

# Gesellschaftsprojekt im Schloss

Mehrgenerationen-, Wohn- und Arbeitsprojekt im Schloss Blumenthal



Ein Großteil der Gemeinschaft

Wenn sich eine Gruppe aus Jung und Alt zusammenschließt und in ein Schloss auf dem Land einzieht, kann das gewisse Skepsis auslösen. Schnell sind Vorurteile ausgesprochen, die eine Kommune, einen Kibbuz (ländliche Kollektivsiedlung in Israel) oder wenigstens eine große WG vermuten lassen. Mittlerweile sind aber sowohl Schlossbewohner als auch Einheimische mit der Situation sehr zufrieden.

Im Landkreis Aichach-Friedberg, genauer gesagt im dörflichen Teil Aichach-Klingen, findet sich das ehemalige Fuggerschloss Blumenthal. Hier leben im Grünen 39 Erwachsene und zehn Kinder in einer großen Gemeinschaft zusammen, die nicht religiös motiviert ist oder auf eine bestimmte Weltanschauung besteht.

Die Grundidee dieses Zusammenlebens fußt auf vier Säulen: der sozialen, der ökonomischen, der kulturellen und der ökologischen. Das ist auch der größte Unterschied: Man hat es hier mit einem richtigen Unternehmen zu tun und genauso wird auch agiert. „Soft Skills“ wie Teamfähigkeit, Kommunikation und Gruppenintelligenz werden hier großgeschrieben. Aber auch eine Streitkultur ohne Gewalt ist erwünscht. „Vielfalt ist wichtig, wie auch in der Biologie“, bemerkt Martin Horack, einer der beiden Geschäftsführer von Blumenthal. Viele Entscheidungen dauern dann zwar wesentlich länger, als es sonst der Fall wäre, aber

jeder Bewohner von Schloss Blumenthal wird angehört und darf und soll mitreden.

Die Neugier der Interessenten und die Beliebtheit des Projekts sind groß, denn alle zwei Monate werden Informationsveranstaltungen durchgeführt. Will man ein Teil dieser Gemeinschaft sein, durchläuft man einen Annäherungsprozess über verschiedene Stationen, bis man dann für sechs Monate probewohnen darf und letztendlich ganz einzieht. Zudem ist das dauerhafte Wohnen nicht kostenfrei: Man muss je Quadratmeter eine Einlage von 1.400 Euro bereitstellen und in die Kommanditgesellschaft einzahlen. Die Gemeinschaft zahlt an sich selbst Miete sowie Pacht und trägt somit die Kredite ab, die sie aufgenommen hat, für Renovierungen und andere Projekte.

Mehrere Generationen leben auf dem Schlossgut zusammen. Jung und Alt werden in die Gemeinschaft eingebunden. Vor allem für Familien soll dieses Wohnkonzept attraktiv sein. Langfristig ist sogar eine Kinderbetreuung in Planung sowie ein Kindergarten und betreutes Wohnen.

Seit 2007 wird die schlosseigene Gaststätte unter Eigenregie weiterbetreut. Das Schlosshotel mit 80 Betten wurde umgebaut zum Abhalten von Semi-



naren und Hochzeiten, aber auch Ferienaufenthalte sind hier möglich. Viele der Bewohner arbeiten allerdings nach wie vor in ihren eigentlichen Berufen und helfen dann in ihrer Freizeit auf dem Schloss. Blumenthal sorgt mit ca. 1.000 Übernachtungen pro Monat in der Region für einen tatsächlichen touristischen Effekt: „Damit hat sich die Anschauung der Bewohner aus dem Ort und dem Umland gewandelt“, sagt Martin Horack.

Auch die Bereiche Kunst und Kultur fehlen nicht: Vor allem in den Themen Musik, Tanz, Malerei und Theater engagieren sich die Blumenthal-Bewohner und es wurde ein detailliertes künstlerisches Konzept auf die Beine gestellt. Bis zu 20 Konzerte pro Jahr können Besucher im Schloss, in der Kirche oder auf dem Gelände genießen. Eine der Säulen der Gemeinschaft ist die ökologische Landwirtschaft, die natürlich biologisch und ökologisch unbedenklich sein muss und ist. 17 Hektar werden zukünftig bewirtschaftet. Ein Ausbau ist geplant, doch die steigenden Grundstückspreise haben bislang den Kauf von weiterer Fläche zunächst verhindert. Idee ist es, sich auf Dauer mit Gemüse, Obst, Eiern und Milch selbst versorgen zu können.

