

Kurzberichte aus Praxis und Forschung

Henning von Schöning

Belebung von Dörfern durch multifunktionale Serviceläden

Schaffung wohnortnaher Angebote durch Vertriebskooperationen

Einführung

Privatwirtschaftliche und öffentliche Dienstleistungsanbieter ziehen sich aus dem ländlichen Raum immer weiter zurück, weil sie ihre Filialen bzw. Außenstellen allein nicht mehr auslasten können. Dadurch verlängern sich für die dort lebenden Menschen viele Wege, was die Verkehrs- und Umweltprobleme verschärft sowie die Lebensqualität insgesamt verschlechtert. Um aber ein wohnortnahes Angebot mehrerer Unternehmen und Verwaltungen zu erhalten oder wieder zu schaffen, können in multifunktionalen Serviceläden immaterielle Leistungen verschiedener Anbieter übernommen werden. Möglich wird das durch eine informationstechnische Vernetzung der Serviceläden mit den Büros der leistungserstellenden Organisationen, die dann aus Sicht der Serviceladen-Kunden im Hintergrund tätig werden.

1 Das Serviceladen-Modell

Keine Molkerei käme heute ernsthaft auf die Idee, ihre Produkte an die Verbraucher zu bringen, indem sie ein eigenes Filialnetz betreibt oder die früher bekannten "Milchmänner" laut hupend über die Dörfer fahren läßt. Molkereibetriebe und andere Nahrungsmittelhersteller bedienen sich vielmehr des Einzelhandels, der in gebündelter Form Lebensmittel verschiedener Erzeuger und Verarbeiter anbietet. Auch bei immateriellen Leistungen erfolgt oft schon eine gebündelte Übergabe an die Abnehmer, die auch die Adressaten von Verwaltungsakten sein können. So müssen die Bürger einiger Städte (z.B. Unna, Hagen, Heidelberg) nicht mehr wissen, welches Amt der Stadtverwaltung für welches ihrer Anliegen zuständig ist. Sie gehen einfach zu einem "Bürger-

amt", wovon mehrere über das Stadtgebiet verteilt sind. Dort können die Bürger von A (wie Anmeldung zu einem Volkshochschulkurs) bis Z (wie Zulassung ihres Kraftfahrzeugs) vieles abschließend regeln, weil die Bürgerämter online mit der Volkshochschule, dem Straßenverkehrsamt und z.B. auch dem Einwohnermeldeamt sowie dem Stadtsteueramt verbunden sind. Wenn ein Bürger schwierigere Anliegen an die Verwaltung hat, dann kann er im Bürgeramt immerhin erfahren, an welche Stelle in der Verwaltung er sich wenden muß, wie er dorthin kommt, welches dort die Öffnungszeiten sind und was er an Unterlagen mitbringen sollte.

Der Hauptgrund für die Verwaltungsinnovation des Bürgeramtes ist der Wille dieser Kommunalverwaltungen, die Bürger nicht wie Untertanen, sondern wie Kunden zu behandeln: Anstatt die Bürger mit Hinweisen auf die jeweils eigene Nichtzuständigkeit von einem Amt zum anderen zu schicken, sollen sie einen wohnortnahen Rundum-Service aus einer Hand erhalten. Ein weiterer Grund insbesondere für die Stadt Heidelberg war die Verkehrsentlastung der Innenstadt, die sich durch eine Dezentralisierung der publikumsintensiven Verwaltungseinrichtungen erreichen ließ. Die Bewohner aus den früher eingemeindeten Außenbezirken der Stadt kommen jetzt meist zu Fuß oder mit dem Fahrrad zu den Bürgerämtern, die teilweise in den einstigen Rathäusern untergebracht sind.¹

1988 ergriff der Niedersächsische Städte- und Gemeindebund die Initiative für eine weitergehende Bündelung der Übergabe von Dienstleistungen. Multifunktionale Serviceläden können den Dorfbewohnern einen wohnortnahen Zugang nicht nur zu den Leistungen ihrer Kommunalverwaltung, sondern auch zu denen ihrer Bank oder Sparkasse und eines Postdienstes eröffnen. Außerdem sollen sie in diesen zunächst "BürgerBüros" genannten Servicestellen

Fahrkarten und Fahrplanauskünfte für den öffentlichen Personenverkehr erhalten sowie Angelegenheiten zu ihrer Energie- und Wasserversorgung regeln können. Manchmal wurde dieser weitreichende Vorschlag als Tagträumerei abgetan; aber wer überblickte, welche Potential in den neuen Kommunikations- und Informationstechniken steckt, der erkannte hier eine Chance für mehr Dienstleistungsqualität.

