

**Greifswalder Beiträge  
zur Regional-, Freizeit- und Tourismusforschung  
Band 21**

**Wolfgang Albrecht, Dieter Brunner und Ralf Scheibe (Hrsg.)**

**Tourismus und Region**



**Forum für  
Regional-, Freizeit- und Tourismusforschung  
an der Universität Greifswald**

**Greifswald 2011**



## **Vorwort der Herausgeber**

Erholung ist ein unabdingbarer Aspekt menschenwürdigen Lebens; Tourismus – ein moderner, prosperierender Teil vieler Volkswirtschaften – ist so vielfältig und eng mit Natur und Gesellschaft verknüpft, dass er empfindlich auf erhebliche Störungen (z.B. Naturkatastrophen, Seuchen, Wirtschafts- und Finanzkrisen, Gewaltherrschaft, Krieg, Terrorismus) reagiert.

Die wissenschaftliche Vorbereitung, Begleitung und Absicherung seiner Entwicklung – schon seit langem auch durch die Geographie – ist selbstverständliche internationale Praxis.

Die Geographen an der Ernst-Moritz-Arndt-Universität um Professor Dr. Bruno Benthien haben dafür über mehr als drei Jahrzehnte, bis zur Mitte der 1990er Jahre, umfangreiche Beiträge geleistet. Als dessen Nachfolger auf dem Lehrstuhl für Wirtschafts- und Sozialgeographie hat sich Professor Dr. Wilhelm Steingrube mit seinen Mitarbeitern erfolgreich den neuen Herausforderungen der tourismusgeographischen Arbeit im wiedervereinigten Deutschland und zusammenwachsenden Europa gestellt: Technisierung und Internationalisierung von Lehre und Forschung einerseits, dynamische – auch restriktive – Veränderungen der finanziellen und personellen Rahmenbedingungen für wissenschaftliches Arbeiten generell andererseits, dazu drastische Zunahme der Studentenzahlen.

Als multispektrale Wissenschaft hat die Geographie günstige Voraussetzungen zur Bearbeitung aktueller wie perspektivischer Themen der Tourismusedwicklung in Kooperation nicht nur mit zahlreichen weiteren Disziplinen (u. a. Ökonomie, Soziologie, Ökologie), sondern auch mit diversen Praxispartnern aus Wirtschaft, Politik und Verwaltung.

Dieses Potenzial über die regionale (auf Mecklenburg-Vorpommern bezogene) Ebene hinaus nutzbar gemacht und eingesetzt zu haben, war und ist typisch für die Entwicklung der Greifswalder Wirtschafts- und Sozialgeographie. Diese ist im letzten Jahrzehnt ganz wesentlich durch Prof. Steingrube bestimmt worden. Bei allen Projekten, die durch die Angehörigen seines Lehrstuhls bearbeitet wurden und werden, rückt die zunehmende räumliche (Mecklenburg-Vorpommern – Bundesrepublik – Ostseeraum – Südosteuropa – Südostasien) und thematische Diversifizierung (Tourismuswirtschaft, Sozialprobleme, Bildungsaspekte, Stadtentwicklung, Landmanagement u. a. m.) in den Blick. Wie die meisten der früheren „Greifswalder Beiträge“ soll auch der Jahresband 21 (2011) den Stand der aktuellen Arbeiten widerspiegeln.

Die Autoren – aktuelle und ehemalige Mitstreiter, wissenschaftliche Weggefährten, Freunde und Schüler von Professor Steingrube – freuen sich, ihm ihre Beiträge, verbunden mit den besten Wünschen für weitere erfolgreiche wissenschaftliche Arbeit und persönliches Wohlergehen, zu seinem 60. Geburtstag zu widmen.

Im Namen aller Autoren

Wolfgang Albrecht, Dieter Brunner und Ralf Scheibe



## **Grußwort**

Am 14.5.2011 begeht Herr Prof. Dr. W. Steingrube, Inhaber des Lehrstuhls für Wirtschafts- und Sozialgeographie seit 1998 (und damit im weitesten Sinne mein Nachfolger im Amt), seinen 60. Geburtstag.

Ich habe bis in die jüngere Vergangenheit mit großem Interesse seine gelungenen Bemühungen verfolgt, die von mir in Greifswald etablierte geographische Tourismusforschung weiterzuführen, neu auszurichten und den Erfordernissen einer sich immer rascher verändernden Wirtschaft und Gesellschaft anzupassen.

Die Rahmenbedingungen erfolgreicher wissenschaftlicher Arbeit sind im wiedervereinten Deutschland andere als vor der „Wende“ – leichter sind sie in so mancher Hinsicht nicht.

Umso mehr dürfen Sie, lieber Herr Steingrube, stolz auf das von Ihnen und Ihren Mitarbeitern Erreichte sein. Ich freue mich, Ihnen auf diesem Wege zu Ihrem Jubiläumsgeburtstag nicht nur die besten Wünsche für persönliches Wohlergehen als Basis von Schaffenskraft und Lebensfreude übermitteln zu können, sondern auch für anhaltende wissenschaftliche Erfolge (in Forschung und Lehre), die – so meine ich – für die Stellung unseres Faches an der Ernst-Moritz-Arndt-Universität wie für seine Wahrnehmung als singuläre, vielseitige und praxisorientierte Disziplin in unserem Bundesland, aber auch darüber hinaus, wichtig sind.

Ihr Prof. Dr. Bruno Benthien



## Inhaltsverzeichnis

	Seiten
Dieter BRUNNER und Franka ZIMMERMANN Mitternachts-Shopping in Greifswald – handels- und sozialgeographische Aspekte	1 - 19
Jochen CORTHIER, Michael MACH und Monika RULLE Kommunale Infrastruktur im demographischen Kontext: das Spannungsfeld zwischen Daseinsvorsorge und touristischem Angebot	20 - 34
Jekaterina RUDOLPH Sozialverträglichkeit flexibler Arbeitszeiten in der Hotellerie	35 - 46
Ralf SCHEIBE und Ernst SCHEIBE Alkohol im Sportbootverkehr – Ergebnisse aus 40 Jahren Forschung mit immer noch aktuellem Bezug	47 - 61
Rainer KOSMIDER Ostseestrategie und Tourismus	62 - 75
Juliane HESS Die Identität des Ostseeraums	76 - 91
Freddie BIJKERK und Betina MELISS Giebelzeichen im Ostseeraum	92 - 115
Wolfgang ALBRECHT unter Mitwirkung von Gertrud ALBRECHT Freizeit im Kleingarten Zum Einfluss von Berufstätigkeit und Ruhestand auf die Kleingarten-Nutzung anhand exemplarischer Daten aus dem Greifswalder Umland 1991-2010	116 - 132
Wolfgang ALBRECHT unter Mitarbeit von Barbara KAADEN Die Entwicklung des Kleingartenwesens in der Region Halle 1970 – 2010	133 - 149



## **Mitternachts-Shopping in Greifswald – handels- und sozialgeographische Aspekte**

**Dieter BRUNNER und Franka ZIMMERMANN**

Stadtentwicklung wird zunehmend durch den Wettbewerb zwischen den Städten einschließlich ihrer Umlandregionen geprägt. Betriebswirtschaftliche Elemente fließen im Sinne von Urban Governance in diesen Prozess ein, um „ein flexibles Reagieren auf sich rasch ändernde ökonomische [und außerökonomische] Außenwelten sicher[zu]stellen und gleichzeitig [...] kostengünstige [...] Strukturen [zu] ermöglichen [...]. Die Stadt wird [...] zu einer unternehmerischen Stadt.“ (FASSMANN 2009, S. 163)

Städte sind verstärkt darum bemüht, durch gezielten Ausbau von Alleinstellungsmerkmalen auf wirtschaftlichem, touristischem oder kulturellem Gebiet in diesem Wettbewerb zu bestehen und ihr Image zu verbessern.

Diesbezügliche stadtplanerische Aktivitäten sind daher eng mit der Erarbeitung von Leitbildern und der Initialisierung eines effizienten Stadtmarketings verbunden.

Die Mittelstadt Greifswald, traditionell als Universitäts- und Hansestadt geprägt und in der vorpommerschen Region als Teiloberzentrum fungierend, musste sich nach der gesellschaftlichen Wende und im Rahmen differenziert verändernder wirtschaftlicher Strukturen entwicklungsbezogen der Konkurrenz vergleichbarer Städte stellen.

Neben diversen Aktivitäten notwendiger Stadtsanierung (z. T. auf Grundlage einer integrierten Stadtentwicklungskonzeption) wurde 1999 unter maßgeblicher koordinierender Beteiligung des Geographischen Instituts der Ernst-Moritz-Arndt-Universität ein Leitbild für die Stadtentwicklung und -gestaltung erstellt, das nach ca. zehn Jahren durch die Prognos AG als Auftragsnehmer aktualisiert und fortgeschrieben wurde.

Unter dem Motto „Lokal verankert – weltweit vernetzt“ sind wissenschaftliche, wissenschaftlich-technologische und kulturelle sowie zentralörtliche Stärken, tlw. Alleinstellungsmerkmale, für Greifswald formuliert worden, die es weiter zu entwickeln gilt, damit die Stadt ihre wirtschaftliche Sonderrolle als „Leuchtturm [...] im Nordosten Deutschlands“ (PROGNOS AG 2010, S. 40) auch in Zukunft erfüllt. Darin eingeschlossen ist die Orientierung auf die weitere Verbesserung der Lebensqualität für alle Bevölkerungsschichten.

Mit der Fixierung des ersten Leitbildes 1999 war für dessen Umsetzung und im Sinne breiter Bürgerbeteiligung ein Stadtmarketingprozess in Gang gesetzt worden – mit wechselhaften organisatorischen und inhaltlichen Ergebnissen. Aber die Installation von Marketing unterstützenden Arbeitsgruppen, die größtenteils noch immer existieren, zeugt vom Willen, die Stadtentwicklung im Sinne der Leitbildumsetzung konstruktiv zu begleiten.

Eine dieser Arbeitsgruppen – noch vor 1999 als „AG Revitalisierung der Innenstadt/Citymarketing“ eingerichtet – widmet sich noch immer der (Re-)Vitalisierung der Innenstadt. Ein Schwerpunkt ihrer beratenden Tätigkeit war stets der innerstädtische Einzelhandel. Anregungen zur Erarbeitung und Aktualisierung eines Einzelhandelsfachplans für Greifswald oder zur elementar-wissenschaftlichen Untersuchung von Einzelhandelssonderveranstaltungen in der Innenstadt kamen aus dieser Arbeitsgruppe.

Namentlich durch das Arbeitsgruppenmitglied M.WITTKOPF, Vorsitzender des Vereins „Greifswalder Innenstadt“ (VGI), wurden in Kooperation mit Dr. D. BRUNNER die geographisch ausgerichteten Abschlussarbeiten von T. BLEISS und F. ZIMMERMANN initiiert (vgl. Literaturverzeichnis). Untersuchungsgegenstand beider Arbeiten war das Greifswalder Mitternachts-Shopping, eine besondere Einzelhandelsaktivität, die im Rahmen vorweihnachtlicher Kultur- und Handelsevents seit 2001 jährlich zur Belebung der Greifswalder Innenstadt im Allgemeinen und des innerstädtischen Handels im Besonderen beiträgt. Das Greifswalder Mitternachts-Shopping ist im Verbund mit dem Sommernachts-Shopping, weiteren Einzelhandels- und vor allem zahlreichen kulturellen Highlights mit regionaler und überregionaler Ausstrahlung Ausdruck und Beispiel einer zunehmenden Festivalisierung von Städten, d.h. eines ebenso wachsenden Trends in der konkurrierenden Stadtentwicklung.

## 1 Handelsgeographisch relevante Grundmerkmale Greifswalds und seiner Innenstadt

Im Jahr der zweiten Untersuchung des Mitternachts-Shoppings (2009) wurde günstigerweise auch die Hauptarbeit der CIMA - Beratung + Management<sup>1</sup> zur Aktualisierung des Greifswalder Einzelhandelsfachplanes geleistet. Wichtige Eckdaten dieser Projektarbeit zur Einzelhandelsstruktur und –zentralität Greifswalds und seines innerstädtischen Haupteinkaufsbereiches (vgl. CIMA [...], 15. 2. 2010) sollen als Voraussetzung zum Verständnis der Ergebnisse der Mitternachts-Shopping-Untersuchung hier vorgestellt werden.<sup>2</sup>

Greifswald (2009: ca. 56.500 Einwohner mit Hauptwohnsitz) besitzt als (Teil-)Oberzentrum grundlegende Versorgungsfunktionen<sup>3</sup> für die eigene und die Umlandbevölkerung<sup>4</sup> sowie spezialisierte Versorgungsfunktionen für die Bevölkerung seines Oberbereichs. Tabelle 1 widerspiegelt im Groben die Angebotsseite Greifswalds, z. T. in Verbindung mit Neuenkirchen.

**Tabelle 1:** Überblick zum Einzelhandel Greifswald bzw. Greifswald/Neuenkirchen 2009 und im Entwicklungszeitraum 2003 -2009

CIMA-Warengruppe <sup>a)</sup>	2009			Entwicklung 2003 bis 2009		
	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche		Umsatzverteilung in % bei 338,3 Mio. € (bzw. 403,7 Mio. € <sup>c)</sup>	Verkaufsfläche in %	Umsatz in %
		in m <sup>2</sup>	in %			
<b>periodischer Bedarf<sup>b)</sup></b>	180 (192)	34.180 (39.350)	31,8 (28,4)	48,6 (46,0)	+21 (+20)	+23 (+16)
<b>aperiodischer Bedarf</b>	219 (233)	73.445 (99.045)	68,2 (71,6)	51,4 (54,0)	- 4 (-2)	+ 1 (-2)
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	399 (425)	107.625 (138.395)	100,0 (100,0)	100,0 (100,0)	+ 3 (+3)	+11 (+5)

a) CIMA [...], S. 28 ff. b) einschl. tägl. Bedarf c) in Klammern: HGW und Neuenkirchen zusammen; Quelle: CIMA [...], 2010, Abb. 14 -19; verändert

<sup>1</sup> Projektleiter und –bearbeiter waren Diplomgeographen, darunter A. JETHON als Absolvent des Geographischen Instituts der Greifswalder Universität

<sup>2</sup> Alle Seitenzahl- und Abbildungsangaben im Abschnitt 1.1. beziehen sich auf dieses Projektergebnis.

<sup>3</sup> Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2009: Deutschland = 100 Prozent  
M-V 83,3 Prozent  
HGW 90,4 Prozent  
Neuenkirchen 90,4 Prozent  
Umlandgemeinden (außer Lubmin): ~82-88 Prozent

<sup>4</sup> Zusammen mit Neuenkirchen (in ca. 5 km Entfernung von der Greifswalder Innenstadt)

Die Einzelhandelszentralität<sup>5</sup> liegt 2009 bei 127 bzw. 155 Prozent unter Berücksichtigung von Neuenkirchen; d. h., da der Wert größer als 100 Prozent ist, fließt Kaufkraft in den Ort/ die Orte.

**Tabelle 2:** Handelszentralität Greifswald bzw. Greifswald/Neuenkirchen 2009 und im Entwicklungszeitraum 2003-2009

<b>CIMA – Warengruppe<sup>a)</sup></b>	<b>Handelszentralität 2009 in %</b>	<b>Entwicklung der Einzelhandelszentralität von 2003 bis 2009; in %</b>
<b>periodischer Bedarf</b>	121 (129) <sup>c)</sup>	+9 (+9)
<b>aperiodischer Bedarf</b>	134 (161)	-20 (-31)
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	127 (145)	-5 (-15)

a), b), c): vgl. Tab. 1 Quelle: CIMA [...], 2010, Abb. 20 – 25; verändert

Einkaufs- und Arbeitspendlerströme aus dem Marktgebiet (siehe unten) sowie Touristen und Studenten generieren die Kaufkraftzuflüsse. Warengruppen, die deutlich über dem zentralen Einzelhandelsdurchschnitt Greifswalds (=127 Prozent) liegen, sind Bekleidung/Wäsche, Gardinen/Teppiche/Heimtextilen, Hobbybedarf, Schuhe/Lederwaren, Glas/Porzellan/ Geschenke/Hausrat. Die insgesamt gesunkene Handelskapazität ist nicht direkt mit der Angebotsstrukturentwicklung in Verbindung zu bringen. Aber es ist festzustellen, dass das veränderte Nachfragevolumen durch die gewachsene Einwohnerzahl Greifswald (mit erhöhter Kaufkraft) die positive Umsatzentwicklung übersteigt.

CIMA hat für Greifswald (mit Neuenkirchen) ein Marktgebiet berechnet, abgegrenzt und im Inneren differenziert (vgl. 2010, S. 21-28). Neben dem Stadt- und Gemeindegebiet Greifswald/Neuenkirchen umfasst es eine Nahmarktzone (=Stadt-Umland-Raum [lt. Landesraumentwicklungsprogramm] und weitere verkehrsgünstig gelegene Nachbargemeinden Ost- und Nordvorpommerns im ca. 15km-Radius) und eine Fernmarktzone mit einem ca. 20-30 km – Radius um dieses vorpommersche Einzelhandelszentrum. Dieses Marktgebiet (=Dominanzgebiet des Greifswalder/Neuenkirchener Einzelhandels) ist etwa 145.000 Einwohner groß mit einem Nachfragepotenzial von rd. 693 Mio. Euro (mit rd. 40 Prozent aus Greifswald/Neuenkirchen, 17 Prozent aus der Nahmarktzone, 41 Prozent aus der Fernmarktzone und 2 Prozent Potenzialreserve durch Touristen, sporadische Besucher, Studenten ohne Hauptwohnsitz in Greifswald).

Die innerhalb der Gesamtstadt nordwestlich-peripher gelegene Innen-/Altstadt bildet (vgl. Seite 51) den „Schwerpunkt der Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsnutzungen“ Greifswalds und erfüllt somit wichtige Versorgungsfunktionen für Einwohner und Besucher der Stadt.

<sup>5</sup> Handelszentralität (in %)=(Umsatz : Nachfrage/in Mio. Euro)\*100

Im Juli 2009 hatte die Innenstadt in Bezug auf den Einzelhandel folgende Anteile an der Gesamtstadt:

- Betriebe: 45,1 Prozent
- Verkaufsfläche: 20,4 Prozent
- Umsatz: 23,9 Prozent

Das Einzelhandelsangebot der Innenstadt gliederte sich (überblicksmäßig) folgendermaßen:

**Tabelle 3:** Anzahl/Umfang bzw. Anteile der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsätze der Greifswalder Innenstadt 2009

CIMA – Warengruppe <sup>a)</sup>	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche		Umsatz	
		in m <sup>2</sup>	in %	in Mio. €	in %
periodischer Bedarf <sup>b)</sup>	47	2.835	12,9	19,7	24,4
aperiodischer Bedarf	133	19.100	87,1	61,1	75,6
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	180	21.935	100,0	80,8	100,0

a), b) vgl. Tab.1; Quelle: CIMA [...], 2010, Abb. 36 - 38

Die Einzelhandelsbetriebe sind in der Innenstadt ungleichmäßig verteilt und erstrecken sich über eine Ost-West-Distanz von ca. 1.000 m in unterschiedlicher Lagequalität und differenzierter Nutzungsart sowie deutlich unterschiedlicher Passantenfrequenz (vgl. S. 51).

Die Haupteinkaufslage (1-A-Lage) erstreckt sich über die Lange Straße (ab Rotgerberstraße), Fischmarkt, Markt und Schuhhagen. 1-B-Lagen mit deutlich geringerer Passantenfrequenz ergänzen den Ausgangsbereich Lange Straße, westlich der Rotgerberstraße bis Kapaunenstraße, Mühlenstraße, Kuh- und Brüggstraße zwischen Mühlenstraße und Schuhhagen, Fleischerstraße zwischen Markt und Domstraße; zu den 1-C-Lagen mit wesentlich schwächeren Einzelhandelsbesatz gehört u.a. die Lange Straße westlich der Kapaunenstraße (siehe Karte). Die Standortverteilung und Struktur des Einzelhandels in der Innenstadt ist u. a. gekennzeichnet durch (CIMA, 2010, S.56-60):

- zentrale innerörtliche Bedeutung (trotz nahräumigen Fachmarktes in Neuenkirchen) mit unterschiedlicher Ausstattung bei zentrenrelevanten Sortimenten
- relativ kleinteilige Struktur; individuellen Charakter
- deutlichere Präsenz von inhabergeführten Geschäften gegenüber dem filialisierendem Einzelhandel in vergleichbaren (Innen-)Städten
- positive Entwicklung der Einkaufsstraße Schuhhagen
- problematische Situation in der Dompassage sowie „Westend“ der Langen Straße
- sehr geringe Verkaufsflächenanteile

## 2 Mitternachts-Shopping – ein Beitrag zur Vitalisierung der Innenstadt

Wie einleitend erwähnt wurden auf Anregung des Vorsitzenden des Vereins Greifswalder Innenstadt (VGI) in den Jahren 2006 und 2009 vor, während (9. 12. 2006 bzw. 12. 12. 2009) und zum Teil nach dem jeweiligen Greifswalder Mitternachts-Shopping (M-Sh) Geschäftsinhaber und Besucher vornehmlich durch Studierende des Geographischen Instituts der Universität (im Rahmen ihrer humangeographischen Ausbildung) befragt und Passantenströme erfasst.<sup>6</sup>

Ziel dieser Aktionen war es, Stärken und Schwächen in Vorbereitung und Durchführung des M-Sh's aus unterschiedlicher Teilnehmersicht zu ermitteln sowie ausgewählte Daten zu Quantität und „Qualität“ der Eventbesucher zu erhalten, um für zukünftige derartige Veranstaltungen und für die Entwicklung des innerstädtischen Einzelhandels Chancen/Verbesserungsvorschläge aufzeigen bzw. ableiten zu können.

Die studentischen Untersuchungsergebnisse sind in den Staatsexamensarbeiten von T. BLEISS und F. ZIMMERMANN (vgl. Literaturverzeichnis) zusammengestellt und ausgewertet worden. Beide Arbeiten wurden dem VGI zugeleitet und dort als Arbeitsgrundlage verwendet. Hier sollen einige Ergebnisse, vorzugsweise von 2009, in knapper Form vorgestellt werden.

Das vorweihnachtliche Mitternachts-Shopping war und ist in jedem Jahr Teil eines umfangreichen Kultur- und Einkaufsevents und wurde bzw. wird in den lokalen und regionalen Medien ausgiebig beworben.<sup>7</sup> 2009 war es – wie immer – eingebettet in den Weihnachtsmarkt, der zu diesem Zeitpunkt bis Mitternacht geöffnet hatte. Außerdem fanden gleichzeitig Kunst- und Hobbyhandwerkerpräsentationen, Kirchenmusikveranstaltungen, „bunte“ künstlerische Bühnenprogramme, Universitätsbesichtigungen u.v.m. statt.

„Hauptaktionsraum“ des abendlichen/mitternächtlichen Einkaufens und Flanierens war folglich der Schuhhagen, die Lange Straße, der Markt und Fischmarkt und somit konzentrieren sich auch die begleitenden Befragungen und Zählungen auf dortige Standorte.

### 2.1 Empirische Erhebung 2006 und 2009 – methodisches Vorgehen

Die empirische Untersuchung umfasste folgende Bestandteile:

- Vorstudie zur möglichen „Nichtteilnahme [von Einwohnern und Besuchern] am Mitternachts-Shopping“

- Befragung der Einzelhändler der Greifswalder Innenstadt:

- Teil 1: „Angaben zum Geschäft“; anonym und abgekoppelt von
- Teil 2 zum Einzelhandel in Greifswald (einschließlich zu Konkurrenzsituation und Onlinehandel) und zum M-Sh; Befragung vor dem Event

und

- Teil 3 zur Ergebnissen des M-Sh's; Befragung nach dem Event

- Befragung von Besuchern während des M-Sh's

---

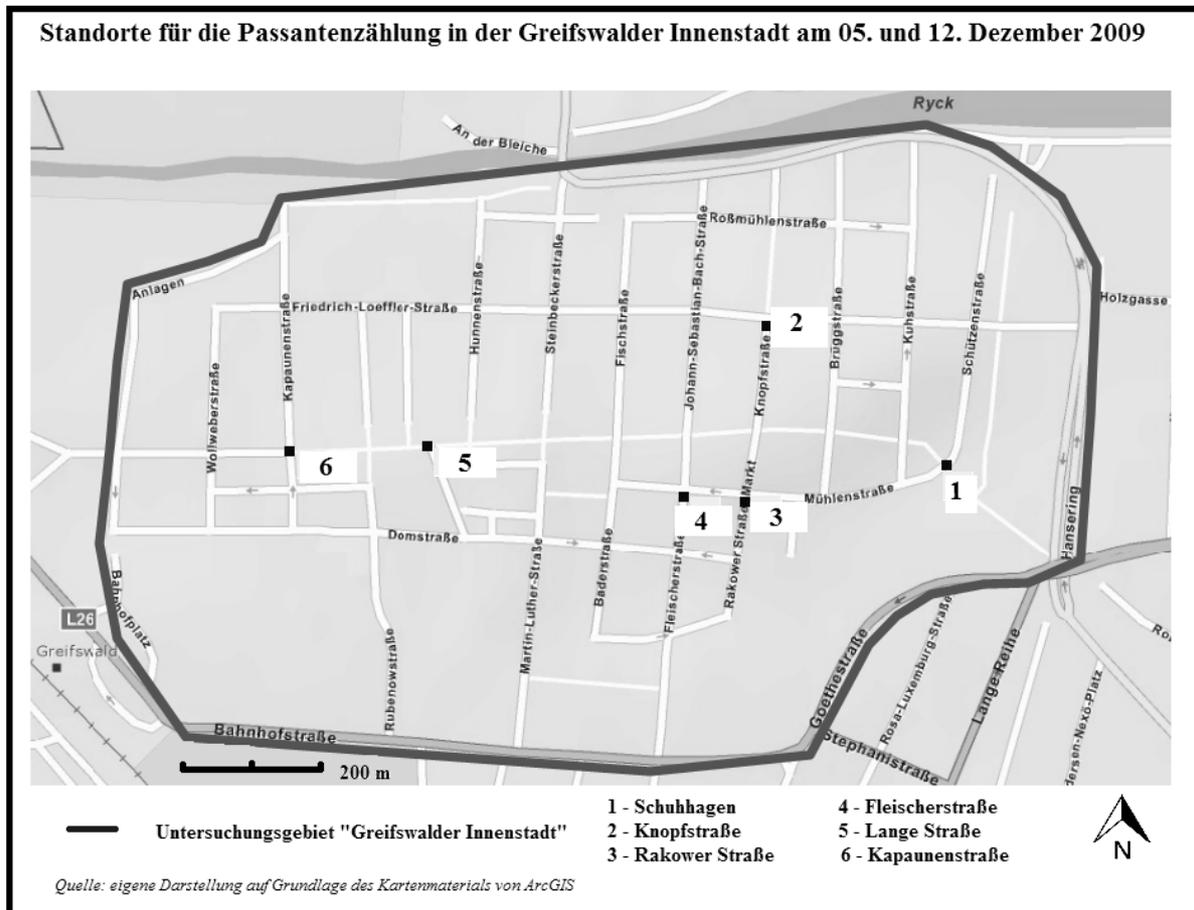
<sup>6</sup> Hierbei gilt der Dank – 2009 betreffend – vor allem den Geographie-Lehramts-Studenten der Matrikel 2009 und einigen Geographie-Bachelor-Studenten der Matrikel 2008 für ihre tatkräftige Unterstützung

<sup>7</sup> Auch die studentische Begleituntersuchung 2009 wurde rechtzeitig angekündigt; im Lokalteil der OSTSEE-ZEITUNG am 27. Oktober.

- zwei Passantenzählungen: a) an einem „gewöhnlichen“ Samstag in der Vorweihnachtszeit
- b) während des samstägliches Mitternachts-Shoppings

Zusätzlich wurden im Laufe des Untersuchungsganges mehrere Interviews mit verschiedenen Experten, z. B. des Einzelhandels, durchgeführt.<sup>8</sup>

Für die Passantenzählungen wurden 2009 (leicht modifiziert zu 2006) folgende Standorte gewählt (vgl. Abb.1):



**Abbildung 1:** Standorte für die Passantenzählung in der Greifswalder Innenstadt am 05. und 12. Dezember 2009; Quelle: ZIMMERMANN 2011, Anlage 4

- Schuhhagen/Ecke Mühlenstraße
- Knopfstraße/Ecke F.-Loeffler-Straße
- Mühlenstraße/Ecke Rakower Straße
- Markt/Ecke Fleischerstraße
- Lange Straße, Nähe Dompassage
- Lange Straße/Ecke Kapauenstraße

Die Zählstandorte wurden in Relation zu benachbarten Parkplätzen, Parkhäusern und ÖPNV-Haltestellen gewählt.

<sup>8</sup> Ergebnisse der Vorstudie und der Experteninterviews sollen hier nicht oder nur ansatzweise einfließen.

Die Passantenein-/ausströme wurden am 5.12.09 von 13 bis 16 Uhr und am 12.12.09 (M-Sh) von 18 bis 24 Uhr in 15-Minuten-Einheiten mithilfe eines standardisierten Protokollbogens erfasst.

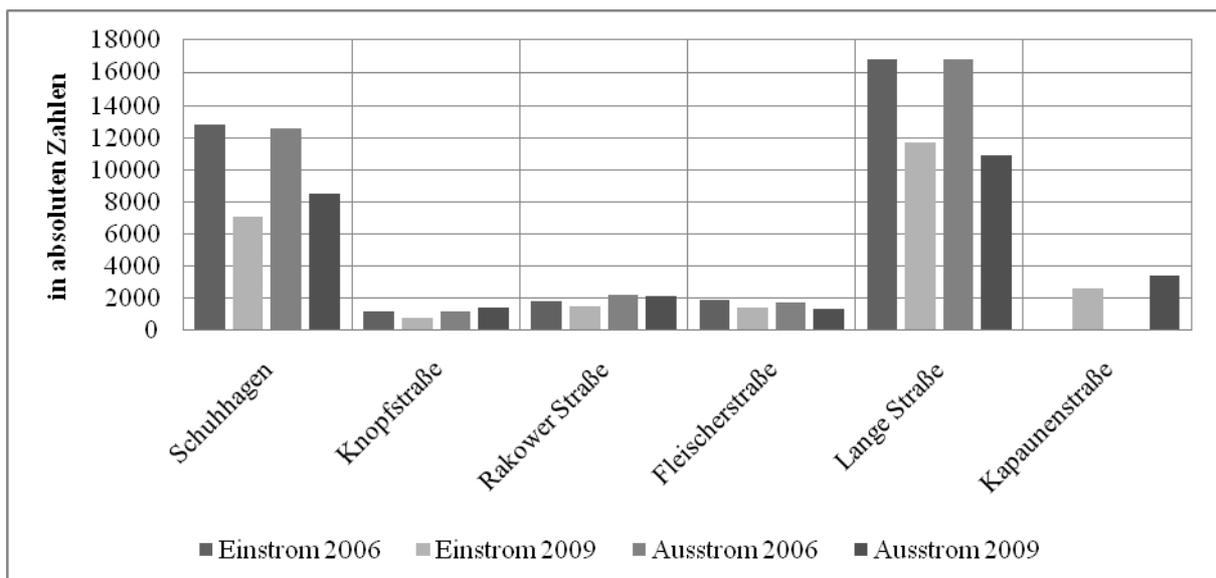
Die Befragung der Einzelhändler erfolgte mittels datenschutzrechtlich abgesicherter Fragebögen (siehe ZIMMERMANN, 2011, Anlagen) und ergänzenden Interviews. Die Befragung der M-Sh-Besucher (wiederum mithilfe eines Fragebogens) erfolgte nach dem Zufallsprinzip entlang des „Hauptaktionsraumes“ Schuhhagen bis westliche Lange Straße.

## 2.2 Passantenzählung und –befragung während des Mitternachts-Shoppings 2009

Am 12.12.2009 wurden an den sechs Standorten insgesamt 52.643 Personen gezählt. Dabei betrug die Anzahl der in die Innenstadt einströmenden Passanten 25.151 gegenüber 27.492 das Untersuchungsgebiet verlassenden Personen. Die hierbei entstandene Differenz von 2.341 lässt sich mit den sich bereits zu Beginn der Zählung in der Innenstadt aufhaltenden Personen erklären.

Bei der Zählung gab es deutliche Unterschiede zwischen den Standorten, besonders von „Schuhhagen“ und „Langer Straße“ im Vergleich zu den anderen Zählorten.

Diese Diskrepanz, die auch BLEISS 2006 ermittelte, erschließt sich aus der nachfolgenden Grafik (Abb.2).



**Abbildung 2:** Vergleich des Ein- und Ausstroms der Passanten während der Mitternachts-Shoppings 2006 und 2009; Quelle: Darstellung auf Grundlage von Daten aus BLEISS (2007) und ZIMMERMANN (2011)

Es wird ersichtlich, dass in beiden Jahren die Standorte „Schuhhagen“ und „Lange Straße“ deutlich höher frequentiert wurden als die übrigen Zählpunkte. Das hohe Passantenaufkommen für den Standort „Schuhhagen“ kann mit den Parkplätzen „Am Theater“ und „Hansering“ sowie nahegelegenen ÖPNV-Haltestellen begründet werden.

Der in beiden Untersuchungen am stärksten frequentierte Zählpunkt „Lange Straße/Nähe Dompassage“ lässt mutmaßen, dass die 243 Stellplätze der Tiefgarage „Dompassage“ am Abend des M-Sh's nahezu vollständig über die gesamte Zeit des Events ausgelastet waren.

Zudem konnte die Dompassage mit ihrem vorhandenen Läden und dem zusätzlich gebotenen Programm sicher als Besuchermagnet fungieren.

Es wird weiterhin deutlich, dass die Gesamtsumme aller erfassten Passanten an fünf<sup>9</sup> Standorten (rd. 46.700 Passanten) deutlich niedriger ausfiel als im Vergleichsjahr 2006 (rd. 69.000). Summiert man die Einstromwerte an den vier „östlichen“ Standorten, kommt man auf ca. 11.000 Personen. Bei einem Vergleich des 2006 ermittelten Zwischenwerts (rd. 17.700 Passanten) und der Größe von 2009 (rd. 11.000) wird ersichtlich, dass ein Rückgang um 5.300 Besucher zu verzeichnen ist. Möglicherweise kam es 2009 zu einer zeitliche Verlagerung des Besuchereinstroms in den Nachmittag hinein. Es lässt sich vermuten, dass vor allem Familien mit Kindern die Nachmittagsstunden für einen Besuch des „Mitternachts-Shoppings“ nutzen, da in diesem Zeitraum diverse Programme, wie bspw. der Besuch des Weihnachtsmannes um 16 Uhr, extra für jüngere Gäste angeboten wurden. Mit einem Konzert des Chores des „Bundes der Ruheständler“ und dem ersten der drei Bläserkonzerte in der Kirche St. Marien wurden außerdem bereits um 15 Uhr die ersten kulturellen Höhepunkte dieses „Shoppingevents“ dargeboten. Diese könnten wiederum einige Besucher dazu bewegen haben, schon zu diesem Zeitpunkt in die Greifswalder Innenstadt zu kommen.

Zusätzlich sollte 2009 an den Zählpunkten „Lange Straße“ und „Kapaunenstraße“ erfasst werden, wie viele Passanten nach Überschreiten des erstgenannten Erhebungsstandortes auch Geschäfte und gastronomische Einrichtungen westlich der Dompassage aufsuchten bzw. wie viele die Innenstadt dort während des Erhebungszeitraumes betraten oder verließen.

Werte des Ein- bzw. Ausstroms (Abb.2) machen deutlich, dass nur etwa 22 bzw. 31 Prozent der am Zählort „Lange Straße“ ermittelten Passanten am westlichsten Zählort „Kapaunenstraße“ ermittelt wurden. Das mag zunächst daran liegen, dass ein Großteil der Innenstadtbesucher auf Höhe der Dompassage kehrt machte und anschließend wieder am Zählpunkt „Lange Straße“ vorbei in Richtung Markt lief. Gleichzeitig kann davon ausgegangen werden, dass die Besucher, die an Führungen durch das Universitätshauptgebäude teilnahmen, den dazu gehörigen Treffpunkt am Rubenow-Denkmal über die Lange Straße und die in südliche Richtung abgehende Rotgerberstraße erreichten. Über diesen Weg betraten bzw. verließen eventuell auch all diejenigen Passanten die Fußgängerzone, die in diesem Zusammenhang die PKW-Parkflächen des Universitätsgeländes, der Gerichte und der angrenzenden Seitenstraßen nutzten. Beobachtungen zufolge waren diese Stellflächen nahezu ausgelastet.

Mögliche Ursachen für die verhältnismäßig geringe Frequentierung des westlichen Abschnitts der „Langen Straße“ sind folgende:

- Nebenlage von wenigen Handels- und Gastronomieeinrichtungen
- attraktivitätsmindernde Brachfläche an der Ecke Lange Straße/Kapaunenstraße
- Ende der Fußgängerzone an der Dompassage (mit wechselndem Straßenbelag)

Auch 45 Prozent der befragten Einzelhändler gaben im Rahmen der Erhebung an, dass die Aufwertung der westlichen Langen Straße eine wichtige, unbedingt umzusetzende Maßnahme im fortschreitenden Vitalisierungsprozess der Greifswalder Innenstadt darstellt.

---

<sup>9</sup> Zählort „Kapaunenstraße“ konnte für Vergleichsangaben nicht berücksichtigt werden, da dort 2006 nicht gezählt wurde.

Es war insgesamt festzustellen, dass der Zählstandort „Kapaunenstraße“ im Vergleich von Referenzzählung (5.12.09) und Hauptzählung (12.12.09)<sup>10</sup> den höchsten Anstieg der erfassten Personen erfuhr (mögliche Gründe in der Vorweihnachtszeit: einziger „reiner“ Spielzeugladen in Nähe der Kapaunenstraße und zeitweilige Bühnenprogramme während des M-Sh's).

Erwartungsgemäß hoch war auch der Anstieg der Passantenstromwerte am Zählpunkt „Lange Straße/Nähe Dompassage“. Durch die Veranstaltungen im Dom, im Kulturzentrum „Sankt Spiritus“, im Universitätshauptgebäude und in der Dompassage selbst wurden die Besucher des M-Sh's beispielsweise aus Richtung (Weihnachts-)Markt in die westlichen Bereiche der Innenstadt geleitet.

Für die Veranstalter des M-Sh's – zugleich Untersuchungsauftraggeber – war von besonderem Interesse zu erfahren, welche Anlässe/Gründe es gab, an diesem Abend die Innenstadt aufzusuchen. Deshalb wurden Passanten – nach Zufall und Entgegenkommen ausgewählt – anhand eines vorbereiteten Problemkatalogs (vgl. ZIMMERMANN 2011, Anlage 2) befragt. Neben allgemeinen Angaben zur Person wurden folgende Inhalte erfragt (tlw. besprochen):

- Anlass des Innenstadtbesuchs, da das M-Sh nur ein Angebot unter vielen war
- Häufigkeit bisheriger Teilnahme am M-Sh
- Verkehrsmittelwahl für Innenstadtbesuch und Zufriedenheit bezüglich Parkmöglichkeiten und ÖPNV-Anbindung
- Motive für M-Sh
- Kaufabsichten; geplante Ausgabenhöhe
- Art der (voraussichtlich) gekauften Waren.

Zusätzlich wurde ermittelt, wo die Befragten normalerweise ihre Waren des nichttäglichen Bedarfs kaufen und wie häufig sowie für welche Waren Onlineshopping genutzt wird. Zwei spezielle Fragen bezogen sich auf die Geschäfts-„Kernöffnungszeiten“-Problematik.

Am Abend des 12.12.09 wurden 206 Passanten befragt. Da Mehrfachnennungen möglich waren, ergab sich, dass 51 Prozent der Befragten Weihnachtsmarkt- und 67 Prozent „reine“ Mitternachts-Shopping-Besucher waren.

40 Prozent der Befragten wohnten nicht in Greifswald; unter den befragten Greifswaldern dominierten Einwohner der Innenstadt und der Fleischervorstadt. Nach Tätigkeit der Befragten überwogen die Angestellten (41 Prozent) und Studenten (24 Prozent); nach Alter dominierten die 21- bis 35-jährigen (38 Prozent), gefolgt von den 36- bis 50- und 51- bis 65-Jährigen (25 bzw. 21 Prozent)

Die Nicht-Greifswalder kamen zu 72 Prozent aus der zielgerichtet beworbenen Region Vorpommern.

Von den befragten 206 Passanten reiste etwa die Hälfte mit dem PKW an; nur 4 Prozent nutzten (trotz Sonderfahrplans) den Bus, 12 Prozent das Fahrrad, kaum 33 Prozent kamen zu Fuß. Unter den PKW-Nutzern, darunter ein Drittel aus Greifswald, äußerten sich 44 Prozent graduell unzufrieden über die Parkplatzsituation. Vor allem die Greifswalder lagen mit 60 Prozent noch über diesem Durchschnitt – vermutlich wohl dadurch, da sie öfter als auswärtige Gäste mit fehlenden Stellplätzen und nervigem Suchverkehr konfrontiert sind.

---

<sup>10</sup> Für die Vergleichbarkeit wurden die Werte der Hauptzählung halbiert, da sie sich über sechs Stunden, die Referenzzählung aber nur über drei Stunden erstreckte.

36 Prozent der Befragten nahmen zum ersten Mal an diesem „Shoppingevent“ teil, darunter vor allem Studenten, Auszubildende und Angestellte, bei denen man aufgrund ihres Alters (überwiegend unter 25 Jahren) darauf schließen kann, dass sie noch nicht sehr lang in Greifswald leben und aus diesem Grund noch keine oder nur sehr wenige Möglichkeiten zur Teilnahme am Mitternachts-Shopping hatten. Doch auch von den befragten Rentnern, die entweder mit ihrem Partner oder der Familie in die Innenstadt gekommen waren, gab über die Hälfte an, zum ersten Mal diesem Event beizuwohnen. Folglich kann festgehalten werden, dass ebenso bei den Älteren durchaus der Wunsch vorhanden ist, dieses Ereignis zu erleben.

Von den befragten Personen waren, wie auch in der Vergleichsstudie von 2006, ungefähr je ein Drittel mit dem Partner, mit der Familie oder in der Gruppe in der Innenstadt unterwegs. Dass insgesamt 62 Prozent der befragten Personen angaben, ins Stadtzentrum gekommen zu sein, um Spaß zu haben und 39 Prozent (11 Prozentpunkte? mehr als 2006), um sich mit Freunden zu treffen, unterstreicht den gemeinschaftsfördernden Charakter des M-Sh's.

Gut ein Drittel – unter Berücksichtigung von Mehrfachnennungen – wollte sich vorrangig über das Angebot informieren und ungefähr 50 Prozent waren explizit wegen des Einkaufens in die Innenstadt gekommen; ein Viertel hatte geplant, sowohl etwas zu kaufen als auch sich zu informieren und 20 Prozent hatten die Absicht, gezielt etwas zu kaufen.

Dieser Trend deutet an, dass das M-Sh von den Besuchern zunehmend als Gelegenheit genutzt wird, sich mit der Familie, dem Partner oder Freunden ein paar schöne Stunden zu machen, durch die Geschäfte zu bummeln, noch ein paar Kleinigkeiten für Weihnachten zu erhaschen und sich etwas Leckeres auf dem Weihnachtsmarkt zu gönnen.

61 Prozent der Befragten äußerten, an diesem Abend nicht mehr als 50 € ausgeben zu wollen; das sind 18 Prozent mehr als bei der Befragung im Dezember 2006.

Da nur jeder Vierte vermutete, sich bei seinen Ausgaben während des M-Sh's im Bereich von 51 bis 200 € „zu bewegen“, kann angenommen werden, dass viele Besucher ihre weihnachtlichen Großeinkäufe auf die Tage verlagerten, wo weniger Menschen in den Geschäften unterwegs sind.

Bei den vorgegebenen Antwortkategorien zur Geldausgabe wurden mit 41 Prozent „Kleidung“, mit 20 Prozent „Bücher/Antiquarisches“ und mit 14 Prozent „Kosmetik/Parfüm“ am häufigsten benannt. Diese drei Warengruppen waren auch in der Untersuchung 2006 dominierend.

10 Prozent der Befragten gaben an, dass am Abend vor allem Lebensmittel konsumiert wurden oder werden; konkret waren damit vor allem Glühwein, Bratwurst sowie andere Speisen und Getränke gemeint, die an vielen verschiedenen Ständen gekauft werden konnten. Besonders Glühwein war 2009 von besonderem Interesse, da das Motto des M-Sh's in diesem Jahr „Greifswald feiert Glühwei(h)nachten“ lautete und die Greifswalder Gastronomen und Einzelhändler dazu aufgerufen waren, mit ihrem individuellen Rezept am Wettbewerb „Wer macht Greifswalds besten Glühwein?“ teilzunehmen. So bestand für die Besucher die Möglichkeit, ca. alle 50 Meter an einem anderen Stand einen speziellen Glühwein zu probieren. Vereinzelt klang aber diesbezüglich vonseiten der Einzelhändler Kritik an: „Falsches Motto, denn es heißt Mitternachts-Shopping und nicht Mitternachts-Glühweihnacht, Händler wollen

verkaufen und nicht Glühwein rausgeben“ oder „zu viele Glühweinstände, es war nur noch Volksbelustigung“.

Weiterhin sollte ermittelt werden, wo die Befragten im Allgemeinen Waren des nichttäglichen Bedarfs (Kleidung, Schuhe, Schmuck, Bücher etc.) kauften. Die Umfrageergebnisse waren hierbei nahezu identisch mit jenen von 2006. 63 Prozent der Befragten gaben an, diese Waren in der Greifswalder Innenstadt zu kaufen. An zweiter Stelle wurde (bei Möglichkeit der Mehrfachnennung) mit 54 Prozent der Elisenpark am Stadtrand genannt. 15 Prozent kaufen diese Waren nicht in Greifswald, sondern vor allem in Rostock, Berlin, Stralsund oder Schwerin (besonders Personen im Alter unter 30 Jahren). Der Einkaufskomplex Marktkauf in Neuenkirchen ist mit 12 Prozent (7 Prozent Rückgang zu 2006) diesbezüglich die vierthäufigste Anlaufstelle.

Jeder dritte befragte Besucher gab an, die Möglichkeit des Onlineshoppings für Waren des mittel- bzw. langfristigen Bedarfs nicht zu nutzen. Dem steht ein Drittel von Befragten gegenüber, das diese Güter bis zu sechsmal pro Jahr über das Internet bezieht und jeweils ca. 15 Prozent, die jährlich zwölfmal und mehr Waren dieser Art online erwerben. Erwartungsgemäß sind es die 21- bis 35-Jährigen, die das Internet für derartigen Warenbezug häufig nutzen.

Über Onlineshopping werden von den Befragten besonders Bücher/Antiquarisches, Kleidung, elektrische Geräte und CD/DVD etc. bezogen, weniger Sportartikel, Schuhe/Lederwaren, Spielzeug, Kosmetik/Parfüm oder Schmuck/Uhren.

Um zu erfahren, in welchem Maße dieser Entwicklung ein Stück weit entgegengewirkt werden könnte, sollte u. a. der Frage nachgegangen werden, was sich die potenzielle Kundschaft konkret für die Greifswalder Innenstadt wünschen würde. Zu diesem Zweck hatte BLEISS (2006) unter dem Schwerpunkt Stärkung der „Vitalität und Zentralität der Greifswalder Innenstadt“<sup>11</sup> Passanten befragt, was denn getan werden müsste, um das Stadtzentrum attraktiver zu gestalten. Neben einer Erweiterung der Sortimentsbreite wünschten sich 70 Prozent der Befragten eine Vereinheitlichung der Öffnungszeiten.

Um diesen Wunsch etwas konkreter zu erfassen, wurden deshalb 2009 zwei zusätzliche Fragen zu diesem Problem gestellt. Zunächst erfragte man bei den Besuchern des M-Sh's, wie sie der Einführung von Kernöffnungszeiten in der Innenstadt, d.h. montags bis freitags 10 bis 18 Uhr und samstags 9 bis 16 Uhr, gegenüberstehen würden. Insgesamt sprachen sich 62 Prozent dafür aus, 17 Prozent standen diesen Kernöffnungszeiten neutral gegenüber bzw. enthielten sich und 21 Prozent bezogen eine ablehnende bis sehr ablehnende Position zu dieser Thematik. Es sind vor allem Berufstätige, die der Einführung dieser Kernöffnungszeiten ablehnend gegenüberstehen. Ihnen geht es dabei aber weniger um die Einführung an sich, sondern vielmehr um die vorgeschlagenen Zeitspannen. Bei der daran anschließenden Frage, welche Ladenöffnungszeiten sie sich wünschen würden, forderten sie eine Ausdehnung in die Abendstunden, d.h. eine Öffnung der Geschäfte bis mindestens 20 Uhr, z.T. auch 22 Uhr. Vermutlich besteht bei dieser Gruppe das Bedürfnis, nach eigenem Dienst-

---

<sup>11</sup> BLEISS, 2007 S. 52ff.

schluss oder am Samstagabend in der Greifswalder Innenstadt Besorgungen machen zu können.

### **2.3 Einschätzung des Mitternachts-Shoppings 2009 aus Sicht der Einzelhändler**

Bei der Darlegung der Untersuchungsmethodik (vgl. 2.1.) wurde u. a. auf die dreigeteilte Befragung der Greifswalder Innenstadthändler hingewiesen. Handelsgeographisch sind die Antwortinhalte der Teile zwei und drei interessant, eventbezogen vor allem Teil drei, weil nach Kunden- und Umsatzsteigerung und besonders zur Einschätzung des M-Sh's gefragt wurde.

Der zweite Teil diente der Ermittlung eines Stimmungsbildes über den Greifswalder Einzelhandel, vorzugsweise auf die Innenstadt bezogen. Das heißt, dass 18 Fragen darauf abzielten, den Grad der Zufriedenheit bspw. hinsichtlich Mietkosten, ÖPNV, Parkplatzsituation u. Ä. zu erfassen und ein Meinungsbild zu den Problembereichen Ladenschluss, Kernöffnungszeiten, Konkurrenzstandorte, Onlineshopping und Vitalisierung der Innenstadt bzw. des Innenstadthandels zu erstellen. Letzteres zielte vor allem auf die zukünftige Gestaltung des westlichen Teils der Einkaufsachse „Lange Straße“ und die Entwicklung der Dompassage ab. (Die Antworten zu den relativ vielen Fragen des Teils 2 werden später größtenteils nur summarisch aufgelistet oder überblicksmäßig beschrieben.)

Eine umfangreichere und gezieltere Vorbereitungsphase als 2006 ermöglichte, dass 2009 von 115 angesprochenen Einzelhändlern 82 die Fragebögen – wenngleich oft erst aufgrund hartnäckiger Nachfrage – ausfüllten, sodass die Rücklaufquote 71 Prozent betrug.<sup>12</sup> Die Gründe für eine Nichtbeteiligung an der Befragung reichten von (vermutlich) reinem Desinteresse, über den unterschiedlichen Grad der „Verankerung“ in Greifswald bis zur fehlenden Zuständigkeit örtlicher Filialleiter von regional, national oder international agierenden Handelsunternehmen.

Die Befragungsergebnisse sind bei ZIMMERMANN (2011) detailliert beschrieben und graphisch in zwölf Abbildungen (Anhang 7) festgehalten worden; hier soll daraus eine angemessen gedrängte Darstellung folgen.

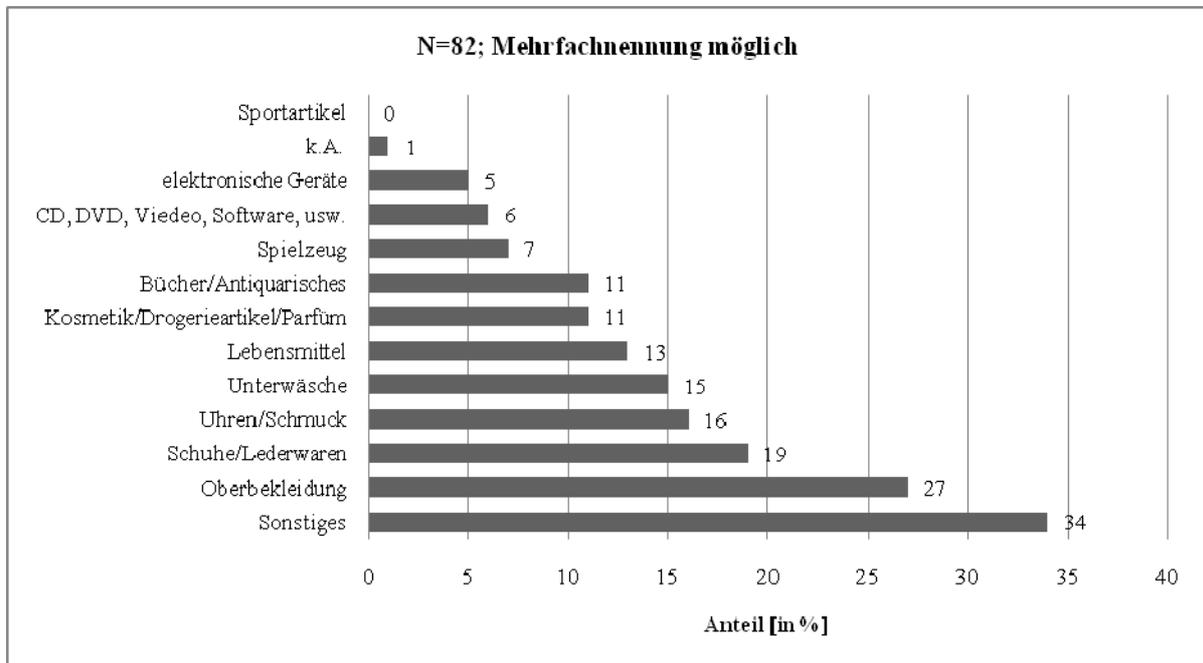
Die 82 befragten Einzelhändler untergliederten sich in 65 inhabergeführte Einzelunternehmen und 33 Prozent Filialisten (2 Prozent ohne Angabe). Folglich waren unter den Befragten vorzugsweise Verkaufsstellen kleiner Größe/relativ geringer Verkaufsfläche (VFL) zu finden: 71 Prozent der Geschäfte bis zu 150 m<sup>2</sup> VFL, 15 Prozent mit 150 bis 500 m<sup>2</sup> VFL, 5 Prozent über 750 m<sup>2</sup> VFL.

Nach Voll- oder Teilzeitbeschäftigtenanzahl, einschließlich Aushilfen, überwiegen zu 75 Prozent die Geschäfte mit bis zu fünf Personen; in 13 Prozent der Handelseinrichtungen arbeiten 6 bis 20 Beschäftigte; nur 4 Prozent überschreiten die 20-Beschäftigten-Marke. Der Zeitpunkt der Geschäftseröffnung widerspiegelt den jüngeren gesellschaftlichen und damit auch den Einzelhandel betreffenden Umbruch: Nur 4 Prozent der befragten Händler hatten vor 1989 ihr Geschäft am jetzigen Standort. 33 Prozent eröffneten das Geschäft zwischen 1990 und 2000 und 58 Prozent erst ab 2001 (darunter die Hälfte ab 2006).

---

<sup>12</sup> 2006 wurden 251 Einzelhändler und Gastronomen befragt, nur 78 beteiligten sich an der Untersuchung.

Das Warenangebot der betreffenden Einzelhändler gliederte sich prozentual wie folgt:



**Abbildung 3:** Warenangebot der befragten Einzelhändler 2009; „Sonstiges“ bedeutet überwiegend „Keramik/Kunstgegenstände“, „Papier/Schreibwaren“, „Floristik“. Quelle: ZIMMERMANN 2011, S. 56.

Generell standen, wie bereits 2006, rund drei Viertel der befragten Einzelhändler dem Event „Mitternachts-Shopping“ positiv gegenüber, 17 Prozent waren dezidiert dagegen und 9 Prozent enthielten sich der Meinung. Diese allgemeine Einstellung spiegelt sich auch im Teilnahmeverhalten der Einzelhändler wider, wo nahezu die gleiche prozentuale Verteilung auftrat.

Bei der Begründung von ablehnender Haltung bzw. Nichtteilnahme am M-Sh waren tlw. ähnliche Antworten wie 2006 zu registrieren:

- hoher Arbeitszeitaufwand
- hohe Personalkosten
- enorme Kosten für Werbung
- erhöhte Nebenkosten
- geringe Nachfrage in Spezialgeschäften
- geringe Frequentierung der Nebenstraßen
- „allgemeine negative“ Erfahrungen.

Auch 2009 gaben einzelne Händler an, aus diesen Gründen sich nicht wieder an dieser Veranstaltung beteiligt zu haben bzw. beteiligen zu wollen.

Dennoch war die Erwartungshaltung der meisten/positiv gestimmten Einzelhändler an deutliche Umsatzsteigerung geknüpft (mehr als 2006), vor allem im Rahmen des sogenannten Weihnachtsgeschäftes. Das lässt sich auch dadurch belegen, dass ca. 40 Prozent der befragten Einzelhändler während des M-Sh's besondere Angebote unterbreiteten (Rabatt- und Gutscheinkaktionen, Modenschauen etc.). So versprach sich – allerdings anteilig weniger als

2006 – etwa die Hälfte der Einzelhändler einen zusätzlichen Werbeeffect für das Unternehmen bzw. für die Innenstadt.

Wie wurden die Erwartungen erfüllt?

Fast die Hälfte der Befragten fühlten sich in ihren Erwartungen bestätigt, für 23 Prozent gingen die Erwartungen nicht in Erfüllung (28 Prozent ohne Antworten). Einige Einzelhändler, deren Erwartungen unerfüllt blieben, gaben an, dass sowohl die Umsätze als auch die Kunden im Vergleich zum Vorjahr (2008) tlw. beträchtlich zurückgegangen waren bzw. der Aufwand (Mehrkosten aufgrund der längeren Öffnungszeiten) durch entsprechende Umsätze nicht aufgewogen wurde. Gerade Einzelhändler in den 1-B- bzw. Nebenlagen hatten gehofft, dass die Lenkung der Kundenströme in die Seitenstraßen bzw. in den westlichen Teil der Langen Straße erfolgreicher sein würde. (vgl. Ergebnis der Passantenstromzählung!)

Konträr war die Meinung der Händler zum ergänzenden Bühnenprogramm und zur Standortverteilung dieser Attraktionen:

Lobenswert wurde einerseits hervorgehoben, dass derartige Kultur im gesamten Bereich der Langen Straße angeboten wurde, andererseits bedauerte man (wie in den Jahren zuvor) deren Konzentration auf dem Markt (u. a. regionaler Radiosender) und die Vernachlässigung von Neben- bzw. Seitenlagen (z. B. der Mühlenstraße). Hinweise der Einzelhändler auf Erhalt des adventszeitlichen/weihnachtlichen Charakters des M-Sh's (statt „lauter Party“) und Stärkung der Familien-, d. h. auch Kinderfreundlichkeit mit einem breit gefächerten Veranstaltungsprogramm sollten in Vorbereitung wohlhabender M-Sh's ernst genommen werden.

Ein ähnlich konträres Bild wie bei der Bewertung des Rahmenprogrammes entstand bei der Einschätzung der Marketingmaßnahmen. Hier gab es sowohl Lob (Radiowerbung) als auch Kritik (Werbeplakate, Gebühren). Dass sich die Werbemaßnahmen nach Angaben des Innenstadtvvereines mittlerweile auf ganz Vorpommern erstrecken, zeigte der Besuchereinzugsbereich (vgl. Abschnitt 2.2).

Die Zusammenarbeit des VGI's mit den verschiedenen Akteuren (Kirchen, Universität, Radiosender, ÖPNV etc.) wurde oft als sehr positiv herausgestellt. Auch Absprachen mit anderen Städten, wie Stralsund oder Neubrandenburg, z. B. über Event-Zeitpunkte (Tag des M-Sh's) fanden statt, sodass bspw. nicht wie 2006 die Mitternachts-Shopping-Veranstaltungen in Greifswald und Stralsund am gleichen Adventsamstag stattfanden.

Verbesserungswünsche einzelner Händler betrafen Gebührensätze, v. a. für die kleinen Unternehmen, um wohl unverhältnismäßig hohe finanzielle Belastungen zu vermeiden.

Die noch 2006 häufig geäußerte Kritik der Händler an Parkplatznutzungsmöglichkeiten sowie an der Müllentsorgung fand 2009 kaum noch Erwähnung.

Die Rückkopplungen zu den Erwartungen der Einzelhändler und ihren Einschätzungen der Veranstaltungen können durch Umsatzergebnisse des M-Sh's in Form der prozentualen Tagesumsatzsteigerung im Vergleich zu einem normalen Verkaufssamstag ergänzt werden:

49 Einzelhändler (gleich 60 Prozent der Befragten) reagierten auf die betreffende Frage. 16 Prozent von ihnen gab an, dass sie keine Steigerung erreichen konnten. Allerdings kam es bei einem Drittel zu einem Anstieg von bis zu 50 Prozent und bei rund 22 Prozent lag die Steigerung zwischen 51 und 100 Prozent. 29 Prozent der auskunftswilligen Händler erwirt-

schafteten an diesem Abend Umsatzzuwächse von 300 bis 500 Prozent, wobei es sich hierbei vorrangig um Händler mit den Sortimenten „Oberbekleidung“, „Uhren und Schmuck“ sowie „Kosmetik, Drogerieartikel und Parfüm“ handelte, deren Kunden also vermutlich Weihnachtsgeschenke kauften. (Es muss aber beim Vergleich der genannten prozentualen Umsatzwerte berücksichtigt werden, dass die jeweiligen Einzelhändler möglicherweise unterschiedliche Referenzwerte gewählt haben! Im Erhebungsbogen wurde nach der Steigerung des Tagesumsatzes im Vergleich zu einem normalen Samstag gefragt. Diese Formulierung lässt aber verschiedene Auslegungen zu. Es wäre denkbar, dass für die Ermittlung des Tagesumsatzes eines „normalen“ Samstags zum einen der Durchschnitt bezogen auf das gesamte Geschäftsjahr oder zum anderen nur der der Adventssamstage als Vergleichsgröße herangezogen wurde. Gleichzeitig ist hierbei nicht ersichtlich, ob die Einzelhändler die längeren Öffnungszeiten und zusätzlichen Kosten in ihrer Angabe berücksichtigt haben oder nicht.)

Letztlich gaben 40 Prozent (16 Prozent mehr als 2006) aller befragten Einzelhändler an, dass sie während des M-Sh's die Kaufkraft der Kunden abschöpfen konnten. Der Anteil derer, die eher von einer Kaufkraftverlagerung, also von Umsatzeinbußen in den darauffolgenden Tagen ausgingen, war ein wenig von 22 auf 19 Prozent gesunken.

Zusammenfassend kann festgehalten werden (eingedenk aller Unsicherheiten bei derartigen Erhebungen), dass sich bei knapp der Hälfte der befragten Händler die Erwartungen erfüllten.

Zum Teil deutliche Umsatzsteigerungen und insgesamt eine positive Einstellung zu diesem (Teil-) Event sind eine gute Grundlage für gleichartige Veranstaltungen in den Folgejahren.

Doch einzelhandelsbezogen geht es Greifswald und seiner Innenstadt logischerweise um größere Zusammenhänge und Probleme; als es das jährlich wiederkehrende und zunehmend besser organisierte M-Sh darstellt. Einige Diskussions- und Reibungspunkte sollen aus Händlersicht – als Kontrapunkt zur Kundenmeinung (siehe oben) – in knapper und vereinfachter Form vorgestellt werden, da sie tlw. weit über rein betriebswirtschaftliche Inhalte hinausgehen, aber deutliche geographische Bezüge aufweisen.

