

Exposee zum Label:

betagtes Haus - neu belebt

Der *Leerstand* von älteren Gebäuden in den Besiedelungskernen von Dörfern und kleinen ländlichen Städten ist ein allorts bekanntes Phänomen.

Es beschäftigt all die Menschen, welche um die ländlich-urbane Vitalität ihrer Gemeinwesen besorgt sind. Dieser Leerstand bedroht vielerorts den dörflichen Zusammenhalt nicht nur architektonisch städtebaulich sondern auch sozial, letztlich auch fiskalisch.

Das Exposee enthält systemische Überlegungen zu einem veränderten Denkansatz:

*Wie kann es gelingen, die **Neubaugbiet-Euphorie** abzulösen durch eine **Dorfkern-Wiederbelebung** ?*

Der generell weit verbreitete Wunsch nach den eigenen vier Wänden, umgeben von einem kleinen Garten mit eigenen Garagen entspricht einer mittelständisch urbanen Lebens- und Wohnvorstellung. Dieses 'Wohnideal' wurde über Jahrzehnte staatlich gefördert und von den Kommunen reichlich unterstützt. Spätestens seit Ende des 20. Jahrhunderts wird nun die Kehrseite dieser städtebaulichen Praxis unübersehbar: An den Dorfrändern bilden sich Wucherungen und in den Altdorfkernen stehen immer mehr Gebäude leer.

Wellness-Kuren für betagte Häuser. *Warum ziehen andererseits immer wieder Menschen aus den Städten aufs Land, warum suchen sie gerade alte Bausubstanz?* Sie schaffen sich einen 'Wohnluxus', den sie sich in der Stadt zumeist nicht leisten könnten. Umfangreiche Bau- und Sanierungsleistungen erbringen sie häufig in Eigenarbeit. Solche Menschen nehmen konkreten Anteil am Kulturerhalt.

Der **Label-Name** ist noch offen ::
alte Häuser - neu beleben //
betagtes Haus mit jungem
Leben

Mit **Leerstand** werden hier Gebäude und Gebäudeteile bezeichnet, die einst **Wohnzwecken** dienten und nun - oft schon seit Jahren - unbewohnt sind.

Leerstand bezieht sich aber auch auf nicht mehr genutzte einst **landwirtschaftliche oder gewerbliche Gebäude** oder Gebäudeteile.

Die Ausweisung von **Neubaugebieten** für Einfamilienhäuser an den Dorfrändern ist eine seit den 1960er Jahren allgemein übliche kommunalpolitische Praxis, um jungen Familien die Möglichkeit zu geben, im angestammten Dorf weiterhin zu leben, aber zugleich den Komfort eines zeitgemäßen Einfamilienhauses nicht zu missen.

Es soll ein aussagekräftiges **Label** entwickelt werden :: Die präzise **sprachliche Formel** des Labels ist offen; aber die Tendenz des Labels ist eindeutig.

betagtes Haus - neu belebt
Dorferneuerung Bieswang

Wem soll das neue Label nützen ?

Zunächst denjenigen, die sich in Bieswang ein eigenes Zu-Hause schaffen wollen. In der Regel dürfte es sich hierbei um *'junge' Familien* handeln, um *Paare mit oder ohne Kinder*, oder um Menschen, die ein *Mehr-Generationen-Wohnen* anstreben.

Neuen Wohnraum im Dorfkern attraktiv zu machen, ist eine Seite des geplanten Labels, für die eigene (*Klein-)*Existenz Raum zu schaffen oder auszubauen, ist eine andere nicht minder bedeutsame. Klein-Existenzen (von Gründern, von selbständigen Dienstleistern, von Freischaffenden) aufzubauen, und sie auf solide Basis zu stellen, wird in der Zukunft von weit mehr Menschen erwartet werden, als wir derzeit wahrhaben wollen.

War das bisher Gesagte vor allem auf die junge Familie oder Paargemeinschaft, auf Firmen oder Freiberufler abgestellt, so gilt Ähnliches auch für *Menschen in der dritten Lebensphase*, die sich ein Eldorado auf dem Lande im Naturpark Altmühltal leisten können, und zu seiner technischen Verwirklichung auch tätig beitragen. Solche Menschen mit attraktiven Sanierungsprojekten anzuwerben ist ein weiteres Anliegen des Labels.

