



“MICH HAT JA KEINER GEFRAGT...”

MITMACHER GESUCHT

IMPRESSUM:



Ministerium f. Umwelt und Verbraucherschutz
Keplerstr.18 · 66117 Saarbrücken
Referat F/3 – Agentur ländlicher Raum

Dienstsitz:
Am Tummelplatz 7 · 66117 Saarbrücken
☎ 06 81 - 5 01 43 38 · Fax 06 81 - 5 01 26 11
email: alr@umwelt.saarland.de

Wir machen Luscht aufs Dorf!

Agentur ländlicher Raum

Ihre Partner in der Dorfentwicklung

Saarbrücken, Februar 2013

Kernplan gewährt die Nutzungsrechte für eigene Fotos im Rahmen der Broschüre. Für alle Fotos, die nicht von Kernplan stammen, liegen die jeweiligen Bildrechte/Nutzungsrechte beim Auftraggeber

Autoren:

Dipl.-Ing. Hugo Kern,
Raum- und Umweltplaner
Geschäftsführer Kernplan GmbH

KERN PLAN

Kirchenstraße 12 , 66557 Illingen
☎ 0 68 25 - 4 06 16 90
www.kernplan.de

Dr. Armin Kuphal
Universität des Saarlandes
Fachrichtung Soziologie

Projektmitarbeit:

Dipl.-Ing. Sarah End
Raum- und Umweltplanerin
Kernplan GmbH

Satz und Layout:

Nicole Stahl
Kernplan GmbH



VORWORT

Zeitschriften wie „LandLust“, „Land-Leben“, „Lust aufs Land“, „Landidee“ sprießen wie Pilze aus dem Boden und verzeichnen seit Jahren steigende Auflagen. Sie werfen ein oft nostalgisch verklärtes Licht auf das Leben auf dem Lande. Heile Welt mit Rosen, Pferden, Selbstgemachtem. Dieses gemütlich-romantische Bild spiegelt jedoch eher eine Sehnsucht der (Stadt-)Menschen nach Geborgenheit wieder. Denn der ländliche Raum ist von der demografischen Entwicklung besonders betroffen. Neben den neuen Bundesländern ist es besonders das Saarland, dessen Einwohnerzahlen drastisch zurückgehen werden.

Wie kann es gelingen, diesen Trend, der sich vor allem auf dem Land bemerkbar macht, zu stoppen? Wie attraktiv kann das Landleben auch in Zukunft sein, wenn die Bevölkerung weiter zurückgeht? Was bietet der ländliche Raum jungen Menschen und verhindert deren Wegzug?

Wichtige Fragen. Diese Broschüre versucht, Antworten darauf zu finden, Anregungen zu geben, Fakten darzustellen. Mitmacher zu finden. Aufgerufen sind nicht nur Bürgermeisterinnen und Bürgermeister, Ortsvorsteherinnen und Orts-

vorsteher, Kommunalpolitikerinnen und Kommunalpolitiker, sondern alle interessierten saarländischen Bürgerinnen und Bürger.

Gewiss, das Dorf befindet sich im Wandel. Jahrzehntelange Traditionen gelten nicht mehr, Lebensformen ändern sich, soziale Gefüge geraten ins Wanken. Das kann man beklagen, man kann es aber auch als Chance begreifen.

Worin liegen die Stärken eines Dorfes, was braucht man für eine intakte Dorfgemeinschaft? In einer Bestandsaufnahme wirft die Broschüre einen genauen Blick auf den Zustand des ländlichen Raumes.

Sie zeigt aber auch, dass es bereits viele Menschen gibt, die über Verschwundenes nicht jammern, sondern mit Initiativen, wie zum Beispiel der Gründung eines Dorfladens oder dem gemeinsamen Bau einer Bühne zeigen, dass sich Engagement lohnt. Der Lohn ist ein stärkeres WIR-Gefühl und soziale Geborgenheit. Mit solchen Aktionen von „unten“ entsteht Gemeinschaft. Am relativ überschaubaren Kosmos Dorf lässt sich exemplarisch die notwendige Veränderung der Gesellschaft demonstrieren.

„Wenn viele kleine Menschen, an vielen kleinen Orten, viele kleine Dinge tun, dann können sie das Gesicht der Erde verändern.“ (Afrikanisches Sprichwort)

Diese Broschüre soll Lust aufs Landleben machen, allerdings anders als in den bunten Blättern suggeriert wird. Es geht um mehr als um Deko und Rezepte. Es geht um aktives Mitgestalten und Mitmachen möglichst vieler Menschen zugunsten einer größeren Lebensqualität, ja Lebenslust. Packen wir's an!

DAS DORF WIRD SICH WEITER VERÄNDERN

Unter dem Druck der Verhältnisse wird sich das Dorf weiter verändern. Jeder

Einzelne und das dörfliche Gemeinwesen als Ganzes wird vor der Frage stehen, wie es in dem Ort und wie es mit dem Ort weitergehen soll. Einfach abwarten und Nichtstun ist wahrscheinlich die schlechteste Lösung. Mehr und mehr wächst die Einsicht, dass aktiv Einfluss auf die Entwicklung des ländlichen Raumes zu nehmen ist, dass neben der herkömmlichen baulichen Dorfentwicklung auch so etwas wie eine gesellschaftliche Dorfentwicklung notwendig ist. An vielen Orten und namentlich im Saarland gibt es Initiativen in diese Richtung. Dorfentwicklung meint die Festigung von Grundlagen, aber vielleicht auch die Einführung neuer Lösungen, die als solche erst einmal in das soziale Gefüge des Dorfes einzupassen sind.

Schon bei der baulichen Dorfentwicklung hat das Saarland mit der Agentur ländlicher Raum ganz konsequent darauf gesetzt, dass Impulse von der Bevölkerung selber aufgegriffen und umgesetzt wurden. Dies gilt umso mehr für das Programm der gesellschaftlichen Dorfentwicklung. Die einfachste und zugleich treffendste Formel dafür lautet: **Mitmacher gesucht!**

Einen fertigen Plan für die Gestaltung des dörflichen Gemeinwesens gibt es nicht, ganz abgesehen davon, dass Dorf nicht gleich Dorf ist. Aber es wird probiert und experimentiert. Es gibt Dörfer, wo vieles gelingt, was andernorts (noch) als unmöglich erscheint. Was haben diese Dörfer, das andere so nicht haben? Es gibt vielleicht allgemeine Überlegungen, Herangehensweisen und Regeln, die bei dem Projekt der gesellschaftlichen Dorfentwicklung gelten und beachtet werden wollen. **Das ist das Thema dieser Broschüre.**

Anke Rehlinger,

Ministerin für Umwelt und Verbraucherschutz des Saarlandes

INHALT



Foto: ©N-Media-Images - Fotolia.com

Vorwort

Teil 1: Fakten und Trends:

„Wir werden weniger, älter und bunter“

5

Teil 2: Gesellschaftliche Dorfentwicklung: Weitere Macher & Mitmacher gewinnen

11



Foto: ©Kernplan



Foto: ©usbfc0 - Fotolia.com

Teil 3: Der Blick über den Tellerrand: Wie machen es eigentlich die anderen?

31

Soziale Netzwerke – die neue (virtuelle) Art des Mitmachens

33

Ein „Augenblick“ fürs Dorf

39

Ehrenamt, Dorfgemeinschaft, Verein –

Altbewährtes neu entdeckt

47

Zum guten Schluss: Vom Dorf an sich zum Dorf für sich –

Ein Dutzend Merksätze für Macher und Mitmacher

56

Die Autoren

58

Die Agentur

59



Foto: ©Kernplan



**TEIL 1:
FAKTEN UND TRENDS: „WIR WERDEN WENIGER,
ÄLTER UND BUNTER“**

DER DEMOGRAFISCHE WANDEL WIRD ZUR ERFAHRBAREN WIRKLICHKEIT

Wir wissen anhand der demografischen Daten ziemlich genau, was wir in den nächsten Jahrzehnten zu erwarten haben: Die Bevölkerung geht kontinuierlich und spürbar zurück. Derzeit leben noch etwa 82 Millionen Einwohner in Deutschland, aber in den nächsten 50 Jahren ist mit einem drastischen Rückgang von ca. 15% bis 20%, auf 65 bis 70 Millionen Einwohner zu rechnen. Auch im Saarland werden die Einwohnerzahlen massiv zurückgehen. Hier wird sogar ein Rückgang um mehr als 30% vorausgesagt, von 1,01 Millionen (2011) auf fast 686.000 im Jahr 2060. Dann wird im kleinsten Flächenbundesland jeder dritte Bewohner fehlen. (Quelle: 12. Koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung des Statistischen Bundesamtes sowie des Statistischen Landesamtes des Saarlandes; Statistisches Bundesamt, GENESIS Online-Datenbank)

Jede neue Generation wird um mindestens ein Drittel kleiner sein, als die der Eltern. Was wie eine Prognose aussieht, ist jetzt bereits ein Fakt, denn:

„Die Eltern der zukünftigen Kinder sind bereits nicht geboren“

Ein Verlust in dieser Größenordnung muss selbst in einer so dicht besiedelten Region wie dem Saarland zu Verwerfungen führen. Zu den Verlierern des Wandels werden insbesondere die ländlich geprägten Gemeinden mit ihren Dörfern gehören.

„Mehr Dorf für weniger Bewohner“

Während die Zahl der Kinder abnimmt, wächst die Zahl der Alten. Am statistischen Horizont des Jahres 2060 steht eine Bevölkerung, in der jeder Dritte über 65 Jahre ist. Es werden doppelt so viele 70-jährige leben, wie Kinder geboren werden. (Quelle: 12. Koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung des Statistischen Bundesamtes)

Die Alterung wird unaufhaltsam voranschreiten. Hinzu kommt die steigende Lebenserwartung, nicht zuletzt aufgrund der besseren medizinischen Versorgung und der Verbesserung des Lebensstandards. Das Durchschnittsalter wird beispielsweise im Saarland um 7,1 bzw. 7,9 Jahre bis zum Jahr 2060 auf 83,7 Jahre (Männer) und 88,2 Jahre (Frauen) ansteigen. (Quelle: 12. Koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung des Statistischen Bundesamtes sowie des Statistischen Landesamtes des Saarlandes)

Dabei ist „alt nicht gleich alt“. Wir müssen bereits heute unterscheiden zwischen „jungen Alten“ und „alten Alten“. Die Gruppe der „jungen Alten“ lässt sich dabei als aktiv, unternehmungslustig und freizeitorientiert charakterisieren, was auch aufgrund der meist guten finanziellen Ausstattung ermöglicht wird. Die „alten Alten“ hingegen sind oft körperlich eingeschränkt, ziehen sich häufig zurück und sind auf fremde Hilfe angewiesen. Aus der Unterscheidung wird deutlich, dass die jungen Alten eine eigene Kategorie darstellen, deren Potenzial begriffen und in künftige Konzepte eingebunden werden muss.

INDIVIDUALISIERUNG UND PLURALISIERUNG – WIR WERDEN BUNTER

Ausgelöst durch die Mischung von Kulturen und Religionen aufgrund von Migration, leben wir in einer multikulturellen Gesellschaft, was durch die folgenden Zahlen verdeutlicht wird: 19,5% der Bevölkerung Deutschlands und 18% der saarländischen Bevölkerung haben einen Migrationshintergrund (Stand 2011). (Quelle: Statistisches Bundesamt: Mikrozensus)

Zudem zeigt sich ein zunehmender Bedeutungsverlust des traditionellen Familienbildes „Mutter, Vater, Kind“ und der klassischen Lebensformen. Seit 1996 hat die Zahl der Familien von 13,2 Millionen auf 11,7 Millionen im Jahr 2011 abgenommen. Dies entspricht einem Rückgang von 11,4%. Gleichzeitig ist die Zahl der kinderlosen Partnerschaften um 12,4% angestiegen, von 10,5 Millionen im Jahr 1996 auf 11,8 Millionen im Jahr 2011. Mit einem Anstieg von 23,9% hat die Zahl der Alleinstehenden am stärksten im Betrachtungszeitraum 1996 bis 2011 zugenommen. (Quelle: Statistisches Bundesamt, Statistisches Jahrbuch 2012)

Alleinerziehende, „Patchworkfamilien“, Singles, Einpersonenhaushalte, Wohngemeinschaften (auch Senioren-WGs) sowie die Multikulturalität machen unsere Gesellschaft vielfältiger und bunter.



Grafik: Entwicklung der Bevölkerung des Saarlandes mit Prognose; Quelle: StaLa Saarland, Stand 31.12.2012

MOBILE GENERATION – „HEUTE HIER, MORGEN DORT“

Die Haushalte werden immer mobiler – oder müssen es sein. Gerade Jüngere sind nicht mehr so stark an ihren Wohnstandort gebunden wie ihre Eltern. Ausbildung und Studium machen oftmals einen Wechsel des Wohnortes notwendig. Da die Schule im Dorf in vielen Fällen der Vergangenheit angehört, sind bereits viele Schüler gezwungen, lange Wege zurückzulegen. Wer in der Nähe keinen Arbeitsplatz findet, muss sich gezwungenermaßen andernorts umsehen oder ganz wegziehen.

„Heute hier, morgen dort“.

All das gibt auch der Bedeutung der „Heimat“ ein individuelles Gesicht. Heimat ist nicht mehr ausschließlich der Ort, wo man mit seinesgleichen groß geworden ist, sondern dort, wo das Leben einen hingeführt hat.

FREIZEITGESELLSCHAFT

Freizeit hat mittlerweile einen immer höheren Stellenwert in unserer Gesellschaft. Unterschiedliche Zeitverfügbarkeit bei den unterschiedlichen Akteursgruppen bedingen ein stark differenziertes Freizeitverhalten. Dabei reichen die Aktivitäten von Sport über Kultur bis hin zum Surfen im Internet. Eng mit dem „Mehr an Freizeit“ ist das Erfordernis der Mobilität verbunden. Freizeitangebote werden oftmals an sehr unterschiedlichen Orten wahrgenommen. Die klassischen Vereinsangebote im ländlichen Raum gehören dabei häufig zu den Verlierern. (Quelle: Opaschowski, Horst: Freizeitwissenschaft, eigene Ergänzungen)



Mobile Gesellschaft: Heute hier, morgen dort... Foto: ©Narayan Lazic - Fotolia.com

VEREINE

Den Vereinen mangelt es aufgrund des Geburtenrückgangs an Nachwuchs, die Mitgliederzahlen sind infolge des Bevölkerungsrückgangs rückläufig und die vielen Senioren fordern spezielle Angebote.

Ein Beispiel: Etwa jeder dritte Sportverein (aktuell mehr als 91.000 Sportvereine) kämpft dabei mit existenziellen Problemen. Dies betrifft neben der Mitgliedergewinnung auch die Bindung von Ehrenamtlichen.

Insbesondere die Konzentration auf benötigte Infrastruktur, der Abschied vom Konkurrenzdenken und der Zusammenschluss von Vereinen stehen im Vordergrund. Derzeit dominieren noch die traditionellen Vereine, wie Sport- oder Gesangsvereine die Vereinslandschaft, aber hier wird sich insbesondere der soziokulturelle Wandel mit der Forderung nach neuen Angeboten auf die Vereinsstrukturen auswirken. Langfristig gilt: „Wir brauchen mehr Verein für weniger Menschen!“

(Dokumentation Dorf und Verein; Bundesinstitut für Sportwissenschaft, Sportentwicklungsbericht 2011/2012)



Foto: Kernplan

EHRENAMT

Die Engagementquote in Deutschland liegt bei etwa einem Drittel der Bevölkerung (Stand 2009). Diese erbringt etwa 7,5% der gesamten Arbeitszeit im Wert von 35 Mrd. Euro freiwillig und überwiegend unentgeltlich. Das Engagement der Saarländerinnen und Saarländer ist mit 35% als durchschnittlich zu bewerten.

(Engagementatlas 2009)

Insbesondere soziale Hilfsdienste wie die Feuerwehr, das Rote Kreuz oder der Malteserhilfsdienst sind auf Engagement angewiesen. Die künftige Entwicklung vor dem Hintergrund des demografischen und soziokulturellen Wandels wird zwiespältig betrachtet. Die Einschätzungen reichen von gänzlichem Bedeutungsverlust des Ehrenamtes, über wenig Veränderungen bis hin zur Verlagerung in neue Bereiche wie Initiativen und Selbsthilfegruppen. Vor allem sporadisches Engagement und die Kurzfristigkeit werden zur Erfolgsvoraussetzung. (Dokumentation Dorf und Verein)

Vor dem Hintergrund künftiger Trends und Entwicklungen wird eine Verlagerung des Engagements in Bereiche mit unmittelbarem Zielgruppenbezug und in das Sozial-, Gesundheits- und Pflegesegment stattfinden, während Engagement bei Kirche und Religion an Bedeutung verliert. Der Stellenwert des Engagements in klassischen Bereichen, wie Sport und Politik bleibt hingegen unverändert. (Engagementatlas 2009)

NACHBARSCHAFT

Eine weitere wichtige Komponente ist die Nachbarschaft. Ob Nachbarschaft künftig in ihrer aktuellen Form noch Bestand haben wird, ist fraglich. Fakt ist, dass sich ihre Bedeutung wandeln wird. Ursprünglich war die Nachbarschaft von sozialen und ökonomischen Erfordernissen geprägt. Als Voraussetzung für funktionierende, nachbarschaftliche Struktu-

ren zeigten sich Aspekte wie räumliche Nähe, gemeinsame Interessen, gleiche Verhaltensnormen, aber auch ähnliche Lebensstile bis hin zu nachbarschaftlichen Hilfsdiensten. Neben die räumliche trat also die soziale Nähe. Doch diese Basis ist mittlerweile größtenteils verloren gegangen. Mit der Entwicklung hin zur Wohlstandsgesellschaft und zu modernen Informations- und Kommunikationstechnologien sowie differenzierten Freizeitmöglichkeiten und der gestiegenen Mobilität wird der Nachbar als Kommunikationspartner und Hilfsdienst teilweise überflüssig. Alles in allem zeigt sich in der Nachbarschaft gegenüber früher eher ein Distanzverhalten, dennoch hilft man sich in der Not. Wird der Nachbar zum „Notnachbar“? Hilfsdienste beschränken sich auf gelegentliche Aushilfen. Verbindlichkeiten und Verpflichtungen werden gemieden. Im Jahr 2010 haben mehr als 80% der Bewohner in ländlichen Gemeinden ein befreundetes und bekanntschaftliches Nachbarschaftsverhältnis (bei einer Wohndauer von mehr als 10 Jahren). Ca. 20% der Bewohner kennen ihre Nachbarn kaum bis flüchtig. Im Betrachtungszeitraum 1991 bis 2008 hat der Anteil des intensiven, freundschaftlichen Nachbarschaftskontaktes zugunsten des näheren, auf Gelegenheit

basierenden Kontaktes abgenommen. Mit der zunehmenden Individualisierung und Pluralisierung schwindet auch die soziale Ähnlichkeit und die Kontaktvoraussetzung „räumliche Nähe“ tritt in den Hintergrund.

Kinder und die steigende Zahl Älterer sind auf nachbarliche Kontakte aufgrund der eingeschränkten Mobilität und Kommunikationsmöglichkeit angewiesen. Mit zunehmendem Alter nimmt beispielsweise die Intensität des nachbarschaftlichen Kontaktes zu. So haben gerade die mobilen jungen Erwachsenen ihre Kontakte außerhalb der Nachbarschaft. Nachbarschaft wird einerseits zum „Lückenfüller“ und andererseits zum Bezugspunkt für „diejenigen, die keine andere Wahl haben“.

(Quelle: Siebel, Walter Ist Nachbarschaft heute noch möglich? und eigene Ergänzungen, BBSR 2010 – Landleben - Landlust?)

KIRCHE

Mit der Bevölkerung gehen auch die Mitgliedszahlen in der evangelischen und katholischen Kirche zurück. Es gibt weit weniger Taufen als Beerdigungen. Hinzu kommt die veränderte Bindung an die



Kirchen ohne Menschen; Foto: Kernplan

Weitere Informationen

- Statistisches Bundes- und Landesamt Saarland: Statistisches Datenmaterial; www.destatis.de, www-genesis.destatis.de und www.statistik.saarland.de.
- Bertelsmann-Stiftung: Daten, Bevölkerungsprognosen und konkrete Handlungskonzepte; www.wegweiser-kommune.de.
- Agentur ländlicher Raum des Saarlandes: Modellprojekte zum Umgang mit den Folgen des demografischen Wandels www.saarland.de/alr.htm.
- Bundeszentrale für politische Bildung: Allgemeine Informationen; www.bpb.de.
- Entwicklung der Vereinsstrukturen und des Engagements vor dem Hintergrund aktueller Trends; Ministerium für Umwelt Saarland und Agentur ländlicher Raum (Hrsg.) (2006): Dorf und Verein – Tradition und Zukunft, Saarbrücken.
- Prognos AG und AMB Generali Holding AG (Hrsg.) (2009): Engagementatlas 09, Daten, Hintergründe, Zukunft und Volkswirtschaftlicher Nutzen des Engagements, Berlin, Aachen.
- Bundesinstitut für Sportwissenschaft et. al. (Hrsg.) (2012): Sportentwicklungsbericht 2011/2012, Köln.
- Die Bedeutung der Nachbarschaft in der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft: Siebel, Walter: Ist Nachbarschaft heute noch möglich?, in: Arnold, Daniel (Hrsg.)(2009): Nachbarschaft, München.
- Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (Hrsg.) (2010): BBSR-Berichte kompakt, Landleben - Landlust?, Bonn.

Institution Kirche, die sich in spürbaren Raten von Kirchaustritten niederschlägt. Ein sinkendes Aufkommen an Kirchensteuern lässt diese Entwicklungen auch finanziell spürbar werden. Die beiden großen Volkskirchen passen sich der schwindenden Nachfrage an, indem sie Gliederungen zusammenfassen und ihre Angebote faktisch zurücknehmen. Es ist nicht mehr sicher, dass „die Kirche im Dorf gelassen wird...“

FAZIT

Eines ist klar: Diese übergreifenden gesellschaftlichen Entwicklungen lassen

sich nicht mehr zurückdrehen. „Initiative ergreifen“ muss die Devise lauten.

Auf dem Lande sind die Entwicklungen dabei einschneidender als in der Stadt, wo vieles durch Größeneffekte abgemildert wird. Dafür hat der ländliche Raum womöglich soziale Qualitäten, sich auf die Veränderungen einzustellen und sich seine eigene Lebensqualität zu bewahren. Gesellschaftliche Dorfentwicklung kann als Prozess verstanden werden, dieses besondere Kapital in einem überschaubaren Raum zu aktivieren.



