

Silke Franke/Holger Magel (Hrsg.)

LÄNDLICHE KULTUR – UNTERSCHÄTZT!

AMZ

96

Argumente und Materialien
zum Zeitgeschehen

Silke Franke / Holger Magel (Hrsg.)

LÄNDLICHE KULTUR – UNTERSCHÄTZT!

Impressum

ISBN	978-3-88795-478-9
Herausgeber	Copyright 2014, Hanns-Seidel-Stiftung e.V., München Lazarettstraße 33, 80636 München, Tel. 089/1258-0 E-Mail: info@hss.de , Online: www.hss.de
Vorsitzende	Prof. Ursula Männle, Staatsministerin a.D.
Hauptgeschäftsführer	Dr. Peter Witterauf
Leiter der Akademie für Politik und Zeitgeschehen	Prof. Dr. Reinhard Meier-Walser
Leiter PRÖ / Publikationen	Hubertus Klingsbögl
Redaktion	Prof. Dr. Reinhard Meier-Walser (Chefredakteur, V.i.S.d.P.) Barbara Fürbeth M.A. (Redaktionsleiterin) Susanne Berke, Dipl. Bibl. (Redakteurin) Claudia Magg-Frank, Dipl. sc. pol. (Redakteurin) Marion Steib (Redaktionsassistentin)
Druck	Hanns-Seidel-Stiftung e.V., Hausdruckerei, München

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung, Verbreitung sowie Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil dieses Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung der Hanns-Seidel-Stiftung e.V. reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden. Das Copyright für diese Publikation liegt bei der Hanns-Seidel-Stiftung e.V. Namentlich gekennzeichnete redaktionelle Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung des Herausgebers wieder.

INHALT

05 EINFÜHRUNG

Silke Franke

09 „LANDLUST“ UND „LANDFRUST“

Das emotionale Potenzial des ländlichen Raums

Michael Weigl

17 LÄNDLICHE KULTUREN ALS RETTUNGSANKER

Ein Statement

Uwe Brandl

21 GESELLSCHAFTSPOLITISCHER BEDEUTUNGSÜBERSCHUSS LÄNDLICHER RÄUME

Peter Jahnke

AUS DER PRAXIS:

27 AKTIONSPROGRAMM BAYERWALD

Gemeinsame Zukunftsverantwortung für eine ländliche Region

Diana Gallrapp

33 VORAUSSETZUNGEN SCHAFFEN FÜR DIE ENTFALTUNG VON POTENZIALEN

Franz Dullinger

37 KÜNSTLERKOLONIE FICHELGEIRGE E.V.

Sabine Gollner

RESUMEE:

55 RURAL LIFESTYLE – (K)EINE ILLUSION?!

Holger Magel

EINFÜHRUNG

SILKE FRANKE || Warum ziehen immer mehr Menschen in die Ballungsräume? Lässt sich der Traum vom Landleben nicht mehr verwirklichen? Sind es die attraktiveren Arbeitsplätze in den städtischen Zentren oder hat es auch mit dem „Urban Lifestyle“ zu tun? Was kann der „Rural Lifestyle“ entgegenhalten? Diesen Fragen widmete sich das Sommerkolloquium am 17. Juli 2014 in München. Dazu eingeladen hatte die Bayerische Akademie Ländlicher Raum gemeinsam mit der Akademie für Politik und Zeitgeschehen der Hanns-Seidel-Stiftung.

Foto: HSS



Die Tagungsleitung Prof. Dr. Holger Magel und Silke Franke mit Gemeindetagspräsident Dr. Uwe Brandl (v.r.n.l.)

„Ich glaube, viele Leute träumen vom Land, wollen aber doch in der Stadt leben.“ In seinem Beitrag widmet sich Michael Weigl den emotionalen Gründen, die neben den „harten Faktoren“ über die Attraktivität der ländlichen Räume entscheiden und sich der politischen Gestaltbarkeit weitgehend entziehen. Vorurteile eines zurückgebliebenen ländlichen Raums halten sich demnach hartnäckig. Auch der Trend, Heimat als Lifestyle zu vermarkten und mit Etiketten wie „Natur“, „Bio“, „Land“ oder „Outdoor“ zu versehen, ist seiner Meinung nach wenig hilfreich. Solche Marketingbegriffe würden vielleicht den Konsum und damit die wirtschaftliche Seite fördern, nicht aber die identitäre und politische Entwicklung. Und wer „den ländlichen

Raum stärken“ will, vermittelt implizit die Botschaft: „Das Land ist schwach.“ Daher lautet der Rat des Münchner Politikwissenschaftlers, nicht in einen Wettbewerb oder eine „Aufholjagd“ zu den städtischen Lebensverhältnissen zu treten, sondern eine selbstbewusste regionale Identitätspolitik zu pflegen. Ziel müsse es sein, Teilräume entsprechend ihrer Stärken aufzustellen.

„Die Menschen in Bayern leben zweifelsohne in besonders guten wirtschaftlichen Verhältnissen und auch das positive Sozialgefüge trägt zu einer hohen Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen bei. Bemerkenswert ist, dass bei den Gemeinden mit weniger als 5.000 Einwohnern die Wohnzufriedenheit am höchsten ist“, erklärt Uwe Brandl, Präsident des Bayerischen Gemeindetags. Eine unverwechselbare Heimat zu haben und dort bleiben zu können, das ist für ihn angesichts der Globalisierung und des demographischen Wandels nicht mehr so selbstverständlich, zumal nicht alle Kommunen so positive Entwicklungschancen haben. Als Bürgermeister erlebt Brandl immer wieder, wie engagierte Menschen aus eigener Kraft vor Ort beeindruckende Projekte ins Leben rufen. Daraus erwächst Lebensqualität, Gemeinschaftsgeist und eine starke Identifikation mit dem Ort. Doch die Menschen bräuchten auch echte Chancen: „Die Schaffung gleichwertiger Lebensverhältnisse und Arbeitsbedingungen ist kein Selbstläufer, sondern ein materieller Gestaltungs-

auftrag.“ Daher solle das Geld gerechter verteilt und der strukturschwache Raum massiv gefördert werden. „Wir wollen kein ungezügelter Wachstum, aber wir wollen an einer positiven Entwicklung teilhaben, etwa durch die Förderung von Wissenschafts-, Forschungs- und Technologiekompetenzen in den ländlichen Regionen.“

Peter Jahnke, Fachbeiratsvorsitzender der Schule der Dorf- und Landentwicklung Thierhaupten, plädiert dafür, interkommunale Initiativen noch stärker zu fördern und in der Raumordnung zu berücksichtigen. Im bisherigen Zentrale-Orte-System werde „von oben“ über die Bedeutung von Kommunen entschieden, indem einzelne Orte eine bestimmte Zentralitätsstufe zugewiesen bekommen und damit bestimmte Funktionen (Ausstattungsmerkmale), die sie für ihr eigenes Stadtgebiet und für das Umland (Einzugsgebiet) vorhalten dürfen. So gibt es ein hierarchisch gegliedertes Netz an Ober-, Mittel- und Kleinzentren mit einem umliegenden Einzugsgebiet, welches flächendeckend Mindeststandards der Versorgung sicherstellen

soll. Zusammen mit dem Planer Otto Kurz arbeitet Jahnke gerade an einem Denkansatz, der zulässt, dass ein solches Netz auch „von unten“ entsteht, indem die Gemeinden vor Ort selbst einen regionalen Zuschnitt finden, in welchem sie zusammenarbeiten und gemeinsam entscheiden wollen, wer welche Einrichtungen – ob Einkaufszentren, Bildungs- und Gesundheitseinrichtungen oder dergleichen – für die Gesamtregion vorhält. Dieser Ansatz könnte auch solche Werte wie Natur-, Human- und Sachkapital stärker berücksichtigen und jede Gemeinde könnte entsprechend ihrer Fähigkeiten einen wertvollen Beitrag für das Gesamtsystem leisten.

Diana Gallrapp vom Amt für Ländliche Entwicklung Niederbayern stellt als konkretes Beispiel das „Aktionsprogramm Bayerwald“ vor, das im Jahr 2013 auf Initiative von Staatsminister Helmut Brunner als regionale Plattform ins Leben gerufen wurde. Die Regionen entlang der Grenze zu Tschechien und Österreich zählen zu den strukturschwächsten Gebieten Bayerns und haben mit hohen Bevölkerungs- und



Foto: Silke Franke

„Der ländliche Raum: weder ländlich-rückwärtsgewandt-altmodisch noch urban-beliebig-neumodisch.“ (Holger Magel)

Arbeitsplatzverlusten zu kämpfen. Das Aktionsprogramm vernetzt nun die Akteure, die gemeinsam die Zukunftsperspektiven des Standorts „Bayerischer Wald“ verbessern wollen. Insgesamt 70 Experten aus Kommunen, Wirtschaft, Wissenschaft und Sozialverbänden haben in mehreren „Impulsrunden“ bereits Projektmaßnahmen aus fünf Handlungsfeldern erarbeitet. Ein Lenkungsausschuss mit Vertretern aus Bundes-, Landes-, Bezirks- und Kommunalpolitik sorgt für politische Unterstützungsmöglichkeiten, während das Amt für Ländliche Entwicklung die zentrale Koordination übernimmt. Zu den Projekten gehören beispielsweise eine regionale Plattform zur EU-Fördermittelberatung, die Baufachberatung für Kommunen und Architekten oder „WOIDSTOCK“, ein Festival, das den Bayerischen Wald in ein neues Bild rücken und mit bisherigen Klischees aufräumen will.

Unternehmerische anpackende Menschen und eine Kultur des Vertrauens sind Pluspunkte des ländlichen Raums. Franz Dullinger ist davon überzeugt, dass es solche Menschen mit Talenten und die Begeisterung für eine Idee überall gibt. Aus seinen Praxiserfahrungen als Regionalentwickler weiß er aber auch, dass Einzelpersonen immer wieder an einen Punkt kommen, an dem sie Unterstützung von anderen brauchen. Wenn aus dem „eigenen Ding“ ein Gemeinschaftsprojekt wird, an dem viele Menschen teilhaben, dann ist das für Dullinger ein erfolgreiches Beispiel für Bottom-up-Prozesse, wie er anhand von mehreren Portraits erläutert.

„Viel Natur um den Ort und viele Leerstände im Ort – manche sehen darin ein großes Problem. Wir nicht! Wir Künstler sehen darin den Freiraum für das Neue, das entstehen kann – und wir haben auch die kreativen Ideen dafür.“ Sabine Gollner ist die Vorsitzende der Künstlerkolonie Fichtelgebirge (KüKo), ein Verein, der nicht nur als Plattform für Kunst und Kulturschaffende gedacht ist, sondern auch die Kreativwirtschaft mit Tourismus, Industrie und Regionalentwicklung verknüpft. Gollner: „Die KüKo hat eine Vision für die Region. Wir sind überzeugt, dass unsere Mitglieder und Förderer echten positiven Wandel durch wirtschaftlich-kulturelle Aktivitäten bewirken können.“ Leider werde diese Leistung bislang nicht entsprechend

honoriert. Viele Förderprogramme sehen das nicht vor. Dabei kann die Initiative Erfolge vorweisen. So haben sie ein leerstehendes Fabrikgebäude über künstlerischen Aktionen aufgewertet, so dass es nun wieder auf dem Markt angeboten wird.

In seinem Resümee sieht Holger Magel, Präsident der Bayrischen Akademie Ländlicher Raum und Experte in der Enquete-Kommission „Gleichwertige Lebensbedingungen in Bayern“, Anlass zu einem „realistischen Optimismus“: Ländliche Kulturen und Potenziale sind vorhanden und gestaltbar, doch braucht es neue Kategorien für ihre Anerkennung und Förderung.

|| SILKE FRANKE

Dipl.-Geographin und Referentin für Umwelt und Klima, ländlichen Raum, Ernährung und Verbraucherschutz, Akademie für Politik und Zeitgeschehen der Hanns-Seidel-Stiftung, München; Geschäftsführerin der Bayerischen Akademie Ländlicher Raum

„LANDLUST“ UND „LANDFRUST“

Das emotionale Potenzial des ländlichen Raums

MICHAEL WEIGL || „Neo-Nature“, „Generation Outdoor“, „Rural Lifestylers“ – die neue „Lust“ an ländlichen Räumen kennt viele Bezeichnungen. Gleichzeitig aber dauern Prozesse der Landflucht ungebrochen an. Neben „harten“ Faktoren wie einem geringeren Arbeitsplatzangebot sind hierfür auch „weiche“, emotionale Gründe ausschlaggebend. Der ländliche Raum kann die Bedürfnisse postmaterialistischer Lebensstilkonzepte nur bedingt bedienen. Der Politik sind so in ihren Bemühungen, den ländlichen Raum zu stärken, Grenzen gesetzt.

„LANDLUST“ UND „LANDFRUST“: EINE BESTANDSAUFNAHME

Städtische und ländliche Räume gehören zusammen. Oftmals spannungsreich, aber ebenso gegenseitig befruchtend, durchziehen Abgrenzungen wie Befruchtungen von Stadt und Land die Historie und erwiesen sich nicht selten als Motor gesellschaftlichen und politischen Wandels. Selbst für die Herausbildung von politischen Parteien im 19. Jahrhundert spielte die als gesellschaftliche Konfliktlinie manifestierte „urban-rural“-Dimension eine bedeutsame Rolle.¹ Bis heute ist diese Konfliktlinie – wenn auch inzwischen abgeschwächt – in Analysen des Wahlverhaltens zu greifen.

Vorurteile eines „zurückgebliebenen“ und wertkonservativen ländlichen Raumes, dem die Vorstellung moderner, fortschrittlicher und progressiver Städte entgegengestellt wird, halten sich hartnäckig. Auch der im Hochmittelalter etablierte Grundsatz „Stadtluft macht frei“ wird mit seiner Betonung Freiheit atmender Städte bis heute in immer neuen Varianten erzählt. Gleichzeitig hat das spannungsgeladene Verhältnis zwischen Stadt und Land in den vergangenen Jahrzehnten eine abermalige Neubewertung erfahren. Umfragen weisen auf eine neue Intensität des Heimat- und Regionalstolzes hin, der gerade auch in ländlichen Räumen ausge-

prägt erscheint.² Auch darüber hinaus steht der ländliche Raum als Naturraum aktuell hoch im Kurs: „Jahrzehntelang war sie [die Natur] ein kitschig-sentimentales Trostbild für unser Leiden in der Moderne. Seit einiger Zeit jedoch hat sich unser Umgang mit Natur dramatisch verändert. Natur wird Bestandteil neuer aktiver und naturbezogener Lebensformen – Neo-Nature.“³ Eine neue „Generation Outdoor“ sucht die Nähe zum ländlichen Raum, von dem sie sich Erholung und Erlebnis verspricht, und ökologisch produzierte Produkte aus den Regionen sind das Lieblingsprodukt einer neuen „Generation Bio“, die einen gesundheitsbewussten und nachhaltigen Lebensstil zu pflegen sucht. „Heimat“ avanciert zum Lifestyle, mit dem sich viel Geld verdienen lässt, wird unter „Rural Lifestylers“ doch zumeist eine finanziell potente Mittel- und Oberschicht verstanden.

Der ländliche Raum und der ihm zugeschriebene Lebensstil sind „in“. Von derartiger emotionaler „Landlust“ zu gleichzeitig handfestem „Landfrust“ aber ist es nicht weit. Nicht wenige ländliche Regionen haben mit einer ausgeprägten ökonomischen Schwäche, hoher Arbeitslosigkeit, einer voranschreitenden Überalterung und einer fortgesetzten Landflucht, die den Regionen „human resources“ gerade in Form jüngerer Menschen entzieht, zu kämpfen.

Hohe Gemeindeschulden, welche die Handlungsspielräume ländlicher Kommunen für zu treffende Gegenmaßnahmen einschränken, sind die Folge.⁴ Zwischen dem Landkreis München, vom Zukunftsatlas 2013 als wirtschaftsstärkste Region nicht nur Bayerns, sondern Deutschlands gelistet, und dem Landkreis Wunsiedel im Fichtelgebirge als schwächste Region im Freistaat (Platz 320 von 402), liegen Welten.⁵ Ein Umstand, der sich inzwischen auch in der politischen Repräsentation ländlicher Räume widerspiegelt.

Von einem uneingeschränkten Bekenntnis zur Herstellung gleichwertiger Lebensverhältnisse in der Fläche hat sich die Politik längst verabschiedet. Kalküle im Parteienwettbewerb um Wählerstimmen und verfassungsrechtliche Bestimmungen zwingen sie zu manchem rhetorischen Spagat. Wie im Grundgesetz (Art. 72 GG) ist auch in den Verfassungen der deutschen Länder die Herstellung „gleichwertiger Lebensverhältnisse“ als Staatsziel festgeschrieben. Art. 3 Abs. 2 der Bayerischen Verfassung beispielsweise betont explizit, dass der Staat „gleichwertige Lebensverhältnisse und Arbeitsbedingungen in ganz Bayern, in Stadt und Land“ „fördert und sichert“. Wenn aber die CSU ihr Bekenntnis zur Herstellung gleichwertiger Lebensbedingungen in ganz Bayern seit 2007 mit dem Hinweis ergänzt, dass Gestaltungs- und Handlungsspielräume in den Regionen unterschiedlich seien und die CSU „für jeden Lebensraum möglichst gute Lebensbedingungen für die Menschen“⁶ gestalten wolle, ist die Relativierung des Staatsziels gleichwertiger Lebensverhältnisse deutlich zu greifen.

Die christlich-konservativen Parteien sind mit den Jahrzehnten zunehmend von ihrem einstigen, von der christlichen Soziallehre beeinflussten Dogma abgerückt, kleinen ländlichen Räumen den Vorzug vor den großen städtischen Ballungszentren zu geben. Ebenso hat die Sozialdemokratie im gleichen Zeitraum ihren Blick geweitet und adressiert heute längst nicht mehr nur die städtischen industriellen Zentren und ihre Bewohner. In dem Verständnis von Stadt und Land als zwei verschiedenartigen, aber sich ergänzenden Räumen treffen sich die „gemitteten“ politischen Parteien heute. Stadt und Land müssen sich, so der weitgehen-

de Konsens, als verschränkte Räume mit vielfältigen Wechselbeziehungen ergänzen, denn nur so könnten beide die ihnen eigenen Stärken ausspielen. Wie diese sisypheartige Herausforderung zu bewerkstelligen sei und so einer drohenden Negativspirale der Dynamik und Wirtschaftskraft in ländlichen Räumen begegnet werden könne, ist aber weithin unklar.

Alle – ob „Städter“ oder Landbewohner – lieben das Land, nur dort wohnen möchten scheinbar die wenigsten. So kann die aktuelle Gleichzeitigkeit von „Landlust“ und „Landfrust“ pointiert auf den Punkt gebracht werden. Bemühungen der Politik, diesem Umstand entgegenzuwirken, scheinen bisher ins Leere zu laufen. Zwar haben sie dazu beigetragen, die Lebensqualität des ländlichen Raums signifikant zu erhöhen. Die seit Jahrzehnten zu konstatierende ökonomische, soziale und kulturelle Ausdünnung ländlicher Lebensräume aber konnten auch sie nicht verhindern.

„LANDFRUST“ TROTZ „LANDLUST“: EINE SPURENSUCHE

Die öffentlichen Empörungen ob der Empfehlung des Zukunftsrates der Bayerischen Staatsregierung von 2010, „die unterschiedlich strukturierten Regionen Bayerns [...] entsprechend ihrer Leistungsfähigkeit“⁷ („Bayern wird München“) zu entwickeln, waren der Politik Beweis genug, wie emotional aufgeladen das Spannungsverhältnis zwischen städtischen und ländlichen Räumen weiterhin ist und welcher Samthandschuhe es braucht, um das Thema zu kommunizieren. Die bislang nur bedingt erfolgreichen politischen Bemühungen, den „Landfrust“ zu überwinden, und die Empfehlung des Zukunftsrates werfen die zentrale Frage auf, was von jeglichen strukturpolitischen Eingriffen realistisch betrachtet überhaupt erwartet werden darf. Besitzen Politik und Gesellschaft in der Ausgestaltung des Spannungsverhältnisses von Stadt und Land überhaupt noch einen Gestaltungsraum, oder muss sie sich auf reaktive „Schönheitskorrekturen“ beschränken, da die Dynamiken von „Landlust“ und „Landfrust“ ihrem Eingriff weitgehend entzogen sind?

Fragt man nach den Gründen, warum die neue „Landlust“ nicht zumindest zu einer Abschwächung des zu identifizierenden „Landfrus-

tes“ führt, ist zuerst die hohe Lebensqualität des ländlichen Raums anzumerken, die hier am Beispiel Bayern in Ausschnitten skizziert werden soll:⁸

- Die gezielte Politik der Aufwertung ländlicher Räume hat im Freistaat zu einer hohen Hochschul- und (immer noch) hohen Schuldichte geführt. Dass die bayerischen Universitäten ihre Studierenden nicht zuletzt aus dem jeweiligen Umland rekrutieren, ist beispielsweise als Erfolg dieser Politik zu werten, wenn dieser Umstand in Zeiten einer angestrebten Internationalisierung der Hochschulen auch Anlass zu Kritik gibt.
- Ebenso ist die über die gesamte Fläche Bayerns verteilte Zahl kultureller Einrichtungen (z. B. 1.350 Einrichtungen der Museumslandschaft und über 60 staatliche und kommunale Theater, Spartentheater ausgenommen) bemerkenswert. Zwar findet sich die Mehrzahl dieser Einrichtungen in Oberbayern, doch sind die weiteren bayerischen Regionen keinesfalls als kulturell abgehängt zu bezeichnen.
- Obwohl zwischen 1991 und 2012 55 Kliniken vor allem der Grund- und Regelversorgung in ländlichen Gebieten schließen mussten, ist die Krankenhaus- und Arztdichte in Bayern immer noch als hoch zu bezeichnen. 74 der 79 bayerischen Planungsbereiche sind nach Angaben der Krankenkassen mit einem hausärztlichen Versorgungsgrad von mehr als 100 Prozent versorgt,⁹ ebenso gilt die flächendeckende Versorgung mit hochqualitativen Krankenhäusern als weiterhin gesichert.
- Die Möglichkeiten der Vereinbarung von Beruf und Familie sind in ländlichen Räumen oftmals besser gegeben denn in Ballungszentren. Probleme, einen Krippenplatz zu bekommen, sind in Großstädten aufgrund von Personal- und Grundstücksmangel sowie der Vielzahl benötigter Plätze¹⁰ oftmals größer als in ländlichen Räumen.
- Niedrigere Bauland- und Mietpreise in den ländlichen Räumen ermöglichen vielen Familien den Traum vom „eigenen Heim“, während in den Ballungszentren der knappe und zumeist hochpreisige Wohnraum solchen Wünschen entgegensteht. Auch sprechen die

hohe Sicherheitslage und eine außerordentlich hohe Umweltqualität für das Land als Lebensraum.

