

# LandInForm

2/2011

Auszug

Herausgeber:

Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume  
dvs@ble.de  
[www.land-inform.de](http://www.land-inform.de)

# Mit Vielfalt gut aufgestellt

Von Bettina Rocha

**Peter und Martin Acker bewirtschaften mit ihren Familien im rheinhessischen Bodenheim einen konventionellen Gemischtbetrieb, der auf Vielfalt und Direktvermarktung setzt. Transparenz und Vertrauen sind dabei zwei Prinzipien, die ihren Erfolg bei den Kunden ausmachen.**

„In Rheinhessen baut man Rüben und Reben an“, sagte einst ein landwirtschaftlicher Berater zu Peter Acker, „Alles andere hat keinen Sinn.“ Doch für den 40-jährigen Peter Acker und seinen zwölf Jahre jüngeren Bruder Martin war immer klar, dass sie ihren vom Vater geerbten Gemischtbetrieb aufrecht erhalten und weiterentwickeln wollen. Sie ließen sich von der Diagnose des Beraters nicht beeindrucken und setzten seit 2006 auf die Ausdehnung der Schweine- und Rindfleischproduktion mit eigener Hofmetzgerei und Hofladen. Parallel dazu bewirtschaften sie rund 130 Hektar Ackerland sowie sechs Hektar Rebland mit den Rebsorten Riesling, Silvaner, Müller-Thurgau, Scheurebe und Kerner sowie Dornfelder, Spätburgunder und Portugieser.

## **Überwiegend betriebs-eigenes Futter**

Die im Jahresdurchschnitt etwa 230 Schweine und zwölf bis 13 Mastbullen werden als Ferkel und Kälber zugekauft und fast ausschließlich mit betriebseigenem Futter gefüttert. Grundlage der Futtermischung sind Mais- und Grassilage sowie Getreide. Zugekauft werden nur 20 Prozent, etwa Mineralfutter und Sojashrot. „Die Schweine sind ganz wild auf die Grassilage“, sagt Peter Acker, der gerne abends nach dem Füttern eine Weile bei den Tieren steht und sie beobachtet. Das Schlachalter der Tiere ist durch die grundfutterreiche, langsame Mast etwas höher als im Durchschnitt. Die Bullen werden im Alter von 24 bis 26 Monaten geschlachtet, die Schweine mit acht bis zehn Monaten.

Schweine werden wöchentlich geschlachtet, ein Rind etwa alle vier Wochen. Sie

finden ihr Ende im Schlachthaus, gute 50 Meter vom Stall entfernt. Ein denkbar kurzer Weg ohne stunden- oder tagelangen Transport quer durch Deutschland oder die EU.

## **Schweinebomfort pur**

Die Schweine auf dem Betrieb der Familie Acker haben es gut: Anders als die meisten ihrer Artgenossen stehen sie auf Stroh in einem Außenklimastall. Peter Acker ist von dieser tiergerechten Haltung überzeugt, auch wenn sie mit deutlich mehr Handarbeit beim Misten verbunden ist. Schon sein Vater und Großvater hielten Schweine auf Stroh, und auch beim Bau des neuen Außenklimastalls vor ein paar Jahren ist es dabei geblieben. Die Tiere werden in Gruppen gehalten, die je nach Gewicht aufgeteilt sind. In der sogenannten dänischen Aufstallung, zu der auch eine abgedunkelte Ruhebox gehört, sind die Tiere deutlich ruhiger als auf Spaltenboden und verhalten sich

weitaus sozialer. Das zeigt sich zum Beispiel darin, dass auch Tiere mit nicht kupierten Schwänzen von ihren Artgenossen viel seltener gebissen werden.

## **Direktvermarktung aus Prinzip**

Peter Ackers jüngerer Bruder Martin ist gelernter Metzger und sorgt für das reichhaltige Frischfleisch-, Wurst- und Fleischkonservenangebot im zweimal wöchentlich geöffneten Hofladen. Die Preise für die Fleischwaren entsprechen denen in anderen Fleischfachgeschäften. Das Angebot wird durch Eier von freilaufenden Hühnern ergänzt, hinzu kommen Wein, Dinkel und eingelegte Gurken aus eigenem Anbau. Auch Produkte von befreundeten Betrieben, wie Kartoffeln und Obst und – als besondere Gaumenfreude – Speiseeis aus der Herstellung eines Milchviehbetriebes in direkter Nachbarschaft, runden das Angebot ab.



Bild: Bettina Rocha

Bild: Bettina Rocha

Peter Acker (Foto), sein Bruder Martin Acker und ihre Familien bewirtschaften den von den Eltern geerbten Gemischtbetrieb in Rheinhessen.



Bild: Bettina Rocha

Rund 70 Prozent seiner Produkte setzt der Betrieb über den Hofladen ab. Wichtig ist auch die Vermarktung über ortsansässige Straußwirtschaften sowie über die Martinstube in Mainz, einem Restaurant und Cateringbetrieb. Der Versand von Fleisch und Wurstwaren macht dagegen nur etwa zwei Prozent aus.

**Nicht alles ist planbar**

Für einen Direktvermarkter ist die Planung nicht einfach. Das Angebot soll reichhaltig sein, aber es soll auch möglichst nichts übrig bleiben. Schlachtreife Schweine, die er selbst nicht vermarkten kann, muss der Betrieb an den Schlachthof abgeben. An diesen Schweinen verdienen Peter und Martin Acker nichts: Denn der Preis, den sie hier erzielen, deckt nicht die Kosten für die tiergerechte Haltung. Doch die Brüder nehmen ein gelegentliches Überangebot in Kauf, keinesfalls möchten sie zu wenig Fleisch aus eigener Haltung anbieten. „Es kommt nicht in Frage, Schlachtvieh zuzukaufen. Die Kunden vertrauen darauf, dass das Fleisch von den Tieren aus unserem Stall stammt. Dieses Vertrauen werden wir nicht enttäuschen.“ Am liebsten ist es Martin Acker, wenn Kun-

den vorbestellen, damit er planen kann, wie viele Schweine er zum Wochenende schlachten muss. Dennoch passiert es, dass die Bratwürste ausgehen. „Doch die Kunden akzeptieren das, wenn es nicht ständig vorkommt. Sie verstehen es und sind so flexibel, auf Schnitzel oder etwas anderes auszuweichen.“

**Nah am Kunden**

Offenheit und Vertrauen schreiben die Brüder Acker groß. Der Betrieb ist kein Biobetrieb. „Die Pflanzenschutzspritze verstecke ich nicht hinten in der Halle. Ackerkulturen und Reben werden bei uns gespritzt. Spätestens, wenn ich damit aufs Feld fahre, sehen mich meine Kunden. Ich erkläre lieber, was Pflanzenschutz bedeutet, wieso ich mehrmals zum Spritzen fahre, was Schadschwellen und dergleichen sind.“ Die Kunden des Betriebes können sich, wenn sie mögen, auch die Tierhaltung anschauen. Meist sind es Eltern mit ihren Kindern oder Schulklassen, die kommen und sehen wollen, woher das Fleisch auf ihrem Teller kommt. Wer den Stall betritt, ist erstaunt über die gute Luft, die hier herrscht. Stetig zirkulierende Frischluft und das Stroh sorgen für ein ausgezeichnetes

Stallklima. Atemwegserkrankungen haben Ackers Schweine höchst selten.

