

Demografie-Workshop vom 11.10.2014 in Weyhers

Eine Kooperationsveranstaltung des Landkreises Fulda mit dem VNLR

Ref.: Dr. Kösters, BertelsmannStiftung

Handlungsfelder

| Handlungsfelder | Priorisierung/Ranking |
|-----------------------|-----------------------|
| Mobilität | 21 |
| Migration/Zuwanderung | 18 |
| Engagement | 15 |
| Infrastruktur | 13 |
| Wohnen | 12 |
| Arbeit | 10 |
| Familie | 4 |
| Pflege | 2 |

Handlungsfeld Mobilität

Jahreszielaspekte 2015

| 1. Leitziel 2030 | 2. Leitziel 2030 | 3. Leitziel 2030 |
|---|--|--|
| ÖPNV bleibt flächendeckend erhalten | Private Angebote etabliert haben: - Für Flächen außer ÖPNV - Für Zeiten - Für bestimmte Zielgruppen | Service to people: Die Versorgung immobiler Gruppen mit Waren und Dienstleistungen ist gewährleistet |
| 1. Leitziel 2014 | 2. Leitziel 2014 | 3. Leitziel 2014 |
| Auf zwei Linien ist das Ruf-Bus-System eingerichtet | In drei Kommunen ist die Gemeindeverwaltung, Arzt, etc. direkt von allen Ortsteilen aus erreichbar Drei Kommunen bieten „Nachtbusse“ an über private Anbieter | Es sind Gespräche geführt worden mit Dienstleistern und Gewerbetreibenden Im Ulstertal ist die Versorgung mit DL und LM gesichert |

→ Verkehr Ulstertal – Fulda wird vermindert durch ein erstes Projekt zur Verlagerung von Arbeitsplätzen aus FD ins Ulstertal

→ Barrierefreiheit

| Maßnahmen: Polit. Diskussion anstoßen: Modifizierung & Optimierung von ÖPNV u. Alternativen Ansätzen | wer | bis wann |
|--|-------|-------------------------|
| 1.) Workshop „Mobilität & ÖPNV“ mit externem Sachverstand - Erarbeitung von Konzeptkriterien für Mobilitätskonzept unter Berücksichtigung von Expertenwissen / Studien / Pilotprojekten / länderübergreifende Erfordernisse - Einbindung & Anhörung von Experten - Erfassung der regionalen Erfahrungen / Lösungsansätze 2.) Vorstellung der Workshop-Ergebnisse in den Entscheidungsgremien der LNG (& Kreistag?) | Ldkrs | 1. Halbjahr 2015 (März) |

| | | |
|---|--|---|
| <p>3.) Vorstellung in gemeindlichen Gremien</p> <p>4.) Prüfung: Finanzierung Machbarkeitsstudie & Mobilitätskonzept Landkreis → Förderprogramme (LEADER /MORO / Landesmittel)</p> | | <p>April/Mai 2015</p> <p>3. Quartal</p> <p>2.Halbjahr</p> |
|---|--|---|