Zunächst ist festzuhalten, dass die Standortwahl der befragten Einzelhändler – größtenteils in 1-A-Lagen und häufig in der Fußgängerzone – fast durchweg als richtige Entscheidung empfunden wird: ein hohes Maß an Laufkundschaft, dazu viele Studierende und Touristen kommen der Vorstellung von reger Handelstätigkeit mit entsprechenden Umsatzergebnissen sehr nah. Insbesondere die Studierenden spielen für einige Händler eine bedeutende Rolle; sie werden von ihnen als dynamisch und offen für Neues eingeschätzt.

Nicht zuletzt waren für viele Händler (ca. 60 Prozent) die bezahlbaren Mieten Anlass für eine Geschäftseröffnung in der Innenstadt (84 Prozent waren Mieter!). Auch das Fehlen von großen Einkaufszentren in unmittelbarer Umgebung wurde von einzelnen Händlern als Vorteil benannt. Persönliche Verbundenheit mit Greifswald oder Weiterführung des Familienunternehmens waren weitere Motive für die Gründung oder Fortführung von Geschäften in der Innenstadt.

Problematisch wird von den Innenstadthändlern erwartungsgemäß die Konkurrenz zum Handel auf der „Grünen Wiese“, d. h. in Greifswald insbesondere zum Elisenpark und zum nahräumlich gelegenen Einkaufskomplex in Neuenkirchen, gesehen. Zwei Drittel der Befrag-

ten schätzen die Konkurrenzsituation als mäßig bis sehr hoch ein, allein 38 Prozent - ähnlich wie 2006 – beurteilen sie als hoch und sehr hoch. Begründet wurde dieser Zustand mit den üblicherweise bekannten Argumenten zu derartigen Einkaufszentren: ausreichend vorhandene und kostenlose Parkplätze, gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV, Wetterunabhängigkeit beim Einkauf, Branchenmix und kurze Einkaufswege vor Ort – auch zu ergänzenden Discountgeschäften und Fachmärkten („One-Stop-Shopping“).

Die Standortvorteile der „Grünen Wiese“ werden den Innenstadthändlern um so stärker bewusst, je mehr sie an Belieferungsprobleme während der Hauptgeschäftszeiten oder an die „Parkplatzsituation“ denken.

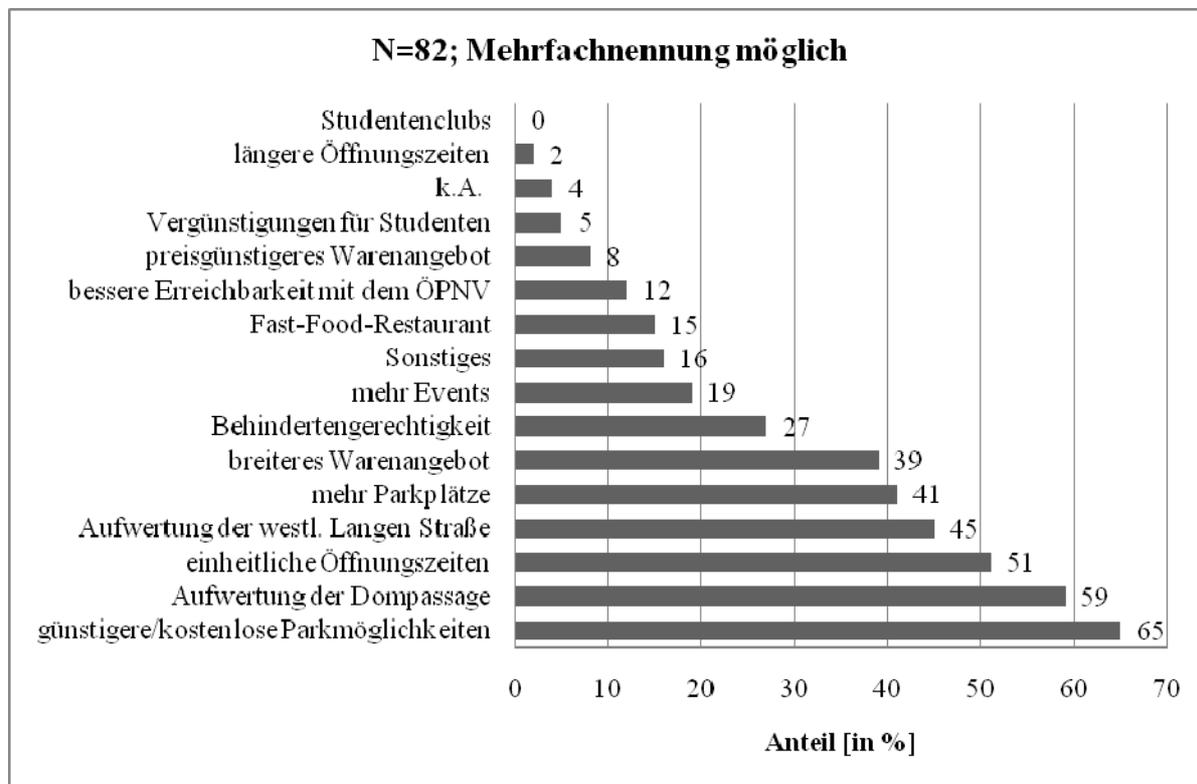
Bei der Addition von graduell unterschiedlichen Antwortmöglichkeiten zur Zufriedenheit und Unzufriedenheit ergibt sich bezüglich der generellen Parkplatzsituation in der Innenstadt ein Verhältnis von 43 zu 53 Prozent und zur Parkraumsituation in Bezug auf ihr eigenes Unternehmen ein Verhältnis von 37 zu 51 Prozent. Im Vergleich zur Erhebung von 2006 ist zwar jeweils ein leichter Anstieg der Zufriedenheit zu verzeichnen, aber die Unzufriedenheit überwiegt immer noch. Hier ist Handlungsbedarf nicht zu leugnen. Vor allem mangle es nach Meinung der Einzelhändler sowohl generell als auch mit Blick auf ihr eigenes Geschäft an kostenlosen oder zumindest kostengünstigen Kurzzeitparkplätzen und an entsprechenden Parkstellflächen für Inhaber und Angestellte.

Kernöffnungszeiten- und Ladenschlussprobleme berühren Kunden (siehe 2.2) und Händler gleichermaßen. Zu den Kernöffnungszeiten äußerten sich 2009 die befragten Händler etwa im Verhältnis 60 zu 40 zustimmend bzw. ablehnend – mit Änderungsvorschlägen und Begründung von beiden Seiten (vgl. ZIMMERMANN 2011, S.52). Die Bestätigung und Nichtbestätigung der vielfältigen Argumente lässt sich – zumindest ansatzweise – nur durch eine Testphase aufzeigen.

Zur Aufhebung des Ladenschlusses ist die Haltung der befragten Greifswalder Innenstadthändler eindeutig: Im Vergleich zu 2006 zunehmend, lehnen etwa zwei Drittel diesen Eingriff ins Handelsgeschehen ab. Die meist kleinen, inhabergeführten Unternehmen fürchten vor allem den zeitlichen, personellen und finanziellen Mehraufwand in Relation zum Geschäftsergebnis.

Seit Jahren wurde ein fehlender Lebensmittelmarkt als Nachteil im Einzelhandelsgefüge der Innenstadt benannt, auch noch zum Zeitpunkt der Befragung 2009 (z. B. von 40 Prozent der Händler). Im November 2010 wurde dieses Problem ansatzweise gelöst mit der Eröffnung eines derartigen Marktes in der „Dompassage“. Dieser Entwicklung ist Erfolg zu gönnen, weil einerseits geplante Standorte in der nordöstlichen Altstadt aus diversen Gründen scheiterten und weil andererseits ein Beitrag zur Vitalisierung dieses Einkaufszentrums und eigentlichen Kundenmagneten „Dompassage“ im sogenannten Westend der Innenstadt geleistet wird. Die Aufwertung der Dompassage selbst ist für die Belebung der westlichen Altstadt dringend geboten, ist jedoch ein komplexer und schwieriger (für Außenstehende auch undurchsichtiger) Prozess. Einige relevante Umgestaltungsergebnisse und Planungsvorhaben bezüglich dieses Einkaufszentrums sind bei ZIMMERMANN (2011, S. 62) nachzulesen; sie resultieren aus einem Interview mit dem derzeitigen Centermanager R. MÜLLER.

Zur Abrundung, tlw. in Ergänzung der bisherigen Ausführungen, verdeutlicht die Zusammenstellung in der nachfolgenden Tabelle, welcherart Maßnahmen die befragten Händler mehr oder weniger für die Vitalisierung der Greifswalder Innenstadt befürworten.



**Abbildung 4:** Von den Einzelhändlern befürwortete Maßnahmen zur weiteren Vitalisierung der Greifswalder Innenstadt (2009); Quelle: ZIMMERMANN 2011, S. 59

### 3 Fazit

Die Untersuchung von Einzelhandel und Mitternachts-Shopping in der Greifswalder Innenstadt hat gezeigt, dass sich dieser Stadtteil in einem dynamischen Vitalisierungsprozess befindet. Sanierungsmaßnahmen, z. B. im Schuhhagen, oder die Verbesserung der Zusammenarbeit einzelner Interessengruppen erhöhten die Attraktivität und Funktionalität der Innenstadt.

Die Passantenbefragung während des M-Sh's hat u. a. deutlich gemacht, dass die Innenstadt ihrer zentralen Funktion für das nahe Umland und die gesamte Region Vorpommern gerecht wird. Der bemerkenswert hohe Anteil von Besuchern, die nicht in Greifswald wohnen, kann als Beleg für die Beliebtheit und Anziehungskraft dieser Veranstaltung und für den Erfolg umfangreicher Werbekampagnen gesehen werden. Zugleich wurde sichtbar, welchen Defiziten bereits erfolgreich entgegengewirkt werden konnte und wo noch Handlungsbedarf besteht.

Die Befragung von Besuchern des M-Sh's konnte ansatzweise klären, welche Personengruppen sich an diesem Event beteiligen und welche Interessen und Bedürfnisse sie mit dieser Veranstaltung und mit dem innerstädtischen Einzelhandel in Greifswald verbinden. Unter den befragten Passanten waren hauptsächlich Besucher mittleren Alters und Studenten,

denen es vorrangig darum ging, gemeinsam mit Partnern, mit der Familie oder in der Gruppe Spaß zu haben, sich in den Geschäften einen Überblick über das vorweihnachtliche Warenangebot zu verschaffen, aber auch zu kaufen. Welche Kausalzusammenhänge sich daraus für den Einzelhandel ergeben, wurde ebenso thematisiert.

Die Fragebogenerhebung bei Passanten und Einzelhändlern hat neben eventspezifischen Ergebnissen u. a. ergeben, dass die Parkplatzsituation im innerstädtischen Bereich während des M-Sh's und im Allgemeinen verbesserungswürdig ist.

Sowohl in den Interviews als auch in den schriftlichen Antworten der Einzelhändler kam zum Ausdruck, dass vor allem die Dompassage und der Bereich „westliche Lange Straße“ im Zentrum zukünftiger Vitalisierungsmaßnahmen stehen sollten. Jüngste Informationen aus dem Stadtplanungsamt zur Entwicklung der „Marke Westend“ (vgl. OSTSEE-ZEITUNG vom 8. 4. 2011) – auch in Verbindung mit der mittelfristigen Umgestaltung des alten Klinikkomplexes in der F.-Loeffler-Straße (vgl. OSTSEE-ZEITUNG vom 12. 4. 2011) – lassen eine Funktions- und Attraktivitätssteigerung in diesem Stadtteil erwarten.

Die Untersuchungen haben letztlich auch gezeigt, dass es aufgrund der Zusammenarbeit unterschiedlichster Akteure (Verein Greifswalder Innenstadt e. V., Einzelhändler, Kirchen, städtische Einrichtungen, Medien etc.) erneut gelungen war, zehntausende Besucher (ca. 35.000 laut Ostsee-Zeitung vom 14.12.2009) für das M-Sh bzw. den Besuch der Innenstadt am 12.12.2009 zu begeistern. Der VGI, namentlich sein Vorstandsvorsitzender M. WITTKOPF, wies daraufhin, dass das M-Sh ein voller Erfolg war, Besucheranstieg verzeichnete und als Event-„Flugschiff“ (zusammen mit weiteren Kultur- und Handelshöhepunkten) sowie als „Motor“ der Innenstadtbelebung weiter und zunehmend besser gestaltet werden wird.

Eine Stadtmarketinggesellschaft, deren Gründung derzeit im Gespräch ist, könnte dieser Entwicklung sicher fördernde Impulse verleihen.

#### **4 Quellenverzeichnis**

**BLEISS, Thomas** (2007): Mitternachtsshopping – sozialgeographische Analyse einer Maßnahme zur Revitalisierung des Einzelhandels in der Greifswalder Innenstadt. Greifswald. (Hausarbeit)

**CIMA Beratung + Management GmbH** (2009): Aktualisierung des Einzelhandelsfachplanes für die Universitäts- und Hansestadt Greifswald. Lübeck. 15. Februar 2010

**FASSMANN, Heinz** (2009): Stadtgeographie I, Allgemeine Stadtgeographie. Braunschweig.

**HEINRITZ, Günter; KLEIN, Kurt E.; POPP, Monika** (2003): Geographische Handelsforschung. Stuttgart.

**OSTSEE-ZEITUNG**, Greifswalder Zeitung, OZ Lokal Hansestadt Greifswald vom 27.10.2009, 14.12.2009, 08.04.2011, 12.04.2011

**PROGNOS AG** (2010): Fortschreibung des Leitbildes der Universitäts- und Hansestadt Greifswald – Endbericht. Berlin. 03.05.2010

**ZIMMERMANN, Franka** (2011): Mitternachts-Shopping 2009 in Greifswald im sozialgeographischen Vergleich zu 2006. Greifswald. (Hausarbeit)

**Anschrift der Autoren:**

Dr. rer. nat. Dieter Brunner  
Ernst-Moritz-Arndt-Universität  
Institut für Geographie und Geologie  
Wirtschafts- und Sozialgeographie  
Makarenkostraße 22  
D – 17487 Greifswald  
brunner@uni-greifswald.de

Franka Zimmermann  
Ernst-Thälmann-Ring 8 a  
D – 17491 Greifswald

# **Kommunale Infrastruktur im demographischen Kontext: das Spannungsfeld zwischen Daseinsvorsorge und touristischem Angebot**

**Jochen CORTHIER, Michael MACH und Monika RULLE**

## **1 Einleitung**

Der Demographische Wandel führt in der Bundesrepublik Deutschland seit Jahrzehnten zu einer deutlichen natürlichen Verringerung der Bevölkerung bei einer gleichzeitigen Alterung der Gesellschaft. Dieser Prozess zeigt sich im Bundesland Mecklenburg-Vorpommern besonders ausgeprägt. Da in vielen touristischen Regionen des Landes der Anteil der Gäste aus dem eigenen Bundesland einen hohen Prozentsatz ausmacht, müssen sich Destinationen daneben auf eine zunehmend alternde Gästegruppe einstellen. Daraus ergeben sich für die Destinationen neue Anforderungen an ihr gesamtes Angebot. Wenn sich jedoch Anbieter an die veränderten Bedürfnisse anpassen, kommen diese Anpassungen auch der eigenen Bevölkerung zugute. Diese profitierenden Bevölkerungsgruppen stellen vordergründig die älteren Generationen. In der Konsequenz der alternden Gesellschaft müssen jedoch Präventivmaßnahmen ergriffen werden, die diesen Prozess umsteuern helfen. Hierbei greifen Angebote, die sich speziell an Familien mit Kindern richten, um gerade für diese prospektiv wichtige Bevölkerungsgruppe einer Gemeinde eine auch zukünftig lebenswerte Umgebung zu sichern.

Im Folgenden sollen die potenziellen demographischen Veränderungen sowohl auf Bundes- als auch auf Landesebene vorgestellt und betrachtet werden. Anschließend wird am Beispiel der Gemeinde Feldberger Seenlandschaft die touristisch bedeutsame Infrastruktur analysiert. Schließlich werden die aus der sich möglicherweise verändernden demographischen Situation resultierenden infrastrukturellen Maßnahmen vorgestellt.

## **2 Methodik**

### **2.1 Organisation und Ziel des Projektes**

Die notwendige Entwicklungsstrategie für das zukunftsweisende Segment des Tourismus für junge Familien mit Kindern und ältere Gäste lässt sich nur auf Grundlage einer methodisch abgesicherten Informationsbasis erarbeiten. Da diese grundlegenden Informationen vor allem auf kommunaler Ebene bisher fehlten, wurde im Rahmen der Studie „Konkreter Anpassungsbedarf von Kur- und Erholungsorten an den Demographischen Wandel unter Berücksichtigung des ganzjährigen Mehrgenerationentourismus“ durch das Projektteam eine Datenbasis geschaffen, die einen Grundstein für die späteren Projektteile legte, in dem eine zielgruppenorientierte Bedarfsplanung und Produktentwicklung derzeit stattfindet.

Der Bereich des Senientourismus wird sich in den kommenden Jahrzehnten aufgrund der Zweiten Demographischen Transition auf natürliche Weise zu einem der größten, und für die

Anbieterseite, lukrativsten Segmente im Tourismus entwickeln. Städte und Gemeinden werden sich aufgrund tendenziell sinkender Bevölkerungszahlen als für Familien attraktive Wohnstandorte positionieren müssen. Auch wenn aufgrund aktuell hoher Arbeitslosenzahlen ein Arbeitskräftemangel schwer vorstellbar scheint, ist dieser bereits in einigen Branchen als Fachkräftemangel sichtbar.

In der Untersuchung für den Bäderverband Mecklenburg-Vorpommern e.V. wurde im ersten Schritt ein standardisierter Fragebogen entwickelt, welcher den Projektgemeinden zur selbstständigen Beantwortung vorgelegt wurde. Ziel der vollstandardisierten Befragung war es, die demographische Situation der Gäste sowie der Einwohner in den Gemeinden zu erfassen. Aus datenschutzrechtlichen Gründen konnten jedoch Gästedaten nicht analysiert werden. Weiter wurden Faktoren zur touristischen sowie dem sozialen Bereich zuzurechnenden Infrastruktur abgefragt, wobei eine besondere Berücksichtigung der vielfältigen Faktoren der Barrierefreiheit stattfand. Der Fragebogen wurde in einer generalisierten, standardisierten und einfach auszufüllenden Form erstellt, um ihn in einem späteren Schritt auf weitere, nicht im Projekt involvierte Gemeinden übertragen zu können.

Nach der Erhebungsphase wurden die Basisdaten ausgewertet. Hierbei wurden die demographischen Daten der Bewohner analysiert und interpretiert. Weiter wurden die Ergebnisse zur touristischen und dem sozialen Bereich zuzurechnenden Infrastruktur analysiert und bewertet. Durch die Analyse ergab sich ein gutes Bild über den „Ist-Zustand“ der Gemeinden in Bezug auf die touristische Infrastruktur und ihre Ausrichtung auf den Senioren- und Mehrgenerationentourismus. Mit dem „Ist-Zustand“ als Grundlage konnte herausgefiltert werden, wo es einen möglichen Entwicklungsbedarf hinsichtlich der Infrastruktur gibt. Ebenfalls konnte ein Ausblick auf die Potenziale der einzelnen Gemeinden in den speziellen Bereichen des Senioren- und Mehrgenerationentourismus erstellt werden.

Die drei Projektgemeinden Feldberger Seenlandschaft, Heringsdorf und Graal-Müritz wurden vom Bäderverband Mecklenburg-Vorpommern e.V. für die Teilnahme an diesem Projekt ausgewählt. Sie unterscheiden sich in ihrer Größe, geographischen Lage und touristischen Gesamtsituation.

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Gemeinde Feldberger Seenlandschaft beispielhaft dargestellt.

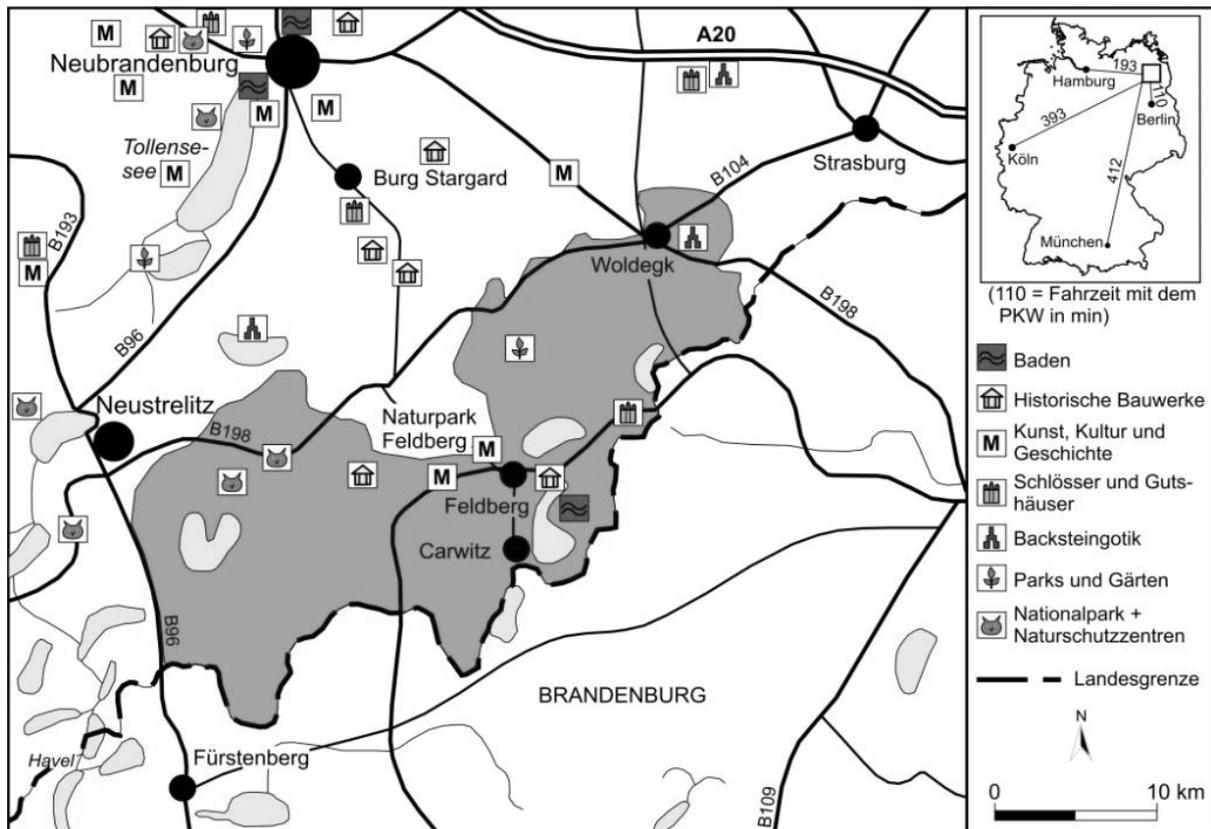
## **2.2 Die Gemeinde Feldberger Seenlandschaft**

Die Gemeinde Feldberger Seenlandschaft liegt im Süden des Landkreises Mecklenburg-Strelitz. Die Gemeinde grenzt im Süden und Osten unmittelbar an das Nachbarbundesland Brandenburg, wird im Westen vom Müritz-Nationalpark und im Norden von der kreisfreien Stadt Neubrandenburg umgeben. Die Gesamtfläche der Gemeinde betrug im Jahr 2008 199,56 km<sup>2</sup> (STATISTISCHES AMT MECKLENBURG-VORPOMMERN a).

Erste Spuren menschlicher Besiedlung im heutigen Bereich Feldbergs lassen sich bis in die Bronzezeit zurückverfolgen. Von 1701 bis 1919 gehörte Feldberg zum Herzogtum Mecklenburg-Strelitz. Im Anschluss daran wurde es bis zur Verwaltungsreform im Jahr 1952 Mecklenburg zugesprochen. Im Zuge dieser Reform kam Feldberg zum Kreis Neustrelitz im Bezirk Neubrandenburg.

Nach der Kreisgebietsreform im Jahr 1994 ist Feldberg Teil des Landkreises Mecklenburg-Strelitz. Seit 1999 besteht die Gemeinde Feldberger Seenlandschaft als Zusammenschluss

der Gemeinden Conow, Dolgen, Lichtenberg, Lüttenhagen und der ehemaligen Stadt Feldberg. (Gemeinde Feldberger Seenlandschaft, a)



**Abbildung 1:** Gemeinde Feldberger Seenlandschaft (Kartographie: P. Wiese)

1855 kam es in Feldberg zum Bau einer Wasserheilanstalt mit etwa 200 Plätzen. Um die Jahrhundertwende wurde die Wasserheilanstalt in „Sanatorium Feldberg“ umbenannt. 1972 wurde der Ort Feldberg zu einem staatlich anerkannten Erholungsort erklärt. Zu dieser Zeit besuchten ca. 25.000 Urlauber und 45.000 Tagestouristen pro Jahr den Ort, gegenüber 1937 (ca. 4.000 Urlauber pro Jahr) eine beträchtliche Steigerung. Nach der politischen Wende kam es zu einem starken Gästerückgang und zur Schließung zahlreicher Einrichtungen. Mit der Renovierung und Instandsetzung der touristischen Infrastruktur sowie dem Neubau zweier Kurkliniken (1998) stiegen die Gästezahlen in Feldberg (vgl. LANDESAMT FÜR UMWELT).

### 3 Die demographische Ausgangslage

Der Demographische Wandel bestimmt seit Beginn des 21. Jahrhunderts zunehmend die öffentliche und wissenschaftliche Diskussion, obwohl dieser Prozess in Deutschland schon seit über 100 Jahren stattfindet.

Die Ursache des Demographischen Wandels liegt primär in der zurückgehenden Fertilität und wird durch eine anhaltende Erhöhung der Lebenserwartung und einem sich reduzierenden positiven Wanderungssaldo junger Menschen über die Bundesgrenzen hinweg weiter verstärkt. Im Ergebnis vergrößert sich der Anteil älterer Menschen gegenüber dem Anteil

junger Personen. Dieses Phänomen bleibt aller Voraussicht nach auch zukünftig bestehen, trotz einer gleich bleibenden oder sogar aktuell leicht ansteigenden, zusammengefassten Geburtenziffer. Da sich immer weniger Frauen im gebärfähigen Alter befinden, sinkt auch die Zahl derer, die potenziell Kinder bekommen können. Als eine Folge davon schrumpft die Bevölkerungszahl und wird gleichzeitig im Durchschnitt älter (vgl. WIESNER 2001, S. 57, DEUTSCHER BUNDESTAG – 14. Wahlperiode 2002, S. 15).

### **3.1 Die demographische Situation der Bundesrepublik Deutschland**

In der Bundesrepublik Deutschland lebten im Jahr 2008 rund 82 Mio. Einwohner, die sich in 40,2 Mio. (49 %) Männer und 41,8 Mio. Frauen (51 %) aufteilen. Seit dem Jahr 2002 sinkt die Einwohnerzahl kontinuierlich, da die Zahl der Sterbefälle (2008: 844.000) die der Geburten (2008: 683.000) deutlich übertraf. Weil auch der Wanderungsgewinn Deutschlands (2007: 44.000 Personen) dieses Defizit nicht mehr ausgleichen kann, verringert sich die deutsche Bevölkerung stetig (vgl. STATISTISCHES BUNDESAMT a).

Der Sterbeüberschuss ist einerseits das Resultat einer geringen Geburtenzahl, da der Anteil gebärfähiger Frauen in den letzten Jahrzehnten kontinuierlich zurückging. Andererseits begründete der steigende Anteil Älterer auch eine wachsende Zahl von Todesfällen, die seit 1972 die Geburtenzahl ohne Unterbrechung übertraf (vgl. STATISTISCHES BUNDESAMT a).

Die Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland altert deshalb schon seit Jahren. So sank der Anteil der unter 18-Jährigen von 19,2 % (1990) auf 16,7 % (2008), wogegen der Anteil der 65-Jährigen und Älteren von 14,9 % (1990) auf 20,4 % im Jahr 2008 anstieg. Diese altersstrukturellen Veränderungen sind auch im Durchschnittsalter der Bevölkerung erkennbar, welches sich ebenso konstant erhöht hat (1990: Frauen: 41,4 Jahre, Männer: 37,1 Jahre; 2008: Frauen: 44,6 Jahre, Männer: 41,7 Jahre). Dieser Trend wird weiter anhalten, so dass die Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland im Durchschnitt weiter altern wird (vgl. STATISTISCHES BUNDESAMT a).

Für das Jahr 2030 nimmt das Statistische Bundesamt mit der 12. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung (Variante „Mittlere Bevölkerung Untergrenze“) an, dass die Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland bis zum Jahr 2030 auf 77,4 Millionen Einwohner zurückgehen wird. Das entspricht gegenüber 2008 einem Rückgang von knapp 4,6 Millionen Personen (-4,6 %). Der Bevölkerungsrückgang Deutschlands ist abermals dem bis dahin weiter steigenden Sterbeüberschuss (2030: -410.000 Personen) geschuldet, der vom angenommenen Wanderungsgewinn (2030: 100.000 Personen) nicht ausgeglichen werden kann. Der hohe Sterbeüberschuss ist ein Resultat sinkender Geburten (2030: 580.000) und steigender Sterbefallzahlen (2030: 990.000). Diese Veränderungen spiegeln sich auch in der Altersstruktur wider. So steigt der Anteil der 65-Jährigen und Älteren von 20,4 % im Jahr 2008 auf 28,8 % im Jahr 2030. Im gleichen Zeitraum sinkt der Anteil der unter 18-Jährigen von 16,7 % (2008) auf 15,0 % (2030). Im Ergebnis steigt auch das Durchschnittsalter: Bei Frauen von 44,6 Jahre (2008) auf 49,4 Jahre (2030) und bei Männern von 41,7 Jahre (2008) auf 47,0 Jahre (2030) (vgl. STATISTISCHES BUNDESAMT 2009, S. 7-11).

Zusammenfassend bleibt festzustellen, dass sich die deutsche Bevölkerung in ihrer Zahl und ihrer Struktur auch zukünftig weiter verändern wird. Während der Anteil junger Menschen weiter schrumpft und der Anteil der Älteren weiter steigt, verringert sich die Gesamtzahl der

Menschen. Die damit einhergehende Alterung der Bevölkerung wird für den sozialen Zusammenhalt unserer Gesellschaft eine weitere Herausforderung darstellen.

### **3.2 Die demographische Situation Mecklenburg-Vorpommerns**

Im Bundesland Mecklenburg-Vorpommern lebten im Jahr 2008 ca. 1,66 Mio. Einwohner, wovon 50,4 % (ca. 839.000) Frauen und 49,6 % (ca. 825.000) Männer waren. Die Bevölkerungsentwicklung des Bundeslandes seit der politischen Wende gestaltete sich sehr einseitig. Im Zeitraum von 1990 bis 2008 verzeichnete Mecklenburg-Vorpommern eine Verringerung der Gesamtbevölkerungszahl von knapp 14 % (Deutschland: ca. +3 %). Der Bevölkerungsrückgang resultiert dabei zu ca. 40 % aus Sterbeüberschüssen und knapp 60 % aus Wanderungsverlusten. Das Bundesland hatte im Jahr 2008 knapp 13.100 Geburten gegenüber 17.800 Sterbefällen. Daraus folgt ein Sterbeüberschuss von ca. 4.700 Personen (vgl. STATISTISCHES BUNDESAMT a).

Bei der räumlichen Bevölkerungsbewegung ergab sich für Mecklenburg-Vorpommern im gleichen Jahr eine Zuwanderung von knapp 30.900 Personen, der eine Abwanderung von ca. 41.500 Personen gegenüberstand. Der daraus entstandene Wanderungsverlust von rund 10.600 liegt deutlich über dem Sterbeüberschuss. Die Altersstruktur des Landes kann sich diesen Entwicklungen nicht entziehen. Lag der Anteil der unter 18-Jährigen 1991 noch bei 25,1 % (Deutschland: 19,3 %), so reduzierte sich dieser auf 12,9 % im Jahr 2008 (Deutschland: 16,7 %). Im gleichen Zeitraum stieg der Anteil der 65-Jährigen und Älteren von 11,1 % (Deutschland: 15 %) auf 21,7 % (Deutschland: 20,4 %). Das Durchschnittsalter dokumentiert dies anschaulich, stieg dieses doch im Zeitraum 1990 bis 2008 deutlich von 35,6 auf 44,5 Jahre (vgl. STATISTISCHES AMT M-V 2009a, S. 4).

Für das Jahr 2030 ergab die 4. Landesprognose des Statistischen Amtes Mecklenburg-Vorpommern (Variante 2) eine Bevölkerungszahl von 1.452.000 Personen. Im Vergleich zum Jahr 2008 entspricht das einem Rückgang von ca. 212.500 Personen (-12,8 %) (vgl. STATISTISCHES AMT M-V 2009b, S. 36).

Der Bevölkerungsrückgang resultiert aus einem deutlich angestiegenen Sterbeüberschuss von 14.200 Personen (8.400 Geburten gegenüber 22.600 Sterbefällen). Zwar wird für das Jahr 2030 ein Wanderungsgewinn von knapp 5.000 Personen (2008: -10.600) erwartet, jedoch kann dieser den hohen Sterbeüberschuss nicht ausgleichen. Die Folge ist eine weitere zukünftige Schrumpfung der Bevölkerungszahl Mecklenburg-Vorpommerns. Aber auch die Altersstruktur weist einige Veränderungen zum Basisjahr 2008 auf. Zwar sinkt der Anteil der unter 18-Jährigen an der Gesamtbevölkerung nur vergleichsweise moderat auf 12,1 % (2008: 12,9 %), jedoch erhöht sich im Gegenzug der Anteil der 65-Jährigen und Älteren deutlich von 21,7 % (2008) auf 36,2 %. Im Ergebnis steigt auch damit das Durchschnittsalter von 44,5 Jahre (2008) auf 52,2 Jahre im Jahr 2030 (vgl. STATISTISCHES AMT M-V 2009b, S. 36-37).

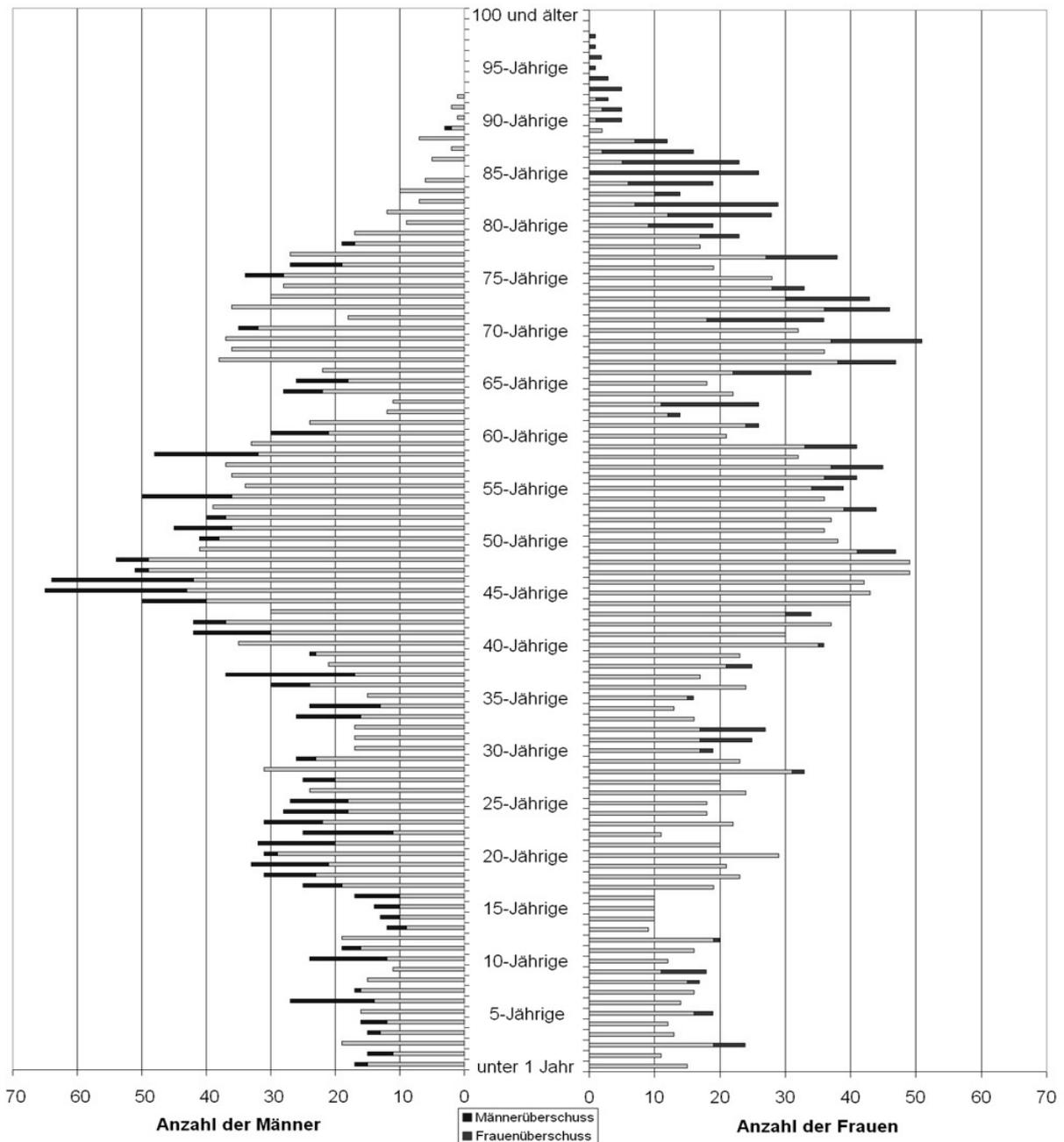
Zusammenfassend ergibt sich aus dem vorhandenen Sterbeüberschuss und dem angenommenen Wanderungsgewinn für Mecklenburg-Vorpommern eine weitere, anhaltende Bevölkerungsabnahme.

### 3.3 Die demographische Situation der Gemeinde Feldberger Seenlandschaft

Die im Folgenden verwendete Datengrundlage wurde von der Gemeindeverwaltung der Feldberger Seenlandschaft erstellt und zur Verfügung gestellt.

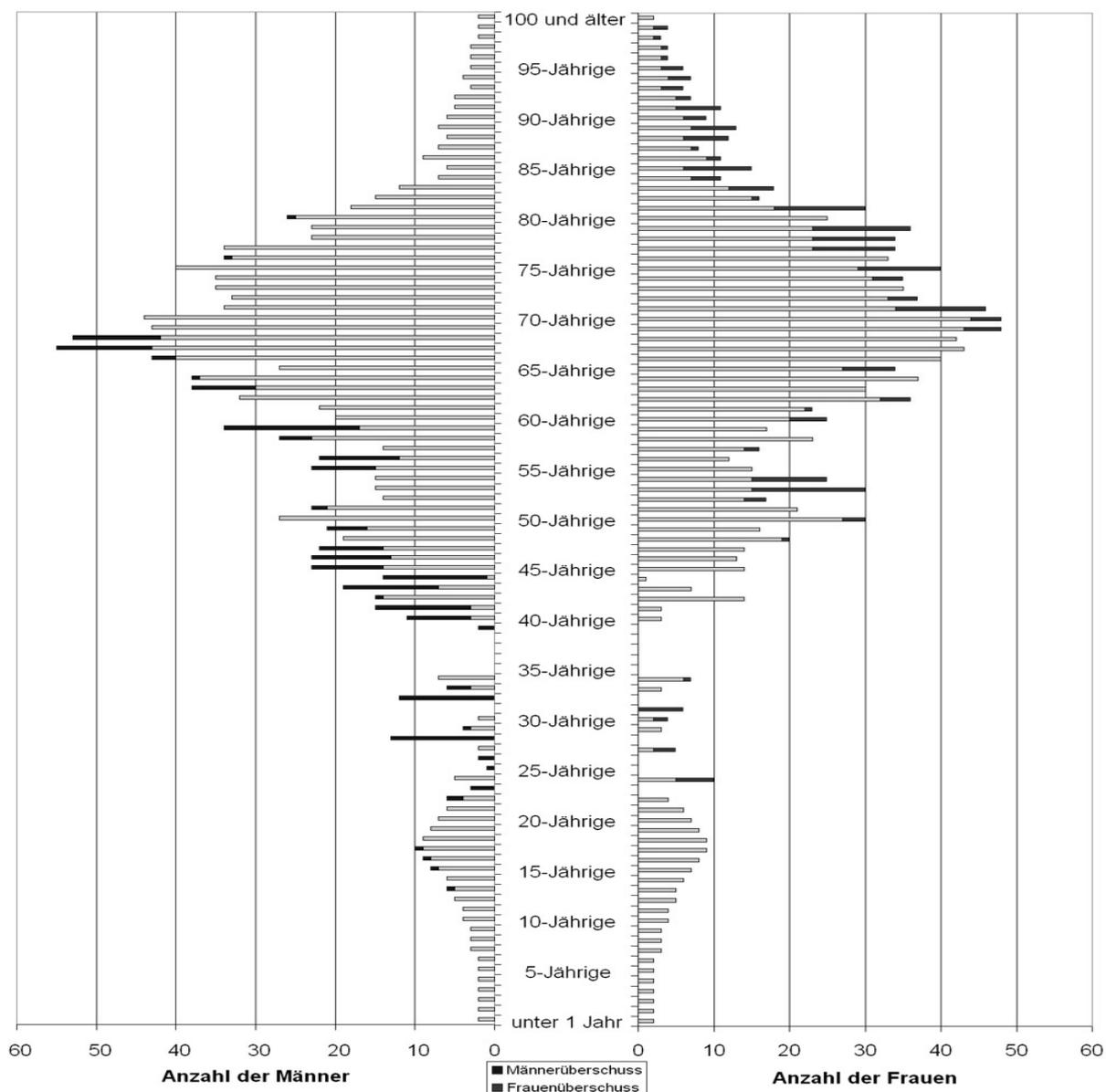
Die Einwohnerzahl der Feldberger Seenlandschaft betrug im Jahr 2008 4.712 Personen, von denen 2.360 Männer (50,1 %) und 2.352 Frauen (49,9 %) waren. Im Verlauf zwischen 1990 und 2008 konnte die Gemeinde ihre Einwohnerzahl insgesamt um etwa 13,2 % erhöhen.

Aus der Betrachtung der natürlichen Bevölkerungsentwicklung der Feldberger Seenlandschaft im Jahr 2008 folgt, dass 72 Sterbefälle einer Geburtenzahl von 32 gegenüberstehen. Es ergibt sich ein Sterbeüberschuss von 40 Personen. Hinzu kam ein Wanderungsverlust von 50 Personen, der die Bevölkerungsabnahme auf 90 Personen im Jahr 2008 erhöhte.



**Abbildung 2:** Altersstruktur der Gemeinde Feldberger Seenlandschaft im Jahr 2008 (eigene Darstellung)

Die hohe Zahl von Sterbefällen ist vor allem dem überdurchschnittlich hohen Anteil der 65-Jährigen und Älteren (25,7%) geschuldet. Gegenüber dem Anteil Mecklenburg-Vorpommerns (21,7 %) lag dieser deutlich darüber, was unter anderem auch auf das örtliche Alten- und Pflegeheim zurückgeführt werden kann. Der Anteil der unter 18-Jährigen in der Gemeinde (12,2 %) lag dagegen unter dem Schnitt Mecklenburg-Vorpommerns (12,9 %). Im Ergebnis führte diese Altersstruktur zu einem überproportional hohen Durchschnittsalter von 47,7 Jahren (M-V: 44,5).



**Abbildung 3:** Altersstruktur der Gemeinde Feldberger Seenlandschaft im Jahr 2030 (eigene Darstellung)

Für das Jahr 2030 wurde für die Feldberger Seenlandschaft eine Bevölkerungszahl von 2.791 Personen prognostiziert. Dies entspricht einer Reduzierung der Einwohnerzahl im Vergleich zum Jahr 2008 in Höhe von 1.921 Personen (-40,8 %). Im gleichen Jahr stehen 5 Geburten gegenüber 87 Sterbefällen, was einen Sterbeüberschuss von 82 Personen (2008: -

40) ergibt. Bei der räumlichen Bevölkerungsentwicklung wird für die Gemeinde ein Wanderungsverlust von 11 Personen erwartet (2008: -50), da vor allem die Zahl junger Menschen, die derzeit besonders abwandern, zukünftig sehr gering sein wird. Der Anteil der Menschen unter 18 Jahren wird im Jahr 2030 in der Feldberger Seenlandschaft demnach voraussichtlich 5,3 % betragen (2008: 12,2 %). Demgegenüber wird der Anteil der 65-Jährigen und Älteren von 25,7 % (2008) auf 53,1 % (2030) ansteigen. Im Ergebnis erhöht sich dadurch das Durchschnittsalter von 47,7 Jahre (2008) auf 62,3 Jahre (2030) (eigene Berechnung). Im Ergebnis wird die Gemeinde Feldberger Seenlandschaft im Jahr 2030 durch Sterbeüberschuss und Wanderungsverlust aller Voraussicht nach weitere Bevölkerungsverluste verzeichnen. Die Erhöhung der jährlichen Bevölkerungsabnahme wird zudem durch einen Anstieg des Anteils älterer Einwohner innerhalb der Gemeinde verstärkt, da sich so die Sterblichkeit weiter erhöht.

#### **4 Die Infrastruktur der Gemeinde Feldberger Seenlandschaft**

Im Folgenden wird die Gemeinde Feldberger Seenlandschaft in den Bereichen Wirtschafts-/ Sozial-/ Bildungs- und Gesundheitsinfrastruktur sowie ausführlich in dem Bereich touristische Infrastruktur betrachtet. Nur unter Berücksichtigung der aktuellen sozio-ökonomischen Kennziffern ist es, bei gleichzeitiger Betrachtung der demographischen Entwicklung, möglich, Schlüsse für eine zukunftsorientierte Entwicklung der Gemeinde aufzuzeigen. Die Datengrundlage des folgenden Unterkapitels für die Gemeinde Feldberger Seenlandschaft wurde von der Gemeindeverwaltung der Feldberger Seenlandschaft erstellt und zur Verfügung gestellt.

##### **4.1 Wirtschafts- / Sozial- / Bildungs- / Gesundheitsinfrastruktur**

###### Wirtschaft

Die Wirtschaftsstruktur der Gemeinde Feldberger Seenlandschaft ist im Vergleich zum Bundesland Mecklenburg-Vorpommern (71,5 %) nicht ganz so stark auf den tertiären Sektor ausgerichtet, obgleich er mit 68,2 % dominant ist. Der Sekundärsektor ist mit 23,6 % vertreten (M-V: 24,7 %), 8,2 % entfallen auf den primären Sektor (M-V 3,8%) (vgl. BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT a). Für das Umland hat die Feldberger Seenlandschaft als Arbeitsort eine geringe Bedeutung. Der Wert von 0,76 (sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort / sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Wohnort) zeigt, dass weniger Menschen in die Gemeinde einpendeln, um dort zu arbeiten, als Erwerbstätige dort wohnen und arbeiten. Eine ähnliche Tendenz ist für ganz Mecklenburg-Vorpommern zu erkennen. Der Anteil der Hochqualifizierten am Arbeitsort liegt in der Gemeinde mit 5,2 % weit unter dem Landesdurchschnitt von 8,9 % (vgl. BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT b). Dies ist ein Indiz, dass für die überwiegenden Betätigungen kein Hochschulabschluss notwendig ist.

###### Soziale Lage

Die Kinderarmut war 2008 in der Feldberger Seenlandschaft mit 22,9 % ähnlich stark ausgeprägt wie die Jugendarmut mit 29,4 %. Dies ist ein im Bundesvergleich hoher Wert (Deutschland 2008: Kinderarmut: 15,6 %, Mecklenburg-Vorpommern: 28,3 % (vgl. BERTELSMANN STIFTUNG 2011)). Auch die SGBII Quote ist mit 18,0 % sehr hoch und reicht an den Lan-

desdurchschnitt von 18,1 % (vgl. STATISTISCHES BUNDESAMT b) heran. Mit 21,2 % liegt der Arbeitslosenanteil an allen erwerbsfähigen Personen über dem Landesmittel von 15,5 % (vgl. STATISTISCHES AMT MECKLENBURG-VORPOMMERN b).

#### Bildung

In der Feldberger Seenlandschaft gab es 2008 drei Kindergärten / Kinderkrippen mit insgesamt 207 Plätzen, welche mit 169 besuchenden Kindern nicht voll ausgelastet sind. Weiter sind in der Gemeinde eine Grundschule mit 123 Kindern sowie eine Realschule mit 116 Kindern und Jugendlichen vorhanden.

#### Gesundheit

2008 gab es drei niedergelassene Ärzte in der Gemeinde, von denen alle Allgemeinärzte sind. Hinzu kommen drei Zahnärzte. Neben der medizinischen Betreuung gibt es zwei Physiotherapeuten und drei Pflegedienste.

Weiter sind Fachärzte in der Klinik am Haussee tätig. Da sie jedoch keine in der Feldberger Seenlandschaft niedergelassenen Ärzte sind und der Allgemeinheit nicht zur Verfügung stehen, können sie hier keine Berücksichtigung finden.

### **4.2 Die touristische Infrastruktur**

Die Gemeinde Feldberger Seenlandschaft liegt in einem peripheren Raum, der verkehrstechnisch nicht optimal angebunden ist. Durch die B 96 und die A 20 sowie den Bahnhof in Neustrelitz und angepassten Schienenersatzverkehr kann die Gemeinde trotzdem durch Fernreisende erreicht werden.

Touristisch verfügt die Gemeinde über ein großes naturräumliches Angebot. Der Erholungsort liegt zwischen Seen und Wäldern und bietet dem Touristen eine große Vielfalt an Naturerlebnissen. Die innerörtliche Fahrradfreundlichkeit, das Wanderangebot (180 km Wanderweg, welche zu 95 % einheitlich beschildert sind), das Angebot an natürlichen Bademöglichkeiten sowie Aktivmöglichkeiten und der 2008 neu gestaltete und erweiterte 24.000 m<sup>2</sup> große Kurpark sind sehr positiv zu bewerten. Auch die Parkanlage an der Klinik am Haussee bietet eine hohe Erlebnisvielfalt mit einer Kneippanlage, einem Barfußpfad sowie einem Kräutergarten. Im Bereich der Gesundheitseinrichtungen kann die Gemeinde auch ohne eigenes Kurmittelhaus dank der Klinik am Haussee bedingt punkten.

Dort werden neben Angeboten für hauseigene Kur- und Rehabilitationsgäste ebenfalls Erholungsinfrastruktur und Dienstleistungen für Selbstzahler angeboten. Hierbei handelt es sich unter anderem um die Saunalandschaft, die Kneipptrittbecken, die Badelandschaft, die Massageangebote, die Sport- und Fitnessräume sowie dazugehörige Angebote und Präventivkurse zur Gesunderhaltung.

Potenziale gibt es in den Bereichen der speziellen Angebote für Familien / Kinder sowie der kindergerechten Infrastruktur. Eine Betreuung von Kindern ist nur bedingt möglich. Weiter fehlen überdachte Kinderspielmöglichkeiten in der Gemeinde. Die Ausstattung mit Spielplätzen ist ebenfalls nicht optimal. Auch die Informationsqualität via Internet, im Besonderen beim Reiseservice im Bereich Buchen und Reservieren könnte verbessert werden, wie auch die Darstellung barrierefreier Unterkünfte sowie Angebote in den Print- und Onlinemedien (vgl. EUROPÄISCHES TOURISMUS INSTITUT AN DER UNIVERSITÄT TRIER GmbH 2007b, S. 6-22).

Die Beherbergungsstruktur ist wenig ausdifferenziert. Nach Angaben der Gemeinde gab es 2008 8 Hotels, von denen 2 vom Deutschen Hotel- und Gaststättenverband e.V. (DEHOGA) zertifiziert waren. Weiter gab es 112 Ferienwohnungen / Ferienhäuser, von denen 38 vom Deutschen Tourismusverband e.V. (DTV) zertifiziert waren. Außerdem gab es 2 Campingplätze sowie 30 Pensionen und zwei Kurkliniken.

Nach Erhebungen der Gemeinde lag die Hauptreisezeit der Touristen für die Feldberger Seenlandschaft ebenso wie für das Land zwischen Mai und August. Die meisten Gäste kamen aus Mecklenburg-Vorpommern, Berlin, Brandenburg sowie Sachsen. Der Anteil der Rehabilitationsgäste lag je Monat zwischen 8 und 9 % der Rehabilitationspatienten im gesamten Jahr und war somit über das Jahr sehr gleichmäßig verteilt. Besonders in den Wintermonaten stellen die Gäste der Rehabilitationskliniken den Hauptteil der örtlichen Gästestruktur. Über 58 % der Gäste verbringen bis zu 3 Tage in der Gemeinde. Hier unterscheidet sich die Feldberger Seenlandschaft deutlich von den ebenfalls untersuchten Gemeinden Heringsdorf und Graal-Müritz. Dort blieben die meisten Gäste im Schnitt bis zu 7 Tage. Es ist davon auszugehen, dass die Gemeinde Feldberger Seenlandschaft, neben ihrer Bedeutung als Kur- und Rehabilitationsort, überwiegendes Ziel von Kurz- und Wochenendurlaubern ist.

#### Fazit

Die Gemeinde Feldberger Seenlandschaft ist in ihrer naturräumlichen Ausstattung gut auf den Tourismus eingestellt. Die Seen-, Fluss- und Waldlandschaft sowie die Parkanlagen mit ihren umfangreichen Rad- und Wanderwegen bilden ein hohes touristisches Potenzial. Diverse Entwicklungsmöglichkeiten konnten aufgedeckt werden. So gibt es zum Beispiel Defizite im Bereich des unzureichenden Reiseservices für Individualreisende, welcher maßgeblich auf das fehlende Reservierungs- und Buchungssystem der Touristeninformation zurückzuführen ist. Auch die Einkaufsmöglichkeiten sind, bedingt durch die geringe Größe des Ortes, nicht optimal. Ein größeres Manko stellt die verhältnismäßig geringe Kinder- und Familienfreundlichkeit dar (wenige Spielplätze, keine überdachten Spielmöglichkeiten, keine durchgehende Kinderbetreuung, etc.). Mit Blick auf die älter werdende Gesellschaft muss sich die touristische Infrastruktur auch neuen Herausforderungen und Anforderungen stellen und die noch vorhandenen Barrieren für Menschen mit Handicap, welche überwiegend in der Beherbergungsinfrastruktur vorhanden sind, beseitigen. Innovative Ansätze für die Beseitigung von Barrieren durch die Gemeinde und die Touristeninformation sind in Ansätzen zu erkennen. So wurde ein barrierefreier Rundweg um den lokalen Haussee eingerichtet. Zusätzlich gibt es einen Audioguide (auszuleihen in der Touristeninformation), der wertvolle Informationen auf der „Hausseerunde“ bereit hält. Somit können beispielsweise auch sehbeeinträchtigte Menschen Informationen zum Umfeld erhalten.

## **5 Entwicklungspotenziale der Gemeinde**

Die Feldberger Seenlandschaft wird zukünftig eine Verringerung der Einwohnerzahl und eine Alterung der Bevölkerung bewältigen müssen. Dabei liegt der Schwerpunkt auf einem sehr starken Bevölkerungsrückgang und einer deutlichen Alterung der Einwohner bis zum Jahr 2030.

Daraus resultierend steht die Gemeinde vor zwei zwingend zu lösenden Problemen. Erstens stellt sich die Frage, wie die Infrastruktur der Gemeinde bei sinkenden Einwohnerzahlen aufrecht erhalten werden kann, und zweitens, wie die Gemeinde auf die Bedürfnisse der älter werdenden Einwohner sowie Touristen eingehen kann.

### Bildung

Einen wichtigen Punkt nimmt die Erhaltung von infrastrukturellen Grundlagen, insbesondere für die jüngeren Bevölkerungsgruppen, ein. Für zukünftige Kindergenerationen ist es unabdingbar, dass entsprechende Einrichtungen wie Kindergärten / -krippen, Grundschulen und weiterführende Schulen erhalten bleiben. Ohne solche Basisstrukturen wird die Abwanderung von Familien aus der Region bestärkt oder ein möglicher Kinderwunsch in eine spätere Lebensphase verschoben. Daher muss die Gemeinde alles daran setzen, ihre zurzeit gute Bildungsinfrastruktur mit einer Grundschule, einer Realschule und drei Kindergärten, auch trotz schrumpfenden Kinderzahlen in ihrer Vielfalt beizubehalten. Bildung wird in Zukunft ein immer wichtigeres und entscheidendes Standortkriterium sein.

### Touristische Infrastruktur

Ähnlich wie die älter werdende Gesellschaft in der Feldberger Seenlandschaft und in Deutschland wird voraussichtlich auch das Alter der Touristen in der Feldberger Seenlandschaft steigen. Grundlegend besitzt die Feldberger Seenlandschaft in ihrer natürlichen Ausstattung mit gemäßigttem Klima (Bioklima ohne belastende Einflüsse sowie überdurchschnittlichen 1.650 Sonnenstunden im Jahr) und der ausgedehnten Seenlandschaft mit angenehmer Ruhe gute Basisvoraussetzungen, um den Ansprüchen der älteren Touristen („gesundes Klima“ genießen, die „Natur erleben“ „etwas für die Gesundheit tun“ vgl. LOHMANN et al. 2007) gerecht zu werden. Große Potenziale sind zurzeit noch in der Ausgestaltung der touristischen Infrastruktur zu erkennen. Die Zertifizierungen und Klassifizierungen der Unterkünfte, z.B. mit Sternen oder nach Barrierefrei-Kriterien müssen vorangetrieben werden. Dem Tourismus angepasste Taktzeiten und Haltestellen des ÖPNV sowie eine barrierefreie Nutzung können, mit Blick auf älter und immobiler werdende Menschen, die Infrastrukturqualität deutlich verbessern (vgl. EUROPÄISCHES TOURISMUS INSTITUT AN DER UNIVERSITÄT TRIER GmbH 2007b). Hierbei kommen die barrierefreien Einrichtungen abermals nicht nur den Touristen, sondern auch der einheimischen Bevölkerung zugute. Die Einrichtung eines Gesundheitszentrums (im Sinne eines Kurmittelhauses) wäre eine ideale Ergänzung des bisherigen touristischen Angebotes, welches jedoch nur bei sicherer Finanzlage errichtet werden sollte. Kostengünstiger und von geringerem Risiko wäre der Ausbau von Kooperationen mit der Klinik am Haussee, welche ein außergewöhnlich gutes Angebot in den Bereichen Medical Wellness und Rehabilitation bietet, um das allgemein zugängliche (gesundheits-) touristische Angebot zu verbessern.

Weitere Potenziale sind in der Ausgestaltung des Innen- sowie Außenmarketings zu erkennen. Die Bewerbung der touristischen Angebote im Internet sowie im Gästeverzeichnis könnte ausgebaut werden. Ein besonderes Augenmerk sollte auf das Innenmarketing sowie die Kooperation mit den Beherbergungsanbietern gelegt werden, z.B. durch die Bereitstellung von aktuellen Informationsmaterialien sowie informativen Gesprächsrunden (vgl. EUROPÄISCHES TOURISMUS INSTITUT AN DER UNIVERSITÄT TRIER GmbH 2007a). Die Einrichtung eines modernen Informations- und Reservierungssystems muss realisiert werden, damit es dem interessierten Touristen möglich ist, unkompliziert und mit geringem

zeitlichen Aufwand die auf seine Bedürfnisse abgestimmten Informationen einzusehen und direkt über das Internet zu buchen. Weiter sollten kulturelle Sehenswürdigkeiten und Veranstaltungen offensiver vermarktet werden. Dies kann unter Anderem auch mit Hilfe von Web 2.0 Applikationen wie Twitter, Flickr, Facebook oder Youtube geschehen.

Mit dem Nature-Fitness-Park, der Kneipp-Wassertretanlage, den Nordic-Walking-Routen sowie dem Ausbau des Kurparks positioniert sich die Feldberger Seenlandschaft im Bereich des aktiven Gesundheitstourismus (vgl. GEMEINDE FELDBERGER SEENLANDSCHAFT b). Dies könnte mit der Zertifizierung zum Kneippkurort noch stärker verdeutlicht werden. Weiter würde die Zertifizierung ein überregionales Alleinstellungsmerkmal generieren, welches die touristische Ausgangslage verbessern würde. Auch die dafür notwendige, noch zu installierende Infrastruktur würde zur Aufwertung des Ortes beitragen. Fraglich ist, ob die Gemeinde dazu finanziell in der Lage ist. Die Organisation von Veranstaltungen für alle Altersgruppen (mit Schwerpunkt auf Familien mit Kindern, aber auch Ältere) ist ein weiterer, wichtiger Maßnahmenpunkt, um Gäste, aber auch Einheimische, themen- und altersspezifisch anzusprechen. Dabei erscheint es angebracht, sich als Gemeinde auf mehrere zielgruppenspezifische Schwerpunkte (z.B. Kinderfestwoche, Konzertwoche, Tanzspektakel usw.) einzustellen, um so auch eine größere Zahl von Menschen zu erreichen.

#### Kinder- und Jugendfreundlichkeit

Neben der infrastrukturellen und touristischen Anpassung an die älteren Generationen muss ein Augenmerk auf die Kinder- und Jugendfreundlichkeit auch im Hinblick auf Gäste gelegt werden. Hier gibt es Potenziale im Bereich der Gästekinderbetreuung sowie bei Kinderspielräumlichkeiten. Weiter kann das Angebot an Spielplätzen verbessert werden. Themenspezifische Veranstaltungen für Familien wären ebenfalls möglich. Eine Verbesserung in diesen Bereichen würde gleichermaßen Touristen und Einheimische ansprechen.

#### Barriere reduzierte Infrastruktur

Aufgrund der generellen demographischen Entwicklung Deutschlands und Europas wird auch im Bereich des Tourismus mit einer weiteren Alterung der Besucher gerechnet. Da ein höheres Alter in der Regel einen Anstieg der gesundheitlichen Beeinträchtigungen der Menschen verursacht, muss die Feldberger Seenlandschaft den künftigen Bedürfnissen mit infrastrukturellen und serviceorientierten Angeboten gerecht werden. Dies bedeutet beispielsweise den Auf- bzw. Ausbau von Fahrdiensten für bewegungseingeschränkte Personen sowie dem Tourismus angepasste Taktzeiten und Haltestellen des ÖPNV, das Anzeigen solcher Angebote im Internet, aber auch die Benennung von barrierefreien Unterkünften oder eines vielfältigen Ausflugsprogramms gerade für Menschen mit Beeinträchtigungen.

## **6 Fazit**

Der Demographische Wandel ist ein in Deutschland seit rund einhundert Jahren voranschreitender Prozess. Infolgedessen sinken die Geburtenzahlen bei einem gleichzeitigen Anstieg der Sterbeziffern. Dies führt zu einer Reduktion und Alterung der Bevölkerung. Besonders Mecklenburg-Vorpommern und hier speziell die peripheren Regionen sind von diesem bundesweiten Prozess betroffen.

Mecklenburg-Vorpommern als Bundesland mit der höchsten Tourismusintensität im bundesdeutschen Vergleich muss diese Bevölkerungsprozesse entsprechend in seinen touristischen Angeboten widerspiegeln. So werden zukünftig zum einen eine barrierefreie Infrastruktur und Angebote notwendig. Zum anderen müssen alle Gemeinden durch entsprechende Maßnahmen einer weiteren Alterung und Reduktion ihrer Bevölkerung aktiv entgegenwirken. Zu diesen Maßnahmen gehört auf der einen Seite die Attraktivitätssteigerung der touristischen Angebote durch die Schaffung von kinderfreundlichen Angeboten wie Spielmöglichkeiten. Auf der anderen Seite muss auch ein Augenmerk auf den Erhalt der Infrastruktur für Kinder der Gemeinde wie Kindertagesstätten und schulische Einrichtungen gelegt werden.

