sowie die Ansiedlung von verschiedenen Unternehmen und Unternehmensgrößen eine große Rolle. Jede Kommune oder Region kann dabei ihre Besonderheiten zur Geltung bringen. Der Zugang und die Sicherstellung von Anbindungen sind dabei bedeutend – vor allem um Netzwerke zu ermöglichen. „Denn auf dem Land zu leben und bei einer Weltfirma in der Stadt zu arbeiten, ist heute kein Widerspruch mehr und wird auch immer mehr geschätzt“, betont Siebenhüter.

Deshalb gilt es besonders auch in Zukunft, noch mehr die Vernetzung der Potenziale im ländlichen Raum zu ermöglichen und zu fördern. Dies kann mit Projekten wie dem Kreativraum „Otto“ in Neuburg gelingen.

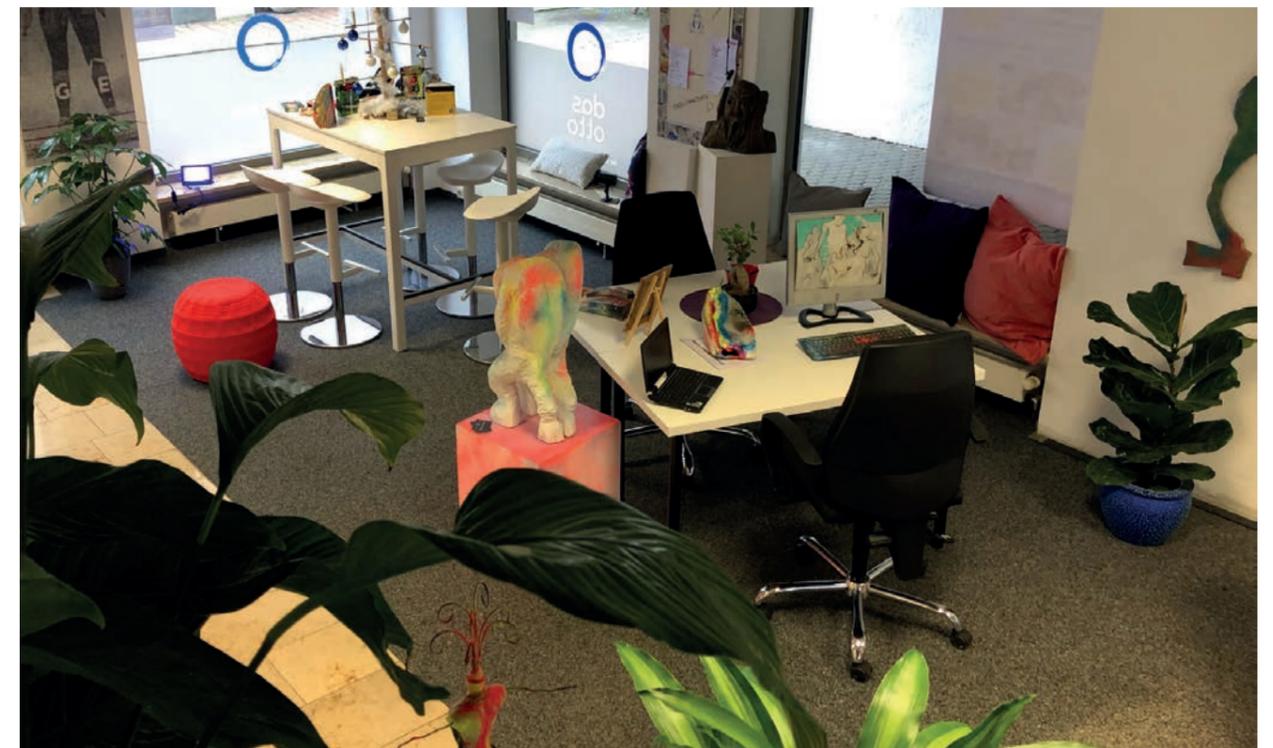
Quelle:

Eigenes Interview mit Dr. Sandra Siebenhüter am 16.12.2021



Katja Müller
B.A. Sc. Landwirtschaft
Studierende im Masterstudiengang
Regionalmanagement

Die grünen, lichtdurchfluteten und offenen Räume des CoWorking-Spaces „Otto“ laden zum Arbeiten und Netzwerken ein.
Foto: Katja Müller



8 NETZWERKEN OHNE GRENZEN

WIE INTERNATIONALES NETWORKING GELINGT

Von Christine Schleicher

Netzwerke entstehen durch Begegnungen – und diese enden nicht an Grenzen. Ein Beispiel sind die deutsch-tschechischen Beziehungen, welche nach dem Fall des Eisernen Vorhangs vor mehr als 30 Jahren und der EU-Osterweiterung 2004 intensiver denn je sind. Dazu beigetragen hat auch die Organisation EUREGIO EGRENSIS, die sich seit 1993 für die Förderung grenzüberschreitender Beziehungen, den Abbau mentaler und sprachlicher Barrieren sowie die Integration Tschechiens in die EU einsetzt. Ob Jugendarbeit, Sprachoffensive oder die Zusammenarbeit im Tourismus und Gesundheitswesen – zahlreiche Projekte werden vom Netzwerkmanagement der Organisation initiiert und begleitet. Doch wie gelingt Networking auch auf internationaler Ebene? Welche Herausforderungen gilt es zu meistern?