| 1. Jahresziel 2015 | 2. Jahresziel 2015 | 3. Jahresziel 2015 |
|---|--|---|
| <p>Bedarfsanalyse für „Modellregion“ Ulstertal → Analyse und Konzeption erstellen → unabhängige Bedarfsmitteilung → Bedarfsanalyse für Mobilität in Musterdorf erstellt</p> | <p>Modifizierung + Optimierung ÖPNV – Versorgung (Randgemeinden) in Verbindung mit alternativen Ansätzen (politische Diskussion angeschoben!)</p> | <p>Transparent machen des ÖPNV – Angebotes → Menschen ohne neue Medien sind gut über die Möglichkeiten der Mobilität in ihrer Region gut informiert</p> |
| <p>Indikator</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aktuelle + potentielle Nutzer - Preis - Taktung - Betriebszeiten <p>→ Fahrzeiten des ÖPNV bedarfsgerecht anpassen (abends, Wochenende)</p> | <p>Indikator</p> <p>Differenzierung nach:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fahrzeuggröße - Fahrstecke - Zustiegsstellen - Anpassung der Fahrpläne - Finanzierbarkeit <p>→ neue Finanzierungsformen, eigene Finanzierungsformen finden</p> | <p>Indikator</p> <ul style="list-style-type: none"> - Homepage - Printerzeugnisse - Publikation <p style="text-align: center;">} wurden erstellt</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Verlinkung</u> |
| <p>Maßnahmen</p> <p>Bedarfsanalyse + Konzeption</p> <p>→ Zukunftswerkstatt mit Zielgruppen zum Thema durchgeführt</p> <p>→ Fachforen E+M – DW – W+T</p> <p>→ Im Workshop werden konkrete Ziele erarbeitet</p> | <p>Maßnahmen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gespräche/Abstimmung mit Landkreis + Kommunen - Bürgerbusse installiert (2) - Ausbau privater Netzwerke → evtl. Förderprojekte - Rufbusse ent-automatisieren → Niedrigschwelliger Zugang - Optimierung digitale Mitfahrzentrale Rhön - Mitfahrbörse ist mit Homepage der Kommunen verbunden - Bürgerbus in 2 Gemeinden/Regionen eingerichtet | <p>Maßnahmen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Imagekampagne ÖPNV (mit konkreten Angeboten) - Werben bei AG für Jobtickets - Imagebroschüre ÖPNV mit touristischen Zielen - Sensibilisierungskampagne über die Möglichkeiten d. ÖPNV-Nutzung - bessere Auslastung/Nutzung des ÖPNV → Werbung für Nutzung |

Handlungsfeld Zuwanderung/Migration

Jahreszielaspekte 2015

- Aufmacher von Zuwanderern/Flüchtlingen auch in andern Ortschaften
- mehr Unterstützung durch den Landkreis
- Vernetzungsplattform für Hilfsangebote besteht
- Helfersysteme qualifizieren
- vorhandene örtliche Initiativen treffen sich und tauschen sich aus (Ideenbörse)
- Die Rhön wird attraktiv für Elektrosmoggeschädigte Menschen als Zuwanderer und Urlauber durch Ausweisung einer extrem „weißen Zone“
- Sprachkurse Vhs
- Betreuungsangebote
- Sprachkurse
- Zugangsvoraussetzung
- Berufsabschlüsse werden anerkannt, Defizite abgebaut
- Ermessensspielräume benennen + ausloten
- Anerkennung von Ausbildung/Wissen, Ressourcen erkennen/nutzen

| 1. Jahresziel 2015 | 2. Jahresziel 2015 | 3. Jahresziel 2015 |
|---|---|---|
| Bürger (im LK) sind über Chancen der Zuwanderungen/Migration informiert/sensibilisiert | Handbuch/Leitfaden für Willkommenskultur (-paket, -maßnahmen) ist erstellt | Es gibt einen Pool von Paten für Migranten/Zugewanderte |
| Indikator <ul style="list-style-type: none"> - Bürger sind über rechtliche Situation informiert - Teilnahme an Infoveranst. - Paten sind vorhanden - Zuwanderungen sind integriert/zu Hause → wissenschaftlicher Kooperationspartner zur Bedarfstellung ist gefunden | Indikator <ul style="list-style-type: none"> - Initiativen geben Erfahrungen weiter - Initiativen nehmen Erfahrungen an | Indikator <ul style="list-style-type: none"> - es sind Paten vorhanden - es besteht Bedarf an Patenschaften - es gibt Aufgaben(Katalog für Paten) |
| Maßnahmen <ul style="list-style-type: none"> - Infoveranstaltungen - Medien (Presse, Internet) - Kümmerer, der Kontakte zwischen Einheimischen und Zuwanderern hält - Menschen miteinander bekannt machen/über Herkunftsländer informieren - Menschen über neue Heimat informieren - Demografische Bezüge herstellen | Maßnahmen <ul style="list-style-type: none"> - sammeln von Erfahrungen - Erfahren bündeln, dokumentieren + kommunizieren - Ergebnisse weitergeben + regelmäßig evaluieren | Maßnahmen <ul style="list-style-type: none"> - Infoveranstaltungen - Wer hat welche Fähigkeit (ermitteln) - Bedarf für Paten ermitteln - Beispiele für gelungene Partnerschaften - Kontaktstelle für Koordin. - Qualifizierung Paten - Unterstützung von Verantwortl. Landkreis |

