

Praxisleitfaden LandRäume

– Von der Idee in die Praxis

CITY&BITS



prognos
Wir geben Orientierung.

BULE Plus
Bundesprogramm
Ländliche Entwicklung
und regionale Wertschöpfung

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Impressum

Originalausgabe April 2024

© Fraunhofer IESE

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt.
Sämtliche, auch auszugsweise Verwertung
bleibt vorbehalten.

Förderer

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung,
Referat 423 – Kompetenzzentrum Ländliche Entwicklung
im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung und
Landwirtschaft

Auftraggeber und Herausgeber



Fraunhofer-Institut für
Experimentelles Software Engineering IESE
Fraunhofer-Platz 1
67663 Kaiserslautern

Telefon: +49 631 6800-0
E-Mail: info@iese.fraunhofer.de
www.iese.fraunhofer.de

Design und Layout: Isabella Tober
Illustrationen: Laura Heym

Autor:innen

City & Bits

Julia Dietz, Consultant im Bereich Smart City und Smarte
Region der City & Bits GmbH. Sie ist Landkreisberaterin
der Modellregion Lörrach im Projekt Smarte.Land.Regio-
nen.

IESE

Christian Tamanini, Senior User Experience Designer am
Fraunhofer IESE. Er ist Product Owner der Softwarelösung
LandRäume im Projekt Smarte.Land.Regionen.

Prognos

Franziska Stader, Projektleiterin in der Managementbera-
tung der Prognos AG. Sie ist Landkreisberaterin der
Modellregion Bernkastel-Wittlich im Projekt Smarte.Land.
Regionen.

Inhaltsverzeichnis

0	Die Softwarelösung LandRäume	7
	0.1 Kurzbeschreibung	7
	0.2 Zielgruppen	7
	0.3 Mehrwert	7
1	Handlungsempfehlungen: Von der Idee zur guten Praxis	8
	1.1 Planung – Ausgestaltung der Lösung	8
	1.2 Umsetzung – Einführung der Lösung	12

Liebes LandRäume-Projektteam,

wir freuen uns, dass Sie sich dazu entschieden haben, LandRäume in Ihrer Kommune einzuführen! Sicherlich stehen Sie nun vor der einen oder anderen Frage, welche Schritte zu gehen sind, damit LandRäume bei Ihnen vor Ort „funktioniert“. Dieser Leitfaden soll Sie mit den wichtigsten Informationen auf dem Weg von der Planung der Einführung bis zum Monitoring unterstützen und dabei aufzeigen, welche Ansätze in anderen Kommunen gut und welche weniger gut gelungen sind.

Der Praxisleitfaden geht dabei nur teilweise auf die technischen Rahmenbedingungen ein, da diese bereits auf dem Marktplatz zu finden sind. Der Leitfaden hat vielmehr den Anspruch, alle zusätzlichen Rahmenbedingungen aufzugreifen und verständlich zu ver-

mitteln. Welche Akteure sind bei der Planung miteinzubeziehen? Welches Vorgehen empfiehlt sich in der Umsetzungsphase? Antworten auf diese Fragen finden Sie auf den folgenden Seiten.

Die inhaltliche Beschreibung ist auf Sie als Projektteam, das in Ihrer Kommune LandRäume anbietet, ausgerichtet („Was müssen wir als Kommune, Stadt, Gemeinde beachten, wenn wir die digitale Lösung einführen?“).

Wir wünschen viel Erfolg bei der Einführung und späteren Nutzung von LandRäume in Ihrer Kommune!

0 Die Softwarelösung LandRäume

0.1 Kurzbeschreibung

Vermutlich sind in Ihrer Kommune zahlreiche Raumangebote verfügbar, sei es in öffentlicher oder privater Hand. Diese Angebote tragen maßgeblich zur Attraktivität Ihrer Kommune bei, da sie Raum für verschiedenste Aktivitäten bieten, von gesellschaftlichen Feierlichkeiten bis hin zu Arbeits- oder kulturellen Veranstaltungen. Allerdings sind die verfügbaren Räumlichkeiten sowie deren Nutzungsmöglichkeiten häufig nicht in der Bevölkerung bekannt, so dass sie oft nicht optimal ausgelastet sind und ihr volles Potenzial entfalten können.

Die Lösung LandRäume eröffnet Ihnen nun die Möglichkeit, die vielfältigen Raumangebote der Region auf einer zentralen Plattform einheitlich sichtbar und buchbar zu machen. Damit bietet die Lösung zugleich auch die Chance, dem Leerstand von Gebäuden entgegenzuwirken, indem nicht mehr benötigten Räumlichkeiten ein neuer Zweck verliehen wird.