KEINE ANGST VOR SPRACHBARRIEREN

Die offensichtlichste Hürde beim internationalen Networking besteht in der Sprache. Ohne Kommunikation können keine Netzwerke entstehen. Doch selbst wer die Sprache des Gegenübers (noch) nicht perfekt beherrscht, sollte sich laut Franziska Kunzmann, Netzwerkmanagerin bei EUREGIO EGRENSIS, an der fremden Sprache versuchen: „Selbst wenige Worte helfen

dabei, das Eis zu brechen und ins Gespräch zu kommen. Das Gegenüber ist meist erfreut in seiner Landessprache angesprochen zu werden.“ Die Expertin ergänzt: „Zentral ist es, keine Angst davor zu haben, sprachliche Fehler zu machen und es einfach zu probieren.“ Ansonsten kann auch häufig aufs Englische ausgewichen werden.

OFFENHEIT UND INTERKULTURELLES WISSEN ALS SCHLÜSSEL

Ist die sprachliche Hürde gemeistert, gilt es vor allem mit Hilfe von Akzeptanz, Neugierde und Offenheit unterschiedliche Ansichten und Überzeugungen zu überwinden. Das bestätigt auch die Netzwerkmanagerin: „In Bezug auf unser Nachbarland Tschechien gibt es zwar viele kulturelle Gemeinsamkeiten, dennoch auch einige Unterschiede. Das kann sehr spannend sein, wie beispielsweise geschichtliche Ereignisse das Handeln und Denken der Menschen beeinflussen.“ Insofern ist auch ein gewisser Kenntnisstand über Historie, Traditionen und Verhaltenscodes der anderen Kultur unabdingbar. Denn je größer das Wissen über eine andere Kultur ist, desto größer wird auch das Verständnis.

GEMEINSAME ZIELE VERBINDEN

Um internationale Beziehungen auch langfristig erfolgreich zu gestalten, sind gemeinsame Ziele wichtig. Diese bilden den „Common Ground“, die Gemeinsamkeit, die alle Beteiligten zu höchstem Engagement motiviert. Besonders hilfreich kann es sein, sich in das Gegenüber hineinzuversetzen: „Welche Interessen verfolgt mein Gesprächspartner, wie kann ich diese bedienen? Wo werden ähnliche Ziele verfolgt? Im besten Fall profitieren beide Seiten von einer Vernetzung“, so Kunzmann.

ÜBER GRENZEN HINWEG IN PANDEMIE-ZEITEN

Die letzten 21 Monate haben internationale Begegnungen sicherlich nicht immer begünstigt. Der Großteil hat sich in die digitale Welt verlagert. Der persönliche Austausch, Neben-Gespräche bei Veranstaltungen und vor allem die non-verbale Kommunikation bleiben häufig auf der Strecke. Dennoch: Lange Anfahrtswege oder begrenzte Teilnehmerzahlen bei Veranstaltungen gehören der Vergangenheit an. Technisch gesehen ist von Vortragsreihen, Diskussionen in Breakout-Rooms bis hin zu digitalen Team-Building-Aktivitäten nahezu alles möglich.

Die Pandemie eröffnet also auch viele neue Möglichkeiten um sich über Grenzen hinweg zu vernetzen – diese gilt es zu nutzen, auch wenn sich die Teilnehmenden auf ein baldiges, persönliches (Wieder-)sehen freuen.

Quellen:

Eigenes Interview mit Franziska Kunzmann, 07.12.2021

Onaran, T. (2020). Die Netzwerkbibel. Zehn Gebote für erfolgreiches Networking (2. aktualisierte und überarbeitete Auflage). Wiesbaden: Springer Fachmedien GmbH

Euregio Egrensis. (11.01.2021). Von <https://www.euregio-egrensis.de> abgerufen.



