





# Praxisleitfaden LandWohl

– 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 Juni 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](mailto:info@iese.fraunhofer.de)  
[www.iese.fraunhofer.de](http://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.Regionen.

**Kira Sattler**, Beraterin der City & Bits GmbH und Landkreisberaterin der Modellregion Neustadt an der Waldnaab im Projekt Smarte.Land.Regionen.

### IESE

**Simon Scherr**, Senior Digital Innovation Designer am Fraunhofer IESE. Er ist Product Owner der Softwarelösung LandWohl im Projekt Smarte.Land.Regionen.

# Inhaltsverzeichnis

<b>0</b>	<b>Die Softwarelösung LandWohl</b>	<b>7</b>
	0.1 Kurzbeschreibung	7
	0.2 Zielgruppen	7
	0.3 Mehrwerte	8
<b>1</b>	<b>Handlungsempfehlungen: Von der Idee zur guten Praxis</b>	<b>9</b>
	1.1 Planung – Ausgestaltung der Lösung	9
	1.2 Umsetzung – Einführung der Lösung	14

## Liebes LandWohl-Projektteam,

wir freuen uns, dass Sie sich dazu entschieden haben, LandWohl in Ihrer Kommune einzuführen! Sicherlich stehen Sie nun vor der Frage, welche Schritte zu gehen sind, damit LandWohl 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. Damit soll erreicht werden, dass interessierte Kommunen in die Lage versetzt werden, erfolgreich LandWohl einzuführen und umzusetzen.

Welche Akteure sind bei der Planung miteinzubeziehen? Welches Vorgehen empfiehlt sich in der Umsetzungsphase? Wie können

Umsetzungsziele überprüft werden? Antworten auf diese Fragen finden Sie auf den folgenden Seiten.

Die inhaltliche Beschreibung ist auf Sie als Projektteam, das in Ihrer Kommune LandWohl 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 LandWohl in Ihrer Kommune!

# 0 Die Softwarelösung LandWohl

## 0.1 Kurzbeschreibung

Regionale verfügbare Gesundheitsangebote sind ein wichtiger Baustein der Daseinsvorsorge in einer Region. Der Zugang zu diesen Gesundheitsleistungen stellt jedoch viele Menschen vor Herausforderungen. Die Suche nach passenden Angeboten ist oft mit hohem Zeitaufwand und Frust verbunden. Hierbei besteht zudem das Risiko, dass vorhandene Angebote aufgrund fehlender Kenntnis oder Präsenz nicht gefunden werden. So ergibt sich für viele Menschen ein lückenhaftes Bild von Gesundheitsleistungen und Anbietern in ihrer Region.

LandWohl zielt darauf ab, genau dieses Problem anzugehen: die Sichtbarmachung und Vermittlung von Gesundheitsleistungen in einem ausgewählten Bereich der Gesundheitsversorgung. Das übergeordnete Ziel besteht darin, regionale Gesundheitsangebote zu bündeln und so den Zugang für Bürger:innen zu erleichtern.

Die Bündelung bewirkt gleichzeitig eine Steigerung der Sichtbarkeit der Anbietenden. Die Plattform ist dabei so gestaltet, dass Anbietende dabei unterstützt werden, ihre Leistungen einfach und angemessen zu präsentieren. Ein vorgefertigtes Formular hilft bei der Erstellung von Angeboten und sorgt

als Leitfaden dafür, dass allen wichtigen Informationen dargestellt werden können. Darüber hinaus haben Anbieter die Möglichkeit, sich über ein eigenes Profil mit Beschreibungen zu sich selbst und ihren Qualifikationen sowie einer Bildergalerie vorstellen zu können. Dies fördert ein seriöses und vertrauensvolles Verhältnis zu Interessenten. Hier können außerdem Informationen zu Kontaktmöglichkeiten (Adresse, E-Mail, Telefon, Webseite, Öffnungszeiten) hinterlegt werden.

## 0.2 Zielgruppen

LandWohl richtet sich an Bürger:innen, Leistungserbringer und Multiplikator:innen, die zu einem bestimmten gesundheitlichen Thema regionale Angebote und Anbieter sowie generelle Orientierung suchen. Spezifische Informationsseiten ermöglichen allen Interessent:innen einen einfachen Einstieg in die Nutzung der Plattform. So können individuelle Informationen für Bürger:innen sowie für Leistungserbringer bereitgestellt werden. Für Bürger:innen kann dies eine Anleitung zur Nutzung der Plattform beinhalten wie z.B. das Suchen von Gesundheitsangeboten. Für Leistungserbringende hingegen können bspw. Informationen zur Teilnahme und dem Anbieten von Leistungen erläutert werden. So erhält jede:r die Informationen, welche benötigt werden.