0.2 Zielgruppen

LandRäume richtet sich an Personen oder Organisationen, die Räume anbieten möchten oder auf der Suche nach einem Raum für ihr Vorhaben sind. Hierzu zählen insbesondere Bürger:innen, Vereine oder Unternehmen ihrer Kommune sowie ortsfremde Personen, die, bspw. im Rahmen von "Workation", Räumlichkeiten benötigen. Wir empfehlen zu prüfen, ob kommerzielle Anbieter durch mögliche Fördervorgaben ausgeschlossen werden.

0.3 Mehrwert

Raumsuchende können mit LandRäume gezielt nach einem Raum für ihr Vorhaben suchen und die verfügbaren Angebote filtern. Neben dem Hinweis über die möglichen Nutzungszwecke eines Raums, erhält man eine detaillierte Beschreibung samt Öffnungszeiten, Kontaktdaten und Bildern zu den Räumlichkeiten sowie die Möglichkeit, den Raum zu buchen. Anbieter von Räumen erhalten die Chance, ihre Räume auf LandRäume zu präsentieren und buchbar zu machen. Darüber hinaus ermöglicht es die Lösung, eingehende Anfragen zu bearbeiten und in einem Buchungskalender sichtbar zu machen. LandRäume erlaubt die Buchung des gesamten Raums bis hin zu einzelnen Plätzen in einem Raum, so dass verschiedenste Raumangebote (von der Grillhütte bis zum Coworking-Space) abgebildet werden können.

1 Handlungsempfehlungen: Von der Idee zur guten Praxis

1.1 Planung – Ausgestaltung der Lösung

Die erfolgreiche Implementierung eines Raumverwaltungssystems erfordert sorgfältige Vorüberlegungen und eine durchdachte Planung der Ziele, Ressourcen und Durchführung. Die Leitfrage, die sich dabei stellt, lautet: „Welche Vorüberlegungen und Vorkehrungen müssen getroffen werden?“ Ein zentraler Aspekt ist die Auswahl der Räumlichkeiten, die in das System eingepflegt werden sollen. Hierbei ist zu klären, welche Ansprechpartner:innen für diese Räumlichkeiten relevant sind und welche Informationen vorliegen, einschließlich möglicher Fotos und Details zur Ausstattung. Die Identifikation von Verantwortlichen für die Pflege der Seite sowie für den Buchungsprozess ist ebenso entscheidend. Um einen reibungslosen Ablauf sicherzustellen, müssen

klare Abstimmungsprozesse zwischen Raumanbieter:innen (z.B. Ihre Kommune), Raumbetreuer:innen/-besitzer:innen (z.B. der/die Ortsbürgermeister:in, Ortsvorsteher:in) und Abrechnungssteller:innen etabliert werden. Dies beinhaltet auch die Festlegung von Zuständigkeiten und Kommunikationswegen, um mögliche Missverständnisse zu vermeiden. Insgesamt erfordert die Einführung von LandRäume eine strukturierte Herangehensweise, bei der alle relevanten Aspekte berücksichtigt werden. Die vorliegende Checkliste gibt einen Überblick über die zentralen Fragestellungen und bietet eine Grundlage für die weiterführende Planung und Einführung von LandRäume.



Checkliste für Projektteam – Phase „Planung“

- 1. Benötigte und vorhandene interne Ressourcen ermitteln
- 2. Akteursanalyse durchführen
- 3. Definition von Zielen
- 4. Kontaktaufnahme mit Pilot-Anbieter:innen
 - 4.1 Kurzvorstellung von LandRäume
 - 4.2 Interessensbekundung / Letter of Intent/ Absichtserklärung
- 5. Kick-off Veranstaltung mit Betreiber und Projektteam
 - 5.1 Kommunikationsstrukturen festlegen
 - 5.2 Definition Rollen und Aufgaben der Anbieter:innen
 - 5.3 Roadmap – Zeitplan und Meilensteine festlegen

Punkt 1 – Benötigte und Vorhandene Interne Ressourcen ermitteln

Bevor LandRäume eingeführt wird, sollte eine genaue Analyse der benötigten und vorhandenen Ressourcen stattfinden, sodass Sach- und Personalkosten hinreichend eingeschätzt werden können.

Grundsätzlich ist der Personalaufwand zu Beginn höher, da Raumanbieter:innen kontaktiert und betreut, Räumlichkeiten eingepflegt und Daten überprüft werden müssen. Zusätzlich sollte der Zeitaufwand für Schulungen, Workshops mit Rau-

manbietenden, telefonischer Support als Onboardinghilfe und die fortlaufende Bearbeitung von Zugangsfragen in der Ressourcenplanung Berücksichtigung finden (Tabelle 1).

