



ardent 

entrepreneurship education
for rural development

Bedarfsanalyse

Wirtschaftliche und soziale
Herausforderungen der
ländlichen Gemeinden

Inhalt

1. Einleitung.....	Error! Bookmark not defined.
2. Die Rural Consultation Events	3
Münsterland, Deutschland:.....	3
Sachsen-Anhalt, Deutschland:	4
Małopolska, Polen:.....	6
Slawonische Bezirke, Kroatien:	8
Alto Minho Region, Portugal:	10
3. Wirtschaftliche und soziale Herausforderungen	13
1. Bildung.....	Error! Bookmark not defined.
2. Digitalisierung.....	Error! Bookmark not defined.
3. Regulatorische Rahmenbedingungen.....	Error! Bookmark not defined.
4. Wertschätzung und Zugang zu regionalen Produkten.....	Error! Bookmark not defined.
5. Finanzierung	Error! Bookmark not defined.
6. Förderung von Aktivitäten der lokalen Gemeinschaft & kooperativer Einstellungen	Error! Bookmark not defined.
7. Ländliche Entvölkerung und demografischer Wandel.....	Error! Bookmark not defined.
8. Effiziente Triple-Helix Kooperation.....	Error! Bookmark not defined.
9. Autonome Regionen schaffen und Umweltbelastung reduzieren..	Error! Bookmark not defined.

1. Einleitung

Diese Publikation wurde im Rahmen des von Erasmus+ unterstützten Projekts ARDENT- Advancing Rural Development through Entrepreneurship Education for Adults (2019-1-DE02-KA204-006491) erstellt. Er wird in Form einer Bedarfsanalyse erstellt, in der wir die gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bedürfnisse und Herausforderungen einer bestimmten Region oder Gemeinde darstellen, die bei der "ländlichen Konsultationsveranstaltung" ermittelt wurden. Der Bericht gibt einen Einblick in die ländlichen Konsultationsveranstaltungen, die in jedem der Partnerländer stattgefunden haben und listet die identifizierten Herausforderungen nach Themenschwerpunkten auf.

Im Rahmen unseres Erasmus+ Projekts ARDENT werden die Ergebnisse der ländlichen Konsultationsveranstaltung den Partner-Hochschulen (HEIs) helfen, den Inhalt und die Herangehensweise weiterer Projektergebnisse zu planen, nämlich das Rural Entrepreneurship Community-based Learning Pack (CBL-Programm). Das Rural Entrepreneurship CBL Program wird entsprechend der Themen, die während der ländlichen Konsultationsveranstaltungen aufkamen, angepasst. Die identifizierten Herausforderungen sind in diesem Bedarfsanalysebericht festgehalten, der auf der Grundlage der Ergebnisse der ländlichen Konsultationsveranstaltungen erstellt wurde. Während des CBL-Lehrprogramms entwickeln und implementieren die erwachsenen Lernenden/Studenten unternehmerische Projekte, die auf eine Verbesserung der identifizierten Themen abzielen, die in diesem Dokument vorgestellt werden.

Der Bericht gibt zunächst einen Überblick über alle ländlichen Konsultationsveranstaltungen, die in allen Partnerorten im Jahr 2020 stattfanden. Dieser Teil gibt einen Einblick, wie die Veranstaltungen geplant, organisiert und durchgeführt wurden. Er gibt Informationen über die Hintergründe der Mitglieder der ländlichen Konsultation und ihren Beitrag zu der Veranstaltung. Das nächste Kapitel geht auf die Ergebnisse der ländlichen Konsultationsveranstaltungen ein. Es gibt einen Überblick über die wirtschaftlichen und sozialen Herausforderungen in den ländlichen Gemeinden und die Vorschläge der Mitglieder des ländlichen Rates zu den Lösungen, die die unternehmerischen Projekte der Studenten leiten würden, sowie potenzielle Themen für die Gemeinde-Workshops, die während der nationalen Einführungen angeboten werden sollen. Der Bericht über die Bedarfsanalyse ist Teil des zweiten intellektuellen Outputs des ARDENT-Projekts, neben dem Fahrplan für die ländliche Beratung. Darüber hinaus hat das ARDENT-Konsortium eine Reihe weiterer wertvoller Materialien entwickelt, die ebenfalls zur unternehmerischen Bildung für Erwachsene beitragen.

2. Die Rural Consultation Events

Anhand der Roadmap haben die Partnerhochschulen des ARDENT-Projekts die ländlichen Konsultationsveranstaltungen in ihren jeweiligen Regionen erfolgreich geplant und durchgeführt und die Ergebnisse analysiert, die in den nächsten Schritten genutzt werden sollen. Alle Partner haben die ländlichen Konsultationsveranstaltungen durchgeführt, einige virtuell und einige physisch, abhängig von den vorherrschenden Umständen aufgrund der Covid-19-Pandemie. Im Folgenden finden Sie eine Zusammenfassung der Veranstaltungen der einzelnen Partner, die auf ihre jeweilige Region zugeschnitten waren.

Münsterland, Deutschland:

Covid-19 Herausforderungen für die regionale Entwicklung: unter dieser Überschrift veranstaltete die Fachhochschule Münster (MUAS) im Oktober 2020 ihre ländliche Konsultationsveranstaltung: Münsterland. Die Workshop-Veranstaltung wurde vom Science-to-Business Marketing Research Center der Fachhochschule Münster in einem attraktiven Veranstaltungsort im Hafen von Münster (Hafenkäserei Münster) ausgerichtet. Die Vorbereitungen für die Veranstaltung mussten sorgfältig nach den aktuellen Covid-19-Vorschriften koordiniert werden, um die Sicherheit und Gesundheit aller Teilnehmer zu gewährleisten. Diese Vorbereitungen stellten das Team vor einige Herausforderungen, da es das erste Mal war, dass eine externe Veranstaltung während der Pandemie auf nicht-digitale Weise und unter Einbeziehung von Gruppenarbeit organisiert wurde.

Eingeladen waren Vertreter von assoziierten Partnern wie der TAFH Münster, Hochschulvertreter, Unternehmer, regionale Experten für Wirtschaftsförderung oder Unternehmertum sowie Bewohner aus dem Münsterland als breite Zielgruppe, die aus unterschiedlichen Perspektiven wertvolle Beiträge leisten konnten.

Die Veranstaltung begann mit einer kurzen Einführung von Prof. Thorsten Kliewe, Geschäftsführer des S2BMRC, der die Bedeutung des Unternehmergeistes für die Förderung des Münsterlandes und seiner wirtschaftlichen Entwicklung betonte. Anschließend erläuterten Iulia Stroila, ARDENT-Projekt Koordinatorin und wissenschaftliche Mitarbeiterin am S2BMRC, und Ana Gathmann, ARDENT-Projektassistentin, das Ziel und den Ablauf des Workshops - die Definition der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Herausforderungen des ländlichen Raums im Münsterland - sowie die weitere Verwendung der Workshop-Ergebnisse als Grundlage für das Erwachsenenbildungsprogramm "Rural Entrepreneurship Accelerator". Die Teilnehmer wurden in drei separate Arbeitsgruppen mit jeweils 3-4 Personen aufgeteilt. Nach einem kurzen individuellen Brainstorming über aktuelle Treiber und Barrieren in der Region Münsterland gingen die Gruppen in eine lebhafte Diskussion über. Nachdem alle Gruppenmitglieder ihre Ideen zu wirtschaftlichen und sozialen Herausforderungen eingebracht hatten, mussten die Gruppen diese nach ihrer Relevanz für die Region priorisieren. Der folgende Teil der Gruppenarbeit beinhaltete die Identifizierung von spezifischen Aspekten, die mit der gewählten Herausforderung zusammenhängen. Solche Aspekte waren z.B. Vorteile bei der Bewältigung der Herausforderung, mögliche Barrieren oder beteiligte Stakeholder, um nur einige zu nennen. Diese Aspekte wurden hauptsächlich aus dem Modell "Societal Innovation Canvas" (aus der Roadmap) abgeleitet, das als Vorlage diente, um die Struktur des kreativen Prozesses zu unterstützen und zu

leiten. In einer abschließenden Pitching-Session diskutierten die Gruppen die Ergebnisse der Gruppenarbeit und teilten ihre identifizierten Herausforderungen mit. Insgesamt wurden sechs Herausforderungen als entscheidend identifiziert, die angegangen werden müssen, um eine Kultur des lebendigen Unternehmertums im Münsterland aufzubauen und die ländliche Wirtschaft wiederzubeleben.

In den Gesprächen zeigte sich, dass die Bereitschaft, ein Unternehmen zu gründen, im ländlichen Münsterland geringer ist als in dicht besiedelten Regionen. Dies ist auch auf die aktuelle Arbeitsmarktsituation zurückzuführen. Obwohl es im Münsterland sehr wenige Gründungen gibt, liegt die Erfolgswahrscheinlichkeit leicht über dem Landesdurchschnitt. Erfolgreiche Gründungen wie die Münsterländer Bauernbox oder der Güllemarkt24 sind ein echter Beleg dafür, dass im Münsterland unternehmerisches Potenzial schlummert und das ländliche Unternehmertum weiter gefördert werden sollte. Die Entwicklung des Unternehmertums im ländlichen Raum ist von entscheidender Bedeutung, da der ländliche Raum in den letzten Jahren mit verschiedenen Herausforderungen konfrontiert war und der Prozentsatz der Arbeitslosigkeit auf dem Land und der Abwanderung der Bevölkerung in städtische Gebiete erheblich gestiegen ist. Derzeit führt die Krise um die Covid-19-Pandemie zu weiteren Schwierigkeiten, die es Unternehmern erschweren, in der unsicheren, riskanten, turbulenten und unklaren Welt von heute zu überleben.

Für das Münsterland wurden die folgenden Herausforderungen identifiziert:

- Die unternehmerische Bildung muss in der Region besser gefördert werden, wobei "klassische" Bilder von Unternehmertum in Frage gestellt werden müssen;
- die Bürokratie hemmt die Innovation in der Region;
- Identifizierung von Kompetenzen für die Zukunft unter dem neuen "Normalzustand";
- noch nie dagewesene Abschottungsmaßnahmen haben zu Zusammenbrüchen von KMUs geführt;
- KMU in der Region sind mehr denn je auf ein günstiges Geschäftsumfeld angewiesen, einschließlich der Unterstützung beim Zugang zu Finanzmitteln, Informationen und Märkten;
- es gibt unterschiedliche Einstellungen bei ländlichen und städtischen Unternehmern.

Sachsen-Anhalt, Germany:

Am 1. Oktober fand in der Hochschule Anhalt in Bernburg (HS Anhalt) die ländliche Konsultationsveranstaltung für die Region Sachsen-Anhalt statt. Die Veranstaltung wurde von der Univations GmbH gemeinsam mit dem Kompetenzzentrum Soziale Innovation Sachsen-Anhalt (KomZ) organisiert und brachte 13 Experten aus relevanten Akteuren und Gremien im Format eines Ländlichen Rates zusammen. Trotz der schwierigen Pandemiesituation war der Gesamteindruck und die Akzeptanz der Veranstaltung sehr gut. Die Teilnehmer diskutierten in einer sehr konstruktiven Atmosphäre und brachten mit großer Begeisterung Input und Ideen zu den vorgegebenen Themen ein.

Der Vorbereitungsprozess gestaltete sich aufgrund der besonderen Umstände und der Tatsache, dass die Veranstaltung persönlich an der HS Anhalt stattfinden sollte, schwieriger als sonst. Gesundheitliche Sicherheitsvorkehrungen mussten strikt eingehalten werden und die Entwicklung der Pandemie-Situation wurde Tag für Tag beobachtet. Die Veranstaltung wurde mit Unterstützung des KomZ und der HS Anhalt vorbereitet. In drei verschiedenen Workshops mit jeweils zwei unterschiedlichen Themen wurden die Herausforderungen für die ländlichen Regionen im südlichen Sachsen-Anhalt erarbeitet. Die Teilnehmer kamen aus verschiedenen relevanten Bereichen und konnten jeweils ihre Expertise einbringen. Darunter waren Vertreter von ARDENT assoziierten Partnern, wie dem KomZ, dem Gründerzentrum der HS Anhalt, Lehrkräfte, Projektmanager aus dem Bereich Mobilität und Logistik, einer lokalen Entwicklungs- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft und aus verschiedenen Abteilungen der Landesverwaltung, die eingeladen waren, sich in die Veranstaltung einzubringen und wertvolles Wissen und Ideen auszutauschen. Nach einer kurzen Einführung in das Projekt und einem Update zum Projektstatus erläuterte der Geschäftsführer von Univations, Herr Daniel Worch, das Ziel des Tages - die Definition der wirtschaftlichen und sozialen Herausforderungen der ländlichen Räume im südlichen Sachsen-Anhalt. Anschließend wurde die Gruppe in drei separate Workshops aufgeteilt, um möglichst viele Themen abzudecken und so die zur Verfügung stehende Zeit möglichst effizient zu nutzen. Jeder Workshop hatte seine eigenen vordefinierten Themen und Überschriften, zu denen die jeweilige Gruppe wirtschaftliche und soziale Herausforderungen fand. Es stand den Teilnehmern frei, auch andere Herausforderungen vorzuschlagen. Insgesamt wurden 6 vorrangige Bedürfnisse identifiziert:

Der erste Workshop beschäftigte sich mit dem Thema Mobilität, Infrastruktur und dem Einsatz von Wasserstoff in diesem Zusammenhang. Mobilität und eine gute Infrastruktur sind Voraussetzungen für die Attraktivität und Zukunftsfähigkeit einer Region als Wohn- und Wirtschaftsstandort. Bei mangelnder guter Erreichbarkeit der Zentren wollen junge Familien nicht in die Region ziehen, und auch Unternehmen, die Fachkräfte suchen, bleiben aus. Der Klimaschutz ist ein Beispiel für die veränderten Rahmenbedingungen, die unsere Mobilität von morgen beeinflussen werden. Ein weiteres ist die alternde Gesellschaft, die den Bedarf an altersgerechten Infrastrukturen erhöht.