- Schließlich sind die ländlichen Räume keinesfalls als „verschlafen“, sondern als höchst lebendig zu charakterisieren. Ungezählte Feste, Märkte und Brauchtumsveranstaltungen in ganz Bayern tragen nicht nur zur Bewahrung und Tradierung von Traditionen bei, sondern strukturieren zusammen mit einer bunten Vereinslandschaft die ländlichen Lebenswelten in vielfältiger Art und Weise. Die Identität eines Landes bedingt stets beides: den Blick zurück und den Blick nach vorne.¹¹ Traditionsbestände geben Orientierung in Gegenwart und Zukunft. Städtische und ländliche Räume sind diesbezüglich in einer Art arbeitsteiligen Symbiose miteinander verschränkt. Während Städte vornehmlich als Zentren von Innovation und Fortschritt identifiziert werden, sind es maßgeblich die ländlichen Räume, welche einem Land mit ihrer ausgeprägten Pflege von Kulturräumen die identitäre Bodenhaftung geben und eine Orientierungsleistung erbringen, die weit über ihre geographischen Grenzen hinausweist und für die Selbstverständigung eines ganzen Landes von zentraler Bedeutung ist.

Hinsichtlich der Lebensqualität muss der ländliche Raum einen Vergleich mit Ballungszentren nicht scheuen. Zwar sind den ländlichen Raum gleichfalls kennzeichnende Probleme und Herausforderungen nicht von der Hand zu weisen. Jedoch relativieren sich selbst diese nicht selten, werden ländliche und städtische Räume vergleichend nebeneinander gestellt:

- Mit der voranschreitenden Spezialisierung und Hochtechnologisierung von Gesellschaft und Ökonomie gehen den ländlichen Räumen zunehmend die Arbeitsplatzangebote abhanden. Wirtschaftliche Funktionen bündeln sich zunehmend in den Agglomerationsräumen, was zu einer „Peripherisierung“ ländlicher Räume führt.¹² Um ihren erlernten Beruf ausüben zu können, müssen Menschen heute mobiler als früher sein und auch ihre Heimatregionen oftmals dauerhaft verlassen.

- Bessere Arbeitsmarktchancen sind Motor des stetigen Zuzugs in Ballungszentren und führen zu einer massiven Ausdünnung und Verteuerung des dort angebotenen Wohnraums. Städte greifen immer weiter aus (Urbanisierung), so dass auch das Umland von einer Teuerungs- und Verknappungswelle von Wohnraum betroffen ist. Das in attraktiven Städten mehr bezahlte Gehalt¹³ ist so nicht immer Garantie dafür, dass am Ende auch tatsächlich mehr im Geldbeutel übrig bleibt als bei Arbeitnehmern mit Wohnsitz in ländlichen Räumen.
- Um bezahlbaren Wohnraum zu finden, nehmen immer mehr Menschen immer größere Fahrwege zur Arbeit in Kauf. Die höchste Zahl an Pendlern in Bayern findet sich so im Umland der großen Städte. Die Wege, die dort zwischen Wohnung und Arbeitsplatz zu bestreiten sind, sind zwar zuweilen kürzer als auf dem Land. Verkehrsprobleme aber relativieren häufig den vermeintlichen Zeitgewinn gegenüber absolut längeren Anfahrtswegen in ländlichen Räumen.
- Schließlich sind es nicht zuletzt bestehende Defizite der Infrastruktur, die dem ländlichen Raum zu schaffen machen. Brisant sind diese nicht nur, weil sie tatsächlich negative ökonomische Konsequenzen zeitigen, sondern weil sie darüber hinaus auch Vorurteile eines vermeintlich rückständigen ländlichen Raums bestätigen. Nicht vorhandene Breitbandverbindungen beispielsweise stellen einen Standortnachteil für Unternehmen dar, wobei vor allem die den ländlichen Raum tragenden mittelständischen Unternehmen betroffen sind. Gleichzeitig sind sie in einer Welt selbstverständlicher Digitalisierung ein Makel, der dem Lebensstil der „Generation 2.0“ widerspricht. Erkannt wurde die Brisanz dieses Problems schon vor geraumer Zeit. Mit diversen Initiativen versucht die Politik seit mehr als einem Jahrzehnt, schnelles Internet auch flächendeckend in ländlichen Räumen verfügbar zu machen. Bislang aber ist es nicht gelungen, den gordischen Knoten aus wünschenswerter Versorgung und profitabler Einrichtung wie Betreibung der Netze zu zerschneiden, weshalb auf schnelles Internet jenseits der

Ballungszentren auch weiterhin oftmals verzichtet werden muss.

Infrastruktur- und selbst Arbeitsmarktdefiziten kann die Politik – wenn auch in Grenzen – gestalterisch entgegenwirken. Kaum Zugriffsmöglichkeiten besitzt sie dagegen hinsichtlich der emotionalen Gründe, die den „Landfrust“ trotz „Landlust“ befördern.

Mit der zunehmenden Akademisierung der Gesellschaft und des postmaterialistischen Wertewandels seit den 1970er-Jahren hat sich auch die Milieulandschaft Deutschlands gewandelt.¹⁴ Traditionelle Milieus, die weniger nach Individualisierung und Selbstverwirklichung streben und sich auch in kleinräumigen Gemeinschaften mit ihren sozialen Zusammenhängen wohl fühlen, haben deutlich an sich ihnen zugehörig fühlenden Menschen verloren. Die kulturellen und intellektuellen Interessen der nach Selbstverwirklichung strebenden postmateriellen und akademischen Milieus aber kann der ländliche Raum nur in geringem Maße bedienen. Auch wenn die Bemühungen um eine Verbreiterung des kulturellen Angebots im ländlichen Raum Erfolge zeigen, bleibt das kulturelle und intellektuelle Angebot hier doch zwangsläufig immer schmaler als in Städten.

Wie die Gesamtgesellschaft ist auch der ländliche Raum in den vergangenen Jahrzehnten seiner ideologischen Überhöhung beraubt worden. Noch im Umfeld der „Generation 68“ stand der ländliche Raum sinnbildhaft für Lebensentwürfe, die das Ursprüngliche, Reduzierte und Entschleunigte als Gegenentwurf zum kapitalistisch-materialisierten und vermeintlich überzivilisierten Leben in der Stadt begriffen. Dem unter der „Chiffre 68“ zu greifenden Gesellschafts- und Mentalitätswandel¹⁵ aber ist auch bezüglich seiner Grundhaltung zum ländlichen Raum zu bescheinigen, dass manche seiner Ideen zwar überlebten und sich in gesellschaftlichen Einstellungen, Meinungen und Orientierungen verfestigten, diese Ideen aber längst ihres einst ideologischen Unterbaus beraubt sind. Auch die „Generation Outdoor“ sucht und findet im ländlichen Raum das Gegenteil dessen, was sie im städtischen Alltag begleitet. Ruhe, saubere Luft und das Naturerlebnis sind Werte von hohem Rang. Doch wird ihre Suche nicht

mehr als – auch politisch und ideell angereicherter – Gegenentwurf zur Stadt, denn vielmehr als Ergänzung zum und Abwechslung vom städtischen Alltag gesehen. Der ländliche Raum ist für sie kein vorstellbarer oder wünschenswerter Lebensraum, vielmehr erweisen sie sich als seine Konsumenten: „Die Bedürfnisse haben sich individualisiert [...] es geht um individuelles Erleben. Ein Beispiel: Es gibt viele neue, junge Wanderer. Die wollen ein Kontrasterlebnis zu ihrem Büro-Alltag, die wollen die Natur, aber sie wollen sie nicht mehr nur als Idylle.“¹⁶

Gerade der postmaterialistische Wertewandel, der Werte wie Gesundheit und Natur ins Bewusstsein der Menschen gerückt hat,¹⁷ erweist sich heute als Hypothek des ländlichen Raums. Der einstige Widerspruch von Stadt und Land, der dem ländlichen Raum gleichzeitig einen eigenen Wert als Lebensraum zugeschrieben hat, hat sich relativiert. Der Boom der Bio-Branche hat dazu geführt, dass heute alle Produkte frisch und ebenso nachhaltig produziert auch in Städten verfügbar sind. Sie sind sogar in den Ballungszentren oft einfacher zu besorgen, haben sich hier doch zahlreiche Geschäfte auf die Nachfrage eingerichtet, während kleine Läden auf dem Land schließen mussten und die in den dort angesiedelten Supermärkten erhältlichen Produkte nicht selten eine ebenso lange Reise hinter sich haben wie andernorts.

Leben in der Stadt bedeutet heute weniger denn früher, verzichten zu müssen. Das „Gute“ und Gesunde wird bis vor die Haustüre geliefert. Geblieben ist dagegen, dass derjenige Abstriche machen muss, der sich für ein Leben in ländlichen Räumen entscheidet – nur dass solche Abstriche heute nicht mehr selbstverständlich sind, da sie zunehmend den Lebensstilsynthesen der Menschen zuwiderlaufen.

Die Gesellschaft des beginnenden 21. Jahrhunderts ist von zwei nur scheinbar gegensätzlichen Trends gekennzeichnet. Einerseits haben sich Individualisierungsprozesse weiter intensiviert, andererseits ist der Wunsch nach kollektivem Erleben gleichfalls weiter präsent. Das postmoderne „Ich“ mit seinem Wunsch nach erlebter Emotionalität rückt in den Vordergrund, gleichzeitig bedarf dieses Ich der Bestätigung und Rückkopplung in pluralisierten sozialen

Zusammenhängen. Beides kann der ländliche Raum nur bedingt bieten. Auch wenn die traditionelle Dorfgemeinschaft kaum noch anzutreffen ist und traditionelle kulturelle wie kommunikative Zusammenhänge der ländlichen Räume in Erosion begriffen sind, bleiben hier soziale Kontrollmechanismen stärker ausgeprägt als in von Anonymität gekennzeichneten Städten. Gleichzeitig ist der ländliche Raum heute zwar vielfältiger und bunter als früher. Mit dem ebenfalls weiter diversifizierten Angebot an Freizeit- und Kultureinrichtungen in Ballungszentren aber kann er sich nicht messen – und wird sich niemals messen lassen können. Alle Bemühungen stoßen hier an Grenzen der Rentabilität. Die aktuell zu beobachtende „Eventisierung“ der Gesellschaft bei gleichzeitiger Betonung der Individualität des Einzelnen lässt sich in Städten besser in Einklang miteinander bringen denn in ländlichen Räumen. Die Entideologisierung der Gesellschaft hat dazu beigetragen, manche Vorurteile über den ländlichen Raum abzubauen. Geschätzt aber wird das Land von den meisten weniger als Lebens-, denn als Erlebnisraum. Keine politische Bemühung wird hieran etwas ändern können.

„LANDFRUST“ TROTZ „LANDLUST“: DIE KONSEQUENZEN

Der ländliche Raum ist hinsichtlich seiner Lebensqualität durchaus konkurrenzfähig mit städtischen Räumen. Seine Fortentwicklung aber stößt auf „nüchterne“ und „emotionale“ Grenzen, deren Überwindung gesamtgesellschaftliche Anstrengungen erfordern würden, die – zumindest aktuell – nicht mehrheitsfähig sind.

Der neuen „Landlust“ ist bei genauerer Betrachtung ein janusköpfiger Charakter zubescheinigen. „Rural Lifestylers“ sind tendenziell als Chance für die wirtschaftliche Entwicklung des ländlichen Raumes zu werten. Für seine identitäre und auch politische Entwicklung dagegen sind sie gleichzeitig auch eine Gefahr. Prozesse des Mentalitäts- und Identitätswandels führten in der Vergangenheit nur bedingt zu mentalen Angleichungen zwischen Stadt und Land. Unterschiede der Lebensstile sind weiterhin aktuell. Was der altansässigen Bevölkerung so Lebenswelt ist, an deren Fortentwicklung

Interesse besteht, ist für die anderen primär „Rückzugsgebiet“ vom städtischen Alltag. Hier suchen die „Rural Lifestylers“ die Ruhe, Entschleunigung und Naturverbundenheit, die ihr in der Stadt versagt bleiben. Ihre eigentliche Lebenswelt aber bleibt die Stadt. Hier pflegen sie die Mehrzahl ihrer sozialen Kontakte, hierher orientiert sich ihr Einkaufs- und Kulturverhalten. An einer Anpassung an regionale und lokale Traditionen und ein Finden in Dorfgemeinschaften sind viele von ihnen entsprechend nur wenig interessiert. Belange der Fortentwicklung ländlicher Räume unterstützen sie tendenziell nur insoweit, wie sie ihrer vorrangigen Interessen-Trias – Ruhe, Entschleunigung, Naturverbundenheit – nicht widerspricht.

Für den ländlichen Raum prognostizierte Bevölkerungsentwicklungen werden sich nicht umkehren lassen. Der ländliche Raum wird nicht plötzlich zum hoch attraktiven Lebensraum hungriger Magneten. Jedoch ist dies auch gar nicht nötig. Ziel muss es sein, den ländlichen Raum als hoch attraktiven Raum für diese Menschen zu erhalten, die sich ihn als Lebensraum vorstellen können. Wenn die, die sich ein Leben in ländlichen Räumen wünschen, ihren Wunsch nicht mehr erfüllen können, weil ihnen der ländliche Raum kein adäquates Angebot mehr unterbreiten kann, dann erst ist eine vermeintliche Negativspirale des ländlichen Raums tatsächlich unaufhaltsam.

Ziel aller strukturpolitischen Entscheidungen kann demnach keine „Aufholjagd“, sondern muss der Erhalt und Ausbau „lebenswerter Räume“ in Stadt und Land gleichermaßen sein.¹⁸ Nicht „gleiche“ Lebensverhältnisse können das Ziel sein, sondern tatsächlich „gleichwertige“: „Wir arbeiten für gleichwertige Lebensverhältnisse in allen Landesteilen, für Chancen und Lebensqualität für die Menschen überall im Land. Pulsierende Zentren und attraktive ländliche Räume – beide gehören zu Bayern.“¹⁹ Damit der ländliche Raum auch künftig seine Stärken ausspielen kann, muss die „große“ Politik auch weiterhin alle möglichen Anstrengungen unternehmen, sei es hinsichtlich seiner Infrastruktur- und Arbeitsplatzangebotes oder seiner Ärzte- wie Schuldichte. Qualitativ aber ist diese Förderung der ländlichen Räume nicht als Hilfestellung für benachteiligte oder zu-

rückgebliebene Räume zu begreifen. Vielmehr handelt es sich bei solcher Politik für den ländlichen Raum um nichts anderes als um die ebenso vielfältigen wie herausfordernden Anstrengungen, mit denen sich die Politik hinsichtlich der Gestaltung städtischer Lebensräume konfrontiert sieht.

Jeder Raum hat seine Vor- und Nachteile. Diese nüchtern zu begreifen und selbstbewusst zu kommunizieren, ist dringend geboten. Dabei muss diese Kommunikation eines – aus guten Gründen – selbstbewussten ländlichen Raumes nach innen wie nach außen erfolgen, und von allen – Politikern wie Bürgern – gleichermaßen getragen werden. So geht es beispielsweise nicht darum, den ländlichen Raum zu „stärken“. Etwas, das „gestärkt“ werden muss, hat scheinbar Defizite und hinkt hinterher. Vielmehr ist es Aufgabe, alle Räume – ob städtische oder ländliche – entsprechend ihrer Stärken und Schwächen zu bewerten und so aufzustellen, dass sie diese auch künftig ausspielen können.

|| DR. MICHAEL WEIGL

Lehrkraft für besondere Aufgaben für
Politikwissenschaft, Universität Passau

ANMERKUNGEN

- ¹ Vgl. Lipset, Seymour Martin / Rokkan, Stein: *Party systems and voter alignments: Cross-national perspectives*, New York 1967.
- ² Vgl. für Bayern Gruber, Thomas: *Ansichtssache Bayern. Annäherung an eine Heimat*, München 2010; *Heimatgefühl und Leben in Bayern. Generationenspezifische und regionale Unterschiede von Einstellungen zu Politik und Heimat*, in: *Generationenstudie 2009*, hrsg. von Hanns-Seidel-Stiftung, München 2009.
- ³ Kirig, Anja: *Neo-Nature: Die neue Natursehnsucht wird zum Lebensstil*, Interview vom 13.8.2008, <http://www.zukunftsinstitut.de/aktuelles/2008/08/13/neo-nature-die-neue-natursehnsucht-wird-zum-lebensstil>.
- ⁴ Vgl. hierzu die diversen Darstellungen des Landesamtes Bayern für Statistik und Datenverarbeitung: <https://www.statistik.bayern.de>.
- ⁵ Vgl. prognos AG: *Zukunftsatlas 2013*, <http://www.prognos.com/publikationen/zukunftsatlas-regionen>.

- ⁶ Christlich-Soziale Union in Bayern: Chancen für alle! In Freiheit und Verantwortung gemeinsam Zukunft gestalten, Grundsatzprogramm, München 2007, S. 133 f.
- ⁷ Vgl. Zukunftsfähige Gesellschaft. Bayern in der fortschreitenden Internationalisierung, hrsg. vom Zukunftsrat der Bayerischen Staatsregierung, München 2010, S. 32
- ⁸ Vgl. hierzu – falls nicht anders vermerkt – die verschiedenen Daten des Landesamtes Bayern für Statistik und Datenverarbeitung: <https://www.statistik.bayern.de>.
- ⁹ Vgl. BKK Landesverband Bayern: Informationen zur ärztlichen Versorgung, <http://www.bkk-bayern.de/pressepolitik/presse/zahlendatenfakten/fakten-zur-aerztlichen-versorgung-in-bayern>.
- ¹⁰ Vgl. z. B. Staudinger, Melanie: 2600 neue Krippenplätze pro Jahr, in: Süddeutsche Zeitung, 25.9.2013, S. 39.
- ¹¹ Vgl. Weigl, Michael: Mehr als ein Zufallsprodukt: Wirkung und Voraussetzung regionaler Identität, in: Lebensqualität und Standortmanagement. Kultur, Mobilität und regionale Marken als Erfolgsfaktoren, hrsg. von Harald Pechlaner und Monika Bachinger, Berlin 2009, S. 261-274.
- ¹² Vgl. Keim, Karl-Dieter: Ländlicher Raum, in: Aus Politik und Zeitgeschichte 37/2006, S. 3-7, hier S. 4.
- ¹³ Vgl. z. B. Daten der PMSG PersonalMarkt Services GmbH, personalmarkt.de.
- ¹⁴ Vgl. u. a. Klages, Helmut: Werte und Wertewandel, in: Handwörterbuch zur Gesellschaft Deutschlands, 2. Aufl., hrsg. von Bernhard Schäfers und Wolfgang Zapf, Opladen 2001, S. 726-738.
- ¹⁵ Vgl. z. B. Leggewie, Claus: Der Mythos des Neuanfangs – Gründungsetappen der Bundesrepublik Deutschland: 1949-1968-1989, in: Mythos und Nation. Studien zur Entwicklung des kollektiven Bewusstseins in der Neuzeit 3, hrsg. von Helmut Berding, Frankfurt a. M. 1996, S. 275-302.
- ¹⁶ Eike Wenzel zitiert in einem Interview mit Lutz-Temsch, Birgit: Generation Outdoor, in: SZ.de vom 17.5.2010, <http://www.sueddeutsche.de/leben/boom-einer-branch-generation-outdoor-1.98159>.
- ¹⁷ Vgl. Inglehart, Ronald: The Silent Revolution, Princeton 1977.
- ¹⁸ Vgl. zu dieser Diskussion z. B. Barlösius, Eva: Gleichwertig ist nicht gleich, in: Aus Politik und Zeitgeschichte 37/2006, S. 16-23.
- ¹⁹ Bayerische Staatsregierung: Bayern ist das Chancenland Nummer 1 in Deutschland, <http://www.bayern.de/Chancenland-Bayern-.3945.10391699/index.htm>.

LÄNDLICHE KULTUREN ALS RETTUNGSANKER

Ein Statement

UWE BRANDL || Es gibt Stimmen, die behaupten, dass es in 20 Jahren auch in Bayern Verhältnisse geben wird, die sich schon heute in Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern finden. Schon deshalb müssen wir uns mit den Ursachen von Abwanderungsbewegungen aus den ländlichen Räumen befassen. Nur dann sind wir in der Lage, Strategien zu entwickeln, wie wir dem entgegenwirken können.

GLEICHWERTIGE LEBENSVERHÄLTNISSE UND ARBEITSBEDINGUNGEN

Es irrt, wer meint, man könne sich zurücklehnen, weil seit 1. Januar 2014 in Art. 3 der Bayerischen Verfassung ein neues Staatsziel verankert ist. Die Schaffung gleichwertiger Lebensverhältnisse und Arbeitsbedingungen ist kein Selbstläufer, sondern ein materieller Gestaltungsauftrag.

Richtig ist aber, dass der Staat tatsächlich einen verfassungsrechtlich verankerten materiellen Gestaltungsauftrag hat, dessen Umsetzung wir auch einfordern.

Er muss dafür Sorge tragen, dass die Menschen in allen Landesteilen Bayerns auch die gleichen Chancen für ihre Lebensverhältnisse haben.

Lebensverhältnisse und Arbeitsbedingungen sind umfassend zu verstehen und beinhalten sämtliche Lebens- und Arbeitsbereiche. Dazu gehören das Wohnen, die Bildung, die Freizeit, die Erholung, die Daseinsfürsorge, soziale und kulturelle Leistungen sowie die berufliche Entwicklung des Einzelnen. Dabei ist unwichtig ob als Arbeiter, Angestellter oder Selbstständiger, ob in der Stadt oder auf dem Land.

Es stellt sich die Frage, ob „Rural Lifestyle“ ein Rettungsanker sein kann und wenn, für was?

Bei dem Begriff „Rural Lifestyle“ hat man möglicherweise zuerst einmal die klischeehaften Bilder vom Leben auf dem Land im Kopf, die

uns immer wieder in Filmen und Hochglanzprospekten vorgeführt werden: Sonnenschein, glückliche Kühe auf den Weiden, ein Landhaus mit Pferdekoppel, Blumenwiesen, Kirchtürme, ein weißblauer Himmel – schlicht eine heile Welt. Wenn diese Sicht dazu führt, dass das Leben außerhalb der Ballungsräume attraktiver wird, dann ist das in Ordnung.