Um eine erfolgreiche Einführung und umfassende Betreuung gewährleisten zu können, sollte das Projektteam erfahrungsgemäß aus einer 1/3 Vollzeitstelle sowie einer Hilfskraft/Werkstudent:in bestehen. Das Projektteam nimmt hierbei eine vermittelnde Rolle zwischen LandRäume-Betreiber, Raumanbietenden und Nutzenden ein.

Position	Zeitaufwand (ca.)	Einheit
Schulung durch LandRäume-Betreiber	2 Stunden	einmalig
Workshop/ Kurzvorstellung für Raumanbietende	2 Stunden	2-3 mal
Kick-off mit Pilot Anbieter:innen	4 Stunden	einmalig
Onboardinghilfe	2 Stunden	pro Raumanbietender

Weitere Positionen, die bedacht werden sollten: Interne Abklärung der datenschutzrechtlichen Aspekte, Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Qualitätssicherung der Inhalte, Abrechnung der Räume,....

Hinweis: Die Betreuungsaufwände können sich bei größerer Nachfrage erhöhen.

Abb. 1 – Grobschätzung für Zeitaufwände basierend auf Erfahrungswerten

Punkt 2 – Akteursanalyse durchführen

Eine Akteursanalyse hilft dabei mit den passenden Methoden (z.B. Stakeholder Mapping, Fallbeispiele) die relevanten Akteure zu identifizieren. Es lässt erkennen, welche Akteursgruppen und Personen für die Planung und Einführung von LandRäume von Bedeutung sind, wie diese organisiert sind, welche Entscheider:innen es gibt und wer etwas zur Vorbereitung bzw. Umsetzung beitragen kann. Durch das Verständnis der individuellen Perspektiven können potenzielle Widerstände und Konflikte frühzeitig erkannt und adressiert werden. Zudem fördert die Akteursanalyse die Akzeptanz von LandRäume, indem sie die Kommunikation und Zusammenarbeit zwischen den Beteiligten verbessert. Eine ganzheitliche Betrachtung der Akteure trägt somit maßgeblich zum erfolgreichen Einsatz der Software bei und minimiert mögliche Implementierungshürden.

Eine Akteursanalyse kann in drei zentralen Schritten durchgeführt werden:

1. Systematische Ermittlung und Kategorisierung von Akteur:innen, zum Beispiel:
 - Entscheider:innen (kommunale Gremien...)
 - Multiplikator:innen (CDO, Smart City Kontaktperson; Ortsbürgermeister:innen...)
 - Raumanbieter:innen (Vereine, Privatanbieter, Verwalter von öffentlichen Räumen, Ortsgemeinden, Pfarrheime, Schulen...)
 - Bürger:in / Raumsuchende.
2. Akteursübersicht erstellen inkl. der Definition von Rolle, Aufgaben und Interessen der entsprechenden Akteursgruppen. Mögliche Interessen:
 - Öffentliche Raumangebote sichtbar machen
 - Vereinfachung des Buchungsprozesses

- Erhöhung der Einnahmen durch vermehrte Raumbuchungen
- Schaffung von Transparenz zu Nutzungszweck und Tarifstrukturen

3. Grad der Beteiligung festlegen, indem Akteure ausgewählt werden, die direkt per Post, E-Mail oder über ein Telefonat angesprochen werden können. Die Zusammensetzung der Stakeholder kann sich über den gesamten Prozess verändern und sollte daher über den gesamten Planungsprozess evaluiert werden.

Punkt 3 – Definition von Zielen

Quantifizierbare Ziele sind essenziell für eine erfolgreiche Einführung und langfristige Etablierung von LandRäume, da klare Maßgrößen definiert werden. Durch die Festlegung kon-

kreter, messbarer Ziele können Fortschritte überwacht und der Erfolg objektiv bewertet werden. Dies ermöglicht nicht nur eine gezielte Anpassung der Strategie und Ausrichtung der Implementierung, sondern fördert auch die Motivation der Beteiligten. Quantifizierbare Ziele dienen als Leitfaden, um Ressourcen effizient zu nutzen und den Fokus auf diejenigen Aspekte zu legen, die den größten Mehrwert bieten. Sogenannte Key Performance Indikatoren (KPI) können genutzt werden, um Ziele zu formulieren und diese im Rahmen eines Monitorings überprüfbar zu machen (siehe auch Kapitel 1.3 Monitoring – Prüfung und Pflege der Lösung).