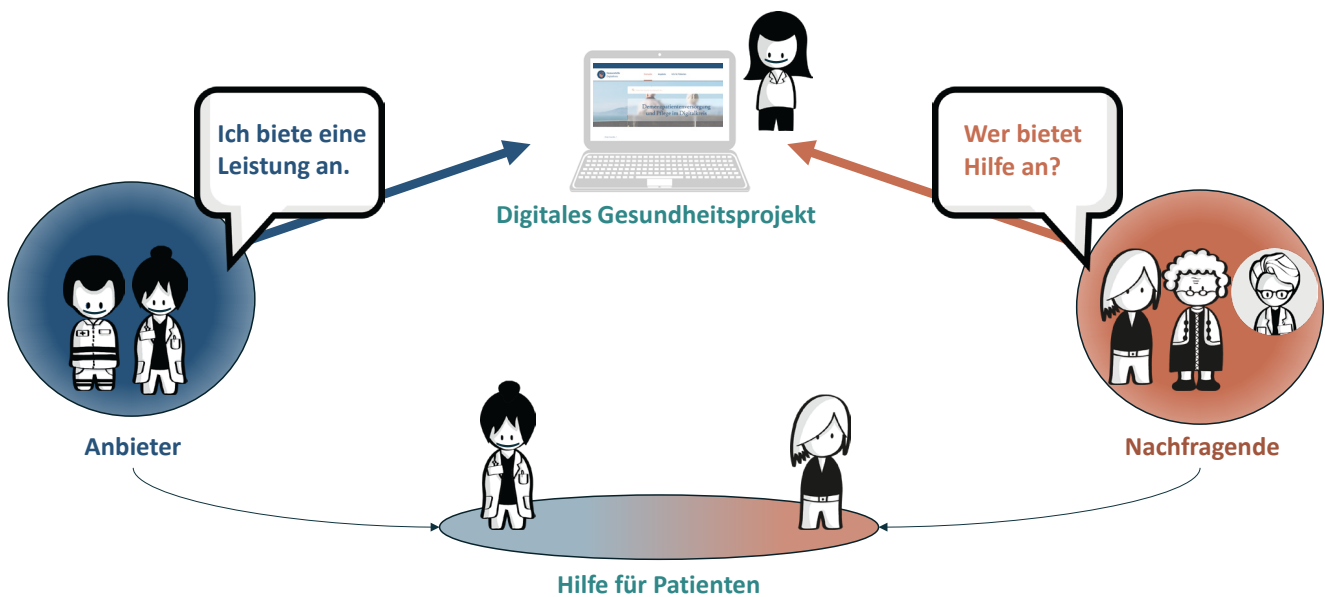


Abb. 1 – Darstellung der Bedarfsübersicht des Dienstes

### 0.3 Mehrwerte

Mithilfe der digitalen Plattform werden vorhandene Gesundheitsangebote einer Region gebündelt und sichtbar gemacht. So werden Bürger:innen in die Lage versetzt, schnell und unkompliziert einen Überblick über Leistungen in Ihrer Nähe zu erhalten. Es wird eine Anlaufstelle geschaffen, bei der jede:r die passende Hilfe für das Anliegen finden kann. Such- und Filterfunktion ermöglichen es den Bürger:innen, gezielt nach für sie relevanten Gesundheitsleistungen zu suchen. Die Übersicht der Angebote kann dabei sowohl mit Stichworten durchsucht als auch nach Zeitraum, Dauer, Ort, Leistungstyp oder Kategorien gefiltert werden. Der einheitliche Aufbau von Angeboten ermöglicht zudem einen einfachen Vergleich verschiedener Angebote.

Der optionale Kompass auf LandWohl ermöglicht es, einen umfassenden Gesundheitsleitfaden zu erstellen, der dabei unterstützt, relevante Informationen übersichtlich bereitzustellen. Hier können verschiedene Rubriken und Artikel erstellt werden, die relevante Informationen zu gewählten Gesundheitsthemenfeld enthalten. Bürger:innen haben die Möglichkeit, den Kompass zu durchsuchen, um so schnell und einfach weiterführende Informationen zu finden, die für ihre Anliegen relevant sind.



