

Coworking auf dem Land

Wie es gelingt und was es dafür braucht



Die CoWorkLand Genossenschaft

- **Ziele der gemeinwohlorientierten Genossenschaft:**
 - Ortsunabhängige, mobile Arbeit für (fast) alle Menschen ermöglichen (Dableib-Pauschale)
 - Ländliche Räume wiederbeleben und Innovationen fördern
 - Gründungsgeschehen in Deutschland stärken
 - Daseinsvorsorge im Ländlichen ausbauen
- **Was wir tun:**
 - Neugründungen von Coworking-Spaces im ländlichen Raum durch Analysen und Beratung unterstützen
 - Support im laufenden Betrieb durch zentrales Marketing, Vernetzung und politische Lobbyarbeit



Facts & Figures

- Gegründet am 11.02.19
- **Bundesweite Genossenschaft mit Regionalbüros**
 - Schleswig-Holstein
 - Mecklenburg-Vorpommern
 - Nordrhein-Westfalen
 - Niedersachsen
 - Bayern
 - Baden-Württemberg
- Stand Januar 2021:
 - 86 Genoss*innen
 - 40 Coworking-Spaces
 - 13 Mitarbeiter*innen

Coworking auf dem Land

Wie es gelingt und was es dafür braucht



Coworking-Leitfaden für das Land

- **Optimaler Einstieg für Interessierte rund um das Thema ländliches Coworking**
- **Erste Tipps für Gründer*innen**
 - Was unterscheidet Coworking in der Stadt von ländlichem Coworking?
 - Von neuer Dorfmitte bis Workation – Welche Formen des Coworking gibt es?
 - Wie gründe ich und was muss ich beachten bei Themen wie der Finanzierung, den Räumen oder beim Standort?
 - Der Betrieb eines Coworking-Space: Wie gelingt der laufende Betrieb und wie funktioniert gutes Community Management?
 - Welche Förderungen und mögliche Partner gibt es?



1

Coworking in der Stadt und auf dem Land

Ähnlich, aber anders

Für ländliches Coworking sind mitunter andere Dinge wichtiger als in der Stadt. Dabei antworten verschiedene Geschäftsmodelle auf die unterschiedlichen Bedarfe vor Ort – und schaffen individuelle Chancen für eine positive Strukturentwicklung.

Coworking galt lange Zeit als urbanes Phänomen. In den vergangenen Jahren aber hat die Bewegung ihren Weg aufs Land gefunden. Dank des digitalen Wandels haben Menschen zunehmend die Möglichkeit, flexibel und anlassbezogen zu entscheiden, wo sie arbeiten möchten. Neue Arbeitsorte im ländlichen Raum profitieren von dieser Entwicklung.

Dabei lassen sich urbane Geschäftsmodelle nicht ohne Weiteres auf kleinere Gemeinden übertragen. Einer der Gründe ist die geringere Nachfrage. Trotzdem hat sich Coworking auf dem Land weiterentwickelt. Unterschiedliche Gründertinnen und Gründer (mehr dazu auf S. 14), viel-

fältige Zielgruppen sowie Geschäftsmodelle ermöglichen für jede Region die passenden Ausprägungen, um einen wirtschaftlichen Betrieb langfristig zu sichern. Auch die Funktionen und Nutzungsszenarien von Coworking-Spaces decken eine deutlich größere Bandbreite ab als in der Stadt: Sie stellen nicht nur die Infrastruktur bereit, die sich mehrere Menschen teilen – sie wirken auch als Teil der Grundversorgung, indem sie Angebote wie Kulturveranstaltungen, Poststellen, Klindertagesstätten oder Dorfläden integrieren. Das bereichert die Lebensqualität vor Ort und trägt zu einer nachhaltigen Regionalentwicklung bei.

Die Kundschaft ländlicher Coworking-Spaces ist zudem weitaus heterogener als jene in den Städten. Auf dem Land finden sich nicht nur Vertreterinnen und Vertreter des klassischen Ursprungsmilieus der Kultur- und Kreativwirtschaft zusammen. Stattdessen spiegeln Coworking-Spaces hier die Breite der Gesellschaft wider – ihre Zielgruppen reichen von Akademikerinnen und Akademikern über Handwerkerinnen und Handwerker bis hin zu Lehrkräften.

Die folgenden Seiten zeigen die wichtigsten Ausprägungen und Potenziale der verschiedenen Geschäftsmodelle für Coworking auf dem Land und geben einen Überblick mit Beispielen aus der Praxis.

