

# HEIMAT WESTFALEN

A detailed paper model of a village scene. The model features several buildings with red, yellow, and white facades and roofs. A prominent church with a tall steeple and arched windows is on the right. Utility poles with yellow power lines are scattered throughout the scene. The background shows more buildings and a dark sky.

Ausgabe 2 / 2020

**KONZEPTE ZUR NAHVERSORGUNG  
IN LÄNDLICHEN RÄUMEN**

# INHALT

- 3** Editorial  
**KONZEPTE ZUR NAHVERSORGUNG IN LÄNDLICHEN RÄUMEN**
- 4** **PATRICK KÜPPER**  
Nahversorgung in ländlichen Räumen
- 14** **GÜNTER LÜHNING**  
Netzwerk der Dorfläden.  
Eigeninitiative statt Unterversorgung
- NEUE MITGLIEDER IM WHB**
- 17** Heimatverein Wulfen 1922 e.V.
- 18** **FRAUKE HOFFSCHULTE UND HERMANN LASTRING**  
„Unser Laden“ in Welbergen wird Dorfladen des Jahres 2020
- 20** **STEFFEN HESS**  
Die Digitale-Dörfer-Plattform. Projekt untersucht Herausforderungen ländlicher Regionen in Bezug zur Digitalisierung
- 24** **FRAUKE HOFFSCHULTE**  
Lozuka.Siegen und Lozuka.Emsaue – Plattform-Beispiel für lokalen E-Commerce in Westfalen
- JUNGES ENGAGEMENT**
- 28** „Gehen oder bleiben?“ – Kultur als Faktor für Heimatbindung von Jugendlichen
- 30** Empfehlungen im Nachgang zur 13. OWL-Kulturkonferenz
- MEINE HEIMAT WESTFALEN**
- 31** Hans-Heinrich Klußmann
- FOREN UND UNTERSTÜTZERNETZWERKE**
- 32** Vorstellung Forum „Natur und Umwelt“ im WHB
- 33** Vorstellung Forum „Niederdeutsche Sprachpflege“ im WHB
- AUS GESCHÄFTSSTELLE UND GREMIEN**
- 34** Gremiensitzungen von Vorstand und Verwaltungsrat am 11. März 2020 in Münster
- 35** Erreichbarkeit der WHB-Geschäftsstelle in Zeiten von Corona
- 35** Dank und Abschied. Thomas Auf der Landwehr verlässt den WHB

## SERVICEBÜRO WHB

- 36** Umgang mit Zahlungsaufforderung für Transparenzregister-eintrag seitens der Bundesanzeiger Verlag GmbH

## WHB-PROJEKTE

- 38** WHB-Kooperationsprojekt bringt interaktives Kinder-Theater ins Dorf
- 39** Gesucht: Dorfideen mit Weitblick

## WANDERN IM MÜNSTERLAND

- 40** Der WHB-Kinderwanderpass ist da!

## ENGAGIERT VOR ORT

- 41** Heimatmacher-Praxisbeispiele aus Ihrer Arbeit

## AUSSTELLUNGEN UND MUSEEN

- 45** Wanderausstellung „Vom Weggehen und Ankommen“ soll weiter auf die Reise gehen

## PREISE UND AUSSCHREIBUNGEN

- 46** Veröffentlichung Förderprogramm „Dorferneuerung 2021“ mit Sonderaufruf „Feuerwehrrhäuser in Dörfern 2021“

## DANK UND ANERKENNUNG

- 47** Reinhard Gämlich
- 48** Prof. Dr. Alwin Hanschmidt

## NEUERSCHEINUNGEN

- 49** Sauerländer Platt
- 49** Ziegeleien in Recklinghausen

## BUCHBESPRECHUNGEN

- 50** Kleine Sammlung fränkischer Dörfer

HEIMAT WESTFALEN ISSN 2569-2178 / 33. Jahrgang, Ausgabe 2/2020

Herausgeber: Westfälischer Heimatbund e.V. · Kaiser-Wilhelm-Ring 3 · 48145 Münster.

Verantwortlich im Sinne des Presserechts: Dr. Silke Eilers

Telefon: 0251 203810 - 0 · Fax: 0251 203810 - 29

E-Mail: whb@whb.nrw · Internet: www.whb.nrw

Schriftleitung: Dr. Silke Eilers

Redaktion: Dr. Silke Eilers, Dörthe Gruttmann, Frauke Hoffschulte, Sarah Pfeil, Astrid Weber

Layout: Gaby Bonn, Münster

Druck: Druck & Verlag Kettler GmbH, Bönen

Für namentlich gezeichnete Beiträge sind die Verfasser persönlich verantwortlich.

Diese Zeitschrift erscheint im Februar, April, Juni, August, Oktober, Dezember.

**Titelbild:** Schülerbastelarbeiten zum Thema „Schule macht Strom“ auf dem Schulfest der Wiehagenschule (Städtische Katholische Grundschule) in Werne anlässlich der Installation von Solarzellen auf dem Schuldach

Foto/ Christoph Steinweg © LWL-Medienzentrum für Westfalen



Gefördert von:



Für die Menschen.  
Für Westfalen-Lippe.



# EDITORIAL

*Liebe Leserinnen und Leser,*

**S**eit nur wenigen Wochen erleben wir, wie das Coronavirus unser gewohntes Leben verändert. Nichts scheint mehr, wie es war. Unser Blick auf die Welt hat sich gewandelt; Prioritäten haben sich zwangsläufig verschoben. Neben all den Sorgen um Familie, Freunde und Nachbarn oder die Bewältigung des Alltags erfahren wir jedoch auch an vielen Stellen sehr viel Kreativität in neuen Formen des Miteinanders und beeindruckenden Einsatzwillen für andere. Dies stimmt optimistisch im Hinblick auf den Zusammenhalt in der Gesellschaft und gelebte Menschlichkeit.



Foto/ Greta Schüttemeyer

Die Stärken der Heimatakteurinnen und -akteure sind seit jeher aktive Solidarität und ein langer Atem im Einsatz für Menschen, Kultur und Natur. Dafür steht auch die Heimatbewegung in Westfalen. Gemeinsam werden wir uns auf diese Fähigkeiten besinnen und diese besondere Lage bewältigen. Denn nur gemeinschaftlich können wir alle aktiv unseren Beitrag dazu leisten, die Ausbreitung des Coronavirus zu verhindern und Menschenleben zu schützen.

Ihre ehrenamtliche Arbeit ist eine tragende Säule der Gesellschaft und das Aussetzen der Aktivitäten schmerzlich für alle Beteiligten, gleichwohl unverzichtbar. Auch wir werden schweren Herzens den diesjährigen Westfalentag am 22. August absagen und die Mitgliederversammlung zu einem späteren Zeitpunkt in 2020 nachholen.

Gerne möchten wir Ihnen in diesen schwierigen Zeiten mit der aktuellen Ausgabe der Verbandszeitschrift die Gelegenheit geben, auch andere Themen in den Blick zu nehmen. Die zweite *Heimat Westfalen* legt im Themenjahr „Zukunft der Dörfer“ den Fokus auf den Aspekt Nahversorgung. Den Auftakt bildet ein Beitrag von Dr. Patrick Küpper vom renommierten Thünen-Institut, welcher Erkenntnisse aus einem Forschungsprojekt zur Dynamik der Nahversorgung im ländlichen Raum präsentiert. Günter Lühning berichtet aus der Perspektive des bundesweiten Netzwerks multifunktionaler Dorfläden, während Frauke Hoffschulze und Hermann Lastring den zum Dorfladen 2020 gekürten „Unser Laden“ in Welbergen vorstellen. An zukunftsfähigen digitalen Entwicklungen arbeitet Steffen Hess vom Fraunhofer-Institut für Experimentelles Software Engineering. Zudem beleuchtet Frauke Hoffschulze ein Plattform-Beispiel für regionalen E-Commerce.

Auf den Serviceseiten der Zeitschrift stellen wir unter anderem noch einmal ausführlich unser Kooperationsprojekt „Dorfideen mit Weitblick“ mit dem *Wochenblatt für Landwirtschaft und Landleben* vor. Mitmachen ist erwünscht! Zudem ist unser neuer, kostenlos erhältlicher Kinder-Wanderpass da.

Viel Freude bei der Lektüre und bleiben Sie gesund!

Herzliche Grüße

Ihre Dr. Silke Eilers  
Geschäftsführerin des WHB

Die Gasse „Hahnenhook“ im historischen Ortskern von Legden

Foto/ Martin Albermann © LWL-Medienzentrum für Westfalen

# NAHVERSORGUNG IN LÄNDLICHEN RÄUMEN

VON PATRICK KÜPPER

	Durchschnittliche Entfernung der bewohnten Zellen in Metern	Median der Entfernung der bewohnten Zellen in Metern	Bevölkerungsgewichtete durchschnittliche Entfernung in Metern	Anteil der Bevölkerung mit weniger als 1 km Entfernung in Prozent
Deutschland insgesamt	2.982	2.319	1.456	58,6
Ländliche Räume insgesamt	3.259	2.710	1.895	47,8
sehr ländlich/ weniger gute sozioökonomische Lage	3.767	3.279	2.332	42,8
sehr ländlich/ gute sozioökonomische Lage	3.069	2.672	1.939	44,5
eher ländlich/ gute sozioökonomische Lage	2.647	2.142	1.503	52,4
eher ländlich/ weniger gute sozioökonomische Lage	3.175	2.555	1.787	50,9
Nicht-ländliche Räume	1.619	1.146	857	73,3

**Tabelle: Erreichbarkeit des nächsten Lebensmittelgeschäfts in unterschiedlichen Raumtypen**

Grafik/ Quelle: Kokorsch, Küpper, 2019, S. 12.

Seit Jahrzehnten schließen Geschäfte im Einzelhandel und in weiteren Dienstleistungsbereichen in kleineren Orten, sodass von einer flächendeckenden Nahversorgung keine Rede mehr sein kann. Unter Nahversorgung wird allgemein Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs in fußläufiger Entfernung verstanden. Fußläufig bedeutet dabei, wenn Angebote in zehn Gehminuten oder 1.000 Metern erreichbar sind. Zum täglichen Bedarf gehören Lebensmittel, Getränke, Genusswaren und Drogerieprodukte, das heißt all die Dinge, die üblicherweise in Lebensmittelgeschäften oder Drogerien verkauft werden.

## ERREICHBARKEITSANALYSE FÜR UNTERSCHIEDLICHE RAUMTYPEN

In einer aktuellen Untersuchung wurde die Erreichbarkeit zum nächstgelegenen Lebensmittelgeschäft für unterschiedliche Raumtypen Deutschlands analysiert. Die Berechnung zeigt, dass die Einwohner Deutschlands durchschnittlich ca. 1,5 km zum nächsten Geschäft zurücklegen müssen (siehe vorletzte Spalte der Tabelle). In ländlichen Räumen beträgt diese Entfernung Ende 2017 etwa 1,9 km, in Verdichtungsräumen liegt sie bei etwa 850 m. Zudem weisen die Ergebnisse darauf hin, dass die Distanz zum nächsten Laden mit der Ländlichkeit des Wohnortes, das heißt mit abnehmender Besiedlungsdichte und zunehmender Abgelegenheit von größeren Zentren, zunimmt. Gleichzeitig verbessert

sich mit der sozioökonomischen Lage in einer Region auch die Erreichbarkeit. Die Erreichbarkeitsanalyse zeigt auch, für welchen Anteil der Bevölkerung die Nahversorgung nicht gesichert ist, das heißt, für den das

*Im ländlichen Raum ist laut der Studie über die Hälfte der Bewohner mehr als 1 km vom nächsten Lebensmitteleinzelhandel entfernt.*

nächste Lebensmittelgeschäft weiter als einen Kilometer entfernt liegt (siehe letzte Spalte der Tabelle).

Im Ergebnis gelten deutschlandweit gut 40 Prozent der Bevölkerung als nicht nahversorgt. In den Verdichtungsräumen trifft dies auf gut ein Viertel der Bewohner zu, während in den ländlichen Räumen mehr als die Hälfte der Bevölkerung nach diesem Kriterium als unterversorgt gilt.

Etwas ältere Ergebnisse einer Bevölkerungsbefragung zeigen zudem, dass der Anteil derjenigen, die einen Laden zu Fuß innerhalb von 10 Minuten nicht erreichen können, von 1997 bis 2010 von 13 auf 19 Prozent gestiegen ist (Sturm, Walther, 2011: 6). Die Anteile nicht versorgter Bewohner lagen in den kleineren Gemeinden jeweils deutlich über diesem bundesweiten Durchschnitt.

## FUSSLÄUFIGKEIT IST NUR EIN KRITERIUM UNTER VIELEN

Allerdings müssen die Verbraucher, die in den unterversorgten Gebieten leben, die fehlenden Angebote nicht

**Nach fast zweijähriger Vorbereitungszeit wurde am 10. November 2016 der Dorfladen „Insen Laare“ in Bad Berleburg-Elsoff eröffnet, ein Gemeinschaftsprojekt von 90 Gründungsmitgliedern und 20 ehrenamtlich tätigen Frauen und Männern.**

*Foto/ Patrick Schulte © IWL-Medienzentrum für Westfalen*



unbedingt als Problem wahrnehmen. So zeigen standardisierte Befragungen, dass selbst in Orten ohne eigene Angebote nur geringe Bevölkerungsanteile tatsächlich unzufrieden mit der Versorgungssituation sind. Die Auswertung von Ergebnissen aus dem Jahr 2010 veranschaulichen dies (eigene Berechnung mit Daten von Böltgen et al., 2013). Selbst das Viertel der Befragten in Orten mit weniger als 20.000 Einwohnern, die kein Geschäft fußläufig erreichen konnten, bewerteten die Einkaufsmöglichkeiten im Mittel weder gut noch schlecht. Demgegenüber bewerteten die Befragten, die eine Einkaufsmöglichkeit zu Fuß erreichen konnten, die Nahversorgung im Mittel als gut und damit deutlich besser. Trotzdem gibt es auch bei vorhandenem Angebot eher bis sehr schlechte Bewertungen (6,2 Prozent) und bei fehlendem Angebot eher bis sehr gute Bewertungen (46,1 Prozent) der Einkaufsmöglichkeiten. Diese Ergebnisse verdeutlichen, dass die fußläufige Erreichbarkeit von Nahversorgungsangeboten nur ein Bewertungskriterium unter vielen ist. Hinzu kommen Auswahl, Preis, Qualität der Waren, Öffnungszeiten oder Möglichkei-

ten, Einkäufe mit anderen Wegen, wie zum Beispiel mit dem Pendeln, zu verbinden.

## UMGANG MIT FEHLENDEN ANGEBOTEN

Zudem hängt die Bewertung auch von den mobilen Möglichkeiten ab, mit einem fehlenden Angebot umzugehen. Gerade in ländlichen Räumen haben viele Verbraucher einen PKW zur Verfügung, oder Verwandte und Nachbarn kaufen für weniger mobile Personen ein bzw. nehmen diese zum Einkaufen mit. Weitere Alternativen bieten Angebotsformen, die die Waren zu den Kunden nach Hause liefern. Dazu zählen mobile Händler von Spezialsortimenten (Tiefkühlprodukte, Backwaren, Fleischer, Gemüseboxen etc.), rollende Supermärkte, Lieferdienste von Läden sowie der Online-Handel. Allerdings sind viele dieser Angebote nicht flächendeckend verfügbar. Weitere Nachteile bestehen in höheren Preisen bzw. Lieferaufschlägen, Mindestbestellwerten, begrenzten Lieferzeitfenstern, beschränkter Auswahl und

## IN LÄNDLICHEN RÄUMEN

fehlender Möglichkeit, die Waren vor dem Kauf genau zu prüfen, was insbesondere bei frischem Obst und Gemüse von Bedeutung ist. Zudem fällt die soziale Funktion, Freunde und Bekannte beim Einkauf zufällig zu treffen, weg.

### ONLINE-HANDEL: KONZEPTE NOCH NICHT AUSGEREIFT GENUG

Oftmals werden die Hoffnungen zur Sicherung der Nahversorgung auf den Online-Handel gesetzt. In der Tat verzeichnet der Online-Lebensmittelhandel starke Wachstumsraten, wenngleich der Marktanteil nach wie vor gering ist (Kokorsch, Küpper, 2019, S. 13–22). Aus heutiger Sicht dürfte aber das Potenzial für ländliche Räume begrenzt sein. Zum einen sind die Kosten bei langen Wegen und wenigen Nutzern überproportional hoch. Zum anderen ist die Zielgruppe der Hochbetagten zumindest aktuell noch weniger vertraut mit der Internetnutzung, und ihr ist der soziale Aspekt des Einkaufens besonders wichtig.

Untersucht man, welche öffentlichen und privaten Dienstleistungen einen Einfluss darauf haben, wie zufrieden die Bürger mit der Versorgungs- und Angebotsituation in ländlichen Räumen sind, stellt man fest, dass Lebensmittelläden die größte Rolle spielen, gefolgt von Ärzten (eigene Berechnung mit Daten von Böltgen et al., 2013). Auch wenn in ländlichen Orten die meisten Menschen mit der Versorgungssituation relativ zufrieden sind, so geben doch über ein Viertel der Befragten an, dass sie hier einen deutlichen oder starken Handlungsbedarf sehen. Dies liegt neben der Solidarität mit weniger mobilen Ortsbewohnern und dem Komfortgewinn bei Ergänzungseinkäufen daran, dass die Nahversorgung nicht nur unter reinen Versorgungsaspekten betrachtet wird, sondern dass sie auch eine soziale Funktion erfüllt. Das bedeutet, dass Einkaufsmöglichkeiten wichtige lokale Treffpunkte sind und dass vorhandene Angebote für den Stellenwert des eigenen Ortes von emotionaler Bedeutung sind. Außerdem organisieren gerade viele Rentner ihren Tagesablauf entlang von fast täglichen Einkäufen und diese Tätigkeit gewinnt an Relevanz, wenn Familienmitglieder und Freunde vor Ort fehlen oder weniger werden und Einsamkeit vermieden werden soll.

### WORIN LIEGEN DIE URSACHEN FÜR VERSORGUNGSPROBLEME?

Seit der Massenmotorisierung in den 1960er-Jahren ist die Mobilität im Sinne von Führerscheinbesitz und PKW-Verfügbarkeit stark angewachsen. Somit erweiterte sich der Radius, in dem Verbraucher Nahversorgungsanbieter aufsuchen konnten, und der vom Wohnort nächstgelegene Laden ist keineswegs mehr der, in dem die Haupteinkäufe getätigt werden. Stattdessen werden die Anbieter aufgesucht, die hinsichtlich Preis, Qualität, Erreichbarkeit und Auswahl am ehesten den eigenen Bedürfnissen entsprechen.

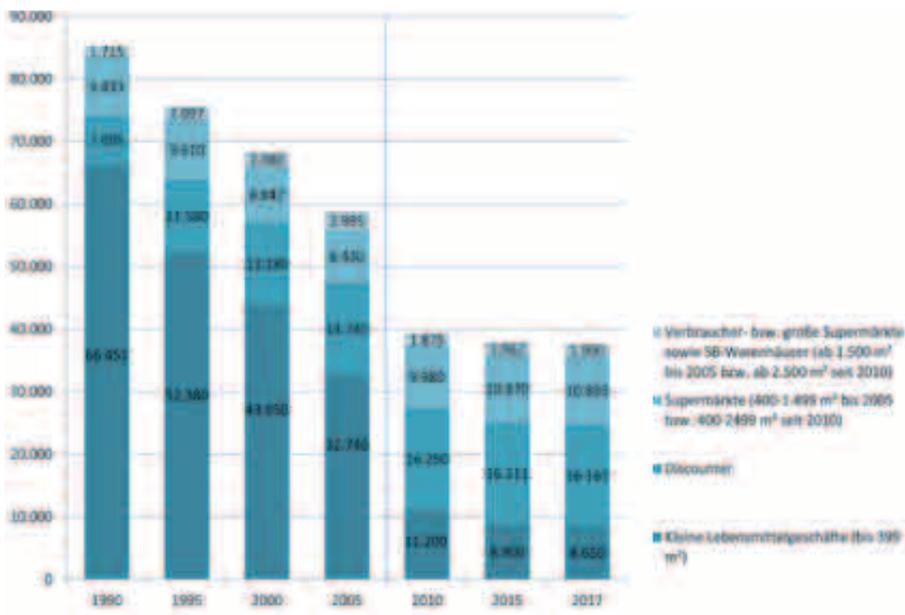
### NOCH BEDEUTET AUTOFAHREN WOHLSTAND UND SELBSTBESTIMMUNG

Darüber hinaus führen steigende Erwerbstätigkeit und Pendeldistanzen dazu, dass viele Verbraucher regelmäßig den Wohnort verlassen und ihren Einkauf mit dem Weg von der Arbeit verbinden. Aber auch die Senioren werden immer mobiler. Auch wenn diese Altersgruppe nach wie vor die am wenigsten mobile ist, so steigen doch Führerscheinbesitz und PKW-Verfügbarkeit ständig an. So sind die aktuellen Rentner mit dem Auto sozialisiert worden und für diese Generation bedeutet Autofahren Wohlstand und Selbstbestimmung, sodass selbst Hochbetagte möglichst lange selbst fahren. Daher dominiert doch gerade in ländlichen Räumen das Auto bei Einkaufswegen.

#### Großparkplatz an einem Supermarkt in Nordwalde, Kreis Steinfurt

Foto/ Günter Weber © LWL-Medienzentrum für Westfalen





**Abbildung: Anzahl der Lebensmittelgeschäfte nach Betriebsformen von 1990 bis 2017.**  
**Anmerkungen:** Verkaufsstellen im Lebensmittel-einzelhandel ohne Spezialgeschäfte und nicht-organisierten Lebensmittelhandel. Zwischen 2005 und 2010 hat das EHI Retail Institute die Definitionen der Betriebsformen verändert, sodass hier ein Bruch in der Zeitreihe entstanden ist und die Werte zwischen 2005 und 2010 nur eingeschränkt vergleichbar sind. Dies betrifft vor allem die Verbrauchermärkte, die durch große Supermärkte ersetzt wurden. Diese Betriebsform beginnt aber erst ab einer Verkaufsfläche von 2.500 qm statt vorher ab 1.500 qm.

Grafik/ Quelle: Kokorsch, Küpper, 2019, S. 4.

Um Größenvorteile zu nutzen, wurden zahlreiche kleinere Märkte in kleineren Orten geschlossen und durch größere in zentraleren Orten verdrängt. So sank die Zahl der Lebensmittelmärkte von 1990 bis 2017 um 55,8 Prozent, die der kleinen Lebensmittelgeschäfte mit weniger als 400 qm Verkaufsfläche sogar um fast 90 Prozent (siehe Abbildung). Auch wenn der Rückgang insgesamt in den letzten 10 Jahren fast zum Erliegen gekommen ist, so ist der Schrumpfungsprozess bei den kleinen Märkten nahezu ungebremst. Neben der Ausdünnung des Standortnetzes ist eine weitere Folge gesteigerter Mobilität, dass viele neue Märkte an für PKW verkehrsgünstigen Lagen entstanden sind, bevorzugt an Ausfallstraßen größerer Orte und mit vielen Parkplätzen. Dadurch steigt die Autoabhängigkeit der Verbraucher, weil Märkte in den Kernen kleinerer Orte und in Wohngebieten geschlossen wurden und die neuen Standorte kaum fußläufig erreichbar sind.