Ziel	Messwert	Erfolg
Inhalt	Anzahl der in LandRäume aufgeführten Räume	> 50 Räume nach einem Jahr Laufzeit
Nutzung	Anzahl der über LandRäume vermittelten Räume	> 10 Räume im Monat
Zufriedenheit	Bewertung von Stakeholdern ein Jahr nach Einführung von LandRäume	> 50 % der Stakeholder stimmt zu, dass die Lösung den Bürgern einen Mehrwert bietet

Abb. 2 – Beispiele für die Formulierung von Key Performance Indikatoren (KPI).

Punkt 4 – Kontaktaufnahme mit Pilot-anbieter:innen

Vor einer flächendeckenden Einführung von LandRäume empfiehlt es sich mit einer Pilotgruppe zu starten, um einen reibungslosen Einsatz zu gewährleisten. Es ermöglicht die internen und organisatorischen Prozesse in einem kontrollierten Umfeld zu testen. Durch das Feedback der Pilot-Gruppe können Anpassungen vorgenommen werden, um LandRäume optimal auf die Bedürfnisse aller Nutzer:innen abzustimmen. Dies reduziert Risiken, spart Ressourcen und steigert die Akzeptanz.

Zu den Pilot-Anbieter:innen können sowohl Organisationen bzw. Personen zählen, die selbst über Räume verfügen und diese vermieten, als auch Akteure, die Räumlichkeiten zwar verwalten, aber die Vermietung nicht selbst vornehmen (bsp. Verbandsgemeinden, die Dorfgemeinschaftshäuser in Ortsgemeinden verwalten). Mit der letztgenannten Gruppe sollte zunächst geklärt werden, für welche der verwalteten Räumlichkeiten die Nutzung von LandRäume sinnvoll sein könnte: Welcher Raum eignet

sich auch für die Vermietung weiterer Zielgruppen, die bisher noch nicht angesprochen werden, durch LandRäume aber ggf. auf den Raum aufmerksam werden könnten? Welcher Raum wird vor Ort durch engagierte Vermieter:innen betreut, die einem digitalen Tool grundsätzlich offen gegenüberstehen?

Nachdem die Auswahl der Pilot-Anbieter:innen erfolgt ist, sollte zu einer Kurzvorstellung inkl. Demo von LandRäume eingeladen werden. Ein Mustertext für die Einladung sowie Hinweise für die Ausgestaltung einer solchen Vorstellung befindet sich im Anhang 1. Daran anschließend sollte die Bereitschaft der Akteure zur Nutzung von LandRäume abgefragt und erfasst werden, indem ein Letter of Intent (LoI) mit den Kommunen unterzeichnet wird. Ein „Letter of Intent“ (LoI) ist für die Phase „Umsetzung“ von Bedeutung, da er eine vorläufige Absichtserklärung darstellt. Dieses Schreiben gibt den Projektbeteiligten die Möglichkeit, ihre Absichten, Vereinbarungen und Zustimmung zu dokumentieren. Es schafft Klarheit über die beabsichtigten Aktio-

nen und erleichtert eine reibungslose Zusammenarbeit, indem es den Rahmen und die Erwartungen skizziert. Im Anhang 2 befindet sich eine Musterformulierung. Sollte ein berechtigtes Interesse der Akteure an der Einführung von LandRäume bestätigt werden, sollte ein interner Kick-off mit dem Projektteam und LandRäume-Betreiber durchgeführt werden, um die Einführung zu konkretisieren.

Hinweis: Falls sich Kommunen aktiv gegen die Nutzung von LandRäume aussprechen, sollten die genannten Gründe erfasst, evaluiert und bei der Anpassung von Aktivitäten berücksichtigt werden.

Punkt 5 – Kick-off Veranstaltung mit Betreibern und Projektteam

Die Kick-off Veranstaltung markiert den offiziellen Startpunkt und bringt LandRäume-Betreiber und Projektteam zusammen, um eine klare Richtung zu setzen. Ein zentraler Schwerpunkt liegt dabei auf der Festlegung der Kommunikationsstruktur für das Projektteam und mit den Raumanbietenden bzw. Pilot-Anbieter:innen, um einen effizienten Informationsfluss zu gewährleisten. Hierbei werden nicht nur die Kommunikationskanäle bestimmt, sondern auch der Turnus von Abstimmungsterminen festgelegt. Hierbei sollte bedacht werden, dass vor der Dienstleistungseinführung regelmäßige Termine einzuplanen sind (ca. 1 x pro Woche für 30 Minuten), um das Projektteam im Umgang mit LandRäume zu schulen, Rückfragen zu klären und Fehlermeldungen zu beheben. Nach Dienstleistungseinführung sind geringe Abstimmungsbedarfe für Fehlerbehebung und generelle Rückfragen zu erwarten.