Die multifunktionalen Serviceläden sind mit den Organisationen, für die sie Dienste am Kunden leisten, vernetzt. Die Serviceladen-Mitarbeiter können so Eintragungen und Änderungen im amtlichen Melderegister sowie in den elektronischen Karteien z.B. für die Abfallbeseitigungsgebühren und die Hundesteuervornehmen. Die Serviceladen-Kunden können sich aufgrund einer Online-Verbindung zu einer Bank oder Sparkasse an einem Selbstbedienungsterminal ihre Kontoauszüge ausdrucken lassen, Geld abheben und Überweisungsaufträge eintippen. Anders als beim "Homebanking" werden die Kunden des Geldinstituts nicht mit ihren Verständnisproblemen in der isolierten häuslichen Umgebung alleingelassen, sondern bei Bedarf vom Serviceladen-Personal durch Erläuterungen unterstützt.² Auch Dienstleistungen, die erklärungsbedürftiger sind, lassen sich von Unternehmen und Verwaltungen über Serviceläden anbieten, weil die Serviceladen-Kunden und -mitarbeiter multimedial mit den Hintergrundbüros kommunizieren können.

Außerdem kann den Bürgern in den Serviceläden ein Zugang zum Internet eröffnet werden. Damit wachsen diese Dienstleistungs-"Tante-Emma-Läden" in die Rolle eines Kiosks an der Datenauto-bahn hinein.³ Zwar ist die Aufstellung von Getränkeautomaten meist billiger als der Betrieb eines Kiosks mit persönlicher Bedienung. Aber im Gegensatz zu einem durstigen Men-

schen braucht ein Bürger in der Rolle als informationssuchender Mensch oft Unterstützung beim Auffinden der gewünschten Leistung. Diese kann durch einen kundigen Serviceladen-Mitarbeiter weitaus kunden-gerechter als durch Hilfeprogramme und Handbücher gegeben werden. Auf diese Weise können die Grunddienste der neuen Infostruktur im ländlichen Raum breit verfügbar gemacht werden, womit sich einer Aufteilung unserer Gesellschaft in Nutzer und Nichtnutzer entgegenwirken läßt.

2 Erfahrungen mit den ersten Serviceläden

Der vorstehend skizzierte Serviceladen-Entwurf ist vom Institut für öffentliche Planung der Universität Oldenburg und der Consulting-Firma WIBERA dank finanzieller Unterstützung durch das Bundesforschungsministerium und das Land Niedersachsen entwickelt worden. Zur praktischen Erprobung fördern das Land Sachsen-Anhalt und die EU ein Pilotprojekt. Pilotanwender ist die Verwaltungsgemeinschaft Bismark, die neben der gleichnamigen Kleinstadt sechs Dorfgemeinden verwaltet. Im Sommer 1996 eröffnete sie in den Orten Messdorf und Berkau zwei BürgerBüros. Hierbei handelt es sich mit jeweils etwa 500 Einwohnern um die beiden größten Dörfer der Verwaltungsgemeinschaft, die sieben bzw. sechs Kilometer von Bismark entfernt und von anderen Versorgungszentren noch weiter abgelegen sind. In jedem Serviceladen arbeiten zwei Frauen, die sich bei Fortbildungen, Urlaub und Krankheit gegenseitig vertreten.