LÄNDLICHER RAUM

Tatsache ist, dass rund 80-85 % der Landesfläche in Bayern ländlicher Raum ist. 60 % der Bewohner Bayerns leben dort. 75 % der bayerischen Gemeinden (also ca. 1.500) haben weniger als 5.000 Einwohner. Diese Zahlen, isoliert betrachtet, sagen aber noch nicht viel aus. Da ist es nötig, die Strukturkarte Bayerns und die amtlichen Bevölkerungsvorausberechnungen genauer zu betrachten. Da sieht man z. B. im Landkreis Wunsiedel im Fichtelgebirge bis 2031 eine Abnahme der Bevölkerung um knapp 18 %, während der Landkreis München eine Zunahme um 11 % erwartet, obwohl die Metropole bereits heute fast täglich einen Verkehrskollaps erleidet, und zwar nicht nur auf der Straße, sondern auch bei den öffentlichen Verkehrsmitteln.

Natürlich findet man bei uns noch blühende Landschaften, allerdings nicht überall. Im östlichen und nördlichen Bayern sieht es nicht ganz so rosig aus. Hier liegt das Gebiet der

„Förderbanane“, wie Staatsminister Söder diese strukturschwachen Räume wegen ihrer Form so bezeichnet hat.

GEMEINDE – HEIMAT FÜR DIE MENSCHEN

Im Vergleich zu den anderen Bundesländern leben die Menschen bei uns zweifelsohne in besonders guten wirtschaftlichen Verhältnissen, bei landesweit gesehen geringer Arbeitslosigkeit, bester Gesundheit und hoher Lebenserwartung. Nirgends ist der nachbarschaftliche Zusammenhalt besser und das Engagement in den Vereinen größer als in den bayerischen Gemeinden. Daher ist es nicht verwunderlich, dass die Menschen in Bayern mit ihren Lebensbedingungen zufrieden sind und die Bevölkerung durch Zuzüge wächst.

Der Bayerische Gemeindetag hat im Sommer 2013 durch das Forsa-Institut eine Umfrage zum Verhältnis der Bürger zu ihren Gemeinden durchführen lassen. Die Frage, ob man gern in einer Gemeinde wohnt, ist ein aussagekräftiger Indikator für die Verbundenheit der Bürger mit ihrem Wohnort.

90 % der Bürger in den kreisangehörigen Gemeinden Bayerns gaben an, dass sie dort gern leben. Interessant ist, dass diese Wohnzufriedenheit in Unterfranken und der Oberpfalz am größten ist.

Bemerkenswert ist auch, dass gerade in den Gemeinden mit weniger als 5.000 Einwohnern die höchste Wohnzufriedenheit angegeben wird. Das bedeutet aber auch, dass das Leben auf dem Land durchaus noch attraktiv ist, und zwar nicht nur in Oberbayern. Diese Zufriedenheit ist sicher auch Ausdruck eines (noch) funktionierenden Sozialgefüges und das Ergebnis jahre- und jahrzehntelanger Arbeit der dort lebenden und arbeitenden Menschen. Mit diesem Pfund müssen wir wuchern und nach Strategien suchen, damit Menschen nicht nur weiterhin gern auf dem Land wohnen bleiben, sondern auch dorthin ziehen.

NEUE HERAUSFORDERUNGEN

Die vor uns stehenden Aufgaben sind bekannt.

- Wie sehen angesichts der rasant steigenden Zahl alter und hochbetagter Menschen künftig unsere Dörfer aus?

- Wie sieht es mit der für diesen Personenkreis notwendigen Infrastruktur aus?
- Wie gestaltet sich die Versorgung mit den täglichen Dingen des Lebens, die medizinische Versorgung, die Mobilität, die Teilhabe am Gemeindeleben?
- Sind wir darauf schon umfassend vorbereitet?

Das zunehmende Auseinanderfallen tradierter Familienstrukturen macht die Situation für hilfsbedürftige alte Menschen schwieriger. Neben professioneller Hilfe werden Nachbarschaftshilfe und bürgerschaftliches Engagement in unseren Ortschaften an Bedeutung zunehmen. Hier muss man sich die Frage stellen, ob die Weichen hierfür schon gestellt sind.

Zu all diesen Fragen brauchen wir schnelle und umfassende Antworten, sonst wird die zuvor dargestellte Noch-Zufriedenheit blitzschnell umschlagen in eine Unzufriedenheit und zu Abwanderungswellen der Senioren aus unseren Dörfern führen.

WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG

Die Prosperität einer Gemeinde hängt vom Erfolg der örtlichen Wirtschaftsunternehmen, der Betriebe, des Gewerbes und des Handels ab.

Gemeinden haben also an erfolgreichen örtlichen Betrieben ein großes Interesse. Denn eine ihrer Haupteinnahmequellen ist die Gewerbesteuer. Aber auch an den Einnahmen aus der Lohn- und Einkommensteuer partizipieren die Kommunen anteilig. Eine erfolgreiche kommunale Wirtschaftspolitik ist allerdings auch abhängig von den äußeren Rahmenbedingungen, für die zunächst Bund und Länder in der Verantwortung stehen. Hier ist vor allem eine zukunftsweisende Landesplanung zu nennen.

Was also ist notwendig? Zunächst muss der strukturschwache Raum massiv gefördert werden. Die Arbeit muss zu den Leuten gebracht werden. Wenn selbst BMW seine Produktion nach Mexiko verlagern und dort mehr als 1 Milliarde Dollar investieren will, ist das natürlich mehr als kontraproduktiv. Warum zieht man nicht das oben bereits angesprochene Fichtelgebirge als neuen Standort in Betracht? Das Fichtelgebirge statt der Sierra Madre. Das wäre doch für eine bayerische Weltfirma mit weiß-blauem Logo der richtige Standort.

Wissenschafts-, Forschungs- und Technologiekompetenzen müssen in den ländlichen Regionen gefördert werden – lieber im Mausbachtal (in Warmensteinach im Fichtelgebirge) als in einem Silicon Valley.

Das geht natürlich nur, wenn die erforderliche Infrastruktur vorhanden ist – das schnelle Internet ist dabei eine wesentliche Voraussetzung.

Der „Aktionsplan demographischer Wandel“ der Staatsregierung ist ein erster Schritt in die richtige Richtung. Dabei ist zu berücksichtigen, dass ohne entsprechende finanzielle Unterstützung des Staates das alles nicht möglich sein wird. Hier muss geklotzt werden.

- Der Einwohnerrückgang muss finanziell durch entsprechende Zuweisung im FAG (Gesetz über Finanzausgleich zwischen Bund und Ländern) ausgeglichen werden,
- weg mit der Einwohnerveredelung,
- die Niederlassung von Hausärzten auf dem Land muss gefördert werden, wobei auch die kassenärztlichen Vereinigungen ihren gesetzlichen Auftrag zu erfüllen haben,
- das Geld, das im System zur Genüge vorhanden ist, muss nur gerechter verteilt werden,
- die Bildungseinrichtungen müssen wohnortnah sein und die Programme der Städtebauförderung und die Dorferneuerung mit ihren umfassenden Strategien einer baulichen, funktionalen und sozialen Entwicklung müssen erhalten bleiben.

BEDROHUNG KOMMUNALER HANDLUNGSSPIELRÄUME

Die Kommunalpolitik braucht aber auch ihre Handlungsspielräume, um das örtliche Leben gestalten zu können.

Als Beispiel dienen die Einschränkungen bei Einzelhandelsgroßprojekten. Der Staat muss endlich einsehen, dass eine kleinkarierte Steuerung des Einzelhandels im Landesentwicklungsplan (LEP) geradezu kontraproduktiv ist. Es reicht aus, wenn die Spielräume der gemeindlichen Planungshoheit beachtet werden.

Wir haben zudem Städte und Gemeinden, die ihren laufenden Haushalt nicht mehr ausgleichen können. Diese Kommunen sind nicht mehr in der Lage, ihren gesetzlich verankerten Pflichtaufgaben nachzukommen, geschweige denn, sogenannte freiwillige Aufgaben zu erfüllen.

Darunter leidet die Lebensqualität in einer Gemeinde. Zu spüren bekommen dies die Bürgerinnen und Bürger vor Ort. Marode Straßen, baufällige öffentliche Gebäude, Schließung von Kultur- und Freizeiteinrichtungen wie Büchereien, Schwimmbäder oder Turnhallen.

Wenn da die Lichter ausgehen, bleibt über kurz oder lang niemand mehr.

BÜRGERBETEILIGUNG – ABER RICHTIG

Wir brauchen neben entsprechenden Strategien vor allem Menschen, die anpacken. Nicht nur die Kommunalpolitik, sondern auch die Bürgerinnen und Bürger vor Ort sind bei solchen Prozessen gefordert. Selbst mitmachen heißt die Devise.

Das funktioniert teilweise auch – wie das Beispiel der Sanierung eines Dorfwirtshauses unter Beteiligung der örtlichen Vereine und der Bürger in Asten (Tittmoning) gezeigt hat.

Wir stehen allerdings derzeit auch inmitten einer öffentlichen Diskussion, wie wir angesichts der zunehmenden Proteste gegen viele größere, aber auch kleinere Projekte in den Städten und Gemeinden wichtige Vorhaben für die Allgemeinheit überhaupt noch durchsetzen können.

Immer öfter wird Bürgerbeteiligung in dem Sinne verstanden, sich bei persönlicher Betroffenheit gegen etwas auszusprechen, nicht aber sich für etwas zu engagieren.

Der Egoismus ist in unserer Gesellschaft auf dem Vormarsch. Es werden auch immer öfter alle Möglichkeiten ausgeschöpft, um Individualinteressen durchzusetzen. Diese Entwicklung wird leider insbesondere durch die Medien und Werbung noch verstärkt („mein Auto, mein Haus“ usw.). Hier brauchen wir eine neue Kultur.

AUSBLICK UND WÜNSCHE

Ich wünsche mir, dass die Staatsregierung die Einsicht und den Mut hat, die Ansiedlung von Unternehmen auf dem Land und vor allem in den sogenannten Räumen mit besonderem Handlungsbedarf zu puschen.

Ich hoffe, dass auch zukünftig ausreichende Versorgungsstrukturen bestehen (bleiben).

Die Erwartungen auf eine Neuausrichtung bestehen im Übrigen nicht nur in den ländlichen Bereichen, sondern auch im Ballungsraum.

Zwar sind die Probleme unterschiedlich – aber immer geht es um (bessere) Lebensqualität für alle. Die einen beklagen den knappen und teuren Wohnraum, die anderen den Leerstand und den Verfall der Immobilienpreise. Wir wollen kein ungezügelter Wachstum. Wir wollen vor allem, dass die strukturschwachen Räume an einer positiven Entwicklung teilhaben. Vielleicht gibt es ja doch noch eine Erfolgsgeschichte, wie sie in der Vergangenheit in Dingolfing geschehen ist.

Ich bin der Überzeugung, dass das Landleben nicht out ist. Viele verlassen ihre Heimat nicht freiwillig. Der Schlüssel ist der Arbeitsplatz. Fehlt dieser, zwingt er die Menschen zur Abwanderung, mindestens aber zu oft lebenslanger Pendelei.

Um es nochmals zu betonen: Gut ausgebildete Menschen, die einen adäquaten Arbeitsplatz haben und ausreichende Versorgungsstrukturen vorfinden, werden nicht abwandern.

Der Bayerische Gemeindetag wird auch in Zukunft für diese gleichwertigen Lebens- und Arbeitsbedingungen kämpfen und noch zahlreiche Rettungsanker werfen.

Und wir kämpfen auch – wie man auf gut niederbayerisch sagt – für Rural Lifestyle.

|| DR. UWE BRANDL

Präsident des Bayerischen Gemeindetags,
Bürgermeister der Stadt Abensberg

GESELLSCHAFTSPOLITISCHER BEDEUTUNGS- ÜBERSCHUSS LÄNDLICHER RÄUME

PETER JAHNKE || Die ländlichen Räume sind nicht nur vom demographischen Wandel mit den damit verbundenen Engpässen in der Daseinsvorsorge geprägt, sondern glücklicherweise auch von einer Abkehr vom Wachstumsglauben und einem starken Mitwirkungswillen der Bevölkerung bei der Gestaltung der Zukunft. Die heute noch gängige Raumordnungspolitik geht auf diesen Wandel im Wesentlichen nicht ein. Der Bürger verlangt aber ein neues Planungsverständnis für dialoggeführte Planungsprozesse. Der folgende Beitrag versucht, einen Theoriehintergrund für ein zu entwickelndes neues Planungsverständnis für die sich verändernden ländlichen Räume aufzubauen als Grundlage für die Entwicklung von diskussions- und prozessorientierten Planungsmethoden.

ENTWICKLUNGSPOTENZIALE IN DEN LÄNDLICHEN RÄUMEN

Aufgereiht zu dem Wort „Land“ stehen die Repräsentanten der 100 „Ausgezeichneten Orte im Land der Ideen“ symbolhaft für die in den ländlichen Räumen in großer Vielzahl vorhandenen und bedeutenden Entwicklungspotenziale (siehe Abb. 1). Der von der Bundesregierung ge-

meinschaftlich mit der Deutschen Bank ausgelobte Wettbewerb soll auch dazu beitragen, diese Ideen bzw. Potenziale bundesweit zu vernetzen, um Synergieeffekte zu erreichen. Das entspricht auch dem mittlerweile veränderten Planungsverständnis, das sich von einem zielorientierten Masterplan hin zu einem vernetzenden Diskussions- und Planungsprozess entwickelt.

Abbildung 1: Deutschland – Land der Ideen



Foto: Bernd Brundert

Abbildung 2: Internetportal, www.sdl-inform.de



In 20-jähriger Erfahrung mit den Schulen für Dorf- und Landentwicklung in Bayern sowie in diversen Wettbewerben haben wir erleben können, dass es in den ländlichen Räumen in Orten mit geringer oder ohne zentrale Bedeutung Entwicklungen gibt, die es nach der Theorie der zentralen Orte eigentlich nicht geben dürfte. Modelle, Projekte, Handlungen und Maßnahmen auf der Basis eines aktiven bürgerschaftlichen Engagements sind entstanden, die sich an örtlichen Gegebenheiten, beziehungsweise Notwendigkeiten orientieren. So sind Entwicklungspotenziale mit großer Bedeutung gewachsen, aber nicht auf der Grundlage raumordnungspolitischer Vorgaben, sondern geboren aus der Ideenvielfalt bürgerschaftlichen Engagements. Dieses Phänomen stellt das Prinzip der Raumplanung, das hierarchisch organisierte „Zentrale-Orte-System“ (zumindest für Orte mit geringer

oder ohne zentralörtliche Bedeutung), in Frage. Die SDL-Thierhaupten stellt in dem Internetportal www.sdl-inform.de neben aktuellen Informationen eine große Anzahl solcher Potenziale vor.

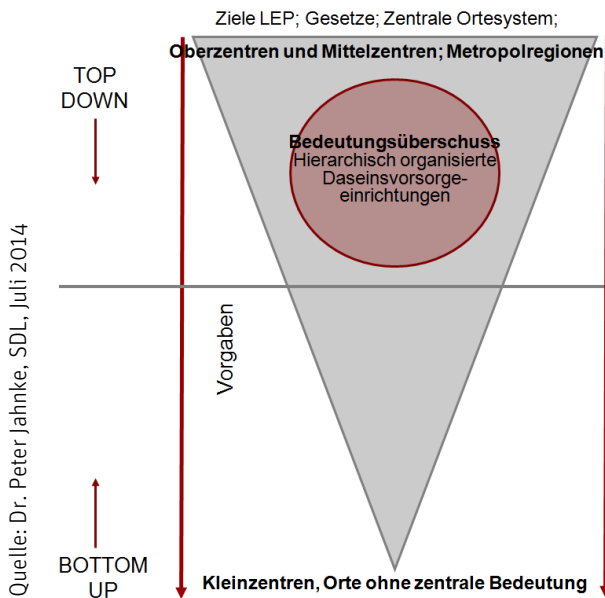
HERKÖMMLICHER RAUMORDNUNGSPOLITISCHER PLANUNGSANSATZ (Top-down-Strategie)

Die ordnungspolitischen Vorgaben der Raumplanung basieren immer noch auf dem zentralörtlichen System von Christaller, das eine hierarchische Organisation der Daseinsvorsorge in jeweils abgegrenzten Teilräumen vorsieht.¹

Entwicklungsschwerpunkte sind die Ober- und Mittelzentren mit ihrem Bedeutungsüberschuss durch ihre Daseinsvorsorgeeinrichtungen. Bedeutungsüberschuss bezeichnet im zentralen

Ort den Unterschied zwischen den insgesamt bereitgestellten Einrichtungen und den Einrichtungen, die nur für die Bewohner selbst benötigt werden.

Abbildung 3: Top-down-Strategie



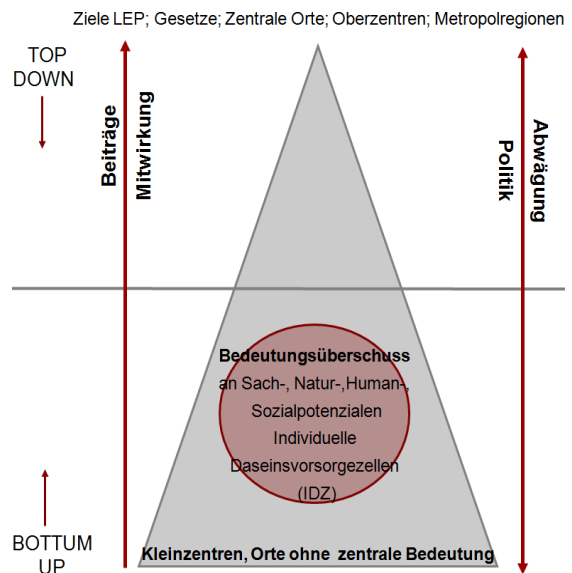
GESELLSCHAFTSPOLITISCHER PLANUNGS-ANSATZ FÜR DIE LÄNDLICHEN RÄUME (Bottom-up-Strategie)

Grundlage für diesen Ansatz ist die in langjähriger Praxis gewonnene Erkenntnis, dass es besonders in den ländlichen Räumen in Orten mit geringer oder ohne zentrale Bedeutung Entwicklungen der im Zukunftsdialog der Bundesregierung beschworenen Sach-, Natur-, Human- und Sozialpotenziale in so großer Anzahl gibt,² dass hier ein gesellschaftspolitisch relevanter Bedeutungsüberschuss vorhanden ist. Bedeutungsüberschuss ist hier der Unterschied zwischen den insgesamt am Ort vorhandenen Potenzialen und den Potenzialen, die nur von den Bewohnern des Ortes benötigt werden.

Wenn Entwicklung und Wachstum nicht nur ökonomisch, sondern (wie im Zukunftsdialog gefordert) auch sozial, kulturell und geistig begriffen werden, dann sind dies bedeutende humane Werte (im Sinne neuer gleichwertiger Lebensbedingungen), die unserer gesamten Gesellschaft zugute kommen. Es gilt, diese Potenziale wahrzunehmen, zu erfassen, zu entwickeln

und gegebenenfalls räumlich und sozial zu vernetzen. Das Internetportal „sdl-inform“ ist eine anschauliche Sammlung solcher Werte bzw. Potenziale und damit eine gute Grundlage.³

Abbildung 4: Bottom-up-Strategie

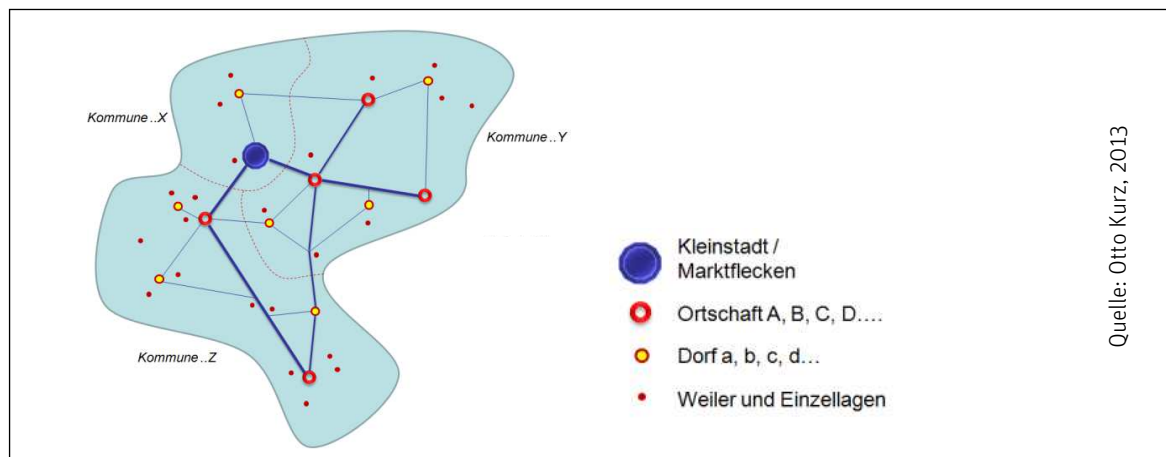


Im Hinblick auf diese gleichwertigen Lebensbedingungen ist es verstärkt Aufgabe der Politik, zwischen diesen unterschiedlichen Bedeutungsüberschüssen abzuwägen, zu entscheiden und zu verantworten.

Wir brauchen aber sowohl Top-down- als auch Bottom-up-Strategien als gegenseitige Ergänzung. Allerdings muss der Austausch von Bottom-up in Richtung Top-down aktiviert werden, damit Mitsprache auch Einfluss nehmen kann, um gegebenenfalls raumordnungspolitische Vorstellungen zu korrigieren oder gar zu verbessern. Gegenwärtige politische Diskussionen und Entwicklungen bestätigen dies.

Vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen gilt es, das vor allem in der Politik vielbeschworene Ziel der gleichwertigen Lebensbedingungen im ganzen Land – zumindest für die ländlichen Räume – neu zu interpretieren. Demnach sollte in einem neuen Raumplanungssystem nicht nur geregelt werden, wo sich was entwickeln darf und wo nicht. Vielmehr muss auch beobachtet werden, wo sich welche Potenziale entfalten und warum. Es könnte ein „Potenzialkataster“ entstehen, der die ländlichen Räume

Abbildung 5: Modell- und Vernetzungsstruktur einer IDZ



in einem völlig neuen Licht erscheinen lässt: Gleichwertige Lebensbedingungen, deren Wertigkeiten aber von den Bewohnern ländlicher Räume selbst festgelegt und als gleichwertig akzeptiert werden (Gleichwertigkeit in Andersartigkeit). Schließlich enthält das Ziel der Gleichwertigkeit den Begriff der „Werte“, und Werte können, wie der Name sagt, individuell ganz unterschiedlich interpretiert werden.

