

Schritte zum Label

Betagtes Haus - neu belebt

In Bieswang und Ochsenhart gibt es eine größere Anzahl leer stehender oder nicht mehr genutzter Wohnhäuser bzw. ehemals landwirtschaftlicher Anwesen.

Dieser Text beschreibt *Schritte zur Entfaltung eines Prozesses*, in dessen Verlauf eine Revitalisierung 'verlassener' Anwesen möglich wird.

Das Label

A 'Label' ist ein *Erkenn-Zeichen* für die Erneuerung von Gebäuden oder Anwesen im ländlichen Raum.

B 'Label' ist ein *Programm*. Es beschreibt einen formalisierten Prozeß zur Wieder-Nutzung 'verlassener' Bau-Objekte:
Der Prozeß umfaßt Maßnahmen, welche die Bereitstellung anregen, eine bedarfsgerechte Nutzbarkeit (Modernisierung) fördern, Finanzierungs- und Vermarktungs-Hilfen bieten.

C 'Label' führt ein markantes *Logo* und wirbt mit einem einprägsamen *Slogan*.

D 'Label' wird bei der *Dorferneuerung in Bieswang und Ochsenhart* erstmals erprobt:
* Es wirkt in das Dorf 'hinein', indem es das *Besinnen auf ererbte Bausubstanz* anregt und Verantwortung für das Dorf-Ganze mobilisiert.
* Es wirkt aus dem Dorf 'heraus', indem es Erfahrungen sammelt und *übertragbare Erkenntnisse* weiter gibt.

E Der Initiator von 'Label' entwickelt in der Folge das auf andere Dörfer *übertragbare Konzept* fort.

F 'Label' ist als *Modellversuch* angedacht.

G Im Modellversuch wird der Prozeß wissenschaftlich begleitet.

'Label'

kann man auch lesen als ::

Ländliche alte Bausubstanz entwickeln lassen.

A,1 'Label' bewirkt zunächst eine *Kennzeichnung* für Objekte oder Anwesen, welche revitalisiert werden sollen.

A,2 'Label' wird später zum *Ausweis für eine erfolgreich verlaufene Revitalisierung*.

Das ***leitende Motiv*** des Konzeptes ::

Den Prozeß zur Belebung von verlassenen Anwesen in Gang setzen.

Die ***Idee des Labels*** ::

Die erforderlichen Maßnahmen transparent und die Wandlungsprozesse planbar machen.

Motto ::

Den Trend wenden – Das Altdorf lebt auf !

Schritt-Folge :: **organisatorische Abfolge**

Erste Schritte in Richtung **Hauseigner**

1.1 Liste der Eigentümer leer stehender **Anwesen**
 - Erhebung leer stehender *Wohngebäude*.
 - Erhebung *ehedem landwirtschaftlich genutzter Gebäude*.

1.2 Zu **Gesprächsrunden** einladen.
 Die Idee des Labels vorstellen, die Stimmung unter den Anwesenden erkunden, weitere klärende Gespräche im kleinen Kreis vereinbaren.

Zweite Schritte :: **Banken / Zuschüsse gebende und politische Ebenen und Verwaltungsebenen einbinden**

2.1 **Fördergeber** suchen, prüfen, kontaktieren.

2.2 Regionale **Banken** als Investoren gewinnen.

2.3 Die **politischen Ebenen** zu langfristigem Denken und Handeln verpflichten. Dörfer 'überleben' Wahlperioden.

2.4 **Staatliche Organe** mit einschlägiger Zuständigkeit frühzeitig informieren, bewerben, sie als Partner gewinnen.

2.5 Gesellschaftliche **Organisationen** in ihrer Breite ansprechen; sie zu gewinnen versuchen.

2.6 Überregionale **Kontakte herstellen** zu ähnlichen Initiativen; Erfahrungen tauschen; Gespräche / Foren / Arbeitstreffen besuchen und organisieren.

Dem steht zur Seite die **Abfolge der sozio-dynamischen Prozesse**

1. **Aufregen** ::
 Bürger begreifen den hohen Leerstand als einen für die Zukunft des Dorfes *beängstigenden Zustand*.

2. **Bewegen** ::
 Bürger erkennen ihre *Verantwortung*; sie wollen den Zustand ändern.

3. **Lösungen entwickeln und realisieren** ::
 Bürger *engagieren* sich, sie werden aktiv.

4. **Stabilisieren** ::
 Bürger akzeptieren ein Denken im Hinblick auf Zukunft; *nachhaltige Entwicklung* wird als notwendig erkannt.

5. **Verstetigen** ::
 Das Anliegen des Labels wird '*Allgemein-Gedanke*'.