# 1 Handlungsempfehlungen: Von der Idee zur guten Praxis

## 1.1 Planung – Ausgestaltung der Lösung

Bevor die Einführung des Dienstes starten kann, ist zunächst eine Planungsphase notwendig. Dazu ist zu klären, welcher Umfang zur Einführung des Dienstes benötigt wird – dies umfasst notwendige interne Ressourcen, die betei-

ligten Akteure sowie notwendige Schritte zur Etablierung des Dienstes im internen Projektteam gemeinsam mit den Dienstleistern. Ebenso relevant ist eine Roadmap, die das Vorgehen verdeutlicht und Raum bietet, um beispielsweise eine interne Testphase zu ermöglichen. Alle Schritte in der Phase „Planung“ sind im Folgenden aufgeführt.



### Checkliste für Projektteam – Phase „Planung“

- 1. Benötigte und vorhandene interne Ressourcen ermitteln
- 2. Akteursanalyse durchführen
- 3. Definition von Zielen (KPI/OKR)
- 4. Kick-off Veranstaltung mit Betreiber und Projektteam
  - 4.1 Kommunikationsstrukturen festlegen
  - 4.2 Definition Rollen und Aufgaben
  - 4.3 Roadmap – Zeitplan und Meilensteine festlegen
- 5. Netzwerk aufbauen (optional)
- 6. Interne Testphase
  - 6.1 Domain einrichten
  - 6.2 Anpassung der Texte und Grafiken
  - 6.3 AGB und AVV

### **Punkt 1 – Benötigte und Vorhandene Interne Ressourcen ermitteln**

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

Grundsätzlich ist der Personalaufwand zu Beginn höher, da Anbieter:innen kontaktiert und betreut, Räumlichkeiten und Angebote eingepflegt und Daten überprüft werden müssen. Zusätzlich sollte der Zeitaufwand für Schulungen, Workshops mit Anbieter:innen, telefonischer Support als Onboardinghilfe und die fortlaufende Bearbeitung von Zugangsanfragen in der Ressourcenplanung Berücksichtigung finden. Weitere Positionen, die bedacht werden sollten: Interne Abklärung der datenschutzrechtlichen Aspekte, Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Qualitätssicherung der Inhalte, Abrechnung der Räume, Umgang mit sensiblen Daten der Patient:innen sowie die Bereitstellung und Betreuung der technischen Einrichtungen. (Hinweis: Die Betreuungsaufwände können sich bei größerer Nachfrage erhöhen.)

Für eine erfolgreiche Einführung wird empfohlen, dass das Projektteam aus einer Vollzeitstelle besteht. Sachkosten umfassen hauptsächlich die Aufwendungen für die Bewerbung und Bekanntmachung des Dienstes. Hierzu zählen Werbungskosten wie die Produktion von Flyern, möglicherweise auch Plakatierung und die Erstellung von Erklärvideos.

Die Personalkosten entstehen vor allem durch die Anpassung des Dienstes an das Corporate Design, das Einstellen von Inhalten sowie die Information und das Anwerben von Anbieter:innen. Ebenso erfordert die Vorstellung des Dienstes bei Veranstaltungen personelle Ressourcen. Besonders zu beachten sind die Personalkosten für Workshops mit potenziellen Anbieter:innen, die sich als bewährt und für die Nachfrage als hilfreich erwiesen haben. Die Planung und Durchführung solcher Workshops sollten daher in die Kostenkalkulation einbezogen werden. Es ist ratsam, auch nach der Einführung des Dienstes weitere Workshops einzuplanen, um stets neue Anbieter:innen zu gewinnen.

### **Punkt 2 – Akteuranalyse durchführen**

Das Gelingen des Dienstes hängt wesentlich von den Akteur:innen ab, die sowohl intern als auch extern eine wichtige Rolle spielen. Eine gründliche Analyse dieser Akteure ist entscheidend, um ihre Interessen und Beiträge zu verste-

hen und sicherzustellen, dass das Projekt erfolgreich umgesetzt wird. Dies kann über eine Akteursanalyse, Stakeholder-Mapping oder eine Customer Journey erfolgen. Mithilfe einer Akteursanalyse sowie Stakeholdergesprächen können weitere Key-Player identifiziert werden.

