



Klimawandel und Energie – vom guten Willen zum Handeln

Dörpsmobil Klixbüll

– Teilen, das Neue Haben – Ein E-Carsharing-Projekt aus Nordfriesland!



In der Gemeinde Klixbüll (ca. 1.000 Einwohner) gibt es seit Mai 2016 ein gemeinschaftlich betriebenes **Dorfauto** („Dörpsmobil“), das mit Strom fährt.

Das Fahrzeug (Renault Zoe) ist für den Zeitraum von **3 Jahren geleast** worden und in den ersten beiden Monaten **seit Beginn des Projektes bereits 2.200 km** gelaufen.

Nutzer des Fahrzeugs sind u.a. Bürger des Dorfes, der Bürgermeister, der Dorfkümmerer und ansässige Unternehmen, die einen Verein gegründet haben. Die Abrechnung des Fahrzeugs erfolgt **stundenweise**. Über die **Nutzungsgebühr** und einen **monatlichen Beitrag** für die Mitgliedschaft im Verein werden die Kosten des Fahrzeugs getragen. Über die AktivRegion Nordfriesland Nord und das RegioTwin Programm wurde in Klixbüll u.a. die Installation der notwendigen **Ladeinfrastruktur gefördert**.

Das Projekt folgt den Gedanken der **Nachhaltigkeit**: durch den elektrischen Antrieb fährt man **CO₂-neutral**; durch die Nutzung des lokalen Windstromes hält man die **Wertschöpfung in der Region** und durch die moderaten Kosten und eine in der Buchungssoftware integrierte Mitfahrerfunktion können wirklich alle Bürger das Fahrzeug nutzen. Damit liefert das Fahrzeug einen exzellenten und umweltfreundlichen Beitrag für die Entwicklung des ländlichen Raumes.



E-Auto rollt aufs Dorf zu

GRUND Energieverein hat elektrobetriebenen Mercedes für Car-Sharing bestellt

Auf dem E-Mobilitätsmarkt soll das gemeinschaftlich genutzte Fahrzeug präsentiert werden.

js ■ Einen Gang höher schalten möchten die Grunder, was die Mobilität angeht. Die meisten Einwohner des Jung-Stilling-Dörfchens verfügen über ein eigenes Auto; die Jugendlichen versuchen stets, so rasch wie möglich an den Führerschein und einen fahrbaren Untersatz zu kommen – immerhin ist die Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr nicht die idealste. Das Konzept des Car-Sharings fiel daher hier, zu Füßen der Ginsburg, auf ausgesprochen fruchtbaren Boden. Jetzt nimmt die Idee eines Dorfautos konkrete Formen an: In wenigen Tagen soll es an den Start gehen.

Ein kleiner Blick in den Rückspiegel: Schon bei der jüngsten Bewerbungsrunde des Kreiswettbewerb „Unser Dorf hat Zukunft“ hatten die Grunder ihr Interesse an alternativen Energien und nachhaltigen Konzepten zu Protokoll gegeben und sich für eine Teilnahme am Südwestfalenagentur-Projekt „Dorf ist Energie(klug)“ entschieden. Als im Hilchenbacher Rathaus das Angebot des Energieversorgers RWE einging, testweise einen Kompaktwagen mit Elektro-Antrieb im oberen Insbachtal

zu stationieren, ein Dorfauto auf Probe also, waren die Grunder schnell Feuer und Flamme. Im Mai vergangenen Jahres startete die Testphase – zunächst für drei Monate, am Ende mit deutlicher Verlängerung. „Das hat gezündet“, sagt Jörg Heiner Stein, der die Testphase gemeinsam mit Ortsvorsteher Martin Born befeuerte. Der Wunsch nach einem eigenen, dauerhaften Dorfauto sei schnell aufgekommen.

Ein zweiter Probelauf schloss sich unverhofft an – wenn auch nicht elektrisch, sondern mit Benzin betrieben. Eine Seniorin aus dem Dorf wagte sich nicht mehr selbst ans Steuer ihres Autos, stellte es daher der Gemeinschaft zur Verfügung – und ließ sich im Gegenzug hin und wieder zu Einkäufen und Besorgungen bringen. Auch diese Phase bestärkte die Car-Sharing-Begeisterten in ihrem Vorhaben, das im Frühling zur Gründung eines Vereins führte. „Energieverein aus gutem Grund“ heißt der, besteht aus 15 Mitgliedern, hat Stein und Born an seine Vorstandsspitze gewählt und wartet nun gespannt auf sein erstes eigenes E-Auto. In wenigen Tagen soll ein Mercedes „B 250 E“ geliefert werden. Die Finanzierung steht – dank zahlreicher Werbepartner. Ähnlich wie ein Vereinsbus wird das Dorfauto mit Werbung der Sponsoren beklebt.

Wer das E-Auto nutzen möchte, muss Mitglied im Verein sein und kann über eine Internet-Plattform reservieren –

stunden- oder tageweise (für 4 bzw. 25 Euro). Auch regelmäßige Nutzungen sind möglich: So wird der Eichenhof stets den Montag blocken, um mit dem E-Dorfauto seine Eier auszuliefern. Dafür kann der Hof eines seiner eigenen Autos abstoßen. „Und genau das ist ja ein mittel- bis langfristiges Ziel“, berichtet Jörg Heiner Stein.

Seinen ersten öffentlichen Auftritt wird das Dorfauto am Mittwoch, 14. September, beim 2. Hilchenbacher E-Mobilitätsmarkt haben, der von 17 bis 20 Uhr abermals in Grund stattfindet.

Derzeit bereitet der Verein die Infrastruktur vor. Das Dorfauto bekommt einen Parkplatz direkt am Dorfgemeinschaftshaus. Derzeit steht auf dieser gepflasterten Fläche noch Altglas-Container. „Sie waren uns ohnehin ein Dorn im Auge.“ Diese sollen in Kürze ausgelagert und in Richtung Zollposten aufgestellt werden – schon jetzt befinden sich dort die Container für Altpapier. Wer nicht mobil ist, kann sein Glas aber weiterhin an zentraler Stelle im Ort abgeben. Neben dem Stellplatz fürs Dorfauto soll eine Altglas-Kiste aufgestellt werden, deren Entleerung der Energieverein übernehmen wird – mithilfe des Dorfautos, versteht sich. Auch eine Ladesäule muss noch her. Bis der Zuschuss des Bundes an Land gezogen wird, stellt die Firma Castellán sie leihweise zur Verfügung. Nicht nur dem E-Auto steht die Ladestation dann zur Verfügung; auch E-Bikes oder E-Rollstühle dürfen hier künftig aufgeladen werden.

„Wir möchten nun beweisen, dass wir es können“, freut sich Jörg Heiner Stein darüber, wie viele Hürden der Energieverein bereits genommen habe. Ebenso freut er sich über die Vorreiterrolle von Grund, das auch Vorbild sei für andere Dorfgemeinschaften im Kreisgebiet. „Die anderen warten erst einmal ab, wie es bei uns funktioniert.“ Zurücklehnen möchte sich der junge Verein „aus gutem Grund“ übrigens nicht, wenn das Auto auf der Straße ist. „Wir möchten offen bleiben für neue Techniken und klimafreundliche Energien.“ Der nächste logische Schritt sei die eigene Energie-Erzeugung: ein Carport mit Photovoltaik-Anlage, aus der sich die Ladestation speise, eines Tages vielleicht sogar ein Nahwärmenetz für die Dorfmitte – die Grunder haben noch einige Ideen. Und die nötige Energie, sie zu realisieren.



Hier soll ab September das Grunder Dorfauto mit Elektro-Antrieb parken. Energievereins-Vorsitzender Jörg Heiner Stein freut sich, dass es nun ernst wird. Die Altglas-Container sollen dafür vom Dorfgemeinschaftshaus verschwinden. Foto: Jan Schäfer

Aus 2013:

Quelle: <http://www.leader-eifel.de/go/aktuelles-details/140-projektstart-dorfauto-freilingen-erstes-modelldorf-startet-carsharing-im-leader-projekt-e-ifel-mobil-.html>

im Schwerpunkt LEADER



Willkommen

Region Eifel

Lokale Aktionsgruppe

Themen

- Eifeler Land-, Holz-, und Forstwirtschaft
- Eifeler Bioenergie
- Eifeler Landtourismus
- Eifeler Lebens- und Arbeitswelt
- Eifeler Natur- und Kulturlandschaft

Projekte

LEADER in NRW

Downloads

Kontakt



Projektstart "Dorfauto Freilingen" - Erstes Modelldorf startet Carsharing im LEADER-Projekt "E-ifel mobil"

27.06.2013

In Freilingen laufen die Vorbereitungen zum offiziellen Start eines Dorfautos auf Hochtouren. Ab dem 1. Juli wird dort in einer Testphase von sechs Monaten ein gemeinsames Elektroauto erprobt.

Die Wege im ländlichen Raum zum Arbeitsplatz, zur täglichen Versorgung und zu Freizeitaktivitäten sind häufig weit. Das ÖPNV-Angebot kann insbesondere abends und an Sonntagen nur begrenzt vorgehalten werden. Aktuelle Befragungen der LEADER-Region Eifel haben ergeben, dass rund 50 Prozent der Haushalte in der Region deshalb über mindestens zwei PKW verfügen. Carsharing kann als gemeinschaftliche Autonutzung auch im ländlichen Raum eine Möglichkeit zum Ersatz des eigenen (Zweit-)Wagens sein. Dadurch werden Anschaffungs- und Betriebskosten für den einzelnen Nutzer reduziert. Elektrofahrzeuge, die mit regenerativ und regional erzeugtem Strom betrieben werden, repräsentieren die komfortable und klimafreundliche Mobilität der Zukunft.

Bei der Planung und Durchführung der Testphase für ein Dorfauto werden die Freilinger von der LAG Eifel und dem Kreis Euskirchen unterstützt. Der regionale Energieversorger ene Energie Nordeifel GmbH stellt ein Elektroauto für die Testphase des Projekts zur Verfügung.

Die praktische Umsetzung vor Ort wird mit großem Engagement vorbereitet. Lukas Böhm erstellte das Online-Buchungsportal, dieses ist auf der Freilinger Internetseite (www.wir-in-freilingen.de) zu finden. Hier kann sich demnächst jeder Freilinger mit gültigem Führerschein das Dorfauto für seine Fahrt reservieren. Auch eine Kooperation mit dem Nachbarort Lommersdorf, dem Feriendorf Freilingen und dem Campingplatz Freilinger See ist beabsichtigt. Nach erfolgreicher Buchung kann das Auto in der ortsansässigen Autowerkstatt abgeholt werden. André Schmickler von Car Service Eifel regelt dort die Schlüsselübergabe, Betankung und Wartung des Fahrzeugs.

Das Dorfauto-Projekt Freilingen wird im Rahmen des LEADER-Projekts E-ifel mobil umgesetzt und ist das erste von voraussichtlich vier Modellprojekten in Dörfern der Eifel, bei denen Möglichkeiten für den Wandel zur nachhaltigen Mobilität gezeigt werden soll. Die Projektumsetzung erfolgt in Zusammenarbeit mit dem Kreis Euskirchen, dem Kreis Düren, der StädteRegion Aachen und den lokalen Energieversorgern ene Energie Nordeifel GmbH und EWW Energie- und Wasser-Versorgung GmbH.



Termine

Einladung zu ZeLE-Veranstaltung am 11.05.2016 in Nettersheim am 11.05.2016

Aktuelles

Koordinierungskreis der LEADER-Region Eifel beschließt erste Projekte für die neue Förderperiode Meldung vom 22.04.2016

Endgültige Fassung der LEADER-Richtlinie für die aktuelle Förderperiode steht ab sofort zum Download bereit. Meldung vom 04.04.2016

Einladung zu ZeLE-Veranstaltung am 11.05.2016 in Nettersheim Meldung vom 30.03.2016

Überarbeitete Regionale Entwicklungsstrategie für die LEADER-Region Eifel steht zum Download bereit Meldung vom 24.03.2016

Neues

Regionalmanagement startet in die Förderphase 2015 bis 2023 Meldung vom 09.02.2016

LAG-Vollversammlung am 16.11.2015 - Anpassungen RES beschlossen Meldung vom 16.11.2015

LAG-Vollversammlung am 16.09.2015 - Vorsitz und Koordinierungskreis gewählt Meldung vom 16.09.2015

Ministerin Schulze zehnet Eifeler Carsharing-Projekt aus Meldung vom 22.06.2015

Eifel für neue LEADER-Förderphase ausgewählt! Meldung vom 21.05.2015

Ergebnisse des LEADER-Projektes "E-ifel mobil" vorgestellt - Ergebnisbroschüre erschienen Meldung vom 19.03.2015

[alle Meldungen anzeigen](#)



Typ	Kleinwagen	Kleinwagen	Kleinwagen	Kleinwagen	Kompaktwagen
Marke / Modell	Renault / Twizy	BMW / i3	Peugeot / iOn ³⁾	VW / E-up!	Ford / Focus Electric
Markteinführung	2011	2013	2009	2013	2013
Sitze	1/2 ¹⁾	4	4	4	5
Kofferraumvolumen [l]	31/156	260-1.100	166-405	250-950	241-1.000
Leergewicht [kg]	562	1.500	1.140	1.190	1.630
Nutzlast [kg]	75	425	330	310	455
Höchstgeschw. [km/h]	80	150	130	130	137
Motorleistung [kW]	4/15 ¹⁾	125	49	60	107
Verbrauch [kWh/100 km]	6,3	12,6	12,6	11,7	15,4
Reichweite [km]	80	150/200 ¹⁾	150	160	162
Ladedauer min/max [h]	3,5	9,5/0,5	6/0,5	7/0,5	11/6,5
Preis [€]	ab 6.950 €t BM	ab 34.950/36.151 ¹⁾	ab 19.390	ab 26.900	ab 34.900
Prämie [€]	2.000 ²⁾	4.000	4.000	4.000	4.000
Geeignet für					



Typ	Oberklassewagen	Oberklassewagen	SUV / Vans	SUV / Vans	SUV / Vans
Marke / Modell	Tesla / S 60	Tesla / S 90D	BYD / E6	Mercedes / B 250 e	Nissan / e-NV200 Evalia
Markteinführung	2012	2012	2010	2014	2014
Sitze	5+2	5+2	5	5	5+2
Kofferraumvolumen [l]	745-1.290	745-1.290	450	501-1.456	900-3.100
Leergewicht [kg]	2.108	2.108	2.420	1.725	1.640
Nutzlast [kg]	470	470	k.A.	445	606
Höchstgeschw. [km/h]	225	250	140	160	123
Motorleistung [kW]	245	310	90	132	80
Verbrauch [kWh/100 km]	k.A.	k.A.	18,0	16,6	16,5
Reichweite [km]	400	557	400	200	167
Ladedauer min/max [h]	20/0,5	20/0,5	12/0,25	9/2,4	10/0,5
Preis [€]	ab 76.600	ab 102.100	ab 59.500	ab 39.151	ab 37.185 bzw. 31.289 €t BM
Prämie [€]	Keine	Keine	Keine	4.000	5.000 ²⁾
Geeignet für					





Kompaktwagen	Kompaktwagen	Kompaktwagen	Kompaktwagen	Kompaktwagen	Kompaktwagen
Hyundai / Ioniq	Kia / Soul EV	Nissan / Leaf	Renault / Zoe	VW / E-Golf	VW / E-Golf
2016	2014	2010	2013	2014	2016
5	5	5	5	5	5
k.A.	280–890	460–1.215	430–1.040	425–1.120	k.A.
k.A.	1.565	1.535	1.480	1.520	1.520
k.A.	470	410	485	440	440
165	145	144	135	140	150
88	81	80	65	85	100
k.A.	14,7	15,0	14,6	12,7	12,7
250	210	200/250 ¹⁾	240	190	300
k.A.	5/0,5	10/0,5 / 8/0,5 ¹⁾	7,5/0,5	10/0,5	k.A.
k.A.	ab 28.890	29.265/34.385 bzw. 23.365/28.485 €t BM ¹⁾	ab 21.500 €t BM	ab 34.900	k.A.
4.000	4.000	5.000 ²⁾	5.000 ²⁾	4.000	4.000



SUV / Vans	Kastenwagen	Kastenwagen	Kastenwagen	Kastenwagen	Kastenwagen
Tesla / X 75D bzw. 90D	Citroen / Berlingo Electric	Nissan / e-NV200	Renault / Kangoo Z.E.	Streetscooter / Work	Peugeot / Partner Electric
2016	2013	2014	2011	2016	2014
5+2	3	2	2+3	individuell	2+3
895–1.795	3.700–4.100	4.200	4.600	4.300	3.300–4.100
2.391	1.391	1.640	1.520	1.420	1.715
k.A.	695	695	632	650	510
210 bzw. 250	110	123	130	80	k.A.
245 bzw. 381	42	80	44	30	49
38,0	k.A.	16,5	14,0	k.A.	17,7
417 bzw. 489	170	163	170	80	170
20/0,6 bzw. 25/0,9	8,5/0,5	10/0,5	9/6	7	8,5/0,5
ab 96.100 bzw. 109.400	ab 20.990 bzw. 15.690 €t BM	ab 29.716 bzw. 24.219 €t BM	ab 20.300 €t BM	individuell	24.978
Keine	4.000	5.000 ²⁾	4.000	4.000	4.000



¹⁾ abhängig vom Modell; ²⁾ zusätzliche Prämie vom Hersteller; ³⁾ auch erhältlich als Mitsubishi iMiEV und Citroen C-Zero; BM – Batteriemiete

3.2009

Land *InForm*

Magazin für Ländliche Räume

Mobilität im ländlichen Raum



Soziale Landwirtschaft
Kulturwirtschaftliche Netzwerke
Ländliche Entwicklung in Slowenien

dvs *
Deutsche Vernetzungsstelle
Ländliche Räume

 Bundesministerium für
Ernährung, Landwirtschaft
und Verbraucherschutz



Inhalt

Mobilität im ländlichen Raum

Beim Thema Mobilität stehen die Menschen in ländlichen Räumen in vielerlei Hinsicht vor einem Dilemma: Auf der einen Seite zwingen sie Arbeitsplatzmangel und der Abbau von Einrichtungen zur Daseinsvorsorge, immer mobiler zu werden. Auf der anderen Seite sinkt das Angebot öffentlicher Nahverkehrsangebote, während der Anteil der Menschen, die aus Alters- oder Kostengründen auf ein eigenes Auto verzichten, steigt. Mit unserem Fokusthema diskutieren wir nicht nur Lösungsmöglichkeiten, mit denen die Mobilität der Menschen auch weiterhin ausreichend gewährleistet werden kann; sondern zeigen auch Strategien auf, die dazu beitragen, die Notwendigkeit von Mobilität zu verringern.



Weitere Themen



Bild: Irma Potočnik Slavčič

Ländliche Entwicklung in Slowenien

Auf den ersten Blick scheinen die ländlichen Räume Sloweniens vor den gleichen Problemen zu stehen wie alle ländlichen Regionen Europas: Überalterung, Arbeitslosigkeit, Schrumpfung, Abbau von Infrastruktur. Die Ursachen und Hintergründe für diese Entwicklung sind in Slowenien aber ganz eigener Art – und somit auch die Maßnahmen, mit denen man ihr begegnen sollte. **Seite 40**



Bild: Thomas van Elsen

Soziale Landwirtschaft

Ein landwirtschaftlicher Betrieb kann sehr viel mehr sein als eine Quelle zum Broterwerb: „Soziale Landwirtschaft“ bietet beispielsweise Jugendlichen Perspektiven für einen Eintritt ins Arbeitsleben, erleichtert Suchtkranken den Weg aus der Abhängigkeit und unterstützt Therapien für Menschen mit Handicap. Allerdings wird der dadurch entstehende Mehrwert für die Gesellschaft hierzulande noch kaum (an)erkannt. **Seite 44**



Bild: Manuel Langer / Photocase

Für das Netzwerk

Inside	05	Neues aus der DVS
Web	06	Die DVS im Internet
Veranstaltungen	07	Naturschutzberatung
	08	Landwirtschaftliche Qualitätserzeugnisse
	09	Dorfentwicklung

Im Fokus:

Mobilität im ländlichen Raum

Einführung	11	... – viele Wege, doch welches Ziel?
	12	Auch in Zukunft mobil auf dem Lande?
	15	Mehr Flexibilität im ÖPNV: ein rechtlicher Exkurs
Rahmenbedingungen	16	Interview mit Carsten Hansen, DStGB
	18	Von Mobilitätsbedürfnissen zu zukunftsfähigen Angeboten
Lösungen	20	Zahlt sich mehr Flexibilität im Nahverkehr aus?
	22	Chancen und Hürden sektorenübergreifender Angebote
	23	Dank Verkehrsoptimierung ausgeschlafen zur Schule
	24	CarSharing – eine Option für kleine Kommunen?
	25	Das Angebot zur Nachfrage bringen
	26	Mobil und gut versorgt aus einer Hand
	27	Telearbeit: Gute Chancen, wenn der Anschluss stimmt
	28	Radikales Umdenken im öffentlichen Landverkehr!



Bild: Stadt Altenkirchen

Kulturwirtschaftliche Netzwerke

Während große deutsche Kommunen längst dabei sind, kulturwirtschaftliche Potenziale zu erschließen, gibt es im ländlichen Raum hierzu kaum funktionierende Netzwerke, von denen Nachfolgeprojekte lernen könnten. Die Akteurinnen und Akteure des „Kultur-touristischen Netzwerks Altenkirchen“ im Westerwald wollen deshalb nicht nur die wirtschaftliche Entwicklung ihrer Gemeinde vorantreiben, sondern auch Vorbild für andere Kommunen werden. **Seite 46**

Aus der Praxis

30	Gärreste aufbereiten – die Chance für viehreiche Regionen?
32	Vielfalt erhalten: die Dreschflügel GbR
34	Der Adelswöhrerhof: Lebensqualität für Senioren
36	Ohne Auto in die Alpen

Perspektiven

Forschung und Bildung	38	Professionell für regionale Produkte werben
Politik und Gesellschaft	40	Ländliche Entwicklung in Slowenien
	44	Soziale Landwirtschaft
Partner und Experten	46	Ein Netzwerk für den Kulturtourismus
	48	Mit Aktien dauerhaft in die Region investieren
Service	50	... angelesen
	51	... angekündigt
	52	Termine



Liebe Leserinnen, liebe Leser,

Wie oft, wie weit, wie schnell? Das sind die Kernfragen zur Mobilität aus Sicht des sich Bewegenden. Aber wieviel Mobilität ist wünschenswert und garantiert sie auch Lebensqualität?

Die Fahrleistungen des Personenverkehrs nahmen von 1991 bis 2007 um ca. 18 % zu, der Anteil der Privathaushalte mit mindestens einem PKW liegt kontinuierlich bei etwa 80 %. Besonders im ländlichen Raum werden immer größere Entfernungen zwischen Wohnen, Arbeit und Einkauf in Kauf genommen. Lebensentwürfe auf Basis günstiger Energie, aber die muss nicht so günstig bleiben.

Forschung und Entwicklung stehen aber nicht still: Neue Batterietechnologien verschaffen Autos ungeahnte Reichweiten; bei konventionellen Antrieben geht die Entwicklung mit großen Schritten in Richtung Drei-Liter-Auto.

Heißt es also in Zukunft weiterhin „ländlicher Raum gleich Auto total“? Mithilfe einer Verkehrsinfrastruktur, die auch der wachsenden Zahl alter Landbewohner das Vorkommen erleichtert? Die Frage ist, ob es reicht, nur neue Möglichkeiten innerhalb bestehender Strukturen zu suchen. Denn damit wird auch der verbliebene ÖPNV weiter ausgehungert. In den letzten 20 Jahren gingen 18 000 Bahnkilometer vom Netz. Das Metropolkonzept hat auch hier Vorrang. Und bei der öffentlichen Finanzierung steht es 9 zu 1 für den Straßenverkehr. Waggonbau bringt eben weniger Geld und Beschäftigung als Autobau.

ÖPNV in der klassischen Struktur hat wenig dagegen zu setzen. „Spare heute die Energie von morgen“ – sicher nicht mit einem unflexiblen ÖPNV! Hier gilt es, den rechtlichen Rahmen anzupassen und Raumentwicklung und Landesplanung im Blick zu haben. „Schnittstellen“ müssen gemanagt werden, ob bei Rufbussen, Carsharingkonzepten oder anderen Mobilitätsmöglichkeiten. Auch E-Bikes und Pedelecs holen zunehmend Senioren aufs Rad, erweitern Reichweite und Spaß erheblich.

Es gilt aber auch, über andere Versorgungsstrukturen nachzudenken. Über kleinteiligen Handel mit Wertschöpfung in der Region, über Innenentwicklung von Kommunen und Breitbandnutzung. Das kann helfen, Verkehr erst gar nicht entstehen zu lassen, sodass sich die Fragen „Wie oft, wie weit, wie schnell“ nicht zwangsläufig stellen.

Eine anregende Lektüre wünscht

Jan Swoboda



Impressum

LandInForm – Magazin für Ländliche Räume

Erscheinungsweise: vierteljährlich

Auflage: 10.500

ISSN: 1866-3176

Herausgeber und Redaktion:
Bundesanstalt für Landwirtschaft
und Ernährung, Bonn

Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume,
Juliane Mante, Dr. Jan Swoboda (V.i.S.d.P.)

Redaktionelle Mitarbeit:
Silvia Richter, mediamondi, Berlin
Telefon: 030-39 84 88 57,

E-Mail: srichter@mediamondi.de

Gestaltung: graphodata AG,
www.graphodata.de

Druck:
MKL Druck GmbH & Co. KG, Ostbevern/
Westfalen

Bezugsadresse und Redaktionsanschrift:
Bundesanstalt für Landwirtschaft und
Ernährung

Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume
Deichmanns Aue 29
53179 Bonn

Telefon 0228 / 68 45 34 61

Fax 0228 / 68 45 33 61

E-Mail: dvs@ble.de

www.netzwerk-laendlicher-raum.de

Bezug: kostenfrei, LandInForm als PDF-Datei
unter www.land-inform.de

Anmerkungen der Redaktion:

- Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Abbildungen wird keine Haftung übernommen. Die Urheberrechte liegen beim Herausgeber. Eine Genehmigung zur Zweitverwertung auch in Auszügen in Wort, Schrift und Bild erteilt die Redaktion gern gegen Nennung der Quelle und Belegexemplar.
- Als Zugeständnis an die Lesbarkeit der Texte haben wir uns darauf geeinigt, alle Personengruppen in männlicher Form anzugeben.

LandInForm wird durch den Bund und die Europäische Union im Rahmen des Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raumes (ELER) gefördert.

Neues aus der DVS



Ihre Meinung ist gefragt!

Wir möchten es wissen! Liegt Ihnen beim Lesen unserer Beiträge etwas auf der Zunge, was Sie unbedingt loswerden möchten? Oder haben Sie Vorschläge, wie wir unsere Zeitschrift inhaltlich und strukturell bereichern können? Dann schreiben Sie uns! Ab sofort haben wir eine Seite der LandIn-Form für Leserbriefe reserviert.

Neue Expertise im Umweltschwerpunkt

Seit September 2009 bereichert Dr. Jan Freese die DVS mit seiner Expertise in Sachen Umwelt. Als neuer Referent für Schwerpunkt 2 greift er auf vielfältige Erfahrungen im Bereich Naturschutz und Agrarumweltmaßnahmen zurück. Fragen der Vereinbarkeit von Nutzung und Schutz der Kulturlandschaft und die Lösung entsprechender Konflikte in Kooperation mit den Akteuren waren Mittelpunkt seiner bisherigen Tätigkeit. Nach dem Studium der Biologie arbeitete er zunächst als Landschaftsplaner in Frankfurt (Oder), von 2003 bis 2009 dann als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Zentrum Landwirtschaft und Umwelt und am Lehrstuhl für Umwelt- und Ressourcenökonomik der Universität Göttingen. Hier entwickelte er in verschiedenen Projekten zusammen mit Partnern aus Landwirtschaft, Naturschutz und Verwaltung regional angepasste innovative Instrumente für Agrarumweltprogramme. 2006 promovierte er zum Thema „Ökonomische Beiträge zur Erschließung menschlichen Verhaltens für die Lösung von Naturschutzfragen“.

E-Mail: jan.freese@ble.de

Telefon: 02 28 / 68 45 - 34 77



Bild: Christian Mühlhausen / Landpixel.de



Bild: DVS

Von Bonn nach Brüssel und zurück

Seit Mitte August 2009 gehört Anke Wehmeyer wieder zum Team der DVS. Nachdem sie neun Monate in Brüssel bei der Europäischen Vernetzungsstelle gearbeitet hat, steht sie Ihnen nun wieder ganz für die Unterstützung im Leader-Bereich sowie in der gebietsübergreifenden und transnationalen Kooperation zur Verfügung. Benötigen Sie hier also Hilfe oder haben Sie Fragen oder Anregungen, ist Ihnen Unterstützung garantiert!

E-Mail: anke.wehmeyer@ble.de

Telefon: 02 28 / 68 45 - 38 41

Kooperationsgesuche

Mehr Informationen zu Kooperationsgesuchen erhalten Sie bei der DVS, Telefon: 02 28 / 68 45 – 38 41; E-Mail: dvs@ble.de. Unter www.netzwerk-laendlicher-raum.de/kooperationen finden Sie außerdem eine Sammlung von Kooperationsgesuchen, die aus verschiedenen Quellen zusammengestellt wurde (Stand: Juni 2009).

Österreich: Sattler-Netzwerk

Das Österreichische Sattlermuseum – das einzige seiner Art im deutschsprachigen Raum – hat ein nationales Sattler-Netzwerk aufgebaut und möchte dieses auf weitere europäische Partner ausweiten. Ziel ist es, Wissen und Erfahrungen auszutauschen und zusammenzuarbeiten, um das Sattler-Handwerk zu fördern und die regionale Identität zu stärken.

Mehr Informationen:

Österreichisches Sattlermuseum
Josef Wieser
Telefon: 00 43 / (0)72 25 62 05
E-Mail: wieser@sattlermuseum.at
www.sattlermuseum.at

Frankreich: Netzwerk offene Höfe

Das nicht-kommerzielle „Netzwerk offene Höfe“ wurde 2004 von Landwirten im Périgord Vert im Norden des französischen Départements Dordogne initiiert. Ziel der Landwirte ist es, Bürgern ihre landwirtschaftliche Arbeit und ihre natürliche Arbeitsumwelt näherzubringen. Hierfür werden zum Beispiel Kommunikationstrainings durchgeführt und kulturelle Events sowie Besucherprogramme auf den Höfen organisiert. Das Netzwerk sucht weitere europäische Partner.

Mehr Informationen:

Réseau des fermes ouvertes
Valérie Valles
Telefon: 00 33 / (0)5 53 06 65 65
E-Mail: v.valles@atd24.fr

Frankreich: Wasser als Energiequelle

Die LAG Beaujolais Vert interessiert sich für die Nutzung von Wasser als Energiequelle. Sie sucht Partner zum Erfahrungsaustausch zu diesem Thema, insbesondere zur Entwicklung von kleinen Turbinen.

Mehr Informationen:

LAG Beaujolais Vert
Mélanie Thieffrye
Telefon: 00 33 / (0) 47 48 95 8 48
E-Mail: leader@ccpat.org

www.netzwerk-laendlicher-raum.de - Informationen aus den Regionen online

Von Stefan Kämper

In der Rubrik »**Regionen**« sind jetzt als neues Kapitel auf netzwerk-laendlicher-raum.de Informationen aus den Leader-Regionen abrufbar. Unter den jeweiligen Bundesländern können die Regions-Steckbriefe von zurzeit etwa der Hälfte der Regionen nachgelesen werden. Diese Steckbriefe sind das Ergebnis einer noch laufenden Umfrage unter allen Leader-Regionen, die zum Teil mit den Netzwerken in den Ländern durchgeführt wurde. An dieser Stelle allen Regionen herzlichen Dank, die bereits geantwortet haben und an alle anderen die Bitte, ihren Fragebogen bitte bald zurückzuschicken.

Aus den Steckbriefen erfährt der Leser jetzt Interessantes zu den Regionen selbst, beispielsweise zur Größe und Einwohnerzahl und deren Entwicklung. Man kann sich über das regionale Profil, also die wichtigsten in der Region verhandelten Themen, die Handlungsfelder und die Schlüsselprojekte informieren. Informationen über Studien, die in der Region durchgeführt werden, runden diesen Teil ab. Über die Organisation der Lokalen Aktionsgruppe und des Regionalmanagements wird informiert: wo ist es angesiedelt, wie aufgestellt und ausgestattet, gibt es Arbeitsgruppen und wenn ja, zu welchen Themen arbeiten sie. Außerdem erfährt der Leser, welche Erfahrungen die Aktionsgruppe mit Kooperationsprojekten hat.

