
**Raumbezogene Lebensstile und Konsummuster –
eine Annäherung an die Dorfbewohner des 21. Jahrhunderts.**

Untersucht an zwei Gemeinden im Einzugsgebiet von Großstädten

Dissertation zur Erlangung des naturwissenschaftlichen Doktorgrades
der Bayerischen Julius-Maximilians-Universität Würzburg

vorgelegt von
Brigitte Mitterer

Würzburg, 26.07.2013

Dank

Ich möchte mich herzlich bei allen Personen bedanken, deren Unterstützung diese Dissertation ermöglicht hat. Mein Dank geht insbesondere an meine Betreuerin Frau Prof. Dr. Barbara Hahn. Ihre umfassende Betreuung, die fachliche Unterstützung, die wertvollen Hinweise und ihr persönliches Engagement trugen wesentlich zum Gelingen dieser Forschungsarbeit bei.

Ebenso danke ich Herrn Prof. Dr. Jürgen Rauh für die Zweitkorrektur der Arbeit, Frau Prof. Dr. Birgit Terhorst für die Übernahme der Aufgabe des Zweitprüfers sowie den übrigen Kollegen des Instituts für Geographie und Geologie der Universität Würzburg für den wertvollen fachlichen Austausch. Dies gilt insbesondere der Doktorandenrunde für die interessanten Anregungen und das freundliche Miteinander. Bei meinem Kollegen Herrn Karl Häfner bedanke ich mich für die angenehme Zusammenarbeit.

Ohne das Engagement der Gemeinden Großaitingen und Scheuring wäre diese Arbeit nicht möglich gewesen. Insbesondere Herrn Manfred Menhard danke ich für sein persönliches Interesse an dem Forschungsprojekt. Bedanken möchte ich mich auch bei Herrn Benjamin Früchtl (LAG Begegnungsland LechWertach e.V.) für die Vermittlung der Kontakte. Sämtlichen Interviewpartner gilt mein Dank für Ihre Zeit und die wertvollen Einblicke in ihr Leben auf dem Lande. Ebenso möchte ich mich bei sämtlichen Bewohnern bedanken, die bereit waren den Fragebogen auszufüllen.

Für ihre methodische Unterstützung bedanke ich mich bei Herrn Peter Schürholz sowie Herrn Dr. Bernhard Kräußlich.

Weiterhin danke ich meinen Eltern, die mir stets starken Rückhalt bieten. Auch allen anderen lieben Menschen in meinem Umfeld bin ich für ihre verschiedenen Formen der Unterstützung sehr dankbar. Besonderer Dank gilt meinem Freund Daniel, der mir in der ganzen Zeit zur Seite gestanden hat und durch Ratschläge, Anregungen und Ideen einen wertvollen Beitrag zum Gelingen dieser Arbeit beigetragen hat.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	V
Tabellenverzeichnis	VI
1 Einleitung	1
1.1 Untersuchungsgegenstand	2
1.2 Fragestellung und Zielsetzung	7
1.3 Stand der Forschung	8
1.4 Aufbau der Arbeit	11
2 Der ländliche Raum im Wandel	12
2.1 Theoretischer Rahmen: Der Raumbegriff in der Postmoderne	12
2.1.1 Postmoderne Veränderungen	13
2.1.2 Postmoderne Raumtheorien	14
2.1.2.1 Time-Space Compression (DAVID HARVEY)	15
2.1.2.2 Sozialgeographie alltäglicher Regionalisierungen (BENNO WERLEN)	18
2.1.2.3 Raumbezogene Identität (PETER WEICHHART).....	23
2.1.3 Fazit: Ländlicher Raum in der Postmoderne	25
2.2 Die ländliche Gesellschaft im 21. Jahrhundert	27
2.2.1 Der soziale Wandel auf dem Lande	27
2.2.1.1 Dörfliche Gemeinschaft vs. städtische Gesellschaft in der frühen Moderne	28
2.2.1.2 Urbanisierung auf dem Lande in der nachindustriellen Gesellschaft.....	31
2.2.1.3 Die Renaissance der Ländlichkeit in der Postmoderne	33
2.2.1.4 Dorfleben heute.....	36
2.2.1.5 Stadt und Land aus Bewohnersicht	41
2.2.2 Ländliche Lebensstile.....	44
2.2.2.1 Grundlagen und Entwicklung der Lebensstilforschung	44
2.2.2.2 Definition und Konzeption von Lebensstilen	49
2.2.2.3 Ländliche Lebensstile als Spiegel der Ruralität?	50
2.2.3 Einzelhandel und Konsum in ländlichen Räumen	60
2.2.3.1 Grundlagen	60
2.2.3.2 Einzelhandelsausstattung in ländlichen Räumen	68
2.2.3.3 Strukturwandel im Einzelhandel.....	70
2.2.3.4 Grundlagen des (räumlichen) Konsumverhaltens	75

2.3	Hypothesen.....	78
3	Auswahl und Beschreibung der Untersuchungsgemeinden	82
3.1	Lage und historische Entwicklung der Untersuchungsgemeinden	84
3.2	Sozialstruktur der Untersuchungsgemeinden	92
3.3	Einzelhandelsstruktur der Untersuchungsgemeinden	95
4	Untersuchungsdesign	100
4.1	Empirische Vorarbeiten.....	100
4.2	Standardisierte schriftliche Haushaltsbefragung	101
4.2.1	Grundgesamtheit und Stichprobenbeschreibung	102
4.2.2	Aufbau des Fragebogens	104
4.2.3	Aufbereitung und Auswertung der Ergebnisse	105
4.2.3.1	Datenaufbereitung.....	105
4.2.3.2	Datenauswertung	106
4.3	Qualitative, leitfadengestützte Interviews.....	107
4.3.1	Leitfaden.....	108
4.3.2	Auswahl und Vorstellung der Interviewpartner.....	109
4.3.3	Auswertung der Interviews	111
5	Empirische Ergebnisse.....	112
5.1	Raumbeziehungen und Raumwahrnehmungen.....	112
5.1.1	Raumbeziehungen in Zahlen – Ein quantitativer Zugang.....	112
5.1.1.1	Wanderungsbewegungen und -motive	113
5.1.1.2	Raumbeziehungen	119
5.1.1.3	Bedeutung verschiedener Lebensbereiche	134
5.1.1.4	Zusammenfassung	138
5.1.2	Raumbeziehungen interpretativ – Ein qualitativer Zugang.....	139
5.1.2.1	Wanderungsbewegungen und -motive	139
5.1.2.2	Stadt und Land aus Bewohnersicht	140
5.1.2.3	Wahrnehmung postmoderner Veränderungen.....	143
5.1.2.4	Teilnahme am Dorfleben	145
5.1.2.5	Die Dorfgemeinschaft	148
5.1.2.6	Bedeutung von Tradition und Religion	150
5.1.2.7	Drei Typen von Dorfbewohnern	152

5.1.3	Fazit: Raumbeziehungen und Raumwahrnehmungen	154
5.2	Die Dorfbewohner als Konsumenten	156
5.2.1	Faktisches Konsumverhalten	156
5.2.1.1	Haupteinkaufsorte	157
5.2.1.2	Der Kaufentscheidungsprozess	160
5.2.1.3	Betriebsformenwahl	163
5.2.2	Konsumeinstellungen	172
5.2.2.1	Allgemeine Tendenzen des Konsumverhaltens	172
5.2.2.2	Typisierung der Dorfbewohner mittels einer Hauptkomponentenanalyse	174
5.2.3	Fazit: Ländliche Konsummuster	183
5.3	Ländliche Lebensstile – raumbezogene Lebensstile und Konsummuster	184
5.3.1	Auswahl der Indikatoren	184
5.3.2	Lebensstilbildung mittels Clusteranalyse	190
5.3.3	Ergebnisse der Clusteranalyse – raumbezogene Lebensstile und Konsummuster	192
5.3.3.1	Außenprofile der Cluster	193
5.3.3.2	Binnenprofile der Cluster	202
5.3.3.3	Tieferegehende Analyse der Cluster	205
5.3.3.4	Clustervergleich – Die Lebensstilgruppen	210
5.4	Evaluation der Hypothesen	216
6	Fazit	220
6.1	Zusammenfassung der Ergebnisse	220
6.2	Ausblick	229
7	Verzeichnis der verwendeten Quellen	232
8	Anhang	253

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Zentrale Aspekte der Untersuchung	7
Abbildung 2 Schrumpfende Weltkarte.....	17
Abbildung 3 „Kartoffelgrafik“ der Sinus-Milieus	45
Abbildung 4: Soziale Räume nach BOURDIEU	47
Abbildung 5 Defizite der Nahversorgung ländlicher Räume	69
Abbildung 6 „Teufelskreis“ demographischer Wandel und Nahversorgung	70
Abbildung 7 Differenzierung der Einkaufswege in Deutschland.....	74
Abbildung 8 Prozess der Einkaufsstättenwahl	76
Abbildung 9 Typen ländlicher Räume in Deutschland (nach BBR 2000).....	83
Abbildung 10 Lage der Untersuchungsregion	84
Abbildung 11 Siedlungsstruktur der Untersuchungsgemeinden	85
Abbildung 12 Großaitingen	87
Abbildung 13 Neubaugebiete in Großaitingen.....	88
Abbildung 14 Scheuring.....	90
Abbildung 15 Neubaugebiete Scheuring.....	91
Abbildung 16 Bevölkerungsentwicklung in den Untersuchungsgemeinden	92
Abbildung 17 Altersverteilung in den Untersuchungsgemeinden (1991, 2001, 2011).....	93
Abbildung 18 Einzelhandel in der Gemeinde Scheuring	95
Abbildung 19 Nahegelegene Einkaufsangebote der Untersuchungsgemeinden	97
Abbildung 20 Einzelhandel in der Gemeinde Großaitingen	98
Abbildung 21 Alters- und Geschlechterstruktur der Stichprobe (N=784).....	103
Abbildung 22 Aufbereitungs- und Auswertungsprozess.....	105
Abbildung 23 Einstellungen zum Wohnort	120
Abbildung 24 Scree-Plot Raumbeziehungen (N=519).....	125
Abbildung 25 Scree-Plot Bedeutung der Lebensbereiche (N=519.....	137
Abbildung 26 Anforderungen an einen Einkaufsort.....	160
Abbildung 27 Bewertung des örtlichen Einzelhandels (N=779).....	161
Abbildung 28 Bevorzugte Betriebsformen für den Einkauf von Lebensmitteln	164
Abbildung 29 Bevorzugte Betriebsformen für den Einkauf von Kleidung	166
Abbildung 30 Scree-Plot Betriebsformen Lebensmittel (N=519).....	169
Abbildung 31 Scree-Plot Betriebsformen Kleidung (N=519).....	171
Abbildung 32 Überblick Konsumeinstellungen	173
Abbildung 33 Scree-Plot Konsumeinstellungen (N=519)	176
Abbildung 34 Indikatoren für Lebensstile	185
Abbildung 35 Auswahlmöglichkeiten bevorzugter Kleidungsstil im Fragebogen.....	186
Abbildung 36 Auswahlmöglichkeiten bevorzugte Urlaubsart im Fragebogen.....	187

Abbildung 37 Bedeutung verschiedener Lebensbereiche im Fragebogen	188
Abbildung 38 Auswahlmöglichkeiten bevorzugte Zeitung im Fragebogen.....	188
Abbildung 39 Prozentwerte der Kategorien innerhalb der Cluster bei Kleidung (N=500).....	202
Abbildung 40 Prozentwerte der Kategorien innerhalb der Cluster bei Urlaub (N=500).....	203
Abbildung 41 Prozentwerte der Kategorien innerhalb der Cluster bei Zeitung (N=500)	204
Abbildung 42 Geschlechteranteile in den Clustern in % (N=500)	205
Abbildung 43 Clusterpräferenzen der Geschlechter (N=500)	206
Abbildung 44 Anteile Einheimischer und Zuzügler in den Clustern (N=500)	207
Abbildung 45 Anteile Haupteinkaufsorte Lebensmittel Vorrat in den Clustern (N=500)	208
Abbildung 46 Anteile Haupteinkaufsorte Kleidung und Schuhe in den Clustern (N=500).....	208
Abbildung 47 Größenvergleich der Lebensstile (N=500)	213

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Durchschnittliche Fortbewegungsgeschwindigkeiten im Laufe der Zeit.....	17
Tabelle 2: Vergleich verankerter und entankerter Lebensformen	19
Tabelle 3: Typen von Regionalisierungen.....	21
Tabelle 4 Stadt und Land im beginnenden 20. Jahrhundert	29
Tabelle 5 Dimensionen von Lebensstilen nach RICHTER	52
Tabelle 6 Verteilung von Lebensstilgruppen in Dörfern und Innenstädten nach SPELLERBERG in %.....	56
Tabelle 7 Lebensstilgruppen nach GROTHUES	57
Tabelle 8 Vergleichende Darstellung von Studien zu ländlichen Lebensstilen	59
Tabelle 9 Betriebsformen im Einzelhandel	62
Tabelle 10 Bevölkerungsveränderung der Untersuchungsgemeinden 2009 bis 2021 in %.....	94
Tabelle 11 Lage des vorherigen Wohnortes in % (N=553)	113
Tabelle 12 Größenordnung des vorherigen Wohnortes in % (N=553).....	114
Tabelle 13 Alter beim Zuzug in % (N=557)	115
Tabelle 14 Zuzugsmotive in %* (N=552)	116
Tabelle 15 Fortzugsmotive in %* (N=130).....	117
Tabelle 16 KMO- und Bartlett-Test Raumbeziehungen (N=519)	122
Tabelle 17 Kommunalitäten Raumbeziehungen (N=519)	123
Tabelle 18 Erklärte Gesamtvarianz Raumbeziehungen (N=519).....	124
Tabelle 19 Rotierte Komponentenmatrix Raumbeziehungen (N=519).....	126
Tabelle 20 Korrelation (Spearman) dörfliche Identität – Soziodemographie, Wohndauer (N=519).....	128
Tabelle 21 Korrelation (Spearman) dörfliche Beziehungen – Soziodemographie, Wohndauer (N=519).....	130

Tabelle 22 Korrelation (Spearman) Teilnahme am Dorfleben – Soziodemographie, Wohndauer (N=519).....	131
Tabelle 23 Korrelation (Spearman) postmod. Veränderungen – Soziodemographie, Wohndauer (N=519).....	132
Tabelle 24 Korrelation (Spearman) Wahrnehmung d. Nachteile – Soziodemographie, Wohndauer (N=519).....	133
Tabelle 25 Rangfolge der Bedeutung der Lebensbereiche (N=519)	134
Tabelle 26 Kommunalitäten Bedeutung der Lebensbereiche (N=519).....	136
Tabelle 27 Erklärte Gesamtvarianz Bedeutung der Lebensbereiche (N=519)	136
Tabelle 28 Rotierte Komponentenmatrix Bedeutung der Lebensbereiche (N=519)	137
Tabelle 29 Zentralitätsstufe der Haupteinkaufsorte in %	157
Tabelle 30 Korrelation Wohnortbindungen – Bedeutung des Wohnortes als Einkaufsort (N=519).....	162
Tabelle 31 Korrelation (Spearman) Soziodemographie – Betriebsformen Lebensmittel	165
Tabelle 32 Korrelation (Spearman) Soziodemographie – Betriebsformen Bekleidung	167
Tabelle 33 Kommunalitäten Betriebsformen Lebensmittel (N=519).....	168
Tabelle 34 Erklärte Gesamtvarianz Betriebsformen Lebensmittel (N=519)	168
Tabelle 35 Rotierte Komponentenmatrix Betriebsformen Lebensmittel (N=519)	169
Tabelle 36 Kommunalitäten Betriebsformen Kleidung (N=519).....	170
Tabelle 37 Erklärte Gesamtvarianz Betriebsformen Kleidung (N=519)	170
Tabelle 38 Rotierte Komponentenmatrix Betriebsformen Kleidung (N=519)	171
Tabelle 39 Kommunalitäten Konsumeinstellungen (N=519)	175
Tabelle 40 Erklärte Gesamtvarianz Konsumeinstellungen (N=519).....	176
Tabelle 41 Rotierte Komponentenmatrix Konsumeinstellungen (N=519).....	177
Tabelle 42 Korrelationsanalysen der Komponenten.....	178
Tabelle 43 Clusterverteilung (N=500).....	192
Tabelle 44 Außenprofile der Cluster (N=500)	193
Tabelle 45 Durchschnittsnoten für den Wohnort als Einkaufsort in den Clustern (N=500) ...	209
Tabelle 46 Vergleich der Lebensstile.....	226

1 Einleitung

„Raus aus dem Grau, aus der hektischen Enge der Stadt. Sehnsucht nach der grünen Alternative“ (LINNENBRINK 2013). Der Slogan des Internetportals „Landleben“, das gegenseitigen Informationsaustausch, Hilfe bei der Suche nach einer Immobilie sowie Ratschläge zur Gartenpflege für derzeitige und zukünftige Landbewohner bietet, bringt eine aktuelle Tendenz zum Ausdruck: Die Sehnsucht nach dem Landleben bzw. die Wiederentdeckung des Ruralen. Das Leben auf dem Lande ist wieder „In“, nachdem es jahrzehntelang kaum eine Alternative zum urbanen Leben darstellte und als altmodisch, rückständig und langweilig galt (HOPPE 2010. 7ff.; FRANZEN ET AL. 2008. 1). Im Zuge des sozialen und kulturellen Wandels, einer Beschleunigung der Lebensverhältnisse und einer zunehmenden Orientierungslosigkeit sehnen sich viele Menschen nach Ruhe, Nähe zur Natur und einer engen Gemeinschaft (RICHTER 2004. 118ff.; GROTHUES 2006. 21). Das Landleben stellt die „grüne Alternative“ zum hektischen und stressigen Leben dar. Häufig besteht die verklärte Vorstellung einer ländliche Idylle, welche wenig mit dem tatsächlichen Leben auf dem Lande gemein hat (VALENTINE 2001. 256). Das Landleben kann nicht mehr nur durch Landwirtschaft, Tradition, Solidarität und Natur beschrieben werden. Die Bedeutung des Agrarsektors hat abgenommen, die dörfliche Sozialstruktur wurde heterogener und ist nicht mit der hierarchischen, solidarischen und homogenen Gemeinschaft von früher zu vergleichen. Der Zuzug von Stadtbewohnern führte zu einer Herausbildung unterschiedlichster Lebensstile. Eine ländliche Lebensweise ist nicht mehr nur durch strukturelle Bedingungen vorgegeben, sondern die freie Entscheidung der Menschen. Die Kommunikation des Landlebens und der Landbewohner durch neue Medien, wie in dem genannten Beispiel ein Internetportal, zeigt, dass die moderne Welt in Form von neuen Kommunikationstechniken in die Dörfer eingezogen ist (SCHNEIDER 2004. 9; RICHTER 2004. 118ff.; REINECKE 1983. 115f.; HAUPTMEYER, HENKEL 2005. 43). Der ländliche Raum hat sich in vielerlei Hinsicht der Stadt angenähert. Er ist moderner geworden. Stadt und Land stellen keinen extremen Gegensatz mehr dar (GROTHUES 2006. 13; SCHMIDT-THOMÉ 2005. 14f.). Nichtsdestotrotz bestehen nach wie vor Unterschiede: Menschen, die urbanes Leben suchen, werden dies in einem ländlichen Dorf kaum finden. Bars, Diskotheken, Museen, Kinos oder Edelboutiquen sind in ruralen Regionen eher selten anzutreffen. Die Verkehrsinfrastruktur, vor allem die Ausstattung mit öffentlichem Personennahverkehr (ÖPNV), ist oftmals defizitär. Für tägliche Erledigungen sind mitunter weite Wege zurückzulegen. Das Einkaufen z.B. kann zu einer regelrechten Tortur werden, wenn der Tante-Emma-Laden um die Ecke geschlossen wurde und sogar für die Deckung des

Grundbedarfs die nächste Stadt aufgesucht werden muss (GROTHUES 2006. 25; REINECKE 1983. 116f.). Während das Dorfleben von vielen Personen, wie den Nutzern des Internetportals, als positiv und erstrebenswert angesehen wird, bedeutet es für andere, z.B. Großstadtliebhaber, Einschränkungen und ist negativ konnotiert (HAUPTMEYER, HENKEL 2005. 44; MENZL 2007 340f.). Ländliche Räume und ihre Bewohner haben viele Gesichter. Das Ziel der vorliegenden Arbeit ist eine Annäherung an die Dorfbewohner des 21. Jahrhunderts vor dem Hintergrund des gesellschaftlichen Wandels (vgl. Kap. 1.2).

1.1 Untersuchungsgegenstand

„Vor dem Hintergrund einer stark heterogenen Raumentwicklung bei gleichzeitiger Nachrangigkeit des Ländlichen in Wissenschaft, Politik und Raumplanung sowie dem allmählichen Wegfall aus der allgemeinen Wahrnehmung sind ländliche Räume als „vergessene Regionen“ zu bezeichnen“ (HOPPE 2010. 9).

Gegenstand der Untersuchung ist eine Gebietskategorie, die in der deutschsprachigen Geographie, insbesondere der neuen Kulturgeographie, ein Schattendasein führt: der ländliche Raum. Es erscheint sinnlos, wenn nicht gar rückständig, sich mit einer Raumkategorie zu beschäftigen, welche durch expandierende Stadt-Umland-Verflechtungen, den Rückzug der Landwirtschaft sowie den Fokus der regionalen Strukturpolitik auf die Agglomerationsräume und Metropolregionen immer bedeutungsloser erscheint (BRÖCKLING ET AL. 2004. 1; HOPPE 2010. 2, 7). Forschungen über ländliche Räume galten aufgrund der deskriptiven Herangehensweise lange als unzeitgemäß. „Ländlich“ wird zudem häufig mit „rückständig“ gleichgesetzt, während das Urbane für Fortschritt steht und die Stadt als Ort gilt, an dem Innovationen entstehen, kreative Netzwerke bestehen und Impulse für neue Entwicklungen gesetzt werden (HOPPE 2010. 7ff.; FRANZEN ET AL. 2008. 1). Darüber hinaus ist eine weitverbreitete Auffassung, dass sich die jahrhundertelangen Gegensätze zwischen Stadt und Land in den vergangenen Jahrzehnten aufgelöst haben und eine explizite Beschäftigung mit ländlichen Regionen obsolet geworden ist (GROTHUES 2006. 13).

Ein weiterer Grund für die Vernachlässigung ländlicher Räume ist, dass eine einheitliche Definition fehlt. Dies macht den Untersuchungsgegenstand schwer fassbar. Die Frage „Was ist der ländliche Raum?“ lässt sich nicht eindeutig beantworten. Es findet sich keine Definition, die alle Charakteristika der Raumeinheit und ihrer Bewohner umfasst. In der Geographie wurde der ländliche Raum überwiegend deskriptiv dargestellt, der Fokus auf eine Beschreibung der physisch-materiellen Eigenschaften gelegt und traditionelle Kriterien

angewandt, welche die komplexen ruralen Strukturen nicht ausreichend beschreiben können (HOPPE 2010. 7ff.; FRANZEN ET AL. 2008. 1). Zur Annäherung an ländliche Räume, werden die Definitionen von LIENAU (2000. 10ff.) und BALDENHOFER (2000. 249) in Stichpunkten zusammengefasst:

Siedlungsstruktur

- geringe Siedlungsdichte
- Siedlungsfläche überwiegend geprägt von Land- und Forstwirtschaft (aber rückläufig)
- von der Stadt abweichender Grund- und Aufriss der Gebäude
- hoher Eigentumsanteil der Häuser und Wohnungen
- geringe Bebauungsdichte; überwiegend Ein- und Zweifamilienhäuser

Bevölkerungs- und Sozialstruktur

- geringe Einwohnerdichte
- sozial überschaubare Gesellschaft
- Abwanderungsbereitschaft vor allem der jüngeren Generation
- hohe Dichte zwischenmenschlicher Beziehungen
- Landverbundenheit, Heimatzufriedenheit

Wirtschaftsstruktur

- geringe Arbeitsplatzdichte
- Bedeutungsverlust der Landwirtschaft
- geringe Industriedichte, kleine Industriebetriebe
- schwach entwickelter Dienstleistungssektor
- geringe Zentralität
- Abhängigkeit von Städten bei der Versorgung mit höherwertigen Gütern
- Übernahme von Funktionen für die Städte
- geringer Verknüpfungsgrad untereinander
- Pendlerdefizit im Umfeld von Agglomerationen
- schmales Spektrum von Berufsgruppen
- geringes Einkommen und hoher Anteil der im primären Sektor Beschäftigten
- Anfälligkeit für Globalisierungseffekte
- eher negative Entwicklungsdynamik

Die Kriterien geben die etwas einseitige Beschreibung ländlicher Räume in der Geographie wieder, können jedoch in Ansätzen als Grundlage für eine Analyse dienen.

Die Abgrenzung ländlicher Räume ist ebenfalls problematisch, da sie oftmals als Restkategorie zum städtischen Raum beschrieben werden (STEINBRINK 2009. 21). Differenzierungen nach Bevölkerungszahl oder -dichte erfassen lediglich siedlungsstrukturelle Merkmale. Kulturelle, wirtschaftliche und soziale Besonderheiten bleiben außer Acht. Ländliche Regionen haben sich im Laufe der Zeit ausdifferenziert, es kann nicht mehr von „dem“ ländlichen Raum ausgegangen werden. Dieser ist keine einheitliche Raumeinheit, da die Disparitäten zwischen schrumpfenden und wachsenden Regionen mehr zu- als abnehmen. Es bestehen weiterhin soziale, wirtschaftliche und kulturelle Unterschiede zwischen Dörfern in der Nähe von Verdichtungsräumen und ruralen Regionen in der Peripherie (BBSR 2013; 2010. 2; ALTROCK ET AL. 2005. 7). Bislang konnten sich keine eindeutigen Definitions- und Abgrenzungskriterien durchsetzen. Der ländliche Raum stellt ein Kaleidoskop verschiedenster Räume dar, die sich in ihrer Entwicklung bzw. in ihren Eigenheiten unterscheiden und verschiedenste Funktionen haben (BRÖCKLING 2006. 15ff.). Zudem unterscheiden sie sich in „ihrem Grad an Ländlichkeit“ (ALTROCK ET AL. 2005. 7). Einige Autoren empfehlen daher, ländliche Räume im Plural zu behandeln (GROTHUES 2006. 14; HOPPE 2010. 7f.). Vor diesem Hintergrund wurde durch die Ministerkonferenz für Raumordnung eine Kategorisierung ländlicher Räume erarbeitet (vgl. Kasten 1), die sowohl die aktuelle Situation als auch Entwicklungspotentiale berücksichtigt (BBR 2000. 63ff.; MILBERT 2002. 18f.; GROTHUES 2006. 8.).

Kasten 1 Typen ländlicher Räume

Typ 1: Strukturschwache ländliche Räume ohne nennenswerte Entwicklungspotentiale

bündeln Problemlagen wie geringe Bevölkerungsdichte, defizitäre technische und soziale Infrastruktur und schlecht ausgebauten ÖPNV. Der Rückgang der Beschäftigten im Agrarsektor kann nicht durch den sekundären oder tertiären Sektor aufgefangen werden. Diese Faktoren bedingen eine hohe Abwanderungsrate vor allem junger, qualifizierter Menschen, was neben rückläufigen Geburtenzahlen mittel- bis langfristig zu einer Einschränkung der Funktionsfähigkeit führt. Beispiele sind Teile Mecklenburg-Vorpommerns und Brandenburgs sowie Teile Ostbayerns.