Der Kernansatz ::

Dieses Label soll ein hilfreiches '*Werkzeug*' werden, um die Möglichkeiten an *Fördermitteln* (Land Bayern - Bund - EU [evtl. LEADER]) optimal auszuschöpfen.

Darüber hinaus soll von einem oder von mehreren regionalen *Bankinstituten* ein Sonderprogramm aufgelegt werden, das - auf das Label zugeschnitten - der Altdorf-Entwicklung von Bieswang dient. Dazu müssen regionale Bankinstitute (Raiffeisen-Bank / Volksbank / Sparkasse) gewonnen werden.

Ferner solle ein Finanz- und Fördermittel-Sachverständiger die möglichen *Fördertöpfe* (insbesondere auch von EU-Geldern) erfassen und in verständlicher Form übersichtlich aufschließen und die Beantragung jeweils unterstützen.

Die regionalen *politischen Einheiten* - Stadt Pappenheim, Landkreis und Bezirk - sind ebenso zu engagieren, wie auch die bayerische *Landespolitik* für das Projekt zu gewinnen ist. Bundestag und EU sind über Abgeordnete einzubinden.

Nutzer können somit sein

- Familien oder Lebensgemeinschaften mit Kindern,
- Menschen im dritten Lebensdrittel, die einen zusätzlichen Wohnsitz in Bieswang begründen, die ein leer stehendes Gebäude übernehmen, es sanieren und es laufend erhalten,
- Unternehmen, Selbständige, die ein sanierungsbedürftiges Haus erwerben und dort Handel, Gewerbe oder Dienstleistung betreiben,
- alle, die im Kerndorf ein sanierungsbedürftiges Haus erwerben, es zu neuer Nutzung ausbauen und laufend erhalten.

Sowohl der *Leerstand von Wohn-Gebäuden* wie der *Leerstand von einstigen Agrar-Gebäuden* belastet langfristig die Struktur des Dorfes. Deshalb sind im konkreten Einzelfall alle Möglichkeiten zu erwägen: **Umwidmung oder Abriss, Sanierung oder Neubebauung.**

Für **gewerbliche Nutzung**: Als wichtige Vorleistung muß allerdings die Installation einer zumindest mittelschnellen **Daten-Übertragung** (16 MBit/s) in Bieswang und Ochsenhart in Bälde in Gang kommen. Diese Bedingung ist für die Neuansiedlung von - auch kleineren - Unternehmen unverzichtbar. (Was derzeit angeboten wird, ist für viele hier ansässige Unternehmen 'geschäftsschädigend'.) Auch Privatpersonen bestehen heute auf einer zeitgemäßen Breitband-Anbindung ans Internet.

Wie ist die Organisation dieses Labels vorstellbar ? :: Einige Ideen dazu

Das Label wird rechtlich vertreten von drei Persönlichkeiten; diese bilden den **Label-Rat**, bestehend aus

- Label-Organisator 1, gewählt von der Bürgerschaft Bieswangs (z.B. aus der Initiatoren-Gruppe),
- Label-Organisator 2, bestimmt von einem der beteiligten Bankinstitute,
- Label-Organisator 3, bestimmt / gewählt vom Stadtrat Pappenheims.

Es ist je ein Stellvertreter ad personam vorzusehen.

Der Label-Rat hat die folgenden **Aufgaben**:

- Die Label-Bevollmächtigten sind auf mehreren Ebenen tätig, um Interessenten den Erwerb, die Sanierung oder den Umbau eines Anwesens zu erleichtern. Dies umfaßt die Objektbeschaffung, die Finanzmittelbeschaffung, Baubehörden-Kontakte sowie Kontakte zur Denkmalschutzbehörde.
- Entgegennahme der Anträge und ihre ortsnahe Prüfung,
- organisatorische Dienstleistungen für Label-Interessenten bei der Beantragung von externen Fördermitteln (Land, Bund, EU),
- Vertretung des Labels bei staatlichen Behörden, bei regionalen Bankunternehmen, bei politischen Organisationen.
- Öffentlichkeit herstellen und Werbung für die Label-Idee.
- Die Tätigkeit der Label-Bevollmächtigten unterliegt der Verschwiegenheit.