Der zweite Workshop widmete sich den Themen Bildung und Digitalisierung, die gerade in der aktuellen Pandemie-Situation relevant geworden sind. Die Region Anhalt-Bitterfeld weist einen hohen Anteil an Schulabbrechern auf, der über dem Bundesniveau liegt. Die Bildungsversorgung ist zu einer Herausforderung geworden, die durch die Dynamik des demografischen Wandels wie Abwanderung, sinkende Schülerzahlen und eine alternde Bevölkerung noch verstärkt wird. Gefragt sind Möglichkeiten des lebenslangen Lernens, der Wissensvermittlung, der digitalen Bildung und (individuellen) Förderung, der kulturellen Bildung sowie Lösungen für Fälle, in denen Präsenzunterricht nicht möglich ist. Auch die Chancen der Digitalisierung für den ländlichen Raum wurden in diesem Format diskutiert, nämlich die Möglichkeit der Vernetzung, der Nähe, der lokalen Verankerung, der Dynamik, der Unabhängigkeit und des Beschreitens neuer Wege insgesamt.

Workshop Nummer drei beschäftigte sich mit der alternden und schrumpfenden Bevölkerung insbesondere im ländlichen Raum und der sich verschlechternden medizinischen Versorgungsdichte in diesen Regionen. Die demografische Entwicklung und die damit verbundene Abwanderung junger Menschen in die Städte und die Entvölkerung des ländlichen Raums ist ein zweischneidiges Schwert. Sie stellt die ländlichen Regionen vor Probleme und ganz neue Herausforderungen. Eine wachsende Zahl älterer Menschen verlangt zunehmend nach Zugang zu medizinischer Versorgung. Ein Thema, das es nicht nur in den ländlichen Regionen Sachsen-Anhalts, sondern bundesweit zu bewältigen gilt.

Alle Workshops boten viel Potenzial für eine Vielzahl von zugrundeliegenden Herausforderungen. Daher gingen die Diskussionen in den Workshops lebhaft weiter und es stellte sich heraus, dass die Entdeckung eines Problems oft nur die Spitze eines Eisbergs war, der weitere aufdeckte. Die Gruppen präsentierten ihre Ergebnisse anschließend den anderen Mitgliedern des Landratsamtes. Das Feedback war recht positiv, und es wurde deutlich, dass mehrere Akteure zusammenarbeiten müssen und dass innovative Köpfe gefragt sind, um nachhaltige Lösungen für einige der angesprochenen Probleme zu finden.

Die Wirtschaft Sachsen-Anhalts kann als strukturell eher schwach bezeichnet werden. Egal, welche Indikatoren der Wirtschaftsleistung betrachtet werden, Sachsen-Anhalt landet immer eher im unteren Bereich der Ranglisten. Im Bundesvergleich liegt es bei der Arbeitslosigkeit mit einer Quote von rund 8 Prozent an drittletzter Stelle. Beim wichtigsten Wirtschaftsindikator, dem Bruttoinlandsprodukt, ist das Bild noch düsterer. Hier belegt Sachsen-Anhalt im Bundesvergleich den vorletzten Platz.

Die schwierige wirtschaftliche Situation in der Nachwendezeit führte zu einer fast beispiellosen Abwanderung. Während Ende 1989 noch fast drei Millionen Menschen in Sachsen-Anhalt lebten, sind es heute rund 700.000 weniger. Vor allem die Jüngeren verließen das Land (insbesondere die gut ausgebildeten), was in der heutigen Zeit zu ungünstigen demografischen und arbeitsmarktpolitischen Effekten führt.

Małopolska, Polen:

Die Wirtschaftsuniversität Krakau organisierte am 19. November 2020 ein Online-Meeting mit 16 Teilnehmern. Das Treffen war sehr erfolgreich, und lebte von zahlreichen Diskussionen zu den angesprochenen Themen. Im Vorfeld des Treffens zur "Bedarfsanalyse" wurde ein Forschungsfragebogen an die Teilnehmer verschickt, um ihre Meinung zu den ursprünglich angegebenen Herausforderungen einzuholen. Darüber hinaus bestand die Möglichkeit, weitere Herausforderungen vorzuschlagen, die als Begleiterscheinungen des täglichen Lebens auf dem Lande beschrieben werden können.

Das Treffen wurde in den Räumlichkeiten der Wirtschaftsuniversität Krakau abgehalten. Die Vorbereitung der Veranstaltung wurde durch E-Mail-Nachrichten sowie Telefonanrufe zum Zweck der Teilnahmebestätigung begleitet. Es wurden virtuelle "breakout rooms" genutzt, um ein individuelles Brainstorming zu den verschiedenen Herausforderungen zu ermöglichen. Die Kontaktdaten der Zielgruppe, wie z.B. Vertreter von Unternehmen, NGOs, öffentlichen Verwaltungseinheiten und Universitäten (Landwirtschaft), wurden in einer ARDENT-Datenbank erfasst. Diese stellt die vierfache Helix der Region dar, jedoch aus der Perspektive des ländlichen Raums. Nach der Begrüßung der Teilnehmer und der Besorgung der notwendigen formalen "elektronischen Unterschriften" wurde die Gruppe in zwei Diskussionsrunden aufgeteilt. Jede von ihnen hatte einen Moderator und eine Person, die für das Protokollieren zuständig war, um keine wichtigen Punkte zu verpassen, die während des Brainstormings angesprochen wurden. Die wichtigsten Herausforderungen wurden im Vorfeld des Treffens anhand der Antworten auf den Fragebogen, der verteilt worden war, ermittelt. Aus allen eingegangenen Antworten wurden vier Hauptthemen ausgewählt. Die Teilnehmer sind alle Experten für den ländlichen Raum, was die Grundlage für ihre Nominierung als Mitglieder des ländlichen Rates war.

Während der ländlichen Konsultationsveranstaltung wurden die folgenden Herausforderungen der ländlichen Gebiete in der Region diskutiert:

- Kommerzialisierung und Förderung lokaler Produkte und Dienstleistungen, die von sozialen Organisationen und Haushalten erbracht werden - die Herausforderung, deren direkte
- Ursachen das mangelnde Interesse an lokalen Produkten, Egoismus und mentale Barrieren sind, das Fehlen eines angemessenen Interesses und der Nachfrage nach lokalen Produkten und deren unzureichende oder unangemessene Förderung, das Fehlen stabiler logistischer Systeme für den Verkauf von hergestellten Produkten, Probleme, die aus der Pandemie resultieren, hauptsächlich im Zusammenhang mit der Einschränkung der wirtschaftlichen und sozialen Aktivität, Gesundheitsrisiken und psychologischen und soziologischen Faktoren
- Geringes Wissen über Finanzierungsmöglichkeiten und mangelnde Fähigkeit, Geldmittel zu beschaffen - resultierend aus der unzureichenden Entwicklung der materiellen und finanziellen Infrastruktur, dem systemischen Risiko im Zusammenhang mit der Finanzierung spezifischer Projekte, Herausforderungen, die in erster Linie mit der Reduzierung der sozioökonomischen und finanziellen Aktivitäten aufgrund der Pandemie-Situation zusammenhängen;
- Aufbau von Einstellungen zu lokalem Wirtschaftspatriotismus - die Herausforderung liegt im mangelnden Wissen über die Vorteile des Kaufs lokaler Produkte und Dienstleistungen für die lokale Gemeinschaft und Wirtschaft, keine Gewohnheiten, lokale Produkte/Dienstleistungen zu kaufen;
- Förderung lokaler Gemeinschaftsaktivitäten und Förderung kooperativer Einstellungen - trotz des weit verbreiteten Glaubens an die Effektivität von Kooperationen in verschiedenen Bereichen des sozialen und wirtschaftlichen Lebens sind in der Praxis soziale Aktivitäten und die Bereitschaft, Maßnahmen für das Gemeinwohl zu ergreifen, noch relativ selten. Sehr oft fehlt es an lokalen Führungspersonlichkeiten, die die Fähigkeit haben, die lokale Gemeinschaft für ein gemeinsames Ziel zu begeistern.

Die ländliche Konsultationsveranstaltung an der Wirtschaftsuniversität in Krakau hat gezeigt, dass es rechtliche und soziale Bedarfe gibt, denen nachgekommen werden muss. Was die rechtlichen Maßnahmen betrifft, so sind die Behörden auf meist lokaler und regionaler Ebene diejenigen, die Änderungen zur Unterstützung der lokalen Gemeinschaften vornehmen sollten. Nach übereinstimmender Meinung der beiden Gruppen, die an dem Workshop teilnahmen, ist die lokale Entwicklung eine Domäne der lokalen Führungskräfte, der Menschen, die sich am häufigsten im sozialen Leben engagieren und die Gegebenheiten der Erwachsenen, aber auch der jungen Erwachsenen am besten kennen. Allein ihre Wahrnehmung der lokalen Bedürfnisse und Anforderungen ist das Barometer für den regionalen Bedarf. Daher sollten die gesetzlichen Maßnahmen die Meinungen der lokalen Führungskräfte berücksichtigen und entsprechende Maßnahmen sollten von den lokalen und regionalen Behörden der öffentlichen Verwaltung ausgehen und gefördert werden.

Besonders die regionalen ländlichen Gebiete in Polen sind mit finanziellen Problemen konfrontiert. Die finanziellen Ressourcen sollten umverteilt werden, um lokale Kleinunternehmer und auch soziale Organisationen zu unterstützen, die lokale Produkte und Dienstleistungen anbieten, die bisher nicht ausreichend beworben und angeboten werden.

Slawonische Bezirke, Kroatien:

Die Universität Osijek nutzte die Ergebnisse zweier ländlicher Ratstreffen, um die Herausforderungen ihrer Region zu identifizieren. Das erste Treffen des ländlichen Rates fand im Juni 2020 statt und war Teil eines Kick-off-Projekttreffens mit 18 Teilnehmern. Die Idee war, die Mitglieder des Rates vorzustellen, das Projekt zu präsentieren und ihnen allgemeine Informationen zu geben, um über das Projekt und die Projektaktivitäten nachzudenken. Nach der Präsentation der Entwicklung des ländlichen Raums und der landwirtschaftlichen Produktion in der Region Osijek-Baranja wiesen die Teilnehmer auf Probleme und Herausforderungen hin, auf die sie bei ihrer Arbeit im ländlichen Raum gestoßen sind. Das kroatische Team konzentrierte seine Bemühungen auf 5 slawonische Gebiete. Slawonien liegt im Osten Kroatiens, im Gebiet zwischen den Grenzen zu Ungarn, Serbien und Bosnien und Herzegowina und zwischen den drei wichtigsten und größten kroatischen Flüssen: Donau, Drau und Sava. Dieser Teil Kroatiens ist traditionell auf die Landwirtschaft ausgerichtet. Während des Bürgerkrieges (1991-1995) wurde er ebenfalls stark verwüstet. Da alle Fabriken zerstört wurden, zogen viele Menschen weg (in andere Teile Kroatiens - meist Zagreb und Istrien - oder in andere Länder, vor allem Österreich und Deutschland). Dieser Teil Kroatiens ist in 5 Regionen aufgeteilt: Region Virovitica-Podravina, Region Požega-Slavonia, Region Brod-Posavina, Region Osijek-Baranja und Region Vukovar-Srijem. Diese Regionen, mit einer Größe von 12.486 km², sind überwiegend auf Lebensmittelindustrie, Landwirtschaft und verarbeitende Industrie ausgerichtet.

