

# *Mein Netzwerk- Freunde Buch*

Ein Überblick über die  
wichtigsten Netzwerke für  
ländliche Impulsorte



Netzwerk Zukunftsorte



4  
Netzwerk Zukunftsorte



6  
Neuland gewinnen



8  
CoworkLand



10  
Kulturhanse



12  
Lernorte von MorGEN



14  
Kreatives Sachsen  
16  
Kreative Lausitz



18  
Netzwerk Immobilien



20  
LeerGut Agenten



22  
Haus- und Wagenrath

24

**Wie es dazu kam**  
Das Überland Festival  
und die Vernetzung der  
Netzwerke

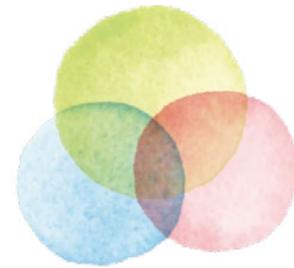


26  
**Wollen wir Freunde sein?**  
Werde Teil des Freundeskreis  
der Impulsort-Netzwerke!

**In ländlichen Räumen** entstehen immer mehr schlagkräftige Projekte, die positive Entwicklungsimpulse in ihr Umfeld senden. Es sind Impulsorte, Immovieliien, Lernorte, Coworking Spaces, Sozialunternehmen, Kreativ- und Zukunftsorte. Zu ihrer Unterstützung haben sich Netzwerke gegründet, die ihre Anliegen vertreten, ihr Wissen weiter tragen und ihr Wirken verstärken.

Das Netzwerk Zukunftsorte möchte diese geballte Kompetenz sichtbar machen und hat die aktuell aktivsten Impulsort-Netzwerke in diesem Heft versammelt. Wir wünschen viel Spaß beim Kennenlernen!

# Netzwerk Zukunftsorte



Dorfest auf Hof Prädikow: Zukunftsorte schaffen Räume für Begegnungen zwischen Menschen aus Land und Stadt | Foto: Jörg Glächer, Robert Busch Stiftung



Karipass arbeiten: Workshop im Garten des „Projektzentrums Drahtschuß“ | Foto: Pablo Lopez



Wohnen und Arbeiten: Das verbindet Jörg Bodmann vom Stützpunkt Stadtlagen in seinem Wohnatelier, wo er Möbel herstellt.

Unsere wichtigsten Themen

**ländliche  
Wohn- und Arbeitsorte  
Wissenstransfer  
Leerstand entwickeln  
Stadt-Land-Integration  
Vielfalt und  
Lebensqualität**



Leerstand Safari: Interessierte Städtler besuchen Orte mit Potenzial kennen, hier in Herzberg/Unterwerra | Foto: Eric Bredemund

## Formate

**Was sind eure wichtigsten Formate, um eure Themen und die Vernetzung voran zu bringen? Wem nützt ihr dabei konkret?**

Mit unserem Blog „Kreativorte Brandenburg“ zeigen wir, wie viele facettenreiche Projekte es jenseits der Metropolen bereits gibt. In unserem Newsletter informieren wir über diese und andere Positivbeispiele. Durch Thementreffen und Meetups bringen wir landinteressierte Menschen zusammen rund um die neue Landbewegung.

Für Bürgermeister\*innen und Kommunen bieten wir im Format „Leerstand Safari“ einen Spaziergang mit lokalen Vereinen und interessierten Städter\*innen mit dem Ziel, Räume, Menschen und passende Nutzungskonzepte frühzeitig gemeinsam zu denken – abseits von gewinnorientierten Immobilienportalen.

Für angehende Zukunftsorte bietet, neben unseren regelmäßigen Netzwerktreffen, die digitale Masterclass ein Format, in dem sich max. 10 Projekte über mehrere Monate begleiten, bestärken und gegenseitig beraten – mit Unterstützung von erfahrenen Zukunftsort-Akteur\*innen.

Über Veranstaltungen, Podiumsdiskussionen, der Teilnahme an Forschungsprojekten und Studien verbreiten wir die Sichtweise, Erfahrungen und Kompetenzen der Projektakteur\*innen in Politik, Gesellschaft und Wissenschaft.

Mit unserm Positionspapier wenden wir uns an die Politik um uns für bessere Rahmenbedingungen einzusetzen.

## Wirkungsraum

**In welchem geografischen Gebiet wirkt ihr?**

Bisher sind wir vor allem in Brandenburg präsent. Derzeit beginnen erste Projekte und Kooperationen in angrenzenden Bundesländern. Wir bemühen uns zur Zeit vor allem um den Wissenstransfer zwischen Projekten und Kommunen in Ostdeutschland. Bei Interesse geben wir unsere Expertise auch gerne deutschlandweit weiter.

## Finanzierung

**Aus welchen Quellen ist euer Netzwerk aktuell finanziert?**

Zur Zeit sind wir durch ESF-Mittel und das Land Brandenburg finanziert. Ziel ist, die gemeinnützigen Aktivitäten des Netzwerks perspektivisch über einen Mix aus Mitgliedsbeiträgen, Beratungshonoraren und ergänzend durch Förderungen zu sichern.

## Zielgruppe

**Wer sind eure Mitglieder, wen vertrittet ihr?**

Wir vertreten Macher\*innen von Wohn- und Arbeitsprojekten im ländlichen Raum. Gerade sind wir dabei, diesen Kreis um weitere Projekt-Initiator\*innen zu erweitern. Geplant ist auch die Aufnahme von Kommunen, Vereinen, Institutionen und Unternehmen in ländlichen Räumen, um sie in den Wissensaustausch einzubeziehen. Auch Expert\*innen mit nützlichem Wissen im Aufbau und Betrieb von Zukunftsorten sollen künftig Teil unseres Netzwerks werden.

## Vision

**Welche Zukunftsvision will euer Netzwerk helfen herzustellen?**

Nachdem über Jahrzehnte der ostdeutsche Raum eher negativ assoziiert war, sprechen wir mit Blick auf seine ländlichen Gegenden vermehrt über Potenziale, Impulse und Gestaltungsraum. Wir nutzen die Chance, neue Beispiele und Ansätze sichtbar zu machen, die Leerstand und Brachflächen umnutzen und damit Vielfalt und Lebendigkeit vor Ort fördern.

Als Netzwerk zeigen wir positive Beispiele dafür, wie man Leben und Arbeiten auf dem Land verbinden kann. Wie aus gemeinschaftlichen Ansätzen gepaart mit digitaler Arbeitskultur und gemeinwohlorientiertem Machertum offene Treffpunkte für Arbeit, Bildung, Soziokultur und Gewerbe entstehen können.

Zukunftsorte senden Impulse in ihr Umfeld, von denen Anwohner\*innen und Zugezogene gleichermaßen profitieren. Sie werden zu kleinen Magneten, von denen sich immer mehr engagierte Menschen anziehen und inspirieren lassen. So träumen wir von 1000 (ostdeutschen) Zukunftsorten im Jahr 2030.

## Mission

**Was tut das Netzwerk, um diese Vision zu erreichen?**

Wir vernetzen die Macher\*innen hinter den Projekten und bietet ihnen eine Plattform zum Austausch ihres Praxiswissens. Unser Ziel ist es, möglichst viele Akteur\*innen auf Ihrem Weg zum Zukunftsort zu begleiten und mit Vor-Ort-Erfahrungen, Kontakten und regelmäßigem Austausch zu unterstützen.

Stolpersteine sichtbar machen und aus Fehlschlägen lernen – dabei verbinden wir die Kompetenzen der Kultur- und Kreativwirtschaft mit den Potenzialen von Leerstand und vitalen Dorfgemeinschaften. Der Austausch und das Entwickeln konkreter gemeinsamer Projekte von Zugezogenen und Einheimischen fördern und unterstützen wir mit dem Ziel der Stadt-Land-Integration.

Unsere Macher\*innen sehen sich z.T. großen Hürden gegenüber. So haben wir uns zum Ziel gesetzt, die Impuls-Projekte sichtbar zu machen und im Dialog mit Politik und Behörden die Rahmenbedingungen für den Aufbau und Betrieb von Zukunftsorten zu verbessern.