| Maßnahmen | wer | bis wann |
|--|--|------------------------|
| 1.) Forum DW sammelt Ideen, sucht konkrete Experten zur Mitarbeit | DW | Mitte November 2014 |
| 2.) Bildung Expertenrunde (Argumentationshilfen erarbeiten → mit verschiedenen Medien) einschließlich Betroffene | DW + Experten | Januar '15 |
| 3.) Vereinsinterne Kommunikation der Ergebnisse → LK | DW | Frühjahr'15 |
| 4.) Finanzierung Argumentationshilfen und –materialien organisieren | LK + Partner (IHK, AWO, Kirche) | Mai '15 |
| 5.) Herstellung Argumentationshilfen (Flyer, (Wander-)Ausstellung, Film, Bilder; Schulwoche) | ↑ | } Juli/ August '15 |
| 6.) Medien für Öffentlichkeitsarbeit angehen | ↑ | |
| 7.) Infoveranstaltungen auf örtlicher, interkommunaler, regionaler Ebene + Einsatz Argum.hilfen | Gemeinden/ Städte/ Interessierte Veranstalter/ Multiplikatoren | September/Oktober 2015 |
| 8.) Wieder Öffentlichkeitsarbeit | | |

Handlungsfeld Engagement

Jahreszielaspekte 2015

| | | |
|--|---|--|
| 1. Leitziel 2030 unsere Vielfältige Vereinsstruktur bleibt bestehen | 2. Leitziel 2030 jedes Engagement ist uns willkommen | 3. Leitziel 2030 Selbsthilfe ist stark |
| 1. Jahresziel 2014 Alle Vereine sind kontaktiert | 2. Jahresziel 2014 Angebotsbörse ist erstellt | 2. Jahresziel 2014 3-5 Nachbarschafts- netzwerke sind aufgebaut |

| | | |
|--|---|--|
| 1. Jahresziel 2015 Bürgermeister kreisweit sensibilisiert | 3. Jahresziel 2015 „Treffpunkt“ aktiv (Landkreis) personell stärken | 2. Jahresziel 2015 Zusammenarbeit der Vereine |
| Indikator - Infoabend - Arbeitskr. „Demografie“ - neugewonnene Bürger für's Ehrenamt | Indikator - Angebotsbörse - Ehrenamtsberatung (wie VW) in den Kommunen - Unterstützung/Mediation für Ehrenamtler - örtliche/regionale Austauschforen | Indikator Vereine sind sensibilisiert (einige) |

| Maßnahmen | Maßnahmen | Maßnahmen |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - vorbringen in den gemeindlichen Gremien - Bürgermeisterdienstvers. - Aufruf „Menschen mit kreativen Ideen“ gesucht - Vereine im Dorf sind sensibilisiert bzw. kontaktiert für demografischen Wandel - (finanzielle) Unterstützung für Vereine bleibt bestehen | <ul style="list-style-type: none"> - Aufruf des Landkreises „Ideenwerkstatt“ Leben in der Zukunft - Den Verein mit dem besten „Jugendkonzept“ im Landkreis prämiieren - Verbesserung „Ehrenamtssuchmaschine“ - Wir wissen nicht nur, was es an Angeboten gibt, sondern auch, was Menschen wollen – Bedarfsklärung | <ul style="list-style-type: none"> - Modell „Spielgemeinschaft“ auf Vereine übertragen - Nachbarschaftshilfe überschaubare Netze |

