

ZukunftHOK

Dokumentation des Abschlussforums am 17.10.2018 in Kupferzell



Zusammengestellt von:



www.buero-plann.de

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|------|
| 1. Ziele und Ablauf | S. 1 |
| 2. Startprojekte in den 8 Handlungsfeldern | S. 1 |
| I. Mobilität | S. 1 |
| II. Daseinsvorsorge | S. 2 |
| III. Landschaft und Flächennutzung | S. 3 |
| IV. Wohnen | S. 4 |
| V. Gemeinschaft | S. 5 |
| VI. Kreisidentität | S. 6 |
| VII. Bildung | S. 8 |
| VIII. Wirtschaft | S. 9 |

1. Ziele und Ablauf

Das Abschlussforum am 17.10.2018 in Kupferzell markierte den Abschluss des Beteiligungsprozesses zum Kreisentwicklungs- und Strategiekonzept ZukunftHOK. Eingeladen waren alle bisher an Arbeitsgruppen-Sitzungen, Bürgerbeteiligungsveranstaltungen und Workshops beteiligten Personen. Etwa 60 Personen nahmen teil.

Bei der Veranstaltung wurden die Ergebnisse des Prozesses vorgestellt und diskutiert. Zu jedem der acht Handlungsfelder wurde ein mögliches Startprojekt in Kleingruppen diskutiert. Die Ergebnisse dieser Diskussionen sind hier festgehalten. Landrat Dr. Matthias Neth bedankte sich bei allen, die sich für ZukunftHOK engagiert und ihr Wissen und ihre Erfahrung eingebracht haben.

2. Startprojekte in den 8 Handlungsfeldern

Handlungsfeld Mobilität

Projektgruppe E-Mobilität: Förderung und Stärkung der E-Mobilität durch unterstützende Rahmenbedingungen

- 1) Welche Ziele hat das Klimaschutzkonzept für die E-Mobilität formuliert?
 - Werbung für E-Mobilität (Auto, Bus, Bahn, Fahrrad, Lastenrad,...)

- 2) Wo liegen die konkreten Aufgaben im Bereich der E-Mobilität (Verbesserung der Koordination von Maßnahmen zur E-Mobilität, E-Ladesäulen, E-Car-Sharing)?
 - Verbesserung der Ladeinfrastruktur für E-Busse, Fahrräder an Radwegen
 - Ausbau der erneuerbaren Energien, damit die E-Mobilität sauber ist
 - Umweltverträglichkeit überprüfen

- 3) Welche Erfahrungen gibt es schon im diesem Bereich im Hohenlohekreis?
 - Öffentliche Ladeinfrastruktur wird wenig benutzt, es wird eher von Bürgern privat zu Hause geladen
 - Schnell-Ladesäulen sind wichtig (nicht Standort P+R Westernach)
 - Ladeinfrastruktur ist wünschenswert an folgenden Standorten: Parkhäuser, Gaststätten, Sehenswürdigkeiten, Autobahnen (Schnell-Ladesäulen), Supermärkte, zentrale Plätze
 - Produktauslieferungen sind zu kurz, um elektrisch nachzutanken

- 4) Welche Aktivitäten wären wichtig zur Stärkung der E-Mobilität im Hohenlohekreis?
 - Bewusstseinsbildung für Car-Sharing
 - Übernahme der E-Mobilität, Car-Sharing in die Landesbauordnung (LBO)
 - Öffentliche Ausweisung von Parkplätzen für E-Fahrzeuge
 - Unterstützung von Car-Sharing kreisweit in allen Kommunen (finanziell und personell)
 - Anschlussmobilität ausbauen z.B. Fahrradverleih an Bahnhöfen

Handlungsfeld Daseinsvorsorge

Projektgruppe Dorfläden: Entwicklung eines vorbereitenden Dorfladenkonzepts und Vorbereitung der Umsetzung eines Pilotprojektes

Bestandsaufnahme: Wo gibt es Dorfläden im HOK?

- Schöntal-Oberkessach
- Öhringen-Michelbach

Was macht einen guten Dorfladen aus?