Diese vorhandenen oder sich entwickelnden Potenziale mit ihren gesellschaftspolitisch relevanten Bedeutungsüberschüssen bilden das Fundament für gleichwertige Lebensbedingungen mit einer ländlich geprägten Daseinsvorsorge, die eben nicht top-down verordnet wurde, sondern sich bottom-up entwickelt hat und organisiert wird.

Diese Daseinsvorsorge orientiert sich an den individuellen Potenzialen und Bedürfnissen vor Ort und organisiert sich als Entwicklungsmotor in individuellen Daseinsvorsorgezellen (IDZ) auf bürgerschaftlicher Basis. Die Größe und Struktur dieser Zellen und deren Entwicklungsbereiche ergeben sich aus den vorhandenen gesellschaftspolitisch relevanten Bedeutungsüberschüssen. Diese individuellen IDZ können sowohl Dörfer als auch kleine Landstädte umfassen, die miteinander intelligent vernetzt sind. Dazu sind auch kleinräumige neuartige Mobilitätsstrukturen (z. B. e-mobil) zu entwickeln, mit einer überregionalen Anbindung.

Das bestehende Instrument der Integrierten Ländlichen Entwicklung könnte dafür die Basis und den organisatorischen Rahmen bieten. Ein

hervorragendes Projekt ist das „Ilzer Land“ in Niederbayern mit seinem hohen Vernetzungsgrad.

Der gesellschaftspolitische Planungsansatz unterscheidet sich deutlich von herkömmlichen Planungsansätzen, da er sich nicht an vorgegebenen ordnungspolitischen oder sonstigen Zielsetzungen (Top-down), sondern an vorhandenen Entwicklungen und Potenzialen sowie am bürgerschaftlichen Engagement (Bottom-up) mit seinen Netzwerken orientiert. Zur Definition von diesen Potenzialen, ihre Erfassung in einem Potenzialkataster und für eine Evaluierung sind qualitative Leitindikatoren zu entwickeln und anzuwenden – eine neue Herausforderung für die Schulen für Dorf- und Landentwicklung – nicht nur in Bayern!

DR. PETER JAHNKE

Vorsitzender des Fachbeirats der SDL (Schule der Dorf- und Landentwicklung) Thierhaupten

ANMERKUNGEN

- ¹ Christaller, Walter: Die zentralen Orte in Süddeutschland. Eine ökonomischgeographische Untersuchung über die Gesetzmäßigkeit der Verbreitung und Entwicklung der Siedlungen mit städtischer Funktion, Jena 1933.
- ² Das Glücksinstitut, Abkehr vom Wachstumsglauben: Forscher schlagen neue Kriterien vor, die Wohlstand und Lebensqualität besser fördern sollen, in: Berliner Zeitung, 29.8.2012, S. 1.
- ³ www.sdl-inform.de

AUS DER PRAXIS

AKTIONSPROGRAMM BAYERWALD

Gemeinsame Zukunftsverantwortung für eine ländliche Region

DIANA GALLRAPP || Angesichts der aktuellen Herausforderungen des ländlichen Raums erfordert eine zukunftsorientierte Entwicklung einer ländlichen und peripheren Region integrative Kooperationsformen über politisch-administrative und territoriale Grenzen hinweg. Im „Aktionsprogramm Bayerwald“ sind 5 Landkreise und 109 Kommunen vernetzt, die gemeinsam mit Kreativität und Engagement an einem Strang ziehen, um Entwicklungsimpulse für ihre Region umzusetzen.

Der demographische Wandel, Knappheit der Ressourcen und energie- und klimapolitische Entwicklungen stellen die ländlichen Räume vor neue Herausforderungen und erfordern die Suche nach neuen Lösungen für nachhaltige Entwicklungsstrategien. In der regionalen Entwicklungspolitik hat sich eine Trendwende vollzogen, fort von starren Entwicklungsmodellen hin zu einem größeren regionalen Gestaltungsspielraum, in dem sich top-down- und bottom-up-Ansätze miteinander verknüpfen.¹ Dieser Handlungsspielraum gibt regionalen Akteuren die Chance, eigene Ideen und Vorstellungen in die Entwicklung ihrer Region einzubringen. Neue Steuerungsformen und Gestaltungsprozesse wie (Good) Regional Governance, Stadt-Umland-Beziehungen, Netzwerk und Interkommunale Kooperation (IKZ) haben innerhalb der nachhaltigen Regionalentwicklung zunehmend an Bedeutung gewonnen.

Im Rahmen des Aktionsprogramms Bayerwald haben sich nun zum ersten Mal in Bayern 5 Landkreise für eine Kooperation im Rahmen der Integrierten Ländlichen Entwicklung (ILE) der „ILE Bayerwald“ entschlossen, mit dem Ziel, diesen kreativen Handlungsspielraum gemeinsam mit regionalen Akteuren zu nutzen und die gesamte Region Bayerischer Wald zukunftsfähig zu gestalten.

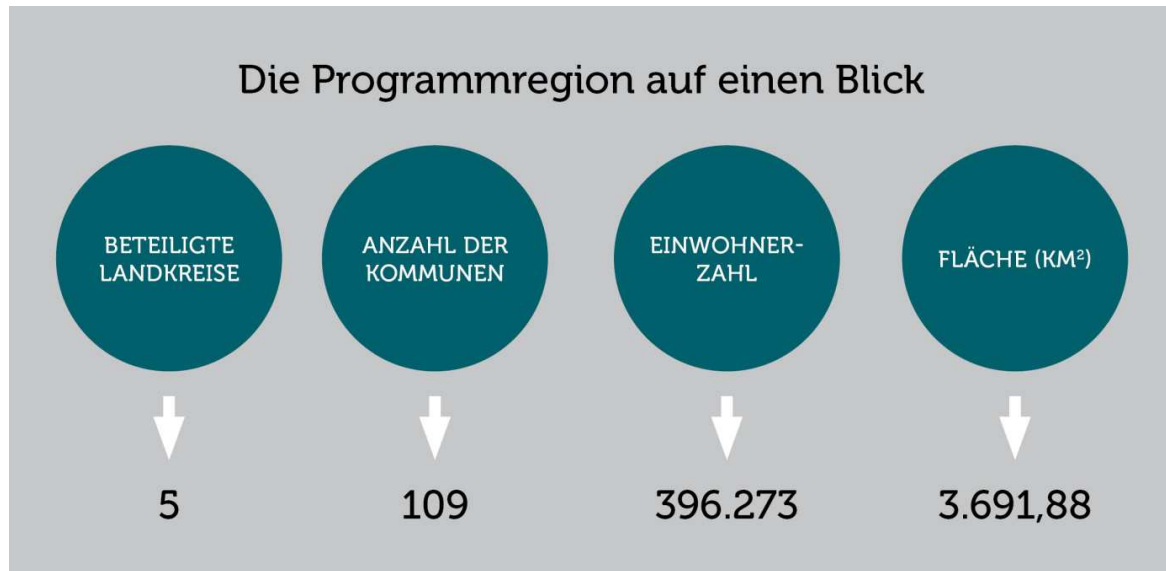
DAS AKTIONSPROGRAMM BAYERWALD – GRUNDSTEIN UND ENTWICKLUNG

Der Grundstein für das Aktionsprogramm Bayerwald wurde bereits im März 2011 gelegt. Rund 200 Persönlichkeiten aus Kommunalpolitik, Wirtschaft, Schulen und Behörden, Verbänden und Institutionen der Landkreise Regen und Freyung-Grafenau haben bei einem Landkongress nach Perspektiven für die Region Bayerischer Wald gesucht. Unter dem Motto „Anpacken statt Abwarten“ wurden auf dem Marktplatz der Ideen konkrete Handlungsansätze für die nachhaltige Entwicklung der Region erarbeitet. Ideen und Ansätze gab es viele. Gleichzeitig wurde jedoch der Bedarf nach einer „Drehscheibe“ artikuliert, die die vorhandenen Ansätze bündelt und zur konkreten Umsetzung kanalisiert.

Parallel dazu wiederum entstand „Aufbruch jetzt“, ein Projekt der niederbayerischen Landräte und Oberbürgermeister, mit dem Ziel, die Auswirkungen des demographischen Wandels auf die niederbayerische Gesellschaft abzumildern und konkrete Handlungsstrategien zu entwickeln.

All diese Aktivitäten standen unter dem Credo „Wir möchten selbst Verantwortung übernehmen und zur Entwicklung unserer Heimat, dem Bayerischen Wald, einen Beitrag leisten.“

Abbildung 1: Die Programmregion auf einen Blick



Quelle: Amt für Ländliche Entwicklung Niederbayern

Endgültigen Anstoß für das „Aktionsprogramm Bayerwald“ gab letztendlich der Auftrag (2012) des Bayerischen Staatsministers für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten, Helmut Brunner, an die Ämter für Ländliche Entwicklung, gemeinsam mit den Kommunen „Visionen 2030“ für den ländlichen Raum zu erarbeiten. Dazu haben die Ämter in ganz Bayern 10 Regionalkonferenzen durchgeführt. Bei der bayernweit ersten Konferenz in Grafenau im Bayerischen Wald (Januar 2013) wurde gemeinsam mit den kommunalen Vertretern der Region das Aktionsprogramm Bayerwald, das erste dieser Art in ganz Bayern, initiiert.

Geographisch umfasst das Programm die 5 niederbayerischen Landkreise Deggendorf, Straubing-Bogen, Freyung-Grafenau, Regen und Passau mit ihren 109 Kommunen nördlich der Donau.

ORGANISATION DER ZUSAMMENARBEIT

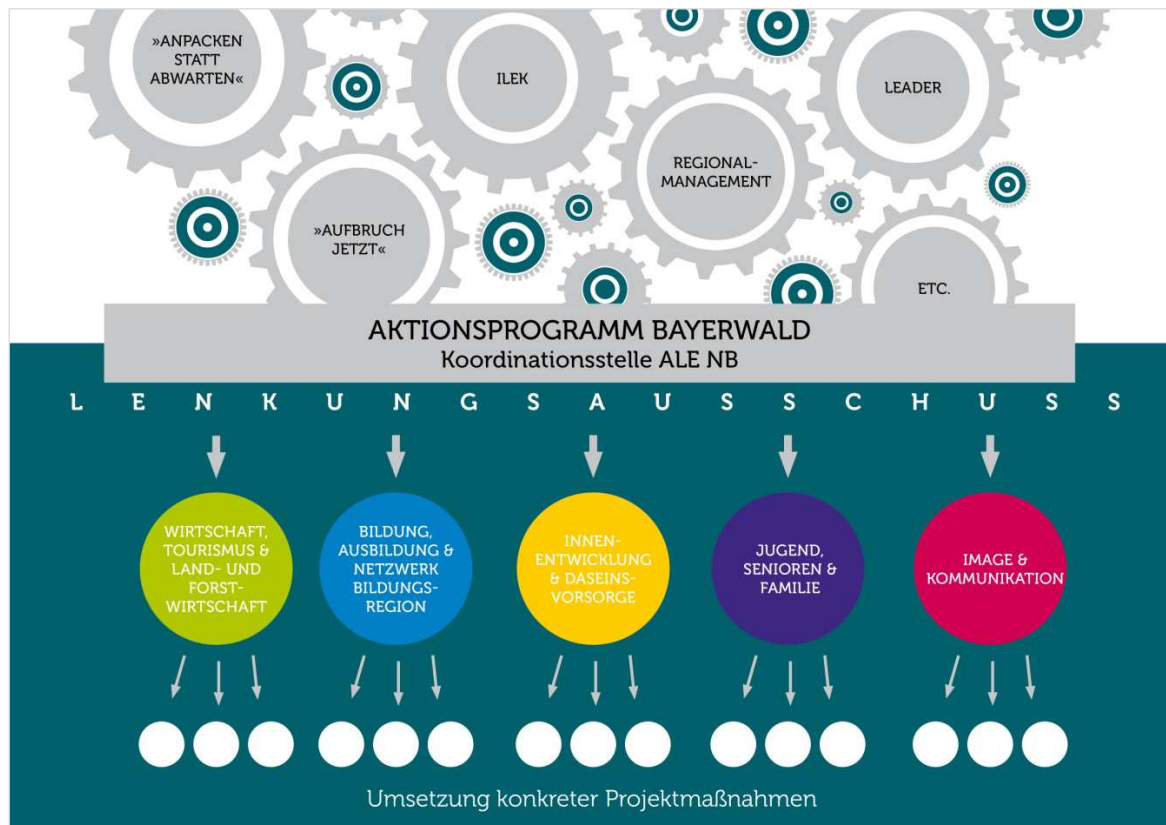
Das Aktionsprogramm Bayerwald ist ein Netzwerk aus regionalen Akteuren und als solches eine zentrale Plattform für Impulse und Projektansätze aus der Region. Das Aktionsprogramm beschäftigt sich mit allen Aspekten der Integrierten Ländlichen Entwicklung in der Region Bayerischer Wald. In diesem Zusam-

menhang spielen Themen wie Wirtschaftsentwicklung, Tourismus, Landwirtschaft und Forst, Bildung, soziale Themen sowie Image und Kommunikation eine wichtige Rolle. Hier fließt das Wissen und die Erfahrungen der regionalen Akteure aus den unterschiedlichen Verantwortungsbereichen und Sektoren zusammen, um letztendlich in konkreten Projekten zu münden.

Das Herzstück des Aktionsprogramms sind die sogenannten Impulsrunden. Insgesamt engagieren sich bis heute über 70 regionale Vertreter aus Politik, Wirtschaft, sozialen Einrichtungen, Wissenschaft und Gesellschaft aus den 5 Landkreisen der Region Bayerischer Wald. Die Impulsrunden werden von kommunalpolitischen Vertretern der Region geleitet und moderiert und finden regelmäßig (mindestens 4x jährlich) statt. Auf diesem Wege identifizieren die Akteure die prioritären Bedarfe und definieren konkrete Projekte und Aktionen, um ihren Wirtschafts- und Lebensraum langfristig attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten.

Durch das Aktionsprogramm Bayerwald wurde eine regionale Plattform geschaffen, die die Vernetzung und Kommunikation engagierter Akteure aus der Region unterstützt und koordiniert. Diese Plattform stellt einen hierarchiefreien kommunikativen Raum dar, der die

Abbildung 2: Organisationsstruktur Aktionsprogramm Bayerwald



Quelle: Amt für Ländliche Entwicklung Niederbayern

Eigenständigkeit der einzelnen Einrichtungen und Personen respektiert und dennoch ein System bildet.

Um die Arbeit der Akteure auf ein breites Fundament zu stellen, wurde ein politischer Lenkungsausschuss gegründet, der die räumliche und die vertikale Ebene der Region umfassend involviert. Aufgabe dieses Ausschusses ist es, die Arbeit der Impulsrunden zu unterstützen und ihr politisches Gewicht zu verschaffen.

Koordiniert und begleitet wird der gesamte Prozess durch eine Koordinationsstelle am Amt für Ländliche Entwicklung Niederbayern.

Diese Organisationsform ist Grundlage für ein aufeinander abgestimmtes Netzwerk auf jeder Handlungsebene. Ziel ist es, die aus den Prozessen erwachsenen Projektideen zu fördern, erkannte Chancen zu nutzen und vorhandene Strukturen besser zu koordinieren. Obgleich die Initiative für das Aktionsprogramm „von oben“ kam, so kann sie ihre Ziele nur dann erreichen,

wenn sie sich „von unten“ mit Leben füllt. Die Arbeit der engagierten Teilnehmerinnen und Teilnehmer ist Grundlage des gesamten Prozesses. Mit ihren Beiträgen sorgen sie für die Dynamik und Kreativität in diesem Netzwerk. Entscheidend dabei ist die Chance, eigene Vorstellungen und Kompetenzen in die Entwicklung einzubringen und damit eine gezielte Entwicklung des Ländlichen Raums voranzutreiben. Bei spezifischen Themen haben sich eigenständige Arbeitsgruppen gebildet.

DAS ANGEBOT DER LÄNDLICHEN ENTWICKLUNG

Am Amt für Ländliche Entwicklung Niederbayern wurde eine Koordinationsstelle eingerichtet, deren Aufgabe es ist, den Gesamtprozess zu koordinieren und die Umsetzung der Projekte zu begleiten. Damit konnte die Koordination in eine bereits bestehende Struktur eingegliedert werden, die aufgrund ihrer originären

Zuständigkeiten und langjährigen Erfahrung in der Region bereits über intensive Verflechtungen verfügt.

Mit einem klaren Fokus auf Projektorientierung fungiert damit die Ländliche Entwicklung als Koordinator und Dienstleister für die Netzwerkpartner. Sie bietet Unterstützung beim Aufbau der Netzwerkstruktur, der Evaluierung, der Entwicklung von Projektkapazitäten und vor allem beim Aufbau effizienter Kommunikationskanäle. Dabei geht es nicht darum, künstliche Parallelstrukturen zu schaffen, sondern als effiziente Schnittstelle zu fungieren, zwischen den verschiedenen räumlichen und politischen Steuerungsebenen und den Akteuren der Region, um die Integration von gemeinsamen Zielen zu ermöglichen. Etablierte Strukturen werden integriert, ihre Zuständigkeiten aber bleiben dabei unangetastet.

ZIELE

Oberstes Ziel ist die erfolgreiche Entwicklung und eine positive Standortkommunikation der ländlichen und peripheren Region Bayerischer Wald. Im Vordergrund stehen dabei die Bedarfe sowie Lösungsansätze, die von engagierten Akteuren aus der Region identifiziert und entwickelt wurden. Aufgegriffen und integriert werden hierbei auch bereits bestehende regionale Konzepte (LEADER, ILEK, Wirtschaftsförderung, Aufbruch jetzt, etc.). Denn Ziel ist es, bereits vorhandene Kompetenzen und Ressourcen zu bündeln und nicht „das Rad wieder neu zu erfinden“.

Das Aktionsprogramm Bayerwald will Chancen eröffnen für mehr Bürgerbeteiligung und eine zielführende Umsetzung der Impulse aus der Region für die Region. Zugunsten funktionaler Lösungen von Handlungsproblemen gilt es auch, isolierte Wahrnehmungen aus der lokalen Perspektive zu überwinden. Durch den Aufbau effizienter Kommunikationsstrukturen und Transparenz zwischen Verwaltung, Politik und Gesellschaft werden regionale Verständigungsprozesse mit langfristiger Ausstrahlung etabliert.

Denn bei der Übernahme von Verantwortung für die gesamte Region geht es auch darum, Win-win-Situationen für alle beteiligten Partner zu schaffen und dadurch im globalen und

regionalen Standortwettbewerb besser bestehen zu können. Das heißt, die Stärken der einzelnen Teilräume aufzudecken und daraus einen gemeinsamen Nutzen zu ziehen. Zentraler Erfolgsfaktor dafür ist die partnerschaftliche Zusammenarbeit der Akteure auf Augenhöhe und die volle Unterstützung des Netzwerkes durch die politische Führung. Derartige partnerschaftliche Kooperationsformen bieten die Chance, die Potenziale und Stärken der Teilräume systematisch zu identifizieren, zu bündeln und zu vernetzen und damit ihre politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Durchsetzungskraft zu erhöhen.²

IMPULSE UND PERSPEKTIVEN

Aus diesem kreativen Prozess ist bereits eine Vielzahl an Entwicklungsimpulsen entstanden, die sich in unterschiedlichen Phasen der Umsetzung befinden. Wichtige Aspekte parallel dazu sind der kontinuierliche, aktive Einsatz der Teilnehmerinnen und Teilnehmer für „ihre“ Region sowie die gesteigerte Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit, die den Gestaltungsprozessen eine neue Dynamik verleihen und die regionale Identität und Kreativität stärken.

Konkrete Impulse und Projekte, die aus dem Aktionsprogramm bislang hervorgingen sind, z. B.:

- Ausbau eines überregionalen Langlaufzentrums;
- Sensibilisierung und Erfahrungsaustausch kommunaler und privater Planungsträger im Bereich „Erfolgreiches Leerstandmanagement“;
- regionale Mobilitätssicherung durch Einrichtung eines landkreisübergreifenden Mobilitätsverbundes „Bayerischer Wald“;
- Baufachberatung für Kommunen zur Steigerung der Holzbauquote im öffentlichen und privaten Bauwesen;
- Steigerung der regionalen Kenntnisse und Identität bei touristischem Servicepersonal;
- Öffentlichkeitsarbeit zur Sensibilisierung der Bevölkerung für barrierefreies Bauen;
- Konzeptentwurf eines Medienevents zur positiven Imageentwicklung und Präsentation der Region Bayerischer Wald unter dem Motto: „WOIDSTOCK – Das Fest für ein neues Waldbild“;

- Initiierung des Forschungsprojekts „Kommunikation im Ländlichen Raum“ in Zusammenarbeit mit den führenden Universitäten und Hochschulen der Region (Deggendorf und Passau) und regionalen TV-Medien.

Um das Netzwerk zu verstetigen und die Kooperation auf ein belastbares Fundament zu stellen, haben die fünf beteiligten Landkreise mit Unterstützung der Ländlichen Entwicklung beschlossen, die „Integrierte Ländliche Entwicklung – ILE Bayerwald“ zu gründen. Als Rahmen für die Kooperation einigte man sich auf eine Arbeitsgemeinschaft (ArGE).³ Die Arbeitsgemeinschaft zählt zu den sogenannten weichen Kooperationsformen und ist ihrem Wesen nach eine Interessensgemeinschaft, ohne Befugnisse zur selbständigen und eigenverantwortlichen Erledigung kommunaler Aufgaben. Zuständigkeiten der Organe der Beteiligten bleiben auch in diesem Kooperationsrahmen unberührt.

Im interkommunalen Bereich sind diese Zusammenschlüsse seit langem üblich.⁴ Die Übertragung der ILE auf die Ebene der Landkreise ist jedoch bis dato ein Novum in Bayern.⁵ Zudem geht die Kooperation über rein verwaltungspolitische Inhalte hinaus und beinhaltet vorwiegend entwicklungspolitische Aspekte.⁶

CHANCEN

Netzwerke als Organisationsform sind an sich nichts Neues. Unsere Gesellschaft wird sogar als Netzwerkgesellschaft des 21. Jahrhunderts bezeichnet.⁷ Ferner werden Netzwerke als zentrale Governance-Form auf europäischer Ebene identifiziert.⁸

Dennoch ist das Aktionsprogramm Bayerwald mit dem Zusammenschluss auf der Ebene der Landkreise, seinem Fokus auf eine gesamte Region und dem Anspruch der kreativen Akteursbeteiligung eine Kooperationsform, wie es sie bislang in der Region Bayerischer Wald noch nicht gegeben hat. Das Aktionsprogramm Bayerwald ist eine regionale Plattform über lokale Verwaltungsgrenzen hinaus, die das Engagement regionaler Akteure bündelt, durch entsprechende Kommunikationskanäle in Wert setzt und ihnen politisches und gesellschaftliches Gehör verschafft.