Typ 2: Ländliche Räume außerhalb der großen Verdichtungsräume, aber mit wirtschaftlicher Entwicklungsdynamik

sind durch ein Wachstum an Beschäftigten im sekundären Sektor gekennzeichnet. Im Gegensatz zu Typ 1 gelang es, den Beschäftigungsrückgang in der Landwirtschaft aufzufangen, was auf die Auslagerung von Fabriken und Fertigungsbetrieben aus Großstädten zurückzuführen ist. Als Beispiele können das Emsland und Teile Nordostbayerns und Sachsen-Anhalts herangezogen werden.

Typ 3: Ländliche Räume mit relativ guten Potentialen in der Landwirtschaft und im Tourismus

sind Regionen, die durch günstige agrarstrukturelle Voraussetzungen eine gute Ausgangslage für die Landwirtschaft bieten. Dennoch macht sich der Bedeutungsrückgang des primären Sektors bemerkbar und sie gelten trotz ihrer Ressourcen als strukturschwach. Die landschaftliche Attraktivität birgt Potential für den Tourismus. Diese Räume befinden sich vor allem an Küsten, Seen, in Flusstälern und in den Bergen.

Typ 4: Ländliche Räume in günstiger Lage zu Agglomerationsräumen

weisen zwar eine im Vergleich zu Typ 1 höhere Bevölkerungsdichte auf, sind aber trotzdem von einer ländlichen Siedlungsstruktur geprägt. Sie verfügen über Verflechtungen zu den nahe gelegenen Agglomerationsräumen und Großstädten und dienen überwiegend der Erholung und dem Wohnen, wobei eine Schwächung der Erholungsfunktion durch den zunehmenden Individualverkehr droht. Die Nähe zu Agglomerationszentren beeinflusst die wirtschaftliche Struktur: Zulieferbetriebe bevorzugen kostengünstige Standorte im ländlichen Umfeld großer Städte. Ein Beispiel ist der ländliche Raum im Einzugsgebiet Münchens und Augsburgs, der Gegenstand der Untersuchung ist.

Quelle: BBR (2000. 63ff.); MILBERT (2002. 18f.); GROTHUES (2006. 8).

Die Vernachlässigung ländlicher Räume in Wissenschaft und Praxis ist problematisch, da eine Raumeinheit, die mehr als 80 % der Gesamtfläche und rund 63 % der Bevölkerung des Landes Bayern ausmacht (BAYERISCHES STAATSMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, INFRASTRUKTUR, VERKEHR UND TECHNOLOGIE 2006. 20) nicht in Vergessenheit geraten darf. Im Zuge der Wiedervereinigung wurde Deutschland ländlicher. Selbiges galt für Europa durch die Osterweiterung (GROTHUES 2006. 14). Eine intensive Auseinandersetzung mit ländlichen Räumen ist insbesondere vor dem Hintergrund verschiedener Herausforderungen wie Abwanderung, Ausdünnung der Infrastruktur und unzureichenden Versorgungsmöglichkeiten von Bedeutung. Ländliche Räume bergen Potentiale, die durch eine wissenschaftliche Thematisierung und Analyse genutzt werden können (FRANZEN ET AL. 2008. 1).

Nicht die physisch-materielle Struktur, sondern die Bewohner, welche dem Raum seine Eigenheiten zuweisen, müssen im Zentrum dieser Analyse stehen. Ländliche Räume stellen soziale Konstrukte dar, welche durch die Handlungen der Menschen hergestellt werden und verschiedene Bedeutungen erhalten (KASPAR, BÜHLER 2006 91f.). Die Bewohner ruraler Regionen können ebenso wie die Stadtbewohner nicht mehr als homogene Gruppe beschrieben werden. Vielmehr hat eine Pluralisierung der Lebensstile stattgefunden, welche unterschiedliche Werthaltungen, Verhaltensmuster und Einstellungen bedingen. Von einigen Autoren wird negiert, dass es in Zeiten einer Homogenisierung der Lebensverhältnisse noch lokal festzumachende Lebensstile gibt (vgl. u.a. WERLEN 1997). Andere konstatieren einen Bedeutungsgewinn des Räumlichen in der Postmoderne (vgl. u.a. ROHRBACH 1999). In der vorliegenden Arbeit stellt sich die Frage, ob diese Vereinheitlichung der Lebensformen und Lebensstile in der Realität zu beobachten ist oder ob die Menschen sich gerade in einer immer schnelllebiger werdenden Welt auf das Bekannte bzw. das Lokale zurückbesinnen.

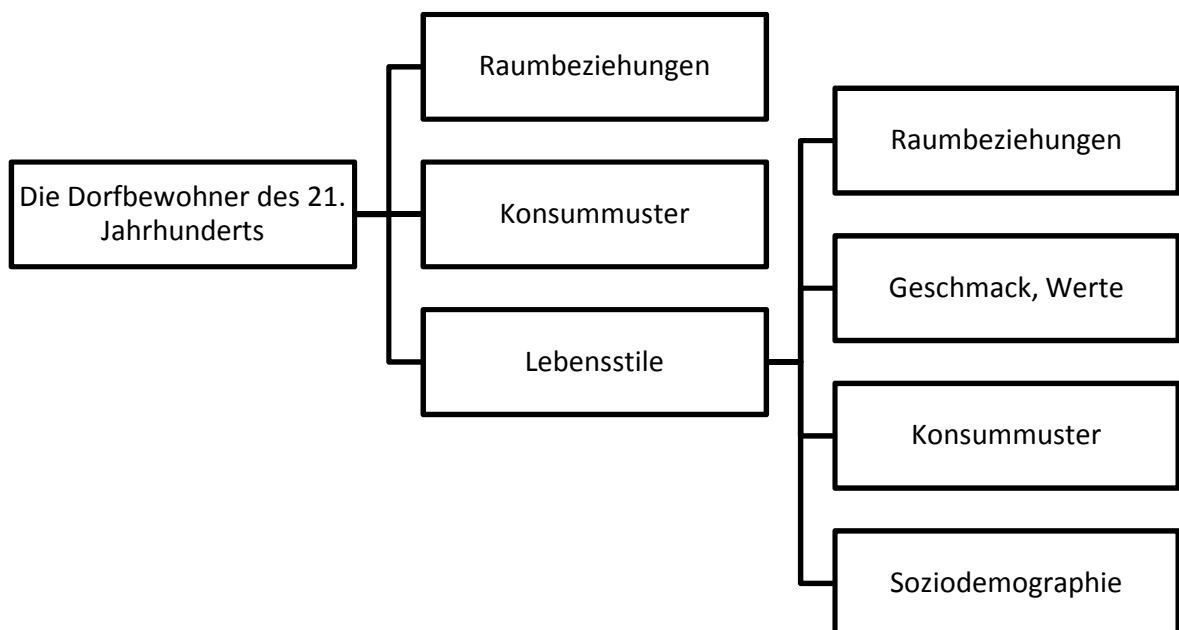
1.2 Fragestellung und Zielsetzung

Aus den obigen Überlegungen ergibt sich die forschungsleitende Fragestellung der Arbeit: Wie können die Dorfbewohner des 21. Jahrhunderts vor dem Hintergrund postmoderner Veränderungen charakterisiert werden? Konkretisiert man diese Frage, ergeben sich folgende Teilfragestellungen:

- Wie werden die Einschränkungen und Möglichkeiten ländlicher Räume von den Bewohnern wahrgenommen?
- Welche Muster der Lebensführung (Lebensstile) herrschen in ländlichen Räumen vor?
- Welche Bedeutung hat der (ländliche) Raum für die Menschen in der Postmoderne?
- Welche Konsummuster bestehen vor dem Hintergrund der wachsenden Bedeutung des Konsums sowie der eingeschränkten Konsummöglichkeiten in ländlichen Räumen?

Das Ziel der Arbeit ist eine Annäherung an die Dorfbewohner, ihrer Raumwahrnehmung und -bewertung. Zudem sollen ländliche Lebensstile und Konsummuster untersucht werden (vgl. Abb. 1).

Abbildung 1 Zentrale Aspekte der Untersuchung



Quelle: Eigener Entwurf.

Zunächst werden die Wechselbeziehungen der Dorfbewohner zum Raum herausgearbeitet, um zu analysieren, welche Rolle dieser in der Postmoderne spielt. Zudem werden die Beziehungen zum Wohnort beschrieben. Ein weiteres zentrales Thema bilden ländliche

Konsummuster, da die mangelnde Einzelhandelsausstattung ein Hauptproblem ländlicher Räume darstellt und die Kenntnis der Konsumgewohnheiten die Voraussetzung für eine angemessene Reaktion darstellt. Schließlich werden ländliche Lebensstile gebildet, wobei Raumbeziehungen und Konsummuster im Zentrum stehen. Die Fragestellung wird durch einen Mix quantitativer und qualitativer Methoden beantwortet. Eine standardisierte schriftliche Haushaltsbefragung liefert die Basis für eine erste Annäherung an die Raumbeziehungen und Konsummuster der Dorfbewohner und dient als Grundlage für die Lebensstilbildung. Zur weiterführenden Interpretation der Raumbeziehungen werden qualitative Leitfadeninterviews mit Bewohnern ländlicher Gemeinden durchgeführt. Eine standardisierte Einzelhandelskartierung dient als Grundlage für die Bewertung des örtlichen Handels. Die Untersuchungsgemeinden Großaitingen und Scheuring befinden sich im ländlichen Raum im Umfeld der Städte München und Augsburg.

1.3 Stand der Forschung

Die vorliegende Arbeit bewegt sich im Spannungsfeld zwischen Soziologie und Geographie und ist aufgrund ihrer Interdisziplinarität keinem Forschungsfeld eindeutig zuzuordnen. Sie umfasst Elemente der Siedlungsgeographie, der Geographie des ländlichen Raumes, der Sozialstrukturanalyse, der Sozialgeographie und der Geographischen Handelsforschung.

Die Bedeutung des Raumes in der Postmoderne ist spätestens seit DAVID HARVEYS „*The Condition of Postmodernity. An Enquiry into the Origins of Cultural Change*“ (1989) eine beliebte Thematik in der Geographie. Insbesondere die Reaktionen der Menschen auf die postmodernen Veränderungen sowie die Bedeutung des Raums in Zeiten der Homogenisierung bilden angesehene Forschungsfelder. BENNO WERLENS „*Sozialgeographie alltäglicher Regionalisierungen*“ (1997) besagt, dass in Folge der Entankerung der Lebensverhältnisse im Zuge der Postmoderne die Region ihre Bedeutung für die Menschen verliert. ROHRBACH (1991) geht von einem Bedeutungsgewinn regionaler Identität durch die Entankerung aus. WEICHHARTS Studie (1990) zu raumbezogener Identität statiert, dass gerade die Globalisierung zu einer Rückbesinnung auf die räumliche Komponente führt. KÜHNE (2006) und KÜHNE, SPELLERBERG (2010) analysieren, welche Bedeutung Heimat in der Postmoderne und ihren Begleiterscheinungen wie Schnelllebigkeit und erhöhten Flexibilitätsanforderungen für die Menschen hat. HUBER (1999) untersucht ebenfalls, inwiefern die Postmoderne die Bedeutung von Heimat veränderte. Lokale bzw. kommunale Identität bilden die Basis der Arbeiten von BEHNEN, KÜHNE (2006) und BÜHLMANN (2010).

Studien zum ländlichen Raum waren lange Zeit rein deskriptiv und bis in die 1970er Jahre dominierten historisch-genetische Untersuchungen die wissenschaftliche Auseinandersetzung. Vor allem die Siedlungs-, Flur-, Bauernhaus- und Wüstungsforschung sowie die Klärung der grundlegenden Begriffe „Dorf“ und „ländlicher Raum“ standen im Mittelpunkt des Forschungsinteresses. Das Ende der Grundlagenforschung und eine Hinwendung zum Menschen als Forschungsobjekt leiteten Arbeiten zur dörflichen Sozialstruktur, Identität und Gemeinschaft ein (GROTHUES 2006. 11f.). Heute ist der ländliche Raum Thema in den unterschiedlichsten Disziplinen wie Sozial-, Agrar-, Raum- oder Ingenieurwissenschaften (SPRINGER, ZENS 2012. 7). Forschungsthemen sind z.B. die Ursachen und Folgen des sowie Reaktionen auf den demographischen Wandel (vgl. u.a. MÜHLBÖCK, NEUNHERZ 2008; BEETZ 2009; CHILLA ET AL. 2008; MACHOLD, TAMME 2009; RAUPRICH 2008; STERNBERG 2010) und die Folgen des Transformationsprozesses für ländliche Räume bzw. die Probleme und Chancen ländlicher Räume in Ostdeutschland (vgl. u.a. DITTRICH, OSWALD 2010; WODERICH 2007).

Die Charakterisierung der ländlichen Gesellschaft bzw. ländlicher Lebensweisen stellt ein bedeutendes Forschungsthema dar, wobei sich die Methoden und Schwerpunkte unterscheiden. ALISCH (2008) analysiert die ländliche Sozialstruktur mit den Methoden der Sozialraumanalyse, während BEETZ (2008) das Zentrum-Peripherie-Modell anwendet, um sich der ländlichen Gesellschaft anzunähern. BAURIEDL ET AL. (2010) untersuchen die Zusammenhänge zwischen Raumstruktur, Ortsbeziehungen und Sozialstruktur mit Fokus auf Geschlechterbeziehungen. Die Entstehung einer komplexen Struktur ländlicher Gesellschaften im Zuge der Counterurbanisierung und die Stilisierung der ländlichen Räume als Sehnsuchtsraum thematisiert REDEPENNING (2009). HAHN (2009) konzentriert sich auf die Lebensweisen von Zuzüglern in suburbanen Gemeinden. Den Wandel ländlicher Lebensweisen behandelt DIRKSMEIER (2009) und entwirft die These, dass städtisches Leben auch in ländlichen Räumen stattfindet. Analog dazu untersucht PISCZEK (2008) die Bedeutung des Begriffes „Ländlichkeit“. LIEBL und NICOLAI (2008) erforschen, inwiefern in (post)modernen Gesellschaften noch (post)traditionelle Gemeinschaften vorkommen. MOSE ET AL. (2010) erklären den Wandel der ländlichen Gesellschaft anhand zweier Faktoren: Der Globalisierung auf dem Lande sowie den sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Veränderungen der ländlichen Räume (Bevölkerungsrückgang, wachsende Bedeutung des Tourismus, Entstehung von Agrarindustrie, Bewahrung der Umwelt). Die Folgen des wirtschaftlichen Strukturwandels

auf ländliche Gesellschaften sowie den planerischen Umgang mit diesen Veränderungen untersuchen FRANZEN ET AL. (2008).

Einige Autoren versuchen eine Annäherung an die ländliche Gesellschaft durch Lebensstile (vgl. u.a. SPELLERBERG 2004; RICHTER 1994, 2004; GROTHUES 2006). Es gibt schier unendliche viele Lebensstiluntersuchungen, die sich sowohl in der Anzahl der Lebensstilgruppen als auch in deren Zusammensetzung unterscheiden. Ebenso finden sich in der Literatur beinahe unzählige Definitionen (KRÄUßLICH 2008. 18). Vergleiche sind daher schwierig, andere Studien können lediglich eine Orientierungshilfe bieten (GROTHUES 2006. 140). Wie SPELLERBERG (1996. 60) betont, greifen die meisten Lebensstilstudien möglichst viele Verhaltensweisen und Denkmuster auf. Vor allem im expressiven Verhalten werden beinahe alle außerberuflichen Aktivitäten der Menschen untersucht. Studien, die sich auf ein Verhaltensmuster wie das Freizeitverhalten und die Mobilität (vgl. u.a. GROTHUES 2006; BECKMANN ET AL. 2006) oder eine soziale Gruppe (vgl. u.a. KRÄUßLICH 2008) konzentrieren, bilden die Ausnahme. In der Geographie wurde die Bedeutung von Lebensstilen zur sozialen Strukturierung der Gesellschaft oftmals vernachlässigt, obwohl wegbereitende Theorien (vgl. u.a. BOURDIEU 1987; GIDDENS 1984) auf die Wechselwirkung zwischen Raum und Gesellschaft hingewiesen haben (KRÄUßLICH 2008. 6). Die Rolle ländlicher Räume in Bezug auf Lebensstile wurde von der Sozialwissenschaft bisher kaum untersucht, da sich raumspezifische Lebensstilforschungen zumeist auf Städte beziehen (KLEE 2001. 11f.; vgl. u.a. HILPERT, STEINHÜBL 1998; DANGSCHAT, BLASIUS 1994; DANGSCHAT, HAMEDINGER 2007; BLASIUS, FRIEDRICHS 2011). Kaum untersucht wird die raumprägende Wirkung von Lebensstilen, obwohl das lebensstilspezifische Verhalten (z.B. Einkaufen, Wohnen, Freizeitverhalten) auf Räume wirkt (HILPERT, STEINHÜBL 1998. 11). Die zumeist soziologischen Arbeiten zu ländlichen Lebensstilen beschreiben vor allem grundlegende Werte und Verhaltensdispositionen (vgl. u.a. SPELLERBERG 2004; RICHTER 1994, 2004) oder das Freizeitverhalten (vgl. u.a. GROTHUES 2006) der Lebensstilgruppen. FLIEGE (1998) und PEVETZ, RICHTER (1993) konzentrieren ihre Forschungen auf Bauernfamilien. HAINZ (1999) untersucht den Wandel ländlicher Lebensformen und Lebensstile seit 1952.

Im Gegensatz dazu differenziert die vorliegende Arbeit Lebensstile nach soziodemographischen Merkmalen, Werten und Geschmack sowie anhand ihrer Raumbeziehungen. Im Vordergrund stehen die Bedeutung des Ländlichen und die Wahrnehmung des Wohnortes. Darüber hinaus werden die Konsummuster der Lebensstile untersucht, um das Einkaufsverhalten verschiedener Gruppen nachzuvollziehen. Gerade in ländlichen Räumen, welche in Zukunft in der Einzelhandelsversorgung mit Schwierigkeiten

konfrontiert werden, kann diese Erkenntnis von Nutzen sein. Die ländliche Versorgungslage wurde oftmals erforscht und diskutiert (vgl. u.a. KUHLCHE ET AL. 2005a; BENZEL 2006; STEFFEN, WEEBER 2001; NEU 2009). Auf der rein quantitativen Seite bestehen daher kaum Forschungsdefizite. Studien, welche sich mit den Konsumgewohnheiten verschiedener Lebensstile beschäftigen, finden sich ebenso in großer Anzahl (vgl. u.a. OPASCHOWSKI 1990; JÄCKEL 2011; LÜDTKE 2000 a, b). Die vorliegende Arbeit untersucht den Zusammenhang zwischen raumbezogenen Lebensstilen und Konsummustern.

1.4 Aufbau der Arbeit

Kapitel 2 bildet den theoretischen Rahmen der Arbeit. In Kapitel 2.1 werden anhand von drei Raumtheorien die Ursachen und Folgen des postmodernen Umbruchs erläutert und auf ländliche Räume übertragen. Die ländliche Gesellschaft bildet den Schwerpunkt von Kapitel 2.2. Zunächst werden der soziale Wandel auf dem Lande sowie die These der Renaissance der Ländlichkeit erläutert. Ergänzend werden das Zusammenleben in der Dorfgemeinschaft, die Folgen und Ursachen der Zuwanderung und die Sichtweisen von Landbewohnern auf ihren Wohnort bzw. auf Städte thematisiert. Aufgrund des sozialen Wandels entstanden auf dem Lande Lebensstile. Nach einer Annäherung an den Lebensstilbegriff wird anhand dreier exemplarischer Studien zu Lebensstilen auf dem Lande der Zusammenhang zwischen Lebensstilen und Ländlichkeit erläutert. Abschließend erfolgt eine Darstellung der ländlichen Einzelhandelsproblematik. Dabei werden die Ursachen des Wandels im Einzelhandel, insbesondere die Rolle der Konsumenten, dargestellt. Weiterhin werden die Grundlagen des (räumlichen) Konsumverhaltens zusammengefasst. Die theoretischen Ausführungen bilden die Basis für vier Hypothesen, die in Kapitel 2.3 zusammengefasst werden. Die Beschreibung der Lage, Geschichte und soziodemographischen Struktur sowie der Einzelhandelsausstattung der Untersuchungsgemeinden findet sich in Kapitel 3. Das methodische Konzept der Untersuchung wird in Kapitel 4 beschrieben. Es erfolgt eine Darstellung der Erhebungstechniken und -instrumente sowie der Auswertungsmethoden. Kapitel 5 umfasst die empirischen Befunde der Untersuchung. Zunächst wird der Raumbezug der Dorfbewohner auf der Grundlage einer schriftlichen Haushaltsbefragung und qualitativer Leitfadenterviews analysiert (Kap. 5.1). Darauf folgt die Untersuchung des ländlichen Konsumverhaltens. Dabei stehen, neben dem faktischen Einkaufsverhalten, Einkaufsorientierungen und -vorlieben im Vordergrund (Kap. 5.2). Schließlich werden raumbezogene Lebensstile gebildet (Kap. 5.3) und die Hypothesen evaluiert (Kap. 5.4). Kapitel 6 stellt ein Fazit dar und bringt die Thematik in einen praktischen Zusammenhang.

2 Der ländliche Raum im Wandel

Der ländliche Raum hat sich verändert und teilweise den Städten angenähert. Die Postmoderne mit ihren Begleiterscheinungen hat Einzug in die Dörfer gehalten. Dennoch bestehen in den Vorstellungen vieler Menschen idyllische Bilder vom Leben auf dem Lande. Es wird häufig verklärt und stellt einen Gegenpol zur hektischen Stadt bzw. zu den Negativfolgen der Postmoderne dar. Im folgenden Kapitel wird vor dem theoretischen Hintergrund des postmodernen Raumbegriffes beschrieben, wie sich das Landleben verändert hat, wie es sich heute darstellt und ob es spezifische Lebensstile impliziert. Zudem wird auf einen wichtigen Aspekt der Lebensstilforschung eingegangen: Das Konsumverhalten, welches in ländlichen Regionen vor dem Hintergrund einer defizitären Versorgungslage einige Besonderheiten aufweist.

2.1 Theoretischer Rahmen: Der Raumbegriff in der Postmoderne

Ein Schwerpunkt der Untersuchung liegt auf den Wechselwirkungen zwischen Mensch und Raum in Zeiten der postmodernen Veränderungen. Der Raumbegriff wird in der Soziologie und der Humangeographie auf unterschiedlichste Art und Weise definiert und unter verschiedensten Blickwinkeln betrachtet (KRÄUSSLICH 2008. 9). Bis zum 19. Jahrhundert entsprach der Raum in der Geographie einzig dem physischen Naturraum, der durch naturwissenschaftliche Methoden zu untersuchen war. Physische Geographie und Länderkunde stellten die Forschungsschwerpunkte dar. Beeinflusst durch Darwins Evolutionstheorie entwickelte sich Ende des 19. bis Anfang des 20. Jahrhunderts der Geodeterminismus, der unter anderem von Friedrich Ratzel geprägt wurde (WERLEN 2004. 79ff.). Der Raum wurde als Behälter definiert, der das Handeln steuert und die Basis für die menschliche Entwicklung bildet (WERLEN 2004. 383, 392). Das Bild des Container-Raumes geht auf Isaac Newton (1643-1727) zurück, der die Vorstellung eines absoluten Raumes entwickelte, welcher keine Beziehung zu den in ihm existierenden Körpern aufweist (Löw 2001. 24ff.). Während Geographen im französischen und englischen Sprachraum den gesellschaftlichen Veränderungen durch die Industrialisierung frühzeitig Rechnung trugen, blieb die deutsche Geographie bis in die 1950er Jahre dem physischen Naturraumbegriff und der Landschaftskunde verhaftet (WERLEN 2004. 79f.). Der soziale Wandel der vergangenen Jahrzehnte veränderte die Lebensbedingungen der Menschen und deren Beziehungen zum Raum. Die Arbeiten der französischen Soziologen Michel Foucault und Henri Lefebvre in den 1960er und 1970er Jahren verschafften dem Raum eine neue Bedeutung. Er wurde nicht mehr nur als starres Behältnis, das seine Umgebung und die in ihm lebenden Objekte

beeinflusst, definiert. Vielmehr entstand die Idee, dass er mit seinem Umfeld und den darin lebenden Menschen in einer Wechselwirkung steht (DANGSCHAT 2007. 24). Im Rahmen des *Spatial Turns*¹ erschienen in der Humangeographie Neukonzeptionen des klassischen Raumbegriffs, welche den postmodernen Veränderungen und deren Einfluss auf das Raumverhältnis der Menschen Beachtung schenkten (WERLEN 2008. 55ff., 365f., 2004 151f.; WEICHHART 2008. 55ff.).

2.1.1 Postmoderne Veränderungen

*Der Mensch von heute hat nur ein einziges wirklich neues Laster erfunden:
die Geschwindigkeit (Aldous Huxley).*

Dem vormodernen Mensch wurde von Geburt an eine feste Stellung in der Welt zugeschrieben, die auf einer bestehenden Sozialordnung basierte. In der Moderne wurde der Einzelne vor die Aufgabe gestellt, seinen Platz im gesellschaftlichen Gefüge zu suchen und fand diesen in Faktoren, die idealerweise eine gewisse Stabilität boten, wie dem Beruf, der Familie oder dem Wohnort. Veränderungen sollte es lediglich im Hinblick auf ein immerwährendes Wachsen und Entwickeln geben, z.B. eine Verschönerung des Hauses, die Gründung einer Familie oder berufliche Weiterbildung. Obwohl dieses Ideal oft nicht erreicht werden konnte, war es tief im gesellschaftlichen Bewusstsein verankert (ROSA 2007. 13ff.). Seit den 1950er Jahren hat ein rapider sozialer Wandel stattgefunden (GEORG 1998. 18ff.), welcher sich durch Homogenisierung, Rationalisierung und Globalisierung ausdrückt (WEICHHART 1990. 25) und als Spätmoderne, zweite Moderne, reflexive Moderne oder Postmoderne bezeichnet wird (OßENBRÜGGE 1999. 37).

„Allgemein bezeichnet Postmoderne in der Soziologie die Gesamtheit gegenwärtiger soziokultureller Prozesse, die auf eine zunehmende Differenzierung und Pluralisierung von weltanschaulichen Orientierungen, Wertsystemen, Einstellungen, Lebensstilen, Verhaltensweisen und Formen sozialer Beziehungen hinauslaufen, verbunden mit einer Zunahme von Orientierungsschwierigkeiten, Gegensätzen, Widersprüchen und Konflikten, aber auch von Möglichkeiten autonom-individueller Lebensgestaltung“ (HILLMANN 1994. 683).