Die Präsentation des ARDENT-Projekts stieß auf großes Interesse in der lokalen Gemeinschaft, einschließlich der lokalen Regierung. Der Ort des Treffens wurde mit Bedacht gewählt, da wir die vorgegebenen Maßnahmen berücksichtigen mussten, die vom Zivilschutzamt aufgrund der Covid-19-Pandemie verhängt wurden. Tatsächlich hat das kroatische Zivilschutzamt sehr strenge Maßnahmen und - ähnlich wie in anderen EU-Ländern - eine totale Abriegelung am 19. März 2020 beschlossen. Das kroatische Team begann mit der Planung für beide Optionen, wobei das Kick-off-Meeting persönlich und über eine Zoom-Plattform abgehalten wurde. Zu diesem Zeitpunkt hatte die Planung zwei Hauptziele - die Zielgruppen zu gewinnen und den Zeitplan des Projekts einzuhalten. Das Kick-off-Meeting wurde in allen lokalen Medien - TV, Radio und Zeitungen - angekündigt. Das lokale Fernsehen (Slavonska televizija - STV) berichtete über die Veranstaltung (<https://youtu.be/Tm-I4d0FCBY>).

Die Wirtschaftsfakultät in Osijek ist seit 2002 aktiv am Management von EU-Projekten beteiligt, und das Kick-off-Meeting war nicht der erste Versuch, eine Veranstaltung dieser Art zu organisieren. Allerdings war die Organisation dieser Veranstaltung unter Berücksichtigung aller Maßnahmen im Zusammenhang mit der Covid-19-Pandemie eine neue Erfahrung. Um die Gesundheit aller Teilnehmer während des Treffens zu sichern, wurde der empfohlene Abstand zwischen den Teilnehmern eingehalten, Tische und Stühle wurden desinfiziert, und die Körpertemperatur aller Teilnehmer wurde vor dem Treffen überprüft. Einige mögliche Mitglieder des Landrates, die nicht an der Sitzung teilnehmen konnten, aber an einer Teilnahme am Projekt interessiert waren, wurden im Anschluss kontaktiert und über das Ergebnis der Sitzung informiert. Alle Mitglieder des Rates erhielten ein Protokoll des Treffens mit der offenen Einladung für das nächste Treffen. Teilnehmer des Kick-off-Meetings waren lokale Unternehmer, Direktoren lokaler Unternehmen (z.B. Grüner Markt in Osijek), Direktoren von Wirtschaftsförderungsorganisationen, Direktoren und Projektkoordinatoren von lokalen Entwicklungsagenturen, Projektkoordinatoren von LAGs, Professoren der Fakultät für Agrobiotechnische Wissenschaften in Osijek und der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften in Osijek sowie

Vertreter der lokalen Regierung. Um die Sichtbarkeit des Projekts zu erhöhen, wurden auch Vertreter der lokalen Medien (Landwirtschaftsportal - AGROKLUB) in den Ländlichen Rat eingeladen. Eingeladen waren auch Unternehmer, die einen Einfluss auf die Verbindung der lokalen landwirtschaftlichen Produzenten haben. SEG (Solidaritäts-Öko-Gruppe) ist das Projekt, das als Best-Practice-Beispiel wahrgenommen wird, zusammen mit dem Projekt und der Non-Profit-Organisation - Bio Q.

Die Situation in der landwirtschaftlichen Produktion wurde den Teilnehmern von Silva Wendling (Leiterin der Landwirtschaftsabteilung in Osijek - Region Baranja) vorgestellt, die als Hauptrednerin ausgewählt wurde. Während des Treffens machten die Teilnehmer ein Brainstorming über die Probleme des ländlichen Raums, die für die Erstellung einer SWOT-Analyse der 5 slawonischen Regionen verwendet wurden. Die Teilnehmer wurden in 4 Gruppen aufgeteilt, je nach den Herausforderungen, die als die wichtigsten identifiziert wurden. Das Projektteam kümmerte sich darum, Notizen zu machen und die Diskussion in den Gruppen zu steuern. Nach der Teambesprechung diskutierten die Teilnehmer die wichtigsten Herausforderungen und schlugen Lösungen vor. Alle Lösungen wurden auf die kroatischen Probleme und Herausforderungen zugeschnitten. Das Triple-Helix-Prinzip (Zusammenarbeit zwischen Universität, Regierung und Wirtschaft) wurde mit einbezogen.

Während des Treffens machten die Teilnehmer ein Brainstorming über alle Probleme, die ihnen in ihrer täglichen Arbeit mit Menschen aus ländlichen Gebieten begegnet sind. Die Probleme beziehen sich auf das Fehlen eines strategischen Ansatzes für ländliche Gebiete und die landwirtschaftliche Produktion. Es gibt viele Projekte, die bereits umgesetzt sind oder kurz vor der Umsetzung stehen, aber alle diese Initiativen sind fragmentiert und es gibt keine Verbindung zwischen ihnen. Durch die EU-Projekte mit Ungarn (grenzüberschreitende Zusammenarbeit) bekommt die Region Osijek-Baranja Fahrradroutes, die Osijek und Mohacz verbinden, aber es gibt keine Fahrradroutes, die die slawonischen Regionen verbinden. Alle Projekte und Aktivitäten sollten gemeinsam umgesetzt werden, um die Region mit ihren Produkten und Dienstleistungen hervorzuheben.

Das zweite Treffen des ländlichen Rates wurde am 1. Oktober 2020 organisiert, wieder nach den Maßnahmen des kroatischen Zivilschutzes, um die Verbreitung des Covid-19-Virus zu verhindern. Es waren 15 Teilnehmer, Mitglieder des ländlichen Rates, bei dem Treffen anwesend. Nach der Aufteilung der Gruppe in 4 Teams arbeiteten die Teilnehmer weiter an den identifizierten Herausforderungen, den jeweiligen Hauptproblemen, möglichen Lösungen und Hindernissen. Die Teilnehmer präsentierten auch die Best-Practice-Beispiele aus ihrem Umfeld und kamen zu dem Schluss, dass die Best-Practice-Beispiele ein Teaser sein sollten, um die Teilnehmer für den Bildungsteil des Projekts zu gewinnen.

Das Treffen begann mit einer kurzen Rekapitulation des ersten Treffens. Die Teilnehmer, Mitglieder des Rates präsentierten ihre Best-Practice-Beispiele: ekotrnica.hr (SEG Osijek, Online-Markt) und www.lokalno2go.hr (Online-Markt) von LAG Slavonska ravnica. Nach den Präsentationen führten die Teilnehmer ein Brainstorming zu den Problemen im ländlichen Raum durch und knüpften dabei an die Probleme an, die bereits während des ersten Treffens vereinbart worden waren. Die Teilnehmer betonten die folgenden Probleme/Schwächen: Wissensmangel, kompliziertes Regelwerk, zu viel Verwaltungsarbeit, Landwirtschaft ist für junge Leute nicht attraktiv, verlorene Identität, Subventionen stehen nicht im Zusammenhang mit den Einkommen, grüne Landwirtschaft, wir haben keine Zentren für intelligente landwirtschaftliche Produktion. Die Teilnehmer wiesen auf Stärken hin: Ressourcen und Menschen. Die Teilnehmer betonten die folgenden Chancen: Wir nutzen nicht alle Möglichkeiten, die wir als EU-Mitglied haben, Fokus auf junge Unternehmer, Zusammenschluss der "Kräfte" durch das

Triple-Helix-Modell, Fokus auf das Good-Practice-Beispiel, Kreislaufwirtschaft, Wiederbelebung der ländlichen Gebiete, Bildung von Zentren für Bildung in der Landwirtschaft, Zusammenschluss in Agro-Clustern, Lebensmittelproduktion. In den 5 slawonischen Bezirken wurden die folgenden Probleme erkannt: Immer noch keine akzeptierte Strategie für die landwirtschaftliche Produktion, große und kleine landwirtschaftliche Familienbetriebe haben nicht die gleichen Probleme, und sie verlangen unterschiedliche Ansätze, die Importlobby in Kroatien ist zu stark, einige landwirtschaftliche Produkte werden exportiert, bevor die Ernte reif ist.

Alto Minho Region, Portugal:

Die Region Alto Minho ist ein ausgesprochen ländliches Gebiet, wobei die abgelegeneren Gebiete weitgehend entvölkert sind, zum Nachteil der städtischen Gebiete, die mehr als 75 % der Bevölkerung in nur einem Drittel des Gebietes konzentrieren. Alto Minho ist in Bezug auf das Land und die nördliche Region eine alternde Region, was auf die allgemeine Überalterung der Bevölkerung in allen Gemeinden und auch auf die Schwierigkeiten der Bevölkerungserneuerung zurückzuführen ist (die beiden jüngsten Altersgruppen bis 24 Jahre nehmen nur geringe Anteile an der Gesamtbevölkerung ein). Außerdem hat die Bevölkerung von Alto Minho ein niedriges Niveau in der Schulbildung. Der Bildungshintergrund der Erwerbstätigen in Alto Minho deutet auf eine im nationalen Kontext weniger qualifizierte Erwerbsbevölkerung hin, deren Lohnniveau unter dem nationalen Durchschnitt liegt, was eine Spezialisierung in produktiver Hinsicht erschwert und die Wettbewerbsfähigkeit der Region beeinträchtigt. Der Unternehmergeist in Alto Minho ist im Vergleich zu regionalen (Region Nord) und nationalen Indikatoren weniger intensiv. Obwohl unternehmerische Initiativen im Allgemeinen gut gelingen, benötigen Geschäftsideen, die in der Region entstehen, mehr Anreizmaßnahmen und kontinuierliche Unterstützung. Im Allgemeinen ist Alto Minho eine Region, in der die produktiven Sektoren (Landwirtschaft, Industrie und Bauwesen) repräsentativer sind.

Gegenwärtig führt die Krise um die Covid-19-Pandemie zu weiteren Schwierigkeiten, die es Unternehmern erschweren, in der unsicheren, riskanten, turbulenten und unklaren Welt von heute zu überleben. Auf der anderen Seite, und obwohl die Pandemie einige Sektoren in eine schlechte Situation gebracht hat, hatte der Tourismus im Sommer 2020 "ausgezeichnete" Ergebnisse, ohne aber die Verluste in diesem schwierigen Jahr zu kompensieren. Im gesamten inneren Norden war die Saison von einer hohen Nachfrage geprägt, mit vielen ausgebuchten Unterkünften, auf der Suche nach Ruhe für den Familienurlaub, fernab von Menschenmassen.

Am 27. November 2020 fand im Polytechnischen Institut von Viana do Castelo (IPVC) die ländliche Konsultationsveranstaltung statt. Die Veranstaltung wurde aufgrund der Entwicklung der Covid-19-Pandemie in Portugal und der Maßnahmen und Einschränkungen, die zur Eindämmung der Ausbreitung ergriffen wurden, online abgehalten. Das Online-Format erleichterte die Teilnahme der Stakeholder, da viele von ihnen aus entlegenen Gebieten kommen und sich wohler fühlen, da sie während der Pandemie persönliche Kontakte im Allgemeinen einschränken, auch wenn einige von ihrem Arbeitsplatz aus an der Sitzung teilnahmen.

Der Rat für den ländlichen Raum, der sich hauptsächlich aus regionalen Regierungsorganisationen, Bildungs- und Ausbildungseinrichtungen sowie lokalen Entwicklungsverbänden zusammensetzt, wurde per E-Mail eingeladen, ihre wertvollen Erfahrungen, Kenntnisse und Ideen auszutauschen. Insgesamt wurden 18 Organisationen eingeladen.

Um die Ideen der Teilnehmer zu sammeln, wurde ein Padlet erstellt. Das Padlet (www.Padlet.com) ist eine Web-App, die es Nutzern ermöglicht, Notizen auf einer digitalen Wand zu posten und die Beteiligung der Stakeholder fördert. Das Treffen wurde zu Dokumentationszwecken, aber auch für die mögliche Förderung des Projekts aufgezeichnet.

Die Veranstaltung begann mit der Präsentation der Teilnehmer, Ziele und geplanten Aktivitäten im ARDENT-Projekt sowie kürzlich abgeschlossener Projekte im Bereich des Unternehmertums, die von IPVC gefördert werden, da einige der Teilnehmer nicht am Kick-off-Meeting teilgenommen haben. Goretti Silva, die das Projekt vorstellte, erläuterte auch das Ziel und den Ablauf des Treffens - die Definition der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Herausforderungen des ländlichen Raums in der Region Alto Minho - und die weitere Verwendung der Ergebnisse des Treffens als Grundlage für das Erwachsenenbildungsprogramm "Rural Entrepreneurship Accelerator". Anschließend wurde das Design des "Rural Entrepreneurship Accelerator Training" - Trainingskurses von Alexandra Borges vorgestellt: Zielgruppe und deren Profil/Richtlinien, Anzahl der Teilnehmer, Zeitrahmen und die von IPVC vorzuschlagende Methodik, die allgemeine Trainingsmodule (gemeinsam für alle Trainees) und spezifische Trainingsmodule (je nach den Bedürfnissen der einzelnen Projekte) beinhaltet. Goretti Silva präsentierte dann die folgenden Herausforderungen, die auf der Grundlage der Kontakte / Interviews, die für die Bestandsaufnahme und das Kick-off-Meeting durchgeführt wurden, identifiziert wurden. Diese sind wie folgt:

- eine reduzierte Einwohnerzahl in den ländlichen Gebieten,
- eine alternde Bevölkerung,
- übermäßige Bürokratie,
- die Erreichbarkeit und der Zugang zu Dienstleistungen,
- junge Menschen sind nicht motiviert,
- die Menschen für die ländliche Entwicklung zu begeistern und zu interessieren,
- politische Entscheidungsträger müssen sich für die Lösung der Probleme der abgelegenen Dörfer engagieren.

