



*Lokale Entwicklungsstrategie (LES) 2023 bis 2027 für die LAG Land zum Leben Merzig-Wadern*

## **Öffentlicher Workshop am 11.9.21 in Menningen**

Dokumentation der Thementische

S. auch PPT zum Workshop

## Soziales, Kulturesse, Ehrenamt, Bildung

### **Stärken**

Vereinsstrukturen in den Dörfern (v.a. Sport): Oft (noch) aktive Strukturen

### **Schwächen**

Nachwuchsprobleme in den Vereinen, notwendiger Generationenwechsel

Situation in den Vereinen wurde verschärft durch die Corona-Situation

Trennung Vereine – Schulen

Unterschiede große und kleine Dörfer (in kleinen Dörfern funktionieren die ehrenamtlichen Strukturen oft noch besser)

### **Zukunftsthemen / Handlungsansätze / Projekte**

Zukunft der Vereine: Alternative Strukturen und Angebote schaffen

Präsenz der Vereine in den Schulen herstellen (auch räumlich)

Aufbau bzw. Stärkung eines / des Netzwerkes aus:

- Schulen/Kitas
- Bildungsträger
- Vereine
- Kultureinrichtungen
- Weitere Akteure, z.B. Feuerwehr

Stärkung der Vereinsarbeit v.a. in kleineren Dörfern

Unterstützung des „Re-Starts“ in den Vereinen nach Corona

Zusammenschlüsse kleinerer Dörfer (analog Bietzer Berg)

Mobile Angebote

Politische Bildung stärken: Geschichte, Religion, auch gegen Rassismus/Antisemitismus

Erinnerungskultur: Z.T. Neuausrichtung, z.B. grenzüberschreitend/europäischer Gedanke

## Tourismus

### **Stärken**

Marketing / Werbung / Öffentlichkeitsarbeit

Wegemanagement MZG

## **Schwächen**

Beschilderung der Wanderwege kommunal oft unzureichend

Einheitliche Beschilderung und Pflege aller Wanderwege (nicht nur Premium-Wege) nicht gegeben

Veröffentlichung Wanderkarte MZG online (fehlt noch)

Gästeführer-Ausbildungen

Radtouristisches Angebot / Fahrradverleih (auch E-bike, Lastenräder), Ladestationen

## **Zukunftsthemen / Handlungsansätze / Projekte**

Thema Viez / Apfel noch stärker touristisch nutzen: Führungen, Wanderungen, Verkostungen und Bündelung aller Aktivitäten (analog Wein)

Verknüpfung des touristischen Radnetzes mit dem Alltagsradnetz i.V.m. Verleihsystem und E-bike

Grenzüberschreitende Angebote zur Erinnerungskultur

## **Landwirtschaft und Regionale Produkte**

### **Stärken**

Bekanntheitsgrad von Merzig über den Apfel, den Viez bzw. auch die „Merziger Fruchtsäfte“: „Die Stadt des Apfels“

Apfelwein / Viez als regionale Besonderheit / regionales Produkt und seine Veredelungsprodukte

Regionale Produkte und Tourismus haben im Landkreis eine hohe Bedeutung. Die Synergieeffekte sind jedoch noch zu wenig gehoben

Eine bessere Verbindung zw. Erzeugern reg. Produkte und der touristischen Vermarktung sollte angestrebt werden

Kleinteiligkeit und Vielfalt der Landschaft / des Landschaftsbildes (wird von vielen Besuchern sehr geschätzt)

Chance: Gewisse Trendumkehr bei der Schwäche „zu geringe Wertschätzung für den Apfel / für das Obst in der Region“ erkennbar

### **Schwächen**

Zuwegungen zu landwirtschaftlichen Flächen oft problematisch: Keine ausparzellierten Wege, sondern „Wege“ auf Privatflächen. Werden die Flächen bebaut oder wird die Nutzung durch die Landwirte seitens Privaten nicht (mehr) geduldet, können Flächen nur noch über sehr große Umwege erreicht werden (s. hier ansetzender Handlungsansatz: „Ausparzellierung von landwirtschaftlichen Wegen“)