Mehr Lebensqualität als Ziel der sozialen Dorfentwicklung; Foto: ©Gilles Longassi - Fotolia.com

Ganz konkret heißt dies, zunächst Macher und Mitmacher für ein gemeinsames Handeln zu gewinnen. Denn ohne das eigene Zutun wird sich nicht viel bewegen. Wie kann also erreicht werden, dass sich mehr Menschen engagieren als immer nur dieselben? Das ist das Thema des nächsten Kapitels. Danach soll in einem dritten Kapitel nachgeschaut werden, welche Lösungen andernorts bereits gefunden wurden.



Soziale Dorfentwicklung – auch im Zusammensein der Generationen; Foto: ©Herby Me - Fotolia.com

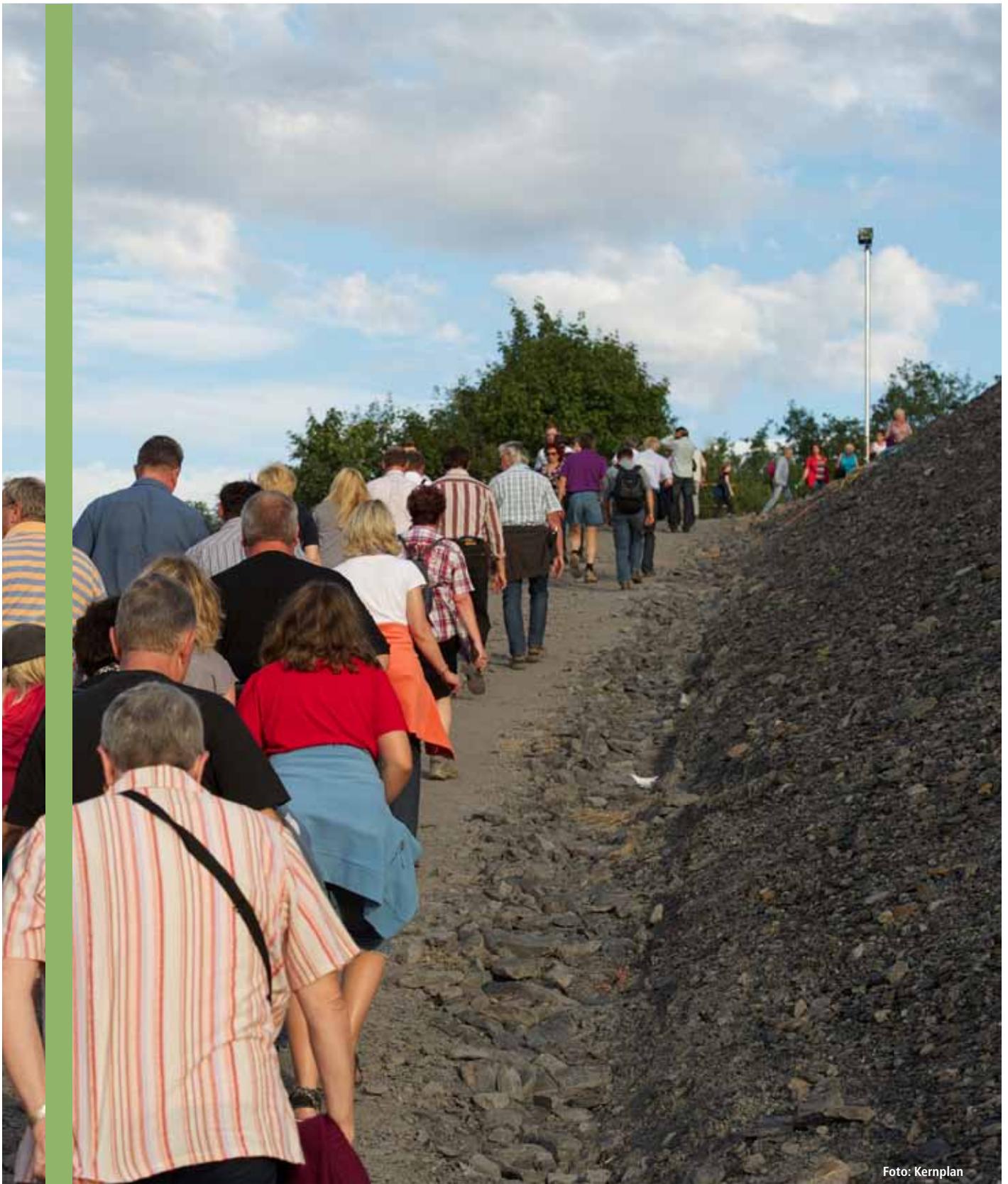


Foto: Kernplan

TEIL 2: GESELLSCHAFTLICHE DORFENTWICKLUNG: WEITERE MACHER & MITMACHER GEWINNEN

GIBT ES „DAS DORF“ EIGENTLICH NOCH?

Vorab eine vielleicht merkwürdige Frage: Gibt es das, was wir als Dorf zu kennen glauben, in Wirklichkeit noch? Haben wir einen richtigen Begriff vom Dorf? Oder besteht der Gegenstand, wie so oft, nur noch als Vorstellung in unseren Köpfen - konstruiert aus erinnelter Vergangenheit, aus Geschichten, Bildern, Filmen und berühmter Folklore. Wenn heute ein Begriff verwendet wird, so ist dies bekanntlich keine Garantie dafür, dass der gestern damit gemeinte Inhalt tatsächlich noch gegeben ist...

DAS DORF LIEGT IMMER NOCH AUF DEM LANDE, ABER NICHT MEHR IM ABSEITS

Das historisch verbürgte und von Älteren noch erinnerte Dorf gab es aufgrund ganz bestimmter politischer, sozialer und wirtschaftlicher Bedingungen. Neben der Landwirtschaft und ihren Arbeitsbedingungen war das wesentlichste Merkmal eine weitgehende Abgeschiedenheit. Weil das Dorf auf dem flachen Lande lag, weil die Verkehrs- und Nachrichtenverbindungen von dort und nach dort schlecht oder gar nicht vorhanden waren, war es nicht nur räumlich im Abseits. Wer auf dem Dorf wohnte, war ziemlich weit weg von allem. Besuche in der Stadt waren selten und hatten meistens einen außergewöhnlichen Anlass. So hatte „Dorf“ im Gegensatz zu „Stadt“ immer auch etwas Rückständiges und Hinterwäldlerisches an sich. Mit dem Auto, dem Fernsehen und nun auch dem Internet haben sich die Bedingungen geändert. Die Nachrichten kommen genau so schnell ins Dorf, wie sie in der Stadt sind. Denn die Entfernung spielt heute keine Rolle mehr.

„Und doch ist augenfällig, wie hartnäckig Stadt und Land sich in mancher Hinsicht noch immer voneinander unterscheiden. Warum hat man in der Stadt den Hang, unablässig das Neue zu suchen, während man auf dem Lande nach wie vor lieber an alten

Gewohnheiten festhält. Warum entscheidet sich die Stadt für die Geschwindigkeit und das Land für die Langsamkeit?“

(Geert Mak: Wie Gott verschwand aus Jorwerd. Der Untergang des Dorfes in Europa. Aus dem Niederländischen Berlin: 1999)

DORF IST NICHT MEHR DAS GEGENTEIL VON STADT

Auch die klassische Unterscheidung von Stadt und Land ist ziemlich diffus geworden – nicht zuletzt dadurch, dass sich die weitere Region als Erfahrungs- und Handlungsraum zwischen das Dorf und die Stadt geschoben hat. Dorf und Stadt sind nicht mehr grundverschieden, sondern sind eher als ineinander übergehende Typen zu beschreiben. An die Stelle des „Entweder-Oder“ tritt das „Sowohl als auch“ und das „Mehr oder Weniger“ von Merkmalen. Objektiv vorhandene Unterschiede bezüglich Einwohnerzahl, Bebauungsdichte und anderer Kennzahlen sind für sich keine Hinweise mehr auf sehr unterschiedliche soziale Welten – zumal im dicht besiedelten Saarland sehr viele Menschen täglich zur Arbeit in der Stadt sind. Sehr überspitzt ausgedrückt, erscheint das Dorf als eine Siedlung, die nur sehr weit entfernt von der Stadtmitte im Grünen liegt, deswegen eine Reihe von Vorteilen genießt, aber auch eine Reihe von Nachteilen hinzunehmen hat, zu denen insbesondere das tägliche Pendeln zum Arbeitsplatz gehört.

Seit die Kirche und andere Institutionen ihre einstige Autorität verloren haben, verlor sich auch viel von der dörflichen Enge und Kontrolle. In der Stadt gibt es nichts, was es so nicht auch auf dem Dorf gäbe.

Am Autokennzeichen erkennen wir noch, ob jemand vom Lande kommt, auch der Dialekt mag noch Hinweise auf die Herkunft aus den ländlichen Regionen geben. Aber sonst? Der Begriff des Dorfes hat mit dem Wegfall vieler Bedingungen auch viel von seinem einstigen Inhalt ver-

loren. Man muss heute genauer sagen, was man meint, wenn man von „Dorf“ und „dörflich“ spricht.

„DORF“ UND „DÖRFlich“ ALS SOZIALE MENTALITÄT

Die Frage nach dem Dorf lässt sich, methodisch gesehen, auch anders beantworten. Neben dem Versuch einer objektiven Unterscheidung fragt die Soziologie immer auch, wie sich die Menschen selber sehen und zuordnen und nach welcher Art und Weise sie ihre Wirklichkeit konstruieren. Wenn eine Ortschaft von ihren Bewohnern in diesem Sinne als „Dorf“ definiert wird, dann ist es Dorf im Sinne der subjektiv gemeinten Unterscheidung. Nicht wenige Orte des Saarlandes, die im Wege der Gebietsreform eingemeindet wurden und sich durchaus als „Stadt“ verstehen könnten, suchen ihre Identität nicht im Städtischen, sondern ausdrücklich in der Dörflichkeit. Mit „Dorf“ und „dörflich“ sind in diesem Sinne weniger die soziostrukturellen Merkmale eines bestimmten Siedlungstypus gemeint, der als solcher alle seine Bewohner prägt, sondern vielmehr eine bestimmte soziale Identität und eine entsprechende Mentalität. Aus ihnen folgt eine bestimmte Art und Weise des Zusammenlebens, die genauer zu betrachten ist.

Dass im Dorf eine dörfliche Mentalität herrscht, war in der Vergangenheit selbstverständlich. Ohne diese unterschiedliche Mentalität gleich „städtisch“ nennen zu wollen, ist sie zumindest durch eine gewisse Distanz gekennzeichnet. Man kann heute auf dem Lande wohnen, ohne die engen dörflichen Bezüge zu haben - und ohne dadurch gleich zum Außenseiter zu werden. Das moderne Dorf lässt zu, was davor so nicht möglich gewesen wäre – und ganz sachte ändert sich womöglich auch das, was wir als „dörflich“ bezeichnen.



Bietzen, Bewertungskommission unser Dorf hat Zukunft; Foto: Kernplan

Ist ein Mensch gezwungen, in einer sozialen Umgebung zu leben, wo er mit seiner ureigenen Mentalität gar nicht ankommt (der eingefleischte Dörfler muss in die Metropole, den Großstädter verschlägt es ins kleine Dorf), führt dies zu gewissen Komplikationen – das ist dann der Stoff, aus dem Filme gemacht werden...

LOKALE UND KOSMOPOLITISCHE ORIENTIERUNG

Eine sehr ähnliche soziologische Unterscheidung ist geläufig mit dem Begriffspaar „lokale“ und „kosmopolitische Orientierung“. Der lokale Typ ist eher ein Generalist, richtet seine Aufmerksamkeit auf die Probleme an seinem Wohnort, bevorzugt lokale Medien, ist engagiert in vielen freiwilligen Vereinigungen am Ort, wo er aus der Allgemeinheit viele Bekannte hat, während der Kosmopolit eher national und global orientiert ist, sich als Spezialist ausgesuchten Problemen widmet, Gruppierungen mit speziellen Interessen bevorzugt und seine Bekannten auch nach diesen Themen auswählt. Mit einer gewissen Plausibilität kann man den lokal orientierten Typ im kleinen Dorf auf dem Lande und den Kosmopoliten in

der Stadt vermuten - aber eben nicht nur. So wie es in der Stadt Menschen mit eher dörflicher Lebens- und Beziehungsorientierung gibt, finden sich umkehrt auch auf dem Dorf kosmopolitische Orientierungen. Trieb es den Kosmopoliten früher tatsächlich in die Welt hinaus, so hat er heute durchaus eine Chance, dass die Welt multimedial zu ihm ins Haus kommt und das Fernweh durch weite Reisen gestillt wird, während die lokale dörfliche Umgebung an Bedeutung verliert.

Ob sich jemand mit Vorliebe in der virtuellen Welt bewegt oder ob die reale Umgebung mehr interessiert, ist Ausdruck einer im Wesen unterschiedlichen Orientierung in der Welt.

DORFGEMEINSCHAFT ODER DORFGESELLSCHAFT?

Die Bevölkerung eines Dorfes wird gerne als Dorfgemeinschaft bezeichnet. Das Wort „Gemeinschaft“ verweist auf die grundlegende Unterscheidung von Gemeinschaft und Gesellschaft. Auch sie kann zur genaueren Bestimmung des Dorfes und seiner Veränderung herangezogen werden.

Gemeinschaften sind sozusagen „natürliche“ Einheiten, in denen jeder jeden schon lange, „seit ewig“, kennt, und zwar als ganze Persönlichkeit. Die Familie und die Verwandtschaft sind Beispiele dafür. Schulklassen zählen dazu, ebenso stabile Nachbarschaften. Die Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft wird nicht gewählt, sondern man ist zugehörig durch seine jeweilige Existenz. Innerhalb der Gemeinschaft herrscht weitgehendes Vertrauen. Das meiste versteht sich selbstredend. Ist etwas verabredungsbedürftig, reicht in der Regel das gesprochene Wort. Förmlichkeiten sind nicht notwendig, ja sie gelten als unsinnig oder als befremdliche Bekundung von Misstrauen – man kennt sich schließlich doch.

In der Dorfgemeinschaft besteht Gruppipflicht. Kinder grüßen Erwachsene, auch wenn diese nicht bekannt sind. Die selbstverständliche Anredeform untereinander ist das „Du“. Eine anfängliche Fremdheit oder die Anerkennung eines gewissen sozialen Unterschiedes wurde im Dorf von gestern nicht durch die Anrede „Sie“, sondern durch ein weit weniger distanzierendes „Ihr“ ausgedrückt.

Gemeinschaften haben den Vorteil, dass sie Menschen in einer ganzheitlichen Art und Weise aufnehmen – also eine Art soziale Heimat bieten. Ihr Nachteil ist, dass sie stark personenabhängig sind, Konflikte schlecht eingrenzen können und zur Schließung neigen.

„So werden alle Ereignisse innerhalb der Dorfgemeinschaft vom Gesetz der kleinen Zahl beherrscht, ein Gesetz, das man in der Stadt kaum kennt. In einer kleinen Gemeinschaft kommt jeder Seele großes Gewicht zu. Eine Reihe neuer Wohnungen fällt in einem Stadtviertel kaum auf, aber in einem Dorf mit vielleicht hundert Haushalten haben zwanzig neue Familien enormen Einfluss“

(Geert Mak: Wie Gott verschwand aus Jorwerd. Der Untergang des Dorfes in Europa. Amsterdam: 1996; aus dem Niederländischen Berlin: 1999).

Kennzeichnend für die dörfliche Gemeinschaft ist ein Gefühl der Zugehörigkeit und der gegenseitigen Verpflichtung, der sozialen und räumlichen Nähe, das Interesse und die Neugierde an den anderen und insbesondere an der unmittelbaren Nachbarschaft, der selbstverständliche Austausch und eine verlässliche Hilfsbereitschaft. Damit verbunden sind allerdings auch gegenseitige Beobachtung, Bewertung und Gerede übereinander – also soziale Kontrolle.

Wenn Bürger eines Dorfes anfangen „Sie“ zueinander zu sagen, dann ist klar, dass sich das Dorf längst in einem erheblichen sozialen Umbruch befindet.

Der dörflichen Gemeinschaft wird gerne die städtische Gesellschaft gegenübergestellt. Hat die Gemeinschaft ihren Sinn in sich selbst, so spielen bei der Gesellschaft äußere Zwecke mit und auch das Verhältnis der Mitglieder ist durch Zwecküberlegungen geprägt. Man ist Mitglied der Gesellschaft, um einen bestimmten Zweck zu verfolgen. An die Stelle der eingelebten Gewohnheit treten schriftliche Regeln, Satzungen und Ordnungen. Die



Das "Hiwwelhaus" in Alsweiler; Foto: Gemeinde Marpingen

einfache Erinnerung wird ersetzt durch schriftliche Protokolle. Im Unterschied zur Gemeinschaft geht es in der Gesellschaft förmlicher zu. Mitglieder einer Vereinigung müssen sich, um den gemeinsamen Zweck zu verfolgen, auch nicht besonders gut kennen und es wird nicht als Distanzierung verstanden, wenn man sich mit höflichem „Sie“ begegnet. Bei größeren Mietshäusern spricht man zwar von der „Hausgemeinschaft der Mieter“, tatsächlich handelt es sich in vielen Fällen aber

um Gesellschaften, deren einziger Zweck darin besteht, das Wohnen unter einem Dach wirtschaftlich und sozial zu regeln.

Dem alten Dorf war die Sozialform der Gesellschaft wesensfremd und auf den ersten Blick haben sich auf den Dörfern von heute die gemeinschaftlichen Umgangsformen weithin erhalten. Fragt man genauer nach, finden sich in Dörfern vermehrt Wohngebiete und soziale Kreise, in denen das dörfliche „Du“ nicht mehr selbstverständlich ist.

Die Globalisierung am Beispiel von Alsweiler (Marpingen)

„Der Tag der offenen Tür im Hiwwelhaus und im benachbarten Speiersch Haus wurde dann ein Erfolg, und im Getümmel und Gedränge, gewissermaßen aus dem erlebten Gegenbild heraus, wurde mir bewusst, was eigentlich die Globalisierung in einer dörflichen Gesellschaft wie der von Alsweiler anrichten kann, wenn man ihr im Taumel der Überreizung nichts entgegensetzt. Sie zerstört die Bedingungen, unter denen sich soziale Kreativität entfalten kann, so wie im Falle des Dorfmodells und des Tags der offenen Tür. Sie pulverisiert die Gemeinschaft an dem Ort, in dem man wohnt. Sie hetzt die Menschen auf immer neue globale Modetrends, die nur für kurze Zeit Befriedigung gewähren, so lange, bis irgendjemand damit genug Geld verdient hat. Sie schafft Coolness und Distanz und entwertet damit jede kleine Regung für die unmittelbare Umgebung, die konkreten Menschen, die Nachbarn, die keine Helden und keine Celebrities und deshalb im Vergleich zu den Protagonisten der globalen Fernsehprogramme scheinbar langweilig sind. Sie übersättigt die Menschen mit Filmen und Spielen, mit Unterhaltung, Geschwindigkeitsräuschen und billigen Waren so sehr, dass diese alle Übersicht und alle Maßstäbe verlieren.“

(aus: Klaus Brill: Deutsche Eiche made in China. Die Globalisierung am Beispiel eines deutschen Dorfes [= Alsweiler bei Marpingen], München 2009.

Natürlich spielen auch die Unterschiede bezüglich der anderen wichtigen sozialen Merkmale im Dorf wie überall eine Rolle: Alter, Geschlecht, Bildungsstand, Beruf, Vermögensverhältnisse, ob jemand aus dem Dorf stammt oder zugezogen ist, einschließlich der Unterfrage, ob es sich um „Deutsche“ oder „Migranten“ handelt... Aber all das wird überlagert von dem allgemeinen Faktor, wie und wie intensiv die Beziehung zur sozialen Umgebung hergestellt wird.

GEWISS GIBT ES DAS DORF NOCH, ABER...

Die anfänglich gestellte Frage lässt sich beantworten: **Ja, gewiss gibt es das**

Dorf noch! Aber man muss viel genauer sagen, worüber man spricht und welche Veränderungen stattfinden. Der Rückgang der Bevölkerung ist bekanntlich nur eine Dimension des Wandels – allerdings eine sehr klar in Zahlen darstellbare. Neben die Effekte der kleiner werdenden Zahlen treten strukturelle Veränderungen in der Form des Zusammenlebens. Dieser Prozess ist nicht chaotisch, sondern läuft in „soziologisch geordneter Form“ – das heißt, es ist einigermaßen bekannt, in welchen Bahnen der soziale Wandel verläuft.

Wenn sich die Dinge verändern, dann zeigt sich deutlicher als sonst, wie unterschiedlich Menschen sind. An den Reaktionen zeigen sich die unterschiedlichen Orientierungen. Es beginnt schon mit der Frage, wie eine Veränderung bewertet wird - als ein unausweichliches Schicksal, als eine Bedrohung, gegen die man sich wehren muss, als Beginn für weitere positive Veränderungen... Statt davon auszugehen, dass das Dorf irgendwie „ein Ganzes“ ist oder es zumindest sein sollte, empfiehlt es sich, die Aufmerksamkeit auf die unterschiedlichen Orientierungen zu richten. Wer um die Unterschiede weiß, sieht mehr, versteht manchen Widerstand, verhält sich aufmerksamer, erkennt eher Grenzen und Unmögliches, ist nicht so leicht zu enttäuschen und kann so seine Kraft besser für das Mögliche verwenden.

Die Kunst der Dorfentwicklung wird darin bestehen, dass die Bewohnerinnen und Bewohner zum einen die Gefahren der kommenden Entwicklung klar erkennen, zum anderen die (noch) vorhandene Stärke ihrer Dörfer sehen und sie für sich nutzen. Hier gilt dann: **Macher und Mitmacher gesucht!**

DIE FRAGE DER IDENTITÄT: MAN MUSS WISSEN WER MAN IST, UM ZU WISSEN WAS MAN WILL!

Am Anfang steht immer die Frage nach der eigenen Identität. Wie sehe ich mich auf dem Lande und im Dorf? Will ich hier wohnen oder wohne ich hier nur gezwungenermaßen? Wie ist das Bild vom Leben auf dem Lande – überwiegend positiv oder eher negativ? Ist das *mein* Ort, gehöre ich hierher oder möchte ich viel lieber anderswo leben - in einem größeren Ort, in der Stadt, ganz woanders? Was hält mich, was treibt mich eher weg? Bin ich hier heimisch oder bin ich hier fremd? Was sind die anderen für mich, wer bin ich für die anderen?

Was denken die anderen im Dorf über ihr Dorf? Welche Leitbilder über das Leben auf dem Lande herrschen vor? Gilt das Leben auf dem Lande als schlechterdings einzige Möglichkeit oder als eine gute Wahl? Wird die dörfliche Existenz als ein minderes Dasein gegenüber dem Leben im städtischen Zentrum bewertet oder versteht sie sich als etwas Besonderes, das seinen eigenen Wert hat?