**Miteinander und füreinander**

Peter und Martin Acker sind zufrieden mit ihrem Betrieb. Das Konzept, vor den Toren von Mainz eine Direktvermarktung mit Frischfleisch aufzuziehen und als Gemischtbetrieb weiter zu arbeiten, ist aufgegangen. Peter Acker hat schon von manchem Kunden aus der Stadt gehört, in was für einer schönen Welt er doch lebe. „Das stimmt. Ich mache das, was ich mache, gern. Ich habe meine Familie um mich und so schaffe ich es, im Jahrsschnitt auch 80 Stunden pro Woche zu arbeiten – das können sich viele nicht vorstellen.“ Der Hof der Ackers ist ein Familienbetrieb im besten Sinne: Er bietet den beiden Brüdern und ihren Familien mit insgesamt sechs Kindern ein Auskommen. Und auch die Eltern und Schwiegereltern von Peter Acker arbeiten mit. Es ist ein Leben miteinander und füreinander. Damit es rund läuft, müssen aber alle an einem Strang ziehen. So mussten sich auch die zwei Brüder zu Beginn erst einmal zusammenschließen.

**Vielseitig wachsen**

Das unternehmerische Konzept von Peter und Martin Acker setzt ganz darauf, möglichst viele Glieder der Wertschöpfungskette zu nutzen. Der Hof soll als Gemischtbetrieb weiterentwickelt werden, in dem alle Betriebszweige gleichziehen. Und so denken die Brüder nicht nur an eine mögliche Ausdehnung der Tierhaltung, sondern auch daran, mehr Rebland zuzukaufen. Weinbergflächen sind im Vergleich zum Ackerland im stadtnahen, dichtbesiedelten Gebiet preiswerter. Die Weinproduktion könnte später einmal zu einem eigenständigen Betrieb mit einem ausreichend großen Auskommen für einen Erben werden. Den Hof an zwei Söhne weiterzugeben, hat nämlich bei den Ackers Tradition. Im Großen und Ganzen schauen die Brüder also zuversichtlich in die Zukunft. Auch mit den agrarpolitischen Rahmenbedingungen komme er zurecht, so Peter Acker. Einzig die ausufernde Verwaltungsarbeit und die Dokumentationspflicht ist ihm ein Graus. „Kontrolle ist wichtig, das bekommt man ja immer wieder durch die verschiedensten Skandale vor Augen geführt. Aber wie und was kontrolliert wird, das ist für mich George Orwell pur.“



Bild: Bettina Rocha

**Mehr Informationen:**  
 Hofgut Acker, Sankt Wendelinshof  
 Telefon: 0 61 35 / 26 69  
 E-Mail: info@hofgut-acker.de  
 www.hofgut-acker.de

# Region mit **Zukunft:** der **Werra-Meißner-Kreis**

Von **Sabine Wilke**

**Die Menschen des nordhessischen Werra-Meißner-Kreises wollen gemeinsam den demografischen Wandel in der Region aktiv gestalten. Im Rahmen des Modellvorhabens „Region schafft Zukunft“ erarbeiteten sie hierfür einen Masterplan und setzten parallel dazu 25 Projekte um.**

Im April 2009 war es soweit: Die Jury des Modellvorhabens „Demografischer Wandel – Region schafft Zukunft – alte Länder“ wählte den Werra-Meißner-Kreis als eine von vier Modellregionen aus ([www.region-schafft-zukunft.de](http://www.region-schafft-zukunft.de)). In diesem Vorhaben des Bundesministeriums für Verkehr, Bau- und Stadtentwicklung und des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung galt es zu zeigen, wie sich eine Region den Herausforderungen des demografischen Wandels stellen kann und welche Strategien dabei zum Erfolg führen. Dabei erarbeiteten die Regionen Anpassungsstrategien und Handlungsempfehlungen in verschiedenen Themenbereichen (Masterplan „Daseinsvorsorge“). Zum anderen setzten die Akteure beispielhafte Projekte im Bundesprogramm Experimenteller Wohnungs- und Städtebau (Schwerpunkt „Innovationen für familien- und altengerechte

Stadtquartiere“) sowie als Modellvorhaben der Raumordnung (Schwerpunkt „Wachstum und Innovation“) um. Den Demografieprozess im Werra-Meißner-Kreis haben der Verein für Regionalentwicklung Werra-Meißner e.V. ([www.vfr-werra-meissner.de](http://www.vfr-werra-meissner.de)) und die Kreisverwaltung gemeinsam getragen und vorangetrieben.

## **Wo soll es hingehen?**

Im Juli 2009 begann der eineinhalbjährige Prozess zur Erarbeitung des Masterplans „Daseinsvorsorge“ mit einer Auftaktveranstaltung. Hier riefen der Verein für Regionalentwicklung und die Kreisverwaltung zur Beteiligung auf und sprachen Schlüsselakteure direkt an. Es gründeten sich drei Arbeitsgruppen: „Soziale Infrastruktur“, „Kultur und Bildung“ sowie „Siedlungsentwicklung, Energie und Erreichbarkeit“. In

denen bearbeiteten die regionalen Akteure mit großem Engagement Themenfelder wie Kindertagesbetreuung, Gesundheitsversorgung, Hausärztemangel, ambulante und stationäre Pflege, Nahversorgungseinrichtungen, Begegnungsstätten, Schule, Stärkung der Ortskerne, neue Nutzung der Leerstände und Mobilität. Dabei entwickelten sie für alle Themen Handlungsempfehlungen und übergaben diese an die jeweilig Zuständigen. Insgesamt arbeiteten in den eineinhalb Jahren mehr als 70 Expertinnen und Experten aus Vereinen, Verbänden, Verwaltung, Kirchen etc. sowie interessierte Bürgerinnen und Bürger in jeweils acht Treffen an diesen Handlungsempfehlungen. Darüber hinaus gab es drei große öffentliche Veranstaltungen mit je 200 bis 400 Teilnehmern, in denen Zwischenergebnisse vorgestellt und breit diskutiert wurden.