## VERKAUFSFLÄCHE IM LEBENSMITTEL-EINZELHANDEL WÄCHST AUFGRUND DER INDIVIDUALISIERUNG DER LEBENSSTILE

Neben der steigenden Mobilität spielt die Individualisierung als weiterer gesellschaftlicher Trend eine zentrale Rolle. Damit ist gemeint, dass sich die individuellen

Lebensstile zunehmend voneinander unterscheiden. Der Kauf von Lebensmitteln ist dabei ein Weg, um die eigenen Lebensvorstellungen zu realisieren und sich von anderen abzugrenzen. In der Folge wird ein immer breiteres Sortiment nachgefragt. Dazu zählen Bio-, regionale, vegane, Convenience-, Tiefkühl- und Light-Produkte sowie unterschiedliche Markenprodukte, unterschiedliche Packungsgrößen oder Produkte, die ursprünglich nur in anderen Weltregionen konsumiert wurden.

In der Folge wächst die Verkaufsfläche im Lebensmitteleinzelhandel kontinuierlich, obwohl die Zahl der Geschäfte sinkt. In den vergangenen 10 Jahren nahm sie um fast 10 Prozent zu und die durchschnittliche Verkaufsfläche eines Geschäftes stieg von knapp 800 auf knapp 1.000 qm (EHI, 2011 und 2018). Um diese wachsende Produktauswahl anbieten zu können, entstehen zusätzliche Kosten, die durch höhere Umsätze gedeckt werden müssen. Daher benötigen die größeren Märkte auch größere Einzugsbereiche mit mehr potenziellen Kunden. Infolge kommen kleinere Orte mit weniger als 5.000 Einwohnern oftmals nicht mehr als Standort für die großen Handelsketten infrage.

Diese räumliche Konsequenz wird noch dadurch verstärkt, dass die Verbraucher aufgrund zunehmender anderer Verpflichtungen, wie Erwerbstätigkeit, Betreuung von Angehörigen oder bürgerschaftlichen Engagements,

weniger Zeit für Erledigungen aufwenden möchten. Daher sind solche Standorte im Vorteil, an denen sich möglichst alle Einkäufe sowie weitere Erledigungen verbinden lassen und die lange Öffnungszeiten bieten.

### **KAUFKRAFT IST NICHT MEHR LOKAL GEBUNDEN**

Die hohe Mobilität der Verbraucher hat dazu geführt, dass die Kaufkraft nicht mehr lokal gebunden ist. In der Folge können Verbraucher sich die für sie passenden Angebote aussuchen, was zu einer hohen Wettbewerbsintensität führt. In diesem Wettbewerb haben es kleine, häufig unabhängige Lebensmittel Einzelhändler schwer, weil sie aufgrund relativ hoher Kosten für Personal, Miete, Vermarktung und Lieferung kaum ein konkurrenzfähiges Angebot machen können. Wenn ausschließlich die wenig mobilen Verbraucher dort einkaufen und die übrigen lediglich Ergänzungskäufe tätigen, müssen diese Angebote schließen. Die Verbraucher in Deutschland gelten als relativ preissensibel, was den enormen Erfolg der Discounter in den 1990er- und 2000er-Jahren begründet. In den letzten Jahren konnte allerdings beobachtet werden, dass die Qualitätsorientierung der Verbraucher zugenommen hat und sie zunehmend bereit sind, dafür auch höhere Preise zu akzeptieren. Hieraus können neue Potenziale für kleinere Anbieter entstehen, die sich auf hochwertige und regionale Produkte spezialisieren. Inwiefern dies auch eine Option zur Sicherung der Nahversorgung in ländlichen Räumen darstellt, hängt sicherlich immer von den Präferenzen und der Zahlungsbereitschaft vor Ort ab.

Wo die Versorgung fehlt, können sich Bürger zusammenschließen, um ein eigenes Angebot zu entwickeln. Seit einigen Jahren liegen Genossenschaftsmodelle im Trend und es wird aus der Politik und teilweise auch aus der Gesellschaft heraus ein stärkeres Engagement der Bürger gefordert. Daher werden solche bewohnergetragenen Läden, auch Bürgerläden genannt, seit einiger Zeit als zentrale Lösungsmöglichkeit für unterversorgte Dörfer propagiert. Diese Organisationsform soll dazu führen, dass sich die lokalen Verbraucher

mit „ihrem“ Laden identifizieren und verstärkt dort einkaufen, selbst wenn der Preis höher und die Auswahl geringer ist. Eine Befragung von mehr als 100 Dorfläden zeigte 2012, dass bürgerschaftliches Engagement in insgesamt 43 Fällen eine Rolle spielte (Küpper, Eberhardt, 2013). Teils stellen Bürger das Kapital, zum Beispiel in Form von Genossenschaftsanteilen, zur Verfügung, teils arbeiten sie im Betrieb oder im Management ehrenamtlich mit. In einigen Fällen führen Bürger bauliche Maßnahmen in Eigenleistung durch oder gründen einen Förderverein, der den Laden

*„Daher sind solche Standorte im Vorteil, an denen sich möglichst alle Einkäufe sowie weitere Erledigungen verbinden lassen und die lange Öffnungszeiten bieten.“*

finanziell unterstützt. Die Bürgerläden verfolgen nicht primär Gewinnabsichten, sondern versuchen das Waren- und Dienstleistungsangebot so auszurichten, dass es den Bedürfnissen der Verbraucher vor Ort möglichst gut entspricht. So können etwa Genossenschaftsmitglieder an der Sortimentsgestaltung und Preispolitik mitwirken. Die wirtschaftliche Tragfähigkeit soll damit auch in kleineren Orten gewährleistet werden. Wenn sich die Bürger für den Laden engagierten, fanden die Betreiber in der erwähnten Befragung dies meist sehr wichtig für den Aufbau und Betrieb des Ladens. Der Umsatz war bei den Bürgerläden signifikant niedriger als bei den übrigen Läden. Demnach ist das bürgerschaftliche Engagement für das Überleben der Läden an ungünstigen Standorten von großer Bedeutung.

### **KOMBINATION AUS MINDESTUMSATZ UND EHRENAMTLICHER MITARBEIT**

Ein attraktives Angebot zur Grundversorgung erfordert trotz ehrenamtlicher Mitarbeit einen gewissen Mindestumsatz, sodass das Einzugsgebiet nicht beliebig klein sein kann und mindestens etwa 1.000 Einwohner, besser noch 2.000 Einwohner im Ort leben sollten. Eine weitere Grenze dieses Ansatzes besteht darin, dass es schwierig ist, das Engagement der Ehrenamtlichen und Verbraucher nach einer Anfangseuphorie langfristig aufrechtzuerhalten. Hierzu können unter anderem Feste und Sonderaktionen beitragen. Darüber hinaus

erfordern auch Bürgerläden Fachwissen und unternehmerische Kompetenzen, die nicht immer bei den Dorfbewohnern vorhanden sind. Zudem besteht die Gefahr, dass Schlüsselakteure wegfallen oder sich zerstreiten.

## FALLBEISPIEL VERDEUTLICH HERAUSFORDERUNGEN

Um die Möglichkeiten und Grenzen von Bürgerläden zu veranschaulichen, wird ein anonymisiertes Fallbeispiel aus Westfalen vorgestellt.

In einem Dorf mit etwa 1.300 Einwohnern schloss im Herbst 2007 die Metzgerei und damit die letzte Nahversorgungsmöglichkeit (vgl. Küpper, Eberhardt, 2013). Daraufhin formierte sich 2008 eine Bürgerinitiative, der von Anfang an klar war, dass sie keinen privatwirtschaftlichen Betreiber für ein Geschäft in ihrem Dorf finden würde.

Im ersten Schritt wurde eine Machbarkeitsstudie durchgeführt. Der Berater stellte wirtschaftliches Potenzial für einen Laden im Ort fest. Daraufhin wurden die Haushalte des Dorfes nach ihrer Nutzungsabsicht, den gewünschten Zusatzdienstleistungen und ihrer Bereitschaft, sich an einer Trägergesellschaft zu beteiligen, befragt. Die positive Resonanz führte zur Gründung eines Vereins. Mitglieder sollten einmalig mindestens 100 Euro Beitrag entrichten.

Rund 220 Bürger zahlten durchschnittlich 230 Euro, und die Gemeinde beteiligte sich mit einem Anteil von 5.000 Euro, so dass ein Stammkapital von 52.000 Euro zusammenkam. Um die Haftung der Bürger auszuschließen, gründete der Verein den Laden als GmbH. Der Umbau einer geschlossenen Gaststätte zum Ladengebäude kostete rund 30.000 Euro und erfolgte weitgehend ehrenamtlich. Der Ladenbetrieb startete 2010 mit Unterstützung von ehrenamtlichen Kräften.

Innenansicht eines Dorfladens in Niedersachsen

Foto/ Thünen-Institut/ Winfried Eberhardt

**D**em hohen dauerhaften Engagement weniger und dem punktuellen Helfen vieler Bürger stand eine relativ geringe Nutzung gegenüber. Der in der Machbarkeitsstudie prognostizierte Umsatz stellte sich als deutlich zu optimistisch heraus, sodass etwa 10 bis 15 Prozent mehr Umsatz nötig gewesen wären, um den Betrieb des Ladens langfristig abzusichern. Hohe Fixkosten, insbesondere die Stromkosten lagen aufgrund gebraucht gekaufter Kühlgeräte sehr hoch, und die Fleischtheke, üblicherweise ein Garant für eine hohe Marge, lief nicht wie erhofft, sodass viel Frischware entsorgt werden musste. In der Folge mussten zunächst die Öffnungszeiten reduziert und die Frischtheke durch abgepackte Ware ersetzt werden. Damit wurde das Angebot aber unattraktiver, sodass 2013 die Insolvenz folgte.

Anschließend haben engagierte Bürger zusammen mit dem Insolvenzverwalter ein neues Konzept für den Laden erarbeitet. Dabei wurden auch die Bürger

erneut befragt, neue Engagierte gewonnen und Gelder eingesammelt. Zunächst mit stark begrenzten Öffnungszeiten und umfangreichem bürgerschaftlichen Engagement konnte der Betrieb fortgesetzt werden. Die Preise wurden erhöht, regionale und Frischeprodukte mit hoher Marge ins Sortiment aufgenommen und der Laden über Presseberichte, Feste und Sonderaktionen immer wieder im Bewusstsein der Dorfbewohner verankert. Dadurch konnten die Kundenzahl erhöht, der Umsatz gesteigert, die Öffnungszeiten wieder ausgedehnt und ein kleiner Gewinn erwirtschaftet werden. Dennoch bleibt der Fortbestand des Ladens prekär.

Der Laden ist abhängig von motiviertem Personal aus dem Dorf, dem unermüdlichen Engagement weniger und der Spendenbereitschaft der Bürger, um Krisenzeiten durchzustehen oder Erhaltungsinvestitionen zu tätigen, die nicht mit der schwarzen Null finanziert werden können. Gleichzeitig können Verschlechterungen der





### Innenansicht eines Bürgerladens in Bayern

Foto/ Thünen-Institut/ Matthias Seel

Lieferkonditionen oder steigende Strompreise schnell existenzgefährdend werden.

## FAZIT: MEHRSTUFIGES VERSORGUNGSNETZ ANSTREBEN

Angesichts der aktuellen Versorgungssituation und der zugrunde liegenden Trends erscheint es unrealistisch, dass eine flächendeckende Nahversorgung mit stationären Angeboten in ländlichen Räumen möglich ist. Gleichzeitig sollte auch deutlich werden, dass eine solche Versorgung nicht unbedingt nötig ist, weil Bewohner ländlicher Orte keine lokale Rundumversorgung erwarten und Strategien entwickelt haben, mit Angebotsdefiziten umzugehen. Daher sollte eher ein gestuftes Versorgungsnetz angestrebt werden. Auf der obersten Versorgungsstufe befinden sich die Märkte großer Handelsketten, die meist in den ländlichen Zentren

angesiedelt sind und möglichst in den Ortskernen integriert sein sollten.

Auf der mittleren Stufe sollten Nahversorgungsmärkte, die noch in größeren Dörfern bestehen, möglichst erhalten werden. Die Erhaltung von Angeboten ist nämlich in der Regel wesentlich günstiger als die Errichtung neuer. Um den Betrieb dauerhaft an den Kundenwünschen auszurichten und so zu erhalten, sollten Beratung für die Betreiber sowie Investitionen in die Modernisierung, wie beispielsweise neue Kühlgeräte, gefördert werden. Zudem kann die Einbindung Ehrenamtlicher dazu beitragen, Läden an Grenzertragsstandorten aufrechtzuerhalten. Allerdings müssen das betriebswirtschaftliche Potenzial und der Bedarf vor Ort realistisch eingeschätzt werden, um zu entscheiden, für welche Standorte eine Förderung sinnvoll sein kann. Außerdem sollten möglichst Treffpunkte, wie Cafés oder Imbisse, ein-

## IN LÄNDLICHEN RÄUMEN

gerichtet werden, da den Dorfbewohnern diese soziale Funktion der Märkte oftmals wichtiger ist als die reine Versorgungsfunktion.

In den Orten, in denen sich stationäre Angebote nicht lohnen, könnten auf der untersten Stufe rollende Supermärkte, Lieferservices, Einkaufsbusse oder Nachbarschaftshilfe eine Mindestversorgung wenig mobiler Gruppen sichern. Bei Bedarf kann überlegt werden, wie die soziale Funktion eines fehlenden Ladens mit anderen Angeboten, wie Seniorenkreisen, Vereinshäusern, Cafés etc., kompensiert werden könnte.

## Literaturhinweise

Böltken, Ferdinand/ Gabriele Sturm/ Antje Walther: LebensRäume – Bevölkerungsumfrage des BBSR 2010. GESIS Datenarchiv, Köln. ZA5610 Datenfile Version 1.0.1, abrufbar unter: doi:10.4232/1.11619 (abgerufen am: 15. März 2020).

EHI Retail Institute (2011): EHI Handelsdaten aktuell 2011. Köln.

EHI Retail Institute (2018): EHI Handelsdaten aktuell 2018. Köln.

Kokorsch Matthias/ Patrick Küpper: Trends der Nahversorgung in ländlichen Räumen. Thünen Working Paper 126, abrufbar unter: doi:10.3220/WP1564566619000 (abgerufen am: 15. März 2020).

Küpper, Patrick/ Winfried Eberhardt: Nahversorgung in ländlichen Räumen. BMVBS Online Publikation 2/2013, abrufbar unter: [www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/ministerien/BMVBS/Online/2013/DL\\_ON022013.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=2](http://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/ministerien/BMVBS/Online/2013/DL_ON022013.pdf?__blob=publicationFile&v=2) (abgerufen am: 13. März 2020).

Ferdinand Gabriele/ Antje Walther: Lebensqualität in kleinen Städten und Landgemeinden. Aktuelle Befunde der BBSR-Umfrage. BBSR-Berichte KOMPAKT 05/2011.

**Minimarkt (keine Lebensmittel) nur mit kleinem Brötchenshop am Marktplatz in Petershagen-Windheim, Kreis Minden-Lübbecke**

Foto/ Anne Neier © LWL-Medienzentrum für Westfalen



Dieser Beitrag ist im Rahmen des Projekts *Dynamik der Nahversorgung in ländlichen Räumen* entstanden. Gefördert wird das Projekt durch das Bundesprogramm *Ländliche Entwicklung* aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages (FKZ 2817LE018, Projektlaufzeit 1. September 2017 bis 31. Dezember 2020).

**Dr. Patrick Küpper** forscht am Thünen-Institut für Ländliche Räume zur Daseinsvorsorge, wie ärztlicher Versorgung, Mobilität und Nahversorgung, sowie zu Politikmaßnahmen für die Entwicklung peripherer Regionen.

**Das Thünen-Institut** ist eine Ressortforschungseinrichtung des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft. Das Institut für Ländliche Räume erforscht die Grundlagen für eine nachhaltige ländliche Entwicklung und leitet Handlungsempfehlungen insbesondere für die Bundesregierung, aber auch für die Europäische Kommission, die Länder und Akteure aus ländlichen Regionen ab.

## KONTAKT

### Johann Heinrich von Thünen-Institut

Bundesforschungsinstitut für Ländliche Räume,  
Wald und Fischerei

Dr. Patrick Küpper

Bundesallee 50 · 38116 Braunschweig

[patrick.kuepper@thuenen.de](mailto:patrick.kuepper@thuenen.de)

0531 596-5225

[www.thuenen.de](http://www.thuenen.de)

aktuelle Projektinformationen: [www.thuenen.de/de/lr/](http://www.thuenen.de/de/lr/)

# NETZWERK DER DORFLÄDEN

## EIGENINITIATIVE STATT UNTERVERSORGUNG

VON GÜNTER LÜHNING

Grafik/ Günter Lühning

**S**eit 1970 hat sich die Zahl der Lebensmittelgeschäfte von 160.000 auf unter 36.000 stark reduziert. Kleine Läden werden aus Altersgründen oder aus wirtschaftlichen Gründen geschlossen. Große Märkte siedeln sich mit Vorliebe in Orten mit mindestens 3.000, eher 5.000 Einwohnern an – und für die Menschen im ländlichen Raum werden die Wege zum Einkaufen immer weiter. Diese Entwicklung sorgte aber auch für eine Gegenbewegung. In der Dorfladen-Bundesvereinigung stellen wir immer öfter fest, dass sich Kommunalpolitiker und viele engagierte Bürger von den Marktführern des Einzelhandels nicht vorschreiben lassen wollen, wie weit die Menschen zum Einkaufen fahren müssen.

„Stirbt die Nahversorgung, stirbt das Dorf“, wurde vor einigen Jahren formuliert – zumindest geht es mit der Lebensqualität im Dorf bergab – insbesondere dann, wenn Post, Bank oder Sparkasse und Dorfgasthaus schon geschlossen sind. Vermehrt nehmen glücklicherweise engagierte Dorfgemeinschaften ihr Schicksal dann selbst in die Hand und eröffnen einen Dorfladen als Selbsthilfeeinrichtung.

## BÜRGERLÄDEN FÜR LEBENSQUALITÄT UND ZUKUNFT DES HEIMATDORFES

In den letzten 20 Jahren wurden in Deutschland rund 300 Bürger-Dorfläden mit ganz individuellen Konzepten neu gegründet. Dorfläden sind keine reinen Lebensmittelgeschäfte, sondern haben bedarfsgerechte Konzepte. Als soziale Orte mit Caféecken oder mit integrierten Cafés und Aufenthaltsräumen werden sie zu Dorfbegegnungsläden. Die soziokulturelle Funktion von Dorfläden ist nicht zu unterschätzen. In den letzten Jahren zeichnet sich daher ein starker Wandel in der Konzeption ab: Vor 13 Jahren hat sich noch kein Dorfladen mit Caféecken gegründet, heute gehört sie quasi mit dazu.

Diese multifunktionalen Geschäfte mit vielen Dienstleistungen und Angeboten unter einem Dach können es jungen Familien wie Senioren gleichermaßen ermöglichen, wohnortnah notwendige Besorgungen zu erledigen. Bürgerläden steigern für alle Generationen die Lebensqualität und für das jeweilige Dorf die Zukunftsfähigkeit.

## IN LÄNDLICHEN RÄUMEN

Trotz aller Schwierigkeiten der Lebensmittelbranche entscheiden sich etliche Dorfgemeinschaften dafür, die Herausforderungen anzunehmen und die Chancen für Lebensqualität und eine positive Dor fzukunft zu nutzen. Die modernen Dorfläden sind keine kleingeschrumpften Supermärkte, sondern multifunktionale Selbsthilfeeinrichtungen auf dem Lande.

Im Titelbeitrag „In Motion – Anfangen, wo andere aufhören“ des German Council Magazins 2/2014 schreibt Rahel Willhardt über den Dorfladen im niedersächsischen Otersen: „Es war eine riskante Investition. Eine, die auf Lebensqualität spekuliert, nicht auf geldwerte Rendite. Der Dorfladen ist gewissermaßen Akupunktur fürs Dorf. Mit einem gezielten Stich hält er die Gemeinschaftsenergie in Fluss.“

## KOMBINATION AUS FACHKENNTNIS UND EHRENAMT

Unterschiedlichste Fachkenntnisse können in einer Bürgergesellschaft, die den Dorfladen führt, gebündelt werden, damit der Bürgerladen erfolgreich läuft. Zusätzlich kann ehrenamtliches Engagement beim Einräumen von Waren, in der Geschäftsführung, bei Umbauten sowie bei der Grundstücks- und Gebäudepflege eingebracht werden – das hilft, Kosten zu sparen. Gemeinsam kann eine engagierte Dorfbevölkerung die Herausforderungen besser meistern, als der letzte Kaufmann oder die betagte „Tante Emma“ ohne Zukunftsperspektive, weil kein Nachfolger in Sicht ist.

## TYPISCHE ECKDATEN VON DORFLÄDEN

Aktive Dorfgemeinschaften gründen mit 100 und mehr Haushalten „ihren Dorfladen“ und investieren in der Regel mindestens 50.000 Euro und bisweilen sogar weit über 100.000 Euro in ihr Gemeinschaftsprojekt für die Dor fzukunft. Einwohner werden dann zu „Dorfladen-Aktionären“ mit Anteilen im Gegenwert von rund 150 bis 300 Euro. Durchschnittlich verfügen die Ladenlokale über 100 bis 200 qm Verkaufsfläche, haben 1.500 bis 2.500 verschiedene Lebensmittel – zu Preisen, die kaum teurer sind als im weiter entfernten großen Markt. Ein Fokus liegt meist auf Regionalem,

Bioware und teilweise sogar auf von der Dorfgemeinschaft selbst hergestellten kulinarischen Produkten. „Und wenn man dann noch die eingesparten Fahrtkosten und die eingesparte Fahrtzeit dazu rechnet...“ – so schwärmte einst eine begeisterte Kundin vor laufender Fernsehkamera vom guten Preis-Leistungs-Verhältnis ihres Dorfladens.

Ein sehr gutes Beispiel für einen gut funktionierenden Bürgerladen ist auch „Unser Laden“ in Ochtrup-Welbergen im Kreis Steinfurt. Der bürgerschaftlich organisierte Dorfladen wurde jüngst Ende Januar 2020 auf der Land-Schau-Bühne bei der Internationalen Grünen Woche in Berlin als „Dorfladen des Jahres“ ausgezeichnet – als erster in Nordrhein-Westfalen. Sie erfahren auf den Folgeseiten mehr über „Unser Laden“.

Gerne zitiere ich in meinen Vorträgen in Dorfversammlungen und vor Gründungsinitiativen Rahel Willhardt, deren Reportage „Anfangen, wo andere aufhören“ mit folgenden Sätzen endet: „Der Dorfkrämer (Dorfladen) ist eine Wette auf den Gemeinsinn, kein profitgetriebener Kaufmann. Er überlebt, weil ihn viel Engagement und Kreativität tragen. Und alle fühlen sich einander verbunden in dem Verlangen, ihre Heimat lebenswert zu erhalten. Eine Rendite, die unbezahlbar ist“.