Natürlich sind im Steckbrief auch Ansprechpartner der Region, die regionale Website und Links zum regionalen Entwicklungskonzept zu finden; auch sind die Länderlisten der Ansprechpartner in den Aktionsgruppen aktualisiert. Alle diese Informationen werden in Kürze auch über eine Datenbank recherchierbar sein, sodass es möglich sein wird, zum Beispiel thematisch oder nach einer Aktionsgruppe mit einer spezifischen Organisationsform oder mit bestimmten Erfahrungen zu suchen.

In der Rubrik »**Partner**« kann unter »Kooperation« das Handbuch zur Kooperation auf Englisch abgerufen werden.



Neben einer Liste mit 50 Kooperationsgesuchen aus ganz Europa, die einen guten Überblick über die Aktivitäten in diesem Feld gibt und vom Europäischen Contact Point im Netzwerk Ländliche Räume erstellt wurde, ist auch eine Reihe von neuen Kooperationsgesuchen veröffentlicht, beispielsweise aus Bulgarien, Wales, Österreich und Frankreich (s. auch S. 5) www.netzwerk-laendlicher-raum.de/kooperation

In »**Service**«, unter »Veranstaltungen«, sind News zu interessanten Veranstaltungen rund um Ländliche Räume nachzulesen; außerdem sind Informationen zu den geplanten Veranstaltungen der DVS abrufbar. Beispielsweise die Ankündigung der Tagung „Innen entwickeln, regional vernetzen: Dörfer und Kleinstädte zwischen Anpassung und Rückbau“. Sobald die Anmeldung möglich ist, werden hier auch Programm und weitere Informationen veröffentlicht (s.S. 9). Im »DVS-Archiv« sind Fotodokumentationen, Vorträge und andere Dokumente vergangener DVS-Veranstaltungen abrufbar. Zum Beispiel sind die Beiträge und weiterführende Informationen des Workshops „Naturschutzberatung für Landwirte“ und die Dokumentation der Tagung „Erzeugung und Vermarktung von landwirtschaftlichen

Qualitätsprodukten“, die in Berlin stattfand, eingestellt.

Die Veröffentlichungen der Vernetzungsstelle stehen im »Service« zur Verfügung: So ist auch diese Ausgabe von LandInForm digital unter www.land-inform.de abrufbar. Unter www.landaktuell.de können die letzten Ausgaben des Newsletters herunter geladen werden, der hier auch direkt bestellt werden kann.

Wir veröffentlichen Ihre News!

Nutzen Sie unseren News-Service und schicken Sie uns Ihre Meldungen, Linktips, Kooperationsgesuche, Termine, Stellenangebot und mehr. Wir veröffentlichen sie gerne auf der Website und in unserem Newsletter landaktuell.



Sagen Sie uns die Meinung!

Nichts ist so gut, dass es nicht noch besser werden könnte. Deshalb interessiert uns Ihre Meinung zu unserem Webauftritt!

Rufen Sie uns an oder mailen Sie uns: dvs@ble.de,
Telefon: 02 28 / 68 45 - 37 22

Wie gelingt erfolgreiche Naturschutzberatung für Landwirte?

Von Bettina Rocha

Etwa 60 Vertreter unterschiedlichster Institutionen, die an der Schnittstelle zwischen Landwirtschaft und Naturschutz tätig sind, diskutierten auf dem Workshop der Deutschen Vernetzungsstelle Ländliche Räume (DVS) in Göttingen bestehende und künftige Formen der Naturschutzberatung für Landwirte.

Wie halten es die einzelnen Bundesländer und Länder Europas mit der Beratung in Sachen Naturschutz? Vorträge zu diesem Thema gaben den Auftakt zum Workshop „Naturschutzberatung für Landwirte“ am 9. und 10. Juni 2009 in Göttingen. Dazu zählten die Implementierung der Naturschutzberatung (NSB) in die rheinland-pfälzische Verwaltung, der Aufbau und die Zielrichtung der NSB in Österreich und England sowie einzelbetriebliche Beratungsansätze im Ökolandbau in verschiedenen deutschen Bundesländern sowie in Schweden und Frankreich. Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der Akzeptanz von Agrarumweltmaßnahmen und der daraus folgenden Zielrichtung der Beratung. In einer kontrovers geführten Diskussion unterschieden die Teilnehmer zwischen Angebotsberatung, die einige auch als „Werbeberatung“ bezeichneten, und Nachfrageberatung, die eine bereits bestehende Motivation der Landwirte voraussetzt.

Stufenmodell in der Diskussion

Im Workshop „Möglichkeiten der Kooperation bestehender Beratungssysteme zur gemeinsamen NSB von Landwirten“ wurde festgestellt, dass NSB erst entwickelt und institutionalisiert werden muss und vorzugsweise in bereits vorhandene Beratungssysteme integriert werden sollte.

Die Mehrheit der Teilnehmer forderte die Einrichtung einer unabhängigen, zentralen Koordinationsstelle für NSB.

Um Landwirte für die NSB zu gewinnen, wurde ein „Stufenmodell“, vergleichbar mit dem in England praktizierten System – Environmental Stewardship Programme (ESP) – diskutiert. Dieses sieht als „Eingangsstufe“ eine Beratung durch eine landwirtschaftsnahe Institution vor, um Zugang zu den Landwirten zu bekommen. In die höhere Stufen kommen Betriebe, die sich als geeignet für eine weitere Zusammenarbeit erwiesen haben. Ihre Beratung sollte dann von einer Naturschutzinstitution durchgeführt werden.

Gewünscht:

Neutrale, regionalbezogene und freiwillige Beratung

Die Teilnehmer des Workshops „Faktoren für die erfolgreiche Gestaltung von NSB“ trafen folgende Kernaussagen:

- **Ansprechpartner:** Ideal ist ein „integriertes Beratungssystem“ mit lediglich einem Ansprechpartner. Der Berater sollte unabhängig und neutral sein und keine Kontrollfunktion auf dem Betrieb ausüben.
- **Ort/Institution:** Der regionale Bezug ist sehr wichtig. Es sollte auf bereits bestehende Büros, Landschaftspflegeverbände, Stiftungen o. ä. zurückgegriffen werden.
- **Inhalte/Ausgestaltung:** Die Beratung sollte individuelle Lösungen anbieten und freiwil-

lig sein. Ziel ist der „aufgeklärte Landwirt“, der durch die Beratung motiviert und offen für Naturschutzfragen ist. Attraktive Honorierungssysteme setzen ebenso am Interesse des Landwirts an wie ein Zueginn an sozialem Ansehen.

PR-Konzeption:

Tue Gutes und rede darüber

Der Workshop „Öffentlichkeitsarbeit für landwirtschaftliche Betriebe, die NSB erfolgreich in Anspruch genommen haben“ hatte zum Ziel, Möglichkeiten der Öffentlichkeitsarbeit (PR) für Naturschutzprojekte zu analysieren. Die Ergebnisse der Diskussionen: PR ist langfristige Imagearbeit. Jedes Naturschutzprojekt braucht eine eigene PR-Konzeption. Wichtig ist eine genaue Ablaufplanung vor Beginn eines Projektes. Eine Vorberichterstattung im Vorfeld der Aktion, eine Berichterstattung zum Zeitpunkt der Aktion und eine Nachberichterstattung sind für eine gute Öffentlichkeitsarbeit unabdingbar.

Die Folien zu den Vorträgen und weiterführende Links zur Thematik finden Sie unter www.netzwerk-laendlicher-raum.de/service/veranstaltungen/dvs-archiv/2009/naturschutzberatung

Mehr Informationen:

Bettina Rocha
Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume
Telefon: 02 28 / 68 45 - 38 82
E-Mail: bettina.rocha@ble.de
www.netzwerk-laendlicher-raum.de



Qualität erzeugen und vermarkten

Von Bettina Rocha und Isabell Friess

Rund 120 Teilnehmer diskutierten auf der DVS-Tagung „Erzeugung und Vermarktung von landwirtschaftlichen Qualitätsprodukten“ vom 21.-22. Juli 2009 in Berlin, was ein Qualitätsprodukt ausmacht und welche Potenziale und Marktchancen es besitzt.

Die Herkunft der Teilnehmer war ebenso bunt gemischt, wie die der Referenten: Vertreter aus der Landwirtschaft, Ernährungswirtschaft, Handel, Verbraucherschutz, Regionalvermarktung und Wissenschaft kamen auf der Tagung zusammen.

Was ist Qualität und wie wird sie vermarktet?

Ein erster Vortragsblock befasste sich mit der nachhaltigen Erzeugung von Qualitätsprodukten. Die Referenten definierten den Begriff „Qualität“ anhand des Beitrages der landwirtschaftlichen Erzeugung zum Klima- und Wasserschutz, zur Biodiversität, zur Minderung des Flächenverbrauches sowie zur Lebensqualität und zum Erhalt der Kulturlandschaft. Beim Thema „Vermarktung und Vertrieb von Qualitätsprodukten“ wurden Markt und Marketing für regionale Produkte analysiert. Kooperationen zwischen Erzeugern und Vermarktern, so eine Kernaussage, tragen erheblich zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit bei.

Konsumenten und Erzeuger...

Ein weiterer Fokus lag auf dem Konsumentenverhalten: Was beeinflusst zum Beispiel neben Preis und Image des Produktes sowie Einkommen und Gesundheitsbewußtsein der Konsumenten de-

ren Kaufverhalten? Verschiedene Punkte würden von Erzeugern, Verarbeitern und Handel bislang zu wenig berücksichtigt, wie zum Beispiel die zunehmende Sensibilität der Verbraucher gegenüber ethischen und ökologischen Aspekten und ihre geringe Toleranz gegenüber Rückstandsmengen oder gentechnisch veränderten Organismen.

Aus Erzeugersicht beeinflussen Erzeugerpreise und Wettbewerbsvorteile die Bereitschaft zur Umstellung der Produktion auf Qualitätsprodukte ebenso, wie die Betriebsstruktur und -ausstattung und die unternehmerische Einstellung des Landwirts.

...und Vertrieb und Marketing im Fokus

Am zweiten Tag wurden nach der Vorstellung der beiden Regionalmarken „Von Hier“ und „Bergisch Pur“ die Herausforderungen beim Auf- und Ausbau von Vertriebswegen präsentiert. Auch hier wurde deutlich, dass für den erfolgreichen Vertrieb einer Marke die Kooperation mehrerer Erzeuger untereinander und mit dem Handel entscheidend ist.

In drei parallelen Diskussionsforen haben die Teilnehmer im Anschluss mit Experten, die Impulsreferate gaben, bestimmte Aspekte vertieft. So ging es bei

„Konkurrenz um Markt und Akzeptanz“ um Fragen des Wettbewerbsrechtes und der Warenverkehrsfreiheit mit Blick auf den europäischen Binnenmarkt und den Weltmarkt sowie um rechtliche Fragen zu Herkunftszeichen und -bezeichnungen. Im Forum „Wege zur Sensibilisierung des Kaufverhaltens“ wurde erörtert, wie das Produkt samt Qualitätsmerkmal an den Verbraucher gebracht werden kann. Hier waren sich die Referenten über die zentrale Rolle der Pressearbeit einig. Außerdem müsse die Zielgruppe definiert und klar kommuniziert werden, was das Produkt von anderen unterscheidet. Wichtig ist auch, dass Erzeuger und Vermarkter selbst hinter dem Produkt stehen. Das Thema „Sprung vom regionalem zum nationalen Absatz“ befasste sich vertiefend mit Vermarktungs- und Vertriebsstrukturen, aber auch mit Bewußtseinsbildung für Belange der Region und Fragen der staatlichen Förderung versus unternehmerischer Eigeninitiative.

Neue Handlungsfelder

Mit einigen Fragen wird sich die DVS Ländliche Räume in Zukunft weiter auseinandersetzen: Welche Entwicklungsschritte müssen beim Aufbau regionaler Marken berücksichtigt werden, welche Förder- und Finanzierungsmöglichkeiten gibt es und welche Funktion erfüllen die Labels?



Die Vorträge und eine Fotodokumentation der Tagung finden Sie unter www.netzwerk-laendlicher-raum.de/service/veranstaltungen/dvs-archiv/2009/qualitaetsprodukte

Mehr Informationen:

Bettina Rocha, Isabell Friess
Deutsche Vernetzungsstelle
Ländliche Räume
Telefon: 02 28 / 68 45 - 38 82; - 34 59
E-Mail: bettina.rocha@ble.de,
isabell.friess@ble.de

Vorschau

Dörfer und Kleinstädte zwischen Anpassung und Rückbau

Von Lars Switala

Wenn die Bevölkerung schrumpft, ist Leerstand eine der ersten sichtbaren Folgen. Wie Gemeinden mit dieser Situation umgehen können, will die DVS Ländliche Räume am 2. und 3. Dezember 2009 auf ihrer Tagung „Innen entwickeln, regional vernetzen: Dörfer und Kleinstädte zwischen Anpassung und Rückbau“ in Göttingen beleuchten.

Der demografische Wandel hat die Dörfer und kleineren Städte längst erreicht. Auch in der öffentlichen Wahrnehmung ist er – nach einer zaghaften Phase des Eingeständnisses – angekommen. Eine jüngst veröffentlichte Studie vom Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung prognostiziert, dass bis zum Jahr 2020 über 50 Prozent aller deutschen Landkreise und kreisfreien Städte von Schrumpfung betroffen sein werden. Dabei handelt es sich nicht mehr überwiegend um ein ostdeutsches Problem, denn die Schwundregionen werden sich dann auch weit in den Westen hinein ausgedehnt haben.

Einwohnerzahlen sinben, Kosten steigen

Die Gemeinden in den stark von Schrumpfung geprägten Regionen haben ein doppeltes Problem: Sie verlieren nicht nur Einwohner und dadurch Nutzer der lokalen Infrastruktur, sondern auch potenzielle Steuereinnahmen. Weiterhin müssen die gleichbleibenden Unterhaltungskosten von einer geringer werdenden Anzahl an Personen getragen werden. Die finanzielle Belastung der Gemeinde wächst, und Kosten für Maßnahmen innerhalb des Ortes können nicht mehr aufgebracht werden. Zudem steigt das Angebot an Wohnraum, wodurch der Wert der Grundstücke sinkt. Die Orte kommen nun an einen Punkt, an dem sie ihre Infrastruktureinrichtungen alleine nicht mehr halten können und das Überangebot an Immobilien für ihre Zukunft nicht mehr tragfähig ist. Rückbaumaßnahmen können hier ein sinnvoller

Lösungsansatz sein – eine Strategie, die gleichzeitig auf Kommunikation und Kooperationen mit benachbarten Gemeinden setzt.

Rückbau als Chance für die Region?

Die Tagung „Innen entwickeln, regional vernetzen: Dörfer und Kleinstädte zwischen Anpassung und Rückbau“ gibt einen kurzen Überblick über die Instrumente der Dorffinnenentwicklung und macht dabei deutlich, warum es für Dörfer und Kleinstädte sinnvoll sein kann, sich mit dem Thema Rückbau zu beschäftigen. In diesem Zusammenhang werden auch mögliche finanzielle Perspektiven der Kommunen vor dem Hintergrund des demografischen Wandels sowie die Voraussetzungen, Herausforderungen und Möglichkeiten des Rückbaus erläutert. Darüber hinaus bieten Diskussionsforen einen Einblick in verschiedene regionale Vernetzungsstrategien und kommunale Kooperationen. Ausgewählte Projekte aus Bereichen wie „Daseinsvorsorge in regionaler Kooperation“ und „Städtebaulicher Rückbau im Rahmen eines interkommunalen Entwicklungskonzepts“ bilden deren Grundlage.

Engagieren! Aber wie?

Neben den regionalen Strategien muss jeder Ort zunächst die eigenen Herausforderungen angehen. Daher befasst sich die Tagung auch mit dem Spannungsfeld zwischen der Verärgerung der Ortsbewohner über den Wertverlust ihrer Grundstücke und der

Bereitschaft, sich dennoch für ihren Ort zu engagieren: Was kann getan werden, um die Gemeindeglieder zu motivieren, sich ehrenamtlich an Entwicklungsmaßnahmen zu beteiligen? Welche Spielräume haben außerdem die örtlichen Akteure, die lokalen Interessen angesichts einer kommunalen Verwaltungsaufsicht durchzusetzen? In drei weiteren Diskussionsforen wird genau diese Fragestellung vertieft: mit den Themen „Bauliche und bauplanerische Anforderungen an soziale Strukturen bei kommunaler Planungshoheit“, „Konzepte der Mobilität und Erreichbarkeit angesichts der Vorgaben durch die Verkehrsverbünde“ sowie „Innovative dezentrale Konzepte zur Sicherung der Bildung“.

Das endgültige Programm wird in den kommenden Wochen erarbeitet; die Einladung wird spätestens Ende September verschickt.

Mehr Informationen:

Lars Switala
Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume
Telefon: 02 28 / 68 45 - 35 37
E-Mail: lars.switala@ble.de

Mobilität im ländlichen Raum



Bild: Melrose / Photocase



Bild: Semga / Pixelio



Bild: Uschi Dreiucker / Pixelio



Bild: Torsten-Schröder / Pixelio



Bild: Verena Wahlers / Photocase



Bild: Adel-33 / Pixelio



Bild: Fabio Sommaruga / Pixelio

...- viele Wege, doch welches Ziel?

Von Juliane Mante

Die Gewährleistung von Mobilität ist mit anderen Aspekten der Daseinsvorsorge eng verwoben. Mobil zu sein ist jedoch nicht immer nur Bedürfnis; der Wegfall von Einrichtungen der Grundversorgung lässt den Menschen im ländlichen Raum oft keine Wahl. Unser Fokusthema zeigt ganz unterschiedliche Lösungswege für diese Problematik auf.

Der öffentliche Nahverkehr (ÖPNV) auf dem Land wird immer weiter ausgedünnt, während gerade hier der Anteil der älteren Menschen steigt, die auf ihn angewiesen sind. Vor diesem Hintergrund versucht der Beitrag auf S. 12-14 zu prognostizieren, wie die ländliche Mobilität der Zukunft aussehen wird. Carsten Hansen vom Deutschen Städte- und Gemeindebund wirft in unserem Interview auf S.16-17 einige Kernfragen auf, die es bei diesem Thema zu lösen gilt.

Lösungswege gibt es viele. Worin man sich jedoch einig ist: Der ÖPNV muss flexibler werden, neue Bedienformen müssen her. Diese werden aber nicht im luftleeren Raum umgesetzt. Zum einen hängt die Umsetzbarkeit neuer Angebote von einem komplexen rechtlichen Regelwerk ab, wie der Beitrag auf S. 15 zeigt. Zum anderen dürfen sie nicht an den Bedürfnissen der ländlichen Bevölkerung vorbei geplant werden. Wie vielfältig diese Bedürfnisse sind und was das konkret für die Planung bedeutet, beschreibt der Beitrag auf S. 18-19.

Auf den Seiten 20-21 wollen wir es wissen: Welche so genannten flexiblen ÖPNV-Angebote gibt es eigentlich schon? Unter welchen Bedingungen sind sie sinnvoll, und wie sieht es mit ihrer Wirtschaftlichkeit aus? Der Beitrag auf S. 22 zeigt, dass

es insbesondere bei multifunktionalen, sektorenübergreifenden Angeboten Genehmigungs- und Verwaltungsprobleme geben kann – ein Dilemma, denn gerade die wenigen bisher umgesetzten Angebote erfreuen sich einer großen Nachfrage.

Das Rückgrat des öffentlichen Nahverkehrs in ländlichen Räumen ist heute der Schülerverkehr – ein zunehmend schwaches Rückgrat in Anbetracht sinkender Schülerzahlen und abweichender Bedürfnisse der übrigen ÖPNV-Nutzer. Die Autoren des Beitrages auf S. 23 zeigen anhand ihres erfolgreichen Praxisprojektes, wie sie es geschafft haben, sowohl auf die Anliegen der Schüler als auch auf die anderer ÖPNV-Teilnehmer besser einzugehen.

Natürlich kann nicht nur der öffentliche Nahverkehr die Mobilität der ländlichen Bevölkerung gewährleisten; hierfür sind auch rein privatwirtschaftliche Lösungen oder solche, die auf dem Engagement von Einzelpersonen beruhen, nötig. CarSharing wäre eine solche Alternative – aber ist dieses im ländlichen Raum überhaupt wirtschaftlich zu betreiben? Durchaus, zeigt der Beitrag auf S. 24, auch wenn die Voraussetzungen denkbar schwierig sind.

Mobil sein zu können, ist gut. Mobil sein zu müssen, schränkt aber die Lebensqualität enorm ein. Deshalb zeigen wir auf den

Seiten 25-27, dass es manchmal sinnvoller sein kann, andere Wege zu gehen. Ob man Angebote der Grundversorgung mobil zu den Nachfragern bringt oder sich Unternehmen neuen Arbeitsformen wie der Telearbeit öffnen – es gibt viele Möglichkeiten, Verkehr zu vermeiden.

Der Beitrag auf S. 28-29 wirft die Frage auf, ob all die Lösungsmöglichkeiten, die zurzeit diskutiert werden, nicht einem völlig überholten Leitbild anhaften. Die Autoren fordern ein radikales Umdenken und den Mut, auch Schrumpfung zuzulassen. Sie zeigen konkrete Alternativen auf, wie auch bei deutlich verringerten Kosten die ländliche Bevölkerung ausreichend mobil sein könnte.

Es gibt noch viele weitere Herausforderungen für die ländliche Mobilität der Zukunft. Groß im Kommen ist etwa eine von fossilen Energieträgern unabhängige Mobilität. Um eine breitere Anwendung des derzeitigen Standes der Technik in ländlichen Räumen zu ermöglichen, ist aber noch viel zu tun. Und die kürzlich angestoßene Diskussion zum Leitbild der Gleichwertigkeit in der Daseinsvorsorge zeigt: Auch die Frage, wie viel man in Zukunft in ländliche Räume investieren sollte, ist kein unumstrittenes Thema.



Auch in Zukunft mobil auf dem Lande?

Von Stephan Günthner

In Sachen Mobilität stehen wir vor großen Herausforderungen. Der Betrieb des öffentlichen Nahverkehrs wird wirtschaftlich immer unrentabler und der motorisierte Individualverkehr gewinnt trotz steigender Benzinpreise zunehmend an Bedeutung. Vor allem ländliche Regionen stellt diese Entwicklung vor Probleme. Für Bund und Länder hat das Leitbild der Chancengleichheit jedoch nach wie vor Priorität. Die Konsequenz: Es muss gehandelt werden.

Wer auf dem Land lebt, genießt einige Vorteile: Frische Luft, Ruhe, weite Kulturlandschaften, eingespielte soziale Netzwerke, günstige Boden- und Wohnungspreise, einen eigenen Garten – vielleicht ist sogar der Einkauf von Lebensmitteln bei einem benachbarten Landwirt möglich.

Dieses Leben birgt aber auch Nachteile. Ärzte, Therapeuten und Krankenhäuser, Theater, Museen und weiterbildende Schulen liegen in den größeren Zentren und sind häufig nur motorisiert erreichbar. Ähnliches gilt für viele Arbeitsplätze und mancherorts auch für Grundschulen. Zusätzlich haben sich in den letzten Jahrzehnten viele Lebensmittel- und Bekleidungs-geschäfte, Bankfilialen und die Post aus den traditionellen Ortszentren zurückgezogen. Einige private Anbieter haben sich an Ausfallstraßen angesiedelt, andere sind nur noch in den Mittelzentren zu finden.

Ohne Pkw geht wenig

Diese Einrichtungen sind häufig nur mit dem Auto erreichbar. Doch verfügen auch im ländlichen Raum knapp neun Prozent der Haushalte nicht über einen Pkw (Abb. 1). Als Gründe hierfür werden vor allem die Kosten sowie Gesundheits- und Altersgründe genannt (Abb. 2). Um entfernte Ziele – etwa den städtischen Wochenmarkt oder einen Arzt – zu erreichen, bleibt dann nur die Mitnahme durch Bekannte und Verwandte oder der öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV). Dessen Angebot ist im ländlichen Raum jedoch eingeschränkt.

Was beeinflusst das Mobilitätsverhalten?

Die Mobilitätsmöglichkeiten und das Verkehrsverhalten werden vor allem von der Bevölkerungsstruktur, der Führerscheinverfügbarkeit, der Gesundheit der Menschen, der Siedlungsstruktur und dem Verhältnis von Verkehrskosten und Einkommen beeinflusst.

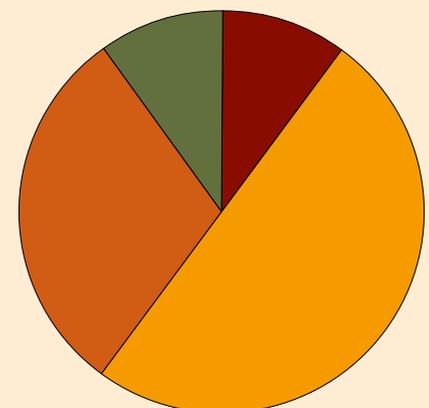
Von diesen Faktoren ist die Entwicklung der Bevölkerungsstruktur am besten vorhersehbar – mit bereits sichtbaren Auswirkungen: In vielen ländlichen Regionen sinken die Einwohnerzahlen seit Jahren, die Zahl der Kinder und Schüler geht ebenso zurück wie die der Erwerbstätigen. Dagegen steigt die Anzahl der älteren Menschen. Diese Entwicklungen werden sich künftig fortsetzen (Abb. 3). Auch wird heute davon ausgegangen, dass die Führerscheinverfügbarkeit und die Gesundheit in den höheren Altersgruppen zunehmen werden; ältere Menschen werden also in Zukunft gesünder sein, und ein größerer Anteil von ihnen wird über einen Führerschein verfügen.

Wie sich die Siedlungsstruktur des ländlichen Raumes entwickeln wird, ist dagegen schwer abzuschätzen. Werden sich demographischer Wandel und schlechte Infrastrukturausstattung verstärken und dazu führen, dass auch die verbleibende Bewohnerschaft abwandert? Werden Gemeinden mit billigem Bauland in einen ruinösen Wettkampf um Einwohner treten und so Suburbanisierung und Mobilitätsbedarf verstärken? Oder werden schrumpfende Regionen gewohnte Pfade verlassen – Bürger, Gemeinden und Staat gemeinsam neue in-

novative Lösungen entwickeln und Möglichkeitsräume nutzen?

Auch die Entwicklung der Verkehrskosten im Vergleich zu den Einkommen kann derzeit wohl kaum belastbar prognostiziert werden. Lange ging man von dauerhaft preiswerten Energieträgern und damit stabilen Verkehrskosten aus, während man mit stets wachsenden verfügbaren Einkommen rechnete. In den letzten Jahren stiegen jedoch die Energiepreise, während die Einkommensentwicklung vieler Arbeitnehmer damit nicht Schritt hielt. Die aktuelle globale Finanzkrise wiederum hat für niedrige

Abb. 1: Pkws pro Haushalt in ländlichen Räumen



- 1 Pkw pro Haushalt
- 2 Pkw pro Haushalt
- mehr als 3 Pkw pro Haushalt
- kein Pkw pro Haushalt

Energiekosten gesorgt. Ob dieser Einfluss dauerhaft bleibt, ist offen. Auch die Folgen der Krise für Löhne und Altersrücklagen sind noch nicht endgültig absehbar.

Weniger mobil in 2050?

Verkehrverhalten und Verkehrsmöglichkeiten werden sich je nach Entwicklung dieser Einflussfaktoren verändern. Diese Einschätzung wird auch durch die vom Bundesverkehrsministerium (BMVBS) beauftragte Studie „Mobilität 2050“ gestützt, die drei Szenarien der Verkehrsentwicklung für den Zeitraum 2002 bis 2050 beschreibt: Das Szenario „Status Quo“ zeigt die Entwicklung, wenn sich lediglich die Bevölkerungsstruktur ändert. Das Szenario „Dynamische Anpassung“ zeigt zusätzlich den Einfluss von stärker steigenden Energiekosten und von Maßnahmen zur Reaktion auf den Klimawandel. Hierbei wird davon ausgegangen, dass Politik und Planung ebenso wie die Menschen schnell reagieren, zum Beispiel durch die Förderung kompakter Siedlungsstrukturen, die Reduzierung des Verkehrsaufkommens und die Rückwanderung in die Städte. Das Szenario „Gleitender Übergang“ geht von einem milderen Anstieg der Energiepreise aus. Anpassungen seitens Politik, Planung und Einwohnern unterbleiben.

In allen drei Szenarien bleibt der motorisierte Individualverkehr der dominierende Verkehrsträger. Dagegen wird weniger zu Fuß gegangen, und auch das Rad oder öffentliche Verkehrsmittel werden weniger genutzt. Insgesamt wird das Verkehrsaufkommen leicht sinken, da größere Bevölkerungsgruppen in den Ruhestand eintreten und Berufswege entfallen. Sollten sich dagegen die zurückgelegten Distanzen etwa im Freizeitverkehr durch Wohlstandseffekte vergrößern, steigt das Verkehrsaufkommen.

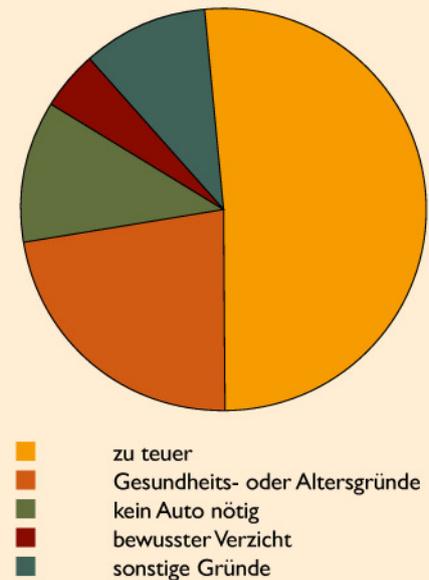
Vor allem kleine Orte betroffen

Diese generellen Aussagen verdecken jedoch starke regionale Unterschiede. So kann die Nutzung des ÖPNVs in den Städten steigen, während das (gesamte) Verkehrsaufkommen in schrumpfenden Regionen deutlich sinken wird. Hier und vor allem in den kleinen Orten kann der Nachfragerückgang so weit führen, dass der ÖPNV nicht mehr mit herkömmlichen Linienangeboten betrieben werden kann. Gründe hierfür sind unter anderem der Rückgang der Schülerzahlen und die ohnehin niedrige Siedlungsdichte. Außerhalb der Kernstädte werden daher neue und innovative Ansätze – die über verkehrliche Maßnahmen hinausgehen – notwendig sein, um den Anspruch der Daseinsvorsorge zu erfüllen.

Chancengleichheit bleibt Leitbild

Bund und Länder haben diese Problematik erkannt. Ihre Raumordnungspolitik misst der Mobilität und der Erreichbarkeit einen großen Stellenwert bei. Das Leitbild „Daseinsvorsorge sichern“ der 2006 von der Ministerkonferenz für Raumordnung verabschiedeten neuen „Leitbilder und Handlungsstrategien für die Raumentwicklung in Deutschland“ macht deutlich: Die Chancengerechtigkeit zur Teilhabe an den Angeboten und Leistungen der öffentlichen Daseinsvorsorge ist auch in Regionen mit einer stark alternden Bevölkerung sowie in dünn besiedelten Räumen mit Bevölkerungsrückgang dauerhaft zu sichern.