Die Arbeitsgruppen wurden durch ein externes Fachbüro für Datenanalyse und -aufbereitung (Dr. Gutsche, Martin Albrecht, GGR Hamburg), eine externe Moderation (Dr. Glatthaar, proloco, Bremen), die Forschungsassistenz der Hochschule Neubrandenburg (Johann Kaether, Prof. Dr. Dehne), sowie zu Beginn durch eine studentische Arbeitsgruppe der Universität Kassel (Prof. Dr. Hahne) unterstützt. Die Akteure bewerteten diese Unterstützung sowohl organisatorisch wie inhaltlich sehr positiv.

## **Breit aufgestellte Lenkungsgruppe**

Die Organisations- und Entscheidungsstrukturen für die Umsetzung des Modellvorhabens bauen auf den vorhandenen Strukturen der Region auf und werden auch wieder in diese zurückgeführt. Das zentrale Gremium für die Erarbeitung des Masterplans sowie für die Entscheidung, welche Projekte umgesetzt werden sollen, ist die Lenkungsgruppe. Diese besteht aus den Leiterinnen oder Leitern der verschiedenen Fachbereiche der Kreisverwaltung, dem Stab Demografie der Kreisverwaltung sowie der Lokalen Aktionsgruppe des Vereins für Regionalentwicklung Werra-Meißner e.V. mit den





Im Projekt „marktwert .... Leben im Ringgau!“ haben der Aufwind – Verein für seelische Gesundheit e.V. und die Menschen vor Ort in den Gemeinden Datterode und Gertenbach integrierte dörfliche Versorgungszentren eröffnet.

Wirtschafts- und Sozialpartnern. Den Vorsitz hat der Landrat, Stellvertreterin ist die Vorsitzende der Lokalen Aktionsgruppe. So ist auf der operativen Ebene die Doppelverantwortung fest in den Erarbeitungsprozess des Masterplans „Daseinsvorsorge“ integriert. Die Lokale Aktionsgruppe ist dabei die Schnittstelle für die Einbindung der Akteure in den Prozess. Insgesamt kann die Entwicklung und Umsetzung des Masterplans sowie der Projekte nur gelingen, wenn dies von allen politischen Parteien, Vertretern von Vereinen, Verbänden, regionalen Schlüsselakteuren sowie den Bürgerinnen und Bürgern mitgetragen wird.

### **Projekte zur Begegnung ...**

Parallel setzten die Akteure vor Ort insgesamt 25 Projekte in der Region um. So fanden durch den Wettbewerb „Nah dabei“ sechs Projekte Unterstützung, die mit ganz viel ehrenamtlichem Engagement Maßnahmen im Bereich Nahversorgung oder Begegnungsräume für alle Generationen in ihren Orten erfolgreich ergriffen. Ausgezeichnet wurde etwa der Verein „Freunde des Capitols“ in Witzenhausen, der das Programm kino zu einer multifunktionalen Kultur- und Kommunikationsstätte für alle Generationen ausbaut.

### **... und Nahversorgung**

Beispielhaft sei auch das Projekt „marktwert .... Leben im Ringgau!“ genannt. Hier entwickelte Aufwind – Verein für seelische Gesundheit e.V. ([www.aufwind-wmk.de](http://www.aufwind-wmk.de))

gemeinsam mit den Menschen der Gemeinden Datterode und Gertenbach integrierte dörfliche Versorgungszentren. In Datterode entstand aus einem ehemaligen Autohaus ein generationenübergreifender Treffpunkt für Alt und Jung. Hier können die Bürger seit Juli 2010 ihre täglichen Besorgungen, vom Einkaufen der Lebensmittel über den Gang zur Bank oder zum Arzt, erledigen. In einer zweiten Phase bis November 2010 folgt der Ausbau des Untergeschosses als zentraler Bürger- und Gesundheitstreffpunkt. Neben einem medizinischen Bereich und einem Bürgerbüro entstehen Gemeinschaftsräume, die für Vereinstreffen, Tagungen und kulturelle Veranstaltungen genutzt werden können. Ein geplanter Bürgerbus soll dafür sorgen, dass auch Bürger ohne eigenen Pkw den "marktwert" gut erreichen können. Der Dorfladen in Gertenbach ist auf Initiative der Dorfbewohner und ihres Vereins "Dorfladen für Gertenbach e.V." entstanden. Der Verein befragte über 200 Haushalte nach ihren Bedürfnissen und argumentierte dafür, im Ortszentrum statt in der Nachbarstadt einzukaufen. Für den neuen Dorfladen hat der Verein gemeinsam mit Aufwind-Verein für seelische Gesundheit e.V. als Betreiber und dem Handelsunternehmen tegut als Lieferanten zwei professionelle Partner gefunden. Dank dieser Kooperation bietet der Nahversorgungsladen ein umfangreiches Angebot. Seit Oktober 2010 können die Bürger Gertenbachs hier nicht nur ihre täglichen Einkäufe erledigen und Kaffee trinken, sondern in Kooperation mit der VR Bank sowie einer Apotheke

an der Kasse auch Geld abheben und ihre Rezepte abgeben. Die Medizin wird ihnen am nächsten Tag direkt nach Hause geliefert. In den beiden Läden haben 28 Menschen mit und ohne Behinderungen ihren Tarifarbeitsplatz gefunden.

### **Keine Eintagsfliege**

Durch die Projekte entstand in den Orten wieder viel Leben und Lebensqualität. Diesen Weg wollen wir weitergehen und gemeinsam mit den Menschen der Region unseren Lebensraum aktiv und lebendig gestalten. Deshalb wird der Prozess, Antworten auf den demografischen Wandel zu finden, in der Region fortgesetzt. Er ist auch politisch unterstützt: Der Kreistag hat in seiner Sitzung am 04.02.2011 beschlossen, dass der Masterplan weiter umgesetzt wird. An den Kooperationen öffentlicher und privater Partner, also der Kreisverwaltung und dem Verein für Regionalentwicklung Werra-Meißner e.V., wird ebenfalls festgehalten. Insbesondere legen die Verantwortlichen Wert darauf, dass die regionalen Akteure weiterhin mit eingebunden bleiben.