Franziska Kunzmann ist seit 2019 als Netzwerk- und Projektmanagerin im Beratungsbüro Oberfranken, welches unter der Trägerschaft der EUREGIO EGRENSIS AG Bayern steht, tätig. Foto: Franziska Kunzmann



Christine Schleicher
B.A. Betriebswirtschaft
Studierende im Masterstudiengang
Regionalmanagement

Spaziergänger:innen begegnen sich im Dreiländereck Bayern-Sachsen-Tschechien. Auch wenn das Wetter es vermuten lassen könnte: die Stimmung ist hier alles andere als eisig. Foto: Christine Schleicher



Franziska Kunzmann (3. von links) auf Exkursion mit Sprachlehrkräften in Cheb/Eger. Foto: Jürgen Barteld

9 UNSER HANDWERK VERSTEHEN

DAS NETZWERK „HANDWERKERLEBEN“ IN ALTMÜHLFRANKEN

Von Patrick Neuhorn

Die Branche des regionalen Handwerks befindet sich seit geraumer Zeit im Umbruch. Die zunehmende Bedeutung des Internets und die damit einhergehende Digitalisierung stellen neue Chancen und Herausforderungen für das Handwerk dar. Viele Menschen kaufen zum Beispiel ihre Schuhe und Möbel nicht mehr von regionalen Herstellern, sondern in großen Schuhgeschäften, Möbelhäusern oder online. Um trotz dieser Entwicklungen nicht den Anschluss zu verlieren, wurde 2011 im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen das Netzwerk „HandwerkErLeben in Altmühlfranken“ ins Leben gerufen. Ziel des Netzwerks ist es, das regionale Handwerk wieder in das Bewusstsein der Menschen zu rücken.

Gerade im ländlichen Raum spielt das Handwerk eine wichtige Rolle. Es ist Arbeitgeber, Ausbilder und Versorger. Auch in Franken trägt die authentische Handwerkskultur zum kulturellen Erbe bei. So besitzen Traditionen wie das Flecht- und Drechslerhandwerk eine große Bedeutung und gehören zum immateriellen Kulturerbe Bayerns.

Patrick Neuhorn
B.A. Politikwissenschaft
Student im Masterstudiengang
Regionalmanagement

Handwerk in der Region: Einblick
in die Arbeit eines traditionellen
Schreiners
Fotos: Patrick Neuhorn



Koordiniert wird das Netzwerk „HandwerkErLeben“ vom Regionalmanagement der „Zukunftsinitiative altmühlfranken“ beim Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen. Zu den Aufgaben zählen vor allem die Unterstützung und Positionierung der Betriebe durch ein gemeinsames Marketing. Damit soll nicht nur die Nachfrage nach authentischen Handwerksprodukten steigen und die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe nachhaltig gesteigert werden. Auch eine verstärkte Attraktivität des Handwerks als Ausbildungs- und Lehrberuf steht im Fokus der Bemühungen.

Links: Die Arbeit in einer traditionellen Brauerei
Rechts: Produkte einer regionalen Bäckerei
Fotos: Patrick Neuhorn

Die Öffentlichkeitsarbeit des Netzwerks richtet sich sowohl an Tourist:innen als auch die heimische Bevölkerung.

Beispielsweise wurde das Projekt vom mehrmals durchgeführten „Tag des altmühlfränkischen Handwerks“ flankiert. Hierbei wurden Bustouren zu den teilnehmenden Betrieben organisiert, um Interessierten tiefere Einblicke in die Arbeit der Handwerksbranche zu ermöglichen. Aktuell gestaltet sich der Ausblick in die Zukunft des Netzwerks schwierig. Das Pandemiegeschehen hat die Netzwerkarbeit erschwert. Derzeit werden eine Neuausrichtung und die mögliche Wiederaufnahme der Projektaktivitäten geprüft.

Quellen:

Bayerisches Staatsministerium der Finanzen und für Heimat. Immaterielles Kulturerbe Bayern. Bayerisches Landesverzeichnis. Verfügbar unter: www.ike.bayern.de/verzeichnis/index.html [Stand: 07.01.2021].

Landratsamt Weißenburg-Gunzenhausen (2016). Zukunftsinitiative altmühlfranken. Tag des altmühlfränkischen Handwerks 2016. Verfügbar unter: www.altmuehlfranken.de/handwerkerleben/handwerkertag2016/ [Stand: 07.01.2021].

Korrespondenz mit Zukunftsinitiative altmühlfranken, Regionalmanagement (2022)

Links: Eine traditionelle Brauerei von innen
Rechts: Hopfenernte
Fotos: Patrick Neuhorn



10 IN 60 SEKUNDEN ZUM NETZWERK



Miriam Wilde
B.S. Ernährung und Versorgungsmanagement
Studierende im Masterstudiengang
Regionalmanagement

WIE SIE MITTELS „ELEVATOR PITCH“ BLITZSCHNELL ANDERE ERREICHEN

Von Miriam Wilde

Netzwerke stärken Ihnen nicht nur bei Ihren Vorhaben den Rücken, sondern bereichern Sie persönlich wie auch geschäftlich. Doch wie erhalten Sie die Aufmerksamkeit potentieller Partner:innen oder Kund:innen schnell und gezielt? In den USA hat sich dafür ein Modell etabliert, das sogar in die Zeitspanne einer Aufzugfahrt passt - der Elevator Pitch (zu Deutsch: Aufzug-Werbeauftritt). Er will mit einer kurzen und bündigen Präsentation innerhalb von 60 Sekunden das Gegenüber begeistern.