Es sollte immer bedacht werden, dass Investitionen in altersspezifische Angebote in den Gemeinden sowohl Besuchern als auch Einheimischen entgegenkommen. Durch die dadurch sichergestellte höhere Nutzungsintensität profitieren Gemeinde und Besucher gleichermaßen. Gleichsam erhöht die Gemeinde ihre Attraktivität für die in ihr lebenden Bürger, was die drastische Bevölkerungsabwanderung zwar nicht stoppen, jedoch eventuell abschwächen kann.

## 7 Literaturverzeichnis

**BERTELSMANN STIFTUNG** (Hrsg.) (2011): Kinderarmut in Deutschland.

Online verfügbar unter [http://www.bertelsmann-stiftung.de/bst/de/media/xcms\\_bst\\_dms\\_33622\\_33638\\_2.pdf](http://www.bertelsmann-stiftung.de/bst/de/media/xcms_bst_dms_33622_33638_2.pdf)

Eingesehen am 19.4.2011.

**BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT** (Hrsg.) (a): Statistik sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wirtschaftszweig. Online verfügbar unter

[http://statistik.arbeitsagentur.de/nn\\_31966/SiteGlobals/Forms/Rubrikensuche/Rubrikensuche\\_Form.html?view=processForm&resourceId=210368&input\\_=&pageLocale=de&topicId=17392&year\\_month=200812&year\\_month.GROUP=1&search=Suchen](http://statistik.arbeitsagentur.de/nn_31966/SiteGlobals/Forms/Rubrikensuche/Rubrikensuche_Form.html?view=processForm&resourceId=210368&input_=&pageLocale=de&topicId=17392&year_month=200812&year_month.GROUP=1&search=Suchen)

Eingesehen am 19.4.2011.

**BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT** (Hrsg.) (b): Statistik sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Berufsordnungen. Online verfügbar unter

[http://statistik.arbeitsagentur.de/nn\\_31966/SiteGlobals/Forms/Rubrikensuche/Rubrikensuche\\_Form.html?view=processForm&resourceId=210368&input\\_=&pageLocale=de&topicId=17390&year\\_month=200812&year\\_month.GROUP=1&search=Suchen](http://statistik.arbeitsagentur.de/nn_31966/SiteGlobals/Forms/Rubrikensuche/Rubrikensuche_Form.html?view=processForm&resourceId=210368&input_=&pageLocale=de&topicId=17390&year_month=200812&year_month.GROUP=1&search=Suchen)

Eingesehen am 19.4.2011.

**DEUTSCHER BUNDESTAG** - 14. Wahlperiode (2002): Schlussbericht der Enquête-Kommission „Demographischer Wandel - Herausforderungen unserer älter werdenden Gesellschaft an den Einzelnen und die Politik. Fundstelle: Drucksache 14/8800.

**DIEKMANN, Andreas; MUELLER, Ulrich; NAUCK, Bernhard** (Hrsg.) (2000a,b): Handbuch der Demographie. Band I, II. Berlin.

**EUROPÄISCHES TOURISMUS INSTITUT AN DER UNIVERSITÄT TRIER GmbH** (Hrsg.) (2007a): Vergleichende Qualitätsbewertung (VQB) von Heilbädern und Kurorten aus (gesundheits-) touristischer Sicht - Ergebnisdokumentation Teil 2. Kurzdokumentation der ortsspezifischen Ergebnisse: Feldberg. Trier.

**EUROPÄISCHES TOURISMUS INSTITUT AN DER UNIVERSITÄT TRIER GMBH** (Hrsg.) (2007b): Vergleichende Qualitätsbewertung (VQB) von Heilbädern und Kurorten aus (gesundheits-) touristischer Sicht - Ergebnisdokumentation Teil 3. Qualitätsexpertise Feldberg. Trier.

**GEMEINDE FELDBERGER SEENLANDSCHAFT** (Hrsg.) (o.J.) (a): Geschichte der Feldberger Seenlandschaft. Online verfügbar unter <http://www.feldberger-seenlandschaft.de/gaeste/kultur-a-geschichte/historie.html>. Eingesehen am 8.4.2011.

**GEMEINDE FELDBERGER SEENLANDSCHAFT** (Hrsg.) (o.J.) (b): Wellness & Fitness, Wandern & Walking in Feldberg. Online verfügbar unter <http://www.feldberger-seenlandschaft.de/gaeste/gesundheit-a-fitness/wellness-a-fitness.html>. Eingesehen am 4.4.2011.

**LANDESAMT FÜR UMWELT, NATURSCHUTZ UND GEOLOGIE M-V** (Hrsg.)(o.J.): Naturpark Feldberger Seenlandschaft. Online verfügbar unter <http://www.naturpark-feldberger-seenlandschaft.de>  
Eingesehen am 10.3.2011.

**LOHMANN, Martin; SIERCK, Astrid; GRIMM, Bente** (2007): Seniorenreisen mit Zukunft. Aktuelle Daten und Trends zum Urlaubsmarkt der Best Ager. Herausgegeben von Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. Kiel.

**STATISTISCHES BUNDESAMT** (Hrsg.) (a): GENESIS-Online Datenbank. Online verfügbar unter <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online>. Eingesehen am 1.4.2011.

**STATISTISCHES BUNDESAMT** (Hrsg.) (b): Sozialberichterstattung Online verfügbar unter <http://www.amtliche-sozialberichterstattung.de/Tabellen/tabelleB21.html>  
Eingesehen am 19.4.2011.

**STATISTISCHES BUNDESAMT** (Hrsg.) (2009): Bevölkerung Deutschlands bis 2060. 12. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung. Begleitmaterial zur Pressekonferenz am 18. November 2009 in Berlin. Wiesbaden.

**STATISTISCHES AMT MECKLENBURG-VORPOMMERN** (Hrsg.) (a): Gemeindedaten Feldberger Seenlandschaft. Online verfügbar unter <http://sisonline.statistik.m->

v.de/gemeinden\_uebersicht.php?&gebiet=1799&gruppen=2,6,5,1,12,11,3,10,9,8,4.  
Eingesehen am 8.4.2011.

**STATISTISCHES AMT MECKLENBURG-VORPOMMERN** (Hrsg.) (b): Arbeitslose und Arbeitslosenquote im Jahresdurchschnitt. Online verfügbar unter [http://sisonline.statistik.mv.de/sachgebiete/A665902K/stand/11/Arbeitslose\\_und\\_Arbeitslosenquote\\_im\\_Jahresdurchschnitt](http://sisonline.statistik.mv.de/sachgebiete/A665902K/stand/11/Arbeitslose_und_Arbeitslosenquote_im_Jahresdurchschnitt). Eingesehen am 19.4.2011

**STATISTISCHES AMT MECKLENBURG-VORPOMMERN** (Hrsg.) (2009a): Bevölkerung nach Alter und Geschlecht in Mecklenburg-Vorpommern 2008. Schwerin (= Statistische Berichte; A133K, 2008).

**STATISTISCHES AMT MECKLENBURG-VORPOMMERN** (Hrsg.) (2009b):  
4. Landesprognose zur Bevölkerungsentwicklung in Mecklenburg-Vorpommern bis 2030. Schwerin (= Statistische Hefte; 01/09).

**WIESNER, Gerd** (2001): Der Lebensverlängerungsprozess in Deutschland. Stand - Entwicklung - Folgen. Berlin: Robert-Koch-Institut (Beiträge zur Gesundheitsberichterstattung des Bundes).

**Anschriften der Autoren:**

Dipl.-Geogr. Jochen Corthier  
Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung  
Schillerstr. 59  
D – 10627 Berlin  
[jochen.corthier@berlin-institut.org](mailto:jochen.corthier@berlin-institut.org)  
[www.berlin-institut.org](http://www.berlin-institut.org)

Michael Mach M.A.  
Dr. Monika Rulle  
Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald  
Institut für Geographie und Geologie  
Makarenkostr. 22  
D – 17487 Greifswald  
[mm042843@uni-greifswald.de](mailto:mm042843@uni-greifswald.de)  
[rulle@uni-greifswald.de](mailto:rulle@uni-greifswald.de)  
[www.tourismus-geographie.de](http://www.tourismus-geographie.de)

## Sozialverträglichkeit flexibler Arbeitszeiten in der Hotellerie

Jekaterina RUDOLPH

### 1 Einführung

In der aktuellen Debatte um flexible Arbeitszeiten wird vielfach der Aspekt der „Sozialverträglichkeit“ diskutiert. Sozialverträglichkeit beschreibt in diesem Zusammenhang unter anderem, wie die Erwerbsarbeit gestaltet werden kann, damit den Beschäftigten genügend Zeit für persönliche und familiäre Belange bleibt. Anders formuliert bedeutet „Sozialverträglichkeit“ die Herstellung einer zeitlichen Vereinbarkeit zwischen dem Erwerbs-, Privat- und Familienleben der Beschäftigten.

Diese Vereinbarkeit erweist sich in Anbetracht der gegenwärtigen Flexibilisierungs- und Desynchronisierungstrends in der Arbeitswelt und in der Familiensphäre als schwer umsetzbar, denn beide Lebensbereiche sind zugleich von vielfältigen „Entgrenzungsprozessen“ gekennzeichnet. Der Prozess der „Entgrenzung“ beschreibt die „Brüchigkeit, Ausdünnung und zum Teil [die] Auflösung bis dahin sicherer [...] struktureller Abgrenzung von Sphären der Gesellschaft und des persönlichen Lebens“ (GOTTSCHELL & VOSS 2005, S. 11). Diese Auflösungserscheinungen führen vermehrt dazu, dass „normalisierte Grenzen“ und Ordnungen „in Bewegung geraten“ sind und es folglich zunehmend komplizierter wird, eine eindeutige „soziale Zuordnung“ von Menschen und ihren Tätigkeiten zu finden (ebd.).

Im Kontext dieser Arbeit bedeutet „Entgrenzung“ demzufolge, dass die jeweiligen Interessen der beiden Lebensbereiche in die jeweils andere Sphäre hinübergreifen und dort umfassende Geltung beanspruchen. Das Verschwinden der starren Strukturen der Normalarbeitszeit zugunsten flexibler Arbeitszeiten ermöglicht zwar partiell eine bessere Vereinbarkeit von Erwerbs- und Familienleben. Allerdings lösen sich damit die klaren „institutionellen Grenzziehungen zwischen den arbeitsweltlichen und lebensweltlichen Zeitstrukturen auf“ (KRATZER & SAUER 2007, S. 178). Mit dieser Auflösung der Grenzen zwischen Arbeits- und Privatleben erfolgt die „Rückkehr des Subjektes in die Ökonomie“ (ebd.) und damit einher geht die Rückkehr der arbeitnehmerseitigen Interessen in den Betrieb. Das spiegelt sich in den zunehmenden Forderungen der Beschäftigten nach mehr Beachtung und Berücksichtigung ihrer individuellen und familiären Umstände in der Berufssphäre wieder (ebd.).

Mit Hilfe flexibler Arbeitszeiten sollte diesen Forderungen – insbesondere mit Blick auf die Vereinbarkeit von „Familie und Beruf“ – nachgekommen werden. Schließlich werden variable Arbeitszeitmodelle prima facie als eine Möglichkeit für eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf und damit als besonders sozialverträglich angesehen. Indes erweisen sich flexible Arbeitszeitmuster nicht immer als vereinbarkeitsfreundlich. Wird die Flexibilisierung der Arbeitszeiten als eine reale Abbildung der „Entgrenzung der Arbeitszeiten“ verstanden, kann sie vor allem als die arbeitgeberseitige „Durchsetzung ökonomischer Sachzwänge“ (LANGE & HEITKÖTTER 2007, S. 189) aufgefasst werden. Zudem erfassen variable Arbeitszeiten in

einer „grenzenlosen“ Arbeitszeitkultur immer mehr auch jene Zeitareale, die ursprünglich für private und familiäre Interessen reserviert waren. Fragmentierte und atypische Arbeitszeiten belasten als sogenannte „Spillover“ die zeitliche Organisation des Familienlebens (ebd.). Damit wird die Vereinbarkeit von Familie und Beruf nicht erleichtert, sondern oftmals deutlich erschwert. Aus diesem Blickwinkel korrigiert sich das euphemistische Bild von der „Sozialverträglichkeit flexibler Arbeitszeiten“. Daraus erwächst gegenwärtig die Forderung nach Lösungswegen, die aufzeigen, wie unter entgrenzten Rahmenbedingungen die Vereinbarkeit von Erwerb und Familie gelingen kann.

Mit Hilfe der vorliegenden Arbeit soll dieser Forderung ein Stück weit nachgekommen werden. Aufgrund der Heterogenität des Themas „Vereinbarkeit“, ihrer Abhängigkeit von individuellen Rahmenbedingungen der Beschäftigten sowie den branchenspezifischen Gegebenheiten ist eine allumfassende Lösungsfindung kaum möglich. Aus diesen Gründen erweisen sich induktive, d.h. kleinräumige, branchen- und zielgruppenspezifische Betrachtungen als zielführender. Daher konzentrieren sich die nachstehenden Ausführungen auf die „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“ in der Hotelbranche Ostvorpommerns. Hier wurde die Qualität der Vereinbarkeit von Familie und Beruf bei weiblichen Beschäftigten in Hotelbetrieben untersucht.

## **2 Ausgangslage**

In Ostvorpommern finden sich besondere demographische, infrastrukturelle und wirtschaftliche Rahmenbedingungen, die im Kontext des hier vorgestellten Themas nicht außer Acht gelassen werden dürfen.

Die Region ist von einer selektiven Abwanderung junger, qualifizierter und vermehrt weiblicher Bevölkerung betroffen. Die Bevölkerungsentwicklung hat seit den 1990er Jahren nicht nur an Dynamik, sondern insgesamt an jungen und innovativen Menschen verloren, die für die demographische und wirtschaftliche Tragfähigkeit des Landes wichtig sind. Der massive Bevölkerungsrückgang begünstigt seinerseits weitere negative Prozesse, die sich u.a. in einem partiellen Rückzug der Infrastruktur aus den ländlichen Siedlungen widerspiegelt (REICHERT-SCHICK 2008, S. 36 f.). Hinzu tritt die kritische Wirtschaftssituation des Bundeslandes Mecklenburg-Vorpommern. Sie offenbart sich besonders auf dem Arbeitsmarkt. Im Februar 2010 gingen in Mecklenburg-Vorpommern 133.400 Personen keiner Erwerbstätigkeit nach. Damit betrug die Arbeitslosenquote 15,3 %, während der Wert für die gesamte Bundesrepublik bei 8,7 % lag ([www.genesis.destatis.de](http://www.genesis.destatis.de)).

Um die akute Arbeitsmarktsituation zu entspannen, sollen die wichtigsten Wirtschaftszweige des Landes auch in Zukunft gefördert werden. Dazu gehört vor allem der Tourismus ([www.mecklenburg-vorpommern.eu](http://www.mecklenburg-vorpommern.eu)). Darin inbegriffen ist auch die personalintensive Hotelbranche, die vielen Menschen eine Beschäftigungsmöglichkeit bieten kann. Allerdings sieht sich die Hotelbranche Ostvorpommerns derzeit mit einem wachsenden Mangel an geeigneten Fach- und Ausbildungskräften konfrontiert. Deshalb wird aktuell und in Zukunft im Wettbewerb um qualifizierte Mitarbeiter dem Thema „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“ in den Hotelbetrieben in Ostvorpommern ein besonders hoher Stellenwert beigemessen. Obwohl

sich die Hotellerie aufgrund der hohen Anzahl von weiblichen Beschäftigten (IHA 2009, S. 97 f.) sowie flexiblen Arbeitszeiten mit dem Thema „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“ stets konfrontiert sah, ist die Notwendigkeit einer Lösungsfindung vor dem Hintergrund des Mangels an Fachpersonal und Nachwuchskräften dringender denn je – insbesondere deshalb, weil für viele (weibliche) Beschäftigte die Frage der Vereinbarkeit ein entscheidender Faktor für die Wahl des Arbeitsplatzes ist (EICHHORST & THODE 2010, S. 6). Viele Hoteliers stellen sich deshalb die Frage, wie die Vereinbarkeit von Privat- und Erwerbsleben insbesondere unter den gegebenen Arbeitszeitbedingungen, die ihrerseits u. a. von externen Stellgrößen (z. B. Nachfrage) und der Saisonalität bestimmt werden, verbessert werden kann.

### **3 Empirische Untersuchung**

Die empirische Untersuchung erfolgte unter drei Zielsetzungen: Erstens galt es zu ermitteln, welche möglichen Hindernisse die Beschäftigten in der Hotellerie bei der Vereinbarkeit von Familien- und Erwerbsleben verspüren. Zweitens sollten daraus Rückschlüsse auf die Merkmale der Sozialverträglichkeit von Arbeitszeiten in der Hotellerie geschlossen werden. Drittens sollte aus diesen Ergebnissen die primäre Fragestellung, wie die Arbeitszeiten in der Hotellerie sozialverträglich(er) gestaltet werden können, beantwortet werden.

Die empirische Untersuchung fand in ausgewählten Regionen Mecklenburg-Vorpommerns statt. Mit Hilfe eines standardisierten Fragebogens wurden weibliche Beschäftigte vor allem auf der Insel Usedom sowie in den kreisfreien Städten Greifswald, Rostock, Stralsund und Neubrandenburg befragt. Insgesamt haben 12 Hotels an der Befragung teilgenommen. Die Hotels waren mit drei bis fünf Sternen in den gehobenen Kategorien positioniert. Während des Befragungszeitraums zwischen Dezember 2009 und Januar 2010 waren 728 Personen in den Hotels beschäftigt.

Für die Primärerhebung wurden ausschließlich Frauen ausgewählt, unabhängig davon, ob sie Kinder hatten oder nicht. Diese selektive Befragung wurde aus zwei Gründen gewählt: Zum einen sind in der Hotellerie überwiegend Frauen tätig. Zum anderen sind bis heute vor allem Frauen für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf und/oder Pflege von Familienangehörigen verantwortlich. Demzufolge eignen sich weibliche Beschäftigte als Informationsgeber in besonderer Weise, um die Schwierigkeiten bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu ermitteln.

Zum Zeitpunkt der Befragung waren 380 Frauen – einschließlich Fachkräfte, Auszubildende, Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigte – in den teilnehmenden Hotels beschäftigt. Insgesamt haben 100 Frauen an der Befragung teilgenommen. Die Rücklaufquote betrug 60%. Um die Inhalte des Themas tiefer durchdringen zu können, wurden neben telefonischen auch persönliche Tiefen- und Experteninterviews durchgeführt.

Die Ergebnisse der Untersuchung werden im nachfolgenden Kapitel zusammengefasst präsentiert.

#### 4 Merkmale sozialverträglicher Arbeitszeiten in der Hotellerie

Die Ergebnisse der Untersuchung haben gezeigt, dass sich die Dimensionen der Arbeitszeit – Dauer, Lage und Verteilung – wesentlich auf das Ausmaß der Vereinbarkeit von Familie und Beruf auswirken. Es gibt deutliche Hinweise darauf, dass die Gleichzeitigkeit von Familie und Beruf partiell unter erschwerten Bedingungen stattfindet.

Im Einzelnen geht es dabei um die Häufigkeit und das Volumen der geleisteten Überstunden, um die Vielfalt der Schichtsysteme und die Arbeit in den „social hours“, d. h. am Abend, am Wochenende oder an Feiertagen. Dabei hat sich gezeigt, dass sowohl der „externe Faktor“, d. h. die Nachfrage rund um die Uhr, als auch die betriebsinterne Zeitgestaltungen und -kultur den Arbeitszeiten einen labilen und diskontinuierlichen Charakter geben. Beides hat zur Folge, dass die Vereinbarkeit zwischen der Erwerbs- und Familiensphäre von den befragten Frauen mit 56,3 % überwiegend als „teils/teils“ beschrieben wird. Dieses Ergebnis deutet darauf hin, dass es zu manchen Zeiten sehr kompliziert und zu anderen Zeiten einfacher ist, die Familie mit dem Beruf zu vereinbaren. Die Schwankungen der Arbeits- und Nachfragezeiten wirken sich entsprechend eindeutig auf die Organisation der Kinderbetreuung und des Familienlebens aus.

Diese Ergebnisse werfen die Frage auf, wie man diese Diskontinuitäten umfassend nivellieren kann, so dass sich insgesamt ein gleichmäßiger Vereinbarkeitsablauf und eine positive Bewertung der Vereinbarkeit einstellen. Die Beeinflussung der Nachfrageseite im Sinne eines verminderten Konsums am Abend, an den Wochenenden oder gar an Feiertagen ist in Zeiten der „Rund-um-die-Uhr-Nachfrage“ und der „Rund-um-die-Uhr-Dienstleistung“ kaum realistisch. Deshalb scheint die betriebliche Arbeitszeitkultur die geeignetere Stellschraube zu sein. Das zeigen auch die Antworten der Befragten. Zunächst verweisen diese auf die erschwerte Vereinbarkeit bei oft geleisteten Überstunden. Bereits die Einhaltung der vertraglichen Arbeitszeiten ist also ein Schritt auf dem Weg zu mehr Sozialverträglichkeit. Dabei ist die Alternative, Überstunden kurzfristig auf einem Arbeitszeitkonto anzusammeln und zeitnah „abzubbummeln“, keine Lösung, da sie den Vereinbarungsdruck während der geleisteten Überstunden nicht abmildert. In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, ob - über mehrere Jahre oder sogar als „Lebenskonten“ angelegt - Arbeitszeitkonten nicht dennoch eine Möglichkeit darstellen, um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf während der gesamten Erwerbsphase oder speziell während der Familienphase zu erleichtern. So zeigen Erfahrungen aus den Niederlanden, dass Arbeitszeitkonten mit verschiedenen Laufzeiten, aber auch im Sinne einer Lebenslauf- oder Lebensphasenpolitik, eine „entscheidende Rolle für stabile Erwerbsbiographien, eine lebensphasenorientierte Zeit- und Einkommensverteilung oder fortlaufende Qualifizierung im Erwerbsverlauf“ ermöglichen können (WOTSCHACK 2007, S. 241).

Unter der Annahme, dass sich große Arbeitszeitvolumen und die Arbeit in den „social hours“ nicht umgehen lassen, sehen viele der befragten Frauen einen betriebseigenen Kindergarten als eine weitere große Unterstützung bei der Kinderbetreuung an. An dieser Stelle wird deutlich, dass Sozialverträglichkeit über die Gestaltung der Arbeitszeiten hinausgehen muss. Sind Arbeitszeiten, wie zum Beispiel in der Hotelbranche, schwer in festen Grenzen zu planen und haben die Beschäftigten diesbezüglich wenig Gestaltungsfreiraum, sind externe

Maßnahmen, die die Vereinbarkeit von Familie und Beruf unterstützen, ergänzend hinzuzuziehen. Solch eine Maßnahme kann u. a. ein Betriebskindergarten sein. Dieser deckt nicht nur die tägliche Betreuung und Versorgung der Kinder ab, sondern bietet auch in den „social hours“ und den Randzeiten – am frühen Morgen, späten Abend, Wochenende, Ferien – eine gesicherte Unterbringung.

Im Wesentlichen geht es bei der Gestaltung sozialverträglicher Arbeitszeiten in der Hotellerie darum, die nötige Stabilität von Familienzeiten und die sichere Betreuung des Nachwuchses gegen die „Entgrenzung“ der Arbeitszeiten und den „long arm of the job“ (LANGE & HEITKÖTTER 2007, S. 190) durch die doppelseitige Flexibilität, die sowohl von der Nachfrage wie auch von der Arbeitgeberseite gleichermaßen gefordert wird, abzuschirmen. Ziel sollte es sein, den „Durchgriff“ der beruflichen Variabilität auf die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu verhindern. Dort, wo flexible Arbeitszeiten die Vereinbarkeit aus dem Gleichgewicht bringen können, muss der Arbeitgeber – quasi als „Gegenleistung“ für die von ihm geforderte Flexibilität – einen „Ruhepunkt“ schaffen. Die Ergebnisse der Befragung haben gezeigt, dass die stabile Betreuung der Kinder erheblich unter variablen Arbeitszeiten leidet. Eine „Rund-um-die-Uhr-Versorgung“ wäre so ein „Ruhepunkt“, der gegenüber variablen Arbeitszeiten geschützt ist, weil er von diesen abgekoppelt existiert. Damit kann neben der arbeitszeitlichen Flexibilität auch ein Mindestmaß an Stabilität und Verlässlichkeit gewährleistet werden. Allerdings reicht diese Maßnahme für eine Sozialverträglichkeit nicht aus, zumal sie auch als Begründung für eine weitere Ausweitung der Arbeitszeiten missbraucht werden könnte. Die Arbeitszeiten sollten - so die Befragten - im gesetzlichen Rahmen derart gestaltet sein, dass auch ein Familienleben möglich bleibt (z. B. seltener am Wochenende arbeiten, Einhaltung der Vertragsarbeitszeit).

Die Befragungsergebnisse zeigen weiter, dass die Beschäftigten mehr Rücksichtnahme auf familiäre Belange bei der Planung des Arbeits- oder Dienstplanes fordern. Diese Forderung kann als eindeutiger Hinweis auf eine geringe Arbeitszeitsouveränität der Beschäftigten gedeutet werden. Zwar dürfen die Beschäftigten ihre Arbeitszeitwünsche im Voraus äußern, aber eine spontan notwendige Anpassung an familiäre Ereignisse ist in den meisten Fällen kaum möglich. Die Anpassung der Arbeitszeit an außerberufliche Erfordernisse wird von den Befragten zu 50,9 % mit „befriedigend“ bis „schlecht“ bewertet. Dabei spielt die Arbeitszeitsouveränität bei der Vereinbarkeit der Arbeits- und Erwerbssphäre eine sehr wichtige Rolle. Je mehr Souveränität den Beschäftigten zugesprochen wird, desto besser fällt die Bewertung der Vereinbarkeit aus.

Der Weg zu mehr Sozialverträglichkeit könnte in einer „planbaren Flexibilität“ bestehen, die es den Beschäftigten erlaubt, auf unvorhersehbare Vorfälle souverän im Sinne von „flexibel“ reagieren zu können (vgl. RÜRUP & GRUESCU 2005, S. 6). Arbeitszeitkonten, die es erlauben, kurzfristig sowohl Plus- als auch Minusstunden aufzubauen, können auch hier nützlich sein. So gewinnen die Beschäftigten mehr Autonomie und damit Souveränität bei der Arbeitszeitgestaltung. Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf kann so besonders in unvermittelten Situationen besser gelingen.

Ein besonders hervorzuhebender Hinweis ist, dass alle arbeitszeitlichen oder akzessorischen Maßnahmen des Betriebes bezüglich „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“ ins Leere laufen, wenn sie nicht in eine familienfreundliche Atmosphäre integriert werden. Viele der

befragten Frauen verweisen darauf, dass in einer Umgebung, in der familiären Bedürfnissen mit Ehrlichkeit, Verständnis und Transparenz begegnet wird, die Vereinbarkeit der Familien- und Erwerbssphäre besser gelingt. Das Verständnis sollte nicht nur von Müttern für Mütter, sondern gegenseitig von allen und für alle Kollegen und Kolleginnen entgegengebracht werden. Im Berufsalltag wird jede(r) Beschäftigte(r) einmal in eine Situation geraten, in der die Vereinbarkeit des Privatlebens mit dem Beruf schwer und problembehaftet ist. Aus der Einstellung heraus: „jeder könnte als Nächster betroffen sein“ (Dr. Bertram Thieme im Interview), resultiert schließlich eine Unternehmenskultur, die die Vereinbarkeit offensiv fördert. Das fassen auch CLEVELAND u. a. (2007, S. 289) in ihren Ausführungen zusammen: „In supportive hotels, people are encouraged to talk about their families; there is a belief that employees need to know their families are happy and are well taken care of for them to be productive at work“.

Dass ein familienfreundliches Betriebsklima und die Rücksichtnahme auf familiäre Belange bei der Planung der Arbeitszeiten von herausragender Bedeutung für Eltern sind, zeigen auch KLENNER und SCHMIDT (2007, S. 500): „Wenn sie [Mütter und Väter] [...] bestimmte Arbeitszeiten nicht übernehmen können oder wegen der Kinder fehlen müssen, wollen sie [Mütter und Väter], dass Vorgesetzte und Kollegen die Inanspruchnahme von familienfreundlichen Maßnahmen vollständig akzeptieren und es ohne negative Konsequenzen für die berufliche Karriere bleibt [...]“.

In erster Linie drückt dieses Zitat aus, dass es neben der Schaffung einer familiengerechten Infrastruktur auch auf einen ehrlichen, verständnis- und rücksichtsvollen Umgang mit Eltern bzw. mit Erwachsenen, die einen Fürsorgeauftrag erfüllen, ankommt (ebd. S. 501). Damit wird das Merkmal „familienfreundliches Betriebsklima“ als *conditio sine qua non* zu einem sehr wichtigen Bestandteil der Sozialverträglichkeit der Beschäftigung in der Hotellerie. Dieses wird auch in den Antworten der Befragten auf die Frage: „Was kann der Arbeitgeber tun, um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu vereinfachen?“ deutlich. Tabelle 1 gibt einen Überblick über die möglichen Maßnahmen des Arbeitgebers. Neben flexiblen Arbeitszeiten wird auch mehr Rücksicht auf familiäre Belange gewünscht.

**Tabelle 1:** Angaben der Befragten zu den gewünschten Maßnahmen, absolute und relative Häufigkeit

Maßnahmen des Arbeitgebers	Häufigkeit absolut (relativ)
Flexible Arbeitszeiten (z. B. Arbeitszeitkonto, Gleitzeit)	14 (14,7)
Mehr Rücksicht auf familiäre Belange	11 (11,6)
Betriebseigene Kinderbetreuung	11 (11,6)
Absprache der Arbeitszeiten im Team	10 (10,5)
Finanzielle Unterstützung bei Betreuungskosten	10 (10,5)
Sonderurlaub in Notfällen	9 (9,5)
Werbung für positives Verständnis unter den Mitarbeitern	7 (7,4)
Angebot individueller Lösungen	5 (5,3)
Mehr Selbstbestimmung bei der Arbeitszeitgestaltung	5 (5,3)

Wiedereinstieg in den Betrieb erleichtern	4 (4,2)
Angebot von mehr Teilzeitplätze	3 (3,2)
Einführung von Vertrauensarbeitszeit	3 (3,2)
Betrieb kann nichts machen	3 (3,2)

Quelle: eigene Erhebung, n = 39

Darüber hinaus gehört, wie es bereits im Zusammenhang mit der betrieblichen Kinderbetreuung angedeutet wurde, zur sozialen Verträglichkeit der Arbeitszeiten die Berücksichtigung der betriebsexternen, konkret der räumlichen, Faktoren. Hierbei geht es darum, zu verstehen, dass das zeitliche und räumliche Handeln (vor allem) von Müttern eine Abbildung von verschiedenen und vorgegebenen Zeitstrukturen ist. In ihrem Agieren sind sie gezwungen, u. a. die Lokalitäten von Gegebenheiten und die Zeiten der Kinder, der öffentlichen Einrichtungen, der Verkehrsangebote, der Einkaufsmöglichkeiten und nicht zuletzt ihre eigenen Arbeitszeiten miteinander in Einklang zu bringen. Da in den ländlichen Räumen Mecklenburg-Vorpommerns zum Teil lange Verkehrswege überwunden werden müssen, um die nötigen Einrichtungen zu verschiedenen Zeiten erreichen zu können, sollten diese Umstände bei der Arbeitszeitplanung entsprechend Beachtung finden. Gerade Alleinerziehende und Kernfamilien ohne soziale Netzwerke in der Nähe können unter einen großen Vereinbarkeitsdruck geraten, wenn sich ungünstige Dimensionen der Arbeitszeit, lange Wegezeiten und verschiedene Öffnungszeiten von Gelegenheiten überlagern.

In diesem Kontext spielen nicht nur die Öffnungszeiten, sondern auch die Lokalitäten örtlicher Gegebenheiten eine wichtige Rolle. LÄPPLE und STOHR berichten darüber, dass „die Möglichkeit [...] Beruf und Elternschaft zu vereinbaren, sich häufig nur durch den Rückgriff auf ein dichtes Netz alltagserleichternder Betreuungs- und Versorgungsinfrastruktur in funktionsgemischten [...] Quartieren bietet. Die Dichte an Gelegenheiten meint dabei nicht allein die materiell verfügbare Infrastruktur an Betreuungseinrichtungen oder haushaltsnahen Dienstleistungen. Sie umfasst vielmehr auch die Dichte sozialer Netzwerke, innerhalb derer bei Bedarf kurzfristige oder dauerhafte informell organisierte Betreuungslösungen entwickelt und in Anspruch genommen werden können [...]“ (LÄPPLE & STOHR 2006, S. 183).

Im Kern geht es darum, eine räumliche und zeitsparende Verbindung zwischen den Funktionen Arbeit, Betreuung, Versorgung und Leben zu schaffen. Werden Eltern mehrere „Gelegenheiten“ wie Kinderbetreuung, Schule, Hort, Freizeitmöglichkeiten, Besorgung von Gütern des täglichen Bedarfs u.v.m. am Arbeitsort angeboten oder werden ihnen diese Wege durch einen Service abgenommen – Stichwort: flexible Fahrdienste (Frau Sandra Warden im Interview) – können Eltern (Wege-)Zeiten einsparen. Das hat besonders dann positive Folgen, wenn die Arbeitszeit unerwartet verlängert wird. Durch eingesparte Wegezeiten können die negativen Folgen volatiler Arbeitszeiten auf das Familienleben abgemildert werden (ebd.).

Abschließend kann aus dem zuvor Gesagten folgendes Resümee gezogen werden: Die Bedeutung der „Sozialverträglichkeit flexibler Arbeitszeiten“ setzt sich aus verschiedenen Merkmale zusammen. Nicht nur die reine Gestaltung der Arbeitszeitdimensionen, sondern auch ideelle Normen und Werte wie z. B. die Unternehmenskultur spielen bei der Vereinbar-

keit von Erwerbs- und Privatleben eine entscheidende Rolle. Daneben müssen auch betriebsfremde Umstände in einen ganzheitlichen Verträglichkeits- und Vereinbarkeitsbegriff eingebettet werden. Beschäftigte in der Hotellerie wissen genau, dass es unter den charakteristischen Eigenschaften der Arbeitszeiten in der Hotelbranche schwer ist, spontan, variabel und individuell die Arbeitszeiten nach Bedarf zu gestalten. Sie passen sich aber in ihren Arbeitszeiten so weit wie möglich diesen Gegebenheiten an. Dafür, so zeigen die Befragungsergebnisse, wünschen sich die Betroffenen auch ein Entgegenkommen vom Arbeitgeber. Diesem stehen vielfältige Alternativen zur Auswahl, die die Vereinbarkeit von Familie und Beruf erleichtern können. Im Ergebnis führt das zu zufriedeneren Mitarbeitern, die mehr Motivation, Produktivität und Einsatzbereitschaft zeigen, wovon nicht nur die Arbeitgeber, sondern auch die Gäste profitieren (vgl. BMFSFJ 2009b, S. 7).

## **5 Zusammenfassung und Ausblick**

Die Ausführungen dieser Arbeit zeigen in einem theoretischen und empirischen Rahmen, dass die Arbeitszeit einen wichtigen strukturierenden Einflussfaktor für ökonomische, arbeitspolitische und gesellschaftliche Prozesse darstellt. Der Alltag im Arbeits- und Familienleben folgt unterschiedlichen Zeitmustern. Die Abstimmung zwischen diesen Lebensbereichen ist vielfach komplex und Auslöser von zeitlichen Konkurrenzlagen. Insbesondere die Arbeitszeit ist von vielfältigen Zeitstrukturen geprägt und befindet sich in einem Spannungsfeld, in dem Arbeitgeber, Arbeitnehmer und externe Faktoren ihre Ansprüche an die Zeit formulieren. Mit zunehmender Deregulierung, Desynchronisierung und der damit einhergehenden Verbreitung flexibler Arbeitszeiten haben sich die Ansprüche an die Arbeitszeiten vervielfältigt. Im Zeichen wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Wertewandel werden Arbeitszeiten zu einem entscheidenden Faktor, der speziell die Familiensphäre maßgeblich beeinflusst.

Die Eigenschaft des Beschäftigten als „Produktivitätsressource“ und die vom Arbeitgeber einseitig bestimmte Gestaltung der Arbeitszeitdimensionen führen bei vielen Familien mit Betreuungspflichtigen Kindern zu erheblichen Vereinbarkeitsproblemen. Diese Probleme werden durch eine unzureichende Anpassung von Institutionen an die variablen Arbeitszeiten der Eltern verschärft. Des Weiteren kann der Prozess der zeitlichen „Entgrenzung“ von Arbeits- und Privatleben als Grund für die Schwierigkeiten der Vereinbarkeit identifiziert werden. Die arbeitszeitlichen Anforderungen greifen immer tiefer in die „social hours“ hinein und beanspruchen so zunehmend auch die Zeiten, die ursprünglich für die Familie reserviert waren. Deshalb geraten flexible Arbeitszeiten in eine kritische Diskussion über ihre „Sozialverträglichkeit“.

Im Rahmen dieser Arbeit wurden die Auswirkungen flexibler Arbeitszeiten auf die Vereinbarkeit von Familie und Beruf untersucht. Dabei wurde erörtert, wie variable Arbeitszeiten „sozialverträglicher“ gestaltet werden können, damit die Vereinbarkeit von Erwerbs- und Privat-sphäre besser gelingen kann.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass die „Sozialverträglichkeit“ mehrere Facetten hat. In den Ausführungen konnte gezeigt werden, dass nicht das Arbeitszeitmodell allein, sondern auch der verständnisvolle Umgang mit Eltern und ihren familiären Verpflichtungen für ein gelunge-

nes Familien- und Erwerbsleben essentiell ist. Damit werden sowohl die Notwendigkeit einer bewussten „Integration des Subjektes in das Unternehmen“ als auch die damit verbundene Familienfreundlichkeit untermauert. Die Bedeutung der Arbeitszeitdimensionen als Einflussfaktoren auf das Familienleben soll durch diese Feststellung nicht in den Hintergrund gedrängt werden. Schließlich gestalten Dauer, Lage und Verteilung der Erwerbsarbeit die zeitliche Verteilung und das zeitliche Potential für das Familienleben. Die Inhalte dieser Forschungsarbeit zeigen aber, dass gegenwärtig weder unter den Bedingungen der traditionellen Normalarbeitszeit – charakterisiert als „Golden[er] Käfig“ (SEIFERT 2005a, S. 59) – noch mit Hilfe flexibler Arbeitszeiten die Vereinbarkeit beider Lebenssphären optimal ermöglicht werden kann.

Da die Befragungsergebnisse darauf hinweisen, dass die Qualität der Vereinbarkeit nicht konstant bleibt, sondern Schwankungen unterworfen ist, lässt sich der Rückschluss ziehen, dass die Arbeitszeiten in der Hotellerie sozialverträglicher gestaltet werden könnten, wenn es dem Arbeitgeber gelänge, das Familienleben der Beschäftigten gegen die Ungewissheit der Arbeitszeiten abzuschirmen. In diesem Zusammenhang ist auch die Substitution eines fehlenden sozialen Netzwerkes durch betriebliche Maßnahmen wichtig und zielführend.

Zur Sozialverträglichkeit flexibler Arbeitszeiten gehört außerdem die Vereinbarkeit einer Vollzeitbeschäftigung mit dem Familienleben. Gerade in der Hotellerie, in der überwiegend Frauen beschäftigt werden, sollten sich Familie, Vollzeitbeschäftigung und auch die Karriere nicht gegenseitig ausschließen. Im Gegenzug sind auch neue Arbeitszeitkonzepte für eine qualifizierte, d. h. vollzeitnahe Teilzeit im Topmanagement zu entwickeln.

Die Synthese der Ergebnisse im Hinblick auf das Forschungsziel verdeutlicht, dass neue Erkenntnisse bezüglich der Sozialverträglichkeit flexibler Arbeitszeiten in der Hotellerie gewonnen werden konnten. Diese Erkenntnisse können in die Entwicklung eines Konzeptes, welches die Sozialverträglichkeit variabler Arbeitszeiten in der Hotellerie fördert, eingebracht werden. Das Konzept ist als ein Konglomerat zu verstehen, das sich u. a. aus variablen Arbeitszeitmodellen sowie der souveränen Arbeitszeitgestaltung durch die Beschäftigten und der Familienfreundlichkeit des Betriebes zusammensetzt. Neben diesen Inhalten der Sozialverträglichkeit treten ergänzend regionale Umstände hinzu. Erst aus einem bewussten und integrativen „Dreiklang“ aus Arbeitszeit, Familienfreundlichkeit und Infrastrukturpolitik können Arbeitszeiten in der Hotellerie sozialverträglich(er) gestaltet werden (vgl. ähnlich LANGE & HEITKÖTTER 2007, S. 192).

Dieses Fazit lässt sich im Ausblick auf die aktuellen Entwicklungstendenzen des Themas „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“ in der Hotelbranche insgesamt und insbesondere in Ostvorpommern einreihen.

Die Fülle an Flexibilität und Variabilität der Arbeitszeiten wird gegenwärtig nicht mehr als Belastung, sondern als Chance angesehen, aus der sich viele Gestaltungsmöglichkeiten für die Dimensionen der Arbeitszeit ergeben. Im Wettbewerb um qualifizierte Fachkräfte mit Fürsorgeverpflichtung ist dennoch ein umfassender Maßnahmenkatalog betrieblicher Angebote für die Vereinbarung von Familie und Beruf vonnöten. Die Chancen zukünftiger Wettbewerbsvorteile liegen für die Hotellerie nicht in der bloßen Orientierung an den Bedürfnissen des Gastes. Attraktive Arbeitsbedingungen für Eltern, die eine hohe Dienstleistungsqua-

lität in einem familienfreundlichen Arbeitsklima bieten, müssen erarbeitet werden und dürfen offensiv nach außen – an den Gast und die potenziellen Beschäftigten – kommuniziert werden. Unternehmen in der Region Ostvorpommern können auf diesem Wege weiter positive Imagepotentiale erschließen.

Aus diesen Gründen und nicht zuletzt vor dem Hintergrund der Folgen des demographischen Wandels für die Tourismusbranche in MV wurden durch die Ministerin für Soziales und Gesundheit und die Parlamentarische Staatssekretärin für Frauen und Gleichstellung 2010 ein Programm zur besseren Vereinbarkeit von Erwerbs- und Privatleben ins Leben gerufen.

Dieses Programm fördert verschiedene Projekte zum Thema Vereinbarkeit von Erwerbs- und Privatleben. Ein Projekt, das sich in diesem Rahmen der Vereinbarkeit von Erwerbs- und Privatleben in der Hotellerie widmet, wird vom DEHOGA, dem Deutschen Hotel- und Gaststättenverband, in Kooperation mit der Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald auf der Insel Usedom in Ostvorpommern durchgeführt. Durch diese Zusammenarbeit werden die Branchenkenntnisse des DEHOGA mit wissenschaftlichen und theoretischen Hintergründen synergetisch zusammen- und in die Umsetzung des Projektes eingebracht.

Das Projekt verfolgt zwei Ziele: Erstens sollen mit Hilfe der Unternehmen, der Beschäftigten und der kommunalen Leistungsträger konkrete Betreuungsangebote für die Kinder der Arbeitnehmer in der Projektregion organisiert und umgesetzt werden.

Zweitens versuchen die Projektträger in gemeinsamen Arbeitsschritten mit den Hoteliers und den Beschäftigten nach und nach einen Umdenkprozess einzuleiten. Dabei sollen insbesondere die Unternehmer verstehen, dass Vereinbarkeit nicht die bloße Organisation und Bereitstellung von materieller Infrastruktur bedeutet, sondern darüber hinausgeht. Vor allem kommt es darauf, ein familienfreundliches Betriebsklima zu schaffen, in dem „Vereinbarkeit“ von allen Beschäftigten tatsächlich gelebt wird und die Vereinbarkeitsprobleme ernst genommen werden und ihre Lösungen aus Überzeugung angegangen werden.

Methodisch sollen diese Ziele durch standardisierte Fragebögen, mit Hilfe von Tiefen- und Experteninterviews sowie Workshops erreicht werden. Daneben werden auch kommunale Leistungsträger (z. B. Kindergärten, Ämter) in die Lösungsfindungen einbezogen, um gemeinsame, langfristige und nachhaltige Lösungen für die Region Ostvorpommern zu finden. Gelungene Lösungsansätze sollen dann in ganz Mecklenburg-Vorpommern umgesetzt werden.

## **6 Quellenverzeichnis**

### **a) gedruckte Quellen:**

**CLEVELAND, Jeanette N.; O`NEILL, John W.; HIMELRIGHRT, Jodi L.; HARRISON, Michelle M.; CROUTER, Ann C.; DRAGO, Robert** (2007): Work and Family Issues in the Hospitality Industry: Perspectives of Entrants, Managers, and Spouses. In: Journal of Hospitality & Tourism Research, Jg. 31, H. 3 S. 275–298.

**EICHHORST, Werner; THODE, Eric** (2010): Vereinbarkeit von Familie und Beruf 2010. Benchmarking Deutschland: Steigende Erwerbsbeteiligung, aber schwierige Übergänge. IZA Research Report No. 30, S. 6.

**GOTTSCHALL, Karin; VOSS, Günter** (Hrsg.) (2005): Entgrenzung von Arbeit und Leben. Zum Wandel der Beziehung von Erwerbstätigkeit und Privatsphäre im Alltag. 2., verb. Aufl. München.

**IHA - Hotelverband Deutschland e.V.** (Hrsg.) (2009): Hotelmarkt Deutschland 2009. Berlin: Eigenverlag.

**KLENNER, Christina; SCHMIDT, Tanja** (2007): Familienfreundlicher Betrieb – Einflussfaktoren aus Beschäftigtensicht. In: WSI-Mitteilungen, Jg. 60, H. 9, S. 494–501.

**KRATZER, Nick; SAUER, Dieter** (2007): Welche Arbeitszeitpolitik? Ein neues Verhältnis von Zeitökonomie und Zeitpolitik. In: WSI-Mitteilungen, Jg. 60, H. 4, S. 174–180.

**LANGE, Andreas; HEITKÖTTER, Martina** (2007): Familiäre Lebensführung und Arbeitszeiten – Spannungsfelder und familienpolitische Gestaltungsaufgaben. In: WSI-Mitteilungen, Jg. 60, H. 4, S. 188–194.

**LÄPPLE, Dieter; STOHR, Henrik** (2006): Arbeits- und Lebenswelten im Umbruch. Herausforderungen für soziale Infrastrukturen in Stadtquartieren. In: Sozialwissenschaften & Berufspraxis, Jg. 29, H. 2, S. 173–191.

**REICHERT-SCHICK, Anja** (2008): Siedlungsregression und Schrumpfungsprozesse ländlicher Gemeinden in Vorpommern. In: Europa Regional, Jg. 16, H. 1, S. 36–48.

**RÜRUP, Bert; GRUESCU, Sandra** (2005): Familienorientierte Arbeitszeitmuster – Neue Wege zu Wachstum und Beschäftigung. Gutachten im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Berlin.

**SEIFERT, Hartmut** (2005): Arbeitszeitpolitischer Modellwechsel: Von der Normalarbeitszeit zu kontrollierter Flexibilität. S. 40–66. In: **SEIFERT, Hartmut** (Hrsg.): Flexible Zeiten in der Arbeitswelt. Frankfurt/Main: Campus Verlag.

**WOTSCHAK, Philip** (2007): Lebenslaufpolitik in den Niederlanden. Gesetzliche Regelungen zum Ansparen längerer Freistellungen. In: HILDEBRANDT, ECKART (Hg.) 2007: Lebenslaufpolitik im Betrieb. Option zur Gestaltung der Lebensarbeitszeit durch Langzeitkonten. Berlin: Ed. Sigma.

#### **b) Internetquellen:**

[www.genesis.destatis.de](http://www.genesis.destatis.de) (Statistisches Bundesamt): Arbeitslosenquote aller zivilen Erwerbspersonen: Deutschland/Früheres Bundesgebiet/Neue Länder, Monate, Geschlecht und weitere Personengruppen.

Unter

<https://www.genesis.destatis.de/genesis/online.jsessionid=E7FCB036AF2B668DFE2E059DE5361DD0.tcggen2?operation=previous&levelindex=3&levelid=1272386100762&step=3>

Eingesehen am 27.04.2010

[www.mecklenburg-vorpommern.eu](http://www.mecklenburg-vorpommern.eu)

Mecklenburg-Vorpommern Das Landesportal. Wachstumsfelder und Zukunftsbranchen.

Unter:

<http://www.mecklenburg->

[vorpom-](http://www.mecklenburg-)

[mern.eu/cms2/Landesportal\\_prod/Landesportal/content/de/Wirtschaft\\_und\\_Arbeit/Wachstumsfelder\\_und\\_Zukunftsbranchen/index.jsp](http://www.mecklenburg-vorpommern.eu/cms2/Landesportal_prod/Landesportal/content/de/Wirtschaft_und_Arbeit/Wachstumsfelder_und_Zukunftsbranchen/index.jsp)

Eingesehen am: 12.03.2010

**c) Tiefeninterviews:**

Herr Dr. Bertram Thieme, General Manager/Dorint Hotel Charlottenhof, Halle (Saale), Telefoninterview am 19.02.2010

Frau Sandra Warden, Referat für Arbeitsmarkt, -recht, Soziales, Berufsbildung, Deutscher Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA), Hauptgeschäftsstelle Berlin  
Persönliches Interview am 12.02.2010

**Anschrift der Autorin:**

Jekaterina Rudolph M.A.  
Ernst-Moritz-Arndt-Universität  
Institut für Geographie und Geologie  
Wirtschafts- und Sozialgeographie  
Makarenkostraße 22  
D – 17487 Greifswald  
[jekaterina.rudolph@uni-greifswald.de](mailto:jekaterina.rudolph@uni-greifswald.de)

## **Alkohol im Sportbootverkehr – Ergebnisse aus 40 Jahren Forschung mit immer noch aktuellem Bezug**

**Ralf SCHEIBE und Ernst SCHEIBE**

### **1 Einleitung**

„Rasmus, altes Rübenschwein, bring uns Wind und Sonnenschein!“ So oder ähnlich lauten die Beschwörungsformeln, mit denen die Yachtskipper am Anfang der Wassersportsaison die Naturgewalten milde stimmen möchten und um das entsprechende Wetter bitten. Es ist natürlich bekannt, dass Rasmus (oder Neptun oder Poseidon, je nach Sichtweise) dem nur Folge leistet, wenn er mit einem ordentlichen Schluck Hochprozentigem als Opfer milde gestimmt wurde. Schiff und Kapitän sind davon nicht ausgeschlossen, und im günstigsten Fall darf sich dann auch die Mannschaft (bis auf anwesende Kinder) nicht nur mit dem Zuschauen begnügen.

In der Tat scheint Alkohol an Bord von Sportbooten bei allen möglichen Riten eine Rolle zu spielen. Üblich sind auch „Manöverschlucks“ nach erfolgten Segelmanövern oder beim Regattastart und das „Anlege-Bier“ oder der „Festmacherschnaps“ nach dem Einlaufen in den Hafen oder andere Varianten (vgl. dazu ESSIG 2011, S. 46ff.). Die Wurzeln lassen sich dazu bis in die Segelschiffszeit (oder noch viel weiter in die Antike) zurückverfolgen. Wie an Land auch, galten niedrigprozentige alkoholische Getränke an Bord immer noch als gesünder als minderwertiges Trinkwasser. Allerdings erfreuten sich auch die zu besonderen Anlässen (s. o.) ausgegebenen Spirituosen (natürlich Rum!) immer noch der größten Beliebtheit (vgl. dazu HANKE 2005, S. 285ff.).

In der modernen Zeit hat die Getränkeindustrie (neben anderen Freizeitbereichen) den Wassertourismus als Werbeträger auserkoren: Die Lübzer Brauerei nutzt mit dem Leuchtturm Bukspitze bei Bastorf eine der bekanntesten nautischen Landmarken Mecklenburg-Vorpommerns als Werbeträger und lässt im Vordergrund Angler oder Bootsfahrer agieren (die natürlich auch das entsprechende Bier trinken). Ein Boot der Rostocker Firma speedsailing ist gar nach einem Bier benannt (da von der Rostocker Brauerei gesponsert; das Schwesternschiff allerdings vom führenden Anbieter alkoholfreier Getränke im Land – Glashäger). Auch die Traditionsschiffahrt ist nicht davon befreit – eine große Bremer Brauerei sponserte den Wiederaufbau des Traditionsseglers „Alexander von Humboldt“, der aus diesem Grund zu seinen berühmten, nicht unumstrittenen grünen Segeln kam.

Sind Segler und andere Wassersportler besonders empfänglich für die Versuchungen der „prozentigen“ Getränke? Nach subjektiven Einschätzungen der kontrollierenden Wasserschutzpolizei-Beamten müssen die Alkotest-Geräte jedenfalls immer häufiger zum Einsatz kommen, auch wenn von den betroffenen Wassersportlern die „Kontrollwut“ und Sanktionen in Form von Strafanzeigen, Entzug von Sportbootführerscheinen durch die Wasser- und Schifffahrtsdirektionen und Ähnliches heftig kritisiert werden (vgl. dazu BIELEFELD 2010, S. 36ff.). Darüber hinaus scheint die Zahl der alkoholbedingten Sportbootunfälle nicht gerade rückläufig zu sein. Wenn diese Sachverhalte zutreffen sollten, wäre das Image des Wasser-

sports als Sektor des Wassertourismus in Form der „gesundheitsfördernden Bewegung an der frischen Luft in einer intakten Natur“, wie in entsprechenden Marketingbroschüren immer wieder beschworen wird, ad absurdum geführt und Handlungsbedarf dringend notwendig. Im Institut für Rechtsmedizin (früher: Institut für Gerichtliche Medizin und Kriminalistik) an der Greifswalder Universität sind Sportbootunfälle seit langer Zeit immer wieder Gegenstand von Untersuchungen gewesen. Statistisches Material zu einer möglichen Verbindung von Alkoholenuss und Unfällen bei Sportbootfahrern ist bislang zwar gesammelt worden, jedoch nicht sachorientiert ausgewertet und publiziert worden. Dieses Material soll im folgenden Artikel in Bezug zum aktuellen Forschungsstand und Diskussionsprozess um

- die Alkoholwirkung auf Schiffsbesatzungen (insbesondere die Problematik Fahrunfähigkeit),
- das Gefährdungspotenzial von Alkoholenuss in der Sportschiffahrt (Anteil alkoholbedingter Unfälle am Gesamtunfallgeschehen), sowie
- die Wirksamkeit von Kontrollen, Analyseverfahren und Sanktionsmöglichkeiten

gesetzt werden. Ziel ist, zu einer realistischen und wissenschaftlich fundierten Einschätzung der Thematik zu kommen und den Beteiligten (Sportler, Ermittlungsorgane der Polizei und Schifffahrtsbehörden) Handlungsempfehlungen geben zu können. Dazu gehört auch die Frage, inwiefern Werbung für alkoholische Getränke im Wassertourismus – also nicht nur im Wassersport, sondern auch in den anderen beiden Säulen des Wassertourismus (touristische Schifffahrt, maritime Großveranstaltungen) – mit dem Image von Mecklenburg-Vorpommern als „Gesundheitsland“ konform gehen können.

## **2 Alkoholwirkung, Nachweisverfahren und rechtliche Situation**

Alkoholmissbrauch unter Verkehrsteilnehmern auf Straßen, zu Wasser und in der Luft einschließlich der Folgen ist ein komplexes gesamtgesellschaftliches Phänomen (besser: Problem), das sich demzufolge auch in vielen Wissenschaftsdisziplinen in der aktuellen Forschung wiederfindet. Wenn es um Präventivmaßnahmen geht, sind immer noch Medizin, Toxikologie und Rechtswissenschaft, zunehmend aber auch Soziologie und Verkehrswissenschaften, gefragt.

Im Folgenden sollen aus wirtschaftsgeographischer Sicht zumindest die relevanten Entwicklungen in den Themenfeldern Wirkmechanismen von Alkohol im Sportbootverkehr, die Entwicklung und Nutzung von Nachweisverfahren sowie Maßnahmen zur Reduzierung von Trunkenheitsdelikten in der Sportschiffahrt kurz umrissen werden.

### **2.1 Die Wirkung des Alkohols auf nautisches Personal**

Während wegen der nach dem Zweiten Weltkrieg dramatisch ansteigenden Unfallzahlen im Straßenverkehr auch unter Beteiligung alkoholisierter Verkehrsteilnehmer sich rasch Forschung mit einem durchaus schon interdisziplinären Ansatz etablierte, um Ursache-Wirkungsmechanismen alkoholbedingter Fehlleistungen zu analysieren und Regelungen herbeizuführen, wurde das Thema Alkohol im Seeverkehr – besonders auch im Sportbootverkehr – eher stiefmütterlich behandelt. Dabei hat lange die Meinung geherrscht, dass eine sichere Schiffführung im Gegensatz zur Teilnahme im Straßenverkehr auch unter höheren Blutalkohol-

gehalten möglich sein. Das Resultat war eine tatsächliche Ahndung von Verstößen erst bei einer wesentlich höheren Blutalkoholkonzentration (BAK) und oft erst nach Unfällen. Bis dahin nahm man in Kauf, dass Schifffahrt insgesamt als ein relativ riskantes Arbeitsfeld galt.

Zwar war schon seit Anfang der 1960er Jahre bekannt, dass durch die Alkoholaufnahme Pupillenreaktionen und Augenbewegungen erheblich beeinflusst wurden (vgl. dazu LOSCHER 1961; NIEDERGESÄß 1961), aber erst die systematischen Forschungen ab Ende der 1990er Jahre unter Nutzung der damals aufkommenden Schiffssimulationsanlagen machten eine realistische Einschätzung und Neuorientierung der Blutalkoholgrenzwerte möglich.

HOWLAND et al. (2001) wiesen bereits nach, dass bei 0,4 bis 0,5 ‰ BAK eine erhebliche Verschlechterung der Leistungsfähigkeit einsetzte. Weitere Untersuchungen (GRÜTTERS et al. 2003; REICHELDT et al. 2003; RITZ-TIMME et al. 2005) belegten deutliche Einschränkungen in wichtigen Handlungsfeldern wie Sorgfalt, Risikobereitschaft, Konzentration oder Situationsanalyse. Konkret auf die nautische Umgebung bezogen – wohlgerneht der Berufsschifffahrt –, betraf das fehlerhafte Ausweich- und Überholmanöver oder regelwidriges Verhalten bei Kursänderungen oder die Nichtbeachtung oder Fehlinterpretation von Schifffahrtsvorschriften oder seemännischen Situationen. Auf unvorhergesehene Situationen waren die Probanden kaum noch vorbereitet und reagierten kaum oder nicht adäquat. Aus den Untersuchungen kann abgeleitet werden, dass bei 0,5 ‰ BAK bei den verantwortlichen Nautikern und Maschinisten infolge von Fehlhandlungen eine relative Gefährdung des Seeverkehrs einsetzt und bei mehr als 1,0 ‰ BAK von einer Fahruntüchtigkeit auszugehen ist (RITZ-TIMME 2007, S. 637).

Diese Untersuchungen betreffen allerdings ein eher einfaches Modell (Ursache-Wirkungs-Modell), was aus Gründen der Standardisierung und Reproduzierbarkeit immer wieder herangezogen wird. Die Erfahrungen aus dem Straßenverkehr besagen aber, dass auch die emotionale Gestimmtheit sowie die situativ-soziale Gegebenheit unbedingt zu berücksichtigen sind, wenn die Alkoholwirkung auf den Verkehrsteilnehmer und ein mögliches Unfallrisiko analysiert werden sollen. Während das Moderatoren-Modell Alter sowie individuelle Risikobereitschaft und Lebensstil als steuernde Faktoren für die Rauschwirkung von Alkohol (und anderen Suchtmitteln) herausstellt, betont das Mediator-Modell eine eher langfristig orientierte suchtmittelbedingte Persönlichkeitsveränderung (vgl. BRENNER-HARTMANN 2007, S. 156f.).

Übersetzt und für die Sportschifffahrt präzisiert heißt das: emotionaler und körperlicher Stress durch zu geringe Besatzungsstärke und resultierende Überforderung und Schlafmangel, direkteres Wirken ungünstiger Umweltfaktoren sowie ein gewohnheitsmäßiger Alkoholkonsum („Trinker-Karriere“) beeinflussen das Unfallrisiko zusätzlich, in der Regel erhöhen sie es.

## **2.2 Juristische Aspekte und Sanktionen bei Trunkenheitsfahrten**

Von der Beweiskraft der verschiedenen Nachweisverfahren und der Kritik daran abgesehen, ist der Weg zu einer strafrechtlichen Würdigung oder zu einem Ordnungswidrigkeitsverfahren allerdings lang und beinhaltet sowohl für die Legislative und Behörden, als auch für die Tatbeteiligten etliche Hürden, angefangen bei formaljuristischen Fehlern (z.B. in der Beschuldigtenvernehmung etwa durch nicht erfolgte Belehrung), Ungenauigkeiten in der eigent-

lichen Untersuchung (s. u.) bis zu den für eine endgültige Interpretation notwendigen Berechnungsverfahren – eine umfangreiche Aufstellung dazu ist bei FERNER & XANKE (2006 S.19ff.) enthalten. Diese Probleme sind grundsätzlich auch auf den Seeverkehr anwendbar. Auf der anderen Seite hat sich der Gesetzgeber lange schwergetan, insbesondere im Seeverkehr, aber auch im Straßenverkehr, nachvollziehbare BAK-Grenzwerte zu definieren, die auch dem Vergleich zu den Regelungen der europäischen Nachbarländer standhalten. Für den Seeverkehr galten lange nur höchstrichterliche Entscheidungen als Richtwerte bzw. gelten nach wie vor. Erst 2004/2005 wurde eine politische Diskussion angestoßen, um zweckmäßige Promillegrenzen in der Schifffahrt festzulegen und darüber hinaus auch spezielle Sicherheit für Gefahrguttransporte zu geben oder bei der Untersuchung der Seetauglichkeit bei Schiffspersonal eine mögliche Alkoholabhängigkeit mit zu untersuchen und auszuschließen. Zumindest für das Führen von Sportbooten – die anderen Sachverhalte sind für den Wassersport nicht relevant – gelten analoge Regelungen, die sich aus den Schifffahrtsverordnungen ergeben (zusammengestellt nach [http://www.blutalkohol-homepage.de/ba\\_grenz.shtml](http://www.blutalkohol-homepage.de/ba_grenz.shtml); <http://www.elwis.de/Schifffahrtsrecht/index.html>):

<b>BAK-Wert in ‰</b>	<b>Straßenverkehr</b>	<b>Seeverkehr</b>
0,0	Grenzwert für Fahranfänger	
0,3	Verlust des Versicherungsschutzes	
0,5	Ordnungswidrigkeit, relative Fahruntüchtigkeit	Verbot, ein Wasserfahrzeug zu führen
1,1	absolute Fahruntüchtigkeit, strafbare Handlung	absolute Fahruntüchtigkeit, strafbare Handlung
1,6	Grenzwert der absoluten Fahruntüchtigkeit bei Radfahrern; bei Kraftfahrern MPU erforderlich	

Die Regelung über die absolute Fahruntüchtigkeit im Seeverkehr hat bislang noch nicht in die Binnenschifffahrtsstraßen-Ordnung bzw. Seeschifffahrtsstraßen-Ordnung Eingang gefunden, wird aber von verschiedenen höchstrichterlichen Entscheidungen immer wieder betont (z.B. OLG Brandenburg 1 Ss 33/08 unter <http://www.gerichtsentscheidungen.berlin-brandenburg.de>) und entspricht auch den Forderungen des 44. Verkehrsgerichtstages (vgl. RITZ-TIMME 2007, S. 638).