Durch Unterstützung dieser Mitarbeiterinnen können die Bürger vieles regeln, wofür sie sonst zum Rathaus der Verwaltungsgemeinschaft Bismark, zur Kfz-Zulassungsstelle des Landkreises Stendal, zum Amt für Versorgung und Soziales Magdeburg, zu einer Filiale der Kreissparkasse Stendal, zu einem Kundenbüro der Energieversorgung Magdeburg (EVM), zu einem Fahrkartenschalter der Deutschen Bahn AG und zu einer Annahmestelle des Paketbeförderungsdienstes German Parcel fahren müßten. In beiden BürgerBüros gibt es neben einem Bedienungs- und einem Warteraum sowie einer Teeküche auch einen Beratungsraum. Letzterer wird stundenweise an einige Kranken- und Sachversicherer sowie an eine allgemeinmedizinische Arztpraxis vermietet, die dort mit ihren eigenen Mitarbeitern regelmäßig Sprechstunden abhalten.

Zudem ist eine Mitarbeiterin des kommunalen Sozialamts einmal pro Woche im Beratungsraum zu erreichen, weil das Serviceladen-Personal an der Bearbeitung von Sozialhilfe-Angelegenheiten aus Gründen des Datenschutzes nicht beteiligt wird.

Die BürgerBüros werden nach anfänglicher Skepsis von den Bewohnern Messdorfs und Berkau gut angenommen, was eine Umfrage der Fachhochschule Stendal bestätigt hat. Von der Möglichkeit, Zulassungsangelegenheiten für Kraftfahrzeuge abzuwickeln, machen sogar Autobesitzer und Autohändler aus allen Orten im Westen des Landkreises Stendal Gebrauch. Niedriger als erhofft ist indessen die Nachfrage aus den zwei und drei Kilometer entfernten Nachbardörfern von Berkau und Messdorf, aber Radfahren ist die Benutzung der Landstraßen mangels eines Radwegs zu gefährlich, und wer schon einmal im Auto sitzt, fährt gleich nach Bismark. Deshalb haben sich Berkau und Messdorf zwar als geeignete, jedoch nicht optimale Standorte für multifunktionale Serviceläden erwiesen. Wünschenswert für einen wirtschaftlichen Betrieb sind mindestens 1 000 Einwohner in tatsächlicher "Fahrradnähe".

3 Betriebswirtschaftliche Aspekte

Die in den multifunktionalen Serviceläden tätigen Mitarbeiter müssen die Leistungspalette der Hintergrundorganisationen kennen und Routineangelegenheiten selbständig bearbeiten können. Komplizierte und seltener vorkommende Kundenanliegen erledigen sie in Kooperation mit Spezialisten in den "back offices". Dialoge zwischen dem Serviceladen-Personal und den Mitarbeitern im Hintergrund laufen in der Verwaltungsgemeinschaft Bismark noch über Telefon- und Fax-Geräte, aber die Übertragung farbiger und bewegter Bilder ist schon heute technisch möglich.

Während im öffentlichen Dienst oft am falschen Ende, nämlich an der Qualifizierung der Beschäftigten, gespart wird, erfolgte beim Pilotprojekt in Sachsen-Anhalt eine gründliche Vorbereitung der Serviceladen-Mitarbeiterinnen, wozu auch Praktika in den Hintergrundorganisationen gehörten. Auch jetzt werden die vier BürgerBüro-Mitarbeiterinnen bei Bedarf fortgebildet. Nicht bestätigt haben sich häufig geäußerte Bedenken hinsichtlich einer Überforderung der Serviceladen-Mitarbeiterinnen; vielmehr schätzen sie ihre vielseitigen Aufga-

ben und die persönlichen Kontakte zu den Kunden. Keine der vier möchte in eine Amtsstube des Rathauses zurückversetzt werden. Die Aussicht auf attraktive Arbeitsplätze in kommunalen Serviceläden hat bereits bei der Gewerkschaft ÖTV ein reges Interesse an dieser Dienstleistungsinnovation geweckt.⁴

Auch viele privatwirtschaftliche Dienstleistungsunternehmen sind am Aufbau eines Serviceladen-Netzes interessiert. Banken und Sparkassen, die Filialen auf den Dörfern geschlossen haben, aber ihre dort ansässigen Kunden halten wollen, müssen für neue Vertriebswege offen sein. Einige private Paketdienste, die in Zukunft auch Briefe befördern dürfen, wollen flächendeckend präsent sein. Allerdings ist für die Unternehmen eine Zusammenarbeit mit verschiedenen organisierten Serviceläden aufreibend. Verschieden dürfen dagegen die Standorte und Trägerkommunen sein. Ein vorgegebenes und durchdachtes Organisationskonzept würde auch die Kommunen als Betreiberinnen der multifunktionalen Serviceläden entlasten; denn die Aushandlung der Verträge und die Gestaltung der arbeitsteiligen Geschäftsprozesse hat sich im Pilotprojekt als eine schwierige Management-Aufgabe erwiesen.