Teilweise problematische Situation für große landwirtschaftliche Maschinen in den Ortsdurchfahren durch Parken auf der Straße

Keine Flurbereinigung in Menningen

Mangelnde Kenntnisse im Bereich landwirtschaftliche Erzeugnisse bei der Bevölkerung

Mangelndes Bewusstsein für die Bedürfnisse und Anforderungen der Landwirtschaft in der Bevölkerung (Notwendigkeiten bei der Bewirtschaftung etc.)

Sehr hoher Aufwand für die Pflege von Flächen, insbesondere Streuobstwiesen

In der Gastronomie fehlt oftmals das Bewusstsein für regionale Produkte

Noch zu geringe Verknüpfung zwischen Erzeugern u. Vermarktern regionaler Produkte auf der einen und der touristischen Vermarktung auf der anderen Seite.

Veredelungsprodukte des Viez noch in zu geringem Umfang erzeugt / genutzt

## **Zukunftsthemen / Handlungsansätze / Projekte**

Stärkere Verbindung zw. touristischer Vermarktung und Erzeugern / Vermarktern reg. Produkte: Erzeuger/Vermarkter informieren stärker über die sonstigen Attraktionen der Region und die touristische Vermarktung nimmt die reg. Produkte stärker in die Bewerbung

Projekt: Versorgungsautomat mit Lebensmitteln für / in Menningen

Bewusstseinsbildung in der Bevölkerung für die hohe Bedeutung der Landwirtschaft (und für ihre Bedürfnisse etc.)

Stärkere Bewusstseinsbildung und Information bzgl. landwirtschaftlichen Produkten in der Bevölkerung.

Bereits bestehende Aktionen der Landwirtschaft in diesem Bereich (Führungen für Schulklassen, gemeinsames Keltern etc.) vergüten (Aktionen werden oftmals ehrenamtlich durchgeführt)

Landwirte stärker unterstützen bei der Flächenpflege (Anschaffung von Maschinen, Pflanzung von Bäumen) etc.

s. auch „Katalog“, der von Hrn. Schmitt an Janet Deutsch weitergeben wurde

Ausparzellierung von Wirtschaftswegen (in Eigentum der Stadt aufnehmen), um die Erreichbarkeit von landwirtschaftlichen Flächen zu gewährleisten (s.o. Schwäche „Zugang zu landwirtschaftlichen Flächen“)

Ggf. Entschärfung der Situation in den Orten (Durchfahrtsituation, s.o. Schwächen) durch Parkflächen (weniger Autos auf den Straßen)

## **Grenzübergreifende Zusammenarbeit**

### **Stärken**

Offene Grenzen / unmittelbare Nähe

Bestehende gute Kooperationen mit Lux und RLP

Austausch / Lernen aus den Erfahrungen der Nachbarn

### **Schwächen**

Zentralismus in Frankreich problematisch in allen Bereichen. Erschwert die Zusammenarbeit mit F allgemein und v.a. konkrete Umsetzungsprojekte

Oft „eigenes“ Interesse im Vordergrund – problematisch -> eigener Vorteil

## **Zukunftsthemen / Handlungsansätze / Projekte**

Austausch untereinander (wie „Noper Trips“)

Grenzübergreifende Formate für die Bevölkerung schaffen

## **Digitalisierung**

### **Stärken**

Formate wie Kaffee-Kuchen-Internet

Wissensbörse „Jung hilft Alt“

Akzeptierte Formate wie Seniorennachmittage VOR ORT (keine Mobilität notwendig) können für „Lehrveranstaltungen“ genutzt werden

Durch digitale Anwendungen sind schnellere Reaktionen möglich (z.B. im Bereich medizinische Versorgung), ABER: Menschen brauchen auch persönlichen Kontakt!