Einige dieser Herausforderungen sind allgemeiner Natur und gelten für die Region Alto Minho und andere ländliche Gebiete (wie z.B. die sinkende Einwohnerzahl in den ländlichen Gebieten und eine alternde Bevölkerung).

Das IPVC-Team bat die Teilnehmer um Unterstützung bei der Identifizierung gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Herausforderungen, die spezifisch für die Region sind. Die Teilnehmer wurden ermutigt, ihre Ideen über Padlet zu skizzieren. Die Teilnehmer erhielten einen Link vom IPVC-Team und registrierten ihre Gedanken und Notizen auf einer digitalen Wand. Die Teilnehmer identifizierten spezifische Herausforderungen und Aspekte wie Chancen, potentielle Barrieren und beteiligte Stakeholder, unter anderem. Diese Aspekte wurden hauptsächlich aus dem "Societal Innovation Canvas"-Modell abgeleitet, das als Vorlage diente, um den kreativen Prozess zu unterstützen und zu leiten.

Während der ländlichen Konsultationsveranstaltung wurden die folgenden Herausforderungen für die Region Alto Minho identifiziert:

- Vertrieb von lokalen Produkten,
- Rückkehr der Bevölkerung in das Gebiet,
- Verbesserung der Qualität/Diversifizierung lokaler Produkte,
- Geschäftsmöglichkeiten,
- Entwicklung eines lokalen/regionalen Wirtschaftsmodells.

Die Teilnehmer waren interessiert und hatten interessante und sachdienliche Interventionen, sowie geäußerte Wünsche der Zusammenarbeit zwischen allen.

Der Direktor des Arbeitsamtes von Viana do Castelo (das die Gemeinden Viana do Castelo, Caminha und Ponte de Lima abdeckt), José Matos, zeigte sich bereit, den Trainingskurs für registrierte Arbeitslose und schließlich für Auszubildende im Unternehmertum zu nutzen. Er schlug dem IPVC-Team auch vor, die Informationen an den Direktor des Arbeitsamtes von Alto Minho, Benvinda Gonzalez, zu schicken, der nicht an der Veranstaltung teilnehmen konnte, da das Gebiet, das dieses Zentrum abdeckt (die Gemeinden Arcos de Valdevez und Valença), von grundlegender Bedeutung ist, was die potenziellen Interessenvertreter betrifft. Schließlich lancierte er die Idee, dass das IPVC und die Beschäftigungszentren gemeinsam Trainingsmodule erstellen können.

Teresa Pouzada (ATA-Koordinatorin) ist überzeugt, dass wir ein erfolgreiches Projekt haben können, das die Altersstruktur in den Dörfern verbessert, indem es junge Menschen anzieht. Sie warnte jedoch, dass viele junge Leute, die nie in einem Dorf gelebt haben, mit einem Traum in die Dörfer gehen und denken, dass es eine einfache Art zu leben ist, aber schnell wieder in die Stadt zurückkehren. Die "filhos da terra - Kinder des Landes", die den ländlichen Raum kennen und mit ihm verbunden sind, sind diejenigen, die es geschafft haben, in die Dörfer zurückzukehren und die Kontinuität der Wirtschaft zu sichern. Daher schlug sie vor, dass es interessant wäre, wenn das IPVC einige junge Leute identifizieren könnte, die daran interessiert wären, Projekte in ihrem Herkunftsort zu entwickeln, entweder durch neue Geschäfte oder durch die Weiterführung des Geschäfts ihrer eigenen Familie.

Bernardino Ramires (Unternehmer) schlug vor, dass das IPVC-Team versuchen sollte, Lehren aus anderen ähnlichen Projekten/Programmen zu ziehen. Er schlug auch vor, dass der Standort des Trainingsprogramms die Erreichbarkeit der ländlichen Unternehmer berücksichtigen sollte. Viele Menschen mit potentiell Interesse könnten aus abgelegenen Gegenden kommen.

Sónia Almeida (ADERE Peneda Gerês) schlug vor, nach potentiellen Teilnehmern in "Qualifica"-Zentren und Berufsschulen zu suchen. Ricardo Lemos (CEVAL) schlug die Produzenten (der Marke "100% Alto Minho") als potenzielle Interessenten vor.

3. Soziale und wirtschaftliche Herausforderungen

Dieser Abschnitt präsentiert insgesamt 22 Herausforderungen, die in allen Regionen identifiziert wurden, zusammengefasst unter Überschriften, die verschiedene Kategorien abdecken. Einige der in verschiedenen Regionen identifizierten Herausforderungen waren vergleichbar und werden daher unter derselben Überschrift aufgeführt. Die Herausforderungen zeigen einen deutlichen Einfluss der Covid-19-Pandemie auf die regionalen Volkswirtschaften und erfassen die Schwierigkeiten, mit denen die Länder derzeit zu kämpfen haben. Durch die Pandemie sind neue Herausforderungen entstanden und bereits bestehende haben sich verschlimmert.

1. Bildung

Für das **Münsterland, Deutschland:**

Unternehmerische Bildung

Die unternehmerische Bildung muss in der Region besser gefördert werden, wobei "klassische" Bilder von Unternehmertum in Frage gestellt werden müssen.

Die wichtigsten Probleme wurden identifiziert:

- Schulen haben zu starre Lehrpläne, die nicht an die aktuellen Bedürfnisse angepasst sind
- Wirtschaftliche Zusammenhänge werden nicht berücksichtigt / gelehrt
- Unternehmertum wird in Schulen als "böse" angesehen
- Lehrer sind nicht so sozialisiert, sondern eher "links" geschult

Die Grundprobleme sind Risikovermeidung und Verallgemeinerung, die schädlich ist. Es gibt zu viele Regeln, Vorschriften, Gesetze und Auflagen und einen Mangel an der "richtigen" Denkweise, deshalb sollten die Menschen dazu ermutigt werden, diese zu erwerben. Alles wird selbst entwickelt, es gibt kein Vertrauen in die Erfahrung anderer, alle Fehler werden wiederholt.

Chancen:

- In den Niederlanden gibt es Beispiele für gute Praktiken und Lektionen, die gelernt wurden.

Diese Herausforderung zielt darauf ab, Start-up-Coaches an Schulen zu etablieren und nicht nur Sozialarbeiter! Als jeweilige Stakeholder wurden die Start-up-Szene, Impact Hub oder Netzwerkverbände identifiziert.

Für die **5 Slawonischen Bezirke, Kroatien:**

Bildung und Planung

Die Universität Osijek stellte fest, dass kleine landwirtschaftliche Produzenten und Dienstleister die Bildung und die Planung der Mengen ihrer Produzenten unter ihren Aufgaben sehen. Die Bedeutung von Planung, Bildung und die Motivation vor allem jüngerer Besitzer von kleinen landwirtschaftlichen Betrieben zu regelmäßigen Bildungsveranstaltungen muss betont werden.

Die wichtigsten identifizierten Probleme:

- Interesse und Motivation
- Die Menschen denken, dass der einzige Weg zum Erfolg darin besteht, "die richtige Person zu kennen", anstatt ihre eigenen Fähigkeiten und Kenntnisse zu stärken.
- die Bereitstellung von Bildung ist nicht koordiniert (es gibt Zeiten, in denen verschiedene Organisationen und Institutionen die gleiche Art von Bildung anbieten, während es Zeiten gibt, in denen niemand weder Informationen noch Bildung zu bestimmten Themen anbietet (z. B. wie man in der Krise Geschäfte macht)).

Chancen:

- Erhöhung des Wissensstandes, insbesondere bei jüngeren Menschen in ländlichen Gebieten
- Fähigkeiten zur Planung von Aktivitäten bei kleinen landwirtschaftlichen Produzenten, was letztendlich zu ihrer Clusterbildung in der Produktion führen kann.

Hindernis:

- Die potenziell lange Dauer des Projekts.

Stakeholder sind Ministerien, lokale Verwaltung, Universitäten, kleine landwirtschaftliche Familienbetriebe.

Für die 5 slawonischen Bezirke, Kroatien:

Bildung über Märkte und Verkaufspreise

Die Mitglieder des Landwirtschaftsrates wiesen darauf hin, dass die Produzenten in der Regel Probleme haben, die Verkaufspreise für ihre Produkte festzulegen. Aufklärung über den Markt, die Verkaufspreise, aber auch über die Qualität der Produktion und der Dienstleistungen ist notwendig.

Die wichtigsten Probleme wurden identifiziert:

- Die finanzielle Bildung ist allgemein unter den Unternehmern in Kroatien, aber besonders in den ländlichen Gebieten, gering.
- Grundproblem ist das geringe Interesse an Bildung, besonders wenn es um Finanzen geht.

Möglichkeiten:

- Durch Aufklärung über Markt- und Verkaufspreise, aber auch allgemein über Kosten und Erlöse, kann die finanzielle Kompetenz erhöht werden
- Erhöhung der finanziellen Bildung bei landwirtschaftlichen Kleinproduzenten

Bildung könnte kleinen landwirtschaftlichen Produzenten helfen, den Markt und Angebot und Nachfrage besser zu verstehen und die Preise für ihre Produkte und Dienstleistungen besser zu kalkulieren, wobei die Beteiligten Ministerien, lokale Regierungen, Universitäten und kleine landwirtschaftliche Familienbetriebe sind.

Für Sachsen-Anhalt, Deutschland:

Digitale Bildung zusätzlich zu Schul- und Nachhilfeunterricht

Sinkende Schülerzahlen bundesweit auf der einen Seite und ein Rückgang der Bildungsqualität und -quantität auf der anderen Seite sind ein großes Problem für die nächste Generation nicht nur, aber auch im ländlichen Raum. Die Region Anhalt-Bitterfeld weist einen hohen Anteil an Schulabgängern ohne Abschluss auf - 14,2 % im Jahr 2008 und 2018 immer noch 13,2 %, was über dem Landesdurchschnitt von 11,5 Prozent liegt. Digitale Bildung wird der Schlüssel sein, um Schüler individuell zu fördern und das Bildungsangebot in Schließungszeiten, wenn kein Schulbesuch möglich ist, zu erhöhen. Die Bildungsversorgung ist eine Herausforderung, die durch die Dynamik des demografischen Wandels wie Abwanderung und Alterung der Bevölkerung noch verstärkt wird.

Ein weiteres Problem beim Thema Bildung ist die fehlende Weiterbildung der Mitarbeiter am Arbeitsplatz. In vielen kleineren Unternehmen in den ländlichen Regionen Sachsen-Anhalts fehlen Bildungsmöglichkeiten für Mitarbeiter (keine Personalabteilungen in kleineren Unternehmen). Die Bildungsmöglichkeiten für Erwachsene am Arbeitsplatz müssen erhöht werden, um die Karrieremöglichkeiten und die Zufriedenheit der Mitarbeiter zu verbessern.

Identifizierte Hauptprobleme:

- volle Lehrpläne,
- Mangel an Lehrern in allen Bereichen,
- hoher Prozentsatz an Schulabbrechern, besonders in ländlichen Gegenden,
- lange Pendelwege zur Schule,
- Verlust von Bildung,
- fehlende Lernstandserhebungen
- es gibt keinen Markt für Bildung,
- ein Geschäftsmodell ist nicht erkennbar,
- die technische Ausstattung der Schüler ist unzureichend.

Möglichkeiten:

- Deckung des fehlenden Unterrichts in der Schule oder während unterbrochener Bildungszeiten (z. B. Covid-19)
- individuelle Unterstützung,
- Unterstützung bei der Heimbeschulung

Hindernisse:

- fehlende technische Ausstattung zu Hause
- fehlender Marktdruck
- fehlende Personalabteilungen oder Manager, die für Bildung und Ausbildung zuständig sind

Diese Herausforderung zielt darauf ab, die Zahl der Schüler, die die Schule mit einem Abschluss beenden, zu erhöhen, um vielleicht ältere, pensionierte Menschen zu integrieren, die vielleicht früher Lehrer waren oder im pädagogischen Bereich gearbeitet haben. Lebenslanges Lernen wäre ein weiteres Produkt und Dienstleistungen Ziel der Herausforderung. Stakeholder sind die HS Anhalt, Schüler, Eltern, Pensionäre, Lehrer und staatliche Schulämter sowie Unternehmen, Kreisvolksschulen und Personalabteilungen.

2. Digitalisierung

Für das **Münsterland, Deutschland:**

Kompetenzen der Zukunft: Wie werden wir besser auf die Zukunft vorbereitet?