Coworking-Formen auf dem Land

Klassisches Coworking

Das ursprüngliche Modell aus den Metropolen mit vielfältigen Räumen, einer produktiven Arbeitsatmosphäre und einer inspirierenden Community entwickelt sich zunehmend auch in ländlichen Räumen.

Die klassische Interpretation von Coworking existiert auch auf dem Land, denn die Anforderungen an Ausstattung und Räumlichkeiten sind dabei vergleichbar mit den urbanen Vorbildern. Das „König Valley“ im südhessischen Gelnhausen ist ein gutes Beispiel hierfür: Neben einer stabilen Internetverbindung von mindestens 100 Mbit werden gemeinschaftliche Arbeitsräume, abschließbare Büros, separate Besprechungsräume und eine Basisversorgung angeboten.

Auf dem Land ist vor allem ein soziales Umfeld die knappe Ressource. Der ländliche Coworking-Space hält daher klare Vorteile gegenüber dem privaten Homeoffice bereit. Die Community ist der eigentliche Kitt und elementarer Baustein für langfristig erfolgreiche Coworking-Spaces – das gilt in der Stadt, besonders aber auf dem Land. Daher kommt es hier stark auf das Community-Management (Aufbau und Pflege einer Gemeinschaft, mehr dazu auf S. 22) und dessen Finanzierung an. Für viele Menschen ist das Konzept von Coworking neu. Den Community-Managerinnen und -Managern fällt hier die Aufgabe zu, die Idee des Coworkings zu vermitteln.

Durch den klaren Fokus auf eine Basisinfrastruktur können sich klassische Spaces nach einer Anschubphase in der Regel ohne Zuschüsse tragen und auch mit

wenig Fläche kostendeckend wirtschaften. Aufgrund der mancherorts schwächeren Nachfrage benötigen ländliche Coworking-Spaces im Schnitt weniger Fläche als ihre urbanen Vorbilder. Sie sind meist unter 500 Quadratmeter groß.

Potenzial: Mit fortschreitender Verbreitung von mobiler Arbeit und steigender Nachfrage nach Coworking entstehen vermehrt größere Spaces und es bilden sich zunehmend spezialisierte Angebote aus. Der insgesamt wachsende Markt bietet auch Chancen in der Kombination aus kommunaler (Ko-)Finanzierung und lokalen Betreiberinnen und Betreibern im Community-Management.

Pendlerhafen

Neue Arbeitsorte entlang beliebter Pendlerstrecken adressieren die Bedürfnisse von Unternehmen und Angestellten.

Viele Metropolen kämpfen mit Herausforderungen: Verkehrsüberlastung, Fahrverbote, explodierende Wohn- und Gewerbemieten. Immer mehr Familien, Berufsetzterinnen und -einsteiger sowie Professionals ziehen daher in das Umland der Großstädte, wo sie günstiger und eventuell auch naturnäher leben können. Das bedeutet jedoch häufig, dass sie täglich pendeln müssen, um ihre Arbeitsstätte zu erreichen.

Um dem entgegenzuwirken, entstehen Pendlerhäfen in den Speckgürteln der Metropolen – zum Beispiel das „Ammersee Denkerhaus“ in Dießen bei München. Die Ausstattung und Räumlichkeiten der Pendlerhäfen sind im Grundsatz vergleichbar mit klassischen Coworking-Spaces. Jedoch unterscheidet sich das Geschäftsmodell des Pendlerhafens durch den stärkeren Fokus auf Unternehmenskundinnen und -kunden mit größerem Platzbedarf für mehrere Beschäftigte.

Die Qualität der Ausstattung orientiert sich an den Standards professioneller Büros und hat damit einen größeren Investitionsbedarf. Allerdings können die Betreiberinnen und Betreiber der Spaces auch höhere Preise für Einzeltische und Teambüros verlangen, wenn sich Unternehmen einmieten. Diese wiederum sparen letztendlich trotzdem Kosten, weil sie teure Büroflächen in der Innenstadt reduzieren können. Die Ansprüche an Flächen sind vergleichsweise höher, denn wo ganze Teams und Abteilungen einen Platz finden sollen, braucht es Raum-in-Raum-Konzepte und Angebote wie beispielsweise einen Sekretariatsservice.





2 Gründung eines Co- working-Space

Viele Gründe zu gründen

Ganz unterschiedliche Menschen und Akteure entscheiden sich, einen Coworking-Space ins Leben zu rufen. Die meisten von ihnen lassen sich vier Typen zuordnen.