### **Mehr Informationen:**

Sabine Wilke  
Verein für Regionalentwicklung  
Werra-Meißner e.V.  
Telefon: 05 6 51 / 70 5 11  
E-Mail: [Sabine.wilke@vfr-werrra-meissner.de](mailto:Sabine.wilke@vfr-werrra-meissner.de)  
[www.vfr-werra-meissner.de](http://www.vfr-werra-meissner.de),  
[www.region-schafft-zukunft.de](http://www.region-schafft-zukunft.de)

# FriedWälder – große Schätze in Wert gesetzt

Von Corinna Brod

**Im November 2001 eröffnete die FriedWald GmbH den ersten FriedWald in Deutschland, idyllisch und beinahe märchenhaft im Reinhardswald bei Kassel gelegen. Seitdem ist der Trend der anonymen Baumbestattung ungebrochen – eine Chance nicht nur für Waldbesitzer, sondern auch für den Erhalt natürlicher Waldstandorte.**

**I**m Oktober 2000 titelte die Bild-Zeitung: „Verrückt! Darmstädter verkauft Gräber unter Schweizer Bäumen“. Diese Schlagzeile dokumentierte die Geburtsstunde der FriedWald GmbH in Darmstadt. Seitdem wird die Idee von Wettbewerbern und Friedhofsverwaltungen teils kopiert, teils etwas abgewandelt auf öffentlichen Friedhöfen umgesetzt. Angesichts von mittlerweile weit über 200 Baumbestattungs-orten hat sie einen von vielen Forstleuten nicht erwarteten Siegeszug in Deutschland angetreten. Der Name FriedWald ist jedoch

handelsrechtlich geschützt und darf nur von der FriedWald GmbH verwendet werden.

## **Bestattungskultur im Wandel**

In den letzten Jahren hat sich die deutsche Bestattungskultur massiv gewandelt. Die klassische Erdbestattung verliert gegenüber der Urnenbestattung immer mehr an Gewicht. Der Anteil anonymer Bestattungen auf entsprechenden Rasenflächen der Friedhöfe beträgt schon deutlich über 40 Prozent, mit

stetig steigender Tendenz. Dieser Wandel wird durch komplexe gesellschaftliche Veränderungen hervorgerufen: Die wirtschaftlichen Realitäten erfordern extreme Mobilität. Meist lebt und arbeitet die Kindergeneration an einem ganz anderen Ort, sodass aktive Grabpflege inzwischen eine Ausnahme ist. Hinzu kommen der Wegfall des staatlichen Sterbegeldes, der Bedeutungsverlust der beiden großen Kirchen und eine zuneh-

mende Kritik an den Umweltbelastungen durch Verwesungsrückstände. Zudem fördert die Hospizbewegung das Bewusstsein für selbstbestimmtes und für würdig empfundenes Abschiednehmen. Der Gesetzgeber reagiert mittlerweile auf diese Entwicklungen. So hat zum Beispiel Nordrhein-Westfalen das FriedWald-Konzept 2003 in sein Bestattungsgesetz aufgenommen.

## **Der optimale Standort**

Die forstlichen Anforderungen, die die FriedWald GmbH an einen potenziellen Standort stellt, sind nicht besonders hoch: Ideal ist ein 30 bis 50 Hektar großer Waldbestand mit hohem Laubholzanteil in landschaftlich besonders schöner Lage. Der Wald sollte nicht weiter als 30 Kilometer von einer Autobahn entfernt sein, über eine öffentliche Straße gut erreichbar und durch einem ausreichend großen Wanderparkplatz erschlossen sein. An diesen Parkplatz sollte sich dann der FriedWald unmittelbar anschließen. Der Bestand sollte stufig aufgebaut sein und auch aus jüngeren Altersklassen bestehen. Intensive Bodenvegetation wie meterhohe Brennnesseln, Brombeeren, flächendeckender Ginster oder Stechpalme verhindern die FriedWald-Nutzung. Ebenso scheiden Flä-

## **Was ist ein FriedWald?**

In einem FriedWald wird die Asche Verstorbener in einer biologisch schadstofffrei abbaubaren Urne im Wurzelbereich ausgewählter Bäume in freier Natur beigesetzt. Die Bäume sind Teil eines besonders schönen Waldes, in dem Grabschmuck und Grabgestaltung in jeglicher Form untersagt sind. Das naturnahe Erscheinungsbild wird durch die Nutzung als FriedWald nicht beeinträchtigt. Menschen, die sich für eine solche letzte Ruhestätte interessieren, können den Wald und das Konzept der Naturbestattung bei einer kostenlosen Waldführung kennenlernen. Seit 2004 haben über 55.000 Menschen diese Möglichkeit genutzt. Den individuellen Baum oder Platz wählen sie erst später gemeinsam mit dem FriedWald-Förster aus. Es gibt derzeit 35 Standorte in der Bundesrepublik, die auf 10 Bundesländer verteilt sind.

Familienbäume im FriedWald

chen aus, die ständiger Lärmbelastung unterliegen, als Naturschutzgebiete ausgewiesen sind, einen felsigen Untergrund oder mehr als 35 Prozent Hangneigung haben. In einem FriedWald sind, wie die Erfahrung zeigt, auch die Bäume von Wert, die unter „normalen“ forstwirtschaftlichen Gesichtspunkten durch das Raster fallen würden. Knorrige, bizarr verwachsene Exemplare sind wertvolle FriedWald-Bäume. Was zählt, ist die Ausstrahlung – nicht der Festmeter. Und das Besondere an dieser Art der Waldnutzung: statt zu ernten, wird erhalten. Nach Ablauf der Nutzung steht der Baum immer noch.

**Langfristig denken lohnt sich**

Neben einem optimalen Standort muss der Waldbesitzer die betriebliche Infrastruktur haben – das heißt ein modernes Büro mit Internetzugang, Fax und Mobiltelefon. Noch wichtiger ist geeignetes eigenes Personal oder ein externer Dienstleister, der die Bewirtschaftung des FriedWaldes langfristig gewährleisten kann. Dieser Aspekt wird in Erwartung schnell zu realisierender Gewinne häufig unterschätzt. Da das Konzept auf 99 Jahre angelegt ist und der Kunde mit dem Erwerb eines Familienbaumes zehn Grabstellen über diesen Zeitraum belegen kann, ist die langfristige Sicherung der Bewirtschaftung aber besonders wichtig. Stimmen die Rahmenbedingungen, so eröffnen sich für den Waldbesitzer Gewinnmöglichkeiten von circa 1200 Euro pro Jahr und Hektar.

