

1	Ziehen alle in die Stadt? – Wohin zieht das Dorf?	1
2	Dorfmarketing: Smart Village versus Smart City	7
3	Existenzberechtigung: aufgeben, erhalten oder gestalten	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
4	Gestaltungsprozess: partizipativ, kooperativ, innovativ.	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
5	Gestaltungsfelder: Ziele, Strategien, Maßnahmen	93
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
6	Perspektive Hoffnung für das Dorf	153
	Literatur	157