Auslöser für das Thema waren die Probleme, mit denen die Region in der aktuellen Situation konfrontiert ist, wie z. B. die Verunsicherung in Krisenzeiten und das Fehlen von Strategien für die neuartige Situation, ausgelöst durch die Pandemie, welche derzeit eher experimentell angegangen wird. Die Corona-Pandemie hat die Wirtschaft und die Gesellschaft sehr hart getroffen, und die Abschottungs- und Quarantänemaßnahmen haben zu Zusammenbrüchen von KMU geführt. Das ist eine traurige Realität, die nicht nur in dieser Region zu beobachten ist.

Angesichts dieser Wende werden digitale Kompetenzen immer wichtiger, es gibt keinen Plan B, oder eine Risikoverteilung. Die Chancen müssen genutzt werden, denn die KMU in der Region sind mehr denn je auf ein förderliches Geschäftsumfeld angewiesen.

Die wichtigsten identifizierten Probleme:

- Lockdown (aufgrund von Covid-19)
- Konsequenz: analoge Produkte nicht mehr nutzbar

Chancen:

- Digitalisierungsstrategien des (Bundes-)Landes
- Hochschulen
- Zukunftsforscher
- Autoren (z.B. Schätzing)

Herausfordernde Ziele sind das Schaffen von Neuem, die Beschleunigung von Veränderungsprozessen und das Erlernen kontinuierlicher Veränderungsprozesse. Als Hindernisse werden die fehlende Bereitschaft/Fähigkeit zum kontinuierlichen Wachsen und Lernen sowie der Mangel an Ressourcen identifiziert.

Für die Region **Alto Minho, Portugal:**

Die Rückkehr der Bevölkerung in das Gebiet - Telearbeit und Co-Working

Diese Herausforderung hängt mit den neuen Geschäftsmöglichkeiten zusammen, die in ländlichen Gebieten aufgrund der Pandemien entstehen können. Aufgrund der Coronavirus-Pandemie praktizieren viele Unternehmen Telearbeit. Daher benötigen sie keine großen Büroflächen in den Städten, die oft mit hohen Mieten verbunden sind.

Auf der anderen Seite möchten manche Arbeitnehmer nicht von zu Hause aus arbeiten, da ihnen die Privatsphäre fehlt oder sie zu sehr an die städtische Umgebung gebunden sind. Ländliche Räume sind

daher eine alternative Lösung, die gesündere und billigere Lösungen für dieses Problem bieten. Die Nachfrage nach ländlichen Räumen für Telearbeit stieg während der Pandemie exponentiell an.

Das Grundproblem ist: **"Wie kann man die erhöhte Nachfrage nach ländlichen Räumen für Telearbeit nutzen?"** Die Chance besteht darin, dass solche Räume bereits in Städten existieren und die Herausforderung zielt nun darauf ab, einen ländlichen Co-Working Space zu schaffen. Das Haupthindernis ist eine überalterte Bevölkerung. Stakeholder sind Unternehmer und Entwicklungsagenten, die bei der Schaffung von Räumen behilflich sein können.

3. Regulatorische Bedingungen

Für die Region **Münsterland, Deutschland:**

Bürokratie und Regulierung

Das Problem liegt in der Denkweise - es gibt unterschiedliche Einstellungen bei ländlichen und städtischen Unternehmern sowie bei den Regulierungsinstitutionen.

Die wichtigsten identifizierten Probleme:

- Kneipen und Bars sind "am Sterben" (da staatlich verordnete Schließung wegen Covid-19)
- Innovationskraft nimmt ab
- Fehlerkultur
- Nachfolgeproblem
- Legitimation für eine Idee

Chancen:

- jeweilige Ministerien
- Münsterland e.V.
- Starke Schlüsselpersonen
- Handwerkskammer
- Kommunale Projektnetzwerke

Die Herausforderung zielt darauf ab, Lösungen für ein "warm welcome", Synergieeffekte, Prozessoptimierung und Agilität zu finden, proaktiv zu sein und Vorreiter zu werden, die die Zukunftsfähigkeit / Nachhaltigkeit der Region sichern sollen. Hindernisse für diese Herausforderung sind die regulatorischen Restriktionen / Komplexität, Skepsis und die mit "Stallgeruch" und "Klüngel" verbundenen ländlichen Räume. Stakeholder sind in diesem Zusammenhang die Politik, die Gemeinde / Verwaltung sowie die Bewohner.

Für die Region **Alto Minho, Portugal:**

Chancen für Unternehmen

Diese Herausforderung steht im Zusammenhang mit den negativen Auswirkungen von Pandemien auf ländliche Unternehmen.

Die wichtigsten identifizierten Probleme:

- Cafés, Restaurants und Tavernen aus ländlichen Gebieten (Dörfern) verlieren Kunden, trotz der guten Ergebnisse, die im Sommer erzielt wurden.
- Die eingeschränkte Situation und die Schließung beeinträchtigen die Unternehmen in hohem Maße, und die Eigentümer wissen nicht, ob sie sich erholen können und wie sie die Krise überwinden können.

Das Grundproblem ist **"Wie kann man das Vertrauen der Kunden in Cafés, Restaurants und Tavernen wiederherstellen?"**

Möglichkeiten:

- Das können Fonds / staatliche Programme zur Unterstützung von Unternehmen sein, die sich von der Krise erholen.
- Der Fernwanderweg GR50 - Peneda-Gerês ("Grande Rota") ist eines der transversalen Elemente in der Region Alto Minho, das dazu beitragen kann, die ländlichen Gebiete zusammenzuführen, mit einem gemeinsamen Interesse. Die Jakobswege ("Caminhos de Santiago") tun dies bereits. Entlang dieser beiden Wege können Klein-/Mikrounternehmen entstehen/ihre Tätigkeit verstärken.

Hindernisse:

- die mangelnde Kenntnis/Wahrnehmung der Besitzer
- das Ausbleiben von Kunden/Touristen aufgrund von Beschränkungsregeln.

Stakeholder sind private Unternehmen.

4. Wertschätzung und Vertrieb von lokalen Produkten

Für die Region von **Małopolska, Polen:**

Kommerzialisierung und Förderung von lokalen Produkten und Dienstleistungen, die von sozialen Organisationen und Haushalten angeboten werden.

Diese Herausforderung, die vom Rat für den ländlichen Raum in Polen identifiziert wurde, ist eigentlich eine übergreifende Herausforderung, die mehrere Schlagworte wie Bildung, strukturelle Probleme und Bürokratie umfasst. Die lokalen Produzenten sind im Besitz von Produkten und Dienstleistungen, die spezifisch für die lokale oder regionale Perspektive sind. Aufgrund ihrer schwachen Wettbewerbsposition sind sie nicht in der Lage, einen ausreichenden Marktanteil zu erreichen, um die betrieblichen Aktivitäten zu entwickeln und das betroffene Gebiet zu erweitern.

Die identifizierten Hauptprobleme:

- Fehlende Bildungsinfrastruktur, bzw. das Wissen um deren Existenz oder spezifische Funktionsweisen von Bildungseinrichtungen in bestimmten Gebieten.

- Mentalitäten, die sich in der unzureichenden Beteiligung von Bewohnern und Produzenten bestimmter Regionen in Fragen der Beschaffung von Finanzmitteln ausdrücken. Dies gilt insbesondere für Bewohner.
- Mangelndes Interesse an lokalen Produkten.
- Egoismus und mentale Barrieren (z.B. Einkaufsgewohnheiten in Supermärkten).
- Fehlendes ausreichendes Interesse und Verlangen nach lokalen Produkten und deren unzureichende oder unzureichende Förderung.
- Mangel an stabilen logistischen Systemen für den Verkauf der hergestellten Produkte.

Herausforderungen, die sich aus der Pandemie ergeben, hauptsächlich im Zusammenhang mit der Einschränkung wirtschaftlicher und sozialer Aktivitäten, Gesundheitsrisiken und psychologischen und soziologischen Faktoren.

Diese Probleme ergeben sich aus gesetzlichen Barrieren, die im Fehlen klarer gesetzlicher Regelungen zur Förderung und zum Vertrieb lokaler Produkte bestehen, und einer informellen Zusammenarbeit aufgrund des Fehlens klarer formaler und gesetzlicher Regelungen.

Das sind:

- Kooperationsbarrieren, die das Fehlen oder die Instabilität von Erzeuger-Verbraucher.
- Lieferketten/Netzwerken und Mangel an entwickelten Kooperations-schemata/-modellen,
- mangelnde Bereitschaft zur Kooperation, mentale Barrieren, fehlende Erzeuger- und Erzeuger-Verbraucher-Systeme.
- Begrenzte Möglichkeiten, lokale Produkte zu verkaufen, verbunden mit Erzeuger-Verbraucher-Problemen.
- Geringes Sozialkapital (geringes Vertrauen) unter Produzenten (Landwirten) und Konsumenten.
- Fehlen einer kohärenten Entwicklungsvision.
- Individualismus.

Hindernisse:

- Die Lieferkette ist zu lang.
- Hindernisse im Zusammenhang mit der Produktionsgröße.
- Schlechte Erfahrungen der Verbraucher mit Unehrlichkeit der Lieferanten.
- Migration der Bevölkerung, die bestimmte Gewohnheiten verursacht (z. B. Kauf in der Nähe des Wohnortes).
- Mangel an einer gemeinsamen Vision für die Entwicklung eines breit verstandenen Marktes für lokale Produkte,
- Mangel an Lösungen in diesem Bereich.
- Mentale Barrieren - Schaffung von "Wegen", um sie zu überwinden - ein bestimmtes System der sozialen Anerkennung
- Über-Bürokratisierung.

Ziele sind der Aufbau effizienter, flexibler, stabiler und transparenter Lieferketten/-systeme und Systeme, die Produzenten und Konsumenten zu verbinden. Ein weiteres Ziel ist die Formalisierung von Formen der Zusammenarbeit durch die Popularisierung des Funktionierens sozialer Organisationen, die den Verkauf lokaler Produkte fördern sollen, und schließlich die Schaffung von Anreizsystemen unter

Einbeziehung lokaler Führungskräfte. Relevante Stakeholder sind lokale Behörden, Landwirte, Erzeugergemeinschaften, lokale soziale Führer (hauptsächlich von der Seite der Öffentlichkeitsarbeit).

Für die Region **Małopolska, Polen:**

Allgemeine Situation: Die Regionen können als Anbieter von hervorragenden Produkten wahrgenommen werden. Obwohl diese Situation als stabil beschrieben wird, kann sie sich in naher Zukunft aufgrund verschiedener Hindernisse und Bedrohungen, die beobachtet werden können und an Bedeutung gewinnen, deutlich verändern. Diese sind nicht nur wirtschaftlicher, sondern auch sozialer Natur. Es scheint, dass der soziale Faktor immer mehr an Bedeutung gewinnt und dies könnte bei der Schaffung von lokalem Patriotismus hilfreich sein, um die Einstellung der Kunden zu ändern, was zwar geschieht, aber nicht in dem erwarteten und erforderlichen Umfang. Ländliches Unternehmertum könnte eine ausgezeichnete Lösung sein, wenn nur eine solche Behandlung einen Einfluss auf die Änderung der Denkweise haben könnte. Dies bezieht sich nicht nur auf das Kundenverhalten und die Bereitschaft der lokalen und regionalen Behörden, den Wechsel der Unterstützung in die ländliche Richtung zu erhöhen. Dies bezieht sich auch auf die junge Generation möglicher Unternehmer, die bereit ist, ihre Region als attraktiven Arbeits- und Entwicklungsort zu erkennen.

Lokaler Wirtschaftspatriotismus bedeutet, bewusste wirtschaftliche Entscheidungen zu treffen und dabei die positiven Auswirkungen dieser Entscheidungen auf die lokale Gemeinschaft zu berücksichtigen. Unter wirtschaftlichen Entscheidungen versteht man nicht nur den Kauf von Produkten, sondern auch die Inanspruchnahme lokaler Dienstleistungen.

Als Ort der Produktion und der Erbringung von Dienstleistungen bieten ländliche Gebiete eine breite Palette verschiedener Arten lokaler Produkte, einschließlich Lebensmittel und lokales Handwerk, sowie Dienstleistungen, die von lokalen Einheiten (Unternehmen, Landwirten, kleinen Handwerkern) angeboten werden. Das Angebot der ländlichen Gebiete umfasst auch touristische Dienstleistungen, die ein besonderes Potenzial der Region darstellen. In den letzten Jahren wurde der Unterstützung der lokalen Produktion und der lokalen Dienstleistungen immer mehr Aufmerksamkeit geschenkt, was zu einer wirtschaftlichen Wiederbelebung des ländlichen Raums führen sollte, während gleichzeitig die Besonderheit des Dorfes bewahrt und das kulturelle und natürliche Erbe geschützt wird. Das Hauptziel sollte sein, die Distanz (Kette) zwischen dem Produzenten oder Dienstleister und dem Endkunden zu verkürzen, was den Aufbau kurzer Lieferketten beinhaltet. In diesem Zusammenhang ist es wichtig, ein System zu schaffen, in dem die Verbraucher nicht nur mit einem lokalen Produkt/einer lokalen Dienstleistung versorgt werden, sondern auch mit Informationen, die sie zum Kauf anregen. Die eigentliche Herausforderung besteht also nicht nur darin, Orte bereitzustellen, an denen diese Produkte und Dienstleistungen gekauft werden können, sondern auch effektive Marketingsysteme zu entwickeln, um lokale Produkte und Dienstleistungen zu fördern.