- Bürgerschaft, die dahinter steht (Identifizierung mit dem Dorfladen als wichtigster Punkt)
- Regional Produkte im Angebot
- Nutzungskombination zur Steigerung der Besucherfrequenz
 - o Zusammenfassung von DL unter einem Dach: Post, Lebensmittel, etc.
 - o Aber: „nicht verzetteln“. Nicht zu viele DL anbieten. Als Beispiel wurde hier ein Lieferservice genannt, der schnell zu zeit- und ressourcenintensiv für die Mitarbeiter werden kann
 - o Bedarf an DL die ein Dorfladen abdecken kann ist individuell in jedem Ort zu ermitteln -> Durch Befragung herauszufinden.
- Soziale Funktion: Treffpunkt. Dorfläden erfüllen auch diese Funktion.

Wie kann sich der Kreis einbringen?

- Erstellung einer kreisweiten Analyse: Wo wäre ein sinnvoller und notwendiger Dorfladen-Standort?

+

- Abfrage bei BM: gibt es Initiativen in Ihrer Kommune?

Bürger/ Vereine die einen Dorfladen errichten wollen aber aus unterschiedlichen Gründen nicht zur Umsetzung kommen

+

- Außerdem wäre die Erstellung einer Dorfläden-Datenbank sinnvoll um einen Überblick zu haben: Wo existieren noch Dorfläden? Wie lange existieren diese noch?

Diese Maßnahmen wären der erste Schritt und hätten einen erfassenden Charakter.

Wenn es dann in die konkrete Umsetzung geht, kann sich der Kreis folgendermaßen einbringen:

- Vermittlung von Förderprogrammen (z.B. LEADER)
- Beratung, Hilfe bei Antragstellung
- Unbürokratische Hilfe bei Genehmigungen
- Wichtig ist aber, dass die Initiative aus der Bürgerschaft vor Ort kommt und von dieser getragen wird. Ein Dorfladen kann nicht „von oben herab“ delegiert entstehen.

Sonstiges:

- Diskutiert wurde auch die Alternative „Aufstellung von Regiomaten“. Auch diese haben Potenzial zur GV beizutragen, jedoch sind die Standorte mit Bedacht zu wählen. Auch erfüllen diese nicht alle Dorfladen-Funktionen und haben nur ein begrenztes Sortiment.
- Auch wurde das Thema „Regionalität“ angesprochen. Dorfläden sollten einen klaren Fokus auf regionalen Produkten haben, sollten aber auch gängige Alltagsware verkaufen („Die gute Mischung machts“). In diesem Zusammenhang wurde auch die Vorbildfunktion des HOK angesprochen – auch dieser sollte möglichst Regionale Produkte unterstützen und dies nach außen vertreten.

Handlungsfeld Landschaft und Flächennutzung

Gesprächsrunde Flächennutzung: Klärung von gemeinde- und naturraumübergreifenden Schwerpunkten der Flächennutzung und der Voraussetzungen für ein Konzept für das Flächenmanagement mit allen Nutzungen

Rahmenbedingungen

- Es gibt einen sehr großen Nutzungsdruck auf die vorhandene Fläche
- Planungshoheit der Gemeinden
- Flächenmanagement geht nur freiwillig gemeindeübergreifend
- Flächenmanagement auf Kreisebene Wunschenken
- Landkreis könnte einen Prozess unterstützen
- Es ginge um einen (Interessen-)Ausgleich für unterschiedliche Leistungen der Gemeinden

Nutzungsdruck, Qualitäten der Flächen im Hohenlohekreis und Anforderungen an die Flächen

- Sehr großer Nutzungsdruck: Wohnen, Gewerbe, Landwirtschaft, Energie
- Außerdem gibt es wertvolle Naturschutzflächen in vielen Teilen des Kreises, nicht nur in den Talgebieten
- Kulturlandschaftserhalt ist wichtig – Insektensterben ist nur ein Argument für diese Forderung
- Besonders groß ist der Druck auf landwirtschaftliche Flächen
- Landwirtschaftliche Flächen weisen im Hohenlohekreis häufig auch eine hohe Bodengüte auf
- Landwirtschaftliche Flächen mit hoher Bodengüte werden von Seiten des Landwirtschaftsamtes als Vorrangflächen für Landwirtschaft deklariert, was jedoch im Zweifel kein Bauvorhaben verhindern kann
- Eine wesentliche Frage, die an ein Konzept zum Flächenmanagement gestellt wird, wäre also, wie besonders sparsam mit landwirtschaftlicher Fläche umgegangen werden kann