Die Akteure und Expertisen, die in das Projekt einbezogen werden sollten, umfassen interne Akteure wie den Fachbereich Gesundheit und den Fachbereich Soziales sowie externe Akteur:innen wie Einrichtungen, Therapeut:innen, Betroffene und Angehörige. Intern sind regelmäßige Austauschrunden mit kommunalen und öffentlichen Gesundheitsgremien und der Koordinationsstellen wichtig, um Feedback zum Vorgehen zu erhalten und Überschneidungen zu vermeiden. Extern sollten Betroffene und Angehörige des Dienstes hinzugezogen werden, ebenso wie Leistungserbringende in vorhandenen Netzwerkrunden, um ein direktes Feedback zu möglichen Bedarfen innerhalb des Dienstes aufnehmen zu können. Vorab sind die Interessen der Akteure zu identifizieren. Diese variieren je nach ihrer Rolle und Funktion. Um einen gemeinsamen Nenner zu finden, bedarf es eines Erwartungsmanagements und die Berücksichtigung bereits vorhandener Angebote. Die Verantwortung für die Identifizierung der Akteure liegt im Landratsamt oder der Kreisverwaltung, wobei verschiedene Abteilungen wie Datenschutz, Gesundheitsamt eingebunden werden sollten, um die Angebote vor Ort umzusetzen. Durch die Einbindung aller relevante:n Akteur:innen und das Ausloten ihrer Interessen kann eine gemeinsame Sprache gefunden werden, die zum Erfolg des Projekts beiträgt und eine Entlastung sowie Unterstützung im Versorgungsalltag gewährleistet.

### **Punkt 3 – Definition von Zielen (KPI/OKR)**

Mithilfe von quantifizierbaren Ziele kann eine erfolgreiche Einführung und langfristige Etablierung von LandWohl überprüft und objektiv bewertet werden. Dies ermöglicht nicht nur eine gezielte Anpassung der Strategie und Ausrichtung der Implementierung, sondern fördert auch die Motivation der Akteur:innen. 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 regelmäßigen Monitorings überprüfbar zu machen.

Ziel	Messwert	Erfolg
Inhalt	Anzahl der in LandWohl aufgeführten Angebote	> 50 Angebote nach einem Jahr Laufzeit
Nutzung	Anzahl der über LandWohl registrierten Anbieter:innen/ Teilnehmenden	> 25% der Anbieter:innen nach einem Jahr Laufzeit Anzahl der Anmeldungen von 30 Teilnehmenden im ersten Jahr; Erhöhung der Anmeldungen je Folgejahr um 10 Teilnehmende
Zufriedenheit	Bewertung von Anbieter:innen und/ oder Anwender:innen ein Jahr nach Einführung von LandWohl (Hinweis: Ein Tracking durch Dienste, wie z.B. Matomo ist nicht möglich, weshalb zur Bewertung der Zufriedenheit eine Umfrage oder Interviews durchgeführt werden sollten)	> 50 % der Stakeholder und/oder Anwender:innen stimmt zu, dass die Lösung den Bürgern einen Mehrwert bietet

Tabelle 1 – Beispiele für die Formulierung von Key Performance Indikatoren (KPI).

**Punkt 4 – Kick-off Veranstaltung mit Betreibern und Projektteam**

Die Kick-off Veranstaltung markiert den offiziellen Startpunkt. Gemeinsam wird das Ziel des Dienstes besprochen, sodass alle Teilnehmenden fachlich abgeholt werden. Des Weiteren wird der KickOff für eine erste Sensibilisierung der Absprache von Team- und Kommunikationsstrukturen genutzt (siehe dazu 4.1 bis 4.3 im Detail). Auch sollten Erwartungshaltungen angesprochen und aufgenommen werden. Ziel der Veranstaltung ist es, einen einheitlichen Rahmen zum Dienst zu erhalten, um offene Fragen und die nächsten Schritte und Strukturen zu klären. Dies schafft Transparenz und Verständnis für die individuellen Beiträge der Teilnehmenden.

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 LandWohl durch den Betreiber ergänzt werden.

**Punkt 4.1 – Kommunikationsstrukturen festlegen**

Um eine gute Zusammenarbeit im Projektteam zu gewährleisten, müssen interne Kommunikationsstrukturen aufgebaut werden. Hierbei sind klare Terminstrukturen für die Kommunikation zwischen den Beteiligten unerlässlich, um einen reibungslosen Ablauf sicherzustellen. Relevant ist zudem die Klärung der Kommunikationskanäle, um Informationsverluste zu verhindern. Die Aufgabenverteilung innerhalb des Teams sollte abgesprochen und festgelegt werden, um Arbeitsabläufe effektiv und effizient zu planen.

Hierbei sollte bedacht werden, dass vor der Diensteseinführung regelmäßige Termine mit den Akteur:innen einzuplanen sind (ca. 1 x pro Woche für 30 Minuten), um das Projektteam im Umgang mit LandWohl zu schulen, Rückfragen zu klären und Fehlermeldungen zu beheben. Nach Diensteseinführung sind geringe Abstimmungsbedarfe für Fehlerbehebung und generelle Rückfragen zu erwarten.

