

WIRKUNGSMESSUNG

"SMARTE NAHVERSORGUNGSRÄUME DER ZUKUNFT"

Agnes Kriszan

ZZHH-Bericht No. 6

Stand: 31.12.2025

Das Zukunftszentrum Holzminden-Höxter ist eine gemeinsame Einrichtung der Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst Hildesheim/Holzminden/Göttingen (HAWK) und der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe (TH-OWL). Mit der Reihe ZZHH-Berichte werden Ergebnisse aus Forschungsprojekten und Dokumentationen zu Transformationsprozessen in ländlichen Räumen veröffentlicht. Die einzelnen Bände erscheinen jeweils an der Hochschule, an der das dargestellte Projekt angesiedelt ist.
www.das-zukunftszentrum.de

Impressum

**ZUKUNFTS
ZENTRUM HOLZMINDEN
HÖXTER**

HAWK HOCHSCHULE
FÜR ANGEWANDTE WISSENSCHAFT UND KUNST
Hildesheim/Holzminden/Göttingen
University of Applied Sciences and Arts

an der
HAWK Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst Hildesheim/Holzminden/Göttingen
Haarmannplatz 3
37603 Holzminden

Herausgebende

Prof. Dr. Alexandra Engel | Prof. Dr. Ulrich Harteisen | Prof. Dr. Klaus Maas

Autorin

Dr. Agnes Kriszan
Tel.: +49 (0) 5531 126 280
E-Mail: agnes.kriszan@hawk.de

ZZHH-Berichte No. 6
ISSN: 2701-9543

Inhaltsverzeichnis

1. Evaluationsrahmen.....	1
1.1 Ausgangssituation	1
1.2 Förderkulisse und Auftrag	2
1.3 Zentrale Fragestellungen.....	3
1.4 Methodisches Vorgehen	4
2. (Sozialräumlicher) Kontext.....	7
3. Maßnahmen im Rahmen des Teilprojektes Nah.Versorgt.Digital.....	11
3.1 DorfMobil	11
3.1.1 Input.....	11
3.1.2 Prozess	12
3.1.3 Effekte & Wirksamkeit	14
3.1.4 Zwischenfazit.....	15
3.2 Dringenberger Dorfladen	16
3.2.1 Input.....	16
3.2.2 Prozess	18
3.2.3 Effekte & Wirksamkeit	20
3.2.4 Zwischenfazit.....	22
3.3 nah & frisch Markt Borgholz.....	22
3.3.1 Input.....	22
3.3.2 Prozess	24
3.3.3 Effekte & Wirksamkeit	26
3.3.4 Zwischenfazit.....	27
3.4 Dorfgemeinschaftshaus Sommersell.....	28
3.4.1 Input.....	28
3.4.2 Prozess	29
3.4.3 Effekte & Wirksamkeit	31
3.4.4 Zwischenfazit.....	32
3.5 Dorftreff Scherfede	33
3.5.1 Input.....	33
3.5.2 Prozess	35
3.5.3 Effekte & Wirksamkeit	37
3.5.4 Zwischenfazit.....	38

3.6	Kultur- und Reparaturwerkstatt Brenkhausen	39
3.6.1	Input.....	39
3.6.2	Prozess	40
3.6.3	Effekte & Wirksamkeit	41
3.6.4	Zwischenfazit.....	42
4.	Best Practices Nah.Versorgt.Digital	43
5.	Maßnahmen im Rahmen des Teilprojektes Dorf.Zukunft.Digital.....	46
5.1	Erprobung einer digitalen Dorf-Plattform mit DorfPage und DorfFunk (Modul 1).....	46
5.2	Durchführung von Online-Schulungen zum „Dorf-Digital-Lotsen“ (Modul 2)	54
5.3	Lieferung von IT-Equipment für die Dorfgemeinschaftshäuser (Modul 3).....	57
6.	Best Practices Dorf.Zukunft.Digital	60
7.	Learnings & Handlungsempfehlungen für den Kreis Höxter.....	62
8.	Schlusswort.....	65
	Quellenverzeichnis.....	

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Altersstruktur der Befragten.....	5
Abb. 2: Welche Herausforderungen sehen Sie gerade in bzw. für Ihr Dorf?	9
Abb. 3: Meinungsbild zu Vor- und Nachteilen der Digitalisierung	10
Abb. 4: SB-Automat Dringenberg.....	18
Abb. 5: Meinungsbild zum Dringenberger Dorfladen	21
Abb. 6: E-Gate am Eingang des Alkoholbereichs	25
Abb. 7: Meinungsbild zum nah & frisch Markt Borgholz	26
Abb. 8: Eingangsbereich des DGH.....	28
Abb. 9: Pressebericht über das Apfelkuchenfest	32
Abb. 10: Krabbelgruppe	36
Abb. 11: Bauzaunwerbung der Kulturwerkstatt.....	40
Abb. 12a: DorfPage Reelsen	47
Abb. 12b: DorfPage Würgassen	47
Abb. 13: Akzeptanz der DorfPages.....	50
Abb. 14: Entwicklung der Registrierungen im DorfFunk	51
Abb. 15: Akzeptanz der DorfFunks.....	52
Abb. 16a: Einschätzung Kommunikation und Interaktion.....	54
Abb. 16b: Einschätzung Kohäsion	54
Abb. 17: Welche Wünsche hätten Sie an die Organisation von Vortragsreihen in Ihrem Dorf?.....	57
Abb. 18: Nutzen der IT-Ausstattung für das Dorf.....	58
Abb. 19: Wahrnehmung der Projektergebnisse.....	60

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Beteiligung an der Onlinebefragung	5
Tab. 2a: Besucher*innen Reparaturwerkstatt	42
Tab. 2b: Teilnehmende Kulturwerkstatt	42
Tab. 3: Stand der Registrierungen und aktiven Nutzenden	50

1 Evaluationsrahmen

1.1 Ausgangssituation

Bereits im Jahr 2016 hat sich der Kreis Höxter auf den Weg gemacht, Digitalisierung nicht nur als Innovation zur Optimierung technischer Prozesse zu verstehen, sondern auch alle damit verbundenen Möglichkeiten und Chancen zur Verbesserung der Lebensqualität in der vorwiegend ländlich geprägten Region auszuschöpfen.

Die demographische und sozio-ökonomische Situation und die damit verbundenen Herausforderungen für (Kommunal-)Politik, Wirtschaft und Gesellschaft im Kreis Höxter sind vergleichbar mit vielen anderen ländlichen Regionen Deutschlands. Allerdings stellt nicht mehr nur die Fokussierung auf den demographischen Wandel mit seinen Kerndimensionen Alterung und Schrumpfung das Hauptproblem ländlicher Räume dar, sondern das mittlerweile sehr komplexe Gefüge verschiedener, sich zeitlich und räumlich überschneidender Entwicklungen, deren Ursprünge in den allermeisten Fällen nicht lokal sind. Digitalisierung und der Einsatz künstlicher Intelligenz gehören im Übrigen auch dazu, neben vielen anderen. Diese sogenannten Megatrends sind langfristige, nachhaltige Entwicklungen, die tief in gesellschaftlichen, technologischen, ökologischen und wirtschaftlichen Strukturen verwurzelt sind. Sie zeichnen sich durch eine hohe Dynamik, weitreichende Auswirkungen und eine Dauer von mehreren Jahrzehnten aus. Die Megatrend-Map des Zukunftsinstitutes (siehe Anhang) zeigt die Verschiedenartigkeit der aktuellen globalen Trends, aber auch deren Wechselwirkungen zueinander sehr anschaulich auf. So wird deutlich, wie beispielsweise technologische Innovationen ökologische Herausforderungen beeinflussen oder auch wie soziale Veränderungen die Wirtschaft beeinflussen.

Bemerkenswerter Weise hat der Kreis Höxter schon vor dem Ausbruch der Pandemie – also dem Zeitpunkt, ab dem Digitalisierung plötzlich auch unter dem Aspekt der gesellschaftlichen Relevanz gesehen wurde – die Bedeutung dieses Themas erkannt und proaktiv auf die politische Agenda gesetzt, um die Zukunftsfähigkeit der Dörfer und den sozialen Zusammenhalt in der Region sicherzustellen. Dabei wurde Digitalisierung auf einer übergeordneten Ebene als Treiber der Entwicklung, auf lokaler Ebene hingegen als Hilfsmittel zur Bewältigung aktueller sozialer Herausforderungen verstanden.

Die im Jahr 2020 verabschiedete Digitalisierungsstrategie „Digitale Zukunft gemeinsam gestalten“ (Kreis Höxter 2020), in der sich alle Bürgermeister*innen der kreisangehörigen Städte sowie der Landrat auf ein gemeinsames Verständnis zur Unterstützung von Digitalisierungsaktivitäten bekennen, bildet seither die inhaltliche Grundlage für alle Digitalisierungsprojekte in der Region. Das 2024 verabschiedete Kreisentwicklungskonzept (KEK) hat diese Initiative integriert und in konkrete Zielsetzungen für das Jahr 2024 überführt (Kreis Höxter 2024). Die im Rahmen des Projektes „Smarte Nahversorgungsräume der Zukunft“ umgesetzten Maßnahmen zählen im Rahmen des Handlungsfeldes „Leben und Sorgen“ im Themenbereich „Daseinsvorsorge“ unmittelbar auf die Erreichung dieser Ziele ein, um *„eine flächendeckende Grundversorgung, starke Gemeinschaften und ein intaktes Ehrenamt als Grundlagen für eine hohe Wohn- und Lebensqualität“* im Kreis dauerhaft sicherzustellen (Kreis Höxter 2024: 21).

Unter der leitenden Fragestellung, wie Lebensqualität in Dörfern des Kreises generationenübergreifend sichergestellt werden kann, haben 16 Ortschaften in den Jahren 2016 bis 2019 mit dem Projekt Smart Country Side, das gemeinsam mit dem Kreis Lippe im Rahmen des

„Integrierten Handlungskonzeptes der Region Ostwestfalen Lippe“ umgesetzt wurde, die Möglichkeit erhalten, digitale Lösungen zu erproben und zu etablieren. Die positiven Erfahrungen und die aus den Dörfern im Kreis Höxter gespiegelte Resonanz führten dazu, diese Initiative über weitere Anschlussprojekte (Dorf.Gesundheit.Digital, Dorf.Zukunft.Digital, Nah.Versorgt.Digital) fortzuführen und damit den Kreis der profitierenden Dörfer kontinuierlich zu erweitern. Mittlerweile sind 70 der insgesamt 124 Ortschaften an diesen Digitalisierungsprojekten beteiligt.

1.2 Förderkulisse und Auftrag

Der Kreis Höxter hat sich im Jahr 2021 mit dem Projekt „Smarte Nahversorgungsräume der Zukunft“ erfolgreich um Fördermittel des Programms „Smart Cities“ des Bundesministeriums für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB) beworben und erhält für den Zeitraum 2022 bis 2025 eine Fördersumme von insgesamt 8,7 Millionen Euro. Dabei beteiligt sich der Kreis Höxter mit 3 Millionen Euro, die Bundesförderung beträgt 5,7 Millionen Euro. Ziel des Smart Cities Förderprogramms ist es, lebenswerte Städte und Regionen zu gestalten, die die Bedürfnisse der Menschen in den Mittelpunkt stellen und dabei die Chancen der Digitalisierung nutzen. Dafür stellt die Bundesregierung 820 Millionen Euro zur Verfügung, die aktuell in 73 Modellprojekte bundesweit fließen.

Das Modellprojekt „Smarte Nahversorgungsräume der Zukunft“ (SNZ) des Kreises Höxter gliedert sich in zwei Teilprojekte:

- „Nah.Versorgt.Digital“ (NVD), das innovative Nahversorgungsmodelle für den ländlichen Raum erprobt, sowie Dorfgemeinschaftshäuser zukunftsorientiert weiterentwickelt und dadurch ihre Bedeutung für die Region sichert, sowie
- „Dorf.Zukunft.Digital“ (DZD), das digitale Informations- und Kommunikationskanäle wie die DorfFunk-App und Dorfwebseiten entwickelt und flächendeckend bereitstellt sowie die digitale Kompetenzbildung fördert.

Um Erfolge und Herausforderungen in beiden Teilprojekten herauszuarbeiten und die Wirksamkeit aller umgesetzten Maßnahmen – auch unter Nachhaltigkeitsaspekten – zu bewerten, hat der Kreis Höxter das Zukunftszentrum Holzminden-Höxter (ZZHH) an der HAWK Hochschule für Angewandte Wissenschaft und Kunst Hildesheim-Holzminden-Göttingen im Ergebnis eines öffentlichen Ausschreibungsverfahrens am 30. Mai 2025 damit beauftragt, eine wissenschaftlich fundierte Wirksamkeitsanalyse zu verfassen. Der Bearbeitungszeitraum für die Wirksamkeitsanalyse betrug insgesamt 5 Monate (1. August bis 31. Dezember 2025).

Im Gegensatz zu projektbegleitenden Evaluationen ist es das Ziel dieser Analyse, den Fortschritt und insbesondere die Wirksamkeit beider Teilprojekte systematisch zu erfassen und zu bewerten sowie daraus resultierende Handlungsempfehlungen abzuleiten, um eine belastbare Grundlage für die Verstetigung der Projekte zu schaffen, Erkenntnisse für einen überregionalen Wissenstransfer bereitzustellen und eine Übertragbarkeit auf andere Kommunen zu ermöglichen.

Es geht somit nicht nur um die finale Erhebung und Überprüfung sogenannter Outputs, also zählbarer Ergebnisse, und deren Nützlichkeit, Nachhaltigkeit und Wirksamkeit („outcomes“). Es geht vor allem auch um die qualitative Abbildung der Angebote und Ergebnisse sowie deren Inanspruchnahme bzw. Nutzungsbarrieren. Welche Learnings lassen sich aus dem Umsetzungsprozess ableiten und im Sinne einer Handlungsempfehlung auf andere Kontexte übertragen?

1.3 Zentrale Fragestellungen

Konzeptionelle Grundlage für die Wirksamkeitsmessung des Projektes „Smarte Nahversorgungsräume der Zukunft“ bildet das CIPP-Evaluationsmodell nach Stufflebeam (1972), welches eine systematische Annäherung an die verschiedenen Dimensionen eines Projektes sowie die Komplexität des in der Ausschreibung geforderten Fragenkataloges ermöglicht. CIPP steht als Akronym für Context (Rahmenbedingungen, Zielgruppen), Input (Lösungsstrategien, Ressourceneinsatz), Process (umgesetzte Maßnahmen) und Product (Wirkungen). „Zielsetzung einer wissenschaftlichen Evaluation nach dem CIPP-Modell ist es, anhand der Evaluationsergebnisse eindeutige und objektivierbare Bewertungen und Empfehlungen zu einer Maßnahme abzugeben, die auf explizierten Werten basieren (z.B. Menschenrechte, Verfassung)“ (Döring/Bortz 2016: 1008). Der Ansatz des CIPP-Modells wurde mitunter als Grundlage in die „Standards für Evaluation“ der Gesellschaft für Evaluation (DeGEval) (2017) übernommen. Diese Standards beinhalten die „grundlegenden Anforderungen an die Qualität von Evaluationen“ (<https://www.degeval.org>) und bieten einen wissenschaftsbasierten Orientierungsrahmen für die Durchführung von Evaluationen.

Überträgt man die Überlegungen des CIPP-Modells auf das Projekt „Smarte Nahversorgungsräume der Zukunft“, so lassen sich sowohl der Fortschritt aller Maßnahmen als auch die Wirkungen adäquat abbilden. Angelehnt an das CIPP-Modell ergeben sich folgende strukturgebende Fragestellungen:

Kontext – was war der Anlass für die Maßnahme?

- ◆ Welche Rahmenbedingungen und Herausforderungen existieren in den Dörfern, insbesondere mit Blick auf die Nahversorgung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs, das soziale Miteinander, Teilhabemöglichkeiten sowie Zukunftsperspektiven für das Dorf?

Input – wie soll die Maßnahme umgesetzt werden?

- ◆ Welche Bedarfe werden adressiert?
- ◆ Welches Alleinstellungsmerkmal haben die Maßnahmen im Vergleich zu anderen, ähnlich gearteten Maßnahmen?
- ◆ Wie viel ehrenamtliches Personal steht zur Umsetzung der Maßnahmen zur Verfügung?
- ◆ Welche Vorkehrungen werden getroffen, um die Maßnahmen langfristig oder dauerhaft zu erhalten?

Prozess – was wurde wie umgesetzt?

- ◆ Welche Maßnahmen wurden in welchem Umfang in den Modelldörfern realisiert?
- ◆ Wie wurden die Bürger*innen vor Ort „mitgenommen“?
- ◆ Welche Kooperationspartner*innen wurden für die Umsetzung der Maßnahmen gewonnen bzw. eingebunden?
- ◆ Was lief bei der Umsetzung der Maßnahme gut, was lief schlecht?

Produkt – welche Wirkungen wurden erzielt?

- ◆ Wie groß ist die Nutzendengruppe der jeweiligen Maßnahme? In welchem Verhältnis steht sie zur avisierten Zielgruppe?
- ◆ Wie groß ist die Zufriedenheit der jeweiligen Akteure mit dem Prozess, den Maßnahmen und den erzielten Ergebnissen?

- ◆ Erreicht die Maßnahme die intendierten Wirkungen? In welchem Umfang werden die intendierten Wirkungen erzielt?
- ◆ Welche Strahlkraft hat die Maßnahme erreicht? Sind neue Kooperationen entstanden?

1.4 *Methodisches Vorgehen*

Das methodische Vorgehen wurde auf Grundlage der vom Kreis Höxter vorgegeben Leistungsbeschreibung entwickelt. Da beide Teilprojekte unterschiedliche Zielsetzungen verfolgen, mussten unterschiedliche Untersuchungsdesigns entwickelt werden, um das jeweilige Erkenntnisinteresse adäquat abzubilden. Während es bei NVD primär darum geht, zu überprüfen, ob die erprobten Modelle zu einer Verbesserung der Nahversorgungssituation beitragen, liegt das Hauptaugenmerk bei DZD auf der Akzeptanz und den Perspektiven für digitale Angebote in den Dorfgemeinschaften des Kreises Höxter.

Die vorliegende Wirkungsmessung basiert im Wesentlichen auf den vom Kreis Höxter zur Verfügung gestellten Fortschritts- und Abschlussberichten der NVD-Maßnahmen, vorliegender statistischer Daten aus DZD sowie auf Daten, die mittels qualitativer und quantitativer Methoden der empirischen Sozialforschung vom ZZHH erhoben wurden, um möglichst viele Perspektiven und Einschätzungen einfließen lassen zu können und daraus letztlich reliable Handlungsempfehlungen abzuleiten. In Anbetracht der zu beantwortenden Fragestellungen und der zur Verfügung stehenden zeitlichen Ressourcen wurden Daten mittels qualitativer Interviews mit Akteur*innen der beiden Teilprojekte, Online-Befragungen in ausgewählten Dorfgemeinschaften sowie einer Fokusgruppe mit Dorf-Digital-Lots*innen ermittelt. Den jeweiligen Interviewleitfäden wurden zunächst die im Leistungsverzeichnis aufgelisteten Evaluationsindikatoren zu Grunde gelegt. Bereits in den ersten Gesprächen zeigte sich jedoch, dass die Erfassung dieser Indikatoren gewissen Limitierungen unterliegt. Statistisch auswertbare Daten zu den Einzelmaßnahmen wurden nur in wenigen Fällen bereitgestellt, so dass sich die Einschätzungen zu Fortschritt und Wirksamkeit weitestgehend auf subjektive Aussagen der Befragten stützen. Gleichwohl bieten die im Rahmen der Online-Befragungen erhobenen Daten die Möglichkeit, einzelne Einschätzungen quantitativ zu validieren.

Die Auswahl der Dörfer für die Wirkungsanalyse von DZD erfolgte in enger Abstimmung mit der zuständigen Projektkoordinatorin. Für die Untersuchung ausgewählt wurden Brenkhausen, Bühne, Dringenberg, Dössel, Engar, Herste, Reelsen, Scherfede, Sommersell und Würgassen. Bedauerlicherweise wurde das Interview mit der angefragten DZD-Akteurin in Scherfede kurzfristig abgesagt und konnte nicht nachgeholt werden. Auch liegen für Scherfede keine Ergebnisse der Online-Befragung vor, die im Zeitraum vom 9. bis 26. Oktober 2025 durchgeführt wurde. Da jedoch im Rahmen der Wirkungsmessung von NVD zwei Interviews mit einem zentralen Akteur des Dorftreffs Scherfede geführt wurden, lassen sich einzelne Einschätzungen auch auf den DZD-Kontext übertragen. Die Ergebnisse der Interviews können nicht als repräsentativ angesehen werden; sie bilden lediglich Fragmente des Projekterfolges ab, da sie nur einen Querschnitt aller an DZD beteiligten Dörfer repräsentieren und die geführten Interviews allenfalls subjektive Meinungen der Befragten widerspiegeln. Dennoch liefern sie wichtige Anhaltspunkte in Hinblick auf die Bewertung von Erfolgen/ Misserfolgen und Wirksamkeiten in den jeweiligen Dörfern.

Die Online-Befragung diente der Überprüfung der Akzeptanz der DZD-Aktivitäten durch die Dorfgemeinschaften, sowie im Falle Dringenbergs und Borgholz auch der Akzeptanz der dortigen Dorfläden.

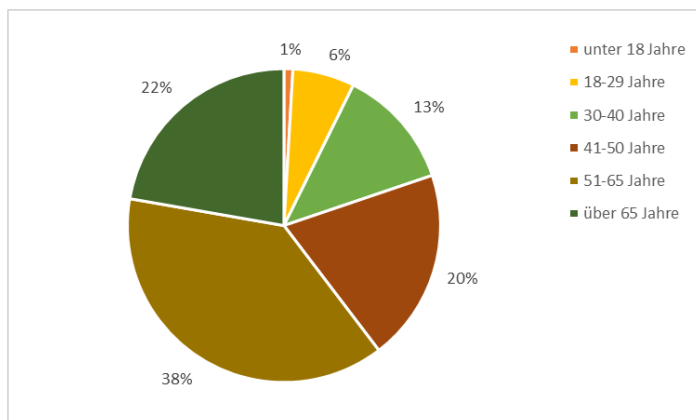
An der Online-Befragung beteiligten sich insgesamt 340 Dorfbewohner*innen. Die Beteiligung war in Borgholz, Dössel und Sommersell mit einem Anteil von jeweils über 8 % der Dorfbevölkerung am höchsten. In den übrigen Ortschaften beteiligten sich maximal 2 % der Bewohner*innen (Tab. 1). Damit sind auch die Ergebnisse der Befragung weder aus quantitativer, noch aus qualitativer Perspektive repräsentativ, da die Art der Stichprobenziehung sehr selektiv erfolgte. Der Link zur Befragung wurde von den jeweiligen Akteur*innen bzw. Dorf-Digital-Lots*innen in den Dorffunk und die bestehenden Dorf-WhatsApp-Gruppen eingestellt. Dieses Vorgehen schränkt die Aussagekraft der Ergebnisse ein, da lediglich ein begrenzter Personenkreis Zugang zur Befragung hatte.

Tab. 1: Beteiligung an der Onlinebefragung

Ort	Einwohnerzahl (Stand: 31.12.2024)	Rückläufe	Beteiligungsquote (%)
Brenkhausen	1.217	28	2,3
Borgholz	988	83	8,4
Bühne	1.072	10	0,9
Dössel	670	55	8,2
Dringenberg	1.387	47	3,4
Engar	279	7	2,5
Herste	877	16	1,8
Reelsen	789	10	1,3
Scherfede	2.788	---	---
Sommersell	646	57	8,8
Würgassen	948	20	2,1

Diese Limitierung muss bei der Interpretation und Einordnung der Ergebnisse berücksichtigt werden, da davon auszugehen ist, dass die teilnehmenden Personen potenziell ein höheres Interesse am Dorfleben sowie eine höhere Affinität zu digitalen Angeboten aufweisen. Auch ist die Altersstruktur der Befragten zu berücksichtigen (Abb. 1): zwei Drittel der Personen, die sich an der Online-Befragung beteiligten sind älter als 50 Jahre, lediglich 7 % sind unter 30 Jahre alt. Was die Geschlechterverteilung angeht, so wurde eine ungefähre Parität erreicht: 54 % der Befragten sind männlich, 46 % sind weiblich.

Abb. 1: Altersstruktur der Befragten



Darüber hinaus fand am 12. November 2025 eine digitale Fokusgruppensitzung statt, zu der die sog. Dorf-Digital-Lots*innen der untersuchten Dorfgemeinschaften eingeladen wurden. Eine Fokusgruppe ist eine moderierte Gruppendiskussion, bei der eine Kleingruppe durch einen Informationsinput zur

Diskussion über ein vorab festgelegtes Thema angeregt wird. In diesem speziellen Fall ging es um die Bewertung der angebotenen Schulungen zu Dorf-Digital-Lots*innen. Die Moderation übernimmt in Fokusgruppen eine eher passive Rolle und agiert durch zu Hilfenahme eines Leitfadens lediglich diskussionsstrukturierend (Schulz et al. 2012). Mit Ausnahme der Ortschaften Reelsen und Scherfede waren alle untersuchten Dörfer mit mindestens einer Person vertreten.

Für die Wirkungsmessung der NVD-Aktivitäten wurden Interviews mit beteiligten Akteur*innen der geförderten Maßnahmen geführt. Im Einzelnen waren dies die Dorfläden in Dringenberg und Borgholz, das DorfMobil, die Dorftreffs in Scherfede und Sommersell sowie das Repair-Café in Brenkhausen.

Das Projekt RegioTruck wurde zurückgezogen und findet somit in der vorliegenden Wirksamkeitsstudie keine Berücksichtigung. Auf Wunsch des Kreises Höxter wurden für das Teilprojekt NVD zwei Erhebungsphasen durchgeführt, um eine Entwicklung von Wirkungen aufzeigen zu können. In Anbetracht der Tatsache, dass die Laufzeit des Teilprojektes "Nah.Versorgt.Digital" am 31. Oktober 2025 endete und einige Einzelmaßnahmen erst kurz vor Ablauf dieser Frist umgesetzt wurden, sind Einschätzungen der Wirkungen eher subjektiver Natur und kaum datenbasiert. Gleichwohl lassen sich durchaus Tendenzen im Hinblick auf avisierte Zielsetzungen erkennen.

Die Interviews wurden zum Teil in den Ortschaften, zum Teil auch via Zoom geführt. Alle Interviews wurden nach Abgabe einer schriftlichen oder mündlichen Einverständniserklärung durch die Befragten aufgezeichnet. Sämtliche Aufzeichnungen, Transkripte und Einverständniserklärungen werden in der HAWK-Cloud gespeichert und sind zugriffsgeschützt.

Die Auswertung der transkribierten Interviews erfolgte inhaltsanalytisch, die Auswertung der Online-Befragungen deskriptiv-analytisch. Für die Sitzung der Fokusgruppe wurde kein Transkript angefertigt. Eine Auswertung des Materials erfolgte ausschließlich auf Grundlage der Videoaufnahme.

2 (Sozialräumlicher) Kontext

Die Beschreibung des Kontextes dient der Eingrenzung der sozialräumlichen Rahmenbedingungen, innerhalb derer die einzelnen Maßnahmen umgesetzt wurden. Aus dieser Rahmung lässt sich ableiten, inwiefern die Maßnahmen an realen Bedarfen orientiert waren und inwiefern Ziele bedarfsbezogen definiert wurden.

Mit einer Bevölkerungsdichte von nur 118 Einwohner*innen je Quadratkilometer (vgl. <https://www.it.nrw/statistik>) zählt der Kreis Höxter zu den „äußerst ländlich“ klassifizierten Regionen Deutschlands (vgl. Thünen-Landatlas, www.landatlas.de). 124 Ortschaften in 10 Kleinstädten prägen das Siedlungsbild der Region: mit 28.916 Einwohner*innen ist Höxter die größte Stadt, gefolgt von Warburg mit 23.720 Einwohner*innen und Bad Driburg mit 20.000 Einwohner*innen (Stand: 31.12.2024; vgl. Kreis Höxter). Etwa die Hälfte der rund 139.000 Einwohner*innen des Kreises Höxter leben außerhalb der Kernstädte, also in den Dörfern der Region. Diese zeichnen sich durch einen stark ausgeprägten gesellschaftlichen Zusammenhalt aus. Ehrenamtliches Engagement, Vereine und Gemeinschaftsaktivitäten spielen eine zentrale Rolle im sozialen Leben. Die enge Nachbarschaft und lokale Feste fördern den Austausch und stärken das soziale Miteinander.

„Der Ort steht für eine außergewöhnliche Dorfgemeinschaft. Alles das, was wir hier umsetzen, das passiert in Ehrenamtsarbeit.“ (Interview 1 DGH Sommersell, Z. 92-94)

Die Bevölkerungsentwicklung im Kreis Höxter ist seit etwa 25 Jahren rückläufig: im Vergleich zum Jahr 2000 hat die Region aktuell etwa 10 Prozent weniger Einwohner*innen (www.regionalstatistik.de). Die demographischen Veränderungen spiegeln sich vor allem in der Altersstruktur der Bevölkerung wider: das Durchschnittsalter lag 2012 noch bei 44,1 Jahren, 2024 waren die Menschen durchschnittlich bereits 2 Jahre älter (46,1). Für den Kontext der vorliegenden Studie ist der sogenannte Altenquotient als statistische Kennziffer jedoch weitaus aussagekräftiger. Er zeigt, für wie viele potenzielle Rentenbezieher*innen Menschen im Erwerbsalter sorgen müssen, sei es monetär durch Renten- und Krankenversicherungsbeiträge oder durch medizinische Versorgung, Pflegeleistungen oder unterstützende Dienstleistungen im Haushalt. Im Kreis Höxter entfielen 2012 auf 100 Personen im Alter von 20 bis unter 65 Jahren etwa 36 Personen im Alter ab 65 Jahren, im Jahr 2024 waren es bereits 44 (ebd.). Diese Zahlen verdeutlichen den Handlungsbedarf im Bereich der Versorgung älterer Menschen in der Region und unterstreichen die Relevanz von Projekten wie „Smarte Nahversorgungsräume der Zukunft“, die für die Sicherstellung von Lebensqualität und Zukunftsfähigkeit von elementarer Bedeutung sind. Denn verschiedene Studien wie die des Thünen-Instituts für Ländliche Räume belegen, dass die stationäre Versorgung in ländlichen Regionen zunehmend unter Druck gerät (z.B. Mettenberger/Küpper 2021, Eberhardt et al. 2021, Eberhardt 2022). Die Schließung von Geschäften, Apotheken oder Arztpraxen geht mit negativen Konsequenzen insbesondere für ältere sowie mobilitätseingeschränkte Bevölkerungsgruppen einher, da die Erreichbarkeit von Versorgungseinrichtungen stark von der Verkehrs- und Mobilitätsinfrastruktur abhängt. Diese Problematik stellt auch die Dörfer im Kreis Höxter vor enorme Herausforderungen, denn auch hier konzentrieren sich Einzelhandel, Ärzte und andere Einrichtungen mittlerweile nur noch in den größeren Ortschaften.