Grundsätzlich droht also auf See oder auf Binnengewässern alkoholisierten Schiffsführern – egal, ob mit Sportboot oder Berufsschiff – in schweren Fällen ein Strafverfahren, in minder schweren Fällen ein Ordnungswidrigkeitsverfahren. Zuständige Stellen sind hierfür die Seeämter bzw. ihre Untersuchungsausschüsse, die nach dem 4. Abschnitt des Seesicherheitsuntersuchungs-Gesetzes tätig werden. Neben Bußgeldern werden weitere Sanktionen vorgenommen wie Fahrverbote bis zu 30 Monaten oder Auflagen zur Aufhebung des Fahrverbotes. Insbesondere Alkoholdelikte werden regelmäßig mit einem Fahrverbot belegt (vgl. <http://www.wsv.de/wsd-n/Schiff-WaStr/Schifffahrt/Seeamt/index.html>).

Umstritten ist allerdings noch, wo auch – z.B. für den Ausschluss eines Versicherungsschutzes – ein Grenzwert für Mitsegler anzusetzen ist, z.B. bei dem für die absolute Fahruntüchtigkeit von Radfahrern von 1,6 ‰.

Angemerkt sei hier noch, dass die Sportbootanordnung der DDR analog zu den Regeln im Straßenverkehr die Null-Promille-Regelung vorsah, d. h. der Bootsführer nicht alkoholisiert sein durfte.

### 2.3 Zur Entwicklung der Alkohol-Nachweisverfahren

Grundsätzlich werden Messverfahren für die Atemalkoholkonzentration (AAK; früher eine Art Vor-Test, heute anerkanntes Verfahren) und der BAK unterschieden.

Bei der Atemalkoholbestimmung waren für Jahrzehnte die Alcotest<sup>®</sup>-Prüfröhrchen der Fa. Dräger bzw. Lizenzprodukte in verschiedenen Ländern Mittel der Wahl<sup>1</sup>. Prinzip dieser quantitativen Bestimmung war eine Farbreaktion der Substanz im Inneren des Röhrchens, aus deren Fortschreiten ein Ablesen der Alkoholmenge in der Ausatemluft möglich war. Um das Jahr 1995 wurden die Röhrchen durch ein elektronisches Gerät abgelöst, das auf dem Prinzip der Brennstoffzelle arbeitet (Dräger Alcotest<sup>®</sup> 7410 Plus) und eine direkte Anzeige von AAK oder BAK ermöglicht. Beide Verfahren gelten für sich allein jedoch nicht als „gerichts-fest“, da die Begleitumstände der Messung nicht reproduzierbar einkalkuliert werden können (vgl. dazu auch FERNER & XANKE 2006, S. 6ff.).

Erst das Kombinationsgerät mit zwei Messungen nach unterschiedlichen Verfahren (Brennstoffzelle und Infrarot) Dräger Alcotest<sup>®</sup> 7110 Evidential erlaubt eine reproduzierbare AAK-Bestimmung nach DIN-VDE 0405, die auch als alleiniger Beweis einer Trunkenheitsfahrt ohne zusätzliche BAK-Bestimmung anerkannt ist (vgl. dazu <http://www.bads.de/Alkohol/atemalkohol.htm>). Auch wenn Beeinflussungen des Messvorgangs durch den Probanden (Hyperventilation, Temperatur der Atemluft, Mundalkohol durch kurz zuvor aufgenommen Alkohol), durch das Messverfahren bzw. die Beobachtung durch die kontrollierenden Beamten ausgeschlossen werden können, ist das Messverfahren nicht unumstritten. Das betrifft sowohl die Zulassung nach DIN-VDE, an der die Herstellerfirma wesentlich mitgewirkt hat, als auch eine juristische Gleichstellung von AAK und BAK (vgl. dazu BECK & LÖHLE 2008, S. 239ff.). Die Autoren halten eine weitere Untersuchung des Verfahrens auch unter extremen Bedingungen (und dazu können Bedingungen auf See zählen) für notwendig: Temperatur, Umgebungsluft, aber auch elektromagnetische Felder etwa durch Radar- oder Funkgeräte (ebenda, S. 250 bzw. 257).

Für die Bestimmung der Blutalkoholkonzentration ist zu bemerken, dass analog zur AAK-Bestimmung eine Entwicklung von klassischen chemischen Farbreaktionen hin zu schnelleren Verfahren (instrumentell-analytisch Trennung und Detektion bzw. enzymatische Reaktionen) stattgefunden hat (vgl. dazu FORSTER & JOACHIM 1975):

- Bei der Widmark-Methode erfolgte eine Farbreaktion von Chromsalzen je nach Vorhandensein von Alkohol. Eine Variante stellte das Vidic-Verfahren dar, das mit Vanadiumsalzen arbeitete. Bei beiden Verfahren erfolgte die Bestimmung durch photometrische Messung im Bereich des sichtbaren Lichts. Beide Verfahren waren relativ zeit-

---

<sup>1</sup> In diesem Zusammenhang sei daran erinnert, dass E. Scheibe Anfang der 1950er Jahre maßgeblich an dieser Entwicklung beteiligt war, durch die besondere politische Situation der deutsch-deutschen Teilung und einen wohl einmaligen Fall von krimineller Aneignung seines Wissens durch Fachkollegen jedoch um den wissenschaftlichen Erfolg gebracht wurde (vgl. dazu LIGNITZ & SCHMIEDEBACH 2000).

aufwändig (nicht automatisierbar) und erforderten wegen der möglichen Fehlerquellen eine besondere Qualifikation der Bearbeiter.

- Die ADH-Methode beruhte auf einer Imitation des Alkohol-Abbaus in der Leber durch das katalytisch wirkende Enzym Alkohol-Dehydrogenase (ADH). Bereits 1963 konnte das Verfahren mit dem Auto-Analyzer in hohem Maße automatisiert werden, sodass BAK-Bestimmungen in Vollblut und Serum in kurzer Zeit möglich waren.
- Ebenfalls heute angewandt wird die Headspace-Gaschromatographie (GC), die sowohl eine Trennung von Substanzgemischen (neben Alkohol auch Begleitstoffe wie Aceton oder andere Rauschmittel) ermöglicht, als auch eine separate quantitative Bestimmung der einzelnen Substanzen.

Für eine Verwertung vor Gericht ist notwendig, dass eine Doppelbestimmung nach zwei Verfahren (üblich: ADH und GC) erfolgt. Nicht unproblematisch ist die Anordnung der Untersuchung mit Blutentnahme, die quasi eine Körperverletzung darstellt und ggf. durch die Polizei ohne vorherige richterliche Anordnung auch unter einfacher Gewalt zwangsweise erfolgen kann.

Vor diesen juristischen Problemen abgesehen stellt für die besondere Situation im Seeverkehr die BAK eine besondere Herausforderung dar, da zwischen der Voruntersuchung etwa an Bord eines Wasserschutzpolizei-Fahrzeugs auf dem Wasser und einer möglichen Blutentnahme durch einen Arzt an Land u. U. mehrere Stunden Zeitverzug liegen. Eben dieser Zeitverzug beeinträchtigt die Qualität der Untersuchung erheblich und war eben auch Grund, dass wegen „Gefahr in Verzug“ auf eine richterliche Anordnung, die ebenfalls Zeit benötigt hätte, verzichtet wurde.

Seit einiger Zeit rückt immer mehr die Begleitstoffanalyse (z.B. von Methanol; Propanol-1; Isobutanol; Methylbutanol; Aceton) in den Vordergrund, da hierdurch auch bislang unbefriedigend geklärte Probleme wie die Nachtrunk-Frage angemessen berücksichtigt werden können (vgl. dazu KOYUNCU 2000, S. 10ff.).

## **2.4 Alkohol und Wassersport als rechtsmedizinisches Thema**

Am Institut für Rechtsmedizin (früher: für Gerichtliche Medizin und Kriminalistik) der Ernst-Moritz-Arndt-Universität in Greifswald wurden seit 1960 bei sämtlichen Obduktionen von Todesfällen auch BAK-Bestimmungen durchgeführt. Eine Auswertung erfolgte allerdings erst in der Dissertation von LUSTIG (2004), ohne jedoch die Ergebnisse der jetzt vorliegenden Arbeiten der Arbeitsgruppen um HOWLAND sowie RITZ-TIMME zu berücksichtigen. Mit der vorliegenden Arbeit soll eine Neubewertung dieser „Altfälle“ erfolgen.

## **3 Methodik**

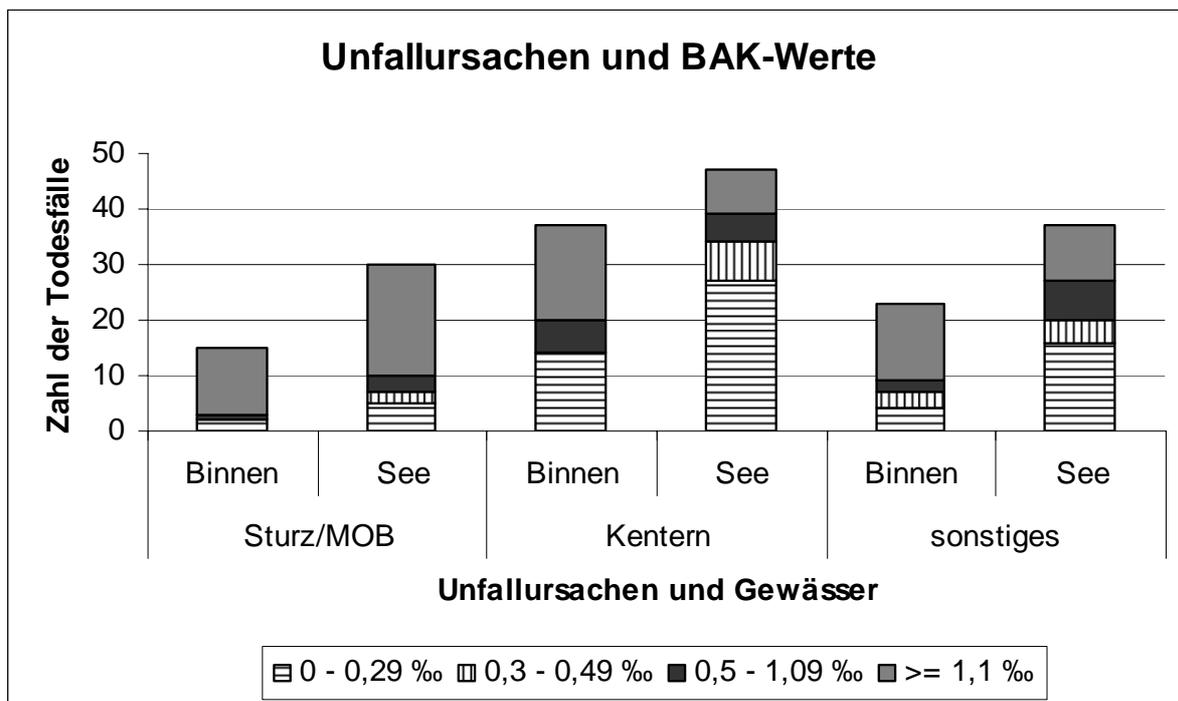
Als Datengrundlage diente die in der Dissertation von LUSTIG (2004) vorliegende Tabelle (Anhang 1) von Todesfällen im Küsten-, Bodden- und Haff- wie auch Binnengewässern mit einer Auflistung von Sektionsnummer, Unfalldatum, Unfallursache, BAK-Werten, Bootsart, Unfallhergang, Todesursache und weiteren, für die vorliegenden Untersuchung nicht weiter relevanten Angaben. Die Daten stammen aus den Jahren 1960 bis 1999; insgesamt wurden 191 Fälle berücksichtigt.

Bei der Durchsicht der Tabelle traten auch Widersprüchlichkeiten auf, z.B. zwischen Unfallursache und Unfallhergang. Außerdem erschien es sinnvoll, die Auswertung den inzwischen einheitlichen akzeptierten Grenzwerten von 0,5 ‰ bzw. 1,1 ‰ BAK anzupassen und eine Neubewertung vorzunehmen. Weiterhin wurden zusätzlich zu den Häufigkeitsverteilungen die BAK-Werte in einen räumlichen und zeitlichen Kontext gestellt und die Alters- und Geschlechterverteilung der Verunfallten berücksichtigt.

## 4 Ergebnisse

### 4.1 Zum Zusammenhang zwischen Unfallursache, Gewässern und BAK-Werten

Unterschieden wurde hier zwischen Sturz ins Wasser (Mann-über-Bord), Kentern des Fahrzeugs und sonstigen Unfällen, z.B. Sinken, Grundberührung, Verlassen des Fahrzeugs u. ä. Darunter verbergen sich auch ungeklärte Unfälle, bei denen keine Zeugenaussagen zum Hergang vorliegen, bzw. Fälle, bei denen nicht zwingend ein Zusammenhang mit dem Boot hergestellt werden kann.



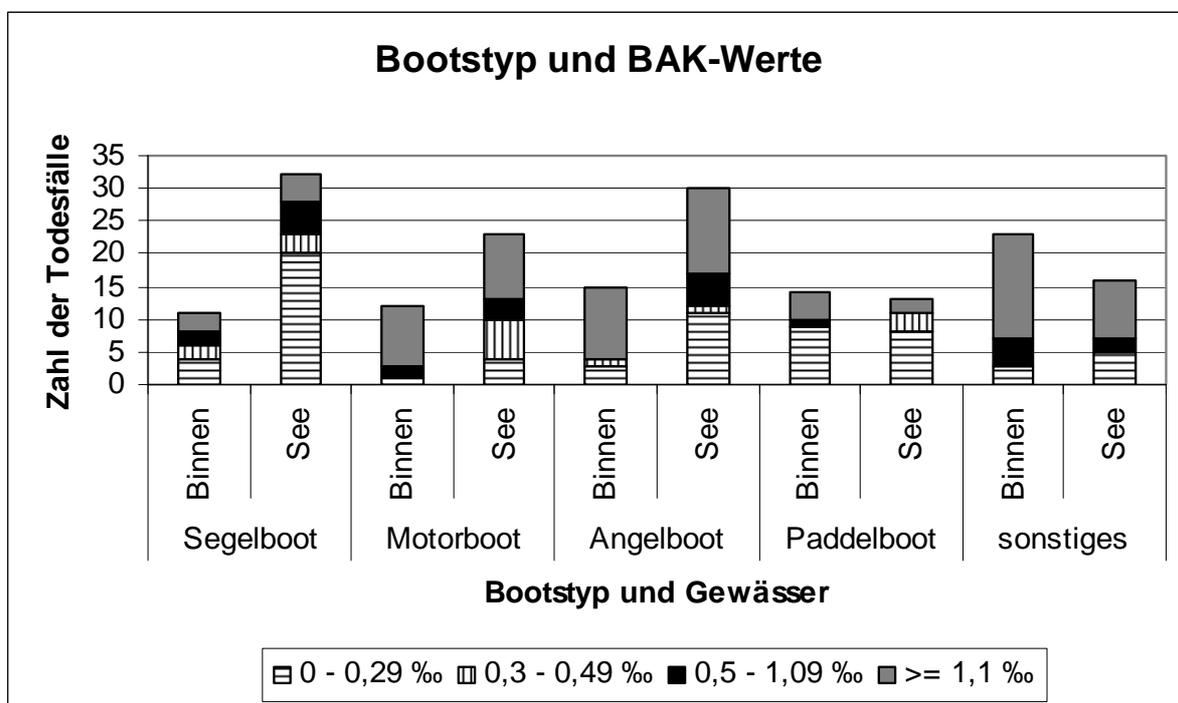
**Abbildung 1:** Gegenüberstellung von Unfallursachen, BAK-Wert und Gewässertyp (Datenquelle: LUSTIG 2004, Anhang 1; eigene Bearbeitung)

Auffallend ist, dass beim Sturz ins Wasser BAK-Werte über 1,1 ‰ besonders häufig auftreten, sowohl auf See als auch auf Binnengewässern. Stark eingeschränkte Handlungsfähigkeit und Wahrnehmungsvermögen sind hier wohl ursächlich für den Unfall. Anders sieht die Situation beim Kenterunfall aus. Auch hier ist zwar ein gewisser Anteil an stärker alkoholisierten Unfallopfern erkennbar, aber insbesondere bei Unfällen auf See ist der Anteil an nicht alkoholisierten Unfallopfern wesentlich höher (darunter verbergen sich allerdings auch Kinder und Jugendliche oder ganze Familien, die bei Republikfluchtversuchen ums Leben kamen).

Das dürfte wesentlich auf das Befahren der Gewässer mit untauglichen Booten (z.B. Paddelbooten) unter ungünstigen hydrometeorologischen Bedingungen zurückzuführen sein. Daneben darf generelles Unvermögen unterstellt werden, auf derartige Situationen adäquat zu reagieren. Bei den sonstigen Unfällen scheinen mittlere oder starke Alkoholeinwirkung zwar einen Einfluss auf das Unfallgeschehen zu haben, die Anteile nicht alkoholisierter Unfallopfer insbesondere auf Seewasserstraßen lassen aber auch den Schluss zu, dass hier die hydrometeorologischen Bedingungen stärker wirksam sind.

#### 4.2 Zum Zusammenhang zwischen Bootstyp, BAK-Wert und Gewässern

Unterschieden wurde hier nach Segelboot, Motorboot, Angelboot (in der Regel muskelkraftbetrieben), Paddelboot (Faltboot); unter „Sonstigem“ verbergen sich z.B. Luftmatratzen oder nicht näher beschriebene Wasserfahrzeuge.



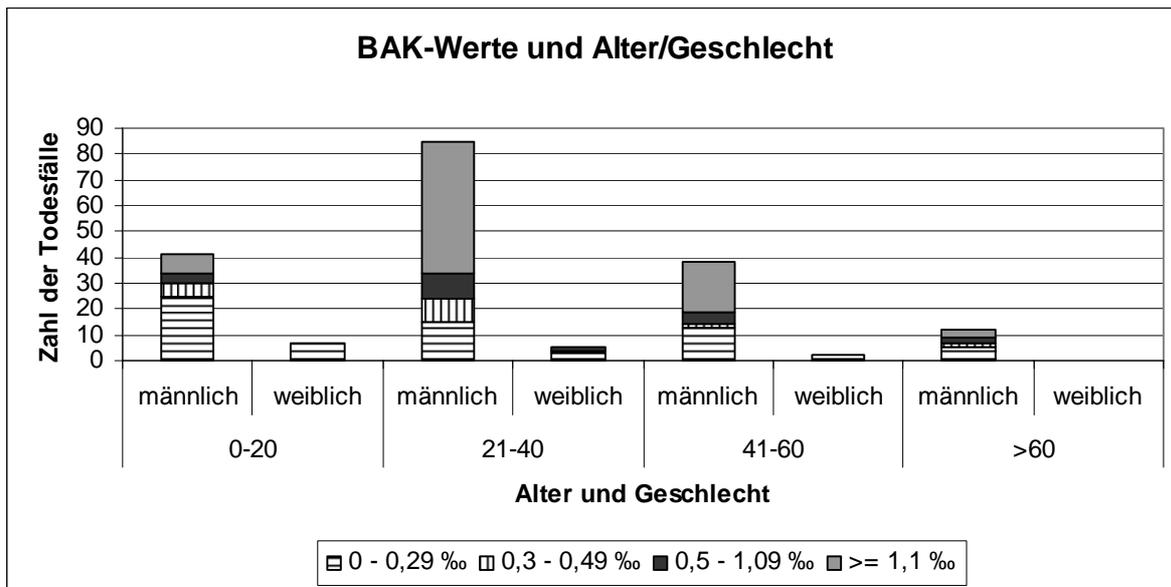
**Abbildung 2:** Gegenüberstellung von Bootstyp, BAK-Wert und Gewässertyp (Datenquelle: LUSTIG 2004, Anhang 1; eigene Bearbeitung)

Auffällig ist, dass insbesondere auf den Seewasserstraßen (Ostsee und Boddengewässer) der Anteil nicht oder schwach alkoholisierter Unfallopfer höher ist als auf den Binnengewässern. Weiterhin wird deutlich, dass bei Seglern und Paddlern der Anteil mittelstark, aber insbesondere stark alkoholisierter Opfer (> 1,1 ‰) deutlich geringer ist als bei Motorbootfahrern und besonders Anglern – diese verbergen sich häufig auch unter „sonstigen Fällen“.

#### 4.3 Zusammenhang zwischen BAK-Wert und Alters- und Geschlechterverteilung

Es fällt auf, dass männliche Unfallopfer in allen Altersgruppen deutlich überrepräsentiert sind. Das ist wohl damit zu erklären, dass die einzelnen Wassersportarten, aber insbesondere das Angeln, eine typische Männerdomäne waren oder noch sind. In der Gruppe bis 20 Jahre sind viele Kinder enthalten, die nicht alkoholisiert gewesen sein dürften und z.B. Opfer

missglückter Republikfluchtversuche waren. Doch bereits in dieser Altersgruppe treten einzelne Fälle von stark alkoholisierten männlichen Jugendlichen auf. In der Gruppe von 21-40 Jahren dominieren gar BAK-Werte von >1,1 ‰. Die Fälle von nicht oder schwach alkoholisierten Opfern sind eindeutig Seglern oder Paddlern zuzuordnen. Ähnlich – wenn auch in geringeren Häufigkeiten – sieht es in der höheren Altersgruppe bis 60 Jahre aus. Der Anteil von nicht alkoholisierten Verunfallten liegt hier etwas höher, auch hierunter verbergen sich vorwiegend Segler. Selbst in der letzten Altersgruppe traten einzelne Fälle von starker Alkoholbeeinflussung auf; hier sind allerdings weibliche Opfer nicht mehr vertreten.



**Abbildung 3:** Gegenüberstellung von Alter, Geschlecht und BAK-Wert (Datenquelle: LUSTIG 2004, Anhang 1; eigene Bearbeitung)

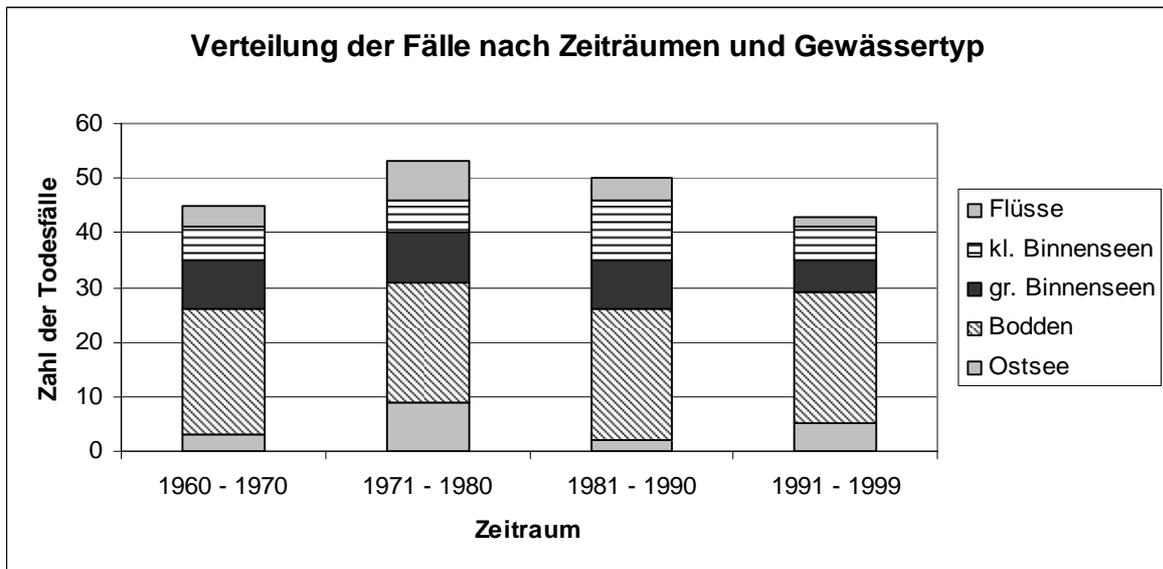
#### 4.4 Zur regionalen Verteilung der Fälle in einzelnen Zeitabschnitten

Der berücksichtigte Zeitraum wurde in Gruppen geteilt; weiterhin wurde eine nochmalige Unterteilung der Seegewässer in Ostsee und Boddengewässer vorgenommen, die sich von den nautischen Gegebenheiten unterscheiden, und bei den Binnenseen eine Unterteilung in Großseen (z.B. Müritzer See, Fleesensee, Kummerower See usw.), kleineren Binnenseen sowie Flüssen (hier nur Peene) vorgenommen.

Insgesamt fällt auf, dass für den Zeitraum ab 1990 nach einem Maximum in den 1970er Jahren die Fallzahlen scheinbar deutlich sinken, obwohl der Sportbootverkehr nach 1990 aber angestiegen ist. Doch hatte sich die Praxis, jede Fundleiche zu obduzieren, geändert: Nur noch bei Verdacht einer Straftat oder ausnahmsweise auch aus Versicherungsgründen wurde eine Leichenöffnung angeordnet, was die Zahl der registrierten Fälle deutlich senkte.

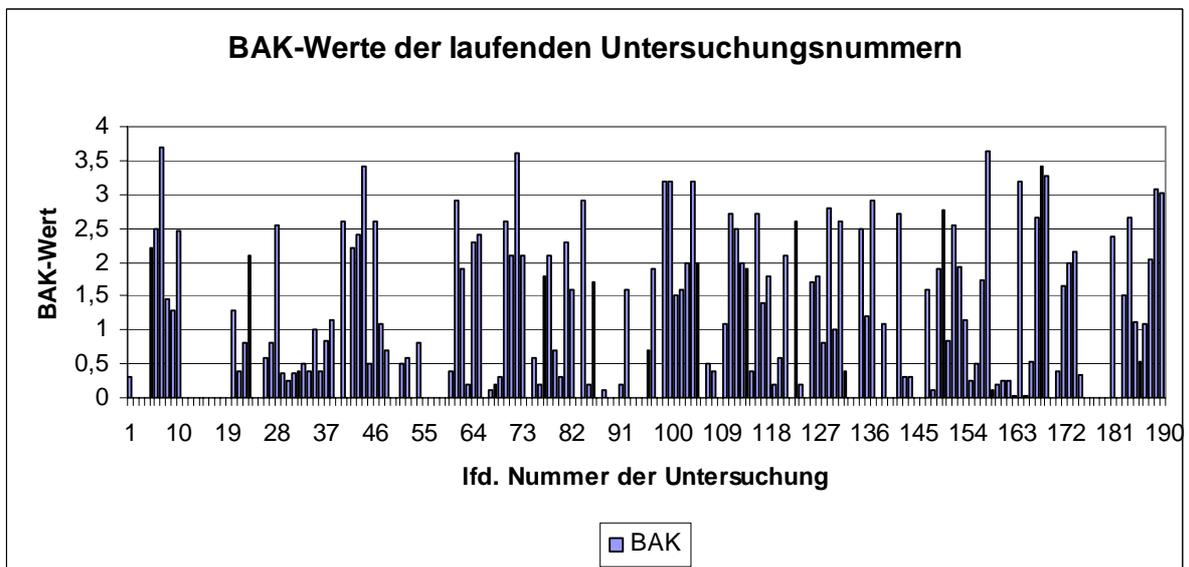
Für die Ostsee ist auffällig, dass hier der Zeitraum zwischen 1971 und 1980 deutlich überrepräsentiert ist. Das liegt vorwiegend an der Zahl der (missglückten) Republikfluchten, weniger an typischen Sportbootunfällen. Davor ist die Zahl der Sportboote auf der Ostsee ohnehin geringer gewesen; für den Zeitraum danach dürften die restriktiven Kontrollen der Grenzen Fluchtversuche vorab vereitelt haben. Das spätere Wiederanstiegen der Fallzahlen für die Ostsee dürfte der freien Befahrbarkeit der Küstengewässer und dem Ansteigen des Sportbootverkehrs zugeordnet werden. Die Boddengewässer spielen insgesamt wegen der

vermeintlichen Geschütztheit (und der daraus resultierenden Risikobereitschaft) und des hohen Sportbootaufkommens die dominierende Rolle.



**Abbildung 4:** Gegenüberstellung von Fallzahlen und Gewässertyp (Datenquelle: LUSTIG 2004, Anhang 1; eigene Bearbeitung)

#### 4.5 Zur Entwicklung der gemessenen BAK-Werte



**Abbildung 5:** Entwicklung der bestimmten BAK-Werte mit der laufenden Nummer der Untersuchung (beginnend 1960, bis 1999) (Datenquelle: Lustig 2004, Anhang 1; eigene Bearbeitung)

Der Verlauf aller über den erfassten Zeitraum (laufende Nummerierung ab 1960) gemessenen Werte lässt eine starke Streuung erkennen. Hinter größeren Lücken verbergen sich nicht etwa Jahre, in denen weniger Alkohol getrunken wurde, vielmehr sind hier Unfälle enthalten, bei denen z.B. ganze Familien bei Versuch, die DDR über die Ostsee zu verlassen, ums Leben kamen (und natürlich nicht alkoholisiert waren). Weitere Minima sind durch Sport-

bootunfälle mit Familienbesatzungen und als Einzelfall des Sinkens eines mit Jugendlichen überbesetzten Bootes im Grabow zu erklären.

Auffallend ist, dass BAK-Werte deutlich über 3 ‰ immer schon aufgetreten sind, aber in der Gruppe „männlich, 20 – 40 Jahre“ mit 6 Fällen und in der Altersgruppe darüber mit 4 Fällen präsent sind, in der Gruppe unter 20 auch schon mit einem Fall. Bemerkenswert ist dies insofern, dass ein Überleben, oder gar ein mehr oder weniger aktives Handeln mit diesen BAK-Werten nur bei jahrelangem „Training“ möglich ist.

Insgesamt sind die gemessenen BAK-Werte bei einem Regressionskoeffizienten von 0,15 mit zunehmender Fallnummer (und damit bis zum Endzeitpunkt der Untersuchung) leicht ansteigend. Das deutet darauf hin, dass das Phänomen alkoholbedingter Sportbootunfälle sich in der Zukunft verschärft und damit auch repressivere Maßnahmen begründet werden.

## **5 Diskussion der Ergebnisse und Fazit**

Das Datenmaterial bis 1990 zeichnete ein nahezu vollständiges Bild der Situation: Jeder (auch im Wasser aufgetretene) Leichenfund wurde einer Untersuchung unterzogen, bei der stets auch die BAK-Werte ermittelt wurden. Nach 1990 erfolgte nicht mehr in jedem Fall eine Untersuchung – das ergab sich aus den neuen rechtlichen Rahmenbedingungen und aus Kostengründen. Dadurch dürfte das Bild des tatsächlichen Unfallaufkommens durchaus anders aussehen, als es die verschlechterte Datenlage darzustellen erlaubt.

Durch die Bearbeitung der Daten wurden diese mehrfach „gefiltert“, woraus sich Unsicherheiten insbesondere für die Interpretation ergeben:

- Qualität der Aufklärung des Unfallhergangs durch die ermittelnden Behörden, insbesondere wenn keine Zeugen vernommen werden konnten und Spuren etwa an einem Boot nicht untersucht werden konnten, Dunkelziffer bei Republikfluchtsfällen
- Aufnahme der Angaben in das Obduktionsregister (Generalisierung der Angaben notwendig)
- Weiterbearbeitung für die erste Auswertung; notwendige Korrekturen, insbesondere zu Bootstyp und Unfallhergang
- Zuordnung von Unfallort, insbesondere in Seegewässern und bei Opfern mit mitunter monatelangen Verweildauern und großen Entfernungen zwischen angenommenem Unfallort und Fundort.

Insgesamt ist zu konstatieren, dass Alkohol im Wassersport in unterschiedlichem Maße vertreten war. Während sich die Aktiven in mehr sportorientierten Arten wie Paddeln und Segeln im Alkoholkonsum eher zurückhalten, waren Angler und Motorbootfahrer (auch die Opfer mit „sonstigen“ Wasserfahrzeugen dürften mit großer Wahrscheinlichkeit darunter zu zählen sein) überdurchschnittlich stark vertreten. Das bereits früher und oft auch heute noch vorherrschende Muster von Straßenverkehrsunfallopfern „männlich, 20-30, alkoholisiert“ ist auch in dieser Studie wiederzufinden.

In der Regel handelte es sich – soweit zu rekonstruieren – um aus nautischer Sicht relativ simple Unfälle. Viele der Fälle „Sturz ins Wasser“ haben mit dem Sport nichts zu tun, sondern mit alkoholbedingten Koordinationsstörungen und/oder dem Unvermögen der Mitfahrer (sofern vorhanden und selbst noch handlungsfähig), den Verunfallten wieder an Bord zu

nehmen. Auch die Kenterunfälle sind keineswegs in allen Fällen auf alkoholbedingtes Fehlverhalten zurückzuführen, sondern häufig auf die Wahl von Fahrzeugen, die den natürlichen Gegebenheiten der Gewässer nicht angepasst waren. Daneben könnte allerdings im einen oder anderen Fall bei der Entscheidung, die Fahrt doch noch zu beginnen, Alkohol eine Rolle gespielt haben.

Dennoch: Wenn man versucht, sich in die Situation, die an Bord zum Zeitpunkt des Unfalls geherrscht haben muss, hineinzusetzen, so sind die Ergebnisse der Arbeitsgruppen um HOWLAND und RITZ-TIMME (vgl. Kapitel 2.1) nachvollziehbar, auch wenn es sich hierbei um Untersuchungen in der Berufsschiffahrt handelte. Als Schwerpunkte für die Sportschiffahrt sind vor allem zu sehen:

- gesteigerte Risikobereitschaft (beginnend mit der Entscheidung, die Fahrt zu beginnen, und endend mit der Frage, diese vor Eintritt eines Unfalls abubrechen)
- mangelnde Sorgfalt (Sicherheitsaspekte, Notfallmanagement, Zustand des Bootes und der Mannschaft)
- Situationsanalyse (falsches Einschätzen von Gefährdungspotenzial, z.B. von Gewitterfronten oder Wind und Wellen)
- Unmöglichkeit, auf unvorhergesehene Situationen zu reagieren (Person-über-Bord-Fall, Mastbruch, Motorschaden o. ä.)

Allerdings ist aus den analysierten Fällen kaum erkennbar, dass das Problemfeld Missachtung von Schifffahrtsvorschriften – wenn man vom Ignorieren der Null-Promille-Reglung in der DDR einmal absieht – relevant war. Jedoch sollte hier beachtet werden, dass z.B. in den 1960er Jahren die Verkehrsdichte durch die weitaus geringere Zahl von Sportbooten deutlich geringer war und damit – insbesondere auch auf kleinen Binnenseen – die Gefahr einer Kollision von Sportbooten untereinander kaum bestand.

Nicht vergessen werden darf, dass diese Punkte auch in Fragen emotionaler Grenzsituationen (und nicht etwa von alkoholbedingtem Fehlentscheiden) relevant gewesen sein könnten. Das betrifft (vielleicht wenig alkoholisierte) Mitfahrer, die bei Eintritt des Unfalls hilflos waren genau so wie den Familienvater, der aus purer Verzweiflung über die politische Situation in der DDR unbewusst oder vielleicht sogar bewusst das Wagnis einging, mit Familie und (völlig ungeeignetem) Faltboot die Flucht über die Ostsee zu wagen.

Nach Ansicht von STADLER (2011, S. 50) wird an Bord nicht mehr oder weniger Alkohol getrunken als in der gewohnten Wohnumgebung. Für die analysierten Fälle wurde deutlich sichtbar, dass die meisten Unfälle mit durch eine Alkoholisierung der Leute an Bord – und zwar deutlich über dem Grenzwert der absoluten Fahruntüchtigkeit von 1,1 ‰ BAK – verursacht wurden oder in ihren Folgen durch alkoholbedingtes Fehlverhalten dramatisiert wurden. Dabei ist ein heute durchaus häufiger Unfalltyp (Kollision mit anderen Wasserfahrzeugen oder Hindernissen) gar nicht vertreten gewesen.

Auch die jüngeren Unfallstatistiken bzw. Sprüche der Seeämter (z.B. der Wasser- und Schifffahrts-Direktion Nord in Kiel unter [http://www.wsv.de/wsd-n/Schiff-WaStr/Schiffahrt/Seeamt/Sprueche\\_der\\_Seeaemter.html](http://www.wsv.de/wsd-n/Schiff-WaStr/Schiffahrt/Seeamt/Sprueche_der_Seeaemter.html)) zeigen deutlich, dass einerseits der Alkohol als Unfallursache weiterhin eine wichtige Rolle spielt (das ist auch schon durch die positive Regression der BAK-Werte der analysierten Fälle angedeutet worden) und darüber hinaus die Folgen in Form der Unfälle oder Beinahe-Unfälle weitaus vielgestaltiger sind,

da die Verkehrsdichte auf dem Wasser stark zugenommen hat und noch weiter zunehmen wird. Insofern ist verständlich und zu begrüßen, dass die aus medizinischer Sicht erwie-  
nermaßen sinnvollen Grenzwerte auch durchgesetzt werden. Die Arbeit der Kontrollbehör-  
den – auch wenn sie für die Sportbootfahrer eine vermeintliche Plage darstellen – ist daher  
notwendig, zumal inzwischen auch verlässliche Analysemethoden zur Verfügung stehen.  
Allerdings scheint auch notwendig zu sein, die Prävention weiter auszudehnen, selbst wenn  
man dadurch nicht alle gesellschaftlichen Gruppen erreichen sollte. Als wichtige Partner sind  
die Sportverbände auszumachen, wohlweislich der Tatsache, dass die Zahl der unorgani-  
sierten Wassersportler weiter zunimmt. Kampagnen wie gegen Doping und Drogen sollten  
auch auf das Thema Alkohol ausgedehnt und vor allem aus den Vorständen der Spitzenver-  
bände bis in die einzelnen Vereine konkretisiert werden. Eine Zusammenarbeit mit der Was-  
serschutzpolizei sollte hier selbstverständlich sein und kontinuierlich ausgebaut werden. Als  
ebenso notwendig ist ein Überdenken möglicher Hauptsponsoren zu sehen – ein Hersteller  
alkoholischer Getränke sollte dies nicht automatisch und ohne Nachfrage sein.  
Als weitere Zielgruppe sind die Tourismusverbände anzusprechen – durch sie erfolgen  
Imagekampagnen für Tourismusregionen. Natürlich sind dafür potente Sponsoren notwendig  
(wie auch im Sport), aber eine zielsichere Auswahl der Sponsoren, die mit den Grundsätzen  
des selbst gewählten Images bzw. Labels als Gesundheitsland vereinbar sind, sollte hier  
ebenfalls selbstverständlich sein.

## **6 Quellenverzeichnis**

### **a) gedruckte Quellen:**

**BECK, W.-D.; LÖHLE, U.** (2008): Fehlerquellen bei polizeilichen Messverfahren. Bonn:  
Deutscher Anwalt Verlag.

**BIELEFELD, M.** (2010): Auf Streife. In: Yacht 8/2010, S. 36 – 41.

**BRENNER-HARTMANN, J.** (2007): Studien zur Fahreignung. In: **MADEA, B.; MÜSHOFF, F. & BERGHAUS, G.** (Hrsg.): Verkehrsmedizin. Köln: Deutscher Ärzte-Verlag. (S. 154 – 160).

**ESSIG, R.-B.** (2011): Besanschot an! In: Yacht 1/2011, S. 46 – 51.

**FERNER, W.; XANKE, P.** (2006): Alkohol und Drogen im Straßenverkehr. Messverfahren, Bußgeldverfahren, Strafverfahren. Köln: Deubner Verlag.

**FORSTER, B.; JOACHIM, H.** (1975): Blutalkohol und Straftat. Stuttgart: Thieme Verlag.

**GRÜTTERS, G.; REICHEL, J. A.; RITZ-TIMME, S.; THOME, M.; KAATSCH, H. J.** (2003): Beeinträchtigung der Sicherheit im Schiffsverkehr durch Alkohol-Einfluss auf das Visuelle System. In: Der Ophthalmologe 5/2003. S. 391 – 395.

**HANKE, H.** (2005): Seemann, Tod und Teufel. Rostock: Hinstorff-Verlag.

**HOWLAND, J.; ROHSENOW, D. J.; COTE, J.; GOMEZ, B.; MANGIONE, Th. W.; LARAMIE, A. K.** (2001): Effects of low-dose alcohol exposure on simulated merchant ship piloting by maritime cadets. In: Accident Analysis and Prevention 33 (2001), S. 257 – 265

**KOYUNCU, A.** (2000): Die forensische Begleitstoffanalyse. Rechtsmedizinische und juristische Aspekte der Nachtrunk- und Schuldfähigkeitsbeurteilung. Inaugural-Dissertation Universität Würzburg.

**LIGNITZ, E.; SCHMIEDEBACH, H.-P.** (2000): Zur Entstehungsgeschichte von "Alcotest" Die Teilung Deutschlands und die Redlichkeit wissenschaftlicher Arbeit. In: Blutalkohol 37, S. 4 – 17.

**LOSCHER, J.** (1961): Über den Einfluss von Äthylalkohol auf die Kinetik des Lichtreflexes der menschlichen Pupille. Inaugural-Dissertation Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifwald.

**LUSTIG, M.K.** (2004): Sportbootunfälle – eine kasuistische Studie. Inaugural-Dissertation Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifwald.

**NIEDERGESÄß, G.** (1961): Über den Einfluss von Äthylalkohol auf den Frequenzgang der horizontalen Folgebewegungen des menschlichen Auges. Inaugural-Dissertation Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifwald.

**REICHEL, J. A.; GRÜTTERS, G.; RITZ-TIMME, S.; GRÜTTERS, M.; KAATSCH, H. J.** (2003): Beeinträchtigung der Sicherheit im Schiffsverkehr durch Alkohol. In: Der Ophthalmologe 5/2003. S. 396 – 401.

**RITZ-TIMME, S.** (2007): Besonderheiten im Schiffsverkehr. In: Madea, B.; Mußhoff, F. & Berghaus, G. (Hrsg.): Verkehrsmedizin. Köln: Deutscher Ärzte-Verlag. (S. 635 – 638).

**RITZ-TIMME, S.; THOME, M.; GRÜTTERS, G.; GRÜTTERS, M.; REICHEL, J. A.; BILZER, N.; KAATSCH, H. J.** (2005): What shall we do with the drunken sailor? Effects of alcohol on the performance of ship operators. In: Forensic Science International 1/2006, S. 16 – 22.

**STADLER, M.** (2011): Da gelten andere Regeln. In: Yacht 1/2011, S. 50.

#### **b) Internetquellen** (Zugriff am 11.05.2011)

[http://www.blutalkohol-homepage.de/ba\\_grenz.shtml](http://www.blutalkohol-homepage.de/ba_grenz.shtml)

<http://www.gerichtsentscheidungen.berlin-brandenburg.de/jportal/?quelle=jlink&docid=JURE090024206&psml=sammlung.psml&maxtrue&bs=10>

<http://www.wsv.de/wsd-n/Schiff-WaStr/Schiffahrt/Seeamt/index.html>

[http://www.wsv.de/wsd-n/Schiff-WaStr/Schiffahrt/Seeamt/Sprueche\\_der\\_Seeamter.html](http://www.wsv.de/wsd-n/Schiff-WaStr/Schiffahrt/Seeamt/Sprueche_der_Seeamter.html)

<http://www.elwis.de/Schiffahrtsrecht/index.html>

**Anschrift der Autoren:**

Dr. phil. Ralf Scheibe  
Ernst-Moritz-Arndt-Universität  
Institut für Geographie und Geologie  
Wirtschafts- und Sozialgeographie  
Makarenkostraße 22  
D – 17487 Greifswald  
ralf.scheibe@uni-greifswald.de

OMR Prof. (em.) Dr. med. habil. Ernst Scheibe  
Stellingstraße 3  
D – 17489 Greifswald

## Ostseestrategie und Tourismus

Rainer KOSMIDER

### 1 Der Tourismus in der Ostseestrategie

Dass sich die EU mit der Ostsee befasst, ist nicht neu. Dass es dabei auch um Tourismus geht, ebenfalls nicht. Schon im Rahmen der 1996 als Reaktion auf die Übergangsprozesse in den Mittel- und Osteuropäischen Staaten entstandenen, sogenannten "Ostseeinitiative" der EU wurde die Entwicklung des Tourismus in den künftigen Beitrittsstaaten, insbesondere der Küstenländer, hervorgehoben<sup>1</sup> (vgl. EUROPÄISCHE KOMMISSION 1996). Auch in anderen Gremien des Ostseeraumes und in auf diesen Raum bezogenen Aktionsplänen befasste man sich zu jener Zeit u. a. mit dem Tourismus, meist unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit (vgl. BALTIC 21 TOURISM GROUP 1998), mit Blick auf das „kulturelle Erbe“ sowie den Bau von Marinas (vgl. BREITZMANN 1998). Das touristische Potenzial des Ostseeraumes steht außer Frage. Nicht nur vor diesem Hintergrund, sondern auch infolge der Aufwertung des Tourismus durch den mit dem Lissabon-Vertrag neu eingefügten Art. 159 AEUV (Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union) war die Aufnahme des Tourismus in den Aktionsplan zur EU-Ostseestrategie naheliegend.

Die Ostseestrategie (vgl. u. a. GD REGIO) selbst besteht aus einer Mitteilung (EUROPÄISCHE KOMMISSION 2009a), einem Aktionsplan (Stand Dez. 2010; EUROPÄISCHE KOMMISSION 2009b) sowie einem Arbeitspapier für Koordinatoren („Guidance to the priority area coordinators“; EU o. J.). Der Aktionsplan ist das für die Umsetzung zentrale Dokument, er benennt insgesamt 15 Politikfelder als Handlungsebenen, die als Schwerpunkte (Priority Areas) bezeichnet werden, und etwa 75 strategische, kooperative und horizontale Aktionen. Natürlich stellt der Tourismus nur einen kleinen Ausschnitt des Aktionsplanes dar, der es zudem zu einer eigenen „Hausnummer“ nicht geschafft hat, sondern sich im Aktionsplan in der Priorität 12 den Platz mit den Themen Bildung und Gesundheit teilen muss. Das war nicht von Anfang an so, aber wohl der gewollten Straffung des Aktionsplanes geschuldet und tut der Sache keinen Abbruch. So gesehen handelt es sich tatsächlich um 17 Schwerpunkte. Die strategischen Maßnahmen beschreiben als besonders wichtig angesehene Ziele. Die kooperativen Maßnahmen basieren auf Vorteilen, die sich aus einer verbesserten Zusammenarbeit ergeben sollen, zwei davon betreffen in der Priorität Tourismus, kurz gefasst, die Entwicklung einer nachhaltigen Tourismusstrategie für den Ostseeraum<sup>2</sup> und die Netzwerkbildung<sup>3</sup>. Strategische und kooperative Maßnahmen beziehen

---

<sup>1</sup> Ziff .3.2.4.: „The Commission will continue to support promotional activities for tourism which is an important source of foreign exchange, particularly on the eastern seaboard. The countries will wish to ensure that the natural environment is protected as tourism develops“.

<sup>2</sup> Text (Stand Dezember 2010): *“Highlight and optimise the sustainable tourism potential”* of the Baltic Sea Region by establishing an environmentally-friendly tourism strategy at the level of the Baltic Sea

sich auf fast alle Schwerpunkte und werden ihrerseits durch derzeit rund 93 Flagship-Projekte konkretisiert, denen Beispielcharakter zukommt und von denen vier direkt dem Tourismus zuzuordnen sind. Die am Ende des Aktionsplanes aufgeführten horizontalen Aktionen (zurzeit 14) betreffen Querschnittsthemen (zum Beispiel Raumplanung, Identitätsbildung, Governancestrukturen). Hier gibt es auch Bezugspunkte und Wechselwirkungen zum Tourismus, da es im Bereich der horizontalen Aktion „Aufbau einer regionalen Identität“ der Sache nach u. a. um die Vermarktung der Region geht.

Weil es sich bei der Ostseestrategie um ein EU-Dossier handelt, sind die Nicht-EU-Staaten des Ostseeraums wie insbesondere Russland formal nicht einbezogen. Diese Lücke soll nach den Vorstellungen des EUROPÄISCHEN RATES (2008, Punkt 59, S. 18) über die Politik der Nördlichen Dimension geschlossen werden<sup>4</sup>. Für den Tourismus ist dabei die Northern Dimension Partnership on Culture von Bedeutung. Hier geht es vor allem um die Förderung der Cultural and Creative Industries (Nähere Informationen auf der NDCP-Website), ein Bereich, der für den Tourismus mittelbar oder unmittelbar eine große Rolle spielt und auf den in der Priorität 12 des Aktionsplanes zur Ostseestrategie auch Bezug genommen wird (presentation of the issue). Im Memorandum of Understanding zur Gründung der Northern Dimension Partnership on Culture, das am 21.5. 2010 in St. Petersburg gezeichnet wurde, heißt es, dass im Rahmen der Partnerschaft maßgeschneiderte Angebote im Kulturtourismus einschließlich zielgerichteter Marktstudien entwickelt werden sollen<sup>5</sup>. Die Politik der Northern Dimension, operationell im Rahmen der verschiedenen Partnerschaften, bietet somit theoretisch den Vorteil, auf dieser Strecke Russland als nicht EU-Ostseeanrainer einzubeziehen; inwieweit dies allerdings auch praktisch vor Ort funktioniert, bleibt abzuwarten.

## 2 Ostseestrategie, Tourismus und Mecklenburg-Vorpommern

Für Mecklenburg-Vorpommern war nicht nur die Entwicklung der Ostseestrategie als solche von großer Bedeutung, sondern in diesem Rahmen insbesondere auch der Tourismus. Mecklenburg-Vorpommern ist in Deutschland im maritimen Tourismus die führende Region. Es bedarf keiner besonderen Hervorhebung, dass der Ostseeraum für Mecklenburg-

---

Region (including Russia). This strategy could include the harmonisation of standards, the development of similar projects in different regions, joint marketing of the region and cooperation on projects.

<sup>3</sup> Text (Stand Dezember 2010): *“Network and cluster stakeholders of the tourism industry and tourism education bodies”* based on the ongoing activities started with the first Baltic Sea Tourism Summit in October 2008. At the *second Baltic Sea Tourism Forum in Vilnius in September 2009 it was decided to continue this process on an annual basis, with the next forum being hosted by Kaliningrad Region in autumn 2010. Six future fields of intensified cooperation, among them common promotional activities, the creation of a common internet platform and the development of Baltic Sea Region products and services have been agreed on.*

<sup>4</sup> Schlußfolgerungen des Europäischen Rates vom 14.12.2007: "Without prejudice to the integrated maritime policy, the European Council invites the Commission to present an EU strategy for the Baltic Sea region at the latest by June 2009. This strategy should inter alia help to address the urgent environmental challenges related to the Baltic Sea. The Northern Dimension framework provides the basis for the external aspects of cooperation in the Baltic Sea region".

<sup>5</sup> Zur Partnerschaft und zum Memorandum (Text) siehe weiterführende Links auf der Seite des Institutes für Russland und Ost-Europa [http://www.rusin.fi/en/northern\\_dimension\\_cultural\\_partnerships](http://www.rusin.fi/en/northern_dimension_cultural_partnerships) [letzter Zugriff 08.03.2011].

Vorpommern allein auf Grund seiner geografischen Lage eine herausragende Rolle spielt. Die Zusammenarbeit im Ostseeraum besitzt Verfassungsrang (Art.11 der Landesverfassung). Investitionen, Außenhandel, Verkehr, Umweltschutz, Technologie, Bildung und Wissenschaft sind nur einige Bereiche, in denen Mecklenburg-Vorpommern vom Ostseeraum profitiert bzw. sich dem Land Chancen bieten. Insofern bietet die Ostseestrategie dem Land viele Vorteile und Ansätze, die freilich genutzt werden müssen (Einzelheiten in KOSMIDER 2010, S. 7ff.). Das rechtfertigt und erfordert, dass das Land sich aktiv in die Erarbeitung der Ostseestrategie eingebracht hat und ebenso engagiert an der Umsetzung des Aktionsplanes mitwirkt.

Der politische Mehrwert der Ostseestrategie selbst ist darin zu sehen, dass sie neben ihrer bewusstseinsbildenden Funktion und der Schaffung einer politischen Agenda einen starken Impetus darstellt und dadurch eine gewisse Trägheit innerhalb der Region überwunden wird. Die Heterogenität der unübersehbaren Vielzahl der Akteure, deren unterschiedliche Kompetenz und Transparenz, Interessenunterschiede und ein gelegentlich zu beobachtendes Konkurrenzdenken und damit verbundene mangelnde Zusammenarbeit führen dazu, dass übergreifende gemeinsame Ansätze aus dem Raum heraus mitunter schwierig, wenn nicht in Einzelfällen unmöglich sind (vgl. KOSMIDER 2011, S.154; ähnlich: JOENNIEMI 2010 und BENGTTSSON 2009). Eine alle Stakeholder integrierende Struktur im Ostseeraum, die einerseits ausreichend demokratisch legitimiert und andererseits operativ funktionsfähig ist, und durch die eine Strategie für die gesamte Makroregion hätte initiiert, entwickelt und implementiert werden können, ist nicht vorhanden. Indem die Kommission das Heft des Handelns in die Hand genommen hat, hat sie der Ostseeregion aus europäischer Sicht eine Rolle sowie eine politische Agenda gegeben. Die Region hat in doppelter Hinsicht bekommen, was sie wollte: enge Abstimmung der Inhalte ihrer politischen Agenda und Übertragung von Umsetzungsverantwortung. Umso wichtiger ist, dass die damit verbundene Chance von den Stakeholdern erkannt und real umgesetzt wird.

Die Erarbeitung der Ostseestrategie fand in einer engen Zusammenarbeit mit den Stakeholdern des Ostseeraumes statt, darunter auch Mecklenburg-Vorpommern (vgl. KOSMIDER 2011, S.144ff). Für die Kommission dürfte in der Erarbeitungsphase zunächst ganz praktisch das Bedürfnis im Vordergrund gestanden haben, möglichst viel direkt aus der Region zu erfahren, um die Realitäten abbilden und einen an den tatsächlichen oder vermeintlichen Bedürfnissen orientierten Aktionsplan entwickeln zu können. Insofern konnte sich auch Mecklenburg-Vorpommern einbringen, u.a. über die Mitarbeit in der sog. Informal Baltic Sea Group in Brüssel. Die Kommission führte in Zusammenarbeit mit den Mitgliedstaaten und Regionen im Ostseeraum zu den sich abzeichnenden vier Eckpfeilern der Ostseestrategie sogenannte Round-Table-Konferenzen durch, ferner zwei sogenannte Stakeholder-Konferenzen. Die erste dieser beiden Konferenzen fand in Stockholm, die zweite in Rostock-Warnemünde Anfang Februar 2009 statt. Auch in Mecklenburg-Vorpommern gab es einen intensiven Prozess zur Erarbeitung einer Positionierung des Landes, die Grundlage dafür war, was das Land in Brüssel "einbringen" konnte. Dieser Prozess lässt sich vor allem an der Durchführung von zwei Workshops im Juni und Dezember 2008 in Rostock sowie darauf aufbauenden Positionspapieren vom 25.09.2008 und 30.12. 2008 festmachen (vgl. MV

REGIERUNG). Er trug dazu bei, dass sich einige der Vorschläge des Landes im Aktionsplan wiederfanden, so im Bereich des Tourismus die Aufnahme des vom Land 2008 initiierten Ostseetourismus-Forums (kooperative Aktion 2) oder das AGORA-Projekt des Instituts für Geographie und Geologie, Wirtschafts- und Sozialgeographie der Universität Greifswald (Flagship-Projekt Nr.12.10). Das konnte nur durch eine entsprechend gute Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern sowie des Universitätsinstitutes und zielführende Zuarbeiten der jeweiligen Akteure gelingen. Natürlich beinhaltet die Aufnahme in den Aktionsplan auch eine „Verpflichtung“ zur Umsetzung bzw. Mitwirkung an der Umsetzung der Aktionen.

Nachdem sich nach Vorlage der ersten Entwürfe des Aktionsplanes zur Ostseestrategie im Februar 2009 abzeichnete, dass auch der Tourismus ein Schwerpunkt im Rahmen des Aktionsplanes sein würde, begannen interne Überlegungen für eine Bewerbung als PAC, zumal diese Rolle nach anfänglichen Unklarheiten auch Regionen offenstand. Es muss ehrlicherweise gesagt werden, dass zum damaligen Zeitpunkt kaum konkrete Vorstellungen darüber bestanden, was mit der Aufgabe verbunden sein würde. Es war ein bislang noch ungedeckter Scheck auf die Zukunft der Ostseestrategie im Bereich des Tourismus. Doch bot sich das Thema für Mecklenburg-Vorpommern an und unterstreicht die führende Rolle des Landes im Tourismus. Hinzu kam, dass die Tourismuswirtschaft im Land einen hohen politischen Stellenwert besitzt. Sofort nach der internen Entscheidung zur Bewerbung als Koordinator wurde mit den Vorbereitungen begonnen. Mit der Erarbeitung eines Positionspapieres (Mission Statement) (vgl. dieses und andere Dokumente EU-KOORDINATOR (a)) formulierten die zuständigen Akteure Aufgaben, Selbstverständnis, Grundsätze und praktisches Vorgehen und betraten damit, wie sich später herausstellte, auch auf EU-Ebene im Ostseeraum weitgehend Neuland. Mecklenburg-Vorpommern ist das einzige deutsche Land, das sich neben der Bildungsbehörde in Hamburg als Koordinator angeboten hatte. Auch im Übrigen blieb die Resonanz auf solche Tätigkeiten bei den Regionen und Organisationen im Ostseeraum eher verhalten (Übersicht zur regionalen Beteiligung bei KOSMIDER 2011, S.149).

### **3 Ausgangssituation und Erwartungen**

Die Aufnahme des Tourismussektors in den Aktionsplan und die damit verbundenen Ziele stellen eine gewisse Herausforderung dar, denn der Tourismussektor im Ostseeraum erscheint stark segmentiert und fragmentiert. Matthieu ROEST (2004, S.4) beschrieb bereits 2004 im Tourismus-Report der IKED und des Baltic Development Forums die Situation zusammenfassend wie folgt: „The (*tourism*) industry is marked by a mixture of various institutions and interventions on the one hand and the intensive, un-coordinated actions taken by a myriad of small players on the other. On both the public and the private side, there is a fragmentation of actions and a difficulty to identify and exploit opportunities for major strategic initiatives in the area“. Mit dieser Einschätzung der Situation steht Roest nicht allein (vgl. auch SUTELA/KOSKINEN 2010, LÄHTEENMÄKI/HEINONEN 2010 und NORDIC INNOVATION CENTER 2008) An ihr hat sich bis heute nicht viel geändert. So wurde in einem Workshop des Nordic Innovation Centers zur Situation des nordischen Tourismus im

Juni 2008 in Kopenhagen als eine Schlussfolgerung das Bedürfnis nach einer engeren Kooperation *on the Nordic level* zur Identifizierung gemeinsamer nordischer Möglichkeiten, Stärken und Werte gesehen (vgl. NORDIC INNOVATION CENTER 2008). Hier zeigten sich in der Analyse ähnliche Probleme wie andernorts, nämlich die Notwendigkeit ganzheitlicher Ansätze und abgestimmter Zusammenarbeit. Clusterbildung, höhere Professionalität sowie besserer und innovativer Service stehen dort ebenso auf der to do-Liste wie in der Analyse von ROEST. 2010 schrieb Marcus ANDERSSON (S.61) in einer lesenswerten Untersuchung, die im Rahmen des BaltMetPromo-Projektes erfolgt ist: „In the current situation, a multitude of actors are telling different and uncoordinated stories of the region, which is making long-term reputation management very difficult – if not impossible – of an endeavour“.

Wettbewerbliche und gemeinsame Interessen liegen dicht beieinander, öffentliche und private Finanzierungen sind häufig vermischt, es gibt eine große Zahl von Akteuren auf verschiedenen Ebenen und in zahlreichen Organisationen. Der Ostseeraum stellt sich trotz einiger im Bereich des Tourismus anzutreffender Integrationsansätze als ein Raum mit unzähligen Teil- und Mikroregionen dar, die sich mit jeweils eigenen Konzepten und Marken als Tourismusdestination bewerben. Wer in den einschlägigen Suchmaschinen „Baltic Sea Tourism“ oder ähnliches eingibt, wird dies schnell feststellen und erhält ein erheblich diversifiziertes Gemischtwarenangebot. Zwar gibt es allerlei Ansätze zumindest einer Teilmenge von Stakeholdern und einzelne Netzwerke, sucht man zwischen diesen verschiedenen Ansätzen aber nach Querverbindungen oder gemeinsamen Slogans, ist das Ergebnis nahe Null. Jeder macht seins.

Allerdings gibt es einzelne Netzwerke, die jeweils spezifischen Zwecken und Interessen dienen (Übersicht bei ANDERSSON 2010, S. 12ff.). Eine der im Ostseeraum am längsten bestehenden Initiativen (seit 1984) ist die Baltic Sea Tourism Commission (BTC) (<http://www.balticsea.com/showpage.asp?pageID=2>). Wer unter der Überschrift „Welcome to the Baltic Sea Region“ die Registerkarte „About the Baltic Sea region“ anklickt, gelangt auf eine Google-Karte, in der im wesentlichen Mitgliedsstädte und –tourismusorganisationen sowie einige Carrier hervorgehoben sind. Mecklenburg-Vorpommern ist nicht darunter. BTC veranstaltet u.a. Fachkonferenzen oder nimmt an solchen teil, vermittelt und organisiert Reisen in die Ostseeregion für Journalisten sowie Reiseveranstalter und stellt diverses Informationsmaterial zur Verfügung; Zielmärkte sind u.a. Asien, die USA und Spanien. Die Organisation ist bei den Ergebnissen der einschlägigen Suchmaschinen häufig vertreten; insoweit ist ein relativ hoher Bekanntheitsgrad anzunehmen.

Eine andere Initiative zum Tourismus im Ostseeraum ist „Cruise Baltic“. Dabei handelt es sich um ein Netzwerk von 27 verschiedenen Destinationen im Ostseeraum, darunter auch Rostock. Das Netzwerk wirbt unter dem Motto „10 Countries On A String“ mit dem Slogan „One Sea – Oceans of Adventures“ und versteht sich als Ansprechpartner für Kreuzfahrtanbieter und –operatoren (<http://www.cruisebaltic.com/composite-2.htm>). Die Produktbroschüre enthält Informationen zu den einzelnen Destinationen, die unter verschiedenen thematischen Schwerpunkten im Rahmen einer Kreuzfahrt angesteuert werden. Auch die Hotelgruppe Scandic sowie SAS als internationaler Luftfahrtcarrier sind hier vertreten. U.a. werden ein Branding Film sowie Statistiken und Analysen zur Entwicklung des Kreuzfahrttourismus im Ostseeraum zur Verfügung gestellt.

In den skandinavischen Ländern scheint der Fokus weniger auf den Ostseeraum als Ganzes, sondern auf den nordischen Tourismus ausgerichtet zu sein. So hat sich bspw. das SCANDINAVIAN TOURIST BOARD, eine Gemeinschaftsorganisation der nationalen Tourismusverbände von Dänemark, Schweden und Norwegen zum Ziel gesetzt, Skandinavien und skandinavische Tourismusprodukte in den asiatisch-pazifischen Märkten zu promoten (vgl. <http://www.stb-asia.com/corporate/index.html>). Das NORDIC INNOVATION CENTER (2008) kam im Juni 2008 zu dem Schluss, dass die *Nordic Region* ein führender und nachhaltiger Player in der internationalen Tourismusindustrie ist.