## DAS DORFLADEN-NETZWERK

Engagement für einen Dorfladen will das 2004 von drei Bürgerläden im Landkreis Verden und dem damaligen niedersächsischen Landwirtschaftsminister Hans-Heinrich Ehlen gemeinsam gegründete Dorfladen-Netzwerk unterstützen.

Es bietet eine realistische Erstberatung für interessierte Dorfgemeinschaften und ist Ansprechpartner, Sprachrohr und Erfahrungsfundus.

2008 wurde vom Dorfladen-Netzwerk ein über 200-seitiges Dorfladen-Handbuch für Gründungsinitiativen veröffentlicht und seit 10 Jahren hat sich das Internetportal [www.dorfladen-netzwerk.de](http://www.dorfladen-netzwerk.de) mit über 300 Berichten zu einer viel genutzten Informationsquelle für die Nahversorgung auf dem Lande entwickelt.

## BUNDESVEREINIGUNG MULTIFUNKTIONALER DORFLÄDEN E. V.

Die Bundesvereinigung multifunktionaler Dorfläden wurde 2016 in Berlin während der Internationalen Grünen Woche gegründet. Dorfläden und Nahversorgungsinitiativen aus Bayern, Hessen, Niedersachsen, Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen erklärten ihr Interesse an einer Mitgliedschaft in der neuen Bundesvereinigung.

Zweck der neuen Bundesvereinigung ist die Förderung von Initiativen zur Verbesserung der Nahversorgung insbesondere im ländlichen Raum und die Förderung der Mitglieder, also der bürgerschaftlich organisierten Dorfläden als Selbsthilfeeinrichtungen und/oder der von Kommunen geführten Dorfläden.

Die Gründung dieser Bundesvereinigung erfolgte aus rein ideellen und keinen eigenen wirtschaftlichen Interessen. Der Zweck wird insbesondere verwirklicht durch

- die Förderung des Erfahrungsaustausches der Mitglieder
- die Durchführung von Fortbildungsmaßnahmen für Beschäftigte in den Dorfläden
- die Unterstützung von Gründungsinitiativen zur Sicherung oder Verbesserung der Nahversorgung
- die Vertretung der Mitglieder gegenüber Ministerien auf Landes- und Bundesebene sowie gegenüber Kommunen und Landkreisen

- die Förderung des Informationsaustausches zwischen Dorfläden-Initiativen und Lebensmittelherstellern sowie die Herstellung von Kontakten.

Seit 2016 können sich Mitglieder im eingebetteten Intranet der Plattform einloggen, welches weitere Informationen, zum Beispiel zu Bilanzierung, Personalplanung, Marketingmaßnahmen und der Energieversorgung der Ladenlokale enthält.

Auch über den Umgang mit Aktuellem, beispielsweise der Corona-Pandemie und ihren Auswirkungen und Schutzmaßnahmen auf das stationäre Einzelhandelsgeschäft, können sich die Mitglieder der Bundesvereinigung im Intranet informieren und austauschen.

Dass nicht immer alles rund läuft bei der Gründung und Unterhaltung eines Dorfladens zeigt die Erfahrung der letzten Jahre jedoch ebenfalls. Hier gilt es, sich vor einer Gründung umfassend zu informieren und aus den Fehlern anderer zu lernen.

**Günter Lühning** ist Dorfläden-Initiator aus Otersen in Niedersachsen, Sprecher des Dorfläden-Netzwerkes in Niedersachsen und seit 2016 erster Vorsitzender der Dorfläden-Bundesvereinigung.

## KONTAKT

**Bundesvereinigung multifunktionaler Dorfläden e. V.**  
Steinfeld 9 · 27308 Kirchlinteln-Otersen  
dorfladen-netzwerk@otersen.de  
www.dorfladen-netzwerk.de

## KRISTINA PEZZEI VERKAUFEN KÖNNEN WIR SELBST!

Wie sich Landmensen ihren Laden zurück ins Dorf holen.

Metropolis Verlag, Marburg 2012 (Agrarkultur im 21. Jahrhundert).

186 S., Abb., ISBN 978-3-89518-978-4, 18,00 €.

Zu empfehlen ist auch das Buch von Kristina Pezzei, wiewohl aus dem Jahr 2012. Die Autorin stellt in ihrem Buch 20 Projekte aus Deutschland vor, die neben der nahen Einkaufsmöglichkeit auch andere Ziele mit der Gründung ihres Ladens verfolgen, beispielsweise die Entstehung einer neuen sozialen

Mitte. Viele Dorfläden bieten einen Treffpunkt für alle Dorfbewohner durch Angliederung von Cafés und Vereinsheimen. Das Buch ist sehr lesenswert und gibt viele Informationen für alle, die mit dem Gedanken spielen, einen Laden zu eröffnen oder sich vom dörflichen Gemeinschaftssinn inspirieren lassen wollen.

## DORFLADEN OTERSEN W.V. DAS DORFLADEN-HANDBUCH EIGENINITIATIVE STATT UNTERVERSORGUNG

Das Dorfläden-Handbuch des Dorfläden-Netzwerkes wurde zuletzt 2015 aktualisiert und ist über [www.dorfladen-netzwerk.de/dorfladen-handbuch/PDF-Dateien/](http://www.dorfladen-netzwerk.de/dorfladen-handbuch/PDF-Dateien/) für eine Schutzgebühr von 40,00 € zu beziehen.

## HEIMATVEREIN WULFEN 1922 E. V.

**D**er Heimatverein Wulfen 1922 e. V. liegt am südlichen Rand des Münsterlandes und am nördlichen Rand des Ruhrgebietes. Der Verein hat derzeit etwa 1.150 Mitglieder. Im Jahr 2022 steht das 100-jährige Vereinsjubiläum an, das bereits intensiv vorbereitet wird.

Der Verein befasst sich mit Heimatkunde und aktiver Heimatarbeit, darunter Erhalt und Vermittlung von Bräuchen und Traditionen sowie der plattdeutschen Sprache. Er bietet den Bürgern die Möglichkeit, je nach Neigung, am intensiven Vereinsleben teilzunehmen, bei dem auch die Geselligkeit nicht zu kurz kommt. Die hohe Mitgliederzahl bestätigt die große Akzeptanz des Vereins in der Wulfener Bevölkerung.

Eine Besonderheit sind die derzeit 16 Gruppen, die sich unter anderem alten Handwerkstechniken verschrieben haben (Blaudruck, Brau-, Flachs-, Imker-, Schmiede- sowie Woll-Spinngruppe und Seilerei). Andere fühlen sich der Pflege des immateriellen Kulturerbes verpflichtet, wie die Geschichtsgruppe, die Plattdeutsche Gruppe, die Singgruppe, die Theatergruppe und die Volkstanzgruppe. Die Skat- und die Radfahrgruppe bieten Unterhaltung und gemeinschaftliches Erleben. Die beiden Kochrunden Lekkerbeck und Pottkieker, in der jeweils Männer und Frauen nach regionalen Rezepten und zumeist unter Berücksichtigung regionaler und saisonaler Produkte kochen oder einmachen, haben ebenfalls einen besonderen Stellenwert.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Zusammenarbeit mit den „Junge Lüüd“ in Wulfen. Als einen Beitrag, den Dialog zwischen den Generationen zu fördern, sollen durch Ausstellungen und regelmäßige Schülerwettbewerbe Kinder und Jugendliche mit ihren Groß- oder Urgroßeltern intensiv ins Gespräch kommen. Die Themen der Schülerwettbewerbe kreisten seit 2009 unter anderem um „Altes Zeugnis“, „Kennst du Wulfen“, „Omas und Opas erster motorisierter Untersatz“, „Die Hochzeit meiner Großeltern“ und „Mein Lieblingsplatz in Wulfen“.

Der Heimatverein organisierte außerdem Ausstellungen zu altem Spielzeug, zu Glanzbildern und Poesiealben sowie zu Flachs und Leinen in Grimms Märchen. Auch der Bau von Nistkästen hat in Wulfen eine lange Tradition und wird regelmäßig mit Kindern und Jugendlichen durchgeführt.

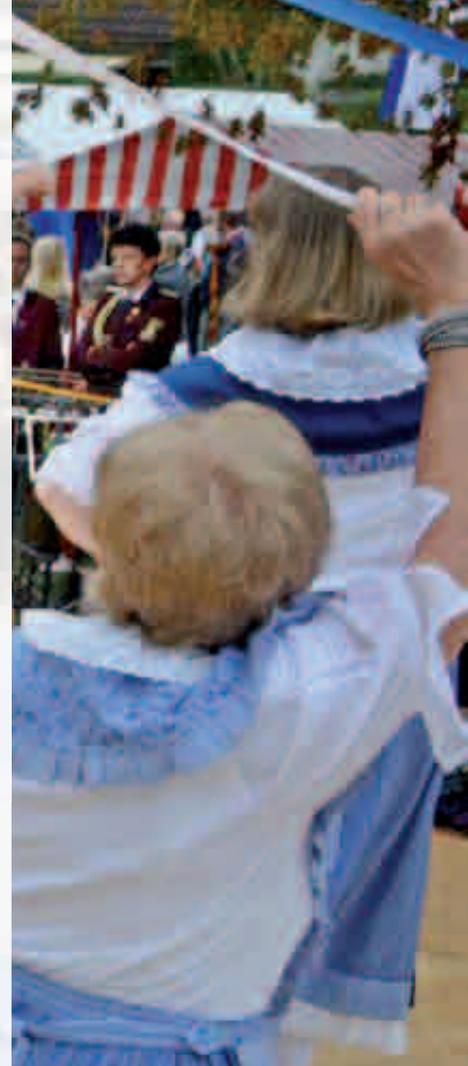


**Die Vereinsanlage des Heimatvereins Wulfen mit dem 1997 in Eigenhilfe errichteten Flachs-rösthäus und dem 2011 fertig gestellten Heimathaus befindet sich am Rhönweg 11 in Dorsten-Wulfen.**

*Foto/ Heimatverein Wulfen 1922 e. V.*

**Die Volkstanzgruppe tanzt auf dem 12. Wulfener Flachsmarkt 2016.**

*Foto/ Guido Bludau*



## KONTAKT

**Heimatverein Wulfen 1922 e. V.**

Vorsitzender Johannes Krümpel  
Wittenbrink 16  
46286 Dorsten-Wulfen  
heimatverein-wulfen.de

# „UNSER LADEN“ IN WELBERGEN WIRD DORFLADEN DES JAHRES 2020

VON FRAUKE HOFFSCHULTE UND HERMANN LASTRING

**W**elbergen ist ein kleines Dorf an der deutsch-niederländischen Grenze mit etwa 1.300 Einwohnern. Die zur Gemeinde Ochtrup gehörende Dorfzelle ist mit zwei Kirchen, einer Grundschule, einer Volksbank, zwei Gaststätten und Feuerwehr infrastrukturell noch relativ gut aufgestellt.

Bis 2010 gab es in Welbergen auch noch ein inhabergeführtes Lebensmittelgeschäft. Als sich jedoch eine Aufgabe des Geschäftes aus Altersgründen abzeichnete, fand sich kein Nachfolger. Schließlich erschien ein holländischer Investor als Kaufinteressent für die Ladenimmobilie auf der Bildfläche und rüttelte mit seinem Erscheinen die Dorfbewohner wach. Denn als die Welbergerer realisierten, dass ihre lokale Nahversorgung vor dem Aus stand, entwickelte sich aus der Gemeinschaft der örtlichen Vereine heraus innerhalb kürzester Zeit eine Initiative. Der bevorstehende Verkauf sollte durch die Übernahme der Immobilie als gemeinschaftlich geführter Dorfladen abgewendet werden.

## KURZFRISTIGE, ABER ERFOLGREICHE GRÜNDUNGSPHASE

Innerhalb weniger Wochen mussten die engagierten Bürgerinnen und Bürger nun ein Konzept und einen Kosten- und Finanzierungsplan erarbeiten sowie eine breite Zustimmung in der Bewohnerschaft generieren. In einer kurzfristig einberufenen Bürgerversammlung wurde das Konzept vorgestellt: ein Dorfgemeinschaftsladen sollte gegründet werden. Für die Realisierung des Vorhabens

und den Erwerb der Immobilie waren jedoch mindestens 120.000 Euro Eigenkapital erforderlich. Das Projekt basierte auf der Annahme, dass die Bürger einen Dorfladen in Form einer Bürgergenossenschaft gut annehmen und dort vermehrt einkaufen würden. Dieses Ziel war aufgrund der Kurzfristigkeit ausgesprochen ehrgeizig.

Erstaunlicherweise schafften es die Bürger jedoch innerhalb von nur wenigen Tagen, gemeinsam, sogar deutlich mehr als das erforderliche Mindestkapital zu zeichnen und einzuzahlen, um die Bürgergenossenschaft zu gründen. Es gelang mit 421 Mitgliedern, die insgesamt 708 Anteile à 250 Euro zeichneten, Eigenkapital in Höhe von 177.000 Euro in die eingetragene Genossenschaft einzubringen. Dies war der Spontanität wie auch dem Gemeinschaftssinn, Zusammenhalt und Engagement der Bürger zu verdanken. Diese hohe Identifikation der Einwohnerschaft mit ihrem Dorfladen ist besonders hervorzuheben. Etwa 95 Prozent der Haushalte haben sich finanziell am Dorfgemeinschaftsladen beteiligt. Dem Kauf der Immobilie stand nun nichts mehr im Weg.

Wenige Monate später, im Herbst 2010, fanden bereits Umbau und Modernisierung des Ladenlokals statt, und am 1. Dezember 2010 eröffnete dann ein ganzes Dorf „seinen“ Dorfladen.

### Blick auf den Dorfladen

Foto/ Bürgergenossenschaft Welbergen eG



### KONZEPT UND SORTIMENT

Auskömmlichkeit statt Gewinnmaximierung ist das Geschäftsprinzip der Bürgerläden. Nur durch erhebliches ehrenamtliches Engagement gelingt den Selbsthilfeeinrichtungen der wirtschaftliche Fortbestand. So auch in Welbergen.

Eine Herausforderung in der Gründungsphase war beispielsweise die Auswahl eines adäquaten Lieferanten, der nicht nur ein umfassendes Sortiment, sondern auch die dazugehörige Infrastruktur wie Warenwirtschaftssystem und Scanner-Kasse bereitstellen konnte. Ein passender Partner wurde jedoch gefunden, und so ist der kleine Laden nun ein sogenannter Vollsortimenter: Von jedem Artikel gibt es zwei bis drei Alternativen zur Auswahl, insgesamt sind etwa 2.000 Artikel im Programm vorhanden. Auch eine günstige Discountlinie wird angeboten. Ebenso finden sich viele Artikel regionaler Anbieter im Sortiment, auf die großer Wert gelegt wird. Auf wöchentliche Angebote verzichten die Betreiber jedoch weitestgehend.

„Unser Laden“ in Welbergen verfügt über eine Verkaufsfläche von rund 150 qm zuzüglich 50 qm Getränkemarkt im Nebengebäude und rund 100 qm Lager-, Kühl- und Nebenräume.

Er hat an sechs Tagen pro Woche insgesamt 66 Stunden für die Kunden geöffnet. Damit jährlich fast 100.000-mal die Kasse klingelt, sind neben den fest Beschäftigten zusätzlich im Hintergrund etliche Ehrenamtliche aktiv.

Ergänzt wird der Dorfladen um ein Café. Käuferzielgruppe sind auch die Bewohner aus den umliegenden Gemeinden. Einen Standortvorteil bietet die Lage an der Dorfstraße, an der häufig Radfahrer vorbeikommen, anhalten und hereinschauen. Vor allem die durchgängigen Öffnungszeiten, das Vollsortiment und die gut kalkulierten Preise sind weitere Erklärungen für den langfristigen Erfolg. Das Sortiment umfasst auch einen umfangreichen Geschenkeservice, zum Beispiel individuelle Präsentkörbe sowie einen kleinen Catering-Service.

„Man muss sich Nischen suchen“, haben die Betreiber frühzeitig erkannt und diese Erkenntnis auch umgesetzt.

### DORFLADEN DES JAHRES 2020

Seit 2013 prämiert das Dorfladen-Netzwerk, seit 2016 die Dorfladen-Bundesvereinigung e. V. bei der Ernährungs- und Verbraucher-Messe Grüne Woche in Berlin besondere



#### Preisverleihung auf der Grünen Woche in Berlin

Foto/ Bundesvereinigung multifunktionaler Dorfläden e. V.

Dorfläden, die „von Bürgern für Bürger“ als Selbsthilfeeinrichtungen betrieben werden. Jetzt darf sich Welbergen, ein ganzes Dorf im Münsterland über diese besondere Prämierung freuen – ein perfekter Auftakt für das Jubiläumsjahr „10 Jahre Unser Laden Welbergen“.

Das Geheimrezept für das gute Funktionieren des Konzeptes sehen die Betreiber in dem Zusammengehörigkeitsgefühl der Dorfgemeinschaft und dem gut harmonisierenden Ladenteam. Neben vielen sportlichen und sozialen Projekten ist der Dorfladen für Welbergen etwas Besonderes. Er ist ein Treffpunkt für Jung und Alt. Es werden außerdem zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen. Dies sind derzeit inklusive Festangestellten und (Schüler-)Aushilfen 15 Mitarbeiter. Aktuell hat die Genossenschaft 451 Mitglieder, und das Geschäftsguthaben liegt bei 190.000 Euro.

Als das Dorfladen-Projekt 2010 startete, waren die Verantwortlichen der heutigen Bürgergenossenschaft Vorreiter im Münsterland. Der Mut zahlt sich aus. Inzwischen sind die Erfahrungen der Welbergener auch über die Grenzen des Kreises Steinfurt hinaus gefragt.

**Hermann Lastring** ist Aufsichtsratsvorsitzender der Bürgergenossenschaft Welbergen eG und war bis zum Eintritt in den Ruhestand im März 2020 Vorstandsmitglied der Volksbank Ochtrup-Laer eG.

## KONTAKT

**Bürgergenossenschaft Welbergen eG**

**Unser Laden** · Dorfstraße 5 · 48607 Ochtrup-Welbergen  
02553 9732001 · [unser@laden-welbergen.de](mailto:unser@laden-welbergen.de)

Montag bis Freitag 6:30 bis 18:30 Uhr

Samstag 6:30 bis 12:30 Uhr

Ewald Brinkschmidt, 1. Vorsitzender  
Helga Tembrockhaus, Ladenleitung

# DIE DIGITALE-DÖRFER-PLATTFORM

## PROJEKT UNTERSUCHT HERAUSFORDERUNGEN LÄNDLICHER REGIONEN IN BEZUG ZUR DIGITALISIERUNG

VON STEFFEN HESS



Grafik/ [www.digitale-doerfer.de/wp-content/uploads/2019/10/Digitale-Doerfer-Das-Projekt.pdf](http://www.digitale-doerfer.de/wp-content/uploads/2019/10/Digitale-Doerfer-Das-Projekt.pdf) (abgerufen am: 25. März 2020)

## IN LÄNDLICHEN RÄUMEN

**D**eutschland steht wie kein anderes Land für dezentrale Wirtschaftskraft und lebt ökonomisch, kulturell und gesellschaftlich von seinen Regionen. Die Dörfer sind längst nicht mehr nur ländliches Idyll und Erholungsraum für Städter. Ihre zunehmende Bedeutung als Wirtschaftsstandort wird oft übersehen. Dabei sind heute im ländlichen Raum rund 60 Prozent der Betriebe und ein Großteil der mittelständischen Unternehmen angesiedelt, darunter viele Weltmarktführer. Mit einem überdurchschnittlichen Anteil an Industriebeschäftigten ist der ländliche Raum vielerorts sogar zum eigentlichen Standort industrieller Fertigung geworden.

Vor dem Hintergrund des demografischen und soziokulturellen Wandels kommt es gleichzeitig aber vor allem in peripheren Regionen zu Rückgang und Alterung der Bevölkerung. So ist zum Beispiel die Sicherung der Daseinsvorsorge zum Erhalt gleichwertiger Lebens- und Arbeitsbedingungen und damit für eine hohe attraktive Lebensqualität im ländlichen Raum unerlässlich. Was könnte helfen, die Tendenzen der Abwanderung in größere Städte und Ballungsgebiete gerade junger Menschen umzukehren, ländliche Regionen und Dörfer wieder stärker zu beleben und für ihre Bewohner, ob jung oder alt, attraktiv zu halten?

So gilt es gerade hier, vorhandene Potenziale zu nutzen, neue zu erschließen und kreative Lösungen zu entwickeln. Die Digitalisierung von Dienstleistungen bietet hier die Möglichkeit, Angebote der Daseinsvorsorge in digitale Lösungen zu überführen.

Die größte Herausforderung für die Umsetzung einer Digitalisierungsstrategie im ländlichen Raum stellt zweifelsohne die Fläche dar: Denn dort, wo viele Menschen auf engem Raum zusammenkommen, also in den Städten, helfen spezifische Lösungen und Dienstleistungen bei zahlreichen Problemen und bilden damit auch attraktive Geschäftsmodelle.

In ländlichen Regionen verhält es sich gerade umgekehrt: Mit enormem Aufwand gilt es, große Distanzen zu überwinden, um damit letztendlich wenige Menschen als Abnehmer bestimmter Angebote zu bedienen. Nur, wenn die knappen Ressourcen intelligent miteinander kombiniert werden, ergeben sich effiziente Lösun-



### Bildschirmausschnitt der Projektvorstellung „Digitale Dörfer“

Grafik/ [www.digitale-doerfer.de/wp-content/uploads/2019/10/Digitale-Doerfer-Das-Projekt.pdf](http://www.digitale-doerfer.de/wp-content/uploads/2019/10/Digitale-Doerfer-Das-Projekt.pdf) (abgerufen am: 25. März 2020)

gen. Dieser Herausforderung müssen wir mit Hilfe von bedarfsgerechter Informations- und Kommunikationstechnologie begegnen.

## INTELLIGENTE VERNETZUNG VON SYSTEMEN IST GEFRAGT

Die intelligente Vernetzung von Systemen und Diensten unterschiedlichster Bereiche mittels Software ist somit zu einer der größten Aufgaben in Politik, Wirtschaft und Wissenschaft geworden, um noch rechtzeitig die Weichen für morgen zu stellen.

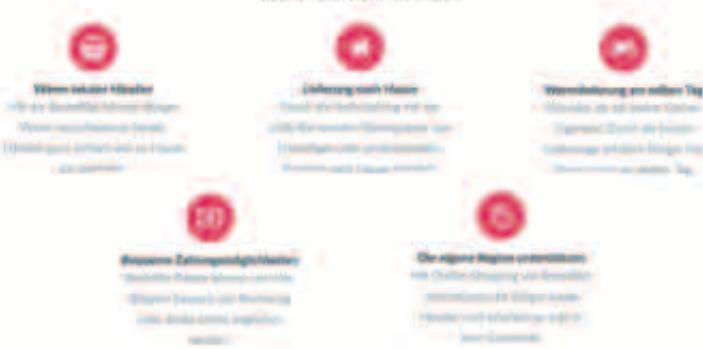
Das Fraunhofer-Institut für Experimentelles Software Engineering (IESE) arbeitet zukunftsweisend an sogenannten Smart Ecosystems in seinem Forschungsprogramm „Smart Rural Areas“ erstmals mit dem Fokus – abseits der „Smart Cities“ – auf ländlichen Regionen.