Validiert wird dieser statistisch abgeleitete Handlungsbedarf, wenn man die Ergebnisse der Befragungen (quantitativ und qualitativ) hinzuzieht. Die Ergebnisse der Online-Befragung zeigen sehr klar, dass die Dorfgemeinschaften durchaus eine große Herausforderung darin sehen, dass es immer

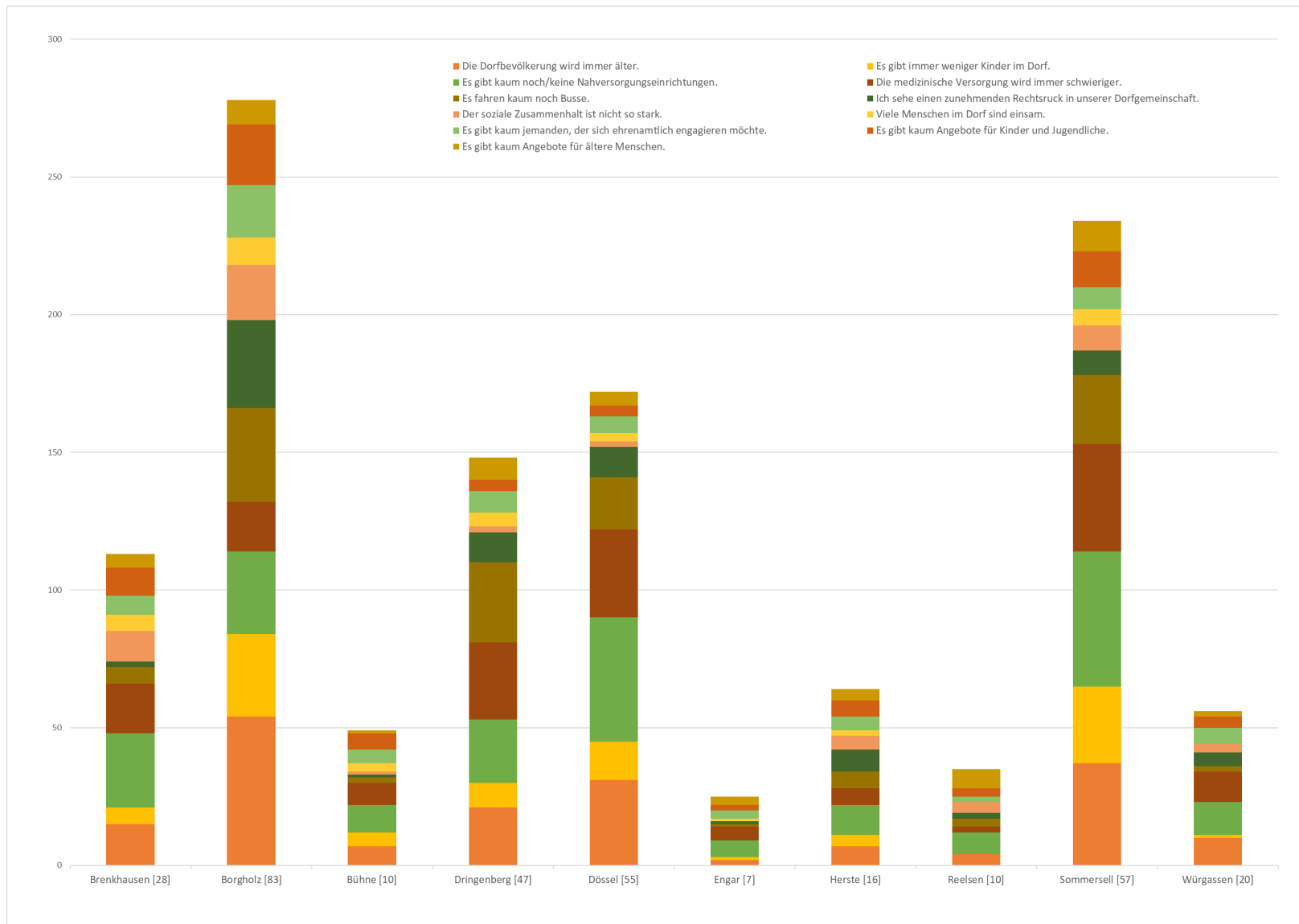
mehr ältere Menschen gibt (Abb. 2). Aus den Ergebnissen der Online-Befragung, aber ganz wesentlich auch aus den Interviews wird deutlich, dass neben den demographischen Entwicklungen vor allem die Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs Gründe zur Besorgnis darstellen. Die meisten Befragten sehen die größte Herausforderung darin, dass es keine bzw. kaum noch Nahversorgungseinrichtungen wie Banken oder Geschäfte in ihren Orten gibt. Selbst in Borgholz und Dringenberg, also den Orten mit vorhandenen (Dorf-)Läden, wird dies als größere Herausforderung gesehen. Auch die Sicherstellung der medizinischen Versorgung sowie die Sicherstellung der Mobilität über den ÖPNV empfinden viele Befragte als herausfordernd.

„Also wie ist die Versorgung hier? Wie komme ich gerade vor dem Hintergrund einer älter werdenden Dorfbevölkerung von hier nach da bzw. wie kann ich langfristig meine Mobilität sichern? Wie sind die Einkaufsmöglichkeiten? Wie ist das gesellschaftliche Angebot in den Dörfern? Also das sind sicherlich Punkte, die in einer Dorfgesellschaft wie wir sind, eine Rolle spielen.“ (Interview 1 DGH Sommersell, Z. 7-11)

Als sehr herausfordernd wird der demografische Wandel auch im Bereich der ehrenamtlichen Arbeit gesehen, wo er beispielsweise im Nachwuchsmangel oder in der Altersstruktur der Vereine besonders zum Ausdruck kommt. Dies ist insofern überaus problematisch, da damit ein großes Entwicklungspotenzial der Dörfer wegzubrechen droht.

„Grundsätzlich ist die Bereitschaft, ehrenamtliche Arbeit zu leisten, geringer geworden [...]. Und für uns als Verein bringt das ein massives Problem mit sich, weil die Mitgliedergewinnung für uns ein zentrales Element darstellt, damit wir uns weiterentwickeln können, damit wir die vielen Ideen, die wir haben, auch in die Realität umsetzen können. [...] Viele Vereine sind ja in den letzten Jahren [...] dann auch aufgelöst worden. Und viele dieser Vereine sprechen eigentlich vom selben Problem: manche nennen es Nachwuchssorgen, andere nennen es am Ende Mitgliederschwund.“ (Interview 1 Dorftreff Scherfedede, Z. 11-26)

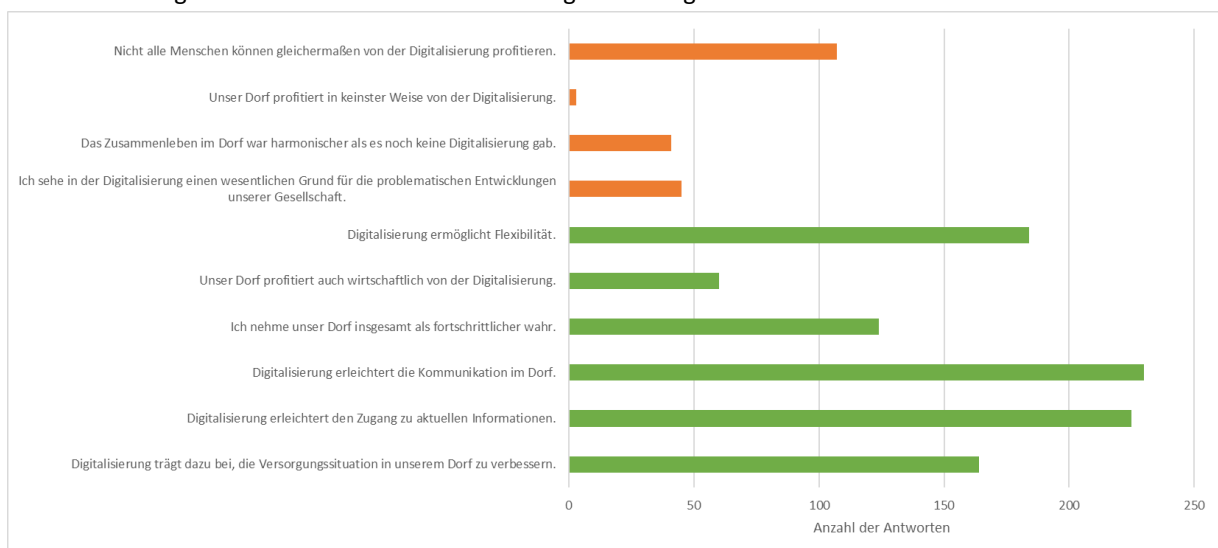
Abb. 2: Welche Herausforderungen sehen Sie gerade in bzw. für Ihr Dorf?



Digitale Angebote, auch das belegen zahlreiche Studien (z.B. Lobeck 2017, Mettenberger 2024), bieten in ländlichen Räumen vielerlei Lösungen, um mit den weitreichenden Folgen von demographischer Schrumpfung umzugehen. Dies betrifft die Kompensierung von Versorgungs- und Infrastrukturdefiziten ebenso wie die Ermöglichung neuer Kommunikations- und Interaktionsformate, wie sie beispielsweise im Teilprojekt Dorf.Zukunft.Digital erprobt werden. Wichtig ist es, möglichst viele Menschen an den digitalen Angeboten partizipieren zu lassen: sie also zu informieren und durch den Aufbau digitaler Kompetenzen zu befähigen, diese Angebote nutzen zu können, damit alle gleichermaßen von den Vorteilen profitieren können. Die Online-Befragung zeigt, dass viele Menschen im Dorf bereits mit den vielfältigen digitalen Angeboten vertraut sind und ein Großteil überwiegend Vorteile in der Digitalisierung sieht (vgl. Abb. 3). Insbesondere die Erleichterung von Kommunikation und der Zugang zu Informationen, aber auch die gestiegene Flexibilität, bspw. durch Arbeit im Homeoffice der Steuerungssysteme im Smart Home, werden als vorteilhaft bewertet.

Gleichwohl lässt sich auch aus den Daten lesen, dass nicht alle gleichermaßen an diesen Angeboten teilhaben können und zum Teil auch nur begrenzt über die digitalen Angebote und Möglichkeiten informiert sind. Während beispielsweise 82 Personen angeben, Online-Lieferdienste zu nutzen, geben 93 Personen an, dass es keine Online-Lieferdienste im Ort bzw. in der Region gibt. Ein ähnliches Antwortverhältnis gibt es beim Thema Online-Veranstaltungen, also bei Fort- und Weiterbildungen, Erzähl-Cafés etc.

Abb. 3: Meinungsbild zu Vor- und Nachteilen der Digitalisierung



Die Förderung digitaler Teilhabe sollte somit auch zukünftig eine hohe Priorität in allen Projekten haben, um die Akzeptanz und vor allem die gesellschaftliche Wirkung weiter zu erhöhen.

3.1 DorfMobil

*„Wir haben zwar einen öffentlichen Personennahverkehr, aber der deckt in vielen Bereichen nicht die Interessen und die Fahrzeiten ab, die vielleicht die Bevölkerung selber vor Ort hätte.“
(Interview 1 DorfMobil, Z. 20-22)*

3.1.1 Input

☐ Kurzbeschreibung und Zielsetzung der Maßnahme:

Anschaffung und ehrenamtlich organisierter Betrieb eines Personentransporters (8 Personen), der alle Ortschaften der Städte Borgentreich und Willebadessen nach einem festen Zeitplan anfährt und sich damit zu einem, den ÖPNV ergänzenden, Mobilitätsangebot etabliert. Das DorfMobil versteht sich explizit nicht als ein Bürgerbus, der anderen Regularien unterliegt und letztlich auf einem anderen System basiert.

„Wenn wir jetzt in ein Holibri oder in den ÖPNV mit reingehen würden, in welcher Konstellation auch immer, dann haben wir feste Systeme, feste Routen und haben auch andere Herausforderungen, die wir liefern müssen. Deswegen war es uns wichtig, so eine Insellösung für beide Städte zu machen.“ (Interview 1 DorfMobil, Z. 309-312)

Ziel der Maßnahme DorfMobil ist es, die Nahversorgung der Bevölkerung im Umland der Städte Borgentreich und Willebadessen, vornehmlich der nicht mobilen und älteren Personen, mit Gütern des täglichen Bedarfs sicherzustellen sowie Möglichkeiten der Kommunikation und des Austauschs zu schaffen. Dies erfolgt, indem ehrenamtlich tätige Fahrer*innen nach vorheriger Anmeldung einer Fahrt die Fahrgäste zu Arztbesuchen, Einkäufen sowie geselligen Zusammenkünften in die gewünschten Orte fahren. Die Mitfahrenden werden an der Haustür abgeholt, zu ihrem Ziel gebracht und auch wieder bis zur Haustür zurückgebracht. Dieser Service ist unentgeltlich. Damit verbindet das DorfMobil Lebensmittelversorgung mit sozialer Teilhabe und ermöglicht älteren Menschen in zwei Kommunen selbstbestimmtes Einkaufen.

☐ Ressourcen:

Die Umsetzung des DorfMobils basiert auf der Verfügbarkeit verschiedener Ressourcen, die sowohl den aktuellen Betrieb als auch die Zukunftsfähigkeit des Angebotes sicherstellen. An erster Stelle zu nennen sind hier die finanziellen Ressourcen: dank einer Förderquote von 80 Prozent war es dem Verein DorfMobil e.V. möglich, ein modernes E-Fahrzeug für die Personenbeförderung anzuschaffen. Der tatsächliche Anschaffungspreis lag deutlich unter dem ursprünglich kalkulierten Preis, der ein teureres Fahrzeug mit Hebebühne für Rollstuhlfahrende vorsah. Die nicht ausgeschöpften Fördermittel wurden für die Anschaffung von Wallboxen genutzt, die an drei Supermärkten in Borgentreich, Willebadessen und Peckelsheim installiert wurden, um das Fahrzeug aufladen zu können. Des Weiteren wurde am „Hauptstandort“ des DorfMobils in Borgentreich ein Carport errichtet, um das Fahrzeug wetterfest unterstellen zu können.

Die zweite Ressource, die dem DorfMobil neben den Fördermitteln zur Verfügung steht, ist der Pool an ehrenamtlichen Fahrern. Rund 30 Fahrer stehen bereit, um Menschen im DorfMobil zu befördern.

Die über 1.000 Stunden dokumentierte Fahrzeit haben bisher nicht nur den Betrieb des Angebotes sichergestellt, sondern auch die erforderliche Co-Finanzierung der Fördermittel.

Zu guter Letzt konnten für den Betrieb des DorfMobils auch Spendengelder akquiriert werden, die von Unternehmen aus der Region zur Verfügung gestellt werden. Diese sollen vor allem der Wartung des Fahrzeugs und der Wallboxen zu Gute kommen und damit die Dauerhaftigkeit des Projekts sicherstellen.

Weitere Ressourcen sind in der ehrenamtlichen Arbeit des Vereinsvorstandes gebunden: neben den Vorsitzenden gibt es Kassenwart und Schriftführer sowie zwei Fahrzeugbeauftragte und einen TÜV-Prüfer, der für die Technik des Fahrzeuges zuständig ist. Die Mitglieder des Vorstandes beraten über die Angebote, Konditionen und Möglichkeiten der Angebotserweiterung.

☐ *Verstetigung/Tragfähigkeit:*

Es ist das erklärte Ziel des Vereinsvorstandes, die Maßnahme auch nach Beendigung der Förderung dauerhaft und vor allem auch unentgeltlich zu betreiben. Dafür wurden bereits während der Förderphase Kooperationen mit Sponsoren aufgebaut, die den Kapitalstock zur Gewährleistung des Fahrbetriebs langfristig aufrechterhalten. Auch wird aktuell geprüft, inwieweit das Mobilitätsangebot erweitert werden kann, um die Auslastung dauerhaft zu erhöhen. Hier werden aktuell Gespräche mit dem Christlichen Bildungswerk „Die Hegge“ in Willebadessen geführt, welches aufgrund der schlechten Anbindung an den ÖPNV Interesse an einer Anbindung zum DorfMobil geäußert hat.

Die Motivation der Fahrer wird als sehr hoch beschrieben, so dass weiterhin auf diese Ressource gesetzt werden kann. Gleichwohl ist dem Vereinsvorstand durchaus bewusst, dass die Gewinnung von Fahrern und Sponsorengeldern kontinuierlich weiter betrieben werden muss, um die Fortführung der Maßnahme sicherzustellen. Das Minimum an Fahrern wird mit etwa 15 angegeben. Gleiches gilt für die Öffentlichkeitsarbeit, die zwingend ausgebaut werden muss, um die Nutzendenzahlen weiter zu erhöhen.

„Wir haben das Fahrzeug und wir werden es auch einsetzen die nächsten fünf Jahre. Ob mit 5 Leuten oder 20 oder 100 oder 50. Also Ziel ist definitiv [...], dass dieses Auto weiter betreiben wird, bis es vielleicht [...] irgendwann mal an seine Lebensgrenzen kommt. Dann muss man den ganzen Verein und das ganze System neu bewerten. Dann hoffen wir allerdings [...], dass man mit den beiden Kommunen nochmal ins Gespräch kommt und sagt, wir haben einen Mehrwert für unsere Bürgerinnen und Bürger. Das muss Dir als Kommune auch was wert sein. Und jeder gibt eine Summe X rein und wir übernehmen ein Drittel oder je nachdem. Aber dass man das Projekt dann auch in den nächsten Generationen weiterfährt.“ (Interview 1 DorfMobil, Z. 401-410)

3.1.2 Prozess

☐ *Umsetzungsschritte:*

Ausgangspunkt für die Bewerbung um Fördermittel aus dem Modellprojekt „Smarte Nahversorgungsräume der Zukunft“ (SNZ) war die Gründung des gemeinnützigen Vereins DorfMobil e.V. zu Beginn des Jahres 2025, der auf Initiative der Bürgermeister von Borgentreich und Willebadessen entstanden ist. Mit der Bewilligung der Fördermittel wurde ein geeignetes Fahrzeug angeschafft, welches offiziell am 5. Mai 2025 seinen Betrieb aufgenommen hat.

Der laufende Betrieb folgt einer klaren Struktur: montags, dienstags bis mittwochs Mittag ist das Fahrzeug im Stadtgebiet Willebadessen unterwegs, ab mittwochs Nachmittag bis Freitag im Stadtgebiet Borgentreich. In Ausnahmefällen erfolgen Fahrten auch über die Stadtgebiete hinaus, jedoch nur, sofern es sich um Arztbesuche handelt. Ab Januar 2026 soll das Angebot auf die Nachbarstädte Hofgeismar, Bad Driburg, Beverungen und Trendelburg erweitert werden. Fahrten zum Einkaufen erfolgen nur innerhalb der Ortschaften Borgentreich, Willebadessen und Peckelsheim, um den lokalen Einzelhandel dort zu unterstützen. Ab 2026 ist geplant, das Fahrzeug auch an Wochenenden einzusetzen, beispielsweise für Vereinsfahrten o.ä.

Die Anmeldung, die bis um 12 Uhr am Vortag eingegangen sein muss, erfolgt zurzeit noch telefonisch über die Bürgerbüros in Borgentreich und Willebadessen, eine digitale Lösung ist derzeit in Erarbeitung und soll Anfang 2026 in Betrieb gehen. Die Administrierung der Fahrten erfolgt ebenfalls noch manuell, indem die Bürgerbüros eingegangene Fahrtenwünsche via E-Mail an eine Funktionsadresse des DorfMobils schicken und dann über eine WhatsApp-Gruppe der Fahrenden ermittelt wird, wer die Fahrt übernehmen kann.

☐ *Partizipation & Transfer:*

Die Gewinnung ehrenamtlicher Fahrer*innen erfolgt primär über eine persönliche Ansprache der Vereins- und Vorstandsmitglieder.

Die Öffentlichkeitsarbeit zur Bewerbung der Maßnahme ist noch deutlich ausbaufähig. Bislang wird auch hier vor allem auf mündliche Ansprachen und Mundpropaganda gesetzt, vereinzelt auch auf Presseartikel und die Präsentation des Fahrzeugs auf Veranstaltungen, wie beispielsweise Gewerbeschauen. Zu Beginn der Maßnahme wurden alle Haushalte in den beteiligten Ortschaften über Flyer informiert.

Soziale Medien werden bislang nur rudimentär genutzt, allenfalls über die privaten Kanäle der ehrenamtlich Engagierten. Auf den Internetseiten der Städte Borgentreich und Willebadessen wird über das Angebot informiert.

☐ *Kooperationen:*

Der Verein DorfMobil e.V. greift seit Beginn der Maßnahme auf ein umfassendes Netz an Kooperationen zurück, das einerseits die Effektivität des Angebots gewährleistet und andererseits die Tragfähigkeit sichert. So ist das Projekt überhaupt erst durch die interkommunale Kooperation der Städte Willebadessen und Borgentreich ins Leben gerufen worden. Darüber hinaus besteht eine enge Zusammenarbeit mit den Supermärkten in Borgentreich, Willebadessen und Peckelsheim, die als zentrale Einkaufsorte vom DorfMobil angefahren werden. An diesen Supermärkten wurden Wallboxen installiert, über die das Fahrzeug unentgeltlich aufgeladen werden kann. Auch bestehen natürlich Kooperationen zu Sponsoren, die die Maßnahme finanziell unterstützen. Hierzu wurden keine näheren Angaben gemacht, allerdings sind einige der Sponsoren über Werbung auf dem DorfMobil vertreten.

Für die Sicherung der Langfristigkeit der Maßnahme sind vor allem Kooperationen wichtig, über die potenzielle Nutzende gewonnen werden können. Eine enge Zusammenarbeit besteht hier beispielsweise zum Seniorenwohnheim und zum Seniorenworkshop Borgentreich (SWB), aber auch zu mehreren Vereinen, mit denen Gespräche über eine Nutzung des Fahrzeugs am Wochenende laufen.

☐ *Erfolge & Hindernisse im Umsetzungsprozess:*

Als überaus positiv bewertet wurde von den Befragten die interkommunale Zusammenarbeit der beteiligten Bürgermeister*innen und Ortsvorsteher*innen in Borgentreich und Willebadessen in Hinblick auf den Prozess der Ideenentwicklung und Vereinsgründung, der Gewinnung der ehrenamtlichen Fahrer*innen sowie die weiterhin bestehende einvernehmliche Zusammenarbeit im Vereinsvorstand.

Auch die Zusammenarbeit mit den Supermärkten in Borgentreich, Willebadessen und Peckelsheim wird als sehr bereichernd beschrieben, da durch die kostenlose Bereitstellung von Strom der Fahrbetrieb sichergestellt werden kann.

Nicht zuletzt ist die Einwerbung von Sponsoren als Erfolg für den Betrieb des DorfMobils zu werten, da damit die Langfristigkeit des Projektes gesichert werden soll. Bemängelt wird allerdings, dass die Bescheinigung der Gemeinnützigkeit sehr langwierig ist und als sehr hinderlich empfunden wird, beispielsweise bei der Ausstellung von Spendenquittungen.

Als aufwendig, aber auch unerlässlich wird die Entwicklung des digitalen Buchungssystems empfunden, das vom Kreis Höxter in Auftrag gegeben worden ist und 2026 in Betrieb genommen werden soll.

„Also wir sind auch gerade dabei, eine Onlineanmeldung zu erstellen mit dem Kreis, mit einer Firma. Das ist etwas holprig, weil die sehr an Busfahrpläne getaktet sind, also feste Strukturen und Regularien und versuchen uns in dieses Korsett zu bekommen. Aber wir wollen und können auch nicht in dieses Korsett gehen. Also da laufen gerade noch Abstimmungen mit dem Kreis und der Firma, denn das soll ja auch im neuen Jahr dann starten. Dass man die Möglichkeit hat, mehr über Onlinebuchungen dann das Fahrzeug anzufordern.“ (Interview 2 DorfMobil, Z. 32-38)

3.1.3 Effekte & Wirksamkeit

☐ *Akzeptanz & Zufriedenheit:*

Die Akzeptanz des Angebotes ist mit Blick auf die Nutzendenzahlen seit Start des DorfMobils im Mai 2025 noch relativ verhalten. Dennoch lässt sich eine leicht positive Tendenz erkennen: wurden Ende August noch ca. 8 Personen pro Woche befördert, waren es Anfang November schon 10 bis 12 Personen. Aussagen der Interviewpartner zu Folge besteht seitens der adressierten Zielgruppen im Moment noch sowohl ein Informationsdefizit, als auch eine gewisse Scheu, dieses neuartige Angebot wahrzunehmen. Die Initiatoren des DorfMobils sind jedoch sehr zuversichtlich den Kreis der Nutzenden über Kooperationen mit Vereinen sowie Jugend- und Senioreneinrichtungen weiter ausbauen zu können. Um einen größeren Interessentenkreis zu erreichen, wäre es für das Projekt immanent wichtig, die Öffentlichkeitsarbeit zu intensivieren. Diese wird aufgrund begrenzter Kapazitäten des Ehrenamts bislang vernachlässigt. Es wäre jedoch hilfreich, vereinsintern darüber zu diskutieren, wie ein effizientes Marketing umgesetzt werden kann, damit die Nutzendenzahlen auch langfristig eine positive Entwicklung nehmen.

☐ *Zielerreichung:*

Ob das Ziel der Maßnahme, ein zusätzliches Mobilitätsangebot für die Nahversorgung nicht (mehr) mobiler und älterer Personen im Umland der Städte Borgentreich und Willebadessen sicherzustellen sowie Möglichkeiten der Kommunikation und des Austauschs zu schaffen, bereits nach einer nur 6-monatigen Laufzeit erreicht wurde, ist abschließend schwer zu beurteilen. In den geführten Interviews wird sehr deutlich, dass man sich durchaus eine größere Resonanz wünschen würde, damit dieses Angebot auch dauerhaft in der Region etabliert werden kann. Dank der Anschubfinanzierung durch das Projekt „Smarte Nahversorgungsräume der Zukunft“, dem aktuell großen Fahrerpool und die Spendenfinanzierung könne man dieses Angebot zumindest die nächsten Jahre noch als entgeltfreies, ergänzendes Mobilitätsangebot anbieten. Es müssen jedoch erhebliche Anstrengungen getätigt werden, um weiterhin ausreichend Fahrer*innen und Spendengelder zur Verfügung zu haben.

☐ *Strahlkraft:*

Aufgrund der räumlichen Fokussierung und der bislang begrenzten Öffentlichkeitsarbeit konnte das Projekt noch keine umfängliche Strahlkraft entwickeln. Durch sein praktikables Konzept und seine Niedrigschwelligkeit hätte es jedoch durchaus Potenzial, als Beispiel für andere ländliche Gemeinden zu dienen.

3.1.4 *Zwischenfazit:*

Mit dem DorfMobil wurde eine Maßnahme umgesetzt, die sich aufgrund ihrer Betriebsstruktur von ähnlichen Angeboten wie Bürgerbussen oder dem im Kreis Höxter verkehrenden Holibri deutlich unterscheidet. Sie zeichnet sich aus durch ein, auf den ersten Blick begrenztes Angebot, das jedoch mit Bedacht und Weitsicht entwickelt wurde. Ganz bewusst wurde beispielsweise darauf verzichtet, ein für die Beförderung von Rollstuhlfahrenden geeignetes Fahrzeug anzuschaffen, da damit spezifische Qualifikationen der Fahrer vorausgesetzt werden. Um auf einen möglichst großen Fahrerpool zurückgreifen zu können, wurde deshalb ein Beförderungsfahrzeug mit 8 Sitzplätzen gekauft, damit der Eintritt ins Engagement als Fahrer niedrigschwellig gehalten wird. Gleichwohl wird selbstverständlich auch beim DorfMobil großer Wert auf Sicherheit gelegt: alle Fahrer erhalten die Möglichkeit, an Fahrsicherheitstrainings teilzunehmen.

Mit Blick auf die Zielgruppe wurde mit dem DorfMobil ein sehr attraktives, zusätzliches Mobilitätsangebot entwickelt. Es ist auf verschiedenen Ebenen niedrigschwellig und besitzt daher ein großes Potenzial, zukünftig von noch mehr Menschen genutzt zu werden. Besonders für ältere Menschen wird die Hemmschwelle, dieses Angebot in Anspruch zu nehmen gering gehalten, da eine Anmeldung der Fahrten telefonisch erfolgen kann, die Fahrten unentgeltlich durchgeführt werden und der Transport von Haustür zu Haustür erfolgt. Die ehrenamtlichen Fahrer sind bemüht, die Fahrgäste nicht nur zu befördern, sondern auch zu begleiten und ggf. Hilfestellungen zu geben. Die Vielzahl der zur Verfügung stehenden Fahrer sowie deren hohe Motivation, auch aktiv eingesetzt zu werden, ist als deutlicher Ausdruck einer sorgenden Gemeinschaft zu werten, in der betagte Menschen sich für ihresgleichen engagieren und weniger mobilen Personen Selbstbestimmung und Lebensqualität ermöglichen.

3.2 Dringenberger Dorfladen

„Brot hätte man noch gehabt, aber alles andere wäre weggefallen. Und das für einen Ort mit 1.400 Einwohnern, das kann nicht sein. [...] Als ich Kind war, gab es hier 4 Lebensmittelläden. Da muss es doch möglich sein, dass man einen Laden haben kann.“ (Interview 1 Dringenberger Dorfladen, Z. 35-37)

3.2.1 Input

☐ Kurzbeschreibung und Zielsetzung der Maßnahme:

Der Dringenberger Dorfladen wurde im Jahr 2018 als erster Dorfladen im Kreis Höxter in Form eines Bürgerprojektes eröffnet, nachdem 2016 der letzte Lebensmittelmarkt im Ort geschlossen hat. Errichtet wurde der Dorfladen als Vollsortimenter mit zahlreichen Produkten aus der Region (Fleisch und Wurst, Backwaren, Obst- und Gemüse, Kartoffeln u. Zwiebeln, Gewürze, Öle etc.). Neben der Sicherstellung der Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs wurde der Laden bewusst auch als zentraler Treffpunkt im Dorf konzipiert. Eine Café-Ecke im Laden bietet neben Sitzmöglichkeiten im Außenbereich Gelegenheiten zum Verweilen und zum Plausch. Ältere, nicht mehr mobile Bewohner bekommen ihre Einkäufe ab einem Mindesteinkaufswert von 15 € von einem ehrenamtlichen Lieferservice nach Hause geliefert.

Der Dringenberger Dorfladen stellt einen immens wichtigen Bestandteil der regionalen Nahversorgungsinfrastruktur dar. Mit lediglich 7 Tagen (Ostern, Pfingsten und Weihnachten jeweils 2 Tage sowie Neujahr), an denen er komplett geschlossen ist und einem Einzugsbereich, der weit über das Dorf hinausgeht – zahlreiche (Stamm-)Kunden kommen aus Altenheerse, Schmechten, Kühlsen und Gehrden – hat er sich zu einer wichtigen Institution entwickelt, die nicht nur Einkaufsmöglichkeiten bietet, sondern auch eine überaus große Bedeutung für das Zusammenleben im Dorf hat.