Es bietet neue Chancen zur interinstitutionellen und interdisziplinären Kooperation und trägt damit der Tatsache Rechnung, dass einerseits viele Probleme nicht an Verwaltungsgrenzen halt machen und dass gerade eine ländliche Region mit so unterschiedlichen Teilräumen wie der Bayerische Wald sehr vielseitige Bedarfe erfordert. Zuständigkeiten bleiben dabei unangetastet und die fachliche bzw. ressortübergreifende Zusammenarbeit ist Voraussetzung für eine derartige Prozessgestaltung der Integrierten Ländlichen Entwicklung.

DIANA GALLRAPP

Dipl.-Geographin (Univ.); Projektkoordinatorin am Amt für Ländliche Entwicklung Niederbayern, Landau an der Isar

ANMERKUNGEN

- ¹ Nischwitz, Guido / Molitor, Reimar / Rohne, Silvia: Local and Regional Governance für eine nachhaltige Entwicklung, in: Schriftenreihe des IÖW 161/02, S. 27.
- ² Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung: Stadt-Land-Partnerschaften – Wachstum und Innovation durch Kooperation, Berlin 2012.
- ³ Rechtsform einer Arbeitsgemeinschaft (ArGe), siehe: Gesetz über die kommunale Zusammenarbeit, Art. 4, 1994.
- ⁴ Aring, Jürgen: Großräumige Verantwortungsgemeinschaften, Meckenheim 2010.
- ⁵ In der Programmregion „Bayerischer Wald nördlich der Donau“ bestehen derzeit neun Gemeindeverbünde. ALE Nb 2014.
- ⁶ Zur Differenzierung von Kooperationsinhalten Interkommunaler Kooperationen, siehe: Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung: Interkommunale Kooperation in ländlichen Räumen, Bonn 2012, S. 42 ff.
- ⁷ Castells, Manuel: The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society, and Culture Volume I, West Sussex, 2. Aufl., 2009.
- ⁸ Jordan, Andrew / Schout, Adriaan: The Coordination of the European Union. Exploring the Capacities of Networked Governance, Oxford 2008.

VORAUSSETZUNGEN SCHAFFEN FÜR DIE ENTFALTUNG VON POTENZIALEN

FRANZ DULLINGER || Ländliche Räume haben sich lange Zeit durch einen hohen Autarkiegrad ausgezeichnet. Das Meiste, was man zum Leben brauchte, wurde vor Ort selber gemacht: Lebensmittel, Kultur, Möbel, Kleidung, Schuhe und so weiter. Eigene Dinge schaffen geht Hand in Hand mit einem bestimmten Lebensgefühl, einer Stimmung oder einem eigenen Lifestyle. Kommen aber einmal alle Produkte, Dienstleistungen und Impulse von außen, macht das abhängig. Abhängigkeit verhindert, einen eigenen Lebensstil zu entwickeln, und kann am Ende der Grund für die Abrissbirne sein. Orte, an denen viel Eigenes gemacht wird – wo also ein anziehender Lifestyle spürbar ist –, zeichnen sich durch unternehmerische Menschen, eine Kultur des Miteinanders und damit echte Vertrauensbeziehungen aus.

REGIONALENTWICKLUNG BEGINNT BEI MENSCHEN, DIE LIEBEN, WAS SIE TUN

Ich selber habe das Glück, seit 15 Jahren als Projektentwickler mit solchen unternehmerischen Menschen arbeiten zu dürfen. Damit meine ich Menschen, die mit Leidenschaft „ihre Sache“ weiterbringen. Nach meiner Erfahrung gibt es diese Menschen in allen Bereichen: in der Jugendarbeit, in der Landwirtschaft, im Tourismus, in der Softwarebranche, um nur einige zu nennen. Diese Leute lieben, was sie tun.

Zudem beherrschen sie eines sehr gut: auf die innere Stimme hören. Was will ich wirklich? Wofür will ich mich einsetzen? Und sie entscheiden sich dann für das Lebendige in ihnen und legen los – gegen die ewigen Einflüsterer mit ihren bekannten Phrasen: „Ja, das wäre schon schön, aber da müsste man ja viel Geld haben und 1.000 Mitarbeiter und noch mehr Fördergelder ...“

Innerlich unabhängige Köpfe sind sich bewusst, dass es nur an ihnen liegt, ob sich etwas rührt. Sie warten nicht auf „Rahmenbedingungen“, sondern nutzen ihre Spielräume – oft indem sie Bündnisse mit Mitstreitern suchen.

Das Spannende für mich ist die Erfahrung, dass es solche Menschen in *jeder* Region gibt. Man muss sie nur finden oder bewusst *erken-*

nen. Viele von ihnen sind schon sehr weit. Sie schaffen das Meiste selbst. Aber noch viel mehr Menschen wachsen bereits durch kleinste Anstöße von außen über sich hinaus.

Deshalb heißt Regionalentwicklung für mich, Menschen in die Lage zu versetzen, ihre Vorhaben umsetzen zu können, ihre Potenziale zur Entfaltung zu bringen und ihnen jene Bühnen zu bauen, auf denen sie tanzen können.

Im Umkehrschluss habe ich damit aber auch die Erfahrung gemacht, dass man echte, also langfristig wirksame Regionalentwicklung nur – und nur! – auf einzelnen Menschen aufbauen kann. Eine Region lebt von dem Willen, der Leidenschaft und der Veränderungsbereitschaft Einzelner. Wo die fehlen, braucht man erst gar nicht anfangen.

DER REGIONALENTWICKLER ALS „SUPPORTIVE LEADER“

Das „eigene Ding machen“, ist das Eine. Das Andere ist, wie es der Göttinger Neurobiologe Gerald Hüther¹ wie folgt auf den Punkt bringt: „Niemand kann die in ihm angelegten Talente und Begabungen allein entfalten. Dazu braucht man immer andere, mit denen man sich gemeinsam auf den Weg macht.“

Hans Lindner, ein Bauunternehmer aus Niederbayern, der alleine gestartet ist und nach 30 Jahren ca. 5.000 Mitarbeiter beschäftigt, sagte einmal zu mir: „Ich habe nur so weit kommen können, weil ich immer wieder Leute um mich gehabt habe, die mich am entscheidenden Punkt weitergebracht haben.“

Die Beweger haben das intuitiv. In der Regel erlebt man sie als Menschen, von denen man alles haben kann oder wenn man es bayerisch formulieren möchte: „Geh her, des hamma gleich ...“ Diese Haltung beanspruchen sie aber auch für sich. Sie blühen auf in einer Kultur der Wertschätzung.

Damit ist die Rolle eines Regionalentwicklers schon mal skizziert: dazuhelfen, die Potenziale vor Ort zu aktivieren. Hier ist gleichzeitig zu unterstützen *und* zu führen. Gerald Hüther nennt diese Regionalentwickler deswegen „Supportive Leader“. Sie haben folgende Aufgaben:

- dafür sorgen, dass die Engagierten ihre Idee das erste Mal laut aussprechen;
- dazuhelfen, dass aus den Ideen der begeisterten Menschen wirkungsvolle Projekte werden durch die Methoden des Entrepreneurship (Konzeptkreativität, Module, etc.);
- für punktgenaue Vernetzung sorgen – weil kein Mensch auf der Welt alles kann.

So wird auch für Teilhabe an einem Prozess gesorgt. Dies sorgt für den Prozessnutzen – die Menschen wollen partizipieren, sie wollen dazugehören und sie möchten der Sache vertrauen. Das sieht man z. B. an den Elektrizitätswerken Schönau (EWS), die sich von der Bürgerbewegung zum Energieunternehmen entwickelt haben – mit 150.000 Kunden und der höchsten Kundenzufriedenheit in Deutschland. Das war möglich, weil von Anfang an klar war: Du bist gefragt, Du kannst mitgestalten. Die Schönauer haben also auf Prozessnutzen gesetzt und nicht auf Ergebnissenutzen, der nur aus dem Stromzähler besteht.

Kein erfolgreiches Projekt / Unternehmen hat einer alleine gestartet. Eindrucksvoll zeigt sich das in der Autobiographie Richard Bransons, einem Menschen, dem wirklich viel gelungen ist: In der zwei Seiten langen Einleitung kommt das Wort „ich“ nicht vor, „wir“ dagegen 32-mal.

Ein Supportive Leader hilft also mit, dass die einzelnen Menschen mehr aus sich und ihrer Begeisterung machen – und bezieht gleichzeitig ihr Umfeld mit ein, auch durch geschickte Kommunikation.

So wird aus dem individuellen unternehmerischen Engagement dann eine regionale Bewegung.

BEISPIEL: CHRISTIAN FUCHSGRUBER UND DIE INITIATIVE „BODEN:STÄNDIG“

Ein Beispiel für einen solchen komplexen Entwicklungsprozess bildet die bayerische Initiative „boden:ständig“. Die Geschichte beginnt bei Christian Fuchsgruber. Er ist mit Leib und Seele Bauer und engagiert sich mit Herzblut für neue Wege in der Bodenbewirtschaftung. Er lebt und arbeitet im Rottal – dem bayernweiten Erosions-Hot-Spot. Seit vielen Jahren tüftelt er an einer reduzierten Bodenbearbeitung und optimalen Zwischensaat, um seinen Boden zu bewahren und die Bäche zu schonen. Obwohl er selbst in seiner Ausbildung noch nie etwas von solchen Konzepten gehört hat, überzeugte er bisher noch jeden seiner eigenen Lehrlinge, die von ihm erprobten Möglichkeiten zu übernehmen. Für Außenstehende kaum zu glauben, bringt er es fertig, dass selbst 80 Liter Starkregenereignisse auf seinen Flächen versickern, und verhindert damit, dass der wertvolle Boden den Bach hinuntergeht. Mittlerweile reisen aus einem weiten Umkreis regelmäßig Busse mit interessierten Bauern an, die sich für das Thema engagieren wollen. Der Supportive Leader in diesem Prozess ist Franz Knogler. Er sorgt dafür, dass Landwirt Christian Fuchsgruber seine Methoden immer weiter entwickeln kann, dass mehrere Bauern gemeinsam in Technik investieren und dass die Besuchergruppen immer zahlreicher werden – und damit Fuchsgrubers Know-how weite Verbreitung findet. Schließlich versucht der Staat seit 20 Jahren, das Thema durch Regularien oder Anreize von oben in den Griff zu bekommen – bisher nur mit mäßigem Erfolg. Christian Fuchsgruber und seine engagierten Kollegen – die immer mehr werden – sind leuchtende Beispiele, an denen keiner mehr vorbeischaun kann. Erst kürzlich hat Landwirtschaftsminister Brunner in seiner Regierungserklärung mitgeteilt, dass er die Initiative „boden:ständig“ auf ganz Bayern ausweiten will.

BEISPIEL: MARTIN KOPPMANN UND DIE KLETTERHALLE SIMBACH AM INN

Martin Koppmann ist eigentlich Polizist. Mit seiner Frau Petra hat er die Jugendleitung beim Alpenverein Simbach übernommen. Dieser zählte im Jahr 2004 etwa 1.000 Mitglieder. Die Simbacher Kletterfreaks waren damals auf die umliegenden Kletterhallen angewiesen: Nach Burghausen oder manchmal sogar bis nach Rosenheim fuhren die Trainer jahrelang mit 70 interessierten Kindern. Das sollte geändert werden und als Vorstand vom Alpenverein Simbach packte Martin Koppmann vor 3 Jahren den Neubau und Betrieb einer Kletterhalle für 1,2 Mio. Euro an. Natürlich gab es große Widerstände gegen solch ein Großprojekt. Zweifler brachten die Überschuldung des Vereins ins Spiel und befürchteten eine finanzielle Misere, wenn das anfängliche Interesse an einer Kletterhalle nachlassen würde. An diesem Punkt bin ich mit Martin Koppmann zusammengekommen und gemeinsam stellten wir wichtige Fragen:

- Was können wir am Konzept verbessern?
- Trägt das Geschäftsmodell?
- Wie können wir die Finanzierung stemmen?
- Wer könnte noch als Partner beteiligt werden?

Ergebnis dieser konzeptiven Arbeit war eine Weiterentwicklung des bestehenden Vorhabens zur „INNspiration“: Neben dem Kletterareal sollten weitere Freizeiteinrichtungen, eine Touristinfo und eine Gastronomie integriert werden. Martin Koppmann setzte dabei auch auf die Zusammenarbeit mit der österreichischen Nachbarkommune Braunau. Diese machten jedoch kurzfristig einen Rückzieher, die emotionalen Wogen schlugen hoch. Eine Interreg-Förderung rückte damit in weite Ferne. Doch das Blatt wendete sich, denn es meldete sich der Alpenverein aus der kleinen Gemeinde Eggelberg (12 km weiter) mit dem Vorschlag einer Kooperation. Denn sie hatten das gleiche Problem: viele Kletterbegeisterte, aber keine Halle vor Ort. Schließlich wurden die Eggelberger Interreg-Projektpartner und zusätzlich entwickelte man ein spezielles Präventionsangebot mit den Simbacher Schulen und einer psychosomatischen Klinik. Leider bremsen uns die Bürokratie im Interreg-Programm aus. Die Stimmung

war am Tiefpunkt, Vorstand Koppmann war ziemlich alleine. Aber ein paar Tage später haben wir uns wieder aufgerappelt und die Finanzierung neu aufgestellt:

- 25 % der Projektsumme wurden aus einem anderen EU-Programm geholt;
- 460.000 Euro hat Martin Koppmann über Spendengelder bei den örtlichen Betrieben eingeworben;
- für den Rest nahm er einen Kredit auf.

Die Kletterhalle in Simbach am Inn wurde gebaut und im Februar 2012 eröffnet. Ein Jahr danach folgte das Außengelände mit einem Motorikpark für Ältere und einem Dirtpark für die jungen Bikefreaks.

Die Mitgliederzahl im Simbacher Alpenverein hat sich heute mit 2.200 Mitgliedern mehr als verdoppelt. 70 Jugendliche klettern regelmäßig. Die Betriebe auf beiden Seiten der Grenzen freuen sich, weil die Kletterhalle ein echtes Argument für qualifizierte Mitarbeiter ist, warum sie mit Familie nach Simbach gehen sollen.

Als Kletterbetreuung und für die Gastronomie sind rund 55 Leute aktiv. Es wurden eine Vollzeit- und zwei Teilzeitstellen geschaffen.

An Orten, wo die Richtigen zusammenkommen, entsteht eine spezielle Atmosphäre des „Auf geht’s“, da entstehen Landeplätze für Sympathie, da vibrierts! Und wer möchte, kann das Rural Lifestyle nennen.

|| FRANZ DULLINGER

Projektentwickler und -antreiber in verschiedenen Regionen Mitteleuropas. Seine Projekte wurden u. a. mit einem European Enterprise Award und dem Bundespreis für interkommunale Kooperation ausgezeichnet. Die internationale Organisation Ashoka hat ihn 2006 als „SocialEntrepreneur“ ausgezeichnet. (Kontakt: office@stopgo.net)

ANMERKUNG

- ¹ Siehe hierzu Hüther, Gerald: Kommunale Intelligenz. Potenzialentfaltung in Städten und Gemeinden, Edition Körber-Stiftung, Hamburg 2013.

KÜNSTLERKOLONIE FICHTELGEBIRGE E.V.

SABINE GOLLNER || Schwierige Fragestellungen bedürfen starker Antworten – im strukturschwachen ländlichen Bereich Oberfrankens besteht Handlungsbedarf. Die Künstlerkolonie Fichtelgebirge ist eine lösungsorientierte Initiative regionaler Kreativschaffender, die durch ihre Vision und durch aktive Projekte die Regionalerneuerung voranbringen will.

EINLEITUNG

Vor 3 Jahren bin ich, nach fast 20 Jahren im Ausland, in meine Heimat zurückgekehrt, um gemeinsam mit meinem Lebensgefährten und Geschäftspartner Nigel Amson eine Firma in Bad Berneck im Fichtelgebirge zu gründen. Nach meinem Studium der Architektur und Städtebau sowie einer Ausbildung als Video- und Fernsehproduzentin leitete ich in Birmingham, Englands zweitgrößter Stadt, 15 Jahre lang eine kreative Multi-Media-Produktionsfirma. Die lange Abwesenheit ermöglicht mir einen klareren Blick auf die Stärken unserer Region.

Die Aufgeschlossenheit politischer Entscheidungsträger gegenüber unserem kreativen Ansatz ermutigte uns, für unser neues Unternehmen den Standort Fichtelgebirge zu wählen. Jürgen Zinnert, Bürgermeister von Bad Berneck, erklärte uns, dass die Stadt besonders den Zuzug von Menschen aus dem Kreativsektor begrüßt. Die hohe Lebensqualität dieser ländlichen Gegend für unsere Familie mit wunderbarer Natur vor der Tür und die zivilen Preise für Immobilien und Lebenshaltung waren ausschlaggebende Faktoren.

Während der Planungsphase für unsere Kreativagentur It's About Time mussten wir jedoch feststellen, dass für den Erfolg unseres Unternehmens zwei grundlegende Faktoren in der Region nicht gegeben waren: ausreichende Besucherzahlen und damit zusammenhängende Märkte sowie ein arbeitsfähiges Netzwerk von Kreativen. Das veranlasste uns, eine weitreichendere Vision zu erarbeiten. Als digitale Medien-

produzenten, Künstler und Netzwerk-Initiatoren wollen wir im ländlichen Raum Oberfrankens durch kulturelle und kreative Projekte für die Stadt- und Regionalentwicklung Impulse schaffen und die Selbstdarstellung der Region verbessern.

Als die Initiatorin der Netzwerk-Initiative „Künstlerkolonie Fichtelgebirge“ (KüKo) freue ich mich, in diesem Praxisbericht die Ausgangslage der Region Fichtelgebirge vorzustellen, ebenso wie die Herausforderungen, die damit verknüpft sind.

Ich werde die Philosophie und den Ansatz der KüKo beschreiben und durch zwei praktische Projekte die Umsetzung dieser Ideen erläutern. Es erscheint mir wichtig, einen kurzen Einblick in unsere Erfahrungen zu geben, die wir in den 90er-Jahren in den UK Creative Industries gesammelt haben, da sie einerseits ein großer Teil unserer Beweggründe waren, die KüKo ins Leben zu rufen, andererseits auch andere, internationale Perspektiven zu kreativwirtschaftlichen Thematiken einbringen. Ich will auch auf Problematiken sowie Gelegenheiten für die Kreativschaffenden im ländlichen Raum Fichtelgebirge eingehen.

AUSGANGSLAGE

Das Fichtelgebirge ist ein Mittelgebirge im Norden Bayerns, benachbart mit Tschechien. Die Region hat ein reiches kulturelles Erbe mit vielen bedeutenden Sehenswürdigkeiten, ist noch das größte Zentrum der europäischen Porzellanindustrie, hat über 40 Museen und Galerien, Opernhäuser und Freilichtbühnen.

Abbildung 1: Kurpark Bad Berneck, Eingang

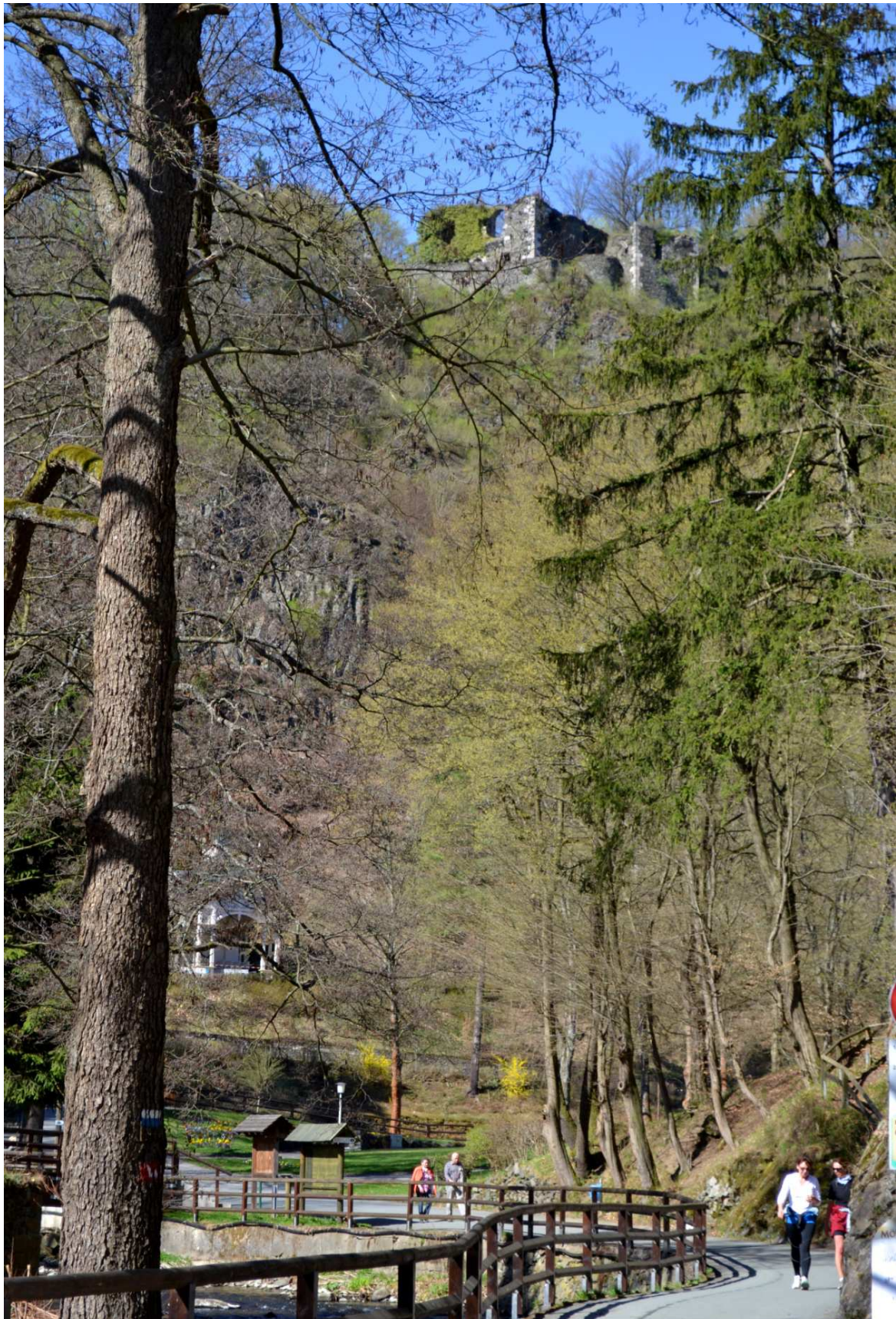


Foto: Sabine Gollner, 2011

Die Region bietet einen unberührten Nationalpark mit urwüchsiger Landschaft sowie beste Möglichkeiten für Aktivitäten (siehe Abb. 1, S. 38). In der Umgebung findet sich von Open-Air-Natur-Bühnen wie der Luisenburg in Wunsiedel über Schlösser bis zum Bayreuther Wagner-Festspielhaus eine Vielzahl von kulturellen Sehenswürdigkeiten.