**Historische und natürliche Schätze in Pansevit**

Ein besonders schönes Beispiel ist der FriedWald im Schlosspark Pansevit im Herzen der Insel Rügen. 700 Jahre ist er alt, rund 40 Hektar groß und mit mehreren Seen und Teichen ein besonders reizvolles Landschaftsdenkmal. Zunächst kümmerte sich der Verband INSULA RUGIA ([www.insularugia.de](http://www.insularugia.de)) um den Erhalt und die Pflege des historischen Schlossparks. Langfristig sollte diese Aufgabe jedoch eine Stiftung übernehmen. Mit der Einrichtung des Fried-

**Komplexes Rechtsgefüge**

In Deutschland ist das Friedhofswesen in den jeweiligen Bestattungsgesetzen der Länder streng geregelt. Es herrscht Friedhofszwang – mit der Folge, dass Urnen nur auf gewidmeten Friedhöfen beigesetzt werden dürfen. Deswegen kann ein FriedWald nur in kommunaler oder kirchlicher Trägerschaft als öffentlicher Friedhof genehmigt werden. Es besteht in der Regel ein Dreiecksvertragsverhältnis zwischen dem Waldbesitzer, dem öffentlichen Träger und der Betreiber-gesellschaft. Der Träger beantragt die Genehmigung beim zuständigen Landratsamt, nachdem die gemeindlichen Gremien dem Vorhaben mehrheitlich zugestimmt haben. Der Träger erlässt außerdem eine amtliche Friedhofsordnung für den FriedWald.

Walds 2006 wollte der Verein die finanziellen Möglichkeiten für die Gründung dieser Stiftung schaffen. Mit Erfolg: Nach gut einem Jahr FriedWald-Betrieb war dieses Ziel erreicht. Im Jahr 2007 wurde die Stiftung „Schlosspark Pansevit“ gegründet ([www.stiftung-schlosspark-pansevit.de](http://www.stiftung-schlosspark-pansevit.de)) und 2009 konnte die Schlossruine im Park durch den Bau einer Turmtreppe, die gleichzeitig als Aussichtsplattform dient, aufgewertet und noch sicherer gemacht werden. Die hierfür notwendigen 11.5000 Euro wurden teilweise über Leader-Mittel finanziert. Der Schlosspark Pansevit mit dem integrierten FriedWald gehört in diesem Jahr zu den Preisträgern der „365 Orte im Land der Ideen“. Der Einfall, den Park durch Nutzung als FriedWald zu erhalten, hat die Jury überzeugt.

**Weiter wachsen**

Aus der verrückten Idee des Jahres 2000 ist inzwischen ein ernsthaftes Geschäftsmodell geworden. So wurden seit der Gründung bereits 21.000 Urnen beigesetzt. Die Zahl der

Bild: FriedWald/Montage



Namenstafel am Familienbaum

FriedWald-Standorte steigt weiter, weil das Interesse daran ständig zunimmt. Die FriedWald GmbH, die 2001 mit zwei Personen startete, hat inzwischen 52 Mitarbeiter aus unterschiedlichsten Fachrichtungen: Förster, Bank- und Bürokaufleute, Juristen, PR- und Marketingspezialisten, aber auch Menschen, die aus sozialen Berufen kommen, denn ihre Kompetenz ist insbesondere in den Beratungsgesprächen gefordert. Die Firma wird in Zukunft weitere Standorte erschließen, dabei sind besonders die Länder Nordrhein-Westfalen, Bayern und Baden-Württemberg sowie der Großraum Berlin interessant.

**Mehr Informationen:**

FriedWald GmbH  
 Telefon: 0 61 55 / 84 81 00  
 E-Mail: [info@friedwald.de](mailto:info@friedwald.de)  
[www.friedwald.de](http://www.friedwald.de)

FriedWald/Thomas Gasparini



Kunden mit dem FriedWald-Förster bei der Baumauswahl



# Den Wandel ganzheitlich gestalten

Von Werner Klöckner, Caroline Seibert und Andrea Soboth

Im April 2010 startete die Verbandsgemeinde Daun in der Leader-Region Vulkaneifel den Prozess „WEGE – Wandel erfolgreich gestalten!“. Dabei nutzt sie Erkenntnisse aus der Organisationsentwicklung. Ziel ist es, dem gesellschaftlichen Wandel mit einer ganzheitlichen ländlichen Strukturentwicklung zu begegnen.

Schon Heraklit von Ephesus sagte um 500 v. Chr.: „Nichts ist so beständig wie der Wandel.“ Der gesellschaftliche, insbesondere der demografische Wandel stellt heute viele ländliche Gemeinden vor große Herausforderungen, da er sich praktisch auf alle kommunalen Handlungsfelder auswirkt. Wie sichern wir Daseinsvorsorge, wie reagieren wir in der Siedlungsentwicklung auf eine rückläufige und deutlich alternde Bevölkerung, wie stabilisieren und stimulieren wir freiwilliges Engagement und schaffen damit stabile soziale Netze? Dies sind nur einige der zentralen Fragen, die ländliche Gemeinden heute beantworten müssen. Wandlungsprozesse wird es jedoch immer geben, deshalb ist es mit einer einmaligen Anpassung an geänderte Rahmenbedingungen nicht getan.

## WEGE – Wandel erfolgreich gestalten!

Auch die Verbandsgemeinde (VG) Daun im Herzen der Vulkaneifel in Rheinland-Pfalz hat mit dem gesellschaftlichen und demografischen Wandel zu kämpfen. Vor diesem Hintergrund setzt sie von 2010 bis 2015 nach den Erfolgsfaktoren des Change Managements (siehe Kasten) das Pilotprojekt „WEGE – Wandel erfolgreich gestalten!“ um. Das Projekt will demografiesensible Lösungen in den betroffenen Bereichen – wie zum Beispiel Infrastruktur, Verkehr, Wirtschaft etc. – erarbeiten. Vorangetrieben wird das Vorhaben durch das sogenannte WEGE-Team (siehe Foto), bestehend aus dem Bürgermeister der Verbandsgemeinde, dem WEGE-Büro in der Verbandsgemein-



Bild: VGV Daun

deverwaltung, dem IfR Institut für Regionalmanagement und zwei ehrenamtlich arbeitenden WEGE-Botschaftern. Der WEGE-Prozess soll über die Projektlaufzeit hinausgehen und wird über die ersten fünf Jahre degressiv mit Leader-Mitteln unterstützt.

