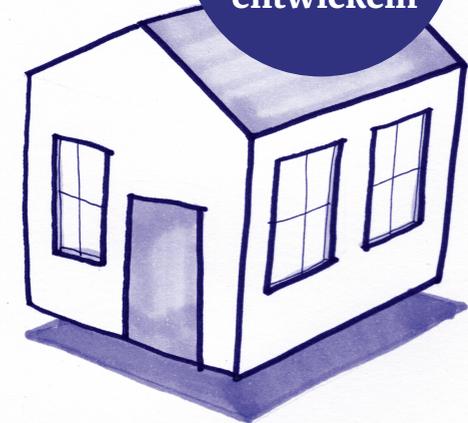


Für
Kommunen,
die Zukunft
entwickeln



Vom Leerstand zum Zukunftsort

Wie Sie kreative Akteure für
Ihre Kommune begeistern

Immer mehr Großstadtbewohner interessieren sich für das Leben auf dem Land. Dass nicht sofort umgezogen wird, hat oft mit Ängsten vor Abgeschlossenheit, unzureichender Infrastruktur oder dem Fehlen gleichgesinnter Menschen zu tun. Deshalb sind vor allem Gemeinschaftsprojekte für Kreativschaffende und Familien so interessant. Bestehender Leerstand und daraus entstehende Zukunftsorte spielen dafür eine Schlüsselrolle.

Zukunftsorte verknüpfen die lebendigen sozialen Netzwerke der Stadt mit den Freiräumen des Landes, kreatives Unternehmertum mit verbindlichen Dorfstrukturen, digitale Arbeitskultur mit handfestem Zupacken. Was oft fehlt, um diese Entwicklung anzukurbeln sind Begegnungsräume und kuratierte Formate, sowohl für kommunale Vertreter wie Interessierte.

Unsere Handlungsschritte liefern neue Ansätze zur
Entwicklung Ihres Leerstands.

Hilfreiche Links & Beispiele finden Sie unter:

➔ zukunftsorte.org/infobox

Netzwerk Zukunftsorte

Das Netzwerk Zukunftsorte ist ein Zusammenschluss von Impulsorten, die die Möglichkeiten des kollaborativen Lebens und Arbeitens praktizieren, testen und weiterentwickeln. Die Mitglieder des Netzwerks bieten aktive Unterstützung für Akteure und Kommunen an, schlagen Brücken zwischen Stadt und Land und vernetzen Institutionen und Initiativen aus Brandenburg und darüber hinaus.

➔ www.zukunftsorte.org

studiovorort

studiovorort begleitet Klein- und Mittelstädte sowie ländliche Regionen dabei, Digitalisierungsprozesse bewusst zu gestalten und als Werkzeug des Wandels nutzbar zu machen. Für eine zukunftsfähige Neuausrichtung von Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Demokratie.

➔ www.studiovorort.de

Die Beschreibung ist im Rahmen des Projekts »Vom Leerstand zum Zukunftsort« entstanden, das durch das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Energie gefördert wurde.



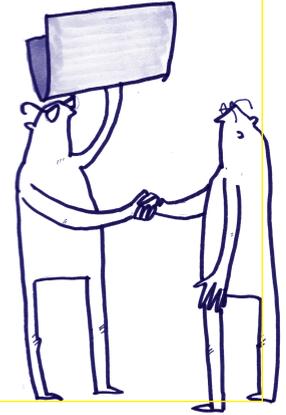
1 Fangen Sie an.

Die Betonung liegt auf »Sie«. Kommunen müssen bei der Leerstandsentwicklung selbst aktiv werden, um für mögliche Interessentinnen überhaupt sichtbar zu sein. Denn aus einer großstädtischen Perspektive ist erst einmal überall ländlicher Raum. Es braucht also Orientierung, Angebote und Ansprechpartner. Stellen Sie schon zu Beginn dieses Prozesses Ressourcen für die Planung und Umsetzung der nächsten Schritte bereit.