Was kann leichten Herzens aufgegeben, was muss wirklich erhalten werden? Was muss in einer bestimmten Weise geschehen, was könnte auch ganz anders gelöst werden? Inwieweit sind die Dorfbewohner nicht nur Opfer von unerwünschten Entwicklungen, sondern selber auch Täter? Was ist als unabdingbar zu verteidigen, was könnte mit einiger Anstrengung vielleicht sogar wiederbelebt werden? Was sollte vielleicht ganz anders laufen als bisher? Welche sozialen Erfindungen warten darauf gemacht zu werden?

Wie kommt „die Welt“ ins Dorf, wie werden Neuerungen eingebaut in das dörfliche Leben? Wie sieht sich das Dorf in seiner Gesamtheit - als ein Ort des allgemeinen Niedergangs oder ein Ort mit Zukunft, in dem es sich lohnt, Mühe zu investieren?

DIE WICHTIGSTE ERNEUERUNG FINDET IMMER ZUERST IN DEN KÖPFEN STATT - SICH DER VERÄNDERUNGEN BEWUSST WERDEN...

Fällt jemand aus dem Fenster der 13. Etage eines Hochhauses - und erschrickt natürlich furchtbar, beruhigt sich aber sogleich mit der Feststellung: „Es ist eigentlich nichts Schlimmes passiert, denn ich befinde mich ja noch auf Höhe der 13. Etage!“

In gleicher Manier wie in diesem Witz kann man auch auf die fallenden Bevölkerungszahlen reagieren. Doch man landet, ob man es zur Kenntnis nehmen will oder nicht, früher oder später unweigerlich auf dem harten Boden der demografischen Tatsachen...

Es beginnt immer mit dem Bewusstwerden und Anerkennen dessen, was tatsächlich der Fall ist. Die einfachste Anerkennung der Wirklichkeit erfolgt, wenn wir Zahlen zur Kenntnis nehmen: Wie wird es im eigenen Ort mit der Bevölkerung weitergehen? Wie wird die Bevölkerung sich entwickeln? Wie viele Kinder werden es sein, wie viele Alte? Mit wie viel Nachwuchs können die vorhandenen Vereine überhaupt rechnen?

Oder ganz konkret und ganz nah: Wie stellt sich die Zukunft der eigenen Familie dar? Wer sorgt für wen, wenn die wenigen Kinder nicht mehr am Ort wohnen bleiben? Wie wird sich meine Nachbarschaft verändern? Wer wird hier einziehen? Welche Häuser werden voraussichtlich leer stehen, welchen droht gar der Abriss? Wie steht es um die Versorgung mit Lebensmitteln am Ort?

Wer springt ein, wenn Hilfe benötigt wird? Wer wäre da, wenn im Notfalle die Kinder versorgt werden müssen? Wer hütet das Haus im Falle der eigenen Abwesenheit?

Welche Möglichkeiten der sozialen Teilhabe bietet mein Dorf? Wie geht es mit meinem Verein weiter? Wer folgt mir im Vereinsamt nach?

Wie wird mein Wohnort in zehn, zwanzig und dreißig Jahren aussehen? Was will ich, was will ich ganz sicher nicht? Was wollen die Mitbürger im Dorf? Was soll entstehen? Wohin soll sich meine Wohngemeinde (mein Dorf, meine Heimat...) entwickeln? Wer stellt die Fragen, wer gibt Antworten? Und vor allem: Wer macht mit bei den erwünschten Aktivitäten, die das Leben im Dorf verbessern sollen?

MACHER, MITMACHER, VORMACHER, NACHMACHER, ANMACHER...

Mal sind wir Macher und suchen für ein Vorhaben nach geeigneten Mitmachern, mal sind wir Mitmacher und sind froh, dass jemand anderes eine Sache voranbringt... „Vormacher“ und „Multiplikatoren“ sind wir, indem wir zeigen, dass etwas funktioniert und wie es funktioniert. Und allesamt hoffen wir, dass sich möglichst viele „Nachmacher“ finden, wenn sich etwas bewährt hat. Zum Anmacher und Verfolger werden wir, wenn wir meinen, andere müssten genauso überzeugt sein wie wir und in diesem Sinne verfolgerisch werden – und es besser nicht sind. Durchhalten ist oft wichtiger als durchsetzen!

Sätze von der Art „man sollte mal...“ oder „es sollte mal jemand...“ sind eher Ausdruck der Haltung, dass andere für die Verwirklichung meiner eigenen Wünsche zuständig sind. Wer wirklich etwas will, formuliert Sätze, die mit „Ich“ anfangen: „Ich möchte erreichen, dass...“ Es sind immer einzelne Menschen, von denen Ideen, Vorschläge und Impulse für etwas Neues ausgehen. Oder, die einfach aussprechen, was andere nur gedacht haben.

Es braucht im Dorf, wie überall, so etwas wie ein förderliches Klima, dass sich neue Ideen entwickeln können und zumindest eine Chance zur Verwirklichung erhalten. Man tut gut daran, zumindest zuzuhören, neue Ideen nicht gleich als Spinnerei

abzutun („ausgerechnet der muss etwas sagen...“) und neue Vorschläge nicht von vornherein als unmöglich zu verwerfen („das klappt nie!“). Was andernorts schon funktioniert, kann so falsch auch nicht sein.

Willst du wissen, wie die Dinge wirklich sind, dann versuche sie zu verändern

(Kurt Lewin)

Für die weitere Umsetzung von Projekten ist es in aller Regel notwendig, sich mit anderen zu verbünden. „Einer allein“ ist nämlich keine soziale Kategorie und deshalb muss aus dem „Ich“ ein „Wir“ werden. Aber Achtung: Wer mit anderen zusammen etwas bewegen will, braucht zuerst tragfähige Verbindungen und Solidarität. Erst muss es zwischen den Machern stimmen, dann erst geht es um die Mitmacher. Horizontale Solidarität kommt immer vor vertikaler Solidarität!

Wenn sich etwas als förderlich für die gesellschaftliche Dorfentwicklung herausgestellt hat, dann sind es Vereinsgemeinschaften, also Zusammenschlüsse der örtlichen Vereine, genauer: von Machern aus den einzelnen Vereinen.

NICHT IMMER WIEDER DIE GLEICHEN MACHER UND MITMACHER BELASTEN

Im Saarland gibt es die Erfahrungsregel: 40 von 1000 Einwohnern sind aktiv und übernehmen außerhalb von Familie und

Beruf weitere Verantwortung in Vereinen, Parteien, kirchlichen Gremien, Initiativen usw. Je mehr ein Ort über die tausend Einwohner kommt, desto kleiner wird allerdings der Anteil. Weiter gibt es die Erfahrung, dass diejenigen, die sich engagieren, es gleich mehrfach tun: Sie sind nicht nur in einer Gruppierung, sondern gleich in mehreren aktiv.

Auch die Dorfentwicklung wird zu einem ganz wesentlichen Teil über die örtlichen Vereine und Gruppierungen laufen. So haben wir den Zustand, dass diejenigen, die eh schon aktiv sind und dazu neigen, sich zu viel aufzuladen, nun erst recht belastet würden.

Wer soll sich um die Belange des Dorfes kümmern? Die Frage stellt sich mit Blick auf die demografischen Daten, also auf die Tatsache, dass die Bevölkerung abnimmt und die Vereine überaltert sind. Und überhaupt, denn es geht nicht nur um die jetzt bereits Aktiven. Gesellschaftliche Dorfentwicklung heißt auch, dass die Basis der Macher und Mitmacher grundsätzlich breiter werden muss und eben nicht, dass immer weniger Menschen immer mehr übernehmen.

DAS GESETZ VON DER VERTEILUNG DER LASTEN: BESSER VIELE TRAGEN EIN WENIG, STATT WENIGE GANZ VIEL...

Es ist wie bei einem größeren Wohnungs-umzug: Wer nur seine allerengsten Freunde bittet, ihm zu helfen, tut diesen mit der

Fakten, Infos

- Demografische Analysen und Prognosen
- „Dorfgespräche“ und öffentliche Diskussionen
- Vorträge
- Stärken- und Schwächenanalyse des eigenen Dorfes (SWOT) (siehe <http://de.wikipedia.org/wiki/SWOT-Analyse>)
- Methode der Zukunftswerkstatt
- „Dorfwerkstatt“ als eine Methode der Selbstanalyse (Albert Herrenknecht)

persönlichen Bevorzugung keinen Gefallen. Denn die wenigen machen sich mit den vielen Möbeln fix und fertig. Besser ist es, gleich den weiteren Freundeskreis zu bitten und die Last von vornherein auf viele Schultern zu verteilen. Es ist allemal sinnvoller, viele tragen ein bisschen, statt dass wenige ganz viel tragen müssen... So ist am Ende des Tages noch gute Laune da – und die Bereitschaft, beim nächsten Mal nicht gleich abzuwinken...

Das Prinzip Lasten zu verteilen und sie dadurch „abzufangen“ ist aus der Technik wohlbekannt. Nicht anders verhält es sich in der „sozialen Statik“. Die Frage muss bei allen Vorhaben deshalb grundsätzlich lauten: Wie kann man erreichen, dass VIELE sich für vergleichsweise WENIG einsetzen? Wie schaffen wir es, dass jeder (s)einen kleinen Teil dazu tut, der keinen großen Aufwand macht, ja womöglich sogar Freude?!

Die Frage zur Verteilung der Lasten ist eine der ganz wesentlichen Prüffragen für die Machbarkeit eines Vorhabens. Sie ist zu Beginn zu beantworten und nicht erst dann, wenn bei den wenigen die vorherzusehende Überlastung eingetreten ist.

Wie man erreicht, dass sich jemand aus eigenem Antrieb für längere Zeit engagiert, stellt sich erst danach.

LASTEN VERTEILEN: MUSS DER AKTIVE ORTSVORSTEHER ALLES ALLEINE TUN?

Ein Ortsvorsteher in einem Dorf mit 900 Einwohnern im Raum St. Wendel sagt: „Ich bin als Ortsvorsteher auch Mädchen für alles, ich werde nicht selten gerufen, wenn irgendetwas nicht mehr geht - zum Beispiel meldete sich dieser Tage eine allein lebende alte Frau, dass in der Küche das Licht nicht mehr geht. Dann gehe ich eben dahin und schaue nach dem Rechten. Meistens handelt es sich um Kleinigkeiten, aber die machen in der Menge auch richtig Arbeit...“

Natürlich genießt der Ortsvorsteher besonderes Vertrauen, natürlich ist auch damit eine gewisse Bevorzugung seiner Person verbunden, natürlich geht es auch um das Gespräch, natürlich helfen solche persönlichen Kontakte auch, wenn gewählt wird. Aber viele Kleinigkeiten ergeben für einen einzelnen insgesamt eine belastende „Großigkeit“. Warum muss sich der Ortsvorsteher immer wieder um solche Details kümmern, wenn es in dem sonst sehr gut funktionierenden Dorf genügend Menschen gibt, die vieles geradezu nebenbei erledigen könnten. Gibt es zwischen der unmittelbaren Nachbarschaftshilfe und dem Einsatz gewerblicher Firmen nicht noch eine weitere Möglichkeit der kleinen dörflichen Hilfen? Es

müsste in irgendeiner Art nur organisiert werden, es müsste bekannt sein und es müsste zur Selbstverständlichkeit werden, dass diese Hilfen angenommen werden. Zu beachten ist dabei, dass dem gewerblichen Handwerk keine Konkurrenz gemacht wird. Aber grundsätzlich ist - wie denn sonst?- das Problem durch Beteiligung zu lösen.

Macher und Mitmacher gesucht. Und gute Beispiele, wie es andernorts vielleicht schon gelöst wurde.

WIE DU MIR, SO JEMAND ANDERES DIR: TAUSCH VON ARBEITSZEITEN ÜBER DIE ZEITBANK

Die soziale Erfindung ist nicht neu, ist aber eher in großen Städten verbreitet. Es geht um Tauschringe, Zeitbanken und ähnliche Konstruktionen. Man macht das, was man selber gut kann, je nach Lust und Laune für andere Leute, bekommt die aufgewendete Arbeitszeit auf einem seriös geführten Zeitkonto gutgeschrieben und kann in diesem Umfang wiederum Arbeitszeiten von anderen Anbietern in Anspruch nehmen – für Tätigkeiten, die einem selber nicht so liegen. Es liegt auf der Hand, dass solche indirekten Tauschgeschäfte Vertrauen in das System und die indirekten Tauschpartner voraussetzen. Aber das ist bei Geschäften mit Geldbanken nicht anders. Das Beste ist, man lässt sich an Ort und Stelle informieren, wie es funktioniert. Einmal geseh'n ist mehr als tausend Mal gehört!

DAS DORF UND SEIN SOZIALES KAPITAL

Aus soziologischer Sicht gibt es neben dem wirtschaftlichen Kapital zwei weitere Arten von Kapital, die zur Beschreibung des Dorfes wie auch seiner Bewohner taugen: Soziales Kapital und kulturelles Kapital. Auch wenn die Begriffe neu sein



Siege werden gemeinsam gefeiert; Foto: Kernplan

mögen, so sind die gemeinten Sachverhalte doch bekannt.

Soziales Kapital meint: „Beziehungen haben“, Leute kennen und selber bekannt sein, vernetzt sein mit anderen, Verbindungen haben – und daraus entsprechende Vorteile zu haben: Anerkannt zu sein, Hilfe zu erhalten, an hilfreiche Informationen zu kommen, Leistungen zu erlangen. Solche Beziehungen entstehen und erhalten sich natürlich nur auf der Grundlage von Gegenseitigkeit, das heißt durch positive Kooperation, durch fairen Tausch und stabiles Vertrauen. Selbstredend gehört dazu, dass man sich ziemlich gut kennt. Soziales Kapital ist mithin kein Merkmal von Individuen, sondern steht immer für ein System von Gegenseitigkeit. Das Kapital der einen ist immer auch das Kapital der anderen. Deshalb kann der Begriff auch auf ganze Gemeinden angewendet werden: Es gibt Gemeinden, in denen Menschen sehr gut miteinander stehen, während es in anderen heißt, dass hier „der eine dem anderen sein Teufel ist“. Die einen Gemeinden sind reich, die anderen arm an Sozialem Kapital.

Eine der Stärken des Dorfes ist, dass man alle Personen kennen kann und in der Regel auch alle kennt. In großen Dörfern, Orten mit Berg-und-Tal-Lagen und in solchen, die sehr weit auseinanderliegen, ist es mitunter schwer, die Übersicht zu behalten, aber es gilt grundsätzlich, dass man sich auf dem Dorf kennt und deshalb auch grüßt!

Doch dann stellt man fest: Die Zugezogenen und viele junge Leute kennt man überhaupt nicht mehr mit Namen, weiß auch nicht mehr, „wo sie hingehören“. Kommt ein Neubaugebiet dazu, passiert es ganz schnell, dass ein eher distanzierendes Verhältnis zwischen den Alteingesessenen und den Zugezogenen entsteht.



„Die auf dem Friedhof liegen, kennen wir alle!“

(Eine ältere Frau in einem Dorf bei Merzig auf die Frage, ob sie alle Leute im Dorf kenne)

Kinder sind oft der Anlass für Kontakte und Beziehungen, junge Leute finden unkomplizierter als Erwachsene zusammen und ihr langes Zusammensein in der Schule gilt als eine soziale Grundlage schlechthin. Junge Leute stiften ihrerseits wiederum Kontakte zwischen Familien. Was ist aber, wenn die Kinder fehlen? Wer ist „verantwortlich“ dafür, dass das Dorf sein Soziales Kapital nicht verliert, dass die neue Generation und Zugezogene in die Gemeinschaft des Dorfes hereingeholt werden? Oder überlässt man es dem Zufall, dass man sich irgendwann einmal kennenlernt? Das kann lange dauern, oder findet, wie in der Stadt, vielleicht nicht mehr statt.

Gut funktionierende Dorfgemeinschaften haben in ihrer Bilanz ein erhebliches Soziales Kapital. Ziel der Dorfentwicklung ist, es zu erhalten und zu mehren. In diesem Sinne heißt Dorfentwicklung: Darauf achten, dass Dinge, die sich früher sozusagen von selbst regelten, nun unter anderen Bedingungen weiter erhalten

bleiben. Was früher kein Thema war, muss heute offenbar eines werden. Hier geht es darum, Gelegenheiten für Begegnungen zu schaffen und Kontakte zu erleichtern. Menschen eine soziale Bühne zu geben, auf der sie sich präsentieren können. Dazu gehört heute auch das Internet mit seinen Möglichkeiten.

Man kann sicher sein: Wenn ein Dorf sich zum Ziel setzt, alle seine Bewohner und Bewohnerinnen miteinander bekannt zu machen, dann gelingt es auch. Das Experiment könnte doch einmal stattfinden...

WER KENNT WEN? VIRTUELLE UND REALE BEZIEHUNGEN

Ist die Kommunikation, wie man sie mit dem Dorf verbindet, nicht etwas furchtbar Rückständiges und Altmodisches, wo es doch das Internet mit seinen globalen Möglichkeiten gibt?

In der Tat hat das Internet etwas möglich gemacht, was es vorher so noch nie gab: Mit kleinstem Aufwand ist es möglich, mit unglaublich vielen Menschen Kontakt zu haben – inklusive der Menschen im eigenen Dorf. Nicht nur junge Leute zeigen, mit welcher Leichtigkeit sie diese Möglichkeiten des Internets nutzen. Soziale

Neugierde, das Sehen und Gesehenwerden, das Bedürfnis nach Selbstpräsentation und nach sozialer Anerkennung - alle diese sozialen Bedürfnisse können durch die Neuen Medien in hohem Maße befriedigt werden. Die Ausbreitung der Internet-Netzwerke zeigt, wie sehr sich Menschen für andere Menschen interessieren.

Das Internet erleichtert vieles, aber es ersetzt keine realen Kontakte und Beziehungen. Und je mehr Daten ihren Weg ins Wohnzimmer finden, desto größer wird das Problem der Auswahl. War einst vielleicht der Mangel an Möglichkeiten das Problem, so ist es jetzt die Überfülle. Jede Vertiefung von Beziehung setzt eine reale Bevorzugung des Anderen voraus. Eine Weihnachtskarte, die tausendfach als Mail versendet wird, kostet nur einen Klick und ist weniger wert als eine individuelle Nachricht.

Identität gewinnen Menschen immer nur durch die Rückmeldungen der jeweils anderen. Deswegen ist es so wichtig, dass Menschen sich in realen sozialen Zusammenhängen erleben. Das gilt insbesondere für Phasen des Übergangs, wenn Menschen ihrer selbst nicht so ganz sicher sind - also in Kindheit und Jugend, im Alter und wenn sich Lebensumstände stark verändern.

Oder mit anderen Worten: Wer mit gesellschaftlicher Dorfentwicklung zu tun hat, darf sicher sein, dass die Erleichterung realer Kontakte ein gutes Ziel ist!

Um die Entwicklung der kommunikationstechnischen Möglichkeiten auf dem Lande muss man sich wahrscheinlich auch die geringsten Sorgen machen. Wie davor Radio, Telefon und Fernsehen, wird sich auch das Internet und die gesamte Informationstechnologie über neue Datenautobahnen bis ins letzte Dorf verbreiten. Wie sich virtuelle und wirkliche Welt gegenseitig durchdringen werden, wie sich durch die Medien die Kontakte und Beziehungen auf lange Sicht verändern, wird sich noch zeigen. Sicher ist,

dass die Nutzung des Internets, wie das Lesen, Schreiben und Rechnen, zu einer selbstverständlichen Technik wird. Und selbstverständlich soll man sie nach Möglichkeit auch in den Dörfern und für die Dörfer nutzen – nicht als Ersatz für reale Kontakte, sondern vielmehr zu deren Förderung.

LEBENDIGE DÖRFER

Lebendige Dörfer sind solche, in denen man Menschen außerhalb ihrer vier Wände antrifft. Ortschaften, wo man niemanden mehr auf der Gasse sieht, wirken ausgestorben – und sie sind es ja auch im wahrsten Sinne des Wortes, wenn der Nachwuchs fehlt.

Im alten Dorf gab es viele lebenspraktische Gründe, sich außerhalb des eigenen Hauses aufzuhalten. Der Gang zum Brunnen, die Benutzung des Waschhauses, das Tränken der Tiere und vieles mehr ist entfallen und damit auch die Möglichkeit, dass soziale Motive mit praktischen Motiven daher kommen. Gibt es kein Geschäft mehr, entfällt am Ende auch das

Einkaufen als praktischer Grund für Begegnungen.

Lebten also früher die Ortschaften aus sich heraus, so spricht man heute davon, dass sie „belebt werden müssen“. Aber oft genug stellt sich der erhoffte Zustand nicht ein, weil diese Formen von „Belebung“ etwas Künstliches und Gewolltes an sich haben. „Das lebendige Dorf“, das als Ergebnis einer gelungenen Dorferneuerung vorschwebt, soll hingegen wieder sein eigenes öffentliches Leben entwickeln.

Hier haben wir wieder das allgemeine Motiv der Dorferneuerung: Was sich früher sozusagen von selber ergab, muss jetzt mit Bedacht hergestellt werden, doch ohne dass es aufgesetzt wirkt. Das ist schwierig genug. Die neue lebendige Dorfmitte lässt sich selten nach Plan des Architekten herstellen. Wir müssen an der Stelle vielleicht wieder ganz klein anfangen und erst einmal die Bedingungen verstehen, wie der öffentliche Raum als Ort der Begegnung funktioniert. Es geht im wesentlichen um „soziale Orte“ und um „Veranstaltungen“.

„Bowling Alone“ – Vereinsamen die Amerikaner?

Im Jahre 1995, also noch vor dem Siegeszug des Internets, veröffentlichte der amerikanische Soziologe Robert D. Putnam einen kleinen Aufsatz, der auch außerhalb der Wissenschaft viel Aufmerksamkeit erregte. Die Publikation mit dem Titel „Bowling Alone“ wie auch nachfolgende Arbeiten beschäftigten sich mit den Beziehungen der Amerikaner untereinander und schreckten mit der Behauptung auf, in den USA wachse die Einsamkeit unter den Bürgern. Ursache dafür seien vermutlich die verlängerten Arbeitszeiten, die zunehmende Mobilität und der Fernsehkonsum. Moderne Kommunikationsmittel ermöglichten zwar häufigere Gespräche, diese blieben aber oberflächlich und ersetzen nicht den Verlust der persönlichen Nähe. Die privaten Netzwerke würden nicht kleiner werden, aber weniger intensiv und weniger belastbar.

Allerdings blieb die These in Amerika und vor allem in Europa nicht unwidersprochen. Als sehr viel bedenklicher wird gesehen, dass auch das Sozialkapital zunehmend privatisiert wird und sich dabei ungleich verteilt. Bevölkerungsgruppen, die eh schon gute Beziehungen haben, vernetzen sich noch mehr, während der soziale Zusammenhalt bei den einfachen Leuten abnimmt und die Politik dem nicht viel Aufmerksamkeit zu schenken scheint.

Noch nicht genügend erforscht seien hingegen neue Formen des „solidarischen Individualismus“, in welchem sich Eigeninteresse und Gemein Sinn verbinden.