*Viele Städter wollen auf dem Land Leben und Arbeiten miteinander verbinden. Wir setzen uns dafür ein, dass daraus Lebensqualität für alle entsteht.*

Mehr erfahren:

- ▶ [Unsere Vision 2030](#)
- ▶ [Positionspapier](#)
- ▶ [Doku-Video Leerstand-Safaris](#)
- ▶ [Kreativorte Brandenburg](#)
- ▶ [Meetup „Stadt-Land-Work“](#)
- ▶ [Newsletter](#)

## Organisation

**Name des Netzwerks** Netzwerk Zukunftsorte e.V.

**Rechtsform** gemeinnütziger Verein

**Anzahl Mitglieder** Vereinsmitglieder: 10, im Netzwerk präsent + aktiv: 20, Newsletterabonnenten: 1.500

**Wie viele strebt ihr bis Ende 2022 an?** Vereinsmitglieder: 100, im Netzwerk präsent + aktiv: 50, Newsletterabonnenten: 3.000

**Wie groß ist das Kernteam?** 5

**Wie viele davon sind angestellt / auf Honorarbasis beschäftigt?** 5

# Neuland gewinnen



OPEN Neuland-Festival, Qualitz 2019 | Foto: Jörg Gläser | Robert Bosch Stiftung



regional, saisonal, ökologisch anbauen und genießen: Hofladen der Höfegemeinschaft Pommern | Foto: Jörg Gläser, Robert Bosch Stiftung



Bosch der Bundespräsidenten und der Landwirtschaftsministerin am Neulandgewinner Stand auf der Grünen Woche 2019 | Foto: Jörg Gläser, Robert Bosch Stiftung

Unsere wichtigsten Themen

- Engagement im ländlichen Raum**
- Wissensaustausch**
- Zusammenhalt schaffen**
- Macher\*innen stärken**
- Lobby für Demokratie und Solidarität**



Zusammenhalt zwischen Deutschen und Flüchtlingen im Respekt e.V. | Foto: Jörg Gläser | Robert Bosch Stiftung

## Formate

Was sind eure wichtigsten Formate, um eure Themen und die Vernetzung voran zu bringen? Wem nützt ihr dabei konkret?

- **Vernetzungstreffen** sowohl im Rahmen des Förderprogramms Neulandgewinner als auch außerhalb, z.B. Regionaltreffen, OPEN-Neuland-Festivals, Fachforen
- **Öffentlichkeitsformate** wie Messepräsenz (Internationale Grüne Woche 2019 und 2020) und der Tag der Neulandgewinner
- **Teilnahme und Mitwirkung an Fachkongressen**, z.B. Kulturpolitischer Bundeskongress, Fachtagung Gemeinwesenarbeit, Tagung „Ländliche Räume“ der Uni Rostock, Barcamp „Zusammenhalt“

Alle Formate haben das Ziel, die Neulandgewinner-Bewegung bekannter zu machen und neue Menschen in unser Netzwerk einzubinden. Vernetzung, Information und Wissensaustausch nützt sowohl den Vereinsmitgliedern und den Aktiven vor Ort als auch interessierten Außenstehenden, die sich mit unseren Ideen verbunden fühlen.

## Wirkungsraum

In welchem geografischen Gebiet wirkt ihr?

Momentan sind wir schwerpunktmäßig in Ostdeutschland tätig. Wir wollen perspektivisch auch die westdeutschen Flächenländer in die Arbeit einbeziehen und Ansprechpartner für die (gesellschaftlichen) Belange und Diskurse ländlicher Räume in ganz Deutschland sein.

## Zielgruppen

Wer sind eure Mitglieder, wen vertrittet ihr?

Neulandgewinner\*innen sind Bürger\*innen, die sich in den Dörfern und kleinen Städten des ländlichen Raumes für ein gutes Leben vor Ort engagieren. Wir experimentieren in Werkstätten des guten Lebens, um soziale Innovationen für gesellschaftlichen Zusammenhalt zu finden. Unsere Aufgaben, Herausforderungen und Themen stellen sich von selbst ein – immer neue. Wir suchen Menschen, die genauso mit Herz, Hand und Verstand das ländliche Leben zukunftssicher und enkeltauglich gestalten wollen, die demokratisch, solidarisch und konstruktiv-kritisch um Lösungen ringen – eigensinnig und radikal miteinander.

## Finanzierung

Aus welchen Quellen ist euer Netzwerk aktuell finanziert?

bisher: hauptsächlich Robert Bosch Stiftung, Mitgliedsbeiträge, Bundesstiftung zur Aufarbeitung der SED-Diktatur  
zukünftig: anderweitige Projektmitelakquise & Fundraising

## Vision

Welche Zukunftsvision will euer Netzwerk helfen herzustellen?

Lebenswerte, aktive, kreative und bunte ländliche Räume. Eigenverantwortliches Handeln und bürgerschaftliches Engagement sind wichtige Faktoren für die Zukunftsfähigkeit und Lebensqualität von Kommunen und Regionen. Wo Wandel ist, entstehen neue Freiräume, die Menschen mit Kreativität und Umsetzungswillen füllen können. Es braucht Bürgerinnen und Bürger, die die Chancen auf Veränderung sehen, die Ideen entwickeln und umsetzen, die neue Wege ausprobieren und vielleicht auch Vorbild für andere werden wollen. Deshalb experimentieren wir in sozialen, ökologischen, kulturellen und ökonomischen Lebensbereichen für eine nachhaltige Entwicklung. Egal, von welchen Themen wir starten, die Herausforderungen können nur integrierend gemeistert werden, um eine gerechte Welt heute und für die Zukunft zu erringen.

## Mission

Was tut das Netzwerk, um diese Vision zu erreichen?

Wir fördern und unterstützen eine aktive Zivilgesellschaft auf dem Land, denn sie ist eine notwendige Voraussetzung für Lebensqualität vor Ort.

Neuland gewinnen e.V. gestaltet gesellschaftliche Veränderungen in den ländlichen Räumen Ostdeutschlands mit, als Knoten zahlreicher Netzwerke demokratisch engagierter Menschen, die die ländliche Gesellschaft der Zukunft gestalten und soziale Innovationen für gesellschaftlichen Zusammenhalt finden und erproben. Wir schaffen Öffentlichkeit für die Belange ländlicher Regionen, machen die starken regionalen Akteur\*innen sichtbar, organisieren Erfahrungs- und Wissenstransfer und etablieren Kooperationen.

Wir sind Experten für Demokratie und Solidarität, und einzelne von uns sind Experten für Elektromobilität, das Wesen der Kuh, Musiktheater, künstlerische Bildung, Geld, die Integration Geflüchteter, Dorfradio, Seniorenbegleitung, Imkerei, die Sanierung alter Schlösser, Bahnhöfe und sonstiger riesiger Gebäude, Kommunalpolitik, Landschaftsgestaltung, Waldumbau, Tourismus, Kulturmanagement, Lebensmittel ...

*Wir fördern und unterstützen eine aktive Zivilgesellschaft auf dem Land, denn sie ist eine notwendige Voraussetzung für Lebensqualität vor Ort.*



Neuland gewinnen e.V.

## Organisation

**Name des Netzwerks** Neuland gewinnen e.V.

**Rechtsform** eingetragener Verein

**Anzahl Mitglieder** 39

**Wie viele strebt ihr bis Ende 2022 an?**

100 NeulandgewinnerInnen im Geiste und im Herzen

**Wie groß ist das Kernteam?** 15

**Wie viele davon sind angestellt / auf Honorarbasis beschäftigt?**  
niemand regelmäßig, manchmal Honorare



# CoWorkLand



PopUp-Coworking-Space in Grünwold - Arbeiten auf der grünen Wiese | Foto: CoWorkLand



Ein neuer Coworking- und Co-Living-Space entsteht in der Gemeinde auf dem Aisenhof | Foto: CoWorkLand



Workshops und Vorläufe helfen Coworking Spaces und sorgen für einen regen Austausch | Foto: CoWorkLand

Unsere wichtigsten Themen

- neue Arbeitsorte im ländlichen Raum
- Hands-On-Mentalität
- Locations analysieren und testen
- Gründer\*innen unterstützen



Ein neuer Coworking- und Co-Living-Space entsteht in der Gemeinde auf dem Aisenhof | Foto: CoWorkLand

*Die Menschen können in Zukunft dort arbeiten, wo sie leben. Innovative Köpfe gehen aufs Land, in Dörfern und Kleinstädten entsteht neues Leben.*

Mehr erfahren:

- ▶ [Trendstudie „Coworking im ländlichen Raum“](#)
- ▶ [Film zur Studie und zum ländlichen Coworking](#)
- ▶ [Positionspapier „Recht auf mobiles Arbeiten“](#)

## Wirkungsraum

**In welchem geografischen Gebiet wirkt ihr?**

Gestartet ist die Initiative für den norddeutschen Raum. Inzwischen ist die Genossenschaft deutschlandweit aktiv mit Regionalbüros in Mecklenburg-Vorpommern, Schleswig-Holstein, Niedersachsen, Baden-Württemberg und Bayern. Die Ausweitung auf ganz Deutschland soll weitergehen.