Ausgleich und Ausgleichsmaßnahmen als Bestandteile eines zukünftigen Konzepts

- Auf landwirtschaftlichen Flächen soll auch immer ein Ausgleich für Eingriffe in Natur und Landschaft nach dem Bundes-Naturschutzgesetz stattfinden
- Landwirtschaftliche Flächen sind in doppelter Hinsicht einem hohen Nutzungsdruck unterworfen: sie werden sowohl für Baumaßnahmen als auch für Ausgleichsmaßnahmen gebraucht
- Die Waldfläche hat in der Vergangenheit zugenommen. Deshalb wäre die Frage, ob der Wald auch in Ausgleichsmaßnahmen einbezogen werden könnte

Weitere zukunftsweisende Bestandteile eines Konzepts und Instrumente des Flächenmanagements

- Auf kommunaler Ebene wird schon viel unternommen, mit Fläche sparsam umzugehen
- Aktive Bodenpolitik der Gemeinden ist möglich: Rückkauf von Flächen durch die Gemeinden zur Baulandentwicklung und Vertragsabschluss zwischen Erschließungsträgern und Eigentümern bei Baulandentwicklung
- Baugebote und einzuhaltende Fristen für das Bauen als Instrument, wenn die Gemeinde Bauland verkauft
- Innenentwicklung: gezielt innerörtliche Flächen entwickeln
- Ortsflurneueordnung als wichtiges Instrument für die Entwicklung innerörtlicher Flächen

- Zwischengemeindliche Einigung, gleichartig genutzte Flächen zusammenzufassen
 - Gewerbeflächennutzung interkommunal organisieren, Wohnen weiterhin örtlich organisieren
- Gewerbeflächen
- Gewerbegebietsentwicklungen als größere zusammenhängende Flächen
 - Gewerbegebiete mit Nachbarn gemeinsam entwickeln
 - Wo macht ein großflächiges Gewerbegebiet im Hohenlohekreis Sinn?

Verantwortliche Akteure

- Gemeinden mit ihren VertreterInnen, vor allem den BürgermeisterInnen und GemeinderätInnen
- Kommunale Verbände, v.a. Gemeindetag

Handlungsfeld Wohnen

Projektgruppe „Lebendige Dörfer für Jung und Alt“: Stärkung der Innenentwicklung in den Dörfern des Hohenlohekreises

1. Aspekte:

a) Was könnte ein Leerstandskataster leisten?

- Leerstand von landwirtschaftlichen Gebäuden festhalten
- Bestandsaufnahme von bewohnbarem und unbewohnbarem Leerstand
- Eigentumsverhältnisse klären
- Was heißt Leerstand?
- Widerspruchsrecht der Eigentümer?
- Dialog mit betroffenen Eigentümern
- Flexibles Wohnen (Einliegerwohnungen sind teilw. ein Problem)
- Klare Zieldefinition im Leerstandskataster
- Frage nach der grundsätzlichen Philosophie „Stärkung der Ortskerne“
- Plattform ‚HOKIS‘ zur Darstellung des Leerstandskatasters nutzen

b) Wo gibt es gelungene Beispiele für innerörtliches Wohnen im HOK?

- Z.B. Künzelsau-Gaisbach und Dörzbach-Hohebach; sind Beispiele mit positiven und negativen Seiten
- ELR-Programm

c) Was kann man aus diesem Bsp. für die Zukunft und für andere Orte lernen?

- Schaffung von Wohnraum
- Dorfflurneuordnung

d) Mit welchen Maßnahmen/Projekten kann das Wohnen und Leben im Ortskern gestärkt werden?

- Attraktivität des Ortskerns bewerben
- Imagekampagne

- Imagefilm „Schöner Wohnen im HOK“
- Mehr Geld vom Land
- Marketing

e) Wie müsste ein entsprechendes Projekt gestaltet werden?