Dritte Schritte :: Öffentlichkeit / Presse / Medien :: um breite Zustimmung werben

- 3.1 Die Öffentlichkeit über die Idee **anspruchsvoll informieren**. Aufgeklärte Bürger liefern mit ihren Ansichten wichtige Beiträge zum späteren Gelingen.
- 3.2 Region-übergreifendes **Interesse wecken** und Anteilnahme erzeugen; die Idee über-regional publik machen.
- 3.3 Den im Dorf erkennbaren **Problem-Druck kommunizieren**. Andere sollen erfahren, daß es den Bewohnern des Dorfes ernst ist, seine Bau-Substanz belebt zu erhalten.
- 3.4 Vom **Phantasie-Reichtum** der Werbung wird das Geschick des Labels entscheidend abhängen.
- 3.5 **Öffentliche Auftritte** professionell organisieren / bewerben / publizieren.

Vierte Schritte :: Struktur schaffen, paßgenaue Organisationsform entwickeln

- 4.1 funktionsgerechte **Organisation aufbauen**,
- 4.2 und leistungsfähige **Personen engagieren**.
- 4.3 Eine - wie auch immer geartete - **Organisationsform** ist für die Geschäftsführung des Labels zu entwerfen.
- 4.4 Die **Infrastruktur des Konzeptes** weiter fortschreiben, sie an die zwischenzeitlich zunehmend besser erkennbaren Bedürfnisse anpassen.
- 4.5 Das Label vermarktbar ausgestalten. Über interne wie externe Kontroll-Instanzen werden die **Strategien der Vermarktung** angepaßt und verbessert.
- 4.6 **Offenlegung** der Geschäftsergebnisse und der Prinzipien der Geschäftsführung, Rechenschaftslegung über die Finanzabwicklung gegenüber den Dorf-Bewohnern.

Prinzipien

- * Die *Freiwilligkeit* der Teilnahme am Label ist oberstes Prinzip.
- * Hohe *Sensibilität im Verkehr* mit Eigentümern von einbezieharen Anwesen ist dringend geboten: Fremdes Interesse an der eigenen Immobilie ängstigt und / oder verärgert.
- * Das Label soll *integrierend* wirken, keinesfalls abwertend oder ausgrenzend. Eine Dorf-Gemeinschaft ist im ständigen Wandel. 'Aufnehmen' und 'Integrieren' sind Prozeß-Elemente dieses Wandels.
- * Das Label (und seine Folge-Wirkungen) sollen *das Dorf und dessen Bewohner stabil machen* für eine mittlere Zukunft.

Fünfte Schritte :: Die **Organisation beleben**

5.1 Die tatkräftige **Unterstützung** der **Bewerber** durch das Label muß gewährleistet werden.

5.2 Von der tatkräftigen **Unterstützung** der **Anbieter** durch das Label hängen Umfang und Qualität der verfügbaren Areale ab.

5.3 Ermunterung der **Immobilien-Vermarkter**, -Makler, Internet-Plattformen.

5.4 Geeignete **Architekten** sollen Qualität-volle und innovative Entwürfe liefern. Hier genügt kein schlichter Serien-Planer; hier werden sensible Beleber von Dorf-Organismen gebraucht.

5.5 Die entstehende **Label-Gemeinde** wirkt als vitale Kraft in der **Dorfgemeinschaft**, etwa indem das Label Anlaß gibt zum öfteren Feiern (was in Bieswang und Ochsenhart gut ankommt).

:: **Weitere Zwischen-Schritte**

werden sich aus dem Prozeß heraus ergeben.



... zum aktuellen Stand der Entwicklung

Der Konzept-Ansatz befindet sich in der dritten Phase ::

Phase der kritischen Diskussion auf verschiedenen Ebenen.

... ständige Fortschreibung

Die Idee bleibt iterativ modifizierbar.

Fortschreibungen sind vorgesehen.

Im Zuge der personellen Verbreiterung der Organisation werden weitere Ideen einfließen.

Dank den vielen Gespräch-Partnern, die im Laufe der Jahre Denkanstöße gaben.

Erst im Gespräch - im kritischen Diskurs - werden Ideen geläutert, bis sie 'brauchbar' geworden sind.

DLS

Helmut M. Selzer
Didaktik-Labor
Rosengasse 3
D 91788 Pappenheim
Fon: 09143/ 84 07-0
selzer@didaktik-labor.de
www.didaktik-labor.de

G83-10-DE-BiO hms-Label Schritte-V2f.odt

© 2010-05 2010-12
Die Idee zum Label wurde entwickelt von H.M. Selzer, Pappenheim-Bieswang. Das Copyright liegt beim Autor (2007 - 2010).

// Text-Vorschlag // bedarf der prägnanten Gestaltung //

Druck :: 2010-12-26 08:14