**Punkt 4.2 – Definition von Rollen und Aufgaben**

Das Wissen sowie die Kompetenzen im Projektteam und das Engagement jedes Teammitglieds sind entscheidend für das Gelingen des Projekts. Es ist relevant, dass ausreichend Fachwissen im Gesundheitsbereich sowie Know-how aus dem Projektmanagement vorhanden ist. Zudem ist es von Vorteil, wenn das Projektteam Verwaltungserfahrung, ein grundlegendes technisches Verständnis und Netzwerkerfahrung mitbringt. Des Weiteren ermöglichen klare Rollen- und Aufgabenstrukturen reibungslose Arbeitsabläufe und ermöglichen Vertrauen in den Prozess.

**Punkt 4.3 – Roadmap - Zeitplan und Meilensteine festlegen**

Ein realistischer Zeitplan kann helfen, die Aufgaben zu strukturieren und den Erfolg des Projekts zu erhöhen. Es ist wichtig, einen gemeinsamen Zeitplan zu erstellen, der alle Meilensteine festhält und auf den alle Beteiligten zugreifen können. Hierbei kann die Nutzung eines (digitalen) Whiteboards mit einem Zeitstrahl hilfreich sein, um den Überblick über den Zeitplan zu behalten und eine erfolgreiche Umsetzung des Projekts sicherzustellen. Allerdings ist dieser unter Umständen von den beteiligten Akteuren und vorhandene Veränderungen im Projektverlauf abhängig. In diesen Fällen

ist es sehr relevant, offen im Team und mit möglichen Stakeholdern zu kommunizieren, um Erwartungshaltungen zu klären. Diese klare Struktur ermöglicht eine effektive Planung und Überwachung des Fortschritts.

### **Punkt 5 – Netzwerk aufbauen**

Um den Erfolg des Dienstes zu erhöhen und diesen langfristig zu gewährleisten, sollte ein Netzwerk aufgebaut werden. Dieses dient dazu, mit anderen Betreibern in Kontakt zu treten und von Erfahrungen zu lernen. Das Netzwerk sollte dabei aus verschiedenen Akteur:innen des Dienstes bestehen, beispielsweise den Dienstleister:innen. Ein regelmäßiges Treffen des Netzwerk erhöht die Kontinuität des Wissensaustausches sowie der Vernetzung der Akteure. Als Turnus wird zu Beginn des Aufbaus des Dienstes eine häufigere Frequenz empfohlen. Im Laufe der Umsetzungs- und Etablierungsphase kann dieser ausgedehnt werden.

### **Punkt 6 – Domain einrichten**

Die technischen Anforderungen für die Nutzung der digitalen Lösung für die browserbasierte Version sind sehr gering. Ein aktueller Webbrowser wie Chrome, Firefox oder Safari sowie eine stabile Internetverbindung sind ausreichend – für eine dedizierte Domain, ist der Kauf dieser erforderlich. Das Hosting in einer Cloud kann zurzeit über das Fraunhofer IESE via 1&1 IONOS erfolgen, was eine zuverlässige und sichere Infrastruktur gewährleistet.

### **Punkt 6.1 – interne Testphase**

Vor Veröffentlichung des Dienstes für die Anwender:innen, ist es ratsam, eine interne Testphase durchzuführen, um inhaltliche Anpassungen vorzunehmen sowie Aspekte im Bereich Datenschutz und Nutzerfreundlichkeit zu gewährleisten. Insgesamt ist der genaue Umfang der Betriebskosten der digitalen Lösung sowie der benötigte Personalaufwand für deren Nutzung und Pflege der Inhalte individuell und bedarfsabhängig.

### **Punkt 6.2 – Anpassung der Texte und Grafiken**

Sind die technischen Schritte zur Einrichtung der Domain erfolgt, können die verfügbaren Texte, Grafiken sowie die Farbgestaltung aufgrund von Wünschen und Feedback der Akteur:innen eingearbeitet werden. Hierbei sind wiederkehrende Feedback-Schleifen empfehlenswert. Des Weiteren sind die Inhalte der digitalen Lösung barrierefrei zu gestalten. Neben den technischen Aspekten sollte dabei auch auf die Verwendung einfacher und bürgernahe Sprache geachtet werden, um eine möglichst barrierefreie Nut-

zung zu ermöglichen. Dies umfasst Aspekte, wie das Vermeiden von komplexen sprachlichen Strukturen sowie ggf. das Nicht-Gendern von Texten.