Ein weiterer essenzieller Punkt, der auf der Agenda des Kick-offs zu finden sein sollte, ist der Erfahrungsaustausch mit dem Betreiber zu Rollen und Aufgaben der Raumanbietenden, im Projektteam und des LandRäume-Betreibers. Dies schafft Transparenz und Verständnis für die individuellen Beiträge jedes Akteurs. Gleichzeitig sollte eine Roadmap erstellt werden, die den Zeitplan und die Meilensteine (z.B. Projektteam-Schulung; Workshops mit Raumanbietenden,..) bis zur erfolgreichen Einführung und Evaluation umfasst. Diese klare Struktur ermöglicht eine effektive Planung und Überwachung des Fortschritts. Insgesamt legt die Kick-off Veranstaltung somit den Grundstein für eine erfolgreiche Zusammenarbeit und einen gezielten Arbeitsprozess während der Einführung der Lösung und sollte im Nachgang durch eine Schulung des Projektteams in der Handhabung von LandRäume durch den Betreiber ergänzt werden.

 Erfahrungsbericht Lessons Learned – die wichtigsten Erkenntnisse aus der Entwicklungsphase	
Was würden wir wieder so machen?	Was würden wir anders machen?
Mit interessierten Raumanbietern/Gemeinden zusammenarbeiten	Von Beginn an eine Fokusgruppe aus interessierten Raumanbietenden (Multiplikator*innen) bilden, um so zunächst im kleinen Kreis LandRäume einzuführen und zu testen. Im nächsten Schritt LandRäume dann weiter ausrollen
Einbeziehung des gesamten Fachbereichs zur vorherigen Testung der Lösung	Lange Kommunikationswege vermeiden indem mit Raumanbietenden direkt kommuniziert wird.

Abb. 3 – Lessons Learned der Beteiligten der Entwicklungsphase

1.2 Umsetzung – Einführung der Lösung

Nach der Kick-Off-Veranstaltung zwischen LandRäume-Betreiber und Projektteam sind die Planungen für die Implementierung von LandRäume abgeschlossen. Nun beginnt die Umsetzungsphase – der Dienst wird in der Kommune eingeführt. Auch hierbei sind verschiedene Faktoren zu berücksichtigen: Welche Unterstützung benötigen die Raumanbieter:innen, um LandRäume gut nutzen zu können? Wie können die

Raumanbieter:innen voneinander lernen, Erfahrungen untereinander austauschen und Herausforderungen gemeinsam lösen? Und nicht zuletzt: Wie kann LandRäume so beworben werden, dass die Plattform sowohl von Raumanbieter:innen als auch von Raumsucher:innen gut genutzt wird? Orientierung während der Umsetzungsphase bietet dem Projektteam folgende Checkliste.



Checkliste für Projektteam – Phase „Umsetzung“

- 1. Kick-off Veranstaltung mit Pilot-Anbieter:innen
- 1.1 Festlegung des „Fahrplans“
- 1.2 Schulung der Raumanbieter:innen durch den Betreiber
- 1.3 Bereitstellung der Bedienungsanleitung für LandRäume
- 2. Pilotphase: Regelmäßiger Austausch mit den Pilot-Anbieter:innen
- 3. Externes Go-Live
- 3.1 Planung der externen Go-Live-Veranstaltung
- 3.2 Planung der Öffentlichkeitsarbeit
- 3.3 Anpassung der Werbematerialien
- 4. Onboarding weiterer Raumanbieter:innen

Punkt 1 – Kick-off Veranstaltung mit Pilot-Anbieter:innen

Zu Beginn der Umsetzungsphase werden die Raumanbieter:innen, die sich mit einem LoI zur Teilnahme an einer Pilotgruppe bereiterklärt haben, zu einem Kick-Off-Termin eingeladen. Diese Veranstaltung dient der Klärung des weiteren Vorgehens sowie der Unterstützung der Raumanbieter:innen bei der zukünftigen Nutzung von LandRäume für ihre Zwecke.

Punkt 1.1 – Festlegung des „Fahrplans“

Ein wichtiger Punkt der Kick-Off-Veranstaltung ist die Festlegung eines „Fahrplans“, der den Pilot-Anbieter:innen Orientierung für die Pilotphase gibt. Folgende Etappenziele sollten im Fahrplan enthalten sein:

1. Kick-Off-Termin (inklusive Schulung)
2. Einstellung der Räume auf der Plattform (siehe Punkt 1.2)
3. Verlinkung der LandRäume-Raumseite auf der eigenen Homepage
4. Ansprache der regelmäßigen Raumsucher:innen
5. Regelmäßiger Austausch in Pilotgruppe
6. Abschlusstreffen der Pilotgruppe