SOZIALE ORTE: DA WO MENSCHEN GERNE HIN GEHEN

Soziale Orte sind dort, wo Menschen gerne hingehen, weil sie wissen, dass sie dort auf Menschen treffen, die mit der gleichen Absicht gekommen sind. Soziale Orte entstehen ohne ausdrückliche Einladung jeden Tag aufs Neue, denn der Ort als solcher ist einladend und spricht für sich. Jeder Nutzer gibt mit seiner Anwesenheit den jeweils anderen einen guten Grund, gekommen zu sein. Inbegriff eines sozialen Treffpunktes ist beispielsweise die „Piazza“ in Italien. Es ist ganz einfach ein Ort, wo man sich vor allem abends trifft, wenn es etwas abgekühlt hat. Nichts ist einladender als ein Ort, an dem bereits Menschen sind.

Welche guten Gelegenheiten könnte es im Ort geben, dass Menschen den öffentlichen Raum aufsuchen? Gibt es einen öffentlichen Platz? Was könnte Menschen dort hinführen? Wie liegt er? Sieht man von hier die Straße und die Passanten? Gibt es Bäume für den lichten Schatten im heißen Sommer und offene Stellen für die Zeit, in der man die Sonne sucht? Was ist mit Sitzgelegenheiten? Gibt es eine Toilette in der Nähe? Flächen zum Spielen, für Kleinkinder, Kinder und Jugendliche? Gibt es Wasser als belebendes Element? Gibt es Einkaufsmöglichkeiten in der Nähe, eine Kneipe oder zumindest einen Kiosk? Ist der Ort vielleicht so attraktiv, dass auch Durchreisende Lust haben, anzuhalten?

Belebt werden Orte in erheblichem Maße auch durch Geräusche und Gerüche. Das Dorf von früher war eine eigene Welt der Sinne, aber all das verschwand mit der Landwirtschaft. Die einzige Belebung bringt mitunter nur noch der Straßenverkehr (man spricht ja nicht umsonst von „lebhaftem Verkehr“). Wird der Verkehr zum Thema von Dorferneuerung, dann sollte man eines bedenken: Straßen sind, wenn der Verkehr nicht übermächtig wird, durchaus Lebensräume. Nicht die totale Beruhigung, sondern allenfalls eine Regu-

lierung soll deshalb das Ziel sein. Wer alle Geräusche aus der Straße bannt, riskiert, dass die Straße verödet. Weniger die Dezibels entscheiden im übrigen darüber, ob ein Geräusch als Störung empfunden wird, als vielmehr die Beziehung zu dem Verursacher oder der Umstand, dass der Lärm mutwillig verursacht wird. Lebhaftige Orte sind nicht selten laute Orte – doch die Geräusche werden als zugehörig wahrgenommen und akzeptiert. Dorfbelebung kann deshalb auch heißen: Um Toleranz für das Leben werben. Das heißt ausdrücklich nicht, dass jeder alles dürfen darf.

Wie geht es? Gibt es Fußgänger und Radfahrer im Dorf? Ist die eigene Bewegung aus der Mode gekommen – kann man es mit einem Belohnungsprogramm vielleicht wieder anregen – sozusagen „Miles and More“ auf dem Lande. Womit können Fußgänger und Radfahrer belohnt werden? Damit es heißen kann: Wir bewegen uns selber im Dorf. Wer geht mit?

VERANSTALTUNGEN UND BRÄUCHE

Belebt wird ein Gemeinwesen auch durch Veranstaltungen. Beispiele für Veranstaltungen sind: Feste aller Art, die Kirmes, der Gottesdienst, der Fastnachtsumzug, der Vortrag im Gemeindehaus, der Wochenmarkt (der auf dem Markt-Platz stattfindet), der Alternachmittag, das Fußballspiel, das gemeinschaftliche Spiel von Kindern... Man muss diese Formen des spontanen und geplanten Zusammenkommens sorgfältig von den sozialen Orten unterscheiden, denn der soziale Ort funktioniert nach anderen Gesetzmäßigkeiten.

Veranstaltungen sind einem bestimmten Zweck gewidmet oder knüpfen an ein bestimmtes Ereignis an, was sich in der Regel schon im Namen ausdrückt („Dorf-fest“; „Schützenfest“; „Heilige Messe“; „Hiemesbierefest“). Zu Veranstaltungen wird allgemein oder gezielt eingeladen. Für die Dauer der Veranstaltungen sind die Teilnehmer auf bestimmte Rollen verpflichtet („Zuschauer“; „Mitspieler“; „Veranstalter“). Veranstaltungen sind von begrenzter Dauer, sie haben einen ausdrücklichen Anfang und ein ausdrückliches Ende („Die Sitzung ist eröffnet!“, „Das Spiel beginnt!“ „Gehet hin in Frieden!“). Anfang und Ende große-



Anlage des Treffpunktes „Im Eck“ in St. Ingbert-Rohrbach, Projekt „Tatort Dorfmitte“; Foto: M. Haßdenteufel

rer Veranstaltungen werden gerne auch symbolisch begangen (Fassbieranstich; Böllerschüsse, Abschlussfeuerwerk; die Fastnacht wird am Ende gerne symbolisch verbrannt oder begraben, um im nächsten Jahre wieder aufzuerstehen.

Bräuche sind tradierte Veranstaltungen, die keinen ausdrücklichen Veranstalter haben. Gesteuert werden sie aus dem kollektiven Bewusstsein und gestaltet aus vielen Einzelaktivitäten. Beispiele dafür sind die „Hexennacht“, die Fastnacht, die Böller zur Jahreswende. Auf der Basis von Bräuchen bietet es sich an, dass nahegelegene Veranstaltungen („Tanz in den Mai“; Maskenball usw.) organisiert werden.

Im Unterschied zu Publikumsveranstaltungen kennt das Fest keine Zuschauer, sondern nur Teilnehmer. Feste, die den Anwesenden keine wirkliche Möglichkeit der Teilnahme bieten oder diese nur im Konsumieren besteht, sind eigentlich keine Feste, sondern Verkaufsveranstaltungen. Macher tun gut daran, die Besucher von dörflichen Veranstaltungen als Mitmacher zu betrachten und Gelegenheit zum tatsächlichen Mitmachen zu schaffen.

„Das Fest kennt keine Zuschauer!“

Veranstaltungen und Bräuche gehören zum kulturellen Kapital eines Gemeinwesens, ihre stabile Durchführung zeugt von erheblichem Sozialem Kapital. Auf dieser Grundlage gelingen denn auch neue Investitionen, wie zum Beispiel die Wiederbelebung untergegangener Bräuche.

Während bei sozialen Orten die richtige Gestaltung eine kleine Kunst ist, müssen bei Veranstaltungen nur die jeweiligen funktionellen Voraussetzungen erfüllt sein (Für ein Fußballspiel braucht es nur eine ebene Fläche und Markierungen für die Tore; getanzt werden kann zur Not überall, für die Kirmes braucht es einen größeren Platz und die Versorgung mit Strom). Veranstaltungen sollen nicht selten das ausgleichen, was baulich miss-

Fakten, Infos

- <http://www.buergergesellschaft.de>
- Soziale Techniken der Beteiligung und der aktivierenden Befragung
- Schwarz, Claudia u.a.: Planning for Real – Praxiserfahrungen mit einem gemeinwesenorientierten Beteiligungsverfahren. Arbeitshilfen für Selbsthilfe- und Bürgerinitiativen. Bonn: Stiftung MITARBEIT 2010.
- In einem Modellprojekt einmal ausprobieren, was tatsächlich machbar ist!

glückte Orte nicht leisten können. Man versucht so zu beleben, was eigentlich tot ist. Ob eine Fußgängerzone lebt oder ein öder Ort ist, stellt sich meist erst heraus, wenn die Eröffnungsveranstaltung zu Ende ist.

MAN KÖNNTE MICH JA MAL FRAGEN!

Es gibt unter Ortsvorstehern eine Faustregel. „Um die 20 % der Bevölkerung im Ort lässt sich für gar nix ansprechen...“ Das dürfte eine realistische Einschätzung sein. Die Menschen sind verschieden und sie unterscheiden sich natürlich auch darin, ob sie sich außerhalb ihrer eigenen vier Wände engagieren. Doch die Zahl hat eine überaus positive Rückseite: Denn da gibt es noch eine ganz große Mehrheit von 80 % der Mitbürger, die eine Mitarbeit zunächst NICHT ausschließt.

Dieser großen Mehrheit legen wir versuchsweise, sozusagen als „Arbeitshypothese“, einen Satz in den Mund, der tatsächlich öfter zu hören ist: „Es hat mich bisher ja keiner gefragt!“ Oder noch besser in der positiven Umkehrung: „Man könnte mich ja mal fragen!“

Diese Sätze haben es in sich! Weil sie etwas anderes aussagen, als über das verbreitete Desinteresse zu klagen. Weil mit ihnen eine neue, handlungswirksame Bedingung eingeführt wird: Wir gehen mit bewusst positiver Grundhaltung davon aus, dass es sich bei der Mehrheit eben nicht um gänzlich Desinteressierte, sondern um mögliche Mitmacher handelt.

Wenn dem so ist, dann besteht die Kunst womöglich darin, die richtigen Fragen in der richtigen Art und Weise zu stellen. Dabei darf man sich nicht von Aussagen abschrecken lassen „man habe schon alles Mögliche ohne Erfolg probiert...“. Andere Leute zu fragen, ob sie bei diesem oder jenem mitmachen, ist in der Tat eine etwas heikle Sache.

DAMIT ALLE MITMACHEN: DIE AUFFORDERUNG ZUR AUFFORDERUNG

Wir kennen das Schneeball-Prinzip beim Gesellschaftstanz: Ein erstes Paar fängt mit dem Tanzen an, trennt sich nach kurzer Zeit wieder und die beiden, die den Anfang gemacht haben, fordern jeweils wieder einen neuen Partner auf. Danach sind zwei Paare auf der Tanzfläche, die sich wieder trennen, um weitere Personen aufzufordern. Dies wiederholt sich so oft, bis alle Anwesenden auf der Tanzfläche aktiv sind. Mit sehr geringem Aufwand lässt sich eine fröhliche Beteiligung herstellen, die ohne dieses Arrangement so nicht entstanden wäre. Der einzige Kunstgriff besteht darin, dass jemand die Initiative ergreift...



Man könnte mich ja mal fragen! Foto: ©Daniel Ernst - Fotolia.com

DIE KUNST BESTEHT DARIN, RICHTIG ZU FRAGEN!

Es ist doch merkwürdig: Eben saßen noch alle da und haben die Füße stillgehalten, und jetzt tanzen alle. Wie bei der Aufforderung zum Tanz kommt es darauf an, eine Anordnung zu finden, innerhalb derer das Fragen sehr erleichtert wird und sich sozusagen von selber fortsetzt. Die soziale Logik des Spiels besteht ja darin, dass das Auffordern zum Tanz nicht mehr in der Entscheidung der einzelnen Tanzmuffel liegt, sondern spielerisch als gesellige Pflicht auferlegt ist. Die anfängliche Aufforderung zum Tanz setzt sich mit einer gewissen „Mechanik“ weiter fort. Jegliche soziale Aktivierung beruht auf solchen Gesetzmäßigkeiten der „sozialen Ausbreitung“.

Menschen sind Gewohnheitstiere. Sie gehen gerne die gleichen Wege, tun die gleichen Dinge, treffen die gleichen Mitmenschen, scheuen oft kleine Veränderungen. Wir sprechen in der Regel auch mehr oder minder mit den gleichen Menschen. Wie lassen sich Menschen aus ihrer kleinen Alltagsisolation befreien? In Skandinavien zum Beispiel gibt es die Sitte, dass man als Gast bei geschlossenen Veranstaltungen nicht neben dem Menschen sitzt, mit dem man gekommen ist. In Gesellschaft mit Anderen wird man so in die „Verlegenheit“ gebracht, sich mit anderen Menschen zu unterhalten, statt das gewohnte Gespräch mit dem eigenen Partner zu führen.

„Wer etwas haben möchte, das er noch nie hatte, wird wohl etwas tun müssen, das er noch niemals tat“

Die „aktivierende Befragung“ ist eine Methode, die in der Gemeinwesenarbeit entwickelt wurde. In einer aktivierenden Frage ist immer eine Aufforderung enthalten. Die Bürgerinnen und Bürger eines Dorfes werden nicht nur nach ihren Meinungen und Einstellungen befragt, sondern gleichzeitig dazu angeregt und ermutigt, aktiv zu werden, für ihre Interessen einzutreten und bei der Lösung von Problemen im Gemeinwesen mitzuwirken. Wer andere zum Mitmachen bewegen will, muss dabei immer etwas aus der Deckung kommen.

DIE KUNST DER KLEINEN ZEICHEN ODER DIE VERSTÄNDIGUNG VOR DER VERSTÄNDIGUNG

Wer bei einem Vorhaben andere Menschen dabei haben möchte, als diejenigen, deren Zustimmung er sicher sein kann, steht immer vor der Verlegenheit des Fragens. Man geht ein gewisses soziales Risiko der Ablehnung ein. Oft genug ist die Folge daraus, dass lieber erst gar nicht gefragt wird. Solche Effekte der Vermeidung sind im Alltag weiter verbreitet als man denkt.

Wenn zum Beispiel nach alter Sitte der Herr die Dame zum Tanz auffordert, besteht immer das Risiko, dass er einen Korb kriegt, denn die Dame kann natürlich auch ablehnen. Um der Peinlichkeit einer Ablehnung zu entgehen, fragen viele erst gar nicht; mit dem bekannten Ergebnis, dass die Tanzfläche nicht selten leer bleibt. Es gibt auch die umgekehrte Konstellation, dass Menschen bei der

Äußerung des leisesten Interesses gleich so behandelt werden, als hätten sie eine Zusage gegeben. Viele Touristen können mit der inszenierten Kunden-Verfolgung auf dem orientalischen Basar nicht so gut umgehen und bleiben lieber ganz weg...

Im sozialen Alltag wird in solchen Situationen, in denen das Fragen ein wenig heikel ist, gerne eine probeweise Verständigung vorgeschaltet. Mithilfe kleiner Signale findet sozusagen eine Verständigung über die Verständigung statt. Der Flirt ist ein Inbegriff einer vorsichtigen Annäherung, die durch den Austausch von kleinen Signalen gesteuert wird. Das Fragen ist mehrstufig angelegt, sodass keiner vor die Verlegenheit der direkten Ablehnung bzw. des direkten Ablehnens gestellt wird.

Flirt

*sie guckt
ob i guck
aber i guck net*

*i guck
ob sie guckt
aber sie guckt net*

*aber irgendwie
habe mer
uns gucke g'seh*

*(Harald Hurst in: s'freidagsnachmid-
dagfeierobendschtrassebahnparfüm)*

Soziale Nähe erleichtert vieles, aber man weiß, dass es auch auf dem Dorf strenge Gebote und Verbote gibt, wer wen etwas fragen darf. „Man hat so seinen Stolz!“ Ein schönes Beispiel zur gewollten Erleichterung von Kontakten, findet sich in einem saarländischen Dorf, in dem eine neue Sitte eingeführt wurde: Ein Sitzkissen auf der Bank gilt als stille Einladung, sich hier niederzulassen. Wer will, kann das Kissen so verstehen und die Einladung einfach annehmen – und wer

Fakten, Infos

- <http://de.wikipedia.org>: Artikel „Theater der Unterdrückten“
- Simone Odierna: Forumtheater im Gemeinwesen. In: Simone Odierna/Ulrike Berendt (Hg.): Gemeinwesenarbeit. Entwicklungslinien und Handlungsfelder. (AG SPAK Bücher Neu Ulm 2004).
- Simone Odierna/Fritz Lesch: Theater macht Politik. Forumtheater nach August Boal. Ein Werkstattbuch. München 2006.



Beispiel: Dorfladen Remmesweiler; Foto: Kernplan

vorbei geht, hat nicht ausdrücklich eine Einladung abgelehnt.

WIE ZUSCHAUER SPIELERISCH ZU AKTEUREN WERDEN – ZUM BEISPIEL DAS FORUMTHEATER NACH AGOSTO BOAL

Wie ist zu erreichen, dass auch diejenigen ins Spiel kommen, die eher am Rande stehen und zuschauen? Die durchaus wissen, worum es geht, aber einfach nur davon ausgehen, dass es auf ihre Meinung und ihr Zutun unter den herrschenden Bedingungen nicht so sehr ankommt und deshalb auch nichts gesagt und nichts getan werden muss. Wie kann man erreichen, dass Menschen ihre eigenen Möglichkeiten tatsächlich in ein Gemeinwesen einbringen? Oder noch pointierter: Wie werden Zuschauer zu Akteuren?

„Zwischen dem Reden und dem Tun liegt das Meer“

(Italienisches Sprichwort)

Das in den 1970er Jahren von dem Brasilianer Augusto Boal ersonnene „Forumtheater“ legt es ganz gezielt darauf an, dass auch die Zuschauer ihre Sicht der Dinge und ihre Handlungsvorschläge in

das gespielte Geschehen einbringen und darüber zu Mitspielern werden. Diese Theater Technik, die im Zusammenhang mit der Befreiungsbewegung in Lateinamerika entwickelt wurde (deshalb auch als „Theater der Befreiung“ oder „Theater der Unterdrückten“ bezeichnet), wird inzwischen sehr erfolgreich in vielen anderen Bereichen wie der Jugendarbeit, der Gemeinwesenarbeit und der Selbsthilfebewegung eingesetzt.

„Die Wahrheit einer Absicht ist die Tat.“

(Georg Wilhelm Friedrich Hegel)

Anhand von Modellszenen werden Fragen aus dem Alltag der Teilnehmenden aufgeworfen. Die Zuschauer können sich in die dargestellten Szenen einwechseln und im Spiel zeigen, wie sie sich gegebenenfalls verhalten würden. Ziel ist, vernachlässigte oder gar unterdrückte soziale und kommunikative Ressourcen zu entdecken und sie für die Zukunft zu aktivieren. Mit seinen Methoden animiert das Forumtheater nicht nur zum Mitdenken und Mitfühlen, sondern gleich auch zum Probehandeln und ist deswegen so erfolgreich. Es ist gut vorstellbar, dass das Forumtheater, wie auch andere Formen

des spielerisch animierten Mitmachens im Zusammenhang mit der gesellschaftlichen Dorfentwicklung verwendet werden können.

LASTEN VERTEILEN: ZUM BEISPIEL DIE SACHE MIT DEM DORFLADEN

„Wegen fehlender Nahversorgung ist hierzulande noch keiner verhungert“ ist ein Satz, mit dem zunächst vor falschen Dramatisierungen gewarnt wird, denn das Problem der fehlenden Nahversorgung wird allenthalben mit dem Auto gelöst. Wer auf dem Lande lebt, muss selber viel fahren oder lässt andere fahren. Und die Allermeisten fahren sogar ganz gerne in große Einkaufszentren, weil dort die Auswahl größer und die Preise niedriger sind als zuhause im Dorf – wenn denn überhaupt noch eine Wahl besteht. Und andere Leute trifft man im Einkaufszentrum auch.

„Wegen fehlender Nahversorgung ist hierzulande noch keiner verhungert“

Mehr und mehr Dörfer haben kein Lebensmittelgeschäft mehr und inzwischen sterben auch die Kneipen. Die Erhaltung bzw. die Neuansiedlung eines Ladens gilt allgemein als großer Erfolg für eine gesellschaftliche Dorfentwicklung. In der Tat ist der Dorfladen ein gutes Beispiel dafür, nach welchem Prinzip eine gesellschaftliche Dorfentwicklung funktionieren kann.

Es geht bei den Läden natürlich um wesentlich mehr, als die bloße Bedarfsdeckung. Der Laden, der Markt, ist immer auch ein sozialer Ort, ein Anziehungspunkt, wo man sich absichtslos absichtlich trifft; dort wo die Menschen sich austauschen, wo die Kinder sich ernsthaft als Käufer erproben und Alte ihre gewohnten Gänge hin machen...

Romantische Reden über den Dorfladen helfen aber nicht weiter. Denn der Dorfladen ist auch keine soziale Einrichtung, sondern in erster Linie ein Wirtschaftsbetrieb. Zu beantworten ist eine ganz einfache Frage: Wer soll es machen? Und das heißt auch: Wer soll das Investitions-Risiko eines Dorfladens finanzieren? Wird ein Laden neu eröffnet oder erweitert, geht der Inhaber nämlich ein nicht unbeträchtliches finanzielles Risiko ein – und verliert viel, wenn das Geschäft scheitert. Hier stellt sich als Erstes die Frage an den Staat, ob und inwieweit er im Rahmen seiner Politik zur Entwicklung des ländlichen Raumes zumindest einen Teil des Risikos, wie in anderen Bereichen der Wirtschaft, in Form einer Starthilfe übernimmt. Das ist die eine Frage.

Es gilt wieder das Gesetz von der sozialen Verteilung der Lasten: Es ist besser, alle tragen ein wenig, als dass wenigen zugemutet wird, alles zu tragen

Hat man einen Händler als Macher, so stellt sich die zweite Frage: Wer sind die Mitmacher? Wenn man den Laden wegen seiner Waren und wegen seiner allgemein anerkannten sozialen Nebenwirkungen haben möchte, dann muss man neben dem schmäleren Angebot und anderen Nachteilen vor allem die höheren Preise akzeptieren. Wer aus der Bevölkerung soll unter diesen Bedingungen mit seinen Käufen den notwendigen Umsatz erzeugen? Die Frage ist skeptisch gestellt, denn aus rein ökonomischen Gründen liegt es nahe, *nicht* im Dorf zu kaufen, sondern in den Einkaufszentren.

Ein Laden, der seine wesentlichen Umsätze mit den verbleibenden schwächsten Kunden macht, also mit denen, die keine andere Wahl haben als im Dorf zu kaufen, und von den sonst noch im Dorf verbleibenden Resten von Kaufkraft leben muss, ist in wirtschaftlicher Konsequenz zum Scheitern verurteilt. Umgekehrt verhalten sich die wenigen Kunden, welche die Masse ihrer Einkäufe im Dorf erledigen



Es ist wie beim Halma-Spiel: Nur wer die Verbindungen hält, gewinnt; Foto: ©macroart - Fotolia.com

wollen, ihrerseits unwirtschaftlich und werden dies nicht sehr lange durchhalten. Wie kann erreicht werden, dass das Dorf seinen Laden behält – oder besser gesagt - erhält?

Aus Sicht einer gesellschaftlichen Dorfentwicklung besteht der einzige Ausweg darin, dass die höheren Preise bzw. der für den Fortbestand des Ladens notwendige Umsatz *als eine gemeinsame Last* verstanden wird, die als solche von der gesamten Bevölkerung zu tragen ist. Wenn sich alle (sehr viele) beteiligen, tut diese Last keinem richtig weh, rettet aber in der Summe das Geschäft. Der Ökonom kann ziemlich genau vorrechnen, wie hoch der Umsatz pro Kopf im Dorf bleiben muss, damit ein Laden überleben kann. „Pro Kopf“ versteht sich hier nicht als eine rein statistische Größe, sondern als ernst gemeinte Aufforderung.