## Zielgruppe

**Wer sind eure Mitglieder, wen vertrittet ihr?**

Die Mitglieder sind v.a. Betreiber\*innen von Coworking-Spaces im ländlichen Raum oder Menschen, die planen einen Coworking-Space zu gründen. Vertreter\*innen von Kommunen und Gemeinden, Wirtschaftsförderungen, Kirchen und Netzwerke für innovative ländliche Orte gehören ebenfalls zur Zielgruppe.



Digitalisierung meets Landleben - Ortsunabhängiges Arbeiten von den schönsten Orten Deutschlands aus | Foto: CoWorkLand

## Formate

**Was sind eure wichtigsten Formate, um eure Themen und die Vernetzung voran zu bringen?**

Wir beraten Gründer\*innen beim Aufbau und Betrieb von Coworking-Spaces. Dafür führen wir Analysen durch (Standort, regionale Besonderheiten, Räumlichkeiten, Bevölkerungsstruktur etc.), um jeden Space individuell betrachten zu können und stellen ein Starter-Kit zur Verfügung. Mit unseren mobilen Coworking-Spaces können wir Locations testen und Menschen die Vision des Coworking auf dem Land erleben lassen. Nach der Eröffnung des Space unterstützen wir beim Marketing und der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, um die Wirtschaftlichkeit sicherzustellen.

Wir vernetzen die Mitglieder auf den unterschiedlichsten Kanälen miteinander, damit sie Erfahrungen und Best Practices austauschen können. Regelmäßige regionale und überregionale Netzwerktreffen (virtuell/analog) ergänzen das Konzept.

## Finanzierung

**Aus welchen Quellen ist euer Netzwerk aktuell finanziert?**

Die Genossenschaft erwirtschaftet die Basisfinanzierung, hinzu kommen Mittel aus staatlichen Förderungsprogrammen.

## Vision

**Welche Zukunftsvision will euer Netzwerk helfen herzustellen?**

Die Menschen können in Zukunft dort arbeiten, wo sie leben. Jede\*r Deutsche kann mit dem Fahrrad zur Arbeit in den nächsten Coworking-Space radeln, egal wo sie oder er lebt. Der eingesparte Schadstoffausstoß hilft, die Klimaziele zu erreichen, Fahrverbote sind nicht mehr nötig. Vereinbarkeit von Beruf und Familie wird gestärkt. Innovative Köpfe gehen aufs Land, in Dörfern und Kleinstädten entsteht neues Leben.

## Mission

**Was tut das Netzwerk, um diese Vision zu erreichen?**

CoWorkLand ist Botschafterin der neuen Arbeit auf dem Land. Wir empowern unsere Mitglieder, neue Arbeitsorte im ländlichen Raum zu gründen und zu betreiben.

Es war noch nie so leicht wie heute ortsunabhängig zu arbeiten und den Lebensort auf persönliche, private Bedürfnisse auszurichten. Das Kernteam der CoWorkLand-Genossenschaft trägt mit unterschiedlicher Expertise (PR, Wissenschaft, Veranstaltungsmanagement, Beratung) zur Kommunikation dieses Mindset bei und verteilt sich selbst auch für die tägliche Arbeit auf verschiedene Coworking-Spaces. Wir kombinieren eine Hands-on-Mentalität (s. Formate) mit wissenschaftlichen Studien, die wir wiederum an die breite Öffentlichkeit kommunizieren. Dadurch erhöhen wir (besonders auf dem Land) die Bekanntheit alternativer Arbeitsformen, sorgen für eine breitere Akzeptanz und schaffen Synergien mit bestehenden, regionalen Strukturen.

## Organisation

**Name des Netzwerks** CoWorkLand e.G.

**Rechtsform** Genossenschaft

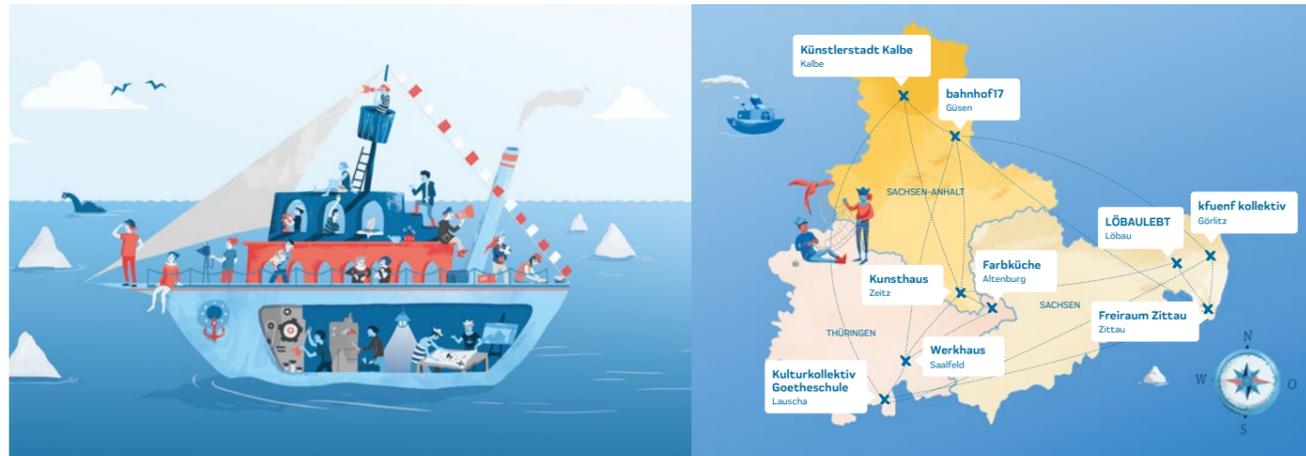
**Anzahl Mitglieder** 63

**Wie viele strebt ihr bis Ende 2022 an?** 150

**Wie groß ist das Kernteam?** 12

**Wie viele davon sind angestellt / auf Honorarbasis beschäftigt?** 10

# Kulturhanse



links: Gemeinsam auf dem Weg mit der Kulturhanse; rechts: Die ersten Kulturhanse Labore | Illustrationen: Carmen Voigt



Freudiger Aufbruch in die Kulturhanse! Foto: Friederike Glöckler



Gemeinschaften gründen im Bahnhof17 Gießen. Foto: Alfred Jansky

Unsere wichtigsten Themen

**gemeinwohlorientierte unternehmerische Kultur**  
**lokale Perspektiven**  
**Kulturhanse Labore**  
**starke Gemeinschaften entwickeln**  
**lebenswerte Städte**



*Eine unternehmerische Kultur, die anstatt individueller Gewinnmaximierung auf selbständige Menschen in einer starken, nachhaltigen Gemeinschaft setzt.*



Lokaler Austausch im Rahmen der „Out of Office-Days“ im Lokallabor „Jung Gießen“  
 Mehr Aktionen und Formate unter [www.kulturhanse.de](http://www.kulturhanse.de)  
 Foto: Paul Glaser

Gründungsprogramm des Abel Labors  
 Foto: Martin Arnold / schwarzschindl

## Wirkungsraum

### In welchem geografischen Gebiet wirkt ihr?

Bisher sind wir in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen aktiv. Gerne beziehen wir andere Regionen mit ein bzw. kooperieren mit Netzwerken und Akteuren europaweit.

## Zielgruppe

### Wer sind eure Mitglieder, wen vertrittet ihr?

Unsere Mitglieder sind Organisationen und Initiativen, die gemeinwohlorientiert anderen Menschen dabei unterstützen wollen, ihr Leben und ihr Umfeld aktiv zu gestalten, etwas zu unternehmen. Unsere Mitglieder bieten dafür möglichst barrierefrei Raum, Beratung und eine solidarische Gemeinschaft.