Die wichtigsten identifizierten Probleme:

- Das Problem, die Grundlagen für einen lokalen Wirtschaftspatriotismus bei den Verbrauchern zu schaffen, ist komplex. Hier treten folgende Probleme auf:
- Wohlstandsniveau - nicht selten sind die Preise lokaler Produkte und Dienstleistungen höher als die ähnlicher Produkte und Dienstleistungen massenhafter (industrieller) Natur

- Mangelnde Kenntnis von Orten, an denen lokale Produkte angeboten werden, oder Fehlen solcher Orte. Die meisten Einkäufe werden in Ladenketten (Supermärkte, Discounter) getätigt, wo lokale Produkte nur am Rande im Angebot sind. Oft zeigen die Geschäfte auch wenig Interesse am Angebot der lokalen Produzenten.
- fehlende Kennzeichnungen auf Produkten, die auf ihren lokalen Charakter hinweisen, fehlende Kennzeichnungen in Geschäften - z.B. separate Flächen/Regale mit lokalen Produkten
- lokale Produkte/Dienstleistungen können nicht regelmäßig gekauft werden - sie werden z.B. einmal pro Woche auf lokalen Märkten oder nur saisonal angeboten.
- Hersteller ziehen es vor, im Großhandel zu verkaufen und vertreiben ihr Angebot hauptsächlich außerhalb des lokalen Marktes
- Rückkopplung - mangelndes Wissen über die Vorteile der Unterstützung lokaler Hersteller und Dienstleister durch den Kauf ihrer Produkte/Dienstleistungen verwandelt sich in eine geringe Nachfrage nach ihnen, was die Hersteller davon abhält, aktiv nach Absatzmöglichkeiten auf dem lokalen Markt zu suchen

Möglichkeiten:

- Konzentration von Aktivitäten zur Aktivierung von Produzenten und anderen Gliedern der Vertriebskette auf eine enge/ausgewählte Gruppe von Einrichtungen - Aktivitäten, die sich an eine breite Palette von Einrichtungen richten (z. B. Produzenten, Geschäfte), bringen in der Regel nicht die erwarteten Ergebnisse
- stärkere Einbindung der lokalen Verwaltung (z.B. Bereitstellung von Räumlichkeiten, organisatorischer, technischer und finanzieller Unterstützung)
- Start des Verkaufs in nahegelegenen Städten, wo der Markt aufnahmefähiger ist
- Nutzung fertiger Muster aus EU-Ländern - z.B. französische Erfahrungen - Läden, die von Produzenten mit Unterstützung der lokalen Behörden eingerichtet und betrieben werden
- Unterstützung lokaler Institutionen (z.B. Lokale Aktionsgruppen - LGDs) und die Möglichkeit der öffentlichen Finanzierung von Aktivitäten in dieser Hinsicht (z.B. für die Unterstützung von Produzenten, Informations- und Werbeaktivitäten, die sich an Verbraucher richten)

Hindernisse:

- kommerzielle Infrastruktur - Mangel an kleinen Verkaufsstellen (lokale Geschäfte werden durch Ketten ersetzt)
- Finanzen - allgemein ein geringeres Niveau an Kundenreichtum in ländlichen Gebieten
- geringes Maß an Kooperation zwischen lokalen Einheiten (z.B. nutzen Hotel- oder Gastronomiebetriebe oft nicht das Angebot lokaler Erzeuger oder Kleinverkäufer, lokale Geschäfte sind nicht daran interessiert, lokale Produkte in ihr Angebot aufzunehmen)
- Mangel an ausreichender Unterstützung durch lokale Behörden
- mentale Barrieren - Kunden bevorzugen den bequemen Einkauf (mit dem Effekt, dass sie in Geschäften kaufen)

Die Herausforderung zielt darauf ab, ein Informations- und Werbesystem zu schaffen, das den Kunden das Wissen vermittelt, warum es sich lohnt, lokale Produkte und Dienstleistungen zu kaufen - Bewusstsein für die Vorteile für den Kunden und das lokale Wirtschaftssystem und Vernetzung - Unterstützung von Initiativen mit gemeinsamen Aktionen von Produzenten oder Dienstleistern, Schaffung von Gruppen, die lokale Produkte/Dienstleistungen anbieten (z.B. Gruppen von Restaurants, die lokale kulinarische Produkte anbieten). Darüber hinaus zielt es darauf ab, lokale Verkaufsstellen zu schaffen, die regelmäßig (jeden Tag, das ganze Jahr über) nur lokale Produkte anbieten.

Beteiligte Stakeholder sind Verbraucher, lokale Produzenten und Dienstleister, lokale Organisationen (z. B. LGDs), lokale Behörden.

Für die Region **Alto Minho, Portugal**:

Vertrieb von lokalen Produkten

Lokale Produzenten haben Schwierigkeiten, ihre Produkte zu verkaufen. Es besteht ein Bedarf an einer Vernetzung in kurzen Ketten von Produzenten mit lokalen Restaurants, Tavernen und dem Handel.

Die wichtigsten identifizierten Probleme:

- Die Produzenten haben keinen Zugang zum Markt,
- Produkte werden nicht auf Wochenmärkten verkauft/überschüssige Produkte,
- kleine Dimension der Produzenten:
 - o hohe Produktionskosten,
 - o keine Verhandlungsmacht mit großen Supermärkten,
- fehlende Kenntnisse der Produzenten über den Vertrieb,
- geringer Ausbildungsstand der Produzenten,
- nicht-qualifizierte Produkte.

Es gibt Bauern und traditionelle Produzenten mit Produktorientierung, aber ohne Marketingkenntnisse. Sie versuchen, das Produkt so viel und so schnell wie möglich zu verkaufen, anstatt eine Wertvorstellung zu schaffen; fehlende Vernetzung der Produzenten (Netzwerke und Verbände).

Grundproblem: **"Wie schafft man eine effektive Vertriebskette für kleine Produzenten?"**.

Möglichkeiten:

- Gemeinden können lokale Produzenten unterstützen, indem sie Räume für den Produktvertrieb schaffen - kleine offene Räume, attraktiv, zugänglich - so können die Produzenten direkt an den Verbraucher verkaufen, Produzenten mit einem gemeinsamen Image,
- Chance zur Aufwertung lokaler Produkte,
- Schaffung eines gemeinsamen Marketing-Images für Produzenten,
- Qualifizierung von lokalen Produkten,
- Erhöhte Nachfrage nach ökologischen Lebensmitteln,
- Erhöhte Annahme von gesundem Verhalten und Konsum.

Das Ziel ist die Schaffung von Bedingungen für den Vertrieb lokaler Produkte, wobei die Akteure Gemeinden und private Unternehmen sind.

Für die Region **Alto Minho, Portugal**:

Verbesserung der Qualität / Diversifizierung der lokalen Produkte

Diese Herausforderung bezieht sich auf die Aufwertung und Diversifizierung der lokalen Produkte. Einer der Vorschläge war die Produktion von aromatischen Kräutern, unter Berücksichtigung der Identifizierung von einheimischen Arten des Peneda-Gerês Nationalparks.

Die wichtigsten identifizierten Probleme:

- Verbesserung der Qualität der lokalen Produkte / Entwicklung von neuen Produkten,
- Notwendigkeit, eine effektive Marketingstrategie für kleine Produzenten zu schaffen,
- Bestehende Produkte sind von geringer Qualität, es gibt einen Mangel an Wahrnehmung der Produkte und einen Mangel an Kooperation zwischen Produzenten und Konsumenten,
- Neue Produktentwicklungen: Tourismusunternehmen und andere Dienstleistungen haben unter den derzeitigen Rahmenbedingungen keine Kunden, viele Menschen sind / werden arbeitslos und Familien fehlt das Einkommen; Nutzung der ländlichen Umgebung / Höfe / Familienbetriebe.

Das Grundproblem ist: **"Wie kann man eine effektive Marketingstrategie für kleine Produzenten entwickeln?"**

Möglichkeiten:

- Bewusstsein in Restaurants und lokalem Handel schaffen, um lokale Produkte zu erwerben
- Sensibilisierung in Schulen, IPSS und Gemeinden, um lokale Produkte zu erwerben
- Verwendung von lokalen Produkten in Schulkantinen

Gute Praktiken sind z.B. "Almoce e Jante Conosco - Iss mit uns zu Mittag und zu Abend", eine Initiative der "Dörfer Portugals", die die Bevölkerung zu einem Essen bei den Bewohnern der Dörfer einlädt; Slow Food oder die Marke "100% Alto Minho".

Hindernisse bei dieser Herausforderung:

- Bürokratie und gesetzliche Anforderungen,
- Vertrieb von lokalen Produkten (wie in einer anderen Herausforderung identifiziert),
- Mangelnde Wahrnehmung der vorhandenen Produkte durch Restaurants/F&B-Anbieter,
- Die Restaurants/Tavernen/Cafés mussten schließen. Derzeit besteht aufgrund der Coronavirus-Pandemie die Notwendigkeit, Bedingungen zu schaffen, damit die verbleibenden offen bleiben oder wieder öffnen,
- Entvölkerung der ländlichen Gebiete,
- Es gibt nicht genügend Produktion, um die Nachfrage zu befriedigen (z.B. Tarrestre-Bohne, die stark beworben wird, sowie Cachena-Fleisch),
- Verringerung der Produktion,
- Überalterung der Bevölkerung.

Die Ziele sind die Vermittlung ländlicher Erfahrungen (landwirtschaftliche Aktivitäten, Gastronomie...) sowie Strategien zur gemeinsamen Förderung und Aufwertung lokaler Produkte sowohl vor Ort als auch durch eine Vertriebskette.

Die entsprechenden Interessenvertreter wären ADRIL, ADRIMINHO, ATAHCA und die lokalen Räte.

Für die Region der **5 slawonischen Bezirke, Kroatien:**

"Verlorene Identität" dieses Teils von Kroatien

Die slawonische Region wurde in Jugoslawien als Kornkammer Jugoslawiens anerkannt. Auf slawonischen und Feldern der Region Vojvodina (heute Teil der Republik Serbien) wurde Getreide für den jugoslawischen Bedarf produziert. Wenn Sie diesen Teil Europas besuchen, haben Sie die Möglichkeit, eine Region zu erleben, in der sich kroatisches, österreichisch-ungarisches und osmanisches Erbe treffen. Dieser Teil Kroatiens ist vor allem für seine weitläufigen und fruchtbaren Felder, großen Flüsse und Sümpfe, Wälder, alten Städte, Weinproduktion und fröhlichen Menschen mit reichen Traditionen bekannt. Trotz alledem fühlen sich die Menschen in diesem Teil Kroatiens oft vernachlässigt und vergessen, wenn Strategien und Vorschriften entwickelt werden. Durch das Branding der slawonischen Gespanschaften als eine Region, das Branding von Produkten und Dienstleistungen aus dieser Region, könnte es mehr Möglichkeiten für unternehmerische Aktivitäten geben, und dies könnte helfen, die Menschen in den ländlichen Gebieten dieser Region zu halten.

Die identifizierten Hauptprobleme:

- Der landwirtschaftlichen Produktion fehlen immer noch Entwicklungsstrategien - der Anbau wird nach den staatlichen Subventionen geplant und produziert.
- Es gibt keine Aufteilung auf Gemüse- und Feldfrüchteproduktion
- keine Bewässerungssysteme
- kein Branding der slawischen Produkte

Möglichkeiten:

- Schaffung einer Identität der slawonischen Region.
- Vielfalt an Produkten, Dienstleistungen und Erfahrungen anbieten
- neue Möglichkeiten zur Gründung von Kleinunternehmen schaffen

Das Ziel wäre eine Analyse der Stärken und Schwächen der slawonischen Bezirke, um diesen Teil Kroatiens gemeinsam (und nicht getrennt) zu brandmarken. Die Interessenvertreter sind Ministerien, lokale Verwaltung, Universitäten und kleine landwirtschaftliche Familienbetriebe.

Für die Region der **5 slawonischen Bezirke, Kroatien:**

Definition von strategischen Zielen

Um alle Probleme, die mit dem ländlichen Raum verbunden sind, zu bündeln, ist die vorherrschende Meinung, dass alle Familienbetriebe zuerst ihre strategischen Ziele entwickeln sollten, was im Zusammenhang mit den allgemeinen strategischen Zielen des ländlichen Raums und der regionalen Entwicklung geschehen sollte. Dies kann bei der Markenbildung der slawonischen Region helfen, aber auch bei der Rückgabe der verlorenen Identität dieses Teils von Kroatien. Strategische Ziele sollten auf nationaler Ebene erreicht werden, aber auch auf der Ebene jeder Region und jedes Bauernhofes. Die Bildung sollte den Menschen helfen, die Rolle der strategischen Entscheidungen zu verstehen, aber auch strategische Entscheidungen für ihre Betriebe (Produkte, Dienstleistungen) zu entwickeln. Strategische Ziele sind der erste Schritt, danach folgen weitere identifizierte Herausforderungen.