Der Aufbau und die Pflege der informationstechnischen Verbindungen zwischen den front- und back-offices muß durch EDV-Profis erfolgen. Hierbei sind insbesondere Schnittstellenprobleme zu lösen, weil die Hintergrundorganisationen mit verschiedenen Betriebssystemen und Anwenderprogrammen arbeiten. Für viele kleine Kommunalverwaltungen als potentielle Betreiberinnen von Serviceläden würde es eine große Hilfe sein, wenn sie ein fertiges EDV-Konzept übernehmen und bei dessen Umsetzung betreut werden könnten.

Ferner muß das umfangreiche Angebot der Serviceläden den Dorfbewohnern bekannt gemacht werden. Die Verwaltungsgemeinschaft Bismark betreibt eine engagierte Öffentlichkeitsarbeit und sorgt für regelmäßige Presseberichte. Dennoch kommt es öfter vor, daß ein Kunde ganz verärgert die Mitarbeiterin im BürgerBüro nach dem Fräulein von der Sparkasse fragt, weil es vielen schwerfällt, zu glauben, daß alle Dienstleistungen nur von einer Person erledigt werden.⁵ Ein professionelles Marketing der Serviceläden ist auch deshalb wichtig, weil diese sich erst im Wettbewerb zu den tradierten Vertriebswegen der Dienstleistungsanbieter behaupten müssen. Während es für die meisten öffentlichen Einrichtungen quasi eine Bestandsgarantie

gibt, sind die Serviceläden wie Unternehmen zu führen, die ihre Kunden umwerben müssen. Obwohl das neue Angebot den Dorfbewohnern einige angenehme Erleichterungen bieten wird, muß es aktiv vermarktet werden, weil alte Gewohnheiten oft tief sitzen. Eine PR-Kampagne für kommunale Serviceläden könnte u.a. die Kommunikationswege des Vereinslebens nutzen, während sie sich von der Werbung für Hundefutter und Waschmittel grundlegend unterscheiden wird.

Für den Aufbau multifunktionaler Serviceläden bedarf es also eines Personalentwicklungskonzepts, eines Organisationskonzepts, eines Informationstechnik-Konzepts und eines Marketing-Konzepts. Die Entwicklung und Umsetzung dieser vier Konzepte ist von den Verwaltungsleitungen der Betreiber-Kommunen neben dem Tagesgeschäft kaum zu leisten. Hier liegt der Grund, weshalb trotz großen Interesses noch keine weiteren Serviceläden in Planung sind. Vielmehr wünschen die Kommunen eine umfassende Beratung bei der Einrichtung und beim Betrieb von multifunktionalen Serviceläden. Geeignet dafür wäre eine leistungsfähige Organisation mit informationstechnischem und logistischem Know-How, die auch Qualifizierungsmaßnahmen für das Serviceladen-Personal organisieren und einen effektvollen Marketing-Mix konzipieren kann. Ihr würde sich ein neues Geschäftsfeld im strategischen Management kommunaler Serviceläden eröffnen, was etwa im Rahmen eines Franchise-Arrangements erfolgen kann. Aber ein potentieller Konzeptgeber wird sich erst dann finden, wenn es deutliche und ermunternde Signale aus der Politik für den Aufbau eines Serviceladen-Netztes gibt.