*In der **Anlaufphase** ist um Akzeptanz und Zustimmung zu werben.*

Die organisatorischen Voraussetzungen für die Gründung des Labels sind aufzubauen ::

Eine zunächst ehrenamtlich tätige Fachperson ist Anlaufstelle für Beratung und Unterstützung.

Zu deren Aufgaben gehören

- Medienwerbung und allgemeine Öffentlichkeitsarbeit,
- Veranstaltung von Tagen der Offenen Türen,
- sporadische schriftliche Informationen über Erfolge des Labels und über seine Schwierigkeiten,
- Beratung einzelner Bauvorhaben; Kontakte zu Baubehörden, zur Denkmalschutzbehörde unterhalten.

Das Label erhält ein **einprägsames Logo**.

Dieses ist in anspruchsvollem zeitgemäßem Design zu gestalten.

Das Logo soll als Werbe- und Informationsträger das Label bekannt machen und zur Identifikation mit dem Anliegen des Labels herausfordern.

Jedes mit dem Label-Programm geförderte alte neu gestaltete Haus darf - und soll - diese **Logo-Plakette** an der Außenfassade anbringen.

Dieses Label können (und sollen) alle Häuser im Kerngebiet des Dorfes tragen, die in ihrer Bausubstanz mindestens zwei Generationen, oder mindestens **75 Jahre alt** sind und in das **Label-Projekt eingebunden** sind.

Inwieweit **Teilsanierungen** von diesem Label erfaßt werden sollen, darüber ist fachkundig zu diskutieren.

Neben der Sanierung und Wieder-Nutzbarmachung von Wohn-, Lebens- und Arbeitsraum ist in manchen Fällen auch der **Abriß von Gebäuden** und die Errichtung **zeitgemäßer Architektur** verbunden mit der Neuanlage von **Hausgärten / Freiplätzen / Spielflächen / Durchgängen / Pkw-Stellplätzen** auf den so gewonnenen Arealen zu erwägen.

Gegebenenfalls ist auch der Abriß denkmalgeschützter Architektur zu unterstützen.

Verfügbarkeit für Nutzungsinteressenten ::

Die *Eigentümer leer stehender Gebäude* (also von Anwesen ohne einwohneramtlich gemeldete Personen mit Erst- oder Zweitwohnsitz) sollen vertrauensvoll und unter Verweis auf eine Verantwortung gegenüber der Dorfgemeinschaft vom **Verkauf** ihres Anwesens oder vom Abschluß von **Erbpacht**-Verträgen bzw. **Mietkauf**-Verträgen überzeugt werden.

Eine Art *Preisindex* für leer stehende Anwesen könnte Hausbesitzer zu Veräußerungen animieren.

Sollte mehrjährige Überzeugungsarbeit erfolglos bleiben, ist die Erhebung einer *Leerstandsteuer* durch die Kommune zu erwägen.

Ziel des Labels ::

Starke Anreize schaffen für Bauwillige und Gewerbetreibende, daß sie leer stehende Gebäude im Altort erwerben, sie zeitgemäß sanieren, sie umwidmen und sie als dauernden oder (garantiert dauerhaften) Wohn-, Lebens- oder Arbeitsort nutzen.

Einen Modellversuch initiieren ::

Das *Bieswanger Label* ist als Modellversuch angedacht.

Hier können *Erfahrungen gesammelt und Modifizierungen erarbeitet* werden.

Der Modellversuch ist ausweitbar anzulegen.

Im Falle des Erfolges des Bieswanger Labels sind Übernahmen des Konzeptansatzes in anderen Dörfern nicht ausgeschlossen. (Die jeweilige finanzielle Ausstattung wird allerdings für eine weiter gehende Akzeptanz entscheidend sein.)

Der Modellversuch soll *wissenschaftlich begleitet* werden. Die Ergebnisse sind zu publizieren. Sie können andernorts zu ähnlichen Projekten führen.

Regionale Immobilienmakler sollen als sachkundige Vertreter beider Interessen eingebunden werden.

Insbesondere die Räume **Stuttgart** und **München** könnten als **Testmärkte für das Label** interessant werden.