Besonders im ländlichen Raum variieren die Motive und Voraussetzungen zur Gründung eines Coworking-Space stark. Wie bereits in Kapitel 1 erläutert, ist die Ausgestaltung des konkreten Space daher genauso unterschiedlich, wie es die GründerInnen und Gründer selbst sind. Grob zusammengefasst lassen sich dabei vier verschiedene Typen unterscheiden.

Typ 1 sind UnternehmerInnen und Unternehmer, die beispielsweise im Bereich Landwirtschaft, Industrie oder im Dienstleistungssektor bereits erfolgreich sind. Vorhandenes Kapital sowie relativ kurze Entscheidungswege erleichtern ihnen den Gründungsprozess. Ihre Motivation ist vielseitig: Einige wünschen sich eine höhere Auslastung vorhandener Räume, andere erhoffen sich, Know-how und Talente durch externe Expertise zu

gewinnen. Für viele ist ein Coworking-Space auch ein zusätzliches wirtschaftliches Standbein.

Der zweite Typ, der häufig Coworking-Spaces gründet, sind engagierte Gemeinschaften. Hierbei handelt es sich um kleine Gründungsteams, die meist ehrenamtlich und aus eigenem Antrieb heraus ihre Region durch einen Coworking-Space aufwerten wollen. Damit schaffen diese teils als Vereine oder genossenschaftlich organisierte Gruppen mehr Aufmerksamkeit für neue Arbeitsformen auf dem Land. Als bereits existierende Gemeinschaft aus Interessierten ermöglichen sie eine Grundauslastung des Space.

Bei dem dritten Typ handelt es sich um Kommunen (mehr dazu auf S. 26). Diese erkennen Coworking-Spaces immer häufiger als wichtigen Teil der Daseinsvorsorge. Die entstehenden Räume sind meist multifunktional nutzbar und auch für Vereine oder Gruppen mit geringen finanziellen Mitteln zugänglich. Anstatt in Ballungsräume zu pendeln, treffen hier Selbstständige, Angestellte, Menschen aus dem Bildungssektor sowie UnternehmerInnen und Unternehmer aufeinander. So entstehen vollkommen neue Kooperationen und Initiativen für die Region.

Lokale Wirtschaftsförderungen und Gründungszentren bilden den vierten Typus. Gerade Gründungszentren verfügen über bereits bestehende Vernetzungsangebote, Fördermittelberatung, Weiterbildungsformate und einen Zugang zur lokalen Wirtschaft. Durch die hohe Schnittmenge an Methoden und eine ähnliche Zielsetzung entscheiden sich immer mehr Wirtschaftsförderungen, innerhalb ihrer Gründungszentren Coworking-Spaces einzurichten (mehr dazu auf S. 25). Die Räume sind meist vorhanden und durch die Grundfinanzierung lässt sich auch die Anfangszeit gut überbrücken.

„Von Anfang an vernetzen“

Jule Lietzau ist ausgebildete Zimmerin, studierte Umweltwissenschaftlerin sowie Stadtplanerin und nebenher Gründerin des Coworking-Space „Torfhub“ in ihrer Wahlheimat, dem Herzogtum Lauenburg bei Hamburg. Als Coworking-Pionierin in ihrer Region ist sie von Anfang an bei CoWorkLand für die wissenschaftliche Begleitforschung an Bord.

Frau Lietzau, CoWorkLand erhielt 2017 als Modellvorhaben die Förderung „Land.Digital“. Was waren damals die Ziele?

Zu Beginn gab es die Hypothese, dass das Thema Coworking auf dem Land gesellschaftlich eine wichtige Bedeutung haben kann. Allerdings waren zu dieser Zeit noch wenige Coworking-Spaces im ländlichen Raum vorhanden, sodass sich diese Bedeutung nur begrenzt ablesen ließ. Deshalb sollte über die Fördermaßnahme Land.Digital des Bundesprogramms Ländliche Entwicklung (BULE) Licht ins Dunkel gebracht werden.

Wie sind Sie weiter vorgegangen?

Gefördert wurde schließlich ein sogenannter Pop-up-Space, ein mobiler Coworking-Container, den wir in vielen Dörfern testweise aufstellten. Das „Torfhub“ startete ebenfalls mit genauso einem Container als erste Testphase. Das Ergebnis war eindeutig: Es gab einen Bedarf, die Angebote wurden sehr gut angenommen. Zudem erreichten uns innerhalb von sechs Monaten über 50 Anfragen von Menschen, die an der Gründung eines eigenen Space interessiert waren. Das Know-how zu den

Rahmenbedingungen einer solchen Gründung fehlte an vielen Stellen, was uns zeigte, dass ein Beratungsangebot großen Mehrwert hätte. So entwickelte sich schließlich die Genossenschaft CoWorkLand, die sich um Fragen rund um die Gründung und Verstetigung von Coworking-Spaces kümmert und den Aktiven einen Teil der Arbeit abnimmt.