Dabei sollte das Projektteam berücksichtigen, dass den teilnehmenden Raumanbieter:innen ausreichend Zeit gegeben wird, die einzelnen Schritte umzusetzen. Die Motivation der Raumanbieter:innen an der Einführung von LandRäume sollte nicht durch zu strikte Fristen gedämpft werden. Die Vereinbarung eines für alle Akteure passenden zeitlichen Umfangs für die Pilotphase ist deshalb ein wichtiger Teil des Kick-Offs. Erfahrungsgemäß empfiehlt sich ein Zeitraum von 4-6 Monaten, währenddessen die Raumanbieter:innen ihre einzelnen Räume auf der Plattform einstellen, LandRäume bei der Vermarktung und Vermietung ihrer Räume testen und sich regelmäßig innerhalb der Pilotgruppe über ihre Erfahrungen und aufkommenden Fragestellungen austauschen. Bei den regelmäßigen Treffen der Pilotgruppe ist auch das Projektteam anwesend, um bei möglichen Herausforderungen zu unterstützen, Erfahrungswerte aufzunehmen und anschließend dem LandRäume-Betreiber weiterzugeben, um LandRäume laufend zu optimieren. Empfehlenswert ist ein sechswöchiger Rhythmus für die Treffen der Pilotgruppe.

Um einen niedrighschwelligsten Einstieg in die Nutzung von LandRäume zu erreichen, ist es ratsam, die Vermietung über LandRäume zunächst mit denjenigen Mieter:innen zu testen, die bereits regelmäßige Raumnutzer:innen sind. Es eig-

nen sich demnach Stammmieter:innen wie z.B. Vereine, zu denen auch bereits ein Vertrauensverhältnis besteht. Zusätzlich kann auf der Homepage der Raumanbieter:innen ein Link zur entsprechenden Raumseite auf LandRäume eingebaut werden (bei öffentlichen Räumen beispielsweise auf der Webseite der Kreisverwaltung). Die Vermietung ist dann durch die Raumsucher:innen in erster Linie über LandRäume anzufragen.

Punkt 1.2 – Schulung der Raumanbieter:innen durch Betreiber

Um die Raumanbieter:innen zu befähigen, ihre Räume auf der Plattform einzustellen und LandRäume bestmöglich nutzen zu können, werden die Pilot-Anbieter:innen im Rahmen der Kick-Off-Veranstaltung durch den Betreiber geschult. Da die Kurzvorstellung von LandRäume bereits in der Umsetzungsphase erfolgt ist (Punkt 4 – Kontaktaufnahme mit Pilot-Anbieter:innen), sind die Raumanbieter:innen zum Zeitpunkt der Kick-Off-Veranstaltung schon mit den Grundzügen von LandRäume vertraut. Die Schulung sollte dementsprechend so aufgebaut sein, dass die Raumanbieter:innen alle Funktionalitäten erklärt bekommen und dabei Schritt für Schritt ihren Raum auf der Plattform einstellen. Am Ende der Schulung sollten sich die Raumanbieter:innen sicher in der Benutzung von LandRäume fühlen. Zudem sollten die Räume der Pilot-Anbieter:innen schließlich auf der Plattform zu finden sein. Die Vermarktung und Vermietung über LandRäume können somit direkt nach der Veranstaltung gestartet werden.

Damit die Einstellung der Räume reibungslos möglich ist, sollten die Raumanbieter:innen bereits bei der Einladung zur Kick-Off-Veranstaltung darum gebeten werden, digitales Fotomaterial sowie die benötigten Informationen mitzubringen: Zu welchen Öffnungszeiten soll der Raum angeboten werden? Welche Ausstattung wird im Raum angeboten (Beamer, Küche, Wifi etc.)? Wie könnte ein kurzer Info-Text lauten, mit dem der Raum aussagekräftig beschrieben werden kann? Im besten Fall haben die Raumanbieter:innen zudem ihre eigenen Devices dabei, um die Räume auf dem eigenen Laptop o.ä. einstellen und anschließend verwalten zu können. Vorsichtshalber sollte das Projektteam dafür sorgen, dass einige Ersatzgeräte vor Ort sind.

Punkt 1.3 – Bereitstellung der Bedienungsanleitung für Land.Räume

Damit die Raumanbieter:innen auch zu einem späteren Zeitpunkt auf die Informationen aus der Schulung zurückgreifen, wichtige Funktionalitäten von LandRäume nachlesen

und möglichst niedrigschwellig weitere Räume einstellen können, stellt der LandRäume-Betreiber eine Bedienungsanleitung zur Verfügung. Darin enthalten sind alle wichtigen Schritte bei der Nutzung der Plattform sowie anschauliche Screenshots. Die Bedienungsanleitung findet sich im Anhang dieses Leitfadens (Anhang 3). Fragen bei der Nutzung, die in der Bedienungsanleitung nicht beantwortet werden, können die Raumanbieter:innen jederzeit mit dem Projektteam oder in einem Treffen der Pilotgruppe mit den weiteren Teilnehmenden klären.