Neben solchen geografisch orientierten Einrichtungen werben auch horizontale Organisationen wie etwa die UNION OF THE BALTIC CITIES für sich und die einzelnen Mitgliedsstädte als Destinationen. So legte die UBC 2008 unter dem Titel „Baltic Sea Region – Perfect Tourism Zone“ eine Bestandsaufnahme nebst Darstellung der touristischen Potentiale zahlreicher Mitgliedsstädte vor und bezeichnete dies im Vorwort als „the great opportunity for us to create the real network of tourism cooperation“.

Gemeinsame touristische Ansätze gibt es nicht nur über Organisationen oder Zusammenschlüsse, sondern auch über Projekte. Hier spielen die vom Institut für Geographie und Geologie, Lehrstuhl für Wirtschafts- und Sozialgeographie der Universität Greifswald initiierten und organisierten Projekte AGORA (<http://www.agora2-tourism.net/>) und YEPAT (<http://www.yepat.uni-greifswald.de/yepat>) eine zentrale Rolle, die jeweils aus Mitteln des Ostseeprogramms finanziert werden und explizite Aufnahme in den Aktionsplan gefunden haben. Weitere touristische Projekte sind z.B. BaltMet Promo (<http://www.baltmetpromo.net/public>), die europäische Route der Backsteingotik (<http://www.eurob.org/>) oder Parks and Benefits (<http://www.parksandbenefits.net/>). Schätzungsweise gibt es derzeit rd. 50 Projekte im Ostseeraum, die sich im Wesentlichen oder unter anderem mit touristischen Aspekten befassen, die Erarbeitung einer Bestandsaufnahme durch den Koordinator ist weit fortgeschritten.

Am weitesten dürfte, jedenfalls vom gedanklichen Ansatz einer gemeinsam auftretenden touristischen Großregion, das Baltic Sea Tourism Forum (BSTF) gehen (vgl. BSFT (c)). Das von Mecklenburg-Vorpommern initiierte Forum fand 2008 in Rostock-Warnemünde, 2009 in Vilnius und 2010 in Kaliningrad statt; das vierte Forum ist vom 17.- 19. Mai 2011 in Sopot/PL geplant. Auf dem Forum in Vilnius verständigte man sich auf einige gemeinsame Schritte wie insbesondere gemeinsame Marktforschung, Entwicklung von neuen internationalen Märkten sowie touristischen Ostseeprodukten und Dienstleistungen, Entwicklung der Infrastruktur sowie gemeinsame Werbeaktivitäten und eine gemeinsame Internetplattform (vgl. BSTF (b)) Wegen seines übergreifenden Ansatzes hat das Tourismusforum Aufnahme in den Aktionsplan zur Ostseestrategie im Rahmen der kooperativen Aktion 2 gefunden.

Die Erläuterungen im Aktionsplan zur Priorität 12 (Tourismus) verhalten sich zu diesem Befund nicht, sondern beziehen sich im Wesentlichen auf den demografischen Wandel, einen Mangel an Dienstleistungen sowie die Abwanderung gut ausgebildeter junger Leute, alles in allem eine Problemlage, die nicht typisch gerade für den Tourismus ist, aber ihn natürlich ebenso wie andere Branchen trifft und möglicherweise die beschriebene Situation noch verschärft.

Umso ambitionierter, aber auch konsequent, erscheint es, dass im Aktionsplan zur EU-Ostseestrategie nicht mehr die touristischen Potenziale der Teilregionen innerhalb des Ostseeraumes im Vordergrund stehen, sondern sich das Tourismuskapitel auf die Entwicklung und Vermarktung des touristischen Potenzials der Ostseeregion als Ganzes bezieht. Das wird in der kooperativen Aktion 1 sehr deutlich zum Ausdruck gebracht: „Highlight and optimise the sustainable tourism potential of the Baltic Sea Region by establishing an environmentally-friendly tourism strategy *at the level of the Baltic Sea Region* (including Russia). This strategy could include the harmonization of standards, the development of similar projects in different regions, *joint marketing of the region* and cooperation on projects”.

Mancher ist mit Blick auf den Aktionsplan gelegentlich versucht zu sagen, dass die ambitionierte Liste von Aktionen, die auf Vorschlägen der Stakeholder beruhen, ein Versuch ist, vielen zu gefallen, aber am Ende möglicherweise zu viele zu frustrieren (vgl. BENGTTSSON 2009, S.6). In der Untersuchung von ANDERSSON (2010, S.60) wird sogar auf der Grundlage einiger Umfragen und Studien hinterfragt, ob und inwieweit es überhaupt eine gemeinsame Ostseeidentität und Sichtbarkeit des Raumes gibt; die Ergebnisse („The few surveys that have been carried out point in the same direction: there is no clear brand image, either internally or externally“) dürften in gewisser Weise das festgestellte Maß an Unabgestimmtheit und Kleinteiligkeit abbilden. Bedenkt man, dass der Aktionsplan einen Prozess in Gang setzen soll, dessen Ende offen ist, so ist es jedenfalls einen Versuch wert, mit neuem Anlauf auch im Bereich des Tourismus gemeinsame Fortschritte zu erzielen. Dass es hierfür Möglichkeiten gibt, zeigen nicht nur die Beispiele von Cruise Baltic oder des Scandinavian Tourism Board, sondern machen auch andere Länder vor. So haben sich die sog. Visegrad-Staaten unter der Marke „European Quartet – One Melody“ zusammengeschlossen und organisieren gemeinsames Marketing ihrer Destinationen (<http://www.european-quartet.com/>). Das Netzwerk ist faktisch darauf angelegt, Touristen aus Überseemärkten, vorzugsweise aus Asien, in den gemeinsamen Raum zu holen und dabei diesen und weniger die zugehörigen Destinationen in den Vordergrund zu stellen.

Allerdings muss ganz klar sein: ohne den wirklichen gemeinsamen Willen, die Tourismusregion Ostsee als *Common Goal* für alle gemeinsam zu entwickeln, zu vermarkten und gemeinsame Standards sowie exzellente Qualität zu gewährleisten und darin einen Mehrwert für alle zu erkennen, ist die hinter dem Aktionsplan stehende Absicht und sind vor allem die kooperativen Aktionen nicht umsetzbar; hierfür muss ein Wandel im kleinteiligen Denken und Darstellen einsetzen. Der Aktionsplan antizipiert, dass das, was er vorsieht, politisch im Ostseeraum gewollt wird. Ob diese Annahme belastbar ist, wird sich nicht nur im Bereich des Tourismus, sondern auch in anderen Prioritäten noch erweisen müssen. Das betrifft alle Ebenen und Akteure. Insofern ist der Aktionsplan Änderungen zugänglich. Was sich als nicht umsetzbar erweist, gleich ob aus mangelndem Willen oder fehlenden Möglichkeiten, muss perspektivisch im Aktionsplan modifiziert oder gestrichen werden. Es ist die Aufgabe des Koordinators, diesen Prozess in dem möglichen Rahmen zu moderieren, anzustoßen und ggf. seinerseits Vorschläge zu machen. Er berichtet auch der Kommission und kann demgemäß entsprechende Akzente setzen, Schwächen darlegen sowie Potenziale und Ergebnisse aufzeigen. Die operative Arbeit ist jedoch Sache der Stakeholder selbst.

#### 4 Handlungsansätze

Sinnvollerweise wird für die Umsetzung des Aktionsplanes in der Tourismuspriorität, insbesondere der beiden kooperativen Aktionen, soweit möglich und sinnvoll an die vorhandenen Ansätze, Strukturen, Organisationen und Projekte angeknüpft, auch wenn es jeweils erhebliche Unterschiede gibt. Faktisch dürften sich unter dem Dach der beiden kooperativen Aktionen und in diesem Zuge der Flagship-Projekte die bisherigen Lösungsansätze sowie weitere Vorschläge unterbringen lassen; politisch geht es, solange der Aktionsplan die Grundlage ist, nicht um das Ziel, sondern den Weg dorthin.

In der Sache dürfte die Erklärung des zweiten Ostseetourismus-Forums in Vilnius zur künftigen Kooperation im Tourismus der inhaltlichen Untersetzung der beiden kooperativen Aktionen schon recht nahe kommen. Mit der Erklärung von Vilnius, die mehrere Handlungsfelder für eine künftige Kooperation beschreibt (vgl. BSTF (b))<sup>6</sup>, werden zum Teil Empfehlungen aus der IKED-Studie von 2004 aufgegriffen. Neben der Clusterbildung und einer engeren Abstimmung der Vertreter der Politik und Tourismusindustrie etwa im Bereich der touristischen Infrastruktur, der Berufsausbildung und des Marketings schlug Roest seinerzeit konkret eine gemeinsame Internetplattform vor, um dem Ostseeraum als Tourismusdestination ein Gesicht zu geben und, damit verbunden, die Etablierung tatsächlicher gemeinsamer Marketingmaßnahmen, eventuell mit einer gemeinsamen Marke, ferner abgestimmte statistische Erhebungen und Analysen zu Angebot und Nachfrage ebenso wie abgestimmte Standards für Aus- und Fortbildung sowie Qualitätssicherung (ebenda S. 35f.). Für ANDERSSON (ebenda, S. 61f.) stehen gemeinsame Botschaften und eine gemeinsame Plattform für Kommunikation und Marketing im Vordergrund; im Tourismus werden neben Kreuzfahrten Städtereisen, Natururlaub sowie Kulturtourismus als denkbare gemeinsame Tourismusprodukte der Region ausgemacht (ebenso SUTELA/KOSKINEN 2010, S. 47 und für nordischen Tourismus: NORDIC INNOVATION CENTER 2008, S. 14f.). Das vierte Baltic Sea Tourism Forum in Sopot greift die Punkte der Vilnius-Deklaration zum Teil erneut auf, um sie sowohl auf fachlicher als auch auf politischer Ebene zu vertiefen (Vorläufiges Programm: <http://bst.tmv.de/index.php?id=10>). Der Sache nach scheint es also hinreichende Gemeinsamkeiten zu geben was zu tun ist, die wesentlichen Punkte finden sich auch in den kooperativen Aktionen wieder. Allerdings dürfte eine Abschichtung der festgestellten Probleme und ihrer Lösungsansätze vorzunehmen zu sein. Denn es gibt einerseits typische gemeinsame Ansätze wie bspw. Abstimmung von Standards, Statistiken und Marketing und andererseits zahlreiche Punkte, die in nationaler oder regionaler Zuständigkeit liegen wie bspw. Ausbau der Infrastruktur, Zugang zu Finanzmitteln oder Ausbildung von Fachkräften. Andererseits muss der sektorale Ansatz in den Flagship-Projekten zum Kulturtourismus sowie zum Tourismus im ländlichen Raum zu gegebener Zeit unter einem gemeinsamen Dach zusammengeführt werden. Dafür könnte das Projekt 12.10 des Instituts für Geographie und Geologie, Lehrstuhl für Wirtschafts- und Sozialgeographie der Universität Greifswald zur Entwicklung einer nachhaltigen Tourismusstrategie sich als Nukleus für über die eigentliche Zielstellung des Projektes hinausgehende Ansätze eignen und mit der thematisch zusammenhängenden

---

<sup>6</sup> Im einzelnen: a common market research concept, the development of new international markets, the development of infrastructure, the development of Baltic Sea region products and services, common promotional activities, a common internet platform

kooperative Aktion 1 einen geeigneten Rahmen bilden. Der Aktionsplan ist im Wesentlichen auf die gemeinsamen Ansätze und den Mehrwert gemeinsamen Handelns angelegt. Im Ergebnis entscheidend ist jedoch, tatsächlich umzusetzen, was wortreich beschlossen wurde und wird.

Mit Blick auf die Akteure, die sich der genannten Themen im möglichen Rahmen annehmen könnten, ist einerseits an vorhandene Organisationen zu denken, aber grundsätzlich auch an Projektstrukturen. Mit Blick auf die festgestellte Situation ist zudem zu berücksichtigen, auf welcher Ebene jeweils welche Entscheidungen sowohl in politischer als auch in wirtschaftlicher Hinsicht getroffen und umgesetzt werden. Insoweit kommen nationale, regionale und lokale Ebenen und Stellen, aber auch geeignete Verbände und Organisationen in Betracht. Auch die supranationale Ebene wie etwa der Ostseerat könnte eine politische Rolle spielen. Auf Ebene der der Tourismuspriorität zugeordneten Flagship-Projekte kommt den jeweiligen Lead-Partnern eine entscheidende Funktion zu.

Mit Blick auf die Vilnius-Erklärung im Rahmen des Baltic Sea Tourism Forum könnte dem BSTF möglicherweise eine entscheidende Rolle zukommen. Allerdings mangelt es dem BSTF bislang vor allem an einer institutionellen und operativen Struktur, die beispielsweise bei der Baltic Sea Commission und Cruise Baltic vorhanden ist. Letztlich ist dies auch eine Frage von Mitgliedsbeiträgen, die bei BTC und Cruise Baltic zu bezahlen sind. Beim BSTF ist mangels einer Mitgliederstruktur auch nicht klar, wie repräsentativ derzeit der Zusammenschluss ist. Diese Frage stellt sich auch bei der BTC. Die BTC verfolgt zwar übergreifende Ansätze für den Ostseeraum, die vor allem in Medienarbeit und organisierten Reisen in den Raum zum Ausdruck kommen und leistet damit einen wichtigen und wahrnehmbaren Beitrag, um dem Raum ein Gesicht zu geben. Andererseits steht auch sie nicht für eine gemeinsame Marke oder ein Branding. Das tatsächliche Angebot scheint mehr auf die Mitglieder ausgerichtet zu sein, weniger auf den Ostseeraum als Ganzes.

Dem Grunde nach gilt das auch für Cruise Baltic, doch dürfte dieses Netzwerk unter Zugrundelegung des Internetauftritts aufgrund der Vielzahl der Mitglieder einerseits schon recht repräsentativ für den Ostseeraum, andererseits aber auch auf den Städtetourismus rund um die Ostsee beschränkt sein. Das Interesse der Mitglieder dieses Netzwerkes besteht vor allem darin, die eigenen Destinationen in Kreuzfahrtrouten einzubinden und den Anbietern Vorschläge für Anläufe und Ausflugs- bzw. Begleitprogramme zu machen. Dabei steht allerdings die Präsentation des gemeinsamen Raumes einschließlich eines gemeinsamen Labels durchaus im Vordergrund. Damit wird dem Aspekt Rechnung getragen, dass natürlich unter einem gemeinsamen Dach jeder seine Destination bewirbt und sich dem Wettbewerb stellen muss. Zu hinterfragen ist u. a., ob und ggf. inwieweit sich Marketing für Kreuzfahrten auf andere Bereiche übertragen lässt; die jeweiligen Zielgruppen und Bedürfnisse dürften sich nicht unerheblich unterscheiden.

Um ein abgestimmtes Vorgehen zu erarbeiten, wird es also noch zahlreiche Gespräche der wesentlichen Stakeholder mit- und untereinander geben müssen, die auf Ebene des Koordinators initiiert werden könnten. Dabei geht es u. a. um das Selbstverständnis der vorhandenen Organisationen und Projektstrukturen mit Blick auf die praktische Umsetzung der Ziele des Aktionsplanes. Es geht darum, wie sich die relevanten Akteure zu dem Vorhaben des Aktionsplanes verhalten wollen und was sie real zur Umsetzung beitragen können und wol-

len. Hier bleiben zunächst die Ergebnisse des Tourismus Forums in Sopot abzuwarten. Unabhängig davon erscheint es aber wichtig, das Thema Tourismus, soweit es um gemeinsame Ansätze geht, auf der politischen Agenda nicht nur zu belassen, sondern auch immer wieder neu zu akzentuieren. So könnte der kommende deutsche Vorsitz im Ostseerat das Thema auf seine Agenda setzen; über den Koordinator könnte hier eine sinnhafte Verbindung erfolgen.

In Hinblick auf die Internetpräsenz des Ostseeraumes lassen sich die vorhandenen Domains, soweit sie übergeordneten Ansätzen zugeordnet sind, möglicherweise in einem ersten Schritt verbinden oder verlinken. Ebenso bietet sich die Seite des EU-KOORDINATORS (vgl. (b)) als Kommunikationsebene an; über die dortige „Get involved“-Funktion kann der Kreis derjenigen, die informiert werden und an der Umsetzung der Ziele des Aktionsplanes mitarbeiten wollen, erweitert werden. Daneben stellt sich die Frage, ob und ggf. welche Untersuchungen und Erhebungen notwendig sind, um Willen, Bereitschaft und Beiträge der Tourismus-Stakeholder im Ostseeraum zu gemeinsamen Aktionen, Produkten und Branding hinreichend herauszufinden. Um eine gemeinsame Marke oder ein gemeinsames Signet zu entwickeln, könnte ein Wettbewerb ausgeschrieben werden. Es wird eine schwierige Herausforderung zu sein, eine einheitliche Marke für den Ostseeraum zu entwickeln, der dann für die einzelnen Sektoren verschiedene Submarken zugeordnet werden könnten.

Im Ergebnis wird es aber nicht nur reicher Wortbeiträge, sondern auch finanzieller Beiträge der Stakeholder bedürfen. Finanzielle Beiträge sind das sichtbarste Zeichen, dass die Stakeholder vom Mehrwert gemeinsamer Herangehensweisen, Produkte und Marketingmaßnahmen überzeugt sind. Die im sog. Mission Statement des Koordinators (STAATSKANZLEI MV 2010) getroffenen Aussagen sind insoweit nach wie vor gültig: „As common interests emerge and hence cooperation is rewarding, activities should be jointly developed and undertaken –notwithstanding competitive reasons, necessitating stakeholders to work for their sole benefit. The achievement of practical results should be the main objective of the implementation process. Success will rely on the commitment of the stakeholders to act and contribute both with regard to content and financing“.

Der Aktionsplan zur EU-Ostseestrategie ist mit Blick auf die zugrunde gelegten Aufgaben noch jung. Der Ostseeraum, aus dem heraus Ostseestrategie und Aktionsplan gefordert wurden, wird sich an den Ergebnissen und dem Maß der eigenen Mitwirkung – nicht an Reden, sondern am Handeln – messen lassen müssen. Der Tourismus bietet gute Voraussetzungen für die Beantwortung der Frage, ob wir gemeinsam mehr erreichen können oder auch weiterhin lieber jeder seins macht.

## 5 Quellenverzeichnis

### a) Literaturquellen

**ANDERSSON, Marcus** (2010): Place Branding and Place Promotion efforts in the Baltic Sea Region – a situation analysis. Studie im Rahmen des BaltMet Promo Projektes. Unter:[http://www.bdforum.org/download/Files/PDFContent/Branding\\_Report\\_BDF\\_Final.pdf.aspx?download=true](http://www.bdforum.org/download/Files/PDFContent/Branding_Report_BDF_Final.pdf.aspx?download=true) [letzter Zugriff 11.03.2011]

**BALTIC 21 TOURISM GROUP** (1998): Agenda 21 – Baltic Sea Region Tourism (=Baltic 21 Series No 7/98). Unter:[http://www.baltic21.org/attachments/report\\_no\\_7\\_98\\_\\_tourism.pdf](http://www.baltic21.org/attachments/report_no_7_98__tourism.pdf) [letzter Zugriff: 11.03.2011]

**BENGTSSON, Rikard** (2009): An EU Strategy for the Baltic Sea Region: Good Intentions Meet Complex Challenges (=European Policy Analysis, Sept. 2009), S. 6  
[http://www.cespi.it/Nuovo%20Sito%20CESPI/GOVMED/Swedish\\_institute\\_rapport\\_baltique.pdf](http://www.cespi.it/Nuovo%20Sito%20CESPI/GOVMED/Swedish_institute_rapport_baltique.pdf) [letzter Zugriff 11.03.2011]

**BREITZMANN, Karl-Heinz** (1998): Die Tätigkeit von Ostseeorganisationen, S. 80 f. In: EU-Erweiterung im Ostseeraum und Kooperationsförderung durch Ostseeorganisationen. (=Beiträge und Informationen aus dem Ostseeinstitut für Marketing, Verkehr und Tourismus an der Universität Rostock, Heft 4)

**EUROPÄISCHE KOMMISSION** (1996): Baltic Sea Region Initiative. Communication from the Commission (SEC/96/0608). Unter [http://aei.pitt.edu/3912/1/000149\\_1.pdf](http://aei.pitt.edu/3912/1/000149_1.pdf) [letzter Zugriff: 10.3.2011]

**EUROPÄISCHE KOMMISSION** (2009a): Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen zur Strategie der Europäischen Union für den Ostseeraum. (248 endg.) Unter: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2009:0248:FIN:DE:PDF> [letzter Zugriff 11.03.2011]

**EUROPÄISCHE KOMMISSION** (2009b): Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen zur Strategie der Europäischen Union für den Ostseeraum: Aktionsplan.(712/2)  
Unter:  
[http://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/docoffic/official/communic/baltic/action\\_17122010\\_de.doc](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/communic/baltic/action_17122010_de.doc) [letzter Zugriff: 11.03.2011]

**EUROPÄISCHER RAT** (2008): Presidency Conclusions. 14 December 2007. Punkt 59, S. 18. Unter:  
[http://www.consilium.europa.eu/ueDocs/cms\\_Data/docs/pressData/en/ec/97669.pdf](http://www.consilium.europa.eu/ueDocs/cms_Data/docs/pressData/en/ec/97669.pdf) [letzter Zugriff: 11.03.2011]

**EU** (o.J.): EU strategy for the Baltic Sea region. Guidance to the priority area coordinators. Unter:  
[http://ec.europa.eu/regional\\_policy/cooperation/baltic/pdf/events/1009\\_warsaw\\_guidance.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/baltic/pdf/events/1009_warsaw_guidance.pdf) [letzter Zugriff 11.03.2011]

**JOENNIEMI, Pertti** (2010): The EU strategy for the Baltic Sea Region – a first step (=Baltic Rim Economies, Feb. 2010), S.33

**KOSMIDER, Rainer** (2010): Die Ostseestrategie der EU und ihre Bedeutung für Mecklenburg-Vorpommern, S. 7 ff. In: Die neue EU-Ostseestrategie und ihre Bedeutung für Mecklenburg-Vorpommern. (= Beiträge und Informationen aus dem Ostseeinstitut für Marketing, Verkehr und Tourismus an der Universität Rostock, Heft 29)

**KOSMIDER, Rainer** (2011): „Leuchtturmprojekte“ und regionale Verantwortlichkeit: Ein neuer Weg zur Weiterentwicklung Europas? In: Eckart D. Stratenschulte (Hrsg.): Das europäische Meer: Die Ostsee als Handlungsraum. Berlin.

**LÄHTEENMÄKI, Jari; HEINONEN, Jarkko** (2010): Finland should dare to take initiative – the strategy for the Baltic Sea Region needs to be concretized (=Baltic Rim Economies, Dez. 2010), S.33

**NORDIC INNOVATION CENTER** (2008): Nordic Innovation in the Tourism Sector. Paper with recommendations from workshop in Copenhagen. Unter: [http://www.nordicinnovation.net/\\_img/tourism\\_workshop\\_copenhagen\\_2008\\_paper.pdf](http://www.nordicinnovation.net/_img/tourism_workshop_copenhagen_2008_paper.pdf) [letzter Zugriff: 10.03.2011]

**ROEST, Matthieu** (2004): Tourism Development in the Baltic Sea Region – Creating Joint Policies as a Win-Win Scenario. Report, Hrsg.: International Organisation for Knowledge Economy and Enterprise Development (IKED) & Baltic Development Forum (August 2004) Executive Overview. Unter: [http://www.bdforum.org/download/Files/publications/Thematic%20Reports/tourism\\_rapport.pdf.aspx?download=true](http://www.bdforum.org/download/Files/publications/Thematic%20Reports/tourism_rapport.pdf.aspx?download=true) [letzter Zugriff 11.03.2011]

**SUTELA, Saara-Sofia; KOSKINEN, Antti** (2010): Increasing tourism in the Baltic Sea Region (=Baltic Rim Economies, Juni 2010), S.47. Unter: [http://www.tse.fi/FI/yksikot/erillislaitokset/pei/Documents/BRE2010/BRE%203-2010/BRE\\_3\\_2010\\_49.pdf](http://www.tse.fi/FI/yksikot/erillislaitokset/pei/Documents/BRE2010/BRE%203-2010/BRE_3_2010_49.pdf) [letzter Zugriff: 10.03.2011]

**STAATSKANZLEI MECKLENBURG-VORPOMMERN** (2010): EU Baltic Sea Region Strategy – Tourism Mission Statement of Mecklenburg-Vorpommern as Priority Area Coordinator. Unter: [http://service.mvnet.de/\\_php/download.php?datei\\_id=15032](http://service.mvnet.de/_php/download.php?datei_id=15032) [letzter Zugriff: 11.03.2011]

**UNION OF BALTIC CITIES UBC (2008)**: Baltic Sea Region – Perfect Tourism Zone. Unter: <http://www.ubc.net/plik,1262.html> [letzter Zugriff 11.03.2011]

## **b) Internetquellen**

### **AGORA**

<http://www.agora2-tourism.net/> [letzter Zugriff 11.03.2011]

### **BALTIC SEA TOURISM COMMISSION (BTC)**

<http://www.balticsea.com/showpage.asp?pageID=2> [letzter Zugriff: 11.03.2011]

### **BALTIC SEA TOURISM FORUM (BSTF)**

(a) Programm: <http://bst.tmv.de/index.php?id=10> [letzter Zugriff: 10.03.2011]

(b) News/Press:

[http://bst.tmv.de/index.php?id=12&tx\\_ttnews%5btt\\_news%5d=13&tx\\_ttnews%5bbackPid%5d=12&cHash=f90c9d70dc](http://bst.tmv.de/index.php?id=12&tx_ttnews%5btt_news%5d=13&tx_ttnews%5bbackPid%5d=12&cHash=f90c9d70dc) [letzter Zugriff 11.03.2011]

(c) Home: <http://bst.tmv.de/index.php?id=2> [letzter Zugriff 11.03.2011]

### **BALTMET PROMO**

<http://www.baltmetpromo.net> [letzter Zugriff 11.03.2011]

### **CRUISE BALTIC**

<http://www.cruisebaltic.com/composite-2.htm> [letzter Zugriff: 11.03.2011]

### **EUROPÄISCHE ROUTE DER BACKSTEINGOTIK**

<http://www.eurob.org/> [letzter Zugriff 11.03.2011]

### **EUROPEAN QUARTET. One Melody**

<http://www.european-quartet.com/> [letzter Zugriff 11.03.2011]

**EU-KOORDINATOR Mecklenburg-Vorpommern** (o.J.): EU- Strategy for the Baltic Sea Region Tourism.

(a) Dokumentenliste:

[http://www.baltic-sea-strategy-tourism.eu/cms2/BSST\\_prod/BSST/en/\\_Downloads/Basic\\_documents/index.jsp](http://www.baltic-sea-strategy-tourism.eu/cms2/BSST_prod/BSST/en/_Downloads/Basic_documents/index.jsp) [letzter Zugriff 11.03.2010]

(b) Website: [http://www.baltic-sea-strategy-tourism.eu/cms2/BSST\\_prod/BSST/en/start/index.jsp](http://www.baltic-sea-strategy-tourism.eu/cms2/BSST_prod/BSST/en/start/index.jsp)

[letzter Zugriff: 11.03.2011]

### **GD Regio**

[http://ec.europa.eu/regional\\_policy/cooperation/baltic/documents\\_en.htm](http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/baltic/documents_en.htm) [letzter Zugriff 11.03.2011]

### **Institut für Russland und Ost-Europa:**

[http://www.rusin.fi/en/northern\\_dimension\\_cultural\\_partnerships](http://www.rusin.fi/en/northern_dimension_cultural_partnerships) [letzter Zugriff 08.03.2011]

**MV REGIERUNG:** [http://www.regierung-mv.de/cms2/Regierungsportal\\_prod/Regierungsportal/de/stk/Themen/Ostseekooperation\\_und\\_regionale\\_Partnerschaften/EU-Ostseestrategie/index.jsp?downloads=1](http://www.regierung-mv.de/cms2/Regierungsportal_prod/Regierungsportal/de/stk/Themen/Ostseekooperation_und_regionale_Partnerschaften/EU-Ostseestrategie/index.jsp?downloads=1) [letzter Zugriff 11.03.2011]

**The Northern Dimension Partnership on Culture (NDPC)** (o. J.):

<http://www.norden.org/en/nordic-council-of-ministers/council-of-ministers/nordic-council-of-ministers-for-culture-mr-k/the-northern-dimension-partnership-on-culture-ndpc> [letzter Zugriff 08.03.2011]

### **PARKS AND BENEFITS**

<http://www.parksandbenefits.net/> [letzter Zugriff 11.03.2011]

### **SCANDINAVIAN TOURIST BOARD ASIA**

<http://www.stb-asia.com/corporate/index.html> [letzter Zugriff 11.03.2011]

### **YEPAT**

<http://www.yepat.uni-greifswald.de/yepat> [letzter Zugriff 11.03.2011]

### **Anschrift des Autors:**

Dr. Rainer Kosmider  
Leiter der Abteilung für Europäische und auswärtige Angelegenheiten  
Staatskanzlei des Landes Mecklenburg-Vorpommern  
Schloßstrasse 2 – 4  
D – 19053 Schwerin  
[rainer.kosmider@stk.mv-regierung.de](mailto:rainer.kosmider@stk.mv-regierung.de)

## Die Identität des Ostseeraums

**Juliane HESS**

Mit dem Fall des Eisernen Vorhangs und der Berliner Mauer ergaben sich völlig neue Möglichkeiten der Annäherung zwischen den Nationen, die das Baltische Meer umgeben. Ein immer dichter gewordenes Kooperationsnetzwerk aus Vertretern der Länder, aus NGOs, verschiedenen Institutionen und vielen anderen Akteuren, das sich seit den 1990er Jahren entwickelte, überschritt die Ländergrenzen und ließ immer mehr Interaktionen zwischen den einst voneinander isolierten Ostseenationen zu. Im Zuge der Entwicklung der Ostseeregion seit den 90er Jahren trat immer häufiger auch der Begriff der regionalen Identität zum Vorschein. Von einer Ostseeidentität, oder auch von einer Identität des Ostseeraums, ist in der Fachliteratur immer wieder die Rede, wobei die Expertenmeinungen über die Existenz einer solchen Identität auseinander gehen. Die Größe des Raums, seine ungenaue Abgrenzung und die schwierige „Messbarkeit“ einer regionalen Identität erschweren allerdings die definitive Beantwortung der Frage, ob der Ostseeraum eine, mehrere oder gar keine Identitäten besitzt oder jemals besitzen wird.

In dieser Betrachtung werden zunächst Expertenmeinungen, verschiedene Umfrageergebnisse zum Thema Ostseeraum und mögliche Identitätsansätze der Großregion dargelegt und bewertet, um die folgenden Fragen zu beantworten:

- Ist ein Zusammengehörigkeitsgefühl zwischen den Ostseeanrainern für eine regionale Identität überhaupt erkennbar?
- Wird der Ostseeraum, sowohl in der Region als auch auf der internationalen Ebene, als Einheit wahrgenommen?
- Welche Images haften an den Ostseenationen und sind diese Images vergleichbar oder gar ähnlich?

### Der Ostseeraum - eine Abgrenzung

Für den einen ist das Meer in unserer Mitte das Tor zum Westen, für die anderen der Schrebergarten auf dem Wasser; ein Seglerparadies; für alle ist die Ostsee ein Farbenkreis, eine Wiege der Ideologien und Ideen, eine einzigartige Stadtlandschaft, eine Region mit magischem Charakter, voller Sagen, Geschichten und Lieder (EICHINGER 2006, S. 24).

Dies sind nur einige charakteristische Bilder der Ostsee und des Ostseeraums, die der Journalist Christoph Neidhart exemplarisch zusammenfasst. Neben der Bezeichnung „Tor oder Brücke zum Westen“ wird die Ostsee außerdem noch als „Westmeer“, in Estland auch als „Westsee“ (Estrnisch: „Läänemeri“), „Fenster zum Westen“ oder beispielsweise in Deutschland als „Tor nach Russland“ bezeichnet. Je nachdem aus welcher Perspektive man das

Meer betrachtet, kommen der Ostsee unterschiedliche Positionen und Bezeichnungen zu (BREITZMANN et al. 2004, S. 31; EICHINGER 2006, S. 24).

Sie ist das Zentrum des Ostseeraums, einer dünn besiedelten, klimatisch eher heterogenen Großregion im Nordosten Europas. Der Ostseeraum wird vereinzelt auch als Ostseeregion, und international als „Baltic Sea Region“ bezeichnet.

Der Raum setzt sich zusammen aus dem „Mare Balticum“, also der Ostsee selbst. Hinzu kommen die Anrainerstaaten, bzw. Teile dieser Länder, die, folgt man Breitzmann, dem Geschäftsführer des Rostocker Ostseeinstituts, aus politischer, wirtschaftlicher und kultureller Sicht von ihrer Lage zur Ostsee profitieren und Gemeinsamkeiten in ihrer Historie aufweisen. Auf dieser Grundlage gehören die baltischen Staaten Estland, Lettland und Litauen zum Ostseeraum. Des Weiteren zählen die Länder Dänemark, Schweden und Finnland ebenfalls in ihrer Gesamtheit zur Großregion. Von den Randstaaten Deutschland, Polen und Russland werden in dieser Definition nur die Gebiete zum Ostseeraum gezählt, die direkt an die Ostsee grenzen. Das sind Kaliningrad, St. Petersburg und die Oblast Leningrad in Russland; Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern in Deutschland; sowie Westpommern (Wojewodschaften Zachodniopomorskie), Pommern (Pomorskie) und die Ermland-Masuren (Warminsko-Mazurskie) in Polen (BREITZMANN et al. 2004, S. 31).

### **Ostseeraum – einheitlicher Raum?**

Seit den 90er Jahren ist die Zahl an Ausschüssen, Organisationen, NGOs, Projekten, Strategien, Initiativen, Kooperationen und Foren rasch angestiegen. Trotz vielen Bemühens den Ostseeraum zu einer Einheit zu profilieren, fruchtet das Zusammenwachsen der Länder zu einer Großregion nur allmählich. Das liegt zum einen daran, dass die Ostsee für viele Anrainer eine periphere Lage einnimmt und die Initiativen, Organisationen und Bemühungen für eine gemeinsame Makroregion eher im Hintergrund stehen. Für Dietmar Albrecht ist das beispielsweise in Polen, Russland, aber auch in Deutschland der Fall. Daher bezeichnet er diese Staaten als „nicht Ostsee-orientiert“ (PALLOKAT 2004). Es herrscht eine schwer zu überwindende Heterogenität im Ostseeraum im Hinblick auf die wirtschaftlichen, ökologischen, kulturellen und politischen Ausgangspotenziale der Staaten vor, die sich aus den unterschiedlichen Entwicklungsgeschichten der marktwirtschaftlichen Länder einerseits, und der Transformationsländer andererseits ergeben. Der Ostseeraum gilt oft als eine europäische Region der Zukunft, eine wirtschaftliche Wachstumsregion, dessen Aufschwung insbesondere in den Wirtschaftswachstumsraten der Transformationsländer zu begründen sei (BREITZMANN et al. 2004, S. 35 - 38).

Kurt Hübner von der Universität York sieht die Betitelung des Ostseeraums als „dynamische Wachstumsregion“ allerdings als etwas übereilt, denn „Länder wie die baltischen Staaten bräuchten noch bis zu 60 Jahre, um wirklich aufzuschließen (PALLOKAT 2004).“ Diese Ansicht vertritt ebenfalls Marko Lethi, Vorsitzender des *Baltic Sea Region Studies Master's Programme* an der Universität Turku (LETHI 2009, S. 11).

## Gibt es eine Ostseeidentität?

Die Identität einer Region beschreibt die Wesensgleichheit zwischen Mensch und Raum. Die Expertenmeinungen über die Identität des Ostseeraums, bzw. über das vorhandene Potenzial zur Identifikation des und *mit* dem Ostseeraum, tendieren zu gleichen Annahmen – wenn man unter Ostseeidentität eine innere Wesensgleichheit des Raums verstehe, so sei diese nicht existent.

Für Armin von Ungern-Sternberg, Mitglied der Baltischen Historischen Kommission, ist der Ostseeraum weit von einer Ostseeidentität entfernt. Er spricht eher von einer „Renationalisierung“ des Ostseeraums und begründet diese Tendenz mit dem Selbstfindungsprozess, in dem sich die ehemaligen Ostblockstaaten seit dem Fall des Eisernen Vorhangs befinden. Auch mit dem Beitritt Polens und der baltischen Staaten in die EU, so Ungern-Sternberg, sei dieser Prozess noch nicht abgeschlossen, sodass es schwierig zu bewerten wäre, sich gleichzeitig *mit* der Großregion zu identifizieren, wenn die nationale Identität noch nicht ausgereift ist. „Im Augenblick, würde ich sagen, ist die Identität der Ostsee ein Konstrukt, was eine große historische Berechtigung hat, es gibt in diesem Raum sehr enge Beziehungen, aber es gibt noch kein gemeinsames Zusammengehörigkeitsgefühl (PALLOKAT 2004).“ Das antwortete Ungern-Sternberg in einem Interview auf die Frage, ob es aus seiner Sicht eine Ostseeidentität gäbe. Er begründet seine Verneinung durch die ihm bekannte Ostseeliteratur, in der kein typisches Ostseebild und kein Gemeinschaftsgefühl erkennbar seien. Das oft als „Tor zur Welt“ betitelte Meer dient für ihn nicht als verbindendes Element, da ein „Tor“ im eigentlichen Sinne doch nur etwas sei, das man passiere und sich nicht *mit* ihm identifiziere (PALLOKAT 2004).

Für Kari Nooroviita, dem Vorsitzenden des Hafens Helsinki, sind die guten Beziehungen und die Ähnlichkeiten zwischen Finnland und Estland unbestreitbar. Die beiden Hauptstädte liegen nur 80 km voneinander entfernt, aber sie sind sich nicht nur geographisch, sondern auch wirtschaftlich sehr nah. Ihre Sprachen sind verwandt und verbindend wirkt zusätzlich die geographische Lage zu Russland, die, laut Nooroviita, von beiden Anrainern als schwierig eingeschätzt wird. In einer Bevölkerungsumfrage des Forschungsinstituts EVA war die Mehrheit der Finnen und Esten den Besuchern aus dem jeweils anderen Land positiv gegenüber eingestellt. Insbesondere die Esten sehen die Finnen als gute Geschäftspartner. Die Hauptstädte der Nationen pflegen gute Beziehungen u.a. in den Sektoren Tourismus, Bildung und in der Wissenschaft. Nooroviita bewertet diese gute Beziehung zwischen Finnland und Estland allerdings auch schon am innigsten, verglichen mit den anderen Anrainern, die geographisch eher durch die Ostsee getrennt werden, als dass diese einen verbindenden Charakter ausstrahle (PALLOKAT 2004).

Eva Ramanovska von der polnischen Initiative *Borussia* schätzt insbesondere Russlands Position im Ostseeraum als schwierig ein, wenn man eine gemeinsame Ostseeidentität suche. Es gäbe dort kaum nicht-staatliche vertrauenswürdige Kooperationspartner, und völlig andere Ansichten, wenn es um den Umweltschutz geht. So gäbe es in Kaliningrad beispielsweise keine einzige Organisation, die sich der Umweltproblematik annimmt (PALLOKAT 2004).

Die Geschichte der Ostseekultur ist bislang noch nicht geschrieben, es gibt eine solche Kultur auch nicht, genauso wenig wie es eine homogene Ostseeidentität gibt. (...) Identität eines Kulturraumes wie der Ostsee kann nur bedeuten, die unterschiedlichen regionalen Eigenheiten zu akzeptieren, einen Dialog unter ihnen zu erlauben, Einflüsse von außen festzuhalten (HENNINGSEN 2002, S. 29).

Bernd Henningsen, Direktor des Nordeuropa-Instituts an der Humboldt-Universität zu Berlin, negiert ebenfalls die Annahme, dass man überhaupt von einer Wesensgleichheit oder von einer gemeinsamen Ostseeidentität sprechen könne und sieht auch in Zukunft keinen einheitlichen Ostseeraum, sondern eine Identität, die sich aus der Akzeptanz des heterogenen Raums entwickelt. Besonders in den 1990er Jahren entstanden, wie bereits erläutert, viele Kooperationen, die sich zu einem immer dichterem Netzwerk über den Raum verwoben. Diese Entwicklung hat die gemeinsame politische und außerpolitische Zusammenarbeit in der Großregion auch schnell unübersichtlich erscheinen lassen (BRAND & SCHRÖTER 2001, S. 7). Genau diese Vielfalt sieht Bernd Henningsen allerdings auch als Charakteristikum der Ostseeregion, ja sogar als Alleinstellungsmerkmal. Für ihn sind es genau diese zahlreichen Bemühungen zu kooperieren, gemeinsam die Bildung und Forschung voranzubringen, die Infrastruktur im Raum auszubauen und Sicherheits- und Umweltfragen gemeinsam zu beantworten, die beweisen, dass die Ostseeidentität in der Heterogenität des Raums zu finden sei, und man sie eigentlich nur noch gemeinsam herauskristallisieren und kommunizieren müsse. Diese Identität wäre allerdings durch den Kalten Krieg verschleiert worden und müsse sich nach und nach erst wieder entwickeln (HENNINGSEN 2002, S. 19). Damit setzt er auf die Vielfalt des Ostseeraums und sieht die Identität der Region nicht in deren einheitlichen Raummerkmalen. Eine gemeinsame Identität entsteht „nicht von oben (...), sondern als Summe der Ergebnisse einer Vielzahl von kleinen und kleinsten Kontakten und Netzwerken“ (STEINFELD 1996, S. 27). Die Suche nach der Ostseeidentität ist seit Beginn der Ostseeoperation ein Fokus der Zusammenarbeit. Im Mittelpunkt stand bisher allerdings, so Leena-Kaarina Williams, nicht der kohärente Raum, sondern der „Facettenreichtum“ der Region, nicht nur bezogen auf die mannigfaltigen Netzwerke (WILLIAMS 2007, S. 118).

Die Vielfalt der potenziellen „region-builder“ im Ostseeraum führt allerdings auch zu einem Problem der konkreten Abgrenzung der Region, denn die Grenzen werden je nach Forschungsinteresse gezogen. „Niemand könne bei dieser Vielzahl an Netzwerken und Organisationen die Demarkation der Ostseeregion bestimmen“ (ebenda). Dadurch kann die Zugehörigkeit einiger Länder oder Teilgebiete zur Region von außen, aber auch von innen, nur erschwert wahrgenommen werden, da sich die Unsicherheiten dieser Gebiete über ihre Beziehung zur Ostseeregion in einer schwächeren Identifikation der regionalen Akteure *mit* dem Ostseeraum äußern.

Diese ausgewählten Expertenmeinungen sollen verdeutlichen, dass man in der Literatur bisher noch nicht von einer homogenen Ostseeidentität gesprochen hat, sondern, dass das identitätsstiftende Potenzial in der Vielfältigkeit des Großraums verankert ist.

Das Meer sei kein Identitätsstifter, da es die Anrainer einander nicht näher bringe, Russlands Kooperationsbereitschaft sei fragwürdig und Gemeinsamkeiten rar gesät. Die Experten sprechen von einem heterogenen Raum, in dem, politisch betrachtet, die Transformationsstaaten

zunächst noch dem Selbstfindungsprozess unterliegen, der ein Bindungsgefühl an die Großregion abschwäche.

### **Warum braucht der Ostseeraum eine regionale Identität?**

Die raumbezogene bzw. regionale Identität ist bedeutend für das Regionalmarketing, da die Identifikation der Bewohner und anderer regionaler Akteure *mit* dem Raum deren Bedürfnis nach Sicherheit und Stabilität unterstützt und im Idealfall in deren Engagement für ihren Raum resultieren kann. Außerdem ist die Identität eine Voraussetzung für das Image der Region, das sowohl innerhalb als auch außerhalb des Raums wahrgenommen wird. Vermarktungsbemühungen eines Images der Region können die raumbezogene Identität dann wiederum auch bestärken.

Aus der Sicht von Malgorzata Kaluzynska, der nationalen Koordinatorin der Ostseestrategie in Polen, würde eine Ostseeidentität die Länder der Ostseeregion einander näher bringen und das Wissen übereinander erweitern. „The peoples around the Baltic Sea do not have a strong regional identity, and they do not know very much about each other. This is why we need to brand the region, in order to develop a Baltic Sea Identity“ (KALUZYNSKA 2009, S. 5).

Ute Papenfuß benennt zwei Hauptanliegen, die die Relevanz einer gemeinsamen Ostseeidentität verdeutlichen. Zum einen sollte die Großregion als solche auch anerkannt werden, um eine „innere Stabilität“ des Raums zu gewährleisten. Zum anderen soll dieses Anerkennen einer inneren Wesensgleichheit auch die Prämisse für erfolgreiche Kooperationen in der Zukunft sein (PAPENFUSS 2002, S. 3 - 4).

Eine Ostseeidentität, so Brand und Schröter, sei außerdem förderlich für die Integration der EU-Neumitglieder Polen und der baltischen Länder in die Großregion. Ein regionales Bewusstsein für die Ostseeregion kann diese gemeinsam auftreten lassen und sie in Europa besser positionieren – in ihrer topographisch doch eher peripheren Lage (BRAND & SCHRÖTER 2001, S. 17).

Der Tourismusexperte Edgar Kreilkamp findet Gründe für eine gemeinsame Ostseeidentität aus Sicht des Tourismus in der Region. Für ihn muss sich der Großraum verstärkt auch auf den internationalen Tourismusmarkt ausrichten, um ein Wachstum zu gewährleisten. Um sich international zu positionieren, so Kreilkamp, sei eine gemeinsame Identität unabdingbar, um ein Image der Ostseeregion international zu kommunizieren und zu festigen, und um die Region „sichtbarer“, d.h. bekannter zu machen. Ihm zufolge gäbe es viele verschiedene Images in den Subregionen, aber noch kein einheitliches „Bild“ der Ostseeregion (TVMV 2008).

### **Wahrnehmungen über die Ostseeregion in ausgewählten Ostseeanrainerstaaten**

Das Bewusstsein der schwedischen Bevölkerung über die Ostseeregion wurde im Jahre 2006 von der *Swedish International Development Cooperation Agency (SIDA)* untersucht. Hier wurde deutlich, dass der Ostseeraum nicht bewusst als Großregion mit eigener Identität

gesehen wird. Es wurden keine prägnanten positiven Assoziationen deutlich, sondern eher Unsicherheiten darüber, welche Länder denn überhaupt zur Region gerechnet werden (ANDERSSON 2010, S. 55).

2008 führte SIDA erneut eine Umfrage durch, in Kooperation mit Sweden AB. 2500 Studenten und Hochschulabsolventen aus Schweden, Finnland und Estland im Alter zwischen 19 und 30 Jahren wurden gefragt, ob sie sich der Ostseeregion zugehörig fühlen und sich *mit* ihr identifizieren. Die Ergebnisse der Studie „Young people in the Baltic Sea Region: Thoughts and goals about the future“ zeigen, dass sich nur einer von vier jungen Menschen aus den drei Ländern *mit* dem Ostseeraum identifiziert – wobei die höchste Identifikation bei den Befragten aus Estland (41 %) und die schwächste bei denen in Schweden (13 %) erkennbar war (UKIE n. a., S. 3).

In einer Umfrage des *Office of the Committee for European Integration (UKIE)* unter polnischen Bewohnern im Jahre 2008 waren die gleichen Unsicherheiten über die Abgrenzung der Region erkennbar wie bei der Umfrage von SIDA 2006. Befragt wurden bei dieser Erhebung einerseits 978 Bürger aus der gesamten polnischen Nation durch das Meinungsforschungsinstitut *GfK Polonia*. Die 816 Befragten bei einer Untersuchung des Instituts *PBS DGA* kamen nur aus den drei polnischen Ostseeprovinzen Westpommern (Wojewodschaften Zachodniopomorskie), Pommern (Pomorskie) und den Ermland-Masuren (Warminko-Mazurskie). Diese Studien ergaben folgende Ergebnisse: „(...) only 46.9 % considered Lithuania as part of the region, whereas Norway was seen as a BSR country by 53.2 %. Surprisingly, 12% of respondents saw Great Britain as a country of the region“ (ANDERSSON 2010, S. 55). Kaum Zweifel kamen bei der Zugehörigkeit des eigenen Landes, aber auch bei den Anrainern Deutschland und Schweden auf. Ungefähr 30 % weniger Befragte, die Schweden zur Ostseeregion zählen, denken, dass Finnland oder Dänemark dazu gehören.

In einer anderen Frage der Erhebung ging es um spontane Assoziationen mit der Makroregion. Hier wurde unterschieden zwischen den Befragten aus ganz Polen einerseits, und den drei Anrainergebieten andererseits. Die Hauptassoziationen aller Befragten mit der Ostseeregion bezogen sich auf den Tourismussektor: Freizeit, Wassersport und „Sightseeing“. Dabei fällt auf, dass weitaus mehr Befragte aus den Ostseeanrainergebieten diese Assoziationen nannten (51,1 %), als die Befragten aus der gesamten Nation (37 %). Seltener Assoziationen waren Umweltschutz, Schiffsverkehr oder politische Kooperationen.

Bei den Antworten auf die Frage nach dem Zugehörigkeitsgefühl der polnischen Befragten wird deutlich, dass sich doppelt so viele Befragte aus den Ostseeprovinzen der Ostseeregion zugehörig fühlen (52 %) wie die Befragten aus der gesamten polnischen Nation. Die Befragten aus ganz Polen haben eine viel stärkere Bindung zur EU als zur Ostseeregion. Diese Tendenz geht einher mit Dietmar Albrechts Annahme, Polen sei nicht sehr „Ostseeorientiert“. Für das gesamte Land stehe die Lage zur Ostsee eher im Hintergrund (PALLOKAT 2004).

Die Ergebnisse der Studien zeigen, dass die Ostseeregion als Raum schwer wahrnehmbar zu sein scheint. Unter den jungen schwedischen Befragten wurde eine geringe Identifikation *mit* dem Raum festgestellt. Mehr Befragte aus Estland gaben an, sich der Region zugehörig zu fühlen und sich *mit* ihr zu identifizieren. Obwohl 52 % der befragten Bewohner aus den polnischen Ostseegebieten angaben, sich der Ostseeregion zugehörig zu fühlen, kann man

trotzdem nicht von einer eindeutigen Identifikation *mit* dieser Makroregion sprechen, da keine bewusste Abgrenzung des Großraums vorhanden zu sein scheint.

## **Branding the Baltic Sea Region**

“We don’t look alike, we don’t speak one language, we don’t live in one country and we don’t have a joint team in world ice hockey championship. But we share the Baltic Sea, a common history, values and spirit of dynamism, skillfulness and creativity. However, what is more important – we share the same dreams of our region’s future: to be competitive, stable, advanced and always a developing region” (LETHI 2009, S. 9 - 10).

Die Ostseeregion braucht eine Identität, die als Image kommuniziert werden kann. Es gibt viele Akteure, die sich der Vermarktung der Ostseeregion widmen. Ihr Ziel ist es, ein konkurrenzfähiges Image der Makroregion zu kreieren und nach innen und außen zu kommunizieren, um die Attraktivität der Region für die Bewohner, Touristen, Investoren, junge Talente und andere qualifizierte Arbeitnehmer („brain gain“) zu erhöhen. Die Akteure sind sich einig: die Region braucht eine Marke („Brand“), mit der man etwas Bestimmtes und vor allem Positives assoziiert. Diese Assoziationen sollen der Ostseeregion eine besondere Reputation verleihen. „Branding“ bedeutet demzufolge, dass eine Marke, die diese Assoziationen hervorruft, entwickelt wird. Diese wird nicht nur für eine Region, sondern auch für Städte oder beispielsweise Länder kreiert (ANDERSSON 2010, S.7 - 9). „Nation Branding bezeichnet das Bemühen, einem Staat durch Anwendung von Kommunikationstechniken aus dem Bereich des Marketings ein mit einer Handelsmarke vergleichbares Image zu schaffen, um die Bekanntheit und das Vertrauen in ein Land positiv zu beeinflussen (SCHRÖDL 2009, S. 28).“ Beim Entwickeln eines starken Images müssen die Besonderheiten des Raumes herausgestellt, Assoziationen und Bilder aufgegriffen und nicht nur nach außen, sondern auch nach innen bewusst gemacht werden, denn die Identifikation der Bewohner und regionalen Akteure *mit* dem Raum und seinen Merkmalen ist die Voraussetzung für ein starkes, authentisches, inhaltlich kohärentes und attraktives Image. Da dieses Image weitestgehend auf einer gemeinsamen Identität basiert, gilt es, diese mit Projekten und Initiativen hervorzubringen, bewusst zu machen und zu stärken. „According to place-branding theory, branding and identity are interacting and mutually reinforcing themselves.“ (SALINES 2010, S. 16 - 17).

Um ein Image zu schaffen und in den Köpfen der Menschen zu verankern, sei eine einzigartige und verbindende Geschichte über den Ostseeraum unerlässlich, so der „Branding Experte“ Simon Anholt. Von seinen Vorschlägen einer solchen Geschichte fanden die folgenden zwei besonderen Anklang unter den involvierten Interessenvertretern des *Baltic Development Forum (BDF) Summit 2006*:

### *1. When East and West combine (E+W=B2!)*

The Baltic Sea Region is the optimal cultural mix, merging the vigour, hunger, talent, creativity and resources of emerging Baltic States, Poland and Russia with the cultural, technical, economic, social, political maturity, stability, experience and confidence of Scandinavia and North Germany. It’s the ideal combination of developing and developed. The best of both worlds: A wise head on a young body.

## 2. *Smartest region in the world*

The Baltic Sea Region is the paragon of the talent economy; its chief resource is its brain-power. So, there can be absolute confidence about the long-term sustainability of growth in the region, the skill of its workforce, the breadth of its focus, the stability of its policy framework: this region is smart enough (ANDERSSON 2010, S. 10 - 11).

Anholts Idee einer gemeinsamen Geschichte wurde auf der Konferenz unterstützt. Die Mehrheit der Teilnehmer des *BDF Summit* sprachen sich besonders für die erste Geschichte aus, da sie von Dynamik zeugt und zeigt, dass trotz heterogenen kulturellen Charakteristika „zweier Welten“ eine Region erwachsen kann, indem der „kulturelle Mix“ als etwas Besonderes und Verbindendes angesehen wird. Auch Anholts zweiter Vorschlag fand Anklang, denn die Geschichte der „smartest region in the world“ wurde als attraktiv, passend, einprägsam und konkurrenzfähig bezeichnet. Um der Ostseeregion eine solche Reputation zu verleihen, bedarf es der Aufmerksamkeit von Seiten der Öffentlichkeit, indem man Erfolge der Region, die die gemeinsame Geschichte beweisen, nach innen und außen kommuniziert und damit verbreitet. Der Ostseeregion ein starkes Image zu verleihen, ist ein langwieriger Prozess, denn je größer der Raum ist, desto heterogener ist dieser i. d. R. und desto komplexer und schwieriger ist dieser Prozess (SALINES 2010, S. 18). Wie schon aus den bisherigen Expertenmeinungen zum Thema Ostseeidentität deutlich wurde, wie beispielsweise von Bernd Henningsen, setzen auch die Marketingakteure zum einen auf die Vielfalt des Raums, aber auch auf das Wissenspotenzial der Ostseeregion.

Die so genannten „Branding Efforts“ finden allerdings nicht nur auf der Ebene der Makroregion Anklang, sondern zusätzlich in Subregionen, den einzelnen Nationen und in Städten, für die jeweils auch eigene Images propagiert werden.

Problematisch beim „branding“ ist allerdings die fehlende Nachhaltigkeit, die viele Projekte mit sich bringen. Auch wenn die Ideen gut sind, werden sie meist nach Ende des Projekts nicht mehr aufgegriffen. Die Vielfalt an Vermarktungsinstanzen bringt sowohl eine Unübersichtlichkeit mit sich als auch eine Unklarheit darüber, wofür die Region nun eigentlich stehen soll, da die Vermarktungsbemühungen der Subregionen und Nationen doch als unterschiedlich zu bewerten sind. Es bestehen Bedenken von Seiten der nationalen und subregionalen Marketingakteure über das Konkurrieren des nationalen/regionalen und makroregionalen Images. Andersson entgegnet diesen Bedenken mit seinem Standpunkt, die Marke Ostseeregion solle das Image der Nationen und Subregionen nicht ersetzen, sondern vielmehr bestärken (Synergieeffekte) (ANDERSSON 2009, S. 15). Die Ostseemarke könnte von der Fülle an Marketingakteuren in der Region profitieren, denn viele Agenturen, Organisationen und andere Marketingakteure bringen Langzeiterfahrungen mit, die in Kooperationen nutzbar gemacht werden können, um gemeinsam die Ostseeidentität nach innen und außen zu stärken und ein Image aufzubauen (ebenda, S. 56).

Trotz vieler Bemühungen in der Vergangenheit habe die Ostseeregion weder ein richtiges Fremdbild noch ein Selbstbild, das sich als Image bisher durchgesetzt hat, so Andersson. Er nennt Slogans über die Ostseeregion, die in den vergangenen Jahren häufig kommuniziert wurden. Der schwedische Außenminister Carl Bildt nannte 2006 beispielsweise die Ostseeregion zum ersten Mal „Top of Europe“ und verstand „Top“ nicht nur geographisch, sondern

lehnte sich damit auch an die Spitzenposition der Region in Sachen Forschung, Bildung und Wirtschaft (ebenda, S. 54) an. Bildt nutzte die Bezeichnung häufig in seinen Reden und in Interviews, und auch das *BDF* griff diesen Slogan mehrmals für die Themen seines *Summits* auf (z.B. 2009 „Boosting Top of Europe“). Diese Bezeichnung wird ebenfalls von dem Netzwerk *ScanBalt BioRegion* verwendet, um die Topposition der Region in der Biotechnologiebranche hervorzuheben - „Life Sciences on Top of Europe“ (Scanbalt). Experten der Marketingbranche, wie Simon Anholt, bewerten diese Bezeichnung allerdings als wenig durchdacht und ungeeignet für die Ostseeregion, denn: „You should not put a label on the bottle before you know its content“ (ebenda, S. 54) und „if the Baltic Sea region is the top of Europe, someone else must be the bottom“ (COLLIER 2008a).

Oft wird die Bezeichnung Baltic Region synonym für Baltic Sea Region verwendet. In einem Interview mit Mike Collier vom Portal *Nation-Branding* wurde Simon Anholt gefragt, welche Assoziationen er mit der Ostseeregion hat. Aus Anholts Sicht bringt die englische Bezeichnung „Baltic“ negative Assoziationen in der Öffentlichkeit mit sich, denn sie verkörpere nicht einen dynamischen Aufschwung im IT-Sektor, sondern stehe für ein kulturarmes, graues Ödland des ehemaligen Ostblocks und verkörpere nur die baltischen Staaten (COLLIER 2008b).

### **Images im Vergleich: Das Baltikum und „der Norden“**

Ein Hauptproblem, welches Anholt in dem Aufbau eines positiven Bildes von z.B. Lettland, wie auch bei den anderen Ländern des Baltikums, sieht, ist die Unbekanntheit dieser kleinen Staaten. Er vermutet, dass viele Menschen wissen, dass die baltischen Länder mittlerweile der EU beigetreten sind, aber darüber hinaus geht das Bewusstsein meist nicht (ANHOLT 2007, S. 2). So beschreibt auch die aktuelle Ausgabe des *Marco Polo* das Baltikum. Die „westliche Welt“ nehme den wirtschaftlichen Aufschwung der drei Länder nur allmählich wahr. Der Reiseführer weist aber schon im ersten Satz der Einleitung auf die überraschenden Kontraste zwischen den Ländern und deren Ausrichtungen nach Skandinavien hin. So sei beispielsweise Estland ein überaus fortschrittliches Land, in dem der Internetzugang als Bürgerrecht gesichert ist und sogar die Parlamentswahl per World Wide Web abgewickelt wird. (PALLOKAT & PLATH 2008, S. 6 - 12). Allerdings sind Fakten wie diese international nur wenig bekannt. Lettland wird, in Anholts Augen, überhaupt nicht mit Kultur oder Technologie verbunden und schon gar nicht als touristisch attraktiv identifiziert. Er beschreibt das allgemeine Desinteresse an Lettland mit folgenden Worten: „People I don't want to know, living in a country I don't want to visit, making things I don't want to buy.“ (ANHOLT 2007, S. 2) Es herrscht für ihn eine kaum überwindbare Diskrepanz zwischen dem wahren Bild Lettlands und der Identifizierung des Landes durch die Außenwelt. Anholt sieht die Probleme bei der Vermarktung des Landes u.a. in der schlechten Infrastruktur außerhalb Rigas. Hinzu kommen die Uneinigkeiten und die Spannungen zwischen den Letten, wenn es um ihre eigene Identität geht. Ohne eine gemeinsame Identität kann kein starkes Image produziert und kommuniziert werden, schon gar nicht wenn das wahre Bild Lettlands teilweise extrem von der internationalen Reputation des Landes abweicht (ebenda, S. 26).

Als Kontrast zum Negativimage des Baltikums ist der Norden Europas anzusehen. In der deutschen Studie „Das Image des Nordens“ meint der Begriff Norden die Länder Dänemark, Schweden, Finnland und Norwegen. Bei den Befragten handelte es sich um 758 Studierende, aus weiten Teilen Deutschlands, die zunächst nach ihren Assoziationen mit dem Norden gefragt wurden. „Kälte“, „Seen“, „Elche“ und „Blonde Menschen“ waren die häufigsten Assoziationen. Dazu ist allerdings zu sagen, dass man trotzdem nicht von Nordeuropa-verbindenden Assoziationen sprechen kann, denn die häufigen Nennungen von „Kälte“ und „Seen“ gehen auf das Konto von Finnland; „Elche“ und „Blonde Menschen“ wiederum wurden fast ausschließlich Schweden zugeordnet.

**Tabelle 1:** Die häufigsten Assoziationen mit Nordeuropa (nach SCHRÖDL 2009, S. 59, geändert)

Assoziation	Dänemark	Norwegen	Schweden	Finnland	Ø
Kälte	7 %	19 %	7 %	20 %	13 %
Seen	1 %	4 %	8 %	18 %	8 %
Elche	1 %	7 %	16 %	3 %	7 %
Blonde Haare	2 %	2 %	21 %	1 %	7 %
Schnee	1 %	9 %	4 %	8 %	6 %
Wald	1 %	7 %	3 %	9 %	5 %
Teuer	3 %	6 %	5 %	1 %	4 %
Königliche Familie	7 %	2 %	5 %	0 %	4 %
Dunkel	1 %	4 %	2 %	6 %	3 %
Fisch	3 %	6 %	1 %	2 %	3 %
Bildungssystem	1 %	1 %	2 %	7 %	3 %
Meer	7 %	2 %	1 %	1 %	3 %
Natur	1 %	5 %	3 %	2 %	3 %
Fußball	3 %	1 %	4 %	1 %	2 %
Schären	4 %	1 %	2 %	1 %	2 %
Fähre	4 %	1 %	2 %	1 %	2 %

Weiterhin bekamen die Studenten eine Liste von Eigenschaften, bei der sie jede ganz spontan nur einem der Länder Dänemark, Schweden, Norwegen oder Finnland zuordnen sollten. Dänemark wurde als „europäisch“, „gemütlich“ und „weltoffen“ betitelt, Schweden als „gut aussehend“, „sympathisch“ und „kreativ“ und Finnland schließlich als „vorbildlich“, „innovativ“ und „unkonventionell“ (SCHRÖDL 2009, S. 70). Anhand weiterer Ergebnisse dieser Studie ist insgesamt festzustellen, dass der Norden weitestgehend als positiv erachtet wird. Abgesehen von der „typischen“ finnischen Kälte steht das Land für Seen, Bildung und Wälder; Dänemark steht für Urlaub, Strand und Meer und in Schweden scheinen die attraktivsten blonden Frauen zu wohnen. Trotzdem die Studie den Titel „Das Image des Nordens“ trägt, muss man jedoch feststellen, dass die Assoziationen, die die jungen Studenten mit den nordischen Ländern hatten, teilweise sehr unterschiedlich waren und man keineswegs von „typisch“ Norden sprechen kann. Die viel beschriebene Vielfalt, auf die man im gesamten Ostseeraum stößt, ist schon in der bloßen Betrachtung der drei Länder Schweden, Dänemark und Finnland aus der Außenperspektive ersichtlich und wird mit dem Gegensatz des Negativimages der baltischen Länder noch verstärkt.