Die Postmoderne ist geprägt von Pluralisierung, Individualisierung und einer Zunahme an Wahlmöglichkeiten. Bislang geltende Normen und Werte, Traditionen und Konventionen

¹ Der *Spatial turn* beschreibt einen Paradigmenwechsel in den Kultur-, Geistes- und Sozialwissenschaften seit den 1980er-Jahren, der eine Hinwendung zum geographischen Raum als Bedeutungsträger für Kultur und Gesellschaft in den Fokus stellt (BELINA, MICHEL 2008. 7).

verlieren an Bedeutung, was einen Gewinn an persönlicher Freiheit, aber auch eine größere Verantwortung für den Einzelnen bedeutet (KÜHNE 2006. 4; ROSA 2007. 13ff.; WEICHHART 1990. 25). Er ist vor die Aufgabe einer eigenen Identitätsbildung gestellt, während gleichzeitig die Identifikationsmöglichkeiten schwinden (WEICHHART 1990. 27). Die Beschleunigung des Lebenstempos verändert die Beziehung zum Raum, zu den Mitmenschen und zu sich selbst. Dinge, die heute noch zeitgemäß sind, sind morgen von gestern, soziale Kontakte werden vielfältiger, aber oberflächlicher (ROSA 2007. 16f.). Technischer Fortschritt, moderne Kommunikationstechnologien und Innovationen im Transportwesen lassen physische Grenzen unbedeutend erscheinen. Fast-Food-Lokale, Banken oder Hotels auf allen Kontinenten ähneln einander (vgl. Kap. 2.1.2.1). Nähe und Ferne werden von räumlichen zu sozialen Begriffen: Der Chatpartner am anderen Ende der Welt kann für den Einzelnen wichtiger sein als der eigene Nachbar. Oftmals wird von einem „*Verschwinden der Distanz*“ (WERLEN 2008. 12) gesprochen, da der Raum rapide an Bedeutung für die Menschen einbüßt. Die Idee einer stabilen Heimat, die immer bleibt und einen Fixpunkt im Leben darstellt, verliert an Plausibilität. „Nomaden“ galten in der Moderne und der Vormoderne als Obdachlose und erfuhren eine negative Stigmatisierung, welche heute diejenigen trifft, die eine feste Heimat haben und daher als unflexibel und immobil gelten (ROSA 2007. 13ff.; WERLEN 2008. 12). Das schnelle Tempo, die fehlenden Identifikationsmöglichkeiten, der Bedeutungsverlust des Räumlichen sowie der Wandel von „Orten“ zu „Nicht-Orten“² führt zu einer Entfremdung, einer Heimatlosigkeit und einer Instabilität im Leben der Menschen (WEICHHART 1990. 27).

2.1.2 Postmoderne Raumtheorien

Auf Basis von drei richtungsweisenden Raumkonzepten wird das zugrundeliegende Raumverständnis der Arbeit dargestellt. DAVID HARVEY thematisiert als einer der ersten Geographen den Prozess und die Folgen der Globalisierung bzw. die Veränderung der Wahrnehmung von Raum und Zeit im Zuge der Postmoderne. BENNO WERLEN befasst sich mit den Konsequenzen dieses veränderten Raumwahrnehmens und rückt den Menschen als aktives Subjekt in den Vordergrund. PETER WEICHHART beschreibt eine Reaktion auf die Veränderungen der Postmoderne: die Rückbesinnung auf die räumliche Komponente.

² Der Ethnologe und Anthropologe Marc Augé konstatiert in seinem Werk „*Non Lieux*“, dass in einer modernen, globalisierten Gesellschaft „Nicht-Orte“ entstehen, die keine symbolische und persönliche Bedeutung haben und aufgrund ihrer rein funktionalen Bedeutung austauschbar sind, z.B. Flughäfen, U-Bahnen, Supermärkte oder Hotelketten (HUBER 1999. 82ff.). „*So wie ein Ort durch Identität, Relation und Geschichte gekennzeichnet ist, so definiert ein Raum, der keine Identität besitzt und sich weder als relational noch als historisch bezeichnen läßt, einen Nicht-Ort*“ (AUGÉ 1994. 92).

2.1.2.1 Time-Space Compression (DAVID HARVEY)

Als einer der ersten Geographen sah DAVID HARVEY den Raum nicht als vorgegebenen, absoluten Container, der nicht-räumliche Attribute beinhaltet. Vielmehr ging er davon aus, dass menschliches Handeln Räume erschafft, welche wiederum das Handeln beeinflussen. Der Raum wird als Ursache und Ergebnis des sozialen Lebens beschrieben. Mensch und Raum stehen in einer gegenseitigen Wechselwirkung (CASTREE 2004. 237). HARVEYS Verständnis von Raum und Zeit gründet in der Verknüpfung der Theorie des sozialen Wandels mit dem Raum. Er kritisiert an bisherigen Sozialtheorien³, dass der Raum als naturgegeben und unbeweglich angesehen und Wandel nur in der Dimension eines historischen, zeitlichen Prozesses betrachtet wird. Für HARVEY ist sozialer Wandel immer durch die Veränderung des Verständnisses von Raum und Zeit zu erklären, welche die Basiskategorien der menschlichen Existenz bilden. Obwohl Zeit in Sekunden, Minuten und Stunden eingeteilt wird, was die Organisation des Lebens erleichtern und ein Gefühl der Sicherheit vermitteln soll, ist das zeitliche Empfinden sehr subjektiv. Manchmal erscheinen Minuten wie Stunden, manchmal scheint die Zeit wie im Fluge zu vergehen. Ebenso wird Raum als naturgegebene Tatsache angesehen, der Schlüsselattribute wie Form, Volumen und Fläche zugeschrieben werden können. Gleichzeitig unterscheiden sich die Raumvorstellungen einzelner Menschen, wie z.B. Mental Maps zeigen. HARVEY betont, dass Raum und Zeit keine objektiven Bedeutungen aufweisen, sondern soziale Konstrukte sind, die von den vorherrschenden Lebensbedingungen abhängen. Mit veränderten Lebensumständen geht ein Wandel der Raum- und Zeitwahrnehmung einher, der wiederum Einfluss auf kulturelle Praktiken und Handlungen hat (HARVEY 1989. 201ff.; 2008. 36f.).

In „*The Condition of Postmodernity. An Enquiry into the Origins of Cultural Change*“ (1989) thematisiert HARVEY die Postmoderne als den sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Wandel seit 1972, dessen Ursprung er in der Wirtschaftsform des Kapitalismus sieht. Sie führt zu einer veränderten Wahrnehmung von Raum und Zeit. *Time-space-compression* bedeutet, dass die Zeit den Raum durch Erneuerungen im Transport- und Kommunikationswesen „vernichtet“. Als Anhänger des historischen Materialismus⁴ sieht HARVEY soziale Veränderungen im Zusammenhang mit ökonomischen Prozessen (BELINA, MICHEL 2008. 7ff.; 23f.). Wirtschaftlicher Wandel stellt den ersten Schritt zu sozialen und kulturellen Veränderungen dar und der Kapitalismus wird als Wurzel der time-space-compression

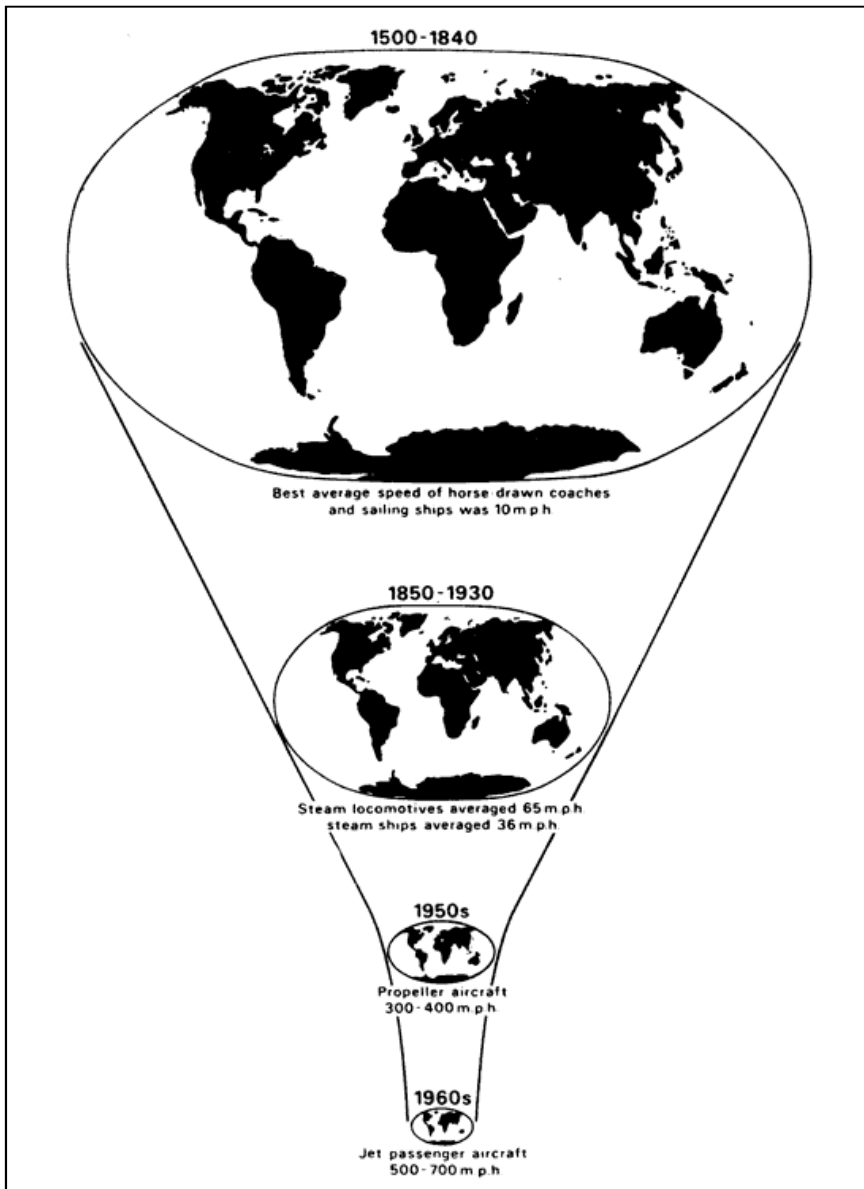
³ Sozialtheorien bis 1989

⁴ Der Historische Materialismus beschreibt Theorien zur Entwicklungsgeschichte der Gesellschaft auf der Basis der Ideen von Karl Marx und Friedrich Engels (BELINA, MICHEL 2008. 8).

gesehen (HARVEY 1989. 201). HARVEY beschreibt Raum, Zeit und Geld im Kapitalismus als wichtige Quellen für Macht. Sie sind jedoch nicht unabhängig voneinander, sondern setzen sich gegenseitig voraus. Das Sprichwort „Zeit ist Geld“ scheint charakteristisch für die kapitalistische Gesellschaft, in der die Zeit zur Überwindung von Distanzen möglichst gering sein soll (HARVEY 1989. 229). Analog kann die These auf den Raum angewandt werden: Neuerungen im Transport- und Kommunikationssystem können helfen, räumliche Barrieren zu überwinden und Distanzen zu verringern. Die Voraussetzung für diese Innovationen ist Geld (HARVEY 1989. 232). Wer Geld hat, kann sich Raum und Zeit „unterwerfen“. Ein Immobilienspekulant, der genug Kapital hat, um zu warten, bis sich die Investition in ein Objekt lohnt, ist eindeutig im Vorteil (HARVEY 1989. 226). Geld hatte schon immer Einfluss auf die Bedeutung von Raum und Zeit, wie HARVEY am Beispiel mittelalterlicher Händler erläutert. Sobald Geld als wichtige Quelle für Macht und Besitz angesehen wurde, veränderte sich das Verständnis von Raum und Zeit. Als über größere Räume Handel betrieben werden musste, war es wichtig, Distanzen in einer angemessenen Zeit zurücklegen zu können. Zeitgleich entstanden erste Uhren und es wurden Glocken eingeführt, welche die Arbeiter an ihre Pflichten erinnern sollten (HARVEY 1989. 227f.).

HARVEY betont, dass seit Beginn des Kapitalismus stets Wellen von time-space-compression bestanden, welche auf Veränderungen der ökonomischen Situation zurückzuführen sind (HARVEY 1989. 240). Abb. 2 illustriert, inwiefern sich die Wahrnehmung von Raum und Zeit, die immer an die Dauer für die Raumüberwindung geknüpft ist, in den letzten Jahrhunderten gewandelt hat. War früher eine schier endlose Zeit nötig, um kurze Distanzen zu überwinden, reduziert sich diese mittlerweile auf ein Minimum. Die zuvor so unterschiedlichen, unzähligen „Orte“ der Erde werden als ein einziges „globales Dorf“ wahrgenommen.

Abbildung 2 Schrumpfende Weltkarte



Quelle: HARVEY (1989. 241).

Er begründet diese Wahrnehmung vor allem mit Neuerungen im Transportsystem, welche die Zeit, die für die Distanzüberwindung benötigt wird und somit die damit verbundenen Kosten, um ein Vielfaches reduzieren (vgl. Tab. 1; HARVEY 1989. 240f.).

Tabelle 1 Durchschnittliche Fortbewegungsgeschwindigkeiten im Laufe der Zeit

Zeit	Fortbewegungsmittel und Geschwindigkeit (in m.p.h.)
1500 - 1840	Pferdekutschen und Segelboote: 10
1850 - 1930	Dampflokomotiven: 65, Dampfschiffe: 36
1950er	Propellerflugzeuge: 300 – 400
1960er	Düsenflugzeuge: 500 – 700

Quelle: Eigene Darstellung nach RICHTER (2001. o.S.); Harvey (1989. 241).

HARVEYS Thesen zur veränderten Wahrnehmung von Raum und Zeit wurden in der geographischen Diskussion um die Folgen des Globalisierungsprozesses häufig aufgegriffen (vgl. u.a. ROHRBACH 1999). Sein Ansatz zur time-space-compression bildet die Grundlage für das Raumverständnis der vorliegenden Arbeit. BENNO WERLEN nutzt u.a. den raumzeitlichen Schrumpfungsprozess als eine Grundlage für seine „Sozialgeographien alltäglicher Regionalisierungen“ (WERLEN 2000b. 6f.). Eine Konsequenz der time-space compression sieht HARVEY (2005. 3) in einem Bedeutungsgewinn des Räumlichen. Insbesondere raumbezogene Identität scheint gerade in einer Welt, in der räumliche Grenzen schwinden, wichtiger für die Menschen zu werden. Dies greift Peter Weichhart in seinem Konzept der raumbezogenen Identität auf (vgl. Kap. 2.1.2.3).

2.1.2.2 Sozialgeographie alltäglicher Regionalisierungen (BENNO WERLEN)

„Globales hängt von Handlungen lokal situierter Subjekte ab, und deren lokale Bedingungen des Handelns sind von globalen Phänomenen durchdrungen.“
(WERLEN 1997. 1).

BENNO WERLEN kritisiert die Raumfixierung der traditionellen Geographie, die aufgrund der Ausblendung von Sozialtheorien die Beziehungen zwischen Gesellschaft und Raum nicht adäquat erklären könne. Nicht der Raum, sondern die Handlungen der Einzelnen bzw. deren Herstellung und Aneignung von Raum sollen im Interesse der Forschung stehen (handlungszentrierte Perspektive). Raum ist demnach kein Container, in dem sich die Handelnden befinden, sondern ein Aspekt des Handelns selbst. Dabei können sowohl sozial-kulturelle als auch physisch-materielle Begebenheiten den Handelnden beeinflussen. Sie wirken zwar auf das Subjekt, stellen jedoch nicht den einzigen Einflussfaktor dar und sind daher ungeeignet, soziale Handlungen allein zu erklären (WERLEN 2000a. 611f.; WERLEN, LIPPUNER 2007. 22ff.; BÜRKNER 1999. 81; NIEDERMEIER 1999. 12f.). Aufgrund der radikalen Veränderungen des Verhältnisses von Gesellschaft und Raum entwirft WERLEN in Anlehnung an die von ANTHONY GIDDENS (1984) verwendeten Begriffe *embeddedness* und *disembeddedness* zwei Arten von Lebensformen: räumlich-zeitlich verankerte (traditionelle) und entankerte (spät-moderne) Lebensformen (vgl. Tab. 2).

Tabelle 2: Vergleich verankerter und entankerter Lebensformen

	Verankerte Lebensformen	Entankerte Lebensformen
Zeit	Traditionen verknüpfen Vergangenheit und Zukunft	Alltägliche Routinen erhalten Seinsgewissheit
	Verwandtschafts-, Stammes- und Standesverhältnisse organisieren und stabilisieren soziale Beziehungen	global auftretende Generationskulturen, Lebensformen und -stile
	Herkunft, Alter und Geschlecht bestimmen soziale Positionen	soziale Positionen sind erwerbbar
Raum	Face-to-Face Situationen bestimmen die Kommunikation	Systeme (wie [Plastik-]Geld, Schrift und Expertensysteme) ermöglichen mediatisierte Beziehungen über große Distanzen
	geringe interkommunale Kommunikation	weltweite Kommunikationssysteme
	Die lokale Dorfgemeinschaft bildet den vertrauten Lebenskontext	globale Stadt bildet den weitgehend anonymen Erfahrungskontext

Quelle: Eigene Darstellung nach WERLEN (2000a. 614).

Verankerung bezeichnet die Einbettung von Individuen in soziale Handlungsbezüge, die konkret lokalisierbar sind (WERLEN 2000a. 614; BÜRKNER 1999. 82ff.). Räumlich verankerte Lebensformen sind gekennzeichnet durch eine über einen langen Zeitraum bestehende Stabilität. Die vorherrschenden Traditionen geben vor, was erlaubt und wie etwas zu tun ist. Individuelle Entscheidungen werden erschwert. Die Menschen haben eine klare Stellung im gesellschaftlichen Gefüge, das auf Basis von Verwandtschafts-, Stammes- oder Standesverhältnissen entsteht (WERLEN 2002. 8). Räumlich verankerte Lebensformen sind meist auf einen niedrigen technischen Stand der Fortbewegungs- und Kommunikationsmittel zurückzuführen (WERLEN 2000a. 614). Das soziale und kulturelle Leben beschränkt sich auf einen lokal bzw. regional sehr begrenzten Raum (WERLEN 2000b. 9). Regionen in traditionellen Gesellschaften sind in sich sehr homogen und ihre Bewohner verfügen über gleichförmige Lebensbedingungen, da ihr Leben und ihre Erfahrungen auf die Region beschränkt sind (WERLEN 2000a. 616). Im Gegensatz dazu sind spätmoderne Lebensformen von einer räumlichen und zeitlichen Entankerung gekennzeichnet (WERLEN 1995. 132). WERLEN sieht die *time-space-compression* (vgl. Kap. 2.1.2.1) in Folge der ökonomischen Globalisierung und der Verbesserung der Kommunikationstechnologien als Ursache für die Entankerungsprozesse (BÜRKNER 1999. 83). Die Auflösung der zeitlichen Stabilität begründet sich durch den Bedeutungsverlust von Traditionen. Entankerte Lebensformen orientieren sich an global auftretenden kulturellen und sozialen Phänomenen (WERLEN 2000a. 615; BÜRKNER 1999. 82). Verwandtschaftsbeziehungen verlieren an Relevanz, soziale Beziehungen entstehen durch ökonomische Aktivitäten. Die räumliche Entankerung begründet sich in der Verbesserung der

Verkehrsinfrastruktur, der zunehmenden Mobilität und der Entwicklung globaler Kommunikationssysteme. Daher ist der Erfahrungshorizont der Menschen nicht mehr an lokale Bedingungen, Traditionen und Lebensformen gebunden, sondern weitet sich global aus. Zudem vermischen sich unterschiedlichste lokale oder regionale Kulturen (WERLEN 2000b. 6; 10). Während die Lebensweisen innerhalb einer Region in der traditionellen Lebensform weitestgehend homogen waren, existieren in spätmodernen Gesellschaften vielfältige Lebensweisen und Lebensstile. Einer interregionalen Homogenisierung steht eine intraregionale Heterogenisierung bzw. Differenzierung gegenüber. Sämtliche Lebensformen können an jedem Ort der Welt gleichermaßen vorkommen (NIEDERMEIER 1999. 12f.; WERLEN 1997. 285ff.). Dennoch hat die Vorstellung einer Region weiterhin ihre Bedeutung und es treten neue Prozesse der Regionalisierung auf, die eine bewusste Wiederverankerung zum Ziel haben (WERLEN 1997. 216), z.B. in Form von Lebensstilen oder regionaler Identität (BÜRKNER 1999. 83). WERLEN (1997. 245ff.) betont, dass Lebensstile das Resultat persönlicher Entscheidungen der Menschen und nicht durch regionale Bedingungen vorgegeben sind. Die Prozesse der Regionalisierung, die durch alltägliche Handlungen der Menschen entstehen, werden von Benno WERLEN in Anlehnung an WOLFGANG HARTKE als „alltägliches Geographiemachen“ bezeichnet (WERLEN, LIPPUNER 2007. 22ff.; BÜRKNER 1999. 81; NIEDERMEIER 1999. 12f.). Die alltäglichen Regionalisierungen sind eine Methode der Menschen, sich den Raum wieder anzueignen. Demnach können sich Handlungen an bestimmten Regionen orientieren und diese zu Bestandteilen des Handelns werden. Sie sind jedoch nicht an Regionen gebunden, sondern subjektspezifisch. Somit können in spätmodernen Gesellschaften innerhalb von Regionen unterschiedlichste Regionalisierungen vorherrschen, während in traditionellen Gesellschaften die Verankerungen auf einen bestimmten lokalen Kontext beschränkt waren (WERLEN 1997. 288). Die vielfältigen Formen von Weltbindungen eines Subjekts geschehen in politischen, ökonomischen und kulturellen Bereichen des Lebens. WERLEN (2000a. 616ff.) differenziert drei Typen von alltäglichen Regionalisierungen (vgl. Tab. 3): produktiv-konsumtiv, politisch-normativ und informativ-signifikativ.

Tabelle 3: Typen von Regionalisierungen

Regionalisierungen	Forschungsbereiche
produktiv-konsumtiv	Geographien der Produktion
	Geographien der Konsumtion
normativ-politisch	Geographien der normativen Aneignung
	Geographien der politischen Kontrolle
informativ-signifikativ	Geographien der Information
	Geographien symbolischer Aneignung

Quelle: Eigene Darstellung nach WERLEN (2010. 277).

Produktiv-konsumtive Regionalisierungen beruhen auf einer ökonomischen Sichtweise (WERLEN 1997. 295). Alltägliche Geographien der Produktion zeigen sich am offensichtlichsten bei Standortentscheidungen von Unternehmen, die aufgrund ihrer Kenntnisse über den jeweiligen Standort erfolgen. Die Wahl des Standorts beeinflusst diesen und schreibt ihm eine Bedeutung zu, die er bisher nicht hatte: Der Raum wird regionalisiert (WERLEN 2000b. 14). Globale Warenströme der Produktion sind in Folge der Entankerung sehr komplex geworden. Ein Beispiel ist der Herstellungsprozess eines Joghurts, dessen Bestandteile aus den unterschiedlichsten Ursprungsorten stammen. Dies wirkt sich auf die alltäglichen Geographien der Konsumtion aus: Der Konsum alltäglicher Waren wird in weltweite Zusammenhänge eingebettet, obwohl der Akt des Konsums lokal festzumachen ist. Die globalen Warenströme erhöhen die Auswahl an Produkten für den Einzelnen (WERLEN 2000b. 15). Die räumliche Entankerung der Produktion und die damit einhergehenden Wahlmöglichkeiten für die Konsumenten verschaffen diesen eine gewisse Macht über die Produzenten (WERLEN 1997. 314). Das Angebot an Konsumartikeln beschränkt sich nicht mehr auf lokale Waren, Produktionsbedingungen und Traditionen, sondern kann Ausdruck eines Lebensstils sein, der vom persönlichem Geschmack der Konsumenten abhängt (WERLEN 2000b. 15). „Konsumgüter werden in diesem Kontext zu Bedeutungsträgern, die mit ganz unterschiedlichen symbolischen Gehältern aufgeladen werden“ (FELGENHAUER 2007. 47). Konsum wird zu einem Bestandteil der Produktion einer eigenen Identität. Im lokalen Kontext äußern sich postmoderne Konsumstile durch ein verändertes räumliches Konsumverhalten. Nicht Distanz, sondern „Life-Style“ bestimmt die Attraktivität von Einkaufsstandorten, was traditionelle Theorien wie Christallers *Zentrale Orte* obsolet macht. Somit suchen Konsumenten ihre Einkaufsstätten weniger nach distanzabhängigen Begebenheiten aus, sondern danach, ob ihre lebensstilspezifischen Ansprüche erfüllt werden können. Produkte und Standorte werden anhand ihres Images gewählt (WERLEN 1997. 325ff.; 2010. 279). Der

Raum bildet keinen Container, in dem konsumiert wird. Nicht das „wo“ bzw. das „woher“, sondern der Umgang der Konsumenten mit dem „wo“ oder „woher“ wird betrachtet (FELGENHAUER 2007. 48; vgl. Kap. 2.2.3.3).

Normativ-politische Regionalisierungen beschreiben die Herstellung sozialer und politischer Regionen (WERLEN 1997. 329). Die alltäglichen Geographien der normativen Aneignung beziehen sich auf die regionalisierende Festschreibung der Nutzungen materieller Gegebenheiten, wobei das Verhältnis zwischen Normorientierung und Regionalisierung im Fokus steht (WERLEN 1997. 339; 2000b. 15). In öffentlichen bzw. privaten Räumen wird anhand der bestehenden Normen vorgeschrieben, welche Handlungen wo und zu welchem Zeitpunkt erlaubt sind. Somit regionalisieren die Normen die Räume, indem sie ihnen bestimmte Nutzungen zuschreiben, wie die Vorschrift zum Konsum in einem Einkaufszentrum. Zudem können alters-, geschlechts-, status- oder rollenspezifische Zugangsregeln festgelegt werden. Das Apartheitsregime mit seiner ethnisch bedingten normativen Regionalisierung stellt ein extremes Beispiel dar (WERLEN 2000b. 16). Die staatliche Form normativer Regionalisierungen bilden die alltäglichen Geographien politischer Kontrolle. Mittels Territorialisierungen soll Kontrolle über Personen erreicht werden (WERLEN 1997. 358). Eine wichtige Form ist die politische Regionalisierung als Nationalstaat, in dem Subjekte durch Grenzziehungen einem Staat zugehörig gemacht werden. Kontrolle wird durch Macht über den Raum aufgebaut, was Macht über die Menschen im Raum zur Folge hat. Somit fällt ein Mensch durch die Zugehörigkeit zu einem Nationalstaat unter die Macht des Regionalisierenden (WERLEN 2000b. 16).