4 Raumplanerische Aspekte

Zwar muß es keine politische Aufgabe sein, die Eröffnung neuer Vertriebswege für viele Dienstleistungsunternehmen und die Schaffung ganz neuer Geschäftsfelder für einige wenige Unternehmen zu fördern. Aber eine öffentliche Aufgabe ist es, sozialen Disparitäten entgegenzuwirken: Darf es der Politik gleichgültig sein, wenn auf dem Lande Jugendliche und Hausfrauen sowie oft auch erwerbslose und alte Menschen ihren Alltag mangels eines eigenen Autos immer schwerer bewältigen können? Zudem ist das Ziel der Schaffung gleichwertiger Lebensbedingungen in allen Teilräumen der Bundesrepublik ausdrücklich im neuen

Bau- und Raumordnungsgesetz (BauROG) festgeschrieben worden und damit für alle Exekutivorgane bindend.

Aus umweltpolitischen Gründen muß der Zunahme des Verkehrsaufkommens entgegengewirkt werden. Die durchschnittliche Länge der Wege ist in den letzten 30 bis 40 Jahren von etwa zwei Kilometern auf mittlerweile 10 bis 15 Kilometer gewachsen.⁶ Weil die Mobilität von Personen keinen Selbstzweck darstellt, sondern aus räumlichen Funktionsteilungen in der Gesellschaft resultiert, erhebt sich die Frage, inwieweit die komplexe Ausdifferenzierung räumlicher Strukturen zurückgenommen werden kann. Ein wesentlicher Bestandteil einer Verkehrsvermeidungsstrategie besteht deshalb darin, den Konzentrationstendenzen im ländlichen Raum Einhalt zu gebieten. Zwar empfiehlt sich auch eine stufenweise und berechenbare Erhöhung der Mineralölsteuer, schon weil sich die internalisierten Kosten für die Pkw-Nutzung im Vergleich zur Einkommensentwicklung kontinuierlich reduziert haben, während die externen Kosten gleichzeitig gestiegen sind. Jedoch wird diese finanzpolitische Maßnahme nur dann akzeptiert werden, wenn gleichzeitig viele Anlaufstellen für Besorgungen wieder zu Fuß oder mit dem Fahrrad erreichbar gemacht werden.⁷

Bei dieser scheinbar schnöden Notwendigkeit des Umweltschutzes geht es darum, die Dörfer wieder lebenswerter zu gestalten! Weil die Dorfbewohner viele ihrer alltäglichen Erledigungen nicht mehr im angestammten Umfeld, also im eigenen Dorf, verrichten, ergeben sich immer weniger Gelegenheiten, dort die sozialen Kontakte auf zwanglose Weise zu pflegen. Statt dessen verlieren sie sich nun beim Einkaufen und bei anderen Besorgungen im "Dienstleistungszentrum" der Region. Es greift eine Beziehungslosigkeit im öffentlichen Leben um sich, womit der ländliche Raum das einbüßt, was in sozialer Hinsicht seine Lebensqualität ausmacht und was einst dem Gemeinsein förderlich war.

In einer wiederbelebten Siedlung gibt es einen Nahrungsmittelladen, eine Gaststätte oder ein Dorfgemeinschaftshaus, einen Kindergarten, ein Angebot an Bank- und Postdienstleistungen, einen Zugang zu kommunalen Verwaltungsleistungen und vielleicht auch ein Friseurgeschäft. Während der letzten Jahrzehnte hat sich gezeigt, daß von solchen Einrichtungen entblötte Dörfer nicht nur an Infrastrukturqualität einbüßen, sondern auch an Selbstvertrauen verlieren.⁸ Dabei verlief die Entwicklung meist wie folgt: Im Zuge der kommunalen

Gebietsreform verlor das Rathaus seine Funktion, auch die Kreissparkasse oder Raiffeisenbank schloß ihre Filiale und, nachdem die Öffnungszeiten der Postfiliale immer weiter eingeschränkt wurden, macht sie die Deutsche Post AG ganz dicht. Wenn die Dorfbewohner sowieso in die Stadt fahren müssen, um z.B. Geld von ihrem Konto abzuheben, um ein Päckchen aufzugeben oder um etwas wegen der Hundesteuer oder Abfallentsorgungsgebühren zu regeln, dann kaufen sie dort auch gleiche ihre Nahrungsmittel ein.⁹ Dadurch rutscht der dörfliche Lebensmittelladen unter die betriebswirtschaftliche Mindesttragfähigkeitsgrenze.