Welche Tipps haben Sie für Menschen, die einen Coworking-Space gründen möchten?

Am Anfang ist es wichtig zu testen, so wie wir es auch gemacht haben. Das finanzielle Risiko sollte erst einmal klein bleiben, um herauszufinden, wo der Bedarf liegt. Mit der Zeit können neue Angebote dazukommen und auch größere Investitionen folgen. Unbedingt sollte man Räumlichkeiten und Community von Anfang an zusammendenken. Oft wird zu sehr an die Räume gedacht und der Aufbau einer Community ausgeklammert. Aber Coworking-Spaces funktionieren gerade auf dem Land nur mit einer Gemeinschaft, die schon bei den Planungen frühzeitig aufgebaut und aktiv eingebunden werden sollte.

„Coworking-Spaces funktionieren gerade auf dem Land nur mit einer Gemeinschaft, die schon frühzeitig aufgebaut und aktiv eingebunden werden sollte.“

Jule Lietzau



Die Gemeinschaft zählt

In Coworking-Spaces treffen verschiedenste Menschen aufeinander und vernetzen sich – eine Chance für neue soziale Treffpunkte und belebte Ortskerne.

Der Begriff „Coworking“ beinhaltet gleichsam das Prinzip, individuell und doch zusammen zu arbeiten. Auf dem Land wie in der Stadt suchen die NutzerInnen und Nutzer neben einer räumlichen Alternative zum Homeoffice vor allem Zugang zu einer Gemeinschaft und zu Netzwerken, zu Orten für Begegnung, Austausch, Inspiration und zu kulturellen sowie fachlichen Veranstaltungen. Dass diese Orte zentral gelegen sind, kommt insbesondere in ländlichen Regionen zum Tragen, leben die Menschen dort doch oft räumlich stärker verstreut. Genau solche Orte bieten Coworking-Spaces – und zwar für alle: Denn sie sind von ihren Grundwerten her offen und inklusiv und machen eine gewisse Urbanität im Ländlichen erlebbar.

Diese leichte Zugänglichkeit ist wichtig, um eine Gemeinschaft innerhalb von Coworking-Spaces in ländlichen Räumen aufzubauen. Zum einen ermöglicht sie neu Zugezogenen eine Orientierung. Laut einer Umfrage des Instituts Kantar aus dem Jahr 2020 wollen nur 13 Prozent der Befragten unabhängig von ihrem jetzigen Wohnort zukünftig in der Stadt leben, während 51 Prozent das

Landleben präferieren. Diese und weitere Studien zeigen: Der Wunsch, die Ballungsgebiete zu verlassen, ist da und wird stärker. In Coworking-Spaces können die zugezogenen Menschen einen offenen Anlaufpunkt für unterschiedliche Milieus und einen Ort für Gleichgestimmte finden.

Zum anderen bieten Coworking-Spaces auch neue Räume der Zusammenkunft für die schon länger ansässige Bevölkerung. Nicht selten gibt es in den Spaces alltägliche Serviceangebote der Daseinsvorsorge wie Kinderbetreuung oder Postannahmestellen. Und Veranstaltungsangebote wie Konzerte, Workshops oder Sportkurse schaffen Anlässe, um Einzelne mit Zugezogenen zusammenzubringen und damit eine neue Gemeinschaft zu bilden. Coworking-Spaces können so neue soziale Treffpunkte, ja sogar Dorfmittelpunkte werden.

Genau das ist der Mehrwert eines Coworking-Space: Menschen mit den verschiedensten Hintergründen treffen aufeinander, lernen voneinander und bereichern damit sowohl ihr eigenes Leben als auch ihre Gemeinde. Wer also einen Coworking-Space gründet, sollte in den Aufbau der Gemeinschaft daher nicht weniger Energie investieren als in die Planung der Räumlichkeiten. Und ganz pragmatisch betrachtet: Am Ende hängt es an der Community, ob ein Space wirtschaftlich sein kann oder nicht.

Die Genossenschaft CoWorkLand

Die gemeinwohlorientierte CoWorkLand-Genossenschaft wurde im Februar 2019 gegründet. Sie finanziert sich aus Mitgliedsbeiträgen, Beratungshonoraren, den Einnahmen aus einer zentralen Buchungsplattform für Spaces sowie unterschiedlichen Projektförderungen und wurde zu Beginn durch das Bundesprogramm Ländliche Entwicklung (BULE) vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) unterstützt. Damit unterstützt CoWorkLand die Neugründung von Spaces durch Analysen und Beratung, den laufenden Betrieb durch zentrales Marketing, Vernetzung und politische Lobbyarbeit.

