

# Einleitung –

## Warum dieses Buch entstanden ist

In Sandau muss man schon anhalten, um die Tristesse des Leerstands zu begreifen. Neben dem Rathaus mit seiner bröckelnden Fassade, verschämt in eine Ecke des gepflasterten Platzes gedrängt, sieht ein Flachbau vor sich hin. Durch die schmutzigen Scheiben sind verstaubte Regale zu erkennen, zwei Tiefkühltruhen stehen frei im Raum. Das Gebäude war zu DDR-Zeiten ein Konsum, später eine Kaufhalle, jetzt hat es geschlossen. Früher haben sich die Menschen beim Konsum getroffen. Jetzt sind ein paar in der freiwilligen Feuerwehr organisiert, der Rest trifft sich „allein zu Hause vor dem Fernseher“, wie eine Frau feststellt.

Sandau ist kein besonders dramatischer Fall, auch keine spezifisch ostdeutsche Entwicklung; in Gegenden Oberfrankens, am Harzrand und in Nordhessen sieht es kaum anders aus. Egal ob Ost oder West, Nordseeküste oder Voralpenland: Viele Dörfer haben keine Mitte mehr. Sie sind in wohlhabenden Gegenden vor allem zum Schlafen da, in ärmeren Gebieten verstecken sich die Arbeitslosen hinter Gardinen und Hoftoren. Diese Orte sind keine eigenständigen Gemeinschaften mehr.

Doch – oder gerade deswegen – sind in den letzten Jahren gallische Dörfer auf der Landkarte aufgetaucht, die sich dieser Ödnis widersetzen. Und es werden immer mehr: In hunderten Ortschaften haben sich Menschen zusammengetan, die ihrer Heimat wieder einen Treffpunkt und eine Möglichkeit zum Einkaufen geben wollen. Mehr noch, sie binden oft auch eine Postannahmestelle, eine Bankfiliale oder ein Reisebüro ins neue Zentrum ein – eben all das, was es auf dem Dorf seit längerem nicht mehr gibt.

Viele dieser neuen Tante-Emma-Läden haben Bürgerinnen und Bürger in Eigenregie initiiert und organisiert. Inzwischen unterstützen Kommunalvertreter häufig solche Initiativen. Berater haben sich auf die Branche spezialisiert und Lieferanten Vertriebswege für Kleinsortimente entwickelt. Entstanden ist dieser Trend jedoch ohne Aufforderung von Poli-

tikern, ohne Unterstützung der Wirtschaft: Aus passiven Konsumenten sind aus eigener Kraft aktiv gestaltende, handelnde Menschen geworden. Viele von ihnen sind Vorbilder weit über ihr Dorf hinaus.

Dieses Buch stellt mehr als 20 Beispiele für neue Nahversorgungsangebote auf dem Land vor, bei denen solche Bürgerinnen und Bürger die Hauptrolle spielen. Es stellt damit die aktuelle Entwicklung eines gesellschaftspolitisch bedeutsamen Trends dar – auch für Herausforderungen abseits der Nahversorgung.

Gleichzeitig will es anderen Menschen Mut machen, Neues zu wagen. Es möchte Impulse setzen und andere inspirieren. Wie genau, das möge jede Leserin, jeder Leser für sich entscheiden. In diesem Sinne: Viel Vergnügen!

### **Was ist Nahversorgung?**

- Das Institut für Ökologische Wirtschaftsforschung definiert nah als bis zu 1000 Metern Fußweg
- Eine Definition gibt es nicht
- Auch, was die Versorgung beinhaltet, ist nicht klar: Geht es dabei nur um Milch, Brot, Käse? Oder auch um Post, Apotheke und soziale Dienste? Wofür ist der Staat (noch) zuständig, und was gibt er an Dritte ab?
- Auf dem Land fährt mehr als die Hälfte der Bevölkerung mit dem Auto zum Einkaufen.
- 20 Prozent gehen zu Fuß
- Umfragen belegen, dass die Menschen am liebsten alles auf einem Fleck bekommen – wie es im Dorfladen möglich ist