Das Fichtelgebirge hat alles zu bieten, von hervorragender Gastronomie zu einer Vielzahl von Freizeitaktivitäten – aber die Tourismuszahlen sind seit den 80er-Jahren gefallen und stagnieren weiter. Es gibt nur wenige internationale Besucher. Das Branding der Region stellt das Fichtelgebirge nicht als zusammenhängendes Ganzes dar, Städte und Sehenswürdigkeiten stehen oft in Konkurrenz zueinander. Die Wahrnehmung der Region reflektiert nicht ihre Stärken. Das einst beliebte Urlaubsziel mit Luftkurorten, Kneippheilkunde und Naturangeboten ist heute durch fehlende Investitionen strukturschwach geworden und hat, nicht zuletzt durch leerstehende Gebäude, an Attraktivität verloren.

Nach der Wende zogen viele Industriebetriebe aus dem ehemaligen Zonenrandgebiet weg, der Verlust tausender Arbeitsplätze resultierte daraus. Nichtsdestotrotz besitzt Oberfranken noch immer die zweitgrößte Industriedichte Europas. Fachkräftemangel ist nun die Folge für die weiterhin ansässigen Betriebe.

Der allgemeine Trend der Landflucht und die demographische Entwicklung haben das Fichtelgebirge zusätzlich geschwächt. Es besteht dringender Handlungsbedarf und der Prozess, sich neu zu erfinden, hat gerade erst begonnen.

Ein Meilenstein dieser Neufindung ist die Erkenntnis, dass es im Bereich und in der Nachfolge der großen kreativen und künstlerischen Industriezweige wie Porzellan und Glas nach wie vor viele Kunst- und Kulturschaffende gibt, ebenso wie sich im Fichtelgebirge eine erstaunliche Dichte an kreativen Köpfen im Bereich Werbung und Multimedia ansammelt. Noch nicht vollzogen wurde bisher der Sprung zur „Kreativindustrie“, der Vernetzung und dem Miteinander der einzelnen Kreativen, da hier die Initialzündung gefehlt hat.

„Wissen und Kreativität gehören zu den zentralen Faktoren, die künftig über den wirtschaftli-

chen Erfolg von Städten und Regionen in Europa entscheiden werden. Dies wurde bereits im Jahr 2007 von Seiten des Europäischen Rates und des Deutschen Bundestages hervorgehoben. Im Mai 2008 startete die Bundesregierung die Initiative „Kultur- und Kreativwirtschaft“ mit dem Ziel, die internationale Wettbewerbsfähigkeit dieses Wirtschaftszweiges zu stärken.“¹

Partnerschaften zwischen Tourismus und der Kreativ- und verarbeitenden Industrie sind strategisch wichtige Ziele im Prozess der Regionalerneuerung und werden einen wichtigen Teil der zukünftigen Entwicklung der Region bilden. Nicht nur im Fichtelgebirge werden neue Strategien entwickelt, die den Beitrag der kreativen und digitalen Industrien für die Zukunft der Regionen in Erwägung ziehen.

ÜBERBLICK: WAS IST KÜKO?

Die Künstlerkolonie Fichtelgebirge ist eine Plattform für Kunst- und Kulturschaffende, die darauf abzielt, die Kreativen der Region zu bündeln, sie zu unterstützen, zu stärken und ihre Sichtbarkeit zu erhöhen (siehe Abb. 2, S. 40). Damit wird eine optimierte Außendarstellung der kreativwirtschaftlichen Tätigkeiten in der Region erreicht.

Ziel ist es, existierende Anbieter in der Region zu halten sowie weitere Kulturschaffende anzuziehen.

Als Netzwerkinitiative für Stadt und Land veranstaltet KüKo praktische Workshops und kommuniziert auf digitalem Wege, um branchenübergreifenden Informationsaustausch zu bewirken. Gerade dieser interdisziplinäre Ansatz inspiriert Teilnehmer zu neuen Ideen und innovativen Ansätzen. Gegenseitige Hilfe wird erzielt, nicht zuletzt durch den Zugang zu einem Pool von Talenten, aus dem geschöpft werden kann, um z. B. professionelle Mitarbeiter für Aufträge und Projektarbeiten zu finden.

Durch diese Zusammenarbeit entstehen immer wieder gemeinsame Projekte, die durchgeführt werden. Durch die Verknüpfung mit Tourismus, Industrie und Regionalentwicklung wird die Entwicklung innovativer Geschäftsideen ermöglicht und erleichtert.

Diese Aktivitäten führen dazu, dass die KüKo ein Faktor im Standortmarketing der Region ist. Die Entwicklung eines ansprechenden

Abbildung 2: Flyer KüKo



Foto: Florian Miedl; Design: Marc Eichner, 2012

Images für das Fichtelgebirge und die Durchführung überregionaler und internationaler Projekte machen die KüKo zu einem kulturellen Botschafter für die Region.

Die Künstlerkolonie Fichtelgebirge hat eine Vision für die Region. Wir sind überzeugt, dass unsere Mitglieder und Förderer echten positiven Wandel durch wirtschaftlich-kulturelle Aktivitäten bewirken können.

Der Ansatz von branchenübergreifender Vernetzung von Kreativen sowie die Entwicklung von kreativwirtschaftlichen Geschäftsideen, insbesondere in einer ländlich geprägten Gegend,

hat der Initiative die Auszeichnung als „Bewegungsmelder 2012 – Initiativen die bewegen“ vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie eingebracht. Das Bayerische Wirtschaftsministerium nominierte KüKo hierfür als bayerisches Vorzeigeprojekt.

START DER KÜKO

Mein Partner und ich standen vor einem Dilemma, als wir im Herbst 2011 zurück in meine Heimat zogen. Wir hatten viele Ideen und ein konkretes Konzept für ein kreatives Tourismus-Projekt im Gepäck.

Aber wir fanden uns als Neubürger und Existenzgründer ohne ein professionelles Netzwerk, wir kannten keine Designer, Fotografen, Schriftsteller usw., die in der ländlichen Region Fichtelgebirge arbeiteten.

Als wir die IHK Oberfranken nach Kontakten von und Statistiken über Kreativunternehmen mit Standorten in den ländlichen Bereichen fragten, stellte sich heraus, dass nur ungenügende Bestandsanalysen existierten.

Wir wussten aber instinktiv, dass es viele Kreativschaffende in der Region gab, die wie wir von hoher Lebensqualität und günstigen Preisen überzeugt sind, und riefen kurzerhand über Facebook mit diesem Text die Künstlerkolonie aus:

Künstlerkolonie Fichtelgebirge: Gibt es sie schon? Müssen wir sie „ausrufen“? Muss sie erst geschaffen werden?

So viele talentierte KünstlerInnen, die in der Region leben und arbeiten, jedoch (meistens) in Isolation arbeiten. So viel Kunsthandwerk, jede Menge Kulturerbe und Aktivität – lässt sich dies alles irgendwie zusammenbringen? Wie können wir die Akteure stärken? Wie können wir neue Leute anziehen? Kann so eine Idee die ganze Region wiederbeleben und attraktiver machen?

Wir suchen Leute, die keine Angst haben spekulativ zu arbeiten, und mitwirken wollen, eine neue Vision für's Fichtelgebirge zu entwickeln.

GRÜNDER DER KÜKO

Als Nigel Amson und ich 1996 die Firma „It's About Time Productions“ in Birmingham gründeten, erfuhren wir als digitale Filmemacher die rasante Entwicklung der „Digitalen Revolution“ und der „Creative Industries“ am eigenen Leibe.

Ich ursprünglich Malerin, er Komponist, erkannten wir schnell, wie wir durch den Einsatz neuer Technologien neue Zielgruppen erreichen und damit unsere künstlerischen Werte effektiver vermitteln konnten.

Indem wir uns als Dienstleister definierten, statt auf öffentliche Fördermittel zu hoffen, schufen wir eine lebensfähige Organisation und zugleich ein für uns als Künstler erfüllendes Tätigkeitsfeld. Diese Erfahrungen teilen wir mit denjenigen unserer Künstler-Kollegen, die sich noch in einer starken Abhängigkeit von Kultur-

förderung bewegen und sich noch nicht als Kreativunternehmer begreifen.

Auch die Wirtschaftsförderer im Vereinigten Königreich standen Mitte der 90er-Jahre skeptisch der extrem kleinteiligen, jedoch stark vernetzten, neu entstehenden Kreativindustrie entgegen. Bald fanden sie neue Ansätze, um diese Branche effektiv zu unterstützen. Die überzeugende Erfolgsgeschichte dieser aktiv exportierenden „UK Creative Industry“ spricht für sich, sie hat in der Folge EU-weite Strategien stark beeinflusst.

Kreativität wird inzwischen weitreichend als entscheidender Geschäftsvorteil in jeder Industrie verstanden. Eine selbstbewusste Kreativ-Szene in unserer Region kann ein inspirierender Partner für viele Branchen werden.

Als „It's About Time Productions“ waren wir 15 Jahre lang aktiv in der Kunst- und Kulturszene von Birmingham und den Midlands. Als Team produzierten wir Multi-Media für verschiedenste Kunden (z. B. Galerien, Museen) und führten Projekte im Rahmen von Stadterneuerungsprogrammen durch. Kunst mit Bürgerbeteiligung war ein wichtiger Schwerpunkt, mit Auftraggebern z. B. aus der Architektur und dem Gesundheitsbereich (Initiativen für gesunde Ernährung, Drogenaufklärung usw.).

Wir unterstützten andere Künstler darin, neue Zielgruppen zu finden, sich besser zu vermarkten und ultimativ, sich hauptberuflich durch ihre künstlerische Tätigkeit zu ernähren. Ende der 90er-Jahre leiteten wir die interdisziplinäre Netzwerk-Initiative „No Spectators – Only Makers“ für Kreative, die darauf ausgerichtet war, sich gegenseitig zu inspirieren und zu befruchten, anstatt andere als Wettbewerb zu begreifen.

Die Stadtbibliothek Birmingham erteilte uns den Auftrag, Existenzgründer im Kreativen Bereich zu beraten sowie „Showcase Events“ und Netzwerkgründung im Bereich Film zu organisieren. Der interdisziplinäre Ansatz des Teams half Kreativen der unterschiedlichsten Richtungen, Film und Medien als neue Anwendungsbereiche ihrer Tätigkeiten zu begreifen. Viele erfolgreiche Kollaborationen entstanden durch diese Initiativen und durch ihre SpinOff-Projekte.

Wir wollten solche Prozesse mit der Gründung der KüKo auch im Fichtelgebirge anstoßen.

ENTWICKLUNG DER BOTTOM-UP-INITIATIVE KÜKO

Aber dann waren wir doch mehr als erstaunt über die Resonanz, die die KüKo in kürzester Zeit – ohne Werbemaßnahmen – auf Seiten von Kreativschaffenden als auch bei politischen Entscheidungsträgern auslöste.

Was als Experiment im Winter 2011 auf Facebook anging, verselbstständigte sich schnell als Projekt, binnen weniger Wochen waren es 60, dann 80 Kreativschaffende, die sich dem Netzwerk anschlossen. Heute hat die weiterhin existierende, geschlossene Facebook-Gruppe 283 Mitglieder.

Wir waren begeistert, wie viele unterschiedlichste Kreative sich mit uns in Verbindung setzten, ob Theaterregisseure, Schmuckdesigner, digitale Mediendesigner, Mundartdichter und Schriftsteller, Maler und Bildhauer, Musiker von Barock-Cembalisten bis zu elektronischen Komponisten, Kalligraphen, Filmemacher, Architekten u.v.m. Alle Akteure sahen die Notwendigkeit, sich hier im ländlichen Raum effektiv zu vernetzen, um sich gegenseitig zu befruchten und durch Kooperationen miteinander und mit anderen Branchen neue wirtschaftliche Möglichkeiten zu finden.

In der Wirtschaft gibt es vom Bund der Selbstständigen über die Arbeitsgemeinschaft der Industrie bis hin zu den Wirtschaftsunioren etliche Möglichkeiten der Vernetzung. Für Künstler fehlte diese übergreifende Plattform für Erfahrungsaustausch und Zusammenarbeit.

Erste Künstler-Netzwerkabende entstanden, Teilnehmer erkannten ähnliche Probleme bei Kollegen aus vermeintlich gegensätzlichen Fachrichtungen. In Vorträgen und Gesprächen teilten Nigel Amson und ich unsere Erfahrungen aus England als Basis für die neue Plattform und das Netzwerk für das Fichtelgebirge (siehe Abb. 3).

Durch unsere Erfahrungen in den UK Creative Industries haben wir ein anderes Selbstverständnis, was Kreative bewegen und erreichen können. Wir ermutigen unsere Kollegen, sich als selbstbewusste Dienstleister zu empfinden statt als abhängige Bittsteller. Als Großstädter mit internationaler Perspektive bringen wir wichtige Impulse mit.

In diesem Sinne bieten wir uns als Brücke zwischen Kreativen, Politikern und Wirtschaft an, nicht nur als theoretisches Netzwerk, aber auch mit konkreten Projektvorschlägen, die Arbeit für die Kreativen der Region schaffen soll.

Angeregte Gespräche und anregende Zusammenarbeiten resultieren. Neue Gedanken entwickelten sich. Gemeinsame Präsentation nach außen wurde beschlossen: Auftraggeber aus Wirtschaft und Tourismus müssten nicht mühevoll suchen, sondern könnten sich an die Plattform wenden. Ein Visionsdokument und ein Strukturplan für 15 Jahre Regionalentwicklung wurden verfasst.

Vom Software-Entwickler zum Maler, vom Designer zum Musiker, vom Drechsler zum Architekten – der rege Zulauf zeigte, dass großer

Abbildung 3: Netzwerk-Treffen KüKo



Foto: Kreativagentur It's About Time, 2012

Bedarf an einer Schnittstelle für Kreativ-Akteure in der Region bestand, um Synergien zu schaffen und gemeinsam aktiv zu werden.

Die Mitglieder wurden zu „KüKos“, eine gemeinsame Identität begann sich zu entwickeln. Als Bottom-up-Initiative etablierte sich die KüKo schnell als Netzwerk für Kreative in Oberfranken.

Beim Ideenworkshop „Eine Region im Aufbruch“ im März 2012 hatte ich die Gelegenheit, dem Bayerischen Ministerpräsidenten Horst Seehofer das Konzept und die Vision der KüKo vorzustellen. Er erkannte das Potenzial unserer Initiative, nannte sie „Gold wert für die Attraktivität der Region“ und bat mich, ihm das Konzept einzureichen.

Dieses Lob öffnete uns Türen, wir erhielten viel Presse und unserer schon dynamischen Bewegung wurde noch mehr Schub verliehen.

VEREINSGRÜNDUNGEN

Im Juni 2012 gründeten wir den gemeinnützigen Trägerverein Künstlerkolonie Fichtelgebirge e.V., im September 2012 kam der Förderverein KüKo e.V. dazu.

Heute gibt es über 100 Vereinsmitglieder in beiden Vereinen, im weiteren Netzwerk sind zwischen 300 bis 400 Akteure involviert.

Viele Künstler sind „Vereins-resistent“ – sie sehen sich als Individualisten und eine Vereinsmitgliedschaft widerstrebt ihnen. Oft sind sie sehr aktive KüKos, bevorzugen aber eine informelle Zusammenarbeit, meist projektbezogen.

Die Mitgliedschaft des Fördervereins setzt sich aus regionalen Unternehmern, Firmen, Politikern, Gemeindeverwaltungen und aktiven Bürgern zusammen.

EIN BUNT GEMISCHTER HAUFEN

Die Mitgliedschaft der KüKo setzt sich nicht nur aus den elf definierten Teilbranchen der KUK² zusammen, sondern hat zusätzlich im Netzwerk auch Anbieter aus dem Gesundheitsbereich (z. B. Ergotherapie, Kräuterwissen), aus dem Kunsthandwerk und aus dem Tourismusbereich (z. B. Gastronomie). Die verschiedenen Perspektiven ermöglichen, dass großes Lernen miteinander stattfindet.

Viele Mitglieder der KüKo sind Künstler: Bildhauer, Maler, Musiker, Dichter. Den Kern der Netzwerk-Initiative bilden Unternehmer im Kreativbereich, die aus den Bereichen Design, Architektur, Film und dem Kunsthandwerk kommen.

Der Name kann also etwas verwirren: Eigentlich müsste die Künstlerkolonie Fichtelgebirge „Kreativwirtschaftliche Kolonie Fichtelgebirge“ genannt werden, aber das würde zu sperrig klingen.

„Künstlerkolonie“ umschreibt das geographische Gebiet. Dieses spannt von Bayreuth nach Selb bis nach Tschechien, von Hof bis in die Oberpfalz, vom Frankenwald bis in den Steinwald. Dies macht übrigens Treffen nicht immer einfach – Fahrtzeiten bis zu eineinhalb Stunden sind in Kauf zu nehmen. Deshalb findet die meiste Kommunikation miteinander auf digitalem Wege statt. In den Städten findet sich schneller ein zentrales Cafe, das zum kreativen Ort des Austausches wird.

Die KüKo ist sehr attraktiv für Zuzügler. Das Netzwerk gibt ihnen Zugang zu Kollegen, Informationen, Projekten und zu neuen Freunden. Und umgekehrt bringen die Neubürger – oft aus den städtischen Zentren – neue Perspektiven mit und damit frischen Wind in die Diskussionen.

Überhaupt ist die KüKo ein bunt gemischter Haufen, von 15 bis 79 Jahre alt, vier verschiedene Nationen sind vertreten. Der erste „KüKo Internationale Künstleraufenthalt im Fichtelgebirge“, der inzwischen schon zweimal stattfand, brachte sogleich Neumitglieder.

Die öffentlichen Aktionen im Juni 2012 des britischen Bildhauers Ivan Smith auf Bad Bernecks Straßen und Plätzen regten Gespräche über Stadtentwicklung und das Erkennen von kulturellem Erbe an (siehe Abb. 4, S. 44). Das Projekt erzielte regionale Aufmerksamkeit in den Medien, weil es auf Leute zugeht, sich auf die Straße (und Facebook) begab und sie einbezog (auch digital).

Abbildung 4: „Webbing“-Installation von UK Bildhauer Ivan Smith, Internationaler Artist-in-residence im Fichtelgebirge 2012



Foto: Juan Morales, 2012

KULTUR BILDET MEINUNG

Aus dem KüKo-Strukturplan mit Brief an Herrn Ministerpräsident Seehofer:³

[...] Der starke Einbruch in den traditionellen kunsthandwerklichen Industrien, allen voran in der Porzellanindustrie, hat den ohnehin zur Selbstkritik neigenden Oberfranken einen Schlag versetzt, von dem sie sich nur schwer erholen können. Die noch lebendige Erinnerung an eine ruhmreiche, erfolgreiche Zeit macht es schwer, neue Zukunftsperspektiven zu entwickeln.

Hier setzt die Künstlerkolonie Fichtelgebirge an: Wir sind nicht der Meinung, dass wir alles neu erfinden müssen, ganz im Gegenteil, so vieles hier funktioniert noch ganz hervorragend und muss einfach neu verknüpft und mit gegenwärtigen Inhalten gefüllt werden.

Die Wahrnehmung der Bevölkerung ist hier ganz entscheidend, viel zu oft werden die Vergleiche mit einer vergangenen Ära die gegenwärtigen Erfolge der Region herab. Die Künstlerkolonie Fichtelgebirge schafft es schon jetzt in ihren noch bescheidenen Anfängen, einen Beitrag zu einer positiven Meinungsbildung innerhalb der Bevölkerung durch die Entwicklung neuer Perspektiven zu leisten. [...]

Als Künstler fordert uns diese Aufgabenstellung heraus, die soziale Komponente bereichert und inspiriert unsere Arbeit. Als Anwohner mit Familien haben wir eine Leidenschaft für die Schönheit und die Zukunft der Region. Als innovative, dynamische und mutige Unternehmer, die keine Angst haben, groß zu denken, sehen wir das Potenzial einer Region, die sich neu erfinden muss.

In seinem persönlichen Antwortbrief lobt Horst Seehofer die „beispielhafte Initiative“ und verspricht unter dem Ziel „gleichwertiger Lebensbedingungen im Freistaat“ der Bayerischen Staatsregierung Unterstützung in der Umsetzung des Konzepts.

Im September 2012 erhielt KüKo, nominiert als bayerisches Vorzeigeprojekt vom Bayerischen Wirtschaftsministerium, den (undotierten) Preis „Bewegungsmelder – Initiativen die bewegen“ vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie.

ZUKUNFTSPLANER

Entscheidungsträger in den Regionen beginnen zu erkennen, dass die Kreativwirtschaft entscheidende Impulse setzen kann und in der Lage ist, nachhaltige Entwicklungen effektiv in die Wege zu leiten – so sehr, dass eine gezielte Unterstützung der Kreativwirtschaft sogar auf EU-Ebene empfohlen wird.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft muss gezielt gefördert werden. Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist vorrangig durch eine kleinteilige Produktions- und Arbeitsweise geprägt. Hierbei stellen soziale Netzwerke und kreative Milieus wichtige Schnittpunkte bei der Förderung durch die öffentliche Hand dar.⁴

Überall in Europa versuchen sich Gemeinden und Regionen als Kreativregionen zu etablieren, da sie die Vorteile erkennen. Hier im Fichtelgebirge sind wir das eigentlich schon seit mehreren hundert Jahren. Dieses nicht unerhebliche Kulturerbe ist die Tradition, an die die Künstlerkolonie Fichtelgebirge anknüpft und die sie mit neuen Ideen bereichern will.

Komm Schatz, wir fahren eine Woche ins Fichtelgebirge! Die Kinder können ihre Mountainbikes mitnehmen, ich mache den Kräuterkochkurs mit und Du kannst endlich mal wieder kreativ sein, da gibt es eine riesige Auswahl an Malerei-, Musik- oder Porzellankursen für Dich. Und als Höhepunkt könnten wir alle zusammen diese neue digitale Schnitzeljagd QR-Tour mit dem Tablet machen.

Fiktive Besucher, 2016

Die demographische Entwicklung stellt immer größere Herausforderungen, zwingt zum Umdenken und führt zu neuen Handlungsfeldern.