## Zukunft braucht Visionen

Zu Beginn wurde – wie praktisch in jedem ländlichen Entwicklungsprozess – sehr genau die Ist-Situation, also die Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken der VG Daun, in einer SWOT-Analyse untersucht. Um zu wissen, was zu tun ist, muss man aber auch eine Vorstellung von der Soll-Situation haben – also eine Vision von der Zukunft. Nur ein positives, emotionales Bild von einer erstrebenswerten Zukunft kann konkrete Aktivitäten erzeugen – so einer der Erfolgsfaktoren aus dem Change Management. Und so lautet die im Rahmen des WEGE-Projektes gemeinsam entwickelte Vision: „In der VG Daun leben – in einer gesunden Welt zu Hause – gesunder Lebens-, Wohn- und Wirtschaftsstandort.“

Auf den ersten Blick ähnelt solch eine Vision dem aus regionalen Entwicklungskonzepten bekannten Leitbild. Visionen sind jedoch bildlicher, sie sind mit Werten aufgeladen und werden in Geschichten übersetzt. Sie wirken in der Umsetzung breiter, denn sie zielen stärker auf eine eigenverantwortliche Umsetzung durch die Bürgerinnen und Bürger ab.

## Veränderung beginnt im Kopf...

Erkenntnisse des Change Managements aus der Anwendung in Unternehmen zeigen außerdem: Eine Umsteuerung ist nur durch einen breiten Bewusstseinswandel möglich. Handlungsdruck entsteht nur, wenn ein Problemverständnis und eine persönliche Betroffenheit erreicht werden. Daher werden die Bürger, die Multiplikatoren, die Unternehmer und die politisch und gesellschaftlich Aktiven der VG Daun über Veranstaltungen und persönliche Gespräche aktiv in den WEGE-Prozess eingebunden.

Abbildung rechts: Die demografiesensible Strategie der Verbandsgemeinde Daun im Überblick;  
Bild S. 36: Das WEGE-Team: Dieter Klas (VGV Daun, IFR), Gerlinde Helten (VGV Daun, WEGE-Büro), Werner Klöckner (Bürgermeister der VG Daun), Friedbert Wisskirchen (WEGE-Botschafter), Caroline Seibert (IFR), Gerhard Becker (WEGE-Botschafter) (v. l. n. r.)



Quelle: VGV Daun, Layout: Dieter Klas

Die Mitarbeiter der Verbandsgemeindeverwaltung sind sowohl Akteure der Umsteuerung, als auch Hauptzielgruppe im Bewusstseinsbildungsprozess. Sie werden zum Beispiel in regelmäßigen Arbeitstreffen sensibilisiert. Das WEGE-Büro in der Verwaltung greift querschnittsorientiert demografische Fragestellungen auf und arbeitet je nach Thema mit den verschiedenen Abteilungen zusammen.

### ...und braucht intensive Kommunikation

Bewusstseinsbildungsprozesse stellen hohe Anforderungen an die Kommunikation. Sie brauchen Geschichten und Bilder, die Emotionen wecken, um schnell für eine breite Gruppe anschlussfähig zu sein. Dies gilt für das „Was“, das „Mit wem“ und das „Wie“ der Veränderung. Erst so können allmählich kleine Änderungen im Alltäglichen Einzug halten. So hat sich das WEGE-Team zum Beispiel ein recht ungewöhnliches Format für die öffentliche Auftaktveranstaltung unter dem Motto „Weniger – älter – bunter“ ausgedacht: Demografie aufbereitet als Comedy-Theater mit drastischen Geschichten aus anderen Regionen mit deutlichem Problemdruck. Mit 300 Personen war die Veranstaltung sehr gut besucht. Seitdem ist Demografie Gesprächsthema.

Außerdem hat das Team eine eigene Kommunikationsstrategie mit vielen Formaten für unterschiedliche Zielgruppen erarbeitet. Teil der Strategie sind zum Beispiel die „AusWEGE“-Veranstaltungen, die gute Beispielprojekte aus anderen Regionen vorstellen. Die erste Veranstaltung im März 2011 widmete sich – passend zum Themenschwerpunkt 2011 „Altersgerechte Dörfer“ – dem Thema Senioren-genossenschaften. Veränderungsprozesse müssen die Köpfe vieler erreichen, sie brauchen fortwährende Impulse. Dies ist die Aufgabe der zwei ehrenamtlichen WEGE-Botschafter. Sie besuchen

zum Beispiel die Orts-gemeinderäte und Ver-eine und nehmen an Bürgerversammlungen teil. Sie halten Vorträge, regen zur Diskussion an und beraten bei noch unkonkreten Pro-jektideen.

### Kein Erfolg ohne Beteiligung

Partnerschaftlich und breit in der Fläche arbeiten und die Interessen aller Beteiligten berücksichtigen – dies ist ein weiterer wichtiger Erfolgsfaktor für die Akzeptanz eines Veränderungsprozesses. Deshalb begingen die WEGE-Beraterinnen zu Beginn alle 37 Ortsgemeinden und die Stadt Daun mit ihren Stadtteilen und diskutierten gemeinsam mit den Ortsbürgermeistern und Ortsvorstehern deren Situation und ihre Zukunftsvisionen. Die Ergebnisse flossen in die demografiesensible Strategie ein, die Bürger, Verbandsgemeinderat, Verbandsgemeindeverwaltung, Ortsbürgermeister und Ortsgemeinderäte sowie andere Schlüsselakteure wie Unternehmen gemeinsam entwickelten. Diese Strategie identifiziert zwölf Handlungsfelder (siehe Grafik), die nun sukzessive mit konkreten Projekten gefüllt werden. Das Projekt „Betriebliches Gesundheitsmanagement“ will in der Verbandsgemeindeverwaltung Daun eine Führungskultur etablieren, die der zunehmend älter werdenden Mitarbeiterschaft gerecht wird.

### 38 sagen Ja!

Woran erkennt man, dass Bewusstseinsbildungsprozesse erfolgreich sind, und wie kann man Erfolge kommunizieren? Um die

Akzeptanz des Prozesses und der WEGE-Strategie vor Ort sichtbar zu machen, haben Mitglieder des Verbandsgemeinderates und die Ortsbürgermeister unterstützt durch das IFR in einem Workshop die WEGE-Resolution erarbeitet. Diese beschreibt in wenigen Sätzen die Hauptorientierungslinien für die Zukunft. In einem Grundsatzbeschluss haben sich alle 37 Ortsgemeinden und die Stadt Daun Ende 2010/Anfang 2011 dazu bekannt, zukünftig demografiesensibel handeln zu wollen, und sind damit WEGE-Dorf/WEGE-Stadt geworden. Nun steht die Zustimmung zur Resolution auf der Tagesordnung, die ersten Ortsgemeinden haben bereits unterzeichnet.