Mit Unterstützung der Landesregierung startete dazu im Juli 2015 in Rheinland-Pfalz das weltweit einzigartige Modellprojekt „Digitale Dörfer“, das als Innovationsplattform für Forschung und Industrie das Land mit Informations- und Kommunikationstechnologie in die Zukunft führen soll. In zwei Testregionen wurden konkrete digitale Lösungen in gemeinschaftlicher Arbeit mit den Kommunen, den Bürgern sowie dem lokalen Handel und der Industrie entwickelt.

Seit Projektbeginn entstehen Konzepte und Lösungen, die die Chancen einer ganzheitlichen Betrachtungsweise des Themas der Digitalisierung im Sinne eines digitalen Ökosystems aufzeigen.



### Auf einen Blick



#### Bildschirmausschnitt der Projektvorstellung „Digitale Dörfer“

Grafik/ [www.digitale-doerfer.de/wp-content/uploads/2019/10/Digitale-Doerfer-Das-Projekt.pdf](http://www.digitale-doerfer.de/wp-content/uploads/2019/10/Digitale-Doerfer-Das-Projekt.pdf) (abgerufen am: 25. März 2020)

In den vergangenen zwei Projektphasen lag der Schwerpunkt auf den Themen Nahversorgung, Ehrenamt sowie der (Weiter-)Entwicklung digitaler Dienste und Prototypen im Bereich Vernetzung und Kommunikation.

## VISIONEN FÜR LÄNDLICHE NAHVERSORGUNG

Im Projekt „Digitale Dörfer“ wurde eine digitale Lösung im Bereich der Logistik in ländlichen Regionen entwickelt, welche um prototypisch realisierte Ansätze zur digital unterstützten Nachbarschaftshilfe erweitert wurde.

Die Vision ist, dass Pakete, die sich aus (Online-)Bestellungen bei lokalen Einzelhändlern ergeben, beispielsweise nicht mehr nur über einen Paketdienst transportiert werden, sondern eine Mitnahmemöglichkeit in privaten Fahrzeugen von Freiwilligen besteht – ähnlich wie digitale Mitfahrtdienste das Fahren per Anhalter als sichere und komfortable Transportmöglichkeit in die Zukunft geführt haben. Diese Vision erfordert ein hohes Maß an

Innovationsbereitschaft, Kommunikationskultur und bürgerschaftlichem Engagement.

Die im Rahmen von „Digitale Dörfer“ entwickelte Handels- und Logistik-Plattform in einen dauerhaften Betrieb zu führen, erfordert die Bereitschaft aller Beteiligten, von Bürgern über Einzelhändler bis hin zu politischen Entscheidern, sich auf neue Wege einzulassen und digitale Lösungen aktiv mitzugestalten, um sie auf die Gegebenheiten anzupassen, die jede Region und jedes Dorf auszeichnen.

## HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN ONLINE VERÖFFENTLICHT

Die durchgeführten Erprobungsphasen zur Sammlung quantitativer Daten sowie qualitativen Feedbacks wurden bereits systematisch ausgewertet und analysiert. Die öffentlich verfügbaren Handlungsempfehlungen dienen dazu, die aus den Erprobungsphasen gesammelten Erkenntnisse zu bündeln und tragfähige Geschäftsmodelle daraus abzuleiten.

Das Projekt „Digitale Dörfer“ hat gezeigt, dass dies erfolgreich sein kann, wenn hierzu die aufgezeigten Rahmenbedingungen und Handlungsempfehlungen bedacht werden.

Zusätzlich geben die Empfehlungen, die sich vor allem an involvierte Einzelhändler, aber auch den Betreiber der Plattform richten, einen Überblick. Deren Befolgen zeigt nach Erfahrungen in den Testphasen direkten positiven Einfluss auf die Zufriedenheit der Nutzer mit dem System und steigert entsprechend die Chancen auf einen langfristig erfolgreichen Betrieb der Plattform.

Neben direkten Handlungsempfehlungen sind organisatorische Rahmenbedingungen zu beachten, die zudem eine sorgfältige Betrachtung eines möglichen Geschäftsmodells beinhalten. Hierzu muss die Frage erörtert werden, welche Verantwortung von wem in einer Kommune getragen werden kann.

Dies können regionale Aktionsgemeinschaften wie Vereine sein, je nach Situation kann aber das Einbeziehen eines überregional agierenden Unternehmens gewinnbringender sein.

## IN LÄNDLICHEN RÄUMEN

Dies hängt nicht zuletzt davon ab, welche Ergebnisse sich aus der Analyse der lokalen Gegebenheiten ergeben, wobei sich vor allem kommunale Entscheider und Akteure einbringen müssen.

## DIE PLATTFORM BESTELLBAR

Die BestellBar ist eine ganz neue Art des Online-Marktplatzes. Sie vereint Vorteile des Online-Shoppings mit denen des Einkaufens beim Händler vor Ort. Einzelhändler der Region präsentieren ihre Produkte, welche Bürger online bestellen können. Möchte man seine Waren nicht persönlich abholen, können Pakete mit Hilfe der LieferBar von Freiwilligen oder professionellen Kurieren vorbeigebracht werden.

## INFO

Bundesweit nutzen aktuell über 350 Orte die „Digitale-Dörfer-Plattform“. Die ersten Testgemeinden, die sich durch ihre eingereichten Ideen als „Digitales Dorf“ ausgezeichnet haben, waren Betzdorf sowie Eisenberg und Göllheim in Rheinland-Pfalz. Ihnen folgten viele weitere Regionen. In Westfalen-Lippe sind dies zum Beispiel

im Kreis Höxter

- Eversen
- Ovenhausen
- Rösebeck
- Sandebeck
- Wehrden

im Kreis Lippe

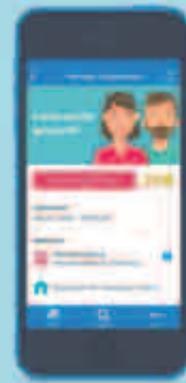
- Billerbeck
- Dörentrup
- Eschenbruch
- Extertal
- Frotheim
- Nammen
- Oberbauerschaft
- Quezen

im Kreis Minden-Lübbecke

- Fiestel
- Twiehausen
- Vehlage
- Wehe
- Westrup

**Klingt interessant?**

**Kontaktieren Sie uns, und zusammen machen wir Ihre Gemeinde zum nächsten Digitalen Dorf!**



**LieferBar**

Der flexibel einsetzbare Mitbringservice

**Auf einen Blick**



**Pakete im Überblick**

224 LieferBar zeigt im öffentlichen Bereich der BestellBar an, welche die wichtigsten Pakete zur Lieferung. So können Bürger schnell erkennen, ob Pakete auf ihre Straße liegen und sich schnell anmelden können.



**Digitaler verdienen**

Mit der LieferBar helfen Bürger nicht nur ihren Nachbarn, sondern verdienen zusätzlich auch DigiTaler. DigiTaler sind für administrative Dienste einsetzbar. DigiTaler sind ein Teil der digitalen Währung der Gemeinde.

### Bildschirmausschnitt der Projektvorstellung „Digitale Dörfer“

Grafik/ [www.digitale-doerfer.de/wp-content/uploads/2019/10/Digitale-Doerfer-Das-Projekt.pdf](http://www.digitale-doerfer.de/wp-content/uploads/2019/10/Digitale-Doerfer-Das-Projekt.pdf) (abgerufen am: 25. März 2020)

## DIE PLATTFORM LIEFERBAR

Die LieferBar ist der Mitbring-Service für die Gemeinde. Hier können Bürgerinnen und Bürger sehen, welche Pakete aus dem lokalen Online-Shop BestellBar noch auf Auslieferung warten und diese ihren Nachbarn gleich mitbringen. Für die Zustellung der Pakete erhält der Bürger sogenannte DigiTaler, eine digitale Währung, die er je nach Absprache der teilnehmenden Händler und Dörfer für Ermäßigungen, Waren oder Dienstleistungen einsetzen kann. Die DigiTaler sind jedoch nur ein Aspekt der Teilnahmemotivation.

Durch die freiwillig geleisteten Lieferungen hat man nicht nur das Gefühl, etwas Gutes getan zu haben, sondern lernt bestenfalls neue Leute aus der Gemeinde kennen.

## KONTAKT

**Fraunhofer-Institut für Experimentelles Software Engineering (IESE)**

Steffen Hess

Fraunhofer-Platz 16 · 67663 Kaiserslautern

0631 6800 2275 · [steffen.hess@iese.fraunhofer.de](mailto:steffen.hess@iese.fraunhofer.de)

Liefer- und Einkaufsdienst in einem:  
E-Commerce Plattform Lozuka (Lokal Zuhause kaufen)

Foto/ Lozuka.com

# LOZUKA.SIEGEN UND LOZUKA.EMSAUE

## PLATTFORM-BEISPIEL FÜR REGIONALEN E-COMMERCE IN WESTFALEN

VON FRAUKE HOFFSCHULTE

**G**erade in den letzten Wochen hat sich gezeigt, wie sinnvoll eine regionale Grundversorgung durch lokale Händler nebst einem funktionierenden Lieferservice sein kann. Wir stellen in dieser Ausgabe der Verbandszeitschrift die E-Commerce-Plattform Lozuka als eine von verschiedenen möglichen digitalen Plattformenlösungen für regionale Handelsplätze vor.

Lozuka steht für *Lokal Zuhause kaufen*. Bereits 2016 wurde für die Pilotregion der regionale Marktplatz von der Lozuka GmbH mit Sitz in Siegen entwickelt. Aus diesem Gedanken eines regionalen Online-Marktplatzes entstand ein Plattformkonzept, welches sich auch auf andere Regionen anwenden lässt. Der Fokus hierbei liegt auf der Unterstützung regionaler Wertschöpfungskreisläufe, welche neben den Konsumenten und Händlern auch die Interessen der regionalen Stakeholder wie Arbeitgeber, Banken, Stadtwerke, Vereine und Kommunen berücksichtigt. Inzwischen sind deutschlandweit mehr als fünf Regionen mit dem Konzept Lozuka online gegangen.

### DER KUNDE MÖCHTE LOKAL KAUFEN – NUR NICHT IMMER IM LADEN

Ein funktionierendes E-Commerce-Angebot muss in der Lage sein, aktuelle Bedürfnisse und Probleme des Kunden zu lösen. Dazu gehören im ländlichen Raum vor allem die eingeschränkte Mobilität, jedoch auch die abnehmende zur Verfügung stehende Einkaufszeit sowie der Wunsch nach verlässlicher Zulieferung von speziellen und oft schwer zu erreichenden regionalen Produkten wie zum Beispiel frischen Lebensmitteln von Hofläden und Biohöfen. Gleichzeitig erwartet der Kunde weiterhin eine große Sortimentsauswahl, Sicherheit beim Bezahlen und eine schnelle, verlässliche Lieferung, wie man es von den Marktführern wie Amazon.com gewohnt ist.

Dies bedeutet jedoch nicht, dass jeder lokal-stationäre Einzelhändler einen eigenen Onlineshop benötigt. Denn hier steht der Aufwand zumeist nicht im Verhältnis zum kommerziellen Nutzen. Langfristig sollte jedoch jeder stationäre Einzelhändler mit einer Warenwirtschafts-EDV arbeiten, die in der Lage ist, das komplette Sortiment gegebenenfalls auch digital zu



**Bildschirmausschnitt des Onlineshops in der Region Siegen**

*Grafik/ Lozuka.com*

erfassen, um die Produktinformationen in einen beliebigen Onlineshop einzuspeisen. Erst wenn dies weiträumig umgesetzt ist, kann es zukünftig auch möglich sein, Händlerplattformen flächendeckend und langfristig kommerziell erfolgversprechend zu nutzen.

### DAS PRINZIP

Lozuka bietet den Händlern eine Plattform, auf welcher die verfügbaren Waren des täglichen Bedarfs angeboten werden können und noch am gleichen Tag über eigene Lozuka-Boten ohne Aufpreis ausgeliefert werden. Die Plattform vernetzt Händler aus beliebigen Branchen und bildet deren Produkte in einem gemeinsamen Onlineshop ab. So ist es den Bürgern möglich, den Einkauf in der Region zu tätigen, aber diesen dennoch bequem online zu erledigen.

Lozuka liefert die bestellte Ware in zwei Zeitfenstern kostenlos nach Hause. Die Preise gelten wie im Ladengeschäft auch.

Dem Kunden entstehen keine Liefergebühren oder zusätzlichen Kosten, denn die einzelnen Händler zahlen an den Betreiber der Plattform einen einmaligen Investitions- und Einstiegsbeitrag und fortan eine laufende Mitgliedsgebühr.

## GRUNDLAGE DES DIENSTLEISTUNGSPAKETES LOZUKA

Die Technologie von Lozuka steht interessierten Regionen und Händlernetzwerken zur Verfügung. Über regional verwurzelte Betreibergesellschaften soll eine hohe Identifikation der jeweiligen Region mit den Partnern, Einzelhändlern und den Kunden vor Ort geschaffen werden. Die Grundlage des Dienstleistungspaketes ist eine gemeinsame IT-Struktur, die sich auf das jeweilige regionale Geschäftsfeld sowohl in technischer Hinsicht als auch in Bezug auf das Design anpassen lässt.

Alle Produkte der Händler können im Lozuka-Onlineshop abgebildet werden. Im besten Fall erfasst die EDV der Händler die Ware ohnehin bereits digital. Aber auch Einzelhändler ohne Warenwirtschaftssystem können am Lozuka-Modell teilnehmen, denn auch eine manuelle Pflege der Produkte ist möglich.

## LOKALE WERTSCHÖPFUNG UND NACHHALTIGKEIT

Die regionale bzw. lokale Wertschöpfung der Region wird durch jeden Einkauf auf der Plattform direkt und indirekt gefördert. So werden zum einen die Gewerbesteuereinnahmen der beteiligten Kommunen stabilisiert. Zum anderen werden von Lozuka jeden Monat lokale soziale Projekte mit einem prozentualen Anteil des auf der Plattform generierten Umsatzes finanziell gefördert. Diese können von Händlern, Kunden oder dem Projekt selbst gleichermaßen vorgeschlagen werden. Die Kundenbestellungen werden außerdem

gesammelt und mit einem Elektro-PKW ausgeliefert, was den CO<sub>2</sub>-Ausstoß gegenüber individuellen Zeinkäufen mit dem PKW reduziert.

## BEISPIEL LOZUKA.SIEGEN

Initiiert durch die Industrie- und Handelskammer Siegen wurden eingangs bestehende Konzepte für regionale Webkaufhäuser gesichtet. Die Untersuchung kam jedoch zu dem Ergebnis, dass derzeit keine funktionierenden Konzepte am Markt agieren.

Das Ziel des Projektes war es daher, realen Umsatz für die inhabergeführten Läden der Stadt Siegen zu erwirtschaften und den E-Commerce-Kanal für stationäre Einzelhändler nutzbar zu machen.

In der Pilotregion stand daher von Anfang an ein starkes Team von bis zu sechs Mitarbeitern hinter dem Projekt. Seit dem Jahr 2016 sind inzwischen 30 Händler online vertreten, und es haben sich mehr als 2.500 Nutzer registriert.

### KONTAKT

siegen.lozuka.de · siegen@lozuka.de



### Bildschirmarschnitt des Liefergebietes von Lozuka.Siegen

Grafik/ Lozuka.com

### BEISPIEL LOZUKA.EMSAUE

Lozuka ist im Münsterland mit dem Kerngebiet Emsaue gestartet.

Das Ziel des Projektes, welches von den beiden Nachbarn Peter Dick und Thimo Eckel im April 2018 mit der Gründung einer Betriebsgesellschaft (der Webelo UG) verfolgt wird, ist es, die regionale Wertschöpfung der Händler und Erzeuger aus der Region zu erhalten und zu fördern. Lokale Partner waren unter anderem die Telgte Hanse und der Westbeverner Krink e. V.

Die Region Emsaue erreicht circa 134.000 Einwohner. Im März 2020 verzeichnete die Plattform zwei Jahre nach ihrer Gründung 15 teilnehmende Händler und über 500 registrierte Nutzer. In diesem Gebiet wird zweimal am Tag kostenfrei ausgeliefert – gekühlt und mit E-Mobilität.



#### KONTAKT

[emsaue.lozuka.de/](https://emsaue.lozuka.de/) · [emsaue@lozuka.de](mailto:emsaue@lozuka.de)

Eine Bewertung des Kosten- und Leistungspaketes wurde seitens der *Heimat Westfalen*-Redaktion nicht vorgenommen. Dieser Artikel soll lediglich einen Hinweis darauf geben, wie E-Commerce-Anbieter Modelle entwickeln, die auch auf kleinere ländliche Regionen übertragbar sein können. Wir weisen ausdrücklich darauf hin, dass es weitere Anbieter in diesem Bereich gibt.

#### INFO

In Zeiten der **Corona-Krise** ist Hilfe und Zusammenarbeit wichtiger denn je. Darum kündigte die Plattform Lozuka ein „Notfallkonzept“ an, um kurzfristig regionale Händler zu unterstützen. Aktuelle Informationen finden Sie auf [www.lozuka.com](https://www.lozuka.com)

**Bildschirmausschnitt des Liefergebietes von Lozuka.Emsaue**

Grafik/ Lozuka.com

## „GEHEN ODER BLEIBEN?“ – KULTUR ALS FAKTOR FÜR HEIMATBINDUNG VON JUGENDLICHEN

### EIN INTERVIEW MIT ORTSHEIMATPFLEGER MARC WÜBBENHORST UND JANA DUDA, LEITERIN DES OWLKULTURBÜROS

**B**ei der 13. OWL-Kulturkonferenz, verantwortet vom OWL-Kulturbüro, diskutierten Expertinnen und Experten am 11. Februar 2020 in Marienmünster über kulturelle Angebote für Jugendliche im ländlichen Raum. „Gehen oder Bleiben“ lautete der Titel der Veranstaltung.

Marc Wübbenhorst, Ortsheimatpfleger in Bielefeld-Sennestadt, gestaltete zwei Foren, die Heimatvereine als Akteure und Partner der kulturellen Bildung in den Blick nahmen. Gemeinsam mit Jana Duda stand er dem WHB für ein Interview zur Verfügung.

#### **Welche Bindungsfaktoren erarbeiten Kulturschaffende für den ländlichen Raum?**

*Jana Duda:*

Die Qualität des kulturellen Angebots kann überall ein Binefaktor sein, ob in ländlichen oder urbanen Räumen. Für ländlich strukturierte Räume – die selbstverständlich sehr unterschiedliche Ausprägungen und auch wirtschaftliche Voraussetzungen haben – gilt jedoch mehr als für urbane Räume, dass Kultur und Kulturorte an traditionsreichen Strukturen angebunden sind. Es ist besonders spannend zu schauen, wie sich

diese „alten“ Strukturen für neue Impulse öffnen. Das kann gelingen, wenn die richtigen Personen aufeinandertreffen und fruchtbare Kooperationen gestartet werden, die Jugendliche in ihren Lebenssituationen ernst nehmen. Denn insbesondere für Jugendliche hat das Leben auf dem Land Besonderheiten und Herausforderungen.

#### **Welche sind dies genau?**

*Jana Duda:*

Jugendliche auf dem Land sind mit einer Doppelbelastung konfrontiert, die ihre Lebenswirklichkeit von den meisten Jugendlichen in der Großstadt unterscheidet: sie müssen Berufswahl und die sich daraus vielleicht ergebende Binnenmigration gleichzeitig bedenken. Das sind wichtige Themen, die man durchaus in die Konzeption von kulturellen Angeboten aufnehmen kann.

*Marc Wübbenhorst:*

Mobilität ist ebenfalls eine Fragestellung, man kann ja nicht immer dahin, wo was los ist. Deswegen sollte es auf dem Land und im Vorort ebenso Projekte geben, die Musik, Kunst, Theater fördern. Kulturschaffende und die kulturelle Bildung sollten eben auch die ländlichen Dörfer stärker einbeziehen. Die Herausforderung ist oft das Angebot selbst. Dann heißt



es: da ist es langweilig. Aber wenn man den Ort mag und da was ist, man die Leute kennt, dann führt das zur Verbundenheit.

### **Also gibt es zu wenige Angebote kultureller Bildung auf dem Land?**

*Marc Wübbenhorst:*

Nein, überhaupt nicht! Auf der Kulturkonferenz haben wir herausgestellt, dass gerade der ländliche Raum Freiraum für Ideen bietet. Nur, dass eben die Bedingungen für Kulturschaffende etwas anders sind. In Bezug auf Kooperationen sollten Kulturanbieter neue Wege und Kooperationen schaffen.

### **... zum Beispiel mit Schulen, Jugendgruppen, den Heimatvereinen?**

*Marc Wübbenhorst:*

Ja, unbedingt. In Westfalen leisten auch die Heimatvereine in den Gemeinden Kulturarbeit, sie kennen die Geschichte und sind mit den Orten verflochten. Deren Schnittstelle zu Jugendlichen kann noch ausgebaut werden. Aber wenn man projektbezogen schaut, was junge Menschen interessiert, können Heimatvereine tolle soziale Orte für Jugendliche werden. Da sind Projekte mit externen Partnern der kulturellen Bildung ein passender Einstieg. Man kann als Heimatverein gut mit der Schule im Ort zusammenwirken und sich dazu Kulturschaffende einladen.

*Jana Duda:*

Es gibt in NRW für kulturelle Kooperationsprojekte im ländlichen Raum sogar ein maßgeschneidertes Förderprogramm, und das schon seit über 20 Jahren! Es heißt „Regionale Kulturpolitik“ und wer mehr wissen will, kann sich gerne beim OWL Kulturbüro zu den Förderkriterien beraten lassen.

### **Wie kann so etwas konkret aussehen? Wie lässt sich der Austausch zwischen Jugendlichen, Akteuren kultureller Bildung und den Heimatvereinen vertiefen?**

*Marc Wübbenhorst:*

Gerade durch partizipative Formate lässt sich die Neugier von jungen Menschen wecken. Heimathäuser

können als außerschulische Lernorte genutzt werden. Heimatvereine haben vielseitige Potenziale – gute Kenntnisse über den Ort, die Natur und die Geschichte gehören dazu. In Form von ortsbezogenen Angeboten, wie zum Beispiel neuen Formen von Ortsrundgängen lässt es sich gut mit Jugendlichen zusammenarbeiten. Die nötige Fachexpertise für solche Angebote könnte zum Beispiel durch die Kooperation mit Schulen und lokalen Akteuren kultureller Bildung gesichert werden.

### **Im Anschluss an das Interview berichtet die Redaktion gemeinsam mit Jana Duda und Marc Wübbenhorst über mögliche Anknüpfungspunkte von Heimatvereinen und Kulturschaffenden, beispielsweise im Kontext der Regionalen Kulturförderung.**

**Marc Wübbenhorst** ist seit 2017 Ortsheimatpfleger in Bielefeld-Sennestadt und mehrsprachiger Fremdenführer. Außerdem arbeitet Marc Wübbenhorst als Pädagoge in einem sozialen Architektenbüro.

**Das OWL Kulturbüro** ist die Transferstelle zwischen dem Ministerium für Kultur und Wissenschaft des Landes NRW und der Region Ostwestfalen-Lippe. Als eine von 10 Koordinierungsstellen in NRW berät und begleitet das OWL Kulturbüro regionale Akteure beim Einwerben von Fördermitteln im Programm „Regionale Kulturpolitik“ des Landes Nordrhein-Westfalen und hilft bei der Vernetzung zwischen Künstlerinnen und Künstlern, Institutionen und Wirtschaft.