| Maßnahmen: Sensibilisierung der Bürgermeister | wer | bis wann |
|--|-------------|-----------------|
| 1. Mandatsträger ansprechen – Thema auf Tagesordnung Gemeindevertretersitzung | Wir | Ab sofort |
| 2. Versendung der Tagungsunterlagen an alle Bürgermeister mit Begleitschreiben (formuliert d. Ldkr. + Bürgermeister, die an Tagungen teilgenommen haben) | Ldkr + Bgm. | Dez. 2014 |
| 3. Begleitende Vortragsreihe (z. B. Neujahrsempfänge)/Impuls für Gründung Arbeitskreis | | März 2015 |
| 4. Sensibilisierung Landkreis – Engagement und dem. Wandel als Thema für BGM-Dienstversammlung | | Okt. 2015 |
| 5. Vernetzung und Zusammenschlüsse der Bürgermeister | | |

Handlungsfeld Wohnen

Jahreszielaspekte 2015

- vernetzte Häuser werden angeboten
- auf Messe werden Assistenzsysteme nachgefragt
- schon bei Neubau „Häuslebauer“ auf Problem im Alter bei Nutzung aufmerksam machen → behindertengerechtes Wohnen
- Einrichtung einer Börse für barrierefreies Wohnen
- Erfassung von Bestandsgebäuden in Hinsicht auf Leerstand (Barrierefreiheit)
- mehr Angebote von barrierefreien Wohnungen – bezahlbar
- belastbare Bedarfsanalysen für Regionen liegen vor

- Leerstandskataster erstellen
- Bauen auf der „grünen Wiese“ einschränken, Bestand in Ortskern nutzen
- Plattform/Austauschforum: Suche/Biete
- die vielfach festgestellte hohe Lebensqualität wird in eine Marketingstrategie umgesetzt → Gewinnung junger Familien aus Metropolregionen (hohe Lebensqualität, erschwinglicher Wohnraum, schnelle Verbindungen)...
- Ideen für neue Wohnforen sammeln
- Bürgerinformationen über die Möglichkeit den ungenutzten Wohnraum anderweitig abzugeben
- Projekt Gemeinschaftswohnen wird umgesetzt
- Objekt für Pilotprojekt ist gefunden
- betreute Wohnformen auf dem Land
- Wanderausstellung mit Beispiel geht durch die Kommunen
- sensibilisieren für neue Wohnformen durch Info-Veranstaltungen
- es gibt übergeordnete Besetzungsstelle
- Stärkung gemeinschaftlicher Wohnungsformen
- Generationenhäuser
- NEUE KOMMUNALPOLITIK

| | | |
|---|---------------------------------------|---------------------------|
| 1. Leitziel 2030 | 2. Leitziel 2030 | 3. Leitziel 2030 |
| im eigenen Wohnraum selbstverantwortlich leben | Gemischte Wohnformen für Alt und Jung | Altersgerechte Wohnformen |
| 1. Jahresziel 2014 | 2. Jahresziel 2014 | 3. Jahresziel 2014 |
| Politische Beschlüsse sind gefasst, Bürgerinformationen erfolgt (z. B. auf Kirmes, durch Messen und Infoveranstaltungen und sowie von Haus zu Haus) | | |

Handlungsfeld: Wohnen

| | | |
|--|---|---|
| 1. Jahresziel 2015 Z: Netzwerk „Wohnen“ ist eingerichtet | 2. Jahresziel 2015 Möglichkeiten für barrierefreies Wohnen + Assistenzsysteme sind öffentlich bekannt | 3. Jahresziel 2015 Z: „Kick off“ Pilotprojekt ist konkret räumlich festgelegt |
| Indikator I: öffentlich kommuniziert +öffentlich | Indikator Stand/Stände → Trend-Messe | Indikator I: Vorvertrag/Vorverträge? |
| Maßnahmen M: Erfassung Bestand/Bedarf | Maßnahmen Aussteller gewinnen Messeforum (Vorträge) | Maßnahmen - Besichtigung Börse - Projekte in anderen Orten besichtigt |
| Wichtig: Koordinationsstelle | | Koordinationsstelle |