Punkt 2 – Pilotphase: Regelmäßiger Austausch mit den Pilot-Anbieter:innen

Wie bereits beschrieben, dient die ca. 4-6 monatige Pilotphase dazu, dass ausgewählte, motivierte Raumanbieter:innen LandRäume nutzen, Rückmeldung zur stetigen Optimierung geben und schließlich auch weitere Raumanbieter:innen von der Plattform LandRäume überzeugen.

Die regelmäßigen Austauschtermine werden durch das Projektteam organisiert und moderiert. Um eine möglichst niedrigschwellige Teilnahme zu ermöglichen, ist ein virtuelles Format empfehlenswert. Die Treffen sollten ca. alle sechs Wochen stattfinden, wobei die Raumanbieter:innen nicht zur regelmäßigen Teilnahme verpflichtet sind. Es liegt in der Entscheidung des Projektteams, ob die Termine für die Austauschrunden direkt zu Beginn der Pilotphase festgelegt werden oder ob das Folgetreffen jeweils in den Terminen vereinbart wird.

Die Raumanbieter:innen bringen ggf. aufkommende Fragen mit, berichten über ihre Erfahrungen und übermitteln dem Projektteam ihr Feedback. Was hat bei der Nutzung gut funktioniert? An welchen Stellen weist LandRäume noch Optimierungsbedarf auf? Das Projektteam teilt die Rückmeldungen im Nachgang dem LandRäume-Betreiber mit.

Am Ende der Pilotphase ziehen die Raumanbieter:innen ein gemeinsames Resümee: Welche Mehrwerte hat LandRäume in der Vermarktung und Vermietung der Räume gebracht? Wie wurde die Buchungsoptionen über LandRäume angenommen? Werden sie auch über die Pilotphase hinaus ihre Räume über die Plattform vermieten? Und sind sie bereit, bei weiteren Raumanbieter:innen und in der Bevölkerung für LandRäume zu werben?

Punkt 3 – Externes Go-Live

Nach Abschluss der Pilotphase folgt der Roll-Out von LandRäume in der gesamten Kommune. Neben den bisherigen Pilot-Anbieter:innen sollen nun auch weitere Raumanbieter:innen die Plattform nutzen sowie die Bevölkerung auf

die Möglichkeiten zur Raumsuche und -buchung über LandRäume aufmerksam werden.

Punkt 3.1 – Planung der Externen Go-Live-Veranstaltung

Die Go-Live-Veranstaltung sollte demnach breit beworben werden. Neben wichtigen Entscheidungsträger:innen der Kommune (beispielsweise politische Akteure wie Bürgermeister:innen kreisangehöriger Kommunen) und weiteren Raumanbieter:innen, die potenziell ihre eigenen Räume zukünftig über LandRäume vermarkten und vermieten möchten, werden auch diejenigen eingeladen, die Räume suchen und mieten – die Bürger:innen der Kommune.

Neben der Vorstellung der Plattform durch das Projektteam empfiehlt es sich, Raumanbieter:innen aus der Pilotgruppe zu Wort kommen, ihre Räume auf der Plattform präsentieren und ihre Erfahrungen teilen zu lassen. Die interessierten Teilnehmer:innen können dabei ihre Fragen stellen. In einem offenen Austausch testen die Teilnehmer:innen LandRäume schließlich direkt vor Ort selbst. An verschiedenen Stationen stehen hierfür Laptops bereit, an denen Räume erstellt und gebucht werden können. Das Projektteam und die Pilot-Anbieter:innen unterstützen, u.a. bei der Erstellung eines Nutzerprofils und bei der Anfrage für eine Raummiete. Ziel des Go-Lives ist es, bei einem Großteil der Anwesenden Interesse an der Nutzung von LandRäume zu wecken.

Punkt 3.2 – Planung der Öffentlichkeitsarbeit

Um den Dienst in der Kommune bekannt zu machen, sodass er letztendlich auch rege genutzt wird, ist neben einer Go-Live-Veranstaltung auch weitere Öffentlichkeitsarbeit nötig. Auch hierbei sind im besten Fall bereits überzeugte Raumbieter:innen und Raumsuchende aus der Pilotphase einzubeziehen. Deren Erfahrungen werden oft als wertvoller erachtet als eine Öffentlichkeitsarbeit, die in erster Linie von der Kreisverwaltung gesteuert wird. Eine wichtige Rolle – gerade im ländlichen Raum – spielt deshalb die Mundpropaganda. Wenn der Dienst sich in der einen Gemeinde gut etabliert hat und Mehrwerte gebracht hat, wird auch eine andere Gemeinde darauf aufmerksam. Zudem sollte die Nutzung von LandRäume auf die Agenda politischer Gremien gebracht werden – wenn beispielsweise eine Verbandsgemeinde gute Erfahrungen mit der Nutzung von LandRäume gemacht hat, berichtet der oder die Bürgermeister:in den Kolleg:innen davon.