Interessenten des Projekts können auf der Homepage von Schloss Blumenthal die Zeiten der Informationsveranstaltungen finden sowie die aktuellen kulturellen Highlights. Martin Horack erklärt, dass man folgende Eigenschaften mitbringen sollte, wenn man sich dieser Gemeinschaft anschließen möchte: „Man sollte die Bereitschaft haben, sich mit Menschen auseinanderzusetzen, unterschiedliche Standpunkte aushalten können und offen sein für andere Ansätze.“ Akzeptanz und Toleranz spielen für die Blumenthaler eine wichtige Rolle, aber auch Streit sieht man eher sportlich. *al*

Vom Siegel zur Marke zur Gemeinschaft und Identität.



## Eine Marke im Aufbruch

Das Wittelsbacher Land steht für Qualität: Auch dieses Jahr wieder konnte der gleichnamige Verein zwei Betrieben in der Region das Qualitätssiegel überreichen. Ausgezeichnet wurden die Imkerei Haile und die Hofmetzgerei Franz Ottilinger. Letztere bereits zum zweiten Mal.

Mit den Jahren entwickelte sich aus dem Siegel eine Marke, die für qualitativ gute Produkte steht und mit der heute nicht nur Nahrungsmittel aus regionaler Herstellung erworben werden, sondern auch Dienstleistungen. Klaus Metzger, Landrat im Landkreis Aichach-Friedberg, erklärt, dass die Marke und das Siegel auch identitätsstiftend sind, „um ein Zusammengehörigkeitsgefühl zu erzeugen.“

Voraussetzung für den Erhalt eines Siegels ist der Firmensitz im Landkreis Aichach-Friedberg, die Mitgliedschaft im Wittelsbacher Land e.V. und die Erfüllung der Richtlinien. So heißt es im Informationsflyer zum Qualitätssiegel: „Die Kriterien lassen sich kurz mit den Schlagworten Regionalität, Qualität und Umweltschutz zusammenfassen. Nach einem festgelegten Punktesystem prüft der Vergabeausschuss das Unternehmen oder das beantragte Produkt auf Herz und Nieren und entscheidet über die Verleihung des Qualitätssiegels. Im Mittelpunkt steht dabei die Vermarktung regionaler Erzeugnisse, da hier eine direkte Wertschöpfung für den Landkreis erfolgt. Bereits bekannte Namen wie die Weinkellerei Kunzmann – Verbrauchern wird das Mineralwasser Albertusquelle bekannt sein – und die Brauerei Kühbach haben dieses Siegel erhalten.“

Durch die Förderung von regionalen Vermarktungsinitiativen profitieren Land-

wirtschaft und Gastronomie vor Ort. In den letzten Jahren erhielt der Verein Wittelsbacher Land e.V. Gelder der Förderprogramme „Leader in ELER“ (Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums) und „LEADERplus“: Hierbei werden ländliche Regionen zur selbstbestimmten Entwicklung unterstützt. Ein bürgerorientierter Ansatz und die Partnerschaft zwischen kommunalen, wirtschaftlichen und sozial engagierten Akteuren stehen dabei im Vordergrund.

Auch für die nächste Generation wird etwas getan: Im Projekt „Na(h) gut“ wird Kindern im Kindergarten oder jungen Menschen im schulfähigen Alter gesunde Ernährung mit regionalen Produkten nähergebracht. Das geschieht durch Geschmacksschulungen, Betriebsbesuche und durch Kinderkochkurse.

Ziel des Siegels und der Marke ist es, ein nachhaltiges Vertrauen zur Nahrungsvorsorgung für Speisen aus dem Umland zu schaffen. Im Zuge dessen haben sich zehn Spezialitätenwirte gefunden, die sich verpflichtet haben, regionale und bodenständige Esskultur anzubieten, mit Hilfe von einheimischen Produkten und mit dem Anspruch einer hohen Qualität. Fritz Kühner ist Mitbegründer und Sprecher dieser Gemeinschaft: „Eigentlich sind wir eine Marketinggemeinschaft, die das Ziel hat, überregional wahrgenommen zu werden und in der Gruppe mehr erreichen zu können.“ Einige Wirte können steigende Kundenzahlen vermerken und haben diese zum Anlass genommen, weiter an sich zu arbeiten und ihre Küche weiter auszubauen. Für das kommende Jahr sind auch wieder Feste und Aktionen geplant wie das Laurentiusfest in Mering. *al*

### Vorteile der Marke „Wittelsbacher Land“ auf einen Blick:

- nachhaltige Vertrauensbildung zu Produkten aus der Region
- Steigerung der Bekanntheit
- Förderung, Steigerung des Gastronomie-Tourismus
- Unterstützung der Imageförderung der Region Wittelsbacher Land