Abb. 2: Gründe von Haushalten, keinen Pkw zu besitzen (im ländlichen Raum)



Quelle: BBSR im BBR, 2008

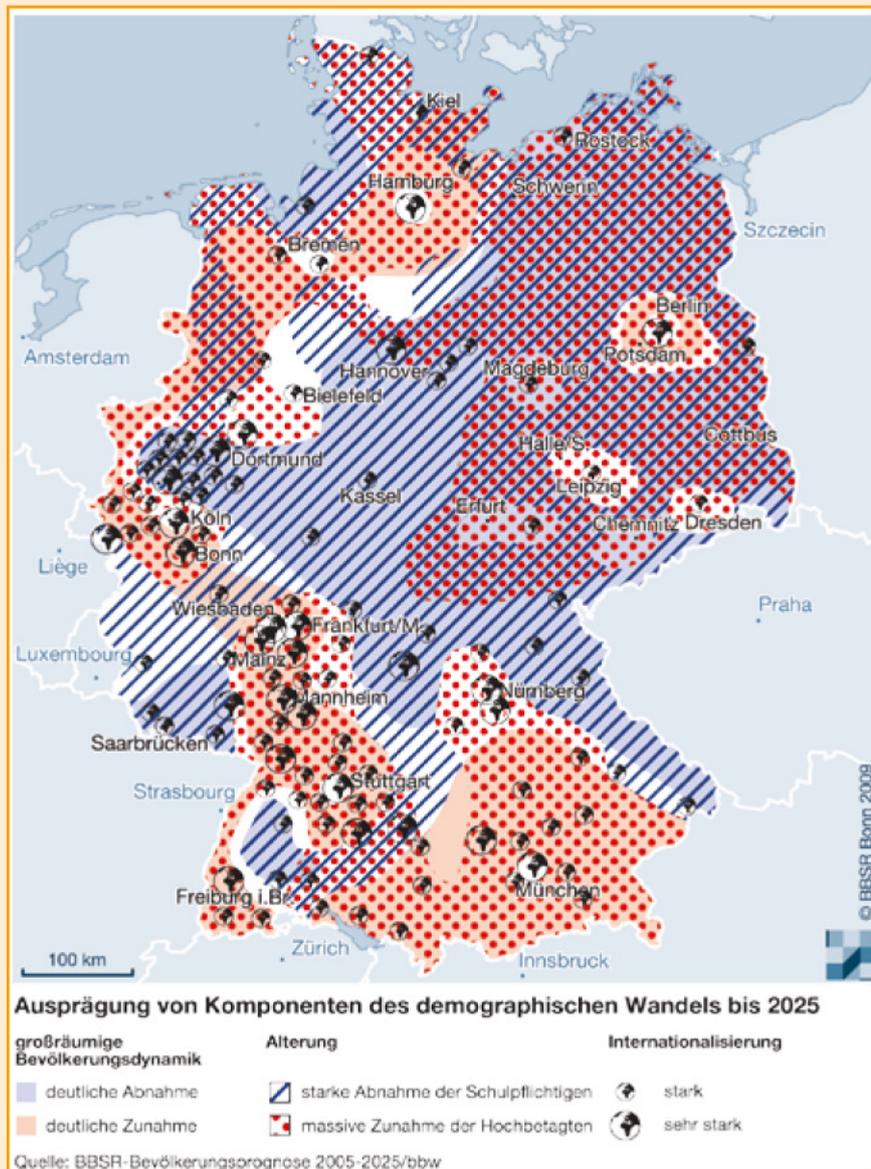


Abb. 3

ÖPNV vor neuen Herausforderungen

Um seine Aufgabe im System der Daseinsvorsorge erfüllen zu können, muss der ÖPNV erheblich umgestaltet werden. Er muss sich auf eine veränderte Nachfrage, in vielen Regionen auf weiter sinkende Einwohnerzahlen und insbesondere auf den Rückgang des Anteils junger Menschen sowie auf die veränderten Anforderungen zunehmend älterer Menschen einstellen.

Die Voraussetzungen für einen rentablen Betrieb von öffentlichen Verkehrssystemen sind im ländlichen Raum eher ungünstig: Die niedrige Siedlungs- und Nutzungsdichte führt zu weiten Wegen und zu im Raum zerstreuten Verkehrsströmen, die kaum wirtschaftlich mit dem ÖPNV abgewickelt werden können. Eine wichtige Innovation für nachfragearme Räume sind deshalb flexible Bedienungsformen (siehe Beitrag S. 20-21). Doch kann auch der beste Nahverkehr nicht jeden Raum erschließen. Die lokale und regionale Entwicklungsplanung sollte deshalb bereits die Erschließbarkeit mit dem ÖPNV berücksichtigen. Gleiches gilt bei der Ansiedlung von Einkaufs- und Freizeitangeboten oder bei der Standortwahl von Ärzten und Therapeuten.

Knackpunkt Schülerverkehr

Der Schülerverkehr macht im ländlichen Raum einen Großteil des Nahverkehrs aus. Sinkende Schülerinnen- und Schülerzahlen werden die ÖPNV-Nachfrage deutlich senken. Andererseits werden durch Schließung und Konzentration von Schulen längere Entfernungen zu überwinden sein, was die Fahrkosten erhöht. Daher sollten Konzepte zur Weiterentwicklung von Schulen und Schülerverkehr eng aufeinander abgestimmt werden (siehe Beitrag S. 24). Denkbare Lösungen wurden im Forschungsfeld „Regionalplanerische

Handlungsansätze zur Gewährleistung der öffentlichen Daseinsvorsorge“ im Rahmen des Forschungsprogramms „Modellvorhaben der Raumordnung“ (MORO) des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung erarbeitet. Danach muss die Erhaltung von Schulstandorten nicht zwangsläufig zu Mehrkosten führen: Die niedrigere Auslastung der Schulen kann durch Kosteneinsparungen bei der Schülerbeförderung kompensiert werden.

Ältere Menschen als Zielgruppe anerkennen

Auch der steigende Anteil älterer Menschen stellt neue Anforderungen an den ÖPNV (siehe Beitrag S. 18-19). Im Alter nimmt die Mobilität ab. Viele ältere Menschen stehen irgendwann vor der Entscheidung, auf das selbstständige Autofahren zu verzichten. Für diesen Zeitpunkt müssen andere Optionen eröffnet werden. Für Verkehrsunternehmen heißt das, ältere Menschen als Zielgruppe anzuerkennen und aktiv auf sie zuzugehen.

Ein erfolgreiches Beispiel zielgruppengerechter Ansprache älterer Menschen ist das Kölner Patenticket: Ältere Abonnenten der Kölner Stadtwerke erhielten für drei Monate ein kostenloses Ticket, das sie an einen Freund oder eine Bekannte weitergeben konnten. Die geübten „Paten“ zeigten den ÖPNV-Neulingen die Nutzung des öffentlichen Verkehrssystems der Stadt Köln und gaben ihre Erfahrungen weiter.

Um ältere Menschen anzusprechen, muss sich der Nahverkehr aber auch an den Prinzipien Nähe, Verständlichkeit und Barrierefreiheit orientieren. Nähe bezieht sich räumlich auf kurze Wege zu Haltestellen und organisatorisch auf Personal, das die Herausforderungen kennt, denen alte Menschen gegenüberstehen. Verständlichkeit bezieht sich auf die Beschaffung von In-

formationen über Preise und Fahrtzeiten, auf den Kauf von Fahrscheinen und auf die Durchführung der Fahrt (z. B. übersichtliche Gestaltung von Fahrplänen und Fahrkartenautomaten, rechtzeitige Informationen über den Fahrtverlauf). Barrierefreiheit bezieht sich auf Informations- und Verkaufssysteme, auf Wege zu und innerhalb von Haltestellen sowie auf das Zusammenspiel von Haltestellen und Fahrzeugen.

Kombinierte Angebote verstärken

Schließlich sollten kombinierte Angebote im ÖPNV stärker ausgebaut werden, zum Beispiel die kombinierte Nutzung von Fahrrad und öffentlichem Nahverkehr. Dazu gehören neben ausreichend breiten Radwegen auch verbesserte Mitnahmemöglichkeiten von Fahrrädern (z. B. durch Fahrrad-Anhänger an Bussen und genügend Fahrradstellplätzen in Zügen oder eine Fahrradmonatskarte), öffentliche Fahrradverleihsysteme und abschließbare und witterungsgeschützte Stellplätze für Fahrräder.

Auch Bürgerengagement ist gefragt

Viel Potenzial bietet aber auch ein stärkeres bürgerschaftliches Engagement, etwa die Organisation ehrenamtlich betriebener Bürgerbusse. Auch die verstärkte gemeinschaftliche Nutzung privater Pkws, ob in Form einer organisierten Mitnahme von Anhaltern, Fahrgemeinschaften oder Car-sharing-Konzepten, würde zur Problemlösung beitragen. Unzureichende Regelungen, insbesondere zu versicherungsrechtlichen Fragen, erschweren aber solche Ansätze in Deutschland häufig.

Diese ehrenamtlichen Aktivitäten haben nicht nur den unmittelbar beabsichtigten Nutzen, sondern bieten darüber hinaus weitere Vorteile. So entwickeln sich Bürgerbusse immer mehr zu Kommunikations- und Treffpunkten und stärken damit die gesellschaftlichen Strukturen im ländlichen Raum.

Kombinierte Angebote, zum Beispiel für die Nutzung von Fahrrad und öffentlichem Nahverkehr, sollten stärker ausgebaut werden. Hier ein Beispiel für einen abschließbaren und witterungsgeschützten Stellplatz für Fahrräder.



Mehr Informationen:

Stephan Günthner
Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung
(BBSR)
Referat I 5 „Verkehr und Umwelt“
Telefon: 02 28 / 994 01 23 40
E-Mail: stephan.guenthner@bbr.bund.de

Mehr Flexibilität im ÖPNV: ein rechtlicher Exkurs

Von Thomas Wehmeier und Stephan Günthner

Die Ausgestaltung des öffentlichen Personennahverkehrs wird durch verschiedene Gesetze beeinflusst. Diese wirken sich auch auf die Umsetzbarkeit alternativer Angebote aus. Der folgende Beitrag beschreibt am Beispiel der flexiblen Angebotsformen, welchen Spielraum die rechtlichen Rahmenbedingungen bieten und welche Hürden sich hier auftun können.

Angebote im ÖPNV bereitzustellen, ist gesetzlich verankert und muss durch die öffentliche Hand gewährleistet werden. Das jeweilige Landesrecht legt fest, welche Stellen (Aufgabenträger) die Bedienung sicherstellen. Für den Nahverkehr mit Bussen und Straßenbahnen sind dies überwiegend die kreisfreien Städte und Landkreise, für den Schienenverkehr häufig vom Land beauftragte Gesellschaften.

Verpflichtend und freiwillig zugleich

Die Landesnahverkehrsgesetze bieten allerdings keine Definitionen zum Umfang einer ausreichenden Verkehrsbedienung. Zwar nennen sie die Sicherstellung des ÖPNV meist explizit als Aufgabe der Daseinsvorsorge, betonen aber (mit Ausnahme Thüringens, Hessens und Sachsen-Anhalts), dass diese freiwillig ist. In welchem Umfang die Aufgabe erfüllt wird, liegt also im Ermessen des Aufgabenträgers. Den gewollten Grad der Versorgung und somit die „ausreichende Verkehrsbedienung“ hat dieser nach planerischer Abwägung politisch zu entscheiden und im Nahverkehrsplan festzulegen.

Der Teufel steckt im Detail

Das Beispiel der flexiblen Angebotsformen (wie Sammeltaxis, Rufbusse, etc; siehe Beitrag S. 20-21) soll verdeutlichen, welche Spielräume und rechtlichen Grenzen es bei der Umsetzung alternativer Angebotsformen des ÖPNV geben kann. Flexible Bedienungsformen werden von allen Landesnahverkehrsgesetzen anerkannt, sie stehen also nicht im Widerspruch zum Sicherstellungsauftrag der Aufgabenträger. Die Nahverkehrspläne gehen aber unterschiedlich ins Detail: Ein-

ge enthalten sehr konkrete Vorgaben zur Ausgestaltung des ÖPNV, andere nur vage Vorgaben. Ist die Einführung flexibler Bedienungsformen erwünscht, sollten diese im Nahverkehrsplan konkretisiert werden.

Grenzen des Personenbeförderungsgesetzes

Der öffentliche Personennahverkehr steht rechtlich aber noch auf einem zweiten Bein: Das Personenbeförderungsgesetz (PBefG) und die auf dessen Grundlage ergangenen Rechtsverordnungen umfassen Anforderungen an die Verkehrsunternehmen und die Durchführung des Verkehrs. Das PBefG unterstellt die Verkehrsunternehmen der Aufsicht durch eine Genehmigungsbehörde. Diese erteilt die Genehmigungen für den Betrieb einer Linie unter Berücksichtigung des jeweiligen Nahverkehrsplans. Aufgrund der besonderen Eigenschaften von flexiblen Bedienungsformen ist ihre Zuordnung zu einer rechtlich zulässigen Verkehrsart und damit ihre Genehmigung nicht immer einfach, beispielsweise wegen ihres nicht regelmäßigen Verkehrs. Das PBefG enthält bisher keine klare Regelung für die Genehmigung flexibler Angebote.

Neue EU-Verordnung – mehr Klarheit?

Nicht zuletzt beeinflussen auch europäische Vorgaben den rechtlichen Rahmen des Nahverkehrs. Am 3.12.2009 wird die Verordnung VO (EG) Nr. 1370/07 die bisher gültige VO (EWG) Nr. 1191/69 ersetzen. Inhalt der alten und der neuen VO ist zunächst die Festlegung, wann und wie Verkehrsleistungen staatlicherseits beihilferechtskonform finanziert werden dürfen,

um eine ausreichende Verkehrsbedienung sicherzustellen. Im Gegensatz zur alten enthält die neue VO zusätzlich Regelungen zur Vergabe von Verkehrsleistungen im Wettbewerb. Die Verkehrsministerkonferenz wird sich im Oktober 2009 näher mit Leitlinien und Hinweisen zu ihrer Anwendung befassen, was auch die Umsetzung flexibler Angebotsformen beeinflussen könnte.

Mehr Informationen:

Thomas Wehmeier, Stephan Günthner
Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR)
Referat I 5 „Verkehr und Umwelt“
Telefon: 02 28 / 99 401 – 1235 / -23 40
E-Mail: thomas.wehmeier@bbr.bund.de,
stephan.guenthner@bbr.bund.de

„Mobilität wird individueller“



Was muss sich ändern, damit die Menschen im ländlichen Raum auch in Zukunft von A nach B kommen? Ein Gespräch mit Carsten Hansen, Referatsleiter Wirtschaft, Tourismus und Verkehr beim Deutschen Städte- und Gemeindebund.

Lassen Sie uns mit einem Blick in die Zukunft beginnen:

Wie stellen Sie sich Mobilität im ländlichen Raum im Jahr 2050 vor?

Ich glaube, dass wir uns von den Mobilitätsangeboten, wie wir sie kennen, verabschieden müssen. An die Stelle der jetzigen öffentlich organisierten Mobilität wird eine sehr viel individuellere Mobilität treten, statt Bussen werden kleinere Fahrzeuge verkehren. Das dichte Bahnnetz wird nach meiner Einschät-

zung weiterhin erheblich ausgedünnt werden. Der Schienenverkehr wird sich im Wesentlichen auf Pendler beschränken und auf die Zuführung von Menschen zu den großen Knotenpunkten des Eisenbahnverkehrs. Gerade für die Bevölkerung im ländlichen Raum ist die Möglichkeit, individuell mobil zu sein,

attraktiver als die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel. Sicherlich wird es beispielsweise im Tourismus auch weiterhin die Fahrt mit der Eisenbahn geben. Überall, wo es hierfür Bedarf gibt, wird dieser auch befriedigt werden. Nur wird er in ländlichen Räumen nicht mehr tragend sein.

Welche Hauptprobleme sehen Sie heute für die Mobilität im ländlichen Raum?

Im Moment haben wir die Situation, dass es veränderte Bedarfe gibt, an die aber die gesetzlichen Rahmenbedingungen noch nicht angepasst sind. Nehmen Sie den Schülerverkehr: Er bildet in weiten Teilen das Rückgrat des öffentlichen Nahverkehrs, auch

für die allgemeine Bevölkerung. Dies birgt natürlich eine ganze Reihe von Schwierigkeiten, angefangen bei den Fahrtrouten. Die Busse fahren keine kundenorientiert kurzen Wege, sondern funktionsorientiert verschlungene Wege, um alle Schüler zu er-

reichen. Dasselbe gilt für die Fahrzeiten, denn die Busse verkehren natürlich zu Schulbeginn und zu Schulende. Und in den Ferienzeiten wird das Angebot drastisch reduziert. Das sind Rahmenbedingungen, die den öffentlichen Nahverkehr extrem unattraktiv machen.

Könnte man hier nicht ganz leicht Abhilfe schaffen?

Das erlaubt die Rechtslage nicht. Die Schülerverkehre, wenn sie denn in den ÖPNV integriert sind, brauchen so genannte Liniengenehmigungen. Nachdem diese erteilt sind, dürfen die Verkehrsbetriebe hiervon nicht mehr ohne Weiteres abweichen; die Fahrtrouten sind festgelegt. Das ist die

Crux: Man weiß zwar, dass die Verkehrsteilnehmer, die nicht Schüler sind, andere Bedürfnisse haben, kann denen aber aus rechtlichen Gründen kein vernünftiges Angebot machen. Sinnvoll und auch machbar wäre es, die Rahmenbedingungen für die Zulassung von Verkehren zu verbessern.

Das setzt natürlich bei Aufgabenträgern und Verkehrsunternehmen Bereitschaft zum Umdenken voraus, die sich durchsetzen muss. Es ist nun mal einfacher, innerhalb eines Systems zu optimieren als den Systemrahmen zu verlassen.

Wo gibt es noch Knackpunkte?

Wir haben in ländlichen Räumen eine große Anzahl von Punkten, wo der Verkehr entsteht, und eine große Bandbreite von Zielen – wir sprechen hier von so genannten aufkommensschwachen dispersen Verkehren. Die sind im klassischen Linienverkehr schwer zu bündeln. Selbst da, wo es gut gehen könnte, also im Pendler- oder Ausbildungsverkehr, ist es vergleichsweise schwierig. Wenn man mindestens einmal,

oft auch zweimal umsteigen muss, ist das nicht besonders attraktiv, vor allem nicht bei Kälte und Regen. Das ist einer der Gründe, warum ich glaube, dass sich der öffentliche Verkehr künftig auf wenige, aber aufkommensstarke Verbindungen beschränken wird.

Ein weiteres Problem mit der Mobilität vor allem im ländlichen Raum haben die Fernpendler. Um an ihren Arbeitsplatz zu ge-

langen, müssen die Menschen zunehmend Entfernungen akzeptieren. Dasselbe gilt für den Wirtschaftsverkehr. Ein Handwerksunternehmen etwa, das einen zunehmend kleiner werdenden Kundenstamm auf dem Land hat, ist darauf angewiesen, Kunden in den großen Städten zu finden. Damit haben wir wieder längere Wege und größeren Aufwand. Das kann mit dem ÖPNV überhaupt nicht abgedeckt werden.

Was müsste hier von Seiten der Politik getan werden?

Wenn Pendlerwege länger werden, heißt das nicht unbedingt, dass die Metropolen in ihrer wirtschaftlichen Kraft ausstrahlen und Menschen anziehen. Für mich ist das eher ein Zeichen dafür, wie stark die Menschen an ihrem Wohnort festhalten. Bevor man seinen Wohnort aufgibt, will man lieber län-

ger pendeln. Diesem starken Bedürfnis wird meiner Meinung nach nicht genügend nachgekommen. Die Möglichkeit, Arbeitsplätze in ländlichen Räumen zu schaffen, Investitionen wohnortnah zu tätigen, sind heute vergleichsweise gering. Ich glaube, hier könnte man mehr tun.



Zum Beispiel?

Zum Beispiel das Bauordnungsrecht ändern. Warum wird das Bauen im Außenbereich so stark eingeschränkt? Ich rede nicht von Großprojekten auf der Grünen Wiese. Natürlich streben auch wir das Leitbild des

kompakten Ortes, der kompakten Stadt an. Doch ließen sich hier sicherlich akzeptable Lösungen finden. Ich sehe auch überhaupt keinen Hinderungsgrund, ein kleines Gewerbegebiet auf dem Land auszubauen.

Wenn man die Möglichkeit hat, ein Unternehmen zu fördern, Arbeitsplätze zu fördern, muss das unabhängig davon möglich sein, ob es eine Metropole betrifft oder den ländlichen Raum.

Sie haben die Zunahme des Individualverkehrs betont. Bleiben da nicht gerade die Interessen der älteren Generation auf der Strecke?

Es kommt vor allem darauf an, dass wir die knappen Mittel, die uns für den ÖPNV zur Verfügung stehen, sorgfältig und sinnvoll einsetzen. Zurzeit kümmert man sich vor allem um die Erneuerung der in die Jahre gekommenen Verkehrsinfrastruktur in den Städten,

also von Bussen, Bahnen und Bahnhöfen. Dabei besteht die Gefahr, dass man den kommunalen Straßenbau vergisst. Ich glaube, das ist ein großer Fehler; denn für die vielen individuellen Verkehre, die entstehen, brauchen wir auch Straßen, und zwar gut ausgebaute. Mit

Rücksicht auf die ältere Bevölkerung heißt das, wir brauchen mehr Kontraste auf der Straße, eine andere Straßenausstattung. Beleuchtung, Beschilderung, Verkehrsführung, all das müssen wir anpassen an die demografische Entwicklung. Und das kostet natürlich Geld.

Gibt es einen Königsweg für die Mobilität der Zukunft?

Ich glaube, der Königsweg ist ein Bündel von vielen Pfaden. Grundsätzlich bleibe ich dabei, dass Mobilität individueller und anlassbezogener sein wird. Das ist wohl der Megatrend der Zukunft. Praktisch gesagt: Die Theaterfahrt wird die regelmäßige Fahrt des Linienbusses ersetzen, die Arztfahrt möglicherweise den Schülerverkehr. Schon heute ist es ja so, dass etwa Mitglieder der Großelterngeneration, die zum Arzt müssen, entweder mit dem Taxi oder

von Familienangehörigen gefahren werden. Oder nehmen Sie den Tourismus: Schon jetzt gehen viele Hotels dazu über, Reisenden Hol- und Bringdienste anzubieten. Und wer sagt, dass nicht auch die Betreiber von Freizeitparks oder Ferienparks ihre Gäste abholen können - möglicherweise sogar schon vom Wohnort? Auch wäre es durchaus möglich, in einigen Bereichen die Mobilität des Kunden durch die Mobilität des Anbieters zu ersetzen. Beispiel

Schülerverkehr: Im Moment ist es so, dass Schulen aufgrund von Tragfähigkeitsstandards zusammengelegt oder geschlossen werden. Das verlängert die Schulwege. Es wäre aber durchaus eine Alternative, nicht die Schüler, sondern die wesentlich kleinere Gruppe der Lehrer zu bewegen. Damit wäre weder ein Verlust an Mobilität noch ein Verlust an Qualität verbunden. Dasselbe wäre in anderen Bereichen möglich, etwa bei Arztbesuchen.

Sollten sich nicht auch die Bürger mehr in Sachen Mobilität engagieren?

Die Bürger engagieren sich schon jetzt sehr stark. Familienangehörige und Nachbarn federn bereits einen großen Teil der Mobilitätsbedürfnisse ab. Auch Bürgerbusse spielen an vielen Orten bereits eine wichtige Rolle. Als Grundgerüst der Mobilität sehe ich diese Variante aber nicht. Ich glaube, dass eine

Dienstleistung, die sich verkaufen lässt, langfristig tragfähiger ist als ein auf hohem zeitlichen Engagement basierender Einsatz von Bürgern. Engagement braucht es bei den Vorschriften, um die Leute im wahrsten Sinne des Wortes dort abzuholen, wo sie sind. Es kann doch

zum Beispiel nicht sein, dass versicherungsrechtliche Gründe dagegen sprechen, dass Busse außerhalb von Haltestellen halten. Im Stadtverkehr kann ich das begreifen. Aber auf dem Dorf halte ich es durchaus vertretbar, dass man einen Fahrgast auch außerhalb einer Haltestelle aussteigen lässt.

Vor einigen Wochen hat ein Gutachten des Berlin-Instituts für Bevölkerung und Entwicklung für Aufsehen gesorgt. Darin wird vorgeschlagen, so genannte verlorene Regionen „fallenzulassen“. Unterstützen Sie diesen Vorschlag?

Für den Deutschen Städte- und Gemeindebund ist es klar, dass keine Räume aufgegeben werden, das ist undenkbar. Selbstverständlich muss und soll die Daseinsvorsorge überall im erforderlichen Rahmen gesichert werden; die Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse ist im Grundgesetz verankert, und es gibt keinen Anlass, diese in Frage zu stellen. Doch muss

man unterscheiden zwischen Gleichheit und Gleichwertigkeit. Gleichheit in allen Regionen ist nicht finanzierbar und auch gar nicht anzustreben. Bezogen auf Mobilität im ländlichen Raum heißt das: Wir brauchen nicht mehr vom Gleichen, um die Gleichwertigkeit zu erreichen, sondern kluge und sinnvolle und vor allem individuelle Lösungen. Das kann

bedeuten, statt einem Bus nicht drei Busse fahren zu lassen, sondern vielleicht drei Taxis. Hierfür muss es ermöglicht werden, dass sich die Kommunen je nach ihrem Bedarf für unterschiedliche Lösungen entscheiden. Und für die Umsetzung müssen ihnen dann die entsprechenden Mittel zur Verfügung stehen.

Das Gespräch führte Silvia Richter



Von Mobilitätsbedürfnissen zu zukunftsfähigen Angeboten

Von Jutta Deffner

Ohne Auto kommt man auf dem Land nicht weit – das ist vielerorts eine Tatsache. Oft werden aber existierende Angebote des ÖPNV von der ländlichen Bevölkerung nicht angenommen, weil sie nicht ihren Bedürfnissen entsprechen. Wie verschieden diese Bedürfnisse sind und wie diese bei der Gestaltung alternativer Angebote berücksichtigt werden können, beschreibt der folgende Beitrag.

Mobilität in ländlichen Gebieten ist nach Meinung vieler Menschen nicht ohne eigenes Auto denkbar. Tatsächlich liegt der Bestand an Privat-Autos im ländlichen Raum mit circa 600 Pkw je 1.000 Einwohner an der Spitze, wenn man ihn mit dem anderer Raumkategorien vergleicht. Die öffentlichen Verkehrsmittel fahren mancherorts zu selten, um eine unabhängige Fortbewegung zu garantieren. Und das Fahrrad ist zumindest in bergigen Regionen und über größere Entfernungen keine geeignete Alternative, um aus kleinen Gemeinden in die nächstgelegenen Mittelzentren zu gelangen.

Zukunftsweisende Nahverkehrsangebote: So vielfältig wie ihre Nutzer

Um also Mobilität in ländlichen, dünn besiedelten Regionen auch ohne eigenes Auto zu ermöglichen und zukunftsfähig zu gestalten, sind alternative ÖPNV-Angebote gefragt. So genannte flexible Bedienformen oder Bedarfsverkehre weisen hier mögliche Wege auf (siehe Beitrag S. 20-21). In vielen Gebieten werden solche Angebote bereits erprobt oder sind im Regelbetrieb. Beispiele hierfür sind die Verkehrsbetriebe Aachen sowie das Modellprojekt MidKom im Landkreis Darmstadt-Dieburg (zum Weiterlesen: www.midkom.de).

Damit neue, alternative Formen des ÖPNV akzeptiert und genutzt werden, ist es wichtig, diese zielgruppengerecht zu gestalten. Denn nicht nur die Rahmenbedingungen und Strukturen in ländlichen Räumen – wie die Topographie, Historie, Erwerbsmöglichkeiten, Distanzen, touristische und landschaftliche Attraktivitäten – sind sehr verschieden. Auch die dort lebenden Men-

schen sind keine „homogene Einheit“. Sie unterscheiden sich nicht nur in Bezug auf ihre sozioökonomische Situation (Einkommen, Beruf, Alter, Lebensphase), sondern auch hinsichtlich ihrer Einstellungen, Emotionen, Wertvorstellungen und Bedürfnisse – also ihren Lebensstilen.

Die Angebote müssen sehr klar die Bedürfnisse der Zielgruppen ansprechen, sonst gehen sie an deren Anforderungen vorbei. Eine Besonderheit in dünn besiedelten, ländlichen Räumen ist die starke Fixierung auf das eigene Auto. Diese resultiert nicht nur daraus, dass die Menschen faktisch auf das Auto angewiesen sind, es symbolisiert

auch sehr stark die soziale Integration, die Zugehörigkeit. Passgenaue Angebote z.B. für bedarfsorientierte Verkehre sollten deshalb nicht nur auf Basis des konkreten Verkehrsbedarfs entwickelt werden, sondern die emotionalen und symbolischen Einflüsse mit einbeziehen – dies kann über Mobilitätsstilanalysen geschehen.

Drei Zielgruppen im Mittelpunkt

Nicht alle Menschen sind offen für neue Mobilitätsangebote. Desinteressierte oder Autofans, die auf das eigene Fahrzeug fixiert sind, dieses überwiegend nutzen bzw. dauerhaft zur Verfügung haben, können z.B. als Zielgruppe in der Regel ausgeschlossen werden. Als Hauptansprechpartner für neue flexible Angebote gelten dagegen ÖPNV-Sensible, aktive Senioren und Jugendliche. Sie verfügen entweder über eine positive Einstellung zum ÖPNV, über eine freiwillige Nutzungserfahrung oder sind – wie viele Schüler – auf den ÖPNV angewiesen. Zum Teil gelten sie als ‚mobilitätsbenachteiligt‘, das heißt ihre persönliche Flexibilität und Teilhabe ist sehr eingeschränkt. In Bezug auf Mitfahrgelegenheiten, Hol- und Bringfahrten und Besorgungen sind sie stark von anderen Personen abhängig. Auch für die ‚Anbieter‘ entstehen dadurch Belastungen und Einschränkungen. Die Ergebnisse des vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) von 2001 bis 2005 geförderten Forschungsprojekts „Neue Nahverkehrsangebote im Naturpark Südschwarzwald – NahviS“ verdeutlichen die Unterschiede zwischen diesen Gruppen.



Bild: Siebert-Pinger / Pixelio

Junge Wilde, Vorsichtige Ältere und Aufgeschlossene...

Die *Jungen Wilden* sind ausgesprochen spaß- und erlebnisbezogen. Sie grenzen sich von der als eng erlebten ländlichen Gemeinde ab und haben einen starken Wunsch nach einem eigenen Auto, das ihnen aus finanziellen oder Altersgründen noch nicht zur Verfügung steht. Das Auto ist für sie universeller Problemlöser für die ersehnte Unabhängigkeit, Flexibilität und Spontaneität. Die *Jungen Wilden* nutzen überwiegend den ÖPNV zur Fortbewegung.

Bei den *Vorsichtigen* dominiert die Orientierung an traditionellen Werten, wie Sauberkeit, Sicherheit und Vermeidung von Risiken. Das soziale Netz dieser eher älteren Gruppe ist das Dorf und die direkte Nachbarschaft. Alle Fortbewegungsarten sind mit Unsicherheits- oder Angstgefühlen verbunden. Die *Vorsichtigen* bevorzugen eher langsame Formen der Fortbewegung, vor allem das Zufußgehen.

Die *Aufgeschlossenen* weisen moderne Werthaltungen auf, wie Nachhaltigkeit und Gleichberechtigung. Das Auto dient ihnen ausschließlich zur Fortbewegung und nicht als Garant für gesellschaftliche Integration. Sie sind fahrradbegeistert und stehen anderen Verkehrsmittelalternativen ebenfalls aufgeschlossen gegenüber. In der Mehrheit sind sie berufstätig, verfügen über hohe Einkommen und gute Bildung.

...mit unterschiedlichen Mobilitätsmustern

Aufgrund der sehr unterschiedlichen Präferenzen weisen die Gruppen deutliche Unterschiede in Bezug auf Wegezwecke, -ziele und -zeiten auf. So wollen die *Vorsichtigen* hauptsächlich tagsüber mobil sein und benötigen Verbindungen zu Einkaufsmöglichkeiten, Ärzten und auch in nahe gelegene Ortsteile, um ihre sozialen Kontakte zu pflegen. Die *Jungen Wilden* wollen ebenfalls ihre Nachmittagsaktivitäten und ihren Freundeskreis pflegen, aber ihnen sind auch (spät-) abendliche Fahrmöglichkeiten zum Ausgehen wichtig. Die *Aufgeschlossenen* nutzen das Auto weniger in ihrer Freizeit, für ihre Arbeitswege sind sie aber darauf angewiesen. Trotz ihrer Aufgeschlossenheit nutzen sie den ÖPNV nur wenig.

Kompromiss aus Flexibilität und Sicherheit

An diesen Mobilitätstypen wird deutlich, dass bei der Gestaltung und Kommunikation von Mobilitätsangeboten die emotionalen und subjektiven Faktoren in das Umsetzungskonzept einbezogen werden müssen. Sonst besteht die Gefahr, dass sich von einem neuen



Bild: Cakei / Photocase

Die *Vorsichtigen* Älteren als eine der Hauptzielgruppen des öffentlichen Nahverkehrs auf dem Lande haben andere Vorlieben als die *Jungen Wilden* (links). Sie bevorzugen eher langsame Formen der Fortbewegung und wollen hauptsächlich tagsüber mobil sein.

Angebot nur eine oder keine der Gruppen angesprochen fühlt.

So wird zum Beispiel das Angebot eines vollständig flexiblen, bedarfsgesteuerten Busses bei den *Jungen Wilden* wegen der als wenig spontan bewerteten Notwendigkeit, die gewünschte Fahrt anzumelden, abgelehnt. Bei den *Vorsichtigen* resultiert eine geringe Akzeptanz aus der Unsicherheit, dass kein fester Fahrplan mehr besteht. Ein Kompromiss muss also diese Aspekte aufgreifen.

Die *Aufgeschlossenen* können über ihren pragmatischen Umgang mit Verkehrsmitteln angesprochen werden: Ziel ist es hier, den üblichen Zweit- oder Drittwagen durch ein Car-Sharing-Angebot zu ersetzen (siehe Beitrag S. 23).

Angebote geschickt vermarkten!