### Mehr Informationen:

Gerlinde Helten  
WEGE-Büro in der Verbandsgemeindeverwaltung Daun  
Telefon: 06 5 92 / 93 92 06  
E-Mail: Gerlinde.Helten@vgv.daun.de  
www.leaderregion-vulkaneifel.de/projekte/wege-projekt

Andrea Soboth und Caroline Seibert  
IFR Institut für Regionalmanagement  
Telefon: 0641 / 4941840  
E-Mail: Soboth@ifr-regional.de  
Seibert@ifr-regional.de  
www.ifr-regional.de

Alfred Bauer  
LEADER-Region Vulkaneifel  
Telefon: 06 5 92 / 93 32 01  
E-Mail: alfred.bauer@vulkaneifel.de

### Change Management in der ländlichen Entwicklung

Der Begriff Change Management (Veränderungsmanagement) stammt ursprünglich aus der Organisationsentwicklung. Er bezeichnet die laufende Anpassung von Unternehmensstrategien und -strukturen an veränderte Rahmenbedingungen. Die ländliche Entwicklung kann viel von den grundsätzlichen Erfolgsfaktoren dieses Change Managements lernen. Das Ziel ist dann erreicht, wenn die ländliche Gemeinde Mechanismen gefunden und etabliert hat, wie sie in Zukunft schnell und adäquat mit Wandlungsprozessen umgehen kann.

# Leader-News ins Wohnzimmer



Von **Andreas Schmidt**

**Bilder sprechen mehr als tausend Worte. Unter diesem Motto treten die Lokalen Aktionsgruppen Oderland und Märkische Seen in Brandenburg mit einem im Leader-Kontext bisher selten genutzten Medium an die Öffentlichkeit. Ihr Leader TV informiert seit August 2010 wöchentlich über die Leader-Aktivitäten in der Region.**

**I**n den letzten Jahren haben die Lokalen Aktionsgruppen (LAGn) in Brandenburg viel bewegt und zahlreiche regionale Entwicklungsprojekte erfolgreich vorangetrieben und umgesetzt. Eines fiel den Aktiven der seit 2007 kooperierenden LAGn Oderland und Märkische Seen aber auf: In der Öffentlichkeit ist Leader fast unbekannt. Sogar die Akteure unmittelbarer Leader-Regionen kennen sich und ihre Projekte gegenseitig kaum. Da die Tagespresse sowie die eigene Internetpräsenz offenbar nicht ausreichen, suchten die beiden Aktionsgruppen neue Wege, wie sie Leader und ihre Projekte bekannter machen könnten.

### **Drei Fliegen mit einer Klappe**

Dabei ging es den LAGn zum einen um ein gutes Regionalmarketing, mit dem sie die Akzeptanz und damit die Erfolgsaussichten der Leader-Projekte nachhaltig steigern wollten. Zum anderen wollten sie die Bevölkerung sensibilisieren und zu stärkerem Engagement motivieren. Da sie sich zusätzlich Synergien für die Begleitung und Bewertung des Leader-Prozesses erhofften, war ihr Anspruch, nicht nur die Stärken

und Erfolge ihrer Regionen und Projekte, sondern auch Schwächen und Misserfolge zu dokumentieren. So entstand im Sommer 2009 die Idee, mit einem eigenen Leader TV auf Sendung zu gehen.

### **Leader TV geht auf Sendung**

Die LAGn schrieben den Auftrag öffentlich aus und ein regionaler Fernsehsender – das Oderland TV – bekam den Zuschlag. Seit August 2010 bis zum Jahr 2014 strahlt der Sender nun pro Woche einen drei- bis fünfminütigen Beitrag über Neuigkeiten aus einem der Projekte der Aktionsgruppen aus. Ein Beitrag läuft an zwei Tagen innerhalb der Woche mehrmals täglich. In dieser konsequenten wöchentlichen Folge über vier Jahre ist das Leader TV bisher einzigartig in Deutschland. Die Beiträge erstellt die TV-Firma Rätzel & Ziebell GbR über einen Dienstleistungsvertrag. Bevor sie auf Sendung gehen, durchlaufen sie noch eine Korrekturschleife seitens der LAGn und der Projektträger. Rund 50 Beiträge wurden bisher produziert; zusätzlich zu den Projektbeiträgen sind sechs Imageproduktionen und 12 umfangreichere Projektdokumentationen geplant.

Die Sendungen können über verschiedene Wege empfangen werden: über das Kabelnetz, das Internet ([www.oderland.tv](http://www.oderland.tv)) und das Brandenburgische Fernsehnetz. Die Projektträger und die beiden LAGn können sämtliche Produktionen in Form von internetfähigen Videodateien für ihre eigenen Webseiten oder anderweitige Präsentationen nutzen und steigern damit die Verbreitung ihrer Sendungen. Die Gesamtkosten des Leader TV betragen über die vierjährige Laufzeit 147.560 Euro, sie werden zu 85 Prozent aus Leader-Mitteln bezuschusst.

Im Ergebnis transportiert das Leader-Fernsehen nicht nur Informationen mit Unterhaltungswert zum Nutzen der Projekte und Lokalen Aktionsgruppen. Es trägt auch dazu bei, dass sich die Bürger mit der Region stärker identifizieren, und schafft damit gute Voraussetzungen für eine langfristig erfolgreiche Entwicklung der Region.

### **Mehr Informationen:**

Andreas Schmidt  
LAG Oderland e.V.  
Telefon: 03 34 56 / 71 0 55  
[www.lag-oderland.de](http://www.lag-oderland.de)

# Gemeinsam den Klimawandel meistern

Von Adam Gancarczyk und Thomas Zimmermann

**Der Klimawandel stellt viele ländliche Gemeinden vor neue Herausforderungen. Die Samtgemeinde Gartow im östlichen Niedersachsen hat sich zu einem frühzeitigen Handeln entschlossen und entwickelte in einem breiten Beteiligungsprozess ein Leitbild für die Bewältigung der Folgen des Klimawandels.**

Bild: Juliane Hildebrand

Elbhochwasser in der Samtgemeinde Gartow

**D**er Klimawandel gefährdet auch in Deutschland zunehmend die derzeitige Landnutzung vieler Regionen. Um bei den Bürgerinnen und Bürgern ein Bewusstsein für diese Herausforderungen zu schaffen und mit ihnen abgestimmte Maßnahmen zur Klimaanpassung zu entwickeln, werden Beteiligungsprozesse immer wichtiger.