Ob beim ersten Eindruck oder im späteren Verlauf des Kennenlernens: Mit dieser Methode vermitteln Sie schnell und eindrucksvoll sich oder Ihr Projekt. Viel wichtiger noch, sie erhöht die Chance, dass Ihr Gegenüber sich an Sie erinnert. Wenn ein Elevator Pitch zum Einsatz kommen soll, ist eine solide Vorbereitung gefragt:

HIERZU DIE 7 WICHTIGSTEN ELEMENTE:

1. Ein starker Einstieg

Der erste Eindruck ist alles. Er entscheidet über den Verlauf eines Gesprächs, besonders wenn die Zeit knapp ist. Wichtig ist hierbei immer Blickkontakt zu halten, Neugier zu wecken und ein selbstbewusstes Auftreten zu zeigen.

2. Prioritäten setzen und das Besondere herausarbeiten

Wenn nur ein kurzer Moment zur Verfügung steht, muss dieser effektiv genutzt und nicht für unwichtige Details verschwendet werden. Hier zeigen Sie, was genau Ihr Fokus ist.

3. Die Zielgruppe genau kennen

Wer ist die Zielgruppe, wie kann diese erreicht werden und was sind absolute No-Go's?

4. Verständliche Ausdrucksweise

Würden das auch Kinder oder Großeltern verstehen? In der Kürze der Zeit kommt es nicht darauf an, mit Fachbegriffen um sich zu werfen, sondern dem Gegenüber zur Erkennung der Notwendigkeit des Projekts zu verhelfen. Also warum genau sind Sie oder Ihr Vorhaben so interessant und besonders?

5. Authentizität und Begeisterung

Ehrliche Begeisterung ist die beste Werbung. Denn Ihr Gegenüber merkt, wenn etwas vorgespielt ist. Ebenso ist es wichtig, nicht so zu wirken, als hätten Sie das ganze einstudiert und auswendig gelernt.

6. Eine Aufforderung zum Ende

Ihr Schlusssatz sollte andere motivieren, in Aktion zu treten. Was soll als nächstes passieren? Wie könnten Sie sich gegenseitig unterstützen?

7. Der Kontakt danach

Ebnen Sie Wege zur Zusammenarbeit, indem Sie Kontaktmöglichkeiten anbieten (wie z. B. Visitenkarten). Oder schaffen Sie Verbindungen oder Gruppen, um in Kontakt zu bleiben.

AIDA-FORMEL

Zur einfachen Umsetzung denken Sie einfach an die im Folgenden erklärte AIDA-Formel – denn Kontakte zu knüpfen ist Selbstvermarktung, also warum sollte man sich nicht einfach an bewährten Marketing-Methoden bedienen?

Attention



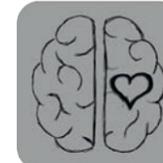
Grundlage für jedes Verkaufsgespräch ist, auf sich aufmerksam zu machen - eine direkte Anrede, Präsenz und aus der Masse hervorstechen. Hier geht es um den ersten Eindruck und das Auftreten.

Interest



Zeigen Sie, was bei Ihnen anders oder besonders ist. Ziel hierbei ist es, dass sich Ihr Gegenüber für Sie (oder Ihr Projekt) interessiert.

Desire



Einstieg in eine Beziehung, die auf beiden Seiten gepflegt wird. Ihr Gegenüber sollte den Wunsch entwickeln, mit Ihnen in Kontakt zu treten. Ebnen Sie die Wege zur Kommunikation (z.B. Social Media).

Action



Für gewöhnlich wäre das der Schritt, in dem der Kunde das Objekt kauft (oder in Aktion tritt). In unserem Fall geht es um den Beginn der Zusammenarbeit oder die Planung eines gemeinsamen Projekts.



Symbol für Netzwerkbildung,
zwei Hände beim Handschlag.
Grafik: Miriam Wilde

Mit diesen Schritten steht Ihrem nächsten Kontakt nichts mehr im Wege und Sie können sich sicher ins Networking stürzen.

Wer neugierig geworden ist, der findet unter <https://asana.com/de/resources/elevator-pitch-examples> einige hilfreiche Tipps für einen gelungenen Elevator Pitch und seinen Einsatz für unterschiedliche Zwecke.

Quellen:

Asana, T. (6. 5 2021). 15 kreative Elevator-Pitch-Beispiele für jedes Szenario. Von <https://asana.com/de/resources/elevator-pitch-examples> abgerufen.

Gerend, J. (2021). Elevator Pitches (Fahrstuhl Statement). Moodle; Öffentlichkeitsarbeit und Mediendesign.

Heubel, M. (12. 1 2019). smartmarketingbreaks. Von <https://smartmarketingbreaks.eu/aida-werbewirkungsmo-dell/> abgerufen.