Dieser Entwicklung, die mit dem Rückzug der Anbieter immaterieller Leistungen begonnen hat, sollte in ihren Ursachen begegnet werden. Ein gebündeltes Angebot jener Leistungen in gut organisierten Serviceläden ist für die beteiligten Dienstleistungsunternehmen und Verwaltungen einzelwirtschaftlich attraktiv. Zudem eröffnet die Innovation des multifunktionalen Serviceladens bessere Chancen für eine zukunftsfähige Regionalentwicklung. Während schon in Schweden, Finnland und den Niederlanden engagiert die Einrichtung von "One-stop-Shops" und "front offices" vorangetrieben wird, führen am "Stillstandort" Deutschland noch die Bedenkenträger das Wort. Natürlich steckt der Teufel im Detail, aber die Erfahrungen in Messdorf und Berkau zeigen, daß viele einst unüberwindbar geglaubte Probleme lösbar sind, wenn die Beteiligten den Willen zum Gelingen aufbringen.

Anmerkungen

(1) Lerche, Rudi: Praktische Erfahrungen und weitere Perspektiven der Bürgerämter Heidelberg. In: Hochschule Bremen (Hrsg.): Dokumentation des 2. Europäischen Verwaltungsreformkongresses. – Bremen 1996, S. 132–138, hier: S. 133

(2) Klee-Kruse, Gudrun; Lenk, Klaus: Bürger-Büros als innovative kommunale Serviceagenturen. – Heidelberg: v. Decker 1995. = Schriftenreihe Verwaltungsinformatik, Bd. 12, S. 5

(3) Lenk, Klaus: Innovative kommunale Serviceagenturen. In: Office Management, Wiesbaden, 44. Jg. (1996) H. 6, S. 40–42, hier: S. 41

(4)
Lenk, Klaus: Pilotprojekt in Bismark legt flächendeckend Serviceläden nahe. In: Gewerkschaft ÖTV (Hrsg.): Informationsgesellschaft – neue Chance für die Kommunen? – Stuttgart 1997, S. 14–15, hier: S. 14

(5)
Klee-Kurse, Gudrun: BürgerBüros im ländlichen Raum – erste Erfahrungen. In: Die Niedersächsische Gemeinde, Hannover, 49. Jg. (1997) H. 5-6, S. 88–92, hier: S. 91

(6)
Petersen, Rudolf; Schallaböck, Karl-Otto: Mobilität für morgen. Chancen einer zukunftsfähigen Verkehrspolitik. – Basel: Birkhäuser 1995, S. 68

(7)
Holz-Rau, Christian: Verkehrssparsamkeit als Standortfaktor der Zukunft. In: Verkehr und Technik, Berlin, 46. Jg. (1993) H. 7, S. 287–292, hier: S. 291

(8)
Schneider, Herbert: Dorfpolitik. In: Roth, R.; Wollmann, H. (Hrsg.): Kommunalpolitik. – Opladen: Leske + Budrich 1994, S. 122–135, hier: S. 134

(9)
Frehn, Michael: Verkehrsvermeidung durch wohnungsnah Infrastruktur. In: Raumforschung und Raumordnung, Köln, 53. Jg. (1995) H. 2, S. 102–111, hier: S. 105

Mag.rer.pol. Henning von Schöning
Institut für öffentliche Planung
Carl v. Ossietzky-Universität Oldenburg
26111 Oldenburg

Rezensionen

Spitzer, Hartwig: Einführung in die räumlicher Planung. – Stuttgart: Eugen Ulmer Verlag 1995. 228 S., Kt., Abb., Tab., Lit., Reg. = UTB für Wissenschaft