### **Punkt 6.3 – AGB und AVV**

Bei der Einführung und Nutzung einer digitalen Lösung sind verschiedene rechtliche Rahmenbedingungen zu berücksichtigen, um den gesetzlichen Anforderungen gerecht zu werden und potenzielle rechtliche Hürden zu vermeiden. Ein wichtiger Aspekt ist die Berücksichtigung Kriterien für Anbieter:innen und deren Angebote. Dazu können in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGBs) bestimmte Zielgruppen und deren Anforderungen festgelegt werden, um die Nutzung der Lösung klar zu definieren. Auch sollten mögliche rechtliche Hürden bereits im Vorfeld identifiziert werden.

Relevant ist es, die Zustimmung von beteiligten Gremien einzuholen und Beteiligungsrechte zu berücksichtigen. Die frühzeitige Vorstellung des Projekts in wichtigen Gremien und Fachrunden ermöglicht es, Bedenken zu adressieren und den Bedarf zu klären. Dabei sollten Fachpersonen sowohl auf Stadt-, Kommunen- als auch auf Landesebene einbezogen werden.

Zudem ist ein weiterer wichtiger rechtlicher Aspekt, die Einhaltung der Datenschutzbestimmungen. Dazu gehört unter anderem der Abschluss eines Auftragsvertrags (AVV) mit klaren Nutzungs- und Datenschutzbestimmungen sowie die Berücksichtigung der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO).

Die folgende Tabelle fasst die wichtigsten Erkenntnisse zusammen. Diese stammen aus den Modelllandkreisen Lörrach und Neustadt an der Waldnaab, welche den Dienst LandWohl im Rahmen des Projekts Smarte.Land.Regionen erstmalig umgesetzt haben.



**Erfahrungsbericht | Lessons Learned - Die wichtigsten Erkenntnisse**

Was würden wir wieder so machen?	Was würden wir anders machen?
Akteur:innen frühzeitig ins Boot holen	Erwartungsmanagement zu Beginn mehr in den Fokus rücken
Einbezug der Zielgruppen (Evaluation, Workshops zur Registrierung)	Festlegen von Strukturen, um einen reibungslosen Start zu ermöglichen
Netzwerkausbau und Aufbau auf bestehendes Netzwerk	

Tabelle 2 – **Lessons Learned - Die wichtigsten Erkenntnisse**

## 1.2 Umsetzung – Einführung der Lösung

Nach der internen Testphase von LandWohl sind die Planungen für die Implementierung abgeschlossen. Nun beginnt die Umsetzungsphase – der Dienst wird in der Kommune eingeführt. Auch hierbei sind verschiedene Faktoren zu berücksichtigen: Welche Unterstützung benötigen Anbieter:innen,

um Angebote auf LandWohl einstellen zu können? Wie kann ein gutes Qualitätsmanagement aussehen? Und nicht zuletzt: Wie kann LandWohl so beworben werden, dass die Plattform sowohl von Anbieter:innen als auch von Betroffenen gut genutzt wird? Orientierung während der Umsetzungsphase bietet dem Projektteam folgende Checkliste.



### Checkliste für Projektteam – Phase „Umsetzung“

- 1. Kurzvorstellung des Dienstes bei Anbieter:innen
- 2. Onboarding Anbieter:innen
  - 2.1 Durchführung Workshop / Schulung der Anbieter:innen
  - 2.2 Bereitstellung der Bedienungsanleitung für LandWohl
- 3. Go-Live
  - 3.1 Planung der Auftaktveranstaltung
  - 3.2 Planung der Öffentlichkeitsarbeit
  - 3.3 Erstellung der Werbematerialien

#### Punkt 1 – Kurzvorstellung des Dienstes bei Anbieter:innen

Vor einer flächendeckenden Einführung von LandWohl empfiehlt es sich mit einer Pilot-Gruppe 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 die Inhalte optimal auf die Bedürfnisse aller Nutzer:innen abzustimmen. Dies reduziert Risiken, spart Ressourcen und steigert die Akzeptanz.

Zu den Pilot-Anbieter:innen können z.B. zählen: Pflegeeinrichtungen, Arztpraxen, paritätischer Wohlfahrtsverband, kirchliche Institutionen etc. Nachdem die Auswahl der Pilot-Anbieter:innen erfolgt ist, sollte zu einer Kurzvorstellung inkl. Demo von LandWohl eingeladen werden. Eine Abfrage der Akteur:innen zur Nutzung von LandWohl kann Klarheit über

die beabsichtigten Aktionen ermöglichen und eine reibungslose Zusammenarbeit erleichtern, indem es den Rahmen und die Erwartungen skizziert. Besteht seitens der Akteur:innen ein Interesse an der Einführung von LandWohl, kann mit dem Onboarding des Dienstes begonnen werden.