Handlungsfeld: Wohnen

| Maßnahmen | wer | bis wann |
|--|-----------------------------------|--------------------------|
| - Projektskizze Ziel – Bestandsaufnahme (Was? Wer? Inhalte?) | AG Demo. Wandel -Wohnen- | 31.12.2014 |
| - Kontaktaufnahme mit Bürgermeistern → bitte um Rückmeldung bis ind. pers. Ansprechpartner | Landkreis → Herr Günkel BGM | 31.01.2015 28.02.2015 |
| - Entwicklung Schema suche/biete | AGW | 28.02.2015 |
| - Schema an Ansprechpartner bei Gemeinden (für Gegenkontrolle) → Rückmeldung | Herr Günkel | 15.03.2015 31.03.2015 |
| - Klärung Finanzierung für Koordination u. Online-Plattform | | |
| - Konzeption Plattform | | |
| - Einbindung Immobilienmakler (freie, von Regionalbanken) | | |
| - öffentliche Kick off | | |
| - Plattform ist online | | |
| 1. Langfristig: Koordinationsstelle Landkreis | 1. | 23.12.2015 |
| → Beate Engelbert | | |
| → Gabriele Hagel | | |
| → Astrid Schäfer | | |

Handlungsfeld Kommunikation (Sensibilisierung, Marketing, Vernetzung, Verantwortlichkeit)

Jahreszielaspekte 2015

- Informationsveranstaltungen zum Thema Demographie haben für politische Gremien stattgefunden
- AUFKLÄRUNG
- in meiner Gemeinde eine Informationsveranstaltung
- Schlüsselperson wurde gezielt angesprochen
- Gespräche mit den einzelnen Verbänden (IHK...)
- stärkere Verantwortung des Themas „demografischer“ in den Köpfen
- jeder Verein vor Ort kennt seine Möglichkeiten/Stärken/schwächen und die der anderen; d. h. Kommunikation und Wertschätzung findet statt
- persönliche Betroffenheit erzeugt bei Bevölkerung Betroffenheit (zu Beteiligten machen)
- Fakten so klar und lebenspraktisch wie heute in Orten rüberbringen
- Thema schon in Schule angesprochen → Workshops in Schulen
- es wird regelmäßig über Thema demogr. Wandel berichtet
- Medien (FZ) Sonderbeilage
- Mobilisation Presse (FZ, OHN) Artikel bzw. Reihe von Artikeln über demogr. Wandel
- Marketingkampagne für den ländlichen Raum starten

- PR-Reihe demografischer Wandel Rhön
- ländliches Selbstbewusstsein
- Wo findet Koordinierung statt?
- Konzept
 - Netzwerkpartner
 - Medien
 - Sensibilisierung (Ansatz der 4 Handlungsfelder)
- LK + Kommunen haben gemeinsame Kommunikationsstrategie entwickelt
- runder Tisch VNLR m. Vereinen u. Zusammenschlüssen, die das Thema D.W. behandeln
- zur Verbesserung der touristischen Zusammenarbeit wird ein Gesprächskreis zwischen der Rhön und der Stadt Fulda eingerichtet
- Initiative zur kreisweiten Vernetzung gestartet
- Vorstände bürgerschaftl. Engagement im LK vernetzt
- eine Internetplattform ‚Demografie-Markt‘ wird aufgebaut
- Schaffung einer Koordinierungsstelle
- es gibt politische Beschlüsse (Kreistag)
- ein Leitungskriterium wurde eingerichtet
- Interportal mit Anlaufstelle