Informativ-signifikative Regionalisierungen umfassen die Informationsaneignung bzw. die subjektiven Bedeutungszuweisungen auf Basis der gewonnenen Informationen (WERLEN 2000b. 17). Der Bedeutungsgehalt verschiedener Objekte z.B. regionaler und nationaler Wahrzeichen für den Einzelnen ist von dessen Vorwissen beeinflusst. Die Untersuchung der alltäglichen Geographien der Informationsverarbeitung zeigt, dass in der globalisierten Gesellschaft Massenmedien auf Kosten von Traditionen an Bedeutung als Kommunikations- und Informationsquellen gewinnen (WERLEN 1997. 378; 2002. 15). Im Gegensatz dazu betreffen die alltäglichen Geographien symbolischer Aneignung subjektive Bedeutungszuweisungen zu bestimmten alltagsweltlichen Ausschnitten und deren Aneignungen. Dies geschieht oft durch das Aufbauen von emotionalen Bezügen wie dem Heimatgefühl. Die handelnden Subjekte beziehen die Umwelt durch symbolische Bedeutungszuweisungen auf sich (WERLEN 2002. 15), was von PETER WEICHHART in Form von raumbezogener Identität aufgegriffen wurde.

2.1.2.3 Raumbezogene Identität (PETER WEICHHART)

Heimatgefühl, place identity, place attachment, symbolische Ortsbezogenheit, Heimatbewusstsein und raumbezogene Identität sind verschiedene Begriffe für ein-und-dasselbe Phänomen: „Die persönliche und emotionsbezogene Bindung von Menschen an bestimmte Orte oder Gebiete“ (WEICHHART 1990. 5; WEICHHART ET AL. 2006. 21). Gerade in Hinblick auf die in Kap. 2.1.1 dargestellten Veränderungen scheint raumbezogene Identität einen neuen Boom zu erlangen. Auf Basis von Karl Poppers „Drei-Welten-Theorie“ (vgl. Kasten 2) beschreibt WEICHHART raumbezogene Identität als ein Element der Welt 2.

Kasten 2 Exkurs: Drei-Welten-Theorie

Karl Popper stellte 1973 eine Theorie auf, welche die Realität in drei „Seinsbereiche“ ordnet: Die Welt der physisch materiellen Dinge (z.B. die Körper der Menschen), die Welt der subjektiven Bewusstseinszustände (z.B. Gedanken und Gefühle) und die Welt der objektiven Ideen („Gegenstände des Denkens“, z.B. Gegenstände in Museen und Bibliotheken).

Quelle: WEICHHART ET AL. (2006. 29f.).

Sie ist ein Phänomen, das im Bewusstsein von Menschen stattfindet, wobei sie durch Kommunikation (z.B. durch die Dokumentation des Begriffes „Heimat“ in Büchern) Element der Welt 3 werden kann. Raumbezogene Identität bezieht sich zudem auf Elemente der Welt 1 wie Häuser, Wälder oder Berge, die Symbole für Heimat darstellen können. WEICHHART kritisiert den häufigen Fehler in der Geographie, raumbezogene Identität nur als Element der Welt 1 zu betrachten (WEICHHART ET AL. 2006. 29ff.). Die zugrundeliegenden kognitiven Prozesse werden weitestgehend vernachlässigt. Sein Konzept hingegen basiert auf psychologischen und soziologischen Theorien der Identitätsforschung (WEICHHART 1990. 14f.). Im Laufe der Persönlichkeitsentwicklung erlangen Menschen eine Vorstellung der Welt und entwickeln ein „*stabiles Muster der Interpretation von Umwelt*“ (WEICHHART ET AL. 2006. 32). Die Grundlage für das Identitätsverständnis bildet Carl Friedrich Graumanns Konzept der multiplen Identität (1983), das drei Prozesse der Identifikation unterscheidet. *Identification of (Identifikation I)* bedeutet die Wahrnehmung und Erfassung eines Objektes, dessen Klassifikation und Bedeutungszuschreibung. Die Identifizierung basiert auf der Identität der Objekte, die andere Menschen, Gegenstände oder Räume (Dörfer, Städte, Regionen, Länder etc.) sein können (WEICHHART ET AL. 2006. 33). Raumausschnitte werden in der alltäglichen Praxis identifiziert und klassifiziert, z.B. bei der Benennung von Ortsnamen oder Stadtvierteln

bzw. der Lokalisierung und objektiven Beschreibung von Räumen (designative Klassifikation) oder der emotionalen, konnotativen Bedeutungszuschreibung von Orten in Form einer subjektiven Typisierung, die auf Gefühlen und Werten beruht (appraisive Klassifikation) (WEICHHART 1990. 21f.). Daher bedeutet raumbezogene Identität als das Ergebnis der Identifikation I „*die kognitiv-emotionale Repräsentation von räumlichen Objekten (Orten) im Bewusstsein eines Individuums bzw. im kollektiven Urteil einer Gruppe*“ (WEICHHART ET AL. 2006. 33). *Being identified (Identifikation II)* bedeutet, dass Menschen selbst klassifiziert und identifiziert werden, womit Erwartungen und Rollenzuschreibungen verbunden sind (WEICHHART 1990. 17). Die Identifizierung erfolgt auch im räumlichen Kontext: Aus der Lage im Raum (Geburtsort, Region, Land) werden einer Person von anderen Individuen oder Gruppen spezifische (Charakter)eigenschaften und Persönlichkeitsmerkmale zugeschrieben, z.B. „der geizige Schwabe“, „der charmante Wiener“ oder „der grantige Bayer“ (WEICHHART ET AL. 2006. 33). *Identification with (Identifikation III)* umfasst die Identifizierung mit bestimmten Objekten, wie Menschen, Gruppen, Ideen, Werten oder Gegenständen (z.B. das Haus als Heim, die Kirche als Objekt des Glaubens, das Auto als Statussymbol). Ebenso können Räume Bestandteil des Identifikationsprozesses eines Individuums oder einer Gruppe darstellen (WEICHHART 1990. 17f.) und durch die Identifikation Teil des Subjektes bzw. seiner Ich-Identität⁵ werden. Neben soziodemographischen Merkmalen wird diese von der Position im Raum beeinflusst, wie dem Wohnort oder sozialräumlichen Milieu. Die Individuen beziehen räumliche Objekte, Bräuche und regionale Normen in ihr Selbstkonzept ein und bewerten sie emotional. Das Wir-Bewusstsein bzw. die Selbst-Identität sozialer Gruppen gründet ebenfalls häufig auf räumlichen Objekten und die Zugehörigkeit und Nicht-Zugehörigkeit wird oft von der Lage im Raum beeinflusst. Indem der Raum zu einem Bestandteil der Ich- oder Wir-Identität wird, entsteht mitunter eine starke Loyalität des Einzelnen zu dem Raumausschnitt, die auf emotionaler Bindung und einem Gefühl der Zugehörigkeit beruht (WEICHHART ET AL. 2006. 34ff.).

⁵ Die Ich-Identität ist die Verarbeitung von Erfahrungen über die eigene Existenz. Durch eine reflexive Bewusstseinsleistung soll das „Ich“ vom „Nicht-Ich“ abgegrenzt und die Frage „Wer bin ich“ beantwortet werden (WEICHHART ET AL. 2006. 34ff.).

2.1.3 Fazit: Ländlicher Raum in der Postmoderne

Im Zuge des sozialen und wirtschaftlichen Wandels in der Postmoderne hat sich das Raumverständnis erheblich verändert. An Stelle des traditionellen Container-Raumes tritt die Vorstellung eines sozial konstruierten Raumes. Es bedarf der Wahrnehmung der Menschen, um dem Raum seine Bedeutung zu verleihen. Diese Konstruktionen dienen als Orientierungshilfen, Bewertungsgrundlagen und handlungsleitende Maßstäbe (SPELLERBERG 2011a. 317). Die Menschen wirken durch ihr Handeln auf den Raum, prägen, beeinflussen und verändern ihn, z.B. durch ihr Konsum- und Freizeitverhalten oder die Wohnortwahl (HILPERT, STEINHÜBL 1998. 11). Lebensstile und Lebensweisen sind räumlich entankert und nicht an geographische Grenzen gebunden (FLIEGE 1998. 97). Der physische Raum dient als Rahmen, doch ist das Individuum frei und somit nicht auf einen engen Raum begrenzt.

Bewohner ländlicher Räume waren über Jahrhunderte an einen sehr eingeschränkten Ausschnitt der Erde gebunden und hatten kaum Möglichkeiten andere Lebensweisen kennenzulernen. Ihr Leben spielte sich überwiegend am eigenen Wohnort ab (verankerte Lebensform). Im Zuge des sozialen Wandels als Resultat von Verbesserungen der Verkehrs- und Kommunikationsinfrastruktur sind Stadt und Land nicht länger voneinander getrennte Lebensbereiche. Bewohner ländlicher Räume können innerhalb von kürzester Zeit in die Städte reisen, um das urbane Leben kennenzulernen, Stadtbewohner können auf das Land ziehen und eine ländliche Lebensweise erfahren. Durch die Entankerung treten in ehemals homogenen ländlichen Räumen verschiedene Lebensformen und Lebensstile nebeneinander, die sich durch Werte, Normen, Geschmack und Konsum unterscheiden. Ländliche Lebensweisen und Lebensstile sind das Resultat einer freien Entscheidung der Menschen und nicht allein durch strukturelle Gegebenheiten vorgegeben. Dennoch sind Lebensstile in einer globalisierten Welt nicht völlig von der unmittelbaren Umgebung, der Kultur oder regionalen bzw. lokalen Besonderheiten unabhängig. Städtische und ländliche Räume z.B. unterscheiden sich in einem zu großem Maße, als dass sie vergleichbare Lebensbedingungen aufweisen und daraus resultierend völlig identische Lebensstile hervorbringen könnten (FLIEGE 1998. 98f.). Die globalisierte Welt bietet zwar vielfältige Wahlmöglichkeiten und das Leben muss sich nicht mehr nur auf das eigene Umfeld beziehen, dennoch ist der Mensch nie völlig unabhängig von seiner Umgebung. Das Aktionsfeld ist meist auf einen bestimmten Raum begrenzt, der das Individuum prägt. Es nicht möglich, sich völlig von den Einflüssen der Umwelt zu distanzieren (ROHRBACH 1999. 127; MEUSBURGER 1999. 114f.).

Gerade in Zeiten der Globalisierung und Homogenisierung treten räumliche Aspekte wieder in den Vordergrund und die Menschen erschaffen oft gezielt einen räumlichen Anker. Der soziale und wirtschaftliche Wandel im Zuge der Postmoderne führt für viele Menschen zu einer Orientierungslosigkeit ohne örtliche Bezugspunkte („dis-embedding“). Eine Reaktion kann eine Rückverortung („re-embedding“) sein (KÜHNE, SPELLERBERG 2010. 38; vgl. Kap. 2.1.2.2).

“When the world becomes too large to be controlled, social actors aim at shrinking it back to their size and reach. When networks dissolve time and space, people anchor themselves in places, and recall their historic memory” (CASTELLS 2002. 66).

Die Menschen streben nach Sicherheit, Geborgenheit und Klarheit und finden diese in unterschiedlichen Bereichen wie Partnerschaft, Beruf, Hobby oder räumlichen Bezugspunkten (ROSA 2007. 18). Gerade der Zwang zur Mobilität führt oftmals zu einer Zunahme nationaler, regionaler und lokaler Bindungen (WEICHHART 1990. 28; ZEITLER 2001. 120 vgl. Kap. 2.1.2.3). Heimatverbundenheit zeigt sich oft an Orten, die Erinnerungen schaffen, an bestimmten Landschaften oder ortsspezifischen Traditionen (SPELLERBERG 2011a. 317). Der Wunsch nach Heimat war seit jeher besonders intensiv, wenn eben diese gefährdet war. Ein Beispiel sind die 1950er Jahre, als durch Flucht und Vertreibung viele ihre Heimat verloren hatten und Heimatfilme einen Boom erlebten (HUNING 2005. 169). Heute wird die Heimat erneut von Auflösung und einem Bedeutungsverlust bedroht.

Die bewusste Wiederverankerung durch das Festhalten am Bewährten und dem Bewahren des Dörflich-Ländlichen kann eine Kompensation der Schnelllebigkeit und des Globalisierungsprozesses darstellen. Das Dorfleben kann als Rettungsanker dienen, als bewusst oder unbewusst gewählter Gegenpol zur Hektik der immer unüberschaubarer werdenden postmodernen Welt (HENKEL 2004. 127; RICHTER 2004. 124). Dieser Fixpunkt entsteht jedoch erst, wenn die Menschen ihn dazu „machen“ und ihn durch Wertzuschreibungen mit Bedeutung aufladen.

2.2 Die ländliche Gesellschaft im 21. Jahrhundert

Ländlichen Räumen haftet oftmals ein nostalgisches Bild von landwirtschaftlich geprägten, rückständigen Regionen mit einer Wertschätzung zwischenmenschlicher Kontakte bis hin zur sozialen Kontrolle an. Die Betrachtung gängiger Synonyme für „ländlich“ zeigt Begriffe wie bäuerlich, rustikal, idyllisch, provinziell und malerisch. Vorstellungen und Bilder dieser Art bestehen nicht nur im Alltagsverständnis, sondern auch in der wissenschaftlichen oder politischen Behandlung ländlicher Räume (FRANZEN ET AL. 2008. 9). Diese recht einseitige Betrachtung klammert aktuelle Tendenzen aus und zeichnet ein unrealistisches Bild (HENSELER 2009. 13). Um ländliche Räume in ihren Eigenheiten zu begreifen, ist eine intensive Auseinandersetzung mit den Bewohnern unumgänglich. BEETZ (2004. 40ff.) unterscheidet zwei Herangehensweisen zur Beschreibung der ruralen Gesellschaft. Die eigenständige Betrachtung differenziert die bäuerliche dörfliche Gemeinschaft und die städtischen Arbeiterschichten lediglich nach sozialstrukturellen Merkmalen. Räumliche Ungleichheiten werden vernachlässigt. Eine andere Herangehensweise stellt eine gemeinsame Betrachtung der ruralen und urbanen Gesellschaft dar, wobei regionale Unterschiede bzw. Beziehungen zwischen den Raumeinheiten beachtet werden. Dieser Ansatz wird in der vorliegenden Arbeit angewandt, da Stadt und Land stets in Abhängigkeit zueinander standen bzw. stehen und das Eine nicht ohne das Andere betrachtet werden kann. Des Weiteren kann nicht von DER ländlichen Gesellschaft ausgegangen werden, welche in dieser Form nie bestand (GROTHUES 2006. 14f.).

2.2.1 Der soziale Wandel auf dem Lande

In den letzten Jahrzehnten hat die ländliche Gesellschaft einen immensen sozialen Wandel erfahren, der seinen Ursprung bereits zu Zeiten der Industrialisierung hatte. Die ökonomischen und sozialen Veränderungen, die in den Städten nach dem 2. Weltkrieg einsetzten und sich in den letzten Jahren in ländlichen Räumen gezeigt haben, führten zu einem radikalen Wandel der Lebensverhältnisse. Die Dörfer haben sich modernisiert und teilweise den Städten angenähert. „Dorf“ und „Stadt“ sind kein eindeutiges Gegensatzpaar mehr. Weiterhin besteht eine große Variationsbreite sowohl bei städtischen als auch bei ländlichen Siedlungen. „Siedlungen“ werden weitläufig als „nicht-städtisch“ definiert (BORS DORF, BENDER 2010. 76). In der vorliegenden Arbeit kann die Definition ländlicher Räume (vgl. Kap. 1.1) auch auf ländliche Siedlungen angewandt werden. Die Begriffe „ländliche Gemeinde“ und „Dorf“ werden häufig synonym verwendet. Korrekterweise muss jedoch zwischen beiden unterschieden werden. Die Gemeinde (Kommune) ist ein administrativer

Mittelpunktsort mit Teilgemeinden, den Dörfern, und somit die kleinste sich selbst verwaltende politische Einheit in der Raumordnung (MAIER 1991. 8). Der Stadtbegriff ist sehr vielschichtig und wird im Folgenden anhand der geographischen Definition zusammengefasst (nach BORSDDORF, BENDER 2010. 80):

- kompakte Baukörper
- hohe Wohn- und Arbeitsplatzdichte, v.a. nicht-agrarische Tätigkeiten
- weit entwickelte Arbeitsteilung
- Marktfunktion und Bedeutungsüberschuss gegenüber dem Umland (Zentralität)
- räumliche und funktionale Differenzierung
- v.a. Einpersonenhaushalte
- hohe Verkehrswertigkeit
- weitgehend künstliche Umweltgestaltung
- städtisches Leben

Trotz aller Angleichungstendenzen bestehen nach wie vor Unterschiede zwischen den Siedlungsräumen. Das Landleben gilt häufig als Gegenpol zum hektischen und unübersichtlichen Leben der Postmoderne. Die Landflucht hat sich teilweise zu einer Stadtflucht gewandelt und viele Stadtbewohner suchen Zuflucht in ländlichen Räumen (BORSDDORF, BENDER 2010. 125).

2.2.1.1 Dörfliche Gemeinschaft vs. städtische Gesellschaft in der frühen Moderne

Die bäuerliche Lebensweise dominierte jahrhundertlang über die städtische und die Dörfer galten als wichtige Siedlungseinheiten. Der überwiegende Teil der Menschen war in der Landwirtschaft beschäftigt. In den Ackerbürgerstädten herrschten lange Zeit ländliche Lebensweisen und Produktionsformen vor. Aufgrund der Subsistenzwirtschaft fand kaum Handel statt, was ländliche Räume autonom machte. Mit dem Beginn der Industrialisierung erfuhren sie zunächst eine Blütezeit, da sie die Versorgung der wachsenden Städte tragen mussten. Sie waren in den Markt integriert und die landwirtschaftliche Produktion spielte eine wichtige Rolle (WIESE, ZILS 1987. 101f.; SCHNEIDER 2004. 4ff.). Aufgrund des beschleunigten Urbanisierungsprozesses in der Industrialisierung verloren sie ihre Bedeutung und die Städte wurden zu Konsum- und Produktionsorten. Die jahrelange Machtposition löste sich sukzessive auf (HENKEL 1996. 14). Zwar „lebte die Stadt vom Land“ (GROTHUES 2006. 23), doch war das Land von der Stadt in politischer und wirtschaftlicher Hinsicht abhängig. Vormals autonome ländliche Räume mussten sich den Gesetzen des Marktes und der Produktion sowie der

kapitalistischen Produktionsweise unterordnen. Die Landwirtschaft wurde industrialisiert und rationalisiert. Es kam zu einem Rückgang an Arbeitsplätzen und daraus resultierend zur Landflucht (GROTHUES 2006. 23f.; SCHNEIDER 2004. 4ff.).

Nichtsdestotrotz bestand bereits seit den Ekologen von Theokrit und Vergil das Bild einer ländlichen Idylle, welches sich in literarischen, geschichtlichen sowie geographischen Werken aller Epochen, sowohl in Europa als auch in den USA, fand und noch immer findet. Die Großstadt wurde bereits zu Beginn der Urbanisierung vielfach kritisiert, da sie „krankmachend“ und unsicher in sozialer, kultureller und politischer Hinsicht sei und im Extremfall sogar zum Niedergang der westlichen Welt führe. Das Leben auf dem Lande hingegen wurde idealisiert, positive Aspekte wie die Nähe zur Natur, die gesunde Umgebung und die Klarheit gesellschaftlicher Beziehungen hervorgehoben (HALFACREE 1996. 51; DIRKSMEIER 2008. 159f.). Ländliche Räume wurden zur Projektionsfläche der Sehnsüchte für Großstadtbewohner und galten als Orte, die von der Industrialisierung und den damit verbundenen Negativfolgen verschont blieben (KÖCK 2001. 331). Stadt und Land waren sozial und kulturell getrennte Lebensräume (SCHNEIDER 2004. 3), wobei zwischen „städtischer Gesellschaft“ und „ländlicher Gemeinschaft“ unterschieden wurde (vgl. Tab. 4).

Tabelle 4 Stadt und Land im beginnenden 20. Jahrhundert

Stadt (Gesellschaft)	Land (Gemeinschaft)
rational	emotional
oberflächlich	tiefe Schichten des Gefühlslebens einbezogen
Schnell	konservativ, ruhig
intellektualistisch	sinnlich, geistig
entwurzelt	verankert
quantitativ, berechnend	qualitative Unterschiede zulassend
getaktetes Leben	naturnahes Leben
fremdbestimmt	souverän

Quelle: Eigene Darstellung nach SPELLERBERG (2011b. 63).

Die Unterscheidung wurde geprägt von FERDINAND TÖNNIES Werk „*Gemeinschaft und Gesellschaft*“ (1887), in dem das echte, dauerhafte Zusammenleben im Dorf von der städtisch-industriellen Zweckgemeinschaft unterschieden wird (SPELLERBERG 2011b. 63; TÖNNIES 1887. o.S.). Letztere repräsentierte den „*Aufbruch in die Moderne*“ (RICHTER 2004. 112), das urbane Leben, welches von Schnellebigkeit, Oberflächlichkeit, geringer Integration in das soziale Netzwerk und Anonymität geprägt war. Demgegenüber zeichnete sich die Gemeinschaft durch gegenseitige Vertrautheit, klare Regeln und Einbindung in familiäre Beziehungen aus (RICHTER 2004. 112). Es bestand eine eindeutige Hierarchie zwischen

Geschlechtern, Generationen, Besitzenden und Nicht-Besitzenden (EHALT 2000. 9) sowie zwischen Großbauern im Dorfkern und Kleinbauern am Dorfrand (HAUPTMEYER, HENCKEL 1983. 153). Gemeinschaft und Gesellschaft boten positive wie negative Aspekte. Die dörfliche Gemeinschaft vermittelte Geborgenheit und die Gewissheit, dass nichts Unvorhergesehenes passieren würde, während die städtische Gesellschaft als unübersichtlich und gefährlich wahrgenommen wurde. Schienen die Städter eher oberflächlich in ihren Sozialbeziehungen und auf sich gestellt, galten Dörfler in das Gemeinleben integriert und darauf bedacht, soziale Kontakte zu wahren. In der Folge entstand ein starkes „Wir-Gefühl“. Nachbarschaftliche Solidarität und familiärer Zusammenhalt besaßen einen hohen Stellenwert. Von einer anderen Seite betrachtet konnten die klaren Regeln in den Dörfern einengend, ausschließend und bedrückend wirken. Jeder wusste alles über jeden, Abweichlern wurde mit Missfallen begegnet (SPELLERBERG 2004. 38). Im bäuerlichen Dorf bestand ein „funktionales Aufeinanderangewiesensein“ (HAUPTMEYER, HENCKEL. 1983. 152). Die Bauern waren auf die dörflichen Handwerker angewiesen, die Feldbestellung wurde gemeinschaftlich vorgenommen, Wald, Wiesen und Weiden gemeinsam genutzt und beim Hausbau oder bei Festen unterstützte man sich gegenseitig. Ein Ausbruch aus den Zwängen war nahezu unmöglich. Durch die gegenseitige Abhängigkeit war die Gemeinde eine „Zwangsgemeinde“ (HAUPTMEYER, HENCKEL 1983. 153). Es bestanden kaum Aufstiegsmöglichkeiten, die soziale Ordnung im Dorf war starr und es gab feste Heiratskreise. Die sozialen Beziehungen waren geprägt von Hierarchie und Patriarchalismus und wurden durch Sitzordnungen z.B. bei Festen, Hochzeiten oder in der Kirche demonstriert, was eine gewisse Ordnung verschaffte (HAUPTMEYER, HENCKEL. 1983. 154; EHALT 2000. 12f.). EHALT (2000. 9) beschreibt die dörfliche Gesellschaft mit den Schlagworten Abhängigkeit, Hierarchie, Brutalität und Grausamkeit, denen die große Solidarität gegenüberstand. Die städtische Gesellschaft hingegen versprach Freiheit, Individualität und vielfältige Wahlmöglichkeiten (RICHTER 2004. 112). In den Dörfern bestanden eine tiefe Verankerung in Traditionen und eine bewahrende Grundhaltung. Innovationen wurde oftmals mit Misstrauen begegnet, was bisweilen mit der „Idiotie des Landlebens“ oder dem ewigen „Hinterherhinken“ der Dörfer gegenüber den Städten beschrieben wurde (SPELLERBERG 2004. 38). Die Dorfbewohner wurden lange Zeit als „Dörper“⁶ (FABER 1996. 60) abgewertet. Auf dem Lande gab es kaum Konsumerlebnisse, keine Reisen und wenig Abwechslung im Alltag, der vom Lauf der Jahreszeiten und den Launen der Natur bestimmt wurde (EHALT 2000. 9, 11).

⁶ Mit Dörper wurde im Mittelalter ein „derber, ärmlicher, unfeiner Mensch“ beschrieben (FABER 1996. 60).

2.2.1.2 Urbanisierung auf dem Lande in der nachindustriellen Gesellschaft

Extreme Einschnitte wie Agrarreformen, die Bauernbefreiung, Weltkriege, der Nationalsozialismus oder der Zuzug von Flüchtlingen hatten wenig Einfluss auf das dörfliche Selbstverständnis als autonomer landwirtschaftlicher Produktionsort (HAUPTMEYER, HENKEL 2005. 43; REINECKE 1983. 115). Zwar wurde die Agrarproduktion durch Mechanisierung und den Einsatz von Kunstdünger ertragreicher und rationeller, doch blieb die Struktur der Landwirtschaft erhalten und war weiterhin eng an den Lauf der Jahreszeiten, die naturräumlichen Voraussetzungen und einen hohen Arbeitskräftebedarf gebunden. Seit dem zweiten Weltkrieg hat der soziale und wirtschaftliche Wandel, den die Städte schon lange erfahren hatten, auf dem Lande eingesetzt. Ein Grund war die fortschreitende Mechanisierung der Landwirtschaft, die zu einem Ersatz von Arbeitern durch teure Maschinen führte. Deren Wartung und Reparatur war mit hohem Kapitaleinsatz verbunden. Zudem verlor das traditionelle Dorfhandwerk, das nicht mehr im Stande war, diese Reparaturen zu übernehmen, seine Bedeutung. Maßnahmen der Flurbereinigung und damit verbundene Veränderungen der Agrarstruktur führten zu einem Rückgang landwirtschaftlicher Betriebe und einem Wandel der dörflichen Sozialstruktur. Bauern verloren ihre Machtposition und ehemalige Beschäftigte in der Landwirtschaft bzw. Handwerker verließen häufig die Dörfer oder pendelten zur Arbeit in die Städte (REINECKE 1983. 115f.). Der Ausbau des Eisenbahnnetzes, die Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur sowie neue Telekommunikationstechniken wie Radio, Fernsehen, Telefon und später das Internet banden ländliche Räume an städtische Zentren an und ließen urbane Lebensformen auf dem Lande zu Tage treten (SCHNEIDER 2004. 9; RICHTER 2004. 118ff.). Prozesse wie Suburbanisierung und Exurbanisierung⁷ brachten ein verändertes Dorfbild mit sich. Die ehemals dörfliche Bauweise wurde überformt und neben alten Dorfkernen entstanden Neubaugebiete. Eine moderne städtische traf auf und eine traditionelle bäuerliche Lebensweise und stellte das bislang konservative Weltbild der Dorfbewohner in Frage (RICHTER 2004. 114; GROTHUES 2006. 13, 21; REINECKE 1983. 115f.). Die jahrhundertelange Prägung durch Religion, kirchliche Feste und konservative Werte hat sich aufgelöst. Heute bestimmen städtische Konsumwelten die Lebensmuster der Landbevölkerung (EHALT 2000. 12). Werte gelten nicht mehr ein Leben lang, sondern sind auf einzelne Lebensabschnitte beschränkt. Die

⁷ Suburbanisierung meint einen Bedeutungsgewinn des Umlandes gegenüber der Kernstadt durch die Verlagerung von Bevölkerung und Arbeitsplätzen (BAHRENBERG 2003. 216). Bei der Exurbanisierung gewinnen noch überwiegend ländlich strukturierte oder zwischenstädtische Regionen, die aber mit der Großstadtregion durch Berufspendlerverkehr verbunden sind, an Bedeutung (HEINEBERG 2006. 45).

von der Kirche vermittelten Normen haben an Bedeutung verloren, wie auch die Kirche selbst ihre wichtige Stellung eingebüßt hat (ROSSBACHER 2000. 185). Die Einstellung zur Natur hat sich ebenfalls verändert: In den letzten Jahrzehnten haben verstärkt wissenschaftliche und technische Aspekte an Bedeutung gewonnen. Die Landwirtschaft löste sich von ihrer Naturverbundenheit und passte sich der Technik an (EHALT 2000. 10). Zudem stieg das Bildungsniveau in den Dörfern, was zum einen in dem aufkommenden Aufstiegswillen der jungen Bevölkerung, zum anderen im Zuzug gut ausgebildeter junger Familien begründet war. Insgesamt wurde das Dorfleben vielseitiger, es verlor seine Übersichtlichkeit und Kompaktheit und näherte sich dem städtischen Leben an. Die traditionelle, bäuerliche Gesellschaft löste sich beinahe auf, die bislang ständische Ordnung mit klarer Hierarchie wurde zu einer Klassen- oder Schichtengesellschaft, welche der der Stadt ähnelte (GROTHUES 2006. 21; HÄUßERMAN ET AL. 2008. 40). Die dörfliche Sozialstruktur wurde heterogener und die Dorfbewohner unterschieden sich stärker als früher in Bildung, Einkommen, wirtschaftlicher Lage und Erwerbstätigkeit voneinander (BECKER 1997. 258). In ländlichen Regionen traten verschiedene Lebensstile bzw. „städtische“ Lebens- und Wirtschaftsformen auf (HAUPTMEYER, HENKEL 2005 43).