Ein Dorf, das einen Laden will, muss ihn TAT-SÄCHLICH, IN-DER-TAT wollen!

Es gilt wieder das Gesetz von der sozialen Verteilung der Lasten: Es ist besser, alle tragen ein wenig, als dass wenigen zugemutet wird, alles zu tragen.

Die eigentliche Aufgabe im Wege der gesellschaftlichen Dorfentwicklung besteht darin, diese Einsicht bezüglich des Dorfladens immer wieder zu verbreiten und ihr im Gemeinwesen eine gewisse soziale Geltung zu verschaffen. Wir erinnern uns an das Tanzspiel: Jeder darf mit mildem sozialen Druck von jedem erwarten, dass er sich, wie alle anderen daran beteiligt. Am Ende erweist sich das Überleben eines Ladens gerade nicht als das Ergebnis wirtschaftlich-rationalen Handelns, sondern rührt aus einer sozialen Tatsache, nämlich dem gemeinsamen Handeln, Denken und Fühlen. Gesellschaftliche Dorfentwicklung – das zeigt sich immer wieder – ist eine neue Form der sozialen Verständigung, wie anerkannte Lasten geteilt werden. Kommt diese Form der Lastenteilung nicht zustande, hat sich der Dorfladen in der Tat überlebt.

ES IST WIE BEIM HALMA-SPIEL: NUR WER DIE VERBINDUNGEN HÄLT, GEWINNT!

Beim Halma-Spiel kommt es bekanntlich darauf an, alle Spiel-Figuren von der einen Seite des Spielfeldes auf die andere zu bringen. Einzelne der „Männchen“ schnell rüber zu bringen, ist nicht so schwer – aber dann läuft man Gefahr, dass die Verbindung zu

dem Feld der eigenen Spielfiguren abreißt und diese dann hoffnungslos zurückbleiben. Die Kunst besteht darin, die Bewegung des gesamten Feldes im Auge zu behalten, mit den eigenen Figuren Bahnen anzulegen, über welche die anderen nachkommen können; dabei natürlich auch die Bahnen der Mitspieler zum eigenen Vorteil zu nutzen und in der Menge der vielen Figuren in der Mitte des Spielfeldes die Wege zu sehen, die auf die andere Seite führen. Richtig schwierig wird es, wenn es in der Mitte allmählich leer wird – wenn es an Figuren der Mitspieler und deshalb an der Möglichkeit von guten Verbindungen fehlt. Dann geht es nur mehr ganz mühsam voran. Wer in den leeren Raum gerät, kann nur verlieren.

Der Staat mit seinen vielen Institutionen und der Markt mit seinen Mechanismen von Angebot und Nachfrage garantieren hierzulande eine ziemlich verlässliche Versorgung auf hohem Niveau - je weiter weg vom städtischen Zentrum, desto eher können Lücken auftreten. In sehr dünn besiedelten Landstrichen kann zu einem Problem werden, was im ziemlich dicht besiedelten Saarland durch nicht allzu weite Fahrten in der näheren Region normalerweise zu lösen ist.

**Wohl dem,
der gute Nachbarn hat!**



Tatort Dorfmitte (Remmesweiler); Foto: Ministerium für Umwelt des Saarlandes

Problematischer sind die Lücken im sozialen Nahraum. Das Problem besteht hier nicht in der räumlichen, sondern in der persönlichen Ferne, wenn es nämlich keine Angehörigen mehr gibt, die sich um die kleinen, aber eben notwendigen Hilfen in Fällen von Krankheit, Alter, Behinderung oder schlichter Überforderung kümmern. Diese kleinen technischen und sozialen Hilfen – sie werden in Anlehnung an die gesetzlichen Pflegestufen 1, 2 und 3 gerne auch als „die nicht bezahlte Pflegestufe 0“ bezeichnet - werden je nach Bedarf entweder aus der sozialen Umgebung der Hilfsbedürftigen geleistet. Oder eben nicht. Wohl dem, der gute Nachbarn hat!

**„Nichts, was dem Menschen
zustößt, ist so unerwartet
wie das Alter“**

(Leo Trotzki)

Grundsätzlich ähnlich verhält es sich bei Hilfen für Familien mit Kindern und insbesondere bei Alleinerziehenden. Auch hier sind in Fällen fehlender Versorgung schnelle und unkomplizierte Hilfen aus der näheren oder weiteren Nachbarschaft notwendig. Und schließlich sind wir alle, ob auf dem Lande oder in der Stadt, von Fall zu Fall in der Verlegenheit, dass eine

dritte Hand benötigt wird, dass jemand bei Abwesenheit eine Lieferung annimmt, das Haus hütet, die Blumen und die Haustiere versorgt - oder einfach nur ein offenes Auge hat.

Hinzu zählen kann man auch das Bedürfnis nach menschlichen Kontakten, nach Gesprächen, Zuwendung und Aufmerksamkeit. Was für Menschen mitten im Leben und im Beruf normalerweise kein Problem ist, kann mit fortschreitendem Alter aber eines werden. Es ist bekannt, dass viele alte alleinstehende Menschen ihre ganz normalen sozialen Kontaktbedürfnisse durch Besuche bei Ärzten und anderen medizinischen Diensten zu befriedigen suchen – und natürlich enttäuscht werden, weil für solche Gespräche keine Zeit ist. Menschen sind aber so gestrickt, dass sie nur im Gespräch mit anderen das sichere Gefühl haben, wirklich in der Welt zu sein.

Wenn die helfenden Angehörigen im sozialen Nahraum fehlen, müssen notwendigerweise andere Menschen an die Stelle treten. Aus den Vereinigten Staaten und insbesondere aus dem ländlichen Raum ist bekannt, dass die Nachbarschaft eines jener Prinzipien ist, die die Gesellschaft im Kleinen zusammenhält – es geradezu eine Kultur der Nachbarschaftlichkeit gibt (und deren Schwächung als große Bedrohung erlebt wird).

Eine aus der Not geborene Annäherung statt der bisher gepflegten Distanz, ist gewöhnungsbedürftig, mag vielleicht sogar riskant vorkommen - selbst in einem Dorf, wo ja angeblich jeder jeden kennt und alle miteinander per Du sind. Aber hier liegen die Chancen, dass das Dorf nicht sozial ausdünn und die gewünschte Lebensqualität erhalten bleibt. Um nicht zu verlieren, müssen die Menschen näher zusammenrücken und ein Miteinander üben, das bisher gewohnte Grenzen vielleicht überwindet, so wie dies ja auch bei den Vereinen möglich ist, die über die Grenzen ihres Dorfes miteinander kooperieren.

Man muss es probieren. Und sich umsehen, wo und wie es andernorts schon funktioniert. Wer macht den Anfang, wer organisiert, wer macht mit?

MITMACHEN BRAUCHT ORGANISATION

Nach altem Brauch stellt man Brautpaaren vor der Trauung eine symbolische Aufgabe: Gemeinsam sollen sie einen Baumstamm durchsägen. Der Jux vor dem Standesamt hat natürlich einen ernsten Hintergrund. Das Bewegen der Säge im Wechselspiel von Zug und Gegenzug setzt neben einer gewissen Geschicklichkeit auch noch eine Einigung voraus, wer den Anfang macht und führt. Eine Frage, die das junge Paar für sich und das gemeinsame Leben noch zu beantworten hat. Selbst wenn nur zwei Menschen zusammenarbeiten, besteht das grundsätzliche Problem. Vielfach ist bei einer Zusammenarbeit schon geregelt, wer welche Rolle spielt. Bei der zweiten öffentlichen Prüfung am Hochzeitstag, dem Tanz der Brautleute, führt üblicherweise der Mann. Wenn ein Paar bei Einsetzen der Musik noch diskutiert, wer von den beiden die Führung übernimmt, wird die Übung nicht gelingen...



Hochzeitsbrauch; Foto: ©Yanterr - Fotolia.com

Fakten, Infos

- Armin Kuphal: Jeder Verein ist ein Unikat – alle Vereine sind gleich.
- Renate Höfer: Mitglieder gesucht! Veränderte Bedürfnisse und Freiwilligenmanagement im Verein.
(Beide Beiträge finden sich in der Dokumentation „Dorf und Verein – Tradition und Zukunft“. Hrsg. Saarland Umweltministerium/Agentur ländlicher Raum. April 2006.)
- Eberhard Stahl: Dynamik in Gruppen. Weinheim, Basel, Berlin: 2002.

Organisation ist, wenn man nicht immer wieder über das „Wie“ und das „Wer“ und das „Was“ diskutieren muss...

Die allgemeine Frage der Kooperation ist: Wie wird aus dem Handeln einzelner Menschen ein gemeinsames, auf eine gewisse Dauer hin angelegtes zielgerichtetes Handeln? In diesem Punkt haben kleine soziale Gebilde wie Arbeitskreise, Gruppen, Vereine und Dorfgemeinschaften grundsätzlich die gleichen Probleme zu lösen wie große Betriebe. Mitunter sind die Dinge sogar noch etwas komplizierter, weil nicht wenige sehr engagierte Menschen meinen, allein der gute Wille der Beteiligten reiche aus, um zum gemeinsamen Ziel zu gelangen. Das ist ein Irrtum, vor dem man nur warnen kann. Viele gute Initiativen scheitern nicht in der Sache, sondern in der Zusammenarbeit. Wenn grundsätzliche Fragen, wie

zum Beispiel die der angemessenen Leitung, der nützlichen Arbeitsteilung und der Verantwortlichkeiten nicht hinreichend geklärt sind, kommen sie immer wieder auf die Tagesordnung, rauben Zeit und Kraft und nehmen am Ende die Lust zum Weitermachen. Kommt es gar zum Streit, so führt dieser in dörflicher Nähe nicht selten zu weiterem Streit - und eine Zusammenarbeit ist dann auch außerhalb des einen Projektes gestorben. Das Dorf hat nicht mehr so viele Mitmacher, als dass es sich den Luxus unnötigen Streites leisten könnte. Die Organisation von gemeinsamem Handeln ist, sofern nicht schon vorher geregelt, stets das Ergebnis eines nicht ganz unkomplizierten Gruppenprozesses.

ACHTUNG: GRUPPENDYNAMIK

Bis Gruppen zu einem arbeitsfähigen Ganzen werden, durchlaufen sie regelmäßig mehrere Stadien der internen Veränderung. Es beginnt mit der Einstiegs- oder Gründungsphase, wo man sich vorsichtig, abwartend und reichlich konventionell verhält. Allmählich zeigt sich aber, wie unterschiedlich die Mitglieder tatsächlich sind, dass sie unterschiedliche Erfahrungen mitbringen, sich in ihren Zielvorstellungen unterscheiden und auch sehr unterschiedlich an Dinge herangehen. In dieser zweiten Phase der Gruppenentwicklung bestimmen Auseinandersetzung und Streit das Geschehen, aber nur so klären sich die Beziehungen. Aus dieser Erfahrung der Unterschiedlichkeit wird in der nächstfolgenden Phase nach „Regeln des Miteinanders“ und nach Kompromis-

sen bezüglich der Ziele gesucht. Erst auf Grundlage der dann getroffenen Abmachungen und Regeln gelingt einer Gruppe der Übergang in die Arbeitsphase.

Viele Menschen erleben die Klärungsphase als belastend und wollen deshalb lieber gleich wieder aussteigen. Anderen, denen der Gruppenprozess viel zu langsam vorangeht, drängen darauf, endlich loszulegen, und merken nicht, dass die Mitmacher sich gedrängt vorkommen und deshalb mit Widerstand reagieren.

Es gibt in Gruppen viele weitere strukturell verursachte Konflikte, die von den Beteiligten aber nicht als solche erkannt werden, sondern darauf zurückgeführt werden, dass die jeweils anderen sich irgendwie falsch verhalten oder gar falsch

sind. In so gut wie allen Vereinen findet sich beispielsweise die in der Sache selber enthaltene Spannung zwischen gemeinschaftlicher und gesellschaftlicher Orientierung. Die einen Mitglieder sorgen sich besonders darum, dass es ein unkompliziertes Miteinander gibt und mögen die formellen Vereinsprozeduren nicht so sehr. Die anderen wollen, dass die Förmlichkeiten stärker ins Bewusstsein treten und sich als notwendiges Gerüst durchsetzen. Personen, die Verantwortung übernehmen, müssen in der Tat auch anders aufpassen als einfache Mitglieder. Welches Mitglied nach welcher Richtung tendiert, hängt vom jeweiligen Persönlichkeitstypus ab. Für beide ist es eine nicht versiegende Quelle von „Frust“: Was den einen ganz wichtig ist, kommt den anderen jeweils nachrangig vor.

Ein anderes Beispiel ist die Neigung von Gruppen zur sozialen Schließung. Gut funktionierende Gruppen sind weit weniger einladend als sie selber glauben. Indem die vorhandenen Mitglieder sich selbst genügen, geschieht die informelle Ausschließung neuer Mitglieder fast unbemerkt. Und neue Mitglieder haben sich erst einmal unterzuordnen! Früher konnten die Vereine ihre Mitglieder gleichsam automatisch aus dem dörflichen Milieu (Arbeitermilieu u.a.) rekrutieren, das heißt, der Nachwuchs wurde sozusagen in die Vereine „gedrückt“. Jetzt müssen die Vereine eher „anziehend“ sein – und das ist ein ganz anderer sozialer Mechanismus, der sehr viel mehr in einer Kultur des individuellen Willkommens und der persönlichen Anerkennung besteht.

Wer sicher sein will, dass eine Gruppenbildung gelingt, beziehungsweise eine aktive Gruppe nach ernststen Konflikten nicht in Destruktion endet oder dass mit den bisherigen Methoden vielleicht doch etwas nicht stimmt, holt sich besser Hilfe bei einem professionellen „Coach“. Das kostet, wie bei der Beratung in baulichen Dingen durch einen Architekten, etwas Geld, hilft aber grobe Fehler zu vermeiden.

Nicht nur der Misserfolg, auch der Erfolg birgt Gefahren. Erfolg macht leichtsinnig, führt zu Selbstüberschätzung und schafft Neider. Der Erfolg muss immer wieder geteilt werden, im kleinen Kreis wie in der Öffentlichkeit. Während die Arbeit durch Verteilung auf Viele weniger wird, verhält es sich bei der Verteilung des Erfolges gerade umgekehrt: Der auf viele Mitmacher verteilte Erfolg wird größer!

„Das Forster Tuch“ - Ein schon als klassisch geltendes Beispiel für eine gelungene soziokulturelle Aktion

Die Stadt Forst in der Lausitz war einst berühmt für ihre Tuchindustrie und galt als „das deutsche Manchester“. Gegen Ende des Zweiten Weltkriegs war die Forster Textilindustrie wie die Stadt weitgehend zerstört. Zu DDR-Zeiten lief die Produktion in den verbliebenen Fabrikanlagen weiter, aber nach der Wende war es dann, wie mit vielen anderen veralteten Industriebetrieben, schnell aus. Die Folge waren hohe Arbeitslosigkeit, starker Verlust an Bevölkerung, großer Leerstand von Wohnungen und eine weitgehende Verödung der eh schon durch Plattenbauten verschandelten Ortsmitte. Der Abriss von Gebäuden und die Frage, was mit der dadurch entstehenden Brachfläche in der Ortsmitte geschehen soll, wurden zum Auslöser für ein bemerkenswertes Beteiligungs-Projekt. Im Auftrag der Stadt entwickelte und realisierte das Künstlernetzwerk SPACEWALK gemeinsam mit dem Stadtplanungsbüro „Gruppe Planwerk“ das Projekt „Das Forster Tuch – Eine Stadt webt an der gemeinsamen Zukunft“. Anknüpfend an die Vergangenheit der Textilindustrie wurden die Bewohner eingeladen, einen Quadratmeter Leinwand-Tuch zu gestalten und so ihre Wünsche und Ideen zur Zukunft ihrer Stadt auszudrücken.

„Die einfache Grundidee des Forster Tuches war: Jede/r gibt seinen Teil zu einem gemeinsamen Ganzen. Jede/r gestaltet einen Quadratmeter Stoff und die einzelnen Stücke werden zu einem großen Tuch zusammengesetzt. Das Forster Tuch bildete eine Aufgabe und ihr sichtbares, fassbares Resultat. Der Vorgang, dass eine ganze Stadt gemeinsam ein Tuch schuf, hatte vielfältigen Einfluss auf das soziale Leben in Forst und wirkte weit über die Stadt hinaus. Aber vor allem diente das Projekt als Modell und Training für zahlreiche Aspekte der räumlichen, sozialen und wirtschaftlichen Stadtentwicklung. Das Forster Tuch lebte davon, dass die Akteure die Fäden selbst aufnehmen und die einfache Grundidee mit ihren Themen und Interessen verweben. Entscheidend ist es, den Prozess, das Schaffen des gemeinsamen Tuches, auf alle Aspekte der städtebaulichen, sozialen und wirtschaftlichen Entwicklung zu übertragen.“

(Angaben und Zitat aus: <http://www.das-forster-tuch.de>)

Stabile Aktionsgemeinschaften zeichnen sich auch dadurch aus, dass sie nicht an eine politische Partei oder sonstige Institutionen gebunden sind, sondern sehr klar den Ausgleich zwischen den speziellen Interessen suchen.

SOZIOKULTUR – ODER WIE EIN ORT EINE NEUE PERSPEKTIVE GEWINNT

Dorfentwicklung hat ganz viel damit zu tun, dass die Dorfbewohner eine gemeinsame Perspektive entwickeln. Das heißt, dass zunächst eine grundsätzlich positive Grundstimmung für die Idee einer Dorfentwicklung entsteht und darauf aufbauend eine Verständigung über konkretere Projekte stattfindet.

*Man muss etwas Neues machen,
um etwas Neues zu sehen.*

(Georg Christoph Lichtenberg)

Nach aller Erfahrung ergeben sich Gemeinsamkeiten am ehesten dadurch, dass man mit anderen etwas gemeinsam tut. Dabei ist es grundsätzlich gleichgültig, was getan wird – die Hauptsache ist, dass tatsächlich etwas geschieht. Auf dieser Gesetzmäßigkeit beruht jegliche Animation: Bewege Menschen zu einer gemeinsamen Aktion - und du wirst sehen, dass sich ihre Beziehungen untereinander verbessern.

„Soziokulturelle Animation“ oder kurz „Soziokultur“ bezeichnet die gestalterische Beschäftigung mit einzelnen Menschen in gemeinschaftlich orientierten Projekten. Dabei wird veranlasst, dass Menschen gleichsam spielerisch für sich etwas Neues gestalten und dass die Einzelbeiträge zu einem Gemeinschaftsprodukt miteinander verbunden werden. Durch die erlebte Kreativität, die gegenseitige Neugierde der Beteiligten und schließlich das sichtbare gemeinsame Ergebnis lernen sich die Teilnehmer als Mitmacher kennen und gewinnen in ihrem

Fakten, Infos

- Heinz Quasten und Joachim Güth: Saarländische Bauernhausfibel. Anregungen und Hinweise für die Restaurierung saarländischer Bauernhäuser. Hrsg. Institut für Landeskunde im Saarland. Saarbrücken: 1984. (Die leider vergriffene Broschüre ist wegen ihrer klaren Sprache und ihrer treffenden Beispiele eine wirklich erhellende und wegweisende Schrift!)
- MELANIE – Modellvorhaben zur Eindämmung des Landschaftsverbrauchs durch innerörtliche Entwicklung. Saarland/Ministerium für Umwelt 2004; siehe auch MELANIE – Projekte und Tatorte – Der Film.
- Tatort: Dorfmitte, Agentur ländlicher Raum, Ministerium für Umwelt und Verbraucherschutz des Saarlandes
- Bietzen. Herausgegeben vom Ortsrat Bietzen.
- Remmesweiler. Im Auftrag der Kreisstadt St. Wendel.

gemeinsamen Tun eine gemeinsame Perspektive. Das ist im Übrigen auch die Vorgehensweise in der Gemeinwesenarbeit. Als ein sehr gelungenes Beispiel für eine soziokulturelle Aktion kann das „Forster Tuch“ genommen werden.

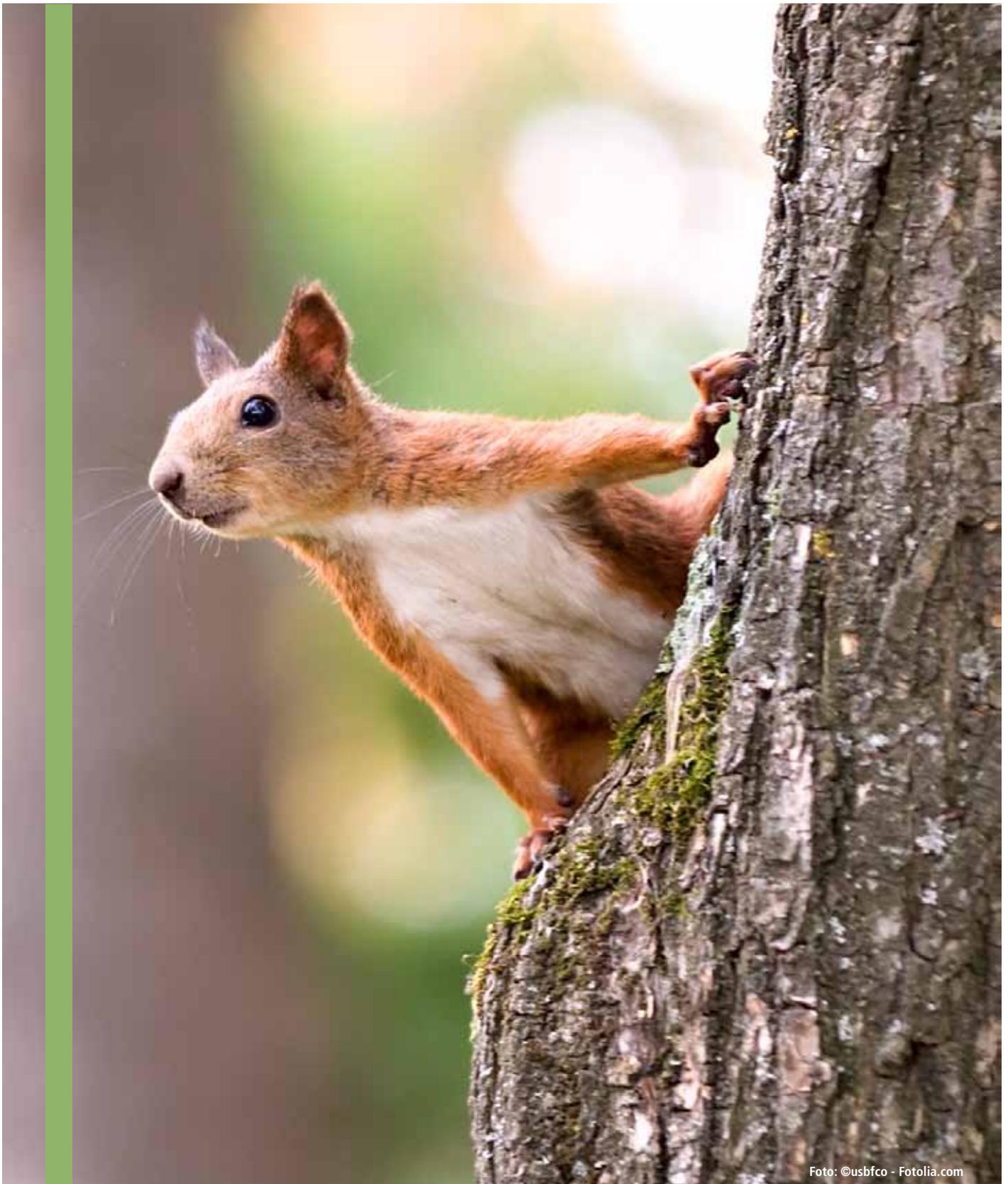
VON HÄUSERN UND MENSCHEN – DORFENTWICK- LUNG ALS INVESTITION IN DAS KULTURELLE KAPITAL

Ein Zeltplatz, der zum Ende der Saison geräumt und wieder zur grünen Wiese wird, hat als Wohnstätte keine bleibende Geschichte. Wird der Platz im nächsten Sommer wieder neu „bebaut“, fängt seine Zeit mit den neuen Zelten wieder ganz neu an. Das aus Stein gebaute Dorf hingegen überdauert seine Bewohner. Während die einzelnen Menschen und ganze Generationen kommen und gehen, bleiben die Häuser, in denen sie gewohnt haben, bestehen. Während die Erinnerungen mit den Menschen untergehen, bewahrt die gebaute Siedlung über Hunderte von Jahren ihre Geschichte. Die Steine schaffen eine sichtbare und deshalb von allen geteilte Kontinuität und ein Dorf ist eben mehr als „gebauter Umwelt“. Es ist Ausdruck einer gemeinsamen Geschichte und einer gemeinsamen Identität. Man sagt deshalb auch, die materiellen Dinge

und vor allem die Häuser, Straßen und Plätze seien als solche die „Träger des kollektiven Bewusstseins“.