## Die Medienpräsenz der Ostseeregion

Marcus Andersson bewertet die Medienwirksamkeit der Makroregion als gering und bezieht sich mit dieser Aussage auf eine Studie des *BDF*, die durch die Firma *Observer* durchgeführt wurde. Gleiche Ergebnisse ergab eine Untersuchung des *BalticStudyNet* 2006. Die Ostseeregion wird in den internationalen und regionalen Medien weder als dynamischer Wirtschaftsraum noch als verbundene Wissensgesellschaft dargestellt. (ANDERSSON 2010, S. 55). Andersson gibt ein Beispiel an: Er nennt die Firma *Skype* (Internettelefonie) eine Erfindung aus der Ostseeregion, denn sie wurde von einem Dänen und einem Schweden gegründet, mit technischer Unterstützung eines estnischen Programmierers. Er bemängelt, dass die Medien jedes dieser drei Ostseeanrainer die Region mit keinem Wort erwähnen, sondern nur ihr nationales Interesse in den Mittelpunkt stellen, indem sie *Skype* als rein - schwedische, dänische oder estnische „Erfindung“ propagieren (ANDERSSON 2009, S. 13). Andersson sieht eine Notwendigkeit in einem gemeinsamen Medium der Ostseeregion, das die Bewohner und regionalen Akteure einander näher bringen und deren Regionalbewusstsein stärken würde. So ein Medium gab es. Das *BDF* und der Breitengrad Verlag brachten bis 2008 das *Baltic Sea Magazine* in englischer und deutscher Sprache heraus, sowohl in gedruckter, als auch in virtueller Form. Das Magazin war gefüllt mit Interviews, Statistiken und Analysen aus der Wirtschaft, Politik, Kultur und Wissenschaft von 10 Ostseeanrainern und war mit ca. 8000 Lesern das auflagenstärkste Medium für den Ostseeraum. Zu den Lesern zählten u.a. Interessenvertreter aus Wirtschaft, Politik, aus dem Hochschulwesen, aus Wissenschaft- und Forschungseinrichtungen. Die Veröffentlichung der letzten Ausgabe des *Baltic Sea Magazine* geht allerdings auf den August 2008 zurück (*Baltic Sea Magazine*). Im Hinblick auf die mediale Aufmerksamkeit wird deutlich, dass die Makroregion nur selten eine Rolle spielt und wenig wahrgenommen wird. Kayenburg, der ehemalige Präsident des Landtags Schleswig-Holsteins, kennt den Grund für die begrenzte Aufmerksamkeit von Seiten der Medien: Die Ostseeregion sei einfach nicht „sexy“ genug. Sie sei frei von Skandalen, kriegerischen Auseinandersetzungen, Krisen und Katastrophen – eben ein „Meer des Friedens“. Dadurch sei sie allerdings auch frei von jeglicher Spannung, mit der man die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit erregen könnte, folgt man den Worten Martin Kayenburgs. Ausnahmen bilden allerdings negative Ereignisse wie Umweltverschmutzung durch den Transport von Öltankern über die Ostsee, der oft kritisierte Bau der Gaspipeline, aber andererseits auch Erfolgsgeschichten wie die guten bis sehr guten Ergebnisse der nordischen Länder, insbesondere Finnlands, in der Pisa-Studie (KAYENBURG 2006). Aber insgesamt scheint die Ostseeregion wenig relevant für die internationalen Medien zu sein.

## Ansätze einer Identität des Ostseeraums und Ausblick

Die raumbezogene Identität beschreibt die Wesensgleichheit zwischen Mensch und Raum. Aber, welcher Bewohner, welche Stadt oder welche Nation möchte eigentlich einem anderen oder einer anderen *gleichen*? Eine treffendere und zugänglichere Wortwahl, um den Begriff der Identität des Ostseeraums zu umschreiben, wäre wahrscheinlich, von Gemeinsamkeiten zwischen den Ostseebewohnern und Ostseenationen zu sprechen. Allerdings ist auch die

Liste der Gemeinsamkeiten im Raum von geringem Umfang. Es ist zum einen das namensgebende Meer, an das die Nationen grenzen, weitreichend war der Einfluss der Hanse als Handelsmacht, weit verbreitet ist noch heute die Backsteinarchitektur, bekannt für den Raum ist der Baltische Bernstein. Inwieweit diese Ansätze allerdings das Potenzial besitzen, Grundlage einer Ostseeidentität zu sein, ist wenig nachvollziehbar. Verbindend sind vielmehr gemeinsame Interessen, die in einem charakteristischen Kooperationsnetzwerk in Zusammenarbeit vieler Anrainerstaaten und anderer Akteure gemeinsam verfolgt werden. Laut Meinungen einiger Experten ist die Identität des Ostseeraums bisher nur ein Konstrukt, an dem kaum Gemeinsamkeiten zwischen den Ländern haften (vgl. z.B. UNGERN-STERNBERG). Charakteristisch für den Raum sei die Heterogenität in kultureller, wirtschaftlicher und politischer Hinsicht. Genau dieses Raummerkmal sehen Henningsen und Anholt als typisch für den Ostseeraum und als Bestandteil einer Identität, die nicht in einer Wesensgleichheit im Raum besteht, sondern in einem vielfältigen Mix aus kreativen, enthusiastischen und auflebenden Transformationsstaaten und ökonomisch, politisch und technisch weiter entwickelten Staaten – eben „a young head on a wise body“ (ANDERSSON 2010, S. 10).

Im Idealfall lassen sich die Stärken der Ostsee-Völker irgendwann doch zu einem Ganzen vereinen: Der Pragmatismus und das Vertrauen in den Menschen, wie ihn die Skandinavier pflegen, deutsche Genauigkeit und polnischer Improvisationsgeist, die Reformbereitschaft und der Zusammenhalt der Balten, Geduld und Herzblut der Russen (PALLOKAT 2004).

Trotzdem geht es, der Definition der raumbezogenen Identität folgend, nicht um die Vielfalt im Raum, sondern um die Wesensgleichheit und um Gemeinsamkeiten. Eine solche homogene Ostseeregion gäbe es nicht, laut Expertenmeinungen. In dieser Betrachtung konnten dafür einige Gründe aufgedeckt werden:

- Die Ostseeregion wird kaum wahrgenommen, weder in den Medien, noch durch einige befragte Bewohner aus verschiedenen Ostseemationen (z.B. Polen oder Schweden).
- Es herrscht eine unklare Abgrenzung des Raums vor. Es stellen sich also sowohl für die Menschen im Ostseeraum als auch außerhalb des Raums die Fragen: Wer soll sich womit identifizieren? Was soll identifiziert werden?
- Die Images der Anrainer sind nicht als einheitlich positiv zu bewerten. Während den skandinavischen Anrainern positive Images zugesprochen werden, bewegen sich die Reputationen der baltischen Nationen im negativen Bereich.

#### *Die raumbezogene Identität braucht Zeit:*

Das Zusammenwachsen der Region und die Entwicklung einer Ostseeidentität stehen in engem Zusammenhang. Da der Raum von innen sowie aus der Außenperspektive kaum wahrgenommen wird, benötigt er ein starkes Marketing, das die Sichtbarkeit der Ostseeregion erhöht. Obwohl man die raumbezogene Identität mit dem Image bestärken und auch beeinflussen kann, ist diese dennoch nicht produzierbar und benötigt Zeit, um zu wachsen. Dies funktioniert allerdings nur mit gewisser Identifikation der Bewohner und anderer regionaler Akteure *mit* der Region.

### *Gemeinsamkeiten kommunizieren:*

Trotzdem die Liste an Gemeinsamkeiten von geringem Umfang zu sein scheint, kommt es allerdings häufig nicht darauf an, ob die Raummerkmale wirklich für den gesamten Raum stehen, sondern auf deren Symbolik und die Art und Weise, wie diese Merkmale nach innen und außen publik gemacht werden. „Das, was als Ähnlichkeiten und Unterschiede kommuniziert wird, ist wichtig, nicht die tatsächlichen Ähnlichkeiten und Unterschiede“, so der Politikwissenschaftler Neumann (Williams 2007, S. 138).

### *Die raumbezogene Identität besteht nicht nur durch ein einziges gemeinsames Raummerkmal:*

Die Relevanz der Ostseeidentität wurde bereits mehrfach verdeutlicht. Natürlich braucht die Ostseeregion ein genaues „Bild“, mit dem man sich im Raum identifizieren kann und das auch von außen identifiziert wird. Dieses genaue Bild der Region kann allerdings nicht nur auf einer bestimmten Gemeinsamkeit im Raum basieren, sondern muss vielfältig sein, denn das vermarktete Image einer Region darf nicht nur eine Zielgruppe ansprechen, sei es in touristischer oder in investorischer Sicht, sondern es muss eine große Marktbandbreite bedienen können.

### *Gibt es eine Zukunft für die Identität des Ostseeraums?:*

Eine Antwort auf die Frage, ob es eine zukünftige gemeinsame Identität des Ostseeraums geben wird oder nicht, können weder die Umfrageergebnisse, noch erfahrene Experten geben: „In the last instance identity is a question of who wants to see themselves as belonging“ (WILLIAMS 2007, S. 119).

## **Quellenverzeichnis**

### **a) Literaturquellen**

**ANDERSSON, Marcus** (2009). Building a visible and attractive region: identity, image, branding and transnational cooperation in the Baltic Sea Region. Nation-Branding.

URL: [http://www.nationbranding.de/site\\_english/downloads/Building%20a%20region-identi-](http://www.nationbranding.de/site_english/downloads/Building%20a%20region-identi-)

[ty,%20image,%20brand%20and%20transnational%20cooperation%20in%20the%20BSR-Marcus%20Andersson.pdf](http://www.nationbranding.de/site_english/downloads/Building%20a%20region-identity,%20image,%20brand%20and%20transnational%20cooperation%20in%20the%20BSR-Marcus%20Andersson.pdf) (Stand: 2009) (Zugriff: 14.07.2010).

**ANDERSSON, Marcus** (2010). Place Branding and Place Promotion Efforts in the Baltic Sea Region - A Situation Analysis. Report for the Kick-Off Meeting of the Project BaltMet Promo at the Baltic Development Forum Summit in June 2010 in Vilnius.

**ANHOLT, Simon** (2007). A Competitive Identity for Latvia. Interim Strategy Papers. Prepared for the Latvian Institute.

URL: [www.li.lv/images\\_new/files/pdf/strategy\\_latvia.pdf](http://www.li.lv/images_new/files/pdf/strategy_latvia.pdf) (Stand: 2007) (Zugriff: 14.07.2010).

**BRAND, Alexander; SCHRÖTER, Dirk** (2002). Identitätsbildung in der Ostseeregion - Kultur als Fundament wirtschaftlicher Integration. (=Dresdner Arbeitspapiere Internationale Beziehungen. Nr. 4).

**BREITZMANN, Karl-Heinz** (2004). Tourismus und Auslandstourismus im Ostseeraum. Beiträge und Informationen aus dem Ostseeinstitut für Marketing, Verkehr und Tourismus an der Universität Rostock. Heft 14. Rostock.

**COLLIER, Mike** (2008a). The Challenge of Branding the Baltics. The diverse countries on the Baltic Sea, led by Latvia, are launching a drive to promote awareness of the region. Bloomberg Businessweek.

URL:

[http://www.businessweek.com/globalbiz/content/jul2008/gb20080715\\_150523.htm?campaign\\_id=rss\\_daily](http://www.businessweek.com/globalbiz/content/jul2008/gb20080715_150523.htm?campaign_id=rss_daily) (Stand: 15.07.2008) (Zugriff: 03.07.2010).

**COLLIER, Mike** (2008b). Branding the Baltic. Nation-Branding.

URL: <http://nation-branding.info/2008/06/16/branding-baltic/> (Stand: 16.06.2008) (Zugriff: 13.07.2010).

**EICHINGER, Ludwig M.** (2006). Maritime Kultur im südlichen Ostseeraum. In: Eichinger, Ludwig M.; Debus, Friedhelm; Plewina, Albrecht (Hg.): Maritime Kultur und regionale Identitäten – Der südliche Ostseeraum. Akademie der Wissenschaften und der Literatur. Abhandlungen der Geistes- und sozialwissenschaftlichen Klasse. Nr. 6. Franz Steiner Verlag: Stuttgart, S. 7 - 30.

**HENNINGSEN, Bernd** (2002). Zur politischen und kulturellen Bedeutung der Ostseeregion. In: Jahn, Detlef; Werz, Nikolaus (Hg): Politische Systeme und Beziehungen im Ostseeraum. Olzog Verlag: München, S. 18 – 32.

**KALUZYNSKA, Malgorzata** (2009). We need to develop a Baltic Region identity. In: SIDA. From a Baltic Point of View. Opinions on the EU Strategy for the Baltic Sea Region, S. 5.

URL:

<http://www.sida.se/PageFiles/12261/FromaBalticPointofViewH%C3%96GUPPL%C3%96ST.pdf> (Stand: 2009) (Zugriff: 30.07.2010).

**KAYENBURG, Martin** (2006). Ostseeraum: dynamisch, integriert, nicht sexy genug. Russland-Aktuell.

URL:

[http://www.kaliningrad.aktuell.ru/kaliningrad/im\\_gebiet/ostseeraum\\_dynamisch\\_integriert\\_nicht\\_sexy\\_genug\\_87.html](http://www.kaliningrad.aktuell.ru/kaliningrad/im_gebiet/ostseeraum_dynamisch_integriert_nicht_sexy_genug_87.html) (Stand: 20.09.2006) (Zugriff: 02.06.2010).

**LETHI, Marko** (2009). Baltic Region in Becoming: From the Council of the Baltic Sea States to the EU's Strategy for the Baltic Sea Area. Abstract.

URL: <http://www.lfpr.lt/uploads/File/2009-22/Marko%20Lehti.pdf> (Stand: 2009) (Zugriff: 25.07.2010).

**PALLOKAT, Jan** (2004). Testregion Ostsee. Nordosteuropa zwischen Integration und Renationalisierung. Deutschlandfunk.

URL: <http://www.dradio.de/dlf/sendungen/hintergrundpolitik/244792/>

(Stand: 02.03.2004) (Zugriff: 01.07.2010).

**PALLOKAT, Jan; PLATH, Thoralf** (2008). Marco Polo Baltikum. 4. Auflage. Mairdumont: Ostfildern, S. 6 – 20.

**PAPENFUSS, Ute** (2002). Region-Building im Ostseeraum. Magisterarbeit am Institut für Politik- und Verwaltungswissenschaften der Universität Rostock.

**SALINES, Marion (2010)**. Success Factors of Macro-Regional Cooperation. The Example of the Baltic Sea Region. College of Europe.

URL: [www.coleurop.be/file/content/studyprogrammes/pol/.../wp12%20Salines.pdf](http://www.coleurop.be/file/content/studyprogrammes/pol/.../wp12%20Salines.pdf)

(Stand: 03/2010) (Zugriff: 15.07.2010).

**SCHRÖDL, Daniel** (2009). Das Image des Nordens. Eine Untersuchung am Beispiel der Studierenden in Würzburg. Institut für Geographie der Universität Würzburg.

URL: [www.human.geographie.uni-wuerzburg.de/.../Das\\_Image\\_des\\_Nordens.pdf](http://www.human.geographie.uni-wuerzburg.de/.../Das_Image_des_Nordens.pdf)

(Stand: 01.12.2009) (Zugriff: 30.07.2010).

**STEINFELD, Jens (1996)**. Schweden, Deutschland und die Ostsee-Region. In: Henningsen, Bernd; Stråth, Bo (Hg.): Schweden, Deutschland und die Ostsee-Region. Band 10. Nomos Verlagsgesellschaft: Baden-Baden, S. 23-34.

**TVMV (Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern)** (2008). Ostseeregion braucht einheitliches Image.

URL: [www.reisenews-online.de/.../ostseeregion-braucht-einheitliches-image/](http://www.reisenews-online.de/.../ostseeregion-braucht-einheitliches-image/)

(Stand: 06.10.2008) (Zugriff: 15.07.2010).

**UKIE (Polish Office of the Committee for European Integration) (n.a.)**. Description of Approach to Works on a Branding Concept for the Baltic Sea.

URL: [www.strategia-baltyk.ukie.gov.pl/www/baltyk.nsf/0/.../branding.pdf](http://www.strategia-baltyk.ukie.gov.pl/www/baltyk.nsf/0/.../branding.pdf) (Zugriff: 02.07.2010).

**WILLIAMS, Leena-Kaarina** (2007). Zur Konstruktion einer Region. Die Entstehung der Ostseekooperation zwischen 1988 und 1992. In: Henningsen, Bernd; Hecker- Stampehl, Jan (Hg.): Die Ostseeregion: Nördliche Dimensionen – Europäische Perspektiven. Band 7. Berliner Wissenschafts-Verlag: Berlin.

## **b) Internetquellen**

**Baltic Sea Magazine.** URL: <http://www.balticseamagazine.eu/> (Stand: 2008) (Zugriff: 01.08.2010).

**SCANBALT (ScanBalt™ fmba).** URL: <http://www.scanbalt.org/about+scanbalt> (Zugriff: 27.07.2010).

## **Anschrift der Autorin:**

Juliane Heß  
Ernst-Moritz-Arndt-Universität  
Institut für Geographie und Geologie  
Wirtschafts- und Sozialgeographie  
Makarenkostraße 22  
D – 17487 Greifswald

## **Giebelzeichen im Ostseeraum**

**Freddie BIJKERK und Betina MELISS**

### **1 Einleitung**

In der Fachliteratur werden Giebelzeichen oft nur in einem engen lokalen oder regionalen Kontext betrachtet (SCHRÖDER 1972; JANS 1973; GAWLICK & LÜBECK 1988; GROLL 2000; u. a.). So werden z.B. gekreuzte Pferdeköpfe als „typisch sächsisch“ bezeichnet (PESSLER 1922, S. 95 ff). Ohne Frage kommt dieses Motiv in Niedersachsen sehr häufig vor – aber eben nicht nur dort. Tatsächlich reicht seine Verbreitung sogar über den Ostseeraum hinaus.

In diesem Artikel sollen Informationen über Giebelzeichen zusammengetragen, eine Auswahl aus den meisten Ostseeländern vorgestellt und deren Gemeinsamkeiten und Unterschiede vor einem großräumigeren Hintergrund dargestellt werden.

### **2 Was sind Giebelzierden oder Giebelzeichen?**

#### **2.1 Ursprung**

Giebelzeichen oder Giebelzierden stellen im ursprünglichen Sinn eine Krönung des Hausgiebels dar, welche die Dachbedeckung gegen den Wind schützen soll. Beide Begriffe bezeichnen das Gleiche und werden parallel verwendet, obwohl heute eher von Giebelzierden gesprochen wird, da die „Zierfunktion“ in den Vordergrund gerückt ist. Im Weiteren soll der Begriff Giebelzeichen verwendet werden.

Im Laufe der Jahrtausende wurden Giebelzeichen in vielfältigen Arten aus unterschiedlichen Materialien hergestellt. Ihre Formen variieren von einfach bis kompliziert, von kreativ bis stilisiert, von kompletten Skulpturen bis hin zu unbearbeiteten, toten Baumwipfeln. Einige wurden einfach von verlängerten Windbrettern geprägt.

Letztere sind auch der wahrscheinliche Ursprung der Giebelzeichen. Das hatte zunächst einen pragmatischen Hintergrund: Die gekreuzten Windbretter sollten die Dächer der Häuser schützen, damit Wind und Wetter nicht das Schilfrohr, das Stroh oder die Heide angreifen und abtragen konnten. Auch heute noch findet man diese Art von „Windschutz“ – verlängert durch sogenannte „Reiter“ über den ganzen First hinweg – in vielen Regionen, insbesondere an den Küsten, aber auch im Binnenland.

Ein weitergehender baulicher Schritt war es vermutlich, die Windbretter abzusägen und die entstehende Naht mit einem bearbeiteten Stück Holz abzudecken. Ursprünglich wurden dafür eher kleine, einfache Bretter verwendet, z.B. in der Form von Pfeilen. Später wurde die Bearbeitung der Bretter verfeinert und es entstanden mitunter regelrechte Kunstwerke. Obwohl viele Formen weit verbreitet sind, entwickelten sich doch in den verschiedenen Regio-

nen typische Formen und spezifische Symbole mit einer tieferen Bedeutung, die noch wichtiger war als ihre äußerliche Schönheit.



**Abbildung 1 (li.):** Tönismägi, Estland – einfache, verlängerte Windbretter

**Abbildung 2 (re.):** Eketorp auf Öland, Schweden – gekreuzte Windbretter und sogenannte „Reiter“, über den ganzen Dachfirst hinweg, als Windschutz

Giebelzeichen sind auf der ganzen Welt zu finden, mit der gleichen Symbolik wie im Ostseeraum. Es gibt sie in ganz Europa, in Asien, in Afrika, in Amerika und in Australien. Dafür sollen nur zwei Beispiele aus Neuseeland und China angeführt werden. Abb. 3 zeigt ein sogenanntes „Männerhaus“ der Maori. Dort wurde der gesamte Giebel reich verziert und in die Gestaltung des eigentlichen Giebelzeichens (Stange in der Mitte) einbezogen (LEHNER, <http://baugeschichte.tuwien.ac.at/>).

Abb. 4 zeigt eine andere Art von Giebelzeichen. In China ist der Drache zentrales Thema (THILO 1978, S. 67).



**Abbildung 3 (li.):** Maorihaus, Roturoa, Neuseeland – der gesamte Giebel wurde reich verziert und in die Gestaltung des eigentlichen Giebelzeichens (Stange in der Mitte) einbezogen

**Abbildung 4 (re.):** alte chinesische Architektur – der Drache ist an vielen Häusern zu finden

Im Unterschied zu den anderen Kontinenten sind die vorhandenen Giebelzeichen in Nord- und Südamerika eher „jüngeren Datums“ und zumeist auf Einwanderer zurückzuführen, die sich erst nach der Entdeckung Amerikas durch Kolumbus (1492) dort ansiedelten.

Überall haben Giebelzeichen die gleiche Bedeutung: zum einen als Schutz vor bösen Kräften und zum anderen als Glücksbringer. Diese typische Zweiteilung, die bereits aus der altchinesischen Philosophie bekannt war, ist ein wesentliches Element zur Deutung und zum Verständnis der Giebelzeichen (vgl. HERGOUTH & VOLLATH 1963).

## 2.2 Giebelzeichen als Bestandteile von Bauwerken

Etwa 6000 v. u. Z., als die Jäger zu Landwirten und damit sesshaft wurden und stabilere Häuser für den dauerhaften Gebrauch bauten, wurde den Giebelzeichen mehr Beachtung geschenkt als je zuvor. Bereits die ersten, festgebauten Häuser trugen Giebelzeichen.

Soziologisch betrachtet entstand mit dem Bau fester Häuser nun „echter“ Besitz. Die vorherigen saisongebundenen, mobilen Unterkünfte der Nomaden, die sich schnell auf- und abbauen ließen, stellten natürlich auch Besitz dar, jedoch waren sie einerseits anfälliger für Schäden und andererseits leichter zu reparieren. Letzteres wurde bei den „festen“ Häusern schwieriger und das machte sie zu einem kostbaren Gut, welches gepflegt und geschützt werden musste (LEROI-GOURHAN 1980, S. 211 ff.).

Religionen begleiteten die Menschheit von Beginn an als unsichtbare, aber prägende Kräfte. Naturscheinungen, die man zu dieser Zeit nicht erklären konnte, wurden als böse Geister interpretiert, die das Glück im Inneren der Häuser bedrohten und dafür deren Schwachstellen suchten, um sich Einlass zu verschaffen. Eine dieser Schwachstellen war – neben Fenstern und Türen – auch der Giebel, weil sich dort ein Loch befand, aus dem der Rauch von der Feuerstelle im Inneren abziehen konnte.



**Abbildung 5:** Schweikvitz / Insel Rügen - deutlich sichtbares Rauchabzugsloch am Giebel

Alle Schwachstellen der Häuser wurden sorgfältig gesichert, um bösen Geistern das Eindringen zu verwehren. Vielfältige Schutzmaßnahmen beim Bau der Häuser wurden über die Jahrtausende hinweg bewahrt: Noch immer legt man Münzen unter die Türschwelle, das Setzen der Richtkrone hat den gleichen Hintergrund (FILLIPETTI / TROTTEREAU 1978 S. 49 ff.). In so manchen Schornstein in Mecklenburg-Vorpommern wurden Steine mit einem Blitzzeichen eingemauert – Hintergrund ist der Glaube, dass ein Blitz niemals ein zweites Mal in ein Haus einschlägt. Deshalb sollen Blitzsteine den Blitz warnen und ablenken: „Du warst schon hier!“ (Mündliche Überlieferung, Dr. Friedrich-Wilhelm Borchert, Architektenkammer Mecklenburg-Vorpommern). Und so gibt es viele Bräuche, die weiter leben, auch wenn niemand (?) mehr so recht an sie glaubt. Denn warum sollte man mit diesen Traditionen brechen?



**Abbildung 6:** Gisselfeld, Dänemark (links) und **Abbildung 7:** Nyker auf Bornholm, Dänemark (rechts)  
– Blitzzeichen, um Blitze abzuwenden

### 2.3 Der Begriff Giebel – etymologisch

Wo liegen die Wurzeln des Begriffs Giebel? In der Literatur sind kaum Hinweise darauf zu finden, deshalb soll hier eine versuchsweise Erklärung gewagt werden. Aus dem Althochdeutschen (9. Jahrhundert) ist das Wort „Gibilla“ bekannt, das in seiner Bedeutung für *Schädel*, *Haupt* oder *Gipfel* stand. Aus dem 10. Jahrhundert stammt der Begriff „Gebal“, welcher mit *Schale*, *Hirnschale* oder *Schädel* übersetzt wird. Etymologisch wird dies verglichen mit dem griechischen „Kephalī“, welches für *Kopf*, *Haupt*, *das Oberste* oder *das Äußerste* steht (MACKENSEN 1988, S. 160; WASSERZIEHER 1975, S. 85). Das klingt zunächst verwunderlich - wenn man dann aber alte Giebelzeichen betrachtet, wie z.B. dieses in Wustrow auf Fischland (siehe Abb. 8), das aus zwei echten Pferdeschädeln besteht, versteht man den Hintergrund des Wortes Giebel besser.



**Abbildung 8:** Wustrow auf Fischland, Darß, Zingst – Echte Pferdeschädel als Giebelzeichen

Bei den Sumerern war auch der Gott „Gibil“ bekannt, der als Gott des Lichts und des Feuers galt. Gerade diese Kombination von Licht und Feuer lässt Assoziationen zu Blitzen aufkommen (JORDAN, 2002).

Aber Giebelzeichen sind darüber hinaus unter vielen Bezeichnungen bekannt, die regional variieren: Mulapen, Sünndach, Pierköpp, Wendenknüppel, Kreighenstaul, Nidstang, Wodansköpp, Hengst und Hors, Maljan usw. (GAWLICK & LÜBECK 1988, S. 13). Oft deuten diese Begriffe auf spezifische Gruppierungen. Mulapen, Pierköpp, Nidstang, Wodansköpp, Hengst und Hors sind alles verschiedene Namen für gekreuzte Pferdeköpfe, während Wendenknüppel eher einfache Pfähle, Bretter oder Pfeile bezeichnen. Allerdings konnte nie eine sichere Verbindung zu den Wenden oder Slawen festgestellt werden und diese Symbole kommen auch außerhalb der früheren Wendengebiete vor, wie z.B. in den Niederlanden, in England, Dänemark, Schweden und Norwegen.

Im ostfriesischen Raum nennt man die Giebelzeichen Maljan. Dieser Name leitet sich aus dem ostfriesisch-plattdeutschen Wort "mall" ab - das bedeutet in etwa verrückt, hässlich, schlecht, ungestüm – und dem Namen Jan; wäre also zu übersetzen mit "verrückter Jan". Jan steht hier aber eher für eine Verballhornung des altgermanischen Gottes Wotan (<http://www.uni-protokolle.de/Lexikon/Malljan.html>).

## **2.4 Verwendete Materialien**

Giebelzierden wurden in vielen verschiedenen Arten ausgeführt und aus unterschiedlichen Materialien hergestellt: aus Holz, Stein, Kupfer, Zement, Beton, Schmiede- oder Gusseisen u. a. Von besonderer Bedeutung ist hier das Holz, das über viele Jahrtausende hinweg wichtigstes Baumaterial gewesen ist. Holz hat den Vorteil, dass es sich im Vergleich zu anderen Materialien sehr gut bearbeiten lässt und trotzdem eine lange Lebensdauer hat. Selbst sehr große Bauten wie Tempel oder Kirchen wurden aus Holz erbaut.

## **2.5 „Schutzfunktion“ und Symbolik der Giebelzeichen**

Das Anbringen von Giebelzeichen, unabhängig von Formen, Materialien und Motiven ist zuerst von symbolischer Wirkung, um böse Geister abzuwehren und draußen zu halten: Schütze dieses Haus und bringe ihm Glück! (JANS 1973, S. 1 ff; HERGOUTH & VOLLATH 1963, S. 5 ff.).

Die archäologische Forschung bestätigt, dass in der ursprünglichen Form der Giebelzeichen die Windbretter einfach übereinander gelegt waren und weiter verliefen. Vermutlich stammt diese Konstruktion eines X-Kreuzes - auch Radkreuz genannt - bereits aus der Altsteinzeit, was am Beispiel rekonstruierter Behausungen/Pfahlbauten am Bodensee nachgewiesen werden konnte (Pfahlbaumuseum Unteruhldingen Bodensee). Durch diese Bauweise etablierte der Mensch eine weitere Zweiteilung: Neben der eigentlichen symbolischen Wirkung des Zeichens verlieh er ihm zusätzliche Kräfte durch bewusste Gestaltung und Anbringung unter dem Blickwinkel praktischer Zwecke.

Das bereits genannte X-Kreuz zählt neben dem Kreis, dem Dreieck, der Raute und der Welle zu den ersten geometrischen Formen, die für Giebelzeichen verwendet wurden. Sogar in Höhlenmalereien oder in Felszeichnungen wurden diese Symbole gefunden und ebenso gedeutet (LEROI-GOURHAN 1988, S. 468 ff.; BIEDERMANN 1989, S. 353 ff.; HAARMANN

1991, S. 22 ff.; CLOTTE & COURTIN 1995, S. 141 ff.). Das X-Kreuz wird als dynamisches und einflussreiches Zeichen der Menschheit gedeutet. Die Dynamik ist hierbei von vorrangiger Bedeutung: sie umfasst die kontinuierliche Bewegung, der die Menschen in der Urzeit unterworfen waren, zum Zwecke des Jagens und Sammelns, dem jahreszeitlichen Verlauf oder dem Zug der Beutetiere (als Nahrungsgrundlage) folgend.

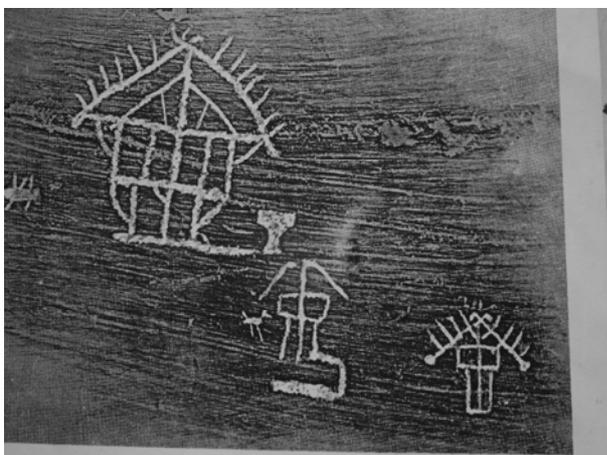
Erst nach der Christianisierung wurde dieses Symbol gegen das christliche Kreuz ausgetauscht, das für Festigkeit und Sicherheit stand. Damit wurde es zu einem statischen Symbol, welches auch den veränderten Bedingungen entsprach – die Menschen waren sesshaft geworden und ihr Besitz zwang sie, an einer Stelle zu bleiben und dort Verteidigungsanlagen zu ihrem Schutz zu errichten. Analog verwendete die christliche Kirche das Kreuz als statisches Symbol – zur Demonstration ihrer Macht.

Zunehmend entdeckten auch Künstler und Handwerker diesen Gestaltungsspielraum. Sie ließen ihrer Kreativität freien Lauf und arbeiteten ihre ureigenen Sehnsüchte, Wünsche und Hoffnungen in Form einfacher oder komplizierter Motive in die Giebelzeichen ein – wodurch gleichzeitig die Zierfunktion stärker in den Vordergrund rückte. Die Formen änderten sich und enthielten gleichzeitig mehr Motive und Schmuckelemente.

## 2.6 Giebelzeichen vor dem geschichtlichen Hintergrund

Jedes Zeitalter beeinflusste die Volkskunde, Deutungen wurden immer vom gesellschaftlichen Zeitgeist geprägt, auch wenn es in negativer Weise geschah. Andererseits geht es auch an der geschichtlichen Realität vorbei, jegliche Deutung und Symbolik als wertlos oder sinnlos abzulehnen, wie dies R. W. Brednick während des 30. Deutschen Volkskundekongresses 1995 in Karlsruhe tat (BREDNICK / SCHMITT 1997, S. 80 ff.).

Das Symbol der gekreuzten Pferdeköpfe, das man häufig als Giebelzeichen auf alten Bauernhäusern sieht, stammt aus einem viel früheren geschichtlichen Zeitalter und ist keineswegs eine „Erfindung“ des 19. Jahrhunderts, auch wenn es möglicherweise damals beliebt und „modern“ war. Es stammt sogar bereits aus vorchristlicher Zeit, wie Felszeichnungen aus Val Camonica in Norditalien beweisen, siehe Abb. 9. Die Gebäude in diesen Felszeichnungen werden als Tempel oder als Heiligtum interpretiert. Wissenschaftler datieren die Herkunft dieser Zeichnungen auf die späte Bronzezeit, also etwa 1200 – 1600 v. u. Z. (vgl. EVERS 1996, S. 42 ff.; ANATI 2008, S. 13 ff.)



**Abbildung 9:** Val Camonica, Norditalien – Häuser mit Giebelzeichen, abgebildet in Felszeichnungen aus der späten Bronzezeit (ca. 1200-1600 v. u. Z.)

Immer wieder nutzten bestimmte Gruppen einer Gesellschaft(sordnung) die verwendeten Motive und Symbole als Zeichen geistiger Macht, abhängig von den jeweiligen religiösen, ideologischen oder politischen Zielstellungen. In der Frühgeschichte verwendeten Schamanen entsprechende Symbole, um Rituale für den Schutz und für das Überleben der Gemeinschaft abzuhalten. Gleichzeitig nutzten sie diese als Machtmittel, um ihre eigene gehobene Position in der Gemeinschaft auszubauen und zu festigen.

Tempel und Kirchen sah man nicht nur als Häuser der Götter an, sondern gleichzeitig als deren „Wohnsitz“. Deswegen wurden dort ebenfalls Giebelzeichen angebracht, die den gleichen Zweck erfüllen sollten. Giebelzeichen finden sich auch an den Schreinen des frühen Mittelalters (STEPHANY 1959). Sie waren aber bereits aus vorchristlichen Zeiten als „Hausurnen“ bekannt (SVERDRUP 1939): aus der Jastorfkultur im heutigen deutschen Raum (700 –100 v. u. Z.) sowie aus der Villanova-Kultur in Italien (1000 - 600 v. u. Z.).



**Abbildung 10:** Hausurne mit Giebelzeichen, ca. 700 v. u. Z., Museum für Vor- und Frühgeschichte Berlin

Im Verlauf der Christianisierung wurden vormals heidnische Symbole übernommen und für christliche Zwecke „umgedeutet“. Doch obwohl dies bereits vor rund 1000 Jahren geschah, sind die ursprünglichen heidnischen Motive noch immer lebendig. Besonders während der Perioden des Neoklassizismus oder Jugendstils entstanden kunstvoll verzierte Beispiele von Giebelzeichen.

Während der Zeit des Nationalsozialismus wurde eine Reihe von Symbolen wegen ihres Missbrauchs für ideologische Zwecke so sehr geschädigt, dass sie heute kaum noch Akzeptanz finden. Selbst Wissenschaftler wie Herman Wirth, Alarich Augustin, Richard Wolfram, Jan de Vries u. a. verschrieben sich der ideologischen Interpretation des „Nordischen Übermenschen“. Ihr Gedankengut wurde bis zum Ende der 60er Jahre des 20. Jahrhunderts mehr oder weniger frei publiziert – und noch immer ist dieser Einfluss in der Literatur spürbar (vgl. GROLL 2000, S. 40 ff.). Um ein konkretes Beispiel zu nennen: das Hakenkreuz wurde nach dem 2. Weltkrieg, seit 1945, in Deutschland und weiteren Ländern für den politischen

Gebrauch verboten. Dabei basierte dieses Zeichen auf einer sogenannten „Swastika“ (Glücksbringer), d.h. einem „Kreuzsymbol mit abgewinkelten oder gebogenen Armen“, wie es in zahlreichen Formen bereits seit etwa 6000 Jahren in Europa und Asien, seltener auch in Afrika und Mittelamerika nachgewiesen wurde.

Auch Häuser, die erst im Jahr 2011 fertig gestellt wurden, tragen wieder Giebelzeichen, mit neuen Formen und Motiven. Ihre Bewohner wissen zumeist um deren allgemeine, ursprüngliche Bedeutung als Schutz gegen die Naturgewalten.

### 3 Verbreitung der Symbole

Symbole, die in den Giebelzeichen enthalten sind, fanden auch für andere Zwecke Verwendung. Das bekannteste Beispiel dafür sind wahrscheinlich Kreuze, wie sie oben auf Kirchen angebracht werden. Sie haben den gleichen Ursprung wie Giebelzeichen und sollen die gleiche Funktion erfüllen: einerseits zum Schutz vor Unglück und andererseits als Glücksbringer. Man kann davon ausgehen, dass Kirchen vor allem in früher Zeit zu einem großen Teil auf dem Grund ehemaliger heidnischer Heiligtümer erbaut wurden. Dabei handelte es sich zumeist um deutliche Erhöhungen in der Landschaft (sehr gut auf der Insel Rügen zu sehen), so dass die Zeichen weithin sichtbar waren.

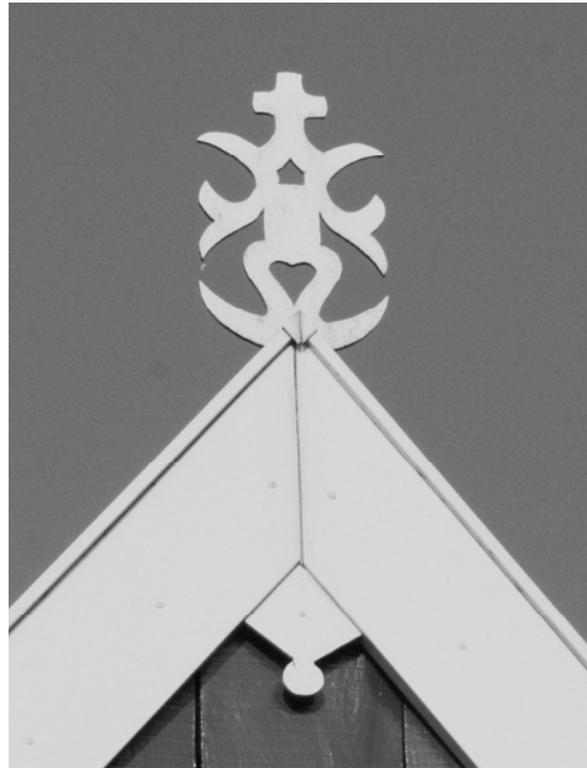
Während die christliche Kirche im Mittelalter eine starke Macht ausübte, wurden auch sakrale Bauten und ihre Symbole zu Aushängeschildern von Macht und Reichtum. Nichts anderes ist es, wenn in der heutigen Zeit Firmen wie z.B. McDonalds Kunden anlocken wollen durch die Errichtung hoher Werbeträger und Leuchtreklame, die schon von weitem zu sehen sind.

### 4 Giebelzeichen im Ostseeraum

Im gesamten Ostseeraum sind Giebelzeichen in großer Vielfalt weit verbreitet. Ihre Herkunft reicht weit zurück, wissenschaftlich belegte Nachweise finden sich aus unterschiedlichen Zeiten. Abb. 11 zeigt ein Fresko in der Kirche von Dargitz bei Pasewalk, Deutschland, welches auf das Ende des 14. Jahrhunderts datiert wird.



**Abbildung 11:** Fresko in der Kirche von Dargitz bei Pasewalk, Deutschland – Jesu Geburt in einem Stall mit gekreuzten Pferdeköpfen am Giebel



**Abbildung 12 (li.):** Nida, Kurische Nehrung, Litauen – Giebelzeichen mit Kreuz, Anker und Herz

**Abbildung 13 (re.):** Winterswijk, Niederlande – Giebelzeichen mit Kreuz, Anker und Herz

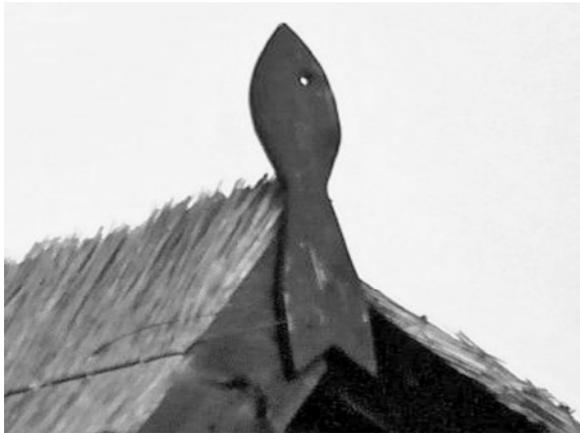
Einige Symbole, wie z.B. gekreuzte Pferdeköpfe, Wendenknüppel, Harfe oder Leier, Blumen oder Blätter sind in fast allen Ländern rund um die Ostsee zu sehen. Darüber hinaus gibt es aber auch sehr spezifische Zeichen, die nur in bestimmten Regionen vorkommen.

In Nida auf der Kurischen Nehrung (Litauen) stehen noch viele alte, gut erhaltene Holzhäuser, die oft reichlich verzierte, kunstvoll gearbeitete Giebelzeichen tragen. Erstaunlicherweise und trotz der großen Distanz finden sich hinsichtlich der verwendeten Symbolik deutliche Parallelen zum niederländischen Raum. Auffallend ist vor allem die Kombination der Symbole Kreuz-Anker-Herz, die als Ausdruck für Glaube-Hoffnung-Liebe stehen. Aber nicht nur die Symbole, sondern auch die Formen ähneln sich, wie dies am Beispiel der Abbildungen 12 und 13 aus Nida / Kurische Nehrung / Litauen und aus Winterswijk / östliche Niederlande zu sehen ist.

Manche Formen sind weltweit bekannt. Im Unterschied zu anderen Regionen hat sich im Ostseeraum jedoch eine ganze Reihe von Motiven entwickelt, die deutlich maritim ausgerichtet sind, mit Bezügen zu Meer, Wasser, Schiffen oder Meeresbewohnern wie z.B. Seepferdchen und natürlich Fischen.

Auch die angeblich „typisch nordischen“ Motive wie Drachenköpfe und Sonnensymbole sind vertreten – obwohl aktuelle Forschungen mittlerweile deren nordische Herkunft in Frage stellen (BREDNICK & SCHMITT 1997, S. 94 ff.). Man vermutet inzwischen, dass diese Symbole schon während früherer Phasen beginnender Handelsbeziehungen zwischen den Völkern in den nördlichen Raum gelangten. Es wird eine nördliche Kulturroute für möglich gehalten, über Russland und die Mongolei bis hin nach China führend, auf der ein Austausch in beiden

Richtungen erfolgen konnte (BREUER 2000, S. 264). Allerdings steht die wissenschaftliche Bestätigung deren Verlaufs noch aus.



**Abbildung 14 (li.):** Neuendorf, Rügen, Deutschland – Fisch als Giebelzeichen



**Abbildung 15 (re.):** Fahrenkamp, Meckl.-Vorpommern, Deutschland – Seepferdchen am Giebel



**Abbildung 16 (li.):** Wieck am Darß, Deutschland – ein Boot als Giebelzeichen



**Abbildung 17 (re.):** Sventoji, Litauen – Drachenkopf

Auffallend ist auch, dass im Ostseeraum viele Tiermotive in unterschiedlichsten Variationen in den Giebelzeichen vorkommen. Dagegen gibt es andere Regionen, in denen sich eher nur wenige, regionaltypische Motive wiederholen, wie z.B. der Löwe in Tirol oder Schwäne in Friesland.



**Abbildung 18 (li.):** Helsinki, Finnland – Drachenkopf an einem Gebäude am Hafen, stilisiert

**Abbildung 19 (re.):** Kopenhagen, Dänemark – Drachenkopf



**Abbildung 20 (li.):** Lerje, Dänemark – Drachenkopf

**Abbildung 21 (re.):** Restaurant Lido in Riga, Lettland (erbaut 1999) – gekreuzte Drachenköpfe, stark stilisiert, mit Sonnenrad

Auch mythische Figuren wie der Vogel Greif, andere Fabelwesen oder Seejungfrauen blicken von den Giebeln der Häuser herab. Der Greif stand bereits vor knapp 1000 Jahren Pate bei der Vergabe von Ortsnamen wie z.B. Greifswald in Vorpommern, Deutschland, oder für den Ort Gryfino im jetzigen polnischen Gebiet.

Die amerikanische Volkskundlerin Adrienne Mayor vertritt die Theorie, dass der Greif auf eine bestimmte Art von Saurier – den Protoceratops - zurückzuführen ist, der in der Wüste Gobi vorkam, und dass er von den Skythen bis in die nördlichen Regionen überliefert wurde (BREUER 2000, S. 264). Daher ist es immerhin erstaunlich, dass das Symbol des Greifs so weit verbreitet ist, dass er als Giebelzeichen zu finden ist und dass sich selbst die damit verzierten Häuser in unterschiedlichen Gebieten architektonisch ähneln.

Ein anderer Vogel, der recht häufig vorkommt und in vielen Arten im Ostseeraum zu Hause ist, ist die Eule. Sie hat recht früh Eingang in die Welt der Symbole gefunden und wird – wenn auch nicht ganz so oft wie andere Motive - für Giebelzeichen verwendet. Dabei sind durchaus unterschiedliche Deutungen möglich. Manche Eulen erinnern eher an Teufelsköpfe, wie es z.B. an einem alten hölzernen Haus in Nida auf der Kurischen Nehrung zu sehen ist, siehe Abb. 29.



**Abbildung 22 (li.):** Meppel, Niederlande – Greif;

**Abbildung 23 (re.):** Neustadt, Schleswig-Holstein, Deutschland - Greif



**Abbildung 24 (li.):**Thiessow, Rügen, Deutschland - Greif

**Abbildung 25 (re.):** Vitt, Rügen, Deutschland – Eule



**Abbildung 27 (oben):** Klein Kubitz, Rügen, Deutschland – Eule

**Abbildung 26 (links):** Groß Stresow, Rügen, Deutschland – Eule



**Abbildung 28 (li.):** Karow, Rügen, Deutschland – Eule oder Teufelskopf?

**Abbildung 29 (re.):** Nida, Kurische Nehrung, Litauen – Eule oder Teufelskopf?

Im Spreewald, Deutschland, ist der Hahn ein sehr oft verwendetes Symbol, auch für Giebelzeichen. Ähnliche Ausführungen gibt es im gesamten Ostseeraum – allerdings werden sie regional recht unterschiedlich gedeutet, z. B. als Kraniche oder Pfaue.



**Abbildung 30 (oben):** Wustrow auf Fischland-Darß-Zingst in Deutschland – gekreuzte, echte Pferdeschädel



**Abbildung 31 (re.):** Sventoji, Litauen – gekreuzte Elchköpfe

Tierköpfe – einfach oder gekreuzt - zählen ebenfalls zu den am meisten vorkommenden Motiven. Allen voran Pferdeköpfe, aber auch die Köpfe von Bären, Rehböcken, Hirschen oder Elchen. Ein sehr besonderes Giebelzeichen kann man in Wustrow auf Fischland-Darß-Zingst in Deutschland sehen: dort wurden zwei echte Pferdeschädel montiert, wie es bereits in der Frühgeschichte üblich war, siehe Abbildung 30.



**Abbildung 33 (oben):** Binz auf der Insel Rügen, Deutschland – gekreuzte Köpfe von Rehböcken

**Abbildung 32 (li.):** Ralswiek auf der Insel Rügen, Deutschland – gekreuzte Bärenköpfe

Zwei sehr kunstvolle Giebelzeichen, die Menschen bei bestimmten Tätigkeiten zeigen, sind in Nida auf der Kurischen Nehrung, Litauen, und in Jurmala, Lettland, zu sehen. Ersteres zeigt zwei krumm gebeugte Männer, die je eine Gans hinter sich her ziehen, siehe Abbildung 34. Besonders ist hier wiederum, dass die beiden Männer Holzschuhe tragen, deren Form sofort an „Klumpen“ aus den Niederlanden denken lässt. Abbildung 35 zeigt dagegen zwei Flöte spielende Jungen – möglicherweise Hirten?



**Abbildung 34 (li.):** Nida, Kurische Nehrung, Litauen – krumm gebeugte Männer mit Gänsen

**Abbildung 35 (re.):** Jurmala, Lettland – Flöte spielende Jungen

Die Kombination von Kreuz-Anker-Herz ist typisch für die Kurische Nehrung, Litauen. Wie bereits erwähnt, stehen diese Motive für Glaube - Hoffnung - Liebe, wobei der Liebe hier der höchste Stellenwert eingeräumt wird. Diese Erkenntnis wird aus dem Brief von Apostel Paulus an die Korinther, im Neuen Testament der Bibel, abgeleitet. Als neue und gleichzeitig praktische Elemente wurden an einigen Giebeln die Formen von Weingläsern eingearbeitet – als Hinweise darauf, dass in diesen Häusern ein guter Tropfen zu haben ist, denn es handelt sich um Gasthäuser.



**Abbildung 36 (links oben):** Nida, Kurische Nehrung, Litauen – Kreuz, Anker und Herz

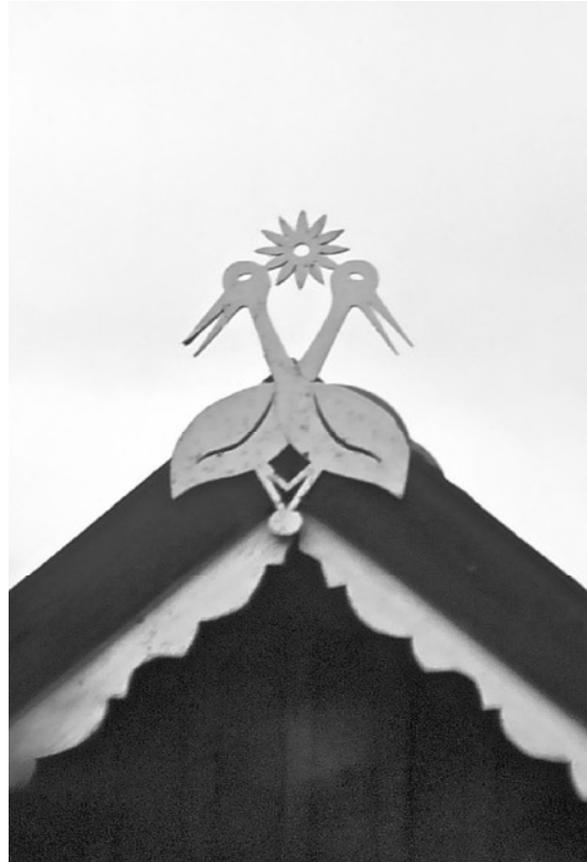
**Abbildung 37 (rechts oben):** Nida, Kurische Nehrung, Litauen – Kreuz, Anker, Herz und Glas

**Abbildung 38 (links):** Nida, Kurische Nehrung, Litauen – Kreuz, Anker, Herz und Glas

Typisch für die Kurische Nehrung sind ebenfalls Tulpen, als Gewächse aus der Familie der Lilien, die es kaum woanders gibt. In Nida ist auch diese schöne Kombination von zwei Störchen zu sehen, die gemeinsam die Sonne tragen. Ähnlich phantasievolle Motive zwischen Tradition und Moderne sind auf Bornholm, Dänemark, zu erblicken.



**Abbildung 39 (oben):** Nida, Kurische Nehrung, Litauen – gekreuzte Pferdeköpfe, geschmückt mit Tulpen



**Abbildung 40 (rechts):** Nida, Kurische Nehrung, Litauen – zwei Störche, die Sonne tragend



**Abbildung 42 (oben):** Poulsker, Bornholm, Dänemark – tönerner Vögel auf dem Dachfirst

**Abbildung 41 (links):** Hasle, Bornholm, Dänemark – hölzernes Storchennest mit Storch, darunter das (echte) Geweih eines Zwölfenders



**Abbildung 43:** Aakirkeby, Bornholm, Dänemark – große Korbflasche, von einem Pfeil durchbohrt

Eine ganze Gruppe von Giebelzeichen verweist in Richtung Berufe oder Hobbies. Die folgenden Beispiele aus Mecklenburg-Vorpommern deuten auf das Friseurhandwerk, die Kaninchenzucht und die Taubenhaltung.



**Abbildung 44 (li.):** Stralsund, Deutschland - Zeichen des Friseurhandwerks: Kamm und Schere



**Abbildung 45 (re.):** Neuenkirchen bei Greifswald, Deutschland – Hinweise auf Kaninchenzucht

Der Giebel auf Abbildung 47 in Niechorze, Polen, trägt eine Säge und eine Axt, die sich kreuzen. Das Zeichen befand sich nur vorübergehend an diesem Haus, lediglich während der Bauphase. Möglicherweise war dahinter der Gedanke verborgen, die Bauleute vor Unglück zu schützen. Nach Fertigstellung des Hauses wurde es durch ein anderes Giebelzeichen ersetzt.



**Abbildung 46 (li.):** Kamminke auf Usedom, Deutschland – Hinweis auf Taubenhaltung

**Abbildung 47 (re.):** Niechorze, Polen – Säge und Axt, gekreuzt

Zu den ganz besonderen Motiven im Ostseeraum zählen die antropomorphen Formen – in Deutschland auch „Puppenform“ genannt. Die Literatur liefert nicht allzu viele Erklärungen dafür. Während der nationalsozialistischen Zeit wird mit der sogenannten Blumen- oder Mann-Runen indirekt auf die nordischen Götter wie Wotan oder Donar verwiesen (vgl. VAN HEEMSKERCK DÜKER & VAN HOUTEN 1941 S. 25 ff und S. 29 ff) oder auf Heilige wie St. Johannes und die Heilige Margarethe, jedoch bleiben diese Verweise vage (vgl. JANS 1973, S. 26 ff.).

Im Zusammenhang mit Wotan und Donar werden gern andere Symbole hinzugezogen, wie zum Beispiel Stäbe, Vögel und Hämmer – aber auch diese halten tiefer gehenden Untersuchungen nicht stand. Dafür sind die antropomorphen Formen auch zu unterschiedlich, wie aus den folgenden Abbildungen ersichtlich wird.



**Abbildung 48:** Althagen auf Fischland, Deutschland – menschliche Form, stilisiert



**Abbildung 49 (li.):** Althagen auf Fischland, Deutschland – menschliche Form, fraulich  
**Abbildung 50 (re.):** Wustrow auf Fischland, Deutschland – menschliche Form, mit Hut



**Abbildung 52 (oben):** Wustrow auf Fischland, Deutschland - menschliche Form, männlich, stark stilisiert

**Abbildung 51 (links):** Nida, Kurische Nehrung, Litauen – kunstvoll verzierte menschliche Form, kombiniert mit weiteren Motiven



**Abbildung 54 (oben):** Kamminke auf Usedom, Deutschland – menschliche Form, stark stilisiert

**Abbildung 53 (links):** Wustrow auf Fischland, Deutschland – menschliche Form, fraulich, stark stilisiert



**Abbildung 55 (oben):** Nida, Kurische Nehrung, Litauen – menschliche Formen, eckig und stilisiert, dennoch kunstvoll gearbeitet und als männlich identifizierbar



**Abbildung 56 (rechts):** Nida, Kurische Nehrung, Litauen – menschliche Form, kunstvoll verziert

Als Abschluss dieser Aneinanderreihung sollen einige moderne Ausgaben der uralten Tradition gezeigt werden. Besonders schöne Beispiele sind die letzten beiden Abbildungen 63 und 64, die von dem litauischen Bildhauer und Maler Eduardas Jonusas in Nida auf der Kurischen Nehrung geschaffen wurden. Einerseits lehnen sie sich an die traditionelle Formgebung an, andererseits aber zeigen sie sehr modern gestaltete Motive wie Elche, Vögel, Fische, ein Fischerboot, einen Anker sowie abstrakte geometrische Figuren.



**Abbildung 57 (li.):** Schwerin, Mecklenburg-Vorpommern, Deutschland – moderne Eulen

**Abbildung 58 (re.):** Rerik, Mecklenburg-Vorpommern, Deutschland - Löwen



**Abbildung 59 (li.):** Devin, Mecklenburg-Vorpommern, Deutschland - neugieriger Fuchs

**Abbildung 60 (re.):** Klein Damitz, Mecklenburg-Vorpommern, Deutschland – sich aufbäumendes Pferd



**Abbildung 61 (li.):** Hohendorf, Mecklenburg-Vorpommern, Deutschland – tönerner Hahn auf dem First

**Abbildung 62 (re.):** Stralsund, Mecklenburg-Vorpommern, Deutschland – Sonnensymbol



**Abbildung 63 (li.):** Nida, Kurische Nehrung, Litauen – moderne Elche, Vögel und weitere Symbole, von dem litauischen Bildhauer und Maler Eduardas Jonusas

**Abbildung 64 (re.):** Nida, Kurische Nehrung, Litauen – Vögel, Boot, Anker, Fische und weitere Motive, von dem litauischen Bildhauer und Maler Eduardas Jonusas

Die vorangegangenen Beispiele sind nur ein kleiner Ausschnitt aus der enormen Vielfalt an Giebelzeichen und der verwendeten Symbole im Ostseeraum. Sie sprechen dennoch eine deutliche Sprache in Hinblick auf die tiefe Verwurzelung von Schifffahrt, Fischerei, Landwirtschaft und Handwerk, aber auch des christlichen Glaubens in der Volkskunst. In diesem Sinne sind sie durchaus Teil einer gemeinsamen Identität der Einwohner des Ostseeraums – auch wenn sie sich dieser noch gar nicht recht bewusst sind.

Interessanterweise lässt sich beobachten, dass etwa seit 1990 wieder mehr und mehr Häuser mit Giebelzeichen verziert werden, sowohl mit traditionellen als auch neuen, modernen Motiven. Ist es ein Zufall, dass die Neubelebung des schönen, alten Brauchs in die Zeit nach der politischen Wende in Ostdeutschland und Osteuropa fällt?

## 5 Quellenverzeichnis

### a) gedruckte Quellen:

**ANATI, E.** (2008): Rock Art of Valcamonica, Adoranten, Tanumshede: Scandinavian Society for Prehistoric Art.

**BIEDERMANN, H.** (1994): Knaurs Lexikon der Symbole. München: Droemersche Verlagsanstalt Th. Knaur Nachf.

**BREDNICK, R. W., SCHMITT, H.** (1997): Symbole zur Bedeutung der Zeichen in der Kultur. Münster: Waxmann.

**BREUER, H.** (2000): Mammut am Strand. In: Der Spiegel 37/2000. Hamburg: SPIEGEL-Verlag.

**CLOTTE, J., COURTIN, J.** (1995): Grotte Cosquer. Sigmaringen: Jan Thorbecke Verlag.

**EVERS, D.** (1996): The forgotten Valley. Adoranten, Tanumshede: Scandinavian Society for Prehistoric Art.

**FILLIPETTI, H., TROTTEREAU, J.** (1978): Symboles et Pratique Rituelles dans le maison paysanne traditionnelle. Paris: Editions Berger Levrault.

**GAWLICK, H., LÜBECK, K.-K.** (1988): Mecklenburgische Ornament-Fibel. Rostock: Mecklenburgisches Folklorenzentrum der drei Nordbezirke.

**GROLL, Gerhard** (2000): Die gekreuzten Pferdeköpfe in Niedersachsen und Bremen. Bremen: Pferdesport-Verlag Rolf Ehlers.

**HAARMANN, H.** (1991): Universalgeschichte der Schrift. Frankfurt/Main: Campus Verlag.

**HEEMSKERCK DÜKER, Ir. W.F. van, HOUTEN, Ir. H.J. van, 1941,** Zinnebeelden in Nederland, den Haag, uitgeverij „Hamer“.

**HERGOUTH, A., VOLLATH K.** (1963): Giebelzeichen. Schutz für Haus und Familie Wien: Österreichischer Agrarverlag.

**JANS, J., JANS, E.** (1974): Gevel- en stiepeltekens in Oost-Nederland. Enschede: uitgeversmaatschappij van der Loeff b.v.

**JORDAN, M.** (2002): Encyclopedia of Gods. London: Kyle Cathie Limited.

**LEROI-GOURHAN, A.** (1988): Hand und Wort. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

**MACKENSEN, L.** (1988): Ursprung der Wörter. Frankfurt am Main / Berlin: Verlag Ullstein.

**PEßLER, W.** (1922): Niedersächsische Volkskunde. Hannover: Verlag Theodor Schulze's Buchhandlung.

**SCHRÖDER, U.** (1972): Der Giebelschmuck an Bauernhäusern des Hannoverschen Wendlandes. Landesgenossenschaftsbank eGmbH.

**STEPHANY, E.** (1959): Wunderwelt der Schreine. Frankfurt am Main: Umschau Verlag.

**SVERDRUP, G.** (1939): Die Hausurnen und die Heiligkeit des Hauses. Oslo: Dybwad Verlag.

**THILO, T.** (1978): Klassische chinesische Baukunst. Zürich: Buchclub Ex Libris.

**WASSERZIEHER, E.** (1975): Kleines etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache. Leipzig: VEB Bibliographisches Institut.

**b) Internetquellen** (Zugriff am 18.07.2011):

<http://en.wikipedia.org/wiki/Gibil>

<http://www.uni-protokolle.de/Lexikon/Malljan.html>

<http://baugeschichte.tuwien.ac.at/abk/texte/skelettbauweisen/b-maori.html>

<http://www.pfahlbauten.de/>

#### **Abbildungsnachweis:**

Abb. 1, 2, 5-8, 11-64: Freddie Bijkerk

Abb. 3: Jürgens Software

Abb. 4: Scot Melzer

Abb. 9: Abreibung einer Felszeichnung, freundlicherweise von Dietrich Evers, Wiesbaden, überlassen

Abb. 10: <http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Datei:Hausurne.jpg&filetimestamp=20070321095041>

#### **Anschriften der Autoren:**

Dipl.-Soz.-Päd. Freddie Bijkerk

Reiferbahn 1

D – 18439 Stralsund

[freddie@bijkerk.de](mailto:freddie@bijkerk.de)

Dipl. oec. Betina Meliß

Ernst-Moritz-Arndt-Universität

Institut für Geographie und Geologie

Wirtschafts- und Sozialgeographie

Makarenkostraße 22

D – 17487 Greifswald

[meliss@uni-greifswald.de](mailto:meliss@uni-greifswald.de)

## **Freizeit im Kleingarten**

### **Zum Einfluss von Berufstätigkeit und Ruhestand auf die Kleingarten-Nutzung anhand exemplarischer Daten aus dem Greifswalder Umland 1991-2010**

**Wolfgang ALBRECHT** unter Mitwirkung von **Gertrud ALBRECHT**

#### **Vorbemerkungen**

Seit Kurzem steht uns eine weitere exemplarische Zeitaufwandsdokumentation für die Kleingarten-Nutzung zur Verfügung, die es erlaubt – sozusagen im Nachgang zu unseren einschlägigen Veröffentlichungen in den Bänden 14 (2003) und 16 (2005) dieser Reihe – in je einem Jahrzehnt den Einfluss von Berufstätigkeit bzw. Ruhestand unserer Probanden auf ihre Freizeit im Kleingarten für die 20 Nach-Wende-Jahre zu hinterfragen. Damit können erstmals die direkten Auswirkungen des gesellschaftlichen Wandels 1989/90 eliminiert werden. Auch wenn die schmale statistische Basis (Quellen: ALBRECHT 2003a, S.194-95/198-99 und 2005, S.89/90) keine generell verallgemeinerungsfähigen Ableitungen erlaubt – wohl aber doch solche für die Quellregion (v. a. Umland von Greifswald) und die soziale Strukturgruppe unserer Gewährsleute u. E. sinnvoll erscheinen lässt (woraus wir ja auch – aber nicht nur – die Berechtigung ihrer Veröffentlichung ableiten), danken wir allen unseren Informanten und Gesprächspartnern aus dem Kleingartenwesen [KGW] für ihre uneigennützig, kostenlose und zumeist termingerechte Unterstützung.

Unseren Dank an Herrn Professor Dr. Wilhelm Steingrube für die Aufnahme dieses das Thema aus unserer Sicht quasi abschließenden Artikels in den Band 21 der GB RFTF verbinden wir mit den besten Wünschen – obenan für persönliches Wohlergehen und weiterhin erfolgreiche Arbeit im Kontaktfeld von Geographie und Tourismus – zu seinem 60. Geburtstag.

#### **1 Einleitung**

Der sozialpolitische Aspekt des KGW spielt heute – in Zeiten zunehmender sozioökonomischer Polarisierung der postindustriellen Gesellschaft – wieder eine ähnlich wichtige Rolle wie in der Frühphase seiner Entwicklung im 19. Jahrhundert. Meist städtische und zudem unterprivilegierte werktätige Schichten und Gruppen sind erneut mehr denn je seine potentielle Klientel: Geringverdiener diversen soziodemographischen Status, Ruheständler, aber auch zunehmend Arbeitslose und Immigranten (LAMPE 2010).

Gerade deswegen verschärfen sich die Probleme des KGW, die ausgelöst werden durch innergesellschaftliche Veränderungsprozesse, wie z. B.

– den demographischen Wandel (speziell Überalterung, sinkende Kinderzahlen, veränderte Familienstrukturen, zunehmender Anteil von Einwohnern mit Migrationshintergrund);

– den Wertewandel, der sich v. a. in einer Polarisierung von individuellen wie kollektiven Verhaltensweisen äußert (wodurch die Unterschiede in Lebensweise, -standard und -stil immer schärfer werden):

Also z. B. steigt/verbreitet sich

- einerseits das Gesundheitsbewusstsein und andererseits haben immer mehr und insbesondere auch jüngere Menschen Übergewicht, nimmt ihre körperliche Fitness ab;
- einerseits die öffentliche Wertschätzung aktiver Freizeitgestaltung im Freien und andererseits sitzen immer mehr immer länger vor Fernseher und Computer;
- einerseits – vielleicht für das KGW am bedeutsamsten – die von Berufstätigen oft beklagte Steigerung der Arbeitsbelastung/-intensität, verbunden mit einer Reduzierung ihrer individuellen Freizeit, während andererseits zugleich für Millionen durch ‘Sturz’ in unfreiwillige Lebens-Freizeit (Arbeitslosigkeit aller, auch verschleierte Formen, Frührente u. ä.) die ökonomische Basis eines selbstbestimmten Lebens minimiert wird;
- einerseits immer energischere Betonung/Beharrung auf individueller Freiheit/Recht auf Selbstverwirklichung, andererseits werden immer ausgefeiltere bürokratische Regulierungen des alltäglichen Lebens gerade privater Individuen – oft unter den ‘Totschlagargumenten’ political/ecological correctness (für das KGW aktuell die Abwasserentsorgungsvorschriften, davor die Zweitwohnsitzsteuer, Kommunalgebühren u.a.m.) ersonnen, die nur mit viel Bürger-Engagement abgewehrt werden können (OZ 11.3.2011).

Der Bund Deutscher Gartenfreunde [BDG] ist sich der Herausforderung für das KGW vollauf bewusst (BUHTZ et al. 2008) und bemüht, sich dabei aktiv zu positionieren (s. a. Dokumente 2. Bundeskleingärtnerkongress 6/09 in Potsdam und Leitbild BDG 2020; FRIEDRICH 2009).

Im Zusammenhang mit den im Folgenden zu analysierenden Daten über ‘Freizeit im Kleingarten’ seien noch einige Informationen zum Problemfeld ‘Altersstruktur der Kleingärtner – Gartenarbeit’ gegeben. REINHARDT hat dazu auf dem 2. Bundeskleingärtnerkongress [BKgK] 6/2009 in Potsdam einige Daten (leider weder quantitativ basiert noch terminiert) vorgestellt:

- Gärtnern als ‘außer-Haus-Aktivität’ betreiben mind. 1/Monat ca. 50% seiner Probanden, was sich damit zwischen Einkaufsbummel (54%) und Sport (46%) sowie weit vor Tagesausflug (26%) einreicht.
- Werden die Probanden in Altersgruppen aufgefächert, ändert sich allerdings nur für ‘Tagesausflug nichts:
  - 18-29jährige: Gärtnern 22%, Einkaufen 60%, Sport 77%;
  - 50-64jährige: Gärtnern 63%, Einkaufen 55%, Sport 35%.
- Im Garten halten sich von allen seinen Probanden (doch wohl nur in der Gartensaison bzw. Vegetationsperiode/W.A.) täglich 7%, mehrmals/Woche 19%, mind. 1/Woche 11% auf, also über 1/3 aller  $\geq$  1/Woche; ein weiteres Drittel tut das seltener, die anderen nie.
- Differenziert man das Drittel der ‘Häufig-Nutzer’ nach demographischen Merkmalen, zeigen sich signifikante Unterschiede:
  - Jugendliche (14-17a) 8%; Jungerwachsene (18-24a) 6%;
  - Erwachsene (25-49a): Singles 14%; Paare 18%; Fam. + Ki./+ Ju. 41%/42%;
  - Jungsenioren (50-65a) 48% und Ruheständler (> 65a) sogar 49%.

Kein Wunder, dass TESSIN (in Doku. 2. BKgK 6/09) für den Pfad 'bewohnerorientierte Innenpolitik' der stadtentwicklungspolitischen Zielsetzung das KGW als unverzichtbar, typisch und ideal erklärt: „Das wohl erfolgreichste stadtplanerische Seniorenprojekt sind sicherlich seit Langem Kleingartenanlagen. Kleingärten sind ... so was wie 'Altenheime im Freien'“. Während die >50jährigen etwa 2/5 der deutschen Bevölkerung ausmachen, umfasst diese Altersgruppe in den Kleingartenvereinen [KGV] 3/5 – 3/4 aller Mitglieder, und sogar bei den Neupächtern übertrifft sie mit >50% (TESSIN 2009, a.a.O.) noch deutlich ihren Bevölkerungsanteil.

Bei den ≤35jährigen ist es extrem umgekehrt: Ihr Anteil in den KGV (2-3%) entspricht nur etwa 1/10 ihres Bevölkerungsanteils.

NEUBERGER hebt die Bedeutung der Gärten als wesentliche Quelle menschlicher Gesundheit hervor, macht aber auch unmissverständlich klar: „Gartenarbeit wirkt belastend, wenn sie unter Zeit- und Leistungsdruck ausgeführt wird.“ (2009, S. 11) Die Autoren können dem aus eigener Erfahrung, der ihrer Gewährsleute und durch Beobachtungen bei Gartennachbarn nur beipflichten. BUHTZ et al. (2008, S. 70) konstatieren, dass Aufenthaltszeit im Kleingarten [KG] überwiegend – bei Rentnern sogar stark überwiegend – Gartenarbeit ist; auch das deckt sich vollumfänglich mit unseren Erfahrungen und Informationen.

Diese Erkenntnisse dürften gerade Jüngere spontan vermuten; da speziell für ihre Jahrgänge zunehmende Arbeitsintensität im Beruf, wachsende familiäre Verpflichtungen und überzogene Freizeiterwartungen (Schlagwort Spaßgesellschaft) typisch sind, dürften sie an freiwilligen, Kräfte zehrenden Zusatzbelastungen kaum Interesse haben. Viel weniger sollte ihnen denn auch die ebenfalls von NEUBERGER (a.a.O.) formulierte Ansicht vertraut sein: „Kraft kann mit dem Eingeständnis wachsen, ... eigentlich zu schwach und der Aufgabe vielleicht nicht gewachsen (zu sein), es aber (zu) versuchen“.

Gartenarbeit ist ihm zufolge in jeder Altersgruppe Training für Körper und Geist, Leib und Seele, Agens gegen depressive Verstimmungen und für soziale Integration (a.a.O.).

## **2 Methodik der Untersuchung**

Der Artikel versteht sich als Abschlussanalyse des Themas anhand der aktualisierten Fassung von 2 Datensätzen, die zuvor teilweise bereits in ALBRECHT et al. 2003a und 2005 herangezogen wurden und dort ausreichend charakterisiert worden sind (2003a, S. 89/90; 2005, S. 194/195, 198/199).

Für die folgende Untersuchung konnten sie um die entsprechenden Daten für die Jahre des Jahrfünfts 2006-2010 erweitert werden. Damit lassen sich die nun 4 Pentaden zu 2 Dekaden aggregieren: 1991-2000 (Berufsphase); 2001-2010 (Ruhestandsphase).

Mit der Ergänzung verbunden wurde eine Überprüfung der Originalunterlagen aller Jahre und ggf. Neuberechnung der aggregierten Daten aller Pentaden, um systemische (z.B. beim Runden von Bruchteilen) und zufällige Fehler (z. B. Fehllösungen handgeschriebener Ziffern, Zahlendreher u. ä.) zu beseitigen. Datendifferenzen zu den beiden o. g. Artikeln halten sich in engen Grenzen und beeinflussen i. A. nicht den Tenor der dort jeweils getroffenen Aussagen.

Aus den uns noch zur Verfügung stehenden Originalunterlagen lassen sich für den Untersuchungszeitraum in beliebiger kalendarischer Spezifizierung (Tag/Woche/Monat/Jahr...) für jeden unserer Gewährsleute die Häufigkeit ihrer KG-Aufenthalte (Frequenz; in d/Person) und deren jeweilige Dauer (Intensität; in h/Person; Erfassungsminimum 0,5 h, bei Aggregation grundsätzlich für die kalendarische Einheit aufgerundet !) darstellen.

Im Interesse der Vergleichbarkeit und Kompatibilität (Daten wie Auswertung) mit den o. g. Arbeiten 2003a und 2005 gehen wir in grundsätzlich gleicher Weise wie damals vor.

Spezifizierungen des Analysealgorithmus für die Saisonalität werden in 4.1 dargelegt.

Leider sind uns auch im letzten Jahrfünft keine weiteren kompatiblen und/oder komparablen Quellen mit auch nur ähnlicher Detailliertheit und Konstanz bekannt geworden, die die statistische Basis hätten verbreitern können: So muss es beim exemplarischen Charakter der Analyse bleiben.

Alle Datensätze stammen prinzipiell aus KGV im Greifswalder Umland, also aus dem unmittelbaren südlichen Ostseeraum. Dessen küstennahe Städte waren und sind noch immer nicht nur wichtige Ziele für primären wie sekundären (der Strandurlauber) Stadttourismus, sondern auch die wichtigsten Quellorte primärer Naherholer – darunter eben auch der Kleingärtner [Kg] – im küstennahen Stadtumland (ALBRECHT 1991). Dadurch besteht in gewissem Umfang wegen Nutzungsüberschneidung eine Ressourcenkonkurrenz, wie sich un schwer aus der Karte der KG-Standorte in MV 1999/2000 (ALBRECHT 2003a, S. 193) erkennen lässt; jene ist u. E. aber wohl – außer um Rostock, der einzigen Großstadt in MV – regional quantitativ unerheblich (lokal entlang der Außenküste vereinzelt vielleicht nicht).

Untersuchungen zu quantitativen und qualitativen Aspekten dieses Phänomens fehlen u. W. bisher noch völlig. Da demographische Prozesse zunehmend das Standortnetz der Kleingartenanlagen [KGA] beeinflussen dürften, halten wir die Flächennutzungs-Konversion von KGA zugunsten des Tourismus für besonders interessant.

Der Ostseeraum ist allerdings generell schon seit Jahrzehnten – und jetzt wieder verstärkt (RULLE 2004) – auch im Blickfeld tourismusgeographischer Forschung; es sei hier nur an Benthien's 'zirkumbaltische Erholungszone' (1974; zuletzt wohl 1997, S. 115) erinnert. Dass jener auch über MV hinaus eine große Rolle für das KGW spielt, wurde aber u. W. in der Geographie bisher nicht thematisiert, während man sich den Ferien- und Wochenendhäusern in verschiedenen Nachbarstaaten umso intensiver widmete.

WEIRICH (Generalsekretärin der Internationalen Kleingärtner-Organisation mit Sitz in der Stadt Luxemburg) wies in ihrem Vortrag auf dem 2. BKgK 6/2009 in Potsdam darauf hin, dass von den europäischen Mitgliedsverbänden (14 mit insgesamt ca. 2,5 Mio. Mitgliedern) mehr als 1/3 Ostsee-Anrainer sind: Deutschland, Polen, Dänemark, Schweden und Finnland. Sie repräsentieren sogar mehr als 4/5 aller Mitglieder, die allerdings bei Weitem nicht alle im Ostseeraum verortet sind. Dank der günstigsten rechtlichen Grundlagen und zumeist auch größten Maße für Laube und Garten – insbesondere in Skandinavien – ist hier die multifunktionale Bedeutung (produktive, ökologische, soziale, rekreative ...) des KGW besonders ausgeprägt.

Wir halten es auch deshalb durchaus für wünschenswert – und bedauern nur, aus Altersgründen uns nicht mehr selbst daran beteiligen zu können –, Ausmaß und Struktur, Erfolge und Probleme des Naherholungsphänomens KGW im gesamten Ostseeraum aus geografischer Sicht zu erhellen; das dürfte für internationale wissenschaftliche Kooperation ein geeignetes Thema sein.

### **3 Häufigkeit und Dauer der Aufenthalte im Kleingarten**

Die Aufenthalte im KG sind die entscheidende Form der KG-Nutzung. Es sei aber hier darauf verwiesen, dass weitere, eher indirekte Formen durchaus von Belang sind, z.B. Verarbeitung und Verbrauch geernteter Produkte; Kauf von Pflanzen, Chemikalien, Werkzeugen u.a.m.; Teilnahme an Versammlungen, Schulungen, Gemeinschaftsarbeiten, Festen; individuelle Weiterbildung durch Lesen/Studieren von Fachliteratur und anderen Medien; Wahrnehmen eines Ehrenamtes im KGV u. ä.

Für die Analyse der KG-Aufenthalte stehen uns – wie auch schon 2003 und 2005 – nur 3 Merkmale zur Verfügung: Häufigkeit, Dauer und Anzahl der Beteiligten. Informationen über die Art und Weise der Aufenthaltsgestaltung, den Anteil von Gartenarbeit und Regeneration, über kurzzeitiges Verlassen des KG z.B. für einen Besuch beim Nachbarn, einen Spaziergang durch die Gartenanlage oder evtl. sogar zum Baden sind nicht dokumentiert worden. Übereinstimmend bestätigten unsere Gewährsleute, dass die Distanzüberwindung zwischen Wohnung und Kleingarten nicht in die dokumentierte Aufenthaltszeit einbezogen wurde, v. a. wegen ihrer multifunktionalen Nutzung 'auf dem Weg', jene damit quasi netto ist.

Wie wir schon 2003 hervorhoben, gehörten für unsere Gewährsleute Witterung und Wetter zu den Haupteinflussfaktoren auf ihre KG-Nutzung. Selbstverständlich – und deshalb erwähnten wir es damals nicht explizit – ist das kein subjektives Phänomen, sondern objektive Folge des hiesigen Klimas mit typisch jahreszeitlicher Variabilität – auch und gerade ! – der gärtnerisch relevanten natürlichen Erscheinungen (insbes. Temperatur, Niederschlag, Tageslänge). Über die Verkettung mit der Biosphäre bestimmen sie den tatsächlichen Anfall objektiv notwendiger, biologisch gebundener und deshalb unter allen Umständen (und in einem begrenzten Zeitfenster!) zu erledigender Gartenarbeiten (ALBRECHT 2003a). Subjektiv ist allenfalls die individuelle Reaktion der Kg auf Witterung/Wetter, die der Entscheidung für oder gegen den Aufenthalt im KG vorausgeht, weil sie von zahlreichen weiteren, vielfach rein subjektiven Faktoren beeinflusst wird.

In diesem Zusammenspiel von Natur und Mensch bestimmt jene die große (prinzipielle) Linie der KG-Nutzung, dieser ihre (graduelle) konkrete Ausprägung (ALBRECHT 2005). Da die Verknüpfung beider ihrerseits fluktuierender Seiten nicht starr, sondern flexibel ist (da das Kontaktfeld 'Garten' als dynamisches System auch vorübergehende Störungen im Zusammenspiel von Natur- und Humanfaktoren in gewissem Maß toleriert), sind die quantitativen Strukturmuster (über die qualitativen liegen uns keine Daten vor!) von Jahr zu Jahr einander höchstens ähnlich, aber prinzipiell niemals gleich.

Tabelle 1 verdeutlicht das schon anhand der wichtigsten Jahresdaten (nur hier einschließlich der ansonsten außerhalb unseres Untersuchungszeitraumes liegenden Wendejahre). Tendenzen und Singularitäten lassen sich sowohl für die Häufigkeit wie die Dauer der Aufenthalte erkennen.

So nimmt die Frequenz tendenziell zu und erreicht erst 2009 mit dem Dreifachen der Wendezeit ihr Maximum. Die Dauer hingegen gipfelt nach starken Schwankungen bereits um die Jahrtausendwende, um dann abrupt (aber ziemlich konstant) auf ein nur halb so hohes Niveau zu fallen. Dieser Hiatus markiert den Übergang von der Berufstätigkeit in den Ruhestand, übrigens mit einjähriger Verzögerung; ein neuer Lebensrhythmus musste wohl erst gefunden werden.

**Tabelle 1:** KG-Aufenthalt – jährliche Häufigkeit und Dauer (1989-2010)

Jahr	Frequenz (Personentage)			d mit Gästen	Intensität (Personenstunden)			Dauer/Aufenthalt (h)	
	Summe	♂	♀		Summe	♂	♀	♂mit♀	♂allein
1989	141	97	44	44	686	426	260	5,91	3,13
1990	72	52	20	14	276	202	74	3,70	4,00
1991	77	57	20	11	408	276	132	6,60	3,89
1992	133	87	46	29	840	495	345	7,50	3,66
1993	50	35	15	10	386	235	151	10,01	4,20
1994	95	65	30	19	538	359	179	5,97	5,14
1995	94	68	26	22	644	413	231	8,88	4,33
1996	116	74	42	27	709	419	290	6,90	4,03
1997	145	98	47	22	914	550	364	7,74	3,65
1998	144	95	49	16	737	426	311	6,35	2,50
1999	170	108	62	21	1.028	590	438	7,06	3,30
2000	181	120	61	15	992	554	438	7,18	1,97
2001	189	118	71	16	581	346	235	3,31	2,36
2002	200	132	68	13	581	370	211	3,10	2,48
2003	190	124	66	17	557	359	198	3,00	2,78
2004	195	123	72	6	513	323	190	2,64	2,61
2005	209	135	74	11	571	355	216	2,92	2,28
2006	218	146	72	5	559	366	193	2,68	2,34
2007	231	155	76	10	635	408	227	2,99	2,29
2008	224	150	74	9	561	362	199	2,69	2,14
2009	257	178	79	10	615	418	197	2,49	2,23
2010	187	128	59	4	513	340	173	2,93	2,42
Ø/a	<160	<107	>53	<16	>629	<391	<239	4,48	2,85

Die Koeffizienten beider Daten verhalten sich ganz anders: Ihre Maxima bzw. Minima fallen in die Jahre mit den Minima bzw. Maxima der Frequenz. Immerhin ist auch tendenziell erkennbar, dass mit steigender Frequenz generell die spezifische Aufenthaltsdauer abnimmt. In diese Relation fügt sich ebenfalls die Veränderung der jährlichen 'Aufenthaltstage mit Besuch' (unberücksichtigt blieb hierbei die Zahl der Besucher). Die häufigeren, aber kürzeren KG-Aufenthalte nach 2000 waren offensichtlich viel mehr der Gartenarbeit (an der Besucher kaum Interesse haben, aber sich scheuen zu faulenzeln, während die Gartenbesitzer arbeiten – also besser/lieber wegbleiben) als den anderen Aspekten der KG-Nutzung gewidmet.

In den Tabellen 2a (für die Frequenz) und 2b (für die Intensität) sind die aus den jährlichen Monatsdaten der Vegetationsperiode (März-November) für die Pentade IV (2006-2010) errechneten Werte dargestellt.

Um den Vergleich mit den 2003 bzw. 2005 publizierten Daten für die 3 vorhergehenden Pentaden zu erleichtern, sind deren Summen-Werte nochmals angeführt.

Dadurch ist auch die Bildung der beiden Dekaden B und R nachzuvollziehen.

Die Anzahl der Aufenthaltstage (Tab. 2a) erreichte in P IV das bisherige Maximum, fast so groß wie die Summe der Dekade B (1991-2000). Die Steigerung von P III zu P IV ist allerdings bei ♂ deutlich stärker als bei ♀. Nach wie vor waren die Frauen unserer Gewährsleute nie allein im KG; ihre Beteiligung an den KG-Aufenthalten der ♂ ging in P IV sogar deutlich zurück auf < 50%!

**Tabelle 2a:** Monatliche Häufigkeit (Frequenz = d) der KG-Aufenthalte ☼ P IV  
(∑ Vegetationsperiode = Monate 3-11), Pentaden I-IV / Dekaden B + R / NWZ 1991-2010

Zeitraum ☼	∑ ♂ Aufenthaltstage (Ad)		dav. ♂ Ad + Gast abs.	dav. ♂ Aufent- haltsarbeits- tage (Aad)		∑ ♀ Aufenthaltstage (Ad)			dav. ♀ Aad	
	abs.	%☼		abs.	abs.	% (Ad)	abs.	%☼	% (♂)	abs.
März IV	56	7,9	3	40	71,4	29	8,3	51,8	20	69,0
April IV	68	9,5	1	48	70,6	40	11,4	58,8	27	67,5
Mai IV	79	11,1	3	48	60,8	39	11,1	49,4	17	43,6
Juni IV	86	12,1	5	57	66,3	50	14,2	58,1	33	66,0
Juli IV	110	15,4	12	84	76,4	54	15,4	49,1	42	77,8
August IV	83	11,6	12	62	74,7	35	10,0	42,1	24	68,6
Sept. IV	77	10,8	-	56	72,7	48	13,7	62,3	34	70,8
Okt. IV	92	12,9	2	64	69,6	41	11,7	44,6	27	65,9
Nov. IV	62	8,7	-	41	66,1	15	4,3	24,2	9	60,0
∑☼ P IV	713	100		500	70,1	351	100	49,2	233	66,4
Ø P IV	> 79		> 4	< 56		39			< 26	
∑☼ P III	598			415	69,4	338		56,5	212	62,7
Ø P III	> 65		< 7	> 46		< 38			< 24	
∑☼ DR	1.311			915	69,8	689		52,6	445	64,6
Ø DR	< 146		< 11	< 102		< 77			> 49	
<i>zum Vergleich</i>										
∑☼ P II	473			284	60,0	269		56,9	134	49,8
Ø P II	< 53		< 11	< 32		< 30			< 15	
∑☼ P I	309			162	52,4	136		44,0	61	44,9
Ø P I	> 34		> 10	> 18		> 15			< 7	
∑☼ DB	782			446	57,0	405		51,8	195	48,1
Ø DB	< 97		< 21	< 50		45			< 22	
∑☼ NWZ	2.093			1.361	65,0	1094		52,3	640	58,5
Ø NWZ	< 233		16	> 151		< 122			> 71	

Anmerkungen für Tab. 2a/2b:

1. Monatswerte der Pentaden I-III s. ALBRECHT 2005, Tab. 2a/2b
2. Dekade B bzw. R: Berufstätigkeit bzw. Ruhestand der Probanden
3. NWZ = Nach-Wende-Zeit (1991-2010)

In der Verteilung der Aufenthaltstage auf die Vegetationsperioden-Monate zeigen sich charakteristische Veränderungen: Nie zuvor waren die Anteile der beiden Frühlingsmonate März/April so hoch, aber auch die der folgenden 4 Monate Mai-August so nied-

rig; der maximale Monat war zum 3. Mal zwar der Juli (nur in P II der August), aber mit einem neuen Minimalwert.

Die Herbstmonate Oktober/November setzten ihre Anteilssteigerung eindrucksvoll fort. Der Oktober etablierte sich erstmals auf Platz 2, allerdings nur bei ♂, denn trotz besonders hoher relativer Steigerung (Anteilswert gegenüber P III mehr als verdoppelt!) steht er bei ♀ erst auf Platz 4.

Nur im August, Oktober und insbes. November (< 50%) liegen die relativen Anteilswerte von ♀ unter denen von ♂ für dieselben Monate, was für die beiden letztgenannten auch schon in P III galt.

Damit ist für DR stärker als für DB typisch, dass ♀ die Aufenthalte im Frühjahr denen im Herbst vorziehen, der 'Entwinterung' sich stärker widmen als der 'Wintervorbereitung'.

Die Verteilung der KG-Aufenthalte auf Werktage bzw. Wochenend-/Feiertage bestätigt für P IV die bereits in P III spürbare Tendenz, diese überproportional (im Vgl. zu ihrem kalendarischen Anteil von > 2 : 1) zu nutzen (zu den Gründen s. ALBRECHT 2005, S. 91/92); sie ist generell bei ♂ stärker ausgeprägt (Ausnahme Juli), insb. in den Frühjahrs- und Herbstmonaten.

Die Anzahl der Aufenthaltstage mit Besuch (Zahl der Besucher leider nicht dokumentiert) sank in P IV auf ein neues drastisches Minimum; das gilt auch für 5 Monate der Vegetationsperiode, darunter die 3 (max.) Hochsommermonate Jun./Jul./Aug.

**Tabelle 2b:** Monatliche Dauer (Intensität = h) der KG-Aufenthalte in ☀ P IV (Σ Vegetationsperiode = Monate 3-11), Pentaden I- IV / Dekaden B + R / NWZ 1991-2010

Zeitraum ☀	Σ ♂ Aufenthaltsstunden (Ah)				Σ ♀ Aufenthaltsstunden (Ah)			dav. ♀ Ah an Aad	
	abs.	%☀	Ø ♂ Ah/Ad	dav. ♂ Ah an Aad	abs.	%☀	% (♂)	abs.	% (Ah)
März IV	130	7,2	2,3	73,8	75	7,7	57,7	2,6	73,3
April IV	181	10,1	2,7	68,5	120	12,3	66,3	3,0	65,0
Mai IV	206	11,5	2,6	63,6	94	9,6	45,6	2,4	43,6
Juni IV	188	10,5	2,2	58,5	148	15,2	78,7	3,0	65,5
Juli IV	346	19,3	3,1	76,0	181	18,5	52,3	3,4	78,5
August IV	233	13,0	2,8	73,0	103	10,6	44,2	2,9	58,3
Sept. IV	201	11,2	2,6	73,6	143	14,7	71,1	3,0	70,6
Okt. IV	209	11,6	2,3	70,8	90	9,2	43,1	2,2	68,9
Nov. IV	102	5,7	1,6	60,8	22	2,3	21,6	1,5	59,1
Σ☀ P IV	1.796	100	2,5	69,7	976	100	54,3	2,8	66,5
Ø P IV	< 200				> 108				
Σ☀ P III	1.681		2,9	67,5	1.037		61,7	3,1	61,9
Ø P III	< 187				> 115				
Σ☀ DR	3.477		2,6	68,7	2.013		57,9	2,9	64,1
Ø DR	> 386				< 224				
<i>zum Vergleich</i>									
Σ☀ P II	2.739		5,8	47,6	1.902		69,4	7,1	48,4
Ø P II	> 304				> 211				
Σ☀ P I	1.770		5,7	42,7	1.093		61,8	8,0	29,2
Ø P I	< 197				> 121				
Σ☀ DB	4.509		5,8	45,7	2.995		66,4	7,4	41,4
Ø DB	501				< 333				
Σ☀ NWZ	7.986		3,8	55,7	5.008		62,7	4,6	50,5
Ø NWZ	> 887				> 556				

Die Einbindung unserer Probanden in soziale Netzwerke hat sich bereits in den ersten 10 Jahren des Ruhestandes offensichtlich deutlich gelockert; selbst dort, wo die sozialen Kontakte weiterhin bestehen, dürften sich die realen Möglichkeiten ihrer Gestaltung erheblich verringert haben (z.B. durch zunehmende Immobilität als Altersfolge; Interessenveränderungen; Kostenprobleme bei Ferngästen).

Die Anzahl der Aufenthaltsstunden in der Vegetationsperiode (Tab. 2b) ist in P IV gegenüber P III zwar leicht gestiegen (+ 6,8%), übertrifft dadurch minimal auch die in P I, bleibt aber doch mit fast 1.000 h ca. 1/3 hinter P II zurück. So liegen auch die monatlichen  $\emptyset$  in den Pentaden I, III und IV nahe beieinander, in P II hingegen > 50% höher.

Für ♀ verschieben sich die Proportionen deutlich: P IV hat hier nur neue Minimalwerte (sowohl  $\sum \odot$  als auch  $\emptyset \odot$ ), noch unter P III (- 5,9%), und bleibt gegenüber dem Max. in P II um reichlich 900 h, d.h. fast die Hälfte zurück. P II allein ist beinahe (ca. 95%) so hoch für ♀ wie P III+P IV, also die Dekade DR.

Die Tendenz zu häufigeren, aber kürzeren Aufenthalten ist in DR generell, verstärkt aber bei ♀ offensichtlich. Auch wenn für ♀ die  $\emptyset$ -Aufenthaltsdauer in allen Pentaden höher liegt als für ♂, ist der absolute und relative Rückgang von Pentade I – IV viel größer: 5,2 h : 3,3 h bzw. -65% : -57%.

Bei der Verteilung der Aufenthaltsstunden auf die  $\odot$ -Monate nimmt auch in P IV der Juli (in P II der August) – diesmal eine sehr deutliche (aber kaum höhere als in P III) – Spitzenstellung ein; Aug./Okt./Mai/Sep. liegen nur wenig über dem  $\emptyset \odot$ -Monat.

Das absolute monatliche Maximum im Vergleich der Pentaden haben in P IV Mär./Okt., das absolute monatliche Minimum Mai/Jun./Aug. Stützt man diese Eingruppierung auf die %-Anteile an der  $\sum \odot$ , liegen in P IV die relativen Maxima in Mär./Apr./Sep./Okt./Nov., die relativen Minima in Mai/Jun./Jul./Aug.

Zwar nimmt auch für ♀ der Juli in P IV wieder die Spitzenstellung (nur in P II der August) bei der absoluten Aufenthaltsdauer ein, aber nicht ganz so stark abgesetzt. Der September liegt auch für ♀ deutlich über dem  $\emptyset \odot$ -Monat in P IV, aber auch Jun./Apr.; der Nov. bildet weit abgeschlagen (ca. 20% vom  $\emptyset \odot$ -Monat) das Schlusslicht (1/8 des Maximums, bei ♂ 3/5!).

Die hochsommerliche Phase der Gartennutzung hat für ♀ zwar noch mehr Bedeutung als für ♂, die herbstliche umso weniger; Veränderungstendenzen sind nicht eindeutig.

Im Vergleich der Pentaden liegen absolute Monatsmaxima für ♀ in P IV nur im März, Monatsminima hingegen in Mai/Jun./Jul./Aug./Nov.; relative Maxima in P IV haben die Monate Mär./Apr./Sep./Okt., relative Minima hingegen Mai/Jul./Aug.

In P IV sinkt bei ♀ der Anteil an der Gesamtdauer der KG-Aufenthalte in den  $\odot$ -Monaten auf einen neuen Minimalwert, der nur noch wenig über 50% liegt. Damit wurde aber – wie in allen Pentaden – der für die Frequenz noch klar übertroffen.

KG-Aufenthalte, an denen ♂+♀ beteiligt sind, dauern also im  $\emptyset$  länger als die von ♂ allein. Das gilt für alle Pentaden, aber nicht für alle ihre Monate, z.B. in P IV nicht für Mai/Okt./Nov.

Die Gesamtdauer der KG-Aufenthalte an Werktagen hat sowohl für ♂ wie ♀ von P I – IV zugenommen, allerdings in unterschiedlichen Schritten.

Gravierend differieren die Niveaus zwischen den beiden Dekaden: Während der Berufstätigkeit lag für ♂ wie ♀ der Anteil bei 40-50%, erhöhte sich mit Eintritt in die Ruhestandsphase

aber abrupt auf 60-70%. In P IV übertreffen einige Monate sogar noch diese Werte mit 70-80%: Bei ♂ sind es 5 (Mär./Jul./Aug./Sep./Okt.), bei ♀ nur 3 (Mär./Jul./Sep.).

Insgesamt ergibt sich auch aus der Analyse der Dauer der KG-Aufenthalte ein klares Bild fortschreitender Bevorzugung der Werkzeuge für die KG-Nutzung durch ♂ und ♀. Dieser Prozess ist offensichtlich durch Berufstätigkeit bzw. Ruhestand differenzierter beeinflusst worden als die Aufenthaltshäufigkeit.

## 4 Saisonalität der Kleingarten-Nutzung

### 4.1 Methodik zur Strukturierung der jährlichen Gartenperiode (Saison)

Die Berechnung der Saisonalität der KG-Nutzung wurde auf eine neue – gegenüber der von 2003 und 2005 –, zugleich übersichtlichere und doch komplexere Methode umgestellt. Waren 2003 Häufigkeit und Dauer der KG-Aufenthalte noch als gleichrangig angesehen worden, erwies sich 2005 für den längeren Zeitraum die Dauer als ungleich strukturbestimmender. Zwar wurden in beiden Artikeln 2 getrennt basierte Saisonalitätsgliederungen dargelegt; (immerhin 2005 schon auf Basis dynamisierter Daten), doch konnten sie nicht vollständig zur Deckung gebracht werden.

**Tabelle 3:** KG-Nutzung – Saisonalität anhand sog. Personen-Aufenthaltszahlen (PAZ) nach Kalenderwochen in den Pentaden/Dekaden der Nachwendezeit (NWZ) 1991-2010

Zeit	Wo.	Mo.	P I 91-95		P II 96-00		DB 91-00		P III 01-05		P IV 06-10		DR 01-10		NWZ 91-10	
			PAZ	Ss	PAZ	Ss	PAZ	Ss	PAZ	Ss	PAZ	Ss	PAZ	Ss	PAZ	Ss
1	D/J		3		7		10		19		11		30		40	
2	J		14		-		14		13		21		35		49	
3	J		-		3		3		10		5		15		18	
4	J		-		4		4		25		4		29		33	
5	J/F		-		-		-		6		6		12		12	
6	J/F		-		10		10		24		19		43		53	
7	F		-		-		-		2		-		3		3	
8	F		-		13		13		15		7		22		35	
9	F/M		-		28	V	28	V	7		15		23		51	
10	F/M		-		16	V	16	V	10		36	V	46	V	62	V
11	M		-		10	V	10	V	35	V	69	V	104	V	124	V
12	M		-		20	V	20	V	65	V	85	V	150	V	170	V
13	M/A		14	V	65	V	79	V	78	V	93	V	171	V	250	V
14	M/A		24	V	60	V	84	V	74	V	48	V	122	V	206	V
15	A		47	V	14	V	61	V	53	V	89	V	142	V	203	V
16	A		56	V	72	V	128	V	72	V	95	V	167	V	295	V
17	A		26	V	67	V	93	V	78	V	130	H	208	H	301	V
18	A/M		31	V	74	V	105	V	75	V	124	H	199	H	304	V
19	M		58	H	121	H	179	H	111	H	98	H	209	H	388	H
20	M		118	H	87	H	205	H	120	H	82	H	202	H	407	H
21	M		99	H	105	H	204	H	166	H	90	H	256	H	460	H
22	M/J		91	H	53	H	144	H	126	H	126	H	252	H	396	H
23	J		79	H	143	H	222	H	120	H	190	H	310	H	532	H
24	J		32	H	74	H	106	H	126	H	129	H	255	H	365	H
25	J		89	H	117	H	206	H	142	H	57	H	199	H	405	H
26	J/J		151	S	108	H	259	H	135	H	125	H	260	H	519	H
27	J/J		215	S	161	S	376	S	104	H	147	H	251	H	627	H

28	J	122	S	103	H	22	S	99	H	189	H	288	H	513	H
29	J	125	S	157	H	282	S	189	S	140	H	329	H	611	H
30	J	148	S	154	H	302	S	228	S	171	H	399	S	701	S
31	J/A	134	S	157	H	291	S	183	H	108	H	291	H	582	H
32	A	123	S	152	H	275	S	153	H	119	H	272	H	547	H
33	A	139	S	145	H	284	S	140	H	84	H	214	H	508	H
34	A	62	H	128	H	190	H	166	H	121	H	287	H	477	H
35	A/S	28	N	60	N	88	N	83	N	72	H	155	H	243	N
36	A/S	14	N	68	N	82	N	72	N	115	H	187	H	269	N
37	S	15	N	59	N	74	N	100	N	139	H	239	H	313	N
38	S	17	N	82	N	99	N	30	N	152	H	182	N	281	N
39	S/O	21	N	73	N	94	N	58	N	59	N	117	N	211	N
40	S/O	18	N	34	N	52	N	56	N	64	N	120	N	172	N
41	O	41	N	69	N	110	N	63	N	139	N	202	N	312	N
42	O	31	N	51	N	82	N	80	N	90	N	170	N	252	N
43	O	15	N	29	N	44	N	38	N	85	N	123	N	167	N
44	O/N	16	N	44	N	60	N	49	N	94	N	143	N	202	N
45	N	20	N	56	N	76	N	55	N	27	N	82	N	160	N
46	N	13		36	N	49	N	33	N	56	N	89	N	137	N
47	N	13		22	N	35	N	37	N	45	N	82	N	117	N
48	N/D	2		11		13		12		50	N	62		75	
49	N/D	-		10		10		14		21		36		46	
50	D	4		5		9		2		7		9		18	
51	D	-		-		-		7		2		9		9	
52	D/J	-		9		9		2		4		6		15	
Σ +	Wip.	2.270		3.148		5.418		3.759		4.052		7.811		13.229	
Σ o.	Wip.	2.247		3.076		5.323		3.608		3.905		7.513		12.836	

Anm.: Vor-/Haupt-/Spitzen-/Nachsaison (V/H/S/N = interpoliert); Wip.= Winterpause (1.-8. + 48.-52. Woche)

Deshalb halten wir es zum Abschluss der Thematik für zwingend, beide Faktoren zu einem Saisonalitätskriterium zu vereinigen, ohne dabei deren Flexibilität im Entwicklungsgang aufzugeben: Durch die Bildung einer PAZ (Personen-Aufenthalts-Zahl = Summe aus Aufenthaltstagen und Aufenthaltsstunden pro ♂/♀ Kleingärtner) ohne Maßeinheit ließ sich auch das Ziel erreichen, den Einfluss beider Faktoren annähernd real widerzuspiegeln.

Da sich die PAZ für jede beliebige zu analysierende kalendarische Einheit berechnen lässt, kann die Saisonalität prinzipiell in allen Zeitebenen als Verhältnis zur jeweiligen Grundgesamtheit der betreffenden kalendarischen Einheit ermittelt werden, hat also eine dynamisierte Basis.

Die im KGW offiziöse `Winterpause` = die 3 Monate Dez/Jan/Feb bzw. 13 Kalenderwochen wurde in die Ermittlung der Saisonalität nicht mit einbezogen, wohl aber instrumentell dafür benötigt:

Für Vor-/Nachsaison: jede PAZ/P-Woche  $\geq$  Max.-PAZ/P-Woche in zugehöriger Winterpause;

Hoch-/Hauptsaison: jede PAZ/P-Woche  $>$  Ø PAZ/P-Woche (ohne Winterpause);

Spitzensaison: jede PAZ/P-Woche  $>$  2 [Ø PAZ/P-Woche (ohne Winterpause)].

Isolierte, d.h. von höheren oder niedrigeren Saisonalitätsstufen `eingerahmte` PAZ sind mittels auf- oder absteigender Interpolation homogenisiert und eingeordnet worden. Die Anzahl der zur Interpolation herangezogenen Nachbarwerte muss dabei mindestens (höchstens doppelt) so groß sein wie die der zu interpolierenden und jeder nur für eine Interpolation herangezogen worden sein (außer bei verketteten Interpolationen).

Um die jährlichen Schwankungen der von den Kleingärtnern nicht beeinflussbaren Naturfaktoren auf die KG-Nutzung auszugleichen, wurde die PAZ-gestützte Saisonalität nicht für die Wochen jedes Jahres, sondern für die von Jahresgruppen ermittelt.

Als Jahresgruppen boten sich in Anlehnung an die Vor-Artikel (ALBRECHT 2003a, 2005) die Pentaden an. Da die zu analysierende NWZ inzwischen 20 Jahre umfasst, sind das also 4 Jahrfünfte, die sich unter unserer Zielstellung – den Einfluss soziodemographischer Faktoren auf die KG-Nutzung nachzuweisen) - zu 2 sozioökonomisch differenzierten Dekaden (1991-2000: Berufstätigkeit; 2001-2010 Ruhestand) zusammenfassen lassen.

#### **4.2 Saisonale Substrukturen unter dem Einfluss von Berufstätigkeit und Ruhestand**

Tabelle 3 zeigt die PAZ für die 52 Kalenderwochen der 4 Pentaden/2 Dekaden/der NWZ; für diese ergeben sich eindeutige und einander ähnliche Substrukturen der Saisonalität.

Da man ja auch die sog. Winterpause als fixierte 'Nicht-Saison' auffassen kann, ist die Analyse ihrer PAZ durchaus sinnvoll, denn die bestätigt zwar generell ihre Existenz, aber doch nicht so strikt begrenzt.

- *Pentade I*

Die Winterpause (KG noch in Aufwachphase) dauerte für unsere Probanden im Frühjahr 4 Wochen länger und setzte nach der Saison zudem 2 Wochen eher ein als offiziös. Die Ursachen dürften u.E. im Vorrang beruflicher/berufsbezogener Aufgaben gegenüber den in 'jungen' KG noch geringen Vor- bzw. Nacharbeiten der Gartensaison gelegen haben. Es kann nur vermutet werden, dass sich darin auch das Ausmaß der durch die Wende/deutsche Wiedervereinigung ausgelösten berufsnahen Anforderungen widerspiegelt.

Die Vorsaison setzte erst in der 13. Wo. verhalten ein, steigerte sich rasch auf mittig fast hochsaisonales Niveau, dauerte aber insgesamt nur 6 Wochen (bis zur 18., A/M).

Die Nachsaison setzte mit der 35. Wo. A/S schlagartig ein, dauerte 11 Wo. (bis zur 45. im November) mit einem schwachen Sekundärgipfel in 41./42. Wo. Die beiden Folgewochen vor der offiziösen Winterpause verfehlten die für die Nachsaison ermittelten PAZ nur knapp.

Die Haupt- oder Hochsaison, von der 19. Wo. (Mai) bis 34. Wo. (Aug.), also insgesamt 16 Wo. dauernd, war damit fast so lang wie Vor- und Nachsaison zusammen; die Übergangsphasen zu diesen waren minimal – jeweils eine Woche, in denen die PAZ nahe dem Grenzwert für die Hauptsaison lag. Der Anstieg war diskontinuierlich – eine Erscheinung, die sich auch in P II und P IV deutlich, in P III immerhin abgeschwächt feststellen lässt und sogar auf die Dekaden-Saisonalität durchschlägt.

Die spätere Hälfte der Hauptsaison ist intensiver ausgeprägt: Die PAZ der Wo. 26-33 liegen deutlich über dem Doppelten des Grenzwertes der PAZ für die Hauptsaison, was uns anregte, eine spezielle Spitzensaison auszuweisen. Dieses Phänomen ließ sich jedoch in den 3 anderen Pentaden kaum oder gar nicht verifizieren (P II nur 27. Woche; P III nur 29. + 30. Wo.; P IV -). P I schlug auf die Struktur der Dekade B diesbezüglich zwar durch (Spitzensaison DB 27.-33. Wo.), aber Dekade R hatte nur 1 Spitzensaison-Woche (30.).

Ganz offensichtlich haben die Hochsommerwochen für die KG-Nutzung bereits in der späten Berufsdekade kräftig an Bedeutung verloren und in den Jahren des frühen Ruhestands hat sich dieser Prozess fortgesetzt.

- *Pentade II*

Die Winterpause entspricht genau den offiziellen 13 Wochen. Im Vergleich mit P I fällt auf, dass aber nicht nur 4, sondern 9 Wochen eine PAZ haben, deren  $\emptyset$  den von P I um mehr als das Vierfache übertrifft: Der Begriff 'Winterpause' relativiert sich also ein wenig.

Die Vorsaison dauerte deutlich länger als in P I (10 Wochen, von der 9.-18.), die PAZ lag ca. 1/3 höher.

Die Nachsaison war mit 13 Wo. nur unwesentlich länger als in P I (11 Wochen), begann auch in der 35. Wo., reichte nun aber bis zur Winterpause! Ihre  $\emptyset$  PAZ übertrifft die in P I um mehr als das Doppelte und liegt auch in jeder der Wochen in P II deutlich (bis zum 5-fachen) über denen in P I. In der Vorsaison ist das übrigens nicht durchweg der Fall (nicht 15. Wo.).

Generell hat die KG-Nutzung in Vor- und Nachsaison zugenommen.

Die Hauptsaison umfasst dieselben Wochen wie in P I (19.-34.). Die PAZ der Wochen 19-26 schwanken stärker als in P I (51 : 39); 5 Wochen haben eine niedrigere PAZ als in P I – die KG-Nutzung nahm also ab.

Von den 8 Wo. Spitzensaison in P I konnte nur eine (die 27.) diese Merkmalskategorie auch in P II erreichen (aber mit einer um 25% niedrigeren PAZ), während die anderen Spitzensaisonwochen in P I zwar in P II generell eine bis zu 25% höhere PAZ aufweisen, die nun aber nicht zur Charakterisierung als Spitzensaison ausreicht.

Durchschnittlich ist die PAZ aller Hauptsaison-Wochen von P I zu P II zwar nur um ca. 10% gestiegen, ihre Varianz von 183 (P I 24. : 27. Wo.) hingegen auf 108 (P II 22. : 27. Wo.) zurückgegangen, was beides für eine Verstetigung der KG-Nutzung spricht.

Unter der Bedingung der Berufstätigkeit unserer Probanden scheint sich das nachhaltige Max. der PAZ/P-Woche von P I 120-150 nur geringfügig auf P II 140-160 erhöht zu haben.

- *Pentade III*

Hier fällt zunächst die Vergrößerung der Winterpause um 2 Wochen (+ 9. und 10.) gegenüber P II ins Auge. Gegenüber P II verdoppelt sich ihre  $\emptyset$  PAZ /P-Woche und jede der Winterpausen-Wochen ist in die KG-Nutzung einbezogen (natürlich nicht in jedem der Jahre des Jahrfünfts!), wenn auch mit zunehmend kürzeren, doch häufigeren (Kontroll-) Aufenthalten.

Die Vorsaison umfasst 8 Wochen (11.-18.), deren  $\emptyset$  PAZ nochmal gestiegen ist (um < 50%) und in jeder der Wochen im Vergleich zu P II und P I zumindest auf gleichem (2x), sonst aber auf höherem Niveau lag.

Die KG-Nutzung in der Vorsaison durch die nun im Ruhestand sich befindenden Probanden wurde also nicht nur nochmals erhöht, sondern weiter verstetigt.

Die Nachsaison begann auch mit Wo. 35 und reichte bis zur 47.; hier war die Steigerung der KG-Nutzung deutlich geringer (nur ca. 10%). Die  $\emptyset$  PAZ blieb wie schon in P I wieder hinter der für die Vorsaison-Wochen zurück.

Die Hauptsaison begann auch in der 19. Wo., aber doch mit einem gegenüber P II und P I weiter verringerten relativen Anstieg der PAZ; dieser Trend setzte sich auch in P IV fort, wo er sogar zu einer mehrfachen Verzahnung von Vor- und Hauptsaisonwochen führte, die durch Interpolation zugunsten der Hauptsaison gerade noch so zu verstetigen war.

In P III war die Hauptsaison hingegen eine geschlossene 16 Wo.-Phase (bis zur 34. Wo.); allerdings übertrafen nur 10 davon die PAZ derselben in P II. Dennoch ist wegen der Verstetigung die Veränderung einer  $\emptyset$  PAZ für Hauptsaison-Wochen in Pentade III gegenüber P II

(+> 20%) etwa doppelt so hoch wie bei dieser zu P I (+> 10%). Wie schon in P I und P II ist auch in P III die 2. Hälfte der Hauptsaison kräftiger ausgeprägt und 2 benachbarte Wochen übertrafen sogar das Kriterium für Spitzensaison (29. + 30.), die 31. erreichte es fast.

- *Pentade IV*

Hier gibt es einige gravierende Änderungen. Noch einmal hat sich die Ø PAZ für die Vegetationsperiode (zwar nur leicht) erhöht (+<10%); für die kalendarische Winterpause stagnierte sie hingegen, für die reale Winterpause (1.-9. und 49.-52. Wo.) ging sie sogar um 1/6 zurück.

Die Winterpause dauert real wie offiziös 13 Wo., aber von 1.-9. und 49.-52. Woche. Ihre Ø PAZ/P-Woche ist nur noch minimal im Vergleich zu P III gewachsen (bzgl. der offiziösen 13 Winterpausen-Wochen) bzw. sogar leicht gesunken (bzgl. der realen Winterpausen-Wochen von P III und P IV). Das für die Abgrenzung zur Vor- bzw. Nachsaison wichtige Max. der PAZ/Winterpausen-Woche stieg von 14/13 in P I/P II auf 25/21 in P III/P IV. Die winterliche Kontrollnutzung des KG scheint also in P IV bereits ihren Höhepunkt überschritten zu haben (wofür neben speziellen langanhaltenden Wettererschwermissen und dem zunehmenden Alter der Kg auch deren sinkende mentale Bindungen an ihre KG insbes. infolge wachsender lästiger Vorschriften ins Feld geführt werden können).

Die Vorsaison (10.-16. Wo.) setzte zwar eine Woche früher ein, endete aber schon nach 7 Wochen und damit 2 Wochen eher als die in P III. In 6 ihrer Wochen liegen die PAZ höher als in den gleichen von P III, sodass die Ø PAZ gegenüber P III nochmal um >10% gestiegen ist. Die KG-Nutzung in dieser Frühphase der Vegetationsperiode wurde also weiter intensiviert – wenn auch nicht ganz so stetig wie zuvor.

Die Nachsaison begann erst in der 39. Wo, dauerte aber doch 10 Wo., denn auch die 1. Wo. der offiziösen Winterpause (die 48. Wo.) erfüllte noch das Nachsaison-Kriterium (hier: Randwochen der Winterpause, deren PAZ das jeweilige Winterpausen-Maximum in der Pentade ist und die vorhergehende [1.-7. Wo. für Vorsaison] bzw. folgende PAZ [49.-52. Wo. für Nachsaison] um mind. das Doppelte übertrifft, sind Teil der Gartenperiode, also der Vor- bzw. Nachsaison; das trifft im Untersuchungszeitraum nur auf die 48. Woche in P IV zu).

9 der 10 Nachsaison-Wochen übertreffen in P IV die PAZ in P III, die 41. Wo. sogar deutlich das Hauptsaison-Kriterium. Auch die Nachsaison wird also von einer weiteren Intensivierung der KG-Nutzung geprägt, die aber stärker als je zuvor schwankt.

Die Hauptsaison begann bereits in der 17. Wo., dauerte bis zur 38. (also 22 Wo. insgesamt) und war damit die längste, aber zugleich auch die unstetigste aller 4 Pentaden, denn die 19./20./21. und 25. Wo. erreichten nur Vorsaison-Werte, die 33. und 35. nur ähnliche Nachsaison-PAZ. Die Instabilitäten ließen sich mittels Interpolation gerade noch so in den Verlauf der Hauptsaison einordnen, doch haben dann von deren 22 Wo. immerhin 13 niedrigere PAZ als in P III.

Die Konzentration der KG-Nutzungen auf die Hochsommerwochen hat also offensichtlich zugunsten ihrer Verstärkung in den Frühsommer- und Frühherbstwochen nachgelassen, allerdings bei weiter gesunkenem Ø der spezifischen Aufenthaltsdauer (von 4,11 h/P I über 3,34 h/P II – 2,96 h/P III auf nun bloß noch 2,69 h/P IV). Ursachen hierfür könnten folgende sein: Berufstätige Kg (also die in P I + P II = DB) haben größere exogene Restriktionen betreffs ihrer frei verfügbaren Freizeit als Ruheständler-Kg (die in P III + P IV = DR) bei der

KG-Nutzung einzuplanen; diese hingegen sind eher von endogenen Beeinträchtigungen (z.B. abnehmender Gesundheit und Belastbarkeit oder zunehmender Unverträglichkeit extremer Wettererscheinungen – Hitze, Schwüle, Nasskälte, Wind) betroffen. Aber wieder ist auch eine abnehmende mentale Bindung der Kg an ihre KG nicht von der Hand zu weisen: Andere, nicht nur neue Nutzungsformen der Altersfreizeit gewinnen zumindest relativ an Bedeutung – Reisen, Kuren, Weiterbildung, Computernutzung –, auch weil die Notwendigkeit des Hobbys `Kleingärtnern` (als aktive Naherholung im Freien) und die individuelle Fähigkeit zu seiner Ausübung langsam gegen 0 tendieren.

## Fazit

- Die aus früheren Befragungen bekannte Saisonalität der KG-Nutzung wird durch die von uns ausgewerteten detaillierten Zeitaufwandsdokumentationen sowohl für den gesamten Untersuchungszeitraum als auch für seine kalendarischen Substrukturen bestätigt.
- Die Nichtsaison `Winterpause` ist annähernd stabil, umfasst aber nur 3 Monate (Dez/Jan/Feb) bzw. 13 Wochen. Sie wird von Beruf bzw. Ruhestand nicht beeinflusst.
- Die Gartenphase (annähernd identisch mit der Vegetationsperiode – unbeachtet der wohl jedem Kg bekannten Tatsache, dass einige wenige Gartenpflanzen auch in der Winterpause blühen) umfasst 9 Monate und nicht, wie noch NOHL (1991) aus Befragungen von Kleingärtnern durch andere Autoren meinte ableiten zu müssen, nur 7.
- Aus dem deutlichen Wachstum der PAZ in den Randmonaten der Gartenphase nach der Winterpause (Mär./Apr.) bzw. vor ihr (Okt./Nov.) v.a. in DR geht die große und zunehmende Bedeutung der Gartenarbeit in Vorsaison (`Entwinterung`) und Nachsaison (Wintervorbereitung) hervor. Die rekreative Funktion der KG-Nutzung liegt v.a. infolge des zumeist noch bzw. schon kühlen und feuchten Wetters in dieser Zeit in der körperlichen Aktivität.
- In der Hauptsaison spielt der `rekreative Genuss` der KG als Aspekt ihrer Nutzung sicher eine bedeutende Rolle wegen des erholsamen, das menschliche Wohlbefinden steigernden Zusammenspiels von Wetter und Biosphäre. Ganz offensichtlich ist dieses Kriterium für die berufstätigen Kg in DB wichtiger als für die Ruheständler in DR, wie aus der Veränderung der PAZ in den Wochen der Monate Mai-September aller 4 Pentaden und beiden Dekaden geschlossen werden kann.
- NOHL hat 1991 seine Daten als Richtwerte für die Freiraumplanung anhand großstädtischer Untersuchungen generiert: KG-Nutzung jährlich in 7 Monaten = 28 Wochen zu je 5 Besuchstagen, davon an insgesamt 100 Werktagen mit je 4 Aufenthaltsstunden und 40 Nicht-Werktagen mit je 9 Aufenthaltsstunden – also insgesamt 760 h (wobei unklar bleibt, ob die Aufenthaltszeit unabhängig von der Zahl gemeinsam anwesender Kg/KG ist).  
Diese Werte erreichen unsere Probanden trotz der verkürzten Winterpause bei Weitem nicht; stark generalisiert liegen sie noch < 50%!!  
Offensichtlich entsprechen sie nicht dem bei NOHL herangezogenen Typ `Laubenpieper`, dessen Freizeit sich zumindest im Sommerhalbjahr um und im KG abspielt, weil er darüber hinaus kaum inkompatible Bedürfnisse hat.  
Aus teilnehmender Beobachtung in einigen KGA des Umlandes von Mittel- und Kleinstädten in MV, Sachsen-Anhalt und Thüringen wissen wir, dass es diese Kg à la NOHL auch

in gering verstädterten Regionen Ostdeutschlands gab und noch gibt – aber von denen liegen uns keine Zeitaufwandsdokumentationen vor.

- Die in unseren Untersuchungen von 2003/2005 und hier hinsichtlich ihres Zeitaufwands für die Nutzung ihrer KG erfassten Probanden repräsentieren wohl eine Sozialgruppe, die ein heute anachronistisches, weil DDR-typisches Phänomen im KGW ist. Sie wären infolge ihrer soziökonomischen Positionen in der DDR unter den Bedingungen der (Alt)-BRD wohl nie Kleingärtner geworden, sondern eher Besitzer von Eigenheimen mit Hausgärten und evtl. zusätzlich irgendwo einem Ferienhaus.

Diese Gruppe unter den hiesigen Kg – im Umland von kleinen, wenig industrialisierten Oberzentren wie Greifswald und Neubrandenburg wohl besonders stark vertreten – wird u. E. in wenigen Jahren im Zuge der natürlichen Alterung weitgehend verschwunden sein. Ob sie quantitativ völlig oder doch weitgehend durch Neupächter aus sozial schwachen Schichten ersetzt werden kann (zu deren Nutzen das KGW ja ursprünglich eigentlich entwickelt worden ist), wagen wir zu bezweifeln. Ansätze dazu hat LAMPE (2010) für eine westdeutsche Großstadtregion dargelegt.

An geeigneten Standorten (touristisch attraktiv; innerörtlich voll erschlossen, gut bebau- bar; oberzentrumsnah) erwarten wir eher zunehmende Auffassungen und Umwidmungen der KGA zu Erholungsgrundstücken bzw. Wohnbauland.

Die Aussagen über die KG-spezifische Freizeitverwendung unserer Probanden haben also einen nostalgisch-retrospektiven Charakter.

Wir wollen aber nicht ausschließen, dass sich ähnliche/gleiche Tendenzen und Prinzipien auch für aktuell und perspektivisch bedeutendere Sozialgruppen unter den Kleingärtnern bei Vorliegen entsprechender Originaldatensammlungen nachweisen ließen.

## Literaturverzeichnis

**ALBRECHT, G. u. W. et al.** (2005): Freizeit und Kleingarten. Vergleich exemplarischer Zeitaufwandsdokumentationen. In: GB RFTF 16, S. 89-106.

**ALBRECHT, G. u. W.** (2003a): Freizeit und Kleingarten. Anmerkungen zu einer exemplari- schen Zeitaufwandsdokumentation. In: GB RFTF 14, S. 194-204.

dies. (2003b): Kleingärten der Gemeinden von MV 1999/2000 – ein Naherholungspotential 10 Jahre nach der Wende. In: GB RFTF 14, S. 179-193.

dies. (1991): Greifswald und Neubrandenburg als Zentren des Stadttourismus in der DDR. In: Ber. u. Mat. 12., Institut für Tourismus FU Berlin, S. 61-72.

**BENTHIEN, B.** (1974): Die zirkumbaltische Erholungszone als geographisches Problem. In: WZ EMAU, MNR., 23, Heft 1/2, S. 85-90.

dies. (1997): Geographie der Erholung und des Tourismus. Perthes-Verlag Gotha.

**BUHTZ, M.; GERTH, H.; LINDER, M.** (2008): Städtebauliche, ökologische und soziale Bedeutung des Kleingartenwesens. Bonn [BMVBS/BBR Forschungen, 133].

**FARNY H.; KLEINLOSEN, M.** (1987): Soziale Determinanten einer Kleingartennutzung in Berlin (West). In: Das Gartenamt 36, 5, S. 301-306.

**FRIEDRICH, A.** (2009): Wir positionieren uns. In: Mat. 2. Bundeskleingärtnerkongress [BKgK] 6/09 Potsdam. [hrsg. vom BDG als DVD 2011, Berlin, o.S].

**JANSEN, P.G.** (1986): Kleingartenbedarf in NRW. Dortmund [Schriftenr. ILS, Bd. 0.031].

**KLEINE WÖRDEMANN, G.** (2011): Backhaus kommt Kleingärtnern im Abwasser-Streit entgegen. In: Ostsee-Zeitung 11.3.2011, S. 6.

**LAMPE, J.** (2010): Sozial Schwache als Kleingartenpächter. In: Grüne Schriftenr. BDG, Berlin, 212, S. 29-40.

**NEUBERGER, K.** (2009): Grüne Gärten – eine wesentliche Quelle der Gesundheit. In: Grüne Schriftenr. BDG, Berlin, 203, S. 7-11.

**NOHL, W.** (1991): Ermittlung des Freizeit- und Erholungswerts städtischer Freiräume. In: Das Gartenamt 40, 8, S. 510-517.

**REINHARDT, U.** (2009): Wird es einen Wertewandel geben? Gärtnern im 21. Jh. In: Mat. 2. BKgK 6/09 Potsdam. [hrsg. vom BDG als DVD 2011, Berlin, o.S].

**RULLE, M.** (Hrsg.) (2004): Recent Trends in Tourism – the Baltic and the World. GB RFTF 15.

**SPITTHÖVER, M.** (1982): Freiraumansprüche und Freiraumbedarf. München [Arbeiten zur sozialwiss. orientierten Freiraumplanung, 3].

**TESSIN, W.** (2009): Stadtentwicklung und Kleingarten. In: Mat. 2. BKgK 6/09 Potsdam. [hrsg. vom BDG als DVD 2011, Berlin, o.S].

**WEIRICH, M.** (2009): Kleingärten in Europa. In: Mat. 2. BKgK 6/09 Potsdam. [hrsg. vom BDG als DVD 2011, Berlin, o.S].

#### **Anschrift der Autoren:**

Dr. Wolfgang Albrecht, Dr. Gertrud Albrecht  
Ernst-Moritz-Arndt-Universität  
Institut für Geographie und Geologie  
Wirtschafts- und Sozialgeographie  
Makarenkostraße 22  
D – 17487 Greifswald

## Die Entwicklung des Kleingartenwesens in der Region Halle 1970 – 2010

Wolfgang ALBRECHT unter Mitarbeit von Barbara KAADEN

### 1 Einleitung

Der Artikel versteht sich als Ergänzung zu dem der Autoren in Band 19 der GB RFTF (2009, S. 72-120); die auch hier benutzten Kürzel sind dort erklärt.

Er wurde möglich – und erscheint uns nötig – weil die dort analysierte Entwicklungszeit 1970 - 2000 mit den Daten für Ende 2009 - Ende 2010 (die uns von unseren Kooperationspartnern im regionalen KGW diesmal dankenswerterweise viel schneller und zumeist bereitwilliger, wenn auch nur z.T. in der erbetenen Differenzierung (s.a. Tab.1) übermittelt wurden) um ein weiteres Jahrzehnt verlängert und damit vor bzw. nach der Wende 1989/90 gleich lang gestaltet werden konnte.

Bezüglich des Untersuchungsgebietes verweisen wir auf oben genannten Artikel (Kap. 1.2, S. 75/76). Die dort erwähnte Verwaltungsgebietsreform hat 2007 planmäßig stattgefunden; Kreise und Gemeinden haben ihren Gebietsstand drastisch verändert. Da es uns in der Kürze der Zeit nicht möglich war, die alten Daten des KGW auf die neuen Gebietsstände umzuordnen (wobei sie auch erheblich an Detailliertheit verloren hätten), haben wir im Interesse der Vergleichbarkeit den Ausweg gewählt, die neuen KG-Daten in den im o.g. Artikel in Tab. 1 verwendeten Gebietsstand von 1999/2000 einzuordnen. Das ging insoweit problemlos, da die Kooperationspartner im KGW selbst ihre Organisationsstrukturen noch nicht den neuen Verwaltungseinheiten angepasst haben und die Daten deshalb ganz überwiegend als Ergänzungen bzw. Korrekturen auf Kopien der vorherigen Information (2000/01) zur Verfügung stellen konnten.

Als Konsequenz der o.g. Verwaltungsstrukturreform in S-A fehlen uns zur kompletten Aktualisierung der alten Tab. 1 nicht nur die Einwohnerzahlen 2009/10 für die Gebietskörperschaften der Jahrtausendwende, sondern auch Gemeindetypisierungen aus der Nach-Reform-Phase. So muss nicht nur die aktuelle Tab. 1 in abgespeckter Form vorgelegt werden, sondern auch die Analyse ihrer Daten unterliegt erheblichen inhaltlichen Einschränkungen.

Hinsichtlich der vom regionalen KGW erbetenen KG-Daten hielten wir uns strikt (aus Gründen der Kompatibilität und Vergleichbarkeit) an die Kriterien für die von 2000/01: mindestens Anzahl der KG/KGV (dieser mit Name und Standort);

- dazu möglichst die KG spezifiziert in 'KG/Parzellen insgesamt',
- 'KG/Parzellen verpachtet  $\hat{=}$  bewirtschaftet',
- 'KG/Parzellen frei  $\hat{=}$  unbesetzt  $\hat{=}$  nicht bewirtschaftet'.

Zusätzlich interessierte uns noch die 'Zahl der Mitglieder/KGV', denn wir erwarteten zwischen ihr und der 'Anzahl der bewirtschafteten KG' von vornherein nicht generell Übereinstimmung, einerseits wegen der recht unwahrscheinlichen Möglichkeit, dass – noch aus DDR-Zeiten – z.B. Ehepartner beide KGV-Mitglied sein könnten, aber nur einen KG gepachtet haben, andererseits wegen des wiederholt in Presse-Informationen erwähnten Phäno-

mens, dass Kleingärtner nicht nur jeweils ihren, sondern auch frei gewordene, sicher zumeist benachbarte, Parzellen mitbewirtschaften. Gerade diese Annahme bestätigte sich, wie leider nur aus dem einzig vollständigen Datensatz des Regionalverbandes „Mansfelder Bergland“ – zuständig für den Altkreis Hettstedt, seit 1994 im LK Mansfelder Land – für dieses Territorium hervorgeht.

Da in etlichen der Landkreise (Gebietsstand 1999/2000) auch heute noch 2 Regionalverbände der Kleingärtner agieren, die ihre Wurzeln in der Kreisgliederung der DDR-Bezirke und der entsprechenden Untergliederung des VKSK in Bezirks- und Kreisverbände hatten bzw. haben, tauchen in Tab. 1 innerhalb einiger Landkreise unterschiedlich strukturierte Datensätze auf; die Summe für den Kreis lässt sich dann meist nur für die 'KG/Parzellen insgesamt' oder die 'bewirtschafteten KG/Parzellen' bilden.

Hinsichtlich der Fragestellung unseres Artikels verweisen wir auf Kap.1.3, S. 76/77 (Albrecht et al., 2009). Auch nachstehend „kann es nur darum gehen, anhand der Persistenz und Dynamik im Standortnetz der KGV in der Region Halle auf das Wirken überkommener und eventuell auch neuer, für die Nachwendezeit typischer Standortfaktoren zu schließen“ (a.a.O. S. 77).

Die Bedeutung der Naherholungsform 'Kleingarten/Kleingärtnern' kann auch 2010 wieder in maximaler räumlicher Differenzierung (Gemeindeebene, Stand 1999/2000) quantifiziert dokumentiert werden, nun aber auch in optimaler zeitlicher Ausdehnung – auf 4 Jahrzehnte mit mittig eingelagertem gesellschaftlichen Umbruch, der sog. Wende und Wiedervereinigung Deutschlands 1989/90: Die erneute Publikation aller KGA/KGV-bezogenen Basisdaten in Tab. 1 für nun 4 Stichjahre bietet späteren Bearbeitern dieser Naherholungsform noch bessere Ansätze für weiterführende/vergleichende Untersuchungen als die von 2009.

Darin sehen wir den Hauptzweck für diesen Supplement-Artikel und die der ausführlichen Analyse 2009 so rasch folgende Veröffentlichung einer Kurzanalyse.

## **2 Entwicklung der Standortstruktur des KGW in der Region Halle 2000 – 2010**

Diese Kurzanalyse knüpft an die ausführlichere für den Zeitraum 1970 - 2000 an (in ALBRECHT et al. 2009, Kap.2.1.1, S. 78/79).

Das Standortnetz ist im vergangenen Jahrzehnt weiter ausgedünnt: 16 kleine Standortgemeinden (dav. 9 suburbane, 7 dezentrale) mit 18 KGV und 408 KG wurden aufgegeben; als Gründe nannten unsere Informanten generell 'aufgelöst durch Mitgliederschwund', 'umgewandelt in Erholungsgärten nach Kauf der Parzellen und Austritt aus dem organisierten KGW', 'liquidiert durch Flächeninanspruchnahme für vorrangige Nutzung'.

Verglichen mit dem Verlust im ersten Nachwendezehnt (96 StOG) erscheint die Reduktion auf 1/6 geradezu positiv. Der Eindruck ist aber trügerisch, denn etwa 1/3 der verbliebenen StOG hat bis 2010 einen Rückgang gegenüber dem Maximum in den beiden Vorwendezehnten von über 50% erlebt. Dadurch sind gerade in ländlichen zentrumsfernen Teilregionen kleine Standorte in existenzbedrohende Größenordnungen abgerutscht. Da die diesem Prozess zugrunde liegenden Ursachen (z.B. Überalterung der Mitglieder; nachlassende Attraktivität der Standorte; sinkendes Interesse/fehlende Nachfrage an/nach KG aus diversen Gründen) weiter wirken, wird das Standortnetz wohl auch weiter schrumpfen und sich zu-

nehmend konzentrieren auf die zentralen Orte mit ihrem Umland (besonders deutlich zu erkennen 2010 noch an Halle und dem Saalkreis) – zumal, wenn es landschaftlich attraktiv ist und die Mikrostandorte der KGV den Kleingärtnern aus rekreativer und gärtnerischer Sicht günstige Voraussetzungen bieten.

Erst nach der Wende haben nur 34 Standortgemeinden ihre KG-Maxima erreicht, darunter natürlich auch 9 der späten DDR-Gründungen, d.h. die KGA, die erst 1988/89 angelegt worden waren; 2 weitere dieser Kategorie sind übrigens 2010 nicht mehr existent.

Die größten StOG sind nach wie vor die beiden Stadtkreise Halle (besonders konstant, zudem wenig Freiland wegen lebhafter Nachfrage) und Dessau; auf Platz 3 schob sich Zeitz: Verhältnis der Spitzen-StOG 6 : 3 : 1.

Die Kreisstädte (Stand 1999/2000) Aschersleben, Bernburg, Köthen, Quedlinburg, Sangerhausen und Weißenfels stehen Zeitz nur wenig nach; alle haben aber mit recht großen Leerständen zu kämpfen und rechnen mit weiterem Rückgang.

In allen Kreisen (Stand 1999/2000) haben die Kreisstädte (falls die außerhalb der Region Halle liegen, die ehemaligen Kreisstädte der Altkreise [bis 1994] – wie z.B. im LK Anhalt-Zerbst Roßlau, aber auch Artern/Kyffhäuserkreis) die höchsten absoluten und relativen Anteile. Nur die ehem. Alt-Kreisstadt Zeitz im Burgenlandkreis übertrifft dessen aktuelle (1994/07) Kreisstadt Naumburg.

Die maximalen Relativanteile haben 2010 Aschersleben (~3/4), Sangerhausen/Köthen/Weißenfels/Bernburg/Roßlau (~2/3), Quedlinburg/Wittenberg (~1/2), Zeitz/ Merseburg (~1/3), Eisleben/Artern (~1/4), Naumburg/Bitterfeld (~1/5).

Auch 2010 liegen die 10 absoluten Minima <10 KG/StOG und deren KGV stehen zumeist kurz vor dem Aus, doch geht es weiteren 30 StOG mit max. 20 KG/KGV kaum besser.

Wie aus Tab. 1 ersichtlich wird, können wir das Problem des Leerstandes in den KGV nicht durchweg erhellen. Er ist quantitativ in den RV/KV/StV der Gartenfreunde ganz unterschiedlich hoch: In Halle z.B. liegt er bei 2-3% und weitgehend ohne Langzeitfälle, im RV Querne/Rohne/Weida Querfurt bei 1/3 des gesamten Parzellenbestandes mit überwiegend hoffnungslosen Langzeitfällen. Immerhin standen uns geeignete Datensätze für 190 StOG, also ca. 3/5 aller aktuellen, zur Verfügung. Wegen der Nichtübereinstimmung von staatlicher Verwaltungsgliederung mit der Verbandsgliederung des KGW sind nur in den Kreisen (Stand 1999/2000) Bernburg, Köthen, Mansfelder Land, Quedlinburg, Sangerhausen, Weißenfels und Wittenberg alle StOG so erfasst, in Bitterfeld, Saal- und Kyffhäuserkreis gar keine, ferner nicht die beiden Stadtkreise; im Rest gilt 'sowohl als auch'.

In 17 StOG liegt die Zahl freier/nicht verpachteter KG/Parzellen höher als die der bewirtschafteten KG, was u.E. ein besonders starkes Anzeichen für Auflösungstendenzen der betroffenen KGV darstellt.

Aus den Angaben des RV Mansfelder Bergland gehen – wie schon erwähnt – zusätzlich die detaillierten Mitgliederzahlen/KGV hervor (einige andere informierten nur pauschal: Mitglieder = Anzahl der bewirtschafteten KG). Von den 37 KGV in 20 StOG des Altkreises Hettstedt haben 23 KGV in 14 StOG differente Werte (nur einmal übertrifft dabei die Mitgliederzahl die der bewirtschafteten KG !); bei 14 KGV stimmen sie überein (das gilt dann auch komplett für 6 kleine StOG, für weitere 5 StOG nur teilweise). Diese Nichtübereinstimmung kann u.E. nur so interpretiert werden, dass einzelne Mitglieder 2 oder mehrere KG bewirtschaften bzw. dass der jeweilige KGV freie KG kollektiv/gemeinsam nutzt, evtl. sogar für nichtgärtnerische, aber

dem Vereinsleben nützende Zwecke. Beides kann u.E. keine Dauerlösung sein; dafür kommen wohl eher Rückbau/Verkleinerung der KGV und ihrer Nutzfläche, aber auch deren interne Umgestaltung mit Erhöhung der öffentlichen/öffentlich zugängigen Areale bzw. ökologisch schutzwürdiger Biotope infrage. Ob das aber mit den oft überalterten, damit wohl nicht nur mental und physisch, sondern auch ökonomisch unflexiblen derzeitigen Mitgliedern zu machen ist, wagen wir doch zu bezweifeln.

Weitere, auf Raumstruktur und Einwohnerzahl bezogene Analysen – wie wir sie 2009 in den Kapiteln 2.1.3 (Indikatoren der KGW-Entwicklung nach StOG-Typen), 2.2 (Entwicklung des KG-Besatzes 1970 - 2000), 2.3 (Entwicklung der KG-Quote 1970 - 2000) und 2.4 (Entwicklung des KG-Versorgungsgrades 1970 - 2000) vorlegten, halten wir mangels aktueller Angaben über Gebietsstand, Einwohnerzahl und Typisierung der StOG nicht für sinnvoll. Formal wären sie aber auch auf der Basis der nun doch stark veralteten entsprechenden Informationen für 2000/01 immerhin möglich gewesen.

### 3 Schlussfolgerungen

- Die jüngsten, uns von den Organisationsstrukturen des KGW in der und für die Region Halle (deckungsgleich mit dem DDR-Bezirk Halle) mit Stand Ende 2009/10 zur Verfügung gestellten quantitativen Daten lassen noch immer den Schluss zu, dass das organisierte Kleingärtnern eine beliebte Naherholungsaktivität ist.
- Die von uns (a.a.O. 2009) anhand der Daten für die 2 Vorwende- und das erste Nachwendejahrzehnt festgestellte Trendumkehr nach der Implosion der DDR und der deutschen Wiedervereinigung auf der Basis des westdeutschen Gesellschafts-, Rechts- und Wirtschaftssystems hat sich fortgesetzt: 20 Jahre nach dieser Zäsur steht das KGW in der Region Halle quantitativ wieder dort, wo es 20 Jahre vor der Wende schon einmal stand (1970/71 ca. 84.000 KG – 2009/10 ca. 79.000 KG auf Grundlage der jeweils angegebenen Maximalwerte, bzw. 74.000 KG bei Nutzung der mitgeteilten Minimalwerte, d.h. der bewirtschafteten KG). Doch damit wird nur ein Augenblicksbild im Entwicklungsprozess beschrieben; 2010 ist nur ein beliebiges Jahr im Schrumpfungsprozess, der letztlich durch die veränderten gesellschaftlichen Rahmenbedingungen ausgelöst wurde – 1970/71 hingegen stand die staatlich gewollte Aufschwungphase des KGW in der DDR erst bevor. Nur in den beiden Stadtkreisen Halle und Dessau sowie dem damaligen halleschen Mantelkreis (Saalkreis) ist das KGW 2010 noch deutlich stärker als 1970/71; auch die zur Region Halle gehörenden Anteile der LK Anhalt-Zerbst und Wittenberg (die für den Stadtkreis Dessau eine ähnliche Funktion erfüllen wie der Saalkreis für Halle) haben noch eine – schwächere – positive Bilanz.
- Das Standortnetz der KGV ist gegenüber dem der KGS des VKSK doch erheblich mehr ausgedünnt, als wir noch 2009 für 2000/01 meinten konstatieren zu dürfen. Allerdings betrifft der Rückgang gegenüber dem Vorwende-Maximum (ca. 1/4 aller StOG) meist nur Kleinstandorte; viel entscheidender ist der standortinterne Verlust an

KG, der durch die oft drastische Differenz zwischen 'KG/Parzellen insgesamt' und 'bewirtschafteten KG/Parzellen' zusätzlich verstärkt wird: Er hat viele der KGV bzw. StOG so geschwächt, dass ihre Stabilität bereits für die nahe Zukunft gefährdet sein dürfte.

- Wir müssen leider unsere Vermutung von 2009, dass die Erhaltung der „Attraktivität des KG als 'erschwingliche Form der Naherholung auch für den kleinen Geldbeutel' ... zwar wünschenswert, aber flächendeckend auf dem Niveau der Jahrtausendwende doch recht unwahrscheinlich ...“ (a.a.O., S. 88) sei, sogar noch bekräftigen. Es ist in großen, zentrumsfernen Teilen der Region Halle (aber natürlich auch in anderen deutschen Großregionen) mit so starken Bevölkerungsverlusten und zugleich so drastischer Überalterung der Restbevölkerung zu rechnen, dass die KG-Nachfrage praktisch zusammenbrechen dürfte. Das Kleingärtnern wird, stärker als je zuvor nach dem II. Weltkrieg, (wieder) wohl zu einer wohnortnahen Freiraumaktivität städtischer Bevölkerung werden.
- Wir erwarten also weiterhin generell für die Region Halle einen räumlich differenzierten, aber gerade im nächsten Jahrzehnt doch rascheren (als noch 2009 aus den Daten des ersten Nachwendejahrzehnts von uns abgeleitet!) Rückgang des KGW, seiner KGV und KG sowie ihrer Standorte, denn der Generationswechsel unter den 'späten DDR-Kleingärtnern' ist noch in vollem Gange.
- Dass die Beharrungskräfte, v.a. die Nachfrage seitens der Einwohnerschaft beider Großstädte und der Mittelstädte, dauerhaft und stark genug sein werden, die große Tradition des KG-Angebots im mitteldeutschen Raum zu stützen, ist u.E. wahrscheinlich; dass in fernerer Zukunft ein stabiles Gleichgewicht beider Seiten nur auf deutlich niedrigerem Niveau als noch heute zu erreichen sein dürfte, halten wir nach der Analyse der jüngsten Daten zur Entwicklung des Anteils der 'bewirtschafteten KG/Parzellen' inzwischen für absolut sicher.

Grundsätzlich gelten unsere für die Region Halle gezogenen Schlussfolgerungen wohl auch für die Entwicklung des KGW in Mecklenburg-Vorpommern; Strukturunterschiede zu dem altindustrialisierten, hochurbanisierten mitteldeutschen Gebiet beeinflussen aber vermutlich doch Ausmaß und Tempo des Entwicklungsprozesses im hiesigen KGW, hingegen nicht dessen generelle degressive Richtung.

**Tab. 1: Kleingärten in der Region Halle nach Standortgemeinden (mit Typisierung 1990er Jahre) und Kreisen (1999) in den 4 Vergleichsjahren (1971/72; 1987/88; 2000/01; 2009/10)**

Gebietskörperschaft mit KGV/KGS (1999)	KG-Vereine, -Sparten / Kleingärten				Typisierung 1990er
	2009/10	2000/01	1987/88	1971/72	
<b>Sachsen-Anhalt / kreisfreie Städte</b> (nur Gemeinden im ehemaligen DDR-Bezirk Halle)					
DESSAU	80/6.322	83/6.469	80/6.538	47/5.147	OZ 2+
<b>HALLE</b> (Saale)	124/11.751	125/11.752	113/11.895	84/9.600	OZ 1-
+ HALLE-NEUSTADT	7/963	7/963	4/909	1/170	
<b>Sachsen-Anhalt / Landkreise</b> (nur Gemeinden im ehemaligen DDR-Bezirk Halle)					
<b>Anhalt-Zerbst</b> [Altkreise Roßlau, Gräfenhainichen teilweise]					
<i>COSWIG</i> (Anhalt)	2/205	2/195	4/354	3/311	GZ 4-
Jeber-Bergfrieden	1/11	9	12	-	c-
Möllensdorf	-	15	-	-	SUW f+
<i>ORANIENBAUM</i> [Gräf.]	2/149 – 127 (22)	2/149	2/186	2/192	GZ, SUD 6-
<b>ROßLAU</b> (Elbe)	13/973	13/948	13/978	10/775	GZ/tMZ SUD 4-
Thießen	.	.	17	-	SUD/R c+
Vockerode [Gräf.]	3/172 – 162 (10)	3/172	3/174	2/129	rbG, SUD/R a/6
<i>WÖRLITZ</i>	1/89 – 83 (6)	89	90	92	SUD/W 6/a
Σ abs.	22/1.599	23/1.577	25/1.811	18/1.499	
<b>Aschersleben-Staßfurt</b> [Altkreise Aschersleben größtenteils, Hettstedt zum kleinen Teil]					
<b>ASCHERSLEBEN</b>	51/ – 2.379	51/2.499	37/1.773	28/1.397	MZ 3-
COCHSTEDT	3/ – 38	3/57	-	-	6/b
Endorf [Hett.]	.	.	68	68	e-
<i>ERMSLEBEN/FALKENST.</i>	1/212 – 107 (105)	2/167	-	-	GZ, SUA 6-
Freckleben [Hett.]	.	.	90	90	b/3
Frose	-	22	-	-	SUA 6/a
Gatersleben	1/ – 104	128	-	-	SUQ 6-
Giersleben *	1/ – 9	13	14	14	SUA a/b
Groß Schierstedt	-	11	64	65	SUA c/d
HOYM	1/ – 81	97	-	-	GZ 6-
Klein Schierstedt	.	.	83	85	SUA d/e
Mehringen	1/ – 48	61	78	78	SUA b-
Meisdorf	1/ – 38	41	72	80	b+
<i>Nachterstedt</i>	4/ – 194	4/220	4/254	2/168	6-
Pansfelde [Hett.]	.	.	54	59	e-
Reinstedt	-	15	2/52	2/54	SUA b-
Schadeleben	.	.	99	173	a/c
Westdorf	1/ – 36	40	48	48	SUA d/c
Wieserode	.	.	2/85	2/85	f-
Wilsleben	-	2/48	2/71	2/76	SUA d-
Σ abs.	65/ – 3.034	71/3.419	57/2.905	46/2.540	
<b>Bernburg</b> [Altkreis Bernburg]					
Aderstedt	1/95 – 44 (51)	95	83	100	SUB c/d
<i>ALSLEBEN</i> (Saale)	1/63 – 36 (27)	2/63	3/193	3/216	GZ 6-
Baalberge	.	.	2/115	2/172	SUB a/b
Beesenlaublingen	1/48 – 37 (11)	2/126	3/177	2/181	6/a
Belleben	-	7	3/118	3/184	a/b
<b>BERNBURG</b> (Saale)	34/2.781 – 2.180 (601)	33/3.166	39/3.515	36/3.104	MZ 3-
Biendorf	.	.	45	45	b/c
Cörmigk	.	.	37	44	c/d
Edlau	1/42 – 31 (11)	42	40	42	c/d

Gebietskörperschaft mit KGV/KGS (1999)	KG-Vereine, -Sparten / Kleingärten				Typisierung 1990er
	2009/10	2000/01	1987/88	1971/72	
Gerbitz	.	.	41	75	c/d
Gerlebogk	1/52 – 43 (9)	59	57	72	d/e
Gröna	1/96 – 61 (34)	97	91	98	SUB c/d
Illberstedt	1/199 – 75 (124)	191	164	190	SUB 6/b
<i>KÖNNERN</i>	8/220 – 146 (78)	8/223	4/371	4/375	GZ 5/6
Latdorf	1/46 – 22 (24)	59	58	96	SUB b/c
Lebendorf	3/135 – 70 (66)	3/137	3/148	3/149	a/b
Neugattersleben	1/115 – 66 (49)	135	157	163	SUB b/c
<i>NIEBURG</i> (Saale)	7/482 – 297 (185)	7/485	7/488	8/540	GZ, SUB 5/6
Peißen	1/55 -19 (39)	55	2/69	2/94	SUB b/c
Plötzkau	3/250 – 152 (98)	3/333	3/252	3/353	6/a
Pobzig	.	.	3/56	3/86	d/e
Poley	.	.	76	74	SUB c/d
<i>Preußlitz</i>	1/34 – 17 (17)	34	39	45	b/c
Schackstedt	1/30 – 14 (16)	30	41	34	c/d
Strenznaundorf	-	36	36	36	d/e
Wedlitz	1/37 – 22 (15)	2/77	2/77	2/104	c/e
Wohlsdorf	.	.	2/64	2/57	c/d
Σ abs.	69/4780 – 3332 (1448)	72/5.450	90/6.608	87/6.729	
<b>Bitterfeld</b> [Altkreise Bitterfeld, Gräfenhainichen teilweise]					
Altjeßnitz	1/36	36	37	29	d-
<b>BITTERFELD</b>	10/942	10/1.012	6/862	6/931	(T)MZ/tOZ 3/4
Bobbau	4/225	5/250	4/175	2/50	SUBW 6/a
<i>BREHNA</i>	3/240	3/235	3/256	3/255	GZ 6-
Burgkernitz	1/40	39	39	39	c-
<i>Friedersdorf</i>	1/34	34	2/57	41	SUBW 6-
Glebitzsch	3/85	3/94	3/132	3/104	b/d
Götnitz	.	.	30	30	d/e
Greppin *	1/54	54	2/155	213	SUBW 5/6
Gröbern [Gräf.]	-	35	35	-	c/d
Großzöberitz	1/31	31	29	28	d-
Holzweißig *	1/91	96	3/254	3/266	SUBW 5/6
<i>JEBNITZ</i> (Anhalt)	3/240	3/242	4/385	3/228	SUBW 5/6
Löberitz	.	.	128	140	SUBW b-
Mühlbeck	1/33	33	33	74	SUBW b/c
Petersroda	1/43	48	47	39	d-
Pouch	.	.	85	52	SUBW 6/a
Quetzdölsdorf	1/46	58	59	59	d/e
<i>RAGUHN</i>	5/234	5/236	4/183	4/207	GZ, SUD/BW 5/6
Ramsin	1/85	93	96	99	SUBW b-
Renneritz	1/112	114	109	107	d/e
Rösa	1/17	18	2/50	14	b-
Roitzsch	2/460	2/470	2/472	2/485	rbG, SUBW 6-
Salzfurkapelle	1/30	30	29	-	SUD/BW b/c
<i>Sandersdorf</i>	4/279	4/318	5/442	4/234	SUBW 5-
<i>Schlaitz</i>	.	.	20	-	c/b
Schrenz	2/70	2/78	2/84	78	c/d
Schwemsal [Gräf.]	1/63	72	67	49	d-
Spören	1/37	45	74	72	c/d

Gebietskörperschaft mit KGV/IKGS (1999)	KG-Vereine, -Sparten / Kleingärten				Typisierung 1990er
	2009/10	2000/01	1987/88	1971/72	
Stumsdorf	2/67	19	2/76	60	c-
Thalheim	1/23	25	49	25	SUBW b/a
Tornau v. d. Heide	.	.	17	–	SUD/BW d-
<i>WOLFEN</i>	7/743	7/754	8/805	3/406	(T)MZ/tOZ 3+
+ Reuden	1/65	63	3/70	–	SUBW
<i>ZÖRBIG</i>	2/236	2/239	5/352	4/382	GZ 5/6
Zscherndorf	2/174	2/186	2/177	2/153	SUBW 6/a
Σ abs.	66/4.835	67/5.057	80/5.970	58/4.949	
<b>Burgenlandkreis</b> [Altkreise Naumburg + Zeitz, Nebra überwiegend, Hohenmölsen teilweise]					
Altenroda	.	.	52	60	c/d
<i>BAD BIBRA</i>	1/ - 57	55	2/100	2/84	GZ 6-
<i>BAD KÖSEN</i>	3/ - 451	3/457	2/402	319	GZ, SUN 5-
Balgstädt	2/ - 44	2/40	61	115	SUN c/d
Baumersroda	1/ - 23	24	68	68	d/e
Bergisdorf	2/56 – 45 (11)	2/46	2/99	2/98	SUZ d/e
Bornitz	1/34 – 22 (12)	30	69	70	SUZ c/d
Breitenbach	.	.	89	78	e-
Bucha	1/ - 24	25	44	39	e-
Burgscheidungen	1/ - 31	39	2/105	2/104	c/d
Deuben [Hohen.]	3/132 – 93 (39)	3/126	3/167	3/161	6/b
Döbris [Hohen.]	.	.	9	–	SUZ f-
Döschwitz	2/70 – 46 (24)	2/64	3/131	3/134	b/c
Draschwitz	1/93 – 76 (17)	82	121	102	b/d
Droßdorf	2/55 – 53 (2)	3/59	2/100	–	SUZ d-
<i>Droyßig</i>	2/135 – 111 (24)	2/142	2/175	155	GZ 6-
<i>ECKARTSBERGA</i>	4/ - 131	4/131	4/150	3/147	GZ 6/a
<i>FREYBURG</i> (Unstrut)	6/ - 259	6/250	7/285	2/145	GZ, SUN 5/6
Geußnitz	1/46 – 44 (2)	44	45	–	SUZ d-
Gleina b. Naumburg	1/ - 24	24	67	68	b/c
Görschen	.	.	53	–	d-
Grana	2/131 – 113 (18)	2/120	2/148	154	SUZ b/c
Haynsburg	1/38 – 34 (4)	35	128	108	d-
Karsdorf	4/ - 233	4/271	58	56	rbG 6-
<i>Kayna</i>	2/145 – 137 (8)	2/161	2/156	2/157	GZ 6/a
Kirchscheidungen	1/ - 24	25	80	104	d/e
Kleinhelmsdorf	1/24 – 15 (9)	22	39	32	e-
Könderitz	.	.	35	32	b/d
Kretzschau	2/157 – 129 (28)	2/151	2/173	160	a/b
Langendorf	1/36 – 30 (6)	36	46	46	c/d
<i>LAUCHA</i> /Unstrut	2/ - 85	2/85	2/103	41	6-
Lossa	-	5	43	46	b/c
Luckenau	.	.	108	106	a/d
Meineweh	1/15 – 10 (5)	13	2/98	2/118	b/d
Memleben	1/ - 34	41	83	78	b/c
<b>NAUMBURG</b> (Saale)	19/ - 1.452	21/1.459	17/1.589	13/1.668	MZ/tOZ 3-
<i>NEBRA</i> (Unstrut)	1/ - 48	48	5/530	4/359	GZ/tMZ 6+
Nonnewitz	1/76 – 58 (18)	69	2/98	2/99	SUZ a/c
<i>OSTERFELD</i>	1/21 – 20 (1)	20	20	27	GZ, SUN 6/a
Profen	.	.	91	96	6/b

Gebietskörperschaft mit KGV/KGS (1999)	KG-Vereine, -Sparten / Kleingärten				Typisierung 1990er
	2009/10	2000/01	1987/88	1971/72	
Rehmsdorf	1/70 – 62 (8)	76	2/121	2/116	a/b
Reinsdorf	1/ - 28	35	55	54	c/d
Schleberoda	.	.	27	28	f-
Schönburg	2/ - 29	3/37	4/112	–	SUN c/b
Spora	1/46 – 39 (7)	47	2/173	2/181	a/b
STÖßEN [Hohen.]	1/ - 30	30	33	32	b+
Thalwinkel	.	.	26	37	e/f
<i>Theißen</i>	3/236 – 209 (27)	3/261	4/415	3/354	SUZ 6-
<i>Tröglitz</i>	1/53 – 49 (4)	53	2/245	2/240	SUZ 6-
Wangen	1/ - 24	25	34	55	c/d
Weischütz	.	.	24	16	f-
Wethau	.	.	11	–	SUN c-
Wetterzeube	1/63 – 56 (7)	62	3/107	3/101	a/b
Wittgendorf	.	.	37	40	SUZ b/d
Wohlmirstedt	-	2/10	2/61	2/79	b-
<b>ZEITZ*</b>	45/2.931 – 2.658 (273)	45/3.190	43/3.490	38/3.094	MZ 3-
Zeuchfeld	.	.	24	24	e/f
Σ abs.	131/ – 7.140	138/8.025	156/11.013	124/9.885	
<b>Mansfelder Land</b> [Altkreise Eisleben, Hettstedt überwiegend, Querfurt zum kleinen Teil]					
Abberode	1/16 – [9] 14 (2)	21	30	30	d/e
Alterode	2/51 – [36] 41 (10)	2/49	50	50	d/e
Amsdorf	1/27 – 22 (5)	27	27	101	b/d
Annarode	.	.	23	23	d-
Arnstedt	.	.	97	102	c/d
Aseleben	1/50 – 30 (20)	52	51	51	e/d
Augsdorf	1/9 – 8 (1)	9	74	146	c/d
Benndorf	2/106 – 85 (21)	2/114	3/224	3/193	6-
Bischofrode	.	.	90	127	SUE b/c
Bornstedt	1/74 – 42 (32)	74	72	92	a/b
Bräunrode	1/31 – [24] 25 (6)	59	48	53	d-
<b>EISLEBEN</b>	21/1.503 – 1.240 (263)	19/1.267	23/1.778	22/1.804	MZ 3-
Erdeborn	1/342 – 216 (126)	342	342	344	SUE a/b
Freist	2/26 – 22 (4)	2/58	59	59	d/e
Friedeburg (Saale)	.	.	80	80	c/d
Friedeburgerhütte	.	.	28	41	e/f
<i>GERBSTEDT</i>	3/316 – [223] 234 (82)	4/363	362	410	GZ, SUH 5/6
Gorezen	1/28 – [4] 7 (21)	28	39	48	e-
Greifenhagen	-	21	27	25	e-
Großörner	1/34 – [28] 27 (7)	34	2/67	–	SUH 6-
Harkerode	1/30 – 20 (10)	30	30	30	
Hedersleben	2/131 – 81 (50)	2/151	2/128	2/139	SUE b-
Heiligenthal	1/84 – 68 (16)	97	100	87	a/c
<i>Helbra</i>	1/107 – 75 (32)	107	2/293	2/287	GZ, SUE 5-
Hergisdorf	1/51 – 44 (7)	52	2/208	2/167	SUE 6-
<b>HETTSTEDT</b>	9/1.150 – [753] 974 (176)	9/1.022	10 / 1.124	8/879	GZ/tMZ 3/4
Hornburg [Qf.]	.	.	46	46	SUE d/e
Hübitz	1/57 – 15 (42)	57	66	75	e-
<i>Klostermansfeld</i>	.	.	182	182	6-
Lüttchendorf	1/55 – 47 (8)	52	56	54	SUE c/d

Gebietskörperschaft mit KGV/KGS (1999)	KG-Vereine, -Sparten / Kleingärten				Typisierung 1990er
	2009/10	2000/01	1987/88	1971/72	
<i>MANSFELD</i>	4/256 – [144] 207 (49)	4/210	4/210	3/248	GZ 5/6
Möllendorf	2/43 – [16] 23 (20)	2/43	2/87	37	e-
Molmerswende	1/24 – 8 (16)	12	26	30	e-
Osterhausen [Qf.]	.	.	100	115	d-
Piskaborn	1/30 – [23] 27 (3)	30	34	37	e-
<i>Polleben</i>	2/124 – 55 (69)	2/106	2/152	2/159	a/b
<i>Quenstedt</i>	.	86	97	104	SUA d/c
<i>Röblingen am See</i>	2/408 – 272 (136)	2/410	2/411	2/410	GZ 5/6
Rot.schirmbach [Qf.]	.	.	71	93	c/d
<i>SANDERSLEBEN</i>	.	.	227	262	SUH 6-
Seeburg	1/34 – 34 (0)	36	34	–	d-
Siebigerode	.	.	24	149	b/d
Siersleben	3/88 – 51 (37)	4/83	5/229	5/233	SUH 6/a
Stangerode	1/49 – [28] 38 (11)	58	51	45	d/e
Stedten	3/250 – 167 (83)	3/270	283	277	a/b
Sylda	1/56 – 41 (15)	62	63	70	b/d
Ulzigerode	.	.	24	23	f-
Unterrißdorf	1/21 – 20 (1)	30	30	30	SUE d/e
Vatterode	1/56 – 43 (13)	56	51	52	c-
Walbeck	2/282 – [153] 200 (82)	2/275	82	86	SUH c+
Wansleben am See	1/61 – 52 (9)	61	62	59	6/a
Welbsleben	.	.	107	113	b/c
Wiederstedt	1/88 – [57] 61 (27)	2/180	3/254	2/197	SUH a/b
Wimmelburg	3/62 – 48 (14)	3/64	82	74	SUE 6/b
Wolferode	1/47 – 25 (22)	50	60	71	SUE a/b
Zabenstedt	1/85 – [27] 43 (42)	85	84	85	e-
Σ abs.	89/6.262 – 4.772 (1.590)	91/6.293	105/8.736	96/8.784	
<b>Köthen [Altkreis Köthen]</b>					
<i>AKEN (Elbe) *</i>	.	.	2/202	2/202	GZ, SUD 4/5
Arensdorf	1/59 – 23 (36)	41	63	60	d/e
Baasdorf	1/53 – 15 (38)	16	52	96	SUK d/e
Cösitz	1/50 – 30 (20)	41	49	50	e-
Cosa	.	.	24	31	e-
Diebzig	.	.	20	20	SUD e
Dornbock	.	.	59	60	d/e
Drosa	1/56 – 14 (42)	26	56	56	c/d
Edderitz	1/95 – 69 (26)	88	102	90	a/b
Elsnigk	1/36 – 36 (0)	36	41	41	SUD/K c-
Glauzig	.	.	32	30	d-
Gnetsch	.	.	18	18	e+
Görzig	1/56 – 16 (40)	2/34	2/102	2/164	6/b
<i>GRÖBZIG</i>	2/92 – 68 (24)	4/216	3/238	3/248	GZ 6-
Großbadegast	1/41 – 34 (7)	41	41	41	SUK c/d
Großpaschleben	1/28 – 25 (3)	28	29	28	SUK b/c
Kleinpaschleben	2/51 – 28 (23)	2/45	3/91	3/88	b-
<b>KÖTHEN (Anhalt)</b>	32/2.306 – 2.000 (306)	32/2.174	32/2.450	28/2.178	MZ 3-
+ Merzien	1/28 – 22 (6)	24	28	28	SUK
Löbnitz an der Linde	1/41 – 20 (21)	27	45	51	e-
Maasdorf	.	.	40	63	d/e

Gebietskörperschaft mit KGV/KGS (1999)	KG-Vereine, -Sparten / Kleingärten				Typisierung 1990er
	2009/10	2000/01	1987/88	1971/72	
Micheln	1/42 – 22 (20)	34	2/110	42	SUD/K b/c
<i>Osternienburg</i>	2/146 – 101 (45)	2/115	3/204	3/179	SUD/K 6-
Piethen	1/63 – 36 (27)	47	63	52	e-
Prosigk	1/67 – 23 (44)	40	2/92	2/101	c/d
RADEGAST	1/208 – 139 (69)	168	208	234	6/b
Reppichau	.	.	28	35	SUD d-
Schortewitz	.	.	21	29	c-
<i>Trinum</i>	2/73 – 45 (28)	2/55	2/71	2/71	d/e
<i>Weißandt-Gölsau</i>	1/67 – 61 (6)	63	2/208	2/191	a-
Wulfen	2/114 – 62 (52)	2/89	2/114	2/115	a/b
Zabitz	3/84 – 33 (51)	3/56	3/84	3/85	SUK c/d
Σ abs.	61/3.876 – 2.922 (954)	64/3.504	78/4.985	73/4.777	
<b>Merseburg-Querfurt</b> [Altkreise Merseburg, Querfurt überwiegend, Nebra zum kleinen Teil]					
Albersroda	.	.	31	43	c/d
Alberstedt	1/ - 37	67	76	77	c/d
<i>BAD DÜRRENBURG</i>	9/820 – 799 (21)	9 / 820	8 / 798	8 / 798	GZ 4-
BAD LAUCHSTÄDT *	4/473 – 460 (13)	4 / 473	4 / 527	4 / 507	GZ, SUH 5-
+ Großgräfendorf	1/86 – 86 (3)	2 / 84	2 / 113	–	
Barnstädt	1/ - 43	60	77	81	a/b
Branderoda [Neb.]	1/ - 20	20	31	28	ef
<i>BRAUNSBEDRA</i>	5/364 – 362 (2)	5/364	5/366	4/351	GZ 4/5
Delitz am Berge	1/ - 54	54	3/185	3/153	SUH b/c
Ermilitz	.	.	66	51	rbG c/b
Esperstedt	1/ - 51	73	84	103	b/c
Farnstädt	1/ - 39	47	2/106	2/144	a/b
Frankleben	2/246 – 237 (9)	2/246	2/248	2/219	6/a
Gröst	.	.	49	45	c/d
Großkayna	1/ - 22	22	22	22	b-
Knapendorf	1/ - 24	24	23	23	SUH/M c/d
Krumpa	1/62 – 61 (1)	60	64	–	a/b
Langeneichstädt	.	.	142	147	6/a
Leimbach	.	.	41	49	e-
LEUNA *	2/ - 132	2/132	2/132	2/132	GZ, SUM 4/5
<b>MERSEBURG</b>	20/1.786 – 1.758 (28)	20 / 1.774	19/1.739	16/1.587	MZ/ROZ, SUH 2/3
+ Meuschau	2/92 – 91 (1)	2/92	2/91	53	SUM
Milzau	.	.	14	21	SUH b-
<i>MÜCHELN</i> (Geiseltal)	7/474 – 461 (13)	7/474	7/478	6/506	GZ 5-
<i>Nems.-Göhrendorf</i>	2/ - 70	2/91	2/152	2/174	b-
Obhausen	1/ - 50	66	2/121	2/121	6/a
Oechlitz	.	.	80	70	c/d
<b>QUERFURT *</b>	8/ - 507	8/514	6/458	3/328	GZ/tMZ 5+
+ Gatterstädt	1/ - 11	26	75	76	
+ Lodersleben	1/ - 6	11	35	37	
Raßnitz	1/53 – 48 (5)	53	2/116	2/125	a/b
Röglitz	.	.	72	72	rbG e-
Roßbach	3/154 - 148 (6)	3/151	3/173	3/215	6/a
<i>SCHAFSTÄDT</i>	1/ - 63	63	2/163	2/166	6-
<i>Schkopau</i>	.	.	2/33	–	SUH/M 6-
<i>Schmon</i>	.	.	2/75	2/110	b/c

Gebietskörperschaft mit KGV/KGS (1999)	KG-Vereine, -Sparten / Kleingärten				Typisierung 1990er
	2009/10	2000/01	1987/88	1971/72	
<i>SCHRAPLAU</i>	2/ - 123	2/148	3/238	3/220	6/a
Spergau	1/86 – 64 (22)	64	103	104	SUM a/b
Steigra	-	14	3/73	3/92	b/c
Ziegelroda	.	.	15	15	c-
Σ abs.	83/ - 5.824	84/6.087	102/7.485	88/7.065	
<b>Quedlinburg</b> [Altkreise Quedlinburg, Aschersleben zum kleinen Teil]					
Bad Suderode	1/62 – 52 (10)	62	62	60	SUQ 6/a
Badeborn	.	.	30	30	SUQ a/b
<i>BALLENSTEDT</i>	2/157 – 157 (0)	2/159	2/179	159	GZ 5-
Dankerode	1/19 – 15 (4)	19	19	19	b/c
Ditfurt	1/56 – 33 (23)	65	2/280	334	SUQ 6/a
<i>GERNRODE</i>	1/57 – 33 (24)	83	131	155	GZ, SUQ 6-
GÜNTERSBERGE	.	.	2/48	26	b-
<i>HARZGERODE</i>	3/296 – 268 (28)	3/296	2/246	241	GZ 5/6
Königerode	1/52 – 46 (6)	60	78	102	3-
Neinstedt	3/257 – 224 (33)	3/266	3/255	2/205	SUQ 6-
Neudorf	1/47 – 42 (5)	47	50	47	c/d
<b>QUEDLINBURG</b>	36/2.360 – 2.255 (105)	37/2.486	29/2.349	25/2.192	MZ 3-
Rieder	1/105 – 97 (8)	127	115	140	SUQ 6-
Schielo	.	.	41	47	D+
Steckenberg	1/17 – 8 (9)	18	34	33	c/d
<i>THALE</i>	7/311 – 301 (10)	8/551	7/522	2/345	GZ 4-
Warnstedt	-	39	74	74	SUQ c/d
Weddersleben	1/91 – 64 (27)	91	105	168	SUQ b-
<i>Wedderstedt</i> [Asch.]	1/10 – 7 (3)	10	93	102	SUQ d-
Westerhausen	2/188 – 176 (12)	2/188	2/194	2/232	SUQ 6-
Σ abs.	63/4.085 – 3.778 (307)	66/4.567	61/4.905	47/4.711	
<b>Wernigerode</b> [Gemeinden aus Altkreis Quedlinburg]					
Timmenrode	1/125 – 119 (6)	129	132	140	a/b
<b>Saalkreis</b> [Altkreise Saalkreis, Querfurt zum kleinen Teil]					
Angersdorf	3/108	3/108	50	48	SUH b-
Bennstedt	5/237	5/239	6/339	3/254	SUH a-
Brachstedt	1/51	48	-	-	SUH b/c
Braschwitz	2/112	2/110	2/116	2/63	rbG, SUH d/b
Dieskau	4/286	4/286	4/286	3/247	SSP, SUH 6+
Dölbau	3/218	3/217	2/137	2/118	rbG, SUH b+
Döllnitz	1/174	174	178	175	SUH/M a/b
Dößel	1/16	16	16	-	d/e
Dornstedt [Qf.]	1/ - 34	53	78	77	b/c
<i>Gröbers</i>	5/531	5/541	5/535	5/477	GZ, SUH 6-
Großkugel	1/69	70	70	65	rbG c/6
Gutenberg	1/105	108	101	-	SUH c/b
Höhnstedt	3/126	3/128	3/119	68	a-
Hohenthurm	1/59	59	2/145	2/136	SSP, SUH a/6
Hohenweiden	3/81	3/73	-	-	SUH/M b/c
<i>Holleben</i>	5/232	5/230	232	-	SUH a-
Kloschwitz	1/27	27	28	-	d/e
Krosigk	2/83	2/87	2/102	-	C+
<i>LANDSBERG</i>	5/285	5/297	5/301	5/296	GZ, SUH 5/6

Gebietskörperschaft mit KGV/KGS (1999)	KG-Vereine, -Sparten / Kleingärten				Typisierung 1990er
	2009/10	2000/01	1987/88	1971/72	
Langenbogen	1/67	72	2/94	2/73	b/a
Lieskau	1/102	104	–	–	SUH b/6
Lochau	1/38	38	38	37	SUH/M b-
LÖBEJÜN	2/245	2/271	2/274	2/256	6-
Mösthinsdorf	.	.	31	31	e-
Nauendorf	3/106	3/119	4/193	2/120	SSP a+
Nehlitz	2/34	2/34	2/37	–	e-
Niemberg	1/50	50	44	–	SSP, SUH a/b
Oppin	1/60	65	2/90	34	SUH a+
Ostrau	1/219	186	205	187	b-
Peißen	1/51	51	48	49	rbG, SUH b-
Petersberg	1/71	65	70	45	c/d
Queis	4/135	4/135	4/138	4/138	rbG, SUH b+
Reußen	1/42	42	43	41	SUH c+
Salzmünde	2/183	2/181	3/249	2/130	SUH 6+
Schwerz	1/30	2/48	2/49	2/50	c/d
Sennewitz	1/26	26	–	–	SUH b/a
Sietzsch	2/50	2/50	2/51	2/52	SUH c/d
Spickendorf	2/62	2/64	3/71	2/61	d+
Steuden	1/123	122	127	110	b-
Teicha	1/51	51	51	–	SUH b+
Teutschenthal	6/524	6/529	5/410	3/343	GZ, SUH 5+
Wallwitz	1/42	42	40	–	SUH b-
WETTIN	1/8	13	3/167	28	GZ 6-
Zappendorf	3/200	3/201	2/157	2/113	SUH 6/a
Zscherben	1/269	269	252	156	SUH b/a
Σ abs.	90/5.622	91/5.699	86/5.762	60/4.078	
<b>Sangerhausen</b> [Altkreis Sangerhausen] (Gemeindegebietsstand 1987/88)					
ALLSTEDT	1/30 – 28 (2)	30	2/191	160	GZ 6-
Bennungen	1/23 – 12 (11)	14	104	115	b-
Berga	2/100 – 68 (32)	2/100	2/132	75	rbG 6-
Blankenheim	1/85 – 60 (25)	85	87	100	a/b
Breitenstein	.	.	7	–	d-
Breitungen	.	.	42	–	d-
Brücken (Helme)	1/116 – 43 (73)	116	116	120	b/c
Edersleben	1/186 – 98 (88)	186	168	170	SUA b+
Gonna	.	.	21	–	SUS d/c
Großleinungen	.	18	25	–	SUS b+
Holdenstedt	.	.	49	55	b-
Horla	1/9 – 9 (0)	2/18	2/19	–	f-
KELBRA (Kyffhäuser)	2/271 – 160 (111)	2/272	2/262	2/273	6-
Martinsrieth	.	.	32	35	SUS f-
Mittelhausen	.	.	39	45	c/d
Niederröblingen/H.	.	.	60	–	d/e
Oberröblingen	1/243 – 170 (73)	230	251	248	SUS a-
Riestedt	.	.	155	–	SUS a-
Riethnordhausen	.	.	77	82	SUA d+
Roßla	1/202 – 57 (145)	209	3/222	3/388	GZ 6-
Rotha	1/7 – 7 (0)	8	8	–	e-

Gebietskörperschaft mit KGV/KGS (1999)	KG-Vereine, -Sparten / Kleingärten				Typisierung 1990er
	2009/10	2000/01	1987/88	1971/72	
<i>Rottleberode</i>	2/69 – 65 (4)	2/71	4/165	–	(T)GZ a+
<b>SANGERHAUSEN</b>	35/2.199 – 1.964 (235)	35/2.224	32/2.219	19/1.667	MZ 3-
STOLBERG (Harz)	.	.	36	37	(T)GZ 6/a
<i>Wallhausen</i>	2/40 – 27 (13)	2/38	3/306	190	SUS 6-
Wolfsberg	1/34 – 34 (0)	34	34	–	f-
Σ abs.	53/3.614 – 2.802 (812)	55/3.653	68/4.827	37/3.760	
<b>Weißenfels</b> [Altkreise Weißenfels, Hohenmölsen überwiegend]					
Burgwerben	1/160 – 140 (20)	161	171	110	SUW b/c
Dehlitz (Saale)	2/61 – 49 (12)	2/52	2/58	2/58	SUW c/d
Goseck	.	.	32	32	SUN a/b
Granschütz	.	.	90	75	a/b
Gröben	.	.	56	57	a/c
<i>Großkorbetha</i>	1/44 – 32 (12)	42	52	51	6-
<b>HOHENMÖLSEN</b>	5/300 – 300 (0)	5/295	7/369	3/190	GZ/tMZ 5+
<i>Langendorf</i>	2/143 – 131 (12)	2/143	2/142	2/142	rbG, SUW 6-
Leißling	2/65 – 57 (8)	2/63	2/65	39	SUW a-
<b>LÜTZEN</b>	.	.	5/318	3/294	GZ 6/6
Markwerben	3/55 – 52 (3)	3/55	60	–	SUW b/c
Prittitz	1/68 – 54 (14)	64	71	68	b-
Reichardtswerben	1/20 – 20 (0)	20	22	–	a/b
Rippach	1/20 – 20 (0)	26	26	26	c/d
Röcken	1/23 -21 (2)	23	23	24	c/d
Schkortleben	1/73 – 73 (0)	73	83	84	c/d
Sössen	.	.	10	10	e-
Starsiedel	1/20 – 20 (0)	19	28	29	d+
Taucha	.	.	56	50	b/d
<b>TEUCHERN</b>	1/51 – 34 (17)	20	5/389	5/438	GZ 5/6
Trebnitz	1/21 – 15 (6)	24	55	–	a/c
Webau	1/76 – 46 (30)	76	49	50	rbG 6/b
<b>WEIßENFELS</b>	34/2.348 – 2.245 (103)	34/2.370	38/2.966	29/2.565	MZ 3-
+ Boraus	2/52 – 40 (12)	2/49	2/60	2/60	SUW
Wengelsdorf	1/75 – 58 (17)	72	75	75	b/c
Zembschen	1/26 – 24 (2)	24	24	–	c/d
<i>Zorbau</i>	1/46 – 33 (13)	42	3/95	3/100	rbG b/c
Σ abs.	64/3.747 – 3.464 (283)	64/3.713	84/5.445	64/4.627	
<b>Wittenberg</b> [Altkreise Wittenberg, Gräfenhainichen teilweise]					
Abtsdorf (= Euper)	1/121 – 108 (13)	121	–	–	SUW a-
<b>BAD SCHMIEDEBERG</b>	1/91 – 75 (16)	91	94	94	GZ 5/6
<i>Bergwitz</i> [Gräf.]	.	26	45	–	SUW 6/a
Bülzig	.	.	20	–	b/c
Eutzsch	1/92 – 71 (21)	92	82	85	SUW c/d
Globig-Bleddin	.	.	28	29	c/d
<b>GRÄFENHAINICHEN</b>	9/495 – 484 (11)	9/495	9/540	7/400	GZ/tMZ 5+
<b>KEMBERG</b>	1/32 – 29 (3)	32	32	32	GZ 6-
Möhlau [Gräf.]	2/115 – 115 (0)	2/115	2/113	75	SUD 6
Mühlanger	3/109 – 104 (5)	3/109	54	–	SUW a-
<b>PRETZSCH</b> (Elbe)	2/96 – 73 (23)	38	2/122	83	6/a
Radis [Gräf.]	1/159 – 133 (26)	159	157	167	a/b
Schköna [Gräf.]	1/58 – 58 (0)	58	132	125	c-

Gebietskörperschaft mit KGV/KGS (1999)	KG-Vereine, -Sparten / Kleingärten				Typisierung 1990er
	2009/10	2000/01	1987/88	1971/72	
Söllichau [Gräf.]	1/31 – 31 (0)	31	31	30	b-
Tornau [Gräf.]	1/39 – 39 (0)	39	39	–	d/c
Trebitz	.	.	72	93	a/b
<b>WITTENBERG</b>	20/1.609 – 1.583 (26)	20/1.609	17/1.774	9/1.086	MZ 2/3
+ Pratau	2/189 – 173 (16)	2/189	194	192	SUW
+ Reinsdorf	3/198 – 197 (1)	3/198	77	73	SUW
ZAHNA	.	.	198	170	GZ 5/6
Zschornewitz [Gräf.]	6/198 – 172 (23)	5/147	5/142	3/102	rbG 6-
Σ abs.	55/3.629 – 3.445 (184)	54/3.549	50/3.946	32/2.836	
<b>Thüringen / Landkreise (nur Gemeinden im ehem. DDR-Bezirk Halle)</b>					
<b>Kyffhäuserkreis [nur Altkreis Artern]</b>					
ARTERN	5/ - 441	5/503	5/483	4/417	MZ 5-
+ Schönfeld	1/ - 34	39	40	48	SUA
BAD FRANKENHAUSEN	3/ - 322	3/330	3/334	2/193	UZ 5+
+ Udersleben	1/ - 11	9	2/67	2/68	
Donndorf	1/ - 14	25	73	74	b/c
Esperstedt	1/ - 31	37	60	60	c/d
Etzleben	.	.	35	24	e-
Gehofen	.	.	156	168	b/c
Göllingen	.	.	136	32	b/c
Gorsleben	1/ - 19	21	42	37	c/d
Günserode	1/ - 14	16	25	19	e/f
Hauteroda	.	.	70	60	d-
HELDRUNGEN	2/ - 113	2/144	2/229	152	(T)ZU* 6-
Hemleben	.	.	59	59	e-
Heygendorf	1/ - 25	38	65	76	SUA c/d
Ichstedt	1/ - 14	15	46	46	c-
Kalbsrieth/Ritteburg	2/ - 47	2/63	2/103	2/108	SUA b/c
Nausitz	.	.	35	37	e/f
Oberheldrungen	1/ - 18	32	2/179	2/179	b-
Oldisleben	1/ - 45	2/103	3/220	3/202	(T)ZU* 6-
Reinsdorf	1/ 18	31	159	140	SUA b/c
Ringleben	1/ 49	70	108	103	SUA b-
ROßLEBEN	4/ - 372	5/412	3/312	2/221	(T)ZU 5-
+ Schönewerda	1/ - 51	62	74	64	
Rottleben	1/ - 24	36	76	90	b/d
Seega	.	.	100	100	d/e
Steinthaleben	1/ - 18	20	64	–	c/d
Voigtstedt	1/ - 86	101	117	126	SUA a/b
WIEHE	1/ - 56	62	125	121	(T)UZ 6-
Σ abs.	33/ - 1.822	35/2.169	43/3.602	35/3.024	
<b>Sömmerda [Gemeinden aus Altkreis Artern]</b>					
Bilzingsleben	1/ - 24	39	36	–	b/c
Kannawurf	2/ - 33	2/53	2/164	–	b-
Σ abs.	3/ - 57	3/92	3/200	–	

*Erklärung der KG-Daten für 2010: Bsp. 3/216 – 161 (55) = 3 KGV, 216 KG-Parzellen insgesamt,  
– 161 dav. bewirtschaftet, (55) davon frei oder nicht verpachtet  
Nur Gemeinden aus Altkreis Hettstedt im LK Mansfelder Land, wo [Mitgliederzahlen der KGV] ≠  
Zahl der bewirtschafteten KG, z.B. – [36] 41 oder – [28] 27.*

### Anmerkungen:

STADT / Dorf	
NAUMBURG	ehem./ Kreisstadt [2000]
ZEITZ	ehem. Kreisstadt (bis 1994)
WETTIN / Kayna	Sitz einer Verwaltungsgemeinschaft von Gemeinden
*	Einheitsgemeinde

### Einwohnerzahl nach Größenklassen 1970/71 : 1999/2000

1	≥ 100.000	a	≥ 1.500
2	≥ 50.000	b	≥ 1.000
3	≥ 20.000	c	≥ 750
4	≥ 10.000	d	≥ 500
5	≥ 5.000	e	≥ 250
6	≥ 2.000	f	< 250

Veränderungstendenz innerhalb einer Größenklasse: + bzw. –

Orte ohne Angabe: keine Ew-Zahl für 1999/2000

### Zentralort-Kategorien: (in S-A und T inhaltlich wie terminologisch different)

OZ	=	Oberzentrum
MZ	=	Mittelzentrum
UZ	=	Untzentrum (nur Thüringen)
GZ	=	Grundzentrum
(T)	=	geteiltes OZ/MZ/UZ/GZ
t	=	nur Teilfunktionen eines OZ/MZ/UZ/GZ
SSP	=	Siedlungsschwerpunkt (nur S-A)
rbG	=	regional bedeutsamer Gewerbestandort (nur S-A)

- Suburb [SU] von OZ = direkte/indirekte Nachbargemeinden, z.B. SUH (von Halle)  
" von MZ/tOZ und MZ = nur direkte Nachbargemeinden (außer OZ), z.B. SUZ (von Zeitz),  
" von GZ/tMZ = nur, wenn diese = ehem. Kreisstadt und Ø > 10 TEW

In den Tabellen nicht aufgeführte Gemeinden der Landkreise (1999)

- gehörten bis 1989/90 nicht zum DDR-Bezirk Halle und/oder
- waren in den Vergleichsjahren 1971/72, 1987/88, 2000/2001 keine Standorte von Mitglieds-KGS/KGV in den KV des BV Halle im VKSK der DDR bzw. RV/KV/SV der LV der Gartenfreunde Sachsen-Anhalt und Thüringen.

+ ..... = Ortsteil voranstehender STADT 1999/2000, in der Vergleichsanalyse 1987 (a.a.O. 1992) noch als selbständige Gemeinde und KGS-Standort erfasst (bei KG-Analyse für 2000/01 der Stadt zugerechnet, für 1987/88 und 1971/72 als eigenständige Gemeinde behandelt).

### Quellenverzeichnis

1. Stadtverband der Gartenfreunde Dessau 08.04.2010  
Kühnauer Str. 65, 06846 Dessau (Geschäftsführer J. Ullrich)
2. Stadtverband der Gartenfreunde Halle/Saale 09.04.2010  
Schleiermacherstr. 15, 06114 Halle (B. Grobstich)
3. Regionalverband Mittlere Elbe und Umgebung der Gartenfreunde 13.04.2010  
Hohe Str. 10a, 06862 Dessau-Roßlau (Vorst.vors. Walther)
4. Territorialverband Artern der Gartenfreunde 03.05.2010  
Schönfelder Straße, 06556 Artern (Vorst.vors. Arlet)
5. Regionalverband Aschersleben der Kleingärtner 08.04.2010  
Herrenbreite 28, 06449 Aschersleben (Vors. Nowak)

- |     |                                                                                                                                                                                             |            |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 6.  | Regionalverband der Gartenfreunde Bernburg und Umgebung<br>Domänengasse 24, 06406 Bernburg                                                                                                  | 22.04.2010 |
| 7.  | Kreisverband der Gartenfreunde Bitterfeld<br>Burgstr. 37, 06749 Bitterfeld (Vors. G. Tennert) /nach mehrfachen<br>Mahnungen vermittelt über Dipl. Geogr. H. Kaaden, Halle                   | 10.12.2010 |
| 8.  | Verband der Gartenfreunde Mansfelder Land – Eisleben<br>Str. d. Aufbaus 30, 06295 Eisleben (Vors. W. Marschner)                                                                             | 30.08.2010 |
| 9.  | Regionalverband der Kleingärtner „Mansfelder Bergland“<br>Johannistor 8, 06333 Hettstedt                                                                                                    | 25.05.2010 |
| 10. | Kreisverband der Gartenfreunde Köthen<br>Friedrich-Ebert-Str. 39a, 06366 Köthen (Vors. R. Vieth)<br>//Ergänzung: 'KG/ Parzellen' insg. erst am 31.3.2011//                                  | 05.05.2010 |
| 11. | Kreisverband der Gartenfreunde Merseburg<br>Poststr. 14, 06217 Merseburg (Vors. M. Hartlieb)                                                                                                | 22.04.2010 |
| 12. | Kreisverband der Gartenfreunde „Saale-Unstrut“<br>Grochlitzer Str. 55, 06608 Naumburg/S.                                                                                                    | 23.04.2010 |
| 13. | Regionalverband der Kleingärtner Quedlinburg und Umgebung<br>PF 1221, 04473 Quedlinburg                                                                                                     | 07.04.2010 |
| 14. | Regionalverband der Gartenfreunde „Rohne-Querne-Weida“<br>Kastanienplatz 10, 06268 Querfurt (Vors. H. Mischok)                                                                              | 19.07.2010 |
| 15. | Kreisverband der Gartenfreunde „Saalkreis“<br>Schleiermacherstr. 15, Halle /S. (Vors. R. Holland)                                                                                           | 11.05.2010 |
| 16. | Kreisverband der Gartenfreunde Sangerhausen<br>Fröbelstr. 15, 06526 Sangerhausen (Vors. Matzke)                                                                                             | 15.04.2010 |
| 17. | Regionalverband der Gartenfreunde Weißenfels-Hohenmölsen<br>Große Deichstr. 27, 06667 Weißenfels                                                                                            | 21.04.2010 |
| 18. | Kreisverband der Gartenfreunde Wittenberg<br>Heubnerstr. 29, 06886 Wittenberg                                                                                                               | 27.04.2010 |
| 19. | Regionalverband der Gartenfr. „Weiße Elster“<br>Käthe-Niederkirchner-Str. 50, 06712 Zeitz ((Vors. H. Hedrich)<br>//mehrfache Ergänzungen, Präzisierungen – meist telefon. – bis<br>3/2011// | 05.04.2010 |

**Anschrift der Autoren:**

Dr. Wolfgang Albrecht, Dr. Barbara Kaaden  
Ernst-Moritz-Arndt-Universität  
Institut für Geographie und Geologie  
Wirtschafts- und Sozialgeographie  
Makarenkostraße 22  
D – 17487 Greifswald