Die Pressearbeit der Kreisverwaltung bzw. des Projektteams ist ebenfalls gefragt: In Pressemitteilungen und Newslettern sollte regelmäßig auf LandRäume hingewiesen werden. Verfügt die Kreisverwaltung über einen eigenen Soci-

al-Media-Account, sollte auch dieser bei der Bewerbung von LandRäume genutzt werden. In diesem Fall eignen sich auch praktische Beispiele – so kann ein:e Raumsuchende:r bei der Raumsuche und Buchung im Rahmen eines Instagram-Reels begleitet werden.

Außerdem sollte bei verschiedenen öffentlichen Veranstaltungen auf LandRäume aufmerksam gemacht werden. So eignet sich beispielsweise ein Tag der offenen Tür dafür, LandRäume vorzustellen und – wie auch bei der Go-Live-Veranstaltung – von der Zielgruppe testen zu lassen. Werbematerialien unterstützen die Verbreitung der Plattform (siehe Punkt 3.3).

Punkt 3.3 – Anpassung der Werbematerialien?

Für die Bewerbung von LandRäume existieren bereits Werbematerialien (insbesondere Flyer), die der Kommune gerne zur Verfügung gestellt werden können (siehe Anhang 4). Bei Bedarf können diese Materialien auch spezifisch auf die jeweilige Kommune zugeschnitten werden. Ist das gewünscht, sollte eine ausreichende Vorlaufzeit von mehreren Wochen eingeplant werden. Soll lediglich das Logo der Kommune integriert werden? Ist es sinnvoll, die Kontaktdaten lokaler Ansprechpersonen aufzunehmen? Und ist es für einen hohen Wiedererkennungswert gewünscht, dass die Kommunen-Farben verwendet werden? Unter anderem diese Punkte sollten vorher im Projektteam der Kommune diskutiert werden, um sich dann mit dem LandRäume-Betreiber in Verbindung zu setzen und

die konkreten Anforderungen zu besprechen.

Punkt 4 – Onboarding weiterer Raumanbieter:innen

Melden sich nun weitere Raumanbieter:innen mit der Absicht, ihre Räume auf der Plattform einzustellen, ist das Projektteam gefragt: Es sollte gründlich die Seriosität des oder der Raumbieter:in prüfen, um Fake-Profile und -Anfragen zu vermeiden, Raumsuchende vor der Buchung von nicht existierenden Räumen zu bewahren und die Qualität von LandRäume dadurch sicherzustellen. Mögliche Wege für die Überprüfung ist ein telefonisches oder persönliches Kennenlern-Gespräch mit dem Raumanbietenden oder auch die Nachfrage bei Kolleg:innen, inwiefern die anfragenden Personen bereits bekannt sind.

Es empfiehlt sich, dass das Projektteam abgelehnte Raumanbieter:innen in einer Datenbank oder einem Ordner dokumentiert, damit die Prüfung nicht erneut durchgeführt werden muss.



Erfahrungsbericht | Lessons Learned – die wichtigsten Erkenntnisse aus der Entwicklungsphase

Was würden wir wieder so machen?	Was würden wir anders machen?
Zusammenarbeit mit motivierten Gemeinden	Go Live nicht mehr mit einer Testversion durchführen – die Plattform sollte erst der breiten Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt werden, wenn sie wirklich „rund“ ist.

Abb. 4 – Lessons Learned der Beteiligten der Entwicklungsphase

**Fraunhofer-Institut für
Experimentelles Software Engineering IESE**

Fraunhofer-Platz 1
67663 Kaiserslautern

Telefon: **+49 631 6800-0**
E-Mail: **info@iese.fraunhofer.de**
www.iese.fraunhofer.de



City & Bits GmbH

Schreinerstraße 56
10247 Berlin

Telefon: **+49 30 405055-0**
E-Mail: **info@cityandbits.de**
www.cityandbits.de



neuland21 e.V.

Klein Glien 25
14806 Bad Belzig

Telefon: **+49 176 78770983**
E-Mail: **hallo@neuland21.de**
www.neuland21.de



Prognos AG

Goethestraße 85
10623 Berlin

Telefon: **+49 30 52 00 59-210**
E-Mail: **info@prognos.com**
www.prognos.com



April 2024