Wie Erfahrungen zeigen, hängt der Erfolg in der Umsetzung aber nicht nur von einer guten Zielgruppenanalyse, einem guten Konzept sowie der Ausgestaltung des neuen Angebotes ab. Entscheidend ist auch die Kommunikationsstrategie: Plakate, Info-Flyer, Anzeigen und Web-Infos müssen professionell gestaltet und sowohl visuell als auch inhaltlich auf die Zielgruppe ausgerichtet sein. Sie sollen nicht nur über das Angebot informieren, sondern Lust erzeugen, dieses auszuprobieren, um den persönlichen Nutzen unmittelbar zu erfahren. Schließlich ist es aber auch die effektive Zusammenarbeit der Akteure – Kommunen, Verkehrsunternehmen, Mobilitätsdienstleister etc. –, die für den Erfolg neuer Angebote ausschlaggebend ist.

Abbildung: Beispiel für die im Projekt NahVis entwickelte Carsharing-Werbung (Projektverbund NahVis 2004)

Mehr Informationen:

Jutta Deffner
 Institut für sozial-ökologische Forschung GmbH
 Telefon: 069 / 707 69 19 38
 E-Mail: deffner@isoe.de
 www.isoe.de

Zahlt sich mehr Flexibilität im Nahverkehr aus?

Von Ulrich Jansen

Gerade in dünn besiedelten Gebieten ist das ÖPNV-Angebot zunehmend lückenhaft; meist konzentriert es sich auf einige wenige Verbindungen und auf die Hauptverkehrszeiten. Eine flexiblere Gestaltung des Nahverkehrs könnte zu einer besseren Anpassung an die tatsächliche Nachfrage führen. Knackpunkt bei all solchen Angeboten ist jedoch ihre Wirtschaftlichkeit.

Flexible Verkehrsangebote sollen dort, wo das konventionelle Angebot im öffentlichen Personennahverkehr – ÖPNV – aufgrund mangelnder Nachfrage bereits stark ausgedünnt ist, eine Grundmobilität für die Bevölkerung gewährleisten und die Erreichbarkeit zentraler Orte garantieren. In ländlichen Räumen wird hierbei meist ein Kernort mit einem Großteil an zentralen Einrichtungen sowie einer hohen Zahl von Gemeinden oder Ortsteilen ohne bzw. mit nur rudimentärer Infrastrukturausstattung bedient. Die flexiblen Angebote ermöglichen es der auf den ÖPNV angewiesenen Bevölkerung dieser Gemeinden, direkt in den Kernort zu fahren, um dort ihre Erledigungen zu machen; sie können aber auch einen Anschluss an den sonstigen ÖPNV für die Weiterfahrt bieten.

Was heißt „flexibel“?

Grundsätzlich kann ein ÖPNV-Angebot räumlich und zeitlich flexibel gestaltet werden. Räumlich flexibilisiert werden können der Zu- und Ausstieg für den Fahrgast oder die Fahrtstrecke des Busses. Zeitliche Flexibilisierung heißt, dass die Verkehrsmittel unabhängig von einem festen Fahrplan verkehren. Der Hauptunterschied zwischen einem flexiblen und einem konventionellen ÖPNV-Angebot ist jedoch, dass beim flexiblen Angebot die Fahrt nur durchgeführt wird, wenn sie gewünscht und angemeldet wird.

Unterschiede im Grad der Flexibilisierung

Flexible ÖPNV-Angebote lassen sich in verschiedene Kategorien einteilen. Der Anrufbus

auf der Bedarfslinie (L-Bus) bedient nach Fahrplan einen festen Linienweg; er fährt die Haltestellen jedoch nur an, wenn ein Fahrgast seinen Ein- oder Ausstiegswunsch angemeldet hat. Der Anrufbus im Richtungsbandbetrieb (R-Bus) bedient einerseits unabhängig vom Anmelden eines Fahrtwunsches eine Hauptroute nach Fahrplan; wird ein Fahrtwunsch angemeldet, fährt er aber auch zusätzliche Haltestellen abseits der Hauptroute an. Das Anruf-Sammeltaxi im Richtungsbandbetrieb (R-AST) fährt ebenfalls nach Fahrplan, jedoch bedarfsabhängig von der Haltestelle zur Haustür. Der Anrufbus im Flächenbetrieb (F-Bus) stellt das höchste Maß an Flexibilisierung dar, er fährt ohne Fahrplan von der Haustür zum gewünschten Praxisziel. Neben diesen Formen sind in der Praxis auch zahlreiche Mischformen möglich.

Genehmigungsprozess und Tarife ähneln sich

Relativ ähnlich sind sich die verschiedenen flexiblen Angebote hinsichtlich ihrer Genehmigung, ihrer Betreiber und der angewendeten Tarife.

Die meisten flexiblen Angebote sind nach § 42 des Personenbeförderungsgesetzes als dem Linienverkehr ähnliche Verkehrsangebote genehmigt. Nicht möglich ist die Genehmigung eines flexiblen Angebotes nach § 42 jedoch, wenn die Bedienung von Haustür zu Haustür erfolgen soll. Hier wäre zwar eine Genehmigung nach § 49 als Mietwagenverkehr möglich, diese Genehmigung hätte jedoch unter anderem den Nachteil, dass der Erhalt von Zuschüssen – zum Beispiel für die Beförderung von Schülern und Schwerbehinderten – dann

nicht möglich wäre.

Betrieben werden die flexiblen Angebote häufig in Kooperation von kommunalen Verkehrsunternehmen und privatwirtschaftlichen Bus-, Taxi- oder Mietwagenunternehmen. Oft muss der Fahrgast zum Normaltarif noch einen Komfortzuschlag zahlen.

Was eignet sich wo?

Entscheidend dafür, welche Angebotsform in einer Region jeweils am besten geeignet ist, sind die Bevölkerungsdichte, die Siedlungsstruktur und die Größe des Bedienungsgebietes:

- Der L-Bus als liniengebundenes Angebot eignet sich besonders für große Bedienungsgebiete mit einer geringen Bevölkerungsdichte und einer linearen Siedlungsstruktur.
- Das Einsatzfeld des R-Busses ähnelt dem des L-Busses, der R-Bus wird jedoch eher eingesetzt, wenn die Bevölkerungsdichte höher ist.
- Das R-AST hat seine Stärken in kleinen Bedienungsgebieten mit hoher Bevölkerungsdichte, in denen die Verkehrsnachfrage in erster Linie auf ein Zentrum ausgerichtet ist.
- Der F-Bus eignet sich sehr gut, die Nachfrage in großen Bedienungsgebieten mit geringer Bevölkerungsdichte und zersplitterter Siedlungsstruktur zu befriedigen. Insbesondere wenn innerhalb eines Bedienungsgebietes die Strukturen stark variieren, beispielsweise durch eine ungleiche Verteilung der Bevölkerung, kann es sinnvoll sein, verschiedene Formen der flexiblen Bedienung nebeneinander zu betreiben.

Sektorenübergreifende Angebote: Gut gedacht, schwer gemacht

Bild: Mobikult

Von Eckart Schenk

Neue Mobilitätsangebote auf dem Lande müssen möglichst multifunktional sein, um von vielen Zielgruppen nachgefragt zu werden. Damit sind sie zwangsläufig sektorenübergreifend. Doch gerade diese Vielfalt der beteiligten Bereiche und Akteure sorgt für zahlreiche Hürden – nicht zuletzt, weil sich die neuen Angebote nicht in „alte“ Gesetze einordnen lassen. Oder weil sich schlicht und ergreifend niemand zuständig fühlt.

Je besser öffentliche Nahverkehrsangebote auf die jeweiligen Bedürfnisse vor Ort zugeschnitten sind, desto eher werden sie angenommen. Diese Erkenntnis stand auch im Vordergrund des LEADER+Projekts „mobikult“, in dessen Rahmen im Zeitraum 2005 bis 2007 flexible Bedienformen im öffentlichen Nahverkehr im ländlichen Raum Brandenburgs entwickelt und erprobt wurden (www.mobikult.de). Auf folgende Aspekte wurde deshalb besonders Wert gelegt:

- Die frühzeitige Einbeziehung der örtlichen Bevölkerung – als Nachfrager und potenzielle Anbieter – in einem „Bottom-up“-Planungsprozess;
- das Zulassen unkonventioneller Ansätze – insbesondere neuer Kooperationsformen zwischen privaten Akteuren und öffentlich-rechtlichen Anbietern;

- das Zusammenspiel vieler verschiedener Angebote, um möglichst unterschiedliche Zielgruppen erreichen zu können.

Als Ergebnis konnten verschiedene Mobilitätskonzepte mit hoher Multifunktionalität entwickelt und zum Teil erfolgreich umgesetzt werden. Hierzu zählten zum Beispiel eine Bürgerbus- und eine Gemeinde-Citybus-Initiative, verschiedene Mobilitäts-Agenturen, Ansätze zur Reaktivierung alter Eisenbahnstrecken, zwei Touristenbus- und eine Rufbuslinie sowie eine Personenfähre.

Verwaltung wenig flexibel

So entstanden sektorenübergreifende Modelle, bei denen soziale, verkehrliche, wirtschaftliche, kulturelle, touristische und weitere Aspekte miteinander verwoben wurden.

Diese zielgruppenübergreifende Multifunktionalität hat für eine breitere Nachfrage gesorgt. Da die öffentliche Verwaltung aber sektoral aufgebaut ist, war dies auf administrativer Ebene gleich in zweierlei Hinsicht hemmend. Zum einen in Bezug auf die Genehmigung: Bei Vorschriften und Gesetzen werden in erster Linie Standardfälle geregelt. Ausnahmen sind – wenn überhaupt – oft nur zeitlich begrenzt möglich. Im Projekt gab es zum Beispiel Probleme mit Genehmigungen nach dem Personenbeförderungsgesetz (flexible Haltepunkte und Konzessionsfragen), dem Reisevertragsrecht (Gesamthaftung des Hauptanbieters bei Kooperationsangeboten), der Fahrerlaubnisverordnung (Begrenzung der Fahrgäste auf acht Personen) und der Fahrenbetriebsverordnung (kostspielige Überprüfungspflicht machen Fahren im extremen Gelegenheitsverkehr wirtschaftlich untragbar). Zum anderen sind neuartige Mobili-

tätsangebote, die ja in den Gesetzen und Vorschriften noch nicht vorgesehen sind, verwaltungstechnisch schwer zu handhaben.

Förderung: Niemand fühlt sich zuständig

Darüber hinaus stößt ein sektorenübergreifendes Konzept auch bei der öffentlichen Finanzierung auf Probleme. Ohne diese lassen sich öffentliche Verkehrsangebote im ländlichen Raum aber nicht aufrechterhalten. Lässt sich ein Projekt aufgrund seiner Multifunktionalität nicht eindeutig sektoral zuordnen, führt dies oft dazu, dass sich – insbesondere in Zeiten knapper Kassen – niemand für die Finanzierung zuständig fühlt, auch wenn alle Seiten das Projekt inhaltlich befürworten. Vor allem bei Projekten, die auf Eigeninitiative und ehrenamtliches Engagement der Akteure vor Ort angewiesen sind, wirkt sich dieses Dilemma kontraproduktiv aus.

Die durch die LEADER+ Förderung ermöglichte Begleitung der Akteure von der ersten Idee über die Verwaltungsinstanzen bis hin zur Umsetzung durch das „mobikult“-Projekt hat maßgeblich zum Erfolg der umgesetzten Teilprojekte beigetragen.

Mehr Informationen:

Eckart Schenk
Technische Universität Berlin
Zentrum Technik und Gesellschaft
Telefon: 030 / 3 14-24 2 91
E-Mail: schenk@ztg.tu-berlin.de
www.mobikult.de



Bild: Mobikult

Dank Verkehrsoptimierung ausgeschlafen zur Schule

Bild: Dirk-Schelpé / Pixelio

Von Petra-Juliane Wagner und Georg Dukiewicz

Der Schülerverkehr bildet in ländlichen Regionen das Grundgerüst des öffentlichen Nahverkehrs. Doch klaffen auch hier Angebot und Nachfrage immer weiter auseinander. Der Brandenburger Landkreis Potsdam-Mittelmark hat gemeinsam mit dem Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg den Schülerverkehr neu organisiert – und die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel damit für alle Bewohner attraktiver gemacht.

Ein Hauptproblem vieler ländlicher Regionen sind abnehmende Bevölkerungszahlen. Hierdurch verschlechtert sich die Auslastung der Busse, Busverbindungen werden reduziert, die Reisezeiten durch dadurch notwendige Umwege länger und der öffentliche Nahverkehr immer unwirtschaftlicher.

Das Ziel: für alle attraktiver und schneller werden

Auch der Landkreis Potsdam-Mittelmark in Brandenburg hat mit diesen Problemen zu kämpfen. Zusammen mit dem Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg hat er sich deshalb als Aufgabenträger – zunächst für die Region um die Stadt Ziesar – folgende grundlegenden Ziele gesetzt:

1. Reduzierung der Reisezeiten im Schülerverkehr;
2. Nutzbarkeit des öffentlichen Personennahverkehrs für jedermann.

Diese Ziele sollten durch die Einführung einer Schnellbuslinie, aber auch durch die Integration flexibler, nachfrageorientierter Bedienformen in den Schülerverkehr (z.B. Rufbusse oder Eltern-Zubringer-Verkehre) erreicht werden.

Vom Schulbus zum Schnellbus

In einem ersten Schritt wurde zum 1. September 2008 eine Buslinie zwischen Ziesar und Brandenburg an der Havel in eine Schnellbuslinie umgewandelt, damit die Schüler aus Ziesar ohne Umwege und somit schneller an die wichtigen fünf Schulstandorte in der Stadt Brandenburg kommen. Ihre Reisezeit wurde dadurch um fast

45 Minuten reduziert; künftig müssen sie nicht mehr um 5:50 Uhr in Ziesar an der Bushaltestelle stehen, sondern erst um 6:35 Uhr. Außerdem erreicht der morgendliche Bus bereits um 7:05 Uhr den Hauptbahnhof in der Stadt Brandenburg, wo Anschluss an den Regionalexpress nach Berlin und Potsdam besteht. Damit konnten neue Fahrgäste gewonnen werden, denn dieser Schnellbus fährt auch in den Ferien und macht somit die eigene Autofahrt überflüssig. Eine zuverlässige Betriebsdurchführung und gezielte Marketingarbeit sollen weitere Fahrgäste anziehen.

Rufbusse auch für Pendler attraktiv

Dieses erste Ergebnis zum Schuljahresbeginn 2008 hat dem Landkreis Mut gemacht, weitere Möglichkeiten zur Verbesserung des Angebotes zu prüfen. In einer zweiten Stufe wurde gemeinsam mit den privaten und kommunalen Verkehrsunternehmen der Region ein erstes Rufbussystem aufgebaut. Dieses ging am 14. Dezember 2008 an den Start und ist auch für Pendler attraktiv. Zwar muss bei einigen Fahrten unterwegs einmal umgestiegen werden, doch hat sich dafür das Fahrtenangebot zwischen Ziesar, Görzke und der Stadt Brandenburg an der Havel fast verdoppelt. Die neuen Angebote werden gut angenommen, die Fahrgastzahlen steigen.

Zentrale Schaltstelle

Eine wesentliche Bedingung für das Gelingen und für die geplante Erweiterung des Bedienungsgebiets ist eine gemeinsame Zentrale, in der Fahrpläne und Ver-

kehr koordiniert und optimiert werden. Die immerhin acht Verkehrsunternehmen im Landkreis Potsdam-Mittelmark haben sich hierfür auf eine Dispositionszentrale für Rufbusverkehre bei der Verkehrsgesellschaft Belzig geeinigt. Hier können die Kunden nicht nur ihre Fahrten bestellen, sondern finden auch kompetente Ansprechpartner zum Nahverkehr.

Mit diesen erweiterten Mobilitätsangeboten hofft der Landkreis Potsdam-Mittelmark, den Spagat zwischen Versorgungsauftrag und Wirtschaftlichkeit trotz steigender Kosten erfolgreich zu meistern. Ziel ist ein für alle Bürger attraktiver und bezahlbarer öffentlicher Nahverkehr, der die Aufgaben der Daseinsvorsorge im ländlichen Raum besser erfüllt, als dies heute der Fall ist.



Bild: Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg (VBB)

Mehr Informationen:

Petra-Juliane Wagner
Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg GmbH
Telefon: 030 / 25 41 42 10
E-Mail: wagner@vbbonline.de
www.vbbonline.de

CarSharing – eine Option für kleine Kommunen?



Bild: A. Dreher / Pixelio

Von Dirk Bake

Warum sich ein eigenes Auto zulegen, wenn dieses meist herumsteht, aber ständig kostet? Auto-Teilen – auf neudeutsch CarSharing – ist eine beliebte Möglichkeit, mobil zu bleiben und dabei Geldbeutel und Umwelt zu schonen. Doch gilt dies auch für den ländlichen Raum?

Beim Auto-Teilen stellt ein Anbieter einer Gemeinschaft von Nutzern dezentral Fahrzeuge zur Verfügung. Im Unterschied zur Autovermietung will CarSharing private (Zweit-)Autos ersetzen und dadurch die Anzahl der Fahrzeuge insgesamt verringern. Für die Nutzer hat CarSharing folgende Vorteile:

- jederzeit ein eigenständiger Zugang zu den „Teil-Autos“ ohne Formalitäten;
- kurze Wege zu dezentral und wohnungsnah reservierten Stellplätzen;
- die Möglichkeit der Kurzzeitnutzung (stundenweise);
- Wartung, Versicherung, Reinigung etc. werden zentral übernommen.

Teilnehmer schließen einmal einen Vertrag mit dem Anbieter und erhalten ein Passwort fürs Reservieren per Internet oder Telefon sowie Schlüssel oder Chip-Karte zum Öffnen der Autos.

Bis 10.000 km pro Jahr eindeutig im Vorteil

CarSharing bietet sogar mehr als ein eigenes Auto: Aus der meist breit gefächerten Fahrzeugflotte können die Kunden vom Kleinwagen bis zum Kleinbus/Transporter für jeden Zweck das passende Fahrzeug wählen. Damit spricht CarSharing sowohl Privatpersonen und Familien als auch Firmen,

Vereine und Kommunen an. CarSharing ist umweltfreundlicher und bei bis zu ca. 10.000 Kilometern pro Jahr sogar kostengünstiger als die Nutzung eines eigenen Autos.

Auf den ersten Blick viele Hürden

Meist denkt man bei CarSharing nur an größere Städte: Bei dichtem Bahn- und Busnetz und oft nerviger Parkplatzsuche fällt ein eigenes Auto dort eher zur Last. Doch ist CarSharing durchaus auch für kleine Gemeinden interessant – mit dem Unterschied, dass hier eher der Ersatz von Zweit- oder Dritt-Autos für die täglichen Erledigungen im Vordergrund steht. 84 der 278 deutschen CarSharing-Gemeinden zählen weniger als 20.000 Einwohner; Gohrde in Niedersachsen und Tonndorf in Thüringen sogar weniger als 1.000.

Damit CarSharing wirtschaftlich angeboten werden kann, müssen viele Menschen mitmachen. In kleineren ländlichen Gemeinden wohnen jedoch pro Quadratkilometer deutlich weniger potenzielle Teilnehmer als in großstädtischen Wohnvierteln. Zudem gilt die meist bodenständige ländliche Bevölkerung Neuem gegenüber als weniger aufgeschlossen; auch ist sie dem eigenen Auto als Statussymbol intensiver verhaftet. Deshalb

sind große CarSharing-Anbieter eher selten in abgelegenen kleinen Kommunen vertreten.

So klappt es trotzdem

Zahlreiche CarSharing-Angebote im ländlichen Raum belegen, dass es dennoch funktioniert. Hier wird CarSharing oft durch lose Zusammenschlüsse, Vereine, Einzelpersonen oder Unternehmen organisiert. Die Kennzeichen dieser Ansätze:

- Das CarSharing-Angebot trägt sich nach einer oft herausfordernden Anlaufphase wirtschaftlich, wirft aber kaum Gewinne ab;
- Die handelnden Personen sind in der jeweiligen Kommune verwurzelt, können somit Vorbehalte leichter überwinden und das Angebot genau auf örtliche Bedürfnisse abstimmen;
- Die Initiatoren und weitere Nutzer nehmen den Aufbau ehrenamtlich in die Hand und kümmern sich dauerhaft um das CarSharing-Angebot.

Zusätzlichen Rückenwind erhält das Vorhaben, wenn die Kommune die CarSharing-Einführung unterstützt. Auch sollten sich lokal anerkannte Persönlichkeiten wie Landräte, Bürgermeister und Pfarrer möglichst schon ab der Planungsphase öffentlich zum CarSharing bekennen und dieses privat und für ihre Dienststellen nutzen.

Fuhrpark des CarSharing Vereins Schlosskarschering Teilauto Tonndorf e.V. Tonndorf in Thüringen ist mit unter 1000 Einwohnern eine der kleinsten Gemeinden mit CarSharing in Deutschland.



Bild: Schlosskarschering Teilauto Tonndorf e.V.

Der Bundesverband CarSharing e.V. (bcs) berät und unterstützt Gründungswillige. Darüber hinaus können nicht-kommerzielle Interessenten das CarSharing-Fachforum des Vaterstettener Auto-Teiler e.V. für den Informations- und Erfahrungsaustausch nutzen (www.carsharing-fachforum.de).

Mehr Informationen:

Bundesverband CarSharing e.V. (bcs)
Telefon: 05 11 / 710 04 74
E-Mail: info@carsharing.de
www.carsharing.de

Das Angebot zur Nachfrage bringen

Von Melanie Herget

Mobilitätsdienstleistungen ermöglichen es den Menschen, zum gewünschten Ort zu gelangen, um dort Produkte zu kaufen oder Informationen zu erhalten. Mobile Dienstleistungen wie rollende Supermärkte oder Bürgerämter verfolgen das umgekehrte Prinzip: Sie bringen das Angebot zur Nachfrage. Zukunftsfähig sind diese Angebote jedoch nur, wenn sie hochwertig und auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten sind.

Bereits im Mittelalter gab es mobile Händler, Richter, Ärzte etc. mit festen Anwesenheitstagen in den regionalen Zentren. Wichtige Informationen wurden über reisende Boten und Postkutschen ausgetauscht. Erst die Errungenschaften der letzten 200 Jahre in Energie-, Antriebs-, Informations- und Kommunikationstechniken haben es ermöglicht, dass heute die meisten Menschen bei uns ihre Versorgungswege individuell mit einem eigenen Pkw erledigen können. Zudem verfügt fast jeder deutsche Haushalt über mindestens ein Handy sowie einen Internetanschluss, um den Informations- und Kommunikationsbedarf zu decken.

Mit Dienstleistungen zu den Menschen

Mobile Dienstleistungen bieten jedoch die Chance, wichtige Produkte und Informationen – zumindest an einigen Tagen – wieder direkt vor Ort verfügbar zu machen und so Wege mit dem Pkw einzusparen. Dies kommt sowohl dem privaten Zeit- und Geldbudget als auch dem Umwelt- und Klimaschutz entgegen. Dabei kann eine Vielfalt an Dienstleistungsarten unterschieden werden, wie die Abbildung zeigt. Interessante Beispiele hierfür sind rollende Supermärkte und mobile Bürgerämter (siehe Info-Kästen).

Qualität, Flexibilität und Passgenauigkeit entscheidend

Mobile Dienstleistungen müssen dauerhaft eine hohe Waren- und Servicequalität bieten. Da die Nutzung von Telefon und Internet für die Aufgabe von Bestellungen immer selbstverständlicher wird, werden auch bei den mobilen Dienstleistungen diejenigen Anbieter in Zukunft gute Erfolgchancen haben, die sowohl bei den Bestellungen als auch im Angebot der Lieferpunkte zeitlich wie räumlich flexibel sind. Damit mobile Dienstleistungen von den Kunden wirklich routinemäßig genutzt werden, ist es aber auch wichtig, die Bedürfnisse und Handlungsmuster der jeweiligen Zielgruppe zu kennen und die Angebote daran anzupassen. Hier sollten mögliche Synergien mit anderen Anbietern genutzt werden.



Rollende Supermärkte

In Deutschland gibt es rund 1.800 Verkaufswagen, die als Vollsortimenter jeweils über 2.600 Artikel des täglichen Bedarfs zu den Menschen im ländlichen Raum bringen. Nach Angaben des Fachverbands Mobile Verkaufsstellen haben die 230 dort gemeldeten Firmen pro Woche über 1 Million Kundenkontakte. Erfolgsrezept für Neueinsteiger: Kontaktfreude, zuverlässige Großhändler mit täglicher Frischware sowie eine Werkstatt vor Ort.

Der Fachverband Mobile Verkaufsstellen betreut die mobilen Kaufleute in betriebswirtschaftlichen Fragen, fördert deren Erfahrungsaustausch und vertritt ihre Interessen in der Öffentlichkeit (www.lebensmittelhandel-bvl.de > Fachverbände > Mobile Verkaufsstellen).

Mobile Bürgerämter

Viele Verwaltungsdienste wie das Anmelden von Personen oder Fahrzeugen müssen persönlich beantragt werden – das ist mit Aufwand und Wegen verbunden. Mobile Bürgerämter bieten ihre Dienste an wechselnden Orten bürgernah an. Das erste mobile Bürgeramt Deutschlands gab es 2003 in Berlin. Inzwischen stoßen die mobilen Ämter bei vielen Kommunen auf große Zustimmung.

Dabei müssen sie nicht teurer sein als ein stationäres Amt. Zu diesem Ergebnis kommt auch das Projekt MoBüD des Bundeswirtschaftsministeriums, das die rechtlichen, technischen und betriebswirtschaftlichen Grundlagen für mobile Bürgerberatungen geprüft hat (www.mobued.de). Kommunen, die sich für das Thema interessieren, bietet das Forum „M-Städte“ Gelegenheit zum Erfahrungsaustausch (<http://de.groups.yahoo.com/group/mStaedte/>).



Mehr Informationen:

Prof. Dr.-Ing. Christine Ahrend, Melanie Herget
Technische Universität Berlin
Institut für Land- und Seeverkehr
Fachgebiet Integrierte Verkehrsplanung
Telefon: 030 / 314 – 281 60
E-Mail: melanie.herget@tu-berlin.de

Mobil und gut versorgt aus einer Hand



Von Silke Schmidtman

Bild: Carola Meißner, 2007

Wo Produkte und Dienstleistungen nur noch sporadisch nachgefragt werden, führt am „Dichtmachen“ meist kein Weg vorbei. Das EU-Leader+Projekt „mobikult“ hat eine bessere Lösung gefunden: die Bündelung verschiedener Angebote in Servicestationen.

Seit knapp drei Jahren ist Carola Meißner Unternehmerin. Im Herbst 2006 hat sie im ehemaligen Kulturhaus der Gemeinde Plessa im brandenburgischen Landkreis Elbe-Elster eine so genannte Servicestation aufgebaut. Jetzt bietet sie neben Gästeführungen auch Produkte verschiedener regionaler Erzeuger an, informiert über Tourismus- und verkehrsangebote und sorgt für die Mobilität ihrer Kunden. Hierfür mietet sie beispielsweise Fahrräder bei nahe gelegenen Partnern an. Viele Menschen kommen aber auch nur auf einen Tee vorbei. „Wichtig sind vor allem Schlüsselpersonen vor Ort, die in schwierigen Situationen helfen können“, beschreibt Carola Meißner, worauf es bei einer Servicestation ankommt. „Genauso wichtig sind aber auch zuverlässige Partner, damit die Öffnungszeiten gewährleistet sind.“ Das Konzept für die Servicestation entstand im Projekt „mobikult“, in dem neue Ideen für ländliche Mobilität entwickelt wurden.

Nachfrage bestimmt Angebotsmix

Für die Einrichtung einer Servicestation existiert keine Standardlösung. Wichtig ist eine Kombination aus verschiedenen stationären und mobilen Angeboten zur Nahversorgung, Nahmobilität und Naherholung, die sich an der Nachfrage orientieren. Möglichkeiten gibt es dabei viele: Anmeldung von Mitfahr- oder Einkaufsdiensten, Buchung von Übernachtungen und Veranstaltungen, Paketannahme und -abgabe, stundenweise Präsenz von mobilen Versorgungs- und Gesundheitsangeboten, Bank- und Bibliotheksdiensten,

Hilfe zur Nutzung von Online-Diensten, Fahrradverleih, Verwaltung von Fahrzeugpools, etc. Für eine geregelte Zusammenarbeit sind öffentlich-private Partnerschaften ideal; als Standort eignen sich zum Beispiel ungenutzte Bahnhofsgebäude.

Langer Atem und Überzeugungsarbeit ist nötig

Servicestationen können zu einem lebendigen Treffpunkt von Einheimischen und Touristen, von verschiedenen Generationen im Ort werden. Hierfür sind aber langfristig verlässliche „Kümmerer“ aus der Region nötig, außerdem unternehmerisches und ehrenamtliches Engagement und Ausdauer über einen Zeitraum von mehreren Jahren. Vor allem ist jedoch ein Umdenken nötig, weg von der „Vollkaskomentalität“ hin zu einer gemeinsamen Verantwortung und Finanzierungsbeteiligung aller Akteure – auch der Kunden. „Um mehr Tickets und Produkte anderer Unternehmen anzubieten, fehlt bei vielen Unternehmen und Kunden noch die Einsicht für Beteiligungen oder etwas höhere Preise“, bringt es Carola Meißner auf den Punkt. Gerne möchte die Unternehmerin ihr Angebot ausdehnen, um nicht nur die eigene Existenz zu sichern, sondern auch weitere Arbeitsplätze in der Region zu schaffen.

Gründungswillige gesucht

In Brandenburg wurde neben der Servicestation in Plessa auch der Aufbau von Servicestationen in Döbern (Landkreis Spree-Neiße), Rehfelde und Waldsiedersdorf (Landkreis Märkisch-Oderland) zu 45 Prozent, also mit rund 5.000 Euro je Station, aus EU-LEADER-Mitteln gefördert. Weitere Interessenten stehen bereits in den Startlöchern. Im Juli 2009 hat die Landesregierung Brandenburg engagierte Kommunen, Gemeinden und Betreiber aufgerufen, die gute Idee der Servicestationen für sich zu nutzen und als „Good practice“ ländlicher Gemeinschaftseinrichtungen umzusetzen.

Zum Weiterlesen

Der Leitfaden „Servicestationen – Ein Leitfaden für Betreiber, Servicestationen für Mobilität, Tourismus und Versorgung im ländlichen Raum“ der TU Berlin sowie der Abschlussbericht des EU-Leader+Projektes „mobikult“ (2005–2007) können unter www.mobikult.de/downloads kostenlos heruntergeladen werden.

Mehr Informationen:

Silke Schmidtman
Technische Universität Berlin,
Zentrum Technik und Gesellschaft
Telefon: 0 30 / 3 14 – 25 4 13
E-Mail: schmidtman@ztg.tu-berlin.de
www.ztg.tu-berlin.de; www.mobikult.de

Telearbeit: Gute Chancen, wenn der Anschluss stimmt

Von Josephine Hofmann

Telearbeit ist im Kommen und bietet sich gerade im ländlichen Raum an: Sie kann lange Anfahrtswege zum Arbeitsplatz überflüssig machen und so das „Mobilitätsproblem“ verringern. „Weiße Flecken“ auf der Breitbandkarte zeigen aber: Viele ländliche Regionen sind noch nicht fit für diese Arbeitsform der Zukunft.

Es gibt immer mehr Menschen, die einen Teil ihrer Arbeit von zu Hause aus erledigen. Dass die Nachfrage nach dieser Arbeitsform steigt, hat mehrere Gründe: Die technischen Anlagen werden leistungsfähiger und preisgünstiger; der Anteil an Teilzeitbeschäftigten, bei denen lange Anfahrtswege in einem ungünstigen Verhältnis zur Arbeitsdauer stehen, steigt und die zunehmende Nachfrage nach einer besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf verstärkt den Bedarf an flexiblen Arbeitsformen.

Auch die Arbeitsverhältnisse ändern sich

Telearbeit heißt nichts anderes als „Arbeit über Distanz“ – wobei auch im deutschsprachigen Raum hierunter überwiegend die Arbeit von zu Hause aus verstanden wird. Die häufigste Form ist die so genannte alternierende Telearbeit, bei der ein Teil der Arbeitszeit im Büro, ein anderer Teil am häuslichen Arbeitsplatz verbracht wird. In den 1980er Jahren, der frühen Phase der Realisierung von Telearbeit, wurden darüber hinaus so genannte Telearbeitszentren eingerichtet. In diesen Zentren, die häufig im ländlichen Raum angesiedelt waren, wurden mehrere Telearbeiter unterge-

bracht – praktisch als virtueller Standort des Unternehmens, um die damals noch teure Infrastruktur gebündelt zu nutzen. Eine Sonderform stellen so genannte Nachbarschaftsbüros dar, bei der mehrere Unternehmen Räume gemeinsam nutzen. Nicht selten geht diese Flexibilisierung der Arbeitsform auch mit einer Flexibilisierung der rechtlichen Gestaltung von Arbeitsverhältnissen einher: Immer mehr Beschäftigungsverhältnisse fallen aus dem normalen Angestelltenverhältnis heraus. Mitarbeiter werden als freie Mitarbeiter oder zeitlich befristet eingestellt. Diese Entwicklung kann als Chance, aber auch als Bedrohung für langfristige Lebensperspektiven eingeschätzt werden.

