

## **Erkenntnisse aus der Publikation**

### **Die Digitalisierung ist eine große Chance für den ländlichen Raum**

Im demografischen Wandel ermöglichen digitale Technologien, neue und standortsichernde Strukturen für den ländlichen Raum aufzubauen. Dabei geht es nicht nur darum, mit Hilfe des Internets Dienstleistungen zu den Menschen zu bringen. Es geht vor allem darum, neue Technologien zu nutzen, um das Leben auf dem Land zu erleichtern und attraktiver machen - sei es in der Gesundheitswirtschaft oder der Daseinsvorsorge. Wie das konkret umgesetzt werden kann, zeigt beispielhaft das Forschungsprojekt „Smart Rural Areas“ des Fraunhofer IESE in Kaiserslautern.

### **Globalisierung und Regionalität sind für Unternehmen keine Gegensätze**

Digitale Lösungen können Wachstum generieren und die wirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit ländlicher Regionen sichern. Sie ermöglichen neue Optionen für die Entstehung von Unternehmertum, für Erreichbarkeit, Zusammenarbeit und Kommunikation – und lässt die Grenzen zwischen Stadt und Land zunehmend verschwimmen. Dass Unternehmen im ländlichen Raum durchaus erfolgreich sind, beweisen in Rheinland-Pfalz erfolgreiche Handwerksbetriebe ebenso wie global agierende „Hidden Champions“. Die Verbundenheit zu ihrer Heimatregion ist ihre Stärke. Aus ihr können sie ihre Identität und Leistungsfähigkeit schöpfen. Effektives Regionalmanagement und eine vorausschauende Wirtschaftsförderung bereiten erfolgreichen Unternehmen den nötigen Boden – und können dazu beitragen, dass Regionalität auch in Zeiten der Globalisierung kein Nachteil ist.

### **Die Kooperation von Region und Unternehmen ist ein Erfolgsrezept**

Region und Unternehmen sind aufeinander angewiesen. Einerseits brauchen ländliche Regionen eine starke Wirtschaft. Denn nur dort, wo Unternehmen sind, gibt es Ausbildungs- und Arbeitsplätze – die Grundlage für ein wirtschaftlich gesichertes Leben. Andererseits sind Unternehmen in ländlichen Regionen auf die Attraktivität ihres Standortes angewiesen, um qualifizierte Arbeitskräfte anwerben und binden zu können.

Die Kooperation zwischen Region und Unternehmen und die Bildung von Netzwerken sowie Clustern sind notwendige Werkzeuge, um den ländlichen Raum als Ort zum Leben und Arbeiten attraktiv zu gestalten – und um sein wirtschaftliches Potenzial auszuschöpfen. Die Bereitschaft, über den eigenen Horizont hinaus zu denken, und ein offener Austausch, sind dafür eine unverzichtbare Voraussetzung. Viele Best Practice Beispiele in dieser Publikation zeigen, wie das gelingen kann.

### **Jungen Menschen müssen Entwicklungsperspektiven in ihrer Heimatregion geboten werden**

Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels ist es für Unternehmen wichtig, frühzeitig ihren Nachwuchs zu sichern. Dabei können sie sich auf die Heimatverbundenheit vieler junger Menschen stützen. Duale Ausbildung und duales Studium bieten jungen Menschen die Möglichkeit, in ihrer Heimat zu bleiben. Unternehmen bieten sie die Möglichkeit, ihre Personalplanung zu sichern. Entscheidend dafür ist, dass Unternehmen und Betriebe den Kontakt zu Schulen suchen. Denn oftmals wissen junge Menschen nicht, welche beruflichen Perspektiven es in ihrer Heimatregion gibt. Die Initiative SCHULEWIRTSCHAFT Rheinland-Pfalz fördert diese Zusammenarbeit von Schulen und Betrieben vor Ort.