## Finanzierung

### Aus welchen Quellen ist euer Netzwerk aktuell finanziert?

Wir finanzieren unsere Aktivitäten direkt aus den Budgets der Mitglieder entsprechend der jeweils aktuellen Möglichkeiten. Dabei unterstützt uns die Schweizer Drosos Stiftung.

## Vision

### Welche Zukunftsvision will euer Netzwerk helfen herzustellen?

Für eine nachhaltige und gerechte Entwicklung brauchen unsere Menschen, Städte und Regionen starke Gemeinschaften, die also über die Kompetenzen und Ressourcen verfügen, vor Ort ihre Herausforderungen zu bestehen, Lösungen zu gestalten, Perspektiven zu öffnen.

Dafür benötigt es eine unternehmerische Kultur, die unterstützt und ermöglicht, gemeinwohlorientiert Chancen zu ergreifen und Lösungen zu versuchen. Und es benötigt Personen mit dem Wissen, den Ressourcen und der Bereitschaft unternehmerisch zu handeln.

Es ist eine unternehmerische Kultur, die weniger auf individuelle Gewinnmaximierung als auf eine Gemeinschaft aus starken, selbständigen Mitgliedern setzt. Die Kulturhanse und ihre Akteure fördern aktiv die Entwicklung solcher starken Gemeinschaften, gemeinwohlorientierten unternehmerischen Kultur und nachhaltigen, lebenswerten Städte und Regionen. Das gelingt ihr insbesondere durch Aufbau, Ausbildung und Verknüpfung lokaler Kulturhanse-Labore.

## Mission

### Was tut das Netzwerk, um diese Vision zu erreichen?

Mit unseren Kulturhanse Laboren schaffen wir Orte, Bedingungen und Beispiele für lokale Perspektiven, für gemeinwohlorientierten, unternehmerischen Wandel. Und wir bilden interessierte Organisationen und Initiativen im Kulturhanse Stipendium aus, damit sie das selber können.

Wir Mitglieder unterstützen uns gegenseitig mit Wissen, Erfahrung, Dienstleistungen, gemeinsamer PR und Mittelakquise.

## Formate

### Was sind eure wichtigsten Formate, um eure Themen und die Vernetzung voran zu bringen?

Das Kulturhanse Stipendium befähigt andere zu tun, was wir Kulturhanse Mitglieder bereits tun. Das stärkt die neuen und bestehenden Mitglieder und lässt sie vor Ort mehr Menschen unterstützen, sie zu Changemakern ermutigen und befähigen. Im Netzwerk wiederum unterstützen sich die Mitglieder online und offline, arbeiten zusammen, entwickeln sich und ihr Umfeld weiter. Daneben sind alle Mitglieder Changemaker und Partner in ihrem eigenen Umfeld, geben Rat, Beratung, Vorbild und Perspektiven.

## Organisation

- Name des Netzwerks** Kulturhanse
- Rechtsform** bisher ausschließlich die Rechtsformen der Mitglieder
- Anzahl Mitglieder** 10 Organisationen
- Wie viele strebt ihr bis Ende 2022 an?** 20 Organisationen
- Wie groß ist das Kernteam?** 5 Organisationen
- Wie viele davon sind angestellt / auf Honorarbasis beschäftigt?** Unterschiedlich und nur bei Mitgliedern.

# Lernorte für morGEN



Gemeinschaftliche Gartenarbeit mit Gästen im Ökodorf Sieben Linden | Fotograf: Michael Würfel, Bildrechte: Freundeskreis Ökodorf e.V.



Zwei Lernorte erhalten eine Bundes-BNE-Auszeichnung 2019 | Bildrechte: GEN Deutschland e.V.



Gemeinschaft ist ein Element aller Lernorte | Bildrechte: GEN Deutschland e.V.



Treffen der ersten Lernorte im Lehngarten Steyerberg Oktober 2019 | Bildrechte: GEN Deutschland e.V.

## Unsere wichtigsten Themen

**Bildung für Nachhaltige Entwicklung BNE**  
**Gemeinschaften und Wandel-Orte**  
**Erfahrungen weiter geben**  
**Nachhaltigkeit erlebbar machen**

## Formate

Was sind eure wichtigsten Formate, um eure Themen und die Vernetzung voran zu bringen? Wem nützt ihr dabei konkret?

Zentral für die Außenwirkung ist unsere Internetplattform. Wir besuchen Messen, Konferenzen und andere Events, um uns dort einer breiten Öffentlichkeit zu präsentieren. Reale und digitale Treffen der Lernorte schaffen ein Klima der Kooperation untereinander.

Eine jährliches, bundesweites Netzwerktreffen von GEN Deutschland e.V. lädt alle Interessierten ein – d.h. sowohl die Bildungsakteure aus den Lernorten, als auch Bildungsinteressierte.

Geplant sind gemeinsame Bildungsaktionen wie ein Online-Kongress. Auch eine Fahrradbildungsreise quer durch Deutschland zu möglichst vielen Wandelorten auf der Route könnte ein gemeinsames Projekt werden, das von einer starken Öffentlichkeitsarbeit begleitet werden soll.

## Wirkungsraum

In welchem geografischen Gebiet wirkt ihr?

Bisher bundesweit organisiert. Eine Erweiterung ins deutschsprachige Ausland ist nicht ausgeschlossen.

## Zielgruppen

Wer sind eure Mitglieder, wen vertrittet ihr?

„Lernorte für morGEN“ steht für Bildung für Nachhaltige Entwicklung (BNE) aus Ökodörfern und anderen Orten des Wandels. Wir sind Lernorte, an denen real und alltäglich passiert, was wir für die Zukunft wünschen und brauchen: Gelebte Gemeinschaft und Nachhaltigkeit. Das Erfahrungswissen aus diesen Wandelzellen wird sicht- und erfahrbar gemacht und vor Ort praxisnah von den Akteur\*innen selbst weitergegeben. Besichtigungen, Workshops und Seminar-Angebote werden mit Referent\*innenpool und Veranstaltungskalender auf unserer Website dargestellt. Wir möchten noch mehr Lernorte einladen, sich an dem Zusammenschluss zu beteiligen.

## Finanzierung

Aus welchen Quellen ist euer Netzwerk aktuell finanziert?

Bis Juni 2021 finanziert das Umweltbundesamt den Aufbau und die Öffentlichkeitsarbeit der Lernorte für morGEN. Danach werden die Lernorte selbst über geringe Gebühren die Veröffentlichung ihrer Veranstaltungen finanzieren. Ein Folgeantrag beim UBA für einen Ausbau des Netzwerke ist in Arbeit.

## Vision

Welche Zukunftsvision will euer Netzwerk helfen herzustellen?

Lokale Antworten auf globale Herausforderungen kreieren freudvolle, zukunftsfähige, selbstbestimmte Lebensstile. Neben ökologischen Ansätzen probieren die Menschen vor Ort auch sozial, ökonomisch und kulturell neue Ideen aus. Unsere Stärke liegt in der ganzheitlichen, lebensnahen und langfristigen Umsetzung – im Experimentieren und manchmal auch im Scheitern. Leben, Lieben, Arbeiten und „Freizeit“ finden wieder an einem Ort statt.

Aus diesen „Wandelzellen“ heraus treten wir an die Gesellschaft heran und laden ein, an unseren Lebens- und Lernorten mit einer hohen Intensität Nachhaltigkeit zu lernen. Die einzelnen Lernorte haben unterschiedliche Schwerpunkte und Stärken: zum Beispiel Energie, ökologisch Bauen, Gemeinschaftsbildung, Permakultur, Projektentwicklung oder Selbsterfahrung.

## Mission

Was tut das Netzwerk, um diese Vision zu erreichen?

Eine Ausbreitung von nachhaltigen Lebensweisen ist dringend nötig. Daher wirken viele Gemeinschaften und Wandeldörfer nach außen in die Gesellschaft. Ob durch Wissensvermittlung in Seminaren, gemeinsamen Experimentieren in Workshops, Mitarbeiterangebote, Vorträge auf Konferenzen oder als lebendiges Anschauungsobjekt durch die Öffnung für Besucher\*innen, lassen wir unsere Umgebung teilhaben an unseren Erfahrungen und Kenntnissen. Lernorte für morGEN macht dieses Möglichkeiten bekannter und bietet eine thematische sowie geographische Orientierung. Eine weitere Zielsetzung ist, Politiker\*innen und Multiplikator\*innen auf uns und unseren Modellcharakter aufmerksam zu machen.