Künstler und andere Kreativschaffende eignen sich als Zukunftsplaner und motivierende Kraft in der ländlichen Region Fichtelgebirge.

LEERSTÄNDE

Die äußerst bedenklichen strukturellen Probleme unserer Region suchen unterstützungswürdige, zukunftssträchtige Lösungen. Sie werden umso effektiver sein, wenn sie bottom up – also aus der Bevölkerung heraus – wachsen.

Die KüKo legt genau in diesem Sinne ein weitreichendes und langfristiges Konzept vor, das wichtige Impulse und Perspektiven für die regionale Erneuerung gibt und neue Ideen und Ansätze entwickeln kann, um unserer Region zu helfen, sich neu zu erfinden.

Wo viele Menschen nur Probleme wahrnehmen – wie leer stehende Gebäude –, können Künstler und Kreativschaffende Potenzial erkennen.

Künstler suchen immer die Lücke, weil sie ihnen die Möglichkeit gibt, etwas Neues zu erfinden, etwas anderes zu schaffen, um sie wieder zu füllen. In unserer Region braucht man Visionäre, Leute, die Dinge ändern und anpa-

cken wollen. Unsere Region bietet uns Kreativen genau den Freiraum, den wir benötigen.

Produzenten im digitalen Bereich sind oft nicht standortgebunden – KüKo will sie aufmerksam darauf machen, welche Qualitäten der ländliche Raum ihnen für ihre Arbeit und ihr Leben bietet.

Manche Mitglieder der KüKo haben sich Leerständen schon vor vielen Jahren angenommen – verfallende Bauernhöfe, alte Feuerwehrationen – und daraus Orte geschaffen, die das kulturelle Leben in ihrem Umfeld nachhaltig bereichern. Ein Beispiel ist das Künstlerehepaar Annette Hähnlein und Nepomuk Neidigk in Bibersbach, die vor 20 Jahren, gegen einige Widerstände seitens der Baubehörden, einen verfallenden Bauernhof retteten (siehe Abb. 5). Auch bei Verwaltungen und staatlichen Stellen ist ein Umdenken gefragt, um sich die Sicht der Kreativen zu eigen zu machen. Und diese Sehensweise ist ansteckend.

Abbildung 5: Bauernhof in Bibersbach, Hähnlein-Gebäude

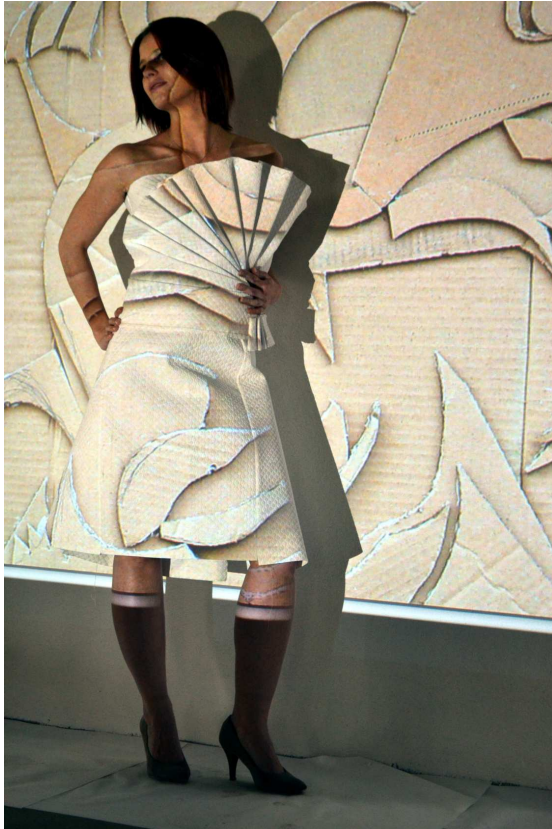


Foto: Annette Hähnlein, 2012

KÜKO-PROJEKT: PAPPENSTIL

Abbildung 6: PappenStil – interdisziplinäre Zusammenarbeit

Foto: Nigel Amson, 2013



Papierkleid: Zdenka Bilková; Pappen-Collage: Matthias Zängerlein; Projektion: Nigel Amson

Zdenka Bilková in ihrem weißen Papierkleid verschmilzt mit den Projektionen von Matthias Zängerlein und Nigel Amson.

Im Mai 2013 veranstaltete KüKo in Bad Alexandersbad das deutsch-tschechische Symposium PappenStil in einer stillgelegten Pappfabrik, die sie eigens dafür umgestaltete.

Für vier Tage haben 12 ausgewählte Künstler aus insgesamt drei Nationen geschnitten, gestanzt, geklebt, geheftet, genäht, gefalzt und ab und zu vor Freude getanzt. Aus Papier schufen sie Kleidung und Wohnungseinrichtungsgegenstände ebenso wie Collagen, Skulpturen und Origami-Puzzles (siehe Abb. 6).

Überraschend entstanden durch den Austausch der Künstler untereinander auch Musikstücke, Projektionen und Trickfilme. Die fol-

genden Ausstellungen, im Porzellanikon und im Theater Eger, wurden von etwa 3.500 Besuchern gesehen.

PappenStil war alles andere als ein Pappenstil für den noch jungen Verein. Es bedeutete mehr, denn ermöglicht durch grenzübergreifende EU-Fördermittel durch die Euregio Egrensis nahm sich der Verein eines industriellen Leerstands im Herzen des Fichtelgebirges an und schuf sich, mit Unterstützung der Pappfabrikbesitzer, ein Gruppenatelier.

Die erste internationale Begegnung mit Kollegen aus Tschechien ist eine Grundlage für das zukünftige Zusammenarbeiten über die Grenzen hinweg. Durch das Projekt PappenStil entstand eine neue Räumlichkeit für gemeinsames, grenzübergreifendes Arbeiten.

Diese innovative Leerstandsnutzung zeigt beispielhaft das Potenzial der Region als attraktiven Standort für Kreative und stärkt es. Die KüKo rückte damit ihrem Ziel, überregionale und internationale Kreativschaffende ins Fichtelgebirge zu bringen, ein großes Stück näher. Die Umnutzung ist Grundlage für die nächste Projektphase: Projekt Künstlerlandverschickung. Großstadtkünstler sollen gezielt eingeladen werden, auf dem Land, in einem anderen Kontext, Arbeiten zu erstellen.

Der wiederbelebte Teil der Fabrik wird nun zum Verkauf angeboten – als Zwischennutzung darf die KüKo weiterhin dort Events veranstalten. Ein potenzieller Verkauf mag zwar für KüKo selber nicht perfekt sein, das Resultat ist aber im weiteren Interesse der Region: Orte aufwerten, Werte schöpfen, Wandel anregen.

STANDORTWAHL FICHTELGEBIRGE FÜR MIKROUNTERNEHMEN

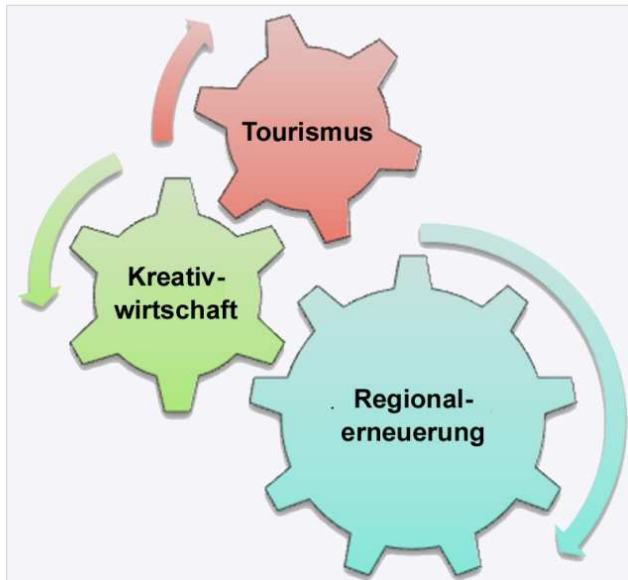
KüKo sieht das Fichtelgebirge mit der wunderschönen Landschaft und den zivilen Preisen als idealen Standort für die Ansiedlung weiterer Akteure aus der Kreativ- und Kulturwirtschaft.

Die Grundidee der KüKo ist es, das Potenzial der Region durch kreativwirtschaftliche Initiativen besser auszuschöpfen.

Partnerschaften zwischen der Kreativwirtschaft, dem Tourismus und der Industrie müssen strategisch wichtige Ziele im Prozess der Regionalerneuerung sein und einen wichtigen Teil

der zukünftigen Entwicklung der Region bilden (siehe Abb. 7).

Abbildung 7: Diagramm KUK / Tourismus / Regionalerneuerung



Graphik: Sabine Gollner

Durch ausführliche Gespräche mit IHK, Handwerkskammer, BdS und Wirtschaftsförderung bemerkten wir, dass es nur ungenügende Statistiken für den ländlichen Kreativsektor gibt und dass diese Organisationen bisher nur bedingt die Kreativschaffenden bedienen können. Die Kleinteiligkeit dieser Branche ist ein Bestandteil dieser Problematik, die individuellen Ausgangssituationen der kreativschaffenden KMU's und Mikrounternehmen ein anderer.

Die unterschiedlichsten Kreativbereiche brauchen vielfältigste Unterstützung. Das Spektrum ist breit: Manche unserer Teilnehmer sind bereits selbstbewusst und professionell tätig. Sie suchen Mitarbeiter und größere Absatzmärkte, während andere noch immer in ihrem Kämmerchen sitzen und darauf warten, dass die Welt sie entdeckt. Aber sie alle haben gemeinsam, dass sie ihre Ideen kommunizieren und auch Anerkennung dafür erhalten wollen.

Diese Fähigkeiten und dieses Streben macht die Kreativen auch zum idealen Sprachrohr über die Qualitäten ihrer Region, ihre Lebensweise und kann damit stark werbewirksam auf andere Kreative wirken.

Aber: Kreativschaffende müssen für ihre Leistungen Einkommen erzielen können, ihre Kompetenz muss ernst genommen und honoriert werden.

Viele regionale Kreative finden es schwer, zufriedenstellende Absatzmärkte zu finden, und müssen in Städte ausweichen, auch wenn sie lieber in ihrer Heimat bleiben möchten. Aufträge aus der Region gehen häufig in die Metropolen. Man verkennt und vernachlässigt das lokale Talent.

Konkrete Schritte könnten das Fichtelgebirge noch attraktiver für Kreativschaffende machen. Nur schöne Landschaft, günstige Preise, Leerstände mit Potenzial sind nicht ausreichend, um sie zu halten oder anzuziehen.

ZUKUNFT KÜKO?

Außer großem Lob hat die KüKo von allen politischen Seiten in den ersten drei Jahren ihrer Existenz wenig erhalten. Mit großem Verwaltungsaufwand werden projektspezifische Förderanträge und -nachweise ehrenamtlich geschultert. Zeit und Muse für die eigentliche kreative Arbeit geht verloren. Oft besitzen die bearbeitenden Verwaltungen nur wenig Fachwissen im Kulturbereich. Es sollten mehr kreative Fachexperten einbezogen werden, um Konzepte zu entwickeln und zu betreuen.

Das rein ehrenamtliche Team der KüKo hat Kapazitätsprobleme, allein die Anfragen von Seiten der Künstler zu bewältigen. Gemeinden kontaktieren es mit Projektvorschlägen – sehr häufig mit Leerständen als Thema. Sie und andere Organisationen erwarten, dass die Künstlerkolonie eine zentrale Vermittlungsstelle für regionales Talent wird. Durch Mangel an Ressourcen muss KüKo jedoch die meisten Projekte ablehnen.

KüKo hält aber weiterhin regelmäßige Veranstaltungen verschiedenster Art ab: Frühstücke, Seminare, Aktionen mit anderen Vereinen (z. B. Bund Naturschutz). Die Website und Facebook-Gruppen sowie ein „Digitaler Showcase“ auf Veranstaltungen werden eingesetzt, um die Arbeiten der Mitglieder zu präsentieren. KüKos Mitglieder arbeiten miteinander, Wettbewerbe und Aufträge wurden gewonnen und werden umgesetzt.

TOURISMUS PROJEKT: QR-TOUR

Abbildung 8: QR-Tour Screenshots, www.qr-tour.de

Foto: Kreativagentur It's About Time

Die QR-Tour Bad Berneck und Goldkronach ist ein sensationelles Tourismus-Modellprojekt (siehe Abb. 8), das beispielhaft die Umsetzung aller KüKo-Philosophie bedeutet:

Bezahlte Aufträge für Kreative in der Region, Verknüpfung mit Tourismus und Handel, Regionalentwicklung, Showcase für regionale Künstler, Werbung für die Region, Bürgerbeteiligung und vieles mehr.

Die innovative QR-Tour ist identitätsstiftend nach innen und attraktiv nach außen.

Von Künstlern erstellt, beinhaltet die App für Tablets über 30 Filme, 900 Fotos und Hunderte von Texten. Bürger trugen Anekdoten und Geschichten bei.

Besucher begeben sich auf eine Wanderung, suchen die QR-Tour-Schilder und rufen dort ganz erstaunliche, kunstvoll gestaltete Inhalte ab. Stück für Stück sammelt sich der Besucher ein Reisetagebuch, das er mit nach Hause nehmen kann.

Burgen- und Stadtgeschichte, Botanik und Natur, Kunst und Architektur, Goldbergbau und Gesundheitsthemen wie Kneipp wurden in ein jugendfreundliches Format gesteckt. Eine Schnitzeljagd Tablet-Intention: die Gamer Generation vom Sofa zu holen.

Schwer zugängliche oder leer stehende Gebäude werden auf digitale Weise erlebbar. Wenn die App einmal geladen ist, braucht der Wan-

derer keinen weiteren Internetzugang. Die Programmierung wurde speziell für den ländlichen Raum entwickelt, weil es hier oft mangelhaften Empfang gibt.

QR-Tour regt den Fremdenverkehr an. Die einzigartigen Inhalte können nur vor Ort abgerufen werden. Es gibt eine deutsche und eine englische Version. Die Aktivität selbst ist so umfangreich, dass sie Unterhaltung für mehr als einen Tag bietet.

Das Projekt ist identitätsstiftend: Über 100 Bürger haben mitgewirkt, ihre Erinnerungen und ihr Wissen geteilt. Die QR-Tour regt Gespräche an. Macht sichtbar, was vorhanden ist. Jung und Alt lernt Neues über die eigene Stadt. Man kann auf so einiges stolz sein.

Oberfrankens Bezirksheimatpfleger Prof. Dr. Günter Dippold würdigte die „zeitgemäße Darstellung des kulturellen Erbes“ in seiner Festrede bei der Eröffnung der QR-Tour. „Wie soll sich ein Fremder für die Region erwärmen, wenn wir nicht selbst vor Begeisterung glühen?“

Viele KüKo-Mitglieder wirkten an der QR-Tour mit. Das Projekt wurde von der Kreativagentur It's About Time im Auftrag der Städte Bad Berneck und Goldkronach umgesetzt. KüKo fungierte als Pool von regionalen Talenten, aus dem passende Subunternehmer kamen: für Design, Technik, Fotografie, Übersetzungen und vieles mehr.

Durch EU-Mittel (LEADER / ELER) und Sponsoren wurden 90 % des Projektes gefördert, die Städte mussten nur einen minimalen Eigenanteil beisteuern.

PRODUZIERENDE GEGENWÄRTIGE KULTUR

Das übergeordnete Ziel der KüKo ist es, Menschen in der Region zu halten und neue anzuziehen – ob für einen Wochenendurlaub, eine Woche oder ein ganzes Leben. Damit kommt Leben, Können und Kaufkraft in die Region.

Gerade die produzierende, sich in der Gesellschaft engagierende Kunst- und Kulturszene hat das meiste Potenzial in strukturschwachen Regionen. Weil sie identitätsstiftend ist und Mut macht – weil sie Menschen eine Mitsprache erlaubt und sie in ihrer Gesellschaft mit einbezieht. Weil sie neue Ideen generiert. Weil sie nicht viel kostet, aber effektiv ist. Weil sie

die Region attraktiver macht. Weil sie verschiedene Schichten der Gesellschaft zusammenbringen kann, die durch Alter, Geschlecht, Kultur, Religion oft getrennt bleiben. Weil sie Veränderungsprozesse begleitet, dokumentiert, evaluiert.

Künstlerische Bürgerbeteiligungsprojekte wie die QR-Tour sind motivierend und inspirierend für die Anwohner der Region. Unvorhergesehenes entwickelt sich, begleitet den Strukturwandel. Gleichzeitig geben sie den Kreativen ein herausforderndes Anwendungsfeld und bezahlte Arbeit in ihrer Region. Neue Dienstleistungen aus der noch jungen Branche der Kreativindustrie müssen oft noch verstanden werden – da sind die Metropolen den Regionen um einiges voraus.

AUSBLICK

Der kreativwirtschaftliche Bereich ist sehr komplex: Einerseits strebt man als Kreativunternehmer an, von öffentlichen Fördermitteln unabhängig zu sein, andererseits gibt es Ideen und Projekte, die von Nutzen für die Allgemeinheit sind und dadurch einen Anspruch auf öffentliche Förderung haben.

Im Vergleich zu anderen Bundesländern hat Bayern weniger Förderangebote für den produzierenden Sektor der Kulturbranche, unterstützt traditionell mehr den Kulturtourismus, der sich auf historische Produkte wie beispielsweise klassische Musik oder etablierte Kunst bezieht.

Hier darf man auch die gesamtdeutsche Förderlandschaft nicht außer Acht lassen. Während es in den UK z. B. einen Arts Council gibt, über den regionale Kulturproduktion gefördert wird, besteht in den einzelnen Bundesländern nur ein fragmentiertes Angebot, das zu recherchieren und zu kombinieren viel Zeit und Erfahrung benötigt. Hier ist mehr öffentliche Zusammenarbeit für Organisationen aus dem Kreativbereich dringend nötig.

Im ländlichen Bereich sind allgemeine Problematiken, die auch städtische Kreativunternehmen betreffen, oft noch verstärkt durch schlechteren Zugang zu Fachwissen und qualifizierten Ansprechpartnern. Im Hinblick auf die Stärkung der lokalen Kreativwirtschaft müssen Themen wie Produktion, Performance, Ausstellung und Verteilung, Archivierung, Vernetzung,

Abbildung 9: „Inner Courtyard“ von Dominic Day; Stadtmuseum Bad Berneck, 2014



Foto: QR-Tour, Dominic Day, 2014

die Verbesserung der digitalen Infrastruktur und Qualifikationsniveaus sowie Existenzgründungen diskutiert werden.

Wie die rasante Entwicklungsgeschichte der KüKo demonstriert, existiert im Fichtelgebirge viel Kompetenz im kulturellen Bereich. KüKo führt bereits viele Aspekte der Arbeit durch, die von öffentlicher Hand oder existierenden Institutionen erfolgen könnte: Sie betreut, berät und unterstützt die Akteure.

Wir befinden uns auf der Schnittstelle zwischen Kultur und Wirtschaft. Den Spagat zwischen diesen beiden Bereichen zu machen, fällt uns nicht schwer, da wir uns zwar als Künstler begreifen, aber dennoch unsere Tätigkeiten als gewerbliche Dienstleistungen ansehen. Wir haben das Vertrauen vieler Kreativschaffender und haben eine besondere Sensibilität gegenüber den Bedürfnissen der Kreativen, was uns ermöglicht, das Potenzial dieses Klientels nicht nur zu erkennen, sondern auch effektiv zu fördern.

Für die Ambitionen, die existierenden KMU's nachhaltig zu stärken und die Region als Standort

für weitere Kreativunternehmen zu entwickeln und damit ein ernstzunehmender Partner in der Stadt- und Regionalerneuerung zu werden, dafür braucht die KüKo viel Unterstützung. Dies kann ohne Anschubfinanzierung und erfahrene Kooperationspartner nicht vonstatten gehen.

KüKo fordert die öffentliche Hand auf, mehr Modellprojekte – in ausgewiesenen Land- und Stadtentwicklungszonen – in Auftrag zu geben, um Orte zu stimulieren und um gleichzeitig die Wirtschaftlichkeit der Kreativbranche in der Region zu erhöhen.

Wirtschaftsförderung kann nicht ein Privileg für große Unternehmen sein, bessere Strategien, die kleinteilige Kreativbranche zu erreichen, müssen entstehen. Viele etablierte Institutionen finden es schwerer, bedeutungsvolle Anknüpfungspunkte zu finden und die Kultur- und Kreativschaffenden an ihren fachspezifischen und unterschiedlichen Entwicklungsphasen abzuholen. IHK, Wirtschaftsförderung und andere Institutionen sind hier sicherlich gefordert, neue Wege zu beschreiten.

KüKos Team hat eine Vision für eine erfolgreiche und lebendige Zukunft unserer Region, es hat in seiner jungen Geschichte schon viel erreicht. Küko repräsentiert Kreative in der Region und würde gerne deren professionelle Entwicklung noch viel weitreichender unterstützen.

KüKo schafft Verständnis dafür, dass die wachsende kreative Branche auch auf dem Land zuhause sein und wichtige Impulse für regionale Entwicklung geben kann.

SABINE GOLLNER

Künstlerin, Digitale Medienproduzentin,
KüKo: www.kueko-fichtelgebirge.de,
QR-Tour: www.qr-tour.de

ANMERKUNGEN

- ¹ Fleck, Roland: Vorwort, in: Bericht zur Kultur- und Kreativwirtschaft in der Europäischen Metropolregion Nürnberg, von Dems., S. 6, www.kreativwirtschaft-nuernberg.de/bericht-metropolregion-nuernberg/html
- ² Die Teilmärkte Musikwirtschaft, Buchmarkt, Kunstmarkt, Filmwirtschaft, Rundfunkwirtschaft, Darstellende Kunst, Designwirtschaft, Architekturmarkt und Pressemarkt werden unter dem Begriff „Kulturwirtschaft“ zusammengefasst. Zusätzlich sind die beiden Teilmärkte Werbemarkt sowie Software / Games-Industrie als sogenannte Kreativbranchen mit einbezogen. In den Bereich „Sonstige“ werden ggf. neue wirtschaftliche Aktivitäten eingebunden; Quelle: 2014 Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, www.bmwi.de
- ³ Autoren: Nigel Amson, Sabine Gollner, Gerd Kraus, 2012 (unveröffentlicht).
- ⁴ Bericht zur Kultur- und Kreativwirtschaft in der Europäischen Metropolregion Nürnberg, S. 137, https://www.nuernberg.de/imperia/md/wirtschaft/dokumente/wiv/kultur_und_kreativwirtschaftsbericht_2010.pdf

RESUMEE

RURAL LIFESTYLE – (K)EINE ILLUSION?!

