

**19. Dorfsymposium
des Interdisziplinären Arbeitskreises Dorfwentwicklung
„Kooperation und Wertschöpfung in Kommunen – Chance oder Risiko für
das Dorf?“
12. – 14. Oktober 2014**

RESOLUTION VON DIPPERZ

Kooperation im Dorf

Die Notwendigkeit zur Zusammenarbeit des Dorfes mit seinen Nachbarn wächst stetig. Anhaltender demografischer Wandel, angespannte kommunale Haushalte und steigender Wettbewerb um Unternehmen, Einwohner und Fördermittel lassen für Kommunen Kooperation als Lösungsansatz immer attraktiver werden, obwohl hier oftmals das Konkurrenzdenken gegenüber der Kooperationsanreize obsiegt. Die Möglichkeiten den wachsenden Herausforderungen auch weiterhin selbstständig begegnen zu können sind rückläufig. Gemeinsam ist man stärker!

Ohne signifikante Förderung von Kooperation wird Kirchturm-Denken auch weiterhin zu Kirchturm-Handeln führen. Kooperationen werden schon heute in einigen wenigen nationalen und europäischen Programmen als Voraussetzung für Förderung stimuliert oder sogar verbindlich gefordert. Dennoch haben sie sich in der ländlichen Verwaltungs-, Planungs- und Handlungspraxis noch nicht durchgesetzt. Durch Auflagen und/oder finanzielle Anreize sollten Kooperationen intensiver als bis dato stimuliert, begleitet und unterstützt werden.

Korporationen sind höchst anspruchsvolle Prozesse, die einer großen Erfahrung der Partner und angemessener Laufzeiten bedürfen. Mangelnde Mitsprache- und Kontrollmöglichkeit, subjektiv empfundener Identitätsverlust oder geringe Bürgernähe sind neben weit verbreiteten Egoismen, heterogenen Interessenlagen potentieller Partner und unverhältnismäßig hohen Aufwendungen für das Gelingen einer Kooperation Hemmnisse, die die Vorteile des Verlassen der dörflichen Ebene überlagern und die Hinwendung zu Partnern außerhalb der Gemeinde verhindern.

Kooperationen beruhen auf der Basis des Nehmens und Gebens; die Partner sollten sich bewusst sein, welche Erwartungen ihr Gegenüber hat. Kooperationen leben von Verlässlichkeit, Vertrauen und Kommunikation. Dörfer sollten darin gestärkt werden, Mechanismen und Handlungs-routinen für diese Grundlagen der Kooperation zu entwickeln.

Kooperationen schaffen Mehrwert; dabei sollten die zu erbringenden Aufwendungen den konkreten Nutzen nicht übersteigen. Nutzungsabschätzungen in der Planungsphase sollten realistisch sein und nicht Wunschvorstellungen der Partner auflisten. Die Abwägung des Mehrwertes sollte nicht kurzfristig angelegt sein oder sich an monetären Effekten orientieren.

Partizipation in der Kooperation sorgt für Bürgernähe und hilft Bürgerinteressen zu berücksichtigen bzw. bürgerschaftliches Engagement in die Aktivitäten mit einzubringen. Offenheit im Prozess hilft lokale Egoismen zugunsten gemeinschaftlicher Lösungen mit Nachbarn aufzulösen. Dabei müssen Ziele und Umfang der angestrebten Kooperation klar definiert werden.

Kooperationen sind keine Selbstläufer: Derartig komplexe Aufgaben und Themenstellungen sollten, wenn möglich, im Rahmen eines Projektmanagements organisiert werden. Entscheidungen müssen in transparenten Strukturen getroffen, Zielvorgaben entwickelt, die Umsetzung begleitend evaluiert und abschließende Erfolgskontrollen durchgeführt werden. Dafür sind die Dörfer personell und finanziell adäquat auszustatten.

Kooperationen bedürfen einer langen Vorbereitung und eines langem Atems: die Suche nach Führungspersönlichkeiten, die Einbindung der Politik und die Organisation der Verwaltung benötigen einen langen Vorlauf – gleichzeitig sind „Quick Wins“ Erfolgsgaranten und Motivatoren. Kurz-, mittel- und langfristige Strategiekonzeptionen von Dörfern sind anzuregen und zu fördern.

Kooperationen müssen daran gemessen werden, welche kurz-, mittel- und langfristige Erfolge sie erzielen: Daher sind Meilensteine und Evaluierungspläne zu erzeugen. Die Bereitschaft, sich kritisch überprüfen zu lassen, fördert im Übrigen das Renommee des Vorhabens unter der Bevölkerung.

Wertschöpfung im Dorf

Wertschöpfung im Dorf und für das Dorf gilt als der entscheidende Hebel für eine nachhaltige Entwicklung. Sie generiert Steuereinnahmen, erhöht die Attraktivität als Wohn- und Arbeitsstandort, verringert Abhängigkeiten von Fördermitteln und stärkt durch Wertschöpfungsketten das Dorf.

Zu den Werten zählen auch soziales Kapital wie Gemeinsinn, Vereinswesen, soziale Netzwerke und freiwillige Unterstützungsleistungen. Wertschöpfung ist also als breit angelegter Begriff zu verstehen und entsprechend zu fördern.

Wertschöpfungsketten und –kreisläufe stärken das Selbstverständnis und Selbstbewusstsein von Dörfern, indem sie Unabhängigkeit von externen Akteuren nachweisen. Sie demonstrieren aber auch die Fähigkeit zur Selbsthilfe und Eigenorganisation von Dörfern.

Wertschöpfung und die Einbindung in Ketten und Kreisläufe ist aber nicht separatistisch. Sie entstehen durch eine Offenheit für neue Wege und aus einer Analyse der bisherigen Situation; als wissensbasierte Prozesse sind sie offen für Partner im und außerhalb des Dorfes. Sie können somit auch räumliche Förderkulissen (Dorferneuerung) überschreiten, müssen aber dennoch unterstützt werden.

Wertschöpfung im Dorf führt Produzenten aus unterschiedlichen Branchen und Größenklassen zusammen. Sie eröffnet neue Möglichkeiten und überwindet eingefahrene Denk- und Handlungsstrukturen.

Wertschöpfung im Dorf heißt auch Konsum im Dorf. Idealerweise liefern Prosumenten hierzu einen wichtigen Beitrag; somit greift Wertschöpfung im Dorf auch auf alte Traditionen zurück, ohne aber rückwärtsgewandt und traditionalistisch zu sein.

Wertschöpfung im Dorf nutzt die Ressourcen aus Dorf und Umland und fügt sie neu und richtig zusammen. Sie gehört damit zu einer postmodernen Strömung, die Ressourcen aus Umwelt, Landwirtschaft und Energie neu bewertet und aus deren Reorganisation Werte schafft. Wertschöpfung bedarf also einer querschnittsorientierten Förderung.

Wertschöpfung im Dorf ist Kommunikation: Zwischen Produzenten entlang einer Wertschöpfungskette und mit Konsumenten im Dorf. Sie führt Menschen und Produkte zusammen und wirkt so gegen Entfremdung: Aus dem Dorf wird Heimat!

Wertschöpfung im Dorf muss sich lohnen: Wertschöpfungsketten und –kreise in Dorf und Region dürfen nicht Selbstzweck oder Marketinggag sein, sondern müssen die in ihnen engagierten Menschen ernähren können. Regionale Produkte müssen fair bepreist sein!