## INFO

### **OWL Kulturbüro**

OstWestfalenLippe GmbH  
Turnerstraße 5-9 · 33602 Bielefeld  
0521 96733 283  
info@owl-kulturbuero.de

Mehr Informationen zum Programm „Regionale Kulturpolitik“ finden Sie auch im Netz unter [www.regionalekulturpolitiknrw.de](http://www.regionalekulturpolitiknrw.de)

# DER WHB FRAGT NACH

**Jana Duda**  
*Foto/ Uta Neumann*

**Marc Wübbenhorst**  
*Foto/ Leya Parvati*

# EMPFEHLUNGEN IM NACHGANG ZUR 13. OWL-KULTURKONFERENZ

## WORKSHOP LOTET SYNERGIEN ZWISCHEN HEIMATVEREINEN UND FREIEN KULTURSCHAFFENDEN AUS

In der Beantwortung der Frage, was Jugendliche an ihre Heimat bindet, also ihren Wegzug verhindert oder eine Rückkehr nach der Berufsfindung begünstigt, wurde der Faktor Kultur bisher unterbelichtet. Welche Rolle spielen kulturelle Angebote bei der Überlegung „Gehen oder Bleiben?“ für Jugendliche aus ländlichen Räumen?

Im Rahmen der 13. OWL-Kulturkonferenz in Marienmünster wurden Beispiele kultureller Angebote vorgestellt, die den Spezifika des ländlichen Raumes Rechnung tragen und sich an den Interessen Jugendlicher orientieren.

In FORUM V *Heimatvereine als Akteure und Partner der kulturellen Bildung* erarbeitete Ortsheimatpfleger Marc Wübbenhorst mögliche Synergien für die Akteure der freien Kulturszene und die Heimatmacher, die wir gern für Sie aufbereitet haben.

## HEIMATVEREINE: HAND IN HAND MIT FREIEN KULTURSCHAFFENDEN

Für Bildungsträger und Freischaffende der kulturellen Bildung sind Heimatvereine oft wenig bekannte, aber potenzielle Partner. Heimat ist eine kulturpolitische Herausforderung. Wie lassen sich die lange gewachsenen Strukturen der Heimatvereine für neue gesellschaftliche Realitäten öffnen? Wie können wir sie zu außerschulischen Lernorten oder steten Kooperationspartnern werden lassen?

Ein Annäherungsversuch: Welche Faktoren schätzen Künstler und Kulturschaffende an der Heimatarbeit? Marc Wübbenhorst fasste für uns die Ergebnisse des Workshops zusammen:

- Ortskenntnis – niemand kennt den Ort besser
- sozialer Zusammenhalt – für einander Sorge tragen
- Brückenbauer – Neuankommenden eine neue Heimat bieten
- Engagement für Menschen, Kultur und Natur – unterschiedliche Zielgruppen ansprechen und motivieren
- Kümmerer für Gesellschaft und Gemeinde – Vereine übernehmen Verantwortung und sind verlässliche Partner
- eigenverantwortliches Handeln – freiwillig eigene Initiative ergreifen
- lokalpolitische Einflussmöglichkeiten – etablierte Heimatakteure sind in Entscheidungen eingebunden
- Pflege des Ortsbildes – Vereine gestalten den Ort mit
- Einsatz für Baukultur und Denkmalpflege – Heimatakteure haben enormes Wissen über historische Gebäude
- außerschulische Lernorte – bürgerschaftlich getragene Heimatmuseen und Gedenkstätten bieten Raum für Bildung und Vermittlung
- Räumlichkeiten und Infrastruktur – Heimathäuser können als gut ausgestattete Veranstaltungsorte dienen
- verankerte soziale Geselligkeit – eine gute Grundlage für eine Zusammenarbeit mit neuen Partnern
- Fördermittelakquise – Möglichkeiten, als eingetragener Verein Projektmittel zu beantragen
- spannende Biografien – Zeitzeugenberichte für die Auseinandersetzung mit Kunst- und Kulturprojekten
- Kulturerbe lebendig machen – Demonstrationen alter Handwerkstechniken und Weitergabe des Niederdeutschen
- Jubiläen, Traditionen und Bräuche – gute Anlässe für spannende Projekte
- offen für Neues – Affinität zu Kunst
- Gegenwart und Zukunft im Blick – aktuelle Herausforderungen aktiv angehen und Lösungen entwickeln

# MEINE HEIMAT IST BIELEFELD



Foto/ privat

## *Hans-Heinrich Klußmann*

### **STADTHEIMATPFLEGER IN DER STADT BIELEFELD**

In Bielefeld geboren, aufgewachsen, zur Schule gegangen und gearbeitet – ich habe mit zeitlicher Unterbrechung der freundlichen Stadt am Teutoburger Wald bis heute die Treue gehalten.

Seit der Gebietsreform in 1973 verteilt sich die kreisfreie Stadt Bielefeld auf 10 Stadtbezirke, die weitestgehend ihren Charakter behalten haben. Neben großstädtischem Ambiente gibt es westfälische Dorfidylle, bäuerliche Anwesen, historische Gebäude, reizvolle Landschaftsformen, beispielsweise den Teutoburger Wald und die Sennelandschaft. Vielfältige kulturelle Angebote wie Museen, ein städtisches Orchester, Theater und Ausstellungshallen sowie ein Heimat-Tierpark und Sportstätten sichern einen hohen Freizeitwert. Führende Industrieunternehmen werben weltweit für Bielefeld. Das alles macht Bielefeld attraktiv und liebenswert.

Mein Anliegen ist es, die Bielefelder Vereine, die sich der Heimatarbeit verpflichtet fühlen, zu betreuen, zu unterstützen und deren Interessen zu koordinieren.



**BauernhausMuseum Bielefeld**

Foto/ Barbara Meinhardt, Bielefeld

## VORSTELLUNG FORUM „NATUR UND UMWELT“ IM WHB JEDER WIRD GEBRAUCHT — ALLE KÖNNEN MITHELFFEN!

**A**m 19. Dezember 2019 traf sich erstmals das neugegründete Forum „Natur und Umwelt“ im WHB. Mitglieder der ehemaligen Fachstelle „Naturkunde und Naturschutz“, aber auch neue Gesichter waren vertreten. Auf der Gründungsversammlung in Münster wurden Hans-Jürgen Fey aus Bottrop zum Leiter des Forums sowie Dr. Henning Vierhaus, der langjährige Leiter der ehemaligen Fachstelle, zu seinem Stellvertreter gewählt. Der Vorstand des WHB hat diese Personalie zwischenzeitlich bestätigt. Hans-Jürgen Fey ist Diplom-Verwaltungswirt und gründete die BUND-Kreisgruppe Bottrop. Er ist Koordinator für die LNU und seit 2019 in deren Landesvorstand. Außerdem engagiert er sich für die Biologische Station Westliches Ruhrgebiet. Dr. Henning Vierhaus ist unter anderem stellvertretender Vorsitzender der LNU und langjähriger Vorsitzender der Arbeitsgemeinschaft Biologischer Umweltschutz im Kreis Soest. Die beiden Akteure kennen sich durch ihr gemeinsames Engagement in der Landesgemeinschaft Naturschutz und Umwelt NRW e. V. (LNU). Die LNU ist ein Dachverband für weit mehr als 100 im Naturschutz tätige Initiativen, Vereine und Verbände aus ganz Nordrhein-Westfalen. Der WHB ist Gründungsmitglied.

Derzeit befindet sich das Forum noch in der Aufbauphase. Gleichwohl soll bereits mit ersten Schritten die Naturschutzarbeit im WHB vorangebracht werden. Dabei erscheint es Fey wichtig, eng mit den örtlichen Mitgliedsvereinen zu kooperieren, ihnen dabei auch unkomplizierte Wege für die Arbeit im praktischen Naturschutz aufzuzeigen. Jeder einzelne könne durch sein Verhalten und seine Ideen etwa zum Erhalt der Artenvielfalt und zur Verbesserung der Lebensbedingungen beitragen.

Für die erste Laufzeit des Forums haben sich die Anwesenden auf der Gründungsversammlung unter anderem darauf verständigt, die besondere Bedeutung von Landschaftselementen, darunter etwa Hecken, Alleen, Altbäu-

me, Feldraine, aber auch Tümpel, Moore und Auwälder, für den Erhalt der Biodiversität und den Klimaschutz transparent zu machen. Diese von Menschenhand erschaffenen oder auch natürlich entstandenen Landschaftsbestandteile sind darüber hinaus prägend für die heimische Kulturlandschaft. Heutzutage stehen sie aber zunehmend unter Druck. Darum bedarf es besonderer Schutz- und Fördermaßnahmen, welche dem Zweck der Erhaltung, aber auch ihrer Erweiterung und Neuanlage dienen sollen. Als



prioritär erschien den Forumsmitgliedern, auch Kinder und Jugendliche an die Natur heranzuführen. Die Vermittlung unseres nahen Umfeldes mit seinen natürlichen Besonderheiten sei eine zentrale Aufgabe.

**Hans-Jürgen Fey**

*Foto/ Privat*

Laut Fey wäre künftig eine Dreiteilung der Forumsarbeit vorstellbar. So sollen zum einen fachliche Stellungnahmen zu aktuellen Entwicklungen in Natur und Umwelt und ihren Folgen erarbeitet werden.

Dies wird Expertenwissen und einen Austausch in entsprechenden kleineren Zirkeln erfordern. Zum anderen soll die Vernetzung mit örtlichen Akteurinnen und Akteuren im Fokus stehen. Dadurch verspricht sich Fey einen Wissenszugewinn für alle Beteiligten und Vorteile für die Projektgestaltung. Darüber hinaus sollen Mitgliedern und Interessierten mit kurzen, leicht verständlichen Informationen praxisnahe Vorschläge für ein naturverträgliches und nachhaltiges Verhalten zugänglicher gemacht werden. Interessierte sind jederzeit herzlich zur Mitwirkung im Forum „Natur und Umwelt“ eingeladen.

Hans-Jürgen Fey ermutigt Interessierte: Treten Sie mit mir in Kontakt, schildern und benennen Sie mir Ihre Aktivitäten, Projekte, Ideen und Kompetenzen!

**Bitte melden Sie sich diesbezüglich für eine Aufnahme in den Verteiler zunächst in der WHB-Geschäftsstelle unter [whb@whb.nrw](mailto:whb@whb.nrw)**

## VORSTELLUNG FORUM „NIEDERDEUTSCHE SPRACHPFLEGE“ IM WHB

### VERNETZUNG DER NIEDERDEUTSCH-AKTEURINNEN UND -AKTEURE STÄRKEN

**A**m 29. November 2019 fand das erste Treffen des neu gegründeten Forums „Niederdeutsche Sprachpflege“ im LWL-Landeshaus statt. Viele ehemalige Fachstellen-Mitglieder, aber auch neue Interessierte waren dabei. Im Rahmen der Auftaktveranstaltung wurden Anne Fink aus Herzebrock-Clarholz zur Leiterin des Forums sowie Hans-Peter Boer aus Nottuln zu ihrem Stellvertreter gewählt. Der WHB-Vorstand hat die Gewählten in seiner Klausurtagung offiziell ernannt. Anne Fink stammt aus Mecklenburg-Vorpommern und hat dort unter anderem Niederdeutsch studiert. Sie ist wohnhaft in Herzebrock-Clarholz und an einer Gesamtschule in Warendorf als Lehrerin tätig. Sie leitet dort auch eine Plattdeutsch-AG. Für das Engagement beim WHB wird sie von der Schule freigestellt. Ihr großes Anliegen ist es, das Plattdeutsche an junge Leute weiterzugeben.

Hans-Peter Boer sieht seinen Auftrag im Rahmen der Forumsarbeit insbesondere in der Schaffung einer guten Vernetzung der Akteurinnen und Akteure im Niederdeutschen. Er möchte dabei auch als Schnittstelle zwischen den im Niederdeutschen Engagierten, dem WHB und dem Land fungieren. Er ist ehemaliger Kulturdezernent der Bezirksregierung Münster und unterstützt die Landesregierung als Vorsitzender des Beirates für die niederdeutsche Sprache und Heimat.

Erklärtes Ziel des Forums sind Erhalt und Förderung der niederdeutschen Sprache. Das Niederdeutsche sowie die Inhalte, die in dieser Sprache vermittelt wurden und werden, sind ein wichtiges kulturelles Erbe, das es zu erforschen, zu bewahren und zu fördern gilt. Grundlage hierfür bietet die EU-Charta der Regional- oder Minderheitensprachen, die das Land NRW nach Teil II – Ziele und Grundsätze – ratifiziert hat.

Da sich das Forum noch im Aufbau befindet, wurde die erste Sitzung des Jahres genutzt, um sich kennenzulernen und auszutauschen. Allein bei der Vorstellungsrunde wurden die vielfältigen Bereiche der niederdeutschen

Akteurinnen und Akteure deutlich: Niederdeutsch bei Stadtführungen, im Rundfunk, im Theater, in der Sprachwissenschaft und Literatur, in der Schule und im Kindergarten, in Seniorenheimen und in der Krankenpflege, in niederdeutschen Gottesdiensten oder auch als „Afrieteriessel“ im öffentlichen Raum.

Im Fokus der ersten Sitzung stand der Erfahrungsaustausch zu den Bereichen „Kindergarten/Vorschule“ sowie „Schule“ und „Theater“. Es wurde in Themengruppen gearbeitet, und die Ergebnisse sind anschließend diskutiert worden. Dabei sind fruchtbringende Ideen entstanden, die weiterverfolgt werden.

**Anne Fink**

*Foto/ Privat*

Ebenso ist es der Wunsch aller Beteiligten, Erfahrungen und erprobte Formate auszutauschen und somit die Fortführung des Niederdeutschen langfristig und zielführend zu gestalten. Wie genau ein derartiges „Niederdeutsch-Netzwerk“ aussehen kann, wird die weitere Forumsarbeit noch zeigen.

Bei den einzelnen Sitzungen des Forums soll es jedoch immer wieder unterschiedliche Schwerpunktsetzungen geben. So wird beispielsweise beim kommenden Treffen Ende August 2020 unter anderem als ein Tagesordnungspunkt die didaktische Methode der „Sprachimmersion“ behandelt. Auch soll das Niederdeutsche – eine Sprache, die zur Region dazugehört – stärker mit dem Begriff der Heimat verbunden werden.

Anne Fink heißt Interessierte am Niederdeutschen herzlich willkommen im Forum.

**Bitte melden Sie sich diesbezüglich für eine Aufnahme in den Verteiler zunächst in der WHB-Geschäftsstelle unter [whb@whb.nrw](mailto:whb@whb.nrw)**

**A**m 11. März 2020 tagten Vorstand und Verwaltungsrat des WHB im Mühlenhof-Freilichtmuseum in Münster. Auf der Agenda standen insbesondere die WHB-Finanzen, die Planungen zum diesjährigen Themenjahr „Zukunft der Dörfer“ sowie Wahlen zum Verwaltungsrat.

Vor Sitzungsbeginn hatten die Teilnehmenden die Möglichkeit, an einer Führung im Mühlenhof-Freilichtmuseum teilzunehmen.

Im Verwaltungsrat berichtete WHB-Vorsitzender Matthias Löb über die anstehenden Aktivitäten des Verbandes in 2020. In den verschiedenen WHB-Medien werde das Themenjahr entsprechend aufbereitet. Es stünde neben anderem auch eine Überarbeitung des Merkblattes zur Heimatpflege in Westfalen an, das die Tätigkeit der ehrenamtlichen Heimatpflegerinnen und -pfleger sowie der Heimatgebietsleiter näher beschreibe. Unabhängig vom WHB-Jahresschwerpunkt werde ein Gutachten zum Urheberrecht beauftragt. Zudem solle eine Handreichung zur Arbeit mit Kindern und Jugendlichen im Nachgang zum Themenjahr 2019 realisiert werden.

WHB-Geschäftsführerin Dr. Silke Eilers erläuterte im Folgenden im Detail die Kooperation mit dem *Wochenblatt für Landwirtschaft und Landleben*, die in dieser Ausgabe der *Heimat Westfalen* allen Mitgliedern vorgestellt wird. Überdies kündigte sie die Einrichtung einer Arbeitsgruppe für eine kritisch-differenzierte Auseinandersetzung mit dem Dorfwettbewerb „Unser Dorf hat Zukunft“ und die Erarbeitung eines diesbezüglichen Positionspapieres an.

Schatzmeister Manfred Andresen informierte über den Jahresabschluss 2019 und die erfolgreich verlaufene Rechnungsprüfung. Zudem ging er auf den Entwurf des Haushaltes 2020 ein, der vom Verwaltungsrat einstimmig bestätigt wurde. Auf der Tagesordnung standen satzungsgemäß auch Wahlen zum Vorsitzenden und

stellvertretenden Vorsitzenden des Verwaltungsrates. Michael Pavlicic wurde einstimmig für weitere vier Jahre zum Vorsitzenden des Verwaltungsrates gewählt. Der Kreisheimatpfleger Soest, Norbert Dodt, wurde ebenfalls einstimmig zum stellvertretenden Vorsitzenden des Verwaltungsrates ernannt. Herr Josef Bernsmann stand aus persönlichen Gründen nicht mehr für die Funktion zur Verfügung und wurde mit Dank für seine Arbeit verabschiedet.

Im Anschluss wurden die zwei neu gegründeten WHB-Foren „Niederdeutsche Sprachpflege“ und „Natur und Umwelt“ von den jeweiligen Leitern Anne Fink und Hans-Jürgen Fey vorgestellt. In dieser Ausgabe der Verbandszeitschrift berichten wir ausführlicher über die Zusammensetzung und geplante Agenda der Foren.

Im Anschluss erklärte WHB-Vorsitzender Matthias Löb das Konzept, die Tätigkeit des Vorstandes zukünftig durch die fallweise Hinzuziehung der Expertise zweier fachkundiger

Personen im Bereich Kinder und Jugendarbeit zu unterstützen. Kinder und Jugendliche für Heimat zu begeistern sei eine zentrale, dauerhafte Aufgabe für Mitgliedsvereine und Dachverband gleichermaßen. Auf diese Weise könne die Thematik weitere Verstärkung erfahren.

Als vorletzten Tagesordnungspunkt stellte Dr. Silke Eilers den Planungsstand zum NRW-Heimatkongress am 28. April 2020 in Wuppertal sowie zum Bundeskongress Heimat 2021 in Berlin vor. Der Bundeskongress in 2021 behandelt Baukultur und Heimat. Er wird voraussichtlich vom BHU und den Landesverbänden NRW gemeinsam in Berlin ausgerichtet.

Unter Verschiedenes ging Matthias Löb insbesondere auch auf die notwendige Abgrenzung gegenüber rechtspopulistischen Tendenzen und das erforderliche Engagement gegen eine diesbezügliche Vereinnahmung des Heimatbegriffes ein.

## GREMIENSITZUNGEN VON VORSTAND UND VERWALTUNGSRAT AM 11. MÄRZ 2020 IN MÜNSTER

## FÜR SIE DA - ERREICHBARKEIT DER WHB-GESCHÄFTSSTELLE IN ZEITEN VON CORONA

**F**ür aktuelle Tipps und Hinweise zur Heimatarbeit empfehlen wir Ihnen – sofern noch nicht geschehen – sich in unseren E-Mail-Verteiler eintragen zu lassen. Wir können unsere Mitglieder auf diesem Wege weit häufiger, umfassender und aktueller informieren als auf dem Postweg. Selbstverständlich können von den uns angeschlossenen Mitgliedsvereinen auch mehrere Personen als Empfänger unserer E-Mails hinterlegt werden.

**Wenden Sie sich für die Neuaufnahmen von E-Mail-Adressen in unseren Verteiler bitte an [whb@whb.nrw](mailto:whb@whb.nrw)**

Die WHB-Geschäftsstelle ist derzeit aufgrund von Homeoffice nur zeitweise variabel besetzt. Für die Kommunikation empfehlen wir den Kontakt vorrangig per E-Mail, Fax oder postalisch.

Für Anrufe ist in Zeiten der Nichtbesetzung der Büros ein AB geschaltet, auf welchem Sie uns eine Nachricht hinterlassen können.

Wir werden uns gerne bei Ihnen zurückmelden!

## DANK UND ABSCHIED: THOMAS AUF DER LANDWEHR VERLÄSST DEN WHB

**Z**um Ende des ersten Quartals 2020 hat Thomas Auf der Landwehr den WHB verlassen. Seit 2012 hat er sich um den Bereich Finanzen und Organisation gekümmert. Dort war er unter anderem für Haushalts- und Finanzwesen, Budgetplanung, Finanzbuchhaltung, Controlling und Jahresabschlüsse zuständig.

Dies beinhaltete auch stets engen Kontakt mit unseren Mitgliedern und Partnern, denen er insbesondere für die Bereiche Versicherung, Steuern, GEMA, Vereinsmanagement und Veranstaltungsmanagement als Berater und Ansprechpartner zur Seite stand.

Mit großer Begeisterung hat er außerdem den stetig wachsenden Bereich der hausinternen Veranstaltungen organisatorisch betreut: allen voran den jährlichen Westalentag. Die reibungslosen Abläufe der Tagungen, Konferenzen und Fortbildungsveranstaltungen sind seiner präzisen Planung und dem freundlichen und kompetenten Umgang mit allen Beteiligten zu verdanken. Es war deutlich zu erkennen, wie viel Freude ihm diese Aufgabe bereitete.

Wir danken Thomas Auf der Landwehr für die mit großem Engagement geleistete Arbeit in der Geschäftsstelle und wünschen ihm für seine Zukunft persönlich



Foto/ Greta Schüttmeyer

und beruflich alles Gute. Wir werden seine umsichtige Planung und Organisation sowie seine kollegiale und humorvolle Art sehr vermissen.

Thomas Auf der Landwehr wechselt im April zur Stadt Münster, um dort zukünftig beim Personalamt im Bereich Personaleinsatz und Recht verschiedene städtische Ämter zu betreuen. Die vakante Stelle im WHB wird zeitnah neu besetzt.

# UMGANG MIT ZAHLUNGSAUFFORDERUNG FÜR TRANSPARENZ-REGISTEREINTRAG SEITENS DER BUNDESANZEIGER VERLAG GMBH

## WAS IST DAS TRANSPARENZREGISTER?

Die vierte EU-Geldwäscherichtlinie verpflichtet die Mitgliedstaaten ein Transparenzregister mit dem Ziel der Bekämpfung der Terrorismusfinanzierung, Geldwäsche und Steuerflucht einzuführen.

In der Bundesrepublik Deutschland ist dazu am 26. Juni 2017 das Geldwäschegesetz (GwG) in Kraft getreten. Das Gesetz regelt unter anderem die Einrichtung eines sogenannten Transparenzregisters. Juristische Personen des Privatrechts – also auch eingetragene Vereine (e. V.) – müssen ihre wirtschaftlich Berechtigten mittels dieses zentralen Registers elektronisch transparent machen.

Die in § 19 Abs. 1 GwG aufgeführten Angaben der wirtschaftlich Berechtigten sind von den Vereinigungen einzuholen, aufzubewahren, auf aktuellem Stand zu halten und der registerführenden Stelle unverzüglich zur Eintragung mitzuteilen.