Handlungsfeld Kommunikation

| | | |
|--|---|---|
| 1. Jahresziel 2015 Schlüsselpersonen/Multiplikatoren sind informiert/sensibilisiert | 3. Jahresziel 2015 Thema ist fester Bestandteil in der Berichterstattung (Medien) | 2. Jahresziel 2015 Koordinierungsstelle ist im Aufbau (Konzept) |
| Indikator Es befinden sich verstärkt Infoveranstaltungen statt | Indikator Anzahl der Berichterstattung hat sich deutlich verbessert | Indikator politischer Beschluss |
| Maßnahmen - weitere Infoveranstaltungen - Vereine/Verbände/ Schulen wurden angesprochen | Maßnahmen - Infomaterial erstellen - runder Tisch für/mit Pressevertreter | Maßnahmen - finanzielle Mittel genieren |

Handlungsfeld Kommunikation

| Maßnahmen | wer | bis wann |
|---|-----------------------------|---------------|
| A. Information des Kreistages | FD- Wirtschaftsförderung | Frühjahr 2015 |
| B. Antrag für Konzepterstellung mit Leadermittel oder Landkreismittel - Angebote von geeigneten Büros einholen | | |
| C. Falls bewilligt → Auftrag erteilen | Fachforum Demo. | Ende Januar |
| Erstellung einer Projektskizze zur Antragstellung für Mittel eines Konzeptes (Bürgerbeteiligung z. B. über heutigen Workshop) | | |
| D. Konzept ist erstellt! | | Ende 2015 |

| Hindernisse | Lösungen |
|---|---|
| 1. Realisten-Monopolisten CDU/FDP/SPD | <ul style="list-style-type: none"> → überparteiliche Meditation → Entscheider ins Boot holen (frühzeitig) → Partner suchen und gemeinsam Handeln |
| 2. Zeitpunkt für politische Diskussion falsch gewählt – Kommunalwahl 2016 | <ul style="list-style-type: none"> → Zeitplan erstellen Zwangspunkte berücksichtigen → Entscheider frühzeitig ins Boot holen → 1. +2 +3. Interfraktioneller Antrag |
| 3. Thema von Falschen eingebracht | <ul style="list-style-type: none"> → Entscheider frühzeitig ins Boot holen |
| 4. Tagesgeschäft, andere Prioritäten | <ul style="list-style-type: none"> → Klares Bekenntnis von Anfang an Priorität → Personal! |
| 5. Zeit | <ul style="list-style-type: none"> → Klares Bekenntnis von Anfang an Priorität → Teilschritte festlegen, Aufgabenteilung |
| 6. kein „Kümmerer“ | <ul style="list-style-type: none"> 4. + 5. + 6. Demografie ist Pflichtaufgabe → Vernetzung/Zusammenarbeit → Wettbewerb ähnl. Spk. Für Förderung <u>konkreter</u> Pilotvorhaben |
| 7. fehlende Ressourcen | <ul style="list-style-type: none"> → private Sponsoren finden, die in Zukunft und Nutzen haben können → Gründung einer Stiftung? |
| 8. rechtliche Rahmenbedingungen | <ul style="list-style-type: none"> → Gute Beratung/Betreuung → Externes Know how einbinden |
| 9. Rivalitäten zu Bürgermeistern/fehlende Chemie zwischen Akteuren | <ul style="list-style-type: none"> → Meditation |
| 10. Teilinteressen überwiegen Gesamtinteressen | <ul style="list-style-type: none"> → „Penetrante“ langfristig kontinuierliche . Kommunikation |
| 11. Zielgruppe wird nicht erreicht | <ul style="list-style-type: none"> → Zielgruppe aktiv einbinden → Alternativen für Kommunikation (1. inhaltlich, 2. Medien) → Kommunikation im privaten Umfeld → Neue Medien nutzen |
| 12. mangelnde Konkretisierung | <ul style="list-style-type: none"> → Koordinationstelle beim FD Wirtschaftsförderung |
| 13. Überblick der Akteure + Aktionen schwierig | |