Für kleine Projekte zur baulichen Dorfentwicklung gibt die Agentur Ländlicher Raum im Saarland Zuschüsse in Höhe von ein paar Tausend Euro. Beispiele für verwirklichte Projekte sind die Erneuerung eines Dorfbrunnens, der Wiederaufbau eines Wegkreuzes, die Anlage eines Kirchgartens... Geld gibt es nur, wenn ein Dorf einen entsprechenden Eigenanteil in Form ehrenamtlicher Arbeitsstunden nachweisen kann. So hat die Förderung des Landes noch den zweiten Zweck, durch die bauliche Erneuerung zugleich auch das freiwillige Engagement für das Dorf anzuregen – ist also auch ein Impuls zur gesellschaftlichen Dorfentwicklung.

Wer sich um die Erhaltung des Dorfes kümmert, investiert in das Kulturelle Kapital seines Ortes. Das ist der eigentliche Grund, warum es ein gesellschaftliches Interesse an einer baulichen Dorfentwicklung gibt. Ohne eine kulturelle Wert-Idee sind Aktionen zur Dorfverschönerung allerdings in der Gefahr, zum beliebigen Aktionismus zu werden, durch den das Dorf eher beliebig verkitscht, denn wirklich aufgewertet wird. (Man erinnert sich noch an Zeiten, da Orte geradezu in Blumen ertranken...) Eine gelingende



**TEIL 3:
DER BLICK ÜBER DEN TELLERRAND: WIE MACHEN
ES EIGENTLICH DIE ANDEREN?**



Foto: Kernplan

1 SOZIALE NETZWERKE – DIE NEUE (VIRTUELLE) ART DES MITMACHENS

Das Internet und Web 2.0 haben eine neue Tür der Kommunikation geöffnet. Virtuelle Geselligkeit ist das Stichwort. (Forderungskatalog Social Networks, Verbraucherzentrale Bundesverband). Dabei handelt es sich demnach um eine Gemeinschaft, zusammengesetzt aus Internetnutzern, sogenannte Online-Communities, die sich virtuell begegnen und dabei Interessen austauschen. Die Möglichkeiten sind dabei fast unbegrenzt: Gedanken publizieren, Videos, Bilder und andere Dateien bereitstellen, mit Links verknüpfen, Kontakte knüpfen und kommunizieren, diskutieren, sich an Projekten beteiligen und noch vieles mehr. Dies erstreckt sich sogar bis hin zu „Flashmobs“, das heißt der Organisation eines kurzzeitigen, spontanen Menschaufbaus im öffentlichen Raum über das Internet. Nie zuvor war Kommunikation in diesem Ausmaß, ohne Bedeutung von Raum und Zeit, möglich. Diese Sozialen Netzwerke existieren inzwischen auf lokaler, nationaler und internationa-

ler Ebene. Die Bandbreite der Netzwerke reicht von „Facebook“, „google+“ und „Xing“ bis hin zu „Twitter“, „stayfriends“, „wer-kennt-wen“, „Flickr“ usw., sodass es mittlerweile zu einem regelrechten Konkurrenzkampf der Anbieter kommt.

Der deutsche Marktführer „Facebook“ wird in Deutschland von etwa 25 Millionen Deutschen (jeder Dritte) genutzt. (www.de.statista.com, Stand: Januar 2013) Insgesamt dominieren laut Facebook-Statistik bei den Nutzern die jungen Erwachsenen (18-25 Jahre), gefolgt von den 26- bis 34-Jährigen. (SpiegelOnline vom 03.05.10) Insbesondere bei jungen Leuten sind Soziale Netzwerke ein beliebtes Medium und Teil des täglichen Lebens. Die Sozialen Netzwerke zeigen dabei, dass sich das Internet vom Informations- zum „Mitmach“-Medium, dem sogenannten „Social Web“, gewandelt hat.

PRO UND KONTRA

Aber auch bei Sozialen Netzwerken gibt es Vor- und Nachteile. Die „face-to-face“ Kontakte treten durch Online-Kommunikation in den Hintergrund. Zudem ist die Zielgruppe auf diejenigen begrenzt, die über einen Internetzugang verfügen, während eine Abgrenzung gegenüber denjenigen stattfindet, die nicht die Möglichkeit haben, online zu sein. Das bedeutet aber auch, dass diejenigen, die nicht online sind, anderweitig beteiligt und informiert werden müssen. Vor allem ist ein Breitbandanschluss im ländlichen Raum häufig noch Mangelware.

Gerade auch aus Gründen des Datenschutzes und des Cyber-Mobbings geraten Soziale Netzwerke immer wieder in die Kritik. Auf der anderen Seite sprechen der leicht verständliche und häufig kostenlose Zugang, die Verknüpfung mit anderen Websites und die Möglichkeit,

ein breites Publikum anzusprechen, für Soziale Netzwerke. Darüber hinaus wird der Kontakt zu Freunden, Bekannten, Kollegen und Verwandten erleichtert, da Raum und Zeit an Bedeutung verlieren. (New Communication Tools and eParticipation: Social Media in Urban Planning)

WARUM SIND SOZIALE NETZWERKE FÜR (MIT)MACHER WICHTIG?

Soziale Netzwerke spielen für die (Mit-)Macher-Strukturen im ländlichen Raum eine bedeutende Rolle. Vor allem können mit Sozialen Netzwerken Zielgruppen erreicht werden, die mit den klassischen Medien nur schwer angesprochen werden können. Hierzu gehören beispielsweise Jugendliche, denn das sind „diejenigen, die keine andere Wahl haben“. Aber auch Dorfbewohner, die neu zugezogen sind, können mittels Sozialer Netzwerke als (Mit-)Macher gewonnen werden. Zudem wird die Teilnahme am Dorfleben, unabhängig von Aufenthaltsort und Tageszeit, erleichtert. Über das Internet und Web 2.0-Anwendungen können viele Macher und Mitmacher gleichzeitig erreicht werden, während die klassischen Medien wie beispielsweise Zeitung oder Telefon entweder nur die Interessierten ansprechen, diese aber ihr Interesse nicht unmittelbar kommunizieren können oder aber, dass zwei Akteure sich austauschen, ohne dass die breite Masse davon informiert ist.



Projekt "Tatort Dorfmitte" Blieskastel/Altheim, Dorfgarten; Foto: Ministerium für Umwelt des Saarlandes

Fakten Soziale Netzwerke

- Große Bandbreite an Sozialen Netzwerken mit Vielzahl von Möglichkeiten
- Hauptnutzer: 18-34-Jährige (Facebook-Statistik)
- Internetzugang als Barriere
- Ansprechen von Zielgruppen, die mit den klassischen Medien nur schwer erreicht werden können (Jugendliche!)
- Teilnahme am Dorfleben, unabhängig von Raum und Zeit

Best Practice Soziale Netzwerke

- www.meinLB.de
- www.facebook.com
- www.nexthamburg.de
- www.dingdeindorf.de

facebook Suche nach Personen, Orten und Dingen Startseite

Seite erstellen

Jetzt
Januar
2012
gestartet

Mimbach Pinningen HERZLICH WILLKOMMEN Blieskastel Allheim Breitfurt Stadt Blieskastel Saarpfalz-Kreis

DingDeinDorf
Gemeinschaftsseite über Partizipation

Gefällt mir Nachricht senden

DingDeinDorf ist eine Beteiligungsaktion des Landesjugendring Saar.
Impressum: <http://www.landesjugendring-saar.de/kontakt.html>

Info Fotos „Gefällt mir“-Anga... Veranstaltungen

Höhepunkte

Beitrag

Schreib etwas ...

2 Freunden gefällt DingDeinDorf

Bildquelle: <https://www.facebook.com/DingDeinDorf>, retuschiertes Screenshot vom 06.02.2013

Allgemeine Informationen: Facebook ist ein kostenloser Social Network Service. Zu Beginn legt sich hier jeder Nutzer (User) ein Profil mit allgemeinen Informationen wie Name, Alter, Hobby, Beruf und weiteren Interessen an. Persönliche Angaben sind dabei freiwillig. Um Freunde in die eigene Kontaktliste aufzunehmen, können diese über den Namen gesucht oder in der Kontaktliste eines gemeinsamen Freundes gefunden werden. Wird die virtuelle Freundschaft akzeptiert, kann das Profil eingesehen werden und die eigene Kontaktliste wächst. (Virtuelle) Freunde können dann über Nachrichten in Kontakt bleiben, chatten und Informationen austauschen. Bilder können online gestellt, über Events informiert und Einladungen dazu verschickt werden. Weiterhin hat jedes Mitglied die Möglichkeit, Gruppen zu gründen oder beizutreten. Gruppen entstehen zu gemeinsamen Interessen oder zu bestimmten Themen. Innerhalb dieser Gruppen kann dann themenspezifisch diskutiert und Informationen ausgetauscht werden. Mit dem Eintritt in eine Gruppe werden meist drei Ziele verfolgt: Kontakte pflegen, sich informieren und selbst darstellen. Auch wer gerade aus der eigenen Kontaktliste online ist, kann eingesehen werden. Wer also spontan Hilfe benötigt, kann in diesem Portal

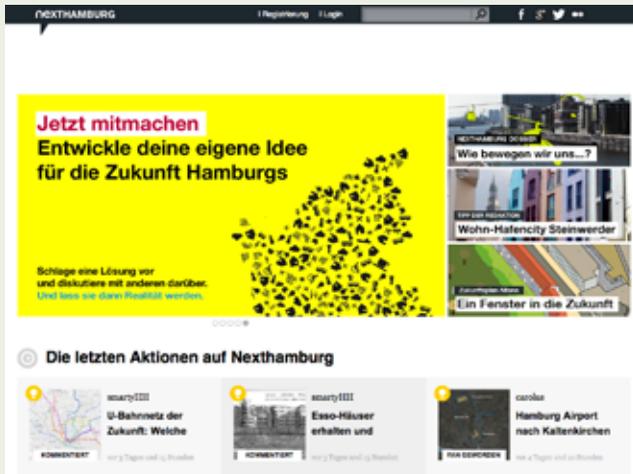
Unterstützung finden. Denkbar wäre das Gründen der Gruppe „Aktives...(Dorfname)“, beschränkt auf Mitglieder des eigenen Dorfes.

(New Communication Tools and eParticipation: Social Media in Urban Planning, Saarbrücker Zeitung vom 16.09.10, eigene Ergänzungen)

Inhalte:

- Onlinestellen persönlicher Angaben, Informationen und Bilder
- Chatten und Nachrichten
- Gründen von Gruppen zu relevanten Themen („Aktives Dorf“), themenspezifische Diskussion und Information
- Einladungen und Informationen über Events

Nähere Informationen unter: www.facebook.de



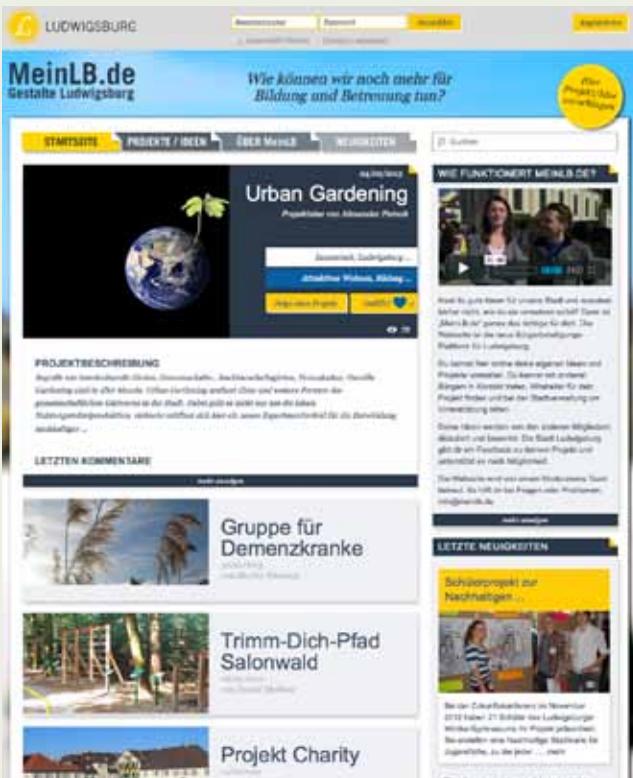
Bildquelle: www.nexthamburg.de, Screenshot vom 30.01.2013

Allgemeine Informationen: NextHamburg ist ein Online-Portal der Stadt Hamburg zum „Mitmachen“. Eingeteilt in vier Blöcke, kann bei NextHamburg beispielsweise mitdiskutiert und abgestimmt sowie Ideen eingebracht werden (www.nexthamburg.de). Obwohl es sich bei NextHamburg um ein Projekt für eine Großstadt handelt, kann dies mit entsprechenden Änderungen auf den ländlichen Raum übertragen werden.

Inhalte:

- Diskussion über aktuelle Themen der Stadtentwicklung
- Zukunftsideen für die Stadt

Nähere Informationen unter: www.nexthamburg.de



Bildquelle: www.meinlb.de, Screenshot vom 08.02.2013

Allgemeine Informationen: „Hast du gute Ideen für unsere Stadt und wusstest bisher nicht, wie du sie umsetzen sollst?“ (www.meinlb.de) Die online-Bürgerbeteiligungsplattform der Stadt Ludwigsburg fordert Bürger und Bürgerinnen aktiv dazu auf, sich durch eigene Impulse und Ideen in die Stadtentwicklung einzubringen. Die vorgeschlagenen Projekte sollen mit Titel, einer kurzen Beschreibung, Geltungsbereich und einem passenden Foto eingereicht werden. Gemeinsam mit anderen über die Projekte diskutieren und „Mitmacher“ für die eigene Projektidee gewinnen, ist eines der zentralen Anliegen von „MeinLB“. Die Bandbreite der vorgeschlagenen Projektideen ist kreativ und groß und reicht von „Naturspielraum West“ und „Urban Gardening“ bis hin zu dem Thema „Barrierefreiheit“. Die Stadtverwaltung leistet Hilfe und Unterstützung.

Inhalte:

- Projektideen selbst entwickeln
- Projekte gemeinsam bewerten, diskutieren, Mitmacher gewinnen
- Informationen zu aktuellen Themen der Stadtentwicklung

Nähere Informationen unter: www.meinlb.de



Gemeinden / Städte

Fragebogen

Aktuelles

Über DingDeinDorf

Kontakt

Impressum

Downloads

Finde Dein Dorf
auf der
Saarlandkarte!!



Aktuelle
Bewertung

"Es gibt nichts besonders
gutes für Jugendliche in
meinem Alter!!!"

(15)
aus Tholey

Jetzt wissen
Wir's !!

Du willst wissen wie dein
Dorf/deine Stadt
abgeschnitten hat? Such
nach dem Zeugnis deines
Dorfes!

Zeugnis öffnen

Was gerade passiert

live!

Aktuelles

Bildquelle: www.dingdeindorf.de,
Screenshot vom 01.03.2012

Allgemeine Informationen: DingDeinDorf ist ein gemeinsames Projekt des Landesjugendrings Saar, des saarländischen Ministeriums für Soziales, Gesundheit, Frauen und Familie und weiteren Kooperationspartnern, welches sich in einer ersten Phase zum Ziel gemacht hat, saarländische Kommunen hinsichtlich ihrer Jugendtauglichkeit und deren kommunaler Beteiligung zu testen. Die einjährige Projektlaufzeit bis März 2009 beinhaltete im Wesentlichen drei Phasen (unter „Inhalte“ beschrieben). Abschließend wurden Zeugnisse mit Noten für die Städte und Gemeinden verteilt. Zudem wird beobachtet, welche der getroffenen Vereinbarungen auch tatsächlich umgesetzt werden (www.dingdeindorf.de).

Inhalte:

- Phase 1: Bewerten der Stadt oder Gemeinde in einem Fragebogen
- Phase 2: Veröffentlichung der Ergebnisse
- Phase 3: Erarbeiten von Verbesserungsvorschlägen der Jugendlichen mit den Verantwortlichen
- Fortsetzung läuft

Nähere Informationen unter: www.dingdeindorf.de

UND WIE KANN MAN DAS ALLES FÜR DEN LÄNDLICHEN RAUM NUTZEN? – DAS ERFOLGSREZEPT –

Die vorgestellten Beispiele beweisen, dass Soziale Netzwerke das richtige Instrument sind, um Mitmacher zu gewinnen. Insbesondere Gruppen wie „Tatort Dorfmitte“ (wer-kennt-wen) zeigen, dass der Erfolg von Projekten von Sozialen Netzwerken unterstützt wird. Was liegt also näher, als dieses Potenzial auch für den ländlichen Raum zu nutzen? Damit Gruppen bzw. Homepages halten, was sie versprechen, ist folgendes Rezept zu beachten: Ausprobieren erwünscht!

WIE FUNKTIONIERTS? ODER FÜNF SCHRITTE VOM ERFOLG ENTFERNT!

Schritt 1: **Macher** definieren (Ortsvorsteher, Bürger, Verein,...)

Schritt 2: Gruppe in einem Social Network gründen bzw. Internetseite erstellen

Schritt 3: Im Gruppenprofil bzw. auf der Homepage beschreiben, worum es geht (Probleme, Ziel, Akteure,...)

Schritt 4: **Mitmacher** ansprechen: Gruppe / Homepage bekannt machen (Zeitung, Postwurfsendung, face-to-face Kontakte, Aushänge an Schulen,...)

Schritt 5: Foren eröffnen zur Diskussion, um Ideen einzubringen, um Projekte gemeinsam zu planen

Was muss dabei beachtet werden?

- Unterstützung des Machers beim Aufbau der Homepage durch Fachmann
- Hauptzielgruppe: Kinder und Jugendliche, junge Erwachsene
- Moderne, zielgruppenorientierte Gestaltung der Homepage bzw. Aufbau der Gruppe
- Über Homepage bzw. Gruppe informieren: Tageszeitung, Aushänge, Flyer, face-to-face Kontakte
- Leicht verständliches Profil der Homepage bzw. der Gruppe
- Auch diejenigen, die nicht online sind, müssen mit ins Boot genommen werden (Information!)
- Gruppenforen bzw. Internetseiten müssen ständig auf dem neuesten Stand sein (Aktualisierung!)

Für welche Projekte geeignet?

- Für alle Projekte geeignet
- Kurzfristige Projekte
- Projekte, die Kinder, Jugendliche, junge Erwachsene und Erwachsene ansprechen



Foto: Kernplan

2 EIN „AUGENBLICK“ FÜRS DORF

Kurz andauernde Projekte ohne langfristige Verpflichtungen - Projekte, die also nur einen „Augenblick“ dauern, sind wichtig, um Mitmacher zu motivieren. Externe Anreize sind oft unerlässlich, um Aktivitäten im ländlichen Raum überhaupt erst in Gang zu bringen. Insbesondere finanzielle Anreize wird große Bedeutung beigemessen. Darüber hinaus kann aber auch beispielsweise schon die Auslobung eines Wettbewerbs Anschubfunktion erfüllen.

PRO UND KONTRA

Auch durch Kurzfristigkeit gekennzeichnete Projekte zeigen Vor- und Nachteile. Während langfristige Verpflichtungen oft eine unüberwindbare Barriere sind, wenn es um die Gewinnung von Mitmachern geht, können Projekte ohne dauerhafte Verpflichtungen häufig überzeugen. Kurzfristige Projekte sind aufgrund ihrer kurzen Realisierungsdauer meist durch Erfolg gekennzeichnet. Gleichzeitig besteht jedoch die Gefahr, dass es bei der kurzfristigen, oft einmaligen Initiative bleibt und das Dorf danach wieder in Vergessenheit gerät. Wird die Initiative rein aus Anreizen ergriffen, kann oft keine längerfristige Bindung erreicht werden.

WARUM IST EIN „AUGENBLICK“ FÜR DAS DORF WICHTIG?

Ein „Augenblick“ Zeit der Mitmacher, um bei Projekten im ländlichen Raum mitzuhelfen, kann beispielsweise zur Steigerung der Lebensqualität führen und das Wir-Gefühl stärken. Insbesondere der ländliche Raum mit seinen charakteristischen Merkmalen und wertvollen Strukturen muss im Blickfeld bleiben, um von seinen positiven Seiten zu überzeugen und als Kulisse wichtiger Projekte und Maßnahmen nicht in den Hintergrund zu treten. Zudem können, aufgrund der knappen öffentlichen Kassen, Maßnahmen im Dorf oftmals nur noch mithilfe von Mitmachern gestemmt werden.