Ziel der Maßnahme ist es, den Dorfladen digitaler, energiesparender und insgesamt zukunftsorientierter zu gestalten, um seine Wettbewerbsfähigkeit langfristig zu erhalten. Dies sollte im Rahmen der Projektförderung durch verschiedene bauliche und technische Neuerungen erreicht werden, die jedoch nicht allesamt förderfähig waren bzw. deren Umsetzung im vorgesehenen Zeitraum nicht realisierbar war. Perspektivisch ist geplant, den Dorfladen als Hybrid-Markt weiterzuführen, der einerseits weiterhin feste Öffnungszeiten mit Personal bietet und andererseits autonomes Einkaufen außerhalb der Öffnungszeiten ermöglicht.

„Der Dorfladen muss attraktiv bleiben und dazu gehört auch, diese Sache mit dem Hybridladen zu verfolgen, ich sage mal perspektivisch in fünf Jahren.“ (Interview 2 Dringenberger Dorfladen, Z. 315-317)

☐ Ressourcen:

Der Dringenberger Dorfladen wird getragen durch ein ehrenamtliches Team bestehend aus 2 Geschäftsführer*innen, 8 Mitarbeitenden und 12 Helfer*innen „im Hintergrund“. Das Team der Geschäftsführung zeichnet sich nicht nur durch kaufmännische und buchhalterische Kompetenzen aus, sondern vor allem auch durch die Fähigkeit, zusätzliche finanzielle Mittel über Förderprogramme und Sponsoren einzuwerben. Unterstützt und beraten wird die Geschäftsführung durch einen Beirat, dem 6 Mitglieder angehören.

Finanziell ist der Dorfladen insgesamt gut aufgestellt und weist über die Jahre hinweg eine positive Bilanz auf, die mitunter in steigenden Umsatzzahlen zum Ausdruck kommt (vgl. https://www.dringenberger-dorfladen.de/images/dorfladen/pdf/2025_07_03_Gesellschafterversammlung.pdf). Dank der erwirtschafteten Rücklagen und Einlagen der stillen Gesellschafter ist es dem Dorfladen möglich, maßvoll in die Weiterentwicklung des Geschäftes zu investieren.

Eine weitere wichtige Ressource, auf die der Dringenberger Dorfladen stets zurückgreifen kann, ist das insgesamt stark ausgeprägte Ehrenamt. Es besteht eine starke Identifikation der Dringenberger mit ihrem Dorfladen, so dass bei Bedarf immer auf diese Ressource zurückgegriffen werden kann. Diese Stärke kommt immer wieder zum Tragen, wenn helfende Hände für diverse Aktionen gesucht werden (beispielsweise beim Aus- und Einräumen und Ab- und Aufbau der Gefrierschränke) oder auch jüngst bei der Suche einer Nachfolge für die scheidende Geschäftsführung.

„Dringenberg ist ein Dorf von Machern. Wir haben hier über 30 Vereine. Das zeugt von einem aktiven Dorfleben und das kriegen wir hier hin.“ (Interview 1 Dringenberger Dorfladen, Z. 29-30)

☐ *Verstetigung/Tragfähigkeit:*

Hinter den umgesetzten Maßnahmen steht die Dringenberger Dorfladen UG (haftungsbeschränkt) und Still, der die haftungsbeschränkte Unternehmensgemeinschaft mit drei ehrenamtlichen Geschäftsführern und 204 stille Gesellschafter*innen durch Zeichnung von Gesellschaftsanteilen in Höhe von jeweils mindestens 250,00€, angehören.

Alle Maßnahmen, die im Dorfladen Dringenberg umgesetzt werden, verfolgen das Ziel, den Laden dauerhaft zu etablieren und seine Existenz zu sichern. Die maßvolle Gewinnorientierung und umsichtige Mittelbewirtschaftung sowie eine klare Zukunftsvision bilden die Grundlage für den dauerhaften Betrieb des Dorfladens in Dringenberg.

Perspektivisch wird ein Hybridmodell angestrebt, um auf die steigenden Lohnkosten zu reagieren: Bestimmte Öffnungszeiten sollen weiterhin personell besetzt sein, während ergänzend kundenfreundliche Selbstbedienungszeiten möglich werden. Ein vollständiger 24/7-Betrieb ist jedoch aufgrund der Wohnsituation im Gebäude und möglicher Lärmbelastung in der Nacht nicht vorgesehen.

Die Jahresbilanzen sind alljährlich positiv und schließen mit Haben ab (ebd.), so dass ein gewisser Kapitalstock vorhanden ist, der für kleinere Investitionen genutzt werden kann. Gleichwohl ist der Geschäftsführung durchaus bewusst, dass kontinuierlich daran gearbeitet werden muss, Kunden zu gewinnen und höhere Einnahmen zu generieren sowie ausreichend ehrenamtlich Engagierte zu finden, um den Betrieb des Ladens sicherzustellen.

„Der Dorfladen kann noch so toll aufgebaut sein, wenn ich keine Kunden habe, die letztendlich konsumieren. Das ist ein großer entscheidender Punkt, also dass die Dorfbewohner, Bewohnerinnen und die umliegenden Ortschaften einfach dieses Projekt mittragen, so wie es jetzt aktuell auch ist. Und das Zweite ist einfach, dass es Leute braucht, die es ehrenamtlich führen, mit unterstützen. Weil klar, wir können unsere Posten auch bezahlt einsetzen, dann bleibt es unterm Strich an der Marge hängen. Im Zweifel an der roten Zahl und nicht an der schwarzen Zahl.“ (Interview 1 Dringenberger Dorfladen, Z. 472-478)

3.2.2 Prozess

☐ Umsetzungsschritte:

Die Umsetzung der Maßnahme in Dringenberg erfolgt als logische Weiterführung der schon vor Förderbeginn angestoßenen Aktivitäten des Dorfladens. So wurde bereits im Dezember 2024 im vorhandenen Kühlwandregal ein defekter Verdampfer ausgetauscht, zwei Oberbau TK-Schränke sowie eine zusätzliche TK-Truhe zur Sortimentserweiterung eingebaut und eine neue Convenience-Kühlung für Obst und Gemüse angeschafft, um dieses länger frisch zu halten.

Um die Reichweite des Dorfladens zu vergrößern, wurde ebenfalls im Dezember 2024 eine Agentur (Film Wote, Paderborn) damit beauftragt, einen Social Media-Kampagnenplan zu erstellen. In diesem Rahmen wurden 12 Kurzvideos und 24 Bildbeiträge für Instagram und Facebook erstellt und schrittweise veröffentlicht. Um die Potenziale der sozialen Medien noch besser für den Dorfladen nutzen zu können, erhielten die Mitarbeitenden eine Schulung, um Beiträge eigenverantwortlich verfassen und einstellen zu können.

Die Anschaffung von digitalen Artikelschildern wurde bis auf Weiteres verschoben, da diese mit sehr hohen Kosten einherginge und an eine grundsätzliche Umstellung des Kassensystems gekoppelt wäre, ebenso wie die Einrichtung einer SB-Kasse. Diese Maßnahmen sollen jedoch in naher Zukunft umgesetzt werden, dann ggf. auch mit der Möglichkeit über eine App einzukaufen und möglicherweise sogar mit der Perspektive, den Laden zu einem Hybridgeschäft weiterzuentwickeln.

*„Im Endeffekt versuchen wir jetzt, diese vorbereitenden Arbeiten zu leisten. Das heißt, wenn wir eine Videoüberwachung haben, das ist ja die Voraussetzung dafür, um irgendwann mal so eine Selbstbedienungskasse zu installieren. Und dann muss man eben gucken, wie macht man das? So wie es jetzt Rossmann und Co gerade machen, dass man erstmal eine zusätzliche Selbstbedienungskasse hat und dadurch vielleicht auch die Personalkosten sparen kann? Oder macht man das dann eben 24/7? Wobei wir ja jetzt diese Lösung haben, dass wir erstmal ein schmales Angebot über einen 24/7 Verkaufsautomaten anbieten.“
(Interview 1 Dringenberger Dorfladen, Z. 130-136)*

Wesentliche Meilensteine der Maßnahme waren also die Inbetriebnahme des 24/7-Automaten im Außenbereich des Dorfladens am 26. August 2025 sowie die Erweiterung der Videoüberwachungsanlage auf 11 Kameras und die damit verbundene vollständige Überwachung des Ladenbereichs. Letztere bildet eine wichtige Grundlage für die Weiterentwicklung des Ladens hin zu einem Hybridgeschäft.

Mit dem SB-Automaten wurde ein zusätzliches Angebot geschaffen, um eine Möglichkeit zu bieten, sich auch außerhalb der Ladenöffnungszeiten mit Lebensmitteln zu versorgen. Der SB-Automat beinhaltet 70 Produkte, die eine Bandbreite verschiedener Warengruppen vertreten, beispielsweise Backwaren, Käse, Wurst, Eier, Getränke, Süßigkeiten etc. Das Sortiment wird nach Bedarf und Saison angepasst, so dass jederzeit ein ansprechendes Warenangebot vorhanden ist.

Abb. 4: SB-Automat Dringenberg



„Also wir haben es ganz selten mal, dass der Automat genutzt wird, wenn der Laden offen ist. Also das ist dann vielleicht einer, der das mal just for fun ausprobieren wollte. Ansonsten merken wir tatsächlich, dass dann so gerade in den nächtlichen Stunden die Nachtschwärmer, wenn sie nach Hause gehen, zum Eierbraten... also Eier, Snacks, Getränke, also Cola und halt Aufbackbrötchen, das sind die meistverkauften Produkte Freitag und Samstagabend.“ (Interview 2 Dringenberger Dorfladen, Z. 17-22)

☐ Partizipation & Transfer:

Als bürgerschaftlich getragene Einrichtung bezieht der Dorfladen nicht nur die (stillen) Gesellschafter in Prozesse mit ein, sondern auch seinen Kundenstamm bzw. die Dringenberger Dorfbewohner*innen. So wurde bei der Gründung des Dorfladens eine Befragung durchgeführt, an der sich rund ein Drittel der Dorfbevölkerung beteiligte. Auch im Vorfeld der Inbetriebnahme des 24/7-Automaten wurde eine Befragung durchgeführt, um die Sortimentswünsche abzufragen. Aufbauend auf dem Ergebnis der 125 eingegangenen Antworten wurden die Produkte für den Automaten ausgewählt.

„Also was auch sehr positiv war, wo wir auch erschrocken waren, dass wir innerhalb von 24 Stunden übertrieben gesehen 120 Teilnehmer an der Umfrage hatten. Also Datensätze, die wir verwerten können.“ (Interview 1 Dringenberger Dorfladen, Z. 304-306)

Die Öffentlichkeitsarbeit wird seit Beginn der Maßnahme kontinuierlich weiterentwickelt, um den Kundenkreis kontinuierlich zu vergrößern. Durch die Schulung des Personals im Bereich Social Media haben die Mitarbeitenden die Kompetenz erlangt, Beiträge eigenverantwortlich zu verfassen und zu veröffentlichen. Der Dorfladen hat eine eigene Website (www.dringenberger-dorfladen.de) und ist auf allen gängigen Kanälen vertreten und somit potenziell für mehrere Zielgruppen sichtbar. Die Öffentlichkeitsarbeit folgt bislang jedoch noch keiner klaren Strategie und wird eher nebenbei erledigt. Dies soll sich kurz- bis mittelfristig ändern, indem eine neue Mitarbeiterin neben der kaufmännischen Arbeit auch mit dem Marketing betraut wird.

Grundsätzlich wird der Mehrwert der Öffentlichkeitsarbeit vor allem darin gesehen, dass eine größere Nähe zum Kunden hergestellt wird und dadurch sowohl Informationen über Angebote des Dorfladens, aber auch über Mitwirkungs- und Unterstützungsmöglichkeiten zur Verfügung gestellt werden. Die Effekte auf die Gewinnung neuer Kunden hingegen sind eher marginal.

„Thema Social Media zum Beispiel, was wir da gemacht haben... Wir haben uns natürlich erhofft, dadurch noch weitere Kunden zu kriegen. Außer, ich sag mal, eine Erhöhung der Follower und Lob der Leute „Ja, tolles Projekt, macht weiter so“ und „Wie toll es in Eurem Dorf denn ist“ und... ist das alles gut und schön, aber deswegen kommt trotzdem keiner aus Bökendorf nach Dringenberg als Beispiel.“ (Interview 2 Dringenberger Dorfladen, Z. 319-322)

☐ Kooperationen:

Der Dringenberger Dorfladen ist mit den Vereinen im Ort und darüber hinaus überaus gut vernetzt. Die Zusammenarbeit erfolgt beispielsweise über gemeinsame Aktionen, die der Dorfladen auch dafür nutzt, auf sich aufmerksam zu machen. Auch die Belieferung der Vereine mit Waren ist ein Bestandteil der Kooperation.

Der Dorfladen ist zudem ein Partner für die örtliche Grundschule und den Kindergarten. In gemeinsamen Aktionen werden zu Ostern mit den Kita-Kindern Eier bemalt oder zu Weihnachten Plätzchen gebacken. Die Grundschul Kinder sorgen für jahreszeitenbezogene Dekoration im Dorfladen. Darüber hinaus bestehen geschäftliche Beziehungen zu Direktvermarktern regionaler Erzeugnisse, die nicht zuletzt dazu beitragen, die Qualität der angebotenen Produkte auf einem hohen Niveau zu halten und damit ggf. einen Wettbewerbsvorteil gegenüber größeren Discountern zu schaffen.

☐ *Erfolge & Hindernisse im Umsetzungsprozess:*

Als prozessunterstützend wurde von der Geschäftsführung vor allem die Begleitung und Unterstützung durch den Kreis Höxter hervorgehoben. Die Flexibilität, Lösungsorientierung und Kompromissbereitschaft der Projektkoordination half, auch in unklaren Situationen (z.B. hinsichtlich der Förderwürdigkeit einzelner Aktivitäten) gute Lösungen zu finden. Auch die Antragstellung wurde als vergleichsweise einfach und niedrigschwellig empfunden.

Den Umsetzungsprozess erschwerte die Tatsache, dass bestimmte Einzelmaßnahmen wie die Umstellung des Kassensystems als nicht förderwürdig anerkannt wurden, so dass weitere Grundlagen für einen zukünftigen Hybridbetrieb nicht gelegt werden konnten. Stark kritisiert wurde in diesem Zusammenhang auch, dass die Eigenleistungen des Ehrenamtes nicht als Personalkosten geltend gemacht werden konnten.

„Aber wenn man wirklich solche infrastrukturellen Maßnahmen schafft wie hier, hätte ich einfach ein bisschen mehr erwartet, dass man uns da auch vielleicht in Form von Personalkosten oder in Form von Investitionskosten halt ein bisschen mehr unterstützt.“ (Interview 1 Dringenberger Dorfladen, Z. 259-262)

In diesem Zusammenhang wurde auch Kritik an der grundsätzlichen Förderpolitik Nordrhein-Westfalens geäußert, die eine Förderung von Dorfläden nicht explizit vorsieht. Hier wurde der Wunsch geäußert, den Blick stärker auf andere Bundesländer wie beispielsweise Bayern zu richten, wo Dorfläden gezielt gefördert werden (siehe hierzu Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus oder Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie).

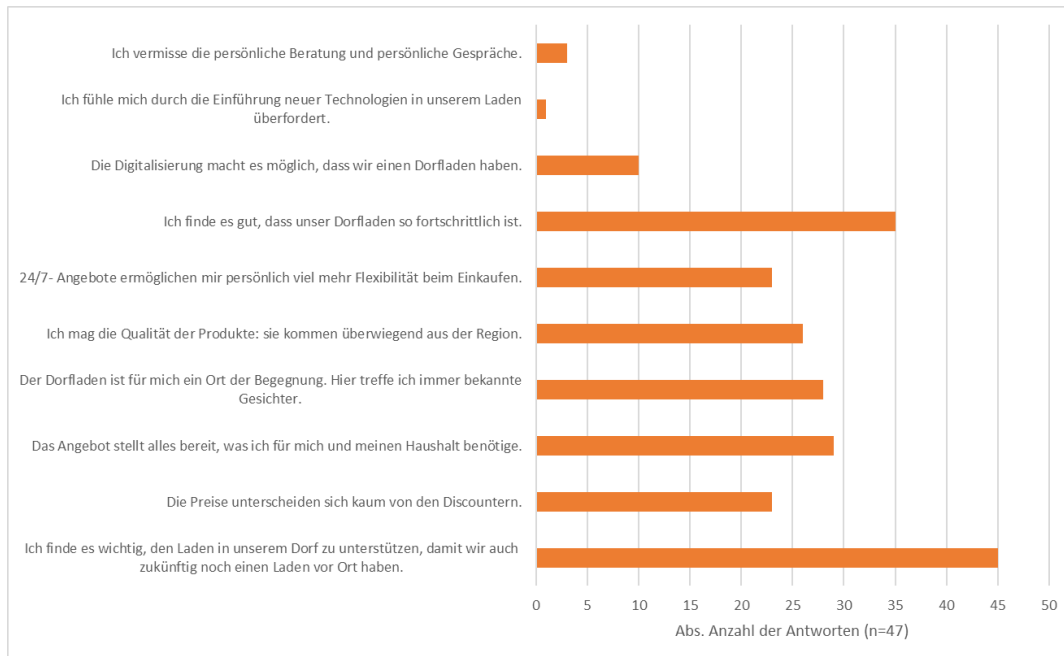
3.2.3 Effekte & Wirksamkeit

☐ *Akzeptanz & Zufriedenheit:*

Der Dringenberger Dorfladen hat sich mit seinem Angebot und seinem Ladenkonzept fest im Dorf etabliert. Dies bestätigen die Zahlen der Onlinebefragung, die im Zuge der Wirkungsmessung durchgeführt wurde. Von 47 Befragten gaben 46 an, im Dorfladen einzukaufen. Nahezu alle Befragten gaben an, dass sie es wichtig finden, den Laden zu unterstützen, um seine Existenz auch zukünftig zu sichern. Nur eine Person gab an, dass der Laden nicht das Sortiment bereitstelle, das benötigt werde. Dem gegenüber gaben zwei Drittel der befragten Personen an, dass genau dies der Fall sei. Ebenfalls zwei Drittel schätzen den Dorfladen als Ort der Begegnung und des Austauschs. Knapp über die Hälfte der Befragten finden die Qualität der Produkte gut, insbesondere unter dem Gesichtspunkt der Regionalität. Zufrieden ist nahezu die Hälfte auch mit dem Preisniveau der angebotenen Waren im Dorfladen. Dies kann als Bestätigung des im Sommer durchgeführten Preisvergleichs mit zwei Discountern in der Region gewertet werden, der zum Ergebnis hatte, dass die Preisdifferenzen bei lediglich 28 bzw. 32 Cent liegen und unter Berücksichtigung der Fahrtkosten tatsächlich marginal sind.

Drei Viertel aller Befragten honorieren die Initiative des Dorfladens, sich mittels digitaler Lösungen fortschrittlich aufzustellen und rund die Hälfte schätzt es, zeitlich flexible Einkäufe tätigen zu können. Immerhin 3 Personen gaben an, die persönliche Beratung zu vermissen und eine Person fühlte sich mit den technischen Neuerungen überfordert.

Abb. 5: Meinungsbild zum Dringenberger Dorfladen



Zielerreichung:

Die Erreichung des Ziels, die Wettbewerbsfähigkeit des Dorfladens durch den Einsatz digitaler Lösungen zu erhöhen, erscheint in Anbetracht der aktuellen Entwicklungen durchaus realistisch.

Mit durchschnittlich 210 bis 220 Kund*innen pro Tag und einem Aufwärtstrend beim Umsatz sowie auch in der durchschnittlichen Bonsumme (+ 10 Prozent seit 2024) ist die Geschäftsführung insgesamt zufrieden mit dem Geschäftsergebnis. Umsatzsteigerungen konnten insbesondere beim Umsatz mit TK-Produkten erzielt werden, was sehr deutlich auf die Angebotserweiterung in diesem Bereich und die damit verbundenen geförderten Maßnahmen zurückzuführen ist. Auch der Verkauf regionaler Produkte wird sehr gut angenommen, während beim Verkauf von Großhandelsware der Wettbewerbsdruck mit den Discountern deutlich spürbar ist.

Auch die Inbetriebnahme des SB-Verkaufsautomaten ist auf eine insgesamt positive Resonanz gestoßen. Aus der Bilanz der ersten Wochen lässt sich lesen, dass ca. 1.000 bis 1.200 Euro zusätzlicher Umsatz im Monat erwirtschaftet werden konnte.

Inwiefern die Energieeffizienz durch die ergriffenen Maßnahmen gesteigert werden konnte, ist noch nicht absehbar, da zum Zeitpunkt der Erhebung keine Zahlen zum zeitlichen Verlauf des Energieverbrauchs vorlagen.

Strahlkraft:

In Anbetracht der Tatsache, dass viele Dorfläden – auch im Kreis Höxter – ihre Türen wieder schließen mussten, ragt der Dringenberger Dorfladen mit seinem Konzept ein ganzes Stück weit heraus. Der

bisherige Erfolg bestätigt die Initiative der Geschäftsführung, die Entwicklung des Ladens kontinuierlich weiterzutreiben und das herausragende Engagement der Mitarbeitenden, ohne das die Tragfähigkeit in Frage gestellt würde. Der Dorfladen ist Identifikationsort der Dringenberger und wird von den Menschen im Dorf getragen, gleichzeitig ist er auch Versorgungseinrichtung für die umliegenden Ortschaften und somit von überörtlicher Bedeutung.

3.2.4 Zwischenfazit:

Der Dringenberger Dorfladen versteht sich nicht nur als Ort des Einkaufens, sondern auch als Mittelpunkt des dörflichen Zusammenlebens. Die kaufmännisch-betriebswirtschaftliche Perspektive mit der sozialen Sicht zu verknüpfen stellt die Geschäftsführung vor eine große Aufgabe. Einerseits darf sie die Möglichkeiten, die technische Innovationen bieten, nicht ignorieren und andererseits muss sie die Bedarfe und Bedürfnisse der Menschen vor Ort immer mitdenken. Der Dringenberger Weg, zunächst kleinschrittig mit dem Betrieb eines SB-Verkaufsautomaten als Angebotserweiterung zu beginnen und gleichzeitig die Digitalisierung des Ladenbetriebs weiterzudenken und weiter zu planen, adressiert beide Herausforderungen gleichermaßen und vor allem die Bedarfe und Bedürfnisse der Kund*innen. Der Dringenberger Dorfladen integriert das eher urban geprägte, autonome Einkaufen in die traditionell dörfliche Form des Einkaufens und unterscheidet sich dadurch von vielen anderen Dorfläden. Und trotz aller Zukunftsorientierung will der Dorfladen sozialer Mittelpunkt bleiben: ein Ort, an dem man ungezwungen und spontan ins Gespräch kommt; ein Ort, an dem die soziale Kontrolle noch funktioniert und die Gemeinschaft sich sorgt, wenn das hochbetagte Lieschen Meier schon seit zwei Tagen keine Brötchen mehr geholt hat.

3.3 *nah & frisch Markt Borgholz*

„Natingen, Rothe, Tietelsen, das sind alles kleine Orte mit 300, 400 Einwohnern oder noch weniger. Nutzungen 800, glaube ich. Die haben alle keinen Laden mehr, die haben nichts mehr.“ (Interview 1 nah & frisch, Z. 101-102)

3.3.1 Input

□ *Kurzbeschreibung und Zielsetzung der Maßnahme:*

Der nah & frisch Markt in Borgholz besteht seit fast 120 Jahren und wird heute in der vierten Generation vom Inhaberehepaar Wolfgang und Beate Wulf geführt. Auf einer Verkaufsfläche von 200 m² bietet der Laden ein Vollsortiment an Lebensmitteln und Convenience-Produkten an. Artikel der Grundversorgung bezieht der Laden über den Großhändler Bunting. Das Sortiment zeichnet sich darüber hinaus durch eine Vielzahl regional hergestellter Produkte aus, beispielsweise Backwaren, Fleisch und Wurst, Eier, Honig etc. Um sich von Angeboten anderer Einzelhändler in der Region abzusetzen, bietet der Markt Weinverkostungen und einen Weihnachtsbaumverkauf sowie von September bis April auch einen Verkauf von Fischfrisch an.

Das Kaufmannsehepaar Wulf setzt sich bereits seit einigen Jahren intensiv mit der Frage auseinander, wie ihr Geschäft mittels technischer Neuerungen zukunftsfähig weiterentwickelt werden kann, um Umsatz- und Gewinnsteigerungen zu erzielen und damit als stabile Einzelhandelseinrichtung die Versorgung des Kernortes Borgholz sowie der umliegenden Ortschaften auch langfristig zu erhalten.

„Und dann haben wir gesagt, wir müssen irgendwie was machen. Natürlich erstmal Umsatz und dann aber auch mit diesen technischen Ideen. Dann [...] stand irgendwann in einer Fachzeitschrift „Firma Bunting macht einen Hybridmarkt“ auf in Emden. Das war 2022. Dann haben wir gedacht, das ist doch unser Lieferant. Endlich können die das, was wir wollen!“ (Interview 1 nah & frisch, Z. 188-192)

Vor diesem Hintergrund wurden im Rahmen des Projektes Fördergelder beantragt, um die Transformation des Marktes zu einem Hybrid-Laden zu unterstützen und damit die vorhandenen Einkaufsmöglichkeiten zu erweitern bzw. zu flexibilisieren, den Umsatz zu steigern und letztendlich die Existenz des Marktes auch langfristig zu sichern.

☐ Ressourcen:

Der nah & frisch Markt in Borgholz ist im Gegensatz zum Dringenberger Dorfladen kein ehrenamtlich getragenes Projekt, sondern ein inhabergeführtes, gewinnorientiertes Einzelhandelsunternehmen mit 5 Mitarbeitenden (Teilzeit) und einer geringfügig beschäftigten Hilfskraft. Die umgesetzten Maßnahmen tragen damit primär zum Erhalt des Geschäftsbetriebes bei.

„In erster Linie Standorterhaltung, dass der Laden bestehen bleibt. Das ist die Hauptmotivation“. (Interview 1 nah & frisch, Z. 89)

Die verfügbaren Ressourcen fokussieren somit überwiegend das verfügbare Kapital, das einerseits zur Ko-Finanzierung der Fördermittel eingebracht wurde sowie bereits vor Beginn der Projektförderung in verschiedene Maßnahmen investiert wurde, wie beispielsweise die Anschaffung der SB-Kasse oder der mobilen Fischtheke.

Als immaterielle Ressource sollte nicht unerwähnt bleiben, dass sich die Inhaber bereits vor der Projektförderung intensiv mit der zukunftsorientierten Umgestaltung ihres Ladens beschäftigt haben und sich eigenmotiviert sehr viel Wissen angeeignet haben. Diese Wissensbestände sind in die Konzipierung des neuen Geschäftsmodells eingeflossen und haben maßgeblich dazu beigetragen, dass die einzelnen Umsetzungsschritte mit Bedacht und Weitsicht erfolgt sind. Großen Wert haben die Inhaber vor allem auf eine schrittweise Umstellung des Systems gelegt, um den Kundenstamm nicht zu überfordern.

„Also wir haben die Idee, dass wir jetzt erstmal ein bisschen Ruhe reinkommen lassen müssen, um den Kunden die Möglichkeit zu geben, jetzt erstmal langsam anzukommen. [...] Es war jetzt so viel Veränderung, da kann man nicht jedes Jahr noch einen draufsetzen, das ist dann einfach zu viel Input.“ (Interview 2 nah & frisch, Z. 248-262)

☐ Verstetigung/Tragfähigkeit:

Alle Maßnahmen, die im nah & frisch Markt Borgholz umgesetzt werden, verfolgen das primäre Ziel, den Geschäftsbetrieb dauerhaft zu sichern. Für die Inhaber ist die Umstellung auf einen Hybridmarkt alternativlos; sie sehen in dieser Geschäftsform den einzigen Weg, Nahversorgung in Dörfern allgemein, aber auch in Borgholz im Besonderen, zu gewährleisten.

„Diese Art von Einkaufen an sich, da sind wir zu 100 Prozent überzeugt, dass das jetzt nicht irgendwie probieren ist, sondern dass das in den nächsten Jahren hier das ganze Land überrollt.“ (Interview 1 nah & frisch, Z. 237-238)

Die bisherige Resonanz auf die umgesetzten Einzelmaßnahmen zeigt, dass die Neuerungen im Laden nach und nach von der Kundschaft angenommen werden. Dabei ist den Inhabern des Geschäftes durchaus bewusst, dass dies ein Prozess ist, der keine kurzfristigen Ergebnisse liefert. Die Resonanz des Großhändlers Bünting auf die beharrliche Umsetzung des Umstrukturierungskonzeptes durch das Inhaberehepaar trägt maßgeblich dazu bei, deren Motivation, weiterhin auf Innovationen zu bauen, hoch zu halten und bestätigt auch die grundsätzliche Tragfähigkeit des Konzeptes.

„Über die Firma Bünting sind wir der erste Selbstständige [...] der damit eingerichtet wird. Wir sollen dann hier auch für diesen südlichen Bereich [...] so ein bisschen der Vorzeigemarkt werden für die selbstständigen Einzelhändler. [...] Da wir jetzt die Grundlagen erstmal haben, sind wir vom finanziellen her eigentlich ganz optimistisch, dass das beständig ist. Wir sind ja jetzt auch in so einem Alter, wo man keinen Blödsinn mehr macht.“ (Interview 1 nah & frisch, Z. 253-263)

3.3.2 Prozess

☐ Umsetzungsschritte:

Die Transformation des nah & frisch Marktes zu einem Hybridladen wurde bereits im Vorfeld der Förderung konzeptionell vorbereitet und erfolgt in enger Zusammenarbeit mit dem Großhändler Bünting, der erste eigene autonome Dorfläden zu eröffnen plant. Bereits im Frühjahr 2024 ist eine Selbstbedienungskasse in Betrieb genommen worden, um den Bezahlvorgang zu vereinfachen. Gleichzeitig bestand aber weiterhin die Möglichkeit, auch konventionell an der Kasse zu bezahlen, um die Kunden mit dieser technischen Innovation nicht zu überfordern und Gefahr zu laufen, Kunden zu verlieren.

„Es ist ganz gut, dass wir nie gesagt haben „Ihr müsst jetzt mal an die Selbstbedienungskasse“, sondern dass wir das immer nur angeboten haben. Jetzt sagen die auch selber „Ach, ich habe ja noch gar nicht...“. Dann sagen wir auch „Wie hast du noch nicht? Komm, da müssen wir mal üben“. Sind halt immer noch viele, die diese, ich sag mal, erste Schulung, die man ab einem gewissen Alter einfach braucht, noch nicht hatten. Es ist halt nicht so, man stellt das an und das läuft, sondern das ist immer ein Prozess.“ (Interview 2 nah & frisch, Z. 124-129)

Beantragt wurden Fördermittel zur technischen Umrüstung sowie für erforderliche bauliche Maßnahmen. Einige der Maßnahmen erwiesen sich im Umsetzungsprozess als nicht förderfähig (Anschaffung eines Heizgerätes) oder wurden entgegen der ursprünglichen Planung vollständig aus Eigenmitteln finanziert (Fischtheke).