Außerdem möchte „Lernorte für morGEN“ Orte des Wandels, die bisher noch keine Bildungsarbeit machen, dazu motivieren, ihre Erfahrungen ebenfalls auf diese Weise weiterzugeben. Perspektivisch soll auch die interne Weiterbildung, gegenseitige Beratung und Professionalisierung der einzelnen Bildungsbereiche unterstützt werden.

Mehr erfahren:

► [GEN-Deutschland-Newsletter](#)

## Organisation

**Name des Netzwerks** Lernorte für morGEN, ein Projekt des Netzwerkes Global Ecovillage Deutschland e.V.

**Rechtsform** koordiniert von GEN Deutschland e.V.

**Anzahl Mitglieder** derzeit 15 Lernorte

**Wie viele strebt ihr bis Ende 2022 an?** 30

**Wie groß ist das Kernteam?** 2–3

**Wie viele davon sind angestellt / auf Honorarbasis beschäftigt?** 2-3 Honorare über UBA-Projekt





# KREATIVES SACHSEN



Sichtbarkeit und Wertschöpfungsketten - Werkschau 2019 | Foto: Marcel Schröder



Nichtregelmäßige Zusammenkunft bei der Betriebskonferenz 2018 | Foto: Mark Frey



Aus der Branche für die Branche - Vorstand Kreatives Sachsen | Foto: Tobias Ritz

## Unsere wichtigsten Themen

- Sichtbarkeit und Wertschätzung**
- Weiterbildung**
- Netzwerkveranstaltungen**
- Kostenlose Beratung**



Netzwerken beim 2. Kreatives Sachsen Geburtstag 2019 | Foto: Tobias Ritz

## Formate

### Was sind eure wichtigsten Formate, um eure Themen und die Vernetzung voran zu bringen?

In individuellen Gesprächen beraten wir die Unternehmer hinsichtlich vorhandener Förder- und Netzwerkstrukturen und geben Orientierung im Bezug auf die selbständige Tätigkeit. Wir erfassen außerdem den speziellen Weiterbildungsbedarf, den wir dann im Rahmen von Veranstaltungsformate mit Fachreferenten und Peer-Learning-Elementen bearbeiten. In Netzwerkveranstaltungen bringen wir die Akteure mit Verwaltung und Politik zusammen, um die Rahmenbedingungen für Kreativarbeiter weiter zu verbessern.

In Innovationswerkstätten vernetzen wir die kreativen Köpfe mit Unternehmen anderer Branchen wie Handwerk und Tourismus mit dem Ziel, in interdisziplinären Arbeitsgruppen neue Prozesse und Produkte zu entwickeln. Daneben unterstützen wir mit dem Teilprojekt „Raumkomplizen“ bei der Entwicklung kollaborativer Immobilienprojekte, begleiten Wettbewerbe, veranstalten Unternehmerreisen und nehmen an Messen teil. Mit dem Format Werkschau haben wir ein eigenes Messeformat entwickelt, das zeigt, wie vielfältig die Kultur- und Kreativlandschaft in Stadt und Region bereits heute ist.

## Wirkungsraum

### In welchem geografischen Gebiet wirkt ihr?

Wir arbeiten mit Kreativen, Netzwerken und MultiplikatorInnen in ganz Sachsen zusammen. Wir wollen unsere Angebote weiter differenzieren.

## Finanzierung

### Aus welchen Quellen ist euer Netzwerk aktuell finanziert?

Das Projekt KREATIVES SACHSEN wird überwiegend aus Mitteln des Sächsischen Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr finanziert. Wir haben außerdem Schwesterprojekte mit EU-Förderung und Bundesförderung.

## Zielgruppe

### Wer sind eure Mitglieder, wen vertrittet ihr?

Unsere Mitglieder sind Unternehmen und Soloselbständige, die statistisch in der Kultur- und Kreativwirtschaft verortet werden, also privatwirtschaftlich tätig sind.

Die erfassten Branchen sind Architekturmarkt, Software-/ Gamesindustrie, Werbemarkt, Pressemarkt, Buchmarkt, Kunsthandwerk, Musikwirtschaft, Filmwirtschaft, Rundfunkwirtschaft sowie Kunstmarkt und der Markt für Darstellende Künste. In Sachsen werden in diesem Bereich ca. 10.000 Unternehmen verortet. Mit fast 39.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist die Branche auf Augenhöhe mit dem Maschinenbau (39.500 SvB) oder der Automobilindustrie (37.000 SvB).

Grundsätzlich arbeiten wir für alle Unternehmen in dem Bereich. Wer diese Arbeit mitgestalten möchte, kann Mitglied in einem der Regionalverbände werden, die wiederum den Landesverband tragen.

## Vision

### Welche Zukunftsvision will euer Netzwerk helfen herzustellen?

Sachsen war immer ein Land der innovativen Denker, deren Ideenreichtum und Erfindergeist bis heute an zahlreichen Orten spürbar ist. Das findet man heute in der vielfältigen Unternehmenslandschaft der Kultur- und Kreativwirtschaft wieder, die als Innovationstreiber und Lösungsentwickler für eine erfolgreiche Gestaltung zukunftsorientierter Prozesse in Wirtschaft und Gesellschaft agiert.

Unsere Vision ist es, neues Unternehmertum im regionalen Kontext zu befördern und sächsische Kreative und ihre Produkte vor Ort, aber auch im internationalen Kontext sichtbar zu machen und fest im wirtschaftspolitischen Diskurs zu verankern. Wir sind außerdem überzeugt, dass Kreative ein wichtiger Schlüssel für die Bewältigung des Strukturwandels sind.

## Mission

### Was tut das Netzwerk, um diese Vision zu erreichen?

Übergeordnete Themen unserer Arbeit sind die unternehmerische Qualifizierung, brancheninterne und branchenübergreifende Vernetzung, Sichtbarmachung der Branchen, die Erfassung der Bedarfe der Unternehmen und die akteursorientierte Gestaltung von Rahmenbedingungen für die rund 70.000 Haupt- und Nebenerwerbstätigen im Bereich der sächsischen Kultur- und Kreativwirtschaft.

KREATIVES SACHSEN fungiert als zentrale Anlaufstelle für diese AkteurInnen und organisiert deren Vernetzung auch zu Wirtschafts- und Kulturförderung, Stadt- und Regionalentwicklung, Fördereinrichtungen, Verbänden, Netzwerken, Kammern und Hochschulen.

Wichtig ist uns dabei, dass wir zur Entwicklung neuer Wertschöpfung beitragen, die regionale und nachhaltige Aspekte berücksichtigt. Als netzwerkgetragenes Projekt agieren wir aus der Branche für die Branche und beziehen unsere Expertise direkt von unseren Mitgliedern, die selbst als KreativunternehmerInnen in Sachsen tätig sind.

*Kreative sind Innovationstreiber und Lösungsentwickler für eine erfolgreiche Gestaltung zukunftsorientierter Prozesse in Wirtschaft und Gesellschaft.*

## Organisation

**Name des Netzwerks** KREATIVES SACHSEN

**Rechtsform**

Projekt des Landesverbands der Kultur- und Kreativwirtschaft Sachsen e

**Anzahl Mitglieder** Unser Trägerverband vertritt ca. 300 Unternehmen

**Wie viele strebt ihr bis Ende 2022 an?** 500

**Wie groß ist das Kernteam?** 12

**Wie viele davon sind angestellt / auf Honorarbasis beschäftigt?** 9



# KREATIVE LAUSITZ



Beim Netzwerktreffen „takatak“: Eintauchen in die Virtuelle Realität der Lausitz. | Foto: Tine Jurtz Fotografie



Beim Netzwerktreffen „takatak“: Eintauchen in die Virtuelle Realität der Lausitz.