## WIRTSCHAFTLICH BERECHTIGTER EINES EINGETRAGENEN VEREINS

Wirtschaftlich Berechtigter eines e. V. kann nur eine natürliche Person sein. Unterschieden werden muss zwischen dem tatsächlich und dem fiktiv wirtschaftlich Berechtigten. Tatsächlich wirtschaftlich Berechtigte sind solche natürlichen Personen, die unmittelbar oder mittelbar mehr als 25 Prozent der Kapitalanteile halten, mehr als 25 Prozent der Stimmrechte kontrollieren oder auf vergleichbare Weise Kontrolle ausüben. Ist dies nicht der Fall, dann gilt als fiktiv wirtschaftlich Berechtigter der gesetzliche Vertreter, also der im Vereinsregister eingetragene Vorstand nach § 26 BGB.

## AKTIVE MELDUNG AN DAS TRANSPARENZ-REGISTER NICHT IN JEDEM FALL NOTWENDIG

Es müssen sich jedoch nicht alle Vereine einzeln beim Transparenzregister eintragen lassen. Zur Herstellung der geforderten Transparenz über Vereine wurde das Transparenzregister

bereits mit dem Vereinsregister verknüpft, es fungiert als sogenanntes Auffangregister. Wenn sich die geforderten Angaben zu den wirtschaftlich Berechtigten des Vereins bereits in elektronisch abrufbarer Form aus dem Vereinsregister ergeben, ist also keine aktive Meldung an das Transparenzregister erforderlich. Fehlen oder ändern sich jedoch einzelne meldepflichtige Daten, sind diese entweder umgehend zum Vereinsregister nachzumelden bzw. zu aktualisieren oder es ist eine Meldung zum Transparenzregister vorzunehmen. Gleiches gilt bei veraltetem Datenbestand.

Mitteilungspflichtig zum Transparenzregister bleiben allerdings solche Vereine, in denen besondere Konstellationen bestehen, bei denen zum Beispiel natürliche Personen 25 Prozent der Stimmrechte kontrollieren oder auf vergleichbare Weise Kontrolle ausüben.

## EINTRAG IN VEREINSREGISTER

Aufgabe des bei den Amtsgerichten geführten Vereinsregisters ist es, die tatsächlichen und rechtlichen Verhältnisse des Vereins zu offenbaren. Es dient daher der Sicherheit des geschäftlichen Verkehrs mit dem Verein. Die für den Verein geltenden Bestimmungen ergeben sich aus dem Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB). Das Vereinsregister ist öffentlich. Das Vereinsregister und die von den Vereinen eingereichten Schriftstücke können gegen eine geringe Gebühr online abgerufen werden.

Dem Vereinsregister sind zu entnehmen:

- Name und Sitz des Vereins
- der Vorstand des Vereins nebst Vertretungsbefugnis
- Datum der Feststellung der Satzung und damit das Datum der Errichtung des Vereins.

In das Vereinsregister werden nach Eintragung des Vereins folgende Veränderungen eingetragen:

- Satzungsänderungen nebst den daraus sich ergebenden Änderungen der Vertretungsbefugnis des Vorstandes so auch bei Namens- und Sitzänderung
- Änderungen des Vorstandes (Name und teilweise Geburtsdatum der Vorsitzenden und Verantwortlichen)

- die Eröffnung, Einstellung oder Aufhebung des Insolvenzverfahrens
- die Auflösung des Vereins
- das Erlöschen des Vereins
- die Daten aller Änderungen.

Die regelmäßige Aktualisierung meldepflichtiger Daten an das Vereinsregister, beispielsweise die Neuwahl eines Vorstandsmitgliedes, ist jedoch für die meisten Vereine selbstverständlich und erfolgt automatisch.

**WENN DAS VEREINSREGISTER AKTUELL GEHALTEN WIRD, IST EINE GESONDERTE MELDUNG AN DAS TRANSPARENZREGISTER NICHT NOTIG.**

## RÜCKFRAGEN ZU GEBÜHRENBESCHIEDEN DES BUNDESANZEIGER VERLAGES

In den vergangenen Monaten erhielten auch WHB-Mitgliedsvereine Gebührenbescheide der Bundesanzeiger Verlag GmbH, welche Jahresgebühren für die Führung des Transparenzregisters beinhalteten. Die Bundesanzeiger Verlag GmbH betreibt das Unternehmens- sowie das Transparenzregister und verlegt neben weiteren Aufgaben auch etliche Bundespublikationen wie den Bundesanzeiger und diverse Gesetzesblätter, Amtsblätter und Vorschriftenammlungen. Betroffene Vereine fragten nach Erhalt der Forderung beim WHB an, ob es sich eventuell um einen Betrugsversuch handelt, da vor einiger Zeit auch gefälschte Rechnungen mit dem Absender Bundesanzeiger Verlag im Umlauf waren.

Die Geschäftsstelle des WHB hat sich um eine rasche Klärung im Auftrag ihrer Mitglieder bemüht, die eine zwischenzeitlich in Kraft getretene Gesetzesänderung berücksichtigt.

Zunächst vorweg – die Erhebung der Gebühren für die Führung des Transparenzregisters ist grundsätzlich rechtmäßig, auch wenn eine aktive Meldung an das Transparenzregister nicht erfolgt ist.

Für die Führung des Transparenzregisters werden Gebühren erhoben.

Die Jahresgebühr für die Führung des Transparenzregisters betrug bis einschließlich des Gebührenjahres 2019 2,50 Euro jährlich (zzgl. MwSt.).

Für 2017 wurde die halbe Jahresgebühr von 1,25 Euro (zzgl. MwSt.) berechnet.

**Ab dem Gebührenjahr 2020 beträgt die Gebühr 4,80 Euro (zzgl. MwSt.) jährlich pro Verein.**

## GEBÜHRENBEFREIUNG FÜR GEMEINNÜTZIGE VEREINE AB 2020 AUF ANTRAG

Seit dem 1. Januar 2020 ist nun allerdings eine Gebührenbefreiung für gemeinnützige Vereine gesetzlich vorgesehen. Hier gibt es jedoch leider keinen Automatismus. Die betreffenden Vereine müssen aktiv einen Antrag für die Gebührenbefreiung stellen (entsprechend § 4 TrGebV, nachzulesen unter [www.gesetze-im-internet.de/trgebv\\_2020/\\_4.html](http://www.gesetze-im-internet.de/trgebv_2020/_4.html)).

Anträge können elektronisch an die Adresse [gebuehrenbefreiung@transparenzregister.de](mailto:gebuehrenbefreiung@transparenzregister.de) übermittelt werden.

Dem Antrag sind Nachweise nach § 4 Abs. 2 TrGebV beizufügen. Das bedeutet, dass der Antragsteller auf Anforderung der registerführenden Stelle seine Identität sowie seine Berechtigung, für die Vereinigung handeln zu dürfen, anhand geeigneter Nachweise belegen muss. Die Verfolgung steuerbegünstigter Zwecke (im Sinne der §§ 52 bis 54 der Abgabenordnung) ist vom Antragsteller mittels einer Bescheinigung des zuständigen Finanzamtes nachzuweisen.

Die Vereinigung wird für die Gebührenjahre von der Jahresgebühr befreit, für die ein steuerbegünstigter Zweck im Sinne der §§ 52 bis 54 der Abgabenordnung nachgewiesen und der Antrag rechtzeitig gestellt wurde. Wird der Antrag im Laufe eines begonnenen Gebührenjahres gestellt, gilt die Befreiung für das gesamte Gebührenjahr.

## KEINE RÜCKWIRKENDE BEFREIUNG

Die vom WHB nachdrücklich erfragte rückwirkende Befreiung für in 2019 eingegangene Gebührenbescheide ist gesetzlich nicht vorgesehen, so dass erstmals für das Gebührenjahr 2020 eine Befreiung erfolgen kann. Für die zurückliegenden Gebührenjahre müssen die Gebühren weiterhin entrichtet werden.

Vereine, die also in 2019 Rechnungen erhalten haben, müssen dementsprechend die Jahresgebühr rückwirkend ab dem Jahr 2017 zahlen.

Die Bundesanzeiger Verlag GmbH ist von der Bundesregierung mit der Führung des Transparenzregisters beauftragt und zum Gebühreneinzug berechtigt. Es können demnach Bußgelder erhoben werden.

**Weitere Hinweise zum Verfahren sollen in Kürze unter [www.transparenzregister.de](http://www.transparenzregister.de) zu finden sein.**

**Für Rückfragen steht Ihnen das Team der Geschäftsstelle gerne zur Verfügung.**

# HINTER DEN BERGEN, BEI DEN KLEINEN ZWERGEN

## WHB-KOOPERATIONSPROJEKT BRINGT INTERAKTIVES KINDER-THEATER INS DORF

**2020** kooperiert der Westfälische Heimatbund mit dem Kreis Borken und dem Kindertheater Don Kidschote im Rahmen eines Pilotprojektes der Regionalen Kulturförderung NRW.

„Hinter den Bergen, bei den kleinen Zwergen“ bringt interaktives Kindertheater ins Dorf beziehungsweise in die Bauerschaft. Das Vorhaben eröffnet die Möglichkeit, Kindern im ländlichen Raum ein außergewöhnliches kulturelles Angebot zu bieten, ohne dass diese dafür den Ort verlassen müssen.

Was ist überhaupt Theater? Wie sieht eine Aufführung aus? Zusammen mit der Tanz- und Theaterpädagogin Barbara Westenberger vom Theater dedia kommt Don Kidschote in zehn Dörfern in den Kreis Borken und ins weitere Münsterland.

„Hinter den Bergen, bei den kleinen Zwergen“ dient dem Auf- und Ausbau der kulturellen Bildung und Teilhabe und der Strukturverbesserung der kulturellen Grundversorgung auf dem Land.

Im Fokus stehen dabei eine intensive Form des Spiels und die aktive Auseinandersetzung mit sich selbst, jenseits von neuen Medien und Konsumkultur. Wert legt die Theaterkompanie dabei auf Niedrigschwelligkeit, Interaktion und ein Rahmenprogramm, das das direkte Lebensumfeld einbezieht.

Zugleich stärkt die Durchführung in Kooperation mit Heimat- und Dorfvereinen vorhandene örtliche Strukturen und dient zugleich der Kennzeichnung als kinder- und familienfreundliche Region.

Die Zielgruppe sind Kinder von 4 bis 10 Jahren, darüber hinaus ist das Projekt offen für Eltern und Großeltern.

Als Veranstaltungspartner vor Ort wird ein Heimat- oder Dorfverein, eine Kita oder Bildungseinrichtung auftreten. Zur Vorbereitung treten die Veranstalter mit den Kindern

vor der Aufführung in dem ihnen vertrauten Umfeld in einen Dialog und lernen gemeinsam Theater kennen. Der persönliche Besuch in den Kitagruppen oder Schulklassen baut Berührungängste ab und weckt dabei erstes Interesse und Neugier. Die folgende Aufführung soll den Charakter einer Theateraufführung auf einer „Großen Bühne“ möglichst realitätsnah nachempfinden. Im Anschluss an jede Aufführung sollen mit Hilfe theaterpädagogischer

Spielformen die Lust und Freude an der Entdeckung eigener Emotionen geweckt werden. Fragen an die Schauspieler sind ausdrücklich erlaubt!

Das Projekt wird unterstützt durch die Regionale Kulturförderung des Ministeriums für Kultur und Wissenschaft NRW, die Werte-Stiftung-Münsterland der Vereinigten Volksbank Münster eG, den Landschaftsverband Westfalen-Lippe (LWL) und den Kreis Borken.

Seit vielen Jahren ist das Theater Don Kidschote unterwegs in Kindergärten, Büchereien, Bürgersälen, Grund- und Förderschulen mit Schwerpunkt in Münster und NRW, aber auch darüber hinaus. Heimatvereine, die grundsätzlich interessiert sind an der Initiierung und Planung von Kinder- und Familientheatervorstellungen in ihren Heimathäusern und Ortschaften, können sich auch außerhalb des Projektes unverbindlich an die Veranstalter wenden.



**Kinder bei einer Aufführung des Kindertheaters Don Kidschote**

*Foto/ Theater Don Kidschote*

## KONTAKT

### Theater Don Kidschote

Christoph Bäumer & Ingrid Lastring

Piusallee 192 · 48147 Münster

0251 217219

[info@theater-don-kidschote.de](mailto:info@theater-don-kidschote.de)

[www.theater-don-kidschote.de](http://www.theater-don-kidschote.de)

# GESUCHT: DORFIDEEN MIT WEITBLICK

**GEMEINSAMER AUFRUF ZUR „ZUKUNFT DER DÖRFER“: WHB UND WOCHENBLATT FÜR LANDWIRTSCHAFT UND LANDLEBEN SUCHEN IDEEN, TIPPS UND GUTE BEISPIELE**

**D**ie einen haben die alte Gaststätte wieder flottbekommen. Die anderen bauen sich gerade ein Dorfgemeinschaftshaus. Im Nachbardorf lädt ein Kleingartenverein zu Gartengesprächen. Ein privates Seniorenzentrum wird um eine Kita für die Dorfkinder erweitert. Andernorts wird ein Bürgerbus eingerichtet. Auch Nachbarfeste, Kunstaktionen, Heckentheater oder Reparatur-Cafés bringen frisches Leben ins Dorf. Ein Trimm-Dich-Pfad oder Kletterpark entsteht. Eine neue Dorf-App vernetzt Bürger, Veranstaltungen und Dienstleistungsangebote. Durch besondere Maßnahmen wird die ärztliche Nahversorgung sichergestellt. Landwirte engagieren sich mit Schülern und Eltern gemeinsam für lokale Naturschutzmaßnahmen.

Für solche Projekte mit Weitblick, für Ideen und gute Beispiele interessieren sich das Wochenblatt für Landwirtschaft und Landleben und der WHB.

Der WHB hat 2020 zu seinem Themenjahr „Zukunft der Dörfer“ erklärt und arbeitet dazu mit verschiedenen Partnern in unterschiedlichen Formaten zusammen. Im Themenjahr soll dargestellt werden, wie man den Herausforderungen der Zukunft der Dörfer positiv begegnen kann.

Die drohenden Probleme sind bekannt – da sind sich WHB und Wochenblatt einig. Nun geht es um das Aufspüren innovativer Ansätze und das Entwickeln guter Strategien. Zwar gibt es vielerorts auf dem Land Probleme, aber eben auch viele Engagierte, die die Probleme lösen. Und es gibt viele gute Ideen, Konzepte oder bereits umgesetzte Projekte, etwa zum Naturschutz, zur Kultur, zur Mobilität auf dem Land oder zur Umnutzung leerstehender Häuser. Im Kleinen entstehen neue Orte und Formen der Begegnung zwischen Jung und Alt oder zwischen Alteingesessenen und Neuzugezogenen. Ungewöhnliche lokal initiierte Angebote bereichern das kulturelle Angebot, auch in kleinen Ortschaften.

Das Wochenblatt und der Heimatbund möchten mehr davon erfahren. Was bewegt die Menschen im Dorf, und was bewegen sie selbst: für ihr Dorf, ihre Bauerschaft, ihren Ortsteil?

Gesucht werden pfiffige, mutige und innovative Lösungsansätze, auch aus dem digitalen Bereich.

Die interessantesten Ideen und Projekte aus Westfalen – ob in Planung oder bereits umgesetzt – werden im Rahmen des Kooperationsprojektes im Wochenblatt und in den Medien des WHB vorgestellt. Geplant ist unter anderem eine gemeinsame Publikation, die die guten Ideen ins Land trägt.

Der WHB interessiert sich natürlich besonders für Projekte, die **von oder in Zusammenarbeit mit Dorf- oder Heimatvereinen** umgesetzt werden. Aber auch weitere Beispiele sind willkommen.

Ein formloser Hinweis zum Projekt genügt. Bitte geben Sie jedoch an, in welcher Trägerschaft das Projekt durchgeführt wurde (gemeinnütziger Verein, kommunal, Privatinitiative, etc.) und ob für die Umsetzung EU-, Bundes- oder Landesfördermittel eingeworben wurden.

**Senden Sie Ihre Ideen bitte an eine der beiden Adressen:**  
Westfälischer Heimatbund e. V.

Stichwort: Dorfideen  
Kaiser-Wilhelm-Ring 3 · 48145 Münster  
whb@whb.nrw

Wochenblatt für Landwirtschaft und Landleben

Stichwort: Dorfideen  
Postfach 4929 · 48028 Münster  
redaktion@wochenblatt.com

**Schülerbastelarbeiten zum Thema „Schule macht Strom“**

Foto/ Christoph Steinweg © LWL-Medienzentrum für Westfalen



## DER WHB-KINDERWANDERPASS IST DA!



Grafik/ WHB/ Lena Hesse

**W**anderungen wissen vor allem bewegungslustige Erwachsene zu schätzen. Doch auch für Kinder kann der geplante Wanderausflug ein vergnügliches und herausforderndes Abenteuer sein. Mit dem WHB-Kinderwanderpass und der Entdecker-Maus Pip macht

Kindern die Wanderung gleich doppelt so viel Spaß!

Neben lustigen Wandertipps und witzigen Spielideen für unterwegs können die jungen Wanderer auf spielerische Art und Weise im Wanderlogbuch ihre Umgebung kennenlernen und ihre Wanderungen eintragen. Wie war das Wetter? Welche Tierspuren habe ich entdeckt? Welche Tiere habe ich gesehen? Haben wir uns verlaufen? Hat jemand gefragt: „Ist es noch weit?“

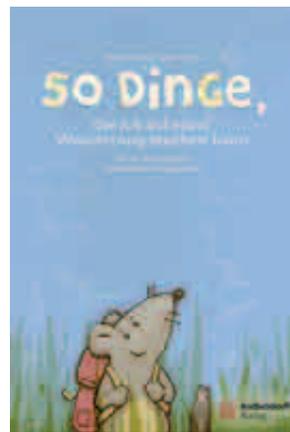
Mit dem neuen Kinderwanderpass möchte der WHB Kinder ab 4 Jahren für das Wandern und ihre nahe Umgebung begeistern, denn hierbei bieten sich viele schöne Möglichkeiten, die Landschaft vor der Haustür zu entdecken und spielerisch die Natur zu erkunden. Zudem fördert Bewegung an der frischen Luft die Gesundheit und hält fit! Beteiligt am Kinderwanderpass sind der Deutsche Wanderjugend Landesverband Nordrhein-Westfalen, der Eggegebirgsverein e. V., der Teutoburger-Wald-Verband e. V., der Sauerländische Gebirgsverein e. V., der Naturpark Teutoburger Wald/Eggegebirge und der Baumberge-Verein e. V.

Übrigens: Als Belohnung für die kleinen Wanderfreundinnen und Wanderfreunde gibt es beim WHB für einen ausgefüllten Kinderwanderpass einen kostenlosen Button mit der Wander-Maus.

Und wer vom Wandern noch nicht genug hat, der findet in dem kunterbunten Buch „50 Dinge, die ich auf einer Wanderung machen kann“ abenteuerlustige und originelle Aufgaben gestellt, die bei einem Wanderausflug mit Kreativität und einer Riesenportion Spaß gelöst werden können. Ob Hüttenbau, Lagerfeuer, Vogelbeob-

achtung oder Spurensuche, auf Forschungsreisen durch Flora und Fauna wird es nie langweilig. Um die Erlebnisse unvergesslich zu machen, können auf den einzelnen Seiten selbstgestalterische Erfolge und Erfahrungen festgehalten werden. Für bereits erledigte Aufgaben gibt es Kästchen zum Abhaken in der Kapitelübersicht.

### SPANNENDE ABENTEUER MIT PIP ERLEBEN! 50 DINGE, DIE ICH AUF EINER WANDERUNG MACHEN KANN.



Mit Texten von Sandra Hamer und liebevollen Illustrationen von Lena Hesse.

Hrsg. vom Westfälischen Heimatbund, Münster 2014. 80 S., mit Zeichnungen und Grafiken. Die Publikation ist für 9,80 € unter der ISBN 978-3-402-13074-2 im Buchhandel erhältlich.

Grafik/ WHB/ Lena Hesse

## INFO

Durch die großzügige Förderung von Entwurf und Druck durch die Manfred-Engel-Stiftung ist der Kinderwanderpass beim WHB und den Kooperationspartnern kostenlos erhältlich.

Auf der Internetseite des WHB findet sich seit kurzem außerdem eine Sammlung toller Kinder- und Jugendwanderwege. Sie haben noch weitere Vorschläge für Kinder- und Jugendwanderwege in Westfalen? Melden Sie sich gerne!

## KONTAKT

Westfälischer Heimatbund – Fachbereich Wandern  
Ineke Kluth  
wanderwege-muensterland@whb.nrw  
0251 203810-15  
[www.whb.nrw/de/wanderwege/kinderwanderwege/](http://www.whb.nrw/de/wanderwege/kinderwanderwege/)

ENGAGIERT VOR ORT

## LWL-MEDIENZENTRUM FÜR WESTFALEN STELLT KOSTENLOS FILME ZUM DOWNLOAD ZUR VERFÜGUNG

LWL-MEDIENZENTRUM FÜR WESTFALEN, DIGITAL

Sämtliche Filme im Download-Bereich des Westfalen Medien Shops stehen aufgrund der Corona-Krise kostenlos zum Download bereit. Dort finden Interessierte mehr als 100 Dokumentationen, Kurzfilme und Reportagen zur Region und Geschichte Westfalens.

So porträtierte Jörg Keweloh 1992/1993 mit dem Film „Bahnhof der Bergleute“ den Künstler Alfred Schmidt, der bereits seit 1972 den Bergbau zum Hauptthema seiner künstlerischen Arbeit gemacht hatte und mit dem „Bahnhof der Bergleute“ sein größtes Projekt umsetzte. Daniel Huhns Film „HEIMATKINO“ von 2019 dokumentiert die sich wandelnde Ki-



**Bildschirmfoto des LWL-Medienzentrums für Westfalen**

Grafik/ [westfalen-medien-shop.lwl.org/](http://westfalen-medien-shop.lwl.org/) (abgerufen am: 25. März 2020)

nokultur im Ruhrgebiet. Dabei zeigt er ganz unterschiedliche Formen der Kinokultur: vom Auto- und Bahnhofskino über Filmclubs und anspruchsvolle Programmkinos bis zu den großen Lichtspieltheatern. Daneben gibt es fiktionale Werke wie den Stummfilm „Die Hermannsschlacht“ aus dem Jahr 1924 zu entdecken. Aus technischen Gründen sind die Downloads vorerst auf einen Film je Nutzer pro 24 Stunden begrenzt.