### **Attraktive Arbeitgeber fördern Flexibilität und Individualisierung**

Ein attraktiver Arbeitgeber zu sein und sich als solcher nach Innen und Außen zu präsentieren, wird angesichts des demografischen Wandels immer wichtiger. Gerade Arbeitgeber auf dem Land müssen sich die Frage stellen, was sie für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer attraktiv macht, wie diese angeworben und gehalten werden können. Dazu gehört der Ausbau einer eigenen Arbeitgebermarke, eines Standortmarketings und einer Willkommenskultur, die Fachkräfte anzieht. Die Begriffe „Flexibilität“ und „Individualisierung“ bekommen eine noch größere Bedeutung: Dank der Digitalisierung wird die Arbeit unabhängiger von Arbeitsplatz und -zeit. Das schafft eine ganz neue Flexibilität der Arbeit. Arbeitgeber sind gefordert, sich darauf und auf die individuellen Bedürfnisse ihrer Mitarbeiter einzustellen.

### **Digitalisierung und interkommunale Kooperation leisten einen großen Beitrag zur Sicherung der Daseinsvorsorge**

Um die Daseinsvorsorge im ländlichen Raum zu sichern, bedarf es einer umfassenden Strategie. Dabei ist es wichtig, die Möglichkeiten der Digitalisierung zu nutzen, ehrenamtliches Engagement zu fördern und in Kooperationen zu denken. Mittel- und Oberzentren müssen gestärkt und regional- und kommunalspezifische Entwicklungskonzepte umgesetzt werden. Die interkommunale Kooperation ist wichtiger Baustein einer demografiefesten Kommunalpolitik. So hat das Landesentwicklungsprogramm des Jahres 2008 (LEP IV) erstmals kooperierende Zentren (Mittelzentren) ausgewiesen. Mit der Zukunftsinitiative Starke Kommunen – Starkes Land hat das Innenministerium im Jahr 2014 ein Modellprojekt in 13 Verbandsgemeinden (in sechs Modellräumen) ins Leben gerufen. Es soll die Kooperation in Verwaltungsstrukturen üben und verstetigen.

### **Digitale Angebote und neue Versorgungsmodelle sichern die Gesundheitsversorgung**

In der Gesundheitsversorgung kann die Digitalisierung älteren oder pflegebedürftigen Menschen direkt vor Ort helfen. Dank Telemedizin und altersgerechter Assistenzsysteme

können Menschen länger in ihrer vertrauten Umgebung leben und dabei medizinisch optimal versorgt werden. Neben der Schaffung flexiblerer Arbeitsmodelle für Ärztinnen und Ärzte ist es notwendig, neue Versorgungsmodelle für den ländlichen Raum zu entwickeln und umzusetzen. Gerade kleine Krankenhäuser müssen sich im ländlichen Raum zukunftsfest aufstellen. Ein Beispiel dafür ist das neue Gesundheitszentrum Glantal in Meisenheim. Hier wurden zwei kleine Krankenhäuser, die sich in der Obhut des Landeskrankenhauses befanden, in dem Neubau zusammengeführt. Das Ziel: ein eng verflochtenes Angebot aus stationären und ambulanten Leistungen im ländlichen Bereich.

### **Vernetzung und Markenbildung stärken das Land als Touristenmagnet**

Das Land mit seinen malerischen Landschaften, reichen Weinbaugebieten, vielfältigen Freizeitmöglichkeiten und kulturellen Attraktionen ist für den Tourismus in Rheinland-Pfalz ein besonderer Trumpf. Jährlich besuchen etwa 170 Millionen Tagesgäste das Land. Die gezielte Vermarktung von Destinationen über Regionalmarken, wie es in der Eifel oder mit dem Rheinsteig geschieht, ist dabei wichtig. So können vor Ort Netzwerke geschaffen und touristische Angebote geschnürt werden, von denen Gastronomie, Einzelhandel, kulturelle Einrichtungen und die Bürger vor Ort profitieren.