Zentrale Schritte für die Einrichtung des autonomen Geschäftsbetriebes waren der Austausch der Eingangstür gegen eine neue Automatiktür mit Zugangskontrolle, sowie der Einbau eines E-Gates im Ausgangsbereich und die Ausweitung der Videoüberwachung im Innenbereich als zusätzliche Sicherheitsmaßnahmen. Ein weiteres E-Gate wurde im Eingangsbereich zur Alkoholabteilung installiert, um die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen zu gewährleisten.

Sämtliche Maßnahmen waren zur Eröffnung des Hybridladens am 11. September vollständig abgeschlossen. Damit bietet der nah & frisch Markt fortan die Möglichkeit, nicht nur tagsüber personalbegleitet einzukaufen, sondern auch autonom in den Abendstunden bis 22 Uhr.

☐ *Partizipation & Transfer:*

Das professionelle Geschäftsmodell des nah & frisch Marktes in Borgholz hat eine Mitwirkung von Kund*innen bspw. in Form von Umfragen oder Feedbacks bislang nicht vorgesehen.

Die Information der Kund*innen über Angebote und Aktionen erfolgt überwiegend über die sozialen Medien. Auf Instagram und Facebook informiert der Laden über aktuelle Aktionen und Angebote. Darüber nutzt der Laden seine eigenen Aktionen, um auf sich aufmerksam zu machen. Mundpropaganda, so die Inhaberin, sei ohnehin die beste Werbung.

Printmedien werden kaum noch genutzt, da diese nicht mehr genug Reichweite erzeugen.

„Zeitungswerbung haben wir jetzt erstmal ein bisschen zurückgestellt, weil Zeitungen auch wenig gelesen werden. Es kostet viel Geld und es wird irgendwie doch wenig gelesen oder überlesen.“ (Interview 2 nah & frisch, Z. 185-187)

☐ *Kooperationen:*

Der nah & frisch Markt Borgholz baut vor allem auf geschäftliche Kooperationen, die auf Umsatzgenerierung abzielen. So bestehen vor allem Beziehungen zu den lokalen Vereinen und Unternehmen sowie regionalen, vereinzelt auch überregionalen Herstellern bestimmter Warengruppen. Die Förderschule Brakel-Frohnhausen wird überdies mit Backwaren beliefert.

Viele der Kooperationen sind wichtig, um Aktionen, die über den reinen Ladenbetrieb hinausgehen, zu organisieren. Mittels dieser Aktionen, beispielsweise Weinfahrten und Weinverkostungen oder auch Weihnachtsbaumverkauf mit Glühweinausschank, versucht der Markt, auf sich aufmerksam zu machen und weitere Kunden zu gewinnen.

Eine für den Transformationsprozess des Ladens überaus wichtige Kooperation besteht zum Großhändler Bunting, der das Inhaberehepaar beratend begleitet und das Kassensystem mit zentraler Datenpflege und Bestellsystem über ein Mietmodell zur Verfügung stellt.

☐ *Erfolge & Hindernisse im Umsetzungsprozess:*

Die Bezuschussung der Digitalisierungsaktivitäten im nah & frisch Markt Borgholz hat dazu beigetragen, den Transformationsprozess zu einem Hybridladen deutlich voranzutreiben. Als Hindernis auf dieser Etappe hat sich lediglich erwiesen, dass die ursprünglich zugesagte Förderung der

Abb. 6: E-Gate am Eingang des Alkoholbereichs



Fischtheke zurückgenommen werden musste, da die Rechnungslegung zeitlich nicht mit dem Förderbescheid übereinstimmte. Auch hier erwies sich der Kreis Höxter als kooperativ und im Sinne des Projekterfolges wohlwollend und ermöglichend, indem eine Alternativmaßnahme zur Steigerung der Energieeffizienz angeboten wurde.

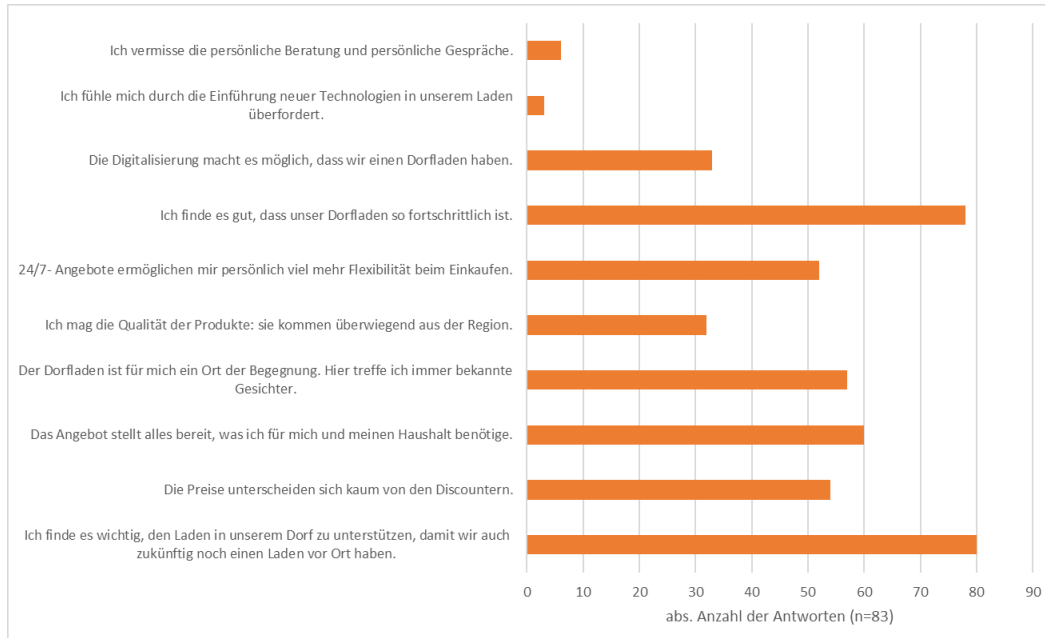
3.3.3 Effekte & Wirksamkeit

📄 Akzeptanz & Zufriedenheit:

Der nah & frisch Markt in Borgholz wird ebenfalls sehr gut angenommen, sowohl von den Borgholzern selbst als auch von Bewohner*innen der umliegenden Ortschaften. Groben Schätzungen des Inhaberehepaars zu Folge liegt der Anteil der Borgholzer Haushalte, die den Laden nutzen, bei 80 Prozent. Legt man die Ergebnisse der Onlinebefragung zu Grunde, so könnte der Anteil sogar höher sein. Von den 83 Personen, die sich in Borgholz an der Befragung beteiligten, gaben alle an, in dem Laden einzukaufen. Ähnlich wie in Dringenberg, gaben nahezu alle Befragten an, dass sie es wichtig finden, den Laden zu unterstützen, um seine Existenz auch zukünftig zu sichern. Und ebenfalls fast alle Befragten befürworten es, dass sich der Laden so fortschrittlich aufstellt.

Fast drei Viertel aller Befragten sind mit der Angebotsbreite zufrieden und für fast 70 Prozent der Befragten ist der Laden auch ein Ort der Begegnung. Der Anteil derer, die mit dem Preisniveau der Waren zufrieden sind, ist mit 65% höher als in Dringenberg. Dem hingegen liegt der Anteil der Kund*innen, die mit der Qualität der Produkte zufrieden sind, mit 38 Prozent unter dem Wert in Dringenberg.

Abb. 7: Meinungsbild zum nah & frisch Markt Borgholz



Die Daten lassen den Schluss zu, dass das Konzept der Inhaber aufzugehen scheint. Durch eine schrittweise Heranführung der Kund*innen an die technischen Innovationen im Laden bei gleichzeitiger Beibehaltung vertrauter Strukturen (Personal, Registrierkasse, Bargeldzahlung) wird einer Überforderung, vor allem der älteren Kund*innen, vorgebeugt. Gleichzeitig wird jedoch die Möglichkeit geboten, den Einkauf auch völlig autonom durchzuführen.

Damit wird den verschiedenen Bedürfnissen der Kund*innen entsprochen und die Attraktivität des Ladens für unterschiedliche Kunde*innengruppen gesteigert. Zwei Drittel der Befragten gaben an, die Flexibilität beim Einkaufen zu schätzen. 6 Personen gaben an, die persönliche Beratung zu vermissen und 3 Personen fühlen sich durch die Einführung der neuen Technologien überfordert.

☐ *Zielerreichung:*

Die im Rahmen des Projektes bewilligte Bezuschussung einzelner Maßnahmen im nah & frisch Markt Borgholz hat maßgeblich dazu beigetragen, die Weiterentwicklung des Ladens zu einem Hybridmodell zu unterstützen, die vorhandenen Einkaufsmöglichkeiten zu erweitern bzw. zu flexibilisieren, den Umsatz zu steigern und letztendlich die Existenz des Marktes auch langfristig zu sichern. Dies belegen zum einen die positiven Kund*innenbewertungen und zum anderen die Geschäftszahlen, die von der Geschäftsführung zur Verfügung gestellt wurden: so konnte für den Referenzzeitraum 11. September bis 15. November 2025 im Vergleich zum Vorjahr ein Umsatzplus von 7,6 Prozent verzeichnet werden. Auch die Kundenzahl konnte in diesem Zeitraum um 14 Prozent gesteigert werden. Durchschnittlich besuchen etwa 250 bis 260 Kund*innen den Laden und geben dort durchschnittlich etwa 16 Euro aus. Als Minimalziel haben die Inhaber vor der Eröffnung des Hybridbetriebes geäußert, dass der autonome Betrieb mindestens 2 bis 3 Prozent am Gesamtumsatz betragen müsse, um die dadurch entstehenden Mehrkosten ausgleichen zu können. Mitte November, also nach ca. 6-wöchiger Laufzeit, lag der Umsatzanteil bei zufriedenstellenden 5,3 Prozent.

☐ *Strahlkraft:*

Obwohl der Hybridbetrieb erst Anfang September aufgenommen wurde, hat der nah & frisch Markt in Borgholz bereits jetzt eine überregionale Strahlkraft als innovatives Vorzeigemodell für autonome Nahversorgung im ländlichen Raum entwickeln können.

„Wir sind bei vielen Leuten auf dem Schirm. [...] Bei der letzten Messe gab es ein Video auf einer riesigen Leinwand, wo dann unser Markt drauf war, für alle anderen selbstständigen Einzelhändler als Vorzeigemodell. Das macht dann schon was mit einem. [...] Dass man das jetzt geschafft hat, das ist schon richtig klasse.“ (Interview 2 nah & frisch, Z. 238-243)

3.3.4 Zwischenfazit:

Der nah & frisch Markt in Borgholz ist ein inhabergeführtes Einzelunternehmen und basiert auf einer anderen Geschäftsform als der Dringenberger Dorfladen. Ehrenamtliche Kapazitäten werden hier nicht benötigt, dafür wird sehr auf einen effizienten Personaleinsatz geachtet. In der Form, in der das Geschäft zu einem Hybridladen umstrukturiert wurde, gibt es weder im Kreis Höxter noch in NRW vergleichbare Referenzmodelle. Auch wenn sich das Hybridmodell in Borgholz noch in einer sehr frühen Erprobungsphase befindet, lässt sich bereits eine grundsätzliche Akzeptanz im Kundenstamm ablesen. Die Onlinebefragung zeigt sehr deutlich, dass die Kund*innen die Zukunftsgewandtheit des Geschäftsmodells honorieren. Das Hybridmodell in Borgholz ist auf Langfristigkeit ausgelegt und soll verschiedenen Zielgruppen flexibles Einkaufen im ländlichen Raum ermöglichen. Dabei erhalten die Kunden durch die integrierten digitalen Lösungen Zugang zum vollen Sortiment. Gleichzeitig bleibt aber die Bedeutung des Ladens als Ort der Begegnung erhalten, da nach wie vor feste Öffnungszeiten mit Personal vorgesehen sind. Wie die Befragungsergebnisse belegen, ist dieser soziale Aspekt für dörfliche Strukturen nach wie vor wichtig, insbesondere für ältere Menschen.

3.4 Dorfgemeinschaftshaus Sommersell

„Mit dieser Förderung können wir das initialisieren, was wir uns insgesamt für die Zukunftsfähigkeit des Dorfes, mit dem Fokuspunkt Dorfgemeinschaftshaus, vorstellen.“ (Interview 1 DGH Sommersell, Z. 204-206)

3.4.1 Input

☐ Kurzbeschreibung und Zielsetzung der Maßnahme:

Bereits Ende der 1980er Jahre erkannten die Sommerseller Bürger*innen, dass mit der Schließung der ursprünglich 3 Gaststätten keine Räumlichkeiten für die Vereine, kulturelle Veranstaltungen und Familienfeiern zur Verfügung stehen würden. 1990 erfolgte deshalb die Grundsteinlegung für den Bau eines Dorfgemeinschaftshauses (DGH), das bereits 1991 mit Fördermitteln des Landes NRW sowie einem überaus hohen Maß an ehrenamtlichem Engagement fertiggestellt werden konnte. Fast alle im Dorf ansässigen Handwerker waren bereit, ihr Wissen und Können einzubringen.

Seither hat sich das DGH zu einem zentralen Dorfmittelpunkt entwickelt, in dem das gesamte Vereinsleben Sommersells stattfindet. Dorffeste und kulturelle Veranstaltungen fördern die Pflege von Traditionen und Brauchtum und tragen so erheblich zur Identifikation der Bewohner*innen mit Ort bei. Der Erhalt und die Weiterentwicklung des DGH sind daher unverzichtbar für den Erhalt der Aktivitäten im Bereich der Heimatpflege, der Kultur und nicht zuletzt der Aufrechterhaltung des bürgerschaftlichen Engagements in Sommersell.

Mittlerweile bestehen erhebliche Modernisierungsbedarfe, so dass sich der Förderverein zum Ziel gesetzt hat, das DGH im Rahmen eines Gesamtkonzeptes zukunftsfähig zu gestalten.

„Wir können halt weiter so agieren, wie wir in der Vergangenheit agiert haben, aber dann wird es halt anfangen zu bröckeln und irgendwann steht hier vielleicht dann in 50 Jahren nur noch ein Gebäude, wo keiner was mit zu tun haben will, eine Ruine. Also wir müssen uns den neuen Dingen, den Zukunftsdingen, da müssen wir uns mit beschäftigen und die müssen wir für die Ortsgemeinschaft halt umsetzen. Ansonsten sind wir abgehängt und bleiben auf der Strecke.“
(Interview 1 DGH Sommersell, Z. 303-308)

Das Gesamtkonzept zur Weiterentwicklung und Umgestaltung des DGH Sommersell beinhaltet zum einen Maßnahmen mit dem Ziel der baulichen Modernisierung sowie zum anderen Maßnahmen zur Verbesserung der wohnortnahen Versorgung. Einzelne Elemente dieses Gesamtkonzeptes wurden im Rahmen des Projektes „Smarte Nahversorgungsräume der Zukunft“ umgesetzt. Im Einzelnen sind dies die Einrichtung eines öffentlich zugänglichen 24/7 -Raumes, der Bau einer Rast- und Servicestelle für Radfahrer*innen sowie die Bereitstellung einer sog. Marktbox als Versorgungsinfrastruktur.

Abb. 8: Eingangsbereich des DGH



☐ Ressourcen:

Sämtliche Aktivitäten rund um das DGH in Sommersell werden von einem überaus starken Ehrenamt getragen. Dieser Aspekt ragt in beiden Interviews deutlich heraus und wird mehrfach betont.

*„Also was mit dem Dorfgemeinschaftshaus zu tun hat, das funktioniert in Sommersell. Weil die Sommerseller ganz genau wissen, das ist der Ankerpunkt. Ohne Dorfgemeinschaftshaus würde es in Sommersell anders aussehen.“
(Interview 2 DGH Sommersell, Z. 153-154)*

Unabhängig von der Art der zu erledigenden Aufgaben finden sich in Sommersell sowohl über die Vereine als auch auf privater Ebene immer freiwillig Engagierte, die das DGH tragen – sei es durch aktives oder passives Engagement.

Ein wesentlicher Treiber und damit eine zentrale Ressource für die Entwicklung des DGH als zentralem Ort in Sommersell ist die Kulturwerkstatt e.V., in der zahlreiche Ideen entwickelt und deren Umsetzung vorangetrieben werden – so auch die Maßnahmen im Rahmen des Modellprojekts „Smarte Nahversorgungsräume der Zukunft“.

Finanzielle Ressourcen stehen nur begrenzt zur Verfügung, so dass die Fördermittel des Projekts wichtige Impulse für die Weiterentwicklung des DGH gegeben und einzelne Maßnahmen ermöglicht haben. Die Finanzierung der Marktbox wäre ohne Fördermittel nicht möglich gewesen, gleiches gilt für die digitale Stele.

☐ Verstetigung/Tragfähigkeit:

Die langfristige Sicherung ist durch den Förderverein Dorfgemeinschaftshaus gewährleistet, der aus allen Sommerseller Vereinen besteht und sich zur Pflege und Weiterentwicklung verpflichtet hat. Die laufenden Kosten für Wartung, Reinigung und Betrieb (Snackautomaten, digitale Schließanlage, Buchungsplattform) werden durch Vereinsmittel, Spenden und Einnahmen aus Automaten gedeckt. Ehrenamtliche übernehmen Pflegearbeiten wie Grünflächenunterhalt, Leerung von Mülleimern und Kontrolle der Anlagen.

3.4.2 Prozess

☐ Umsetzungsschritte:

Die Umsetzung der beantragten Maßnahmen musste mit einer Verzögerung beginnen, da der Förderverein auf die Anerkennung seiner Gemeinnützigkeit warten musste. Diese erfolgte im März 2025. Ab Januar 2025 wurden erste Gespräche mit Architekten geführt, um die baulichen Maßnahmen planen zu können. Bis Ende September waren jedoch alle beantragten Maßnahmen abgeschlossen und die avisierten Ziele erreicht. Im Rahmen eines Apfelkuchenfestes am 27. September wurden sowohl der neu eingerichtete 24/7 -Raum als auch der neu gestaltete Fahrrad-Rastplatz im Außenbereich des DGH feierlich eröffnet. Der 24/7 -Raum soll über ein digitales Buchungssystem, das sich in der finalen Entwicklungsphase befindet, für alle Vereine/Gruppierungen und Bewohner*innen Sommersells reservierbar sein. Auch der Zugang zum DGH soll darüber geregelt werden. Der Raum ist, zum Teil im Rahmen des Teilprojekts Dorf.Zukunft.Digital, mit moderner Technik ausgestattet worden und bietet verschiedenste Nutzungsmöglichkeiten für unterschiedliche Nutzende.

Die Maßnahmen im Außenbereich umfassten die (landschaftsgärtnerische) Gestaltung und den Bau eines Rastplatzes für Radfahrer*innen sowie die Bereitstellung einer Marktbox.

Bestandteil des Rastplatzes ist eine digitale Informationsstele, die Informationen zum Dorf und dessen Umgebung bietet. Ein bargeldlos betriebener Snack- und Getränkeautomat bietet Radfahrenden, aber auch einzelnen DGH-Besucher*innen die Möglichkeit, sich mit kleineren Snacks und Heißgetränken zu versorgen. Die Installation der Kreditkartenleser wurde im November abgeschlossen, so dass die Automaten nun voll funktionsfähig sind.

Die Marktbox ist ein Schrank mit 39 nutzbaren Fächern, der ebenfalls bargeldlos einen Beitrag zur Verbesserung der lokalen Versorgung mit Lebensmitteln leisten soll. Die Akzeptanz der Marktbox soll zunächst nur mit Backwaren erprobt werden. Hierfür wurden 2 Bäckereien gefunden, die die Bestückung der Marktbox übernehmen. Langfristig ist angedacht, auch andere Produkte ins Sortiment aufzunehmen.

„Also ich glaube schon, dass es in Sommersell auf jeden Fall samstags 39 Familien gibt, die sich frische Backwaren kaufen möchten. Deswegen glaube ich, samstags wird es auf jeden Fall funktionieren. Wie es in der Woche funktioniert, muss man halt abwarten. Vielleicht ist es in der Woche auch brotlastiger, dass mehr Brot... Aber das müssen die Bäcker halt ausprobieren. Also ich finde das eigentlich eine sehr coole Geschichte für Sommersell.“ (Interview 2 DGH Sommersell, Z. 86-90)

☐ Partizipation & Transfer:

Partizipation und Teilhabe werden in Sommersell über das starke Ehrenamt und die intakte Dorfgemeinschaft sichergestellt. Die Kulturwerkstatt sieht sich hier als zentrale Schnittstelle, die Zugänge zum Ehrenamt eröffnet und gesellschaftliche Teilhabe über vielfältige Angebote ermöglicht. Der DorfFunk leistet an dieser Stelle einen immens wichtigen Beitrag, um die Kommunikation innerhalb des Dorfes zu erleichtern und Informationen einfach zu verbreiten. Parallel dazu gibt es WhatsApp-Gruppen, über die ebenfalls Informationen geteilt werden. Als schwer zu erreichen wird die Gruppe der Zugezogenen beschrieben, die nur bedingt an den Angeboten und Aktivitäten im Dorf partizipieren.

Über die projektbezogenen Planungen wurde die Dorfgemeinschaft Ende März 2025 auf einem Informationsabend in Kenntnis gesetzt und gleichzeitig um Unterstützung in Form von Spenden, freiwilligem Engagement oder handwerklicher Begleitung gebeten. Darüber hinaus werden Informationen aus und über Sommersell über die eigene Instagram-Seite sowie über die DorfPage (<https://www.sommersell.info>) geteilt.

☐ Kooperationen:

Die Realisierung der Maßnahmen in Sommersell fußt im Wesentlichen auf der Zusammenarbeit der lokalen Vereine und ehrenamtlichen Akteur*innen sowie auf der Zusammenarbeit mit dem Kreis Höxter. Kooperationen über das Dorf hinaus bestehen vor allem zum Kreis Höxter bzw. ihm angehörigen Einrichtungen sowie zur Katholischen Landvolkshochschule Hardehausen.

☐ Erfolge & Hindernisse im Umsetzungsprozess:

Ähnlich wie im Fall des DorfMobils verzögerte sich auch in Sommersell der Beginn der Maßnahmenumsetzung, da dem Förderverein Dorfgemeinschaftshaus die Anerkennung der Gemeinnützigkeit fehlte. Hier mussten erhebliche Ressourcen investiert werden, um die in Aussicht gestellten Fördermittel in Anspruch nehmen zu können.

„Also der größte Knackpunkt des Fördermittelbescheides war der, [...] dass wir zu dem Zeitpunkt noch nicht gemeinnützig waren. Also das steht auch im Zuwendungsbescheid drin, dass die Förderung nur zum Tragen kommt, wenn wir gemeinnützig sind. [...] Also die größte Arbeit hat tatsächlich das erstmal gemacht, die Dinge so zusammenzuführen, dass das Finanzamt dann tatsächlich auch die Gemeinnützigkeit anerkannt hat. Deswegen konnten wir seit dem Zuwendungsbescheid auch nicht gleich damit starten, sondern wir konnten erst ab dem Zeitpunkt starten, wo das Finanzamt das grüne Licht gegeben hat. Das heißt, wir haben darüber hinaus schon ein paar Monate verloren, konnten dann im Prinzip erst mit der Planung Ende Januar dieses Jahres starten. (Interview 2 DGH Sommersell, Z. 140-154)

Auch in diesem Fall wird auf die als überaus angenehm empfundene, lösungsorientierte Zusammenarbeit mit dem Kreis Höxter verwiesen, die einen wichtigen Beitrag dazu geleistet hat, die Motivation der freiwillig Engagierten in Sommersell hochzuhalten, um am Ende doch alle geplanten Maßnahmen umsetzen zu können.

„Beide Programme wurden von beiden Personen mit großem Herzblut unterstützt. [...] Das ist so echt absolut beispiellos.“ (Interview 2 DGH Sommersell, Z. 349-352)

3.4.3 Effekte & Wirksamkeit

☐ Akzeptanz & Zufriedenheit:

In Anbetracht der Tatsache, dass seit der offiziellen Eröffnung des umgestalteten DGH am 27. September 2025 nur wenige Wochen vergangen sind, lassen sich nur sehr grobe Aussagen zum Grad der Akzeptanz der Maßnahmen machen.

Der Rastplatz für Radfahrer*innen sowie die vorhandenen Snack- und Getränkeautomaten werden naturgemäß im Herbst und Winter weniger frequentiert, so dass hier noch keine Aussagen möglich sind. Die Marktbox ist zum Zeitpunkt des zweiten Interviews ebenfalls noch nicht funktionstüchtig gewesen, so dass auch hier keine Aussagen zur Akzeptanz möglich sind.

Grundsätzlich, so zeigen es die Ergebnisse der Onlinebefragung in Sommersell, werden die Digitalisierungsaktivitäten aber sehr positiv wahrgenommen. Nahezu alle befragten Sommerseller sehen darin einen deutlichen Fortschritt für das Dorf.

Die Möglichkeiten, die der 24/7 -Raum bereits jetzt für Vereine und Gruppen bietet, wird überwiegend positiv bewertet. Dies bestätigen auch die Befragungsergebnisse: nahezu 90 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass vor allem das Ehrenamt von den technischen Neuerungen profitiert und 85 Prozent der Befragten finden, dass die digitalen Angebote zu mehr Austausch und Kommunikation geführt haben. Der mittel- bis langfristige Mehrwert wird vor allem in den zukünftigen Nutzungsoptionen gesehen, die eine größere Angebotsvielfalt ermöglichen, um verschiedene Generationen und Zielgruppen zu erreichen. Bereits jetzt finden 70 Prozent der befragten Personen, dass durch die hinzu gekommenen digitalen Möglichkeiten neue Freizeitangebote für verschiedene Gruppen geschaffen wurden.

„Unsere Bestrebungen sind tatsächlich, neue Angebote zu machen, interessante Angebote, zukunftsfähige Angebote für die Dorfgemeinschaft.“ (Interview 2 DGH Sommersell, Z. 444-445)

📅 **Zielerreichung:**

Die Modernisierung des Dorfgemeinschaftshauses und die Gestaltung des Außenbereiches ist durch ein hohes Maß an freiwilligem Engagement und die zur Verfügung gestellten Fördermittel deutlich vorangetrieben worden. Inwiefern die damit intendierten Wirkungen erreicht wurden, lässt sich noch nicht sagen. Die Ergebnisse der Erhebungen lassen aber darauf schließen, dass die Maßnahmen durchaus dazu beitragen, das DGH in seiner Funktion als Ankerpunkt des dörflichen Lebens zu festigen. Um eine abschließende Bewertung der Maßnahme vornehmen zu können, sollten alle Einzelmaßnahmen einer Evaluation unterzogen werden.

📅 **Strahlkraft:**

Trotz des vergleichsweise kurzen Umsetzungszeitraumes haben die freiwillig Engagierten in Sommersell auf dem Apfelkuchenfest vor mehreren Kommunalpolitiker*innen aus dem Kreis Höxter die Ergebnisse ihres Projektes vorgestellt, das sich durch eine intelligente Verknüpfung von Digitalisierung, Nahversorgung und Gemeinwohlorientierung auszeichnet und durchaus Potenziale der Übertragbarkeit bietet.

3.4.4 **Zwischenfazit:**

Das Dorfgemeinschaftshaus in Sommersell liegt den Bewohner*innen des Dorfes sehr am Herzen. Es ist ein wichtiger Ort des Austausches und der Kommunikation und damit gelebter Ausdruck des sozialen Zusammenhalts der Dorfgemeinschaft. Mit der Bewerbung um Fördermittel aus dem Modellprojekt „Smarte Nahversorgungsräume der Zukunft“ wurde die Chance ergriffen, über die Verknüpfung der Teilprojekte Nah.Versorgt.Digital und Dorf.Zukunft.Digital technische Innovationen zur Erhöhung der Lebensqualität aller dort lebenden Menschen einzusetzen, neue Möglichkeiten des Engagements und Miteinanders zu schaffen und damit der Entwicklung des Dorfes neue Impulse zu verleihen. Dabei wurden nicht nur bauliche Aspekte des DGH in den Blick genommen, sondern auch die Versorgungssituation als Ganzes. Mit der Erprobung der Marktbox hat sich Sommersell für eine vielleicht minimalistische, aber den demographischen Gegebenheiten auf jeden Fall adäquate Versorgungsmöglichkeit entschieden.

Abb. 9: Pressebericht über das Apfelkuchenfest



Quelle: Online-Ausgabe des Westfalen Blattes vom 06.10.2025

3.5 Dorftreff Scherfede

*„In Scherfede hat ein Ort gefehlt, an dem Menschen überhaupt erstmal zusammenkommen konnten.“
(Interview 1 Dorftreff, Z. 35-36)*

3.5.1 Input

☐ *Kurzbeschreibung und Zielsetzung der Maßnahme:*

Der Dorftreff Scherfede ist mehr als nur ein Gebäude; er ist ein lebendiges Zentrum für die Dorfgemeinschaft, das durch ehrenamtliches Engagement vielfältige Aktivitäten für Jung und Alt unter einem Dach vereint. Initiiert und betrieben wird er von der Zukunftswerkstatt Scherfede e.V., die ein generationenübergreifendes Angebot für die Dorfgemeinschaft organisiert, darunter ein Repair Café, Spieleabende, kulturelle Veranstaltungen wie Konzerte ("Dorftreff-Bühne") und Kurse.

Im Jahr 2024 wurde der Umbau der bis dahin ungenutzten Verwaltungsnebenstelle in ein Dorfgemeinschaftshaus („Dorftreff“) abgeschlossen. Die Zukunftswerkstatt hat eine langfristige Nutzungsvereinbarung mit der Hansestadt Warburg geschlossen, um die Räume des Dorftreffs für Vereinszwecke nutzen zu können. Diese sind zwar baulich hergerichtet worden, beinhalteten jedoch keinerlei Einrichtung. Der Außenbereich, der zum Zeitpunkt der Übergabe nahezu ausschließlich asphaltierte Parkflächen umfasste, kann ebenfalls mitgenutzt und gestaltet werden.

Die Maßnahmen im Rahmen des Modellprojektes „Smarte Nahversorgungsräume der Zukunft“ zielen darauf ab, dieses Gebäude mit Leben zu füllen, indem auf der einen Seite Infrastrukturen (bspw. multifunktionale Räume mit digitaler Ausstattung und attraktive Außenbereiche mit Gemeinschaftsflächen) und auf der anderen Seite Angebote geschaffen werden, um neue Begegnungsorte für die Dorfgemeinschaft entstehen zu lassen.

☐ *Ressourcen:*

Die baulich-technische Aufwertung des Dorftreffs in Scherfede ist maßgeblich durch die eingeworbenen Fördermittel des Projektes „Smarte Nahversorgungsräume der Zukunft“ ermöglicht worden. Das erworbene technische Equipment stellt für den Dorftreff eine essentielle Ressource dar, um bedarfsgerechte Angebote für gesellschaftliche Teilhabe zu ermöglichen.