Zu Beginn des vorherigen Jahrhunderts konnte das Landleben mit dem Bäuerlichen gleichgesetzt werden, was die Unterscheidung zwischen Stadt und Land erleichterte. Die dargestellten Prozesse führten sukzessive zu einer Nivellierung der Stadt-Umland-Land-Unterschiede, was bedeutet, dass die Ausweitung der Städte in ländliche Räume funktionale Verflechtungen zwischen Stadt und Land bewirkt hat (TEMPEL 1993. 7). Diese Beziehungen werden mit *Urbanisierung* beschrieben, welche nach SCHMIDT-THOMÉ (2005. 14f.) drei Komponenten umfasst: Die demographische Komponente, die „*Wachstum oder Schrumpfung städtischer Siedlungen einer bestimmten Größe in Bezug zu Wachstum oder Schrumpfung von ländlichen Siedlungen*“ (SCHMIDT-THOMÉ 2005. 14) bedeutet, die ökonomische Komponente, die den Bedeutungswandel von ländlichen (Landwirtschaft) zu städtischen Wirtschaftssectoren (Dienstleistungen) beschreibt sowie eine soziokulturelle Komponente in Form der Ausbreitung städtischer Lebensstile und Verhaltensmuster. Die Urbanisierung hat die Beantwortung der Frage: „Was ist Dorf, was ist Stadt?“ erschwert (SPELLERBERG 2004. 37f.). Die Übergänge zwischen beiden Raumeinheiten sind fließend und der Stadt-Land-Gegensatz ist zu einem Stadt-Land-Kontinuum geworden, welches Stadt und Land als „*Pole eines Kontinuums mit graduellen Abstufungen zwischen den beiden Raumkategorien*“ (GROTHUES 2006. 21) beschreibt. An Stelle von Stadt und Land wird von Zwischenstadt oder Postsuburbia

gesprochen (vgl. HAHN 2000; SIEVERTS 1998). DIRKSMEIER (2006. 221) fasst die Tendenzen als *ubiquitäre Urbanität* zusammen. Er beschreibt die Ausbreitung städtischer Lebensstile und schließt, dass keine Gesellschaft existiert, die nicht städtisch ist. Das Land wird zur Stadt, bäuerlich-ländliche Lebensformen schwinden. Die Meinung wird kontrovers diskutiert, viele Aspekte widersprechen der kompletten Nivellierung der Stadt-Land- Unterschiede (HAHN 2005. 235). „*Das Dorf ist anders geworden, aber es ist keine verhinderte Stadt*“ (FABER 1996. 60). FABER fasst mit diesem Satz zusammen, dass sich Lebenswelten im Dorf von denen der Stadt noch immer unterscheiden. Zudem haben die Entwicklungen nicht alle Dörfer gleichermaßen betroffen, sondern variieren je nach Lage zu den Agglomerationsräumen, landwirtschaftlicher Bedeutung, Wirtschaftsstruktur, touristischem Potential, infrastruktureller Ausstattung sowie ökologischer Bedeutung (GROTHUES 2006. 25; REINECKE 1983. 116f.).

2.2.1.3 Die Renaissance der Ländlichkeit in der Postmoderne

Trotz aller Angleichungstendenzen bestehen manche Unterschiede zwischen Stadt und Land nach wie vor, z.B. Landschaftsbild, Haushaltsformen oder die Ausstattung mit Arbeitsplätzen, Freizeiteinrichtungen sowie Konsum- und Dienstleistungsangeboten (GROTHUES 2006. 14; ALTROCK ET AL. 2005. 8). Insbesondere in kleineren Dörfern bzw. Dörfern mit weiter Entfernung zu größeren Städten tendieren die Bewohner zu einem konservativen Wertebild mit einem hohen Traditionsbewusstsein. Dies ist zum einen im, oft auf Generationen zurückgehenden, eigenen Grundbesitz, der eine gewisse Bodenständigkeit impliziert, begründet. Zum anderen stellen die „Alten“ in vielen Dörfern nach wie vor eine Autorität dar und geben traditionelle Werte an nachkommende Generationen weiter. Die Beschränkung der Sozialkontakte auf das dörfliche Umfeld führt zu einer Tendenz des Bewahrens und zu konservativen und traditionellen Grundhaltungen (GROTHUES 2006. 24). Es zeigt sich, dass in vielen Dörfern Werte wie Fleiß, Ordnung, Pünktlichkeit, Disziplin, Sauberkeit, Sparsamkeit und Bescheidenheit geachtet werden. Weiterhin sind in den Köpfen vieler Menschen noch immer romantische Vorstellungen vom Leben auf dem Land verankert (GEBHARDT, KAMPHAUSEN 2004. 73; VALENTINE 2001. 256). Das Dorf gilt als überschaubar und dient als Ankerpunkt im hektischen Leben. Es wird zum Satisfaktionsraum stilisiert, welcher Unsicherheiten und emotionale Defizite auffängt (PELZER, ZEITLER 2004. 73f.). Ländliche Räume gelten als Orte, an denen Menschen füreinander da sind, sich Zeit nehmen und jeder seine Rolle im gesellschaftlichen Gefüge innehat (DIRKSMEIER 2008. 160). Das Landleben wird verklärt und bietet eine Abgrenzung zu den Negativerscheinungen der Postmoderne (KÜHNE, SPELLERBERG 2010. 27; vgl. Kap. 2.1.3).

Die Menschen suchen gerade in unruhigen Zeiten einen Anker, etwas Stabiles, das Bestand hat. Ein solcher Anker kann im Bewahren bzw. einer Rückbesinnung auf ländliche Lebensweisen gefunden werden. HENKEL (2004. 127) sieht darin eine Kompensation des Globalisierungsprozesses. Für RICHTER (2004. 124) stellt die dörfliche Lebensart einen Gegenpol zur Schnelllebigkeit der Welt dar. Obwohl die Globalisierung vor den Dörfern nicht Halt macht und Verkehrs- und Informationsströme, Pendler oder Ausflügler neue Informationen und Werthaltungen vermitteln, bleibt das Dorf ein Rückzugsort, an dem die Unruhe ausgeblendet werden kann (RICHTER 2004. 118ff.; GROTHUES 2006. 21). Dorffeste erfreuen sich trotz aller Homogenisierungstendenzen großer Beliebtheit, Festumzüge gelten als Höhepunkt des Jahres und Heimatmuseen sind die „Dauerbrenner“ der dörflichen Tradition. Diese Aufrechterhaltung von Heimatkultur kann zum einen als der wirkliche Wunsch nach Erhalt der alten Traditionen interpretiert werden, zum anderen ist die Tendenz der Inszenierung von Bräuchen zu beobachten, um ein Bild von Ländlichkeit nach innen und außen zu demonstrieren (KÖHLE-HEINZINGER 2004. 19ff.).

Neben die Urbanisierung tritt die Ruralisierung. Ländliche, bäuerliche Lebensweisen gewinnen wieder an Bedeutung, Subsistenz, Nachhaltigkeit und geregelte Lebensläufe sind angestrebte Ziele (RICHTER 2004. 120). Als Beispiel kann die „Simplify your Life“ Bewegung angeführt werden, die unter dem Motto „Überdruß am Überfluß“ steht. Ziel ist eine Entschleunigung des Lebens, die Menschen sollen wieder zu sich selbst finden und erkennen, was das Wesentliche im Leben ist (KÜSTENMACHER 2006. 15ff.). Ländlichkeit wird zum neuen Trend, der Aspekte wie Ruhe, Naturnähe oder Freiraum umfasst. Vor allem Stadtmenschen sehen im Ländlichen einen Ort „wo die Welt noch in Ordnung ist“, verbunden mit dem Wunsch nach einer „Heilen-Welt-Romantik“. Negative Aspekte, die das Landleben begleiten können, werden negiert. Diese Ländlichkeit mit all ihren Vorteilen steht oftmals im Kontrast zur Stadt, welche ein Ort zu sein scheint, an dem sich negative Begleiterscheinungen unserer Zeit bündeln (JOHAENTGES 1996. 21ff.). So kann analog zur Urbanität (vgl.

Kasten 3) von einem Trend zur Ruralität ausgegangen werden, welche sich aus den strukturellen Besonderheiten ländlicher Räume ergibt.

Kasten 3 Exkurs: Urbanität nach Dirksmeier

Urbanität definiert sich als Kontingenz der Stadtgesellschaft auf der Grundlage von Individualisierung und Fremdheit. *Fremdheit* ist die Konsequenz der vielen Menschen in der Stadt, die sich untereinander unbekannt sind. Das Sozialleben wird unübersichtlich, enge Beziehungen werden erschwert und es kommt zu einer Unsicherheit des Einzelnen. Es gibt unzählige Wahlmöglichkeiten an sozialen Kontakten, die jeweils neue Kontaktmöglichkeiten bieten. *Individualisierung* meint die Freisetzung traditioneller Bindungen, was zu Selbstbezogenheit oder zur Auflösung sozialer Werte führen kann. Die Menschen werden aus traditionellen Sozialbeziehungen herausgeworfen und sind auf sich selbst gestellt. Die Stadt ist DER Ort der Individualisierung. Zwar findet sich die Enttraditionalisierung mittlerweile überall, doch ist sie durch die Omnipräsenz von Fremdheit, die Erweiterung und Überschneidung der sozialen Kreise und die dadurch entstehenden Wahlmöglichkeiten in der Stadt besonders ausgeprägt. *Kontingenz* ist das Resultat von Fremdheit und Individualisierung. Die unzähligen Wahlmöglichkeiten, die moderne Gesellschaften und insbesondere die Stadt bieten, führen zur Unbestimmtheit.

Quelle: DIRKSMEIER (2006. 221ff.); KRICKEL (2010. 6).

Ruralität kann als das Fortbestehen oder Wiederentstehen ländlicher Lebensweisen aufgrund struktureller Merkmale und in Bezugnahme zur Urbanität durch *Bekanntheit*, *Kollektivierung* und *Sicherheit* beschrieben werden. Bekanntheit meint die engen sozialen Kontakte, welche sich durch das begrenzte Sozialgefüge in ländlichen Räumen ergeben. Fremdheit existiert kaum, die Menschen kennen sich gegenseitig. Die Bekanntheit bedingt den Aspekt der Kollektivierung. Die intensiven Sozialkontakte bis hin zur sozialen Kontrolle führen zu einer Einschränkung der Wahlmöglichkeiten sowie zum Abbau von Unsicherheiten. Schließlich bedingen Bekanntheit und Kollektivierung eine Sicherheit, da sie wenig Spielraum für Unsicherheiten lassen.

2.2.1.4 Dorfleben heute

Das Landleben hat sich verändert. Von der ehemaligen Vormachtstellung ländlicher Räume ist kaum mehr etwas zu sehen. Das bäuerliche Leben vermengte sich mit modernen städtischen Einflüssen. Nichtsdestotrotz erfährt das Ländliche in mancherlei Hinsicht eine Renaissance. In Zeiten des stetigen Wandels, fortschreitender Individualisierung und scheinbar unzähliger Wahlmöglichkeiten suchen die Menschen nach Stabilität und finden diese unter anderem in einer ländlichen Lebensweise, die geprägt ist von Langsamkeit, Traditionen und Bodenständigkeit. Wurde im vorherigen Abschnitt dargestellt, welche Veränderungen der ländliche Raum und die ländliche Gesellschaft erfahren haben, soll im Folgenden untersucht werden, wie sich das Leben auf dem Lande heute gestaltet.

Soziale Beziehungen im Dorf

Obwohl das Dorfleben oftmals mit einem harmonischen Zusammenleben verbunden wird, bestand nie eine reine Harmonie. Stets gab es Konflikte, z.B. zwischen Mächtigen und Machtlosen oder Besitzenden und Besitzlosen. Die Dorfgemeinschaft beruhte auf der aus Notwendigkeit und Abhängigkeit gewachsenen Solidarität, aber auch auf Misstrauen, Konflikten und Spannungen (EHALT 2000. 9f.). Die Menschen wollten nicht auffallen, da bei abweichendem Verhalten mit Konsequenzen zu rechnen war. Das Dorfleben ist noch heute von Nähe geprägt (HAUPTMEYER, HENKEL 2005. 45f.). Enge familiäre oder nachbarschaftliche Beziehungen spielen eine große Rolle für das Zusammenleben. Die Bedeutung der Familie zeigt sich z.B. an Mehrgenerationenhaushalten oder Verwandten, die in unmittelbarer Nachbarschaft leben. Zudem vermittelt die Familie den „Verhaltenskodex“, die Richtlinien eines funktionierenden Zusammenlebens (GEBHARDT, KAMPHAUSEN 1994. 86). Nachbarschaft ist selten das Resultat einer freien Wahl, sondern bietet Kontakte aufgrund der räumlichen Nähe. Den Nachbarn kann schwer ausgewichen werden, was eine gewisse Intimität vermittelt: Sie haben einen tiefen Einblick in das Alltagsleben, selbst in Aspekte die lieber im Verborgenen bleiben sollen (MENZL 2007. 263). Zu den positiven Seiten der Nachbarschaft zählt die Unterstützung in kleinen oder großen Notsituationen, wie Hilfe bei Katastrophenfällen, Kinderbetreuung oder gegenseitige Überwachung des Hauses während einer Urlaubsreise (HAUPTMEYER, HENKEL 2005. 46). Sie stellt gerade für Kinder eine gewisse Sicherheit dar. Es wird auf die Nachbarskinder geachtet und bei potentiellen Gefahren eingegriffen. Das gegenseitige Grüßen oder private Einladungen erwecken bei Neubürgern ein Gefühl der Zugehörigkeit und erleichtern die Integration in die Gemeinde. Mitunter ist ein näheres Kennenlernen jedoch gar nicht gewollt. In diesem Falle ist es schwierig der Nähe zu

entkommen (MENZL 2007. 264ff.). Die engen dörflichen Beziehungen werden manchmal als Belastung empfunden, die Menschen wünschen sich Abstand und fühlen sich in der Gemeinschaft gefangen. Es besteht eine latente Angst „ins Gerede zu kommen“, da Fehler oder abweichendes Verhalten sofort kommuniziert werden (MAIER 1991. 79f.). Dies ist das Resultat der sozialen Kontrolle, die *„eine besondere Beobachtungsstruktur, die sich an allseitig akzeptierten Merkmalen festmacht, wie z.B. Haus, Garten, Felder, Autos und Kleidung“* (BRÜGGEMANN, RIEHLE 1986. 180) darstellt. Sie vermittelt Handlungsorientierungen und zeigt, welches Verhalten erlaubt oder welche Reaktion in bestimmten Situationen angemessen ist (BRÜGGEMANN, RIEHLE 1986. 182ff.). Der Verhaltenskodex schafft eine dörfliche Identität und dient als Möglichkeit der Abgrenzung von „den Anderen“ außerhalb der Gemeinschaft oder den „Regelbrechern“. Dies führt oft zu Abwehr und Misstrauen gegenüber Neuem oder Fremden und ist der Grund für die vermeintliche Starrheit und Unbeweglichkeit, die den Dörfern nachgesagt wird, sowie den verzögerten sozialen Wandel in Dörfern (BRÜGGEMANN, RIEHLE 1986. 184f.). Soziale Kontrolle bedeutet eine Handlungseinschränkung, da bei Verhalten, das sich nicht an den lokal geltenden Normen orientiert, mit Sanktionen zu rechnen ist. Sie führt zu einer Einschränkung der Selbstverwirklichungsmöglichkeiten des Einzelnen (BECKER 1997. 285). Es wird deutlich gemacht, welches Verhalten erwünscht ist, um Teil der Dorfgemeinschaft zu sein, was eine gewisse Gruppenidentität impliziert (MENZL 2007. 288). Die soziale Kontrolle heute unterscheidet sich von der dörflichen Gemeinschaft früherer Zeiten, da die gegenseitige Kenntnis mittlerweile Grenzen hat. „Jeder kennt Jeden“ trifft nicht mehr bedingungslos zu, weswegen der Kontrollmechanismus eingeschränkt ist. Der Einzelne steht nicht mehr in der Pflicht seine Funktion zu erfüllen. Die Ausdifferenzierung verschiedener Sozialgruppen und der Verlust der angestammten Rollenfunktionen führen zu einem Rückgang an Erwartungen. Zudem hat sich das Referenzsystem vieler Dorfbewohner ausgeweitet. Der Wohnort stellt nicht mehr den alleinigen Lebensmittelpunkt dar, wodurch der Kontrolle entgangen werden kann. Der Rückgang des Einflusses der Kirche führt zum Bedeutungsverlust eines wichtigen Kontroll- und Sanktionsorgans (HAINZ 1999. 177ff.). Heute gelten die Regelvorschriften zudem nicht mehr für sämtliche Personengruppen gleichermaßen, sondern partikuläre Normen betreffen bestimmte Mitglieder der Dorfgemeinschaft (HAINZ 1999. 177). Das „Darüber reden“ bzw. der Dorfklatsch als Konsequenz des Nicht-Einhaltens von Regeln wird außerdem in einigen Fällen nicht mehr schlimm empfunden (BECKER 1997. 286). In gewisser Weise bietet das Dorfleben sogar größere individuelle Freiheit als das Leben in der Stadt. Eine Feier, die bis in die Morgenstunden dauert, ist auf dem Lande oft kein Problem, während sie in einem städtischen Mietshaus zu

Konflikten führen kann. Der Anpassungsdruck in Städten kann mitunter größer sein und der alte Leitspruch „Stadtluft macht frei“, kann sogar in Teilen umgekehrt werden (BECKER 1997. 287). Nichtsdestotrotz findet sich in der heutigen Dorfgesellschaft soziale Kontrolle, wenngleich in abgeschwächter Form. Sie bleibt neben modernen Segmenten weiterhin bestehen.

Das Dorf als Zuzugsort

Seit jeher gab es Zuzüge in ländliche Räume. Den größten Zuwanderungsboom erfuhren die Dörfer Deutschlands in den 1940er Jahren durch Zuzügler aus den zerstörten Großstädten sowie durch Flüchtlinge und deutsche Vertriebene in den Nachkriegsjahren. Sie suchten in ländlichen Regionen Zuflucht, wo Wohnraum vorhanden und Nahrung weitaus günstiger war als in den Städten. Die neuen Dorfbewohner sahen die Dörfer jedoch nur als vorübergehenden Wohnort und verließen die Gemeinden in den 1950er und 1960er Jahren wieder, um in die Städte zu ziehen. Die aufgegebenen Gebäude wurden mitunter von Gastarbeitern aus Italien, Spanien, Portugal, der Türkei und dem Balkan genutzt, die vereinzelt in die Dörfer kamen, obgleich die Ballungsgebiete ihre Hauptziele waren. Ein neuer Zuzugsstrom entstand durch den Fall des Eisernen Vorhangs, in Folge dessen, neben Zuzüglern aus den neuen Bundesländern, deutsche Aussiedler aus Osteuropa zurückkehrten. Doch nicht nur gezwungene, auch freiwillige Zuzüge aus den städtischen Räumen in die Dörfer sind seit den 1970er Jahren zu verzeichnen. In den letzten beiden Jahrzehnten hat sich die Bevölkerungszahl vieler westdeutscher Dörfer um 10 % bis 30 % erhöht, wobei das Gros der Zuzügler suburbane oder urbanisierte ländliche Räume präferiert (HENKEL 2012. 126ff.). Besonders großstadtnahe Regionen mit hoher landschaftlicher Attraktivität weisen Zuwächse auf, während sehr periphere Räume an Bevölkerung verlieren (BEETZ 2004. 15f.).

Gründe für die Wahl des Dorfes als Wohnstandort

Maßnahmen der Dorferneuerung bewirken zum einen Entwicklungschancen und Identifikationsmöglichkeiten für Einheimische und verstärken zum anderen bei Stadtbewohnern den Wunsch nach einem Leben auf dem Lande. Das Streben nach Ländlichkeit ist ein häufiger Grund für einen Zuzug in rurale Regionen. Mit dem Umzug sind Hoffnungen nach Gesundheit und Sicherheit verbunden. Der ländliche Raum wird als landschaftlich attraktiver Erholungsraum betrachtet, der bewahrt werden soll. Es werden Einschränkungen in Kauf genommen, wie ein Mangel an kulturellem Angebot, unzureichende Versorgungsmöglichkeiten oder eine schlechte Verkehrsanbindung (GROTHUES 2006. 14;

JOHAENTGES 2006. 22f.). Dennoch scheint das Landleben eine Verbesserung der Lebensqualität zu implizieren (OKON 2005. 123). Dies ist in den letzten Jahren zunehmend für Künstler und Intellektuelle ein Grund, den Großstädten den Rücken zuzukehren und ein Leben fernab der Agglomerationen zu führen (HENKEL 2012. 129).

BEETZ (2004. 63f.) unterscheidet drei typische Zuwanderergruppen: *Lückensucher* sind Menschen in prekären Lebenslagen, die auf dem Lande günstigen Wohnraum sowie niedrigere Lebenshaltungskosten suchen. Den hohen Mieten und Lebenshaltungskosten in der Stadt steht ein vergleichsweise günstiges Leben auf dem Lande gegenüber (MENZL 2007. 135). Auf der anderen Seite stehen *einkommensstarke Familien*, die aufgrund einer Wohnortverlagerung oder aus beruflichen Gründen in ländliche Regionen ziehen. Eine weitere Gruppe sind die *Rückkehrer*, die selbst aus der Region stammen (BEETZ 2004. 64). Dazu zählen diejenigen, welche ihr Arbeitsleben in der Stadt verbracht haben und ihren Ruhestand in der alten Heimat genießen wollen (HENKEL 2012. 129; BECKER 1997. 53). Wie MENZL (2007. 135f.) darstellt, verspüren gerade Personen, die selbst in einem Dorf aufgewachsen sind, häufig den Wunsch, ihren Kindern ebenfalls eine Kindheit in ländlicher Umgebung zu ermöglichen. Mit Rücksicht auf den Nachwuchs wird Wert auf ein angenehmes Wohnumfeld gelegt. Hochhäuser, „soziale Brennpunkte“ und Migranten stellen für viele Eltern ein Problem dar. Sie möchten, dass ihre Kinder in einer geschützten Umgebung und einer funktionierenden Nachbarschaft aufwachsen. Dies wird häufig mit ländlichen Gemeinden assoziiert, da sich problematische Wohnlagen häufiger in Städten finden (MENZL 2007. 135ff.).

Weiterhin ist mit dem Zuzug in rurale Regionen häufig der Wunsch nach Wohneigentum verbunden. Ein eigenes Haus dient als materielle und finanzielle Absicherung, Altersvorsorge sowie als Ort zur Selbstverwirklichung, wo ein unabhängiges Leben geführt werden kann, ohne Rücksicht auf Mietvorschriften und Hausordnungen. Es bietet eine gewisse Sicherheit, da kein befristeter Mietvertrag besteht. Wohneigentum hat darüber hinaus eine identitätsstiftende Wirkung. Das Haus impliziert Wohlstand und demonstriert ein gewisses Sozialprestige. Das Wohnen im eigenen Haus ist für viele der Inbegriff eines idyllischen und harmonischen Lebens (MENZL 2007. 136f.; JOHAENTGES 1996. 16ff.). Der eigene Garten ist ein weiterer wichtiger Aspekt, der das Landleben ausmacht (BOSSET 2006. 219). Er dient der Erholung, erweitert den Wohnraum und kann im Sommer zum „Wohnzimmer“ der Familie werden. Des Weiteren kann im Garten die Nähe zur Natur und das Leben im Freien genossen werden (FÜHR 2005. 32; RICHTER 2004. 18). Insgesamt sind finanzielle Aspekte, Immobilien und

die Ländlichkeit die häufigsten Zuzugsgründe. Selbstverständlich spielen familiäre Aspekte wie Heirat oder berufsbedingte Ortswechsel ebenso eine Rolle (BETZ 1988. 98f.). Da hier der Umzug aufgrund äußerer Umstände erfolgt, werden diese Faktoren nicht näher ausgeführt.

Zuzügler und Einheimische – zwischen Konfrontation und Integration

Ein Wohnortwechsel bedeutet stets einen Umbruch im Lebensverlauf, was insbesondere soziale Kontakte betrifft. Bestehende Sozialkreise können meist nicht beibehalten und neue Freundschaften müssen aufgebaut werden. Zwischen den „Alteingesessenen“ und den Neubürgern besteht häufig Konfliktpotential, welches sich unter anderem auf bestehende Stereotypen, wie den „engstirnigen, konservativen Dorfbewohner“ oder den „arroganten Großstädter“ zurückführen lässt (MENZL 2007. 222; 244). Zuzügler haben teils eine idealisierte Vorstellung vom Landleben und sind enttäuscht, dass sich das städtische Leben auf dem Lande aufgrund infrastruktureller Einschränkungen nicht fortsetzen lässt (OKON 2005. 130). Einheimische und Zuwanderer haben oft kaum Kontakt und es findet nur wenig Kommunikation statt, was in einem mangelndes Interesse am Dorfleben vieler Zuzügler sowie auf die räumliche Trennung von Dorfkernen und Neubaugebieten begründet ist (JOHAENTGES 1996. 161). Konflikte können zwar oft verringert, aber nicht völlig vermieden werden. Konfliktpotential bietet z.B. der lokalpolitische Bereich. Personen, die neu in einen Ort ziehen und dort ein Eigenheim erwerben, haben das Bedürfnis, den Wert des Hauseigentums zu erhalten bzw. zu steigern, was sich häufig in politischem Engagement zeigt. Ziel ist, neben dem Erhalt des monetären Wertes des Besitzes, die Realisierung ihrer Vorstellung von ländlichem Leben, was ein Konfliktpotential mit der ortsansässigen Bevölkerung, welche oftmals konträre Vorstellung der Dorfentwicklung hat, birgt (DIRKSMEIER 2008. 160ff.). Eine hohe Nachfrage führt zu wachsenden Immobilienpreisen. Da Zuzügler häufig vergleichsweise wohlhabend sind, können sie sich exklusive Immobilien leisten und werden von den Einheimischen als Konkurrenten um Wohnraum wahrgenommen. Als Maßnahme gegen diese Tendenzen werden in manchen Gemeinden Einheimischenmodelle eingeführt, welche dem Wohnbedarf der ortsansässigen Bevölkerung den Vorrang geben (DIRKSMEIER 2008. 167).