Für Gründerinnen und Gründer bietet die Genossenschaft die „How to Cowork“-Seminarreihe, regionale Entwicklungs-Workshops sowie ein Starter-Kit mit Musterverträgen, Checklisten und weiteren Infos an. Ein Katalog von 13 Erfolgskriterien erleichtert die Standortsuche und die Entwicklung des Betriebskonzepts, größere Projekte unterstützt sie durch Standortanalysen. Pop-up-Testphasen in Bestandsgebäuden oder in den mobilen Coworking-Spaces der Genossenschaft machen Coworking auf dem Land bekannter und ermöglichen es, die Bedarfe verschiedener Zielgruppen in der Region zu erfassen und auszuwerten.

Der sogenannte CoWorkLand-Pass richtet sich an Selbstständige wie Angestellte und bietet unkomplizierten Zugang zu allen Coworking-Spaces innerhalb der Genossenschaft. Unternehmen können darüber mittels Kontingentverträgen ihren Mitarbeitenden wohnortnahe Arbeitsräume bieten.

Tipps für die Gründung

1. Gemeinschaft aufbauen

Ein Gebäude mit Schreibtischen macht noch keinen Coworking-Space! Jeder Space funktioniert nur so gut wie die Gemeinschaft, die ihn belebt. Laden Sie Menschen aus der Region mindestens ein Jahr vor der Gründung schon persönlich, via Lokalzeitung und Social Media zu informellen Treffen ein und beziehen Sie Interessierte in die Planung ein. So kann sich eine erste Gruppe von NutzerInnen und Nutzern finden – das erleichtert den eigentlichen Start.

2. Angebot schärfen

Ein gutes Mittel, um den eigentlichen Bedarf in der Region zu erforschen, ist eine Pop-up-Testphase. Während dieser lernen Sie potenzielle NutzerInnen und Nutzer und deren Bedürfnisse kennen. So finden Sie auch heraus, welche Angebote sich die Menschen neben einem Platz zum Arbeiten noch wünschen. Auch öffentliche Workshops und Bedarfsumfragen eignen sich dafür, das eigene Angebot zu schärfen.

3. Finanzierung checken

Coworking auf dem Land braucht Zeit, um wirtschaftlich zu funktionieren – kalkulieren Sie konservativ. In ländlichen Regionen gibt es über das LEADER-Programm, Wirtschaftsförderungen oder andere lokale Förderungen Möglichkeiten, die Finanzierung des eigenen Coworking-Space abzusichern (mehr dazu auf S. 24). Fragen Sie die Wirtschaftsförderung vor Ort. Auch CoWorkLand berät in Sachen Fördermittel.

4. Community-Management absichern

Die Betreuung der Gemeinschaft ist ein wichtiger, wenn nicht der wichtigste Standpfeiler für einen erfolgreichen Coworking-Space. Planen Sie daher unbedingt im Vorfeld den zeitintensiven Posten des Community-Managements ein und finden Sie mindestens eine motivierte Person, die sich dieser Aufgabe widmet (mehr dazu auf S. 22).

5. Lage und Gebäude finden

Wo soll sich der Coworking-Space befinden? Was wünscht sich die Zielgruppe in puncto Erreichbarkeit und Möglichkeiten der Nahversorgung durch Geschäfte und Restaurants? Wenn die Lage für die NutzerInnen und Nutzer unattraktiv ist, werden sie den Space nicht annehmen. Auch die Ausstattung des Gebäudes sowie die Aufteilung und Art der Räume orientieren sich an der Zielgruppe. Besuchen Sie im Vorfeld andere Coworking-Spaces und lassen Sie sich inspirieren.

6. Marketing einplanen

Beginnen Sie mindestens ein halbes Jahr vor der Eröffnung mit begleitenden Marketingaktivitäten über die eigene Website, Social Media und die klassische Ansprache regionaler Medien. Dadurch erhöht sich die Wahrscheinlichkeit eines wirtschaftlichen Erfolgs.



Danke für Ihre Aufmerksamkeit

Kontakt:

Ulrich Bähr | ulrich@coworkland.de

Nicole Dau | nicole@coworkland.de

[Coworkland.de](https://coworkland.de)

**Coworking auf dem Land –
Der Praxisleitfaden**

<https://tinyurl.com/cwleitfaden>