„Smarte Haushalte“

Einkaufsmöglichkeiten wie Keep Fresh

Risiko: Auch „junge Alte“ bekommen vielleicht die neuesten digitalen Entwicklungen nicht mehr mit

### **Schwächen**

Nicht vorhandene Hardware bei Einzelpersonen

Fehlendes Know-How im Umgang mit neuen Medien

Ablehnung digitaler Lösungen (v.a. bei Senioren, aber nicht nur)

Ablehnung digitaler Veranstaltungen

Durch diese Punkte: „Zur Handlungsunfähigkeit verurteilt“

Die Corona-Situation hat die Schwächen deutlich gezeigt

Internet-Verbindung oft mangelhaft

### **Zukunftsthemen / Handlungsansätze / Projekte**

Jung und Alt zusammenbringen: Jüngere können Älteren etwas beibringen (Austausch-Börse bzw. Grundlage hierfür schaffen)

Regelmäßige Formate, um Ablehnung und Angst bzw. Skepsis gegenüber „neuen Medien“ abzubauen

Kaffee-Seniorennachmittage als akzeptiertes Format nutzen („müssen ihr eigenes Handy nutzen bei den Veranstaltungen, learning by doing“)

Wichtig, dass Senioren „Vor Ort abgeholt werden“ und nicht in die Stadt müssen (Mobilität)

Nachdem Hemmungen abgebaut sind (oder dort wo sie bereits abgebaut sind), die Möglichkeiten des Internet aufzeigen (z.B. Rezepte)

## **Mobilität**

### **Stärken**

Seniorenbusse (MZG Stadt, Beckingen)

ÖPNV verbessert (Saar-VV-Tarif-Reform)

Radverkehr (Konzepte, größere Sensibilität, Radwege-Management MZG)

Ergänzende Angebote wie Marktbus, Maadbus

### **Schwächen**

Zunehmender IV (KFZ)

Parken

ÖPNV abends, am Wochendende und für bestimmte Zielgruppen

„Hardware“ des ÖPNV

Erreichbarkeit bestimmter Orte / Punkte, auch im stadtnahen Bereich (Krankenhaus, Industriegebiet)

„letzte Meile“

### **Zukunftsthemen / Handlungsansätze / Projekte**

City-Mobil / Car-Sharing / „Dorf-Auto“

Sensibilisierung für das Mobilitätsverhalten

Mobilitäts-Hubs: Standorte identifizieren

## Versorgung

### Schwächen

Ansatz der Liefer-Services noch zu geringe Akzeptanz u. oft fehlende Kümmerer. Braucht noch Zeit.

## Gesundheit

### Schwächen

Krankenhäuser „auf der Kippe“

Ambulante psycho-soziale Versorgung

Dorf-Arzt-Quote

### Zukunftsthemen / Handlungsansätze / Projekte

Psychische Gesundheit / Lebensqualität als zentraler Ansatzpunkt

HA: Begegnungen schaffen, v.a. nach Corona (Vieles ist weggefallen, Senioren-Cafe etc.)

Selbstbestimmtheit

Soziale Treffpunkte liegen auch z.B. in den Einkaufsmärkten (Globus, Kaufland, Hako)

Telemedizin / neue Modell fördern

Familien-Freundliche Praxis-Formen

## Klimawandel

### Schwächen / Risiken

Überflutungen

Trockenheit

### Zukunftsthemen / Handlungsansätze / Projekte

Trinkwasser-Einsatz auf den Prüfstand stellen (private Schwimmbäder, Bewässerung)

Neues Denken fördern, neues Bewusstsein bilden / fördern

Neue Konzepte entwickeln

## Prozess LEADER allgemein

Handlungsansatz: Schaffung einer Struktur zur Information zu erfolgreichen Projekten bzw. zur Übertragung erfolgreicher Projekte auf andere Standorte / Bereiche