Sarah Heibel (Vorstand), die Gründerin von Anker Events im Gespräch mit Jens Tauschberger (Lausitzmagazin) | Foto: Tine Jurtz Fotografie



Vorstellung des Positionspapiers der Kultur- und Kreativwirtschaft in Cottbus Lars Scharnholtz (INIK) | Foto: Tine Jurtz Fotografie

Unsere wichtigsten Themen

- erfolgreicher Strukturwandel**
- innovative Ideen und kreative Köpfe**
- Digitale Landpartie**
- regionale Wertschöpfungsketten**

*Erfolgreicher Strukturwandel durch regionale Wertschöpfungsketten, weiche Standortfaktoren und positive Geschichten aus der Region*

[kreatives-sachsen.de](http://kreatives-sachsen.de)

## Wirkungsraum

### In welchem geografischen Gebiet wirkt ihr?

Die Kreative Lausitz ist auf dem Gebiet der sächsischen UND der brandenburgischen Lausitz unterwegs – zukünftig auch in Polen und Tschechien.

## Finanzierung

### Aus welchen Quellen ist euer Netzwerk aktuell finanziert?

Momentan lebt das Netzwerk von den Mitgliedsbeiträgen und Fördergeldern, die jeweils projektbezogen beantragt werden. Ziel ist eine größere, mehrjährige Finanzierung, um den Strukturwandel sinnvoll begleiten und mitgestalten zu können.

## Zielgruppen

### Wer sind eure Mitglieder, wen vertrittet ihr?

Die Kreative Lausitz vertritt die Interessen der Unternehmen und Soloselbständigen, die per Definition in einer der 12 Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft erfasst werden (Architektur, Musik, Bildende und Darstellende Kunst, Design, Software- und Gamesindustrie, Filmwirtschaft, Buchmarkt, Kunsthandwerk, Pressemarkt, Werbemarkt und Rundfunk). Diesen Mix bildet auch unsere Mitgliederstruktur ab, am Liebsten hätten wir natürlich alle der geschätzt 2.000 Unternehmen in der Lausitz als Mitglieder dabei.

## Vision

### Welche Zukunftsvision will euer Netzwerk helfen herzustellen?

Ein erfolgreicher Strukturwandel kann nur gelingen, wenn neue regionale Wertschöpfungsketten entwickelt, weiche Standortfaktoren befördert und positive Geschichten aus der Region in die Welt getragen werden.

Die Kreative Lausitz möchte die guten Rahmenbedingungen, die die Lausitz momentan für innovative Ideen und kreative Köpfe bietet, sichtbar machen, die Akteure vor Ort bei der gegenseitigen Vernetzung unterstützen, hinsichtlich der förderrechtlichen Instrumente beraten und Verwaltung, Politik, aber auch klassische Wirtschaft über die Potentiale informieren, die heute schon vor Ort vorhanden sind.

## Mission

### Was tut das Netzwerk, um diese Vision zu erreichen?

Momentan ist das Netzwerk lausitzweit unterwegs und kommuniziert mit Akteuren, Verwaltung und bestehenden Netzwerken, um aufzuklären, über welchen Wirtschaftsbereich wir sprechen.

Unsere Expertise liegt dabei vor allem in der Kenntnis der Szene – die Mitglieder sind privatwirtschaftlich im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft unterwegs – und in unserem ungebrochenen Optimismus, dass wir in einer der momentan spannendsten Regionen Europas zu Hause sind.

## Formate

### Was sind eure wichtigsten Formate, um eure Themen und die Vernetzung voran zu bringen?

Da der Verein vergleichsweise jung ist, arbeiten wir aktuell vor allem auf den Ebenen der Vernetzung und Sichtbarmachung. Das durch die Region wandernde Veranstaltungsformat „TAKATAK“ (sorbisch für „sowieso“) bringt regelmäßig die Akteure zusammen, die DIGITALE LANDPARTIE sorgt für die Sichtbarkeit der spannenden Orte und Menschen, die in der Lausitz bereits heute existieren. Wir wollen vorrangig die von uns vertretenen Branchen unterstützen und mithelfen, dass Kreative von dem, was sie gerne tun, auch gut leben können.

Durch die so genannten Spillover-Effekte, die durch die Kultur- und Kreativwirtschaft ausgelöst werden, nützt unsere Arbeit aber der gesamten Region und kann neue Innovationsprozesse in allen anderen Bereichen der Wirtschaft und des gesellschaftlichen Miteinanders auslösen.

**Mehr erfahren:**

- ▶ [Unser Branchenbuch](#)
- ▶ [Videoreihe KulturDigital](#)
- ▶ [Unsere Aufgaben](#)

### Organisation

**Name des Netzwerks** Kreative Lausitz e.V.  
**Rechtsform** eingetragener Verein  
**Anzahl Mitglieder** 33  
**Wie viele strebt ihr bis Ende 2022 an?** 120  
**Wie groß ist das Kernteam?** 8  
**Wie viele davon sind angestellt / auf Honorarbasis beschäftigt?** 0

# NETZWERK IMMO VIEL IEN



Netzwerktreffen 2020 bei der Utopiastadt in Wuppertal | Foto: Wolf Sondermann



Immobilien-Diskussion auf der Polis Convention 2019 | Foto: Frank Vinken



„41xPraktisch“ 2019 in der Robert-Koch-Straße | Foto: Almut Hochschuh, IPA

**Boden als Gemeingut  
gemeinwohlorientierte  
Immobilienentwicklung  
Zivilgesellschaftliche  
Initiativen stärken  
Rahmenbedingungen  
verbessern**

*Zivilgesellschaftliche Initiativen, die in Städten und ländlichen Räumen selbstorganisiert und solidarisch Immobilien für sich und ihre Nachbarschaft entwickeln, nehmen eine besondere Rolle in der Entwicklung lebendiger und zukunftsfähiger Stadtteile ein.*

[netzwerk-immovielien.de](http://netzwerk-immovielien.de)

## Wirkungsraum

**In welchem geografischen Gebiet wirkt ihr?**

Wir sind in Deutschland bundesweit tätig, mit Mitgliedern in Österreich und der Schweiz.

## Finanzierung

**Aus welchen Quellen ist euer Netzwerk aktuell finanziert?**

Das Netzwerk Immobilien finanziert sich aus Mitgliedsbeiträgen und Spenden.

## Zielgruppen

**Wer sind eure Mitglieder, wen vertrittet ihr?**

Das Netzwerk Immobilien ist ein Bündnis von Akteur\*innen aus Zivilgesellschaft, Öffentlicher Hand, Wirtschaft, Wohlfahrt und Wissenschaft. Mitglied können engagierte Einzelpersonen und Organisationen werden, die sich mit unseren Zielen identifizieren. Besonders freuen wir uns über die Mitgliedschaft von Immobilienprojekten und -initiativen. Ganz konkret wünschen wir uns mehr Vertreter\*innen aus Kommunen und Verwaltung.

## Formate

**Was sind eure wichtigsten Formate, um eure Themen und die Vernetzung voran zu bringen?**

Das Netzwerk versteht sich als Plattform für den Austausch und die Kooperation seiner Mitglieder sowie als fachliche Instanz gegenüber der Öffentlichkeit. 2019 haben wir uns beispielsweise mit ausführlichen Stellungnahmen an die Baulandkommission der Bundesregierung gewendet. Für 2020 planen wir eine Debattenkonferenz mit Bundespolitik in Berlin. Darüber hinaus dient das Netzwerk Immobilien seinen Mitgliedern zur Koordination und Verstärkung ihrer jeweiligen und gemeinsamen Bildungs-, Beratungs- und Öffentlichkeitsarbeit. Ein Projekt des Netzwerks ist der bundesweit einmalige Kommunale Austausch Konzeptverfahren. Mit [41xPraktisch](#) bieten Netzwerkmitglieder ein geballten Input zum Projektalltag das seinesgleichen sucht.

Mit einer bezahlten Koordinierungsstelle halten wir den Austausch intern wie extern auf hohem Niveau am Laufen und verschaffen unseren Mitgliedern durch unsere Öffentlichkeitsarbeit (Newsletter und Social Media) eine überregionale Reichweite. Unsere Arbeit kommt mittelbar allen Immobilienprojekten und -initiativen zu Gute.