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

#### Punkt 2 – Onboarding Anbieter:innen

Die umfassende Einbindung der Anbieter:innen und Erklärung der Funktionalitäten ist entscheidend, da diese sicherstellt, dass alle Elemente richtig verstanden wurden und eine langfristige Nutzung des Dienstes sichergestellt werden kann. Zusätzlich können die Anbieter:innen frühzeitig Herausforderungen in der Handhabung ansprechen, was eine recht-

zeitige Aufklärung ermöglicht, das Nutzungserlebnis steigert sowie erste Berührungängste mit dem Dienst abbaut.

### **Punkt 2.1 – Durchführung Workshop**

Um die Anbieter:innen zu befähigen, ihre Leistungen auf LandWohl bestmöglich nutzen zu können, sollten die Anbieter:innen im Rahmen von Workshops durch den Betreiber oder das Projektteam geschult werden. Hier empfiehlt es sich sowohl digitale als auch analoge Termine zu wählen, um den unterschiedlichen Präferenzen der Teilnehmenden gerecht zu werden. Eine beispielhafte Planung befindet sich in Anhang 1.

Da die Kurzvorstellung bereits im vorherigen Schritt erfolgt ist (Punkt 1 – Kurzvorstellung des Dienstes bei Anbieter:innen), sind die Anbieter:innen zum Zeitpunkt der Workshops schon mit den Grundzügen von LandWohl vertraut. Der Workshop sollte dementsprechend so aufgebaut sein, dass die Anbieter:innen alle Funktionalitäten erklärt bekommen und dabei Schritt für Schritt ihre Angebote einstellen. Am Ende der Workshops sollten sich die Anbieter:innen sicher in der Benutzung von LandWohl fühlen sowie erste Angebote auf dem Dienst veröffentlicht sein.

Damit die Einstellung der Angebote reibungslos möglich ist, sollten die Anbieter:innen bereits bei der Einladung zur Workshop-Veranstaltung darum gebeten werden, digitales Fotomaterial sowie die benötigten Informationen mitzubringen: Wie kann eine aussagekräftige Angebotsbeschreibung erstellt werden? Im besten Fall haben die Anbieter:innen zudem ihre eigenen Geräte dabei, um die Accounterstellung sowie Angebote auf dem eigenen Laptop o.ä. einstellen und anschließend verwalten zu können. Vorsichtshalber sollte das Projektteam dafür sorgen, dass einige Ersatzgeräte vor Ort sind. Nachdem erste Angebote auf dem Dienst eingestellt sind, empfiehlt es sich einen Prozess zur Qualitätssicherung einzuführen, um insbesondere in der Anfangsphase sicherzustellen, dass Angebote richtig beschrieben und alle Angaben vorhanden sind. Grundsätzlich sollte das Qualitätsmanagement regelmäßig und langfristig umgesetzt werden. Hierfür sind personelle Ressourcen einzuplanen.

### **Punkt 2.2 – Bereitstellung der Bedienungsanleitung für Landwohl**

Im Nachgang an den Workshop oder bei konkretem Bedarf sollte eine gute gestaltete Bedienungsanleitung für LandWohl zur Verfügung gestellt werden, die neuen Nutzenden den Einstieg erleichtert und die Effizienz erfahrener Benut-

zer im Umgang mit LandWohl verbessert. Im Anhang 2 befindet sich ein Muster.

### **Punkt 3 – Go-Live**

Nach Abschluss der Pilotphase folgt der Roll-Out von LandWohl in der gesamten Fläche. Neben den bisherigen Pilot-Anbieter:innen sollen nun auch weitere die Plattform nutzen. Des Weiteren werden die Inhalte für die Bürger:innen freigeschaltet, sodass sie auf die Möglichkeit zur Nutzung aufmerksam gemacht werden können.

Melden sich weitere Anbieter:innen mit der Absicht, ihre Angebote auf LandWohl einzustellen ist das Projektteam gefragt: Es sollte gründlich die Seriosität des oder der Anbieter:innen prüfen, um Fake-Profilen und -Anfragen zu vermeiden, Betroffene vor der Buchung von nicht existierenden oder fraglichen Angeboten zu bewahren und die Qualität dadurch sicherzustellen. Mögliche Wege für die Überprüfung ist ein telefonisches oder persönliches Kennenlern-Gespräch mit dem Anbieter:in oder auch die Nachfrage bei Kolleg:innen der Fachbereiche, inwiefern die anfragenden Personen bereits bekannt sind.