Die identifizierten Hauptprobleme:

- Ohne eine strategische Denkweise und Planung der Produktion und Dienstleistungserbringung gibt es keine Möglichkeit, Qualität und Quantität entsprechend der Nachfrage auf dem Markt anzubieten.

Eine Strategie für die landwirtschaftliche Produktion sollte einen Rahmen vorgeben, aber auf regionaler Ebene oder sogar in Gebieten, die von LAGs abgedeckt werden, sollte es Diskussionen, Vereinbarungen und gemeinsame Planungen für das Angebot von Produkten und Dienstleistungen auf dem Markt geben. Die landwirtschaftlichen Produzenten betonten, dass die Produktion und die Einnahmen nicht im Zusammenhang mit den Subventionen stehen, die die lokale Produktion fördern und stärken sollten.

Möglichkeiten:

- Die Entwicklung und das Branding der slawonischen Region als eine Region, in der man genießen, sich entspannen, gutes Essen und Weine probieren kann.

Hindernisse:

- die langfristige Dauer des Projekts (oft verlieren Menschen das Interesse an Projekten, die sich langfristig entwickeln und nicht sofort Ergebnisse zeigen)
- die Lobbyarbeit auf der nationalen Ebene für die Interessen der slawonischen Region.

Ziele sind die Positionierung der Region Slawonien auf der Landtourismuskarte und als ein Ort mit der Produktion von guten, gesunden und ökologischen Produkten. Stakeholder sind Ministerien, lokale Verwaltung, Universitäten, LAGs, kleine landwirtschaftliche Familienbetriebe.

5. Finanzierung

Für die Region **Małopolska, Polen:**

Geringes Wissen über Finanzierungsmöglichkeiten und mangelnde Fähigkeit, finanzielle Mittel zu beschaffen.

Die lokalen Akteure (Stakeholder) können als Enthusiasten über die Interaktionen und das Aufbringen neuer Ideen in ihren lokalen Regionen charakterisiert werden. Dank dieser Menschen finden sehr interessante Initiativen statt. Die überformalisierten Beziehungen, die Auswirkungen der so genannten Technologisierung sind, sowie der Run auf den Erfolg und andere erfolgsorientierte Aktionen bewirken jedoch eine Veränderung der Denkweise. Die Wahrnehmung des Fundraisings könnte daher für die Realisierung der interessanten Ideen und zur Unterstützung der Entwicklungsaktivitäten dieser Enthusiasten umgelenkt werden.

Die identifizierten Hauptprobleme:

- Ermöglichung des Verkaufs regionaler Produkte und deren Nutzung als alternative Einkommensquelle für die lokale Gemeinschaft durch die angemessene Nutzung lokaler Ressourcen und sozialer Potenziale.

- Unzureichendes Bildungsniveau bei der Finanzierung von Geschäftsaktivitäten oder fehlendes Bewusstsein für die Existenz von Zentren, die solche Informationen bereitstellen.
- Mangel an finanziellen Ressourcen.
- Geringer Wissensstand und unzureichende Ausbildung über die Möglichkeiten und spezifischen Förderprogramme für Projekte, die den Verkauf von Bioprodukten durch ländliche Produzenten betreffen.
- Mangelndes Wissen über die Existenz von Zentren zur Unterstützung der Sozialwirtschaft.

Chancen:

- Systeme der sozialen Anerkennung und Unterstützung für Aktive (in finanzieller Form, aber auch durch Einladung zur Teilnahme an nationalen und internationalen Studienreisen).
- Nutzung von guten, aber auch von schlechten Praktiken.
- Bereitstellung von Mechanismen, die die Produzenten nicht zur Subventionierung zwingen, da dies eine Anti-Motivationsfunktion erfüllen würde.
- Die Anwendung eines umfassenden Ansatzes in diesem Bereich (kein Element, auch nicht das kleinste, darf vernachlässigt werden). Dadurch können positive Synergieeffekte entstehen.

Hindernisse:

- Mangel an gemeinsamen Initiativen aufgrund unzureichender sozialer Bindungen zwischen Bewohnern und Produzenten sowie innerhalb dieser Gruppen. Dies liegt vor allem an der fehlenden direkten Rückkopplung, die weitgehend durch Fernkontakte ersetzt wurde. Das Ausmaß des Problems wurde durch die Pandemie vergrößert. (Gemeinsames Handeln ist der Schlüssel zum Erfolg!).
- Unzureichende Motivationsmechanismen.
- Hindernisse für die ineffiziente Arbeitsweise der öffentlichen Verwaltung und deren mangelnde Beteiligung an lokalen Problemen. Woraus resultiert dies?
- Unzureichender Einsatz von Enthusiasten (unternehmerisch denkende Menschen).
- Mentale Barrieren.

Das Ziel dieser Herausforderung ist die Schaffung von finanziellen Unterstützungsmechanismen/-systemen für lokale Produktvertriebsaktivitäten. Darüber hinaus die Schaffung von Anreizmechanismen für lokale soziale Führer/Leiter, deren Aktivität in andere neue Produzenten und Verkäufer dieser Produkte übertragen werden kann (Erzielung eines Spill-over-Effekts in diesem Bereich).

Stakeholder, die von der Herausforderung angesprochen werden, sind Vertreter vor allem mittlerer lokaler Behörden, Manager in Steuer- und Kontrollbüros (z.B. SANEPID, Steuerpolizei, etc.), LGD-Organisationen (Local Activity Groups) und Leiter von Gemeindeführern sowie die Menschen, für die sie arbeiten.

6. Stimulierung lokaler Gemeindeaktivitäten und Förderung kooperativer Haltungen

Für die **Region Małopolska, Polen:**

Lokale Zusammenarbeit

Trotz des weit verbreiteten Glaubens an den Sinn und die Effektivität der Zusammenarbeit in verschiedenen Bereichen des sozialen und wirtschaftlichen Lebens sind in der Praxis soziale Aktivitäten und die Bereitschaft, Maßnahmen für das Gemeinwohl zu ergreifen, noch relativ selten. Sehr oft fehlt es an lokalen Führungspersonlichkeiten, die die lokale Gemeinschaft um ein gemeinsames Ziel herum integrieren können.

Die identifizierten Hauptprobleme:

- Mangel an lokalen Führungspersonlichkeiten, die Veränderungen bei wichtigen Problemen für die lokale Gemeinschaft initiieren und zu gemeinsamen Aktionen motivieren
- Ungeeignetes Bildungssystem für Kinder und Jugendliche, das individuelles Handeln fördert, Fähigkeiten zur Kooperation und Einstellungen zum Gemeinwohl nicht ausreichend entwickelt

Das niedrige Niveau sozialer Aktivitäten und die geringe Beteiligung an gemeinsamen Projekten haben zwar viele Gründe, sind aber in erster Linie ein Problem von

- unzureichende Anzahl von lokal tätigen sozialen Organisationen
- Mentalität (weit verbreitete Gleichgültigkeit gegenüber Problemen, die die lokale Gemeinschaft betreffen)
- Lebensstil (nicht genug Zeit, schnelles Lebenstempo, übermäßige Arbeitsbelastung)
- Mangel an Wissen, Ideen und Glauben an die Effektivität gemeinsamen Handelns
- einige Menschen sind mehr mit der Lösung ihrer eigenen privaten Probleme beschäftigt als mit sozialer Aktivität.

Möglichkeiten:

- Förderung eines partizipativen Modells für die Umsetzung von Initiativen und Projekten - Einbeziehung vieler verschiedener Gemeinschaften (Bewohner, lokale Behörden, Unternehmer usw.) in jedes Projekt, um gemeinsam finanzielle, organisatorische und andere Arten von Barrieren zu überwinden
- Förderung guter nationaler und internationaler Praktiken im Bereich sozialer Aktivitäten und Kooperationen - gute Erfahrungen mit einer Initiative ermutigen dazu, mehr zu unternehmen
- Konzentration auf die Qualität und nicht auf die Quantität von Initiativen
- Fokussierung zuerst auf die Probleme, die eine bestimmte lokale Gemeinschaft direkt betreffen (z.B. Schaffung von sozialen Organisationen, die Probleme in jedem Dorf lösen)
- Schaffung einer hierarchischen Struktur von sozialen Organisationen in jeder Kommune, jedem Bezirk - eine übergeordnete Einheit koordiniert die Aktivitäten der untergeordneten Einheiten, motiviert zu weiteren, auch überörtlichen Initiativen

Hindernisse:

- Fehlende Anreize seitens der lokalen Regierungen und der Industrieorganisationen, gemeinsame Aktionen durchzuführen
- Verwischung der gesellschaftlichen Bedürfnisse und Erwartungen mit den Zielen und Möglichkeiten der lokalen Behörden
- Finanzielle Hindernisse - fehlende Ressourcen zur Durchführung gemeinsamer Initiativen
- Technische und organisatorische Hindernisse (z. B. fehlende Räumlichkeiten, fehlende Kenntnisse und Fähigkeiten zur Durchführung dieser Aktivitäten)

- Grundlage für soziale Aktivitäten ist ein sehr begrenzter Personenkreis (aufeinanderfolgende Initiativen, die immer von denselben Personen durchgeführt werden, geringe Effektivität der Einbeziehung anderer Personen in die Aktivitäten)
- Zurückhaltung, Aktionen in größerem Maßstab durchzuführen (z.B. außerhalb des eigenen Dorfes)

Diese Herausforderung zielt auf die Bildung von Kindern und Jugendlichen ab, die soziale Einstellungen formen, sich auf Kooperation konzentrieren, das Bewusstsein und die Beteiligung der lokalen Behörden erhöhen, um das Potenzial der Bewohner und der lokalen sozialen Organisationen besser zu nutzen - Bedingungen für das Funktionieren der Organisation zu schaffen, die unternommenen Aktivitäten zu unterstützen (finanziell, organisatorisch, technisch, etc.) und soziale Organisationen zu schaffen, die vor Ort arbeiten. Stakeholder sind Anwohner, Organisationen (z. B. LGDs), Unternehmer und Behörden, Bildungseinrichtungen.

7. Ländliche Entvölkerung und demographischer Wandel

Für die Region der **5 slawonischen Bezirke, Kroatien:**

Entvölkerung

Junge Menschen sehen ihre Zukunft nicht im ländlichen Raum, insbesondere nicht in der Landwirtschaft. Es herrscht die Meinung vor, dass man im ländlichen Raum nicht erfolgreich und glücklich sein kann. Eine unserer Aufgaben sollte es sein, durch Bildung die jungen Menschen im ländlichen Raum zu halten und ihnen zu helfen, die Zukunft zu gestalten, die sie sich wünschen. Nur so können die Dörfer lebendig bleiben und der ländliche Tourismus in der Region weiterentwickelt werden. Junge Menschen brauchen Bildung, Unterstützung, Netzwerke, aber auch eine Infrastruktur, die sich an den Bedürfnissen junger Familien orientiert (z.B. Kindergärten, Grundschulen, etc.). Um junge Menschen im ländlichen Raum zu halten, ist es notwendig, eine höhere Lebensqualität zu sichern, aber auch Beispiele von jungen Menschen hervorzuheben, die es geschafft haben, ihre Karriere zu entwickeln, während sie im ländlichen Raum geblieben sind.

Die identifizierten Hauptprobleme:

- Der Staat vergisst oft die Bedürfnisse der Menschen im ländlichen Raum.
- Die Lebensqualität ist geringer (es fehlen Kindergärten, Grundschulen, Kinos, etc.).
- Die Älteren raten den Jüngeren in der Regel, in die Städte zu ziehen, wo sie Zugang zu all diesen Einrichtungen haben und wo die Infrastruktur besser ist.
- Kleine landwirtschaftliche Familienbetriebe sind nicht vernetzt und es gibt keine Strategie, die ihnen bei der Vernetzung oder Planung zukünftiger Aktivitäten helfen könnte.

Diese Herausforderung könnte durch eine sorgfältige Planung kleinerer Aufgaben und einer Strategie für die landwirtschaftliche Produktion auf nationaler Ebene angegangen werden. Die Lebensqualität könnte deutlich höher sein, wenn die EU-Mittel strategisch eingesetzt würden.

Als Grundproblem wird die Steigerung der Lebensqualität in ländlichen Gebieten beschrieben. Jüngere Menschen im ländlichen Raum zu halten, kleine landwirtschaftliche Familienbetriebe auf die jüngere Generation zu übertragen, alle kleinen Betriebe miteinander zu verbinden und einen

gemeinsamen Zugang zum Markt zu entwickeln, sind die Chancen, die diese Herausforderung mit sich bringt.

Hindernis:

- Es handelt sich um ein langfristiges Projekt (oft verlieren die Menschen das Interesse an einem Projekt, das sich langfristig entwickelt und nicht sofort Ergebnisse zeigt). Dieses Problem kann nicht auf Projektebene gelöst werden, es bedarf einiger nationaler Strategien und Politiken.