Chancen ...

Welche Perspektiven bieten flexible Arbeitsformen wie die Telearbeit dem ländlichen Raum? Prinzipiell ermöglichen sie es, auch in strukturschwachen Gebieten hochwertige Arbeitsplätze anzusiedeln. Gerade die zunehmend bedeutsame Wissensarbeit kann unter Nutzung digitaler Informationen und Dokumente ortsunabhängig verrichtet werden. Leistungsfähige Telekommunikationsanwendungen

wie Video-Konferenzen erleichtern es, auch räumlich entfernte Personen in Arbeitsteams einzubinden. Zwar betonen so genannte Clusterkonzepte die Synergieeffekte, die sich durch die Nutzung benachbarter, gleichartiger Wirtschaftsunternehmen und der dazugehörigen Ausbildungseinrichtungen ergeben. Doch müssen spezielle Dienstleister – etwa aus der Werbung, der Informationsversorgung oder der unternehmensnahen Beratung – nicht zwangsläufig in Ballungsgebieten angesiedelt sein.

... und Hürden

Gerade leistungsfähige Telekommunikationsanwendungen und die Notwendigkeit, größere Datenmengen zu übertragen, offenbaren aber auch die derzeitigen Grenzen für Telearbeit (und für die Ansiedlung von Unternehmen in ländlichen Regionen generell): Hohe Datenübertragungsgeschwindigkeiten über das Internet und somit Anschlüsse an das Breitbandnetz sind hierfür nötig. Da dieser Anschluss technisch aufwendig ist und sich bei relativ wenigen Nutzern wirtschaftlich nicht lohnt, sind viele ländliche Gemeinden bisher von dieser Infrastruktur ausgeschlossen. Dieses Manko versuchen Bund und Länder mit finanzieller Förderung zum Beispiel über das Zukunftsinvestitionsgesetz und die Gemeinschaftsaufgaben „Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes“ (GAK) und „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW) zu beheben.



Bild: Barbara Eckholdt / Pixelio

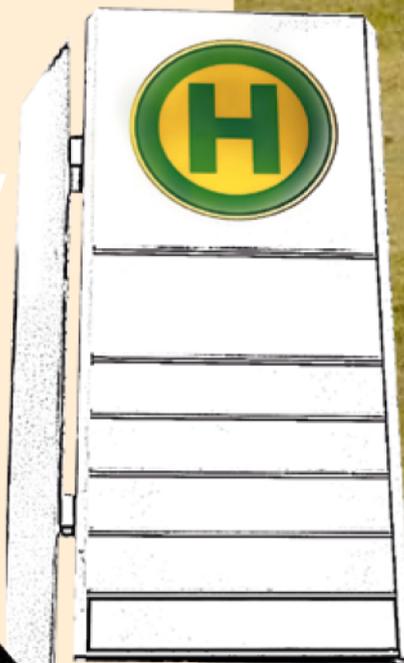
Mehr Informationen:

Dr. Josephine Hofmann
Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft
und Organisation
Telefon: 07 11 / 9 70 - 20 95
E-Mail: josephine.hofmann@iao.fraunhofer.de

Radikales Umdenken im öffentlichen Landverkehr!



Bild: Christian Kudler / Photocase



Von Weert Ganzler und Andreas Knie

Der demografische Wandel stellt die Organisation und Finanzierung des öffentlichen Nahverkehrs in ländlichen Räumen vor dramatische Veränderungen. Dabei bleiben die bisherigen Lösungsversuche einem Leitbild verhaftet, das Wachstum zum Ziel hat und Schrumpfung nicht zulässt. Dieses Leitbild in Frage zu stellen und Lösungen zu schaffen, die sich ausschließlich an der Nachfrage orientieren, würde die Kosten des ländlichen Verkehrs drastisch reduzieren.

Man hat das Bild klar vor Augen. Es ist Ferienzeit. Ein Bus fährt einsam seine Wege, er mäandert zwischen einzelnen Siedlungen und Dörfern hin und her; einige Frauen mit ihren kleinen Kindern und wenige Ältere sitzen darin. Die Fahrt zieht sich endlos hin, weil möglichst viele Haltepunkte in einer Tour abgefahren werden, denn der Bus kommt nur noch zweimal am Tag, am Wochenende gar nicht. Das Fahrzeug aber mutet modern und gepflegt an, die Haltestelle hat ein Dach und ist sogar gestrichen.

Erst wenn die Schule wieder anfängt, gibt es wieder mehr Fahrgäste und Busverbindungen – Schüler und Auszubildende machen im Schnitt rund zwei Drittel der Fahrgäste in Deutschland aus. Auf dem Land sind es sogar drei Viertel und in den ländlichen Gebieten der Neuen Länder praktisch 90 Prozent.

Wer finanziert ein Angebot ohne Nachfrage?

Wir stehen vor dramatischen Veränderungen in der Organisation und auch der Finanzierung des ländlichen Verkehrs (siehe Beiträge S. 12-17). Der Kostendeckungsgrad des gesamten öffentlichen Personennah-

verkehrs liegt – je nach zugrunde gelegter Rechenphilosophie – zwischen 40 und 60 Prozent. Für den ländlichen Verkehr gibt es keine ausgewiesenen Zahlen, klar ist aber, dass er dramatisch darunter liegt. Hier dürften ca. 80 Prozent der vorgehaltenen Leistungen in den Dörfern über Umlage von allen Steuerzahlern finanziert werden. Bis zum Jahre 2020 werden die Bundesländer Sachsen-Anhalt, Thüringen, Mecklenburg-Vorpommern und auch Sachsen im Schnitt nach einer neuen Studie des Innovationszentrum für Mobilität und gesellschaftlichen Wandel (InnoZ – siehe Kasten) rd. 30 Prozent an Verkehrsleistungen verlieren. Es wird sich in diesen ländlichen Gebieten keine nennenswerte Verkehrsnachfrage mehr entwickeln. Wo kaum noch Schüler und Auszubildende wohnen, wird es auch keinen geordneten öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) mehr geben können.

Schrumpfung zulassen!

Dieser Schrumpfungsprozess sollte eigentlich kein Problem darstellen, wenn man angemessen reagieren könnte. Doch hier stellt sich ein typisch deutsches Problem ein: die staatliche Daseinsvorsorge hat in

den letzten Jahren zwar für eine hochmoderne Verkehrsinfrastruktur gesorgt, in dem praktisch auch der letzte Winkel des Landes mit modernen Straßen und bisweilen sogar Schienentrassen ausgestattet wurde. Diese Projekte sind jedoch ausschließlich auf Wachstum getrimmt. Schrumpfen kommt in diesem Politikmodell der Raumerschließung und Strukturförderung einfach nicht vor! Wenn ein Landkreis beispielsweise dazu überginge, große Teile seines Linienverkehrs abzubauen, würde er die entsprechenden Zahlungen aus den verschiedenen Bundes- und Landeszuweisungen verlieren: Weniger Buslinien bedeuten weniger Geld. Da die angeschafften Fahrzeuge in der Regel außerdem sehr teure Investitionen darstellen, laufen die Abschreibungszeiträume in der Regel rund 10 Jahre, die Fahrzeuge müssen entsprechend lang genutzt werden. Noch längere Amortisationszeiträume entstehen, wenn die Busse mit moderner Technik ausgestattet sind und beispielsweise mit Gas fahren oder als Hybrid betrieben werden.

Hinzu kommt: Wer in Deutschland eine Linienkonzession ergattert hat, der hat ein sorgenfreies Leben; die öffentlichen oder privaten Bus- und Schienenverkehrsunter-



Bild: Doug Olson / Fotolia

nehmen haben bei diesen „bestellten Leistungen“ ohne Wettbewerb ein auskömmliches Wirtschaften. Außerdem zahlt der Staat für die Bereitstellung des Verkehrsangebots unabhängig davon, wie viele Menschen dieses tatsächlich in Anspruch nehmen. Unter solchen Voraussetzungen würde eine Kürzung der Linien die Einnahmen verringern, während die Kosten stabil blieben. Kein Busunternehmer mit einer Lizenz würde diese Kürzung also vornehmen. Es gibt nur ein einziges ÖPNV-Gesetz in ganz Deutschland, nämlich in Brandenburg, wo die gezahlten Fördersummen an die tatsächlich beförderten Menschen gekoppelt sind.

Umdenken setzt nur langsam ein

Als Begründung für ein bisweilen völlig überdimensioniertes Liniennetz werden immer wieder gern die Senioren genannt, die ohne den Bus nicht aus dem Dorf heraus kommen würden. Um die Absurdität zumindest ein wenig zu reduzieren, wird seit einigen Jahren eine kleine Innovation probiert. Vorhandene Linien werden nicht automatisch bedient, sondern nur dann, wenn man vorher seinen Fahrwunsch telefonisch angemeldet hat (siehe Beitrag S. 20-21). Spontan geht das nicht, es braucht schon eine „Vorbuchzeit“ von in der Regel einem Tag.

Die Lösung: Mobilitätsgeld und mehr Wettbewerb

Angesichts der sich immer weiter öffnenden Schere zwischen angebotenen Buskilometern und tatsächlich benötigter Leistung stellt sich deshalb die Frage, ob man sich in dünn besiedelten Regionen nicht völlig von Lösungen verabschieden sollte, die aus einer Zeit stammen, in der die Leute keine Autos hatten und wo eine ausreichend hohe Bevölkerungszahl noch Sinn machte, einen funktionierenden Linienverkehr zu organi-

sieren. Die Lösung könnte lauten: Wechsel von der Objekt- zur Subjektförderung. Der Vorschlag ist konkret: In Landkreisen, deren Bevölkerungsdichte unter 85 Menschen pro Quadratkilometer liegt, wird das Personenbeförderungsgesetz außer Kraft gesetzt, das jeden gewerblichen Personenverkehr außerhalb der konzessionierten Linien verbietet. Parallel würden die Landkreise aber auch kein Angebot an Busleistungen mehr vorhalten. Es gäbe keinen Linienverkehr und keine Rufbusse mehr. Vielmehr bekämen diejenigen, die dort im Landkreis gemeldet sind und von denen man annehmen kann, dass sie zu arm, zu alt oder auch zu jung sind, sich selbst die Fortbewegung zu organisieren, jeden Monat ein „Mobilitätsgeld“ ausgezahlt. Wenn dann die wenigen dort noch lebenden Kinder über ein monatliches Fahrgeld von beispielsweise 50 EUR verfügen, dann wäre plötzlich ein interessanter Markt entstanden, der schnell entsprechende Anbieter finden würde. Denn es gibt in den betroffenen Landkreisen eine stattliche Zahl von Menschen, die einen Führerschein haben, über Fahrzeuge verfügen und über viel verfügbare Zeit.

Mut zu neuen Wegen!

Ob diese Idee aufgehen würde, hängt auch vom Organisationstalent und vom Geschäftssinn der Einwohner statt. Dem Verkehrsunternehmen, dem man ja praktisch sein Kerngeschäft genommen hat, könnte man eine Art Regieaufgabe zuordnen. Sicherlich wäre mit den Schulen über spezielle Mobilitätskonzepte zu reden und Rechtsberatung zu Steuer- und Versicherungsfragen zu absolvieren. Es müssten viele Dinge geklärt werden, von denen man vor dem Experiment noch gar nicht wusste, dass sie existieren. Aber die Oma, mit 50 EUR Fahrgeld im Monat ausgestattet, würde sicherlich genügend Menschen finden, die sie schnell mal zum nächsten Arzt oder Supermarkt fahren.

Zum Weiterlesen:

Hermann Blümel, Weert Canzler, Andreas Knie, Lisa Ruhrort: Zukünftige Mobilitätsangebote für schrumpfenden Regionen. Der ÖPNV in der Demografiefalle – Problemdiagnose und Reformbedarf, InnoZ-Baustein Nr. 2, Berlin 2007
Weert Canzler, Frank Hunsicker, Andreas Knie, Jürgen Peters: Blockierte Moderne? Die Auswirkungen des demografischen und wirtschaftsstrukturellen Wandels auf eine Verkehrsinfrastruktur in Deutschland bis zum Jahre 2030, InnoZ-Baustein Nr. 6, Berlin 2009.
Diese Studien können kostenlos unter www.innoz.de heruntergeladen werden.

Mehr Informationen:

Prof. Dr. Andreas Knie,
Dr. Weert Canzler
Wissenschaftszentrum Berlin für
Sozialforschung gGmbH
Telefon: 0 30 / 254 91 206, -202
E-Mail: knie@wzb.eu; canzler@wzb.eu

Gärreste aufbereiten

– die Chance für viehreiche Regionen?

Bild: Tutto62 / Pixelio



Von Helmut Döhler und Sebastian Wulf

Immer mehr Regionen mit intensiver Tierhaltung haben Probleme mit der Entsorgung von Nährstoffüberschüssen. Der Transport von Gülle, Mist oder Gärresten in Regionen ohne Überschuss ist aber nur sinnvoll, wenn diese Stoffe mithilfe technischer Verfahren aufkonzentriert werden. Wie der Vergleich verschiedener Verfahren zeigt, ist es bis zur Anwendung in der Praxis allerdings noch ein weiter Weg.

Nährstoffüberschüsse betreffen vor allem viehdichte Regionen und/oder solche, in denen der Betrieb von Biogasanlagen für eine große Menge an Gärresten sorgt. Ist der regionale Anfall an Gülle, Mist und Gärresten zu hoch, können diese häufig vor Ort nicht mehr sinnvoll als Dünger verwendet werden. Außerdem können sie, wenn sie nicht sachgemäß gelagert und ausgebracht werden, natürliche Stoffkreisläufe überlasten.

Mehr Wert pro Volumen schaffen

Um einen geschlossenen Nährstoffkreislauf zu ermöglichen, sollten die Gärreste als Dünger auf den Flächen ausgebracht

werden, auf denen die zur Vergärung eingesetzten nachwachsenden Rohstoffe angebaut wurden. Häufig ist dies aufgrund von Nährstoffüberschuss jedoch nicht möglich. Eine wirtschaftlich sinnvolle Verwertung der Gärreste wird oft durch hohe Pachtpreise für zusätzlich gepachtete Flächen oder weite Transportstrecken und somit hohe Transportkosten erschwert. Zudem steigen mit zunehmender Transportentfernung die Kosten der Ausbringung umso stärker, je geringer die Nährstoffgehalte der Gärreste bezogen auf deren Transportmasse sind. Deshalb werden verschiedene Verfahren verwendet bzw. entwickelt, mit denen die Transporteignung der Gärreste erhöht wird. Je nach dem Grad der Aufbereitung unterscheidet man dabei zwei Verfahren:

Teilaufbereitung:

Die Feststoffe werden abgetrennt und aufbereitet. Übrig bleibt eine nährstoffreduzierte Flüssigkeit (Flüssigphase).

Vollaufbereitung:

Die Feststoffe werden abgetrennt und aus ihnen ein nährstoffreiches Konzentrat hergestellt. Der übrig bleibenden Flüssigphase werden durch Aufbereitung zusätzliche Nährstoffe entzogen.

Je trockener die Festphase, umso mehr eignet diese sich zu Lagerung und zum Verkauf. Für die Flüssigphase gilt das Gegenteil: Je geringer der Trockensubstanz-Gehalt, desto leichter ist die Handhabung bei der Lagerung und Ausbringung im Vergleich zum unbehandelten Gärrest.

Die Wendeschnecke sorgt für eine gleichmäßige Verteilung des Gärrestes auf dem Trocknungsband

Teilaufbereitung durch Feststoffabtrennung

Die Feststoffabtrennung ist das einfachste Verfahren der Gülle- und Gärrestaufbereitung. Es hat den Vorteil, dass es das Lagervolumen reduziert und Sink- und Schwimmschichten bei der Lagerung vermindert. Die Nährstoffe werden bei diesem Verfahren aufgetrennt: Der lösliche, mineralische Stickstoff verbleibt vor allem in der Flüssigphase, organisch gebundener Stickstoff und Phosphor zum Großteil in der Festphase.

Die separierte Flüssigphase kann unmittelbar auf landwirtschaftliche Flächen ausgebracht oder weiter aufbereitet werden. Die Feststoffe können kompostiert oder getrocknet werden. Dabei kann der Kompost als Bodenverbesserer genutzt werden; das getrocknete Material kann – mit Nährstoffen angereichert – als Mehrnährstoffdünger eingesetzt werden.

Vollaufbereitung durch weitere Flüssigphasenbehandlung

Häufig ist jedoch eine weitere Volumenreduzierung bzw. Nährstoffanreicherung in der Flüssigphase erwünscht. Diese kann durch folgende Verfahren erreicht werden:

Eindampfung

Das Eindampfen erfolgt meist in einem mehrstufigen Prozess. Das Material wird erwärmt und die Temperatur anschließend bei Unterdruck schrittweise bis zum Siedepunkt erhöht. In einer Vakuum-Ein-



Bild: H. Döhler, KTBL

dampfanlage wird die Menge des Gärrestes um rund 70 Prozent reduziert. Durch die Erwärmung der Gärreste während der Eindampfung auf 80 – 90 °C werden diese außerdem hygienisiert.

Durch die Eindampfung kann sich die Konzentration des Feststoffs bis um das Vierfache erhöhen, wodurch sich der Lagerungs- und Transportaufwand reduziert. Eine direkte Einleitung der gereinigten Flüssigphase in Gewässer ist allerdings nicht möglich, da die gesetzlichen Grenzwerte hierbei nicht eingehalten werden können. Technische Probleme im Betrieb können vor allem durch Verstopfung und Korrosion der eingesetzten Wärmetauscher auftreten.

Strippung

Die Strippung bezeichnet ein Verfahren, bei dem Inhaltsstoffe aus Flüssigkeiten entfernt werden, indem Gase (Luft, Wasserdampf, Rauchgas etc.) durch die Flüssigkeit geleitet und die Inhaltsstoffe in die Gasphase überführt werden. Dieser Prozess kann durch Temperaturerhöhungen und pH-Wert-Erhöhungen unterstützt werden. Wie bei der Eindampfung ist das Erreichen der gesetzlichen Grenzwerte zur Einleitung des gereinigten Wassers in Gewässer nach derzeitigem Stand nicht gewährleistet.

Membrantechnik

Im Gegensatz zu den meisten anderen Verfahren der Gülle- und Gärrestaufbereitung benötigt dieses Verfahren keine Wärme. Die Membrantechnik ist eine Kombination aus verschiedenen Filtrationsverfahren mit abnehmender Porengröße und einer Umkehrosmose – also der Umkehrung des natürlichen Osmose-Prozesses mit Hilfe von Druck. Im Ergebnis entstehen ein stark mit Nährstoffen angereichertes Konzentrat und eine Flüssigkeit, das Permeat. Während das Konzentrat reich an Ammonium und Kalium ist, ist das Permeat weitgehend nährstofffrei und kann in Gewässer eingeleitet werden. Ein Hauptproblem bei diesem Verfahren ist das Verstopfen der Membranen.

Wirtschaftlichkeit lässt zu wünschen übrig

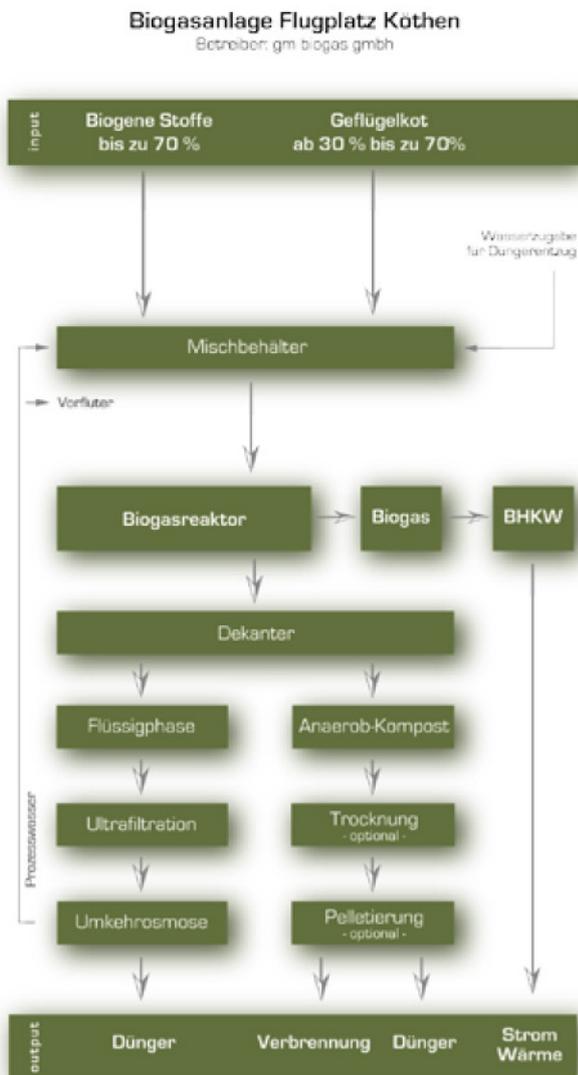
Das KTBL hat die Investitionen und Kosten zur Aufbereitung von Gärresten einer 500-kW-Anlage errechnet. Während für die herkömmliche Lagerung und Ausbringung von Gülle oder Gärresten etwa 500.000 investiert werden müssen, sind für Aufbereitungsverfahren Investitionen von 900.000 bis 1.000.000 nötig. Die geringeren Kosten für den Transport der

Güter können zwar gegengerechnet werden. Mit Berücksichtigung von Einnahmen aus dem Kraft-Wärme-Kopplungs-Bonus und dem Verkauf der Gärreste bzw. Aufbereitungsprodukte, sowie Opportunitätskosten für die Wärmenutzung sind die Netto-Kosten für die Gärrestvollaufbereitung trotzdem um rund 4-6 je Kubikmeter höher als für die übliche Lagerung und Ausbringung.

Neue Absatzstrategien finden!

Großer Entwicklungsbedarf besteht in der Herstellung vermarktungsfähiger Düngemittel aus den Produkten der Aufbereitung. Ziel sollte es hier primär sein, ein möglichst stark mit Nährstoffen angereichertes Endprodukt zu erhalten. Daraus können dann Düngemittel hergestellt werden, die marktüblichen Qualitätsansprüchen genügen. Die Feststoffe und die mit Nährstoffen angereicherten Trocknungsprodukte sind in ihren Eigenschaften mit Frischkompost vergleichbar und können wie dieser als Dünger und zur Erhöhung der Gehalte an organischer Substanz in Böden eingesetzt werden. Die konzentrierten Aufbereitungsprodukte der Flüssigphase weisen zwar sehr gute Düngungseigenschaften auf, die Nährstoffe darin sind aber bei weitem nicht so hoch konzentriert wie in Handelsdüngemitteln. Daher müssen für diese Produkte eigene Absatz- und Nutzungsstrategien entwickelt werden.

Abb.1: Beispiel für ein Verfahren einer Biogasferzeugung mit anschließender Gärrestaufbereitung



Entwicklung vorantreiben

Als Fazit lässt sich festhalten: Vor allem die Verfahren zur Behandlung der Flüssigphase entsprechen noch nicht den Erfordernissen der Praxis. Am weitesten fortgeschritten ist die Technik in den Membranverfahren: Hier gibt es bereits mehrere Anbieter auf dem Markt und Anlagen, die sich in einem weitgehend störungsarmen Betrieb befinden. Trotzdem müssen auch hier Energieaufwand und Verschleiß reduziert werden.

Vor allem für Regionen und Betriebe mit massiven Nährstoffüberschüssen bieten sich durch die Aufbereitung von Gülle und Gärresten Perspektiven. Diese Verfahren könnten aber auch Bedeutung in Regionen mit Wohn- und Erholungsfunktion erlangen, wo Bevölkerung und Urlauber die geruchsintensive Ausbringung der üblichen flüssigen Wirtschaftsdünger nicht akzeptieren.

Mehr Informationen:

Helmut Döhler, Sebastian Wulf
 Kuratorium für Technik und Bauwesen
 in der Landwirtschaft e.V. (KTBL)
 Bereichsleiter Systembewertung, Pflanzenbau, Energie
 Telefon: 061 51 / 70 01 -187
 E-Mail: h.doehler@ktbl.de, s.wulf@ktbl.de



Bild: Dreschflegel GbR

Vielfalt erhalten: die Dreschflegel GbR

Von Ludwig Watschong und Elmar Seck

Es gibt keine alten Kulturpflanzen mehr? Von wegen. Die Dreschflegel GbR – ein Zusammenschluss aus bundesweit 13 landwirtschaftlichen Betrieben – vermehrt seit Jahren alte Pflanzensorten. Und ist dabei so erfolgreich, dass die Medien immer häufiger an der Tür klopfen. Doch die finanzielle Lage der Mitgliedsbetriebe ist angespannt.

Als Ludwig Watschong im niedersächsischen Worpsswede 1986 den Verein zur Erhaltung der Nutzpflanzenvielfalt (VEN) ins Leben rief, hatte er eine Vision: Er wollte die Artenvielfalt der Kulturpflanzen bewahren. Und seine Idee kam an. Das Interesse vieler Menschen, alte Pflanzensorten zu nutzen, wuchs derart schnell, dass 1990 – nach nur vier Jahren – im hessischen Witzenhausen aus dem VEN die Erzeugergemeinschaft Dreschflegel GbR hervorging. Von den rund 30 Interessierten – darunter einige Studenten des Fachbereichs Ökologische Landwirtschaft der damaligen FH in Witzenhausen – sind heute noch drei Mitglieder in der GbR.

Jeder Betriebsleiter ist auch Geschäftsführer

Innerhalb von zwei Jahren wurden die Eckdaten der Zusammenarbeit festgelegt, Saatgutfirmen und Genbanken besucht und Erfahrungen im eigenen Saatgutnachbau gesammelt. Oberste Richtschnur war es

von Anfang an, Konsensentscheidungen zu treffen, und so wurde jeder aktive Anbauer auch GbR-Gesellschafter und damit Geschäftsführer. Die anfallenden Entscheidungen werden auch heute noch in der Gesamtgruppe der Gesellschafter plus der Mitarbeiter, die im Saatgutversand arbeiten, getroffen. Die Vor- und Nacharbeiten finden in fachlich getrennten kleineren Arbeitsgruppen statt.

120 alte Kulturpflanzen im Sortiment

Heute gehören der gewerblich geführten Erzeugergemeinschaft für biologisches Saatgut und alte Kulturpflanzen bundesweit 13 ökologisch wirtschaftende Betriebe an. Die Mitgliedschaft in einem Bio-Anbauverband, wie Bioland, Demeter, Naturland, Gäa oder dem Verbund Ökohöfe, ist Grundbedingung, um in die GbR aufgenommen zu werden. Die Mitgliedsbetriebe betreiben auf jeweils mindestens 3000 m² Saatgutbau.

Betriebe, die Saatgut für Gründung und Leguminosen vermehren oder größere Projekte betreiben – zum Beispiel die Zucht von Kohl oder braunfäuletoleranten Tomaten –, bearbeiten allerdings größere Flächen. Jeder Landwirt baut viele verschiedene Sorten an, um Ausfälle bei einzelnen Spezies besser kompensieren zu können. Insgesamt finden sich auf den Betrieben bis zu 120 Sorten alter Kulturpflanzen, die zur Vermehrung gezogen



Bild: Dreschflegel GbR

werden – jedoch nicht alle in jedem Jahr. Jeder Betrieb ist für das Dreschen, Reinigen und Abfüllen des Saatgutes in die Tüten und für die Qualität des gelieferten Saatgutes selbst verantwortlich. Das abgefüllte Saatgut schicken die Betriebe dann an die zentrale Versandstelle. Diese wurde im Jahr 2000 in Witzenhausen mit drei Mitarbeitern neu organisiert. Heute arbeiten hier vier fest angestellte Kräfte, saisonbedingt packen auch GbR-Mitglieder und einige Aushilfen mit an.

Angespannte Lage trotz steigender Nachfrage

Durch die ständig steigende Nachfrage zeigte sich, dass die Dreschflegel GbR in eine Marktlücke gestoßen war. Dabei interessierten sich die Kunden zunächst vor allem für das biologisch angebaute Saatgut, welches in den 1990er Jahren am Markt kaum zu haben war. Zunehmend stieg aber auch die Nachfrage nach alten Sorten. Während die großen Zuchtunternehmen vor allem die Interessen des Handels und der verarbeitenden Industrie aufnehmen und deren Wünsche in ihrer Selektion und Züchtung berücksichtigen, wendet sich die Dreschflegel GbR den Wünschen des Verbrauchers, Selbstversorgers und Hausgärtners zu. Eigenschaften wie Lagerfähigkeit, lange Ernteperioden oder Mehrfachnutzung einer Pflanze zählen hier zu den Charakteristika, die in die Züchtung Eingang finden.

Die wirtschaftliche Situation jedoch ist in den eigenständig wirtschaftenden Betrieben der Dreschflegel GbR angespannt. Viele Projekte zum Erhalt alter Sorten können nur mit finanzieller Hilfe über den Dreschflegel e.V. bzw. von außen geleistet werden, etwa über Gelder von Umweltstiftungen und Drittmittelforschung in Kooperation mit Universitäten. Im Bundeswettbewerb „Regionen Aktiv“ hat der Dreschflegel e.V. 2005 ein Projekt zum Erhalt alter ostfriesischer Gemüsesorten durchgeführt.

Kundennähe ist das A und O

Besonderen Wert legt die GbR auf den Kontakt zum Kunden. So wird die per-

sönliche telefonische Beratung großgeschrieben. Außerdem werden regelmäßig Umfragen durchgeführt, um mehr über die Interessen und Wünsche der Kunden zu erfahren. Die Ergebnisse führen oft zu Verbesserungen im Service. Weiterhin wurde auf der Homepage ein Forum errichtet, in dem sich Interessenten zu Garten-, Sorten- oder Saatgutnachbaufragen austauschen können. Um die Betreuung kümmert sich einer der Betriebsinhaber.

In Schönhagen bei Witzenhausen informiert die GbR mit regelmäßigen Führungen über 200 fast vergessene und ungewöhnliche Gemüsearten, Kräuter, Blumen und deren Geschichte. Auch über Marktstände und Seminare zu Grundlagen der Saatgutvermehrung wird der Kontakt zu den Kunden gesucht und dadurch auch Öffentlichkeitsarbeit betrieben. Das Ziel der GbR: durch Ehrlichkeit und Transparenz Vertrauen schaffen, denn dieses ist neben dem verantwortungsbewussten Umgang mit den Ressourcen ihr größtes Kapital.

Große Resonanz bei Medien

An allen Standorten der GbR werden alte Sorten gezüchtet, die den Anbauern in absehbarer Zeit zur Verfügung gestellt werden können. Auch suchen die passionierten Pflanzenzüchter in Ostfriesland, im Eichsfeld und am Kaiserstuhl zurzeit nach regionalen Sorten und testen diese im Vergleichsanbau, um sie vor dem Verschwinden zu retten. Die große Hoffnung aller Beteiligten ist, dass weder die Einschränkungen durch ein Saatgut-Patentrecht noch die Gefahren der Gentechnik ihre Bemühungen um die Erhaltung der Vielfalt zunichte machen. Ihr praktisches, politisches und pädagogisches Engagement kommt an: Immer häufiger kommen Presse, Rundfunk und TV auf die Dreschflegel-GbR zu und veröffentlichen Reportagen mit unterschiedlichen Schwer-

punkten. Eine große Bestätigung ihrer Arbeit erhielt die GbR außerdem 2009 mit der Verleihung des „Förderpreises ökologischer Landbau“ durch Bundeslandwirtschaftsministerin Ilse Aigner auf der Internationalen Grünen Woche in Berlin. Im Gegenzug übergaben die Dreschflegel-Geschäftsführer der Ministerin einen von ihnen entworfenen Gesetzesrahmen für gentechnikfreie Saatgutarbeit.

Der Dreschflegel e.V.

Als sich im Jahr 2000 herausstellte, dass die wichtige politische Arbeit ebenso wie die Organisation der Züchtung nicht mehr wie bisher von der GbR geleistet werden konnte, wurde in Witzenhausen zusätzlich der gemeinnützige Verein Dreschflegel e.V. mit einer Angestellten gegründet. Die Arbeit innerhalb des Vereins wird mit anderen Vereinen und Organisationen in den deutschsprachigen Ländern koordiniert. So kämpft der Verein zum Beispiel gegen die Einschränkungen der Kulturpflanzenvielfalt durch das Saatgutgesetz und gegen den Rückgang der Biodiversität durch die Einführung der Agro-Gentechnik.