Ein Mittel zur Integration von Zuwanderern sind Vereine, die der Kontaktaufnahme dienen und den Einheimischen die Möglichkeit geben, festzustellen, welche „Neulinge“ an einer Teilhabe in der Gesellschaft interessiert sind (DIRKSMEIER 2008. 166). Weitere Integrationshilfen stellen das eigene Haus bzw. die Nachbarschaft dar, da „über den Gartenzaun“ schnell Kontakte entstehen (MENZL 2007. 136; JOHAENTGES 1996. 16ff.).

2.2.1.5 Stadt und Land aus Bewohnersicht

Bewohner ländlicher Räume sind generell zufriedener mit ihrer Wohnumgebung als Bewohner der Städte, wie verschiedene Untersuchungen zeigen (HENKEL 2012. 141). Eine Umfrage des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung BBSR (2010) ergibt, dass Einwohner in Kommunen außerhalb der Stadtregionen häufig länger (in diesem Fall 30 Jahre oder mehr) am selben Ort leben. Die Wohndauer im Umkreis von Großstädten ist dagegen oft kürzer. Insgesamt sind Bewohner von Kleinstädten und Landgemeinden stärker in ihrem Wohnort verwurzelt und können sich kaum vorstellen, an einem anderen Ort zu leben. Motive für einen Umzug sind gerade in wirtschaftlich prekären Zeiten oft beruflicher Art sowie Heirat, Bildung eines eigenen Haushalts oder Pflege- bzw. Todesfälle und selten Defizite des Wohnumfeldes (BBSR 2010. 5). Häufig besteht eine Diskrepanz zwischen der Wahrnehmung der Umgebung durch die Bewohner und der Außenwahrnehmung. Dorfbewohner sind in der Regel sehr eng mit ihrem Wohnort verbunden und mit ihren Lebensumständen zufrieden, während Wissenschaftler und Planer von Verödung, Entleerung oder „Armenhäusern des Landes“ sprechen (HAUPTMEYER, HENKEL 2005. 47; HENKEL 2012. 139).

Die Wahrnehmung des eigenen Wohnortes ist nicht nur durch objektive Kriterien geprägt, sondern auch von persönlichen Faktoren beeinflusst wie Wohndauer, Eigenheim, sozialen Kontakten, Integration, regionale oder lokale Identität sowie arbeitsmäßige und emotionale Bindung an den Ort (HAUPTMEYER, HENKEL 2005. 47f.). Zu den sozialen Faktoren gehören, neben den Vereinen, die als Orte der sozialen Begegnung wahrgenommen werden, die Beziehungen zu Nachbarn sowie familiäre und verwandtschaftliche Bindungen. Spielt sich das Leben am Wohnort ab, besteht ein hohes Zufriedenheitsgefühl. Die Ausweitung des Referenzsystems zeigt, welche Möglichkeiten sich außerhalb des beschränkten Raumes des Heimatortes ergeben. Die Konsequenz sind wachsende Ansprüche, denen der Wohnort häufig nicht gerecht werden kann (HAUPTMEYER, HENKEL 2005. 47f.; DIRKSMEIER 2008. 166). Ein wichtiger Einflussfaktor auf die Wohnortzufriedenheit, ist die Ortsbindung, die von MENZL (2007. 338ff.) in rationale, soziale und emotionale Ortsbindung unterteilt wird. Erstere ist rein pragmatisch. Die Bewohner wägen Vor- und Nachteile des Wohnortes im Vergleich zu anderen Standorten ab und entscheiden sich bewusst für eine positive Bewertung, wobei die negativen Aspekte durchaus bewusst sind. Diese Personen interessieren sich kaum für die Gemeinde, das Leben ist auf das eigene Zuhause fokussiert. Eine soziale Ortsbindung entsteht durch die Einbindung in Netzwerke und den Aufbau sozialer Kontakte. Diese sind zu Beginn oft auf die Nachbarschaft begrenzt, können sich aber ausweiten und ein Gefühl der Integration in die

Gemeinde bewirken, welche so zu einem Zuhause wird und ein Gefühl der Geborgenheit vermittelt. „Die Bindungen in der Gemeinde sind somit gewissermaßen als Voraussetzung für die Bindungen an die Gemeinde anzusehen“ (MENZL 2007. 340). Die emotionale Ortsbindung bedeutet eine gefühlsbetonte Bindung an den Wohnort, die sich zu einer „lokalen Identifikation“ (MENZL 2007. 340) entwickeln kann. Die Gemeinde bietet eine vertraute Umgebung, Heimat sowie ein Gefühl von Sicherheit und Zufriedenheit. Emotionale Ortsbindung hat eine ausgrenzende Wirkung: Früher waren Nachbardörfer häufig Rivalen, die Heirat eines Bewohners bzw. einer Bewohnerin des Nachbardorfes galt z.B. als „Hochverrat“. Dies gehört heutzutage zwar der Vergangenheit an, doch spielen die Rivalitäten nach wie vor eine große Rolle, z.B. bei Sportveranstaltungen. Die „Kirchturmspolitik“, die Wertschätzung des eigenen Ortes und der Wunsch nach Bewahren der Heimat, werden häufig negativ gewertet, bergen aber Vorteile, da diese Identifikation als „Kraftquelle“ (HENKEL 2012. 139) für das Dorfleben dienen kann und häufig zu Engagement in der Kommunalpolitik oder in Vereinen führt. Personen mit einer starken emotionalen Ortsbindung können sich nicht vorstellen an einem anderen Ort zu leben. Zu diesen gehören z.B. *Alt-Dörfler*, die tief in das Dorfleben verankert sind, viele soziale Kontakte innerhalb der Dorfgemeinschaft und eine tiefe Bindung an den Wohnort haben (SPELLERBERG 2004. 46). Ein Grund kann die am Ort verbrachte Kindheit sein, die oftmals mit positiven Erfahrungen und vielfältigen Bedeutungen verknüpft wird (HAUPTMEYER, HENKEL 2005. 47f.). Einige Zuzügler zählen zu den *Reingeschmeckten*, die noch keine engen sozialen Beziehungen aufbauen konnten und denen es innerhalb der Gemeinschaft an Anerkennung fehlt. Probleme sind Kontaktschwierigkeiten, Einsamkeit und Isolation (MAIER 1991. 83f.). Die *Sensiblen* haben Schwierigkeiten mit den „rauen Sitten“, Missgunst, Tratsch und Klatsch im Dorf, während die *Anspruchsvollen* ihr Bedürfnis nach Spaß und Abwechslung im Dorf nicht befriedigen können (HAUPTMEYER, HENKEL 2005. 44).

Es ergeben sich in Hinblick auf die Wohnzufriedenheit Unterschiede zwischen Einheimischen und Zuzüglern. Sie ist zum einen in der am Ort verbrachten Kindheit begründet. Zum anderen ist sie darauf zurückzuführen, dass Zuwanderer vor eine völlig neue Lebenssituation gestellt werden und sich mit Problemen des Lebens auf dem Lande auseinandersetzen müssen (MENZL 2007. 340, 174ff.). Trotzdem können weder Einheimische noch Zuwanderer als homogene Gruppe betrachtet werden. Viele *Neu-Dörfler* bilden nach kurzer Zeit eine eigene Ortsidentität aus und wissen um die Vorteile des Dorflebens. Sie können ebenso eine hohe emotionale Ortsbindung aufweisen, wenn sie sich dem sozialen Netz der Gemeinde zugehörig

fühlen (MENZL 2007 340f.). Gleichzeitig verfügen nicht alle Einheimischen über eine starke Ortsidentität und zählen teilweise zu den *Dorf-Rand-Dörflern*, die kaum Kontakte zur Dorfgemeinschaft haben und den Wunsch verspüren, der Enge des Dorfes zu entkommen. Manche Einheimische sind dem Dorf gegenüber kritisch eingestellt und gehören somit zu den *emanzipierten Dörflern* (HERRENKNECHT 2004. 7f.; SPELLERBERG 2004. 46).

Neben der Bewertung des eigenen Wohnortes unterscheidet sich die Wahrnehmung der Großstädte bei Bewohnern ländlicher Räume. MENZL (2007. 324ff.) charakterisiert vier Typen: *Großstadt-Schwärmer* betonen die Vorteile des städtischen Lebens und ziehen einen Umzug durchaus in Erwägung. Sie verbringen ihre Freizeit gerne in der Stadt und nutzen die Vorteile des urbanen Lebens, zu denen sogar Hektik und Anonymität gehören. Grund für ein Leben außerhalb der Großstadt sind überwiegend die Kinder. *Lebensphasen-Großstädter* haben bereits in der Stadt gelebt und wissen um die Vorzüge. An das Leben in der Großstadt denken sie gerne zurück, teilweise bestehen sentimentale Erinnerungen. Gleichzeitig werden Aspekte wie Hektik, Lärm und Anonymität wahrgenommen, weswegen eine Rückkehr derzeit nicht in Frage kommt und die Vorteile des ruhigeren Lebens außerhalb der Städte genossen werden. *Großstadt-Indifferente* sind pragmatischer und weisen keine emotionalen Bindungen zur Stadt auf. Sowohl das Leben in Städten als auch im ländlichen oder suburbanen Raum bietet für sie Vor- und Nachteile. Sie haben zwar kein besonderes Interesse am urbanen Leben, sind dem aber nicht völlig abgeneigt. Ein Umzug in die Stadt wäre denkbar, aber lediglich aufgrund praktischer Aspekte wie einer besseren Infrastruktur, Nähe zum Arbeitsplatz oder mehr Einkaufsmöglichkeiten. *Großstadt-Feinde* stehen der Großstadt sehr negativ gegenüber. Sie wird kategorisch abgelehnt und das Leben in Städten als belastend wahrgenommen, was insbesondere an den Menschenmassen und damit verbundenen Nachteilen wie Verkehrschaos, Lärm, Stress und Anonymität liegt. Sie sehen die Stadt als Ort, an dem sich Traditionen lösen, Werte und Normen an Bedeutung verlieren und soziale Kontakte oberflächlich bleiben.

Insgesamt wird das Leben in der Stadt von den meisten Dorfbewohnern nicht als erstrebenswert betrachtet. Selbst Großstadtbewohner bewerten in Umfragen das Landleben häufig positiver und schätzen Dorfbewohner glücklicher ein (HENKEL 2012. 140ff.). Dies zeigt, dass das Bild der „krankmachenden Großstadt“, die Großstadtkritik und die Hochschätzung des Landlebens (vgl. Kap. 2.2.1.1; 2.2.1.3) nicht völlig der Vergangenheit angehören.

2.2.2 Ländliche Lebensstile

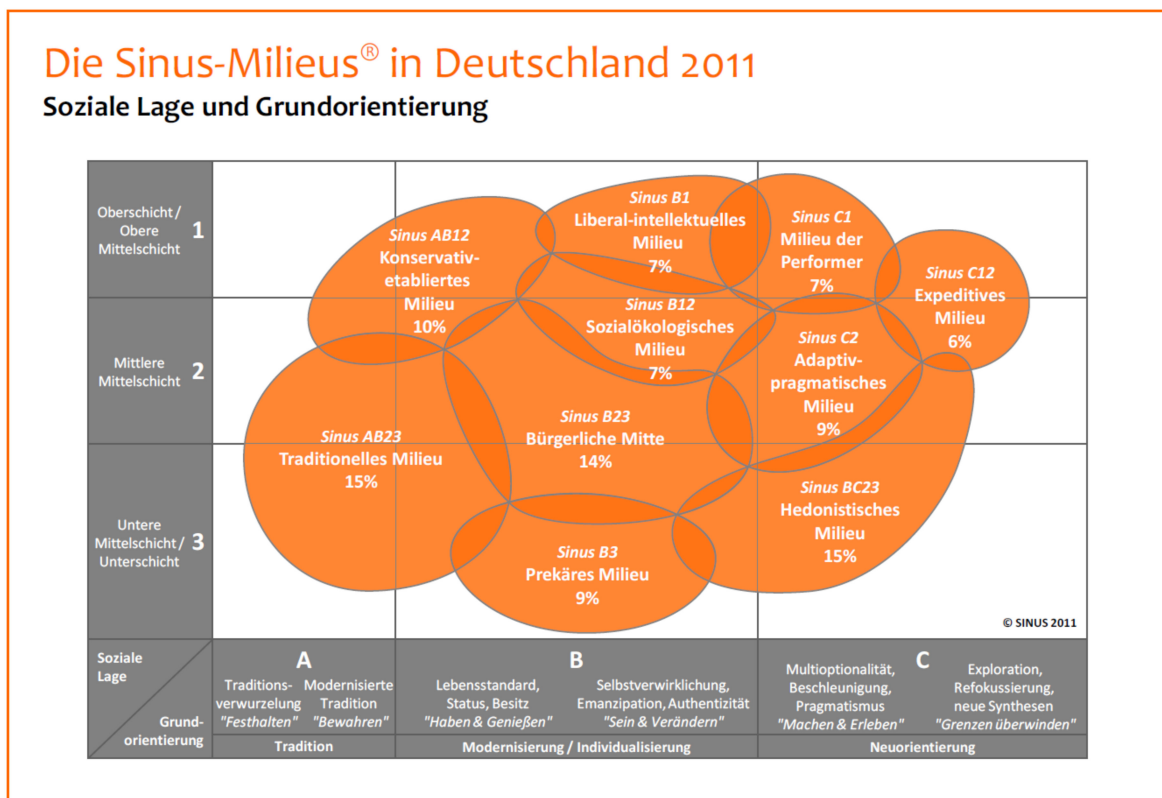
Die Bewohner ländlicher Räume können ebenso wie die Stadtbewohner, nicht mehr als homogene Gruppe beschrieben werden. Vielmehr hat eine Pluralisierung der Lebensstile stattgefunden, die unterschiedliche Werthaltungen, Verhaltensmuster und Einstellungen bedingen. Die Vorstellung einer homogenen Dorfgemeinschaft ist obsolet geworden (FRANZEN ET AL. 2008. 11). In aktuellen Diskussionen der Geographie wird die Existenz lokal festzumachender Lebensstile häufig negiert (vgl. Kap. 2.2.2; 2.3). In der vorliegenden Arbeit wird untersucht, ob diese Vereinheitlichung der Lebensformen und Lebensstile in der Realität tatsächlich zu beobachten ist, oder ob sich die Menschen gerade in einer immer schnelllebiger werdenden Welt auf das Bekannte bzw. das Lokale zurückbesinnen und dies in ihren Lebensstilen ausdrücken

2.2.2.1 Grundlagen und Entwicklung der Lebensstilforschung

In den 1970er und 1980er Jahren wurden traditionelle Schichten- und Klassenmodelle in Frage gestellt, da gestiegener Wohlstand, die Zunahme an Freizeit, die Entwicklung des Wohlfahrtsstaates, die *„Entankerung individueller Lebensbezüge von raumzeitlichen Strukturen“* (BECKMANN 2006. 16) und die Pluralisierung von Werthaltungen mit gleichzeitiger Abkehr von traditionellen Werten eine individualisierte Gesellschaft zur Folge hatten (OTTE, RÖSSEL 2011. 8f.). Lebensläufe waren nicht mehr vorhersehbar, es entstanden verschiedenste Haushalts- und Lebensformen, die Bildungschancen verbesserten sich für alle Gesellschaftsschichten, die Adoleszenzphase verlängerte sich, die Geschlechterverhältnisse waren im Wandel und die Arbeitswelt wurde diversifiziert und flexibilisiert (BECKMANN 2006. 16; DANGSCHAT, HAMEDINGER 2007. 4f.). Die Stellung im Erwerbsleben allein reichte nicht mehr als Differenzierungsmerkmal der Gesellschaft aus, da sie die vielfältigen sozialen Unterschiede nicht erfassen kann (SPELLERBERG 1992. 1). Vertikale Ungleichheiten wurden von neuen horizontalen Ungleichheiten überlagert. Daher haben sich Konzepte zu Soziallagen, Milieus und Lebensstilen auf Grundlage von Theorien zur Modernisierung und Individualisierung zu bedeutenden Forschungsfeldern in den Sozialwissenschaften entwickelt (BECKMANN 2006. 16; OTTE, RÖSSEL 2011. 9). Ermöglicht wurde dies durch technische Innovationen z.B. explorative Datenanalyseverfahren, wie Cluster-, Faktoren- oder Korrespondenzanalyse (OTTE, RÖSSEL 2011. 9).

Die ersten Forschungen zu Lebensstilen wurden in der Markt- und Konsumforschung durchgeführt. Wegbereitend war das in den 1980er Jahren veröffentlichte Milieu-Modell des Sinus-Institutes, das die herkömmlichen Methoden der Marktforschung weiterentwickelte (OTTE, RÖSSEL 2011. 9). Die Sinus-Milieus differenzieren die Gesellschaft in Gruppen, welche sich in ihrer Lebenswelt, das heißt ihrer Lebensweise, ihren Werteinstellungen oder ihrer Lebensauffassung ähneln. Neben sozioökonomischen Indikatoren werden grundlegende Werthaltungen und Alltagseinstellungen zu Beruf, Familie, Freizeit, Geld oder Konsum für eine Gruppenbildung verwendet (OTTE, RÖSSEL 2011. 9; SINUS MARKT- UND SOZIALFORSCHUNG GMBH 2011. 3). Bildung, Beruf und Einkommen werden zu einem „Raster sozialer Schichten“ (REICHENWALLER 2000. 24) zusammengefasst, das anhand der Wertorientierungen und Dimensionen des Alltagsbewusstseins zu Milieus (vgl. Abb. 3) gruppiert wird, die sich in Lebensauffassung und Lebensweise ähneln (REICHENWALLER 2000. 24).

Abbildung 3 „Kartoffelgrafik“ der Sinus-Milieus



Quelle: SINUS MARKT- UND SOZIALFORSCHUNG GMBH (2011. 14) (mit ausdrücklicher Genehmigung zur Verwendung).

Zwischen den Milieus gibt es Berührungspunkte und Übergänge, die als „Unschärferelation der Alltagswirklichkeit“ (SINUS MARKT- UND SOZIALFORSCHUNG GMBH 2011. 13) bezeichnet werden. Die „Kartoffeln“ ergeben ein modellhaftes Abbild der sozialen Schichtung und Wertestruktur der Gesellschaft. Die Sinus-Milieus wurden in den letzten Jahren an soziale Veränderungen,

wie Wertewandel, Modernisierung und Individualisierung, Überforderung durch technischen, soziokulturellen und ökonomischen Wandel und Entstandardisierung von Lebensläufen angepasst. Werte bleiben zwar in unruhigen Zeiten stabil, doch verändert sich die Gesellschaft so rapide, dass sich die jeweiligen Milieustrukturen wandeln (SINUS MARKT- UND SOZIALFORSCHUNG GMBH 2011. 17).

Im theoretischen Kontext ist die Arbeit PIERRE BOURDIEUS *„Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft“* (1979 unter *„La distinction“* erstmals erschienen) als die wohl bedeutendste zu nennen, da sie den Weg zu deutschsprachigen Lebensstilforschungen ebnete. Auf Grundlage der Arbeiten GEORG SIMMELS und MAX WEBERS (vgl. Kasten 4) hinterfragte sie die traditionelle Klassentheorie und suchte neue Abgrenzungsmechanismen (OTTE, RÖSSEL 2011. 9f.).

Kasten 4 Exkurs: Stil des Lebens (GEORG SIMMEL) und Lebensführung (MAX WEBER)

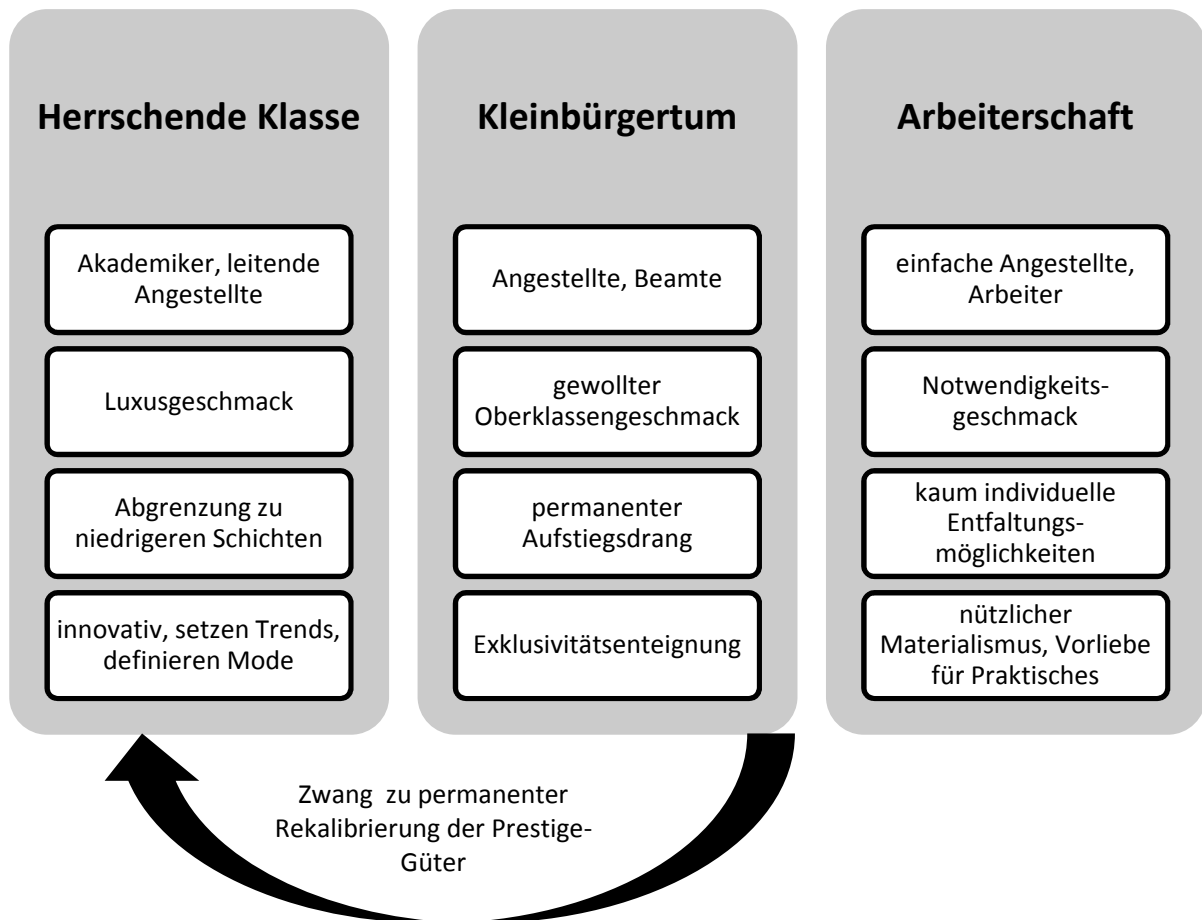
GEORG SIMMEL beschreibt den „Stil des Lebens“ als *„jene geheimnisvolle Formgleichheit innerer und äußerer Erscheinungen“* (SIMMEL 1984. 657). Durch den ständigen kulturellen und ökonomischen Fortschritt sowie den raschen Wechsel von Moden und Stilen entsteht eine Ungewissheit und der Drang, Dingen eine Bedeutung beizumessen sowie nach einer ständigen Suche neuer Moden und Stilen. Die Konsequenz einer ständigen Differenzierung ist eine Individualisierung und die Ausdifferenzierung von Lebensstilen (FLIEGE 1998. 76f.). MAX WEBER differenziert Klassen (ökonomische Gliederung der Gesellschaft), die sich durch die Güterproduktion unterscheiden und Stände (soziale Differenzierung nach unterschiedlichem Prestige), die im Güterkonsum *„in Gestalt von spezifischen Arten von Lebensführung“* (WEBER 1972. 688) voneinander abweichen. Lebensführung bedeutet die Form sozialen Handelns, die in einem bestimmten Stand typisch ist. Der Stil wird nicht nur nach innen, sondern vor allem nach außen getragen und demonstriert (FLIEGE 1998. 76f.).

Quelle: SIMMEL (1984. 657); FLIEGE (1998. 76f.); WEBER (1972. 688)

BOURDIEU teilt die Gesellschaft in soziale Räume ein, die sich durch ein stetiges Streben nach Abgrenzung (*„Distinction“*) auszeichnen (vgl. Abb. 4). Die soziale Herkunft birgt einen Habitus, welcher die gesamte Lebensführung, wie Sprache, Kleidung, Konsum oder Geschmack, umschreibt (BOURDIEU 1987. 171; OTTE, RÖSSEL 2011. 9f.). Der Habitus ist *„das Resultat einer zwangsläufigen und größtenteils unbewussten Bemächtigung von Verhaltensformen und Geschmacksurteilen in der Kindheit und Jugend“* (BOURDIEU 1987. 175). Ergänzend beschreibt BOURDIEU drei Kapitalarten, die in Kombination mit dem Habitus den Lebensstil prägen. Das

ökonomische Kapital umfasst materielle Güter sowie das Einkommen. Soziale Netzwerke sind die Basis für das soziale Kapital. Das kulturelle Kapital tritt in Form von Bildung auf.

Abbildung 4: Soziale Räume nach BOURDIEU



Quelle: Eigene Darstellung nach BOURDIEU (1987. 171ff.); KRÄUSSLICH (2008. 20).

BOURDIEU sieht zwei trennende Aspekte zwischen den Lebensstilen. Zum einen besteht eine Distinktionslinie nach sozioökonomischem Status, vom Notwendigkeitsgeschmack der Unterschicht zum Hochkulturgeschmack der Oberschicht. Zum anderen gibt es eine Distinktionslinie von traditionell zu modern, welche den alten und den neuen Mittelstand trennt. Ersterer orientiert sich an längst vergangener, mittlerweile veralteter Hochkultur, während letzterer Neuem aufgeschlossen gegenübersteht. Trotz seiner Ablehnung traditioneller Schichten- und Klassentheorien sieht BOURDIEU nach wie vor den Beruf und das damit verbundene Prestige als das entscheidende Distinktionsmerkmal der Gesellschaft und beschreibt Lebensstile als Resultat von Klassenunterschieden (KRÄUSSLICH 2008. 20ff.).