Mai, J. (5. 11 2020). Elevator Pitch: 10 Tipps, wie Sie in 60 Sekunden begeistern. Von <https://karrierebibel.de/elevator-pitch/> abgerufen

Neumann, C. (20. 12 2021). Gründer. Von <https://www.gruender.de/online-marketing/aida-formel/> abgerufen

11 TANTE EMMA 2.0

DAS DORFLADENNETZWERK DONAU-RIES

Von Tobias Fuchs

Stellen Sie sich vor, Sie wohnen in einem Dorf mitten auf dem Land. Im Zentrum des Ortes befindet sich, wie aus den Erzählungen von Oma und Opa, ein kleiner Laden mit freundlichem Personal, in dem Sie alles für Ihren täglichen Bedarf vorfinden, einen Kaffee oder Tee trinken und Ihre Post aufgeben können. Das klingt im ersten Moment wie ein Traum? Nicht so für die Bürger:innen im Landkreis Donau-Ries: Dort gibt es zehn Dorfläden, die durch ein engmaschiges Netzwerk miteinander verbunden sind.

Lage der einzelnen Dorfläden im Landkreis Donau-Ries
Karte: Tobias Fuchs



Gemeinsames Siegel für regional hergestellte Produkte im Landkreis Donau-Ries
Quelle: Konversionsmanagement Donau-Ries



Das Dorfladennetzwerk Donau-Ries ist ein Zusammenschluss aus zehn genossenschaftlich organisierten Dorfläden und dem Stadtladen Donauwörth. Es wurde im Herbst 2016 durch den Landrat Stefan Rößle in Zusammenarbeit mit dem Konversionsmanagement des Landkreises ins Leben gerufen. Die Dorfläden befinden sich in den einzelnen Orten Alerheim, Amerdingen, Huisheim, Oberndorf am Lech, Megesheim, Rögling, Tagmersheim, Wolfenstadt, Daiting und Fünfstetten.

DIE BESONDERHEITEN DES DORFLADENNETZWERKS

Durch die Vernetzung der einzelnen Dorfläden untereinander ist es möglich, neben dem Austausch von Informationen und Ideen alle Mitarbeitenden durch Schulungen, unter anderem in den Bereichen Catering, Buchhaltung oder Social Media, zu professionalisieren. Zudem können gemeinsame Aktionen wie zum Beispiel die jährlich stattfindende Regionale Einkaufswoche oder die Beteiligung auf (über-)regionalen Messen verwirklicht werden. Eine weitere

Besonderheit ist, dass alle zehn Dorfläden und der Stadtladen ihre Öffentlichkeitsarbeit, das Marketing und die Digitalisierung gemeinsam stemmen, zum Beispiel in projektbezogenen Arbeitsgruppen oder mit Unterstützung des Konversionsmanagements.

Auch regionale Vertriebs- und Vermarktungsstrukturen sind ein wesentlicher Bestandteil dieses Netzwerks. Das vorhandene Netzwerk bietet seinen Mitgliedern „eine Plattform zum Netzwerken“, wie es Konversionsmanagerin Barbara Wunder formuliert.

DAS ANGEBOTSSPEKTRUM DER DORFLÄDEN

Das Angebot umfasst neben Konsumgütern des täglichen Gebrauchs auch Fair Trade Produkte. Im Fokus stehen regional erzeugte Produkte aus dem Landkreis Donau-Ries, die in Zusammenarbeit mit der Erzeuger- und Gastronomengemeinschaft Geopark Ries angeboten werden. Ein besonderes Event ist die regionale Einkaufswoche im Juli, bei der diese vor Ort erzeugten Produkte besonders im Fokus stehen. „Mit dem Kauf von Produkten, die das Siegel tragen, können sich Verbraucher sicher sein, dass sie mit gutem Gewissen regional erzeugte Produkte erwerben“, so Konversionsmanagerin Barbara Wunder. Die einzelnen Dorfläden bieten mit ihren integrierten Cafés und einer heißen Theke darüber hinaus einen wichtigen sozialen Treffpunkt für alle Generationen.

DIE EINZIGARTIGKEIT DES NETZWERKS

Beim Dorfladennetzwerk Donau-Ries handelt es sich in seiner Art um einen deutschlandweit einzigartigen Zusammenschluss, wie Landrat Stefan Rößle formuliert, welches als einziges regionales Netzwerk auf Landkreisebene agiert. Während in vielen Regionen Bayerns kleine inhabergeführte Lebensmittelläden auf dem Land schließen, haben im Donau-Ries seit Gründung des Netzwerkes drei zusätzliche Dorfläden eröffnet.

Dadurch liegt der Landkreis mit seiner Dorfladendichte weit über dem bayerischen Durchschnitt und trägt somit zur Stärkung des ländlichen Raums und zur Aufrechterhaltung der Nahversorgung bei. Das Dorfladennetzwerk Donau-Ries wird durch das bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie sowie durch den Landkreis Donau-Ries gefördert. Die Ladeninneneinrichtungen wurden durch Mittel aus LEADER gefördert.