## Gartow macht mobil

Auch die 3.800 Einwohner zählende Samtgemeinde Gartow, die an der Elbe im ländlich geprägten Osten Niedersachsens liegt, hat mit den Folgen des Klimawandels zu kämpfen. Neben den Elbhochwassern leidet die Region unter der jahreszeitlichen Verschiebung der Niederschläge. Die zunehmende Sommertrockenheit steigert das Waldbrandrisiko und gefährdet die Land- und Forstwirtschaft. Zusammen mit der HafenCity Universität Hamburg entwickelte die Samtgemeinde deshalb innerhalb des vom Bundesforschungsministerium geförderten Projektes „KLIMZUG-NORD“ (2009-2014) ein klimaangepasstes Leitbild, das der Rat der Samtgemeinde im Dezember 2010 einstimmig beschloss. Das Leitbild besteht

aus der langfristigen Vision „Entwicklung im Einklang mit der Natur“ sowie Zielen und Strategien für ihre Umsetzung. Es soll Gartow und seinen Bewohnern Orientierung für ihre weitere Entwicklung unter den Bedingungen des Klimawandels geben. Dem Beschluss ging eine breite Bürgerbeteiligung voraus.

## Abwarten, Schützen oder Anpassen

Zu Beginn identifizierten die Bürgerinnen und Bürger in einem Workshop die Chancen und Risiken des Klimawandels für ihre Gemeinde. Dabei untersuchten sie drei mögliche Handlungsoptionen:

**Abwarten:** Die Samtgemeinde entwickelt keine umfassende Strategie zur Klimaanpassung, sodass Maßnahmen aus der jeweiligen Situation heraus von den Bewohnerinnen und Bewohnern selbst getroffen werden.

**Schützen:** Um die bestehende Landnutzung zu erhalten, ergreift die Samtgemeinde baulich-technische Schutzmaßnahmen.

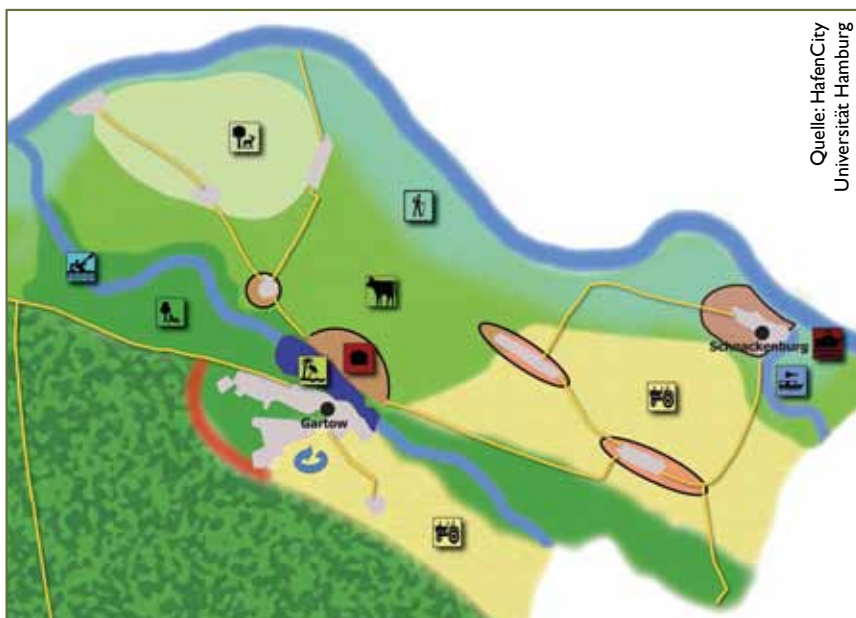
**Anpassen:** Gartow ergreift größtmögliche Anstrengungen, sich an die Folgen des Klimawandels, die mit Landnutzungsveränderungen einhergehen, anzupassen. Dazu

werden gemeinsame Aktionspläne entworfen, überprüft, aktualisiert und gemeinsam umgesetzt.

## Der goldene Mittelweg

Mehrheitlich befürworteten die Teilnehmenden eine auf *Anpassung* zielende Entwicklung. Diese hat jedoch Veränderungen zur Folge, die in einer anschließenden Diskussion deutliche Konflikte aufzeigten. So macht zum Beispiel die Hochwasser- und Waldbrandgefahr für einige Gebiete den Rückbau von Siedlungen erforderlich. Diesen teilweise gravierenden Einschränkungen begegneten die Teilnehmer des Workshops, indem sie partiell auch auf die Option *Schützen* zurückgriffen. Zum Schutz der Siedlungen vor Überschwemmungen sowie vor Feuer- und Sturmschäden sollen etwa Pufferflächen zu Gewässern und Forsten eingerichtet werden. Zusätzliche bauliche Vorsorgemaßnahmen hinter den Hochwasserschutzanlagen sollen helfen, Schäden in den Siedlungen bei Ausfall dieser Schutzanlagen zu vermeiden. Weitere konkrete Maßnahmen der Samtgemeinde sind geplant.

Der Beteiligungsprozess machte deutlich, dass die Beschäftigung mit den Chancen und Risiken unterschiedlicher Handlungsoptionen die Bürgerinnen und Bürger für den Klimawandel sensibilisiert und sie ermuntert, sich von Alltagsroutinen zu lösen und neue, innovative Strategien zu entwickeln. Dies erhöht die Chancen einer Kommune, rechtzeitig die Folgen des Klimawandels, orientiert an den Bedürfnissen ihrer Bewohner, zu meistern.



Quelle: HafenCity Universität Hamburg

Abbildung: Ausschnitt aus der Leitbildkarte der Samtgemeinde Gartow.

## Mehr Informationen:

Adam Gancarczyk, Thomas Zimmermann  
HafenCity Universität Hamburg  
Fachgebiet Stadtplanung und Regionalentwicklung  
Telefon: 040 / 42 82 74 5 25  
E-Mail: adam.gancarczyk@hcu-hamburg.de;  
thomas.zimmermann@hcu-hamburg.de  
www.klimzug-nord.de