„Also hätten wir all die Anschaffungen, die wir jetzt getätigt haben, aus eigener Kasse komplett 100 Prozent selbst finanzieren müssen, um dieselben Ziele zu erreichen, wären wir zwanzig Jahre unterwegs gewesen.“ (Interview 2 Dorftreff, Z. 153-155)

Eine Belebung des Gebäudes wäre ohne das tatkräftige Engagement der ehrenamtlich Tätigen der Zukunftswerkstatt, aber auch der zahlreichen Nutzenden nicht möglich gewesen. Der Dorftreff in Scherfede lebt von den vielfältigen Angeboten, die verschiedenste Zielgruppen und Altersklassen ansprechen und sich zunehmender Beliebtheit erfreuen.

Das Team der Zukunftswerkstatt zeichnet sich durch ein hohes Maß an Kreativität und Kompetenz bei der Entwicklung und Konzipierung neuer Angebote aus, indem eine intelligente Verknüpfung von existenter technischer Infrastruktur und Bildungsbedarfen stets mitgedacht wird.

„Wir haben immer versucht, diesen Kontext Digitalisierung und Natur irgendwie zu koppeln mit diesem Teilprojekt vom Samen auf den Tisch. So gibt es zum Beispiel Vogelkästen mit Kamera. Jetzt müssen wir mal schauen, wie gut die angenommen werden. Ob man in einer Kooperation mit einem Kindergarten zeigen kann „Hey, schaut mal, so sieht es in so einem Vogelkasten übers Jahr aus“. Ich glaube, das ist schon eine Sache, die man total interessant auch einbinden kann. Das haben wir gemacht.“ (Interview 1 Dorftreff, Z. 30-35)

„Wir haben zu dem Smart Home System, was wir hier haben, gleichzeitig auch ein Testsystem aufgesetzt. Das ist in einem Koffer verbaut, das kann man aufklappen. Man kann dann mit zehn Leuten sich mal drum herumsetzen und sagen „Wie funktioniert eigentlich smart Home“? Da können Schulungen stattfinden, da können auch Kurse stattfinden.“ (Interview 1 Dorftreff, Z. 63-67)

Die Gewinnung freiwillig Engagierter für die Umsetzung einzelner Maßnahmen scheint jedoch herausfordernd zu sein. Die Bereitschaft, verschiedene Maßnahmen aktiv zu unterstützen, ist nicht übermäßig hoch, so dass viele Aufgaben auf vergleichsweise wenigen Schultern lasten.

„Wir haben Menschen begeistern können, für den Verein einzustehen und ihre 18 Euro Jahresbeitrag zu leisten. Aber wir haben wenig Menschen begeistern können, zu sagen, über diese 18 Euro Jahresbeitrag bin ich bereit, ein Thema zu übernehmen. Das ist leider nicht passiert. Und das ist auch der Grund, warum wir das ein oder andere Projekt nicht in der Fülle umsetzen konnten. [...] Wir hätten deutlich mehr umsetzen können mit mehr Aktiven.“ (Interview 1 Dorftreff, Z. 104-113)

□ Verstetigung/Tragfähigkeit:

Der Dorftreff wird von der Zukunftswerkstatt Scherfede e.V. dauerhaft betrieben. Innerhalb des Vereinsvorstandes werden derzeit feste Aufgaben neu verteilt, um Betrieb, Programm, Vermietung und Technik langfristig abzusichern. Die Pflege der digitalen Systeme erfolgt durch ehrenamtliche Unterstützer mit technischem Hintergrund. Finanziell stützt sich der Dorftreff künftig auf Mitgliedsbeiträge, Spenden, Sponsoring sowie Einnahmen aus Veranstaltungen – eine Ausstattung wie im Förderzeitraum ist zwar nicht erreichbar, die Förderung hat jedoch als Anschubfinanzierung eine belastbare Grundlage geschaffen. Strukturen wie das RepairCafé-Team und das Team der Dorftreffbühne tragen eigenständig zur Verstetigung bei.

Die Installation der smarten Gebäudetechnik wird sich mittel- bis langfristig rentieren und die Energiekosten deutlich senken. Gleichwohl besteht hier ein Risiko, dass die Unterhaltungskosten dauerhaft eine finanzielle Belastung für den Verein darstellen. Es werden diesbezüglich schon Ideen entwickelt, um dieses Risiko zu minimieren, beispielsweise über zusätzliche Einnahmen, die über die Vermietung technischen Equipments generiert werden. Bislang ist die Nutzung aller technischen Geräte entgeltfrei. Insbesondere die angedachten Kooperationen mit Unternehmen können aus finanzieller Sicht gewinnbringend sein.

Das überaus große Engagement der Mitglieder der Zukunftswerkstatt, deren Kreativität und der Vernetzungsgrad sprechen dafür, dass sich der Dorftreff mitsamt seinen Angeboten auch dauerhaft in Scherfede etablieren wird.

Die Idee modularer Raumnutzungen über mobiles Inventar ist gut durchdacht und an die Bedarfe der verschiedenen Gruppen und Angebote angepasst. Die bislang positive Resonanz auf die Angebote bestätigt dies.

3.5.2 Prozess

□ *Umsetzungsschritte:*

Um das Gebäude überhaupt für die Dorfgemeinschaft nutzbar zu machen, mussten in den ersten Monaten der Projektlaufzeit die Räume mit entsprechendem Mobiliar ausgestattet werden. Die Anforderungen an das Mobiliar sind verschieden, da die Räume für vielfältige Angebote nutzbar sein sollen und damit verschiedenen Ansprüchen entsprechen müssen.

„Um das alles überhaupt erstmal anbieten zu können, mussten wir was zum Sitzen haben, einen Tisch haben. Das heißt, wir haben dann auch geschaut, dass wir es möglichst zielgerichtet haben, so dass wir die Räume modular ausstatten können. Wir haben gesagt, wir wollen hier Workshops stattfinden lassen. Das hat tatsächlich geklappt, auch im letzten Winter schon. Wir hatten ja ein größeres Setup in dem großen Saal und dann kleinere Einheiten in den Räumen. Für Kreativworkshops, andere Vereine, die hierhin gekommen sind und sich über ihre Zukunft Gedanken gemacht haben, aber auch unterschiedlichste Formate der Repair Cafes.“ (Interview 1 Dorftreff, Z. 217-223)

Parallel dazu wurde smarte Gebäudetechnik installiert, um den Betrieb des Dorftreffs energetisch nachhaltig aufzustellen. Die Installation wurde professionell begleitet, aber überwiegend durch freiwillig Engagierte umgesetzt. Über eine Open Source Software wird die Wärmeversorgung des Gebäudes nun nach Belegung/Nutzungsintensität der Räume gesteuert. Grundlage dafür bildet die Verknüpfung mit einem digitalen Kalender, in dem alle Reservierungen enthalten sind. Digitale Türschilder wiederum zeigen den Nutzenden die Belegungen an.

„Wir haben eine Office 365 Tenant für uns aufgesetzt, wo wir am Ende einen geteilten Kalender einfach drin haben. Das ist übrigens für gemeinnützige Organisationen kostenlos, ist ganz praktisch, hilft uns weiter. Wir haben zum Beispiel jetzt im Rahmen des Smart Home Systems digitale Türschilder angeschafft, die zeigen, welche Veranstaltungen gerade stattfinden. Manchmal finden nämlich auch gleichzeitig Veranstaltungen statt. Wo muss ich hingehen? Die sind gekoppelt direkt mit dem Kalender, also die ziehen sich direkt die Infos aus dem geteilten Kalender. Und am Ende brauchen wir uns dann um nichts mehr kümmern. Genauso wie wir jetzt mittlerweile das Smart Home System an den Kalender angebunden haben.“ (Interview 1 Dorftreff, Z. 192-199)

Die Installation des digitalen Buchungssystems war zum Zeitpunkt der Befragung noch nicht abgeschlossen.

Hinsichtlich der Umgestaltung des Außenbereichs ist man von der ursprünglichen Planung (Anlage von Grünflächen, Sitzgelegenheiten) ein Stück weit abgewichen, um den benötigten Parkraum nicht vollständig aufgeben zu müssen. Das neue Konzept sieht auch hier mobile Lösungen vor, die den Angeboten angepasst und bedarfsgerecht eingesetzt werden können. Angedacht sind beispielsweise mobile Hochbeete, die auch raumstrukturierend eingesetzt werden können.

Besonders viel Zeit wurde in die Entwicklung von Angeboten investiert. Einige Angebote, wie beispielsweise die Krabbelgruppe oder das RepairCafé sind seit längerer Zeit in Scherfede etabliert, profitieren jetzt aber von den neuen räumlichen und technischen Gegebenheiten. Zahlreiche andere Angebote sind jedoch neu entwickelt worden, wie beispielsweise das Seniorencafé, die regelmäßig stattfindende Dorftreff-Bühne oder verschiedene Projekte, die gemeinsam mit Kooperationspartnern vor Ort umgesetzt werden. Das Bildungsprojekt „Vom Samen bis auf den Tisch“ beispielsweise soll Kinder und Jugendliche unterschiedlicher Altersklassen, aber auch Erwachsene stärker für Lebensmittel, regionale Produkte und ökologische Belange sensibilisieren. Erste Aktivitäten im Rahmen dieses Projektes haben bereits stattgefunden, weitere sind für die kommenden Monate geplant.

☐ Partizipation & Transfer:

Der Verein Zukunftswerkstatt Scherfede e.V. ist aus einem LEADER-Prozess heraus entstanden und

Abb. 10: Krabbelgruppe



versteht sich als ein Forum, „das ein breit gefächertes Engagement für das Dorf Scherfede und die mit ihm verbundenen Menschen ermöglicht, unterstützt und begleitet“ (vgl. Satzung der Zukunftswerkstatt Scherfede e.V., <https://www.zukunftswerkstatt-scherfede.de/satzung-zukunftswerkstatt-scherfede-e-v>). Damit besteht für alle Dorfbewohner*innen die grundsätzliche Möglichkeit, sich in die Aktivitäten des Vereins einzubringen.

Der Bereich der Öffentlichkeitsarbeit ist noch sehr ausbaufähig. Bislang erfolgt die Öffentlichkeitsarbeit relativ unkoordiniert und beliebig. Es werden zwar Social Media Kanäle bedient, aber eher situativ bzw. über die Kanäle der Zukunftswerkstatt (Instagram, Facebook). Angebote werden überdies über die Website der Zukunftswerkstatt sowie über gedruckte Plakate und Presseartikel veröffentlicht.

*„Vielleicht sprechen wir die Menschen auch falsch an. Das sind Themen, die man jetzt im nächsten Jahr angehen muss. Einfach zu schauen, wo hat man denn eigentlich seine Zielgruppen, wen will man ansprechen, wen will man mit was ansprechen? Da müssen wir uns auch selber als Verein noch mal anschauen und sagen Wie gehen wir in der Öffentlichkeitsarbeit vor? Wir versuchen relativ viel, aber bisher auch unkoordiniert. Wir haben keinen klaren Redaktionsplan, dass man einfach sagt, man hat eine Veranstaltung und kommuniziert das zielgerichtet. Ja klar, wir haben unsere Plakate, die hängen wir aus. Wir haben einen Verteiler, da senden wir dann einen Pressebericht hin. Wir haben auch Social Media Auftritte. Aber es geht nicht Hand in Hand. Es ist nicht abgestimmt.“
(Interview 2 Dorftreff, Z. 197-203)*

☐ Kooperationen:

Die Angebotsbreite sowie die Qualität der Angebote zeugen von einem großen Netzwerk an Kooperationspartnern. Sehr enge Kooperationen bestehen über verschiedene Bildungsprojekte wie bspw. „Vom Samen bis auf den Tisch“ zum Kindergarten und der Grundschule sowie zur Stadt Warburg, mit der ein gemeinsames Projekt zum Thema „Digitale Bücherei“ geplant war. Kurzfristig ließ sich dieses Vorhaben jedoch nicht realisieren.

Engere Beziehungen bestehen über private Kontakte auch zu lokalen Unternehmern, deren Expertise (nicht zwangsläufig deren Dienstleitungen) zu Rate gezogen wird. Die Kooperationen mit Unternehmen sollen zukünftig ausgebaut werden, indem Räumlichkeiten und Technik beispielsweise für Veranstaltungen, Schulen etc. entgeltlich zur Verfügung gestellt werden.

Die Zusammenarbeit mit den Vereinen im Ort beschränkt sich bislang überwiegend auf das Bereitstellen von Räumlichkeiten.

☐ *Erfolge & Hindernisse im Umsetzungsprozess:*

Der Verein Zukunftswerkstatt Scherfedede e.V. hat während der vergleichsweise kurzen Projektlaufzeit ein sehr umfangreiches Programm umgesetzt, das sowohl bauliche als auch konzeptionelle Arbeiten beinhaltet. Dies war möglich dank eines sehr engagierten Vereinsvorstandes sowie sehr engagierter und gut vernetzter Vereinsmitglieder, sowie einer lösungsorientierten Begleitung durch den Kreis Höxter.

„Die Zusammenarbeit mit dem Kreis war klasse! Von der Antragstellung bis jetzt zum Projektabschluss einwandfrei. Dort, wo irgendwo Prozesshürden waren, die wurden gelöst. Es war alles unkompliziert.“ (Interview 2 Dorftreff, Z. 298-299)

Unterschätzt wurde der zeitliche Aufwand, der für die Umsetzung der Vielzahl an Maßnahmen nötig war, so dass einige Aktivitäten auf einen späteren Zeitpunkt verschoben werden mussten.

3.5.3 Effekte & Wirksamkeit

Da für Scherfedede keine Ergebnisse der Dorfbefragung vorliegen, basiert die Einschätzung der Effekte und Projektwirksamkeit nur auf den Interviews mit dem Vorstandsvorsitzenden. Exakte Zahlen, die die reelle Raumnutzung gespiegelt hätten, konnten zum Zeitpunkt der Befragungen noch nicht zur Verfügung gestellt werden.

☐ *Akzeptanz & Zufriedenheit:*

Grundsätzlich ist der Vereinsvorstand zufrieden mit der Resonanz auf die räumlichen Gegebenheiten und Angebote im Dorftreff Scherfedede. Während der Sommermonate gab es mindestens 2 fest etablierte Nutzungen pro Woche, während der kälteren Jahreszeit bis zu 5. Hinzu kommen verschiedenste Gruppen, die die Räumlichkeiten kurzfristig nutzen, wie beispielsweise Tanzgruppen einer Tanzschule oder Turngruppen. Grundsätzlich ist das Gebäude mittlerweile recht gut ausgelastet.

„Wir haben die Krabbelgruppe hier, wir haben aber auch Turngruppen hier, die einfach das Gebäude nutzen, weil es da ist. Das sind alles Themen, die gar nicht so geplant waren, die sich aber dann ergeben. Das ist eine ganz spannende Dynamik. [...] Und am Ende stellt sich heraus, dass die Nutzung relativ schnell kommt. Man muss nur aufpassen, dass man sie auch kontrollieren kann.“ (Interview 1 Dorftreff, Z. 261-264)

Mit rund 200 Besucher*innen pro Monat zeigt sich deutlich, dass der Bedarf eines solchen Ortes im Dorf gegeben war. Formate wie das Glühevent, die Dorftreffbühne und verschiedene Thementage wurden sehr gut angenommen. Die Anzahl der durchgeführten Veranstaltungen konnte im Förderzeitraum etwa verdoppelt werden.

Vom Projekt profitiert hat auch maßgeblich der Verein Zukunftswerkstatt, der deutlich an Sichtbarkeit im Dorf gewonnen hat und innerhalb eines Jahres eine Mitgliederverdoppelung verzeichnen konnte.

☐ *Zielerreichung:*

Mit Ausnahme des Außenbereichs wurden alle baulichen Maßnahmen wie geplant innerhalb des Projektzeitraums abgeschlossen, so dass der Dorftreff nun wie beabsichtigt eine moderne und energieeffiziente Infrastruktur bereitstellt, die von verschiedenen Gruppen in Anspruch genommen werden kann. Gegen ein geringes Entgelt können Räume gebucht und die darin enthaltene Technik genutzt werden.

Auch in Hinblick auf die Angebotsgestaltung ist die Zukunftswerkstatt auf einem sehr guten Weg. Es wurde mittlerweile eine breite Angebotspalette etabliert, die verschiedene Ziel- und Altersgruppen adressiert und die von den Bewohner*innen sehr gut angenommen wird. Zu nennen sind hier beispielsweise die Dorftreff-Bühne oder auch das Repair Café.

*„Viele andere Themen wie das Repair Café sind stark gewachsen. Die haben noch mal einen richtigen Schwung gekriegt durch mehr Ausstattung, mehr Equipment, mehr Räume. Andere Veranstaltungen, wie die Krabbelgruppe, die gab es vorher in einem ganz anderen Rahmen. Die haben wir quasi neu konzeptioniert, auch immer mit der Verbindung zu diesem Gemeinschaftsaspekt. Dass man nicht nur den Raum hat, sondern man hat auch ein bisschen was drumherum. Man kann auch mal einen Kaffee trinken, man kann gewisse Infrastruktur nutzen.“
(Interview 1 Dorftreff, Z. 172-177)*

☐ *Strahlkraft:*

Sowohl innerhalb des Dorfes als auch über die Ortsteilgrenzen hinaus hat das Projekt Wirkung entfaltet: Vereine aus umliegenden Dörfern nutzen den Dorftreff für eigene Veranstaltungen, die Volkshochschule führt regelmäßige Bildungsangebote durch und die örtliche Kita ist durch gemeinsame Aktionen und Projekte eng angebunden (z.B. Nistkasten-Projekt). Perspektivisch soll die Grundschule stärker in das Umweltbildungsprojekt „Vom Samen auf den Tisch“ eingebunden werden, was zusätzliche Zielgruppen anspricht und die regionale Bedeutung stärkt.

Aufgrund der bislang eher begrenzten Öffentlichkeitsarbeit besteht diesbezüglich jedoch noch Entwicklungspotenzial, insbesondere in Hinblick auf die Gewinnung Jugendlicher und junger Erwachsener als Zielgruppen.

3.5.4 Zwischenfazit:

Der Dorftreff Scherfedede hat sich innerhalb kurzer Zeit zu einer festen sozialen Institution in Scherfedede entwickelt. Er vereint Möglichkeiten des Austausches, des Engagements und der Bildung auf ganz besondere Weise. Durch die intelligente Verknüpfung technischer Infrastrukturen mit der Entwicklung zielgruppenspezifischer Angebote, die Idee modularer Raumnutzungen über mobiles Inventar und die Integration digitaler Lösungen werden verschiedenste Zielgruppen adressiert und der Rahmen für eine breite gesellschaftliche Teilhabe geöffnet. Das Team der Zukunftswerkstatt wird nicht müde, immer neue Ideen zu entwickeln. Die Bündelung verschiedener Kompetenzen in diesem Team ermöglicht Angebote, die kreativ und innovativ sind und die verfügbaren Ressourcen stets im Blick haben.

3.6 Kultur- und Reparaturwerkstatt Brenkhausen

„Der Kitt der Gemeinschaft, der fehlt hier in Brenkhausen.“ (Interview Kultur- und Reparaturwerkstatt, Z. 212)

3.6.1 Input

☐ *Kurzbeschreibung und Zielsetzung der Maßnahme:*

Die Kulturwerkstatt beinhaltet kulturelle Veranstaltungen wie Vorträge, Workshops, Weiterbildung, Geselligkeit, Sport und Gesundheit. In der Reparaturwerkstatt sollen defekte Alltagsgegenstände aus den Bereichen Elektro, Fahrräder und Textilien gemeinschaftlich repariert werden. Lokalisiert ist die Kultur- und Reparaturwerkstatt in der ehemaligen Grundschule, die bereits vor Jahren zum Dorfgemeinschaftshaus umgebaut wurde.

Das Ziel der Maßnahme ist es, das rückläufige Ehrenamt zu beleben, indem Engagement ermöglicht wird, ohne einem Verein angehören zu müssen sowie zugezogenen Menschen Möglichkeiten zu bieten, sich am Dorfleben zu beteiligen. Es soll ein dauerhaft bestehender Ort der gelebten Dorfkultur entstehen, an dem alle mitwirken können.

„Wir haben festgestellt, dass es in diesem Dorf sehr viele Leute gibt, die zugezogen sind. [...] Aber diese Leute kriegen wir einfach nicht zu fassen. Nicht bewegt, dass die hier mitmachen. Und das versuchen wir mit den Veranstaltungen der Kultur- und Reparaturwerkstatt. So ein bisschen wieder ein Gemeinschaftsgefühl zu entwickeln und Leute, die von außerhalb kommen, hier mit zu integrieren.“ (Interview Kultur- und Reparaturwerkstatt, Z. 171-179)

☐ *Ressourcen:*

Die wesentlich tragende Ressource der Maßnahme ist das Engagement der aktuell 16 Ehrenamtlichen, die sich bisher mit mehr als 600 Arbeitsstunden in der Reparaturwerkstatt engagiert haben.

Eine weitere Ressource ist der Kulturverein Brenkhausen, der offiziell als Träger der Maßnahmen agiert und alle Aktivitäten koordiniert.

Finanziell kann die Kultur- und Reparaturwerkstatt auf Mitgliedsbeiträge des Kulturvereins sowie auf Fördermittel und Spenden zurückgreifen, dies jedoch nur in begrenztem Maße. Die erforderliche Ko-Finanzierung der beantragten Förderung wurde über Eigenleistungen und Spenden erbracht.

☐ *Verstetigung/Tragfähigkeit:*

Die Kultur- und Reparaturwerkstatt wird unter der Regie des Kulturvereins Brenkhausen weitergeführt. Die über die Fördermittel angeschafften Werkzeuge und digitalen Geräte bilden die Grundlage für die weitere Angebotsgestaltung der Kultur- und Reparaturwerkstatt. Das Programm der Kulturwerkstatt für 2026 ist bereits vorbereitet und wird wieder 14 Veranstaltungen umfassen. Schwerpunkt bei der Vortragsreihe wird 2026 die Künstliche Intelligenz (KI) sein. Hier sind zwei Vortragsreihen, unter anderem mit einem Referenten aus der VHS Höxter-Marienmünster geplant.

Auch das Angebot der Reparaturwerkstatt wird weiterentwickelt und soll einen stärkeren Bildungsfokus erhalten. So ist geplant, zu den regulären Reparaturterminen auch thematische Workshops anzubieten – zum Beispiel ein Nähworkshop, bei dem Teilnehmende lernen, Kleidung selbst zu reparieren oder umzugestalten, aber auch Workshops zu Thema wie Arbeiten mit 3D Drucker oder Lasercutter.

Da sich die finanzielle Belastung für den Kulturverein in einem überschaubaren Rahmen bewegt, ist an dieser Stelle nicht von einem Risiko für den Trägerverein auszugehen. Viel wichtiger erscheint es in diesem Zusammenhang, immer ausreichend ehrenamtlich Engagierte für den Betrieb der Reparaturwerkstatt zu finden.

„Wir brauchen sehr viele Ehrenamtliche und wenn wir die nicht haben, ist das Projekt dahin. Und das war für mich zum Beispiel sehr erstaunlich, dass wir beim ersten Aufruf gleich 12, 13, 14 Leute hier hatten. Nur um mal mit denen zu sprechen, was wir machen wollen. Und ich muss sagen, was das betrifft, läuft das, funktioniert das und da bin ich auch froh drüber. Wenn das nicht laufen würde, hätten wir ein großes Problem.“ (Interview Kultur- und Reparaturwerkstatt, Z. 427-431)

3.6.2 Prozess

☐ Umsetzungsschritte:

Da die Räumlichkeiten bei Beginn der Maßnahme bereits nutzbar waren, konnte umgehend mit der Akquise von ehrenamtlich Engagierten für die Reparaturwerkstatt und Referierenden für die Kulturwerkstatt begonnen werden. Im Zuge dessen wurde das Konzept der Reparaturwerkstatt verfeinert und das Programm der Kulturwerkstatt weiterentwickelt. Die Projektförderung hat dazu beigetragen, dass der Kulturverein das Dorfgemeinschaftshaus optimal mit Werkzeugen und digitalen Geräten wie beispielsweise einem Whiteboard und einem digitalen Schaufenster ausstatten konnte, um so eine gut frequentierte Kultur- und Reparaturwerkstatt aufbauen zu können.

Die erste Reparaturwerkstatt fand am 20.11.2024 statt, ab dann jeweils monatlich am 3. Mittwoch eines Monats. Die Reparaturwerkstatt versteht sich dabei nicht nur als Servicepunkt, sondern auch als ein Ort des gemeinsamen Lernens, an dem Wissen rund um Reparaturtechniken geteilt wird.

Auch im Rahmen der Kulturwerkstatt wurde ein monatlicher Turnus angestrebt. Seit Beginn der Förderung haben insgesamt 14 Veranstaltungen stattgefunden. Dabei war die Bandbreite der Angebote sehr vielfältig: Spieleabende, Fachvorträge und Workshops, ein Flohmarkt sowie ein Kneipenquiz haben verschiedenste Möglichkeiten zu Teilnahme und Austausch geboten.

☐ Partizipation & Transfer:

Das Angebot der Kultur- und Reparaturwerkstatt ist das Ergebnis eines Anfang 2024 gestarteten Partizipationsprozesses, an dem rund 300 Bewohner*innen des Dorfes beteiligt waren: so wurden im Februar und Juni 2024 im Rahmen zweier Workshops Ideen gesammelt, wie das dörfliche Miteinander in Brenkhausen verbessert werden könne. Hintergrund dieser Workshops war die Feststellung, dass zum einen das Interesse an etablierten Veranstaltungen wie den Zeltfesten spürbar nachlässt und zum anderen neuzugezogene Dorfbewohner*innen am Dorfleben kaum partizipieren. Aus diesen Workshops resultierten 88 Ideen, die in die Gründung der Kultur- und Reparaturwerkstatt mündeten.

Abb. 11: Bauzaunwerbung der Kulturwerkstatt



Da Kultur und Reparatur in Brenkhausen verzahnt werden sollen, wurde bewusst die Bezeichnung Kultur- und Reparaturwerkstatt und nicht „Repair-Café“ gewählt.

Die Bewerbung der Angebote und Veranstaltungen erfolgt über Printmedien, Internet, Social Media, die DorfApp, Flyer und auch Bauzaunbanner sowie ein digitales Schaufenster. Am Wichtigsten erscheint jedoch nach wie vor die persönliche Ansprache:

„Aber was sie jedes Mal machen müssen hier in Brenkhausen, was sehr schwerfällig ist... Wir haben Baustellenbanner, wie es da steht. Wir machen sehr viel Werbung über die Dorf-App. Wir machen in der Zeitung Werbung. Aber es hilft eigentlich nur die persönliche Ansprache an der Haustür.“ (Interview Kultur- und Reparaturwerkstatt, Z. 258-261)

☐ Kooperationen:

Die Kulturwerkstatt arbeitet eng mit der Volkshochschule Höxter-Marienmünster zusammen, um gemeinsame Veranstaltungsformate anbieten zu können. Bis zum Abschluss der Förderung fand ein gemeinsamer Workshop sowie ein Vortrag statt – weitere Veranstaltungen sind angedacht. Darüber hinaus gibt es ein jährlich stattfindendes Austauschtreffen aller Repair Cafés, das vom Kreis Höxter organisiert wird.

☐ Erfolge & Hindernisse im Umsetzungsprozess:

Die Umsetzung der Maßnahme verlief reibungslos, was darauf zurückgeführt werden kann, dass das Umsetzungskonzept sowie die Finanzierung der einzelnen Investitionen (Werkzeuge, Lasercutter, Smartboards) unkritisch hinsichtlich ihrer Passfähigkeit mit den Förderrichtlinien waren.

3.6.3 Effekte & Wirksamkeit

☐ Akzeptanz & Zufriedenheit:

Die von den Projektträgern selbst erhobenen Teilnehmendenzahlen belegen das recht hohe Akzeptanzniveau der neu geschaffenen Angebote in der Kultur- und Reparaturwerkstatt. Innerhalb eines Jahres hat die Reparaturwerkstatt 170 Besucher*innen gezählt, die gemeinsam mit 16 ehrenamtlich Helfenden 210 defekte Gegenstände, Textilien und Fahrräder repariert haben. Die Erfolgsquote lag im Bereich der Fahrräder und Textilien bei 100 Prozent und im Bereich Elektrokleingeräte bei ca. 70 Prozent. Die Statistik zeigt, dass der Kreis der Interessierten nicht nur in Brenkhausen beheimatet ist.

Die Veranstaltungen der Kulturwerkstatt wurden ebenfalls sehr gut frequentiert; mehr als 500 Teilnehmende haben die verschiedenen Angebote besucht. Davon kamen ca. 70 Prozent aus Brenkhausen sowie 30 Prozent aus anderen Ortschaften des Kreises (z.B. Scherfede, Eissen, Nieheim, Brakel und Steinheim).

Tab. 2a: Besucher*innen Reparaturwerkstatt

Kunden der Reparaturwerkstatt											
	20.11.2024	15.01.2025	19.02.2025	19.03.2025	16.04.2025	21.05.2025	18.06.2025	16.07.2025	17.09.2025	15.10.2025	Gesamt
Brenkhausen	7	12	7	11	4	6	10	1	12	6	76
Höxter	1	11	5	5	3	3	3	7	2	5	45
Lütmarsen	3		2								5
Lüchtringen	1	3		4			1			2	9
Lauenförde		1	1								2
Ottbergen		2	1								3
Ovenhausen		1									1
Fürstenau		1		1	1	1		1			5
Albaxen			1	1		2	1				5
Sahle			1		1	2					4
Marienmünster				1							1
Meinbrexen					1						1
Steinheim					1						1
Großenbreden					1						1
Böffzen						1					1
Bödexen							1				1
Altenbergen								1			1
Godelheim								1			1
Vörden					1						1
Bruchhausen									1		1
Brakel									1		1
Nieheim								3	1		4
Lügde								1		1	1
Summe	12	31	18	23	13	15	18	13	17	14	170

Tab. 2b: Teilnehmende Kulturwerkstatt

Teilnehmer Kulturwerkstatt 2025			
Datum	Veranstaltung	Art	Teilnehmerzahl
29.01.2025	Spielerabend		37
26.02.2025	Kriminalprävention	Vortrag	45
26.03.2025	Mundhygiene	Vortrag	30
23.04.2025	Patientenvollmacht	Vortrag	52
17.05.2025	Flohmarkt	Aussteller	42
25.06.2025	Handhabung Handy und Tablett	Workshop	20
24.09.2025	Pflegebedürftig und Was nun?	Vortrag	34
01.01.2025	Textilworkshop	Workshop	14
08.10.2025	Spielerabend		30
15.10.2025	Pedelec Kurs	Workshop	5
29.10.2025	KI - einfach erklärt	Vortrag	43
05.11.2025	Wie werde ich	Vortrag	76
22.11.2025	Kneipenquiz		112
03.12.2025	Weihnachtsbingo		
			540

Quelle: Abschlussbericht des Projektes Kultur- und Reparaturwerkstatt Brenkhausen

☐ **Zielerreichung:**

Die positive Resonanz auf die Angebote der Kultur- und Reparaturwerkstatt zeigt, dass mit dieser Maßnahme die partizipativ ermittelten Bedarfe der Dorfgemeinschaft gut adressiert werden und damit ein wichtiger Beitrag zur Schaffung eines gemeinschaftlichen Ortes für niedrigschwellige Partizipation und gesellschaftliche Teilhabe geleistet wird. Bislang allerdings werden damit überwiegend ältere Menschen erreicht. Inwieweit auch zugezogene Dorfbewohner*innen erreicht werden konnten, kann nicht gesagt werden.