Quellen:

Bayerische Gemeindezeitung (2019): Regionales Netzwerk verbindet die Dorfläden im Landkreis Donau-Ries: Dorfladennetzwerk einmalig in Deutschland. Verfügbar unter: <https://www.gemeindezeitung.de/homepage/index.php/inhalt/artikel/aus-den-kommunen/2132-gz-1-2-2019-dorfladennetzwerk-einmalig-in-deutschland> (aufgerufen 10.12.2021)

Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie & Landkreis Donau-Ries (Hrsg.) (2021): UNSERE DORFLÄDEN. Vor Ort für die Region. Eine Informationsbroschüre. München und Donauwörth

Kleinert, J. (2019): Regionale Produkte. Dorfläden im Donau-Ries schaffen Netzwerk der Nachhaltigkeit. Verfügbar unter: https://www.b4bschwaben.de/b4b-nachrichten/donau-ries_artikel,-dorflaeden-im-donauries-schaffen-netzwerk-der-nachhaltigkeit-arid,257383.html (aufgerufen 16.12.2021)

Landratsamt Donau Ries (2021): Dorfladennetzwerk Verfügbar unter: <https://www.donauries.bayern/regional/regional-geniessen/dorfladennetzwerk> (aufgerufen 10.12.2021)

Radio Schwaben (2019): Donau-Ries: Dorfläden rüsten sich für die Zukunft. Verfügbar unter: <https://radioschwaben.de/nachrichten/donau-ries-dorflaeden-ruesten-sich-fuer-die-zukunft/> (aufgerufen 17.12.2021)

Schriftverkehr mit Barbara Wunder im November und Dezember 2021



Tobias Fuchs
B.A. Geografie
B.A. Wirtschaftswissenschaften
Studierender im Masterstudien-
gang Regionalmanagement

Winterlich dekoriertes Schau-
fenster des Dorfladens Rögling
Foto: Tobias Fuchs



12 NETZWERKE MITEINANDER UND FÜREINANDER GESTALTEN



Katrin Sonner
B. Sc. Gartenbau
Studierende im Masterstudiengang
Regionalmanagement

BICHL – EIN DORF HÄLT ZUSAMMEN

Von Katrin Sonner

Die Gemeinde Bichl mit 2227 Einwohnern liegt im idyllischen Voralpenland und am Fuße der Benediktenwand im Landkreis Bad Tölz-Wolfratshausen. Durch die eindrucksvolle Loisach-Kochelsee-Moorlandschaft bietet sie vielen Besucher:innen ein wundervolles Naturerlebnis. Im Jahr 2020 entstand durch die Freundschaft zweier Einwohnerinnen, Christina Schmid und Lilly Schöffmann, die Idee für einen besonderen Adventskalender für die Bevölkerung während des entbehrungsreichen Pandemie-Winters. Die beiden bereiteten Bastelzubehör sowie Rezepte vor und druckten Bastelanleitungen. Sie bemühten sich um die Unterstützung von Vereinen, Gastronomen und privaten Sponsoren, welche bereitwillig Hilfe in Form von Geld- und Sachspenden zur Verfügung stellten. Seit 2021 werden die Aktionen unter dem Dach des Katholischen Deutschen Frauenbunds weitergeführt. Die beiden Initiatorinnen erklären ihre Netzwerkarbeit für die erfolgreiche Initiative „Bichl miteinander“.

WIE KAM ES ZU „BICHL MITEINANDER“?

Schöffmann: Durch die Pandemie entstand aus der Not heraus der „Bichler Adventskalender“, um den Familien und der übrigen Bevölkerung etwas vorweihnachtliche Freude ins Haus zu zaubern. Dabei wurden rund 70 Tüten mit Überraschungen zusammengestellt.

Am Vorabend wurde auf der Homepage Bichl Miteinander der Standort der nächsten Aktion preisgegeben. Die Geschenktüten standen dann am nächsten Tag im Ort abholbereit für die Bevölkerung da. Die Adventstüten waren mal mit Bastelpapier, Plätzchenrezepten des Bichler Frauenbunds, Pixi-Büchern oder mit Barbarazweigen gefüllt. Für die ganze Familie gab es auch einen Nikolausweg, mitten im Bichler Wald, wo der „Nikolaus“ Äpfel, Nüsse oder Schokolade zum Aufsammeln bereitgelegt hatte.

WIE GESTALTET SICH DAS NETZWERK BEI DER UMSETZUNG VON PROJEKTEN?

Schmid: Bei dem ersten Projekt wurden Geldspenden benötigt um überhaupt „starten“ zu können. Hierzu wurden Bichler Firmen per E-Mail angeschrieben, die auch fleißig dazu beigetragen haben, die Projekte zu verwirklichen. Privatpersonen halfen beim Ausdrucken und Verteilen der Flyer.