Eine weitere Studie, die aufgrund ihrer Rezeption als wegbereitend bezeichnet werden kann, ist GERHARD SCHULZES „*Erlebnisgesellschaft*“ aus dem Jahr 1992, in der er soziale Milieus beschreibt, die synonym für Lebensstile verwendet werden können. Der Grundgedanke von

SCHULZES Konzept ist, dass die postmoderne Gesellschaft eine Konsumgesellschaft darstellt, deren wichtigstes Lebensziel materieller Genuss ist. Die Menschen sind ich-bezogen und auf ihr eigenes Wohl bedacht, was Wahlmöglichkeiten voraussetzt, welche durch die Wohlstandsgesellschaft gegeben sind. SCHULZES Ansatz unterscheidet sich von BOURDIEUS Theorie dahingehend, dass nicht Klassenunterschiede für soziale Ungleichheit verantwortlich sind, sondern die freie Wahl der Menschen betont wird. Nichtsdestotrotz sieht auch SCHULZE Lebensstile nicht als vollkommen unabhängig von anderen Faktoren an und definiert Alter und Bildung als Ungleichheitsmerkmale, an denen sich Lebensstile orientieren (SCHULZE 2005. 277ff.; KRÄUSSLICH 2006. 23ff.). Er beschreibt drei Erlebnis- bzw. Präferenzmuster (alltagsästhetische Schemata), welche die Gesellschaft differenzieren.

- Hochkulturschema: individuelle Kultiviertheit, ästhetischer Anspruch
- Trivialschema: vergnügungsorientierte anspruchslosigkeit und Massenkonsum
- Spannungsschema: Narzissmus, Selbstinszenierung

Die Schemata unterscheiden sich durch Geschmack, der Art der Distinktion gegenüber anderen Schemata und ihr kollektives Zielsystem (Lebensphilosophie). Die Merkmale Bildung und Alter sowie die Nähe und Distanz zu den drei Schemata ergeben fünf soziale Milieus. Das *Niveaumilieu* besteht überwiegend aus älteren Personen (ab 40 Jahre) mit höheren Bildungsabschlüssen, zumeist Akademiker. Es hat seinen Ursprung in der ehemaligen Oberschicht. Das alltagsästhetische Schema ist das Hochkulturschema, in der Freizeit wird Wert auf Niveau und Anspruch gelegt, z.B. durch den Besuch klassischer Konzerte oder die Lektüre anspruchsvoller Literatur. Fernsehen dient lediglich der Information, Kitsch und „primitive Actionkultur“ sowie Jugendkultur werden strikt abgelehnt. Das Niveaumilieu weist eine konservative Wertorientierung auf. Das *Harmoniemilieu*, das aus der ehemaligen Unterschicht hervorgeht, umfasst wie das Niveaumilieu ältere Menschen, die jedoch einen niedrigen Bildungsstand aufweisen (ungelernte Arbeiter, untere Angestellte). Es wird durch die Nähe zum Trivialschema bestimmt. Personen dieses Milieus haben ein großes Bedürfnis nach Harmonie, Geborgenheit, Einfachheit und Ordnung. Sie finden dies im engen Umkreis bei Familie und Freunden. Die Freizeit wird zu Hause, überwiegend mit TV-Konsum, verbracht, wobei leichte Unterhaltung sowie Sportsendungen präferiert werden. Ungewohntes wird abgelehnt und fremden Menschen mit Misstrauen begegnet, da sie die „heile Welt“ bedrohen könnten. Menschen ab 40 Jahren mit mittlerem Bildungsabschluss (Beamte, mittlere Angestellte) werden dem *Integrationsmilieu* zugeschrieben, welches den Bourdieuschen Kleinbürgern entspricht. Wichtig ist Integration, man will um keinen Preis

auffallen, weder durch Exklusivität noch durch Kitsch. Somit besteht sowohl zum Hochkulturschema als auch zum Harmonieschema Nähe und gleichzeitig Distanz. Das Spannungsschema wird abgelehnt, da es eine zu große Auffälligkeit impliziert. Jüngere Personen mit mittlerem bis hohem Bildungsniveau gehören zum *Selbstverwirklichungsmilieu*, das durch eine Nähe zum Hochkultur- und Spannungsschema gekennzeichnet ist. Es ist ich-bezogen und weist im Unterschied zu den anderen Milieus kaum Normorientierungen auf, da diese als spießig empfunden werden. Intellektualität und körperliche Selbsterfahrung sowie die Befriedigung der eigenen Bedürfnisse stehen im Vordergrund. Wichtig ist eine positive Selbstdarstellung, weswegen die Freizeit gerne in öffentlichen Räumen (Restaurants, Bars, Clubs) verbracht wird. Das *Unterhaltungsmilieu* setzt sich aus jungen Menschen mit eher niedrigem Bildungsniveau zusammen, welche das Hochkultur- und Trivialschema ablehnen und eine Nähe zum Spannungsschema aufweisen. Sie suchen nach Unterhaltung, Spannung, Action und Abwechslung ohne viel Anspruch und lehnen traditionelle und konservative Werte ab. SCHULZE betont, dass die Grenzen zwischen den Milieus fließend sind. Lediglich Alter und Bildung sind stabile Komponenten. Die weiteren Unterscheidungsmerkmale unterliegen einem ständigen Wandel (SCHULZE 2005. 277ff.; KRÄUSSLICH 2006. 23ff.).

2.2.2.2 Definition und Konzeption von Lebensstilen

Ein Problem der Lebensstilforschung ist die Unklarheit über den Leitbegriff. Lebensstile können auf unterschiedliche Weise konzipiert und definiert werden, was eine einheitliche Begriffserklärung sowie die Operationalisierung erschwert (OTTE, RÖSSEL 2011). 12). Wie KLEE (2001. 53) zusammenfasst, ist „*der Kern aller sozialwissenschaftlichen Lebensstildefinitionen (...) in gemeinsamen Verhaltensweisen von Menschen zu sehen*“. Lebensstile lassen sich als Konglomerat verschiedenster Aspekte beschreiben, wie der Art und Weise der Lebensgestaltung, Werten, Normen, Einstellungen sowie Freizeitaktivitäten bzw. Konsummustern (KRÄÜBLICH 2008. 18). Einen wichtigen Ansatz zur Definition des Lebensstilbegriffes gibt H.P. MÜLLER (1992. 377f.), der vier grundlegende Dimensionen zur Differenzierung von Lebensstilen beschreibt:

- Expressives Verhalten: Freizeitaktivitäten und Konsummuster
- Interaktives Verhalten: Geselligkeit, Verkehrskreise, Zugehörigkeiten, Interaktionsmuster
- Evaluatives Verhalten: Werte, Einstellungen, kulturelle Traditionen, Lebensziele
- Kognitives Verhalten: Selbstwahrnehmung und Wahrnehmung der sozialen Welt

MÜLLER (1992. 376) definiert Lebensstile als „*raumzeitlich strukturierte Muster der Lebensführung, die von materiellen und kulturellen Ressourcen, der Familien- und Haushaltsform und den Werthaltungen abhängen*“. Zusammenfassend werden Lebensstile durch sichtbare Verhaltensweisen, das Verhalten im Bezug zu anderen Menschen sowie Denkweisen und Wahrnehmungsmuster gekennzeichnet.

LÜDTKE (2001. 19) betont, dass Lebensstile in einem dreidimensionalen Raum liegen, der durch die Achsen von jeweils zwei Polen gebildet wird. Lebensstile sind entweder aktiv-gestaltend oder passiv-rezipierend. Außerdem liegt entweder eine Tendenz zum Bewahren und zur Tradition oder zum Bewegen und zur Modernität vor. Die dritte Dimension ist durch eine Orientierung nach innen (Haus, Familie) oder nach außen (Verein, Gemeinde, Politik) geprägt. Verfügbare Ressourcen in Einkommen, Bildung, kultureller Teilhabe und im Beziehungsnetz beeinflussen die jeweilige Position im dreidimensionalen Raum. LÜDTKE identifiziert drei wesentliche Funktionen von Lebensstilen. Sie geben einen Orientierungsrahmen vor, zeigen auf, wie man sich in bestimmten Situationen zu verhalten hat und beinhalten eine gewisse Routine im alltäglichen Handeln. Insbesondere neue Situationen sind so leichter zu meistern. Lebensstile sind ein Mittel zur sozialen Distinktion und Integration, indem sie Ähnlichkeiten bzw. Unähnlichkeiten signalisieren. Sie dienen als Vermittler zwischen personaler und sozialer Identität. Lebensstile steuern die Netzwerkbildung und bieten die Möglichkeit zu einer Differenzierung der Sozialstruktur (LÜDTKE 2001. 20).

2.2.2.3 Ländliche Lebensstile als Spiegel der Ruralität?

Lebensstile können durch eine strukturalistische und eine entstrukturalistische Betrachtungsweise erklärt werden. In ersterer werden sie als niemals völlig unabhängig von der unmittelbaren Umwelt angesehen (GROTHUES 2006. 45). Nicht nur sozioökonomische Unterschiede, wie finanzielle Grenzen, Bildung und Alter, sondern auch die unmittelbare (Wohn)umwelt können Lebensstile differenzieren. Dieser Zusammenhang wird in den Entstrukturierungsansätzen negiert. Sie beschreiben Lebensstile selbst als strukturgebend und einen erklärenden Faktor für Verhalten, Wertempfindungen oder Selbstdarstellung. Wichtig ist, dass selbst eine Entstrukturierung niemals eine komplette Nivellierung der äußeren Einflüsse darstellt, sondern man von der Autonomie der Lebensstile ausgeht, was bedeutet, dass erst in diesen die strukturellen Merkmale ihre Ausformulierung finden (BURZAN 2007. 94). Werden Lebensstile anhand der Strukturierungstheorie untersucht, kann der Raum als klassifizierender Faktor betrachtet werden, da die räumliche Umwelt sowie die darin lebenden Subjekte (die Mitmenschen) den Einzelnen prägen und unterschiedliche

Werthaltungen, Einstellungen und daraus resultierende Verhaltensmuster bedingen. Häufig wird die These vertreten, dass im Zuge einer globalisierten Welt Lebensstile von der unmittelbaren Umgebung, der Kultur oder regionalen bzw. lokalen Besonderheiten unabhängig sind. Sie seien räumlich entankert und nicht an geographische Grenzen gebunden (FLIEGE 1998. 97). Der physische Raum diene zwar, wie GROTHUES (2006. 45) es beschreibt, noch als Rahmen, doch ist das Individuum frei und somit nicht auf einen engen Raum begrenzt. Lebensstile würden international und kulturübergreifend (vgl. Kap. 2.1.2.2). Diese These trifft in der Realität jedoch kaum zu. In Deutschland gleicht keine Region der anderen. Städtische und ländliche Räume unterscheiden sich nach wie vor, z.B. durch kulturelles Angebot, infrastrukturelle Ausstattung oder Mentalitäten. Dies macht die Vorstellung als dass sie vergleichbare Lebensbedingungen bieten und daraus resultierend identische Lebensstile hervorbringen obsolet (FLIEGE 1998. 98f.; vgl. Kap. 2.3).

Wie SPELLERBERG (2011. 316) betont, kann GEORG SIMMEL als ein Wegbereiter der raumspezifischen Lebensstiluntersuchungen betrachtet werden. Sein Aufsatz „*Die Großstädte und das Geistesleben*“ beschreibt den Zusammenhang zwischen dem Leben in Städten und daraus resultierenden Verhaltensweisen, Werten und Einstellungen. Er erwähnt, dass sich das städtische Leben vom Leben auf dem Lande erheblich unterscheidet, wo der Rhythmus langsamer und das Leben von Gewohnheiten bestimmt ist (SIMMEL 1903. o.S.). KARL MARX und FRIEDRICH ENGELS (1848. 3) teilen die Auffassung, dass die Stadt über das Land herrscht und sehen die Aufhebung des Stadt-Land Ungleichgewichts, neben der des Gegensatzes von Arbeit und Kapital, als zentral an, um eine befreite, kommunistische Gesellschaft zu erreichen. Sie sprechen vom „*Idiotismus des Landlebens*“, um Persönlichkeitseigenschaften und räumliche Besonderheiten ländlicher Räume zu beschreiben (SPELLERBERG 2011a. 316). PIERRE BOURDIEU untersucht in seinem eingangs beschriebenen Werk „*Die feinen Unterschiede*“, in welcher Weise Lebensstile im Raum verteilt sind und kommt zu dem Schluss, dass je nach Klassenlage verschiedene Raumpräferenzen bestehen. Er beschreibt Stadt-Land-Unterschiede als Zentrum-Peripherie-Hierarchie und zeigt auf, dass die herrschende Klasse aufgrund ihres hochkulturellen Geschmacks einen Wohnort in Städten, v.a. in Hauptstädten, anstrebt. Der Anteil der herrschenden Klasse sinkt mit zunehmenden Abstand zum Zentrum und in kleineren Städten und Dörfern dominieren Bürger, deren Lebensstile durch Aufstiegsstreben und Konventionalismus (Kleinbürgertum) gekennzeichnet sind oder die Notwendigkeitsgeschmack (Arbeiter und untere Schichten) zeigen (SPELLERBERG 2011a. 321; SCHNEIDER, SPELLERBERG 1999. 84). SCHNEIDER, SPELLERBERG (1999. 84) betonen, dass

dieses Modell nicht uneingeschränkt auf westdeutsche Städte anwendbar ist. So finden sich hochkulturelle Geschmäcker in Dörfern und Traditionsbewusstsein sowie Ortsverbundenheit sind nicht auf ländliche Räume beschränkt.

Studien zu ländlichen Lebensstilen

Wie in Kap. 1.3 dargestellt, werden ländliche Räume in der Lebensstilforschung häufig vernachlässigt. Eine wichtige Untersuchung stellt die Arbeit von RUDOLF RICHTER (1994, 2004) dar, der Lebensstile nach Ortsgrößen in Österreich beschreibt. Er definiert Lebensstile als soziales Handeln, „als inneres oder äußeres Tun oder Erdulden, das sich an anderen orientiert und stabilisierend und mobilisierend an Vergangenheit oder Zukunft orientiert ist“ (RICHTER 1994. 356f.). In Anlehnung an MAX WEBERS *soziales Handeln* werden Lebensstile als Orientierungsmuster interpretiert, die steuernd auf das Verhalten wirken. Nicht das Verhalten, sondern Denkmuster bilden das Fundament. RICHTER stellt die Frage, ob die zugrundeliegenden Paradigmen anhand sichtbarer Verhaltensweisen empirisch nachzuweisen sind. Er beantwortet dies im Rahmen einer Faktorenanalyse mit Daten der Austrian Life Styles 1988⁸, die sechs Dimensionen (vgl. Tab. 5) zur Klassifikation von Lebensstilen ergibt (RICHTER 1994. 356f., 2004. 117; 2006. 32f.).

Tabelle 5 Dimensionen von Lebensstilen nach RICHTER

Dimension	Kennzeichen
bewegen	Verhaltensmuster, das Veränderungen anstrebt; Neues soll geschaffen werden; durch unstetiges Verhalten gekennzeichnet.
bewahren	Verhaltensmuster, das keine Veränderung anstrebt; Rückbezug auf bekannten Geschmack, Bewährtes; Orientierung an Traditionellem.
aktiv	Verhaltensmuster, das auf „etwas tun“ ausgerichtet ist.
passiv	Verhaltensmuster, das sich durch abwarten kennzeichnet; kein Eingreifen; sich berieseln lassen.
außengerichtet	Bezugsrahmen des Handelns außerhalb des Privaten; Handeln auf die Gemeinschaft ausgerichtet; Meinung „der Anderen“ wichtig.
innengerichtet	Bezugsrahmen des Handelns in eigener Persönlichkeit und Privatsphäre; Handlungsbeurteilungen durch Familie, evtl. Nachbarn.

Quelle: Eigene Darstellung nach RICHTER (1994. 357f.).

Im Rahmen einer Clusteranalyse werden die Dimensionen zu zehn Lebensstilgruppen zusammengefasst und nach ihrem Vorkommen in unterschiedlichen Ortsgrößenklassen untersucht (RICHTER 2006. 118f.).

⁸ Die Austrian Life-Style Studie wurde 1988 von Dr. Fessl und der Gesellschaft für Konsumforschung GfK durchgeführt. Es wurden 4.000 Personen zu verschiedenen Lebensbereichen wie Ernährung, Urlaub, Einstellungen zur Umwelt, Kleidung und Freizeitverhalten befragt.

Städtische Lebensstile

- die Etablierten
- die interessierten Älteren
- die Genussorientierten
- die Stadtsenioren

Ländliche Lebensstile

- die Angepassten
- die Erlebnisorientierten
- die Prinzipienorientierten
- die Religionsorientierten

Nicht eindeutig zuzuordnen

- die Persönlichkeitsorientierten
- die Häuslichen (aber eher ländlich)

Die ländlichen Lebensstile unterscheiden sich in einigen Punkten voneinander. Die *Angepassten* sind außengerichtet und orientieren sich an ihrer Umwelt. Der Meinung anderer wird eine große Bedeutung beigemessen. In der Freizeit sind sie aktiv: Sie üben viele Tätigkeiten aus, um angepasst zu erscheinen. Im Berufsleben werden sie jedoch als passiv und ohne Aufstiegsbestreben beschrieben. Weiterhin sind sie am Bewahren von Traditionen interessiert. Die *Erlebnisorientierten* gelten ebenfalls als außengerichtet. Die Umwelt dient als Gradmesser der Persönlichkeit. Sie legen Wert darauf, sich selbst in einem positiven Licht darzustellen. Des Weiteren sind sie vor allem im Beruf aktiv und engagiert, was sich in einem starken Aufstiegswillen zeigt. Dennoch halten sie an traditionellen Vorstellungen fest, was von einer bewahrenden Haltung zeugt. Die *Prinzipienorientierten* stützen ihr Handeln auf Traditionen und besitzen eine Tendenz zum Bewahren. Sie sind durch eine Hinwendung zum häuslichen Bereich gekennzeichnet, was eine innengerichtete Haltung andeutet. Im Arbeitsleben sind sie aktiv und leistungsbewusst, während sie sich im öffentlichen und geselligen Bereich passiv verhalten. Die *Religionsorientierten* weisen eine sehr bewahrende Grundhaltung auf. Veränderungen, z.B. in Form eines Umzugs, kommen nicht in Frage. Modische Äußerlichkeiten sind unwichtig, was eine Innenorientierung impliziert. Sie sind darüber hinaus sehr häuslich (RICHTER 2006. 118ff.).

RICHTER (2004. 111) betont, dass Lebensstile in Stadt und Land nicht eindeutig voneinander abzugrenzen sind, sondern sich in einigen Dimensionen unterscheiden. Die Zahl der

Lebensstile ist auf dem Land geringer als in der Stadt. Manche kommen in Dörfern, andere in Städten häufiger vor. Alleine die infrastrukturelle und kulturelle Ausstattung birgt Unterschiede. Somit ist das Interesse an Kultur- und Bildungsaktivitäten in Städten höher. Der Orientierungsrahmen differiert, was sich z.B. an einer Tendenz zum Wertekonservatismus in ländlichen Räumen zeigt. Werte, Sitten und Normen haben noch eine größere Bedeutung und stellen einen Handlungsrahmen dar. Man ist stärker darauf bedacht, nicht abzuweichen und sich traditionsbewusst zu verhalten, als dies in Städten der Fall ist, wo die Meinung der Nachbarn eine vernachlässigbare Rolle spielt (RICHTER 1994. 363f., 2006. 118ff.). In einer ruralen Umgebung dominieren die Dimensionen *bewahren* und *innengerichtet*, die *aktiv* wie *passiv* sein können (RICHTER 2006. 125, 2004. 117). Häuslichkeit, Traditionsbewusstsein und Geselligkeit im privaten Rahmen sind typisch für Dorfbewohner. Menschen, die in Dörfern leben, werden auf der einen Seite als sehr familienorientiert und auf den Wohnraum fixiert beschrieben. Nicht nur aufgrund mangelnder Alternativen, sondern auch weil es typisch für das Leben auf dem Land ist „in der guten Stube“ zusammensitzen. Auf der anderen Seite werden sie als aktiv und kontaktfreudig charakterisiert. Der Aktionsradius geht über die Gemeindegrenze hinaus, das Heimatdorf bildet nur einen Lebensbereich. Dorfbewohner schätzen das Vertraute und Gewohnte, Innovationen werden dennoch nicht blindlings abgelehnt, sondern gerne adaptiert, wenn sie sich am mikrosozialen Netzwerk orientieren. RICHTER (2004. 120) unterscheidet zwei Gruppen nach ihrer Innovationsfreude: *Locals* und *Cosmopolitans*. Während letztere sehr offen für Neuerungen sind und diese in die Dörfer transportieren, sind erstere traditionsverwurzelt und abwartend. Sie akzeptieren Innovationen, die ihnen von Meinungsführern (meist *Cosmopolitans*) näher gebracht werden (RICHTER 2004. 124, 2006. 125). Obwohl der Anteil der bäuerlichen Bevölkerung in vielen Dörfern bei unter 5 % liegt, ist die kulturelle Bedeutung der Landwirtschaft noch immer groß (RICHTER 2004. 118). Typisch für eine bäuerliche Lebensweise ist die Strukturierung des Jahres durch die Jahreszeiten und deren Feste. Maibaumaufstellen, Erntedankfeste oder Sonnwendfeuer sind Fixpunkte, an denen man sich orientieren kann. Sie schaffen Übersichtlichkeit, Struktur und Halt in einer Zeit, in welcher Internet und andere moderne Kommunikationstechniken nicht nur Raum (Distanzen), sondern auch Zeit zunehmend unbedeutender machen (RICHTER 2004. 118). Mit ländlichen Lebensstilen wird oft ein naturverbundenes Leben sowie eine ruhige, genügsame und sparsame Lebensweise impliziert, die eine Vorbildfunktion hat und den Wunsch nach einer Flucht in eine „heilere Welt“ hervorrufen kann (RICHTER 2004. 124).

Die Soziologin ANNETTE SPELLERBERG beschäftigt sich in ihren Arbeiten intensiv mit der räumlichen Dimension von Lebensstilen, wobei, neben Unterschieden zwischen West- und Ostdeutschland, Differenzierungen zwischen Stadt und Land sowie der Einfluss von räumlicher Mobilität thematisiert werden. In einer 2011 vorgestellten Studie stellt sie die Frage, ob sich durch die unterschiedlichen Gegebenheiten in Stadt und Land verschiedene Verhaltensmuster ergeben. Auf Datenbasis der drei Befragungswellen des sozioökonomischen Panels⁹ (1998, 2003, 2008) untersucht sie, inwiefern das Leben in der Stadt bzw. auf dem Lande lebensstilprägend ist, wobei das Freizeitverhalten als Indikator für Lebensstile gilt (SPELLERBERG 2011a. 317). Aus 18 Variablen werden mit Hilfe einer Hauptkomponentenanalyse diejenigen ausgewählt, welche exemplarisch für typische Freizeitbeschäftigungen sind und durch die Dimensionen *jugendliche außerhäusliche Aktivitäten*, *hochkulturelle Aktivitäten*, *häusliche Aktivitäten*, *religionsbezogene Aktivitäten* und *Sozialbeziehungen* beschrieben werden. Unterschiede zwischen Stadt (Großstädte mit mindestens 500.000 Einwohnern) und Land (Dörfer mit höchstens 5.000 Einwohnern) bestehen im Bereich der *jugendlichen, außerhäuslichen Aktivitäten*, welche in den Großstädten aufgrund des größeren Angebots häufiger wahrgenommen werden. Umgekehrt verhält sich dies bei den *häuslichen Aktivitäten*, in diesem Fall der Fahrzeugpflege. Aufgrund des häufigeren PKW-Besitzes in ländlichen Räumen (STEINRÜCK, KÜPPER 2010. 15) hat die Pflege des Autos in den Dörfern eine hohe Priorität. Der größte Unterschied zeigt sich bei den *hochkulturellen Aktivitäten*, die vermehrt in Städten stattfinden. Sozialbeziehungen spielen in beiden Raumeinheiten eine wichtige Rolle. Tendenzielle Unterschiede zeigen sich bei der Teilnahme an religiösen Veranstaltungen, die in der Stadt eine geringere Rolle spielen, was auf eine etwas größere Bedeutung der Religion auf dem Lande hinweist (SPELLERBERG 2011a. 324f.). Generell haben sich die Unterschiede zwischen Stadt und Land in den letzten Jahren vermindert. Seit 1998 haben sich die Freizeitaktivitäten angeglichen und Unterschiede zeigen sich vor allem im hochkulturellen Bereich, welcher im städtischen Kontext vielseitiger ist und mehr Möglichkeiten bietet. Die Pflege des Eigentums sowie die Religion werden eher im ländlichen Raum geschätzt. Nichtsdestotrotz bestehen Modernisierungstendenzen und viele Eigenheiten ländlicher Räume treten kaum noch hervor. SPELLERBERG (2011a. 333f.) prognostiziert dass sich die Lebensstile in Zukunft wieder mehr unterscheiden werden, was in rückläufigen Zuzügen sowie den damit einhergehenden Veränderungen der Sozialstruktur begründet ist (SPELLERBERG 2004. 38).

⁹ Das sozioökonomische Panel (SOEP) ist eine vom Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung erhobene repräsentative Panel-Befragung der deutschen Wohnbevölkerung, welche seit 1984 durchgeführt wird.

In einer Studie von 2002 bilden KLOCKE, LÜCK und SPELLERBERG auf Grundlage der ALLBUS 98¹⁰, durch eine explorative Clusteranalyse acht Lebensstilgruppen, welche von ANNETTE SPELLERBERG 2004 im Hinblick auf die Verteilung zwischen Stadt (> 100.000 Einwohner) und Land (< 1.000 Einwohner) weitergehend analysiert werden (vgl. Tab. 6).

Tabelle 6 Verteilung von Lebensstilgruppen in Dörfern und Innenstädten nach SPELLERBERG in %

	Ländliche Orte	Städte
passive, medienorientierte Jüngere	7	10
Harmonietyp	18	9
Erlebnis-/Unterhaltungstyp	11	18
Niveau-Hochkultureller Typ	11	19
aufgeschlossener Integrationstyp	23	13
moderner Selbstverwirklichungstyp	8	15
politisch-ehrenamtlich engagierter Typ	10	6
zurückgezogener, traditioneller Typ	12	10

Quelle: Eigene Darstellung nach SPELLERBERG (2004. 46).

Es wird deutlich, dass die Lebensstilgruppen je nach Siedlungseinheit unterschiedlich häufig vorkommen. Während in städtischen Regionen hochkulturell Interessierte, jüngere Lebensstilgruppen dominieren, welche sehr aktiv in außerhäuslichen Aktivitäten sind, finden sich in ländlichen Orten vor allem traditionsbewusste und ortsgebundene Lebensstile (SPELLERBERG 2004. 48).