Das Label soll auf **fünf Ebenen** hilfreich sein:

1. Mit dem Label lassen sich leer stehende Anwesen auf den **Immobilienmärkten** als neu nutzbar ausweisen.
2. Das Label signalisiert, daß für Neu-Erwerb und Neu-Nutzung des Anwesens zusätzliche **Fördermittel** angeboten werden.
3. Das Label betont die gezeigte **kulturelle Verantwortung** des neuen Nutzers für das Dorf.
4. Das Label erinnert dauernd an die Beteiligung beim innovativen **Modellprojekt :: betagtes Haus - neu belebt**.
5. Im Gegensatz zu manch anderen Fördermaßnahmen soll dieses Label **als Bewegung konzipiert** und über die Jahre ortsnahe betreut werden.

Für die **Finanzierung des Modellversuchs** werden Fördermittel bzw. spezialisierte Stiftungen / Förder-Gesellschaften ermittelt und angeworben.

Exemplum Bieswang ::

Das Dorf **Bieswang**, Ortsteil von Pappenheim, zählt Anfang des Jahres 2010

- 205 Haushalte.
- Hier leben 646 Menschen mit gemeldetem Erstwohnsitz, 34 Menschen mit Zweitwohnsitz.
- Es werden in Bieswang etwa 130 Wohnhäuser oder für Wohnzwecke errichtete bzw. umgewidmete Wohneinheiten gezählt.
- Im Altort sind ca. 19 ehemals bewohnte Häuser derzeit unbewohnt bzw. ohne erkennbare Nutzung.
- Ca. 5 Anwesen sind derzeit zum Verkauf oder zur Vermietung angeboten.

Das Dorf **Ochsenhart**, Ortsteil von Pappenheim zählt Anfang des Jahres 2010

- 13 Haushalte.
- Hier leben 49 Menschen mit angemeldetem Erstwohnsitz und 4 mit Zweitwohnsitz.
- Derzeitiger Leerstand: 1 Anwesen.

Im Verlauf der nächsten 10 Jahre werden in Bieswang - unter Fortschreibung der bisherigen Populationsentwicklung bei gleich bleibender Nutzungs-Tendenz - noch erheblich mehr Häuser und Wohneinheiten leer stehen.

Das vom Label bevorzugte **Gebiet** umfaßt die Straßenzüge Hauptstraße, Stelzergasse, Hutgasse, Meiergasse, Kirchengasse, Rosengasse, Sportplatzweg. Und ganz Ochsenhart.

Die nebenstehenden **Zahlen** sind vom Einwohneramt der Stadt Pappenheim ermittelt; Herr G. Gronauer hat sie zur Verfügung gestellt. Allen Mitwirkenden herzlichen Dank !

Wie kann die Label-Idee weiter entwickelt und konsolidiert werden ?

Das geplante Prozedere ::

- * Die Idee mit Persönlichkeiten durch-diskutieren :: *kritische Instanzen* befragen,
- * *Konzept-Mit-und-Ausgestalter* bewerben :: Kompetenz für *Umsetzungsfragen*,
- * sondierend an *potentielle Verhandlungspartner* herantreten,
- * in der Umsetzungsphase der DE BiO die *Realisierung des Konzeptes* anstreben.

Resümee ::

Auf das Dorf Bieswang treffen die im Exposee gemachten Aussagen zu.

Eine erneute Belebung des Altdorfes durch Aktivierung leer stehender Wohngebäude und einstiger Agrar-Gebäude, also brach-liegender bebauter Grundstücke ist für Bieswang dringlich und nötig im Sinne der Erhaltung einer vitalen Dorfgesellschaft.

Notate zum Exposee :: Version 3f

Dieser Konzept-Ansatz tritt nun in die dritte Phase :: **Phase der kritischen Diskussion auf verschiedenen Ebenen.**

Die Idee bleibt iterativ modifizierbar.

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 BetagtesHaus-3f.odt

© 2007-05 2009-08 2010-02
2010-07

Die Idee zum Label wurde entwickelt von Helmut M. Selzer, Pappenheim-Bieswang. Das Copyright liegt bei DLS Helmut M. Selzer (2007 - 2010).