...

Anders bei der zweiten Aktion, dem Bichler Frühlings,- und Fastenweg: Hier wurde die Mithilfe der Bürger:innen dringend benötigt, da es zu zweit unmöglich war, 48 Linden bis einschließlich Ostermontag, in „Fastenbäume“ zu verwandeln. Dabei entstand jeden Tag ein neues kleines Kunstwerk, das zum Nachdenken anregte.

Hierbei fanden sich durch Mundpropaganda oder Facebook-Aufrufe 22 „Baumpaten“, bestehend aus Privatpersonen, Vereinen oder der Pfarrei.

WIE WAR DIE RESONANZ DER BÜRGER:INNEN?

Schmid: Überwältigend! Von dem Adventskalender waren die Bichler:innen so begeistert, dass sie sich immer erfreuen, wenn ein neues Projekt von uns startet.

WELCHE BEDEUTUNG HAT NETWORKING BEI IHREN PROJEKTEN?

Schöffmann: Im Dorf vernetzt zu sein und zu wissen, an wen man sich bei verschiedenen Aktivitäten wenden kann, ist unabdingbar. Gemeinsam etwas zu schaffen und möglichst viele Personen mit all ihren Fähigkeiten einzubeziehen, war und ist immer eines unserer Ziele.

WAS MÖCHTET IHR DEN MENSCHEN AUF DIESEM WEG VERMITTELN?

Schmid: Miteinander und füreinander. Jeder kann etwas dazu beitragen, dass es ein schönes und friedvolles Miteinander gibt. Was gibt es Schöneres, als mit seinem Tun andere glücklich zu machen?

Auch möchten wir bei unseren Aktionen den Bürger:innen ein Ziel geben und dazu animieren, in die Natur zu gehen und vor allem auch den Kindern die Natur näher zu bringen.

Quelle:

Eigenes Interview mit Lilly Schöffmann und Christina Schmid vom 28.11.2021



Bichler Waldweg, eine von vielen Stationen „Mensch ärger Di ned“
Foto: Katrin Sonner



Bichl mit Blick auf die Benediktenwand
Foto: Katrin Sonner

...

13 REGIONEN GESTALTEN - NETZ- WERKE KNÜPFEN

MASTERSTUDIENGANG REGIONALMANAGEMENT

IN 3 SEMESTERN ZUM MASTER

- Postgraduales Studium
- Einbindung externer Fachleute aus der Praxis
- Querschnitts- und Projektorientierung
- Breites Angebot an Soft Skills
- Attraktive Arbeitsatmosphäre in Kleingruppen
- Vorlesungen hauptsächlich mittwochs bis freitags

Malerei: Susanne Steinbach,
Gastreferentin im Modul Führungskompetenz und Personalmanagement

Weitere Informationen unter: www.hswt.de/mrm

ONLINE-STUDIENINFOTAG

am Dienstag, 19.04.2022

Um 12.30 Uhr und 17.30 Uhr

Anmeldung unter www.hswt.de/mrm

Bewerbungen zum Wintersemester 22/23 sind ab Mai 2022 möglich. Informieren Sie sich jetzt!



WIR GRATULIEREN UNSEREN ABSOLVENT:INNEN 2021/22 ZUM GELUNGENEN ABSCHLUSS!

Begrüßung der neuen Masterstudierenden im Oktober 2021 auf dem Campus Triesdorf
Foto: Marina Beck

Eine Auswahl aus den spannenden Themen der Masterarbeiten:

- Herausforderungen von Baulücken aus Gemeindeperspektive
- Erfolgsfaktoren und Hürden für Online-Marktplätze zur Vermarktung von regionalen Lebensmitteln. Eine Analyse für Mittelfranken in Bayern
- Ermittlung von touristischen Profilierungsmöglichkeiten einer flachen Region mit Schwerpunkt Radtourismus am Beispiel der Altmühl-Mönchswald-Region
- Regionale Wertschöpfung aus Naturschutzarbeit - Gras als nachwachsender Rohstoff
- Schafhaltung in Deutschland – Wertschöpfung süddeutscher Schafwolle und Marketingkonzept für die Kollektivmarke locwool
- Klimaschutz auf kommunaler Ebene dargestellt am Beispiel der Regionalen Klima-Aktionswochen in den Landkreisen Forchheim und Ostallgäu
- Der Daseinsvorsorgeindex im webbasierten Flächenmanagement auf kommunaler Ebene - Konzeption und Anwendung im Rahmen der Erstellung eines WEbGIS-Tools in Anlehnung an den Vitalitäts-Check der Ländlichen Entwicklung in Bayern
- Erfassung des Freizeitnutzens im Erlanger Regnitzgrund mit Ausarbeitung von Prognosen der möglichen Einflüsse der geplanten ÖPNV-Brücke
- Betriebsentwicklung und Wirtschaftlichkeit eines Gärtnershofs in Ergänzung zum Einzelhandel
- Management von Freiwilligen-Engagement in Non-Profit-Organisationen. Analyse und Empfehlungen für das Deutsche Jugendherbergswerk, Landesverband Baden-Württemberg e.V.