Züchterisch treibt er den Wiederaufbau vergessener Kulturpflanzen, die verstärkte Selektion von vernachlässigten Arten und die Neuzüchtung von Sorten im biologischen Gartenbau voran. Im pädagogischen Zweig wird beispielsweise die Technik des Saatgutnachbaus durch Seminare, persönliche Führungen, Stände und Vorträge an Gärtner und Selbstversorger weitergegeben. Um die Kulturpflanzenevolution zu veranschaulichen, bietet der Verein Saatgut für eine Weizenevolutionsreihe an: Das Saatgut von 30 verschiedenen Weizensorten aus allen Epochen der Weizenentwicklung wird von Schulen, Freilichtmuseen und Heimatverbänden angebaut, die mittels einer mitgelieferten Broschüre zur Thematik informieren.



Bild: Dreschflegel GbR

Seltene Kulturarten (v.l.n.r.): Färberamaranth (*Amaranthus gangeticus*), Popp-Amaranth (*Amaranthus spec.*) und die Vollrote Gartenmelde (*Atriplex hortensis*).



Bild: Dreschflegel GbR



Bild: Dreschflegel GbR

Mehr Informationen:

Ludwig Watschong
Dreschflegel e.V.
Telefon: 055 42 / 50 51 48
E-Mail: info@dreschflegel-saatgut.de
www.dreschflegel-saatgut.de



Der Adelwöhrerhof:

Lebensqualität für Senioren

Von Hans und Petra Steiner

In der österreichischen Bergregion Obersteiermark, in der sich Landwirtschaft als alleiniger Wirtschaftszweig kaum noch lohnt, hat eine Familie erfolgreich einen Betriebszweig aufgebaut, der sich perfekt mit einer extensiven und naturnahen Landwirtschaft ergänzen lässt: die Betreuung pflegebedürftiger Senioren.

Der Bauernhof der Familie Johann und Petra Steiner – der Adelwöhrerhof – liegt im Bergland der Obersteiermark in 900 Metern Höhe. In dieser noch sehr von bäuerlicher und naturnaher Landwirtschaft geprägten Umgebung lebten die Steiners wie sehr viele ihrer Berufskollegen seit Generationen von Milch- und Forstwirtschaft. Durch den Milchpreisverfall und veraltete Betriebsstrukturen war der Betrieb mit seinen 13 Hektar Grünland, 13 Hektar Wald und rund 10 Milchkühen jedoch nicht mehr wirtschaftlich zu führen.

Aus zwei mach eins

Nach der Übernahme des Hofes von den Eltern suchte Familie Steiner im Jahr 2001 nach Alternativen, um eine wirtschaftlich nachhaltige Weiterführung des Betriebes zu ermöglichen. Petra Steiner, diplomierte und erfahrene Krankenschwester, wollte ihren Beruf weiterhin ausüben, ihr Mann Hans wollte den Hof wieder in Schwung bringen. So kam das Ehepaar zu der Idee, beide Interessen zu vereinen: Sie wollten eine Pflegeeinrichtung auf dem Bauernhof errichten, die neben einer fachlich kompetenten Pflege und Betreuung für betagte Menschen auch die Lebensqualität eines Biohofes bieten sollte. Die so geborene Idee ließ die beiden nicht mehr los, und sie machten sich an die Umsetzung.

Perfekte Synergie

Heute, nach beinahe sieben Jahren Seniorenbetreuung auf dem Adelwöhrerhof, kann man von einem Erfolgsprojekt sprechen. Die qualitativ hochwertige Pflege wird von den Senioren gerne angenommen, und der Betrieb ist mit der permanenten Belegung seiner 14 Pflegeplätze voll ausgelastet. Das Angebot reicht von Langzeitpflege über Kurzzeit- und Urlaubspflege bis zur Tagesbetreuung. Durch die demografische Entwicklung und die Veränderungen der familiären Struktu-

ren – die funktionierende Großfamilie gibt es auch auf dem Land immer seltener – wächst der Markt in dieser Branche immer mehr. Der Wunsch der Kunden, in kleineren und familiären Einrichtungen nach individuellen Bedürfnissen gepflegt zu werden, ist unübersehbar.

Die Landwirtschaft basiert auf extensiver Mutterkuhhaltung; auch einige Schweine, Pferde, Ziegen, Hühner, Gänse sowie Hund und Katze leben auf dem Hof. Die Tiere können von den pflegebedürftigen Senioren beobachtet, gefüttert und gestreichelt werden und geben ihnen somit trotz gesundheitlicher Probleme wieder Lebensfreude. Auch der barrierefrei angelegte Haus- und Kräutergarten trägt zum Wohlbefinden der Bewohner bei. Der Hauptanteil des Einkommens wird aus der Seniorenbetreuung erzielt. Über diesen Umweg ist jedoch auch die extensive Landbewirtschaftung wieder rentabel geworden, die wesentlich zur Attraktivität und Beliebtheit des Hofes beiträgt.

Vielseitige und individuelle Betreuung

In den meisten Fällen wird Familie Steiner von pflegenden Angehörigen des zukünftigen Bewohners kontaktiert. Nach einem ausführlichen gemeinsamen Beratungs- und Aufnahmegespräch übersiedelt der Pflegebedürftige in den Adelwöhrerhof und



Bild: Johann und Petra Steiner

Bild: Johann und Petra Steiner

kann dort rund um die Uhr gepflegt und mit einem „All-inclusive“-Betreuungsangebot versorgt werden. Für das Ehepaar Steiner und die zwölf Mitarbeiter des Adelwöhrerhofes ist es sehr wichtig, die Lebensgeschichte, die individuellen Bedürfnisse und die Wünsche ihres Kunden zu kennen, um mit vielerlei Aktivitäten – wie Musik, Bewegungstrainings, Gesprächsrunden und Mithilfe in Haus und Hof – für jeden Betreuten einen individuellen sinnvollen Tagesablauf zu gestalten. Damit wird dem Motto des Hauses – „Sinnvoll leben am Adelwöhrerhof“ – Rechnung getragen.

Pflegezuschüsse vom Bundesland

Die Kosten für einen solchen Pflegeplatz belaufen sich durch einen vom Land Steiermark vorgegebenen Tarif – abhängig vom jeweiligen Pflege- und Betreuungsaufwand – derzeit auf 65 bis 140 Euro pro Tag. Der Pflege- und Betreuungsaufwand wird durch ein ärztliches Pflegegutachten festgelegt. Für die Finanzierung stehen in der Steiermark zwei Möglichkeiten zur Verfügung: Bei einem ausreichenden Einkommen des Kunden ist dieser verpflichtet, selbst dafür aufzukommen. Bei einem zu niedrigen Einkommen, und das ist eigentlich überwiegend der Fall, können die nicht gedeckten Restkosten nach Prüfung der Einkommensverhältnisse durch die Sozialbehörde vom Sozialhilfverband übernommen werden. Somit wird gewährleistet, dass jeder Bürger auch mit sehr niedrigem Einkommen die Pflegeleistungen in Anspruch nehmen kann.

Anspruchsvolle Auflagen zu erfüllen

Dabei war und ist die Umsetzung dieser Idee alles andere als einfach: Der Betrieb eines Pflegeheimes unterliegt in Österreich ähnlich wie in Deutschland den gesetzlichen Auflagen des jeweiligen Bundeslandes und wird in jeder Hinsicht streng geprüft: angefangen von der Baubewilligung und Bauausführung (barrierefrei und behindertengerecht) über Vorschriften zu Beschäftigung von Pflege- und Betreuungspersonal sowie behördlichen Lebensmittel- und Arbeitsinspektionen bis hin zu Überprüfungen der technischen Anlagen etc. .
Selbstverständlich müssen die Betriebsleiter den Markt und die immer neu adaptierten Gesetze im Pflegebereich genau beobachten, damit ihr Betrieb stets gesetzeskonform und attraktiv für die Kunden arbeitet. Daher wird ständig in die Weiterbildung der Mitarbeiter und in die Qualität des Aufenthaltes der Kunden investiert.
Für die Investition von damals ca. 800.000,- Euro erhielten die innovativen Obersteie-

rer nach Gründung einer Kooperation mit zwei weiteren Bauernhöfen, die den Adelwöhrerhof mit ihren Produkten beliefern, 100.000,- Euro an Unterstützung über das damalige Förderprogramm der Integrierten Ländlichen Entwicklung, ILE (kofinanziert von EU, Bund und Land Steiermark).

Ein Gewinn für die gesamte Region

Für die Menschen im ländlichen Raum sind Initiativen wie die von Familie Steiner viel wert, denn im Falle einer notwendigen Betreuung im Pflegeheim müssen sie nicht auf ihren Bekanntenkreis und ihre gewohnte Umgebung verzichten und können die Aktivitäten im Dorf weiterhin miterleben. Und für die Angehörigen ist es sehr wichtig zu sehen, dass der zu Pflegenden sich trotz seiner Hilfsbedürftigkeit wohl fühlt und dass er gut betreut wird.

Doch nicht nur die pflegebedürftigen Senioren profitieren von der Lage ihres neuen Zuhauses – das Engagement kleiner und mittlerer Betriebe sowohl aus der Landwirtschaft als auch aus anderen Branchen bringt auch für den ländlichen Raum Gewinn: Durch die regionale Verwurzelung der Betriebe und deren Vernetzung steigen die Investitionen in der Region, was Arbeitsplätze schafft und die Landflucht der jungen Generationen verhindert.

Neue Standbeine in Planung

Familie Steiner plant bereits weiter in die Zukunft: Die Ideen reichen von der Angebotserweiterung wie Urlaub auf dem Bauernhof für Menschen mit Handicaps bis zur Verwirklichung eines ländlichen Sozialkompetenz-Zentrums. Mit mehreren Standbeinen wird die wirtschaftliche Basis des Betriebes abgesichert und gleichzeitig das soziale Angebot auf dem Land erweitert. Aufgrund des modellhaften Charakters

dieses Projektes, das wichtige soziale, wirtschaftliche und regionale Aspekte umsetzt, konnte es im Jahr 2003 beim Wettbewerb des Österreichischen Agrarprojektpreises trotz starker Konkurrenz den 2. Platz belegen – für Petra und Johann Steiner nicht nur eine Auszeichnung dafür, die zahlreichen Herausforderungen erfolgreich gemeistert zu haben, sondern auch ein Ansporn, in diese Richtung weiterzuarbeiten.



Der barrierefrei angelegte Haus- und Kräutergarten trägt zum Wohlbefinden der Bewohner bei.



Bild: Johann und Petra Steiner

Mit vielerlei Aktivitäten – wie Musik, Bewegungstrainings, Gesprächsrunden und Mithilfe in Haus und Hof – wird für jeden Betreuten ein individueller Tagesablauf gestaltet.



Bild: Johann und Petra Steiner

Mehr Informationen:

Petra und Johann Steiner
Adelwöhrerhof
Telefon: 00 43 - (0)35 71 / 25 86;
00 43 - (0)6 64 / 234 60 84
E-Mail: adelwoehrerhof@ainet.at
www.adelwoehrerhof.at/altindex.html

Ohne Auto in die Alpen



Bild: Alpine Pearls



Von Karmen Mentil

Urlaub ohne Auto: In Zeiten, da die Spritpreise in der Hochsaison regelmäßig Höchstmarken erklimmen, eine äußerst willkommene Alternative. 21 Alpen-gemeinden in Deutschland, Frankreich, der Schweiz, Italien, Österreich und Slowenien bieten ihren Gästen vielfältige Gelegenheiten, Urlaub zu machen – autofrei, aber mit voller Mobilitätsgarantie! Ein Angebot, von dem auch die Einwohner der Gemeinden profitieren.

Mit Blick auf den Klimaschutz haben sich 2006 17 Alpen-Gemeinden zum Verein „Alpine Pearls“ („Perlen der Alpen“) zusammengeschlossen, um ihren Gästen einen neuen, nachhaltigen Urlaubsgenuss zu bieten. Inzwischen sind es 21 Gemeinden, die miteinander auf dem Tourismussektor kooperieren und ihre Nischen-Angebote bekannt machen und vermarkten wollen.

Vom Verein zur Dachmarke

Der Verein ist das Ergebnis zweier aufeinander aufbauender EU-Projekte – Alps Mobility I und II. Beide gehen auf die Initiative des Österreichischen Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft zurück. Ziel der Programme war es, innovative, nachhaltige Tourismus-Angebote zu schaffen. Urlaubsorte und Sehenswürdigkeiten sollten ohne Auto, also mit „sanfter Mobilität“, erreichbar sein. Hierunter sind nachhaltig umweltschonende, sozial verträgliche und unfallarme Fortbewegungsarten zu verstehen: also Fahrradfahren, Öffentlicher Personennahverkehr (ÖPNV), aber auch das schlichte Zu-Fuß-gehen. Inzwischen ist „Alpine Pearls“ nicht nur ein Vereinsname, sondern die Dachmarke für nachhaltigen Tourismus mit „sanfter Mobilität“ im Alpenraum.

Wer den Autoschlüssel abgibt, wird belohnt

Das Markenzeichen der Alpine Pearls ist ihr besonderes Mobilitätskonzept: Abholservice, verkehrsberuhigte Zonen, autofreie Seitentäler, ortsnahe Spaziergebiete, Wanderwege, Rad- und Mountainbike-Routen, Elektrofahrzeuge... Aber auch Pferdekutschen- und Schlittenfahrten sowie die Nutzung von Bergbahnen, Wander- und Skibussen gehören zum Portfolio – das meiste davon ist im gebuchten Urlaub inklusive. Das Auto kann getrost zu Hause bleiben, denn alle Ziele sind ohne eigenes Auto erreichbar. Wer dennoch mit dem Pkw anreist, wird nicht bestraft; doch wird die Anreise mit der Bahn oder die Abgabe des Autoschlüssels an der Hotelrezeption mit kostenfreien Mobilitätsangeboten und vor Ort erhältlichen Rabattkarten belohnt.

Hohe Anforderungen

Alle Gemeinden, die den „Alpine Pearls“ beigetreten sind, garantieren eine komfortable und stressfreie Anreise mit Bus oder Bahn und die Einhaltung eines umfangreichen Kriterienkatalogs. Darin wird zum Beispiel zwischen Zweckmobilität (ÖPNV oder Shuttle für die Anreise oder um vor Ort von A nach B zu kommen) und Spaßmobilität (Fahrräder, Elektro-

fahrzeuge, etc.) unterschieden. Auch auf gute Servicequalität (Auskünfte, Reservierung) wird streng geachtet. „Alpine Pearls-Angebote“ für die Gäste im Sinne von buchbaren Pauschalen gehören zu den Auflagen, die die Gemeinden erfüllen müssen, um die Dachmarke zu nutzen. Das Engagement für Mensch und Natur, für aktiven Naturschutz bis hin zur alternativen Energieversorgung muss in jedem Mitgliedsort erkennbar sein, ebenso die Förderung der alpinen Kultur, Tradition und Kochkunst.

Einwohner und Touristen profitieren

Auch die Einwohner der Gemeinden profitieren von dem neuen Marketingkonzept. Die verbesserten Mobilitätsangebote haben einen positiven Einfluss auf das öffentliche Angebot im Nahverkehr: Neue Bus-Verbindungen, Shuttle-Dienste und Nachttaxis können selbstverständlich auch von Einheimischen genutzt werden. In den Gemeinden Tiers, Welschnofen und Karneid-Steinegg in Italien wurden beispielsweise zahlreiche neue Busse angeschafft und der Bus-Takt intensiviert. Die Busse, die von Bozen in die Ortschaften fahren, vernetzen die gesamte Region und werden sowohl von Einheimischen als auch von Touristen gut genutzt. Die Entlastung der Straßen vom



Bild: Bernhard Bergmann



Bild: Bernhard Bergmann

Urlaubsverkehr ist deutlich spürbar. Gerade bei den öffentlichen Buslinien, die Einheimischen und Touristen zur Verfügung stehen, gibt es Mischkalkulationen und Querfinanzierungen. Synergieeffekte entstehen zum Beispiel dort, wo Bundesländer, Provinzregierungen oder auch der Staat die öffentlichen Busse (ko-)finanzieren, mit denen sowohl Bürger als auch Touristen fahren.

Umweltschutz kann Spaß machen!

Mit ihren Leistungen heben sich die „Perlen der Alpen“ deutlich von anderen Tourismusgebieten ab. Elektroautos, elektrisch angetriebene Fahrräder und Roller sowie Solarmobile bieten den Gästen größtmöglichen Komfort, Mobilität und Vergnügen. Ein Segway (Elektroroller für eine Person) legt maximal 40 Kilometer zurück, mit dem E-Bike kann der Urlauber immerhin 60 Kilometer weit radeln. Gleichzeitig profitieren durch den Verzicht auf fossile Energieträger auch Umwelt und Klima. Noch kommt der Strom für das umweltfreundliche Fahrvergnügen zwar aus einer gewöhnlichen Steckdose. Die Gemeinde Werfenweng in Österreich nutzt jedoch für den Betrieb der Elektrofahrzeuge bereits Energie aus Photovoltaikanlagen.

Elektrofahrräder kostenlos nutzen

Der Verleih der Elektromobile und -räder funktioniert von Ort zu Ort unterschied-

lich. In Berchtesgaden und Bad Reichenhall (beide Deutschland) hat eine Firma ein Logistik-System mit Verleihstationen und Akkuwechselstationen aufgebaut. Andere Mitgliedsorte haben den Verleih über die Sportartikelhändler oder über den Tourismusverband vor Ort organisiert. Werfenweng (Österreich) hat eine eigene „mobile Verleihstation“ entwickelt, hier kann der Gast kostenfrei alle Fahrzeuge testen und nutzen. Dieses Angebot ist aber ausschließlich „sanft mobil“ Urlaubern vorbehalten, denn es ist Teil des Belohnungssystems, das bei Anreise mit der Bahn oder Abgabe des Autoschlüssels greift.

Internationale Zusammenarbeit: Gewinn und Herausforderung zugleich

Eine der größten Herausforderungen einer Tourismuskoooperation wie den „Alpine Pearls“ ist die Internationalität der Gruppe: Sechs Länder, vier Sprachen und unterschiedliche Kulturen sprechen unterschiedliche Zielgruppen an. Die beteiligten Alpenstaaten gehen oft unterschiedlich an das Konzept „Alpine Pearls“ heran. In Österreich, wo der Grundstein der Kooperation gelegt wurde, wird die Idee von öffentlicher Seite unterstützt. In anderen Ländern fußt die Unterstützung ausschließlich auf Initiativen auf Ortsebene. Daher lässt sich die Umsetzung in den einzelnen Nationalstaaten nicht leicht vereinheitlichen, es gibt (noch) zu viele inkompatible Verkehrssysteme und Lösungsansätze.

Das Ziel: Vorbild werden

Für die nahe Zukunft rechnet das Management der „Alpine Pearls“ mit bis zu 40 Gemeinden, die der Dachmarke beitreten wollen. Ziel ist es, mit dem Projekt nachhaltigen sanften Tourismus unter internationaler Kooperation zu etablieren. Die Angebote sollen ein eindeutiges Profil besitzen und am Markt leicht zu erwerben sein. So kann jeder Kunde schnell und unkompliziert erfahren, was sanfte Mobilität ist und wo er diese erleben kann.

Qualität hat ihren Preis

Der Beitritt zur Kooperation ist nicht kostenfrei: Jede „Perle der Alpen“ zahlt einen Mitgliedsbeitrag von 12.000 Euro jährlich. Das Gesamtjahresbudget der Dachmarke beträgt zurzeit 250.000 Euro. 80 Prozent davon werden für Marketing, 20 Prozent für das Vereinsmanagement genutzt.

Mehr Informationen:

Karmen Mentil
Management Alpine Pearls
Telefon: 00 43 / (0)64 66 – 20 0 20
E-Mail: info@alpine-pearls.com
www.alpine-pearls.com



Mit professioneller Information für regionale Produkte werben

Von Nina Stockebrand und Achim Spiller



© BLE, Bonn/Foto: Dominik Menzler

Durch den Bio-Boom im Lebensmitteleinzelhandel hat der Naturkostfachhandel an Einzigartigkeit eingebüßt. Um verlorenes Terrain zurückzuerobern, wird es daher immer wichtiger, sich über regionale Produkte zu profilieren. Eine dem Kunden angemessene Kommunikationsform ist dabei ausschlaggebend. Reines „Geschichtenerzählen“ als Werbemaßnahme kommt weniger gut an, wie Forscher der Universität Göttingen herausgefunden haben.

Interessierte Kunden im Naturkostfachhandel, die bereits eine Beziehung zu ihrer Region aufgebaut haben, kennen und kaufen regionale Produkte. Allerdings ist die regionale Herkunft von Produkten für den Großteil der Verbraucher auf den ersten Blick nicht klar ersichtlich, und ein Regionalimage des Ladens wird häufig kaum wahrgenommen. Hier bedarf es innovativer Kommunikationsstrategien, die auch weniger involvierte Kunden auf regionale Produkte aufmerksam machen. Eine in der Theorie häufig diskutierte Kommunikationsform ist zum Beispiel das „Storytelling“, das den Kunden in Form einer Geschichte eine bestimmte Kernbotschaft in Bezug auf das Produkt oder den Erzeuger vermittelt und durch die Art der Kommunikation und Darstellung versucht, eine emotionale Beziehung zum Produkt oder zum Erzeuger aufzubauen.

Die Uni Göttingen hat in dem Projekt „Verknüpfung regionaler Beschaffungskonzepte mit innovativen regionalen Marketingansätzen im Naturkostfachhandel“ von 2007 bis 2009 untersucht, wie Kunden verschiedene Kommunikationsformen bewerten. Das Projekt wurde vom Bundes-

landwirtschaftsministerium (BMELV) im Rahmen des Bundesprogramms ökologischer Landbau gefördert.

Wie wirken unterschiedliche Kommunikationsformen?

Den Probanden wurden drei verschiedene Textformen angeboten:

- eine reine Informationsliste mit vielen Detailinformationen;
- ein Fließtext, der einzelne Informationen in Erzähl-Form in eine Handlung einbettet, aber keinen Spannungsbogen aufbaut, und
- eine klassische Geschichte, die nur wenige Informationen enthält, dafür aber Spannung erzeugt und eine Botschaft beinhaltet.

Trotz der unterschiedlichen Schreibformen waren die Inhalte der Texte identisch; es handelte sich in allen drei Varianten um einen Bio-Landwirt, der Schweinefleisch in der Region Göttingen anbietet. Da es sich um ein experimentelles Studiendesign handelte, wurden 122 Studenten in der Universität befragt. Sie sollten eine Einschätzung der Texte geben.

Die Informationsliste

Die Informationsliste war rein sachlich geschrieben und übersichtlich aufgebaut. Beschrieben wurden darin Aspekte zum Betrieb, zur Ökozertifizierung zur Qualitätskontrolle und zur artgerechten Tierhaltung. Diese Art der Darstellung löste bei den Probanden kein besonderes Lesevergnügen aus; das Statement „Es hat Spaß gemacht, den Text zu lesen“ wurde tendenziell abgelehnt. Obwohl die Informationen nicht besonders kreativ oder emotional dargestellt wurden, fanden die Probanden die Liste aber gut. Sie wurde als sehr glaubwürdig und informativ bewertet. Und sie weckte bei den Probanden Interesse für das Produkt.

Der Fließtext

Der Fließtext zeichnete sich durch die Aneinanderreihung der Fakten in Form ausformulierter Sätze aus, die aufeinander abgestimmt waren. Obwohl jegliche Charakteristika typischer Geschichten, z. B. ein Anfang ein Höhepunkt und ein Ende sowie die Beschreibung einer bestimmten Handlung vermißten wurden, unterstellten die Leser diesem Text bereits Züge einer Geschichte. Den Probanden genügte hierfür anscheinend die vorhandene Textform, die einen Lesefluss ermöglichte.

Diese Textvariante bewerteten die Versuchsteilnehmer durchgehend positiv. Es gelang damit, bei den Probanden das Interesse an dem Produkt zu wecken und rief zudem auch ein Lesevergnügen hervor.



© BLE, Bonn/Foto: Thomas Stephan

Abb. 1: Beurteilung der Geschichte je nach Leseverhalten

Auch hier blieb die emotionale Ansprache allerdings eher verhalten. Die Kriterien „emotional“, „überraschend“ und „spannend“ wurden tendenziell abgelehnt. Ähnlich wie bei der Bewertung der Informationsliste erhielt der Fließtext die Attribute „glaubwürdig“ und „realistisch“. Die Probanden gaben dem Text ebenso wie der Informationsliste die Note „gut“.

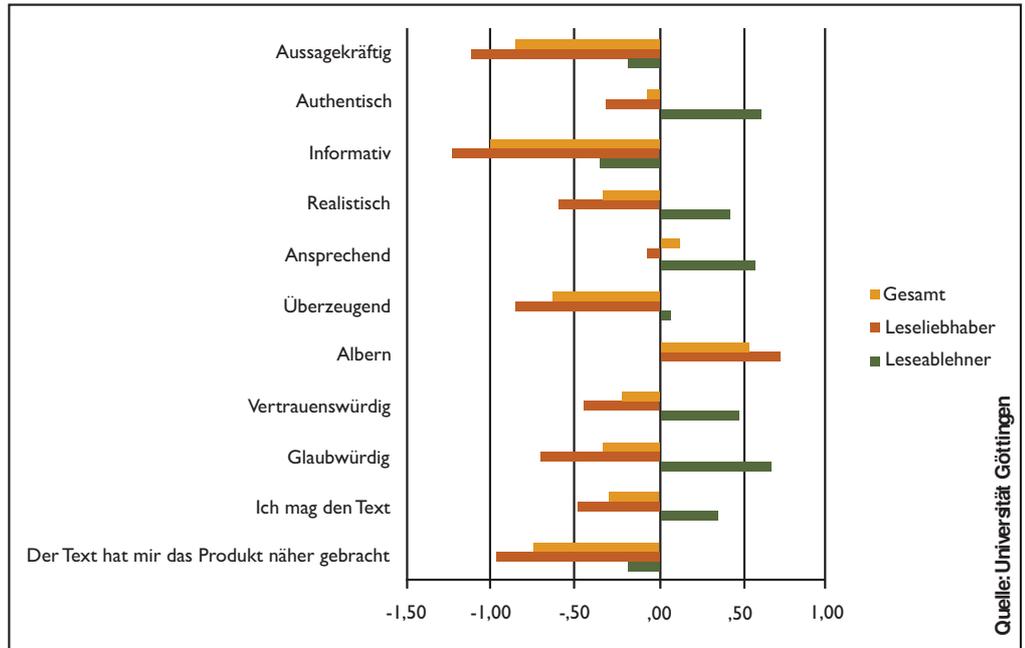
Die erzählte Geschichte
Die Bewertung der eigentlichen Geschichte als dritte Kommunikationsform schnitt schlechter ab. Zwar empfanden die Probanden bei der Geschichte eine hohe emotionale Ansprache, Sympathie und Interesse für das Produkt konnten jedoch weniger gut geweckt werden als bei den beiden anderen Kommunikationsvarianten. Auch wenn die Geschichte als solche eindeutig identifiziert wurde (Spannungsbogen und Botschaft), stuften die Probanden das Lesevergnügen beim Fließtext höher ein. Bei der erzählten Geschichte gab es allerdings sehr unterschiedliche Bewertungen, d. h. ein Teil der Probanden stuft diese Form der Kommunikation als sehr ansprechend, andere wiederum als gar nicht ansprechend ein.

Geschichten können Vertrauen wecken...

Abbildung 1 des Schaubildes zeigt, dass es bei der Bewertung der angegebenen Kriterien signifikante Unterschiede zwischen „Leseliebhabern“ und „Leseablehnern“ gab. Die Probanden, die generell nicht gerne lesen, bewerteten die Geschichte signifikant besser. Sie erachteten den Text als glaubwürdiger und vertrauensvoller als Probanden, die sehr gerne lesen. Eventuell griffen Letzere dabei stärker auf ihre Erfahrung mit Geschichten zurück: Sie gehen automatisch davon aus, dass eine „Geschichte“ mit „Fiktion“ gleichzusetzen ist, so dass sie auch das mit der Geschichte verbundene Produkt als unglaubwürdig erachteten.

... doch Information wirkt mehr

Insgesamt fiel die Bewertung der Geschichte am schlechtesten aus, auch wenn einige Probanden von dieser Art der Kommunikation als Werbemittel überzeugt sind. So zeigte die Betrachtung der abschließenden Frage „Von welchem Landwirt würden Sie die Produkte kaufen?“ folgendes Bild: 72,5 Prozent der Probanden bevorzugten Produkte, die über die Informationsliste beworben wurden, 75,8 Prozent der Probanden Produkte, die über den Fließtext beworben wurden. Nur 29,2 Prozent der Interviewpartner würden Produkte kaufen, weil sie die Geschichte hierzu überzeugt hat.



Skala von „trifft überhaupt nicht zu“ = -3 bis „trifft voll und ganz zu“ = 3

Fazit:
Das Beschreiben von Produkten fängt den Kunden

Zwei wesentliche Aspekte hat der Versuch verdeutlicht:

1. Weder eine rein informationsgestützte noch eine zu emotionale Kommunikation war für die Bewerbung regionaler Produkte geeignet.
2. Durch den Fließtext, der Informationen in einer Textform beschreibt und daher eine emotionalere Komponente aufweist als die Informationsliste, können die Vorteile der regionalen Produkte am besten kommuniziert werden.

Es ist demnach wichtig regionale Produkte mit entsprechenden Informationen zu bewerben und diese für den Kunden interessant zu beschreiben. Allgemeine produktspezifische Marketingmaßnahmen – ohne regionalen Hintergrund – sollten dagegen vermieden werden. Die in der Literatur häufig geforderte Emotionalisierung von Werbung konnte anhand dieser Studie nicht vollständig bestätigt werden. Generell gilt aber, dass alle Kommunikationsformen an den Bedürfnissen der eigenen Zielgruppen ausgerichtet werden sollten. Die Befragung hat auch gezeigt, dass es durchaus Kundengruppen gibt, bei denen lebendigerzählte Geschichten über regionale Produkte gut ankommen.



Weitere Informationen zum Projekt „Verknüpfung regionaler Beschaffungskonzepte mit innovativen regionalen Marketingansätzen im Naturkostfachhandel“ finden Sie unter www.uni-goettingen.de/de/60860.html

Mehr Informationen:

Prof. Dr. Achim Spiller
Nina Stockebrand
Georg-August-Universität Göttingen
Lehrstuhl Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte
Telefon: 05 51 / 39 - 98 97, - 48 33
E-Mail: aspiller@uni-goettingen.de,
nstocke@uni-goettingen.de

Slowenien: Ländliche Entwicklung braucht Fingerspitzengefühl

Von Irma Potočnik Savič

Mangel an Arbeitsplätzen, Überalterung der Bevölkerung, Abwanderung – die Probleme, mit denen die ländlichen Räume Sloweniens konfrontiert sind, entsprechen mehr oder weniger denjenigen seiner europäischen Nachbarn. Doch hat das über einen langen Zeitraum währende Aufeinandertreffen von Einflüssen und Entwicklungstrends aus Ost und West im Land zu einer sehr spezifischen Situation geführt. Dem müssen auch die Politiken zur Entwicklung des ländlichen Raumes Rechnung tragen – ein einheitlicher Entwicklungsansatz wäre der falsche Weg.

Das Wort „ländlich“ ist wohl die beste Charakterisierung für Slowenien: Mit weniger als 100 Einwohnern pro Quadratkilometer wurde nach dem Klassifizierungssystem der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung – OECD – nahezu das gesamte slowenische Territorium als ländlich eingeteilt (siehe Abb. 1). Einzige Ausnahme sind die Hauptstadt Ljubljana mit ihren 270.000 Einwohnern sowie einige regionale Zentren und Ballungsgebiete. Ansonsten herrschen zerstreute Strukturen mit Siedlungen von weniger als 150 Einwohnern und einem geringen Zentralisierungsgrad vor.

Ländlich, aber nicht unterentwickelt!

Diese Klassifizierung bedeutet aber nicht, dass die ländlichen Gebiete in Slowenien unterentwickelt sind. Vielmehr leitete die Regierung in den 1970er Jahren eine polyzentrische Regionalentwicklung ein. Regionale und lokale Zentren sollten durch die Förderung spezifischer Industriezweige – Lebensmittelverarbeitung, Textilien, Metall- und Elektroindustrie – gestärkt werden, um so die Bevölkerung stärker an die Herkunftsorte zu binden. Auch wurden Bildungs- und Gesundheitseinrichtungen sowie Dienstleistungsunternehmen im ländlichen Raum angesiedelt. Ein weiterer

Schritt war die relativ zügige Motorisierung der Bevölkerung und damit verbunden das intensive Pendeln über kürzere Distanzen. So etablierte sich im Land das Phänomen verstreuter „Nebenerwerbsbetriebe“: Viele Menschen arbeiteten morgens in einer Fabrik und nachmittags auf einem Landwirtschaftsbetrieb. Seit den späten 1980er Jahren hat in Slowenien eine recht intensive Vorstadtbildung stattgefunden.