☐ **Strahlkraft:**

Die ermittelte Herkunft der Teilnehmenden bzw. Besuchenden belegt, dass die geschaffenen Angebote eine Strahlkraft entwickelt haben, die deutlich über Brenkhausen hinausgeht. Im Fall der Reparaturwerkstatt ist dies wahrscheinlich auf die Öffnungszeiten 16 bis 19 Uhr zurückzuführen, ein Zeitfenster, das auch für Berufstätige attraktiv ist.

3.6.4 **Zwischenfazit:**

Die Kultur- und Reparaturwerkstatt hat dem Dorfgemeinschaftshaus „Alte Schule“ in Brenkhausen neues Leben eingehaucht. Sie bietet vielfältige und vor allem niedrigschwellige Möglichkeiten des geselligen Austauschs, der Information und Kommunikation sowie der gesellschaftlichen Teilhabe. Die hohe Resonanz der freiwillig Helfenden in der Reparaturwerkstatt zeugt davon, dass es viele Menschen gibt, die ihre Fähigkeiten und Kompetenzen auch im Ehrenamt teilen möchten. Dieses Engagement wiederum trägt die Kultur- und Reparaturwerkstatt auch dauerhaft. Fest steht, dass dem Bedarf nach Austausch insbesondere der älteren Dorfbewohner*innen nachgekommen werden konnte. Inwiefern die neu Zugezogenen mit dieser Maßnahme erreicht werden konnten, lässt sich noch nicht beurteilen.

„Da muss man nochmal gucken und sich überlegen, was man noch anstellen könnte, um die dann auch mehr einzubinden. Ob wir da nochmal persönlich ins Gespräch kommen müssen und sollen... Also für mich ist das noch nicht so ganz zufriedenstellend.“ (Interview Kultur- und Reparaturwerkstatt, Z. 199-204)

4 Best Practices „Nah.Versorgt.Digital“

Der Begriff „Best Practice“ bezeichnet bewährte, effiziente und effektive Vorgehensweisen, Methoden oder Strategien, die in der Praxis erprobt wurden und nachweislich erfolgreiche Ergebnisse erzielen. Grundsätzlich, so zeigen es alle Interviews mit den Schlüsselakteur*innen, verliefen alle umgesetzten Maßnahmen im Rahmen von Nah.Versorgt.Digital recht unkompliziert und reibungslos. In Hinblick auf ihre potenzielle Übertragbarkeit auf andere sozialräumliche Kontexte wurden vier Best Practices identifiziert, die dazu beitragen können, die Akzeptanz und Unterstützung ähnlicher Vorhaben zu steigern.

Schrittweise Einführung von Innovationen im Dorf

Die Erfahrungen der beiden (Dorf-)Läden, aber auch des DorfMobils zeigen, dass die Einführung technologischer Neuerungen mit Bedacht erfolgen sollte, insbesondere dann, wenn die Adressat*innen bzw. Zielgruppe ältere Menschen sind. Viele betagte Menschen sind mit dem Tempo des digitalen Fortschritts überfordert und können (und wollen) daran nicht teilhaben. Um ihnen selbstbestimmtes Einkaufen und Mobilität weiterhin zu ermöglichen, ist es wichtig, auch weiterhin bewährte Möglichkeiten des sich Versorgens bereitzustellen.

Sowohl den Inhabern des nah & frisch Marktes in Borgholz als auch der Geschäftsführung des Dringenberger Dorfladens ist dies bewusst, wie in den Interviews sehr deutlich wurde. In beiden Geschäften ist kurz- bis mittelfristig deshalb auch nicht geplant, vollständig auf Personal zu verzichten.

„Auch da muss man jetzt sagen, ist es sehr gespalten. Weil sie dann Angst haben... „Ihr wollt doch nicht so ein Tante Enso werden, wir wollen doch noch hier rein“. Also diese smarte Lösung ist irgendwie gut, aber selbst auch junge Leute wollen hier reinkommen. Dieser Ort soll bleiben, das ist so ein Ankerpunkt. Und da finde ich, sind diese smarten Lösungen dann auch problematisch.“ (Interview 1 Dringenberger Dorfladen, Z. 290-294)

Auch im Falle des DorfMobils zeigt sich, dass die telefonische Bestellung einer Fahrt für ältere Menschen deutlich niedrigschwelliger ist als eine Buchung über ein digitales Buchungssystem. Beide Optionen sollen deshalb angeboten werden.

Für die Entwicklung neuer bzw. die Transformation bestehender Angebote ist es wichtig, die Dauer der Adaptionsprozesse in den durchaus verschiedenen sozialräumlichen Kontexten schon frühzeitig zu berücksichtigen (siehe hierzu Diffusionstheorie nach Everett Rogers), um unrealistische Erwartungen zu vermeiden, Teilhabemöglichkeiten für eine möglichst breite Nutzengruppe zu bewahren und die Akzeptanz solcher Angebote dauerhaft zu erhöhen.

Intelligente Verknüpfung von Infrastrukturen und Angeboten

Die Anschaffung und Bereitstellung von technischer Infrastruktur sollte immer in Verbindung mit konkreten Angeboten für Nutzende erfolgen, um nachhaltige Effekte – beispielsweise für lebenslanges Lernen – hervorzurufen. Bereits in der Beantragung von Fördermitteln sollten Konzepte vorgelegt werden, die eine zielgerichtete Nutzung der anzuschaffenden Geräte darlegen, wie es beispielsweise die Zukunftswerkstatt Scherfede für ihren Dorftreff gemacht hat. Die intelligente Verknüpfung der dort verbauten Technologien (Smarthome, digitale Medien) mit Bildungsaspekten, die sowohl Kinder und Jugendliche als auch Erwachsene adressieren, erzeugt technische und gesellschaftliche Mehrwerte und zudem eine hohe Akzeptanz für das umgesetzte Projekt.

Auch am Beispiel der Kultur- und Reparaturwerkstatt Brenkhausen lässt sich nachweisen, dass die Akzeptanz der angeschafften Ausstattungsgegenstände dann groß ist, wenn sie direkt zum Einsatz kommen und einer breiten Nutzendengruppe zugänglich gemacht werden.

Analogien lassen sich im Übrigen auch zu den beiden Läden herstellen: den Betreibenden ist durchaus bewusst, dass es nicht mehr ausreicht, nur Waren vor Ort zu verkaufen – egal, ob traditionell oder autonom. In der aktuellen Wettbewerbssituation müssen sie sich immer wieder neue Aktionen überlegen, um sich von den Discountern abzugrenzen. Dies waren beispielsweise diverse Verkostungen von Wein und regionalen Spezialitäten sowie der Weihnachtsbaumverkauf mit Glühweinverkostung.

„Wir müssen up to date sein, um die Leute immer wieder abzuholen und sie hier in den Laden zu bringen.“ (Interview 1 Dringenberger Dorfladen, Z. 488-490)

„Echte“ Bedarfe fokussieren

Die Bedürfnisse und Bedarfe in einem Dorf sind sehr individuell und subjektiv geprägt. Jede*r Bewohner*in sieht bestimmte Aspekte als besonders wichtig an, basierend auf persönlichen Erfahrungen und individuellen Präferenzen. Daher ist es essenziell, schon vor der Beantragung von Fördermitteln einen Raum zu schaffen, in dem allen Bewohner*innen eine Möglichkeit geboten wird, ihre Ideen, Anliegen und Wünsche zu äußern und eigene Perspektiven einzubringen. Am Beispiel der Kultur- und Reparaturwerkstatt Brenkhausen lässt sich darstellen, wie durch eine frühzeitige Einbindung der Dorfbewohner*innen gemeinsame Entscheidungen getroffen wurden, bei denen Prioritäten gesetzt und Maßnahmen sinnvoll abgestimmt wurden. Durch einen derartigen kollektiven Prozess wird sichergestellt, dass die entwickelten Angebote den tatsächlichen Bedürfnissen der Dorfbewohner*innen entsprechen. Die bisherige Resonanz zeigt, dass die zentralen Akteur*innen der Kultur- und Reparaturwerkstatt Brenkhausen mit ihrem Ansatz der frühzeitigen Bedarfsermittlung Erfolg haben.

Stabilität schafft Nachhaltigkeit

Mit Ausnahme des nah & frisch Marktes Borgholz und dem Dringenberger Dorfladen stehen hinter allen Maßnahmen des Projektes Nah.Versorgt.Digital Vereine, die nicht nur die Umsetzung aller Arbeitsschritte während des Förderzeitraums verantwortet haben, sondern auch den langfristigen Erhalt des Erreichten im Blick haben. In diesen Vereinen engagieren sich die Dreh- und Angelpunktpersonen eines Dorfes, die nicht nur partikuläre (Vereins-)Interessen im Blick haben, sondern das Gemeinwohl an sich. Sie übernehmen Verantwortung für das Dorf, sie vernetzen sich

innerhalb und außerhalb des Dorfes, sie suchen und finden Sponsoren und Unterstützer und sie haben die Weiterentwicklung ihres Ortes im Blick.

Vereine wie die Zukunftswerkstatt Scherfede, das DorfMobil, der Förderverein Dorfgemeinschaftshaus Sommersell oder der Kulturverein Brenkhausen schaffen Stabilität und sind essenziell für den Erhalt der Zukunftsfähigkeit von Dörfern, da sie die Schnittstellen unterschiedlicher Interessen und Perspektiven eines Ortes sind.

Die Bewertung des Teilprojektes Dorf.Zukunft.Digital (DZD) erfolgt modulbezogen, da es in diesem Abschnitt nicht primär darum geht, die Wirksamkeit in den einzelnen Dörfern abzubilden, sondern die Akzeptanz und Wirkung der umgesetzten Maßnahmen als solche. Die Struktur des nachfolgenden Berichtes weicht somit von der Struktur der Wirksamkeitsmessung von NVD ab.

Es ist in diesem Zusammenhang nochmals darauf hinzuweisen, dass die untersuchten Ortschaften in dieser Studie lediglich einen kleinen Ausschnitt darstellen und nicht repräsentativ für alle bislang geförderten DZD-Dörfer sind. Eine Übersicht aller bislang geförderter Dörfer befindet sich im Anhang.

Im Förderzeitraum wurden drei Module realisiert, die das Ziel verfolgen, die Lebensqualität und Daseinsvorsorge in 30 Dorfgemeinschaften im Kreisgebiet durch die bedarfsgerechte Erprobung smarter Anwendungen zu fördern sowie die digitale Kompetenzbildung in den Dorfgemeinschaften zu stärken.

In einem mehrstufigen, aber insgesamt niedrighschwelligem Prozess haben sich die Dorfgemeinschaften darum beworben, an Dorf.Zukunft.Digital mitwirken zu können. Mit ihrer Bewerbung haben sie sich mit den vom Kreis vorgegebenen Modalitäten der Projektumsetzung einverstanden erklärt. Die Modalitäten umfassten eine namentliche Nennung von 2-4 ehrenamtlichen Kümmerern für die Erstellung und Pflege von DorfPage, DorfFunk sowie der Lern- und Medienecke, die namentliche Benennung eines Hauptansprechpartners sowie die schriftlich erklärte Bereitschaft, die digitalen Anwendungen im Dorf zu erproben bzw. dazu zu ermuntern, diese zu erproben. Die Beteiligung an DZD erfordert einen Beschluss des Ortsvorstandes, der über die Bewerbung vorab in Kenntnis gesetzt werden muss sowie als wichtigstes Zugangskriterium die Formulierung eines Leitbildes, wie die betreffende Dorfgemeinschaft die vielfältigen Angebote des Projektes bis zum Ende des Zweckbindungszeitraums nutzen möchte, um sich zukunftsorientiert als „Sorgendes Dorf in einer Digitalen Welt“ aufzustellen. Eine breite Beteiligung der Dorfgemeinschaft erfolgt erst nach Bewilligung der Förderung in Form einer öffentlichen Auftaktveranstaltung, auf der über alle bevorstehenden Aktivitäten und Einzelmaßnahmen eingehend informiert wird.

5.1 Erprobung einer Digitalen Dorf-Plattform mit DorfPage und DorfFunk (Modul 1)

□ Kurzbeschreibung und Zielsetzung der Maßnahme:

Die Digitale DorfPlattform ist eine Maßnahme, die sich schon in der ersten DZD-Phase im Rahmen des Projektes Smart Country Side bewährt hat. Sie wurde auf Basis einer Bedarfsabfrage in den 16 projektbeteiligten Dörfern entwickelt und besteht im Wesentlichen aus zwei Elementen: erstens den neu erstellten Websites für die Modellorte (DorfPages) sowie zweitens dem Kommunikationstool DorfFunk, das mit Beginn des Jahres 2026 in die neue Anwendung StadtLand.Funk übergeht. Im Folgenden wird weiterhin die Bezeichnung DorfFunk verwendet, da sich diese etabliert hat und zum Zeitpunkt der Berichtserstellung noch Gültigkeit hat.

Entwickelt wurde der DorfFunk vom Fraunhofer-Institut für Experimentelles Software Engineering (IESE) im Rahmen des Projekts "Digitale Dörfer", das seit 2015 (zunächst vom Ministerium des Innern und für Sport Rheinland-Pfalz und der Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz) gefördert und fortan kontinuierlich weiterentwickelt wurde.

Der Dorffunk ist eine kostenlose Open-Source Kommunikations-App von Fraunhofer IESE für Smartphones, die Menschen in ländlichen Regionen vernetzt, indem sie ihnen ermöglicht, mobil und flexibel in Echtzeit miteinander zu chatten, Nachbarschaftshilfe anzubieten und zu suchen ("Biete/Suche"), lokale Nachrichten und Informationen (z.B. von Vereinen, Verwaltung) zu kommunizieren sowie über einen digitalen Marktplatz Dinge des täglichen Gebrauchs oder lokale Dienstleistungen zu inserieren. Bei der Registrierung entscheiden die Nutzenden über den räumlichen Geltungsbereich (Dorf, Region). In einem Radius bis zu 30 km können Informationen auch aus anderen Digitalen Dörfern empfangen werden. Besonders für Zugezogene oder weniger vernetzte Personen kann die App eine wertvolle Unterstützung sein, um sich im Dorf und in der Region schnell zurechtzufinden und Anschluss an die Dorfgemeinschaft zu erhalten. Der Dorffunk bietet auch die Möglichkeit, separate Gruppen einzurichten, beispielsweise für Vereine oder einzelne Straßen oder Quartiere.

Die Templates für die Open Source DorfPages wurden ebenfalls von Fraunhofer IESE mit dem Ziel entwickelt, dass ehrenamtlich engagierte Redaktionsteams aus den Dörfern nach einer niedrigschwelligen WordPress Schulung die Kompetenz erwerben, ihre eigene Website zu erstellen und zu pflegen. Die DorfPage wird durch die Integration eines Plug-ins mit dem Dorffunk verknüpft, so dass Informationen im Bereich News und Veranstaltungen zeitgleich im Dorffunk („News und Events“) angezeigt werden können. Um den Verbund und das Netzwerk der Digitalen Dörfer zu stärken, ähneln sich fast alle DorfPages der projektbeteiligten Dörfer in ihrer übersichtlichen Struktur und ihrem Design, wie die nachfolgenden Beispiele belegen.

Das Ziel der Maßnahmen dieses Moduls liegt darin, digitale Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten für Dorfgemeinschaften als Ergänzung zu bestehenden analogen Angeboten zu etablieren.

Abb. 12a: DorfPage Reelsen

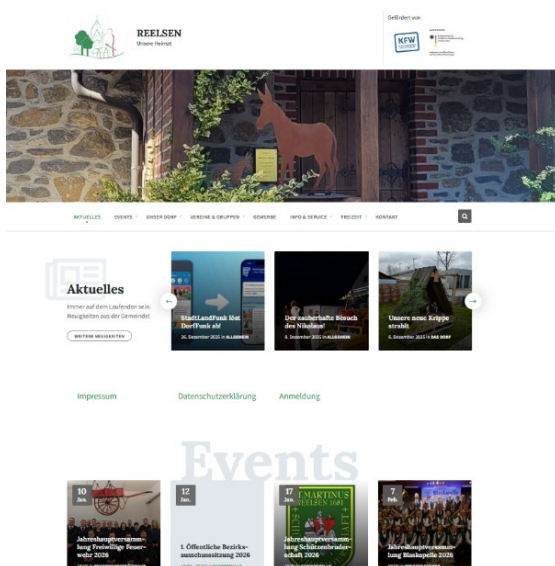
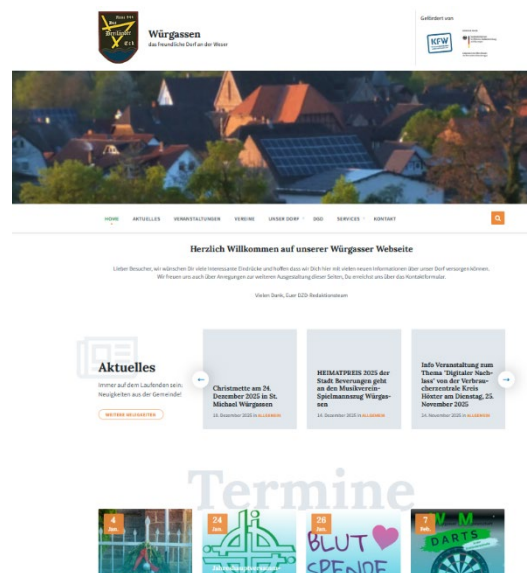


Abb. 12b: DorfPage Würgassen



📅 Ressourcen:

Während der Dorffunk von allen registrierten Nutzenden mit Inhalten gefüllt werden kann, ist die Pflege der DorfPages auf die kontinuierliche Arbeit freiwillig Engagierter angewiesen, um stets auf einem aktuellen Stand zu sein. In allen befragten Dorfgemeinschaften haben sich deshalb feste

Redaktionsteams gebildet, die arbeitsteilig die Pflege der DorfPages betreiben. Die Mitglieder der Redaktionsteams haben während der Förderphase die Möglichkeit erhalten, an kostenfreien Schulungen teilzunehmen, um beispielsweise Kompetenzen zu Websitegestaltung und Content Management sowie Social Media, Umgang mit Bildrechten sowie Datenschutz und digitalem Projektmanagement zu erwerben bzw. weiterzuentwickeln. Den Interviews ist zu entnehmen, dass pro Redaktionsteam zwischen 2 und 6 Lotsen an den jeweiligen Schulungen teilgenommen haben. In diesem Zusammenhang ist jedoch zu berücksichtigen, dass die Redaktionsteams unterschiedlich stark besetzt sind und einige Orte, nach einer längeren Projektteilnahme, nur (noch) 2 aktive Mitglieder haben (z.B. Dringenberg, Reelsen), während es in anderen Orten bis zu 10 sind (Bühne, Dössel, Engar, Würgassen).

□ *Partizipation & Transfer:*

Grundsätzlich ist der DorfFunk offen für alle registrierten Nutzer, d.h. das Projekt DZD ermöglicht eine breite gesellschaftliche Teilhabe, unabhängig von Alter, Herkunft oder Lebensstil. Dies kann vor allem für Zugezogene hilfreich sein, um sich über den neuen Wohnort zu informieren und Zugang zur Dorfgemeinschaft zu finden.

„Weil gerade für mich als Zugezogene war zum Beispiel schwierig... Es gab hier in unserer Straße eine Gruppe, aber dafür musst du auch erst mal den... Erstmal musst du von der Gruppe wissen und dann musst du denjenigen kennen, der dich hinzufügen kann. Und so weit muss man sich ja erst mal vernetzen, um dann da dran zu kommen. Und manche sind da ja vielleicht nicht so offen.“ [Interview Reelsen, Z. 181-186]

Die Bekanntmachung der digitalen Neuerungen DorfPage und DorfFunk sowie der damit verbundene Aufruf zur aktiven Unterstützung erfolgte offiziell in allen befragten Dorfgemeinschaften im Rahmen von öffentlichen Auftaktveranstaltungen. Obwohl die Auftaktveranstaltungen in den meisten Orten sehr gut besucht waren (je nach verfügbarer Örtlichkeit 60 bis 100 Teilnehmende) und eine große Offenheit bezüglich der vorgestellten Neuerungen herrschte, war die Bereitschaft zur Mitwirkung in den Redaktionsteams unterschiedlich stark. Die Gewinnung neuer Mitwirkender für die Redaktionsteams stellt sich als herausfordernd dar und erfolgt nach Bedarf und überwiegend über eine persönliche Ansprache. Auffällig ist, dass in vielen Redaktionsteams mindestens eine Person berufliche Schnittstellen zu Digitalisierungsthemen hat und somit professionelle Kompetenzen in die Arbeit der Redaktionsteams einbringt.

Auch die Ansprache und Gewinnung von Teilnehmenden für Online-Vorträge erfolgt vielerorts am Verlässlichsten über persönliche Ansprachen.

Darüber hinaus werden die Vereine als wichtige Multiplikatoren in Hinblick auf die Verbreitung und Etablierung der neu geschaffenen Angebote gesehen. In einigen Ortschaften wurde jedoch bemängelt, dass sich die Zusammenarbeit mit den Vereinen schwierig gestaltet, da diese ihre eigenen Websites betreiben und diese nicht in die DorfPages integrieren möchten.

Eine wichtige Form des Marketings und der Interessentengewinnung sind nach wie vor gedruckte Flyer, die an Haushalte verteilt wurden (z.B. Dringenberg, Reelsen, Herste, Bühne). Diese Form der Information wird in fast allen befragten Dörfern nach wie vor als bedeutsam angesehen, um möglichst viele Menschen in den Dörfern zu erreichen und Teilhabe auch für diejenigen zu sicherzustellen, die keine digitalen Endgeräte nutzen.

*„Es gibt etliche Leute, die haben kein Smartphone, und wir können das nicht nur durch digitale Sachen ersetzen, die anderen müssen auch informiert werden.“
[Interview Würgassen, Z. 222-223]*

Einen kreativen Marketingansatz verfolgt das Dorf Reelsen, das den Dorffunk für einen digitalen Adventskalender nutzt und damit auch jüngere Nutzer*innen adressiert.

*„Auch dieses Jahr in der Adventszeit vom 1.12. bis zum 24.12 wird jeden Tag ein Nikolaus versteckt im Dorf. Und das wird nur in der App kommuniziert mit einem kleinen Foto und dann müssen die Kinder halt suchen. So werden die dann so ein bisschen gezwungen, sich der App zu widmen, weil die Kinder natürlich am nächsten Tag sagen „Mama, ich will auch einen Nikolaus“. Damit die App schon mal mehr in den Fokus gerät. Also wir versuchen das halt über diese Wege dann, die App auch wieder mehr zu etablieren. Und da gibt es auch wirklich nur positives Feedback, muss ich sagen. Da haben sich immer alle sehr gefreut.“
[Interview Reelsen, Z. 113-118]*

Tragfähigkeit/Nachhaltigkeit:

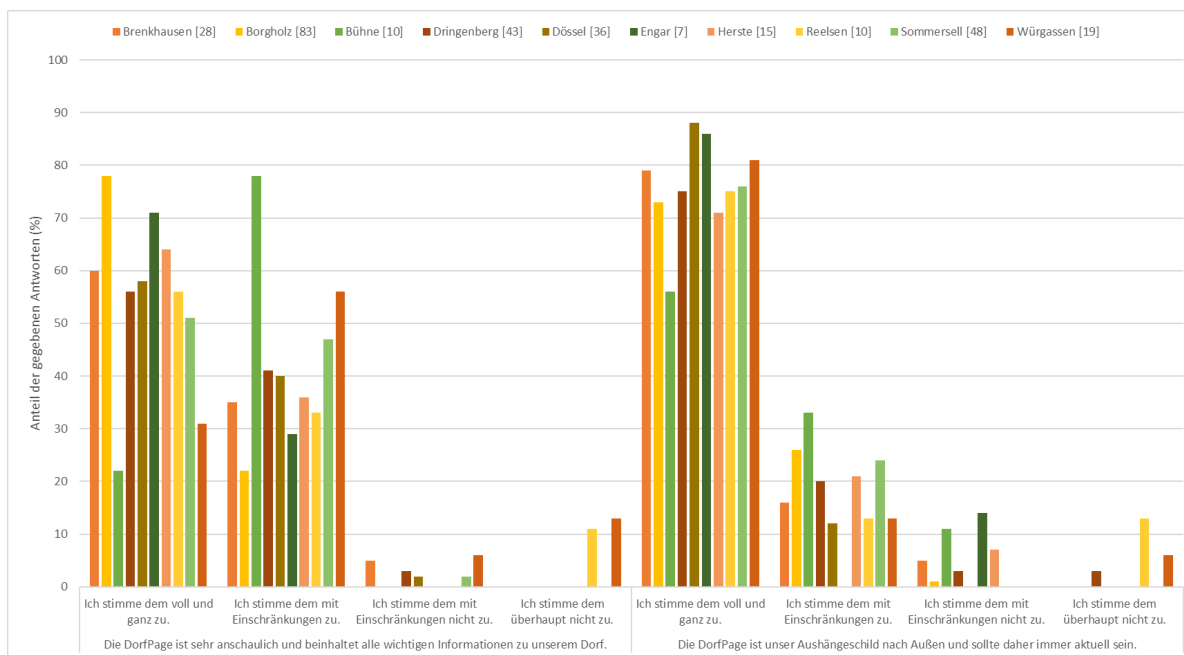
Aus den geführten Interviews wird deutlich, dass die Arbeit in den Redaktionsteams als bereichernd und interessant wahrgenommen wird. Gleichwohl wird aber auch zu bedenken gegeben, dass das Interesse an einer Mitwirkung in den Redaktionsteams in einigen Dörfern nicht sehr ausgeprägt ist und hier erhebliche Anstrengungen unternommen werden müssen, um aktive Unterstützende zu finden.

„Durch die vielen Vereine hat es immer irgendwie funktioniert, Leute zu finden, die bereit waren, das dann zu übernehmen, auch wenn sie anfangs mit dem Thema überhaupt nichts zu tun hatten. Und mittlerweile, wenn ich das so bei verschiedenen Vorständen sehe, sind die so tief da drin und machen das so gerne. Das ist manchmal aber auch, dass man Leute [...] dazu animieren muss, zu sehen, was das auch für einen Spaß machen kann.“ [Interview Dringenberg, Z. 393-398]

Akzeptanz & Zufriedenheit:

Insgesamt gesehen ist die Zufriedenheit mit den DorfPages in allen befragten Dörfern recht hoch. Die Onlinebefragung zeigt, dass die Mehrheit der Befragten in allen Dörfern der Meinung ist, dass die DorfPages anschaulich und informativ gestaltet sind (Abb. 13).

Abb. 13: Akzeptanz der DorfPages



In Einzelfällen wie Bühne, Dringenberg und Dössel gibt es durchaus auch kritische Stimmen hinsichtlich der Quantität der dargestellten Informationen. Grundsätzlich vertritt aber die deutliche Mehrheit der Befragten die Meinung, dass die Website das Aushängeschild eines jeden Dorfes nach Außen sei und deshalb immer aktuell sein sollte. Dieses hohe Maß an Zufriedenheit kann und sollte als Bestätigung für das große Engagement der Redaktionsteams in den Dörfern gewertet werden, die mit zum Teil erheblichem Zeitaufwand die Inhalte für die einzelnen Seiten zusammengestellt haben und immer sehr bemüht sind, diese auf einem aktuellen Stand zu halten.

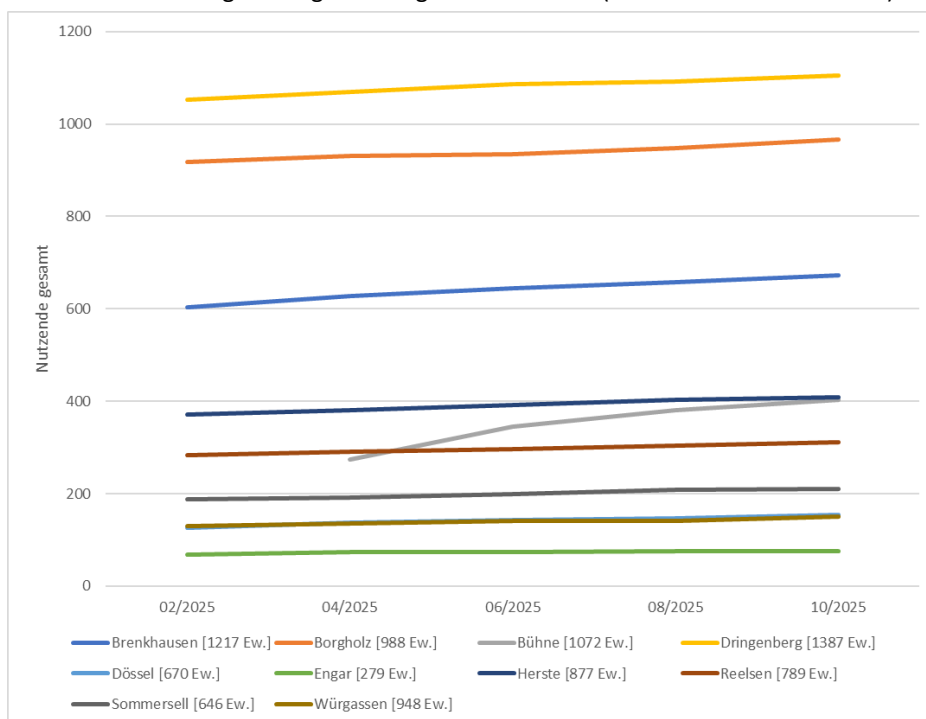
Trotz vielerorts etablierter WhatsApp-Gruppen hat der DorfFunk in allen untersuchten Dörfern seinen Platz als Kommunikations- und Informationsplattform gefunden. Auch wenn nur etwa die Hälfte der Registrierten dieses Medium aktiv nutzt (Tab. 4), so wurde doch das Interesse in weiten Teilen der Dorfbevölkerung geweckt, wie die leicht steigende Tendenz der Registrierungen zwischen Februar und Oktober 2025 darlegt (Abb. 14).

Tab. 3: Stand der Registrierungen und aktiven Nutzenden (Stand: Oktober 2025)

Ortschaft	Anteil der registrierten Nutzenden an allen Einwohner*innen* [%]	Anteil der aktiven Nutzenden an allen registrierten Nutzenden [%]
Borgholz	97,8	52,0
Brenkhausen	55,2	59,2
Bühne	37,6	86,9
Dössel	23,1	67,7
Dringenberg	79,7	51,1
Engar	27,2	55,3
Herste	46,5	60,3
Reelsen	39,5	58,3
Sommersell	32,7	53,5
Würgassen	15,9	55,0

* Stand: 31.12.2024; vgl. Kreis Höxter

Abb. 14: Entwicklung der Registrierungen im Dorffunk (Februar bis Oktober 2025)



Gemessen an der aktuellen Einwohnerzahl ist der Anteil der registrierten Nutzenden in Borgholz und Dringenberg am höchsten (Tab. 4). In Borgholz sind statistisch gesehen nahezu alle Einwohner*innen im Dorffunk angemeldet. Die niedrigsten Werte werden in Würgassen (16 %) und Dössel (23 %) und Engar (27 %) erreicht. In allen anderen Ortschaften liegt der Anteil der registrierten Nutzenden zwischen 33 % und 55 %. Zu berücksichtigen ist hierbei jedoch, dass die Einwohnerstatistik auch Kinder berücksichtigt, die altersbedingt noch nicht im Besitz eines digitalen Endgerätes sind. Die errechneten Werte sollten somit nur als grob geschätzte Richtwerte angesehen werden.