FORSCHUNGSPROJEKT ZU BAULÜCKEN

Das transdisziplinäre Forschungsprojekt über „die sozialen Aspekte von Baulücken“ unter Leitung von Prof. Dr. Jennifer Gerend und Mitarbeit von Marina Beck M.A. ist 2021 erfolgreich gestartet.

Aus dem Blickwinkel von Innenentwicklung und Flächenverbrauch wurden in drei ländlichen Partnerkommunen Mittelfrankens schriftliche Befragungen mit Grundeigentümer:innen sowie Online-Umfragen mit Stadt- und Gemeinderäten durchgeführt. Im Jahr 2022 erfolgen Interviews und die Auswertung der Antworten. Das Projekt wird gefördert vom Bayerischen Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst.

Näheres unter <https://forschung.hswt.de/forschungsprojekt/1551-die-sozialen-aspekte-von-baulucken>



Oben: Ortsbegehung in Wolframs-Eschenbach: Jennifer Gerend, Bürgermeister Michael Dörr und Carolin Jank (Bauverwaltung)
 Unten Links: Bürgermeister Werner Stöcker und Landschaftsarchitekt Frieder Müller-Maatsch zeigen dem Forschungsteam die Gemeinde Uehlfeld
 Unten Rechts: In Neusitz erklärt Bürgermeister Manuel Döhler, welche Baulücken die Gemeinde aufweist
 Fotos: HSWT

DAAD-PROJEKT: INTERNATIONALE STUDIENANGEBOTE ERWEITERN

Der Master Regionalmanagement ist am neuen DAAD-Projekt „HSWT goes international“ beteiligt. In Zukunft entstehen internationale Forschungs-, Lehr- und Studienaufenthalte gemeinsam mit den Partnerhochschulen The Evergreen State College (USA) und der Debre Markos University (Äthiopien).

Weitere Informationen unter: <https://www.hswt.de/hochschule/zentrale-einrichtungen/zentrum-fuer-internationales/hawinternational.html>

14 WISSENSCHAFTS- JAHR 2022

ALLE KÖNNEN IHRE FRAGEN EINREICHEN

Die Hochschule Weihenstephan-Triesdorf (HSWT) beteiligt sich mit dem Projekt „Land gefragt! Wissen ländlicher Räume im Dialog (LaWiDi)“ am ‚Wissenschaftsjahr 2022 Nachgefragt!‘ und will damit vor allem Menschen im ländlichen Raum erreichen.

Bürger:innen sind aufgerufen, ihre Fragen für die Wissenschaft einzureichen: Vom Pferd bis zum schwarzen Loch - zu jedem Themenbereich ist Wissensdurst willkommen. Auch sehr aktuelle Fragen zur Zukunft der Energieversorgung oder der regionalen Sicherheit können gestellt werden. Das Wissenschaftsjahr ist ein gemeinschaftliches Format des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) sowie der Initiative ‚Wissenschaft im Dialog‘ (WiD).

Aktuell läuft die Frage-Sammelphase ‚IdeenLauf‘ als zentrale Mitmachaktion im ‚Wissenschaftsjahr 2022 – Nachgefragt!‘.

Bis zum 15. April 2022 haben Sie die Chance, Ihre Fragen einzureichen:
<https://www.wissenschaftsjahr.de/2022/fragenformular-foerderprojekte/?tan=98404>

**KÖNNEN WIR
IMMER ALLES
WISSEN?**

Eine Initiative des Bundesministeriums
für Bildung und Forschung

Wissenschaftsjahr 2022
Nachgefragt!

© BMBF

*Applied Sciences
for Life*

IMPRESSUM

management regional – Newsletter des
Masterstudiengangs Regional-
management der Hochschule
Weihenstephan-Triesdorf
Markgrafenstr. 16
91646 Weidenbach

Ausgabe 2022 | April 2022
Den Newsletter finden Sie auch unter:
www.hswt.de/mrm

HERAUSGEBER | V.i.S.d.P.

Prof. Dr. Jennifer Gerend
Hochschule Weihenstephan-Triesdorf
Markgrafenstr. 16 | 91746 Weidenbach
Jennifer.gerend@hswt.de
Tel. 09826/654-206

REDAKTION

Marina Beck, Jennifer Gerend
Anm. d. Red.: Namentlich gekennzeich-
nete Beiträge geben die Meinung der
Autor:innen wieder.

GESTALTUNG

Herzlicher Dank an Beatrix Getze (KoDA)
für die Unterstützung beim Layout des
Newsletters