## Vision

**Welche Zukunftsvision will euer Netzwerk helfen herzustellen?**

Unsere Zukunftsvision: In Deutschland wird nicht mehr mit Boden spekuliert. Die Kommunen verfügen über ausreichend Liegenschaften, die sie im Erbbaurecht an gemeinwohlorientierte Bauträger\*innen vergeben. Alle Menschen können sich ihre Miete leisten und haben Zugang zu sozialer Infrastruktur. Wer möchte, kann im Haus und Wohnumfeld demokratisch mitbestimmen. Gemeinschaftliches Wohnen und Arbeiten wird besonders gefördert, da es erwiesenermaßen sozial und ökologisch nachhaltiger ist. Die soziale und ökologische Rendite ist auch bei privaten Investitionen zu einem bestimmenden Faktor geworden. Besonders beliebt sind dabei Immobilienprojekte auf Grund ihrer Innovations- und Integrationskraft. In vielen ländlichen Gebieten konnte mit Hilfe des Immobilien-Ansatzes die Schrumpfung verlangsamt werden. Vor allem aber hat sich die Zufriedenheit und das Vertrauen der Menschen in Stadt und Land durch eine neue Augenhöhe zwischen Bürger\*innen und Verwaltung verbessert.

## Mission

**Was tut das Netzwerk, um diese Vision zu erreichen?**

Das Netzwerk Immobilien will die Rahmenbedingungen für die Entstehung und den Betrieb von Immobilien in allen relevanten Handlungs- und Politikfeldern verbessern. Wir glauben, dass zivilgesellschaftliche Initiativen, die in Städten und ländlichen Räumen selbstorganisiert, solidarisch und in Kooperation mit Partnern Immobilien für sich und ihre Nachbarschaft entwickeln, eine besondere Rolle in der Entwicklung lebendiger und zukunftsfähiger Stadtteile einnehmen. Dafür müssen wir uns auf mehrere Themenfelder und Handlungsebenen konzentrieren: Boden als Gemeingut, passende und nachhaltige Finanzierung und Förderung, zivilgesellschaftliches Engagement und inklusive Planungskultur.

Die Stärke des Netzwerks liegt in seiner Vielfältigkeit. Wir haben in allen genannten Themenfeldern Expertise und noch in Weiteren.

### Mehr erfahren:

- ▶ [Das Netzwerk Immobilien](#)
- ▶ [Immovielien-Sammlung](#)
- ▶ [Unsere Forderungen](#)
- ▶ [Newsletter](#)

## Organisation

**Name des Netzwerks** Netzwerk Immobilien e.V.

**Rechtsform** eingetragener Verein

**Anzahl Mitglieder** ca. 180

**Wie viele strebt ihr bis Ende 2022 an?** 300

**Wie groß ist das Kernteam?** 6

**Wie viele davon sind angestellt / auf Honorarbasis beschäftigt?** 2

# LeerGut-Agenten

Thüringer Netzwerk zur Belebung von Leerstand



6. Netzwerktreffen der LeerGut-Agenten auf Burg Tannroda 2020 | Foto: Thomas Müller/IBA Thüringen



Netzwerktreffen der LeerGut-Agenten im Leberstall Coburg 2019 | Foto: Thomas Müller/IBA Thüringen



Netzwerktreffen der LeerGut-Agenten im Schwarzwald 2020 | Foto: Thomas Müller/IBA Thüringen



6. Netzwerktreffen der LeerGut-Agenten auf Burg Tannroda 2020 | Foto: Thomas Müller/IBA Thüringen

## Formate

Was sind eure wichtigsten Formate, um eure Themen und die Vernetzung voran zu bringen?

laufend seit 2018, mit Unterstützung der IBA Thüringen:

- Netzwerktreffen und Erfahrungsaustausch vor Ort
- Internetpräsenz [www.leergut-agenten.de](http://www.leergut-agenten.de)

geplant 2020

- Koordinierungsstelle, Mitglieder- und Kompetenzliste
- Orientierungs-, Konzept- und Fachberatung („LeerGut-Scheine“)
- Beteiligungs- und Aktivierungsformate, Prozessbegleitung
- Fortbildungen für Verwaltungen, Training für Leerstandslotsen
- LeerGut-Vermittlung, Inspirationsreisen für LeerGut-Interessierte
- Stellungnahmen zu Bauordnung, Planungsrecht, Förderprogrammen
- LeerGut-Festival, LeerGut-Preis, temporäre, künstlerische Interventionen
- Projektentwicklung für prototypische und regional bedeutsame Objekte

[leergut-agenten.de](http://leergut-agenten.de)

## Wirkungsraum

In welchem geografischen Gebiet wirkt ihr?

Thüringen, mit Kontakten ringsherum

## Finanzierung

Aus welchen Quellen ist euer Netzwerk aktuell finanziert?

Die LeerGut-Agenten werden zur Zeit von der Internationalen Bauausstellung (IBA) Thüringen GmbH unterstützt. Die Akquise von weiteren Fördermitteln ist beabsichtigt.

## Zielgruppe

Wer sind eure Mitglieder, wen vertrittet ihr?

LeerGut-Agent\*in kann jede\*r werden, der sich aktiv in Thüringen für die gemeinwohlorientierte Belebung von Leerstand einsetzt und das Ziel mitverfolgt, künftige Nutzer\*innen, sowie Eigentümer\*innen und Kommunen dabei zu unterstützen.

Ob als Initiator\*in eines Projektes, Aktive\*r in Vereinen, Unternehmer\*in, Architekt\*in, Organisationsberater\*in, Bürgermeister\*in, Mitarbeiter\*in in der Landes- oder Kommunalverwaltung, Vertreter\*in von Verbänden, Kammern und Banken, Bürger\*in oder Politiker\*in – Sie sind/Du bist willkommen. Wir streben einen direkten, persönlichen Umgang auf Augenhöhe an.

Unsere wichtigsten Themen

**Leerstand entwickeln**  
**regionale Baukultur**  
**Gemeinwohl fördern**

*LeerGut-Agent\*in kann jede\*r werden, der sich aktiv in Thüringen für die gemeinwohlorientierte Belebung von Leerstand einsetzt.*

## Vision

Welche Zukunftsvision will euer Netzwerk helfen herzustellen?

Die LeerGut-Agenten streben einen nachhaltigen Umgang mit dem Siedlungsbestand, dem Boden und der Kulturlandschaft an. Sie wollen die Ortskerne stärken und die Solidarität der Bewohner fördern. Dabei streben sie eine architektonische Sorgfalt und eine regionale Baukultur an, die als Vorbild wirken kann. Nicht zuletzt tragen sie zu einem neuen Selbstbewusstsein und Image der ländlichen Räume in Thüringen als Lebens-, Kultur- und Wirtschaftsraum bei.

Die LeerGut-Agenten setzen sich für eine offene, solidarische Zivilgesellschaft ein, die auf Augenhöhe mit einer aktiven Verwaltung und mit verantwortungsbewussten Unternehmenden nachhaltig Zukunft gestaltet. Dabei schließen wir alle Menschen ein. Rück- und Zuwanderung betrachten wir als Chance für Thüringen und den ländlichen Raum.

Die LeerGut-Agenten sind auf drei Ebenen wirksam: Sie wollen die persönliche Entfaltung der Beteiligten ermöglichen, das Gemeinwohl in der Region, in den Kleinstädten und Dörfern stärken und dabei die planetaren Grenzen – insbesondere Boden, Umwelt und Klima – beachten.

## Mission

Was tut das Netzwerk, um diese Vision zu erreichen?

Die LeerGut-Agenten als Thüringer Netzwerk zur Belebung von Leerstand wollen mit ihrem Erfahrungs- und Expertenwissen Projektinitiativen, Bauherr\*innen und Kommunen bei der Aktivierung von Leerstand unterstützen. Die LeerGut-Agenten leisten Hilfe zur Selbsthilfe, um aus Ideen machbare Konzepte zu entwickeln, die zugleich einen Mehrwert für den Ort und die Region schaffen.

Mit ihren Netzwerkpartnern und Projektbeispielen zeigen sie alternative Handlungsoptionen zu Abriss und Verfall auf. Sie wollen das Bewusstsein für die Ressource LeerGut schärfen und setzen sich für gemeinwohlorientierte Innovationen bei Nutzungen, Rechtsformen, Planung, Bautechnik, Finanzierung und Förderung ein.