Die Ziele wären, junge Menschen im Projektmanagement und in der Gründung neuer Unternehmen in der Landwirtschaft auszubilden, kleine Bauernhöfe mit sichtbareren Organisationen zu verbinden, für ihre Interessen zu werben und Lobbyarbeit zu betreiben, um einen schnelleren Zugang zum Markt zu erhalten. Die Akteure sind Ministerien, lokale Regierungen, Universitäten oder kleine landwirtschaftliche Familienbetriebe als Interessenvertreter.

Für Sachsen-Anhalt, Deutschland:

Alternde Gesellschaft/demografischer Wandel - Baulichen Verfall in Dörfern verhindern und gleichzeitig den Wissenstransfer zwischen den Generationen verstärken

Sachsen-Anhalt und insbesondere seine ländlichen Regionen sind vom demografischen Wandel besonders betroffen. Im Jahr 2030 werden mehr als 33 % der Bevölkerung in Sachsen-Anhalt über 65 Jahre alt sein. 11,7 % der erwerbstätigen 65- bis 70-Jährigen bilden im Bundesvergleich das Schlusslicht. Aus den ländlichen Regionen ziehen mehr Menschen weg als zu (insbesondere bei den 18- bis 30-Jährigen). Bei den 18- bis 30-Jährigen: mehr Frauen als Männer. Dem Landkreis Anhalt-Bitterfeld wird bis 2030 ein Verlust von insgesamt 14 % seiner Einwohner prognostiziert (Basis: 2014). Diese Tatsache trägt stark zur Landflucht in Sachsen-Anhalt bei. Dörfer sind vom Verfall bedroht und werden dadurch für die jüngeren Generationen immer unattraktiver zum Wohnen. Dieses Problem muss an vielen Stellen angegangen werden, aber ein Ansatzpunkt wäre die Gründung eines Generationentandems, das zum Wissensaustausch und damit zur Steigerung der handwerklichen Fähigkeiten der jüngeren Generation genutzt werden kann und gleichzeitig die Fähigkeiten der Älteren zur Restaurierung verfallener Dorfkerns nutzt.

Identifizierte Hauptprobleme:

- viele Dörfer verfallen und bleiben unrestauriert
- mangelnder Wert und Wertschätzung der handwerklichen Arbeit,
- traditionelle Handwerkskunst gerät in Vergessenheit,
- Verlust von Kompetenzen,
- geringe Wertschätzung des Handwerks in der Öffentlichkeit, aber die Nachfrage ist höher als die verfügbaren Handwerker.

"Welche Art von Plattform oder Forum könnte genutzt werden, um die Generationen zu diesem Zweck zusammenzubringen?"

Möglichkeiten:

- Restaurierung von Plätzen und Gebäuden,
- Transfer und Verbreitung von handwerklichen Fähigkeiten,
- Wiedereingliederung von Handwerkern im Ruhestand,
- kostengünstiger Wissenstransfer

Hindernisse:

- Anreize,
- wie man die Generationen zusammenbringt,
- Bereitschaft, voneinander zu lernen,
- Erhöhung der Verantwortung und der Idee, die Instandhaltung von Gebäuden und Infrastruktur wertzuschätzen

Die Herausforderung zielt auf den Aufbau eines Generationentandems, den Austausch von Werten, die Anerkennung der Lebensleistung, die Stärkung des Gemeinschaftslebens, wobei die Beteiligten die lokalen Behörden, die ländliche Bevölkerung und die pensionierten Handwerker sind.

Für Sachsen-Anhalt, Deutschland:

Mobilität, Infrastruktur - Abstimmung von Angebot und Nachfrage im ÖPNV im ländlichen Raum

Ein weiterer Aspekt, um ländliche Räume lebendig und attraktiv zu halten, ist eine ausreichend funktionierende Mobilitätsinfrastruktur. Sie trägt dazu bei, die Zukunftsfähigkeit einer Region als Wohn- und Wirtschaftsstandort zu sichern. Ist die Anbindung an die Zentren schlecht oder unzureichend, wollen vor allem junge Familien nicht in den ländlichen Raum ziehen, und Unternehmen scheitern bei der Suche nach Fachkräften. Die Anbindung des ländlichen Raums an die Städte bzw. Zentren muss in Richtung Effizienz, Betriebszeiten und Frequenz verbessert werden. Das Pendeln zur Arbeit oder zur Schule nimmt aufgrund schlecht abgestimmter Betriebszeiten der öffentlichen Verkehrsmittel mehr Zeit in Anspruch als es könnte, was viele Menschen dazu veranlasst, das Auto zu benutzen. Andererseits gibt es tagsüber oft Leerfahrten, wenn die Rushhour vorbei ist.

Der Klimaschutz ist ein Beispiel für veränderte Rahmenbedingungen, die unsere Mobilität von morgen beeinflussen werden. Die alternde Gesellschaft erhöht den Bedarf an einer altersgerechten Infrastruktur. Nachhaltigkeit und ein verantwortungsbewusster Umgang mit der Umwelt, wenn es um den ÖPNV geht, sollten auch in diesem Zusammenhang berücksichtigt werden.

Die Abstimmung von Nachfrage und Angebot im ÖPNV (z.B. durch die Programmierung einer App) soll dazu beitragen, die Mobilität im ländlichen Raum zu verbessern und die Effizienz unter dem Umweltaspekt zu steigern.

Identifizierte Hauptprobleme:

- Busse und Bahnen fahren lange Strecken und sind oft entweder überfüllt oder leer.
- Mangelnde Abstimmung von Angebot und Nachfrage bei öffentlichen Verkehrsmitteln in ländlichen Gebieten.

- Viele Menschen neigen dazu, ihr persönliches Auto zum Pendeln zu nehmen, da es mehr Flexibilität erlaubt.
- Dies verursacht Verkehr und Luftverschmutzung.
- Eine funktionierende und effiziente Anbindung an die Zentren ist für die Bevölkerung und Unternehmen in ländlichen Regionen sehr wichtig.

Chancen:

- Steigerung der Attraktivität des ländlichen Raums,
- Beitrag zum Umweltschutz, wenn die Menschen öffentliche Verkehrsmittel anstelle des Autos nutzen.

Hindernisse:

- Angebot und Nachfrage herausfinden und auf beiden Seiten intervenieren.

Das Ziel dieser Herausforderung ist es, eine Anwendung oder eine Software zu entwickeln oder einen anderen geeigneten Weg zu finden, um die Abstimmung von Angebot und Nachfrage zu unterstützen und den öffentlichen Verkehr zu individualisieren. Stakeholder wären die Öffentliche Hand, die HS Anhalt, ÖPNV-Nutzer und -Anbieter.

Für Sachsen-Anhalt, Deutschland:

Medizinische Versorgung im ländlichen Raum - Sozialen Begegnungsraum als Forum für die Gesunderhaltung älterer Menschen im ländlichen Raum etablieren

Es ist absehbar, dass die Zahl der hochbetagten Menschen zunimmt und damit auch die Zahl der Pflegebedürftigen. Das schafft einen wachsenden Bedarf an medizinischer Versorgung, bei einer sinkenden Bevölkerungszahl auf der anderen Seite und damit weniger verfügbarem medizinischem Personal wie Ärzten und Krankenschwestern. Ein enormer Aufwand, wenn es um die häusliche Pflege von Angehörigen geht, ist notwendig und wird notwendig werden. Da dieses Problem nicht kurzfristig angegangen werden kann, braucht es einen Plan, wie die älteren Menschen fit gehalten werden können. Dies gilt insbesondere für die ländlichen Regionen, da die Dichte an Arztpraxen deutlich geringer ist als in den Städten.

Um ältere Menschen dabei zu unterstützen, fit zu bleiben und das Alter der Pflegebedürftigkeit hinauszuzögern, könnte die Schaffung von Gemeinschaften helfen, die soziale Veranstaltungen wie Wandern, Sportkurse, Treffpunkte für ältere Menschen durchführen. Dies könnte eine gewisse Entlastung der Wartezimmer von Arztpraxen (die übrigens oft als sozialer Treffpunkt für ältere Menschen genutzt werden) schaffen.

Identifizierte Hauptprobleme:

- Mangel an medizinischer Versorgung für die Landbevölkerung, die umfassend, auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten und wohnortnah ist
- älteren Menschen fehlt es oft an sozialer Interaktion

- Akzeptanz

Chancen:

- Ältere Menschen fit halten und weniger abhängig von medizinischem Personal

Hindernisse:

- fehlende Finanzierung
- Finden von Freiwilligen, die solche Gruppen organisieren und leiten

Das Ziel dieser Herausforderung ist es, eine gewisse Entlastung des medizinischen Sektors zu erreichen, die ältere Generation fit zu halten und zu integrieren, wobei die Beteiligten ältere Menschen, Sozialarbeiter und medizinisches Personal sind.

8. Effiziente Triple-Helix-Kooperation

Für die Region der **5 slawonischen Bezirke, Kroatien:**

Alle Aktivitäten und Projekte sind fragmentiert und Teil verschiedener Initiativen, ohne die übergeordneten Ziele im Blick zu haben. Alle Beteiligten sollten zusammenarbeiten, um Lösungen zu schaffen, die im besten Interesse aller sind. Alle Aktivitäten und Aufrufe zur Einreichung von Vorschlägen auf nationaler und regionaler Ebene sollten entsprechend der strategischen Ziele programmiert werden. Strategische Ziele sollten von allen Beteiligten (Wirtschaft, Wissenschaft und Regierung) erstellt werden.

Identifizierte Hauptprobleme:

- obwohl die ländliche Entwicklung durch verschiedene EU-Projekte finanziert wird, sind die Ergebnisse nicht sichtbar genug und oft nicht nachhaltig.
- ohne Strategien auf nationaler Ebene ist es den Ministerien nicht möglich, Ausschreibungen zu planen und vorzubereiten, die zu sichtbaren Vorteilen bei der Förderung der ländlichen Entwicklung führen.
- Das grundlegende Problem, das in diesem Zusammenhang identifiziert wurde, ist, dass Aktivitäten, die sich auf die ländliche Entwicklung konzentrieren, nicht miteinander verbunden und nicht koordiniert sind und oft nicht die dringendsten Probleme angehen.

Chancen:

- Die Koordination und Kooperation aller Beteiligten kann zu einer effizienteren Nutzung aller Finanzquellen und zu besseren Ergebnissen führen.

Hindernis:

- Es handelt sich um ein langfristiges Projekt (oft verlieren die Menschen das Interesse an einem Projekt, das sich langfristig entwickelt und nicht sofort Ergebnisse zeigt).

Das Ziel ist die Entwicklung des ländlichen Raums und die Lösung der dringendsten Probleme auf Dauer, mit Ministerien, lokalen Behörden, Universitäten und kleinen landwirtschaftlichen Familienbetrieben als Interessenvertreter.

9. Autonome Regionen schaffen und Umweltbelastungen reduzieren

Für Sachsen-Anhalt, Deutschland:

Eine Null-Emissions-Stadt schaffen

Die Eigenständigkeit ländlicher Regionen und die Umweltauswirkungen der Energienutzung gewinnen an Bedeutung. Die Nutzung von Wasserstoff und insbesondere die Nutzung von grünem Wasserstoff kann zu einer Steigerung der Wertschöpfung führen. Die Nutzung von regenerativ erzeugtem Wasserstoff als Kraftstoff für Fahrzeuge oder zur stationären Strom- oder Wärmeerzeugung mittels Gasturbinen und Brennstoffzellen führt durch die CO₂-Einsparung zu einer erheblichen Steigerung der Wertschöpfung und kann daher eine große Chance für die Region, insbesondere für den ländlichen Raum, sein.

Identifizierte Hauptprobleme:

- die Nutzung von Wasserstoff ist sehr teuer
- Windenergieeinspeisung in Wasserstoff - es fehlen Daten
- Strukturwandel
- Bedeutung der Umweltauswirkungen

Chancen:

- Ein Schritt in Richtung Nachhaltigkeit,
- sich dem Strukturwandel stellen,
- Raum für Forschung und wissenschaftliche Arbeiten

Hindernisse:

- Einspeisung von Gas, wo es genutzt werden kann
- fehlende Forschung zu diesem Thema

Ziel dieser Herausforderung könnte es sein, ein Microgrid zu programmieren, eine autonome Stadt durch den Einsatz von Wasserstoff zu schaffen und die akademische Forschung in diesem Bereich zu steigern. Stakeholder sind kommunale Versorger, lokale Energieversorger, HS Anhalt, Verwaltung, Fraunhofer, Siemens, Chemiepark Bitterfeld-Wolfen.



ardent 

entrepreneurship education
for rural development

www.ruralentrepreneurs.eu

Contact the authors:

Univations GmbH

Kerstin Müller (mueller@univations.de)

Florian Bratzke (bratzke@univations.de)

Daniel Worch (worch@univations.de)