- Anlaufstelle schaffen
- Ganzheitliche Unterstützung
- Wertschätzung für starke Ortskerne bei allen Kommunen schaffen
- Gelungene Projekte bei Bürgermeistern vorstellen
- Auch BRD-weite Projekte recherchieren und vorstellen

f) Andere Aspekte:

- In manchen Häusern wohnt z.T. nur eine Person
- Neue Wohnformen prüfen

2. Vorgehen der Projektgruppe

- Wer finanziert Projektgruppe/Projekte?
- Ansprechpartner im Landratsamt
- Landrat sollte Personal zur Verfügung stellen
- Experten in Projektgruppe (für Architektur, Rechtsfragen, Datenschutz)
- Betroffene Bürger sollten ebenfalls in einer Projektgruppe sein
- Ingenieurbüros, Stadtentwickler sollten generell beratend für die Projektgruppe zur Verfügung stellen
- Ortskernbewohner und Bewohner von Baugebieten sollten in der Projektgruppe sein
- Liste von Experten für Projektgruppe
- Gute Projekte/Bsp. sollten den Gemeinden vorgestellt werden
- Auch andere Landkreise in Baden-Württemberg konsultieren
- Treffen 2-4 Mal im Jahr à 2-3 Stunden

Handlungsfeld Gemeinschaft

Projektgruppe „Dorfgemeinschaft 2.0“: Ehrenamtstag mit fachlicher Information, Börse und Preisverleihung“ sowie „neue Aktionsformen / Gewinnung für das dörfliche Engagement)

Negative Entwicklungen:

- Kooperation ist schwierig (zwischen Vereinen etc.)
- Kirchenstrukturen etc. werden abgebaut
- zu wenig Bereitschaft in Ehrenamt / Verein, kein Nachwuchs
- fehlende Wertschätzung für engagierte Bürger
- Honorare versus Steuerrecht (geringe Bezahlung für Tätigkeiten lohnen sich steuerrechtlich nicht)

Mögliche Lösungsansätze:

- Zentrale Verwaltung für mehrere Vereine
- Hauptamtliche Unterstützung
- Beratende Funktion des Kreises
- Gemeinschaft spüren > erfordert hohe Kompetenz bei Unterstützung / Führungsebene
- Kinder und Jugendliche werden heutzutage (nur) über Schule für Jugendarbeit erreicht
- Übernahme von Versicherungsleistungen / Beratung in Steuerfragen
- Ehrenamtliche werden künftig stärker über Projekte gewonnen
- Ehrenamtliche Tätige „pflegen“
 - o Nachmittagsangebote
 - o Senioren-/Bürgerbus
 - o Ansprechen fitter Senioren
- Betroffenheit und Solidarität
 - hier sind Menschen bereit, auch ihre geringe Zeitressourcen einzubringen
- Persönlichkeit / Charisma sind wichtig für die Gewinnung von Ehrenamtlichen
- Preisverleihung für gelungen Projekte für Jung und Alt
- Ehrenamtstagung
 - o Austausch, Vernetzung
- Dorfprojekt zwischen Jung (Kiga/Schule) und Alt (Senioren)
- Regelmäßige Treffen für Ehrenamtliche
- Verschiedene kommunale Aktionen und Projekte vereinen
- Fachvortrag (z.B. zu rechtlichen Fragen), Preisverleihung (z.B. für neue Ideen), Ehrenamtsbörse

Fragen:

- Stellenwert Kirchengemeinde?
- Wertschätzung ehrenamtlicher Tätigkeit?
- Besuchsdienste?
- Vernetzung?
- Wie können Jugendliche motiviert werden?

Weiteres Vorgehen:

Das eigentliche Thema einer potenziellen Projektgruppe ist noch unklar. Es schwankt zwischen „Ehrenamtstag mit fachlicher Information, Börse und Preisverleihung“ und „neue Aktionsformen / Gewinnung für das dörfliche Engagement“. Nach anfänglichem Zögern haben sich einige Personen gefunden, die weiter über den klar festgestellten Handlungsbedarf nachdenken wollen.