## Organisation

**Name des Netzwerks**  
LeerGut-Agenten - Thüringer Netzwerk zur Belebung von Leerstand

**Rechtsform** bisher Initiative der IBA Thüringen GmbH, künftig Projekt beim Plattform e.V.

**Anzahl Mitglieder** 36

**Wie viele strebt ihr bis Ende 2022 an?** 60

**Wie groß ist das Kernteam?** 12

**Wie viele davon sind angestellt / auf Honorarbasis beschäftigt?** 1

# Haus- und WagenRat



Wagenidylle | Foto: Hannes Heise



Beratung im HWR-Büro | Foto: Thomas Puschmann



Besichtigung zu Hausprojekten in Leipzig | Foto: Thomas Puschmann

Unsere wichtigsten Themen

- Kollektive Eigentumsformen**
- Selbstorganisierte Räume**
- Gemeinsame Finanzierung**
- Passendes Baurecht**



Beratungsladen in der Georg-Schwarz-Strasse 19 (Leipzig) | Foto: Thomas Puschmann

*Wir wollen Nischen ausdehnen und ausbauen und als Gegenentwürfe zum klassischen Miet- oder Eigentumsmodell für viele erlebbar werden lassen.*

## Wirkungsraum

**In welchem geografischen Gebiet wirkt ihr?**

Der HWR ist ein Verein für selbstorganisierte Räume in und um Leipzig, wobei dieses Umland etwa von Göttingen bis Görlitz reicht. Der Schwerpunkt liegt in Sachsen, dem südlichen Sachsen-Anhalt und östlichen Thüringen, je nach Thema aber auch darüber hinaus bis ins östliche Mitteleuropa (CZ, SK, PL).

## Finanzierung

**Aus welchen Quellen ist euer Netzwerk aktuell finanziert?**

Mitgliedsbeiträge und Honorare für Workshops, Beratungen, Vorträge, Podiumsdiskussionen u.a.m.

## Zielgruppen

**Wer sind eure Mitglieder, wen vertritt ihr?**

- Gruppen, die bereits Wohn-, Gewerbe- und Kulturprojekte im kollektiven Eigentum der Mieter\*innen und Nutzer\*innen umsetzen
- Gruppen und Personen, die solche neuen Projekte gründen wollen
- Wagenplatzbewohner\_innen und -interessierte v.a. in und um Leipzig
- alle, die unsere Ziele wie kollektive Eigentumsformen, Selbstverwaltung und solidarische Städte und Dörfer teilen

## Vision

**Welche Zukunftsvision will euer Netzwerk helfen herzustellen?**

Wir wollen die vielfältigen Erfahrungen der zahlreichen Hausprojekte und Wagenplätze mit gemeinschaftlichen Wohn- und Eigentumsformen und Selbstorganisation für weitere Gruppen und Personen zugänglich machen, die Nischen ausdehnen und ausbauen und als Gegenentwürfe zum klassischen Miet- oder Eigentumsmodell für viele erlebbar werden lassen.

Dadurch bauen wir gemeinsam mit vielen anderen Menschen weiter an solidarischen Städten und Gemeinden.

## Formate

**Was sind eure wichtigsten Formate, um eure Themen und die Vernetzung voran zu bringen? Wem nützt ihr dabei konkret?**

- monatliche offene Projektberatung
- unktuelle bis langfristige Begleitung und Beratung von Gruppen
- Workshops, Vorträge und andere Veranstaltungen zu Themen wie Gruppenorganisation, Rechtsformen, Finanzierung, offener Erfahrungsaustausch
- Lobbyarbeit in Politik und Verwaltung auf den Ebenen der Städte und Gemeinden sowie der Länder und des Bundes

Den Nutzen daraus ziehen vor allem unsere Mitglieder und alle die, die es noch werden wollen.

## Mission

**Was tut das Netzwerk, um diese Vision zu erreichen?**

Wir beraten bestehende Projekte sowie Gruppen wie etwa Mieter\_innengemeinschaften in der Gründungsphase, begleiten Gruppen in Krisenphasen und Entscheidungssituationen und unterstützen Initiativen bei Kauf- und Bankverhandlungen.

Um aus der Nische herauszutreten entwickeln wir Konzepte mit verschiedenen Akteur\*innen wie Kommunen sowie kommunalen Wohnungsgesellschaften und Wohnungsgenossenschaften. Wir sind Ansprechpartner für Forschung und Presse und engagieren uns in überregionalen Netzwerken wie dem „Wohnbund“, dem „Netzwerk Immobilien“ oder den „Leergut-Agenten“ in Thüringen.

Unsere Expertise liegt bei Gruppenorganisation und -prozessen, kollektiven Eigentumsformen, v.a. Genossenschaften und Mietshäuser Syndikat, Finanzierungen mit Nachrangdarlehen, Förderprogrammen, Bau- und Planungsrecht, Abläufen in Verwaltungen und der Kommunalpolitik, Immobilienmarkt, ...

## Organisation

**Name des Netzwerks:** Haus- und WagenRat e.V.

**Rechtsform:** eingetragener Verein

**Anzahl Mitglieder:** 44 Einzel- und Gruppenmitgliedschaften

**Wie viele strebt ihr bis Ende 2022 an?** > 60

**Wie groß ist das Kernteam?** 6

**Wie viele davon sind angestellt / auf Honorarbasis beschäftigt?** 1



▶ Video-Doku zum Überland Festival

## Wie kam es dazu?

Im September 2020 fand im Rahmen des Programms „Neulandgewinner. Zukunft erfinden vor Ort“ das **Überland Festival der Akteure** statt\*. Viele hundert Menschen kamen und verbrachten inspirierende Tage auf dem Gelände des **Kühlhaus Görlitz**, wo vielfältige Themen rund um das Thema ländliche Entwicklung besprochen und bearbeitet wurden.

Das **Netzwerk Zukunftsorte** war eingeladen, einen eigenen Themenbereich zu gestalten: Unter dem Motto „Impulsorte und ihre Netzwerke“ brachten wir die hier versammelten Netzwerke zusammen und miteinander in Austausch.

Im Fish-Bowl Format diskutierten wir darüber, was Impulsorte ausmacht und was sie bewirken und im Formate-Basar tauschten die Netzwerke ihre Erfahrungen mit Formaten für Beteiligung, Wissenstransfer und Interessenvertretung aus. Im Vorfeld entstand eine kleine Ausstellung mit einem Plakat zu jedem Netzwerk. Die Inhalte dieser Plakate sind in diesem Heft versammelt: zum Nachlesen und Weitervernetzen.



\* Das Festival wurde von der Robert Bosch Stiftung und vielen weiteren Partnern ermöglicht.

# Wollen wir Freunde sein?

Wir sind uns sicher: in diesem Freundebuch fehlen noch interessante und wichtige Impulsort-Netzwerke. Vielleicht gehört deines dazu? Dann melde dich!

Denn je mehr wir sind, desto größer ist unsere Chance, mit vereinten Kräften einen merkbaren Beitrag zur Gestaltung eines lebendigen, vielfältigen und zukunftsfähigen ländlichen Raums zu leisten.

Melde dich bei [netzwerk@zukunftsorte.land](mailto:netzwerk@zukunftsorte.land)



# Euer Netzwerk hier – das wäre doch schön!

## Teilst du unsere Vision?

Wie kann der ländliche Osten zum neuen Innovationsraum werden? Und welche Rolle spielen dabei vernetzte Kreativ- und Zukunftsorte und eine neue Art von Landgesellschaft? Wirf einen Blick in unsere Vision und Handlungsempfehlungen und schau, ob du Überschneidungen siehst. Wenn ja, dann lass uns zusammen an ihrer Umsetzung arbeiten!

[Unsere Vision 2030](#)



## Kontakt

Du hast Fragen oder Interesse an einer Zusammenarbeit? Dann besuch unsere Webseite und melde dich bei uns:

[netzwerk@zukunftsorte.land](mailto:netzwerk@zukunftsorte.land)

[www.zukunftsorte.land](http://www.zukunftsorte.land)

## Neulandgewinner.

Die in dieser Publikation verwendeten Netzwerk-Plakate wurden vom Netzwerk Zukunftsorte für das Überland Festival entwickelt und gestaltet. Die Konzeption und Gestaltung wurde unterstützt durch das Neulandgewinner Programm und das Thünen Institut für Regionalentwicklung. .

„Neulandgewinner – Zukunft erfinden vor Ort“ ist ein Programm der **Robert Bosch Stiftung**.

---