Ein differenzierteres Bild bietet sich, wenn der Blick auf die aktiven Nutzenden gerichtet wird. Mit 87 % der im Dorffunk Registrierten weist Bühne den höchsten Anteil aktiver Nutzender auf, gefolgt von Dössel (68 %). In allen anderen Ortschaften beträgt der Anteil der aktiven Nutzenden zwischen 51 und 60 %.

Die Tendenz ist mit Ausnahme der Ortschaften Bühne, Borgholz, Dringenberg und Sommersell allerdings stagnierend, was durchaus auch in den Interviews bestätigt wurde. Eine Chance für die Reaktivierung wird im Relaunch des Dorffunks gesehen, da damit ein Anlass geboten wird, die App wieder als öffentliches Thema in den Dörfern zu platzieren.

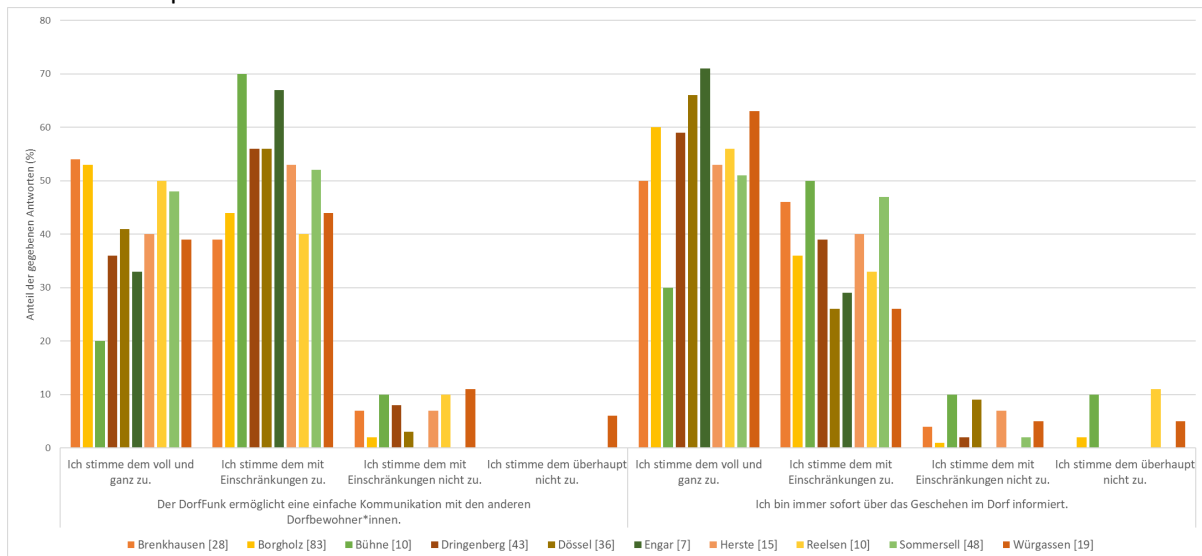
„Wir wollen jetzt das mit der neuen App einmal zum Anlass nehmen, uns nochmal wieder ins Gedächtnis zu rufen. Vielleicht noch mal die Werbetrommel rühren. Versuchen, die Vereine wieder so ein bisschen mehr abzuholen, dass sie wissen, dass es uns gibt und uns entsprechend mit irgendwelchen Berichten oder Events irgendwie versorgen.“ [Interview Dringenberg, Z. 403-406]

Die statistische Darstellung der jeweiligen Aktivitäten im Dorffunk zeigt, dass in Borgholz vor allem der Plausch – also die spontane Kommunikation – sowie die Information über anstehende Veranstaltungen

im Vergleich zu den anderen Ortschaften deutlich herausragen. In Bühne und Brenkhausen hingegen wird die Suche/Biete-Funktion sehr rege genutzt.

Insgesamt wird der DorfFunk sehr positiv bewertet, sowohl von den befragten Dorfgemeinschaften als auch von den Interviewpartner*innen und den befragten Dorf-Digital-Lots*innen. Besonders die Möglichkeit der einfachen Kommunikation mit anderen Dorfbewohner*innen und der schnelle Zugang zu Informationen aus dem Dorf werden geschätzt (Abb. 15).

Abb. 15: Akzeptanz des DorfFUNKS



Die vom IESE zur Verfügung gestellten Monatsstatistiken lassen keinen Schluss auf die Altersstruktur der Nutzenden zu, was im Sinne einer zielgerichteten Werbung durchaus sinnvoll wäre. Aus einigen Interviews lässt sich jedoch schließen, dass der DorfFunk für jüngere Menschen deutlich weniger attraktiv ist als andere Messengerdienste und Soziale Medien.

„An wen wir gar nicht so drankommen, ist so an die Jüngeren. Sagen wir mal alles so bis 25, da wüsste ich gar nicht, wie wir an die drankommen. Die App haben die meisten gar nicht. [...] Vielleicht ist der Name DorfFunk für die Jungen nicht so attraktiv. DorfFunk, das klingt so ein bisschen na ja... das ist so „Radio für die ältere Generation“ oder so...“ [Interview Reelsen, Z. 418-432]

„Eine WhatsApp Gruppe kann man nicht mit der DorfApp vergleichen. Ganz einfach deshalb, weil eine WhatsApp Gruppe, die ist schnell und auf den Punkt. Jemand aus Herste sagte einmal, das ist so die „Rentner-WhatsApp“ quasi. Weil es ein bisschen langsamer ist und weil es eben andere Möglichkeiten bietet oder eben nicht alle Möglichkeiten.“ [Interview Herste, Z. 108-111]

Dies wird auch von den Dorf-Digital-Lots*innen bestätigt, die das allerdings durchaus positiv bewerten, da aus ihrer Sicht ältere Menschen nicht so sehr von Informationsflüssen über Social Media profitieren und durch die Dorf-App besser erreicht werden.

Bemängelt wird am DorfFunk von mehreren Interviewpartner*innen, dass die Akteur*innen vor Ort keine Möglichkeit haben, kurzfristig moderierend tätig zu werden. Dies werde angesichts des zunehmend hohen Risikos, dass auch der DorfFunk als Raum für diskriminierende Äußerungen

missbraucht werden könne, als sehr problematisch angesehen, da die bisherige Praxis, derartige Kommentare zur Prüfung an das IESE weiterzuleiten, zu zeitintensiv sei.

„Es wäre schon schön, wenn wir einen Beitrag melden, dass er zumindest in dem Moment erstmal verschwindet, bis ihn irgendwer prüft und sagt „Nee, ist doch nicht schlimm, er ist jetzt online“. Aber wenn ich den jetzt melde und jetzt ist Freitagabend und bis Sonntag oder Montag passiert nichts, da brauchen wir halt auch nicht mehr löschen. Dann ist das Kind in den Brunnen gefallen.“ [Interview Reelsen, Z. 647-651]

„Dieser Zeitfaktor, der ist das Problem. Je länger das drin steht, desto mehr Leute sehen das und desto schlimmer ist es eigentlich. Irgendwelche Kommentare, was weiß ich, übers Wetter oder so sind halb so schlimm. Aber solche Sachen, die in diese Richtung gehen, die müssen weg. Das muss man schnell erledigen können.“ [Interview Herste, Z. 267-270]

☐ *Erfolge & Hindernisse im Umsetzungsprozess:*

Die Umsetzung der einzelnen Maßnahmen verlief den Aussagen der Interviewten zu Folge reibungslos und unkompliziert. Dies wird mitunter als ein Verdienst der engagierten Unterstützung durch die Projektkoordination gewertet. Kritik wurde hingegen in einigen Interviews an der Zusammenarbeit mit der betreuenden Agentur Nicht aus Berlin geäußert, die sich bei einzelnen Anfragen entweder gar nicht oder verspätet oder wenig kooperativ verhielt.

Lediglich in Dringenberg wurde angemerkt, dass der dortige Projektstart durch den Ausbruch der Corona-Pandemie erheblich beeinträchtigt wurde und die längerfristige Wirksamkeit aller Maßnahmen deutlich eingeschränkt hat.

„Daran kränkt das auch für uns, dass wir was aufbauen konnten, dass man so ein richtig festes Netz hat von Redakteuren, die uns die Sachen zuschicken und einstellen. Das hätten wir in der Anfangszeit geschafft, danach nicht mehr. Weil nach der Corona-Zeit waren die Vereine damit beschäftigt, selber erstmal ihr Überleben zu sichern, denn das ist ein großes Problem für die alle gewesen. Ist ja alles eingeschlafen. [...] Also waren die natürlich mit sich selbst beschäftigt.“ [Interview Dringenberg, Z. 122-125]

☐ *Zielerreichung:*

Das Ziel, digitale Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten für Dorfgemeinschaften als Ergänzung zu bestehenden analogen Angeboten zu etablieren, ist sowohl mit den DorfPages als auch mit dem DorfFunk definitiv erreicht worden. Dies belegen die vom IESE zur Verfügung gestellten Statistiken ebenso wie die im Rahmen dieser Studie durchgeführten Befragungen. Auch die im Antrag definierten Erfolgskennziffern („Pro Ort nutzen/erproben mind. 30-50% der Einwohner/Haushalte die DIKP und werben Mitmacher“) sind weitestgehend erreicht worden. In diesem Zusammenhang muss allerdings berücksichtigt werden, dass die in dieser Analyse berücksichtigten Dörfer nur einen räumlichen Querschnitt und eine zeitliche Momentaufnahme aufzeigen und der prozessuale Charakter der Umsetzung einzelner Maßnahmen nur bedingt wiedergegeben werden kann.

Es wird in den Interviews jedoch sehr deutlich, dass der Dorffunk – trotz erheblicher Bemühungen der Verantwortlichen in den Dörfern – faktisch ein ergänzendes Kommunikationsangebot darstellt, das sich neben anderen Medien, insbesondere WhatsApp, behaupten muss. Während sich WhatsApp flächendeckend etabliert hat, muss der Dorffunk in einigen Orten unter Einsatz von personellen und zeitlichen Ressourcen einzelner Kümmerer am Leben gehalten werden, indem er wiederholt aktiv ins Bewusstsein der Dorfgemeinschaften gerufen werden muss.

Grundsätzlich bleibt jedoch zu konstatieren, dass die digitalen Angebote definitiv zu mehr Kommunikation und Austausch im Dorf beigetragen haben und sich das Miteinander in der Wahrnehmung vieler Befragter spürbar verbessert hat.

Abb. 16a: Einschätzung Kommunikation und Interaktion

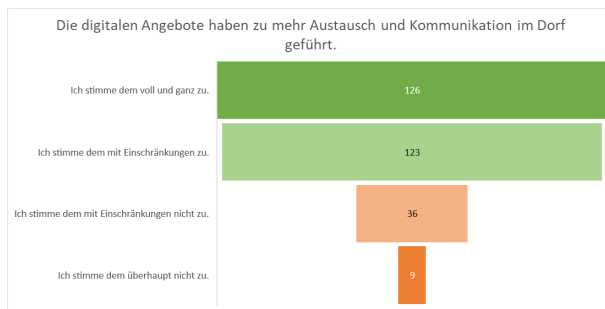
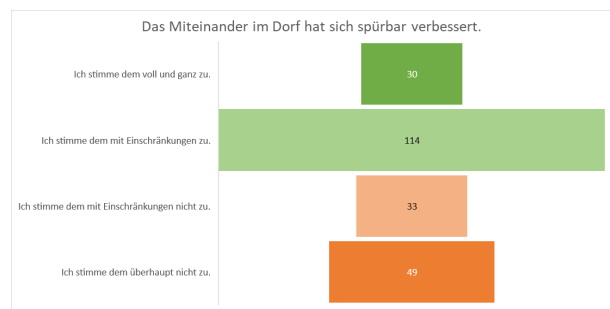


Abb. 16b: Einschätzung Kohäsion



5.2 Durchführung von Online-Schulungen zum "Dorf-Digital-Lotsen" (Modul 2)

☐ Kurzbeschreibung und Zielsetzung der Maßnahme:

Bereits im Projekt Smart Country Side hat sich das Konzept bewährt, nicht nur Hard- und Software, sondern auch Kompetenzerwerb zu fördern, um möglichst vielen Menschen im ländlichen Raum einen reflektierten Umgang mit der digitalen Transformation zu ermöglichen. Um auch diejenigen zu erreichen, die keine oder wenige Berührungspunkte zur digitalisierten Welt haben, hat es sich bewährt, sogenannte Dorf-Digital-Lots*innen auszubilden, die ihr Wissen als Multiplikatoren in die Dorfgemeinschaften tragen und als feste Ansprechpartner*innen im Dorf fungieren. Für dieses Konzept wurden die Gesellschaft für Wirtschaftsförderung im Kreis Höxter (GfW) und der VHS-Zweckverband Diemel-Egge-Weser im Dezember 2018 mit dem Preis für Innovation in der Erwachsenenbildung des Deutschen Instituts für Erwachsenenbildung (DIE) ausgezeichnet.

Auch in der vorliegenden Förderperiode wurden wieder zahlreiche Schulungen angeboten, um Dorf-Digital-Lots*innen mit dem nötigen Wissen und den entsprechenden Kompetenzen auszustatten und sie in der fachlichen Bewertung und Handhabung digitaler Anwendungen zu festigen. Folgende vier Module wurden im Rahmen der Online-Schulungen zum „Dorf-Digital-Lotsen“ mit jeweils zwei Durchgängen angeboten:

1. *Digitales Projektmanagement (Trainer: Georg Staebner)*
2. *Social-Media-Kommunikation und KI (Trainer: Georg Staebner)*
3. *Methodik und Didaktik (Trainer: Andreas Knoblauch-Flach)*
4. *Datenschutz und Datensicherheit im Digitalen Ehrenamt (Jürgen Funke)*

Es gab pro Modul jeweils 3-4 online-Schulungen abends, um den Berufstätigen eine Teilnahme zu ermöglichen. Je Schulung nahmen zwischen 15-20 Lotsen teil. Zusätzlich erhielten alle Lotsen, die in den Redaktionsteams tätig sind, eine etwa zweistündige online Schulung zum Content Management

System „WordPress“, um in Zusammenarbeit mit der Agentur Nicht aus Berlin ihre DorfPage zu erstellen.

☐ *Ressourcen:*

Zentrale Ressource in diesem Modul sind erneut die freiwillig Engagierten, die sämtliche Projektaktivitäten in ihren Dörfern tragen. Bereits in den vorherigen Ausführungen wurde deutlich gemacht, dass es zunehmend schwieriger wird, freiwillig Engagierte für neue Aufgaben/Projekte zu finden, so dass verschiedene Funktionen auf wenige Schultern verteilt werden. Auch in DZD sind es überwiegend die gleichen Personen, die sich in den Redaktionsteams und als Dorf-Digital-Lots*innen engagieren, zum Teil auch noch in NVD mitwirken, wie beispielsweise im Fall der Ortschaften Brenkhausen, Bühne und Sommersell. Die zeitlichen Ressourcen, die von diesen Personen in das Projekt fließen, sind enorm. Die Teilnahme an den Schulungen wurde von einigen Dorf-Digital-Lots*innen zum Teil als herausfordernd beschrieben und war teilweise schwer mit Beruf, Familien und anderen Ehrenämtern zu vereinbaren. Daher konnten nicht alle Teilnehmende trotz ihres Interesses alle Schulungen eines Moduls wahrnehmen.

☐ *Erfolge & Hindernisse im Umsetzungsprozess:*

Grundsätzlich wurden das Schulungskonzept und die Idee, Dorf-Digital-Lots*innen als Multiplikator*innen zu qualifizieren, von allen befragten Dorf-Digital-Lots*innen begrüßt. Vereinzelt Kritik wurde an der zeitlichen Abfolge der umgesetzten Maßnahmen geäußert: so wurde beispielsweise der Wunsch geäußert, die Schulungen an den Anfang der Umsetzungsphase zu stellen, um das Erlernte direkt in den Aufbau der DorfPage einbringen zu können. Auch hinsichtlich der inhaltlichen Reihung wurde vereinzelt Kritik geäußert.

☐ *Akzeptanz & Zufriedenheit:*

Insgesamt waren die befragten Dorf-Digital-Lots*innen sehr zufrieden mit den angebotenen Online-Schulungen. Sowohl die Trainer*innen als auch die vermittelten Inhalte wurden durchweg sehr positiv bewertet. Zwei Dorf-Digital-Lots*innen bemängelten allerdings, dass es manchmal schwierig war, den unmittelbaren Zusammenhang zwischen den vermittelten Inhalten und dem DorfFunk zu verstehen. Sie hätten sich zudem eine Schulung gewünscht, die sich explizit den technischen Aspekten des DorfFunks gewidmet hätte, da sie als Administrator*innen über die Anwendungsmodalitäten hinausgehende Informationen benötigen.

Kritik wurde von mehreren Seiten an der Dokumentation der Schulungen geäußert. So war es auf Vorgabe der Trainer nicht in allen Fällen möglich, die Schulungsunterlagen an Interessierte im Dorf weiterzuleiten bzw. öffentlich zugänglich zu machen. Dies ist vor dem Hintergrund des Konzeptes, dass Dorf-Digital-Lots*innen als Multiplikator*innen fungieren sollen, als problematisch zu bewerten und sollte zukünftig in Verträgen mit Trainer*innen Berücksichtigung finden.

Überdies wurde der Wunsch geäußert, die Schulungen aufzuzeichnen, um Personen, die nicht daran teilnehmen konnten, die Möglichkeit zu bieten, die Inhalte nachzuarbeiten. Dieser Wunsch ist allerdings schwer umzusetzen, da es hierfür die Zustimmung aller Teilnehmenden bedarf. Dies war in keiner der Online-Schulungen der Fall.

☐ Strahlkraft:

Es haben sich in allen befragten Dorfgemeinschaften Teams von Dorf-Digital-Lots*innen gegründet, die allerorts eine Größe von 5 bis 8 Mitwirkenden haben. In Dringenberg, das seit 2019 an DZD mitwirkt, hat sich der Kreis der aktiven Dorf-Digital-Lots*innen im Laufe der Zeit reduziert. Von ursprünglich 8 aktiven Dorf-Digital-Lots*innen sind noch 3 bzw. 2 weiterhin aktiv.

Die Dorf-Digital-Lots*innen sind in ihren Dorfgemeinschaften insgesamt präsent, werden aber nicht in dieser besonderen Funktion bzw. nicht unter dieser Bezeichnung wahrgenommen, sondern als diejenigen, die die DorfPage betreuen und Fragen rund um den DorfFunk beantworten. Definitiv nehmen sie ihre Rolle als Multiplikator*innen wahr, indem sie vorhandenes Wissen und Kompetenzen weitergeben und vor allem ältere Menschen in ihren digitalen Kompetenzen stärken.

☐ Zielerreichung:

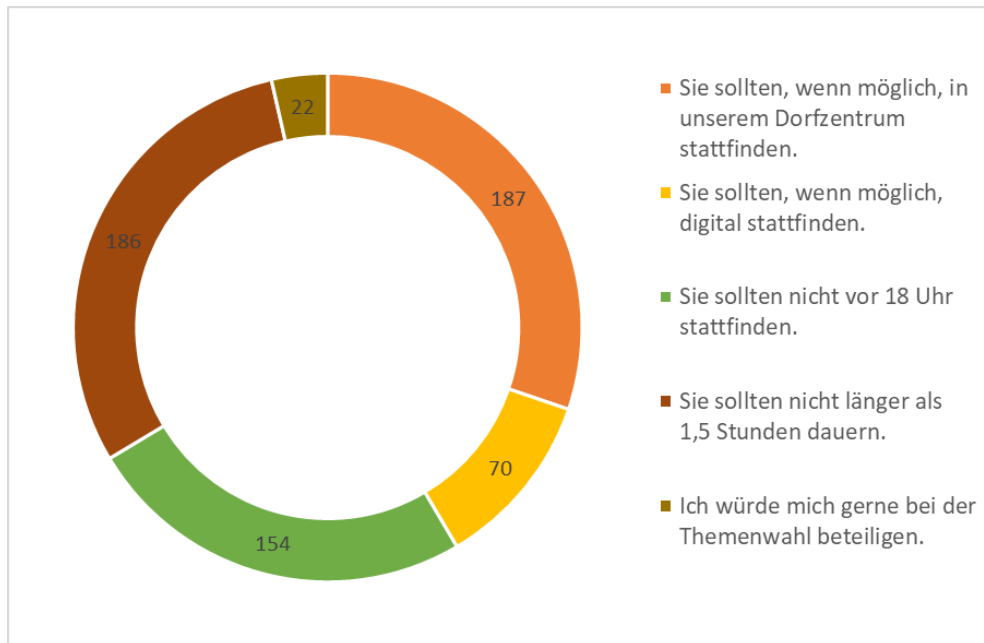
Das Ziel des Moduls, den digitalen Kompetenzaufbau in der fachlichen Bewertung und Handhabung digitaler Anwendungen zu fördern, ist (auch) in dieser Förderphase wieder mit dem vorgelegten Schulungskonzept erreicht worden. Die Resonanz auf das Schulungsangebot und das große Engagement der Teilnehmenden, das Wissen und die erworbenen Kompetenzen für das Gemeinwohl in ihren Dörfern zu nutzen und in Wert zu setzen, sind als Beleg dafür zu werten, dass der Ansatz, lokale Multiplikator*innen zu qualifizieren, sich erneut bewährt hat. Gerade Menschen, die nicht vertraut sind im Umgang mit digitalen Medien, wird Teilhabe am Dorfgeschehen ermöglicht, indem Unterstützung und Beratung durch feste Ansprechpersonen im Ort geboten wird.

Inwiefern tatsächlich Berührungspunkte in Hinblick auf die Nutzung digitaler Medien abgebaut werden konnten, ist fraglich. So wurde in der Fokusgruppe, aber auch in einzelnen Interviews im Hinblick auf die eher geringe Resonanz auf die angebotenen kostenfreien Vorträge angemerkt, dass es gerade für ältere Menschen eine Barriere darstellt, an Onlineveranstaltungen teilzunehmen, weil sie entweder nicht über die notwendige technische Ausstattung verfügen oder im Umgang mit Videokonferenzsystemen ungeübt sind.

„Was bei uns gar nicht funktioniert im Dorf sind diese Onlineseminare. Also ich weiß gar nicht, was es alles für Themen gibt: Wenn man gehackt wird oder wie ich meine Rente sichere oder wie ich meine Daten sichere, Ableben etc. Da gibt es ja ganz viele Themen. Gar nicht, null Resonanz! [...] Die Leute, die es nicht gewohnt sind mit dem Computer umzugehen, vielleicht eine Webseite aufzumachen und dann sich in so ein Meeting über den Link anzumelden. Das ist für viele schon ein Hindernis, glaube ich. Dieser ganze Onlinezugang, da habe ich viele, die da nicht mit umgehen können.“ [Interview Reelsen, Z. 485-499]

Ein Stück weit spiegelt sich das auch in der Dorfbefragung wider, in der einerseits der Bekanntheitsgrad des Angebotes und andererseits die Wünsche an die Gestaltung der Vortragsreihen abgefragt wurden. Hier wurde sehr deutlich, dass die Veranstaltungen nach Möglichkeit lokal im Dorfzentrum/Dorfgemeinschaftshaus stattfinden sollen. Die digitale Alternative wurde dem hingegen deutlich seltener präferiert.

Abb. 17: Welche Wünsche hätten Sie an die Organisation von Vortragsreihen in Ihrem Dorf?



Vor diesem Hintergrund kommt dem IT-Equipment, das im Rahmen von DZD für die Aufwertung der Dorfgemeinschaftshäuser geliefert wurde, eine große Bedeutung zu, da damit in fast allen Orten zentral organisierte Veranstaltungen mit Live-Streams angeboten werden können.

5.3 Lieferung von IT-Equipment für die Dorfgemeinschaftshäuser (Modul 3)

Kurzbeschreibung und Zielsetzung der Maßnahme:

Die Funktionen von Dorfgemeinschaftshäusern haben sich seit den 1970er Jahren erheblich gewandelt, was vor allem auf sozioökonomische, demographische und technologische Veränderungen zurückzuführen ist. Historisch dienten Dorfgemeinschaftshäuser primär als soziale Treffpunkte für Gemeinschaftsveranstaltungen, Feste und gemeinschaftliche Aktivitäten. Sie waren die zentralen Orte für die Pflege lokaler Traditionen und lokalen Brauchtums. In den letzten Jahrzehnten hat sich die Funktion dieser Häuser gewandelt: ihre Bedeutung als Orte des kulturellen Austauschs und der sozialen Integration hat vielerorts abgenommen, was auf demographische, aber auch maßgeblich gesellschaftliche Veränderungen wie beispielsweise Individualisierungstendenzen und ein verändertes Freizeitverhalten (vgl. Megatrends) zurückzuführen ist. Welchen Stellenwert Dorfgemeinschaftshäuser heute noch in ihren Ortschaften haben, ist sehr unterschiedlich. In einigen Ortschaften wie Sommersell beispielsweise sind sie nach wie vor ein wichtiger Mittelpunkt für das Vereinswesen, in anderen Ortschaften wie zum Beispiel in Scherfedede haben sie sich zu multifunktionalen Räumen entwickelt, die neben gesellschaftlichen Aktivitäten zunehmend auch Dienstleistungen wie Kursangebote oder Büronutzung aufnehmen, um den veränderten Bedürfnissen gerecht zu werden.

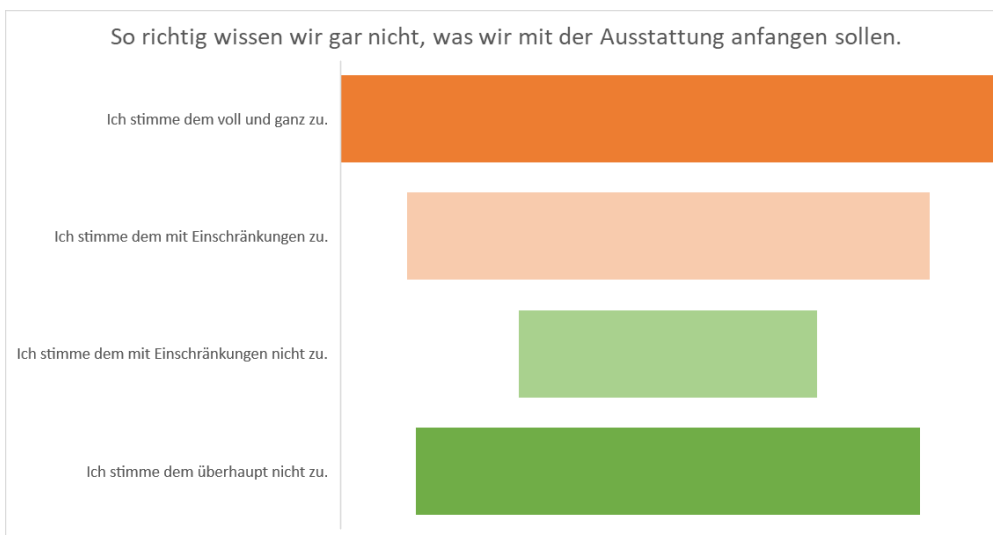
Um die Dorfgemeinschaftshäuser auch weiterhin als zentrale gesellschaftliche Ankerpunkte in den Dörfern des Kreises Höxter zu erhalten und sie zukunftsfähig zu machen, wurden sie im Rahmen des Projektes Dorf.Zukunft.Digital mit moderner digitaler Informations- und Kommunikationstechnik ausgestattet.

☐ *Partizipation & Transfer:*

Die Ausstattung der Dorfgemeinschaftshäuser mit digitaler Informations- und Kommunikationstechnik erfolgte unter enger Einbeziehung der jeweiligen Dorfgemeinschaften. Diese konnten aus einer Liste mit förderfähigem Equipment wählen, welche Ausstattung mit einem Maximalwert von 5.000 Euro netto für das jeweilige Dorfgemeinschaftshaus und den jeweiligen sozialräumlichen Kontext am sinnvollsten erscheint. Als die primären Adressaten dieser Maßnahme wurden die Vereine bei den Entscheidungsfindungen allerorts einbezogen. Die Dorfgemeinschaften an sich nutzten die IT-Ausstattungen bislang kaum, was vor allem darauf zurückzuführen ist, dass in einigen Ortschaften die Auslieferung der Geräte erst kurz vor der Befragung erfolgte. Eine umfassende Bewertung dieser Maßnahme ist somit nicht möglich.

Die Onlinebefragung zeigt allerdings, dass es in der Dorfgemeinschaft durchaus auch kritische Stimmen hinsichtlich der IT-Ausstattung gibt. Dies kann auf Informations- und Kommunikationsdefizite zurückzuführen sein, es kann aber auch eine Folge der zum Teil selektiv erfolgten Partizipation sein, die nur einzelne Perspektiven (DZD-Akteur*innen/Dorf-Digital Lots*innen, Vereinsvertreter*innen) berücksichtigt hat.

Abb. 18: Nutzen der IT-Ausstattung für das Dorf



☐ *Erfolge & Hindernisse im Umsetzungsprozess:*

Der Bestell- und Auslieferungsprozess verlief allen Befragten zufolge problemlos. Überdies wurde deutlich, dass alle DZD-Akteur*innen/Dorf-Digital Lots*innen Überlegungen angestellt haben, wie das neue Inventar administriert und genutzt werden soll (verleihbar vs. fest verbaut), um den höchstmöglichen Mehrwert für die Dorfgemeinschaften zu erzeugen. Die Interviews zeigen, dass die Bedarfe in einem sehr angemessenen Umfang angemeldet und Geräte nur für einen sinnhaften Einsatz bestellt wurden. In Reelsen wurden mangels Dorfgemeinschaftshaus nur portable Lautsprecherboxen beantragt und auf weitere Ausstattung, für die eine feste Räumlichkeit nötig ist, verzichtet. Andere Orte wie Würgassen oder Dringenberg hatten grundsätzlich weniger Bedarfe, da sie bereits im Rahmen der Vorgängerprojekte von DZD mit Geräten ausgestattet worden waren.

☐ *Akzeptanz & Zufriedenheit:*

Auch wenn es, wie oben erwähnt, einige kritische Stimmen aus der Dorfgemeinschaft gibt, so lässt sich konstatieren, dass die Dorfgemeinschaften insgesamt sehr zufrieden sind mit der Bereitstellung der digitalen Informations- und Kommunikationstechnik in ihren Dorfgemeinschaftshäusern.