HOLGER MAGEL || Verfolgt man als Wegbegleiter des ländlichen Raumes der letzten vier Jahrzehnte die gegenwärtige Diskussion in Politik und Fachwelt über die ländliche Zukunft, ist man hin- und hergerissen zwischen aufkommender Wut und Frustration einerseits und bestätigender Gewissheit und Hoffnung andererseits. Was ist los in Deutschland und in Bayern? Die Auswirkungen vor allem von Globalisierung, demographischer Entwicklung und einer noch nie dagewesenen dynamischen Urbanisierung treffen den ländlichen Raum mit einer unglaublichen Härte. Ganze Regionen „brechen“ weg und die Konsequenzen daraus werden unterschiedlich diskutiert. Können das (sozial-)kulturelle und Selbsthilfepotenzial des ländlichen Raumes und ein daraus resultierender eigener Rural Lifestyle dazu beitragen, das Image sowie das Leben und Arbeiten in ländlichen Räumen (wieder) attraktiver zu gestalten? Das gemeinsame Sommerkolloquium hat erste durchaus ermutigende Antworten gegeben.

LIFESTYLE IST DIE FRAGESTELLUNG SCHLECHTHIN

„Was uns an der Stadt enttäuscht hat? Sie wurde steril. Unsere Wohnung lag in einem buntgemischten höchst lebendigen Altstadtquartier. Vor 30 Jahren drangen die Konzerne ein, Bauherren, Versicherungen. Sie rissen die alten Wohnhäuser ab und bauten Büropaläste [...].“ Nein – verehrter Leser, das ist nicht die öffentliche (An-)Klage der Münchner Max-Vorstädterin und bekannten Schauspielerin Gisela Schneeberger aus dem Jahre 2014, sondern der Buchbeitrag des Kulturfilmemachers Dieter Wieland zum Bestseller von Alois Glück und Holger Magel „Das Land hat Zukunft“ aus dem Jahre 1990. Entsprechend formulierte seinerzeit der Stadtflüchtling Wieland ein Kapitel „Umfeld-Zerstörung. Die Stadt verliert. Das Dorf gewinnt!“¹

Das Dorf gewinnt? Es sieht leider derzeit nicht danach aus: Nahezu täglich werden wir mit Meldungen über wachsende regionale Disparitäten zwischen Nord- und Südbayern, zwischen West- und Ostdeutschland, vor allem mit unverändertem Bevölkerungsrückgang und dramatischen Entleerungen peripherer ländlicher Regionen und Dörfer konfrontiert. Deutschlands

Bau- und Umweltministerin Barbara Hendricks bekennt ihre politische Ohnmacht, wenn sie sagt: „Es werden Dörfer aufgegeben werden (müssen). Dem müssen wir uns stellen.“²

Das will das politische Bayern erfreulicherweise noch nicht akzeptieren: Immerhin gilt seit Herbst 2013 der Verfassungsauftrag gleichwertiger Lebensbedingungen, der mit hoher Energie erfüllt werden soll. Seit Juli 2014 gibt es eine Enquête-Kommission des Bayerischen Landtags zum selben Thema. Seit August 2014 soll sich eine sog. Heimatstrategie der Bayerischen Staatsregierung bzw. des neuen Heimatministeriums dem Ziel einer gerechteren Balance zwischen städtischen und ländlichen Räumen widmen.

Balance zwischen Stadt und Land? Diese widerlegt Uwe Brandl, Präsident des Bayerischen Gemeindetags, wie folgt: „Ist es denn wirklich wahr, dass der ostbayerische Raum nur deshalb entleert wird, weil dort die Arbeits- und Wirtschaftsbedingungen angeblich schlechter sind als anderswo oder geht es nicht vielmehr auch um die Frage des Lifestyles? Gehen die Menschen nicht auch deshalb eher in die Metropolen, weil sie ein ganz bestimmtes Lebensgefühl verwirklicht wissen wollen?“³

RURAL LIFESTYLE – TRAUM DER STÄDTER ODER DER LANDBEVÖLKERUNG?

Folgt man den unglaublich populär gewordenen „Landlust“- „Landleben“- oder – noch besser – „We love Country“-Broschüren, die zuhauf in Arztpraxen, Naturkostläden, Friseurgeschäften etc. aufliegen, genießt das Thema ländliches Leben – wie schon vor über 20 Jahren (erinnert sei z. B. an die Europaratskampagne von 1988 zum Thema ländliche Räume) – höchste Sympathie in der Bevölkerung. Aber Vorsicht ist geboten: Michael Weigl verweist auf Untersuchungen, „wonach viele Menschen vom Land träumen, aber in der Stadt leben wollen“.⁴

Diese (Stadt-)Menschen sind die Repräsentanten und Träger der boomenden Outdoor-Generation und sog. Neo-Nature-Lebensformen. Aber damit ist dem ländlichen Raum, der ja besonders an Geburtenrückgang, Überalterung und Abwanderung leidet, nicht geholfen. Er wird hier zum bloßen Konsumgut. Rural Lifestyle als romantische Ideologie und oberflächlicher Konsumentenanspruch hilft hier nicht weiter, wohl aber der Versuch, manchen bisher zu wenig diskutierten, nicht nur in hard facts liegenden Defiziten und Schwächen abzu helfen. Dazu gehört an vorderster Stelle das Image, das das Leben auf dem Land bei jungen Leuten („da ist nichts los“) hat. Weigl verweist zu Recht darauf, dass allein schon das regierungsamtliche Wort „Stärkung der ländlichen Räume“ suggeriert, dass da jemand schwach ist, was nicht gerade hilfreich ist für die Standortentscheidung einer immer besser ausgebildeten und selbstbewussten jungen Generation (wer will denn gerne bei Schwachen bleiben?), die überdies Defizite in Bereichen wie akademische Milieus, Events, leichter Zugang zu städtischen Einrichtungen etc. beklagt.

ATTRAKTIVERES IMAGE – JA, ABER WIE?

Wie verheerend sich Imageverstärkung und -einprägungen auswirken, mag ein Beispiel aus der Münchner Randstadt Neuperlach zeigen: Der dortige Streetworker Helmut Baumann beschreibt den Neuperlacher Lifestyle wie folgt: „Auf der einen Seite hat der Stadtteil einen Ruf, der deutlich schlechter als die Realität ist. Auf

der anderen Seite verinnerlichen viele Kids diesen Ruf und leben nach dem Motto: Wenn du von hier bist, hast du ohnehin keine Chance in Schule und Berufung [...]“⁵ Parallelen zum ländlichen Raum tun sich auf. Der Ruf, der deutlich schlechter als die Realität ist?

Genau vor diesem Hintergrund und ohne den Versuch einer Verklärung oder Gesundheitsbeterei wurden beim Sommerkolloquium die Möglichkeiten diskutiert, ob die ländliche Kulturvielfalt attraktiv genug sein bzw. attraktiv genug gemacht werden kann, damit ein daraus resultierender autochthoner Rural Lifestyle ein alternatives Lebensmodell zum vielgepriesenen Urban Lifestyle sein kann.

Die Beiträge in der vorliegenden Publikation zeigen die Vielfalt der längst eingeleiteten Versuche einer positiven Imagebildung der ländlichen Räume und der dazu notwendigen Botschaften für ein möglichst gleichwertiges Leben im ländlichen Raum auf, das keine – wie Uwe Brandl sagt – Reduplikation dessen sein kann und darf, was in München oder in Regensburg lebenswert ist. Vielmehr muss es eine je eigene Entwicklung von Lebensformen und Lifestyle sein. Viele Bücherregale lassen sich füllen mit vielen hundert Empfehlungen, Strategien und Rezepten, wie dieses Ziel im Rahmen von Dorferneuerung, Stadtanierung, integrierter ländlicher Entwicklung, Leader, Regionalmanagement etc. erreicht werden sollte. Aus ihnen und den Vorträgen und Diskussionen des Sommerkolloquiums schälen sich immer wieder „ewige Wahrheiten“ und Botschaften heraus:

1. Notwendig ist ein realistischer Optimismus im Gegensatz zu fast schon fatalistischen Resignationen à la „es müssen Dörfer aufgegeben werden“. Mehr denn je und gerade in Zeiten überschäumender Urbanisierungseuphorien und -phantasien muss daran erinnert und geglaubt werden, dass der ländliche Raum aus vielen ökonomischen, ökologischen, sozialen und sogar Risikogefährdungsgründen ein Überlebensmodell für die Zukunft ist und deshalb aus guten Gründen, wie gerade in Bayern, als Alternative zur Stadt politische Priorität erhalten muss. Das „Narrativ“ Heimatministerium und Heimatstrategie als Äquivalent zur angestrebten Balance von Stadt und Land ist sehr gut gewählt.

2. Ländliche Kulturen und Potenziale sind im Übermaß vorhanden – sie müssen aber noch viel mehr entfaltet und herausgestellt werden. Dazu braucht es Führung, Unterstützung und Begleitung. Es gibt dazu den Ausdruck des *supportive leaders*. Die typische ländliche Kultur der Selbsthilfe und Eigeninitiative ist ein wichtiges Fundament für die je eigene Gemeinde- und Dorfentwicklung, vielleicht oder gar notwendigerweise auch für den größeren Verbund in einer Region.

3. Ländliche Potenzialentfaltung und -entwicklung braucht administrative und finanzielle Frei- und Spielräume sowie Flexibilität bei der Landes- und Regionalplanung. Das herkömmliche mehr oder weniger top-down-orientierte System (z. B. der zentralen Orte) muss sich noch viel mehr dem bottom-up-Prinzip öffnen und bereit sein für völlig neue mobile Verflechtungs- und Vernetzungsräume auf unterster lokaler, ja dörflicher Ebene inklusive der Schaffung von neuen „zentralen“ Einrichtungen wie Gründerzentren à la IDZ. Peter Jahnke hat dies in seinem Artikel beschrieben.⁶ Die Zuversicht dieses neuen Ansatzes liegt in der Gewissheit, dass die ländlichen Räume einen erheblichen (bürger- und sozial-)kulturellen Bedeutungsüberschuss als neue und zusätzliche Kategorie zur bisher allein betrachteten sozioökonomischen Bedeutung von zentralen Orten haben. Wenn diese Potenziale und die hierbei tätigen Akteure (Stichwort Raumpioniere) „amtlich“ anerkannt werden, wird sich automatisch mehr Selbstbewusstsein einstellen, das nach innen und außen ausstrahlen wird.

4. So mag es abschließend nicht allzu vermessen klingen, auf die Frage „Rural Lifestyle – eine Illusion oder ein Rettungsanker?“ zu antworten: Ein von den Menschen im ländlichen Raum gelebter und nicht von den Städtern erträumter Lifestyle kann sehr wohl ein Rettungsanker sein – aus psychologischen, aber auch aus tatsächlichen materiellen Gründen.

Rural Lifestyle ist gestaltbar. Das war ein deutliches Fazit des Sommerkolloquiums. Dazu sind die vorgenannten und noch viele andere Aspekte und Schritte zu beachten und zu begehen. In der gesamten momentanen politischen und fachlichen Diskussion um die Entwicklung des Landes kommt aber dieser Aspekt noch viel

zu kurz. Viel zu sehr wird allein über Arbeitsplätze, Infrastruktur etc. geschrieben, zu wenig über die sog. weichen, aber mindestens ebenso entscheidenden Themen. Es ist deshalb dringend zu wünschen, dass in der anstehenden Arbeit der Enquête-Kommission „Gleichwertige Lebensverhältnisse in ganz Bayern“ des Bayerischen Landtags mit ruhigem Atem und tiefer bohrend diesem Aspekt nachgegangen wird. Denn eine Mahnung bleibt zeitlos bestehen: „Wenn der ländliche Raum nicht mehr atmet, ersticken die Städte.“

UNIV. PROF. EMERITUS OF EXCELLENCE DR.-ING. HOLGER MAGEL

Präsident der Bayerischen Akademie Ländlicher Raum, Sprecher der bundesdeutschen Arbeitsgemeinschaft Ländlicher Raum, München

ANMERKUNGEN

- ¹ Wieland, Dieter: Von einem neuen Verhältnis von Stadt und Land, in: Das Land hat Zukunft. Neue Perspektiven für die ländlichen Räume, hrsg. von Alois Glück und Holger Magel, München 1990.
- ² Hendricks, Barbara: Das Leben ist kein Ponyhof, in: Wirtschaftswoche, 26.5.2014.
- ³ Brandl, Uwe: Grußwort, in: Neuer Aufbruch für das Land. Reden zum 20-jährigen Bestehen der SDL Thierhaupten, hrsg. von der SDL Thierhaupten, Augsburg 2012.
- ⁴ Siehe hierzu den Beitrag von Michael Weigl, S. 9 ff.
- ⁵ Grundner, Hubert: Neuperlacher Lifestyle mit Zitierung des Streetworkers Baumann, in: Süddeutsche Zeitung, 11.7.2014 RZ „Viertel-Stunde“.
- ⁶ Siehe hierzu den Beitrag von Peter Jahnke, S. 21 ff.

VERANTWORTLICH

Prof. Dr. Reinhard Meier-Walser

Leiter der Akademie für Politik und Zeitgeschehen, Hanns-Seidel-Stiftung, München

HERAUSGEBER

Silke Franke

Dipl.-Geographin und Referentin für Umwelt und Klima, ländlichen Raum, Ernährung und Verbraucherschutz, Akademie für Politik und Zeitgeschehen der Hanns-Seidel-Stiftung, München; Geschäftsführerin der Bayerischen Akademie Ländlicher Raum

Univ.-Prof. Emeritus of Excellence Dr.-Ing. Holger Magel

Präsident der Bayerischen Akademie Ländlicher Raum, München; Sprecher der bundesdeutschen Arbeitsgemeinschaft Ländlicher Raum

Argumente und Materialien zum Zeitgeschehen

Die „Argumente und Materialien zum Zeitgeschehen“ werden ab Nr. 14 parallel zur Druckfassung auch als PDF-Datei auf der Homepage der Hanns-Seidel-Stiftung angeboten: www.hss.de/mediathek/publikationen.html. Ausgaben, die noch nicht vergriffen sind, können dort oder telefonisch unter 089/1258-263 kostenfrei bestellt werden.

- Nr. 01 Berufsvorbereitende Programme für Studierende an deutschen Universitäten
- Nr. 02 Zukunft sichern: Teilhabegesellschaft durch Vermögensbildung
- Nr. 03 Start in die Zukunft – Das Future-Board
- Nr. 04 Die Bundeswehr – Grundlagen, Rollen, Aufgaben
- Nr. 05 „Stille Allianz“? Die deutsch-britischen Beziehungen im neuen Europa
- Nr. 06 Neue Herausforderungen für die Sicherheit Europas
- Nr. 07 Aspekte der Erweiterung und Vertiefung der Europäischen Union
- Nr. 08 Möglichkeiten und Wege der Zusammenarbeit der Museen in Mittel- und Osteuropa
- Nr. 09 Sicherheit in Zentral- und Südasien – Determinanten eines Krisenherdes
- Nr. 10 Die gestaltende Rolle der Frau im 21. Jahrhundert
- Nr. 11 Griechenland: Politik und Perspektiven
- Nr. 12 Russland und der Westen
- Nr. 13 Die neue Familie: Familienleitbilder – Familienrealitäten
- Nr. 14 Kommunistische und postkommunistische Parteien in Osteuropa – Ausgewählte Fallstudien
- Nr. 15 Doppelqualifikation: Berufsausbildung und Studienberechtigung – Leistungsfähige in der beruflichen Erstausbildung
- Nr. 16 Qualitätssteigerung im Bildungswesen: Innere Schulreform – Auftrag für Schulleitungen und Kollegien
- Nr. 17 Die Beziehungen der Volksrepublik China zu Westeuropa – Bilanz und Ausblick am Beginn des 21. Jahrhunderts
- Nr. 18 Auf der ewigen Suche nach dem Frieden – Neue und alte Bedingungen für die Friedenssicherung
- Nr. 19 Die islamischen Staaten und ihr Verhältnis zur westlichen Welt – Ausgewählte Aspekte
- Nr. 20 Die PDS: Zustand und Entwicklungsperspektiven
- Nr. 21 Deutschland und Frankreich: Gemeinsame Zukunftsfragen
- Nr. 22 Bessere Justiz durch dreigliedrigen Justizaufbau?
- Nr. 23 Konservative Parteien in der Opposition – Ausgewählte Fallbeispiele
- Nr. 24 Gesellschaftliche Herausforderungen aus westlicher und östlicher Perspektive – Ein deutsch-koreanischer Dialog
- Nr. 25 Chinas Rolle in der Weltpolitik
- Nr. 26 Lernmodelle der Zukunft am Beispiel der Medizin
- Nr. 27 Grundrechte – Grundpflichten: eine untrennbare Verbindung

- Nr. 28 Gegen Völkermord und Vertreibung – Die Überwindung des zwanzigsten Jahrhunderts
- Nr. 29 Spanien und Europa
- Nr. 30 Elternverantwortung und Generationenethik in einer freiheitlichen Gesellschaft
- Nr. 31 Die Clinton-Präsidentschaft – ein Rückblick
- Nr. 32 Alte und neue Deutsche? Staatsangehörigkeits- und Integrationspolitik auf dem Prüfstand
- Nr. 33 Perspektiven zur Regelung des Internetversandhandels von Arzneimitteln
- Nr. 34 Die Zukunft der NATO
- Nr. 35 Frankophonie – nationale und internationale Dimensionen
- Nr. 36 Neue Wege in der Prävention
- Nr. 37 Italien im Aufbruch – eine Zwischenbilanz
- Nr. 38 Qualifizierung und Beschäftigung
- Nr. 39 Moral im Kontext unternehmerischen Denkens und Handelns
- Nr. 40 Terrorismus und Recht – Der wehrhafte Rechtsstaat
- Nr. 41 Indien heute – Brennpunkte seiner Innenpolitik
- Nr. 42 Deutschland und seine Partner im Osten – Gemeinsame Kulturarbeit im erweiterten Europa
- Nr. 43 Herausforderung Europa – Die Christen im Spannungsfeld von nationaler Identität, demokratischer Gesellschaft und politischer Kultur
- Nr. 44 Die Universalität der Menschenrechte
- Nr. 45 Reformfähigkeit und Reformstau – ein europäischer Vergleich
- Nr. 46 Aktive Bürgergesellschaft durch bundesweite Volksentscheide? Direkte Demokratie in der Diskussion
- Nr. 47 Die Zukunft der Demokratie – Politische Herausforderungen zu Beginn des 21. Jahrhunderts
- Nr. 48 Nachhaltige Zukunftsstrategien für Bayern – Zum Stellenwert von Ökonomie, Ethik und Bürgerengagement
- Nr. 49 Globalisierung und demografischer Wandel – Fakten und Konsequenzen zweier Megatrends
- Nr. 50 Islamistischer Terrorismus und Massenvernichtungsmittel
- Nr. 51 Rumänien und Bulgarien vor den Toren der EU
- Nr. 52 Bürgerschaftliches Engagement im Sozialstaat
- Nr. 53 Kinder philosophieren
- Nr. 54 Perspektiven für die Agrarwirtschaft im Alpenraum
- Nr. 55 Brasilien – Großmacht in Lateinamerika
- Nr. 56 Rauschgift, Organisierte Kriminalität und Terrorismus
- Nr. 57 Fröhlicher Patriotismus? Eine WM-Nachlese
- Nr. 58 Bildung in Bestform – Welche Schule braucht Bayern?
- Nr. 59 „Sie werden Euch hassen ...“ – Christenverfolgung weltweit
- Nr. 60 Vergangenheitsbewältigung im Osten – Russland, Polen, Rumänien

- Nr. 61 Die Ukraine – Partner der EU
- Nr. 62 Der Weg Pakistans – Rückblick und Ausblick
- Nr. 63 Von den Ideen zum Erfolg: Bildung im Wandel
- Nr. 64 Religionsunterricht in offener Gesellschaft
- Nr. 65 Vom christlichen Abendland zum christlichen Europa –
Perspektiven eines religiös geprägten Europabegriffs für das 21. Jahrhundert
- Nr. 66 Frankreichs Außenpolitik
- Nr. 67 Zum Schillerjahr 2009 – Schillers politische Dimension
- Nr. 68 Ist jede Beratung eine gute Beratung? Qualität der staatlichen Schulberatung in Bayern
- Nr. 69 Von Nizza nach Lissabon – neuer Aufschwung für die EU
- Nr. 70 Frauen in der Politik
- Nr. 71 Berufsgruppen in der beruflichen Erstausbildung
- Nr. 72 Zukunftsfähig bleiben! Welche Werte sind hierfür unverzichtbar?
- Nr. 73 Nationales Gedächtnis in Deutschland und Polen
- Nr. 74 Die Dynamik der europäischen Institutionen
- Nr. 75 Nationale Demokratie in der Ukraine
- Nr. 76 Die Wirtschaftsschule von morgen
- Nr. 77 Ist der Kommunismus wieder hoffähig?
Anmerkungen zur Diskussion um Sozialismus und Kommunismus in Deutschland
- Nr. 78 Gerechtigkeit für alle Regionen in Bayern –
Nachdenkliches zur gleichwertigen Entwicklung von Stadt und Land
- Nr. 79 Begegnen, Verstehen, Zukunft sichern –
Beiträge der Schule zu einem gelungenen kulturellen Miteinander
- Nr. 80 Türkische Außenpolitik
- Nr. 81 Die Wirtschaftsschule neu gedacht – Neukonzeption einer traditionsreichen Schulart
- Nr. 82 Homo oecologicus – Menschenbilder im 21. Jahrhundert
- Nr. 83 Bildung braucht Bindung
- Nr. 84 Hochschulpolitik: Deutschland und Großbritannien im Vergleich
- Nr. 85 Energie aus Biomasse – Ethik und Praxis
- Nr. 86 Türkische Innenpolitik – Abschied vom Kemalismus?
- Nr. 87 Homo neurobiologicus – Ist der Mensch nur sein Gehirn?
- Nr. 88 Frauen im ländlichen Raum
- Nr. 89 Kirche im ländlichen Raum – Resignation oder Aufbruch?
- Nr. 90 Ohne Frauen ist kein Staat zu machen – Gleichstellung als Motor für nachhaltige Entwicklung
- Nr. 91 Der Erste Weltkrieg – „In Europa gehen die Lichter aus!“
- Nr. 92 Deutsch als Identitätssprache der deutschen Minderheiten
- Nr. 93 Frankreichs Grandeur – Einst und Jetzt

- Nr. 94 Alphabetisierung – eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe
- Nr. 95 Linksextremismus in Deutschland – Bestandsaufnahme und Perspektiven
- Nr. 96 Ländliche Kultur – unterschätzt!