In jeder Hinsicht heterogen

Da sich Slowenien vom Mittelmeer bis zu den Alpen erstreckt, sind die ländlichen Gebiete geografisch sehr heterogen. In wirtschaftlicher Hinsicht sind sie zum Teil eng mit der lokalen Umgebung verflochten, gleichzeitig aber – durch die Herstellung von Spezialwaren und den Einsatz innovativer Technologien – in internationale Netzwerke eingebunden. Traditionelle Orte, die sich durch eine kleinteilige landwirtschaftliche Produktion, das Vorhandensein lebendiger Gemeinden und die Pflege lokaler Bräuche auszeichnen, gibt es ebenso wie „moderne“ ländliche Gebiete, in denen die Wohnfunktion überwiegt und die Landwirtschaft in erster Linie der Landschaftspflege dient. Hier hat ein Großteil der Bevölkerung keinerlei Bezug zur Landwirtschaft, und der Zusammenhalt der Bevölkerung ist eher gering. Einige periphere Gebiete, die

zumeist in der Grenzregion liegen, wurden in demografischer und wirtschaftlicher Hinsicht während der vergangenen Jahrzehnte aber „abgehängt“.

Mehr lokale Autonomie durch neues Verwaltungssystem

Einen neuen Entwicklungsimpuls gab es 1994, als ein neues Verwaltungssystem eingeführt wurde, mit dem auch kleinere Kommunen entstanden. Zwar wurde es wegen der hohen Ausgaben auf nationaler Ebene stark kritisiert; die lokale Bevölkerung war jedoch zufrieden, da sie zunächst von zahlreichen Verbesserungen profitierte: ausgebaute Straßen, Bankautomaten, Apotheken, Breitbandanschluss etc. Nach der ersten Euphorie zeigten sich jedoch zahlreiche Probleme, die auf eine fehlende nachhaltige Regionalplanung zurück zu führen sind. So wandern immer noch vor allem junge Leute und solche mit guter Ausbildung ab, da für sie keine geeigneten Arbeitsplätze geschaffen wurden. Auch hat sich die nach der Unabhängigkeit des Landes im Jahr 1991 sprunghaft gestiegene Entwicklung privater Unternehmen verlangsamt – es mangelt an Unternehmergeist und an Unterstützung von Seiten des Staates; die nötigen Anmeldeverfahren sind kompliziert und zeitaufwändig.

Abb. 1: Ländliche und städtische Regionen Sloweniens

Welches Potenzial steckt in ländlichen Gebieten?

Eine Untersuchung der Abteilung für Geographie der Universität Ljubljana sollte die interne Leistungsfähigkeit ländlicher Gebiete evaluieren, Schwachstellen aufzeigen und mögliche Förderschwerpunkte herausarbeiten. Neben der Auswertung von Statistiken zwischen 2002 und 2009 wurden hierfür zahlreiche Erhebungen vor Ort durchgeführt – in Form von Fragebögen für Gemeindeverwaltungen, Landwirtschaftsbetriebe, Unternehmen und die lokale Bevölkerung sowie Interviews mit lokalen Behörden und Experten. Ein Schwerpunkt lag dabei auf der Untersuchung bestehender Wirtschaftskreisläufe in der Region Goriška Brda.

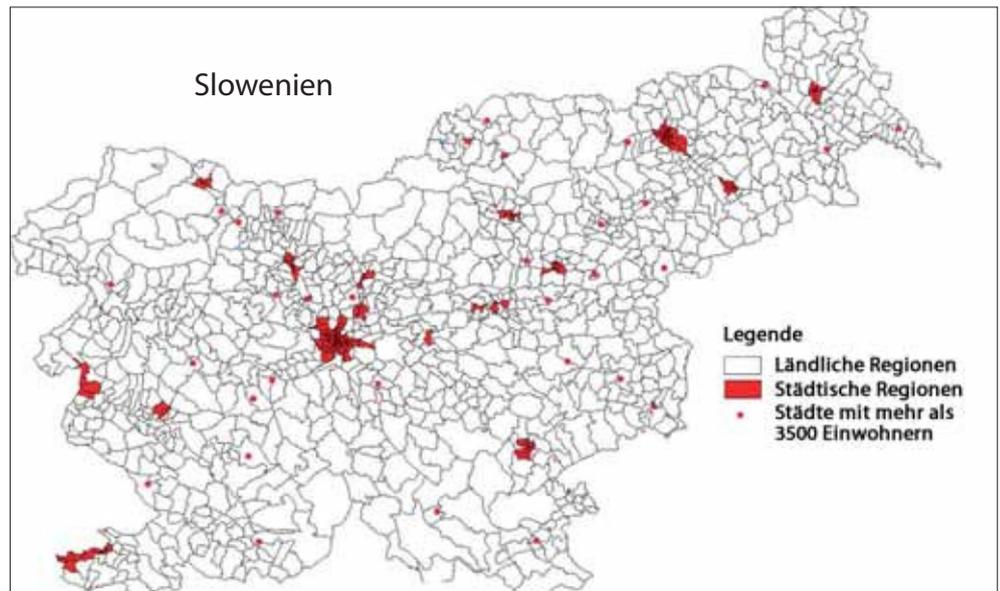
Goriška Brda: Grenzregion par excellence

Goriška Brda ist eine typische ländliche Grenzregion. Mit Italien als Nachbar, erhebt sich die 72 km² große und rund 5.800 Einwohner zählende hügelige Region bis zu 250 Meter über den Meeresspiegel. Charakteristisch für die 45 Siedlungen zählende Region ist eine Bevölkerung mit einer ausgeprägten lokalen Identität und einem starken Bezug zum Land. Bekannt ist Goriška Brda vor allem als Wein- und Obstbaugebiet. Die bisherigen Maßnahmen zur ländlichen Entwicklung konzentrieren sich hier vor allem auf die Modernisierung der landwirtschaftlichen Betriebe, Ausgleichszahlungen für Betriebe in benachteiligten Gebieten, Zahlungen für Agrarumweltmaßnahmen und die Diversifizierung der ländlichen Wirtschaft.

Landwirtschaft: zwei Drittel „klein“, ein Drittel „groß“

Weinberge machen rund 2.000 Hektar der Fläche Goriška Brdas aus. Rund zwei Drittel davon – 1.400 Hektar – sind in Privatbesitz. Das Land gehört den 700 Mitgliedern der Weinkooperative Goriška Brda, die 1957 im Rahmen der Verstaatlichung der Ländereien entstand. Die Mitglieder der Kooperative besitzen in der Regel 2 Hektar Weinberge (was für slowenische Verhältnisse als relativ „groß“ anzusehen ist) und betreiben Landwirtschaft im Nebenerwerb. Neben Wein kultivieren sie Obst und Oliven.

Weitere 600 Weinberge sind in Besitz von etwa 100 „großen“ Landwirten, die über Flächen von je 10 bis 15 Hektar verfügen. Dies sind zum Teil Landwirte, die in den 1950er Jahren, als das semi-feudale System zerfiel, viel Land besaßen und dadurch



Quelle: Biotechnical Faculty, Agronomy Department, Institute of Agricultural Economics

auch im Verlauf der Agrarreform größere Flächen zugesprochen bekamen. Auch sind darunter Betriebsleiter mit unternehmerischer Erfahrung, die ab den 1990er Jahren unter Verwendung nationaler Fördermittel ihren Obstbau-Betrieb zu einer qualitativ hochwertigen Kellerwirtschaft umstrukturierten – mit individueller Verarbeitung, Abfüllung, Etikettierung und Verkauf.

Vermarktungsideen beim Nachbarn abgeschaut

Die Mitglieder der Kooperative sind unter einer gemeinsamen Handelsmarke registriert. Ihr Weinkeller verarbeitet ausschließlich Trauben, die innerhalb des slowenischen Teils der Region Brda (ein Drittel der Region liegt in Italien und

heißt dort Collio) erzeugt wurden. Heutzutage werden 70 Prozent ihrer Weine in Slowenien verkauft, 30 Prozent werden exportiert. Die Kooperative ist der größte slowenische Weinexporteur und beliefert Kunden in den USA, im ehemaligen Jugoslawien, Italien, Deutschland, Großbritannien, Polen und Israel. Verkauft wird über den eigenen Laden in Goriška Brda, ein großes Geschäft in Ljubljana, Verbrauchergroßmärkte und Weinhändler. Die Kooperative hat 130 lokale Angestellte. Großer Pluspunkt ist die spezialisierte Ausbildung des Personals in Sachen Vermarktung. Hierfür hat sich die Kooperative Anregungen bei den italienischen Nachbarn geholt.

Die Einzelunternehmen verkaufen ihre Erzeugnisse in Direktvermarktung ab Hof

Slowenien: Wirtschaft und Entwicklung

Slowenien gewann seine Unabhängigkeit nach dem Zerfall des damaligen Jugoslawien im Jahr 1991. Als der nördlichste und wirtschaftlich am weitesten entwickelte Teil des Landes war es trotz des eisernen Vorhangs und des sozialistischen Wirtschaftssystems recht gut in die internationalen Wirtschaftsmärkte integriert. Hierzu haben vor allem die offenen Grenzen beigetragen, die eine Wirtschaftsmigration ermöglichten, aber auch die aktiven Handelsbeziehungen insbesondere zu Deutschland. Während einige Branchen ein beachtliches Wachstum verzeichnen konnten – Autoindustrie, Baubranche, Groß- und Einzelhandel, Transport und Kommunikation –, ging der Anteil der Landwirtschaft am BIP fortwährend zurück. Dennoch bietet der Sektor immer noch ungefähr sechs Prozent der wirtschaftlich aktiven Bevölkerung Arbeit. Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei 6 Hektar, die Flächen sind wenig arrondiert. Das ist darauf zurückzuführen, dass Slowenien nach dem 2. Weltkrieg keine massive Kollektivierung erfahren hat. Der Großteil des Landes blieb in privater Hand, so dass es heute 75.000 private Familienbetriebe gibt. Die Lebensmittel verarbeitende Industrie – vor allem Milch, Wein, Obst und Hopfen – orientiert sich hauptsächlich zum südeuropäischen Regionalmarkt hin.

Zwei Drittel der Landesfläche Sloweniens sind von Wald bedeckt, mehr als 80 Prozent der Landesfläche sind als benachteiligtes Gebiet ausgewiesen. Heute leben im Land 2.044.221 Einwohner auf einer Fläche von 20.273 km². Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) pro Kopf lag 2007 bei 17.076 Euro.

oder haben zusätzliche Betriebszweige wie private Weinhandlungen oder Tourismus auf dem Bauernhof eröffnet. Auch bieten sie ihren Wein nationalen und internationalen Weinhändlern an. Daneben kümmert sich auch das Konsortium Brda um eine gemeinsame Weinvermarktung sowohl der Mitglieder der Kooperative als auch der Einzelunternehmen. Eine Diversifizierung des landwirtschaftlichen Einkommens sollen auch die als ländliche Entwicklungsmaßnahme Mitte der 1990er Jahre eingeführten touristisch ausgerichteten Weinstraßen ermöglichen.

Wirtschaftskreislauf mit großem Potenzial ...

Die komplette Verarbeitung der Weintrauben innerhalb der Region, die hohe Qualität der Produkte und die vorhandenen Handelskanäle einerseits sowie eine starke lokale Identifikation der Bevölkerung, die Umsetzung von Innovationen und die Koexistenz von Wein- und Obstanbau, Landtourismus und lokaler Gastronomie andererseits sind Teil eines transparenten und gut funktionierenden regionalen Wirtschaftskreislaufs mit enormem Potenzial. Goriška Brda ist ein Gebiet mit starkem kulturellen und organisatorischen Kapital (so gibt es einige regional bedeutende Festivitäten wie Kirschentage, Poesie- und Weintage, Tage des Offenen Weinkellers, etc.), heterogenem Sozialkapital (34 Ge-

nossenschaften, gut vernetzt), anpassungsfähigen und leistungsstarken Menschen und umfangreichem, aber spezifischem wirtschaftlichen Kapital. Die Stärken liegen in der Nachbarschaft zu leistungsstarken Märkten, öffentlich-privaten inländischen und ausländischen Investitionen, einer möglichen Intensivierung und Erweiterung der Nutzung lokaler Ressourcen und dem positiven Image der Region.

... aber auch Schwächen

Natürlich dürfen bei allen positiven Errungenschaften auch die Schwächen nicht außen vor gelassen werden. So ist die Weinherstellung zwar gut organisiert, doch fehlt es an Verarbeitungsanlagen für das übrige Obst. Kirschen, Aprikosen und Pfirsiche etwa werden in der Regel nur als Frischobst verkauft.

Auch sind die natürlichen Ressourcen in Gefahr. So besteht ein Großteil der Flächen aus steilen Hängen und stark erosionsgefährdeten Böden. Die Landwirte haben sich an diese Bedingungen durch das Anlegen von Terrassen angepasst. Wenn der aktuelle Trend zur Intensivierung der Landwirtschaft anhält, ist allerdings eine Übernutzung der Flächen zu erwarten.

Da die ländliche Entwicklung auf einer Kombination von Wein-, Obst- und Olivenanbau sowie dem Ausbau von Gastronomie und Tourismus aufbaut, sind mögliche Interessenkonflikte von Landwirten



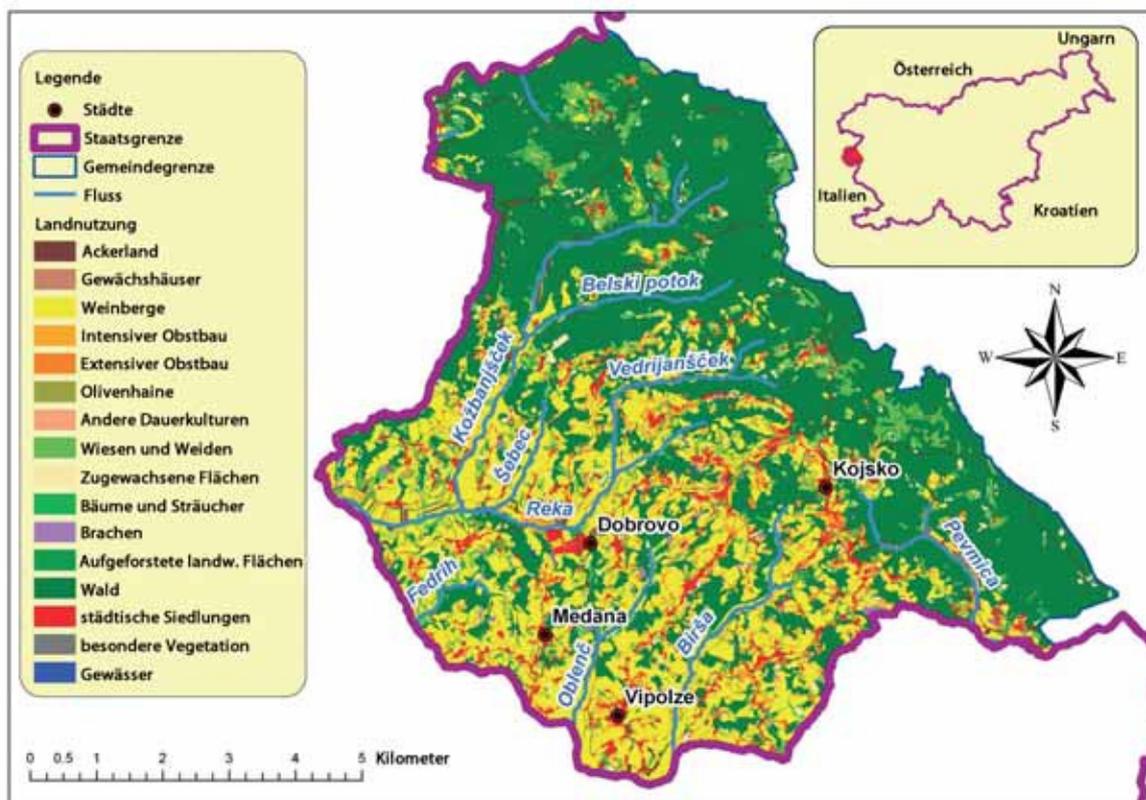
Bild: Irma Fotočnik Savc

– die Terrassen für den Weinanbau sind auf 2.000 Hektar begrenzt – und anderen potenziellen Flächennutzern zu erwarten. Die Anbieter im Tourismus setzen auf Trends wie Spa- und Wellness-Center, auf den Bau großer Hotels, die Einrichtung von Fahrradrouten etc. – alles Pläne, die auch mit „Landverbrauch“ einhergehen.

Die Jugend wandert ab

Zudem fehlt es an einer angemessenen Einbindung der jungen Menschen. Vor al-

Abb. 2: Landnutzung in der Grenzregion Goriška Brda in Slowenien.



Quelle: Ministerium für Landwirtschaft, Forsten und Ernährung Slowenien, 2008

lem der nördliche Teil der Region hat mit Überalterung und Bevölkerungsschwund zu kämpfen. Die wirtschaftlich aktive – eher ältere – Bevölkerung ist sehr aktiv in ihren Sport- und Kulturvereinen und in ihren Organisationen zur Förderung des Obst- und Weinbaus. Diese Organisationen sind ehrenamtlich organisiert, erhalten aber zum Teil auch Unterstützung von der Gemeinde. Den jungen Leuten ist diese „traditionelle Art, soziales Kapital aufzubauen“ jedoch ein wenig fremd. Hinzu kommt, dass es in der ganzen Region nur zwei Grundschulen gibt. Um zur weiterführenden Schule zu gelangen, müssen die Schüler täglich oder wöchentlich pendeln (nach Nova Gorica, Ljubljana usw.). Zum Studieren gehen die Jugendlichen auch nach Italien.

Insgesamt hat die Untersuchung gezeigt, dass die Potenziale zur Aktivierung regionaler Wirtschaftskreisläufe in der Region zurzeit nur in geringem Maße genutzt werden und dass die Möglichkeiten einer höheren Wertschöpfung erst noch entwickelt werden müssen.

Fazit: Einheitlicher Ansatz nicht angebracht

Die Erhebung hat bestätigt, dass in den ländlichen Gebieten Sloweniens die traditionellen Elemente mit den heutigen Trends wie Heterogenität und Vermischung der Kulturen eng verflochten sind. Auch hat sich gezeigt, dass zumindest ein Teil der heterogenen Struktur auch künftig bestehen bleiben wird, wenn auch in leicht veränderter Form; diese Erkenntnis sollte den



Bild: Irma Potočnik Slavič

Eine typische Landschaft in der Grenzregion Goriška Brda: kleine, verstreute Siedlungen und Weinberge auf der Sonnenseite von Hängen.

grundlegenden Ansatzpunkt für die Planer moderner ländlicher Entwicklungspolitiken bilden. Würden sie einen einheitlichen Ansatz wählen, könnte dies die vorhandenen Möglichkeiten zur Aktivierung der endogenen Entwicklungspotenziale behindern oder sogar zerstören. Hier ist die ländliche Entwicklung zu Zeiten der kommunistischen Regierung mit negativem Beispiel vorangegangen. Die ländlichen Gebiete wurden lediglich als „Reserveflächen“ für

das städtische Wachstum gesehen. Lokale und regionale Besonderheiten wurden bei ländlichen Entwicklungsprogrammen überhaupt nicht berücksichtigt. Ein einheitlicher Entwicklungsansatz, der diese Besonderheiten außen vor lässt – etwa im Falle Goriška Brdas die starke Bindung der Bevölkerung an das Land und den hohen Stellenwert der Traditionen – würde die Basis für eine künftige lokale bzw. regionale Entwicklung zerstören.



Bild: Europäische Kommission

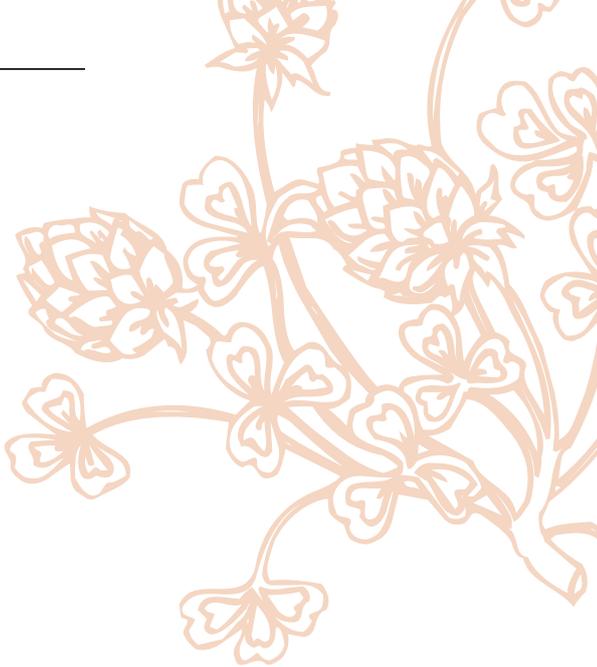
Unterstützung für die ländliche Entwicklung

Für den Zeitraum 1991 bis 2006 hat Slowenien „Programme zur integrierten ländlichen Entwicklung und Dorferneuerung“ und „Entwicklungsprogramme für ländliche Gebiete“ aufgelegt. Diese Programme haben starke Ähnlichkeit mit der Leader-Initiative. Auch auf regionaler und Gemeindeebene existieren entsprechende Programme.

Das EU-Programm zur Entwicklung des ländlichen Raums für den Zeitraum 2007-2013 ist mit 1,159 Milliarden Euro ausgestattet. 33,3 Prozent des Budgets sind für Achse 1 vorgesehen – etwa für die Unternehmensgründung von Junglandwirten, die Modernisierung landwirtschaftlicher Betriebe, die Erhöhung der Wertschöpfung von Land- und Forstprodukten oder den Aufbau von Erzeugervereinigungen. Maßnahmen der Achse 2 werden mit 52,2 Prozent der Mittel unterstützt. Hierzu zählen etwa Ausgleichszahlungen für Landwirte in benachteiligten Gebieten oder Zahlungen für Agrarumweltmaßnahmen. Für Achse 3 sind 11 Prozent der Mittel vorgesehen. Hierdurch wird beispielsweise die Aufnahme außerlandwirtschaftlicher Aktivitäten und die Dorferneuerung unterstützt. Auch Leader-Programme (3 Prozent) werden gefördert, etwa der Aufbau lokaler Entwicklungsstrategien. 33 solcher Strategien gibt es heute bereits im Land.

Mehr Informationen:

Irma Potočnik Slavič
Universität Ljubljana
Abteilung für Geographie
Telefon: 00 386 / (0)1 241 12 48
E-Mail: irma.potocnik@ff.uni-lj.si



Menschenwürdiges Leben durch „Soziale Landwirtschaft“

Von Thomas van Elsen, Marie Kalisch, Anne Jaenichen und Alfons Limbrunner

Ein landwirtschaftlicher Betrieb kann sehr viel mehr sein als eine Quelle zum Broterwerb: „Soziale Landwirtschaft“ bietet beispielsweise Jugendlichen Perspektiven für einen Eintritt ins Arbeitsleben, erleichtert Suchtkranken den Weg aus ihrem Suchtverhalten und unterstützt Therapien für Menschen mit Handicap. Der dadurch entstehende Mehrwert für die Gesellschaft wird jedoch hierzulande noch kaum erkannt.

Soziale Landwirtschaft genießt in manchen Ländern Europas bereits einen höheren Stellenwert als in Deutschland. Diese Form der Landwirtschaft bindet kranke, therapiebedürftige, sozial benachteiligte Menschen und solche mit Handicap in landwirtschaftliche Arbeitsprozesse ein. Hauptprodukte dieser landwirtschaftlichen Betriebe sind nicht Verkaufsfrüchte, sondern Gesundheit und Beschäftigung, Bildung und Lebensqualität. Oberstes Ziel: die Rehabilitation der dort beschäftigten Menschen.

Schlummernde Potenziale

In Italien gibt es zum Beispiel eine italienische Arbeitsgemeinschaft Soziale Landwirtschaft; auf EU-Ebene gründete sich 2004 die europäische Arbeitsgemeinschaft „Farming for Health“. Eine wachsende Zahl an Wissenschaftlern, Praktikern und Akteuren aus dem Agrar-, Sozial- und Gesundheitssektor tauscht sich regelmäßig zum Thema aus. In Deutschland nehmen erst in jüngster Zeit Aktivitäten zu, die die schlummernden Potenziale Sozialer Landwirtschaft für Therapie, Bildung und mehr Lebensqualität im ländlichen Raum wecken, nutzen und entwickeln. Nachfolgend werden drei Projekte vorgestellt, bei denen die

Einbeziehung sozialer Aktivitäten in den bäuerlichen Alltag besonders geglückt ist.

Hilfe auf dem Weg zurück ins Berufsleben

In dem Projekt „Loca Labora“ auf einem landwirtschaftlichen Betrieb in Beernem, Flandern (Belgien), werden seit 20 Jahren Menschen, die aufgrund von Verhaltensauffälligkeiten langzeitarbeitslos sind, in Arbeitsprozesse integriert. Das Projekt bietet verschiedene Programme an, darunter auch für psychisch beeinträchtigte Menschen, bei denen der Aspekt der Beschäftigung im Vordergrund steht – hier geht es darum, sich auszuprobieren und Struktur in das eigene Leben zu bringen. „Vor 20 Jahren gab es keinerlei Einrichtungen, die solchen Menschen halfen“, sagt Bereichsleiter Timothy Vande Ginste. Selbstkritisch



Bild: Thomas van Elsen



Bild: Thomas van Elsen

nennt er „Loca Labora“ ein harm reduction project, also ein Schadensbegrenzungsprojekt – das der Gesellschaft durch Vorsorge hohe Kosten spart, indem nicht zuletzt Menschen mit kriminellem Potenzial in einen Arbeitszusammenhang eingebunden werden. Die Initiative ist ähnlich aufgebaut wie ein gemeinnütziger Verein. Die Erfolgsquote, mit der Langzeitarbeitslose wieder zurück ins Berufsleben vermittelt werden, ist relativ hoch. 80 Menschen arbeiten hier als Beschäftigte und werden von 20 Mitarbeitern angeleitet. 40 Prozent der Kosten werden durch öffentliche Gelder gedeckt, 60 Prozent erwirtschaften die drei Betriebszweige – Biogemüse und Kräuter (17 ha), Landschaftspflege sowie ein Gastronomiebetrieb – selbst.

Dem Leben einen Sinn geben

Als Beispiel eines Hofes mit sozialer Landwirtschaft in Deutschland, der auf schwierigen Standorten eine Wertschöpfung erzielt, sei der Hof Steinich genannt. Gelegen in der Vulkaneifel in der Nähe von Gerolstein (Rheinland-Pfalz) in einer Höhenlage, in der Landwirtschaft kaum mehr rentabel ist, würde, wenn man die Bewirtschaftung aufgibt, Wiederbewaldung und Zerfall der Kulturlandschaft einsetzen. Seit den Sebzigerjahren arbeiten hier vier autistische und damit schwer mehrfach-behinderte Menschen der sozialtherapeutischen Einrichtung Haus Michael e.V. und bewirtschaften heute ca. 25 Hektar Grünland, 4 Hektar Acker, 5 Hektar Wald, 1 Hektar Gemüse sowie Streuobst. Seit 1996 werden sie von der Landwirtschaftsfamilie Harborth betreut. Sie halten die vom Aussterben bedrohten Glan-Kühe und fördern durch Maßnahmen in der Kulturlandschaft deren Offenhaltung und damit seltene Pflanzenarten wie Arnika. Produkte, die nicht in der Einrichtung selbst verbraucht werden, finden im Hofladen und auf Wochenmärkten der Region

ihre Kunden. In einer modernen Pflanzenkläranlage werden die Abwässer gereinigt. Es gibt eine Solaranlage und einen Holzofen – das Holz dafür wird selbst im Wald gewonnen. In den Sommermonaten bietet der Hof Freizeiten für Jugendgruppen an. Interessierte können auf dem Hof Steinich zudem ein Freiwilliges Ökologisches Jahr – FÖJ – ableisten.

Gemeinsam gegen die Sucht

Das dritte an dieser Stelle vorgestellte Beispiel gehört zur Suchtselbsthilfeeinrichtung Fleckenbühl in Cölbe bei Marburg (Hessen). Hier sind zirka 120 Mitarbeiter im Transport- und Umzugsunternehmen, in Landwirtschaft, Käserei, Bäckerei, Töpferei und im Hofladen beschäftigt. Ebenso gibt es Beschäftigte in der Küche, der Wäscherei und in der Verwaltung. Hof Fleckenbühl finanziert sich als Zweckbetrieb (gGmbH) zu 50 Prozent aus der eigenen Arbeit. Spenden und direkte Zuwendungen sowie ein Sozialtransfer der Bewohner machen die zweite Hälfte der Finanzierung aus. Der Bereichleiter der Landwirtschaft, Uwe Weimar, erklärt, dass neben den Arbeiten in den verschiedenen Bereichen vor allem Gruppengespräche zum festen Bestandteil der Gemeinschaft gehören. Die Landwirtschaft dient als „Übungsfeld“ und hat für die meisten Suchtkranken eine therapeutische Bedeutung: Arbeit oder Beschäftigung lenkt vom Suchtverhalten ab. „Erde unter den Nägeln und die Arbeit mit Tieren sind wichtig, um nüchtern zu bleiben“, nennt Weimar einen wichtigen Aspekt. Nahezu alle Menschen, die in Fleckenbühl arbeiten, sind selbst suchtkrank, es gibt keine Therapeuten oder Ausbilder, die „von außen“ auf den Betrieb kommen. Bei Eintritt in die Gemeinschaft müssen kompromisslos drei Regeln befolgt werden: Keine Drogen (inklusive Alkohol), keine Zigaretten, keine Gewalt.

Mehrwert für die Gesellschaft

Die drei beschriebenen Beispiele sind nur ein Bruchteil der innovativen Vielfalt, die Soziale Landwirtschaft bietet. Dabei erfordert es nicht nur Initiative, Menschen mit Betreuungsbedarf ein lebenswertes Leben und sinnvolles Arbeiten auf dem Hof zu ermöglichen, sondern auch politische und finanzielle Unterstützung. Diese Beispiele zeigen aber, dass sich Unterstützung und Förderung lohnt, denn diese Form multifunktionaler Landwirtschaft erbringt auch für die Gesellschaft einen Mehrwert.

Das Projekt

„Soziale Landwirtschaft auf Biobetrieben in Deutschland“

Das von 2008 bis 2010 im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau vom Bundeslandwirtschaftsministerium (BMLV) geförderte Projekt „Soziale Landwirtschaft auf Biobetrieben in Deutschland“ (www.soziale-landwirtschaft.de) möchte die Angebote sozialer Höfe für Nutzergruppen wie Wohnungslose, Langzeitarbeitslose und Drogenkranke, aber auch für Kinder, Jugendliche und alte Menschen, fördern und miteinander vernetzen. Dafür sollen insbesondere die bislang kaum beachteten Initiativen, in denen soziale, therapeutische und pädagogische Anliegen im Vordergrund stehen, erfasst und näher untersucht werden. Weiterhin sollen Akteure aus dem Sozialbereich zur aktiven Unterstützung der Vernetzung Sozialer Landwirtschaft gewonnen werden. In Gesprächen mit Institutionen und Verbänden der Sozialen und Pädagogischen Arbeit werden Entwicklungs- und Förderoptionen diskutiert.

Tagung zur Sozialen Landwirtschaft

Vom 22. bis 24. Oktober 2009 informiert eine öffentliche Tagung am Fachbereich Ökologische Agrarwissenschaften der Universität Kassel in Witzenhausen zum Thema „Soziale Landwirtschaft“. Außerdem soll hier die „Deutsche Arbeitsgemeinschaft Soziale Landwirtschaft“ gegründet werden. Mehr Informationen zu dieser Tagung finden Sie unter www.soziale-landwirtschaft.de



Bild: Thomas van Elsen

Mehr Informationen:

Dr. Thomas van Elsen
 Petrarca – Europäische Akademie für
 Landschaftskultur gem. e.V.
 Telefon: 055 42 / 98 16 55
 E-Mail: Thomas.vanElsen@petrarca.info
www.soziale-landwirtschaft.de

Ein Netzwerk für den Kulturtourismus

Von Karin Drda-Kühn

Die Akteure des „Kulturtouristischen Netzwerks Altenkirchen“ im Westerwald setzen auf eine geschickte Verknüpfung von Kultur und Tourismus und eine professionelle Steuerung ihres Netzwerks. Damit wollen sie nicht nur die wirtschaftliche Entwicklung ihrer Gemeinde vorantreiben, sondern auch als Vorbild für andere Kommunen dienen.

Große deutsche Kommunen sind längst dabei, kulturwirtschaftliche Potenziale zu erschließen: Sie vernetzen sich, entwickeln ausgeklügelte Strategien und sortieren ihre Förderprogramme neu, um Kultur und Wirtschaft zusammenzubringen. Aus gutem Grund: Die Kultur- und Kreativwirtschaft leistet in Deutschland einen Beitrag zur gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfung in Höhe von 61 Milliarden Euro. 719.000 sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze gibt es in diesem Sektor. Er liegt damit zwischen den „klassischen“ Wirtschaftsbranchen der Automobilindustrie (71 Milliarden Euro; 720.000 Beschäftigte) und der Chemischen Industrie (49 Milliarden Euro; 448.000 Beschäftigte).