55 % der Befragten stimmt der Aussage, dass die IT-Ausstattung die Dorfgemeinschaftshäuser aufwertet, uneingeschränkt zu, 45 % stimmen dieser Aussage mit Einschränkungen zu. Dieses positive Feedback wurde auch in den Interviews gespiegelt.

„Und was das Equipment angeht, das ist ja jetzt quasi erst alles gekommen, vor ein paar Wochen, vor einem Monat oder so was. Und da haben wir auf jeden Fall richtig viel positive Resonanz bekommen, dass wir geschafft haben, das alles in unseren kleinen Ort zu kriegen. Und die Aufwertung unserer Halle hat natürlich auf jeden Fall stattgefunden dadurch. Das kann man nicht anders sagen. Wir wären sonst nicht in der Lage gewesen, das Equipment zu beschaffen. Das ist einfach so.“ [Interview Engar, Z. 58-63]

Aus Sicht der Dorf-Digital Lots*innen wird vor allem Veranstaltungstechnik wie Beamer, Leinwände, Whiteboards und portable Lautsprecherboxen gut angenommen. Die Nutzung von Laptops hingegen ist eher gering, da in der Regel eigene Rechner mitgebracht und an die Veranstaltungstechnik angeschlossen werden.

„Also ich habe das in einem anderen Dorf mitbekommen, die haben Tablets angeschafft dafür, dass irgendwie Leute da was gezeigt bekommen können auf Tablets. Aber die Leute bringen ja dann ihre eigenen Sachen mit. Also das ist ja völliger Quatsch. Also wer nimmt denn ein Tablet, das irgendwo rumliegt, wo gar nichts eingerichtet ist und hat zu Hause nichts? Also das ergibt für mich aus sich heraus überhaupt keinen Sinn, dass da Tablets angeboten werden.“ [Interview Bühne, Z. 273-277]

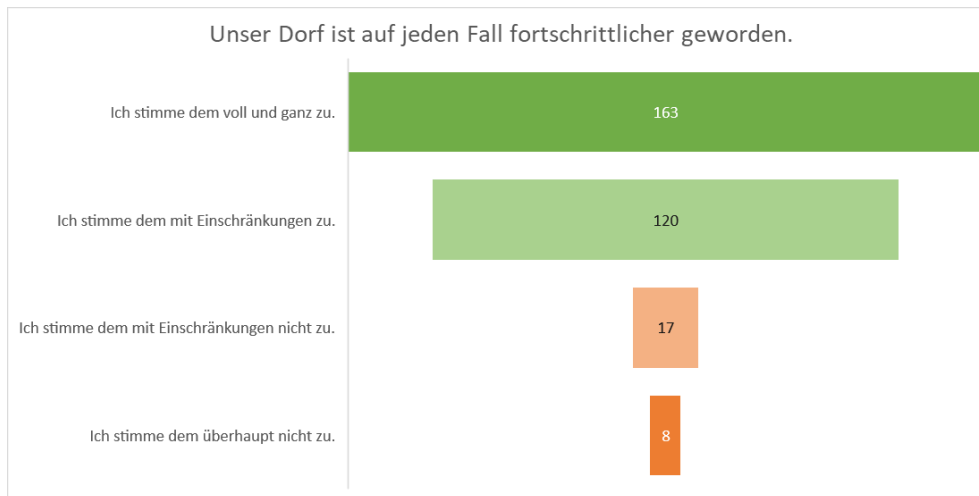
□ Zielerreichung:

Das Ziel, die Dorfgemeinschaftshäuser mit moderner digitaler Informations- und Kommunikationstechnik auszustatten, wurde mit der fristgerechten Auslieferung der Gerätschaften faktisch erreicht. In einigen Ortschaften wurden die Geräte zum Zeitpunkt der Befragung schon verbaut und in Nutzung genommen. In Engar beispielsweise wurde der Jugendraum mit einem Flatscreen-Fernseher ausgestattet, der für Filmvorführungen oder andere Aktivitäten eingesetzt wird.

„In der Halle haben wir einen Wintergarten und den haben wir umfunktioniert in einen Jugendraum. Da steht ein Tischkicker, eine Tischtennisplatte und so was alles. Und da haben wir diesen Flatscreen reingemacht. Also wir haben jetzt ein Kickerturnier gestartet für die Jugendlichen und dann haben wir die Ergebnisse über diesen Flatscreen gespoilert und sowas.“ [Interview Engar, Z. 65-69]

Welche Effekte tatsächlich auf die Dorfgemeinschaft und auf den Erhalt dieser sozialen Mittelpunkte ausgehen, ist aufgrund der Kürze des Evaluationszeitraums schwierig zu bewerten. Die Ergebnisse der Dorfbefragungen lassen jedoch erahnen, dass durchaus positive Wirkungen zu erwarten sind (siehe Abb. 16a und 16b).

Abb. 19: Wahrnehmung der Projektergebnisse



6 Best Practices „Dorf.Zukunft.Digital“

Auch im Projekt Dorf.Zukunft.Digital konnten alle Maßnahmen wie geplant umgesetzt werden. In Hinblick auf die Übertragbarkeit bewährter Vorgehensweisen auf andere sozialräumliche Kontexte lassen sich vier Best Practices identifizieren, die dazu beitragen können, ähnliche Vorhaben in positiver Weise zu beeinflussen.

Qualifizierung von Multiplikator*innen im Dorf

Der Ansatz, Multiplikator*innen im Dorf zu qualifizieren, hat sich schon im Ausgangsprojekt Smart Country Side bewährt. Auch für die hier untersuchte Förderperiode zeigt sich sehr deutlich, dass die Aktivierung von endogenen Ressourcen im Dorf und deren gezielte Förderung in Form von Kompetenzaufbau einen wichtigen Beitrag zur Verbesserung des Allgemeinwohls und zur Förderung des gesellschaftlichen Zusammenhalts leistet. Auch ist davon auszugehen, dass die Akzeptanz der umgesetzten Maßnahmen im Dorf höher ist, wenn sie von Aktiven im Dorf getragen und umgesetzt wird.

„Ich merke schon, das ist eine sehr wichtige Schaltstelle was die Gestaltung angeht. Man hat nämlich da gewisse Gestaltungsmöglichkeiten, gewisse Mitsprachemöglichkeiten. Und wenn ich dann zum Beispiel irgendwas sehe, was vielleicht anders laufen müsste aufgrund der Möglichkeiten, die wir heute haben oder wo wir was verbessern können, dann wird man auch gehört, tatsächlich. Also man merkt schon, [...] dass da auch wirklich was passiert im Moment, was passieren kann. [...] Und das war vielleicht vor zehn Jahren noch nicht so und das gefällt mir daran. [Interview Dössel, Z. 74-83]

Die Zusammensetzung der Redaktions- und/oder Lots*innenteams lässt überdies den Schluss zu, dass durch die inhaltliche Vielfalt und zum Teil technische Ausrichtung der Aktivitäten Personen unterschiedlicher Altersgruppen und mit verschiedenen Interessen adressiert und für ein Engagement gewonnen werden können, die sich möglicherweise durch die bisherigen Engagementmöglichkeiten im Dorf nicht angesprochen fühlten.

Neue Impulse für Dorfmittelpunkte setzen

Die Interviews zeigen sehr deutlich, dass zentrale Dorfmittelpunkte wie beispielsweise Dorfgemeinschaftshäuser und Bürgerhallen auch nach der Corona Pandemie nach wie vor eine wichtige gesellschaftliche Funktion erfüllen. Gleichwohl sind viele bestehende Infrastrukturen nicht mehr zeitgemäß, weil sie baulichen und technischen Standards nicht mehr entsprechen und, wie im Falle Sommersells, räumlich überdimensioniert sind bzw. nicht mehr den tatsächlichen räumlichen Bedarfen der Nutzenden entsprechen.

Projekte wie Dorf.Zukunft.Digital können wichtige Impulse setzen, um innerhalb der Dorfgemeinschaften eine kritische Auseinandersetzung zur zukünftigen Entwicklung und Nutzung der vorhandenen Infrastruktur auszulösen. Dabei ist es jedoch wichtig, die Dorfgemeinschaften dabei professionell zu begleiten und zu beraten, um Fehlentscheidungen vorzubeugen. Durch die Bereitstellung moderner technischer Gerätschaften kann grundsätzlich, wie im Falle des Dorftreffs in Scherfede, nicht nur eine technisch-bauliche Modernisierung angestoßen, sondern auch eine neue Angebotsstruktur aufgebaut werden, die den Dorfzentren neues Leben einhaucht und ihre gesellschaftliche Relevanz als soziokulturelle Dorfmittelpunkte aufwertet.

Kommunikation im Dorf aufrechterhalten

Die Einführung des DorfFunks in den Dörfern des Kreises Höxter hat sich als Instrument für die Kommunikation im Dorf allorts bewährt, auch wenn nicht alle Bewohner*innen gleichermaßen Gebrauch davon machen bzw. dieses Medium neben anderen Messengerdiensten genutzt wird. Für Jugendliche und junge Erwachsene sind andere digitale Dienste und Plattformen attraktiver, was aber in Hinblick auf das „Informiert sein, was im Dorf los ist“ unproblematisch ist, da vielerorts Informationen über mehrere Kanäle parallel gestreut werden.

„Also das darf man nicht vergessen, dass bei den jungen Leuten das Kommunikationsverhalten und die Kanäle, worüber die sich Informationen holen, vollständig andere sind als bei den alten Leuten.“ [Interview Dringenberg, Z. 421-423]

Der DorfFunk, so scheint es, positioniert sich zunehmend zwischen den vielfältigen digitalen Informations- und Kommunikationsmedien einerseits und den für Dörfer typischen persönlichen „Zaungesprächen“, die bis heute ein wichtiges Merkmal gemeinschaftlichen Zusammenlebens in Dörfern darstellen, andererseits. Er ermöglicht auf individuell skalierbaren räumlichen Ebenen spontanen und schnellen Informationsaustausch ebenso wie Gelegenheiten für persönliche Interaktion.

In Verbindung mit der DorfPage wird der DorfFunk von lokalen Akteur*innen mit Inhalten versorgt und überwiegend für lokale Belange genutzt. Das macht ihn für Dorfgemeinschaften wertvoll, da somit immer neue Anlässe für Kommunikation und Austausch geschaffen werden.

Wünschenswert wäre in diesem Zusammenhang jedoch, eine Moderationsfunktion für die zuständigen Dorfmoderator*innen einzurichten, um eine missbräuchliche Nutzung des DorfFunks zu vermeiden (siehe hierzu Kap. 7).

Kontinuität und Nachhaltigkeit schaffen

Ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal und tragender Erfolgsfaktor ist die geschaffene Kontinuität und Nachhaltigkeit des Projektes. Was 2016 mit wenigen Dörfern im Rahmen von Smart Country Side erprobt wurde, hat sich seitdem zu einem festen Leitbild ländlicher Entwicklung im Kreis Höxter entwickelt: die Nutzung und Inwertsetzung der Digitalisierung zum Erhalt von Daseinsvorsorge, Lebensqualität und Gemeinwohl in ländlichen Räumen. Durch die feste Verankerung der Erprobung smarter Lösungen in den Dörfern des Kreises Höxter im Kreisentwicklungskonzept hat das Thema „Digitalisierung im ländlichen Raum“ den zeitlich befristeten Projektstatus überschritten und ist zu einer kommunalen Daueraufgabe erhoben worden. Dies eröffnet neue Perspektiven für ländliche Entwicklung und sichert die Zukunftsfähigkeit der Dörfer.

Mit Dorf.Zukunft.KI startet 2026 eine neue Etappe, die Bewährtes aus 10 Jahren DZD beibehält, 40 weitere Dörfer inkludiert und die Dorfgemeinschaften auf einen neuen Megatrend – die globale Verbreitung und Etablierung künstlicher Intelligenz – vorbereitet.

Die Tatsache, dass DZD weiter läuft und nicht wie viele andere Projekte mit Auslaufen der Förderung endet, trägt dazu bei, dass die Motivation der freiwillig Engagierten in den beteiligten Dörfern weiterhin hoch ist und kontinuierlich daran gearbeitet wird, die bereits umgesetzten Maßnahmen am Leben zu halten bzw. weiterzuentwickeln. In nahezu allen befragten Dörfern ist das Interesse, auch am Thema KI zu arbeiten, überaus hoch.

7 Learnings & Handlungsempfehlungen für den Kreis Höxter

Die Identifikation sogenannter „Best Practices“ als grundsätzlich auf andere sozialräumliche Kontexte übertragbare Erkenntnisse wird im Folgenden durch Aspekte ergänzt, die im Verlauf der Umsetzungsprozesse möglicherweise zu kurz gekommen sind. Der Begriff „Learnings“ bezeichnet in diesem Kontext einen aktiven Prozess des Lernens aus individuellen Erfahrungen, die von den unterschiedlichen Akteur*innen in den Interviews beschrieben wurden.

Basierend auf den daraus gewonnenen Erkenntnissen können entsprechend Empfehlungen an den Kreis Höxter formuliert werden, um Berücksichtigung in zukünftigen Förderprogrammen zu finden.

Dörfliche Nahversorgung als Daueraufgabe etablieren

Die Ergebnisse der Online-Befragung (vgl. Abb. 2) sowie der Interviews zeigen sehr klar auf, dass die Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs in den Dörfern des Kreises Höxter als eine der größten Herausforderungen gesehen wird. Auch die Sicherstellung der medizinischen Versorgung sowie die Sicherstellung der Mobilität über den ÖPNV empfinden viele Befragte als herausfordernd. Gleichzeitig zeigen die geförderten Projekte, dass es tragfähige Lösungen gibt, die die Nahversorgung auf dem Land sicherstellen können. Hybridläden oder SB-Automaten, die autonomes Einkaufen ermöglichen sowie Marktboxen, die zumindest diejenigen Produkte bereitstellen, die punktuell in größerem Umfang nachgefragt werden, wie beispielsweise Backwaren, Eier oder Dauerwurst. Welche Lösung für welches Dorf am tragfähigsten erscheint, hängt vor allem vom Engagement und der Akzeptanz der Dorfgemeinschaften ab. Die Erfahrungen aus Nah.Versorgt.Digital zeigen jedoch, dass geplante, aber auch laufende Initiativen eine kontinuierliche fachliche Begleitung

in Form von Beratung und ggf. auch finanzieller Unterstützung benötigen, um tragfähige Konzepte zu entwickeln und zu betreiben.

„In Gänze, jetzt mal abgesehen von diesem Förderprogramm, fände ich es besser, wenn Dorfläden noch weiter gefördert und unterstützt würden. Ich schaue da immer mal so ein bisschen nach Bayern. Die haben da ein bisschen anderes Konstrukt, wo auch tatsächlich die Dorfläden von den Kommunen oder auch vom Land unterstützt werden.“ (Interview 2 Dringenberger Dorfläden, Z. 302-308)

Beratungsstrukturen für „Phase Null“ schaffen

Als „Phase Null“ wird der initiale, vorplanende Schritt in Entwicklungsprozessen von Projekten bezeichnet. Das Ziel dieser Phase ist es, eine fundierte Basis für weitere, konkrete Planungsschritte zu schaffen, potenzielle Herausforderungen frühzeitig zu identifizieren und die Zielrichtung eines Projektes zu präzisieren. Diese Phase erfolgt in den allermeisten Projektzusammenhängen eher beiläufig und unstrukturiert, eine fachliche Begleitung und/oder eine professionelle Moderation während dieser Phase gibt es in der Regel nicht.

Dabei könnten durch eine fachliche Beratung bereits hier Fehler vermieden werden und durch eine professionelle Moderation Potenziale von Projektideen besser ausgeschöpft werden.

„Uns war nicht bewusst, dass viele Dinge so viel Zeit brauchen.“ (Interview 2 Dorftreff, Z. 92)

So zeigte sich beispielsweise mehrfach erst nach Maßnahmenbeginn in Nah.Versorgt.Digital, dass einzelne Aktivitäten gar nicht förderfähig waren. In der Folge mussten Konzepte geändert und Alternativlösungen gefunden werden, was mit einer weiteren Beanspruchung haupt- und ehrenamtlicher Ressourcen verbunden war.

Auch im Projekt Dorf.Zukunft.Digital hätte die Effektivität einzelner Aktivitäten in Modul 3 gesteigert werden können, wenn es vor Projektbeginn für die Akteur*innen in den Dörfern einen moderierten Rahmen gegeben hätte, in dem unter fachlicher Anleitung die Anschaffung von IT-Equipment besprochen und mit konkreten Angebotsideen hinterlegt worden wäre. Denkbar wäre in diesem Zusammenhang auch die Öffnung eines breiter angelegten Partizipationsprozesses – ähnlich wie in Brenkhausen – gewesen, um Teilhabe auch für die nicht in Vereinen Engagierten zu ermöglichen.

Bereits in der Phase Null wird die Grundlage dafür gelegt, welche Personen an einem Prozess partizipieren (dürfen) und welche Rollen sie in Projekten übernehmen (dürfen). Andersherum wird auch festgelegt, wer von vornherein nicht partizipieren kann, weil beispielsweise Informationen über ein geplantes Vorhaben nur selektiv gestreut werden. Die Erfahrungen der geförderten Projekte zeigen eindrücklich, dass es schwerer ist, Mitstreiter*innen für laufende Projekte zu gewinnen (Bsp. Scherfede) als Engagierte, die bereits in die Entwicklung der Maßnahmen involviert waren (Bsp. Brenkhausen).

Bei der Gestaltung neuer Förderprogramme sollte deshalb stärker darauf geachtet werden, bereits im Vorfeld der Ausschreibung Maßnahmen zur fachlichen Begleitung und Prozessmoderation zu implementieren und den Stellenwert der „Phase Null“ viel stärker in der Konzipierung von Förderprogrammen zu berücksichtigen. Konkret würde das mindestens die Benennung einer beratenden Ansprechperson sowie die zeitliche Berücksichtigung in Abläufen beinhalten. Der

Mehrwert läge 1.) in einer inhaltlichen Qualitätssteigerung der Anträge und Maßnahmen, 2.) in einer Entlastung der ohnehin schon überlasteten ehrenamtlich Engagierten und 3.) mehr Beteiligten in den Dörfern und damit einer insgesamt größeren sozialräumlichen Strahlkraft der Maßnahmen.

Reichweite in den Dörfern erzeugen

Die Ergebnisse der Befragungen zeigen, dass trotz DorfFunks, DorfPage und etablierten WhatsApp-Gruppen ein Informationsdefizit besteht, was die technischen Anschaffungen und Angebote angeht. Obwohl in allen Dörfern auf verschiedene Art und Weise über die Aktivitäten im Rahmen des Projektes „Smarte Nahversorgungsräume der Zukunft“ informiert wurde (z.B. persönliche Ansprache, Informationsveranstaltungen, Flyer, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit), fühlen sich Menschen dennoch nicht informiert bzw. nicht angesprochen, die diversen Angebote wahrzunehmen. Dieser Umstand ist auf verschiedene Faktoren zurückzuführen. So fühlen sich beispielsweise einige, oftmals ältere Menschen nicht in der Lage, den technischen Neuerungen ihre Aufmerksamkeit zu schenken, da sie entweder über keine digitalen Endgeräte verfügen oder die diversen Funktionalitäten nur bedingt beherrschen. In mehreren Interviews wurde deshalb darauf hingewiesen, diese Personenkreise trotzdem bei der Angebotsgestaltung mitzudenken, da oftmals ein Interesse an bestimmten Veranstaltungsformaten besteht.

Auch Jugendliche und junge Erwachsene gehören zu den Personengruppen, die im Projektkontext insgesamt wenig sichtbar sind. In einigen Interviews wurde bestätigt, dass diese Zielgruppe äußerst schwer erreichbar ist und es keine Ideen bzw. kein Konzept gibt, das diesen besonderen Personenkreis dezidiert adressiert.

Eine frühzeitige Ansprache und Einbindung in Projektplanungen (siehe 7.2) kann dazu beitragen, die Interessen der Jugendlichen/jungen Erwachsenen zu erfragen und zu berücksichtigen und ihnen damit Verantwortung für die Gestaltung ihres Lebensraums zu übertragen. Um diese Zielgruppe für die Mitwirkung an Förderprojekten des Kreises zu gewinnen und deren Umsetzung auf ein breiteres personelles Fundament zu stellen, sollte in zukünftigen Ausschreibungen die Partizipation von Jugendlichen und jungen Erwachsenen explizit eingefordert werden.

Im Sinne einer gleichberechtigten Teilhabe aller Menschen im Dorf und einer sorgenden Gemeinschaft wäre es immens wichtig, die verschiedenen Generationen und Personengruppen im Dorf stets mitzudenken und zielgruppenspezifische Angebote zu entwickeln.

Formative Evaluation in Projekten etablieren

Eine formative Evaluation ist eine laufende Überprüfung von Projektprozessen und -ergebnissen, die während der Umsetzungsphase eines Projekts, Programms oder einer Maßnahme durchgeführt wird. Ziel ist es, kontinuierlich Feedback zu liefern, um Probleme oder Schwachstellen zu identifizieren und Anpassungen vorzunehmen. Sie dient in erster Instanz der Qualitätssicherung und Zielerreichung. Aus einigen Interviews lässt sich ableiten, dass eine objektive Beobachtung der Umsetzungsprozesse durchaus hilfreich gewesen wäre, um beispielsweise neue Vernetzungs-/Kooperationsmöglichkeiten oder auch noch nicht erreichte Zielgruppen aufzuzeigen.

„Das ist eine ganz spannende Sache, wie kriegt man die Jugendlichen eigentlich? Wir als Verein haben jetzt noch kein Patentrezept gefunden. Es gibt natürlich verschiedenste Formate, die im Ort laufen, wie ein Sportverein, wie ein Musikverein, die auch stark auf das Thema Jugendförderung und

Nachwuchsgewinnung setzen. Aber vielleicht sind wir als Verein da mit unseren Themen noch nicht sexy genug für. Ich weiß es nicht.“ (Interview 2 Dorftreff, Z. 278-282)

Oftmals wird aus Kostengründen auf eine begleitende (formative) Evaluation verzichtet bzw. eine summative Evaluation, also eine abschließende Projektbewertung, bevorzugt. Der Wirkungsgrad summativer Evaluationen ist jedoch begrenzt, da Fehlentwicklungen in abgeschlossenen Projekten nicht mehr entgegengesteuert werden kann, sondern allenfalls Empfehlungen für zukünftige Projekte bzw. Ausschreibungen ausgesprochen werden können, um potenzielle Fehler zu vermeiden.

Die formative Projektbewertung bietet den Vorteil, Projektprozesse aktiv zu steuern, Risiken frühzeitig zu erkennen und die Qualität der Ergebnisse durch kontinuierliches Feedback und Anpassungen zu steigern. Dies erhöht letztlich die Wahrscheinlichkeit eines erfolgreichen Projektabschlusses, optimiert den Ressourceneinsatz und trägt zur Nachhaltigkeit von Projekten bei.

Weiterentwicklung bestehender Konzepte

Dorf.Zukunft.Digital baut auf einem erfolgreich erprobten Gesamtkonzept auf, das sich in mittlerweile 70 Dörfern im Landkreis Höxter etabliert hat. Angesichts sich kontinuierlich ändernder Rahmenbedingungen (siehe Megatrends-Map im Anhang) sollten auch etablierte Konzepte einer ständigen Überprüfung unterzogen werden, um angemessen auf aktuelle Bedarfe reagieren zu können. Der Ansatz, Multiplikator*innen zu qualifizieren, hat sich auch in dieser Förderphase wieder bewährt. Gleichwohl wird das volle Potenzial dieser Idee nicht ausgeschöpft, wie aus einigen kritischen Stellungnahmen der Dorf-Digital-Lots*innen zu entnehmen ist. So wurde bereits in Kap. 5.2 dargelegt, dass die Schulungsmodalitäten hinsichtlich Dokumentation und Aufzeichnung sowie deren Weitergabe/Veröffentlichung überprüft werden sollten und ggf. vertraglich mit den Trainer*innen geregelt werden sollten.

Des Weiteren wurde der Wunsch nach einer App-spezifischen Schulung geäußert, die dezidiert für die lokalen Administrator*innen ausgerichtet wird.

Ein überaus wichtiges Anliegen formulierten die Administrator*innen/Dorf-Digital-Lots*innen in Hinblick auf die Einführung einer Moderationsfunktion im DorfFunk. Sofern diese Funktion nicht im neuen StadtLand.Funk integriert worden ist, sollte der Kreis Höxter als Träger des Projektes darauf hinwirken, dass diesbezüglich eine Lösung gefunden wird, die ein schnelles Eingreifen auf unsachgemäße Inhalte und Kommentare ermöglicht.

8 Schlusswort

Der vorliegende Bericht bilanziert zwei erfolgreich umgesetzte Initiativen im Rahmen des Projektes „Smarte Nahversorgungsräume der Zukunft“, die bedeutende Impulse für eine nachhaltige Entwicklung der Dörfer im Kreis Höxter gesetzt haben. Die insgesamt große Zufriedenheit aller Beteiligten in den einzelnen Ortschaften ist ein wichtiger Indikator für den Erfolg und weist auf die Relevanz und Akzeptanz der umgesetzten Maßnahmen hin. Dieser Erfolg ist maßgeblich auf ein außerordentlich hohes Maß an freiwilligem Engagement der lokalen Akteur*innen zurückzuführen, das die Projekte getragen hat.

Sowohl Nah.Versorgt.Digital als auch Dorf.Zukunft.Digital belegen, dass trotz erheblicher gesellschaftlicher Herausforderungen der „soziale Kitt“ der Gesellschaft im Kreis Höxter noch sehr stark ist. Viele Menschen in der Region investieren ihre Zeit, um zusammen mit anderen die Lebensqualität in den Dörfern hoch zu halten. Sie nutzen die sich bietenden Möglichkeiten, Visionen für die Zukunft ihrer Dörfer zu entwickeln und kleinschrittig und an den örtlichen Bedarfen orientiert umzusetzen. Die Angebote, die über Nah.Versorgt.Digital und Dorf.Zukunft.Digital geschaffen wurden, bieten Gelegenheiten und Räume für generationenübergreifende Zusammenarbeit, Austausch und Kommunikation. Sie bieten Anlässe für Engagement, setzen vorhandenes Wissen und Kompetenzen in Wert und legen damit die Grundlage für eine aktiv sorgende Gemeinschaft. Und sie ermöglichen denjenigen, für die gesorgt werden muss, Teilhabe und Selbstbestimmung, aber auch Sichtbarkeit.

Aufgrund des kurzen Evaluationszeitraums und der zeitlichen Abfolge einzelner Aktivitäten lässt sich keine abschließende Aussage bezüglich des genauen Wirkungsgrades der einzelnen Maßnahmen treffen. Ebenso ist es schwierig zu beurteilen, welche Form der Lebensmittelversorgung im Dorf letztlich am besten geeignet ist. Diese Frage hängt stark von den individuellen Gegebenheiten und Bedürfnissen jeder Ortschaft ab, wobei feststeht, dass die langfristige Tragfähigkeit jeder Lösung maßgeblich von der Bereitschaft der Kundschaft abhängt, die Angebote auch aktiv zu nutzen, etwa durch regelmäßige und größere Einkäufe im Dorfladen oder die Nutzung des DorfMobils und der Dorfzentren.

Insgesamt verdeutlicht die vorliegende Studie, dass die nachhaltige Wirkung lokaler Versorgungskonzepte eng an die Akzeptanz und Nutzung durch die Dorfgemeinschaft gebunden ist. Eine erfolgreiche Entwicklung erfordert daher eine kontinuierliche Einbindung und Motivation der Ortsbewohnerinnen und -bewohner sowie eine bedarfsgerechte Anpassung der Angebote an die jeweiligen lokalen Rahmenbedingungen.

Quellenverzeichnis

- Döring, N.; Bortz, J. (2016). Evaluationsforschung. In: (dies.): Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. Berlin, Heidelberg, S. 975-1036.
- Eberhardt, W. (2022). Dorf- und Bürgerläden: Ehrenamtliche Unterstützung sichert oft Geschäftsbetrieb. Ländlicher Raum (ASG) 73(2): 21-24.
https://literatur.thuenen.de/digbib_extern/dn065102.pdf
- Eberhardt, W.; Küpper, P.; Seel, M. (2021). Dynamik der Nahversorgung in ländlichen Räumen verstehen und gestalten. Impulse für die Praxis. Braunschweig: Thünen-Institut für Ländliche Räume, https://literatur.thuenen.de/digbib_extern/dn064077.pdf
- https://www.dringenberger-dorfladen.de/images/dorfladen/pdf/2025_07_03_Gesellschafterversammlung.pdf
- <https://www.it.nrw/statistik>
- <https://karten.landatlas.de/>
- <https://www.zukunftsinstitut.de/megatrends>
- <https://www.regionalstatistik.de/genesis/online>
- <https://www.westfalen-blatt.de/owl/kreis-hoexter/nieheim/sommersell-lebenswert-lebendig-apfelkuchenfest-dorfgemeinschaftshaus-smartcity-3404064?pid=true&ueg=default>
- <https://www.zukunftswerkstatt-scherfedede.de/satzung-zukunftswerkstatt-scherfedede-e-v>
- Kreis Höxter (Hrsg.)(2020): Digitale Zukunft gemeinsam gestalten. <https://xregion.de/wp-content/uploads/2020/12/XRegion-Digitale-Zukunft-gemeinsam-gestalten.pdf>
- Kreis Höxter (Hrsg.)(2024): Kreisentwicklungskonzept ZukunftPlusX. https://www.kreis-hoexter.de/media/www.kreis-hoexter.de/org/med_3114/18539_cima-chartbericht_kek_h_xter_18.09.2025.pdf
- Lobeck, M. (2017). „Digitale Zukunft auf dem Land“. Wie ländliche Regionen durch die Digitalisierung profitieren können. Bertelsmann Stiftung, Gütersloh. <https://www.bertelsmannstiftung.de/de/publikationen/publikation/did/digitale-zukunft-auf-dem-land>
- Mettenberger, T. (2024). Digitalisierung von Daseinsvorsorge in ländlichen Räumen. In: Wendt, WR., Faulde, J. (eds.). Wohlfahrtspflege im ländlichen Raum: Herausforderungen für Sozialpolitik und Soziale Arbeit. 1. Auflage. Baden-Baden: Nomos, pp 275-286, DOI:10.5771/9783748917625-275
- Mettenberger, T.; Küpper, P. (2021). Innovative Versorgungslösungen in ländlichen Regionen: Ergebnisse der Begleitforschung zum Modellvorhaben Land(auf)Schwung im Handlungsfeld „Daseinsvorsorge“. Braunschweig: Johann Heinrich von Thünen-Institut, 258 p, Thünen Report 90, Band 1, DOI:10.3220/REP1634815865000
- Schulz, M.; Mack, B.; Renn, O. (2012). Fokusgruppen in der empirischen Sozialwissenschaft. Von der Konzeption bis zur Auswertung. Wiesbaden, DOI <https://doi.org/10.1007/978-3-531-19397-7>
- Stufflebeam, Daniel L. (1972). Evaluation als Entscheidungshilfe. In: Wulf, Christoph [Hrsg.]: Evaluation. Beschreibung und Bewertung von Unterricht, Curricula und Schulversuchen. München, S. 113-145.