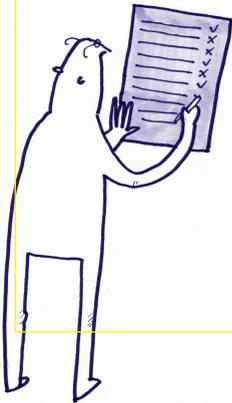
4 Lernen Sie sich kennen.

Treten Sie mit potenziellen Interessenten in Kontakt. Standards wie Flyer, Social Media, Ebay-Kleinanzeigen oder Immobilienbörsen können dabei nur die Grundlage sein. Besser: Gehen Sie raus! Lernen Sie ihre Zielgruppe kennen und verstehen Sie, wie diese tickt. Werden Sie Mitglied in Rückkehrer-Netzwerken, besuchen Sie passende Messen, nehmen Sie an Meetups teil, organisieren Sie eine Leerstand-Safari mit uns, dem Netzwerk Zukunftsorte, machen Sie selbst interessante Veranstaltungen zum Thema. Kurz: Geben Sie Ihrem Vorhaben ein wiedererkennbares und prägnantes Gesicht.



2 Analysieren Sie Ihre Kommune.

Grundlage ist ein Überblick des bestehenden Leerstands. Neben einer räumlichen Verortung von Objekten benötigen Sie weitere wichtige Informationen, etwa zum Zustand des Gebäudes. Liegen Gutachten vor? Verkauf, Vermietung oder Pacht? Steht es gar unter Denkmal- oder Naturschutz? Eingetragene Nutzungsarten, Nutz- und Grundstücksflächen? Folgende Themen sollten außerdem dargestellt werden: Wie steht es um die Infrastruktur in Nachbarschaft und Kommune? Wie wird Ihre Kommune durch Bewohner, Initiativen, Macherinnen und Politik geprägt?



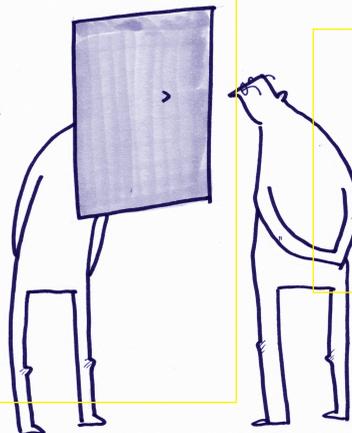
5 Neue Wege gehen.

Viel zu oft werden Immobilien nach Höchstpreis oder Schema-F vergeben. Aber für die langfristige Entwicklung Ihres Ortes sind zukunftsfähige Konzepte und passende Menschen das A und O. Leerstand ist ein großes Gut - seien Sie selbstbewusst und mutig. Geben Sie ungewohnten Konzepten eine Chance. Im Zweifel erst als Pacht und dann als Kauf. Um für Sie die Auswahl auch unkonventioneller Konzepte zu erleichtern, können Sie vorab ein Briefing erstellen, das Ihre wichtigsten Fragen beinhaltet.



3 Erstellen Sie ein Portfolio.

Ein Portfolio arbeitet in zwei Richtungen. Es vermittelt einen Eindruck davon, welche Akteurinnen und Aktivitäten Sie sich für Ihre Region wünschen. Legen Sie Wert auf die aktive Beteiligung? Suchen Sie Kunst, Ökologie oder Start-ups? Dann stellen Sie das auch dar, damit alle wissen, woran Sie sind. Zweitens informiert das Portfolio Interessenten. Denken Sie daher aus Sicht der Akteure und bringen Sie Leben in das Portfolio: Wie weit ist das Objekt vom Alexanderplatz entfernt? Wo ist der nächste Badensee? Wie sind die Wahlergebnisse? Fügen Sie aussagekräftige Pläne und Bilder ein.



6 Bewerbungen sichten und entscheiden.

Viel Erfolg!

Hilfreiche Links & Beispiele finden Sie unter:

➔ [zukunftsorte.org/infobox](https://www.zukunftsorte.org/infobox)