Unsere ganze (kleine) Welt, soweit sie auf Planungen beruht, auf gut 200 Seiten darzulegen: dazu bedarf es eines geschärften Auges durch die verschiedenen Ebenen und eines weiten Rundblicks über alle Felder planerischen Tuns; natürlich auch des Mutes, das eine und andere wegzulassen. So spricht der Verfasser, ein jahrzehntelang sehr an der Praxis räumlicher Planung interessierter Hochschullehrer, in seinem Vorwort zu Recht vom Erfordernis, aus der Fülle der zahlreichen Planungen einen Extrakt ziehen zu müssen. Er hat die verwendeten Beispiele von nicht weniger als 29 Seiten bezogen und damit sicher ein breiteres Spektrum erschlossen, als ein einzelner Planer in seinem Berufsfeld selbst jemals bearbeiten könnte. Diese konkreten Fälle, eingebettet in eine wissenschaftliche Systematik, sind eine der Stärken dieses Buches, das ja eine Einführung sein will: Sie legen den für den einzelnen ziemlich unübersichtlichen Zuständigkeits- und Arbeitsbereich des räumlichen Planers anschaulich dar und verdeutlichen zugleich die Arbeitsweise und die Probleme bei der Lösung seiner vielfältigen Aufgaben. Da mögen der Studierende wie auch der fachliche interessierte politische Mandatsträger durchaus den

Eindruck haben, ihnen werde viel Fleiß und Einsicht abverlangt, sich durch das Buch hindurchzuarbeiten – sie werden dankbar feststellen, daß sie nicht mit langwierigen Erwägungen um mögliche politische Zielsetzungen und Optionen aufgehalten werden. Das Buch ist ein Sachbuch, kein Pamphlet.

Die „Fälle“ (Beispiele), auf die noch näher einzugehen sein wird, sind in einen allgemeinen Rahmen gestellt, der den Zugang zur komplexen Thematik erleichtern soll; dieses Kapitel ist, der „Einleitung“ (Kap. 1) folgend, schlicht überschrieben mit „Was ist räumliche Planung?“ (Kap. 2). Diese Frage ist natürlich im Grunde schwieriger zu beantworten, als der Autor es im Rahmen des einführenden Sachkapitels leisten kann. Äußerst knapp werden die politische Dimension und das Planungssystem angesprochen, etwas ausführlicher werden das für die deutschen Verhältnisse so wesentliche Gegenstromprinzip und der Ablauf des Planungsprozesses behandelt; als Hinweise findet der Leser zu letzterem (5 Seiten) die Stichwörter Vorgaben, Bestandsaufnahme, Prognosen, Möglichkeitsabschätzung, Bewertung, Verträglichkeitsprüfungen, Koordination, Planfeststellung, Planungsvollzug, Kontrolle, Fortschreibung, Öffentlichkeitsarbeit und Beratung – eine durchaus beeindruckende Fülle von Begriffen, die jeder für sich viel Nachfrage hervorrufen können. Dem kommt der Autor

dadurch entgegen, daß er ans Ende eines jeden Kapitels eine spezielle Literaturauswahl setzt, so daß der Leser nicht nur auf das am Ende des Buches zusammengestellte Gesamtverzeichnis angewiesen ist.

Den drei Hauptkapiteln „Gesamtplanungen“ (Kap. 3), „Hauptsächliche Fachplanungen“ (Kap. 4), „Ergänzende Planungen, unterstützende Verfahren“ (Kap. 5) folgen zwei kurze Kapitel, die den allgemeinen Rahmen abschließen; sie sind überschrieben mit „Planungsarbeit, Planungstechnik“ (Kap. 6) und „Zur Weiterentwicklung der räumlichen Planung“ (Kap. 7). Dies erscheint an dieser Stelle besonders erwähnenswert, weil damit ein Gesamtüberblick über das Buch gegeben ist und die Einbettung der Hauptkapitel in das Ganze deutlich wird. Sie nehmen rd. 60 % des Buches in Anspruch. Relativ bescheiden ist die Darlegung der Gesamtplanungen ausgefallen. Diese weniger griffigen Planungsbereiche – Landesplanung, Regionalplanung, Stadt- und Bauleitplanung – hätten vielleicht eine stärkere Berücksichtigung verdient; der Bereich der Bundesraumordnung fehlt leider gänzlich. Die bei der Landes- und Regionalplanung nun einmal bestehenden Unterschiede von Land zu Land, die eher einem Heterogenitätsprinzip als bundesweiter Einheitlichkeit zu folgen scheinen, erschweren natürlich die Darlegung eindeutiger Abläufe und sind für die Abfassung eines Lehrbuchs alles andere als geeignet.