

---

Das neue Dorf

---

Clemens Renker

# Das neue Dorf

Gestalten, um zu überleben – vier  
Handlungsfelder zum Erhalt  
dörflicher Gemeinden

 Springer Gabler

Clemens Renker  
Institut für Mittelstands-Erfolg IFME  
Bamberg, Deutschland

ISBN 978-3-658-21445-6                      ISBN 978-3-658-21446-3 (eBook)  
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-21446-3>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2018

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Gabler ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

*für Claudia*

---

## Vorwort

„Bub, das taugt nichts, was du hier machst. Es reicht nicht, immer nur auf den Pflug zu achten, zu sorgen, dass er tief genug pflügt und die Furche richtig formt. Du darfst nicht wie deine Kuh mit dem Kopf nach vorne unten gebeugt den Acker rauf- und runterschlurfen. Du musst den Kopf heben. Schaue nach vorne! Schaue in die Ferne bis hinter den Horizont am Himmel! Dort gibt es vielleicht bessere Felder, eine bessere Nutzung und ein besseres Leben“, rief mir mahnend mein Patenonkel Adam auf dem Acker zu, als er mich leidenden Blickes, das Leitseil zur Kuh am linken Handgelenk, den alten, rostigen Pflug führen sah.

So pflügte ich das alte Feld nicht weiter tiefer, weil der Boden in der Tiefe immer heftiger der Pflugschar widerstand, die Pflugschar auch schon stumpf war. Erst setzte ich den Pflug in andere, leichte Felder mit dem frischen Geruch neuer Erde. Dann erschien es lohnender, die Flächen zur Herstellung von Gebrauchsgütern zu nutzen. Noch mehr Werte wuchsen mit neuen Dienstleistungen auf den alten Äckern. Und mit dem Computer halfen datenverarbeitende Heinzelmännchen. Schaffen nun das Internet für alle Dinge und Master-Algorithmen erst Fiktionen und dann unbegrenzte Möglichkeiten für das neue Dorf?

Nur, mein Dorf bleibt meine innere Heimat, meine offene Welt und Frieden.

März 2018

Prof. Dr. Dr. h.c. Clemens Renker

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Ziehen alle in die Stadt? – Wohin zieht das Dorf?</b> . . . . .	1
<b>2</b>	<b>Dorfmarketing: Smart Village versus Smart City</b> . . . . .	7
<b>3</b>	<b>Existenzberechtigung: aufgeben, erhalten oder gestalten</b> . . . . .	13
3.1	Zunehmende Subtrahenden des Dorfes . . . . .	13
3.1.1	Auszug aus dem vertrauten Dorf als Dekonstruktion . . . . .	13
3.1.2	Beschleuniger des weiteren Niederganges . . . . .	17
3.1.3	Erhaltungsmythos und „Als-ob-Dörfer“ . . . . .	29
3.2	Seltsame Attraktoren der Stadt . . . . .	35
3.2.1	Urbanität als Reiz der dichten Vielfalt . . . . .	35
3.2.2	Triumph der Stadt als gelobtes Leben . . . . .	37
3.3	Dorf als neu konstruierte Heimat . . . . .	41
3.3.1	Disruption – und der Schicksalsfaden für Dörfer reißt . . . . .	41
3.3.2	Treibende Akteure – und die Bürger weben neue Dörfer . . . . .	45
3.3.3	Dorfmodell – systematisch und agil zur resilienten Heimat . . . . .	52
<b>4</b>	<b>Gestaltungsprozess: partizipativ, kooperativ, innovativ</b> . . . . .	59
4.1	Widerstände und Hürden gegen den Wandel im Dorf . . . . .	59
4.2	Belohnungen und Verlustaversion als Motivatoren . . . . .	64
4.3	Kooperation statt Konkurrenz als Leitlinie der Gestaltung . . . . .	69
4.4	Das ganzheitliche Marketingmodell zum wirksamen Dorf . . . . .	75
4.4.1	Integrative Dorfgestaltung als Paradigma . . . . .	75
4.4.2	Sachlich-inhaltliche Konzeptschritte zum neuen Dorfmodell . . . . .	79

4.4.3	Organisation und Promotoren der Neugestaltung . . . . .	81
4.4.4	Psychosoziales Bürgerverhalten und Gruppendynamik . . . . .	87
<b>5</b>	<b>Gestaltungsfelder: Ziele, Strategien, Maßnahmen . . . . .</b>	<b>93</b>
5.1	Diagnose des Dorfes als Innovationsgenerator . . . . .	93
5.2	Von der geleitenden Fantasie zur Dorfvision . . . . .	97
5.3	Vom Narrativ der Mission zur Neupositionierung des Dorfes . . . . .	104
5.4	Konfiguration von strategischen Handlungsportfolios für das Dorf . . . . .	111
5.4.1	Sinnvolle Lebens- und Arbeitsfelder kombinieren . . . . .	115
5.4.2	Nachhaltige Einkommensmechaniken generieren . . . . .	125
5.4.3	Werttreibende Räume und Abläufe strukturieren . . . . .	130
5.4.4	Heimatliche Kultur dörflichen Zusammenlebens vitalisieren . . . . .	137
<b>6</b>	<b>Perspektive Hoffnung für das Dorf . . . . .</b>	<b>153</b>
	<b>Literatur . . . . .</b>	<b>157</b>

---

## Über den Autor

**Prof. Dr. Dr. h.c. Clemens Renker** lehrt seit 1984 an mehreren Universitäten und Hochschulen im Schwerpunkt Marketing als marktorientierte Unternehmensführung und Bankbetriebslehre ([www.ifme-institut.de](http://www.ifme-institut.de)). Er verfügt als mehrfach ausgezeichnete(r) Manager über Führungserfahrung in Kreditinstituten, Industrie und Dienstleistungsunternehmen. Seit seiner Jugend beschäftigt er sich in Praxis und Theorie auch mit der Gestaltung von Dörfern und ländlichen Räumen. Er war ehrenamtlich Gründungsvorstand des ersten deutschen Stadtmarketings in Schweinfurt, Vizepräsident der ersten Region-Marketingorganisation „Oberfranken offensiv“, Vorstand des Sächsischen Regionalinstituts SIRE und Gründungsvorsitzender des Vorstandes des ersten deutschen Regionalmarketing WiR für die Kommunen Bamberg-Forchheim.