Das Dorf mit seinen grünen Wiesen und seinen Menschen hat seine eigenen Stärken; Foto: ©Tramper2 - Fotolia.com

Fakten Ein „Augenblick“ fürs Dorf

- Traditionelle Strukturen durch demografischen und soziokulturellen Wandel gefährdet (Dorfgemeinschaft)
- Lösung: „Augenblick“ fürs Dorf
- Kurzfristigkeit als Erfolgsvoraussetzung, langfristige Projekte sind oftmals abschreckend
- Aber: Wie geht es danach weiter?

Best Practice Ein „Augenblick“ fürs Dorf

Mitmacher Date:

- Ein Tag für den Berg: www.netzwerk-laendlicher-raum.de
- Tatort Dorfmitte, MELanIE-Projekt des Umweltministeriums: www.saarland.de/47564.htm
- 72-Stunden-Aktion: www.bdkj.de
- Saarland picobello: www.entsorgungsverband.de/aktuell/saarland-picobello

Mitmachetappe:

- Ideenwettbewerb: Dorfkinder machen Zukunft: www.saarland.de/37262.htm
- Unser Dorf hat Zukunft: Broschüre „Golddorf“ 2006 Remmesweiler

MITMACHER DATE

Folgende Projekte sind vergleichbar mit einem Date: Beide sind einmalig und dauern nur wenige Stunden. Die nachfolgenden Projekte erstrecken sich über einen Zeitraum von maximal drei Tagen. Was sind schon drei Tage bei 365 Tagen im Jahr?

TATORT DORFMITTE



Foto: Ministerium für Umwelt Saarland

Allgemeine Informationen: Der Wettbewerb „Tatort-Dorfmitte“ im Rahmen der MELanIE-Initiative, belohnt Ideen und Maßnahmen der Bürger zur aktiven Gestaltung ihres Dorfes, damit Zukunft im ländlichen Raum vor dem Hintergrund des demografischen Wandels groß geschrieben werden kann. Die Bandbreite der förderfähigen Maßnahmen ist dabei fast unbegrenzt. Voraussetzung ist lediglich, dass die Maßnahmen der Förderung und Erhaltung des dörflichen Lebens dienen, die die Dorfgemeinschaft und das Bürgerengagement stärken. Teilnehmern dürfen Dörfer mit maximal 5.000 Einwohnern. Gruppen

zu mindestens 15 Bürgerinnen und Bürger müssen dabei zusammen 210 Arbeitsstunden leisten, um von der Förderung in Höhe von 3.000 Euro (Maximalbetrag) zu profitieren. Im Jahr 2009 gingen im Saarland mehr als 110 Projekte an den Start. (Richtlinie Tatort Dorfmitte, www.saarland.de, Saarbrücker Zeitung vom 08.05.09) Doch was überzeugt mehr als diese Fakten? Ein tolles Projekt! Ein solches ist das Projekt „Bühne für St. Nikolaus“ in Großrosseln. Am Tatort, dem Dorfplatz, arbeiten 30 fleißige Täter und Täterinnen beim Bau einer Bühne für Veranstaltungen im Dorf mit. Natürlich darf die gemeinsame Brotzeit dabei nicht fehlen. Pflastersteine ausbauen, zu Gitterkörben transportieren, gemeinsam anpacken. Der Dorfplatz wird aufgewertet, die Lebensqualität in St. Nikolaus erhöht. „Wenn man zusammen schafft, geht alles viel schneller. Da sieht man, wie viel man gemeinsam bewirken kann“ (Ortsvorsteherin Irina Pfortner). Auftrag erfüllt! (www.saarland.de/47564.htm)

Inhalte:

- Anreiz zur Motivation engagierter Bürgerinnen und Bürger
- Kommunikation und Lebensqualität im Dorf verbessern
- Anschubfinanzierung

Nähere Informationen unter: www.saarland.de

EIN TAG FÜR DEN BERG



Foto: Kernplan

Allgemeine Informationen: „Ein Tag für den Berg“, eine Initiative des Landschaftspflegeverbandes Mittelfranken, begeistert Männer, Frauen und Kinder. Gemeinden rund um den Berg werden dazu eingeladen, an einem Tag die Pflege und Verschönerung des Berges mitzugestalten. Dazu gehören Aktivitäten, wie das Absägen von Gehölzen oder das Entfernen von Büschen. Motorsägen, Astscheren und noch viele weitere

Werkzeuge gehören zur Ausrüstung der Helfer. Die Organisation liegt dabei in den Händen des Landschaftspflegeverbandes (Informationsmaterial und Pressearbeit, Beantragung von Fördermitteln, Übernahme der Gerätekosten,...) und der Gemeinde (Verpflegung der Teilnehmer). Zu Beginn der Initiative im Jahr 1997 konnten etwa 40 Teilnehmer gezählt werden, während 2008 mehr als 140 Mitmacher an den Start gingen. (LandInForm, Bürgergesellschaft und ehrenamtliches Engagement im ländlichen Raum)

Inhalte:

- Pflege der Kulturlandschaft
- Gemeinschaftsgefühl stärken
- Spaß an der gemeinsamen Arbeit

Nähere Informationen unter: Deutsche Vernetzungsstelle für ländliche Räume (Hrsg.): LandInForm, Bürgergesellschaft und ehrenamtliches Engagement im ländlichen Raum, verfügbar unter www.wwww.netzwerk-laendlicher-raum.de

Landschaftspflegeverband Mittelfranken, www.lpv-mfr.de

72 STUNDEN-AKTION



Bildquelle: www.72stunden.de, Screenshot vom 30.01.2013

Allgemeine Informationen: Die 72 Stunden-Aktion, ein Projekt des Bundes der Deutschen Katholischen Jugend (BDKJ), setzt auf Mitmacher im Alter von 9 bis 27 Jahre. Das Motto der bundesweiten Sozialaktion lautet „Uns schickt der Himmel“. In 72 Stunden mit kleinen Projekten die Welt besser zu machen, ist für Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene Anreiz, sich an der Aktion zu beteiligen. Die Projektideen sind dabei unbegrenzt: Von der Anlage eines Schulgartens oder eines Biotops bis hin zu Computerkursen im Altersheim ist alles möglich. (www.72stunden.de, www.saarland.de)

Inhalte:

- Drei Tage Zeit
- Soziale, politische, interkulturelle oder ökologische Projekte
- Teilnehmer: Kinder- und Jugendgruppen der katholischen Jugendverbände, Jugendchöre, Pfarr-, Schulgruppen und weitere Gruppen
- Projektidee wird erst beim Start bekannt gegeben
- Zusammengehörigkeitsgefühl wird gestärkt

Nähere Informationen unter: www.72stunden.de, www.saarland.de

saarland picobello

– SAMMELAKTION –



Bildquelle: www.entsorgungsverband.de/aktuell/saarland-picobello, Infolyer vom 14.12.2012

Allgemeine Informationen: Saarland picobello ist ein Müllsammelprojekt. Die Teilnehmer sammeln dabei an zwei Aktionstagen gemeinsam Müll und sorgen so für saubere Städte und Gemeinden. Mitmacher kommen dabei aus Kindergärten, Schulen, Gemeinden, Vereinen, Verbänden und Unternehmen. Aber auch engagierte Einzelpersonen sind willkommen. Seit Beginn der Initiative konnten die Zahlen der Teilnehmer Jahr für Jahr gesteigert werden. Während 2004 etwa 11.000 fleißige Sammler das Saarland von Müll befreiten, nahmen im Jahr 2012 rund 17.000 Teilnehmer an der Müllsammelaktion teil.

Inhalte:

- Frühjahrsputz- und Mitmachaktion
- Müll sammeln auf öffentlichen Plätzen und Straßen
- „Wir“-Gefühl im Vordergrund
- Zufriedene Mitmacher
- geleistete Arbeit als Motivation

Nähere Informationen unter: www.entsorgungsverband.de/aktuell/saarland-picobello

MITMACHETAPPE

Im Gegensatz zum „Mitmacher Date“ dauern die Projekte der Mitmachetappe länger als ein, zwei oder drei Tage. Dennoch fallen auch hierunter keine langfristigen Projekte. Die Maxime: Einmalig, eine „Etappe“ lang im ländlichen Raum aktiv werden.



Foto: Kernplan

Allgemeine Informationen: Im Mittelpunkt des Bundeswettbewerbes „Unser Dorf hat Zukunft“ des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz stehen Maßnahmen zum Umgang mit den Folgen des demografischen Wandels und daraus abgeleitete Zukunftsperspektiven für ein lebenswertes Dorf. Ohne engagierte, lokale Akteure wie beispielsweise Bürgerinnen und Bürger, Unternehmen oder Vereine wird der ländliche Raum künftig kaum Chance haben. Genau darauf zielt die Förderung im Rahmen des Dorfwettbewerbs ab. Die Bewertung erfolgt dabei, unter Berücksichtigung der spezifischen Ausgangsbedingungen, in den fünf Feldern Entwicklungskonzepte und wirtschaftliche Initiativen, soziale und kulturelle Aktivitäten, Baugestaltung und -entwicklung, Grüngestaltung und -entwicklung und das Dorf in der Landschaft. Gegenübergestellt wird jeweils der Status quo („Was haben wir erreicht?“) und die formulierten Ziele („Was wollen wir?“). Ausgezeichnet werden die Dörfer mit Gold-, Silber- und Bronzemedailles. Zusätzlich gibt es diesen Wettbewerb auch auf der Ebene der Länder sowie auf Landkreis- und Regionalverbandsebene. (www.dorfwettbewerb.bund.de) Für Remmesweiler ist „Unser Dorf hat Zukunft“ mehr als nur der Titel eines Wettbewerbes. Einst eine Vision, nun Realität. Dank engagierter Bürgerinnen und Bürger erhielt die Gemeinde 2006 die Auszeichnung „Golddorf“ beim Landeswettbewerb. Arbeitsgruppen geben dem Dorf vor dem Hintergrund des demografischen Wandels ein lachendes Gesicht. Stilvoll restaurierte Bauernhäu-

ser, Leben in und mit der Natur, eine starke Dorfgemeinschaft, Feste und Veranstaltungen, zahlreiche Angebote, die einladen, aktiv zu werden, die Pflege von Bräuchen und Traditionen sowie ein aktives Vereinsleben sind das Erfolgsgeheimnis zum Sieg und verleihen dem Dorf unverwechselbaren Charme. Remmesweiler, lebens- und liebenswert! (Broschüre Remmesweiler, „Golddorf“ 2006)

Inhalte:

- Engagement der Bürger stärken
- Gemeinsame Perspektiven entwickeln
- Dörfliche Identität stärken
- Vorhandene Kräfte und Ideen bündeln
- Generationen einbeziehen
- Natur und Umwelt pflegen und erhalten
- Heimat aktiv gestalten

Nähere Informationen unter: www.dorfwettbewerb.bund.de und Kreisstadt St. Wendel (2006): Broschüre Remmesweiler, „Golddorf“ 2006.



Foto: Kernplan

Allgemeine Informationen: Der Ideenwettbewerb „Dorfkinder machen Zukunft“, ebenfalls eines der MELanIE-Projekte, entstand auf Initiative der Stadt Blieskastel, unterstützt durch das saarländische Umweltministerium. Ein wichtiger Baustein ist dabei das Eigenengagement der Dorfbewohner bei der Unterstützung „ihrer“ Dorfkinde. So lernen beispielsweise die Drittklässler der Grundschul-Dependance Aßweiler der Grundschule Niederwürzbach über Themen wie „meine Straße“, „mein Dorf“ und „meine Familiengeschichte“, den Vergleich Dorf-Stadt und Gespräche mit älteren Bewohnern ihr Dorf kennen. In der anschließenden Zukunftswerkstatt können die Schülerinnen und Schüler schließlich ihrer Vision des Traumdorfes freien Lauf lassen, bevor es nach den Sommerferien an die Umsetzung der Schwerpunktthemen geht. (www.saarland.de/37262.htm)

Inhalte:

- Kennenlernen der Strukturen des ländlichen Raumes
- Identität für das eigene Dorf stärken
- Kinderwünsche für ein lebenswertes Dorf Realität werden lassen

Nähere Informationen unter: www.saarland.de/37262.htm

UND WIE KANN MAN DAS ALLES FÜR DEN LÄNDLICHEN RAUM NUTZEN? – DAS ERFOLGSREZEPT

Die Liste dieser Best Practice-Beispiele kann nahezu unendlich fortgeführt werden. Eine Vielzahl dieser Projekte bezieht sich ohnehin auf den ländlichen Raum, wodurch viele Ansätze 1:1 übertragen werden können. Doch das Erfolgsrezept ist immer das gleiche: Wenig Zeitaufwand und Spaß an der gemeinsamen Arbeit. Was eignet sich besser, um Mitmacher vom Mitmachen zu überzeugen, als wenig Zeitaufwand und zusätzlichen Spaß?

WIE FUNKTIONIERTS? ODER FÜNF SCHRITTE VOM ERFOLG ENTFERNT!

- Schritt 1: **Macher** definieren (Ortsvorsteher, Bürger, Verein,...)
- Schritt 2: Zeitrahmen festlegen und Dauer des Projektes möglichst präzise bestimmen
- Schritt 3: Evtl. externe Anreize definieren (Wettbewerb, Förderung,...)
- Schritt 4: **Mitmacher** ansprechen und auf Projekt aufmerksam machen: Flyer, Broschüren, Plakate, face-to-face Kontakte,...
- Schritt 5: Pressearbeit: Tue Gutes und rede darüber!

Was muss dabei beachtet werden?

- Überzeugen der Mitmacher durch möglichst kurzzeitige Projekte
- Zielgruppenorientierte Ansprache
- Über Projekt und Mitarbeit lokaler Akteure berichten (Stolz und stärkt Identität)
- Erfolg muss nach sehr kurzer Projektdauer sichtbar und spürbar sein
- Anreize so wählen, dass hohe Folgeeffekte erzielt werden können

Für welche Projekte geeignet?

- Kurzfristige Projekte
- Spaß, an der gemeinsamen Arbeit
- Lokale Mitmacher (vor der Haustür)



Foto: Kernplan

3 EHRENAMT, DORFGEMEINSCHAFT, VEREIN – ALTBEWÄHRTES NEU ENTDECKT

Im ländlichen Raum werden die derzeitigen Strukturen angesichts der knapper werdenden Finanzmittel zukünftig nicht mehr alleine von öffentlicher Seite organisierbar und finanzierbar sein. Ehrenamtliches Engagement, eine starke Dorfgemeinschaft und ein aktives Vereinsleben sind in Zukunft ganz wesentliche Stützen in unserer Gesellschaft. Dies gilt insbesondere bei der alltäglichen Organisation gegenseitiger Hilfs-, Service- und Freizeitangebote. Viele Projekte müssen von den Dorfbewohnern künftig selbst getragen werden und der Erfolg bemisst sich hauptsächlich am Grad der Eigeninitiative.

Generell gilt jedoch „je kleiner die Gemeinde, desto größer das Engagement“. Kommunen mit weniger als 5.000 Einwohnern weisen eine durchschnittliche Engagementquote von 40% auf, während diese bei Städten mit mehr als 20.000 Einwohnern auf 25% bis 32% zurückgeht. Gerade vor dem Hintergrund aktueller Trends ist ein Blick in die Zukunft wichtig. Für 17% der bereits engagierten Bürger ist es denkbar, ihr Engagement auszuweiten. (Engagementatlas 2009)

Gemäß dem schottischen Sprichwort „Geben ist ein guter Bursche, aber er wird bald müde“, dürfen Dank und Anerkennung des Engagements nicht vergessen werden. Dies kann dabei von Anrechnung auf die Rente, über Anrechnung auf Einkommen für Arbeiten, die dem Wohl der Allgemeinheit dienen, bis hin zu sonstigen Ausgleichsmaßnahmen reichen. Motivierende Anreize und Aufmerksamkeiten für aktive Mitarbeit und geleistetes Engagement, wie etwa die Einführung von Helferpässen und die Auszeichnung besonderer Ideen, erhöhen die Bereitschaft, sich zu engagieren, deutlich. Oft sind schon geringe Anreize in Form von kleinen, öffentlichkeitswirksamen Würdigungen und Anerkennungen ein Schlüssel zum Erfolg. Engagement wird dort bestehen, wo sich Geben und Nehmen die Waage halten (Dokumentation Dorf und Verein und eigene Ergänzungen).

PRO UND KONTRA

Zwar könnten die zunehmende Singularisierung, die virtuelle Orientierung von Kontakten und Sozialleben und die damit verbundene Anonymisierung als Hürden für die Aktivierung von ehrenamtlichem Engagement betrachtet werden. Andererseits gehen Sozialexperten davon aus, dass in einer zunehmend komplexen und unüberschaubaren Welt für viele Menschen wieder stärker konkrete Anhaltspunkte, soziale Netze und Aufgaben vor Ort an Bedeutung gewinnen. Als schwierig erweist sich hierbei allerdings die langfristige Bindung der Mitmacher, um Projekte erfolgreich umzusetzen. Vor diesem Hintergrund bedarf es der Anstrengung der Macher, die Initiative der Mitmacher langfristig zu sichern. Aber gerade diese dauerhafte Bindung der Mitmacher ist zum Aufbau tragfähiger, eigenständiger Strukturen im ländlichen Raum erforderlich. Vor dem Hintergrund des demografischen und soziokulturellen Wandels ist solch ein Anker ein enormer Vorteil beim Überleben der Dörfer und der Gestaltung ihrer Zukunft. Zudem liegt das Erfolgsgeheimnis darin, dass traditionelle Strukturen mit neuen Aufgaben betraut werden und Verantwortung gegenüber Generationen übernehmen.

WARUM IST EINE „NEUAUFLAGE“ VON EHRENAMT, DORFGEMEINSCHAFT UND VEREIN IM LÄNDLICHEN RAUM WICHTIG?

Alt bekannte Strukturen, ehrenamtlich Aktive, Dorfgemeinschaft und Vereine bekommen neue Aufgaben. Gerade die Unterstützung derjenigen, „die keine andere Wahl haben“ als in den Dörfern zu bleiben, muss vor dem Hintergrund knapper öffentlicher Kassen von den Mitmachern übernommen werden. Aufgrund der Dauerhaftigkeit der Projekte sind die Strukturen verlässlich und bilden somit eine funktionierende Stütze des ländlichen Raumes trotz der Gefahren, die der demografische und soziokulturelle Wandel mit sich bringen.

Fakten Ehrenamt, Dorfgemeinschaft und Verein – Altbewährtes neu entdeckt

- „traditionelle“ Strukturen übernehmen neue Aufgaben
- Geben und Nehmen
- Aufbau tragfähiger und eigenständiger Strukturen durch dauerhafte Initiativen
- Generationenverantwortung

Best Practice Ehrenamt, Dorfgemeinschaft und Verein – Altbewährtes neu entdeckt

Mitmacher 2D:

- Ehrenamtskarte: www.ehrenamtskarte.de
- TIMESOZIAL: www.timesozial.org
- Zeitbank 55+: www.zeitbank.at
- Freiwilligenagentur Marburg-Biedenkopf e.V.: www.freiwilligenagentur-marburg.de

Mission Generation:

- Wellcome: www.welcome-online.de
- Dorf übernimmt den Generationenvertrag Eichstetten: www.mkk.de
- Mehr Dorf! Mehr-Generationen-Dorf Bietzerberg: www.mehr-generationen-dorf.de
- Familien Patenschaften: www.bund-bin.de
- Bürgergemeinschaft Eichstetten: www.buergergemeinschaft-eichstetten.de

Zukunftsauftrag erfüllt:

- Engelskirchen behält den Anschluss: www.netzwerk-laendlicher-raum.de und www.buergerbus-engelskirchen.de
- „genial regional“: www.genial-regional.de
- Dorfladen „von Bürgern für Bürger“: www.netzwerk-laendlicher-raum.de

MITMACHER 2D

Hinter „Mitmacher 2D“-Projekten stecken zwei Dimensionen des Mitmachens. Die erste Dimension steht für Geben, die Zweite für Nehmen. Garantiert die Voraussetzung für den Erfolg dieser Best Practice-Beispiele.



Bildquelle: www.timesozial.org, Screenshot vom 01.03.2012

Allgemeine Informationen: Auf der einen Seite gibt es die Hilfsbedürftigen, die nicht gerne Hilfe beanspruchen, ohne sich dafür zu revanchieren. Auf der anderen Seite gibt es die Hilfsbereiten, die sich gerne sozial engagieren möchten. TIMESOZIAL hat es sich zur Aufgabe gemacht, ein „Rendezvous“ zwischen beiden zu organisieren. TIMESOZIAL ist eine Zeitbank, bestehend aus den drei Bereichen „Nachbarschaftshilfe, Zeitvorsorge und Wirtschaftsnetz“. Jedes Mitglied hat ein Zeitkonto. Bei der Nachbarschaftshilfe – „Hilfe kann (sich) jeder leisten“ wird für geleistete Hilfe Zeit auf diesem Konto gutgeschrieben. Bei Bedarf wiederum kann das angesparte Guthaben für Hilfe ausgegeben werden. Die Zeitvorsorge – „Jetzt helfen – Zeit sparen“ versteht sich als Altersvorsorge. Heute helfen, ein Zeitguthaben ansparen und morgen davon profitieren. Solange noch Hilfe geleistet werden kann, wird Zeit auf dem Konto gesammelt. Wenn beispielsweise aufgrund körperlicher oder gesundheitlicher Einschränkungen Hilfe und Unterstützung benötigt wird, kann das Zeitguthaben aufgebraucht werden. Beim Wirtschaftsnetz (Regionalwirtschaft) bildet Regionalgeld die Basis. Angespartes Zeitguthaben kann in Regionalgeld

„umgewandelt“ werde, Vereine erhalten regionale Währung als Unterstützung und mit der Lokalwährung kann bei Unternehmen der Region gezahlt werden. So entsteht ein kommunaler Wirtschaftskreislauf. Das Motto bei TIMESOZIAL lautet „Geben und Nehmen“. Im wahrsten Sinne des Wortes ist hier „Zeit also Geld“. Die Schnittmenge zur Übertragbarkeit auf den ländlichen Raum erweist sich als sehr groß. Zum einen besteht die Möglichkeit sich an TIMESOZIAL zu orientieren und ein ähnlich aufgebautes Netzwerk im eigenen Dorf zu schaffen. Zum anderen kann TIMESOZIAL und der entsprechenden Gruppe als Mitglied beigetreten werden. (www.timesozial.org) Ähnlich wie TIMESOZIAL funktioniert auch die Zeitbank 55+. Zeitbank 55+ zielt darauf ab, die Lebensqualität, insbesondere Älterer, durch gegenseitige Unterstützung zu verbessern. (www.zeitbank.at)

Inhalte:

- „Hilfst du mir, helf ich dir“, kein schlechtes Gewissen
- Geben und Nehmen halten sich die Waage
- Hilfe muss nicht immer Geld kosten
- Konzentration auf die eigenen Fähigkeiten und Fertigkeiten, bei Tätigkeiten, die Schwierigkeiten bereiten, wird Hilfe geleistet

Nähere Informationen unter: www.timesozial.org, www.zeitbank.at

EHRENAMTSKARTE



Allgemeine Informationen: „Danke“ sagen. Dies übernimmt die Ehrenamtskarte. Unter dem Motto „Mit nichts zu bezahlen“ wird das unbezahlbare Engagement und viele Stunden

den Freiwilligenarbeit mit dieser Karte gewürdigt. Partner des Ehrenamtes, wie beispielsweise Vereine oder Händler, belohnen die engagierten Bürgerinnen und Bürger mit Ermäßigungen, Geschenken, VIP-Vorteilen oder aber auch „unbezahlbaren“ Gelegenheiten wie Sonderführungen bei Sehenswürdigkeiten. (www.ehrenamtskarte.de)

Inhalte:

- Partner des Ehrenamtes gewähren Bonusangebote
- Beitrag zum Gemeinwohl wird gewürdigt
- Voraussetzung z.B.: 500 Stunden Ehrenamt in den vergangenen zwei Jahren geleistet, ohne Honorar, Mindestalter 16 Jahre

Nähere Informationen unter: www.ehrenamtskarte.de

FREIWILLIGENAGENTUR MARBURG-BIEDENKOPF E.V.