Der Link zum Angebot lautet [westfalen-medien-shop.lwl.org/download-medien/](http://westfalen-medien-shop.lwl.org/download-medien/)

## UNSER KREIS GÜTERSLOH – FILME VON KINDERN ÜBER IHRE STÄDTE UND GEMEINDEN

MEDIENZENTRUM GÜTERSLOH, DIGITAL

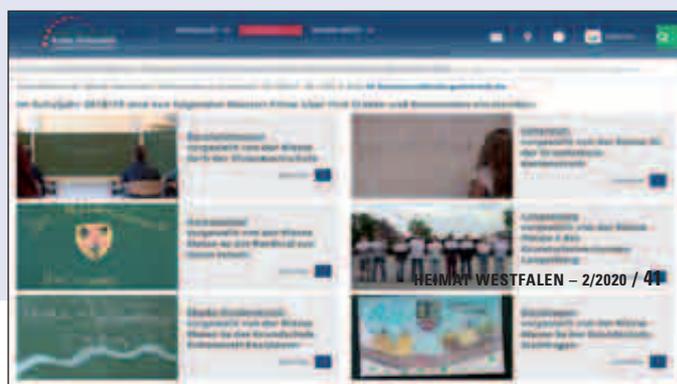
In einem besonderen Filmprojekt des Medienzentrums Gütersloh erstellen Grundschulklassen Filme über ihren Heimatort. Dazu erhalten sie vom Medienzentrum an drei Schultagen Hilfestellung und Unterstützung durch medienpädagogische Fachleute, die mit den Schülerinnen und Schülern in Kleingruppen gemeinsam die örtlichen Sehenswürdigkeiten filmen, Interviews durchführen oder auch die Lieblingsplätze der Kinder und Besonderheiten des Ortes vorstellen. Die Kinder schreiben das Drehbuch für ihre Filme selbst. Sie können dabei ihre eigenen Ideen umsetzen und nehmen ihre Zuschauer nicht nur mit auf einen historischen Rundgang, sondern zeigen auch ihre persönlichen Lieblingsorte. Auch einige Dorf- und Stadtbewohner, Bürgermeisterinnen und Bürgermeister verraten in Interviews ihre Lieblingsplätze und -geschichten sowie kommunale Eigenarten. Für Erwachsene lohnt sich der Perspektivwechsel, um die Heimattorte aus Kinderaugen zu betrachten.

Die ersten sechs Filme (Rheda-Wiedenbrück, Gütersloh, Harsewinkel, Langenberg, Steinhagen und Borgholzhausen) entstanden 2019 und feierten im Bambi-Kino in Gütersloh Premiere. Im Sommer 2020 sind dann die Kommunen Halle (Westf.), Herzebrock-Clarholz, Rietberg, Schloß Holte-Stuken-

brock, Verl, Versmold und Werther (Westf.) an der Reihe. Das Projekt ist ein filmisches Ergänzungsangebot zum Sachbuch „Unser Kreis Gütersloh“ und wurde mit Unterstützung der Sparkassen im Kreis Gütersloh und des Heimatfonds des NRW-Heimatministeriums umgesetzt. Das Arbeitsbuch wird jährlich an die Kinder der dritten Klassen aller Grundschulen im Kreis Gütersloh für den Sachunterricht verteilt. So lernen die Kinder ihren Heimatkreis besser kennen. Es ist abrufbar unter [www.kreis-guetersloh.de/themen/bildung/schulamt/sachbuch-unser-kreis-guetersloh/](http://www.kreis-guetersloh.de/themen/bildung/schulamt/sachbuch-unser-kreis-guetersloh/). Wer die Idee hat, zukünftig ebenfalls Filme mit Schülern über deren Heimatort umzusetzen, kann sich auf der Webseite des Projektes [www.kreis-guetersloh.de/themen/bildung/medienzentrum/heimatfilmprojekt-filme](http://www.kreis-guetersloh.de/themen/bildung/medienzentrum/heimatfilmprojekt-filme) die ersten Filme ansehen und sich inspirieren lassen.

**Bildschirmfoto der Projektwebseite**

Grafik/ [www.kreis-guetersloh.de/themen/bildung/medienzentrum/heimatfilmprojekt-filme/](http://www.kreis-guetersloh.de/themen/bildung/medienzentrum/heimatfilmprojekt-filme/) (abgerufen am: 30. März 2020)



## ESEL HUBERTA UND DAS MUSEUMSTEAM VON HAUS HÖVENER VERÖFFENTLICHEN TÄGLICH EINE GESCHICHTSGESCHICHTE

MUSEUM HAUS HÖVENER, BRILON, HOCHSAUERLANDKREIS, DIGITAL



**Esel Huberta schreibt gern Geschichten auf.**

*Grafik/ Norbert Planken*

Esel Huberta und das Museumsteam von Haus Hövener veröffentlichen seit dem 21. März täglich eine Geschichtsgeschichte auf der Webseite des Museums [www.haus-hoeverner.de](http://www.haus-hoeverner.de). Dabei werden Kinder, Eltern und Großeltern gleichermaßen angesprochen. Bei den kurzen Geschichten geht es um Nachrichten aus den verschiedensten Lebensbereichen. Sie sollen

nicht nur die Zeit vertreiben, sondern auch unterhaltsam und lehrreich sein, dazu sollen sie auch zum Schmunzeln einladen. Dazu trägt auch die Karikatur des Esels Huberta von Norbert Planken bei. Immer, wenn Huberta etwas Neues im Museumsarchiv entdeckt hat, greift sie zum Stift und schreibt eine kurze Notiz. Warum gibt es eigentlich Brilon und Altenbrilon? Gab es auch früher schon Seuchen in Brilon? Welches sind eigentlich die ältesten Briloner Hausnamen? Wie war das bei einem Bischofsbesuch im 18. Jahrhundert? Wie endete der Zweite Weltkrieg in Brilon? Gab es auch früher schon Hamsterer? Solche oder ähnliche Geschichten können von Eltern, Großeltern und Kindern gemeinsam gelesen und als Gesprächsanlässe genutzt werden. Die nächsten Geschichtsgeschichten sind schon im Köcher. Die Geschichten gibt es auch unter [www.facebook.com/haushoeverner](http://www.facebook.com/haushoeverner).

## GRUNDSCHULKINDER SETZEN WEIDENSTECKLINGE FÜR NEUE KOPFWEIDEN

HEIMATVEREIN FRÖMERN UND DIE KLASSE 2A DER GEMEINSCHAFTSGRUNDSCHULE FRÖNDEBERG/RUHR, KREIS UNNA

Erstmalig bot der Heimatverein Frömern für Grundschul Kinder begleitend zum Sachkundeunterricht eine naturkundliche Aktion an und arbeitete dafür mit der Klasse 2a der Gemeinschaftsgrundschule Fröndenberg/Ruhr zusammen. Der Verein pflegt Kopfweiden und Obstbäume im Ort und möchte Schülerinnen und Schüler durch die Kooperation mit der heimischen Natur vertraut machen.

Die Lehrerin bereitete im Unterricht die Aktion vor. Wetterfest bekleidet ging es mit dem Bus nach Frömern zum

Treffpunkt. Der Weg führte an den Kopfweiden eines Bachlaufs vorbei zur Pflanzstelle. Die Stecklinge waren vorher auf Abstand ausgelegt worden. Die nötigen Werkzeuge wurden erklärt und die Handhabung gezeigt. Dann ging es gemeinsam an die Arbeit. Mit einem Brecheisen wurde in die weiche Böschung des Grabens eingestochen. Es wurden kreisend ca. 60 cm tiefe Löcher gebohrt und die Stecklinge darin mit einigen Hammerschlägen festgesetzt. Der Heimatverein verköstigte die Kinder mit Apfelsaft und Kuchen und erklärte nebenbei noch einiges Wissenswerte zur Verwendung der Kopfweidenruten und der traditionellen Schneitelung der Weidenbäume.

**Schulkinder präsentieren stolz die Werkzeuge Vorschlaghammer, Brecheisen und Schlagschutz. Auf dem Erdboden liegt ein Weidensteckling.**

*Foto/ Heimatverein Frömern*



## GRUNDSCHÜLER PFLANZEN IN BOTTROP SCHON SEIT 22 JAHREN JAHRGANGSWÄLDER

**WALDPÄDAGOGISCHES ZENTRUM (WPZ) DES KREISVERBANDES BOTTROP DER SCHUTZGEMEINSCHAFT DEUTSCHER WALD (SDW) UND VEREIN FÜR ORTS- UND HEIMATKUNDE KIRCHHELLEN E. V.**

Das vom Kreisverband unterhaltene Waldpädagogische Zentrum (WPZ) ist außerschulischer Lernort aller Bottroper Grund- und Förderschulen. Neben dem Pflanz- und Kräutergarten befinden sich u. a. eine Streuobstwiese, ein Fühlparcours, ein Vogelstimmenlehrpfad, Vitrinen mit Tierpräparaten und Tiergehege (Wildschweine, Mufflons) sowie eine Imkeranlage mit Bienengarten und das Vereinsheim auf dem Gelände. Ziel des Zentrums ist es, die Schüler jährlich mit einer waldbezogenen und nachhaltigen Naturerziehung zu begleiten. In Bottrop ist seit 1999 ein regelmäßiger Besuch der Einrichtung im Schulprogramm festgeschrieben. Über 150 Ehrenamtliche wirken daran mit, so auch der Verein für Orts- und Heimatkunde Kirchhellen e. V.

Inhaltliche Klammer der Bildungskoooperation ist die „Einpflanzaktion“ in der 1. Klasse und die „Auspflanzaktion“ in der 4. Klasse. Im 1. Schuljahr werden alle Schulkinder ins WPZ eingeladen, um einen kleinen Baumsetzling



**Kinder bei der Auspflanzaktion in der Kirchheller Heide**

Foto/ Eugen Fockenbrock

zu pflanzen (Einpflanzaktion). Neben der Pflanzung gibt es weitere altersgerechte Aktionen rund um den Wald. Im 2. und 3. Schuljahr wird der „Besuch“ der Bäumchen ebenfalls um ein naturpädagogisches Rahmenprogramm zu den Lebensräumen Baum und Wald ergänzt, welches jeweils mit Hilfe vieler lokaler Kooperationspartner umgesetzt wird. Im 4. Schuljahr werden alle Bäume, welche die Schüler im 1. Schuljahr gepflanzt haben, zu einem Jahrgangswald in der Kirchheller Heide ausgepflanzt (Auspflanzaktion); das erlernte Waldwissen wird vertieft.

Am Kletterpoth nahe dem Flugplatz Schwarze Heide ist so inzwischen ein stattlicher Jahrgangswald unterschiedlich großer Bäume aus den 22 vergangenen Jahren herangewachsen. Rund 160.000 Bäume hat die Aktion bereits in den Kirchhellener Waldboden gebracht. Das Konzept ist inzwischen auch auf eine Kooperation mit Gladbecker Schulen übertragen worden. Das Projekt wird unterstützt vom RVR (Regionalverband Ruhr) und vom Landesbetrieb Wald und Holz NRW. Schirmherr ist der Bottroper Oberbürgermeister Bernd Tischler.

## „DO BISTE PLATT“-RADIOSENDUNGEN ZUM NACHHÖREN

**HOCHSAUERLANDWELLE E. V. IM HOCHSAUERLANDKREIS, DIGITAL**

Die gemeinnützige Hochsauerlandwelle produziert Bürgermedien im Hochsauerlandkreis. „Do biste platt“ ist die einzige plattdeutsche Radiosendung in NRW. Gerade eine bedrohte Sprache muss auch medial präsent sein, damit sie im Ohr bleibt. Die Hochsauerlandwelle gibt dem Sauerländer Platt seit dem 6. Mai 2002 in der in Brilon produzierten Sendung und im Netz eine Heimat. Auch die Beiträge des ursprünglich für den 9. Mai 2020 geplanten 26. Plattdeutschen Tages des Sauerländer Heimatbundes im Stertschultenhof, der in diesem Jahr von der Freigrafschaft Düdinghausen (Medebach) ausgerichtet wird, sollen von der Hochsauerlandwelle aufgezeichnet und im Rahmen der Sendung „Do biste platt“ gesendet werden. Seit Mai 2018 erfolgt eine enge Kooperation mit „NRWision“ bei der Technischen Universität Dortmund. Die Radio- und Fernsehbeiträge können sowohl über die Hochsauerlandwelle [www.sauerlandplatt.de](http://www.sauerlandplatt.de) als auch über die Bürgermedienplattform abgerufen werden. Sendungen bzw. Projekte können auch als Abruf-Funk (Podcast) oder Filmbeitrag in der Mediathek von NRWision unter [www.nrwision.de/mediathek](http://www.nrwision.de/mediathek) eingebettet werden.

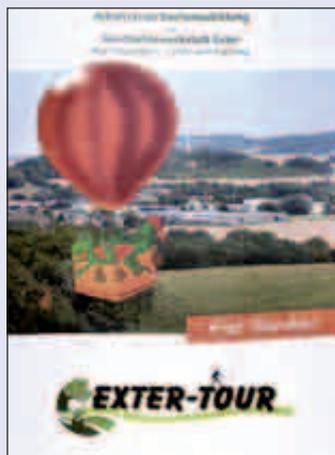


**Bildschirmfoto der Sendungen auf [www.sauerlandplatt.de](http://www.sauerlandplatt.de)**

Grafik/ [www.sauerlandplatt.de/abrp.htm](http://www.sauerlandplatt.de/abrp.htm) (abgerufen am: 2. April 2020)

# KINDER KÖNNEN DEN ORTSKERN EXTERS MITTELS KLEINER TOUR ERKUNDEN

GESCHICHTSWERKSTATT EXTER E. V., KREIS HERFORD



**Titelbild der Broschüre  
Exter-Tour für Kinder**

Grafik/ Geschichtswerkstatt Exter e. V.

Seit 2014 führt die „Exter-Tour“ auf zwei Rundwanderwegen mit insgesamt 31 Stationen an markanten Punkten durch den Ort. Sie erschließt den Ort Besuchern durch die Ortskern-Route (4,3 km lang mit 19 Stationen) und die Außenroute (16,9 km mit 12 Stationen) über die Höhen rund um den Ort.

Ein Start- und Zielpunkt ist die zur Zeit letzte noch voll funktionsfähige Windmühle im Vlothoer Ortsteil Exter am Alten Postweg. Stationstafeln bieten Kurzinformationen, per QR-Code ist Weiterführendes zu erfahren. Eine Faltkarte liegt in der Autobahnkirche zur Mitnahme sowie im örtlichen Edeka-Markt aus.

Die innerörtliche „Exter-Tour für Kinder“ wurde 2016 für Kinder im Alter von 4 bis 12 Jahren konzipiert. Unter pädagogischer Beteiligung wurden hierfür 14 Stationen der „großen“ Exter-Tour im Ortsinneren kombiniert, die mit Spiel und Spaß erkundet werden können. Entwickelt wurde sie unter Mitwirkung der Geschichtswerkstatt Exter e. V. vom Arbeitskreis Dorfentwicklung in Zusammenarbeit mit dem Familienzentrum Villa Kunterbunt und der Evangelischen Grundschule. Dort sind auch Materialien für das spielerische Erfassen des Umfeldes der einzelnen Stationen deponiert.

Auswärtige Interessenten können sich vorab im Begleitheft zu diesem Projekt informieren, welches gegen eine geringe Schutzgebühr bei der Geschichtswerkstatt Exter zu beziehen ist ([www.gwexter.org/extertour/et-kinder.php](http://www.gwexter.org/extertour/et-kinder.php)).

## LEADER-PROJEKT „DORFLÄDEN – ALL INCLUSIVE“ IM KREIS STEINFURT UNTERSTÜTZT DIE KONZEPTION UND ERRICHTUNG VON VIER DORFLÄDEN IM VERBUND

WERTARBEIT STEINFURT GMBH – PROJEKT DORFLADEN, KREIS STEINFURT

Das Dorfladenverbundprojekt wird für die Regionen Tecklenburger Land und Steinfurter Land entwickelt und befindet sich derzeit in der Umsetzungsphase. Dabei sollen Synergieeffekte wie Einkaufs- und Liefergemeinschaften sowie ein gemeinsames Lager bei der Umsetzung genutzt werden. Die Dorfläden sollen nicht nur die notwendige Nahversorgung sichern, sondern durch die Einrichtung z. B. eines Cafés oder eines Multifunktionsraumes ein sozialer Treffpunkt und

ein Dienstleistungszentrum (Paketshop, Abholstelle für Medikamente, Beratungsmöglichkeit etc.) für die Bevölkerung werden. Ein Mehrwert des Projektes ergibt sich auch dadurch, dass beabsichtigt wird, neue sozialversicherungspflichtige Ar-

beitsplätze für Personen einzurichten, die am Arbeitsmarkt benachteiligt sind. Im Rahmen der Projektlaufzeit wurden zunächst für vier Standorte (Hopsten-Schale, Ibbenbüren-Dörenthe, Rheine-Rodde, Greven-Gimbte) dorfspezifische Konzepte erstellt, welche in einem nächsten Schritt modellhaft erprobt werden sollen. Die Entwicklung eines Dorfladen-Verbundsystems und die Übertragung der Konzepte auf andere Regionen des Kreises könnten weitere Schritte sein. Am Standort Schale wird die Dorfladen-Immobilie vom Förder- und Trägerverein Dorfgemeinschaftseinrichtungen Schale e. V. erworben, saniert und unterhalten und an die neu gegründete Betreibergesellschaft des Dorfladens vermietet.

**Projektlogo des Verbundpartners aus Schale**

Grafik/ Förder- und Trägerverein Dorfgemeinschaftseinrichtungen Schale e. V.



# WANDERAUSSTELLUNG „VOM WEGGEHEN UND ANKOMMEN“ SOLL WEITER AUF DIE REISE GEHEN

## KREISHEIMATVEREIN ERKUNDET, WIE MIGRATION UND INTEGRATION IN COESFELD IN VERSCHIEDENEN JAHRZEHNTE SPUREN HINTERLASSEN HABEN

**D**rei Stationen hatte der Kreisheimatverein Coesfeld für seine Präsentation „Vom Weggehen und Ankommen“ geplant. Fünf sind daraus geworden, zwei weitere sind in Planung. Täglich kommen neue Anfragen hinzu.

Der Wanderausstellung ging 2018 die Veröffentlichung des Buches „Sie sprechen aber gut Deutsch“ voraus. Darin kommen 16 Menschen zu Wort, die nach dem Zweiten Weltkrieg bis heute ihre Heimat verlassen mussten. Zu den Befragten gehören drei Ostvertriebene, die Tochter eines türkischen „Gastarbeiters“, Aussiedlerinnen aus Polen und Rumänien, ein Spätaussiedler aus Kasachstan, ein Vietnameser aus Saigon, eine sunnitische Pakistanerin aus Karachi, ein Hazara aus Afghanistan, eine Deutsche, die viele Jahre in Damaskus gelebt und gearbeitet hat, eine jesidische Familie aus dem Irak, eine Tochter tamilischer Eltern, die in Münster geboren ist und ein Kurde aus Aleppo.

„Es war uns ein Anliegen herauszufinden, wie und ob Migration und Integration zu verschiedenen Zeiten stattgefunden haben“, erklärt Christian Wermert, Geschäftsführer des Kreisheimatvereins Coesfeld.

Um diese gut recherchierten Lebensbiografien einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen, konzipierte der Kreisheimatverein Coesfeld die Wanderausstellung, die auf drei interessanten Komponenten basiert: Auf zehn ansprechend gestalteten Schautafeln sind Auszüge dieser Lebensgeschichten zu lesen. Auf weiteren Tafeln dürfen sich die Besucher einbringen, indem sie Fragen zu Heimat und Sprache individuell beantworten können. Für einen Kurzfilm von etwa zehn Minuten

konnten die Organisatoren die preisgekrönte Filmemacherin Susanna Wüstneck gewinnen.

Für die Dokumentation zur Ausstellung befragte das Filmteam fünf Geflüchtete und die Tochter einer „Gastarbeiterfamilie“ aus der Türkei aus dem Kreis Coesfeld zu den Themen Heimatverlust, Ankommen und Integration. Damit die Ausstellung auch attraktiv für Schüler und Jugendliche ist, wurde eigens dafür ein BIPARCOURS in der gleichnamigen App angelegt. Dieses moderne Lernwerkzeug ist ein Angebot von Bildungspartner NRW und ist vergleichbar mit einer Quiz-App, die eine interaktive Schnitzeljagd für Smartphone oder Tablet ermöglicht. Zu beantworten gibt es 20 Fragen, die sich auf die Ausstellung beziehen.

Ulla Wolanewitz begleitete schon über 550 Schülerinnen und Schüler durch die Ausstellung. Der engagierte Vortragsstil der Autorin und Heimatpreis-Gewinnerin des Kreises Coesfeld spricht die Jugendlichen an. Das Projekt konnte realisiert werden durch die finanzielle Unterstützung des Ministeriums für Kultur und Wissenschaft des Landes NRW, der Sparkassenstiftung für den Kreis Coesfeld, der Städte Billerbeck und Coesfeld sowie der Gemeinden Nottuln und Rosendahl sowie der Bürgerstiftungen Billerbeck, Dülmen, Coesfeld, Nottuln und Rosendahl.

**Ulla Wolanewitz**

### INFO

Weitere Vereine oder Schulen, die auch zu einem späteren Zeitpunkt Interesse an dieser Ausstellung haben, können unter [info@kreisheimatverein-coesfeld.de](mailto:info@kreisheimatverein-coesfeld.de) oder unter [uwolanewitz@web.de](mailto:uwolanewitz@web.de) zur Autorin Kontakt aufnehmen.

**Blick auf die Ausstellungsmodule**

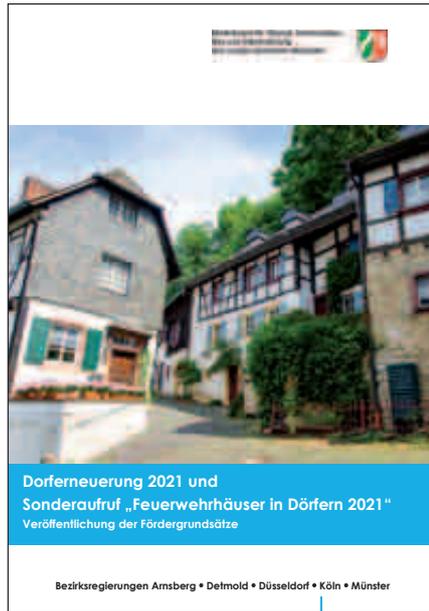
Foto/ Ulla Wolanewitz

# VERÖFFENTLICHUNG FÖRDERPROGRAMM „DORFERNEUERUNG 2021“ MIT SONDERAUFRUF „FEUERWEHRHÄUSER IN DÖRFERN 2021“

**D**ie Mittel für Dorfentwicklung ressortieren unter der derzeitigen Landesregierung im Ministerium für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung. Am 31. Januar 2020 wurden die Fördergrundsätze für die „Dorferneuerung 2021“ veröffentlicht. Sobald die sogenannte Gebietskulisse ländlicher Raum für das Jahr 2021 final ist, erfolgt eine Aktualisierung dieses Programmaufrufes.

Grundlegendes Ziel des Förderprogramms ist es, Orte und Ortsteile von bis zu 10.000 Einwohnerinnen und Einwohnern in ländlichen Räumen im Rahmen der vorläufigen Gebietskulisse „Ländlicher Raum 2014–2020“ in ihren dörflichen bzw. ortsteilspezifischen Siedlungsstrukturen als Lebens-, Arbeits-, Erholungs-, Kultur- und Naturräume für die Menschen zu sichern und zu entwickeln.

Ein besonderes Anliegen ist es, über die Förderung das bürgerschaftliche Engagement in den Dörfern und dörflich geprägten Gemeinden zu unterstützen. Zahlreiche Bürgerinnen und Bürger – in Vereinen oder außerhalb von Vereinsstrukturen – bringen sich aktiv in die Gestaltung ihrer Heimat ein. Bürgerschaftliches Engagement kann sich dabei auch durch das Engagement Einzelner für ihr Eigentum auszeichnen.