Handlungsfeld Kreisidentität

Projektgruppe Marke Hohenlohe: eine Marke entwickeln und Markenbildungsprozess anstoßen

Woran denken Außenstehende, wenn sie an Hohenlohe denken:

- Landwirtschaft
- Weinbau
- Würth

Hohenlohe hat aber noch mehr zu bieten: / Alleinstellungsmerkmale & Besonderheiten des HOK:

- Heimat
- Viele Weltmarktführer & Hidden Champions
- Vollbeschäftigung
- Schöne Landschaft
- Gute Ausbildungsmöglichkeiten
- Tourismus
- Viele und wachsende Kulturangebote (insbesondere Kultursommer)

ABER (Aspekt, der bei der Markenbildung beachtet werden sollte):

- Es entspricht nicht dem Hohenloher Naturell zu prahlen, eher:
- Hohenloher Understatement

Deshalb braucht es...

- Mut sich zu präsentieren
- „Tu was Gutes und sprich darüber!“ bzw. „Sei eine tolle Region und versteck Dich nicht!“

Zentrale Frage, die geklärt werden muss:

- Hohenlohe oder Hohenlohekreis
 - o Soll mit einer oder zwei Marken geworben werden?
 - o Darf/Soll der Hohenlohekreis mit Hohenlohe werben? Am Tisch war die Stimmung dahingehend, dass man mit Hohenlohe werben kann, denn:
 - o Man fühlt sich als Hohenloher, aber identifiziert sich nicht ohne weiteres mit dem Hohenlohekreis
 - o Zielvorstellung könnte EINE Dachmarke Hohenlohe sein, die alle bisherigen Marken und Logos von Gebietskörperschaft, Wirtschaftsförderung, Tourismus etc. vereint

Zu beachten ist auch:

- Konflikt/Rivalität zwischen Künzelsau und Öhringen (KÜN vs. ÖHR)
- Diversität: Der Hohenlohekreis besteht je nach Betrachtung aus drei bis vier Teilräumen
- Kleiner (kleinster) Landkreis mit großen Stärken
- Kleinheit muss als Chance / Stärke begriffen werden

Die Frage, ob das Fürstenhaus Hohenlohe noch relevant ist und evtl. Markenrepräsentant sein könnte, wurde sowohl in der Kleingruppe als auch bei der Vorstellung im Plenum eher abgelehnt.

Zielgruppe:

- (junge) Familien
- Fachkräfte
- Konsumenten (Kennzeichnung regionaler Produkte)
- Was nach außen gut ist/wirkt, ist auch nach innen (für die HOK-Bevölkerung) gut. Und umgekehrt.

Wie könnte ein passender Slogan lauten:

- „Hier stimmt's“
- „Hohenlohe – Perlenregion in Württemberg“
- Generell Perlen-Thematik
- „Hohenlohe Stark. Schön. Dahoim.“

- „Hohenlohe – Lust am Leben“
- Die Kappe, die nach der gemeinsamen Hilfe nach der Jagst-Katastrophe an die Feuerwehren im Kreis verteilt wurde, hat gut funktioniert und ein Gemeinschaftsgefühl im ganzen Kreis aufkommen lassen

Handlungsfeld Bildung

Gesprächsrunde „Bildung und Wirtschaft“: Potenzial des Kreises im Zusammenspiel zwischen Bildung und Wirtschaft nutzen, erhalten und weiterentwickeln

Vernetzung Schulen:

Während der Diskussion tauchten immer wieder die Stichworte „gemeinsam Bildung denken“ und „alle Beteiligten sollten an einem Strang ziehen“ als übergeordnete Ziele der Schulentwicklung im Hohenlohekreis auf.

1. Zu welchen Fragen / Themen macht Vernetzung Sinn?

- Sicherung der Berufsschule + Hochschule
- Neue Lernformen, bspw. E-Learning
- Verbindung zwischen Wirtschaft und Bildung
- Eltern und SchülerInnen informieren, welche Möglichkeiten der Bildungswege es im Hohenlohekreis gibt → Transparenz schaffen
- Gewährleistung des Transports der SchülerInnen in die Schulen
- Werbung für Bildungswege im Hohenlohekreis

2./3. Was könnte zur Vernetzung der Einrichtungen getan werden? Was und wen braucht es, um die Vernetzung in die Wege zu leiten? Inwieweit könnte bzw. sollte sich die Bildungskonferenz damit beschäftigen?