Allgemeine Informationen: Die Freiwilligenagentur Marburg-Biedenkopf hat sich das Motto „gemeinsam AKTIV“ auf die Fahnen geschrieben. Neben der Förderung des Engagements durch einen Stellenmarkt und Engagement-Lotsen wird die Freiwilligenagentur beispielsweise auch mit eigenen Projekten aktiv. Mit gutem Beispiel schreitet das Projekt „Jung hilft Alt“ voran. Jeder Schüler nimmt einen Senior an seine Seite und macht ihn mit der Welt des Computers vertraut. Ein Zertifikat als Zeugnis besonderer Sozialkompetenz rundet das Projekt ab. (www.freiwilligenagentur-marburg.de)

Inhalte:

- Gemeinnütziger Verein zur Förderung und Stärkung der Freiwilligenarbeit in der Stadt Marburg
- Aufgabe: Entwicklung von Strukturen und Rahmenbedingungen für Freiwilligenengagement

Nähere Informationen unter: www.freiwilligenagentur-marburg.de

MISSION GENERATION

Die nachfolgenden Projekte zeichnen sich durch ein ausgeprägtes Generationenbewusstsein aus. Sowohl „alte Hasen“ als auch „junge Hüpfen“ stehen in der Verantwortung.

MEHR DORF! MEHR-GENERATIONEN-DORF BIETZERBERG



Bildquelle: www.mehr-generationen-dorf.de, Screenshot vom 01.03.2012

Allgemeine Informationen: Das Leuchtturmprojekt, gefördert und wissenschaftlich betreut durch das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend sowie durch das Regionalmanagement "SaarPrimsBogen", ist in den Verein „Bietzerberg – miteinander-füreinander e.V.“ eingebettet. Das Mehr-Generationen-Dorf Bietzerberg lebt durch generationenübergreifenden Freiwilligendienst: Von allen Generationen, für alle Generationen. Diese neue Form der Nachbarschaftshilfe schafft ein ganzes Netz von Angeboten, basierend auf ehrenamtlichem Engagement von und für die Dorfgemeinschaft Bietzerberg und ist zugleich Motivation für immer mehr Mitmacher. Dieses Netzwerk, unterstützt von Projektpartnern, wie der katholischen Jugend, des DRK, VDK und zahlreicher Vereine, ist Startpunkt für Mehr(generationen)dorf. Das „Alte Pfarrhaus“ dient künftig der Koordination und Beratung, übernimmt gleichzeitig auch den Aufbau neuer Angebote, stets orientiert an dem Bedarf der Bürgerinnen und Bürger Bietzens. Die zu investierende Zeit ist dabei flexibel, zwischen 8 und 20 Stunden über einen Mindestzeitraum von einem halben Jahr. Der Einsatzort ebenso: Von Hausaufgabenbetreuung, über Reisebegleitung älterer Menschen bis hin zu Gästen- und Gärtenführung zur

Stärkung des Tourismus, die Tätigkeiten sind unbegrenzt. Ein Team der Freiwilligenakademie Bietzerberg unterstützt und begleitet die Mitmacher. Zudem gehören Informationsarbeit und Weiterbildungen zum Aufgabenspektrum der Freiwilligenakademie. Aber auch spontane, einmalige Aktionen wie „2010 Freunde“ erfüllen die „Mission Generation“. Das Ziel der Initiative ist, wie der Name schon sagt, 2010 Freunde zu finden, die mit einer Spende von je einem Euro Projekte unterstützen, die der Kinderarmut den Kampf angesagt haben. (www.mehr-generationen-dorf.de) Das Mehr-Generationen-Dorf ist ein Vorzeigeprojekt, wenn es um den Aufbau von Mitmacher-Strukturen und Generationenverantwortung im ländlichen Raum geht. Bietzen beweist, dass eine ausgeprägte Freiwilligenkultur ein Dorf lebens- und liebenswerter machen kann. Das Mehrgenerationendorf lädt zum Nachmachen ein.

Inhalte:

- Motto „**Mehrgenerationendorf**“
- Generationenübergreifender Freiwilligendienst: Von und für alle Generationen
- Gründung des Vereins „Bietzerberg – miteinander - für-einander e.V.“
- Freiwilligenakademie: Information, Qualifizierungsangebote und Begleitung von Mitmachern

Nähere Informationen unter: www.mehr-generationen-dorf.de

WELCOME



Bildquelle: www.mmev.de, Screenshot vom 01.03.2012

Allgemeine Informationen: „Man braucht ein ganzes Dorf, um ein Kind großzuziehen“, so ein afrikanisches Sprich-

wort. Dahinter verbirgt sich die Idee von Wellcome. Entlastung der Familien nach der Geburt des Babys ist die Zauberformel. Babysitting, Begleitung zum Kinderarzt, Spielenachmittag mit Bruder oder Schwester. Kleine Tätigkeiten, die die frischgebakenen Eltern ungemein entlasten. Die intensive und kurzzeitige Bindung erlaubt den Ehrenamtlichen flexibel ihre Zeit einzuteilen. (www.welcome-online.de)

Inhalte:

- Bundesweite Initiative „wellcome“ nach dem social-franchising-Prinzip
- Unterstützung der Eltern der Neugeborenen durch Ehrenamtliche

Nähere Informationen unter: www.welcome-online.de

DORF ÜBERNIMMT DEN GENERATIONENVERTRAG EICHSTETTEN



Foto: Kernplan

Allgemeine Informationen: Eichstetten, eine Gemeinde am Kaiserstuhl, übernimmt den Generationenvertrag. Hier gilt: „Wie menschlich eine Gesellschaft ist, zeigt sich besonders deutlich an ihrem Umgang mit hilfsbedürftigen Menschen.“ Ihr

Ziel, neue Wege bei der Unterstützung und Betreuung alter und hilfsbedürftiger Menschen in der gewohnten Umgebung zu gehen, hat die Gemeinde mit Projekten wie Betreutem Wohnen für die Bürger und Bürgerinnen Eichstettens, einem Bürgerbüro für soziale Anliegen und einer Pflegewohngruppe umgesetzt. (www.mkk.de)

Inhalte:

- Zentrum für soziale Hilfe und Begegnung
- Gründung Bürgergemeinschaft Eichstetten e.V.: Übernahme sozialer Aufgaben im Dorf

Nähere Informationen unter: www.mkk.de und www.buergergemeinschaft-eichstetten.de

ZUKUNFTSAUFTRAG ERFÜLLT

Der demografische Wandel wird auch vor Nahversorgung und Mobilität nicht

haltmachen. Insbesondere die Angebotsqualität des ländlichen Raumes wird sich verschlechtern. Bei folgenden Projekten wurde allerdings rechtzeitig die Initiative

ergriffen, damit die Lebensqualität auch zukünftig hält, was sie verspricht.

ENGELSKIRCHEN BEHÄLT DEN ANSCHLUSS

Bildquelle: www.bürgerbus-engelskirchen.de, Screenshot vom 01.03.2012

Allgemeine Informationen: Das Angebot des öffentlichen Personennahverkehrs in Engelskirchen ist lückenhaft. Zu bestimmten Tageszeiten sitzen die weniger mobilen Bewohner Engelskirchens, insbesondere Kinder, Jugendliche und ältere Menschen in der Gemeinde fest. Der eigens dafür gegründete Bürgerbusverein nimmt sich dieser Aufgabe an, organisiert und betreibt den Busverkehr, sodass keine Wünsche offenbleiben. Die Kosten des Fahrbetriebs werden durch die Einnahmen gedeckt. Angegliedert an die Oberbergische Verkehrsgesellschaft AG werden die Anforderungen des Personenbeförderungsgesetzes, insbesondere konzessionsrechtliche Bestimmungen, erfüllt und der Bürgerbusverein erhält fachkundige Unterstützung.

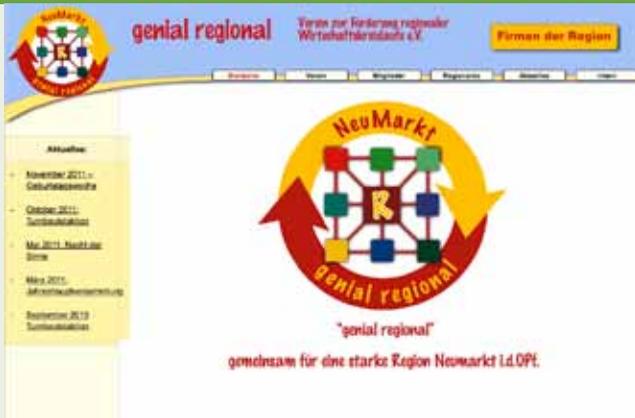
(LandInForm, Bürgergesellschaft und ehrenamtliches Engagement im ländlichen Raum)

Inhalte:

- Zusammenschluss engagierter Engelskircher Bürgerinnen und Bürger zum Bürgerbusverein
- Professionelle Unterstützung durch Oberbergische Verkehrsgesellschaft AG
- Außerhalb jeglicher Konkurrenz, schließt Lücken im Nahverkehrsangebot

Nähere Informationen unter: Deutsche Vernetzungsstelle für ländliche Räume (Hrsg.): LandInForm, Bürgergesellschaft und ehrenamtliches Engagement im ländlichen Raum, verfügbar unter www.wir-verbunden.de, www.netzwerk-laendlicher-raum.de und www.bürgerbus-engelskirchen.de

„GENIAL REGIONAL“



Bildquelle: www.genial-regional.de, Screenshot vom 01.03.2012

Allgemeine Informationen: Hinter dem Slogan „genial regional“ verbirgt sich der „Verein zur Förderung regionaler Wirtschaftskreisläufe e.V.“ mit dem Ziel die Wirtschaftskraft, Arbeitsplätze und Lehrstellen in der Region zu halten und zu

schaffen. Im Fokus steht hier das Angebot „vor Ort“. Eine regionale Partnerschaft zwischen Kommunen, Unternehmen und Verbrauchern soll die Initiative der Zielerreichung ein Stück näher bringen. (www.genial-regional.de)

Inhalte:

- Stärkung der regionalen Wertschöpfung und Unterstützung des Arbeitsmarktes „vor der Haustür“
- Initiative als Verein betrieben
- Wirtschaftsstarke Region kann Investitionen tätigen

Nähere Informationen unter: www.genial-regional.de

DORFLADEN „VON BÜRGERN FÜR BÜRGER“



Allgemeine Informationen: Gerade der ländliche Raum muss mit einer Verschlechterung des Nahversorgungsangebotes und infolgedessen der Lebensqualität kämpfen. Unter dem Motto „Eigeninitiative statt Unterversorgung“ hat das niedersächsische Dorf Otersen mit der Gründung des Dorfladens „von Bürgern für Bürger“ der Verschlechterung des Nahversorgungsangebotes den Kampf angesagt. Die Schließung des letzten Lebensmittelmarktes war für die Otersener Bürger Ansporn, eine Bürgergesellschaft zu gründen, um den Laden zu übernehmen. Über Anteilsscheine, von interessierten Bürgerinnen und Bürgern zu beliebigen Anteilen zu erwerben, und Fördermitteln konnte die Idee in die Realität umgesetzt werden. Die Eröffnung wurde mit einem Volksfest und einer non-stop-Öffnungszeit von 50 Stunden gefeiert. Nach Startschwierigkeiten lautet die

Devise „Auskömmlichkeit statt Gewinnmaximierung“. Die Idee, eine Bürgergesellschaft zu gründen, welche den Lebensmittel-einzelhandel mit zusätzlichen Dienstleistungen und Agenturen unter einem Dach betreibt, wurde zum Vorzeigeprojekt. (LandInForm, Bürgergesellschaft und ehrenamtliches Engagement im ländlichen Raum und www.dorfladen-netzwerk.de)

Inhalte:

- Erfolgreiches Konzept mit Prämierung im Rahmen der Bundesaktion „Bürger initiieren Nachhaltigkeit“, Bundesieger „Unser Dorf hat Zukunft“ 2007
- Lebensmittelmarkt und zugleich Mittelpunkt des Dorflebens
- Bürger als Gesellschaft sorgen für die Aufrechterhaltung der Nahversorgung im ländlichen Raum

Nähere Informationen unter: Deutsche Vernetzungsstelle für ländliche Räume (Hrsg.): LandInForm, Bürgergesellschaft und ehrenamtliches Engagement im ländlichen Raum, verfügbar unter www.wwww.netzwerk-laendlicher-raum.de www.dorfladen-netzwerk.de www.bund-bin.de

UND WIE KANN MAN DAS ALLES FÜR DEN LÄNDLICHEN RAUM NUTZEN? – DAS ERFOLGSREZEPT

Die vorgestellten Projekte sollen zum Nachahmen animieren. Teilweise sind die Projekte sehr komplex und nur bedingt übertragbar. Sie liefern jedoch ausnahmslos eine gute Vorlage und leisten ihren Beitrag zur Motivation, Altbewährtes neu zu entdecken.

WIE FUNKTIONIERTS? ODER FÜNF SCHRITTE VOM ERFOLG ENTFERNT!

Schritt 1: Organisationsrahmen definieren, **Einsatzbereiche** ermitteln und Tätigkeitsfelder genau beschreiben

Schritt 2: Attraktive Rahmenbedingungen schaffen, Vorteile herausstellen (Ansprechpartner, Qualifizierungsangebote,...)

Schritt 3: Festlegen, ob und wie das Ehrenamt gewürdigt wird (als Motivation)

Schritt 4: **zielgruppenorientierte Ansprache, um Mitmacher zu gewinnen**

Schritt 5: Evaluation und Feedback

Was muss dabei beachtet werden?

- Organisationsrahmen erforderlich
- Anforderungen der Engagierten gleichrangig neben eigene Interessen stellen
- Engagementfelder möglichst genau definieren
- Aufbau langfristiger Strukturen
- Sicherung der Finanzierung und Akquisition von Fördermitteln
- Partner erforderlich (professionelle Begleitung)
- Geeignete Trägerstrukturen entwickeln (Verein, Gesellschaft,...)
- Zielgruppenorientierte Ansprache und Werbemaßnahmen

Für welche Projekte geeignet?

- Dauerhafte, langfristige Projekte
- Projekte, die auf einen festen Organisationsrahmen angewiesen sind
- Projekte, die erst durch Freiwillige zum Leben erweckt werden können

ZUM GUTEN SCHLUSS: VOM DORF AN SICH ZUM DORF FÜR SICH – EIN DUTZEND MERKSÄTZE FÜR MACHER UND MITMACHER

Foto: Kernplan



Dorfentwicklung heißt:

Ein Dorf in Wert zu setzen. Aus dem Dorf an sich soll ein Dorf für sich werden!

Foto: Kernplan



Zuerst und vor allem über die eigenen Stärken nachdenken! Einen Prozess der Bewusstwerdung anstoßen und Zeit dafür geben! Einsichten gewinnen über eigene Möglichkeiten!

Foto: Ministerium für Umwelt



Das Machen am besten zusammen machen:

Eine Arbeitsgemeinschaft der örtlichen Vereine ins Leben rufen! Kooperation pflegen, statt Konkurrenz herrschen zu lassen!

Foto: ©Daniel Ernst - Fotolia



Nicht immer die gleichen zum Mitmachen bitten:

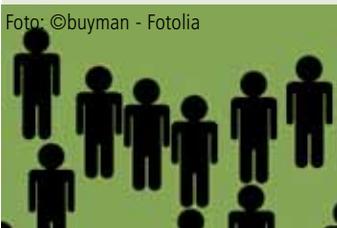
Neue Mitmacher ansprechen! Positiv denken: Es gibt weit mehr Mitmacher, als man denkt!

Foto: Ministerium für Umwelt



Nicht zur Beteiligung auffordern, sondern Möglichkeiten dazu schaffen!

Foto: ©buyman - Fotolia



Lasten auf viele Mitmacher verteilen:

Viele um wenig bitten, statt wenige um viel!

**Attraktive Treffpunkte schaffen. Menschen dazu verleiten, sich in der Öffentlichkeit zu zeigen und Gelegenheiten zur Begegnung schaffen.
Belohnungen schaffen für Bewegung im Dorf!
„Miles and More“ auf dem Lande!**



**Veranstaltungen fördern, die zum Mitmachen einladen!
Theater machen, das zum Mitmachen einlädt!**



**Sich umsehen, wie andere es machen!
Einmal gesehen ist mehr als tausend Mal gehört!**



Ein Leitbild für den eigenen Ort entwickeln. Man muss mitunter gemeinsam handeln, um gemeinsame Perspektiven zu gewinnen!



Die eigene Kultur, also die Gemeinsamkeit im Handeln, Denken und Fühlen, an die nächste Generation weitergeben wollen.



**Und daran denken:
Den Erfolg immer wieder mit allen teilen!**



DIE AUTOREN



DIPL.-ING. HUGO KERN

Raum- und Umweltplaner, verheiratet, ein Sohn, Geschäftsführender Gesellschafter der Kernplan GmbH, Illingen (www.kernplan.de)

Geboren in Mömbris (Bayern) und seit 1982 im Saarland lebend. Nach dem Studium der Raum- und Umweltplanung in Kaiserslautern Tätigkeiten in privaten Büros sowie seit 1993 selbstständig tätig.

Bisher ca. 1500 realisierte Projekte in den Bereichen räumliche Planung, Demografie und die Folgen für die Kommunen, Leerstandsmanagement und Bauleitplanung bedeuten einen großen Erfahrungsschatz.

Ein wesentlicher Schwerpunkt der aktuellen Tätigkeit ist die Beschäftigung mit regionalen und kommunalen Zukunftsfragen, gerade vor dem Hintergrund der vielfältigen Probleme ländlicher Räume. In diesem Kontext wurden auch MeLanIE-Modellprojekte sowie Modellprojekte für Bund und Land zu unterschiedlichsten Themenbereichen durchgeführt.



DR. ARMIN KUPHAL

Geboren 1946, stammt aus Wemetsweiler und lebt seit seinem Studium in Saarbrücken. Er ist Dozent für Soziologie an der Universität des Saarlandes mit den Schwerpunkten Organisationssoziologie, Gruppendynamik und Stadtanalyse.

Darüber hinaus arbeitet er in der praktischen Gemeinwesenarbeit auf dem Saarbrücker Wackenberg und ist außerdem Geschäftsführer der Paritätischen Gesellschaft für Gemeinwesenarbeit mbH (PGG) in Alt-Saarbrücken.

Als ehrenamtlicher Vorsitzender des Paritätischen Bildungswerkes Rheinland-Pfalz/Saarland beschäftigt er sich unter anderem mit Projekten der außerschulischen Bildung, der Geschlechtergerechtigkeit und der Vernetzung der Gemeinwesenarbeit im Saarland und in Rheinland-Pfalz (www.quarternet.de).

DIE AGENTUR

WAS MACHT DIE AGENTUR?

Unter dem Motto „Wir machen Luscht aufs Dorf!“ bietet die Agentur ländlicher Raum ihre **Unterstützung für die Einwohner und Kommunalverwaltungen** im ländlichen Raum an.

Zur Aktivierung der Einwohner moderiert die Agentur ländlicher Raum Veranstaltungen zu Themen rund um das Dorf und seine **Zukunftsperspektiven**. Neben derartigen Einführungsveranstaltungen werden **Dorfbegehungen** durchgeführt, die der Ermittlung der spezifischen Stärken und Schwächen innerhalb des Ortes dienen.

Wir führen gerne mit Ihnen vor Ort **Dorfgespräche** durch und betreuen mit Ihnen Arbeitsgruppen.

Sie können uns buchen! Für einen Nachmittag oder Vormittag, an dem wir dann mit Ihnen durch Ihr Dorf gehen, Sie uns Ihre Stärken und Schwächen zeigen, und wir Ihnen helfen können, die Stärken zu stärken und die Schwächen zu mildern!

Darüber hinaus bietet die Agentur ihre Kompetenz und Mitarbeit bei Konzeption, Organisation und Betreuung von **Fortbildung und Seminaren** zur Dorfentwicklung und dem Leben im ländlichen Raum für den jeweiligen Teilnehmerkreis an.

Ein Schwerpunkt der Aufgaben ist die Erstellung von Handlungskonzepten für die ausgewählten **Schwerpunktdörfer**. Diese Konzepte werden unter intensiver **Bürgerbeteiligung** sowie Einbindung der Öffentlichkeit erstellt und berücksichtigen dadurch in hohem Maße die Belange und Anregungen der Bewohner. Die praktische Umsetzbarkeit von Handlungskonzepten, sowie die Beratung bei rechtlichen und finanziellen Fragen kann

in Zusammenarbeit mit den zuständigen Stellen vorgenommen werden. Dazu gehört seitens der Agentur ländlicher Raum an erster Stelle die Beratung der Kommunalverwaltung, um im Vorfeld von Maßnahmen **optimale Fördermöglichkeiten** aufzuzeigen.

Die Koordination von verschiedenen Förderanträgen und Maßnahmen sowie die Unterstützung bei deren Umsetzung gehören ebenfalls zum Aufgabenbereich der Agentur ländlicher Raum.

KONTAKT:

Ministerium für Umwelt und Verbraucherschutz

Keplerstr.18 · 66117 Saarbrücken

Referat F/3 – Agentur ländlicher Raum

Am Tummelplatz 7 · 66117 Saarbrücken

☎ 06 81 - 5 01 43 38 · Fax 06 81 - 5 01 26 11

Wir machen Luscht aufs Dorf!

Agentur ländlicher Raum



Ihre Partner in der Dorfentwicklung

- Otmar Weber, Tel.: 06 81 - 5 01 43 38 oder 01 72 / 6 520 462
- Katja Keller, Tel.: 06 81 / 5 01 43 32
- Email: alr@umwelt.saarland.de

Saarland

Ministerium für Umwelt
und Verbraucherschutz

Keplerstr.18 · 66117 Saarbrücken
www.saarland.de