**Titel der Broschüre des MHKBG begleitend zu den neuen Fördergrundsätzen**

Grafik/ MHKBG

## SONDERAUFRUF „FEUERWEHRHÄUSER IN DÖRFERN 2021“

Für das Förderjahr 2021 hat das Ministerium für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung erstmals einen Sonderaufruf „Feuerwehrrhäuser in Dörfern 2021“ im Rahmen der „Dorferneuerung 2021“ gestartet. Technische Veränderungen und Neuerungen erfordern gerade in Dörfern bis zu 10.000 Einwohnerinnen und Einwohnern oftmals strukturelle und organisatorische Infrastrukturmaßnahmen im Bereich des Feuerschutzwesens; dies betrifft insbesondere den Neubau bzw. die Erhaltung von Feuerwehrrhäusern.

Förderanträge für den Förderzeitraum 2021 sind bei der jeweils zuständigen Bezirksregierung erhältlich und bis zum 30. September 2020 einzureichen.

## HINWEISE FÜR ANTRAGSSTELLER

Interessentinnen und Interessenten sollten sich vor einer Antragstellung stets zunächst an die Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner der für sie zuständigen Bezirksregierung wenden, um die grundsätzliche Förderfähigkeit des Vorhabens zu klären, Hinweise zur Antragsstellung zu erhalten und ggf. Ortstermine zu vereinbaren. Auch bei Fragen zu den Fördergrundsätzen sowie zum allgemeinen Antragsverfahren im Bereich der Dorferneuerung erhält man hier Auskunft. Zum Dorferneuerungsprogramm sind neben Städten und Gemeinden auch Private antragsberechtigt. Als „Private“ im Sinne des Dorferneuerungsprogramms gelten gemeinnützige juristische Personen und natürliche Personen sowie Personengesellschaften.

## INFO

Das Ministerium für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung (MHKBG) hat eine Broschüre mit den Fördergrundsätzen erstellt, die Sie auf der Webseite des MHKBG [www.mhkgb.nrw/](http://www.mhkgb.nrw/) herunterladen können.

# REINHARD GÄMLICH AUS HILCHENBACH ERHÄLT BUNDESVERDIENSTMEDAILLE

**A**m 28. Oktober 2019 ist der Allenbacher Reinhard Gämlich mit der Verdienstmedaille des Verdienstordens der Bundesrepublik Deutschland ausgezeichnet worden.

Reinhard Gämlich hat sich aktiv dafür eingesetzt, das Geschichts- und Heimatbewusstsein auf vielfältige Weise zu fördern. Für sein umfangreiches ehrenamtliches Engagement verlieh ihm nun der Landrat im Namen von Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier die Bundesverdienstmedaille.

Reinhard Gämlich wurde 1984 vom WHB zum Ortsheimatpfleger des Hilchenbacher Stadtteiles Allenbach ernannt. Die Beteiligung an den Treffen der Ortsheimatpfleger, der heimatpflegenden Vereine, Museen und sonstigen Kultureinrichtungen ist ihm seitdem ein großes Anliegen.

Er sieht sich als Mittler zwischen der Bevölkerung von Allenbach und der Stadt Hilchenbach.

Landrat Andreas Müller ging bei der Verleihungsfeier im Siegener Kreishaus zudem auf Gämlichs berufliches Wirken als Stadtarchivar ein: „Ein Archiv rechnet sich nicht, aber es zahlt sich aus“. So steht es im Vorwort des Jahresberichtes des Hilchenbacher Stadtarchivs, das Reinhard Gämlich über 30 Jahre lang geleitet hat. Es lohne sich, in Stadtarchiven die Geschichten und Zeugnisse, die dort schlummern, zu bewahren und weiterzugeben. Der Archivar der Stadt Hilchenbach habe sein Hobby der Geschichte und Geschichten zum Beruf gemacht.

Seit 1986 ist Reinhard Gämlich Geschäftsführer des Hilchenbacher Geschichtsvereins. Als Stadtarchivar saß er buchstäblich an der Quelle. Ihm ist es unter anderem zu verdanken, dass historische Gebäude in Hilchenbach mit Informationstafeln ausgestattet worden sind.

Viele Führungen und Vorträge hat er organisiert. Seine Leidenschaft für Geschichte hat er immer direkt seiner Heimat zugute kommen lassen. Ortschaften und Vereine hat der Allenbacher zum Beispiel bei der Aufarbeitung ihrer Historie unterstützt. So sind zahlreiche Chroniken aus seiner Feder entstanden. Für die Jung-Stilling-Gesellschaft und den Verein zur Erhaltung der Ginsburg hat er ehrenamtlich geschichtliche Ausarbeitungen angefertigt.



**Bei der Verleihungsfeier im Kreishaus (v. l.): Landrat Andreas Müller, Reinhard Gämlich und Holger Menzel, Bürgermeister der Stadt Hilchenbach**

*Foto/Jan Schäfer*

Der Vorsitzende des Vereins zur Erhaltung der Ginsburg, Dieter Viehöfer, dankte Reinhard Gämlich stellvertretend für alle Vereine und Ortschaften für seine Unterstützung. Horst Schlabach, Vorsitzender des Hilchenbacher Geschichtsvereins, lobte den Geschäftsführer des Vereins für dessen Öffentlichkeitsarbeit. Auf diese Weise habe er viele Menschen an seinem umfangreichen Wissen teilhaben lassen.

Die Verbundenheit Reinhard Gämlichs mit seiner Heimat und Lokalgeschichte würdigte auch Gerhard Hofmann von TV Allenbach.

Auch im Ruhestand ist Reinhard Gämlich noch engagiert. So sind bereits verschiedene Veröffentlichungen in Planung.

**Hans-Jürgen Klein**

# NACHRUF

## PROFESSOR DR. ALWIN HANSCHMIDT

**A**m 16. Januar 2020 verstarb in Vechta der aus Rietberg stammende Historiker Prof. Dr. Alwin Hanschmidt im Alter von 82 Jahren. Seit seiner Ernennung zum Professor für Geschichte und Didaktik an der Universität Osnabrück, Abteilung Vechta, im Jahre 1975 war er bis zu seiner Emeritierung im Jahre 2004 in der Lehrerausbildung tätig.

Zu seinem bleibenden Lebenswerk gehört vor allem seine umfangreiche Forschungs- und Publikationstätigkeit zur Geschichte Westfalens. Einen eigenen Schwerpunkt stellen dabei seine Arbeiten zum alten Fürstbistum Münster mit dem Oldenburger Münsterland dar, zu dem auch Vechta, Hanschmidts Wohn- und Wirkungsort seit mehr als 40 Jahren, gehört.

Mindestens ebenso wichtig ist ihm jedoch stets Rietberg, seine Herkunfts- und Heimatstadt, geblieben. In Rietberg wurde er am 7. August 1937 geboren, hier wuchs er auf, ging er zur Schule. Die Emsstadt und ihr katholisches Milieu haben ihn nachhaltig geprägt.

Alwin Hanschmidt hat sich nicht nur um das kollektive historische Gedächtnis seiner Heimatstadt Rietberg verdient gemacht, er hat sich auch zeitlebens immer aktiv an ihrem Gemeinwesen beteiligt.

Nur ein Beispiel ist die Wiederbegründung des Rietberger Heimatvereins im Jahre 1975. Natürlich gehörte er zu seinen Gründungsmitgliedern. Er stand dem Verein als beratendes Vorstandsmitglied bis 2013 zur Seite, hielt vor den Heimatfreunden zahlreiche Vorträge und veröffentlichte auch in dessen Schriftenreihe.

Zweifelsohne ist die große Rietberger Stadtgeschichte von 1989, erschienen zum 700-jährigen Stadtjubiläum und gemeinsam verfasst mit mehr als 30 Autorinnen

und Autoren, Hanschmidts wichtigstes Vermächtnis für Rietberg geblieben. Vorangegangen war schon 1983 der Sammelband „500 Jahre katholische Pfarrkirche St. Johannes Baptista.“ Es folgte 1993 die Festschrift „250 Jahre Gymnasium Nepomucenum“, gewidmet seiner alten Rietberger Lateinschule, der er zeitlebens für die ihm gebotenen Bildungschancen dankbar geblieben ist.



Foto/ privat

Nahezu unübersehbar sind die weiteren historischen Arbeiten, die er Rietberg und der ehemaligen Grafschaft, aber auch dem alten Kreis Wiedenbrück gewidmet hat. Viele dieser weit mehr als 100 Aufsätze, Studien und Beiträge erschienen im Heimat-Jahrbuch des Kreises Gütersloh, manche auch in den Heimatblättern der Glocke. Zuletzt veröffentlichte er in dem Sammelband „Der Kreis Wiedenbrück in seinen ersten Jahrzehnten“ noch einen längeren Beitrag zur politischen und wirtschaftlichen Entwicklung unserer Region.

Am 3. Juni 2018 hat Professor Hanschmidt seinen letzten Vortrag in Rietberg gehalten. Anlass war die Gründung des dortigen Franziskanerklosters vor 400 Jahren. In der Klosterkirche sprach er über die Klostergründerin Gräfin Sabina Catharina von Ostfriesland und Rietberg.

Bis zuletzt hat er zu Fragen der westfälischen Landesgeschichte und zur Geschichte unserer Region gearbeitet. Die westfälische Geschichtsschreibung und Heimatpflege haben eine bedeutsame Persönlichkeit verloren, die Stadt Rietberg einen großen Sohn und unermüdlichen Streiter für ihre Belange, die Familie, die Freunde, die Kolleginnen und Kollegen einen liebenswerten Menschen.

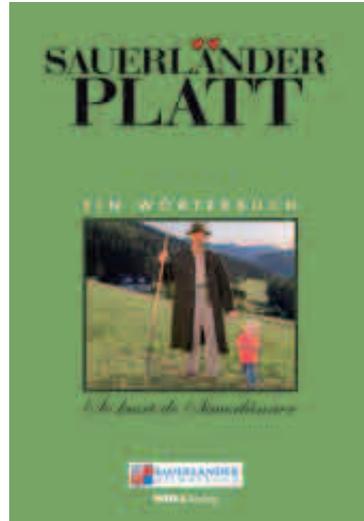
**Manfred Beine**

## SAUERLÄNDER HEIMATBUND E. V. (HG.) SAUERLÄNDER PLATT

Sauerländer Platt. Ein Wörterbuch.  
Hrsg. vom Sauerländer Heimat-  
bund e. V.  
WOLL-Verlag, Schmallenberg 2019.  
592 S., Abb.,  
ISBN 978-3-943681-99-4, 24,90 €.

Im Jahr 1988 erschien das von Dr. Reinhard Pilmann-Pohl aus Münster bearbeitete „Plattdeutsche Wörterbuch. Kurkölnisches Sauerland“.

Längst ist das Werk vergriffen, und es kam im Sauerländer Heimatbund e. V. der Gedanke auf, dass das Werk wieder einer breiteren Leserschaft zu-



gänglich gemacht werden sollte. Sechs Jahre nahm die Aufgabe in Anspruch, das Buch neu aufzulegen.

Der Sauerländer Heimatbund e. V. und Dr. Werner Beckmann vom Mundart-Archiv Sauerland in Cobbenrode haben den Korpus der ursprünglichen Fassung in seinem Bestand unangetastet gelassen, ihn für die Neuauflage jedoch überarbeitet und hinsichtlich der Nutzung des Wörterbuchs angepasst. Entstanden ist ein Buch, das einen wichtigen Teil der Sauerländer Kultur bewahren will.

## HANS-GEORG KOLLMANN ZIEGELEIEN IN RECKLINGHAUSEN

Kollmann, Hans-Georg: Ziegeleien in Recklinghausen und ihre Standorte im 19. und 20. Jahrhundert.  
Books on Demand,  
Norderstedt 2019. 156 S., Abb.,  
ISBN 978-3-734757-50-1, 39,99 €.

Hans-Georg Kollmann beleuchtet in diesem Buch ein Stück von Recklinghausens Heimat- und Industriegeschichte. Recklinghausen ist durch das Vorkommen mehrerer Zonen von Tonmergelsteinen begünstigtes Lehm- und damit Ziegeleigebiet.

Ziegel zum Hausbau wurden in der Region Dank reicher Lehm- und Tonvorkommen früher oft im Feldbrand selbst hergestellt.

Mit Beginn des Kohlebergbaus und der Zuwanderung von Menschen in

das Ruhrgebiet wuchs der Bedarf an Baumaterial für Hausbau, Schul-, Zechen- und sonstigen Gewerbebauten stark und viele Ziegeleien entstanden.



In diesem Werk wurden 28 heute fast vergessenen Ziegeleien Recklinghausens nachgespürt und deren Geschichte von der Gründung bis zur Schließung bzw. Abriss dokumentiert.

Außerdem werden verschiedene Aspekte im Zusammenhang mit den Ziegeleien Recklinghausens untersucht – von Industrialisierung im Ruhrgebiet über Architektur von Industriebauten bis hin zur Sozial- und Wirtschaftsgeschichte Recklinghausens.

## HABERKAMM, HELMUT UND ANNALENA WEBER KLEINE SAMMLUNG FRÄNKISCHER DÖRFER

Haberkamm, Helmut und Annalena Weber:  
Kleine Sammlung fränkischer Dörfer.  
ars vivendi verlag, Cardolzburg  
2. Aufl. 2019. 223 S., Abb.  
ISBN 978-3-86913-990-6, 25,00 €.

Die Autoren, beide im ländlichen Franken aufgewachsen, sind der sehr speziellen und doch interessanten Frage nachgegangen: Was prägt und beeinflusst das Denken, Empfinden und Handeln der Menschen in kleinen Dörfern unter 150 Einwohnern? Eine Gruppe von Dörfern also, die nach Meinung mancher Raumplaner keine Zukunft haben und deren Ableben man gern mit „Abwrackprämien“ beschleunigen möchte.

Wie ist hier das Verständnis von Heimat, das nicht von oben, von den Großstädten und bekannten Sehenswürdigkeiten her gespeist und geprägt wird, sondern von unten, vom Unscheinbaren und scheinbar Unbedeutenden. In zahllosen Gesprächen auf der Straße, über den Gartenzaun hinweg, an Küchentischen und im Wirtshaus ging es um die Frage: Wie ist der Alltag in einem Ort weitgehend ohne Infrastruktur, wo aber jeder jeden kennt? Den Autoren war es wichtig, Erfreuliches und Beeindruckendes, Anregendes und Mutiges aufzuspüren. Sie waren bei ihren Besuchen in den 20 ausgewählten Dörfern überrascht, auf wie viel Zufriedenheit, Sympathisches und Kostbares sie stießen. Ihr Fazit: Das kleinste Dorf kann zur Schatzkammer werden, wenn man nur genau hinschaut und hineinhorcht.

Jedes der Dörfer wird auf rund zehn Seiten beschrieben und grafisch dargestellt. Es beginnt jeweils mit einer 6- bis 10-zeiligen Zusammenfassung, die mal von einer alten Geschichte, mal vom lokalen Dialekt, von der Zusammensetzung der Bevölkerung oder vom sonntäglichen Fröhschoppen berichtet. Der Orientierung dient eine Karte mit allen Gebäuden sowie wichtigen Treffpunkten und

lokalen Besonderheiten. Außerdem werden die Einwohnerzahlen sowie die soziale Gliederung der Bevölkerung nach Altersgruppen, Konfession und Familienstand in anschaulichen Grafiken dargestellt. Besondere Gebäude und Plätze finden sich in schönen Zeichnungen. Eine Skizze veranschaulicht die Verkehrslage des Dorfes zu benachbarten Dörfern, Klein- und Mittelstädten.



Die Dorfbeschreibungen zeigen die Vielfalt und Besonderheiten des jeweiligen Dorfes, den Gemeinsinn seiner Bewohner und die vielen Möglichkeiten, die kleine Lebenswelt zu gestalten und positiv zu verändern. Aber auch, welche Abgründe sich auftun, wenn man zurückschaut in die Vergangenheit: Kriege, Seuchen, viel Armut und Not, Schicksalsschläge, Gewalt und Tod. Dabei lernt man auch, Errungenschaften wertzuschätzen und damit auch zufriedener und dankbarer zu werden.

Das Buch ist ein Plädoyer für die Lebens- und Alltagskultur auf dem Lande, für das vermeintlich Provinzielle. Es will bewusst einen Kontrast setzen gegen die „rasant zunehmende Monokultur“ unserer Landschaften und Städte sowie die mediale Überflutung durch banale Serien, Werbefilme und Moden, „die mit unserem konkreten Leben oft nichts zu tun haben“. Das schöne und gut lesbare Buch beleuchtet eine unterschätzte Lebenswelt. Es ist von der Jury des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels und der Stiftung Buchkunst zum schönsten Regionalbuch Deutschlands 2019 gewählt worden.

Die abschließende Empfehlung an den Leser lautet: „Machen Sie sich auf, Ihre eigenen kleinen fränkischen Dörfer zu entdecken und neu wertzuschätzen. Eine Bereicherung ist es allenthalben. Wie wollen wir die Welt verstehen, wenn wir das Ureigene weder kennen noch erkunden?“ Diese Empfehlung zur Wertschätzung könnte man auch auf Westfalen mit seinen zahllosen kleinen Dörfern, Weilern, Doppel- und Einzelhöfen übertragen.

**Gerhard Henkel**

# WESTFÄLISCHER WORTSCHATZ

In der Reihe **Westfälischer Wortschatz** wird die Vielfalt des niederdeutschen Wortschatzes thematisiert. Mit Wortkarten und Kommentaren werden Begriffe aus den westfälischen Mundarten vorgestellt. Der Wortreichtum ist in den Mundarten oder Dialekten außerordentlich stark ausgeprägt; diese Vielfalt ist mit der Geographie bzw. den unterschiedlichen Kulturräumen innerhalb Westfalens verknüpft. Die Karten ermöglichen eine Interpretation der Wortvielfalt: Welches Wort ist ein Neuling, welches ist alteingesessen, woher stammen die Wortschatz-Einflüsse, durch welche Grenzen ist die räumliche Lagerung der Wörter bestimmt? Die Rubrik entsteht in Zusammenarbeit mit der Kommission für Mundart- und Namenforschung Westfalens.

## KOPFSCHMERZEN

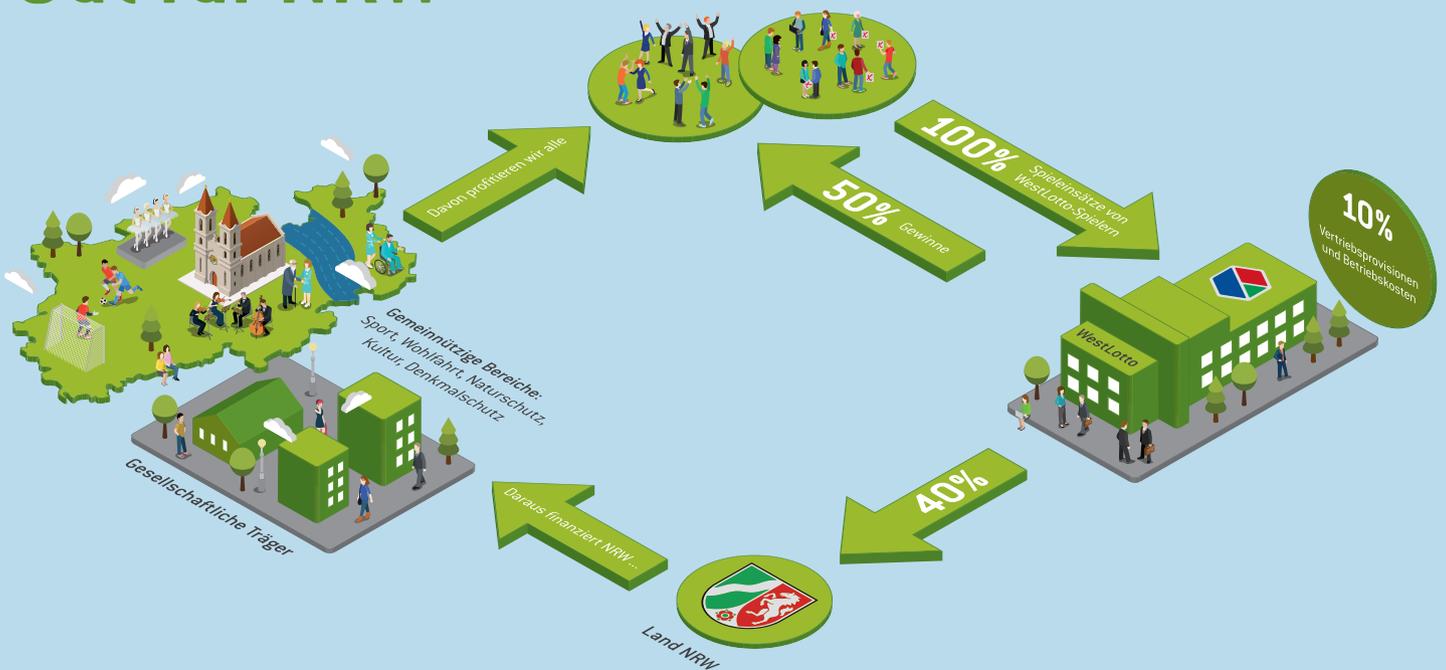
Die meisten Menschen haben schon einmal mit Kopfschmerzen zu tun gehabt. Es ist daher auch nicht verwunderlich, dass die Mundarten in Westfalen-Lippe auch hierfür unterschiedliche Wörter im Angebot haben: Im äußersten Westen Deutschlands (von der Nordseeküste bis zur Eifel) ist *Koppiene* verbreitet. Das niederdeutsche Grundwort *Piene* geht, wie niederländisch *pijn*, englisch *pain* und deutsch (gehoben) *Pein*, zurück auf lateinisch *poena*, das „Strafe“ bedeutet. Aufgrund der Praxis der Folter hat das Wort die Bedeutung „Schmerzen“ erlangt. In dem Wort *Kopweh* steckt ein alter Schmerzensruf. *Kop(f)weh* sagt man im gesamten Süden des deutschen Sprachraums. Die eigentümliche „Verlängerung“ *Kopwehdage* ist vor allem im Nordosten Norddeutschlands verbreitet. *Wehdage* sind ursprünglich die Tage, an denen man Schmerzen hat. Das Wort *Kopschmerzen* ragt noch ein wenig in den Kreis Siegen-Wittgenstein hinein. Es ist vor allem in den ostmitteldeutschen Mundarten verbreitet; durch das Wirken Martin Luthers ist es in die deutsche Schriftsprache gelangt. Im Norden des Kreises Mindelübbecke entdecken wir außerdem das Wort *Kopkehl*. Das Wort (auch *Kopkählt* oder ähnlich) ist üblich in einem Gebiet, das von dort bis zur Nordseeküste reicht. Es gehört möglicherweise zum Hauptwort *Quahl*.

Markus Denkler



Grafik/ Kommission für Mundart- und Namenforschung Westfalens  
Kartographie: Dirk Frerichmann

# Das Lotto-Prinzip Gut für NRW



Das Lotto-Prinzip sichert die Arbeit der folgenden gesellschaftlichen Träger:

