

Bericht zur ersten Zukunftswerkstatt

Mobilität und Nahversorgung in Freyung-Grafenau



Die Veranstaltung wurde im Rahmen des Projekts iMONA durch das Landratsamt Freyung-Grafenau und die Technische Universität Dresden, Professur für Kommunikationswirtschaft organisiert und durchgeführt.

Datum:

1. Oktober 2019

Veranstaltungsort:

Grafenau, Kulturpavillon

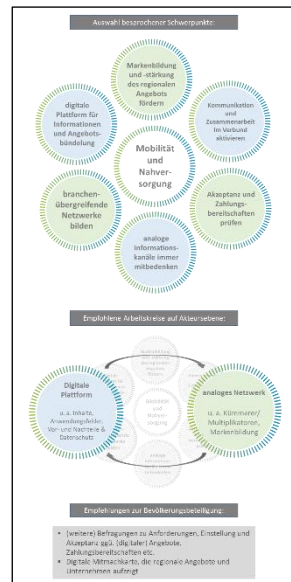
Zusammenfassung

Am 1. Oktober 2019 trafen sich Fachleute aus Politik, Ehrenamt, Wirtschaft und Wissenschaft in Grafenau im Kulturpavillon, um verschiedene Mobilitäts- und Nahversorgungsthemen für den Landkreis zu besprechen sowie einen Blick in die Zukunft zu werfen und potentielle Anwendungen und Lösungen zu diskutieren. Thematisiert wurden dabei Querschnittsthemen wie Regionalität, Miteinander und Wissen sowie konkrete potentielle Umsetzungsmöglichkeiten wie Suche-Biete-Plattformen, Mitfahrbänke und innergemeindlicher Verkehr in Form von Kleinbussen.

Rückmeldungen, dass eine solche Art von Austausch zu den Themenfeldern Mobilität und Nahversorgung im Landkreis bisher selten bis gar nicht angeboten wurde, jedoch den Teilnehmenden sehr sinnvoll erschien, zeigt das Potenzial für weiterführende Dialoge und derartige Veranstaltungen auf.

Das Projektteam iMONA bedankt sich bei allen Anwesenden für ihre Teilnahme, die vielen interessanten Gespräche und mehrwertstiftenden Diskussionen.

Eine Zusammenfassung der Kernaspekte kann der Grafik auf Seite 24 entnommen werden.



iMONA Projektteam:

Landratsamt Freyung-Grafenau

<https://www.freyung-grafenau.de/>

Sonja Weigerstorfer (Projektleiterin)

Technische Universität Dresden, Institut für Wirtschaft und Verkehr,

Professur für Kommunikationswirtschaft

<https://tu-dresden.de/bu/verkehr/ivw/kom>

Prof. Dr. Ulrike Stopka | Stephanie Lelanz | Vanessa Knobloch



Oktober 2019

www.imona-frg.de

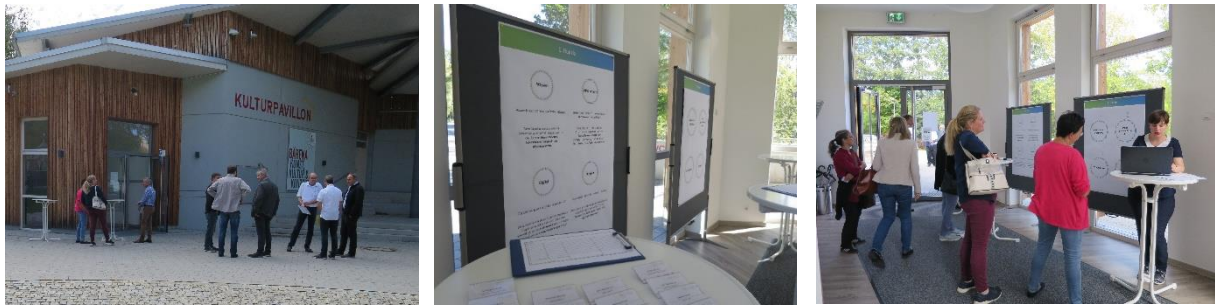
Inhalt

1	Veranstaltungsaufakt.....	4
2	Erste Gesprächsrunde.....	8
2.1	Tisch 1 – Miteinander	9
2.2	Tisch 2 – Digitalisierung	13
2.3	Tisch 3 – Region	16
3	Zweite Gesprächsrunde	19
3.1	Tisch 1 – Suche-Biete-Plattform.....	20
3.2	Tische 2 – Innergemeindlicher Bus	21
3.3	Tische 3 – Mitfahrbank	22
4	Ausklang der Veranstaltung und Ausblick.....	23

1 Veranstaltungsaufakt

Als Veranstaltungsort für die erste Zukunftswerkstatt im Rahmen des Projekts iMONA im Landkreis Freyung-Grafenau diente der Kulturpavillon in Grafenau. Zu Beginn hatten die Teilnehmenden im Saal sowie vor dem Gebäude Zeit für erste Gespräche.

Im Eingangsbereich wurde jede Person während der Anmeldung gebeten, für die beiden geplanten Gesprächsrunden Themenpräferenzen zu äußern. Aus jeweils vier Themen durften drei Wünsche mit Rangreihenfolge geäußert werden und entsprechend erfolgte die Zuordnung durch das Projektteam.



Nach der Begrüßung der Anwesenden stellte Sonja Weigerstorfer kurz das Projekt iMONA, das Ziel sowie den Ablauf der Veranstaltung vor. Im Anschluss an eine thematische Einführung* durch Stephanie Lelanz und Vanessa Knobloch wurden zwei Gesprächsrunden in wechselnden Gruppen durchgeführt. Am Ende der Veranstaltung waren die Teilnehmenden zu einem Get Together eingeladen, bei dem sie sich weiter austauschen und vernetzen konnten.



*Als Impuls vor den einzelnen Gesprächsrunden wurden verschiedene Szenarien präsentiert, die – bewusst überspitzt – zur thematischen Einstimmung und als Mut machende Beispiele dienen, gleichzeitig aber auch diskussionswürdige Punkte aufbringen sollten. Eingegangen wurde auf diese Weise auf bestehende Mobilitäts- und Nahversorgungssituationen im ländlichen Raum aber auch auf das Engagement von Privatpersonen, die sich kümmern, Lösungen erdenken und umsetzen. Die Geschichten wurden im Rahmen der Vorbereitungen auf die Zukunftswerkstatt entwickelt und können den folgenden drei Seiten entnommen werden.

Die Auswertung der einzelnen Gesprächsrunden erfolgt ab Seite 8.

Geschichte 1 – ÖPNV:

Ein Aufschrei geht durch das Dorf. Die **letzte Busverbindung** wurde **gestrichen**. Der Bus fuhr den **Lebensmittelladen und die Bankfiliale** im Nachbarort an. Besonders groß ist dementsprechend der **Ärger**. Nur einer bleibt ruhig, Ortsvorsteher Huber. Er sieht das Ganze auch als Chance, als **Chance für die Mitfahrbänke**. „Wann, wenn nicht jetzt?“, fragt er sich. Herr Huber ist ein Macher und so hat er schnell seinen Nachbarn gefragt, ob er die **Bänke und Anzeigenschilder schreinern** kann. Die Mädchen und Jungen der 4a und 4b haben auch schon zugesagt, die Bank dann zu bemalen.

Jetzt heißt es die **Bevölkerung aktivieren, Fördermöglichkeiten finden, Ziele ausloten und das Projekt bekannt machen**. Sein Dorf wird nicht von der Außenwelt abgeschnitten, nicht mit ihm.

Geschichte 2 – Mix Nahversorgung und Verkehr:

Herr Mayer vom **nah & gut** überlegt schon lange, was er gegen das **Parkproblem** vor seinem Laden unternehmen kann. Immer mehr kommen mit dem Auto, obwohl sie nicht weit weg wohnen. Wildparkende, Straßenbehinderungen – all das sieht er tagtäglich. Außerdem möchte er seinen Laden modern machen und mehr Kundschaft gewinnen. Also spricht er mit dem **Fahrradladeninhaber Speedy über E-Lastenfahrräder** und deren **Verleih**. Herr Speedy ist begeistert, sucht er doch schon lange nach neuen Zielgruppen, die dieses Angebot nutzen. Da infrastrukturelle Maßnahmen für das Anschließen, Ausleihen und Laden notwendig sind, sprechen sie mit allen Verantwortlichen der Kommune. Nach einer halbjährigen Planungsphase ist es im nächsten Frühling so weit: Das **E-Lastenverleihsystem** mit fünf Rädern wird eingeweiht. Als besonderen Clou hat sich Herr Mayer überlegt, bis Ende des Jahres allen, die mit dem E-Lastenrad bei ihm einkaufen, **10 % Rabatt auf den Einkauf** zu spendieren.

Geschichte 3 – Nahversorgung:

Frau Auberger ist die Chefin des **Wochenmarkts**. Seit einem Jahr beobachtet sie, dass **immer weniger Leute** auf dem Markt einkaufen und auch einige Anbietende deuten bereits an, dass sie nicht mehr kommen werden, wenn es nicht im nächsten Frühjahr besser aussieht. Sie wundert sich, denn der Wochenmarkt erfüllt eigentlich alle Kriterien: fast ausschließlich lokale und regionale Produkte, nur das Obst und Gemüse kommt zum Teil von Übersee. Vieles ist Bio oder aus regionaler Erzeugung in kleiner Stückzahl produziert. Zum Saisonabschluss lädt sie alle zum berühmten Grillfest ein. Heute aber werden ernstere Töne angeschlagen: „**Wie können wir wieder mehr Kundschaft locken** und weniger Ware wegschmeißen?“, ist die Frage, die alle beschäftigt. Herr Schwarm berichtet ihr von der Möglichkeit, dass alle **Einkäufe vorab bestellt und bezahlt** werden. Das Ganze funktioniere über eine **Internetseite, auf der alle Handelnden und Produzierenden ihre Waren einstellen** – ähnlich wie ein Onlineshop. Die Einkäufe würden vorab zusammengestellt werden. Regelmäßig gäbe es **Thementage und Testevents**, bei denen Waren gekostet und probiert werden könnten. Vielleicht würde das ja auch mehr junge Leute auf den Markt locken, die immer in Eile sind und wenig Zeit hätten. Ein kleines Sortiment könnte dennoch zum normalen Verkauf angeboten werden, um auch Spontankaufenden und der Stammkundschaft gerecht zu werden. Aber immerhin könnten sie so besser die **Warenmengen und den Umsatz** planen. Frau Auberger und die anderen finden die Idee genial. Nach vielen verteilten **Flyern, Internetwerbung, Infoveranstaltungen und Präsentationen** auf Festen und Märkten sind alle Beteiligten zum ersten Markt im Frühling gespannt. Tatsächlich sind sehr viele Bestellungen eingegangen und da sie natürlich erst mal mit einem Testevent starten, ist der Markt so gut wie lange nicht mehr gefüllt.

Geschichte 4 – ÖPNV:

Bürgermeister Müller hat schon lange Bauchschmerzen, denn der **City-Bus wird immer teurer**. Er bestellt seinen ÖPNV-Verantwortlichen Omni zu sich. Dieser hat letzts einen interessanten Artikel über **autonome Busse** gelesen. Endlich wurden sie für den öffentlichen Straßenraum zugelassen. Müller: „Autonome Busse? Ich weiß ja nicht. Das ist teuer und kompliziert. Wo ist denn da die Ersparnis?“ Herr Omni überlegt kurz und sagt dann, dass sie sich am nächsten Tag nochmal sprechen.

Am nächsten Nachmittag präsentiert er Bürgermeister Müller zwei **Förderrichtlinien**, die für die Anschaffung und den Betrieb autonomer Busse in Kleinstädten perfekt passen würden. Somit könnten sie **den Citybus in den Hauptlastzeiten fahren lassen und den autonomen Bus während der schwächer frequentierten Zeiten**. Bürgermeister Müller beschließt, dass er ab sofort weniger Bauchschmerzen hat.

Geschichte 5 – Nahversorgung:

Nun ist die Situation eingetreten, vor der sich Inge Schössel immer gefürchtet hat. Ihr Mann hat einen ernsten Bandscheibenvorfall und kann nicht mehr Auto fahren. Sie selbst hat nie den Führerschein gemacht. Wie soll sie denn jetzt den **Einkauf erledigen**? Ihre Tochter arbeitet Vollzeit und hilft ihr schon so oft im Haushalt, dass es ihr unangenehm ist, sie nach noch mehr Hilfe zu bitten. Sie klagt ihr Leid ihrer Nachbarin. Die beruhigt sie und erklärt ihr, dass es mittlerweile auch einen **Lieferservice vom örtlichen Lebensmittelhändler** gibt und das Beste daran sei, dass man alle Produkte aus dem Laden inklusive der aktuellen Angebote bestellen kann.

Inge Schössel fragt, wie sie denn von den Angeboten erfahren würde und bestellen könne. Ihre Nachbarin erklärt ihr, dass sie drei Möglichkeiten hat. Sie könne **anrufen**, sie könne alles über **die Internetseite bestellen** oder seit neuestem auch eine **App** benutzen. „Dann könnte ich sogar während der Physiotherapie meines Mannes von unterwegs alles bestellen“, überlegt Inge. Sie verabredet sich gleich für den nächsten Vormittag mit ihrer Nachbarin für eine kleine Internetschulung und freut sich, während der Krankheit ihres Mannes virtuell einkaufen zu gehen. Und wer weiß, vielleicht nutzt sie das Angebot auch in Zukunft, um mehr Zeit mit ihren Enkeln zu verbringen.

Geschichte 6 – Innergemeindliche Fahrten:

Seit einem halben Jahr gibt es das neue **Linienbündelungskonzept** und vieles hat sich für das Dorf von Herrn Steiger **zum Besseren gewandelt**. Der Bus fährt häufiger, auch wenn er in schwachen Nutzungszeiten vorher angerufen und bestellt werden muss. Er selbst ist der Seniorenclubleiter und hat drei Enkel im Teenageralter. Sein Sohn und die Frau arbeiten auswärts in Vollzeit, sodass er häufig als Taxi einspringt. Auch im Seniorenclub beobachtet er, dass immer mehr **Schwierigkeiten** haben, am Treffnachmittag teilzunehmen, **vor allem, wenn** sie etwas **abseits wohnen**. Nicht jede Person kann oder will mit dem Auto fahren. Er fragt in der Mobilitätszentrale an, ob es nicht eine Busverbindung von den Rändern ins Zentrum geben könnte, aber die Antwort fällt nicht positiv aus. Aus wirtschaftlicher Sicht sei das nicht machbar, aber sollte er eine gemeindliche oder ehrenamtliche Lösung entwickeln, würden sie ihm mit Rat und Tat zur Seite stehen.

Zum nächsten Seniorentreff bringt er seine Enkel und ein paar ihrer Freunde mit und gemeinsam grübeln Alt und Jung darüber, welche Lösungen es geben könnte. Die Jugendlichen wollen vor allem gerne zum Sport und freitags und samstags zur Disko. Die älteren Menschen möchten zu ihrem Treff und am Wochenende auch mal eine Ausfahrt machen. Eine Fahrt zum Arzt und zum Einkaufen wäre auch super. Herr Steiger bringt es auf den Punkt: „**Wenn wir es nicht machen, macht es niemand. Also wer fährt den Bus? Wer putzt ihn? Wer sucht Sponsoren? Wer kauft den Bus?**“ Und immer so weiter...

Geschichte 7 – Nahversorgung:

Frau Klaus geht gerne im **Dorfladen** einkaufen. Zwar gibt es weniger Auswahl als im großen Discounter, aber sie fühlt sich wohl und immer gut beraten. Besonders schätzt sie, dass die Chefin, Frau Obstler, noch selbst im Geschäft steht. Eins stört sie aber: Es gibt **kaum regionale Produkte**. Eines Nachmittags spricht sie Frau Obstler darauf an. Diese stimmt ihr zu, weist jedoch darauf hin, dass es sehr schwer ist, kleine regional erzeugende Unternehmen zu finden und diese dann auch noch zu motivieren, die Produkte anzubieten. Frau Klaus kann das nicht glauben, schließlich fallen ihr alleine drei Personen ein, die entweder Honig herstellen, Seifen machen oder Käse produzieren. Frau Obstler hört das zum ersten Mal.

Gemeinsam beschließen sie, die **Kundschaft zu befragen, wer wen kennt und die lokal Produzierenden** zu einem gemeinsamen Kaffee-und-Kuchen-Nachmittag einzuladen. Der Grundstein für ein **regionales Netzwerk** ist gelegt.

Geschichte 8 – Carsharing:

Bürgermeister Walter braucht einen neuen Dienstwagen. Was ihn jedoch schon lange stört, dass er der Einzige ist, der das Auto nutzen darf. Er ist schon viel unterwegs und auf ein Fahrzeug angewiesen, aber das **Auto steht doch auch oft herum**. Wann immer es klappt, geht er zu Fuß oder fährt mit dem Fahrrad, der Umwelt und seiner Gesundheit zuliebe. Als neuen Dienstwagen hätte er gerne **ein Elektroauto**. Eine Ladesäule muss dafür am Rathaus auch noch gebaut werden. Er berät seine Pläne mit dem Gemeinderat, wird aber darauf hingewiesen, dass die Kassen ziemlich klamm sind. Aber was wäre, **wenn das Auto allen zur Verfügung stünde** gegen eine kleine Leihgebühr? Das könnte den Investitionskosten doch gegenüberstehen. Die Tourismusinformation könnte die Buchungszeiten im Blick haben und die Verwaltung übernehmen. „Starten könnten wir doch mit einem geteilten Outlook-Kalender“, einigen sich alle in der Beratung. Nach einer **Befragung** innerhalb der Bevölkerung ist klar, wofür das Fahrzeug genutzt werden soll: **Mitarbeitende der Gemeinde** können den Wagen für Dienstfahrten nutzen und auch mal abends damit heimfahren. Wichtig ist, dass er am nächsten Morgen vollgeladen wieder am Rathaus steht. Auch **Ortsansässige** können nach Dienstschluss das Fahrzeug nutzen, den Autoschlüssel können sie in der Touristinfo abholen. Im **touristischen Segment** sollen Gäste ebenfalls die Möglichkeit haben, das Fahrzeug zu günstigen Konditionen am Wochenende buchen zu können. Alle Pensionen, Ferienwohnungen und Hotels sowie die Tourismusinformation werden gemeinsam eine Karte mit Ladepunkten und -möglichkeiten erstellen.

2 Erste Gesprächsrunde

Den Teilnehmenden standen zu Beginn vier verschiedene Themenbereiche pro geplanter Gesprächsrunde zur Auswahl. Nach der Angabe der eigenen Präferenzen erfolgte durch das Projektteam die Zuordnung in die einzelnen Gruppen. Daraus ergaben sich die drei Thementische **Miteinander**, **Digital** und **Region**. Die Gesprächsrunden wurden jeweils durch eine Projektmitarbeiterin moderiert.



2.1 Tisch 1 – Miteinander



Gemeinsame Herausforderungen lassen sich nur miteinander lösen. Unter diesem Leitsatz sollte an diesem Thementisch diskutiert werden, inwiefern ein Miteinander in verschiedenen Bereichen förderlich ist und welchen Mehrwert ein Erfahrungsaustausch bietet. Ziel war es, die Querschnittsthemen Zusammenarbeit und Vernetzung zu fokussieren. Wie kann sowohl gemeinde- als auch branchen- und aufgabenübergreifende Vernetzung gelingen?

Erste themenbezogene Stimmen aus der Vorstellungsrunde:

- „Ich habe gerade im Bereich der interkommunalen Zusammenarbeit sehr positive Erfahrungen gemacht, dass hier gemeinsam bessere Lösungen gefunden werden können, als dass es als Einzelkämpfer möglich ist.“
- „Den Themenbereich Miteinander finde ich sehr wichtig, weil durch das Miteinander Leute zusammenkommen und reden. Man muss das Rad nicht immer neu erfinden. Es gibt bereits vieles, im Miteinander erfährt man davon und kann es dann nutzen.“

Branchen- als auch gemeindeübergreifend waren sich die Teilnehmenden schnell einig, dass die Notwendigkeit nach einem **Informationsfluss** besteht, der in dieser Art noch nicht existiert. Aktuell „kocht eher jeder sein eigenes Süppchen.“ Auf der Expertenebene bietet eine derartige Zusammenarbeit und Kommunikation eine Aggregation von Informationen, einen Austausch zu Erkenntnissen der Anderen sowie eine interdisziplinäre Bearbeitung von gemeinsamen Berührungspunkten. Es wird ermöglicht, über den eigenen Tellerrand zu schauen und andere Sichtweisen wahrzunehmen. „Man gewinnt verschiedene Blickwinkel auf ein Problem. Wenn man sich nur allein mit dem Problem beschäftigt, dann hat man auch nur seinen eigenen Standpunkt.“ Zudem werden mögliche Lösungsvorschläge, die in anderen Branchen oder Regionen schon vorhanden sind, sichtbar. Einen Verbund an Engagierten aus verschiedenen Fachbereichen sahen die Teilnehmer in vielen Fragestellungen als sehr hilfreich an, vor allem aber bei großen Projekten: „Langfristige Vorhaben müssen auch gemeinsam gestemmt werden.“

Auch eine **grenzüberschreitende Zusammenarbeit** wurde thematisiert. Ein Beispiel aus dem Nachbarland Tschechien, nämlich die Bündelung von Dienstleistungen unter einem Dach, wurde als möglicher Anwendungsfall für eine Nahversorgungslösung im Landkreis ausführlich diskutiert (weitere Informationen hierzu folgen im Verlauf des Abschnitts). Allein dieses Beispiel verdeutlicht, wie wichtig Austausch über Ideen und Umsetzungen Anderer ist und welchen Mehrwert und welche Synergien ein Miteinander generieren kann.

Darüber hinaus war auffallend, dass nicht nur die Möglichkeit eines **fortlaufenden Austauschs** auf der Ebene der Akteure und Experten diskutiert wurde, sondern auch, wie dieser **innerhalb der Bevölkerung** sowie als **Rückkopplung zwischen Experten und Bevölkerung** stattfinden kann. Dies sei ein nicht zu unterschätzender Pfeiler beim Ideenfindungs- sowie Problemlösungsprozess. Die politische Beteiligungsebene fehle allerdings oft und erschwert eine Mitgestaltung durch die Bevölkerung. Erforderlich sei dafür zunächst eine entsprechende Aktivierung der Bevölkerung, wie mehrfach im Gespräch betont wurde. Folgende Aussage bringt jedoch die damit verbundenen Herausforderungen auf den Punkt: „Die Leute sind es bei uns so gewohnt wie es ist, sodass die zündende Idee oft vorangetragen werden muss, um das Ganze anzustoßen und umsetzen zu können.“

Es muss an erster Stelle **Transparenz** geschaffen werden: Informationslücken müssen aufgedeckt und eine Informationsstreuung sichergestellt werden. „Beim Miteinander finde ich es auch wichtig, dass das Ganze bei den Bürgern und Bürgerinnen transparent gemacht wird. Einerseits, was eine Kommune bieten kann (viele wissen nicht, was für ein Angebot vor Ort besteht) und andererseits auch, dass man weiß, dass man es nutzen darf.“

Wie im Weiteren ein **Mitgestaltungsprozess** aussehen kann, zeigt das folgende Beispiel: Ein anwesender Bürgermeister pflegt regen Kontakt zu den Jugendlichen seiner Gemeinde und hat somit einen „direkten Draht“. Ein Anwendungsfall, der dabei genannt wurde: bedarfsgerechte Infrastruktur mit Jugendlichen planen. Auf diese Weise wurde über Beteiligungsformate ein Gemeinderaum für Jugendtreffs zunächst auf die Agenda gesetzt und schließlich bereitgestellt. Ihm wurde zugestimmt, dass nur im direkten Kontakt eine jugendgerechte Infrastruktur umgesetzt werden kann. Die kommunale Jugendpflegerin des Landkreises berichtet darüber hinaus von mehreren Jugend**beteiligungsmaßnahmen**, die in den letzten Jahren durchgeführt wurden. So wurden in mehreren Gemeinden bereits Konferenzen abgehalten, in denen u. a. die Bedürfnisse der Jugendlichen in Bezug auf den ÖPNV analysiert und die ermittelten Bedarfe an die Planenden weitergeleitet wurden. Auch sie betont, dass dies nur im Miteinander mit den Jugendlichen gelingen kann. Dies sei vor allem auch wichtig, um die Jugendlichen mit diesen Angeboten anzusprechen und „sie vor Ort zu halten“. Jugendlichen sollten passende Strukturen und Angebote geboten werden, um diese Zielgruppe in der Region nachhaltig zu verwurzeln und eine spätere mögliche Abwanderung (mit Ausnahme des Zeitraums für das Studium) zu verhindern. Darüber hinaus wurde aber auch konkret die **politische Beteiligung** angesprochen, vor allem die Einbindung Jugendlicher bei der eigenen Gemeindeentwicklung. Jugendliche sollten eine Idee von der kommunalen Dimension erfahren und signalisiert bekommen, dass sie als junge Menschen auch mitgestalten können. Hier wurde kritisch angemerkt, dass dies im Landkreis (noch) zu kurz komme.

Eine tragende Rolle spielen zudem die Vereine. Sie leisten bereits viel Jugendarbeit und sind dadurch nah an den Jugendlichen. In diesem Zusammenhang wurde dafür plädiert, dass Vereine durch die Gemeinden unterstützt werden sollten – nicht nur in Hinblick auf die Jugendlichen. Im Landkreis herrscht bereits eine sehr gut **ausgebaute und vielfältige Vereinslandschaft**. Ein hoher Anteil der Bevölkerung engagiert sich in einem oder mehreren Verein(en). „Ohne die Vereine wäre die Region nichts.“ Diese Strukturen bieten zusätzliches Potenzial, innerhalb dieser Netzwerke Informationen weiterzutragen.

Während der Gesprächsrunde wurden weitere **Voraussetzungen** definiert, um ein Miteinander zu unterstützen. Das Miteinander im Landkreis funktioniere vor allem dann, wenn der Leidensdruck hoch sei. Dies zeigen zum Beispiel die erfolgreichen genossenschaftlichen Dorfladenkonzepte und die entsprechende Beteiligung der Bevölkerung beim Anteilserwerb, in Ortschaften, in denen es gar nichts mehr gab. Der Fakt spiegelt jedoch auch wider, dass innerhalb der Bevölkerung vorher wenig Motivation aufkommt und Probleme erst sichtbar und vor allen spürbar werden müssen. An dieser Stelle müssen früher (psychologische) Impulse gesetzt werden. Eine Voraussetzung, die auf diesem Baustein aufbaut, ist die **Wiederholung der Themen**. „Es muss in die Köpfe der Menschen“, dass es wichtig ist, die regionale Nahversorgung zu unterstützen, um diese auch in Jahren noch zu haben. Angemerkt wurde hierbei jedoch auch, dass dies nur in einer positiver Grundstimmung vor Ort gelingen kann.



In diesem Zusammenhang wurden **Zielkriterien für den Landkreis** formuliert. Unter anderem sei es sehr wichtig, den Bestand vor Ort zu halten, d. h. kleine Geschäfte zu unterstützen, um die **Lebensqualität** aufrecht zu erhalten. Vorrangig in den kleineren Ortschaften gehe das Nahversorgungsangebot immer mehr zurück. Dieser Entwicklung muss entgegengewirkt werden, bspw. über die **Bündelung von Angeboten** unter einem Dach. In diesem Zusammenhang soll nicht allein die Nahversorgung an sich in den Mittelpunkt gestellt werden, sondern vielmehr auch das Erlebnis und der gesellschaftliche Mehrwert des Kaufprozesses (Kombination aus Kommunikation und Konsum). Durch solche Einrichtungen wird

sichtbar, dass vor Ort „etwas lebt“. Zudem wird der **soziale Kontakt** untereinander sichergestellt. Vorstellbar seien u. a. die Integration eines Cafés oder das Angebot von Workshops. Eine derartige Bündelung von Dienstleistungen kann darüber hinaus zu sinkenden Kosten führen. In diesem Zusammenhang kam die Idee auf, Personen, die den ÖPNV nutzen, um dort einzukaufen, mit Rabatten zu ‚belohnen‘. So würden die Themen noch mehr verbunden (Verknüpfung von Mobilität und Nahversorgung). Eine derartige Infrastruktur könnte zudem als Informationszentrum für den Ort dienen. Dies führt wiederum zum nächsten angesprochen Punkt, in der Gesprächsrunde: Über diese analoge Form der **Informationsbündelung und -bereitstellung** hinaus, erscheint hier die digitale Erweiterung als sehr hilfreich. Eine **digitale Plattform**, die auch für solche Zwecke genutzt werden könnte, fehlt bislang. Diese könnte auch als Kommunikationsmedium innerhalb von Gemeinden oder im Landkreis dienen, um vorhandene A-nach-B-Verbindungen aufzuzeigen: Nicht nur für bestehende ÖPNV-Verbindungen, sondern auch für (regelmäßige) private Fahrten im Landkreis, um dadurch regionale Mitfahrgelegenheiten zu organisieren.

*An dieser Stelle erscheint es empfehlenswert innerhalb eines **Arbeitskreises** unter anderem folgende Punkte weiter auszuarbeiten: Diskussion von Vor- und Nachteilen einer digitalen Plattform sowie das Abwägen, ob eine gemeinde- oder landkreisspezifische oder gar landkreisübergreifende Lösung zu bevorzugen ist. Während eine landkreisübergreifende Plattform beispielsweise mehr Informationen bündeln würde, wäre diese weniger lokal orientiert, was wiederum die Akzeptanz durch die Bevölkerung schmälern könnte. Darüber hinaus müssen Zielgruppen definiert, entsprechende Anwendungsfelder entwickelt, die Organisation der Plattform geplant und fehlende Daten (Beispiel Reisepläne) bereitgestellt werden.*

Verschiedene Buslösungen als Ergänzungen zum ÖPNV

Als eine weitere Form von Miteinander wurden an diesem Thementisch **Bürger- bzw. Gemeindebusse** angesprochen. Durch diese ergänzende Mobilitätslösung können bspw. Personen, die nicht im Ortskern wohnen, von außerhalb in die Ortsmitte fahren. Dies unterstütze nicht nur die Stärkung der Nahversorgung vor Ort, sondern wirkt gleichzeitig einer **sozialen Isolation** entgegen, vor allem von älteren Personen, die in abgelegenen Häusern zu zweit oder alleinstehend leben. Zudem können solche Fahrten als **Zubringer zum ÖPNV** fungieren. Am Beispiel des in der Gemeinde Mauth geplanten Gemeindebussystems¹ wurde u. a. die Übertragung eines solchen Konzeptes auf andere Gemeinden besprochen, alternativ auch in Form eines Bürgerbusses². Diskutiert wurde bspw., ob der Stadtbus Grafenau durch eine solche **ehrenamtliche Lösung** abgelöst werden könnte: „Wenn es in den umliegenden Kommunen funktioniert, dann könnte ein Bürgerbus schon Thema sein.“ An dieser Stelle zeigt sich ein weiteres Mal, wie wichtig Synergien sein können.

Die thematische Auseinandersetzung zu verschiedenen ergänzenden Mobilitätslösungen verdeutlichte sowohl positive (z. B. Gemeindebus Mauth: sehr positive Resonanz durch die Bevölkerung gegenüber dem Vorhaben) als auch negative Aspekte (z. B. Citybus Grafenau: bei Planung eines solchen Vorhabens besteht immer das Problem, dass die eigentliche Nachfrage oft hinter dem vorher angemeldeten Bedarf stehe) und demonstriert damit erneut, welche Bedeutung einem Austausch und der Einnahme verschiedener Blickwinkel zukommt. Am Beispiel: Eine positive Resonanz allein reiche nicht. Ob der Bus dann wirklich häufig genutzt wird, ist damit noch nicht garantiert. Ein dazu passendes, weiteres Beispiel für **branchenübergreifende Zusammenarbeit** wurde am Anwendungsfall des Citybusses in Freyung aufgezeigt: Im örtlichen Nahversorger (Edeka) gab es Rabatte bei Nutzung des Busses, um zum Einkauf zu gelangen. Finanziert wurde dies durch die Werbegemeinschaft Freyung.

Ein weiterer Ansatz einer möglichen Lösung wurde am Kinobus Grafenau sichtbar. Dieser deckte eine der größten Herausforderungen eines solchen Mobilitätsangebots auf: Die formulierten Bedarfe der Bevölkerung oder einzelner Zielgruppen in der Realität auch **passgenau und nutzergerecht** umzusetzen.

¹ Ein durch die Gemeinde organisiertes Fahrangebot zur Ergänzung des ÖPNV-Angebots.

² Ehrenamtliches Fahrangebot von Bürgern für Bürger.

Die Jugendlichen in Grafenau äußerten den Wunsch, dass Sie ins Kino nach Freyung möchten. „Dabei wurde nicht gesagt, wie sie ins Kino kommen wollen, sondern nur, dass sie ins Kino möchten.“ Daraufhin wurde die Idee umgesetzt, einen Bus einzusetzen, der einmal im Monat zu einer Kinovorstellung nach Freyung fährt. Die Umsetzung zeigte jedoch, dass der zugehörige Busfahrplan für die Jugendlichen zu unflexibel war und sie diesen folglich kaum nutzten. Der tatsächliche Lebensplan der angesprochenen Gruppe passte nicht auf das angebotene Konzept. Denn die Jugendlichen wollten vor oder nach der Vorstellung noch Zeit in Freyung verbringen, um sich bspw. in einem Café zu treffen. Am Thementisch wurde daraufhin diskutiert, inwiefern das Thema Miteinander an dieser Stelle helfen könnte. Funktionalisieren könne bspw. eine **Plattform**, auf der einsehbar ist, wer an welchem Abend zu welchem Film fährt und welche Strecke er dafür wählt. Vor allem Jugendliche sind „sehr digital unterwegs“ und kommunizieren viel über digitale Medien. Durch die Echtzeit-Bereitstellung könnte so ein relativ spontanes Mitfahren gelingen. „Da könnte man sich hinstellen und einsteigen, so eine existierende A-nach-B-Fahrt nutzen und aufspringen wie auf einen Zug – eine Art „**digitalisierte Mitfahrbank**“. Auch wenn es Mitfahrplattformen gibt, werden diese im regionalen/kleinräumigen Raum kaum genutzt, obwohl einzelne Gemeinden diese auf ihrer Homepage bereits eingebettet haben. Mit Blick auf die Sicherheit wurden zwei Aspekte besprochen: Das System sollte zum einen über eine Art Registrierung verfügen. Des Weiteren fahren Jugendliche in der Regel selten allein, sondern sind im ländlichen Raum eher in Cliquen unterwegs – was eine solche Lösung noch einmal sicherer mache.

Hieraus lässt sich zudem erkennen, dass manche Lösungen häufig nur **zielgruppenspezifisch** funktionieren. Während bei jungen Personen Mitfahrgelegenheiten funktionieren könnten, seien „ältere Personen vielleicht nicht diejenigen, die gerne zu Unbekannten ins Auto steigen“. Auf der Angebotsseite sei zu beachten, dass der Aufwand (u. a. Registrierung und Einstellen eines Angebots) auf kurzen Strecken so gering wie möglich gehalten werden müsse (Nutzungsbarrieren minimieren), um für Mitfahrangebote zu motivieren.

Gegen Ende der Gesprächsrunde kam der folgende Aspekt auf: Auch wenn sich Regionen in bestimmten Merkmalen oft sehr voneinander unterscheiden, einige Probleme seien häufig gleich. Auch ein **Blick in andere Landkreise** oder gar **Bundesländer** kann bei der Suche nach Ideen und möglichen Lösungen helfen. In diesem Zusammenhang lässt sich auch das ursprünglich geplante vierte Thema **Wissen** sehr gut mit einbinden. Wissen kann (vor allem) durch Miteinander und Austausch generiert werden. Somit konnte zumindest zum Teil auch dieser Faktor in dieser Gesprächsrunde abgedeckt werden und zeigt zudem, wie eng verbunden die einzelnen Themen sind.

Fazit: Mehrwert durch Kommunikation und Zusammenarbeit im Verbund generieren, Mitgestaltungsprozesse und Wiederholung wichtiger Themen fokussieren. Plattform kann allen Beteiligten helfen, an Informationen zu gelangen, diese zu bündeln und für alle sichtbar und transparent zu machen sowie Wissen zu multiplizieren. Plattform auch für Mitfahrten tendenziell geeignet, Bündelung auch bei Dienstleistungen denkbar.

2.2 Tisch 2 – Digitalisierung



Ein auf den ersten Blick ganz anders anmutendes Thema fokussierte Tisch 2. Doch schnell wurden Überschneidungen zum *Miteinander* sichtbar: Die Digitalisierung bietet zahlreiche Möglichkeiten, Vernetzung zu unterstützen.

Zunächst erfolgten durch die Teilnehmenden eine prägnante Zusammenfassung der Gründe, die sie jeweils zur Wahl des Themas bewegten und eine Darstellung, welchen Bezug die jeweilige Person zum Thema Digitalisierung hat:

Der anwesende Busunternehmer betonte, dass Digitalisierung eine hohe Relevanz habe. Dabei spielt im Hinblick auf den Landkreis u. a. die **Digitalisierung der Haltestellen** eine wesentliche Rolle. Doch auch Lösungen wie **autonome Busse** sollten zukünftig betrachtet werden. Diesem Sachverhalt standen die restlichen Teilnehmenden eher verhalten gegenüber. Dass dies keine undenkbar Zukunftsvision ist zeigt sich jedoch bspw. am Modellversuch in Bad Birnbach, bei dem die Deutsche Bahn, die Marktgemeinde Bad Birnbach und der Landkreis Rottal-Inn in Zusammenarbeit mit weiteren Projektbeteiligten seit über zwei Jahren einen autonomen Elektrobus im öffentlichen Linienverkehr betreiben.³

Die Bürgermeisterin der Gemeinde Haidmühle stimmte der wesentlichen Bedeutung des Themas Digitalisierung zu, in ihrem Fall vor allem in der **Verwaltung**: „Um die Digitalisierung kommen wir in der Gemeinde nicht herum.“ Es wird sichtbar, dass die Belegschaft der Gemeinde auch entsprechend darauf vorbereitet werden muss.

Dass Digitalisierung ein breites Feld ist, merkte der Regionalmanager des Landkreises an. „Darin liegt für den Landkreis die Chance, sich für die Zukunft zu rüsten.“ Notwendig ist dafür aus seiner Sicht ein **großes und funktionierendes Netzwerk in allen Bereichen** – so auch in der Mobilität und Nahversorgung zur Sicherstellung der Daseinsvorsorge. *Wie dies gelingen kann, könnte Inhalt eines Arbeitskreises sein.*

Der Geschäftsführer des Technologiecampus Grafenau beschäftigt sich seit vielen Jahren intensiv mit Digitalisierung (u. a. Digitales Dorf⁴) und stimmte zu, dass es ohne nicht mehr funktionieren wird – auch nicht im ländlichen Raum. Wichtig sei vor allem das **Umdenken der Menschen**. Dafür muss ins Gespräch gegangen und „der Mensch mitgenommen werden“. Als praktisches Beispiel nannte er das Navigationsgerät im Auto: „Jeder nutzt das, keiner hat mehr Angst z. B. in einer unbekannten Großstadt zu fahren.“ Digitalisierung wird dadurch **zunehmend greifbarer**. Fokussiert und gefördert sollte darüber hinaus die Schaffung von neuen Arbeitsformen wie Coworking-Spaces werden, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken.

Die Jugendbeauftragte der Gemeinde Jandelsbrunn zeigte den Zwiespalt auf, dass Digitalisierung nahezu das **ganze Leben beherrsche, der eigene Ort aber bspw. buchstäblich davon abgeschnitten** sei: Das Internet hat teilweise gar keine Verbindung. Damit wies sie auf eine nicht zu unterschätzende Herausforderung im Bereich der Digitalisierung hin: Die Netzausdehnung im ländlichen Raum und den schleppenden Internetausbau. Darüber hinaus stimmte sie ein diskussionswürdiges Thema an: „Ich sehe bei meinen Kindern in München, was alles möglich ist und wünsche mir solche Modelle auch für unsere Orte, z. B. **Sharing-Angebote** (Auto etc.).“

Aus Sicht der Seniorenbeauftragten der Gemeinde Neureichenau und Behindertenbeauftragten des Landkreises nimmt die **Affinität für das Smartphone** und somit auch für die Internetnutzung bei älteren Personen stetig zu. Auch wenn damit das Potenzial für Vernetzung eigentlich steigt, spielen in dieser Altersschicht die Digitalisierung in vielen Lebensbereichen dennoch weiterhin eine eher untergeordnete Rolle. Es gilt, Angebote in der Nahversorgung zu schaffen, die durch die Nutzung des Internets zugänglich werden. Denn auch wenn vorrangig das Ziel im Mittelpunkt steht, jedem Menschen so lang es geht ein

³ https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Downloads/A/autonomer-bus-bad-birnbach.pdf?__blob=publicationFile&v=4.

⁴ <https://digitales-dorf.bayern/>.

selbständiges Einkaufen im Geschäft zu ermöglichen, müssen Lösungen und Alternativen gefunden werden, die eine Versorgung sicherstellen, wenn dies nicht mehr der Fall ist. Menschen mit Handicap kann Digitalisierung eine **größere Selbstständigkeit und Wahlfreiheit** bieten. „Doch dort müsse man erst einmal hinkommen.“

Der Kreiskämmerer und ÖPNV-Beauftragte des Landkreises zeigte den Stellenwert der Digitalisierung an sich selbst auf: „Das beste Beispiel ist mein Smartphone, das seit Wochen mein Büro ist – alles, was ich zu erledigen habe, läuft darüber“. Er sprach die **Digitalisierung der Fahrpläne** an und betonte, dass dies schon lange ein Thema sei und sich in der Umsetzungsphase befindet. Mit den einzelnen Plattformen gäbe es jedoch immer wieder Schwierigkeiten, da die Auskunftssysteme nicht kompatibel seien („jeder macht seins und will das Beste anbieten“). Dies mache eine zügige Umsetzung relativ schwierig. Sein Wunsch wäre zudem das „**Finden von Multiplikatoren**, die das, was heute besprochen wird, auch **nach draußen transportieren**“. Den **Transfer zwischen Landkreis, Unternehmen und Bevölkerung** sah er als sehr wichtig an.



Dass Digitalisierung viele Bereiche betrifft, ist keine neue Erkenntnis – wird aber für den Landkreis Freyung-Grafenau durch die benannten Themen sehr gut deutlich und zeigt die Bandbreite und verschiedenen Sichtweisen auf. Im Anschluss wurden spezifische, in der Vorstellungsrunde angesprochene Anwendungsfelder, vertieft: Der Fokus lag dabei auf dem Online-Einkauf sowie der Digitalisierung des ÖPNV.

Online-Einkauf

Eine gemeinsame Plattform biete Vorteile, sollte allerdings so einfach wie möglich gestaltet sein und wenige Hemmschwellen aufweisen. Es gibt im Landkreis bereits Projekte, die jedoch noch in den Kinderschuhen stecken oder Insellösungen darstellen. Zudem sind bereits Projekte gescheitert.

Anwendungsbeispiele, die benannt werden:

- Als „sinnvolle Nahversorgung für ältere Generation“ wurde u. a. die Möglichkeit angesprochen, online prüfen zu können, was es in den lokalen Geschäften alles gibt.
- Lokale Läden sollten einen Online-Auftritt anbieten (bspw. mit Wochenangeboten), mit der Möglichkeit der Zusammenstellung eines digitalen Einkaufskorbes, der dann geliefert wird. In diesem Zusammenhang kam jedoch die Frage auf, ob die Bereitschaft besteht, die anfallenden Mehrkosten beim Kauf zu tragen.

Gegen diese Anwendungsfelder kamen Stimmen auf, dass für den digitalen Einkauf und generell die Nahversorgung eine Online-Lösung eher nicht umsetzbar sei, da dadurch viel mehr Arbeitskräfte benötigt werden würden. Als Herausforderungen wurde benannt, dass zusätzliche Expertise für Online-Abhandlungen benötigt werden würde und Sorge besteht, den zusätzlichen Bedarf nicht abdecken zu können bzw. nicht ausreichend Personal zu haben.

Digitalisierung sollte vielmehr als Möglichkeit zum Zugang von Informationen angesehen werden, z. B. „was gibt es vor Ort“ oder welche **Möglichkeiten bestehen, um von A nach B zu kommen** (Verbindungs- und Tarifauskunft). Weiterhin seien vorstellbar: **Organisation über Mitfahrgelegenheiten, Nachbarschaftshilfe etc.**

Digitalisierung im ÖPNV

In Bezug auf den ÖPNV wird deutlich, dass die Fahrplanauskunft verbessert und digitalisiert werden muss, denn die Aushangfahrpläne seien zu unübersichtlich. Dies wird bereits unter Hochdruck durch das Landratsamt vorangetrieben. In diesem Zusammenhang tauchte die Frage auf, ob eine Digitalisierung der Fahrpläne im ÖPNV allein zu steigenden Nutzungszahlen führe. Die Aussagen waren hierzu eher skeptisch, sodass weitere Maßnahmen beachtet werden sollten. „Um Leute in die Busse zu bekommen, müssen die, die den ÖPNV bereits nutzen und damit zufrieden sind, dies auch nach draußen kommunizieren und das passiert viel zu wenig.“ Wünschenswert wäre zudem u. a. von der klassischen Taktung zur Bedarfsorientierung zu gelangen, um ein auf den Bedarf abgestimmtes System zu erreichen und Flexibilität zu gewährleisten. Dies könnte wiederum mit Hilfe digitaler Applikationen unterstützt werden. Eine solche Plattform muss zentral und möglichst barrierefrei sein, um viele Menschen anzusprechen. Weiterhin sollten Kurse angeboten werden, u. a. für ältere Personen, damit diese wissen, wie sie auf Informationen zugreifen können. Doch auch gut lesbare, analoge Fahrpläne an den Haltestellen seien enorm wichtig. „Alles andere ist Zukunftsmusik, ältere Menschen werden sich nicht komplett umgewöhnen“. Genannt wurden aber auch WhatsApp-Gruppen, die unter Älteren genutzt werden, um Mitfahrgelegenheiten zu bilden. Dies sei eine einfache Umsetzungsmöglichkeit im kommunalen Rahmen.

Eine **Kombination aus Mitfahrplattform, herkömmlichem ÖPNV und Rufbus-Angeboten** scheint als Angebot insgesamt empfehlenswert. Dabei müsse die Konkurrenz-Angst zum ÖPNV abgelegt werden, da das gesamte System attraktiver wird (bspw. Bus profitiert, durch Zubringer zu den Linien).

Digitalisierung als technisches Mittel für tägliche Herausforderungen

Hauptziel sollte es sein, Informationen leichter verfügbar zu machen. Über alle Anwendungsmöglichkeiten hinweg muss jedoch die Frage geklärt werden, was Personen bereit sind, für den Mehrwert zu zahlen. *An dieser Stelle wäre bspw. eine Haushaltsbefragung in einzelnen Gemeinden oder gar im Landkreis sinnvoll.*

Kurz wurden in der Gesprächsrunde auch mit der Digitalisierung einhergehende mögliche Gefahren wie Datenverlust und -missbrauch besprochen. *An dieser Stelle wäre ein Arbeitskreis sinnvoll, der sich mit diesen Aspekten auseinandersetzt, um sichere Lösungen zu bieten. Auch an dieser Stelle könnten mittels einer Befragung Ängste und Bedenken der Bevölkerung identifiziert werden.*

Fazit: Netzwerke digital auf- bzw. ausbauen. Generell Digitalisierung nutzen, um Informationen verstärkt aufzubereiten und verfügbar zu machen. Informationstransfer zwischen Landkreis, Unternehmen und Bevölkerung stärken. Plattform zum einen für Mobilitätsinformationen und bedarfsorientierte Angebote, die wiederum die Hauptlinien des ÖPNV stützen sowie zum anderen, um Angebote in der Nahversorgung und Nachbarschaftshilfe sichtbar zu machen. Themen wie autonome Busse in Überlegungen aufnehmen.

2.3 Tisch 3 – Region



Die Teilnehmenden dieses Tisches setzten sich mit dem Begriff Region auseinander: Regionalität – Identität – Wurzeln – Heimat. Schlagworte, die in 45 Minuten besprochen werden sollten.

Auch an diesem Tisch gab es zunächst eine Vorstellungsrunde und die Benennung des jeweiligen Bezugs zur Thematik.

Der Klimaschutzmanager der Stadt Freyung sprach zunächst über die FreYfahrt⁵, als Beispiel für **On-Demand-Mobilitätslösungen in der Region**. Darüber hinaus bestehe ihm zufolge gleichzeitig die Möglichkeit als auch Herausforderung zu versuchen, so **regional** wie möglich **einzukaufen**. Um Mobilität mit Nahversorgung zu verknüpfen seien entsprechende Strukturen notwendig, die ausgebaut werden müssen, sodass eine praktische Umsetzung ermöglicht wird.

Die Jugendbeauftragte aus Schönberg, die sich mit ihrer Heimat sehr verwurzelt fühlt, betonte aus ihrer Sicht: „Die Region ist schön, man kann alles irgendwie machen“. Doch sei es teilweise **umständlicher als in der Stadt**.

Der Bürgermeister von Grafenau sprach den eingesetzten Stadtbuss an. Dieser sei nahezu immer leer. **Mobilität** gestalte sich ihm zufolge **immer individueller**. Dahingehend sei er auf der Suche nach weiteren Mobilitätsformen.

Eine Schönberger Markträtin, die auch ÖPNV-Beauftragte ist, wünscht sich verstärkt die **Vermarktung der regionalen Produkte**. Sie sprach an, dass sie sich dies über eine **Plattform** gut vorstellen könne. Mit der Selbstpräsentation der Güter aus der Region „tun wir Waidler uns immer ein bisschen schwer“. Es wird sichtbar, dass in diesem Zusammenhang die **Mentalität** der Bevölkerung eine große Rolle spielt.

Den Blick auf vor allem sehr junge und ältere Personen warf eine Praktikantin der Gemeinde Mauth. „Ich finde es interessant, **was man für die Umgebung, in der man lebt, noch tun kann**.“

Ein seit 12 Jahren auch in der Stadt- und Regionalplanung tätiger Architekt beschäftigt sich schon lange mit regionalen Netzwerken und regionalem Zusammenwirken (u. a. Ilzer Land, Abteiland, Nationalparkgemeinden): „Bisher haben wir immer in sehr hierarchischen Netzwerken gearbeitet. Mein Interesse ist es, diese aufzubrechen und eher **cross-over Netzwerke** zu kreieren, die frei von Hierarchien sind.“

Der Konversionsmanager der Stadt Freyung ist ebenso sehr aktiv im Bereich Regionalität und regionale Wirtschaftskreisläufe – vor allem beim Innen- und Außenmarketing. Er erwähnte als Beispiel den Tag der Regionen⁶. Wichtig sei es, **Dorfläden zu vernetzen und Produkte zu präsentieren**. Regionale Wirtschaftskreisläufe seien ein sehr wichtiges Thema, da diese mit den Daseinsgrundfunktionen zusammenhängen. Wohnen, Bildung, Versorgung, Freizeit, Erholung und Mobilität ergeben ein Geflecht. Auch er nahm Bezug auf die Mentalität der Bevölkerung: „Meistens verkauft sich der Waidler unter Wert und ist schwer zu motivieren.“ Seine Aufgabe sei es unter anderem, die Region in einem positiven Bild zu präsentieren, damit die Bevölkerung das Potenzial wertschätzt und „das Ganze auch nach außen trägt“ (Stichwort: Begriff der Region neu definieren).

Der Gesellschaftersprecher des Dorfladens Annalon in Kreuzberg äußerte sich zur Thematik wie folgt: „Das Problem ist die Mentalität der Leute, dass man sie dahin zunächst bewegen muss, den Dorfladen für den Einkauf zu nutzen (auch wenn es ein paar Cent teurer ist) und diesen so zu unterstützen, anstatt zum Discounter zu fahren.“ Er betonte die **regionale Stellung des Dorfladens**. Probleme bestehen vor

⁵ Bedienggebiet: alle Ortsteile der Stadt Freyung, Buchung der Fahrt über eine App und telefonisch

⁶ <http://freyblick.de/Ausgabe/2019/03-2019/FREYBLICK-03-2019.pdf>.

allem in Bezug auf die Bürokratie und der Suche nach neuen Produzenten: „Kleinen Erzeugern werden viele Steine in den Weg gelegt, sodass es schwer ist, die wenigen Produkte, die sie haben, zu verkaufen: Es besteht ein hoher Aufwand mit Behörden und dem Finanzamt, sodass es vielen das nicht wert ist.“

Sowohl die Mentalität der Menschen vor Ort als auch die **Notwendigkeit des Marketings** der Region und der regionalen Produkte spielen also eine relevante Rolle. Das Potenzial, das die Region bietet, muss aufgegriffen und entsprechend kommuniziert werden: „Wir haben viel mehr als man denkt.“

Im Anschluss folgte eine offene Diskussionsrunde, in der zunächst thematisiert wurde, welches Potenzial in den regionalen Wirtschaftskreisläufen steckt und warum Menschen glauben, dass Discounter der bessere Ort zum Einkaufen sind: Ausschlaggebend seien hierfür vor allem der **Preis** und dessen Verankerung in den Köpfen der Menschen durch das zugehörige Marketing (Stichwort: „Geiz ist geil“). Doch auch die **Anonymität**, in der in größeren Läden eingekauft werden kann, werde geschätzt. Diese bestehe



in kleinen Dorfläden nicht. „Es ist eine **soziale Komponente** [beim Einkaufen im Dorfladen bzw. im Supermarkt vor Ort] dabei, im Positiven wie im Negativen; kann für ältere Leute bspw. auch ein sozialer Gewinn sein [für Gespräche und als **sozialer Treffpunkt** im Ort], aber für manche Leute wäre schon wieder der Druck dahinter.“ Mit diesem Druck wurde angesprochen, dass eine Art Verpflichtung entstehen könnte, regelmäßig in diesen kleinen Läden einkaufen zu müssen. Die Teilnehmenden sprachen von einer Art **sozialen Erwartung**: „Dass man schief angeschaut werden würde, wenn man dann doch mal auf einen großen Laden ausweicht, denn „man kennt sich ja und fühlt sich beobachtet“.

Als Gegenbeispiel wurde Südtirol benannt. Dort bestehe eine ganz andere Mentalität, die mit einer besser funktionierenden Markenbildung der regionalen Produkte einhergeht: „Dort hat jeder Ort eine Art Annalon und es wird mehr Wert auf Qualität gelegt“. Am Tisch richtet sich dadurch der Blick auf eine notwendige **Markengenerierung und Zusammenarbeit**. „Kleine Einzelkämpfer“ hätten in Freyung-Grabenau kaum eine Chance wahrgenommen zu werden, diese müssen über ein Netzwerk organisiert werden, um „Kräfte zu bündeln“. Dieser Verbund könnte Werte wie **Qualität, Regionalität, Klimafreundlichkeit** etc. repräsentieren und somit in Richtung Markenbildung fungieren. So könne es besser gelingen, wahrgenommen zu werden. Auch die geographische, klar abgegrenzte Lage der Region kann als Chance genutzt werden: „Man ist eine Region, die ein Stück weit für sich ist, sodass man wirklich eine Marke bilden kann.“

Einerseits sei das Bewusstsein für die Region im Landkreis zwar stark ausgeprägt, andererseits sollte man in der Kommunikation nach außen selbstbewusster auftreten. Auf diese Weise würde nicht nur die Marke „Bayerischer Wald“ und seine Produkte (sowie die dahinterstehenden Unternehmen) in der Außenwahrnehmung gestärkt. Dies gäbe zusätzlich die Möglichkeit, auch innerhalb der Region zu profitieren und regionale Angebote in der Nahversorgung zu verankern. Es sei ratsam „**größer zu denken**“, sodass nicht nur der Landkreis an sich betrachtet wird, sondern im Verbund Bayerischer Wald.

Weitere Stimmen dazu:

- „Es gibt genügend Netzwerke zwischen den einzelnen Landkreisen im Bayerischen Wald, aber es ist absolut nicht perfekt, weil die Untergruppierungen zu groß sind.“
- „Als Waidler hat man ja eine bestimmte Identität (Bräuche, Sprache etc.) und ich würde die Geographie da gar nicht so stark betrachten. Wir müssen weg von den künstlichen Grenzen und uns auf die Identität der Region besinnen.“

- „Sicherlich muss da aber auch eine Person den Hut aufsetzen, denn auch wenn das Arberland⁷ in sich wirklich schon gut aufgestellt ist, muss man die anderen mitziehen.“

Neben der Diskussion der Markenbildung wurde angesprochen, was in der Region Wert schöpft bzw. schöpfen kann: Dabei müsse man nicht zwangsläufig neue Dinge erfinden, sondern die Dinge, die da sind, in Wert setzen und anders verkaufen. „Wir haben alles, aber es fehlt an **Struktur** und es wird zu klein gedacht. Wir sind nicht bereit, **uns zusammenzufügen** und das alles zu vermarkten.“

Ein positives Beispiel sei GUTi⁸. Dieses zeige wie landkreisübergreifendes Agieren funktionieren kann. „Man muss **über die Grenzen hinweg denken**.“ Die Region sollte überdies eine gemeinsame Entwicklungsstrategie implementieren, die auch bei politischem Wechsel weiter verfolgt wird, um langfristig in eine Richtung zu steuern (**Visionen, Zukunftsbilder, Leitbild**).

Darüber hinaus wurde diskutiert, wie der direkte Kontakt zu den einzelnen Bürgern und Bürgerinnen funktionieren und dadurch eine Aktivierung erzielt werden könnte. Ein Beispiel das dabei genannt wurde sind **breite Gemeinschaftsprojekte**, die auf den Weg gebracht werden sollten und zum Mitmachen einladen. Wichtig sei es, dass Projekte gemeinsam gestaltet werden. Hilfreich sei dabei zudem ein Ort, an dem sich **alle Aktivitäten des Orts sammeln**. In der Öffentlichkeitsarbeit sei aber auch die Konzeption ganz **neuer Formate** denkbar, um bspw. auch junge Personen anzusprechen, die auf keine Versammlung gehen. Es bedarf neuer Formate wie z. B. „spektakulärer“ Ausstellungen (u. a. Kunst) die als Eye-Catcher funktionieren könnten. Jede einzelne Person könne zudem etwas machen, z. B. das **Geld vor Ort ausgeben, um die Region zu fördern und Nachfrage zu erhalten** bzw. zu schaffen. Doch dafür muss zunächst das Bewusstsein gestärkt werden, was wiederum durch eine starke Markenbildung erzielt werden kann. In der Region bedarf es dafür mehrerer **Motivatoren und Botschafter**, die Erfolgsmeldungen und positive Beispiele immer wieder präsentieren, sodass die Leute wissen, dass ein gutes Angebot besteht.

Abschließend stand die Frage im Raum, ob die Teilnehmenden in Gesprächen die **Region positiv darstellen** – diese wurde Einstimmung bejaht. Doch dies sei nicht überall so. Es gäbe in der Bevölkerung „viel Gejammer“. Vieles wird schlecht geredet, doch es sei dann oftmals keine Bereitschaft vorhanden, etwas zu ändern. Diese **Bequemlichkeit muss durchbrochen werden**.

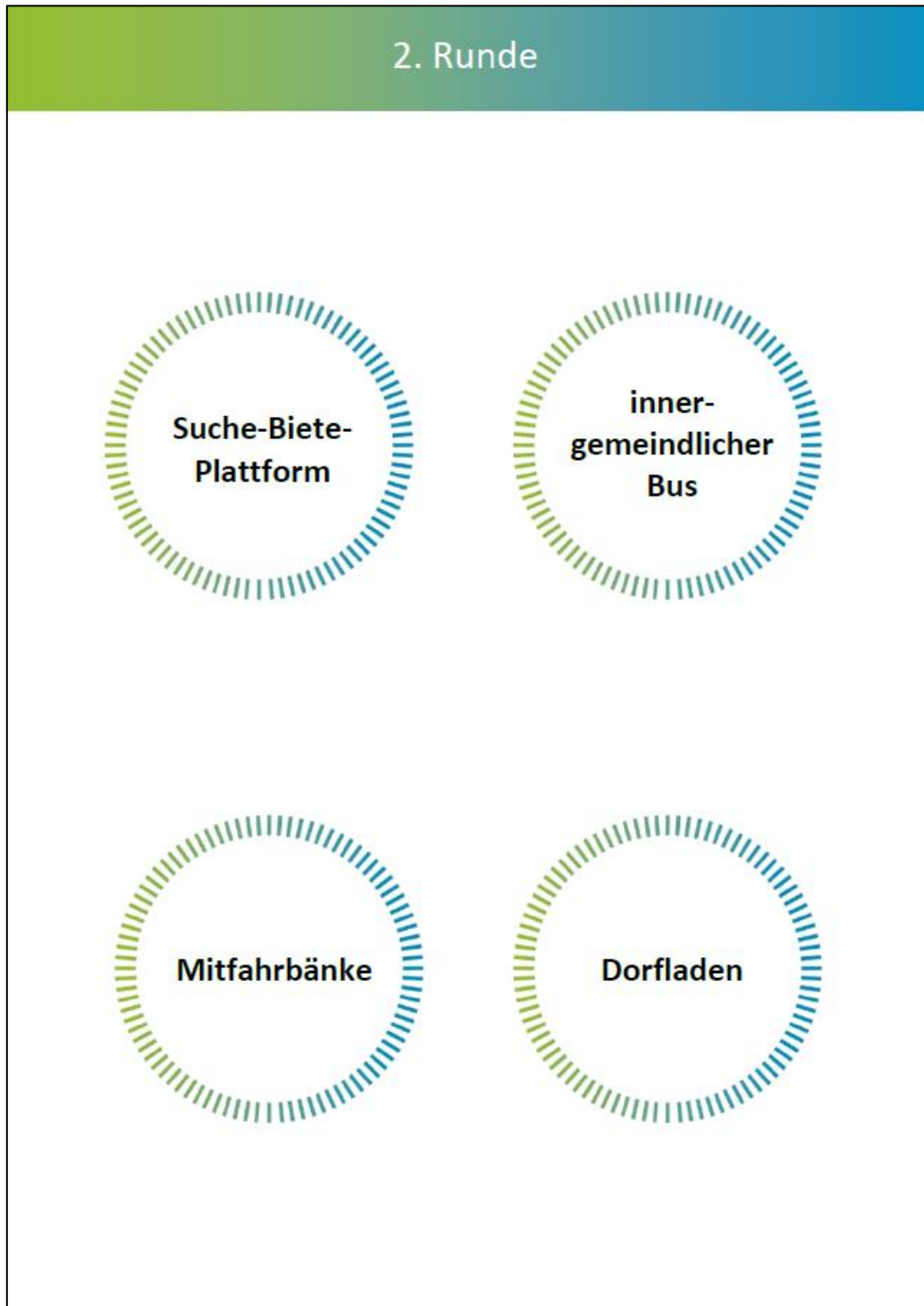
Fazit: Markengenerierung unter dem Label Bayerischer Wald zur Stärkungen und Verflechtung sowie Sichtbarmachung der regionalen Produkte und Unternehmen.

⁷ Arberland Regio GmbH ist sowohl im Tourismus, als auch im Destination- und Standortmanagement aktiv, auch im medizinischen Bereich → Möglichkeiten der Direktvermarktung, um Waren zu präsentieren (z. B. bei Naturparkhaus in Zwiesel).

⁸ Gästeservice Umwelt Ticket: Urlaubsgäste können in teilnehmenden Gemeinden im Bayerischen Wald/Bayerwald-Ticket-Tarifgebiet kostenlos mit dem ÖPNV (Bus und Bahn) fahren.

3 Zweite Gesprächsrunde

Für die zweite Runde standen erneut vier Themen zur Auswahl, aus denen sich durch die Wahl der Teilnehmenden drei Themen ergaben, die diskutiert wurden. Diese waren: Suche-Biete-Plattformen, innergemeindliche Busse sowie Mitfahrbänke.



3.1 Tisch 1 – Suche-Biete-Plattform

Folgende Stimmen ergaben sich zum Anfang der Runde:

- „Thema sollte mit Digitalisierung verbunden werden.“
- „WhatsApp-Gruppen mit Suche-Biete-Charakter gibt es bereits in der Region (u. a. Second-Hand).“
- „Plattform ist für uns interessant, weil man die Wertschöpfung so im Land behält.“

Benannt wurde somit schnell, dass dieses Thema mit **Digitalisierung** einhergehen muss. „Es gibt total viel in der Region, aber keiner weiß, was geboten wird“. Hierfür bedarf es dringend geeigneter Lösungen, um Angebote aufzubereiten und abrufen zu können. Doch auch analoge Formen mit Suche-Biete-Charakter kamen während der Diskussion auf.

Anwendungsmöglichkeiten, die durch die Teilnehmenden zusammengetragen wurden:

Nahversorgung: Eine Suche-Biete-Plattform erhöhe die **regionale Wertschöpfung** indem regionale Produkte über diese verstärkt sichtbar gemacht werden könnten. Vorstellbar sei z. B. eine Art **Sammelplattform** mit regionalen Produkten, die dann nach der Bestellung bspw. zum örtlichen Nahversorger oder Dorfladen geliefert werden, um dort abgeholt zu werden. So seien digitale und analoge Lösung verknüpft. Eine solche Plattform bietet somit u. a. für die Dorfläden das Potenzial, ihr **Angebot um regionale Produkte** zu erweitern, ohne diese in gewisser Menge vorrätig haben zu müssen (= Sortimentserweiterung).

Weitergedacht könne eine Online-Zustellplattform für regionale Produkte mit **Heimlieferservice** entstehen. Dies sei speziell für mobilitätseingeschränkte Personen interessant. In der Zukunft sei die Wahlmöglichkeit das spannende, d. h. dass die Auswahl besteht, ob der Einkauf im Laden erfolgt oder eine Bestellung nach Hause präferiert wird.

In Hinblick auf ältere und/oder mobilitätseingeschränkte Personen wurde darüber hinaus eine weitere Möglichkeit angesprochen: Eine Suche-Biete-Plattform für die **Mitnahme von Produkten**. Grundgedanke ist an dieser Stelle, dass Privatpersonen, die ihren Wocheneinkauf erledigen, für andere Personen etwas mitbringen.

Hierbei kam der Tenor auf, dass dies sicherlich funktioniere, wenn man die jeweilige Person kenne. Für fremde Personen wird eine eher geringere Akzeptanz in der Bevölkerung erwartet. Gut daran sei aber, dass sich „zumindest vom Sehen fast alle innerhalb eines Ortes kennen“.

Eine Plattform sei auch notwendig, um überhaupt eine **Übersicht über die einzelnen regionalen Angebote** zu ermöglichen. Darüber hinaus könne sie der Region dabei helfen, sich zu vernetzen. Für eine gut funktionierende Plattform sei wiederum **Marketing** notwendig und ein regional einheitlicher Auftritt sinnvoll. Es müsse sich auch damit auseinandergesetzt werden, wie Personen **aktiviert und angesprochen** werden, die etwas anzubieten haben.

Mobilität: Einen großen Teil der Gesprächsrunde nahm das Thema ein, **Mitfahrgelegenheiten** über eine Plattform zu organisieren. „Wenn man das macht, müsste man etwas wie WhatsApp nutzen, denn alles andere ist weniger geeignet, da es oft ganz kurzfristig funktionieren soll.“ Klassische Mitfahrzentralen eignen sich eher für Pendelnde, die regelmäßig die gleiche Strecke fahren und somit langfristiger planen können. **Herausforderungen**, die hierzu geäußert wurden:

- Fahrende haben Terminplan, ggf. werden Umwege generiert
- Problem der Flexibilität bei kurzfristigen Angeboten
- teilweise kurzfristige Kommunikation der Mitfahrgelegenheit → Plattform muss darauf schnell reagieren können
- Verpflichtungen/sozialer Druck/Mentalität (Mitfahrgelegenheiten betreffen sensiblen persönlichen Bereich)
- hohe Skepsis gegenüber fremden Personen (wer fährt bzw. wer fährt mit?)

Fazit: Sammelplattform, die regionales Angebot aufzeigt (Informations- und Bündelungsstelle, evtl. mit Bestellmöglichkeit). Organisation von Mitfahrgelegenheiten und Mitnahme von Produkten muss – unter Berücksichtigung der Herausforderungen – gut durchdacht sein. Blick immer auch auf analoge Lösungen richten, um allen Zielgruppen gerecht zu werden.

3.2 Tische 2 – Innergemeindlicher Bus

Vorteile und Potenziale, die zum Thema innergemeindlicher Bus besprochen wurden:

- Steigerung der Lebensqualität
- Haustürabholung
- Zubringer zum ÖPNV
- Verbindung von Ortsteilen
- abgelegene Ortsteile anschließen
- sozialer Isolation entgegenwirken
- attraktive Ziele ansteuern (Jugendtreff, Kino)
- Entlastung des „Mama-Taxis“
- Bedürfnisse von Jung und Alt abdecken

Fragen, die für die Umsetzung eines innergemeindlichen Busses zu klären sind:

- Welche Ziele werden angefahren?
- Wie läuft der Bestellvorgang?
- Wer macht das? Wer organisiert und wer fährt? (Führerscheinfrage, Sozial- und Arbeitsvorschriften)
- Wie gelingt eine notwendige Abstimmung zum ÖPNV? (u. a. Zubringeranbindung Linienverkehr)
- Übernahme anfallender Kosten?
- Zielgruppen und wie erreiche ich diese?

Es wurde resümiert, dass es für die Organisation und Durchführung eines solchen Angebotes einer **Kombination aus Initiative der Gemeinde und ehrenamtlich Fahrenden** bedarf. Da offene Fragen oftmals sehr unterschiedlich zu beantworten sind, sei daher jeweils ein entsprechend **zugeschnittenes Konzept** für den jeweiligen Ort oder die jeweilige Gemeinde notwendig.

Diskutiert wurde zwischendurch die Übertragung eines bestehenden Angebots auf andere Gemeinden. Eine 1:1 Übertragung schaffe **Verständnis**. Bei zu vielen Modellen gehe der Überblick verloren. Umso wichtiger sei die **Vernetzung und Absprache** der einzelnen Gemeinden (hier wird erneut der Stellenwert des Miteinanders sichtbar). Auf diese Weise könnten die Angebote auch besser vernetzt werden.

Als Gegenargument zu bisheriger Diskussion: „Wenn ich als Busunternehmer die Wünsche und alles sehe muss ich sagen: Das ist schon toll, das könnten wir anbieten, aber wer trägt die Kosten?“ Unter diesem Gedanken wurde folgendes Szenario aufgezeigt: „Für die Zukunft sehe ich, und da bin ich vielleicht 30 Jahre voraus, **autonome/selbstfahrende Busse**, um die Wünsche zu erfüllen; wenn die Jugendlichen sagen sie wollen am Abend dann und dann wegfahren. Aktuell fahren die Busse nur 30-40 km/h. Wenn die dann aber schneller fahren können, schaut die Zukunft anders aus und die Lebensqualität steigt.“ Vorstellbar sei bspw. eine Kombination aus autonomen Fahrten innergemeindlich und mit Personal durchgeführten Fahrten auf den Hauptachsen. Inwiefern autonome Busse akzeptiert würden, wurde am Tisch nur kurz diskutiert: Viele waren der Meinung, dass vor allem ältere Personen eine solche Lösung aus Angst nicht nutzen würden. Neben skeptischen Stimmen gab es auch Zustimmung, dass mit stetiger Entwicklung die Sicherheit und Qualität solcher Busse steigt. Als möglicher Anwendungsfall wurde eine Haustür-Abholungen besprochen (z. B. für mobilitätseingeschränkte Personen).

Angemerkt wurde des Weiteren, dass der **Nahverkehrsplan nach wie vor stark auf Schulkinder ausgerichtet** sei. Diese Taktung erschwert es anderen Zielgruppen bspw. entsprechend ihrer Arbeitszeiten den Bus zu nutzen. Viele erkennen zwar, dass insgesamt der ÖPNV im Landkreis besser geworden ist. Aber dies betreffe (wenn überhaupt) nur die Ortskerne, abgelegene Häuser hätten das Nachsehen.

Weitere Aspekte, die über die Idee des innergemeindlichen Busses angesprochen wurden:

- ÖPNV Priorität (bspw. Schneeräumung)
- Autos teilen auf dem Land – (privates Carsharing)
- Jugendtaxi
- Ilztalbahn
- Ausbau der Radwege im Landkreis
- gleichwertige Lebensverhältnisse

Fazit: „Machen kann man vieles, aber es muss bezahlbar sein und vor allem bedarf es Idealisten.“

3.3 Tische 3 – Mitfahrbank

Angesprochen wurde zunächst, was die einzelnen Teilnehmenden zum Thema Mitfahrbänke bewegt und interessiert. Nachfolgend eine Auswahl:

- „Ich finde das Konzept der Mitfahrbank gerade für außen liegende Ortsteile interessant. Hier erscheint es spannend, wie weit außen diese liegend dürfen, damit es auch funktioniert.“
- „Ich habe keine große Meinung zu Mitfahrbänken, möchte mich aber informieren.“
- „Mitfahrbänke sind ein spannendes Konzept, dieses muss aber organisatorisch funktionieren.“
- „Spannend ist, wenn ich mit Hilfe der Mitfahrbank von den Orten stadteinwärts fahre, wie komme ich da stadtauswärts wieder raus?“

Erste Erkenntnisse aus der Diskussion, die für Mitfahrbänke im Landkreis gelten sollten:

- strategisch gut gewählte Punkte für die Bänke (bspw. an der Hauptstraße)
- gut einsehbare Lage
- ausreichend Platz für Autofahrer zum Halten
- einheitliche Kennzeichnung der Mitfahrbank als Erkennungsmerkmal
- Richtungsanzeigen notwendig
- Rückfahrt muss abgesichert sein (keine Eindimensionalität)

Im Verlauf wurde am Beispiel der Gemeinde Neureichenau kurzerhand ein kleines Konzept entwickelt:

Ausgestaltung:

- Eye-Catcher, u. a. farbige Gestaltung
- einheitliches Logo, um Wiedererkennungswert sicherzustellen
- Wetterschutz (bspw. Gebäude/Unterstände/Bushäuschen nutzen)
- farbige Kellen, verbaler Richtungsanzeige
- regionale kreative Personen einbeziehen und/oder Gestaltungswettbewerbe
- weitere Möglichkeit: Anzeige als Art MFB-Tische im Café oder beim Bäcker

Ziel: Oberzentrum Neureichenau (z. B. gegenüber vom Rathaus oder am Edeka) + Rückweg

Quelle/Herkunft: Randgebiete der Gemeinde

- Altreichenau
- Riedelsbach
- Gsenget
- Breitenbach
- Duschlberg
- Breitenberg (LK Passau)

Zielgruppen seien vorrangig ältere Personen und Jugendliche, also Personen ohne Führerschein und/oder eigenem Auto. Fallstricke die bspw. bei jugendlichen Nutzenden anfallen könnten, sind vorab zu klären.

Finanzierung: Sponsoring als Möglichkeit der Finanzierung. Bspw. Werbegemeinschaft

Gestaltungswettbewerbe als Mittel, Bevölkerung von Beginn an mit einzubeziehen und mit Idee vertraut zu machen.

Werben:

- Sticker im Auto
- durch Werbegemeinschaft, Informationen in Läden auszulegen
- Webseite und Social Media-Kanäle der Gemeinde, Gemeindeblatt

Fragestellungen die aufkamen und geklärt werden müssen:

- Gemeindeübergreifende sinnvoll?
- Akzeptanz und Mitnahmebereitschaft
- Wie kann gemessen werden, ob System angenommen wird?
- werben und vernetzen als Herausforderung

Beachtet werden muss: Wenn das Gebiet zu groß wird, sinkt häufig die Akzeptanz. Fokus sollte zunächst auf der Gemeinde liegen, da sich hier viele Personen gegenseitig kennen und somit eine höhere Mitnahmebereitschaft besteht. „Gedankenspiel zunächst klein gestalten und dann kann es peu-à-peu ausgeweitet werden.“

Fazit: System muss einfach und eindeutig gestaltet sein. Vernetzung und Werbemaßnahmen sind notwendig. „Die Bänke aufzustellen ist das kleinste Problem, problematischer ist, Akzeptanz zu finden.“

4 Ausklang der Veranstaltung und Ausblick

Nach einer kurzen Zusammenfassung wurde im Anschluss zu einem geselligen Beisammensein geladen, um über die Gesprächsthemen hinaus weiter zu diskutieren und besprochene Ideen und Ansätze zu vertiefen. Besonders die **Mitfahrbank fand Zuspruch** und wurde Teilnehmenden der anderen Runden auf Wunsch noch einmal im Detail vorgestellt. Positiv herauszustellen ist hier, dass sich aus der Zukunftswerkstatt eine Zusammenarbeit ergab, für die **Gemeinde Neureichenau die Idee der Mitfahrbank sowie eines Gemeindebusses** weiter zu verfolgen. Der erste Schritt, der dafür rasch im Anschluss an die Zukunftswerkstatt in die Wege geleitet wurde, war die Konzeption einer Haushaltsbefragung für die Gemeinde, um u. a. die Bedarfe und Akzeptanz der Bevölkerung sowie mögliche Wegestrecken zu eruieren. Im weiteren Mitgestaltungsprozess werden Bürgergespräche folgen, um darauf aufbauend mit der Umsetzung eines Konzepts beginnen zu können.

Während der gesamten Zukunftswerkstatt bestand die Möglichkeit, eine Karte des Landkreises mit Projekten zu füllen. So wurde bildlich sichtbar, was bereits im Landkreis existiert und was den Teilnehmenden der Zukunftswerkstatt bekannt ist. Es diente aber auch als **Informationsstafel** für diejenigen, die von einzelnen Projekten bisher noch nichts gehört hatten. Um diese Karte fortzuschreiben und dem Tenor der Veranstaltung, „auch die Bevölkerung mehr zu aktivieren“, mit einem ersten Schritt gerecht zu werden, wäre es empfehlenswert, hierzu eine landkreisweite Beteiligung (bspw. über eine zentrale Homepage, wie den Internetauftritt des Landkreises) durchzuführen. Es könnte eine **digitale Mitmachkarte** als Partizipationsformat zur Verfügung gestellt werden, um der Bevölkerung aufzuzeigen was es alles im Landkreis gibt aber auch regionalen Unternehmen die Möglichkeit zu geben, ihr Angebot sichtbar zu machen.



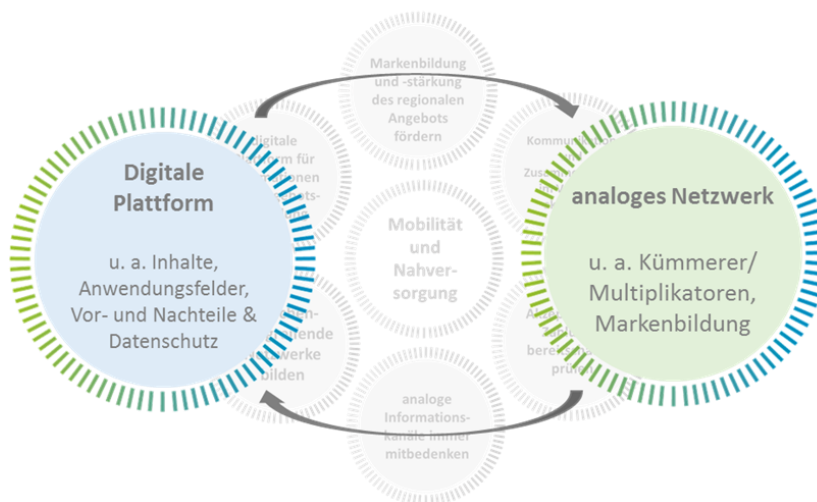
Abschließend lässt sich festhalten, dass – wie sich während der Gesprächsrunden schnell herauskristalisierte – alle Querschnittsthemen, die besprochen wurden, eng mit Digitalisierung verbunden sind. Eine Plattform kann viel: das Miteinander fördern, Netzwerke schaffen, Informationen bereitstellen, regionale Angebote bündeln, organisierte Nachbarschaftshilfe anbieten und mehr. Herausgearbeitet werden muss nun detailliert, an welchen Stellen eine solche Plattform einen nennenswerten Mehrwert generiert und von der Bevölkerung und/oder regionalen Unternehmen genutzt wird. Die Zukunftswerkstatt zeigte zudem, auch durch teils sehr kontroverse Meinungen zu einzelnen Themen, dass **zielgruppen-, orts- und anwendungsfallspezifische Lösungen** eine wichtige Rolle spielen – **ohne jedoch zu viele verschiedene Angebot zu schaffen**, die in Verwirrung enden. Zudem darf der Fokus nicht allein auf digitalen Angeboten liegen, sondern diese müssen **mit analogen Umsetzungen kombiniert** werden.

Über die Themen und einzelnen Gruppen wurde zudem immer wieder deutlich, dass den meisten Teilnehmenden viel an Region liegt. „Freyung-Grafenau ist eine top Gegend, in der man alles machen kann und die Region liegt mir sehr am Herzen“. Im Landkreis herrscht u. a. eine niedrige Arbeitslosenquote (1,9 %), Menschen sollten davon überzeugt werden, dass Leben und Arbeiten in FRG ein gutes Modell ist. Doch „das Glas ist halb voll“ – auch in Bezug auf die Mobilitäts- und Nahversorgungssituation. Der Landkreis „muss fit gemacht werden für die Zukunft“. Eine **gemeinsame Markenbildung**, wie im Abschnitt 2.3 diskutiert, könnte hilfreich sein, regionale Produkte in den Mittelpunkt zu stellen. Auch können Expertenrunden wie diese Zukunftswerkstatt helfen, gemeinsam relevante Themen anzugehen. Angestrebt werden sollten darüber hinaus die in den einzelnen Abschnitten angesprochenen Arbeitskreise, die thematisierte Bearbeitungsfelder vertiefen und verstärkt auf den Landkreis münzen sowie diese im besten Fall umsetzen.

Auswahl besprochener Schwerpunkte:



Empfohlene Arbeitskreise auf Akteursebene:



Empfehlungen zur Bevölkerungsbeteiligung:

- (weitere) Befragungen zu Anforderungen, Einstellung und Akzeptanz ggü. (digitaler) Angebote, Zahlungsbereitschaften etc.
- Digitale Mitmachkarte, die regionale Angebote und Unternehmen aufzeigt