- Runder Tisch „Schulen und Wirtschaft“ des Landrats = Fortsetzung der Bildungskonferenz, bspw.: Lernfabrik 4.0
- (Regelmäßiges) Treffen zwischen Firmen und Schulleitern mit dem Landrat

4. Frage: Inwieweit sind hier Fragen der weiteren Schulentwicklung im Hohenlohekreis relevant?

- Aus Sicht des/r Schülers/in denken: „Was ist der beste Bildungsweg für den/die Schüler/in?“
- Kreisschulentwicklungsplan: gemeinsame Schulpolitik für die Schulen im Hohenlohekreis, um auch hier „gemeinsam Bildung denken“ und „alle sollen an einem Strang ziehen“ umzusetzen

Gesprächsrunde:

Schließlich haben sich alle Teilnehmenden der Tischgruppe dazu entschlossen, an einer zukünftigen Gesprächsrunde teilzunehmen. Allerdings soll hier das Thema „Das Potenzial des Kreises im Zusammenspiel zwischen Bildung und Wirtschaft nutzen, erhalten und weiter entwickeln“ näher erörtert werden.

Handlungsfeld Wirtschaft

Projektgruppe Willkommenskultur: Willkommenskultur für Fachkräfte und ihre Partner, für potenzielle Gründer und Jung-Unternehmer bzw. Startups aus anderen Regionen

- Welche weichen Standortfaktoren/Alleinstellungsmerkmale könnten für die Zielgruppen interessant sein?
 - Anmerkung: Gruppe möchte nicht nur „weiche“ Standortfaktoren hervorheben
 - Region der „hidden champions“
 - Wirtschaft nicht beschränkt auf die zwei bis drei bekanntesten Firmen
 - Alleinstellungsmerkmal vielfältige Arbeitsmöglichkeiten: „Wenn man den Arbeitgeber wechseln möchte, muss man nicht gleich umziehen.“
 - Mögliche Schwäche: Arbeitsmarkt konzentriert auf bestimmte Branchen
 - Dennoch Vielfalt von Branchen in der weiteren Umgebung (Heilbronn, Stuttgart)
 - Zielgruppen haben Interesse an schnellem Internet: Ausbau fördern!
 - Gehälter und Lebenskosten stehen im HOK in günstigem Verhältnis
 - Aufräumen mit Vorurteil, dass ländlicher Raum hinterherhinkt
 - Der HOK bietet hohe Lebens- und Aufenthaltsqualität
 - Eigenes Kulturangebot sowie das der benachbarten Metropolregionen Stuttgart, Würzburg und Nürnberg sehr gut
 - Zugezogenen soll nicht langweilig werden
 - Gründungen sollen verwaltungstechnisch einfacher werden
 - Zielgruppe muss spezifiziert werden
 - Vielleicht nicht auf die Jüngsten, sondern die Generation 30+ konzentrieren
 - HOK gerade für junge Familien attraktiv: Immobilien noch verhältnismäßig erschwinglich, ausreichende Betreuungsplätze
 - Die Entscheidung für den Arbeitsort fällt der/die Partner/in mit
 - Leider zieht es junge Frauen weniger in den HOK, vermutlich wegen der männlich dominierten Branchen (kaum Frauen in den Aufsichtsräten)
- Wie könnte ein Willkommenspaket für junge High Potentials aussehen?
 - Begleitprogramm für Partner/innen bei Bewerbungsgesprächen
 - Partner/innen werden Vorzüge des HOK vorgestellt (Schulen, Wohnen, berufliche Beratung)
 - Zugezogene werden durch Immobilienservice unterstützt
 - Förderprogramm für Mitarbeiterwohnungen
- Was müsste ein Kümmerer für Fachkräfte tun und welche Kompetenzen müsste er/sie mitbringen?
 - Kümmerer muss Region kennen, gut vernetzt und empathisch sein
 - Es braucht eigentlich zwei Kümmerer:
 - ein Kümmerer für zugezogene Fachkräfte (gezahlt durch Unternehmen)
 - ein Kümmerer für Gründer/innen innerhalb der Verwaltung
 - Flexible Verfügbarkeit