Netzwerke mit Vorbildcharakter fehlen

Allerdings gibt es derzeit kaum funktionierende kulturwirtschaftliche Netzwerke, die modellhaft für ländliche Kommunen stehen könnten, von denen Nachfolgeprojekte also lernen könnten. Die in Großstädten entwickelten Strategien sind schwer auf kleine und mittlere Kommunen im ländlichen Raum übertragbar, da wesentliche Voraussetzungen fehlen:

- Die Kulturwirtschaft wird als Wirtschaftsfaktor (noch) kaum wahrgenommen;
- Die Datenlage ist meist rudimentär; so gut wie nie werden Daten zur Kulturwirtschaft systematisch erfasst und ausgewertet;

- Qualifizierte Akteure fehlen, welche die Kulturwirtschaft vor Ort fördern und vernetzen könnten;
- In kleineren ländlichen Kommunen mit vergleichsweise geringer Bevölkerungsdichte sind die Anforderungen an Kommunikationsprozesse und Logistik komplexer als in urban verdichteten Zentren;
- Orte der kulturellen Kommunikation müssen oft erst organisiert werden (beispielsweise über Veranstaltungen).

Altenkirchen nutzt sein Potenzial

Um diesem Manko entgegenzuwirken, hat die rund 24.000 Einwohner zählende Verbandsgemeinde Altenkirchen im Westerwald/Rheinland-Pfalz 2009 zwei Studien in Auftrag gegeben (siehe Kasten). Sie sollten das kulturwirtschaftliche Potenzial der Stadt Altenkirchen und der zugehörigen 41 Ortsgemeinden erfassen. Dabei hat sich gezeigt, dass die Gemeinde vor allem in der Schnittmenge von Kultur und Tourismus noch viel ungenutztes Potenzial besitzt. Schließlich kann sie auf spannende Kulturerbestätten, ein vielfältiges Kulturangebot und eine intakte Landschaft zurückgreifen. Vor diesem Hintergrund haben lokale Akteure im März 2009 das Kulturtouristische Netzwerk Altenkirchen – AKuTour – gegründet. Drei Monate später hat sich die Zahl der zehn Gründungsmitglieder bereits auf ein Netzwerk von 20 Part-

nern verdoppelt. Einrichtungen der lokalen und regionalen Tourismusförderung gehören ebenso dazu wie die kommunale Verwaltung. Der erste Erfolg dieses Netzwerks war eine gemeinsam organisierte „Toskanische Nacht“ im Juli 2009, die als kulturtouristisches „Produkt“ aus Übernachtung, Kulinarik, Kulturveranstaltung und Einkaufserlebnis konzipiert wurde. Auch das Kombi-Angebot aus „Kultur-Einkaufen-Wandern-Erholen“ zum Altenkirchener Straßentheaterfestival „Asphaltvisionen“ im August 2009 wurde gut angenommen.



Bild: Stadt Altenkirchen

Kooperation will gelernt sein

Erste Erfahrungen der Netzwerk-Partner decken sich mit Thesen der Studie: Kultur-einrichtungen zeigen Berührungängste und mangelnde Kenntnisse über das Funktionieren des Tourismus. Sie können ihre Vermarktungspotenziale im Verbund mit dem Tourismus schlecht einschätzen und überschauen nicht, welche Anforderungen die Tourismuswirtschaft an sie stellt und was Kulturtouristen erwarten. Es fehlt die Vorstellung wie touristische Partner gewonnen und attraktive kulturtouristische Angebote entwickelt werden können. Touristiker und tourismus-affine Einrichtungen wiederum sind zwar grundsätzlich für eine Zusammenarbeit aufgeschlossen; sie tun sich aber schwer, Kooperationen mit Kulturanbietern zu suchen, gemeinsame Angebote zu entwickeln und zu verkaufen und eine adäquate Angebots- und Servicequalität für kultur-affine Zielgruppen aufzubauen. „Was wir brauchen, ist eine Kultur des Miteinanders, eine Entwicklung vom Konkurrenten zum Partner“, resümiert Peter Müller, Unternehmer aus Altenkirchen und Moderator des Netzwerks.

Netzwerk als Modell für den ländlichen Raum

Eine professionelle Netzwerkbegleitung gewährleistet das Institut für Städtebau, Landschaftsarchitektur und Entwerfen der TU Wien durch ein Dissertationsvorhaben, in dem an einem maßgeschneiderten elektronischen Unterstützungsinstrument für die Netzwerkorganisation und die Produktentwicklung gearbeitet wird. Hier sieht Lehrstuhlinhaber Professor Dietmar Wiegand eine Riesenchance: „Da es gegenwärtig noch keine wissenschaftlich fundierten Modelle und Handlungsanweisungen zur Initiierung nachhaltiger Etablierung und Finanzierung kulturtouristischer Netzwerke gibt, könnte in Altenkirchen ein kulturtouristisches Netzwerkmodell für den ländlichen Raum entstehen.“ Er sieht zudem eine Übertragbarkeit auf weitere Schnittmengen, etwa zwischen Kulturwirtschaft und Innenentwicklung („Neue Nutzungskonzepte / Leerstandsmanagement in historischen Ortskernen“), Kulturwirtschaft und Naturerlebnis / Kulturwirtschaft und Landwirtschaft („Einkommensmöglichkeiten für Frauen im ländlichen Raum“) und Kulturwirtschaft und demografischer Wandel („Kultur im Alter“). Seine Empfehlungen an die Netzwerker:

- Durch kulturtouristische Angebote die Gemeinde profilieren;
- Professionalität und Qualität der Anbieter und die Erfüllbarkeit von Individualwünschen nach außen transparent machen;
- Angebote aus einer Hand als „Service



Bild: S. Mesić

„Kunst im Tal“ in Hasselbach (Landkreis Altenkirchen, Westerwald).

Plus“ anbieten (z.B. durch die Konzeption von attraktiven Kombi-Angeboten aus Übernachtung, kulinarischen Highlights und Transfers zu Kulturveranstaltungen);

- Wertschöpfungsketten für mehrere Anbieter durch Komplettangebote schaffen (z.B. durch die Vernetzung von Gastronomie, Hotellerie, Kulturveranstaltern und regionalem Einzelhandel);
- das Internet als Vermarktungs- und Kommunikationsinstrument nutzen.

Kulturtourismus: Ein krisensicherer Wirtschaftszweig

Altenkirchens Bürgermeister Heijo Höfer, Initiator der Studien, unterstützt das Netzwerk von kommunaler Seite, sieht er doch die Beschäftigung sichernden und fördernden Effekte des Kulturtourismus. Denn, so seine Einschätzung: „Mit dem Kulturtourismus können weit mehr Zielgruppen angesprochen werden als beispielsweise mit dem Sporttourismus oder dem reinen Erholungstourismus. Dies macht den Kulturtourismus unabhängiger von Moden, Konjunkturzyklen und demografischen Entwicklungen.“



Bild: Stadt Altenkirchen

Auf dem Altenkirchener Straßentheaterfestival im August 2009.

Studien betonen Vernetzung und Qualität

Die Ergebnisse der Studien „Förderung von Unternehmen der Kulturwirtschaft und des Handels in der Raiffeisenregion“ und „Identifizierung des kulturell-touristischen Potenzials der Verbandsgemeinde Altenkirchen“ zeigen, dass ökonomische Effekte insbesondere durch qualitativ hochwertige Angebote und eine starke Vernetzung von Akteuren der Kultur, des Tourismus und des Handels generiert werden können.

Die Studien wurden 2009 von der media k GmbH (Bad Mergentheim), der TU Wien und dem Verein Kultur und Arbeit (Mainz/Bad Mergentheim) erstellt. Sie wurden vom Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau und dem Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Jugend und Kultur des Landes Rheinland-Pfalz gefördert. Eine Kurzfassung der Studien kann kostenfrei auf www.kultur-und-arbeit.de heruntergeladen werden. Hier finden Sie auch Hinweise zu aktuellen Veranstaltungen zu dieser Thematik.

Mehr Informationen:

Dr. Karin Drda-Kühn
Verein „Kultur und Arbeit e.V.“
Telefon: 079 31 / 563 63 74
E-Mail: info@kultur-und-arbeit.de
www.kultur-und-arbeit.de



Mit Aktienkauf die Region stärken

Von Sören Bronsert

Können Aktien gewinnbringend angelegt werden und gleichzeitig einer sozial-ökologischen Wertschöpfung dienen? Sie können, wie die Regionalwert Aktiengesellschaft in Baden-Württemberg zeigt. Die Bilanz der AG nach knapp drei Jahren macht deutlich: Die Gesellschafter haben auf die richtige Strategie gesetzt.

Die Idee der Regionalwert AG geht auf Christian Hiß zurück. Der Gärtnermeister suchte nach Möglichkeiten, gemeinsam mit den Bürgerinnen und Bürgern in und um Freiburg Landwirtschaft im Zusammenwirken mit anderen regionalen Wirtschaftszweigen sozial, ökologisch und wirtschaftlich nachhaltig zu gestalten. Nach zahlreichen Gesprächen mit Freunden, Berufskollegen und Experten setzte Christian Hiß die Idee 2006 in die Praxis um, indem er seine Gärtnerei und seinen Milchviehbetrieb mit Hofkäserei in die Bürgeraktiengesellschaft Regionalwert AG überführte.

Besitzer wird sein eigener Pächter

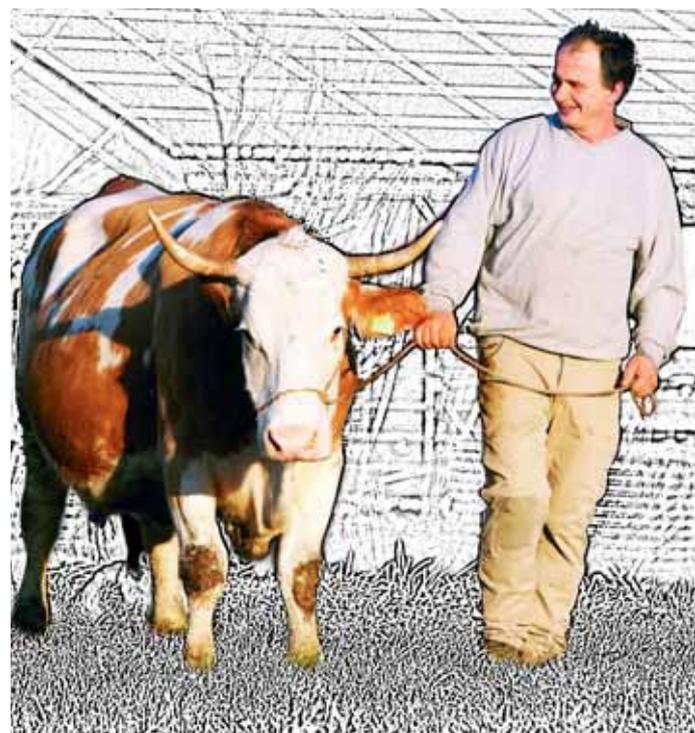
Dass er heute „nur“ noch Pächter seines ehemaligen Besitzes ist, stört ihn dabei wenig. Denn Hiß hatte gute Gründe für seine Entscheidung: „Ich wollte die sozial-ökologische Leistung der Landwirtschaft erhöhen und anderen Menschen eine finanzielle und gestalterische Beteiligung an der weiteren Entwicklung regionaler Wirtschaftsprozesse ermöglichen.“ Als Bürgeraktiengesellschaft spricht die Regionalwert AG private und institutionelle Anleger an, die mit ihrem Beteiligungskapital kleinen und mittleren Unternehmen eine breitere Kapitalbasis verschaffen und somit die regionale Wirt-

schaftsstruktur stärken. „Die Regionalwert-Aktie ist anders als die üblichen Aktien. Sie ist auf Dauer angelegt und nicht auf schnelle Spekulation“, erklärt Hiß. Ihr Gewinn besteht nicht nur aus der monetären Rendite, der Dividende, sondern setzt sich aus der Dividende und ihrem sozial-ökologischen Beitrag – wie Sicherung der Nahrungsmittelqualität, Erhaltung einer vielfältigen Kulturlandschaft – zusammen.

Dem Höfesterben entgegenwirken

Die Regionalwert AG erwirbt oder beteiligt sich an land-, wein- und forstwirtschaftlichen Betrieben sowie Unternehmen aus vor- und nachgelagerten Bereichen dieser Wirtschaftszweige in der Region Freiburg. Dies können auch Betriebe sein, die nachwachsende Rohstoffe und Energie produzieren, landwirtschaftliche Produkte verarbeiten und vermarkten oder der regionalen Gastronomie angehören.

Die Acker- und Grünflächen, die die AG kauft, werden auf ökologische Wirtschaftsweise umgestellt. Die erworbenen Betriebe verpachtet die Regionalwert AG an qualifizierte Unternehmer und Existenzgründer. Damit versucht das Unternehmen vor allem, dem Höfesterben in der Region entgegenzuwirken. Diese Überlegung spielte auch für Hiß eine wichtige Rolle: „Ich wollte für den eigenen Betrieb die Hofnachfolge klären,



Aufsichtsrat der Regionalwert AG., v.l.n.r.: Gerhard Kiechle, Dr. Diana Pretzell, Friedbert Schill, Dr. Jürgen Beckmann, Till Barnasch, Christian Fernow

bevor meine Kinder die Entscheidung der Berufswahl treffen müssen und nicht erst, wenn sie sich gegen die Hofübernahme entschieden haben. Diese Möglichkeit wollte ich mit der Regionalwert AG auch anderen Höfen der Region eröffnen. Somit ist die AG nicht nur eine gute Anlaufstelle für Betriebe, die einen Nachfolger suchen, sondern auch für Hofsuchende“, erläutert der Landwirt.

Das Netzwerk soll wachsen...

Zurzeit hat die Regionalwert AG 340 Aktionäre. Zusätzlich zur Gärtnerei und zum Milchviehbetrieb wurden bereits 74 Hektar landwirtschaftlicher Nutzfläche erworben und in die Aktiengesellschaft überführt. Außerdem gibt es eine stille Beteiligung am Bioladen Rieselhof sowie am Bio-Großhandel Bodan. Weitere Vorhaben sind

- der Erwerb einer Gärtnerei am Rande von Freiburg;
- der Bau einer Betriebsleiterwohnung am Milchviehstall;
- der Aufbau eines Catering-Unternehmens für Bioverpflegung an den Freiburger Schulen;
- die Beteiligung an regionalen Unternehmen (z. B. Bio-Knödelproduktion, mobile Käseerei im Schwarzwald, Bio-Geflügelhaltung und Eierproduktion) sowie
- der weitere Erwerb von landwirtschaftlicher Nutzfläche.

Für die nächsten fünf Jahre hat sich Hiß ambitionierte Ziele gesteckt: „Wir möchten insgesamt zehn landwirtschaftliche Betriebe im Netzwerk einbinden, 20 stille Beteiligungen an regionalen Bio-Unternehmen abschließen und einen funktionierenden Dienstleistungsbereich in der Beratung zu Existenzgründung, Hofübergabe, Finanzierung und Betriebssanierung aufbauen. Die Zahl der Aktionäre sollte auf mindestens 1.500 steigen, die Kapitalsumme auf fünf Millionen Euro.“

...und finanzielle und sozial-ökologische Werte schaffen

Die Regionalwert AG ist keine gemeinnützige Aktiengesellschaft. Seit ihrer Gründung verfolgt sie sowohl das Ziel der sozial-ökologischen Wertbildung also auch der wirtschaftlichen Gewinnmaximierung. In ihrer betrieblichen Ausrichtung und Arbeitsweise müssen alle Betriebe den Wertvorstellungen und Zielen der Regionalwert AG entsprechen. Die Einhaltung dieser Vorgaben wird jährlich mit Hilfe verschiedener Indikatoren

erfasst und überprüft und den Aktionären im Geschäftsbericht ausgewiesen. So werden in der Indikatorenliste unter dem Punkt „Soziales“ die Beschäftigungsstruktur, die Entlohnung und die Qualität der Arbeitsplätze bewertet. Unter dem Punkt „Ökologie“ werden die Kriterien der Bodenfruchtbarkeit, der Biodiversität, die Anwendung der EG-Öko-Verordnung und der Ressourcenverbrauch näher unter die Lupe genommen. Inwiefern die Produktion Wertschöpfung für die regionale Wirtschaft erzielt, wird zum Beispiel am Anteil des Beschaffungsvolumens von regionalen Zulieferern oder am Anteil des Absatzvolumens durch Direktvermarktung gemessen. Auch das Engagement der Betriebsleiter zur Verstärkung der Kooperation innerhalb der Wertschöpfungskette wird erfasst. Derzeit dient die Erfassung dieser Indikatoren nur zur Berichterstattung an die Aktionäre. Geplant ist aber, auf ihrer Basis ein Belohnungssystem für die beteiligten Betriebe zu entwickeln. So könnten zum Beispiel Betriebe, die mehr als nur vorgegebene Mindestanforderungen erfüllen, von Pachtvergünstigungen profitieren.

Aktionäre entscheiden mit

Eine Doppelbilanzierung zeigt auch den Entwicklungsprozess auf der sozialen und ökologischen Ebene auf, den die Betriebe der Regionalwert AG neben ihren betriebswirtschaftlichen Erträgen durchlaufen. Auf Basis der Geschäftsergebnisse in beiden Bereichen entscheiden die Aktionäre mit ihrer Stimme über die Wirtschaftspläne und die Kriterien für das kommende Jahr. Auch die Verwendung möglicher Renditen liegt in der Hand der Aktionäre. So nehmen sie an der Gestaltung der sozialen, ökologischen und ökonomischen Zukunft ihrer Region teil. „Wir sind nicht an der Börse, dies verändert den Charakter der Beteiligung enorm“, erläutert Hiß den Vorteil der Regionalwert AG.

Nur noch sechs Prozent Fremdkapital

Auch wenn die Regionalwert AG noch keine drei Jahre alt ist, zeigen die bisherige Entwicklung und die positive Resonanz aus der Region, dass es Menschen gibt, die in einer sozialen, ökologischen und regionalwirtschaftlichen Entwicklung eine Chance für Mensch, Natur und Wirtschaft sehen. Mit dem Abschluss des Geschäftsjahres 2008 konnte die Gesellschaft eine deutliche Kapitalerhöhung um 961.000 Euro erzielen. So wies der Geschäftsjahresbericht 2008 ein Grundkapital der Aktiengesellschaft von 1.397.000 Euro im Handelsregister auf. „Die Zahl der Aktionäre steigt ständig an“, bestätigt Hiß den Trend und

fügt hinzu: „Die Regionalwert AG bringt das Kapital aus der Stadt ins ländliche Umfeld und schafft somit Verbindungslinien über den Markt hinaus.“ Obwohl der Unternehmensaufbau aufwendig und kostspielig ist und die Pächterträge aus den beiden Betrieben nach Meinung des Unternehmers eher zu gering sind, sieht Hiß das Ergebnis aus dem Geschäftsjahr 2008 positiv: „Heute beträgt der Fremdkapitalanteil an der Gesellschaft nur noch sechs Prozent. Dies und das ungebrochene Interesse der Menschen in der Region geben der Regionalwert AG in Zukunft Unabhängigkeit und Spielraum für größere Investitionen.“

Gärtnerei Freibee: Christian Hiß, Annette Bartels, Gerd Feldmann (v.l.n.r.).



Mehr Informationen:

Regionalwert AG –
Bürgeraktiengesellschaft
in der Region Freiburg
Telefon: 076 63 / 94 24 01
E-Mail: kontakt@regionalwert-ag.de
www.regionalwert-ag.de

Sebastian Groos, Pächter und Aktionär.

Von der Redaktion für Sie

... angelesen



Reittourismus in Deutschland – Wachstumsmarkt mit Zukunft

Von *Isabell Friess*

Im Juni 2009 ist die Marktanalyse „Tourismus rund ums Pferd“ erschienen. Basierend auf einer bundesweiten Befragung von 900 Personen (Reiter, Fahrer und Pferdeinteressierte), zusätzlichen Expertengesprächen und der Auswertung vorhandener Informationen wurden hier erstmalig differenzierte Erkenntnisse über den Reittourismus in Deutschland zusammengestellt.

Neben einer genauen Analyse der Angebotsseite wird auch die Nachfrageseite unter die Lupe genommen. Dabei werden neun Typen von Reittouristen klassifiziert, die sich in bestimmten demografischen Merkmalen, in unterschiedlichem Reit-, aber auch Urlaubsverhalten sowie in Motiven unterscheiden. Ein Blick in die Verteilung der einzelnen Marktsegmente wie Wander- oder Kinderreiten, die Darstellung der Zufriedenheit der Touristen mit dem erlebten Urlaub und die Potenziale dieser Urlaubsform runden die Marktanalyse ab. Im letzten Kapitel entwickeln die Herausgeber Handlungsempfehlungen und fordern beispielsweise eine geschlossene Vermarktung Deutschlands als Reiturlandschaft. Große Potenziale werden auch im Tagestourismus und bei der Gruppe der Pferdeinteressierten, die selbst nicht aktiv reiten, gesehen.

Zum Abschluss jedes Kapitels werden die wichtigsten Erkenntnisse noch einmal zusammengefasst. Zusätzliche Infos wie Ansprechpartner oder die rechtlichen Rahmenbedingungen sind im Anhang aufgeführt.

BTE Tourismusmanagement Regionalentwicklung in Kooperation mit der Deutschen Reiterlichen Vereinigung (Hrsg.), 2009: *Tourismus rund ums Pferd*. Marktanalyse. FN-Verlag Warendorf, ca. 200 Seiten.

Finanzen für die Region mobilisieren

Von *Jan Svoboda*

Eines der wichtigsten Ziele in der Regionalentwicklung ist es, Bürger und Unternehmen mit ins Boot zu holen. Vor diesem Hintergrund gibt das Heft „Aktives privates Kapital für die Region erschließen“ eine Übersicht über projektbezogene und regionale Finanzierungssysteme und veranschaulicht diese anhand von Projektbeispielen und Erfahrungsberichten. So werden etwa Aktiengesellschaften, Genossenschaften und Fondsbeteiligungen, Beteiligungen über Schenkungen und Public-Private-Partnerships, verschiedene Regionalfonds, Stiftungen und Barter-Systeme vorgestellt. Die Instrumente werden zum Teil sehr grundlegend erklärt; in den meisten Fällen werden hierzu auch verschiedene Anwendungsmöglichkeiten genannt. Informationen zum Steuerrecht sowie Musterverträge und -vereinbarungen runden die Beschreibungen ab.

Die jeweils zugeordneten Beispielprojekte helfen, die Umsetzung zu verstehen: Egal, ob es um die Apfeltraum AG, einen Dorfladen, die Elektrizitätswerke Schönau GmbH, eine Bürgersolaranlage, ein Pflegeheim oder den Zukunftsfonds Dübener Heide geht – die Beschreibungen weisen auf wichtige Punkte hin und nennen Ansprechpartner, Literaturhinweise und Links für alle, die mehr erfahren wollen. Das Heft ist sachlich, informativ und leicht lesbar geschrieben. Der Schwerpunkt liegt auf der Regionalentwicklungspraxis mit dem Ziel einer finanziell eigenständigeren Regionalentwicklung. Wer in diesem Sinne Argumente für die Entscheidungsträger in den eigenen Kommunen oder Kreisen braucht, wird hier fündig.

Josef Bühler, 2009: *Aktives privates Kapital für die Region erschließen: Instrumente und Beispiele*. Eureka Verlag, 46 Seiten.

„Verlorene“ Regionen abkoppeln?

Von *Juliane Mante*

Die Folgen des demografischen Wandels und Strategien zu seiner Bewältigung werden seit einiger Zeit verstärkt diskutiert – angefangen noch durch das Gutachten „Demografischer Wandel. Ein Politikvorschlag unter besonderer Berücksichtigung der Neuen Länder“, das kürzlich vom Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung für das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung erstellt wurde. Das erste Kapitel ordnet bisherige Maßnahmen zur Abfederung der Folgen des demografischen Wandels zwei Strategien zu – „Gegensteuern“ und „Anpassen“ – und veranschaulicht anhand ausgewählter Projekte deren Schwächen: Die meisten Ansätze seien auf traditionelle Lösungen fixiert, die mit viel Geld Symptome lindern, anstatt den tatsächlichen Kern des Problems anzugehen, so die Kritik.

Das zweite Kapitel analysiert, welche Eigenschaften Projekte in der Praxis erfolgreich machen. Kapitel drei schließlich richtet Vorschläge an die Politik. Diese beziehen sich auf mögliche Modellprojekte in sechs Modernisierungsbereichen: Energie, Landbau und kleine Kreisläufe, Mobilität, Soziale Aktivierung und Integration, Gesundheit, Schule. Auch wird der Umgang mit so genannten „verlorenen“ Regionen thematisiert – Regionen, die kein Innovationspotenzial besitzen, insbesondere weil hier motivierte, innovative Menschen fehlen. Hier sollte aus Effizienzgründen eine über existenzielle Leistungen der Daseinsvorsorge hinausgehende Förderung unterbleiben, meinen die Verfasser der Studie.

Andreas Weber, Reiner Klingholz, 2009: *Demografischer Wandel. Ein Politikvorschlag unter besonderer Berücksichtigung der Neuen Länder*. Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung, 63 Seiten.

... angekündigt

Von **Stefan Kämper**

Regional und Bio – Möglichkeiten im Premiumsegment ?!

Das Bundesamt für Naturschutz und das nova-Institut laden am **6. und 7. Oktober 2009** zur Fachtagung **Qualität auf ganzer Linie – Premiumlebensmittel mit Mehrwert für Natur und Regionen** auf die Insel **Vilm bei Rügen** ein.

Der Qualitätsbegriff bei Lebensmitteln beschränkt sich heute nicht mehr allein auf eine hohe Produktqualität – er bezieht auch eine konsequente Prozessqualität bezüglich Naturschutz, Biodiversität und regionaler Wirtschaft mit ein. Bioprodukte aus der Region haben damit das Zeug zu einer neuen Premiumproduktlinie, die eine hohe Qualität der Erzeugnisse mit positiven Effekten für Natur und Artenvielfalt sowie für die Stärkung regionaler Betriebe verbindet.

Auf der Tagung haben Interessierte aus Praxis, Wissenschaft und Verbänden die Möglichkeit, über die Kommunikation in Sachen regionale Bioprodukte und die Optimierung regionaler Wertschöpfungsketten zu diskutieren. Dabei werden unterschiedliche Perspektiven zum Thema – beispielsweise die Sicht des Lebensmittelhandels und diejenige regionaler Initiativen – eingenommen; auch wird gefragt, wie die Verbraucher noch besser angesprochen werden können. Außerdem werden Handlungsempfehlungen an die Politik entwickelt.

Programm und Anmeldung:
www.bfn.de/0603_kalender.html
>> 4. Quartal



Zum Thema:
Dokumentation der DVS-Tagung „Erzeugung und Vermarktung von landwirtschaftlichen Qualitätsprodukten“
www.netzwerk-laendlicher-raum.de/qualitaet

Landwirte und Landschaftspfleger als Partner ...

... ist das Motto eines internationalen Symposiums zur **Praxis der Naturschutzberatung in Deutschland und Europa**, das der Deutsche Verband für Landschaftspflege (DVL) am **3. und 4. November 2009** in **Dahlem-Kronenburg (Eifel)** veranstaltet.

Eine gute Naturschutzberatung für Landwirte kann die Akzeptanz und Mitwirkungsbereitschaft der Landnutzer bei der Umsetzung von Naturschutzmaßnahmen ganz entscheidend fördern. Dies zeigen Erfahrungen aus Österreich mit den dort seit Jahren etablierten „Naturschutzplänen“. Auch in anderen europäischen Ländern

und in einigen deutschen Bundesländern sind mittlerweile vergleichbare Pilotprojekte angelaufen, die gesamtbetriebliche Beratungsansätze erfolgreich umsetzen.

Ziel der Veranstaltung, auf der Beratungsprojekte und Ergebnisse aus der Praxis aus dem In- und Ausland präsentiert und diskutiert werden, soll die Entwicklung einer gemeinsamen Strategie zur Verankerung der gesamtbetrieblichen Naturschutzberatung in den Förderprogrammen der Länder sein. Die abschließende Exkursion bietet Gelegenheit, einen landwirtschaftlichen Betrieb kennenzulernen, der bereits an einem Beratungsprojekt teilgenommen hat.

Programm und Anmeldung:
www.lpv.de/index.php?id=322



Zum Thema:
Vorträge und Materialien des DVS-Workshops „Naturschutzberatung für Landwirte“:
www.netzwerk-laendlicher-raum.de/beratung

Perspektiven und Potenziale metropolnaher ländlicher Regionen

Auf der **Fachtagung** des Instituts für Ländliche Strukturforchung (IfLS) am **12. November 2009** in **Frankfurt/Main** steht das Verhältnis ländlicher Regionen zu nahe gelegenen Metropolen zur Diskussion. Besonders die Entwicklungspotenziale und -hemmnisse dieser Regionen, relevante Fachpolitiken sowie Kooperationsfelder zwischen Metropolen und nahen ländlichen Regionen werden erörtert. Nach zwei zentralen Vorträgen stehen in drei parallelen Foren folgende Themen auf der Agenda:

Freiraumnutzung und öffentliche Güter: Wie kann die Bereitstellung öffentlicher Güter honoriert werden? Wie können Na-

tur- und Kulturlandschaften erhalten und entwickelt werden, und welche Änderungen ergeben sich für die Freiraumnutzung durch den Klimawandel?

Governance – Kooperation und politische Steuerung: Wie kann die regionale Entwicklung gesteuert werden, und wie sieht der Interessenausgleich zwischen Stadt und Land aus?

Wertschöpfungspartnerschaften zwischen Stadt und Land: Welche spezifischen Möglichkeiten regionaler Wertschöpfung in metropolnahen ländlichen Räumen gibt es?

In einer abschließenden Podiumsdiskussion

sollen die Arbeitsergebnisse der Tagung in gemeinsame Forderungen an Politik und Programmgestalter sowie in Handlungsempfehlungen für ländliche Regionen münden.

Programm und Anmeldung:
www.ifls.de



Termine

Von Stefan Kämper

6. und 7. Oktober	Qualität auf ganzer Linie - Premiumlebensmittel mit Mehrwert für Natur und Regionen Tagung auf der Insel Vilm <small>Info auf Seite 51</small>	Bundesamt für Naturschutz / Nova-Institut www.bfn.de > Naturschutzakademie > Tagungskalender
7. und 8. Oktober	Neue Wege für den landwirtschaftlichen Betrieb: Von der Geschäftsidee zum Markteintritt Workshop in Münster	Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume www.netzwerk-laendlicher-raum.de/diversifizierung
9. und 10. Oktober	Zukunftsfähige Landwirtschaft - Praxis, Wissenschaft und Verbände im Dialog Tagung in Hofgeismar (Hessen)	Evangelische Akademie Hofgeismar www.akademie-hofgeismar.de
12. bis 14. Oktober	Unendliche Weiten - Optionen zum Flächensparen Tagung in Loccum (Niedersachsen)	Evangelische Akademie Loccum www.loccum.de/programm/p0961a.html
22. bis 24. Oktober	Praxis und Ziele Sozialer Landwirtschaft in Deutschland Tagung in Witzenhausen (Hessen)	Petrarca Deutschland e.V. (Europäische Akademie für Landschaftskultur) www.soziale-landwirtschaft.de
3. und 4. November	Praxis der Naturschutzberatung in Deutschland und Europa Tagung in Dahlem (Eifel) <small>Info auf Seite 51</small>	Deutscher Verband für Landschaftspflege e.V. www.lpv.de/index.php?id=322
12. November	Perspektiven und Potenziale metropolnaher ländlicher Regionen Tagung in Frankfurt/Main <small>Info auf Seite 51</small>	Institut für Ländliche Strukturforchung www.ifls.de
23. und 24. November	Dreiländerdialog Regionalmanagement Fachkonferenz in Lindau (Bodensee)	Regionalmanagement Austria e.V., Regio Suisse - Netzwerkstelle Regionalentwicklung, Regionen im Dialog e.V. www.euregia-bodensee.de
26. und 27. November	Zukünftige Ausrichtung der EU-Agrarpolitik ASG-Herbsttagung in Göttingen	Agrarsoziale Gesellschaft e.V. www.asg-goe.de/tagungen.shtml
2. und 3. Dezember	Innen entwickeln, regional vernetzen: Dörfer und Kleinstädte zwischen Anpassung und Rückbau Tagung in Göttingen <small>Info auf Seite 9</small>	Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume www.netzwerk-laendlicher-raum.de/innenentwicklung

Cartoon zum Fokusthema

Von Mele



LandInForm

3/2009

Auszug

Herausgeber:

Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume

dvs@ble.de

www.land-inform.de