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

### **Punkt 3.1 – Planung der Auftaktveranstaltung**

Die Auftaktveranstaltung sollte demnach breit beworben werden. Als möglicher Zeitpunkt könnten z.B. themenspezifische Wochen oder Tage zum Anlass genommen werden. Neben wichtigen Entscheidungsträger:innen in der Kommune (beispielsweise politische Akteure wie Bürgermeister:innen kreisangehöriger Kommunen, Kreistagsmitglieder), sollten auch die Anbieter:innen eingeladen werden.

Neben einer interaktiven Vorstellung des Dienstes (z.B. durch die Bestimmung von Suchbegriffen durch das Publikum) durch das Projektteam empfiehlt es sich, Anbieter:innen aus der Pilotgruppe zu Wort kommen und ihre Erfahrungen teilen zu lassen. Die interessierten Teilnehmer:innen können dabei ihre Fragen stellen. Je nach zeitlichem Rahmen lockert eine Best Practice Vorstellung oder ein Impulsvortrag die Veranstaltung auf. Im Nachgang stehen an verschiedenen Stationen Laptops oder Tablets bereit, an denen das Projektteam und ggf. die Pilotanbieter:innen dabei unterstützen neue Nutzerprofile und Angebote zu erstellen. Eine beispielhafte Verlaufsplanung finden Sie im Anhang 3.

### Punkt 3.2 – Planung der Öffentlichkeitsarbeit

Um den Dienst in der Kommune bekannt zu machen, sodass er letztendlich auch rege von Angehörigen und Betroffenen genutzt wird, ist neben einer Auftaktveranstaltung auch weitere Öffentlichkeitsarbeit nötig. Grundsätzlich sollten die Werbemaßnahmen zwei Ziele verfolgen und dementsprechend anders gedacht werden - (I) Einbindung weiterer Anbieter:innen und Multiplikator:innen und (II) Bewerbung in die breite Öffentlichkeit.

Eine wichtige Rolle – gerade im ländlichen Raum – spielt dabei die Mundpropaganda. Wenn der Dienst sich in einer Kommune, Gemeinde oder Landkreis gut etabliert hat und Mehrwerte gebracht hat, wird auch eine andere Gemeinde darauf aufmerksam. Zudem sollte die Nutzung von LandWohl auf die Agenda politischer Gremien, Fachverbände und bestehende Netzwerke gebracht werden, sodass auch die direkte und persönliche Ansprache als zentraler Erfolgsfaktor zu bewerten ist.

Die Pressearbeit der Verwaltung bzw. des Projektteams ist ebenfalls gefragt: In Pressemitteilungen, Newslettern, Webinare und E-Mailings sollte regelmäßig auf LandWohl hingewie-

sen werden. Verfügt die Kreisverwaltung über einen eigenen Social-Media-Account, sollte auch dieser bei der Bewerbung von LandWohl genutzt werden. In diesem Fall eignen sich auch praktische Beispiele – so kann ein:e Angehörige:r oder Multiplikator:in (z.B. Arztpraxen) bei der Suche im Rahmen eines Instagram-Reels begleitet werden.

Außerdem sollte bei verschiedenen öffentlichen Veranstaltungen auf LandWohl aufmerksam gemacht werden. So eignet sich beispielsweise ein Tag der offenen Tür oder die Woche der Seelischen Gesundheit dafür, LandWohl vorzustellen und – wie auch bei der Auftaktveranstaltung – von der Zielgruppe testen zu lassen.

### Punkt 3.3 – Erstellung der Werbematerialien

Werbematerialien unterstützen die Verbreitung des Dienstes. Abbildung 2 zeigt ein Beispiel aus dem Landkreis Lörrach von einer Postkarte zur Auslage in Supermärkten, Einrichtungen, öffentlichen Verwaltungsgebäuden etc. Folgendes Beispiel wurde aus dem Landkreis Lörrach zur Verfügung gestellt (Bildquelle und Bildrechte: Landratsamt Landkreis Lörrach).



Abb. 2 – Entwickelte Postkarte, Landkreis Lörrach

<span style="background-color: #92d050; border-radius: 50%; padding: 2px 5px; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">i</span> <b>Erfahrungsbericht   Lessons Learned - Die wichtigsten Erkenntnisse</b>	
<p><b>Was würden wir wieder so machen?</b></p> <p>Zusammenarbeit mit motivierten Gemeinden</p>	<p><b>Was würden wir anders machen?</b></p> <p>Go Live nicht mehr mit einer Testversion durchführen – die Plattform sollte erst der breiten Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt werden, wenn sie wirklich „rund“ ist.</p>

Tabelle 3 – Die wichtigsten Erkenntnisse







**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**