In seiner Dissertation *„Lebensverhältnisse und Lebensstile im urbanisierten ländlichen Raum. Analyse anhand ausgewählter Ortsteile im münsterländischen Kreis Steinfurt“* (2006) untersucht RUDOLF GROTHUES, inwiefern im Zuge einer fortschreitenden Urbanisierung ländliche Lebensstile zu beobachten sind. Nach einer Analyse der Zufriedenheit mit den Lebensverhältnissen am Wohnort bildet er Lebensstilgruppen anhand von Freizeitaktivitäten. Er ermittelt sechs Freizeitstilgruppen (Faktorenanalyse) und typisiert in einer weiterführenden Analyse demographischer und sozio-kultureller Daten (Clusteranalyse) sechs Lebensstile (vgl. Tab. 7), welche sich im Freizeitverhalten und in den soziodemographischen Merkmalen unterscheiden (GROTHUES 2006. 159ff., 181).

¹⁰ Der ALLBUS ist die Allgemeinen Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften, die alle 2 Jahre stattfindet. Lebensstile wurden erstmals 1998 berücksichtigt und mit 10 Fragen und insgesamt 56 Variablen erhoben.

Tabelle 7 Lebensstilgruppen nach GROTHUES

häuslich Passive 28,1 %	
häufige Aktivitäten	Gartenarbeit, Fernsehen, Seniorengemeinschaften
seltene Aktivitäten	Museen, Theater, Konzerte, Kneipenbesuche, Kegeln, Internet, Sport, kirchliche Aktivitäten
Herkunftsort	Einheimische und Zuzügler, durchschnittliche Integration
Sozio-demographie	Männer, ältere, allein lebende Personen, Volks- und Hauptschulabschluss, Arbeiter und Rentner
vereins- und kirchlich Aktive 9,4 %	
häufige Aktivitäten	Besuche im Pfarrheim, Sport, Kegeln, zu Hause bleiben, Gartenarbeit, Sport-, Heimat-, soziale und kirchliche Vereine, Lokalzeitung
seltene Aktivitäten	Computer, Musik machen, Kino-, Kneipen- und Restaurantbesuche, Fernsehen
Herkunftsort	Einheimische, starke Integration
Sozio-demographie	Frauen, junge Familien mit kleinen Kindern, ältere Paare ohne Kinder, mittlere Reife, Fachhochschulabschluss, Angestellte und Hausfrauen
bürgerlich Aktive 22,8 %	
häufige Aktivitäten	Kegeln, Kneipen- und Restaurantbesuche, Feste und Kirmesveranstaltungen, Fernsehen, zu Hause bleiben, Kegelerverein, Schützenverein
seltene Aktivitäten	kulturelle Einrichtungen, Sport, Musik, Weiterbildung, Internet, kirchliche und soziale Organisationen
Herkunftsort	Einheimische
Sozio-demographie	Männer, ältere Paare, Haupt- und Volksschulabschluss, Arbeiter, Rentner
Postmaterialisten 17,9 %	
häufige Aktivitäten	Weiterbildung, Computer, Museen, Theater, Kino, Konzerte, Lesen, Sport, Restaurant, Fest- bzw. Kirmesbesuche, Internet, Fördervereine, Politik
seltene Aktivitäten	Musik machen, Fernsehen, Kegeln, Besuch des Pfarrheims
Herkunftsort	Zuzügler
Sozio-demographie	Evangelisch, 41-50 Jahre, Familien mit älteren Kindern, Hochschulabschluss, Beamte, Selbstständige
freizeitorientiert Aktive 8,4 %	
häufige Aktivitäten	Kino-, Disco-, Kneipen- und Restaurantbesuche, Chor, Sport-, Schützen und Heimatvereine, kirchliche Vereine
seltene Aktivitäten	Fernsehen, Besuch des Pfarrheims, Kegeln, Lesen, Spaziergehen, zu Hause bleiben, Gartenarbeit
Herkunftsort	Zuzügler, geringe Integration
Sozio-demographie	Männer, 18-30 Jahre, Singles, aktive Jugendliche
kulturelle Traditionalisten 13,4 %	
häufige Aktivitäten	Musik machen, Theater, Konzerte, Museen, Kneipen, Discos, Sport, Computer
seltene Aktivitäten	Kino, Kegeln, Gewerkschaften, Karnevalsvereine
Herkunftsort	Einheimische, starke Integration
Sozio-demographie	Frauen, 51-60 Jahre, ältere Paare mit erwachsenen Kindern, Hochschulreife, Beamte, Rentner, Hausfrauen

Quelle: Eigene Darstellung nach GROTHUES (2006. 166ff.).

GROTHUES (2006. 179) zeigt, dass in Folge von Modernisierungs- und Globalisierungstendenzen die ländliche Sozialstruktur nicht mehr in dem Maße homogen ist, wie in der Vergangenheit. An die Stelle einer dörflichen Gemeinschaft sind verschiedene Sozialkreise getreten, welche kaum interagieren und nebeneinanderher leben. Neben sehr aktiven, am Gemeindeleben interessierten, engagierten und außengerichteten Personen stehen Menschen, deren Leben sich größtenteils im häuslichen Bereich abspielt. Unterschiede hinsichtlich des Vorkommens der Gruppen zeigen sich bei Zuwanderern und Einheimischen. Zuzügler finden sich insbesondere bei den *Postmaterialisten* und haben Interesse an anspruchsvollen Kulturveranstaltungen und sportlichen Aktivitäten. *Bürgerlich Aktive* sowie *kulturelle Traditionalisten* finden sich kaum. Weitere Differenzierungsmerkmale sind Alter, sozioökonomischer Status und die Stellung im Lebenszyklus (GROTHUES 2006. 179, 200). GROTHUES (2006. 180) vergleicht abschließend seine Lebensstilgruppen mit denen anderer Studien und kommt zu dem Ergebnis, dass trotz Unterschieden in der Operationalisierung Gemeinsamkeiten bestehen. Weiterhin weist er darauf hin, dass städtische Verhaltensweisen in ländlichen Regionen Einzug gehalten haben, gleichwohl noch immer ein Unterschied besteht. Das Besondere an ländlichen Lebensstilen „*ist die Verknüpfung des Ländlichen mit dem Städtischen*“ (GROTHUES 2006. 180).

Die Ergebnisse der Lebensstilstudien (vgl. Tab. 8) variieren zwar mitunter, weisen aber dennoch einige Gemeinsamkeiten auf. Sie ergeben, dass ländliche Lebensstile bzw. Lebensstile, die häufig in Dörfern vorkommen, familienorientiert und auf das eigene Heim bezogen sind, was Aktivität und Kontaktfreudigkeit jedoch nicht ausschließt (GROTHUES 2006. 162, 170; RICHTER 2004. 115ff.). Des Weiteren vertrauen Dorfbewohner zwar auf konservative Werte und Traditionen, sind jedoch gleichzeitig offen für Neuerungen, wenn diese sich am mikrosozialen Netzwerk orientieren (GROTHUES 2006. 16; RICHTER 2004. 124). Ländliche Lebensstile sind darüber hinaus noch immer von bäuerlichen Lebensweisen geprägt. Sparsamkeit und Genügsamkeit (RICHTER 1994. 263) sowie Fleiß und Ordnungsliebe (SPELLERBERG 2004. 39) werden als typisch „ländlich“ identifiziert. Gemeinsam ist allen Studien, dass BOURDIEUS Modell des Zentrum-Peripherie Unterschiedes widerlegt wird. Dennoch stützen sie die These, dass der ländliche Raum durch seine Eigenheiten durchaus noch spezifische Lebensstile bergen kann, welche trotz des sozialen Wandels bestehen. Zwar kam es zu einer Annäherung zwischen städtischen und ländlichen Lebensstilen, doch zeigen sich nach wie vor Unterschiede (GROTHUES 2006. 14).

Tabelle 8 Vergleichende Darstellung von Studien zu ländlichen Lebensstilen

	RICHTER	SPELLERBERG		GROTHUES
	1994, 2004	2004	2011	2006
Fragestellung	Unterschiede von Lebensstilen in Stadt und Land	bevorzugte Freizeitaktivitäten in Stadt und Land	Unterschiede im Freizeitverhalten in Stadt und Land	Ländliche Lebensstile vor dem Hintergrund fortschreitender Urbanisierung?
Methodik	Faktorenanalyse, Clusteranalyse	Clusteranalyse	Hauptkomponentenanalyse	Faktorenanalyse, Clusteranalyse
Datensatz	Sekundärdaten	Sekundärdaten	Sekundärdaten	Haushaltsbefragung
Operationalisierung	Haushaltsgeräte, Haushaltsklima, kultureller Geschmack	Freizeitverhalten, Mediennutzung, Musikstilpräferenz, Bedeutung von Lebensbereichen	Freizeitverhalten	Freizeitverhalten
Anzahl der Lebensstilgruppen	zehn	-	acht	Sechs
Ländliche Lebensstile?	ja	ja	ja	Ja

Quelle: Eigener Entwurf.

2.2.3 Einzelhandel und Konsum in ländlichen Räumen

§ 1 des RAUMORDNUNGSGESETZES (2006. 74) fordert die Schaffung gleichwertiger Lebensverhältnisse in allen Teilen der Bundesrepublik Deutschland. Das Landesentwicklungsprogramm Bayern (A I, 4.1.2) besagt: *„Die für die Versorgung der Bevölkerung notwendigen Infrastruktureinrichtungen sollen unter Beachtung der sich abzeichnenden Änderungen bei Bevölkerungsentwicklung, Altersstruktur und Konsumverhalten insbesondere in den zentralen Orten vorgehalten und, soweit erforderlich, ausgebaut werden“* (BAYERISCHES STAATSMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, INFRASTRUKTUR, VERKEHR UND TECHNOLOGIE 2006. 18). Dies bedeutet nicht, dass es in jedem Teilraum identische Versorgungsangebote und Leistungsstandards geben, sondern, dass auf die jeweilige Nachfrage eingegangen werden soll (BBR, BMVBW 2004. 11). Jedoch bestehen noch immer große räumliche Disparitäten im Zugang zu und in der Qualität von Versorgungsmöglichkeiten, wozu, neben der Verkehrsinfrastruktur, Einzelhandels- oder Dienstleistungseinrichtungen zählen. Die Gründe und Folgen der defizitären Versorgungslage in ländlichen Räumen sind vielseitig und werden im folgenden Kapitel dargestellt. Um ein zielgruppenorientiertes Handeln und ein den Bedürfnissen der Bewohner angepasstes Versorgungsnetz zu ermöglichen, müssen ländliche Konsummuster bekannt sein. Sie stehen im Fokus der Ausführungen.

2.2.3.1 Grundlagen

Im Laufe der vorliegenden Untersuchung werden Begriffe aus der Einzelhandels- und Konsumforschung verwendet, die zum besseren Verständnis erläutert werden. Weiterhin werden die Grundlagen des menschlichen Konsumverhaltens als zentrale Thematik dieses Kapitels erläutert.

Terminologie

Die Produkte bzw. das Sortiment von Handelsbetrieben können unter verschiedenen Gesichtspunkten klassifiziert werden. Neben der Einteilung in Branchen (z.B. Bekleidung, Nahrungsmittel) erfolgt häufig eine Unterscheidung nach der Bedarfshäufigkeit (täglich, periodischer oder episodischer Bedarf) oder der Fristigkeit (kurz-, mittel- und langfristiger Bedarf). Zur Erklärung von Konsummustern und -stilen werden Waren anhand ihrer Wertigkeit unterteilt: *Convenience goods* werden häufig eingekauft. Dazu zählen standardisierte und relativ günstige Produkte (z.B. Lebensmittel). Ziel ist ein einfacher und müheloser Einkauf, der lediglich der Versorgung dient. Die Konsumenten zeichnen sich durch

Gewohnheits- oder Spontankäufe aus, da aufgrund der niedrigen Preise kaum ein Risiko für negative Konsequenzen besteht. *Shopping goods* haben einen höheren Eigenwert und weisen eine geringere Standardisierung auf. Der Einkauf wird zu einem Erlebnis und Preis sowie Qualität werden vor dem Kauf abgewogen. Zu den *shopping goods* gehören Waren des mittel- oder langfristigen Bedarfs (z.B. Kleidung). *Specialty goods* sind meist sehr teuer und werden selten eingekauft (z.B. Möbel). Daher wird der Einkauf lange geplant und durchdacht. Spontane Käufe gibt es in diesem Bereich kaum (HEINRITZ ET AL. 2003. 32f.; BENZEL 2006. 32f.). HEINRITZ ET AL. (2003. 34) unterscheiden Waren nach ihrem Nutzen, der anhand der Motive differenziert wird. Wird ein Produkt wirklich benötigt, z.B. Kleidung zum Wärmen (Grundnutzen) oder steht der Zusatznutzen des Kaufs im Vordergrund, z.B. Freude am Einkaufen oder ein „Frustkauf“ (vgl. Kap. 2.2.3.2).

Einen Überblick über die Betriebsformen im Einzelhandel (vgl. Tab. 9) geben HEINRITZ ET AL. (2003 26f., 228ff.). Sie unterscheiden zwischen Betriebsformen für Lebensmittel, Gebrauchsartikel (ohne Lebensmittel) und Warenhäusern (mit Lebensmittel). Sie werden anhand der Größe, des Warenangebotes, der Bedienungsform, dem Preisniveau sowie dem Filialisierungsgrad differenziert. Im Lebensmittelbereich stehen kleine, bedienungsintensive Betriebsformen (Kiosk, Lebensmittelladen, Lebensmittelspezialgeschäft) Betrieben mit großer Verkaufsfläche, einem umfassenden Warenangebot und einem hohen Filialisierungsgrad (Supermarkt, Discounter) gegenüber. Eine Schnittmenge stellen die SB-Märkte dar. Mit einer größeren Verkaufsfläche gehen zumeist günstigere Preise einher. Die Discounter weisen das niedrigste Preisniveau auf. Eine ähnliche Tendenz zeigt sich bei Gebrauchsartikeln. Kleine Betriebsformen (Spezialgeschäft, Fachgeschäft) bieten eine fachliche Beratung und sind dementsprechend teurer als größere Geschäfte (Fachkaufhaus, Fachmarkt, Discounter), die einen hohen Filialisierungsgrad aufweisen. Warenhäuser bieten sowohl Lebensmittel als auch Gebrauchsartikel an. Sie sind überwiegend Filialisten und haben ein vergleichsweise niedriges Preisniveau.

Tabelle 9 Betriebsformen im Einzelhandel

Lebensmittel (LM)	
LM-Kiosk	Einzelhandelsbetrieb + Gastgewerbe, kein Verkaufsraum, Bedienungsluke
	eingeschränktes Warenangebot (v.a. Süßigkeiten, Tabakwaren, Zeitungen, Zeitschriften, z.T. Backwaren, Obst, Konserven, Getränke)
	Fremdbedienung
	hohes Preisniveau
	geringer Filialisierungsgrad
LM-Laden	< 250 m ² Verkaufsfläche
	> 80 % des Sortiments Lebensmittel, 20 % Begleitsortiment (v.a. Drogeriewaren, Zeitungen, Zeitschriften), Frischeschwerpunkt
	Teilselbstbedienung (je nach Größe des Ladens)
	vergleichsweise hohes Preisniveau
	geringer Filialisierungsgrad
LM-SB-Markt	250 – 400 m ² Verkaufsfläche
	Tendenz zum Vollsortimenter im NuG ¹¹ -Bereich, z.T. Nebensortiment, Frischeschwerpunkt
	v.a. Selbstbedienung, vereinzelte Artikel Teilselbst- oder Fremdbedienung
	vergleichsweise niedriges Preisniveau
	Filialisierungsgrad ca. 30 %

¹¹ Nahrungs- und Genussmittel

Der ländliche Raum im Wandel

Supermarkt	400 – 800 m ² Verkaufsfläche
	Vollsortiment im NuG-Bereich, Aufbau weiterer Fachsortimente (Drogeriewaren, Zeitschriften, Zeitungen) und Nebensortimente (z.B. Haushaltswaren, Pflanzen, Geschenkartikel, Bücher, Bekleidung), z.T. Shop in Shop Betriebe, Frischeschwerpunkt bei LM
	v.a. Selbstbedienung, vereinzelte Artikel Teilselbst- oder Fremdbedienung
	vergleichsweise niedriges Preisniveau
	hoher Filialisierungsgrad
LM-Discounter	beschränktes NuG-Sortiment (500 – 1500 Artikel), v.a. Trockensortiment und leicht handbare Frischeartikel, v.a. Eigenmarken
	reine Selbstbedienung
	niedriges Preisniveau
	hoher Filialisierungsgrad
LM-Spezialgeschäft	Nahrungsmittelhandwerk, Feinkost, Getränke, Wein, Spirituosen, Tabak
	große Auswahl bei ausgewählten Waren (tiefes Sortiment)
	Fremdbedienung bis Teilselbstbedienung, fachliche Beratung
	hohes Preisniveau
	geringer Filialisierungsgrad, aber zunehmende Marktmacht von Ketten

Gebrauchsartikel	
Spezialgeschäft	Verkauf einer Warenart mit tiefem Sortiment (höhere Auswahl als Fachgeschäft)
	Fremd- oder Teilselbstbedienung (branchenabhängig), fachliche Beratung, ergänzende Dienstleistungen
	höheres Preisniveau als Fachgeschäfte
	Filialisierungsgrad branchenspezifisch
Fachgeschäft	Verkauf einer Warenart in hoher Auswahl, verschiedene Qualitäten
	Selbst- oder Teilselbstbedienung, z.T. Fremdbedienung (branchenabhängig), fachliche Beratung, z.T. ergänzende Dienstleistungen
	unterschiedliche Preislagen
	Filialisierungsgrad branchenspezifisch
Fachkaufhaus	größerer Einzelhandelsbetrieb, mindestens zwei Branchen, tiefe Gliederung in mindestens einer Branche, verschiedene Qualitäten
	Teilselbst- oder Fremdbedienung, z.T. Selbstbedienung
	unterschiedliche Preislagen
	hoher Filialisierungsgrad
Fachmarkt	vergleichsweise große, ebenerdige Verkaufsfläche, breites und tiefes Sortiment, z.T. zielgruppen- oder bedarfsorientierte Spezialisierung, mittlere bis gehobene Qualität, Markenware
	Selbstbedienung, fachliche Beratung auf Anfrage
	mittleres Preisniveau, z.T. aggressive Preispolitik und Sonderangebote
	hoher Filialisierungsgrad
Discounter	kaum tiefe Auswahl, geringe Auswahl unterschiedlicher Qualität
	Teilselbst- oder Selbstbedienung, kaum Beratung
	niedriges Preisniveau
	hoher Filialisierungsgrad

Warenhäuser	
Verbrauchermarkt	> 1.000 m ² Verkaufsfläche
	Vollsortiment NuG, Drogeriewaren, Schreib- und Haushaltswarenartikel, Teilsortimente: Bekleidung, Schuhe, Spielwaren, Geschenkartikel, Haushaltsgeräte, Shop-In-Shop-Angebote (Frischewaren), unterschiedliche Qualitäten
	Selbstbedienung, kaum Beratung, selten Dienstleistungsangebote
	mittleres bis niedriges Preisniveau
	reine Filialisten
SB-Warenhaus	> 4.000 m ² Verkaufsfläche
	NuG-Vollsortiment (< 50 % der Verkaufsfläche) und verstärkt weitere Voll- und Randsortimente
	v.a. Selbstbedienung, z.T. Teilselbst- oder Fremdbedienung
	mittleres bis niedriges Preisniveau, z.T. Sonderangebote (aktive Preispolitik)
	reine Filialisten
Warenhaus	große Sortimentsbreite, Textilkern, unterschiedliche Qualitäten
	unterschiedlicher Bedienungsgrad
	Preisniveau unter Fachgeschäft
	hoher Filialisierungsgrad

Quelle: HEINRITZ ET AL. (2003. 228ff.).

Zentrale Konstrukte des Konsumverhaltens

Das Konsumverhalten ist nach NOEL (2010: 12) definiert als der Kauf und Gebrauch sowie die Entsorgung von Produkten durch den Verbraucher. Es umfasst darüber hinaus den Einfluss der Produkte auf den Alltag der Konsumenten und die Art und Weise, wie sie ihre Bedürfnisse und Wünsche befriedigen. Der Mensch ist kein rational handelnder homo oeconomicus, sondern unberechenbar in seinem Verhalten und seinen Entscheidungen. Das Konsumverhalten ist ebenfalls nicht durch ökonomisches Handeln, sondern vielmehr durch komplexe Entscheidungen geprägt und kann durch acht zentrale Konstrukte erklärt werden (HOMBURG, KROHMER 2009: 29).

Die *Aktivierung* bedeutet einen Erregungszustand, der Leistungsfähigkeit und -bereitschaft hervorruft und in mehrfacher Hinsicht Einfluss auf die Kaufentscheidung haben kann. Sie steigert den Willen zur Informationsverarbeitung z.B. von Werbebotschaften. Ein hoher Aktivierungsgrad kann zu impulsiven und spontanen Käufen führen (HOMBURG, KROHMER 2009: 30; KROEBER-RIEL ET AL. 2009: 55). *Motivation* bedeutet eine „*aktivierende Ausrichtung eines Individuums auf ein Ziel*“ (HOMBURG, KROHMER 2009: 32). Sie stellt den Ursprung des menschlichen Handelns dar und ist der Grund für ein vom homo oeconomicus abweichendes irrationales Verhalten (KROEBER-RIEL ET AL. 2009: 166) sowie das unterschiedliche Konsumverhalten der Menschen. Je nach individuellen Bedürfnissen bedingen verschiedene Motive ein spezifisches (Konsum)verhalten (HOMBURG, KROHMER 2009: 32). Das Einkaufsverhalten wird weiterhin beeinflusst von *Emotionen*, die nach HOMBURG, KROHMER (2009: 36) einen Gefühlszustand (z.B. Freude, Überraschung oder Furcht) darstellen, der zu einer unterschiedlich starken körperlichen Erregung führt. Emotionen sind oft auf Personen oder Gegenstände gerichtet. Werbung kann z.B. eine gewünschte Emotion hinsichtlich eines Produktes schaffen. Im Handel werden sie mitunter bewusst genutzt, indem die Einkaufssituation Emotionen erzeugt, die den Konsumenten zum Kauf bewegen. Hierzu gehören eine ansprechende Atmosphäre, Musik oder freundliches Personal (KUß, TOMCZAK 2007: 49). Eine positive Stimmung beeinflusst zudem die Informationsaufnahme sowie die Beurteilung von Produkten oder Einkaufsstätten (HOMBURG, KROHMER 2009: 38, 67f.). *Involvement* beschreibt die Relevanz eines Objektes für eine Person, die von deren Werten, Einstellungen, Bedürfnissen und Interessen abhängt. Es steht für die Intensität, mit welcher sich der Konsument mit Produkten beschäftigt (KUß, TOMCZAK 2007: 49; KROEBER-RIEL ET AL. 2009: 412). Involvement lässt sich durch drei Kriterien differenzieren. Erstens nach der zeitlichen Kontinuität: Besteht über eine längere Zeitdauer Interesse an einem Produkt (*langfristiges Involvement*) oder ist das Interesse nur vorübergehend (*situatives Involvement*). Zweitens wird *kognitives* und *emotionales*

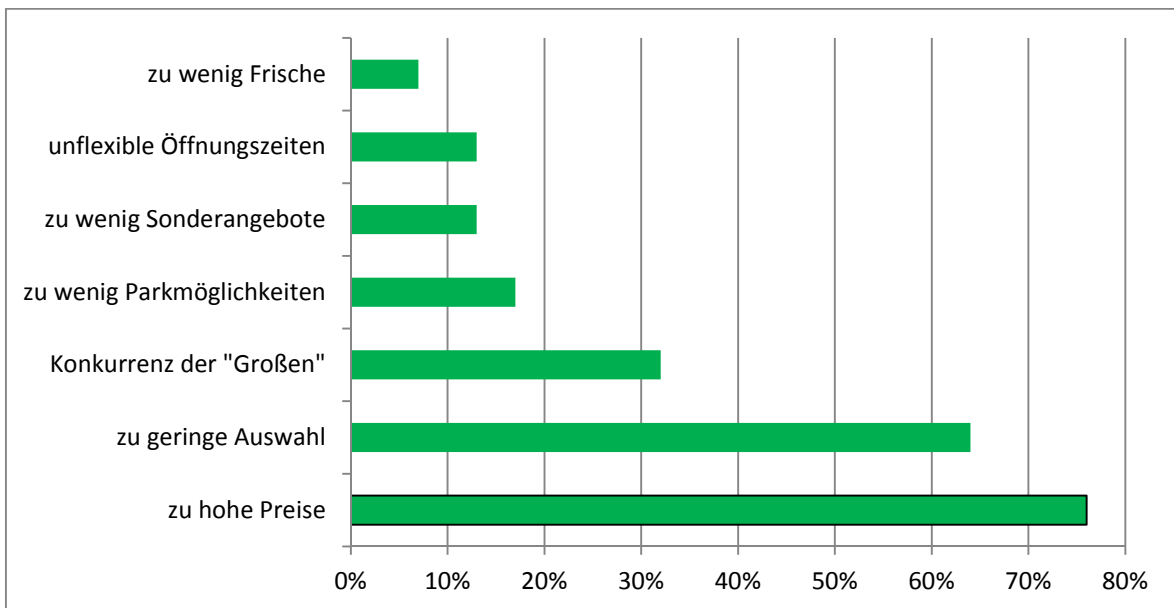
Involvement unterschieden: Ersteres bedeutet die Bereitschaft, sich intensiv mit dem Produkt auseinanderzusetzen sowie Vor- und Nachteile abzuwägen. Letzteres drückt eine gefühlsmäßige Bindung des Konsumenten an ein Produkt aus, die nicht auf rationalen Motiven beruht, z.B. bei Fanartikeln. Drittens differenziert man verschiedene Ausprägungsgrade: Bei Produkten, die für Konsumenten entweder von besonderer Bedeutung sind oder deren Kauf mit einem hohem Risiko verbunden ist, wie ein Auto oder ein Haus, ist er bereit, sich intensiv mit der Informationssuche auseinanderzusetzen und sämtliche Faktoren gegeneinander abzuwägen. Der Kaufentscheidungsprozess ist sehr komplex (*high Involvement*). Produkte, die mit einem geringen Risiko verbunden sind und keine besondere Bedeutung für die Konsumenten haben, z.B. Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs (*convenience goods*), bedingen hingegen *low Involvement*. Es wird wenig Zeit für den Kaufentscheidungsprozess aufgewandt, der Einkauf folgt einer Routine und verläuft gewohnheitsmäßig (HOMBURG, KROHMER 2009. 38f.). *Einstellungen* werden definiert als „*innere Denkhaltung des Konsumenten gegenüber einer Person, Verhaltensweise, Idee oder Sache, verbunden mit einer Wertung oder einer Erwartung*“ (HOMBURG, KROHMER 2009. 40). Sie entstehen durch die Wahrnehmung und Bewertung bestimmter Eigenschaften und haben Auswirkungen auf die Kaufabsicht. Ihr Einfluss auf den konkreten Kauf ist jedoch umstritten. Dieser wird auch von anderen Faktoren z.B. dem Budget bedingt (KUß, TOMCZAK 2007. 53f.). *Kundenzufriedenheit* ist eine Sonderform der Einstellung und bezieht sich auf die Erwartungen der Konsumenten hinsichtlich des Kaufs und deren Erfüllung. Eine hohe Kundenzufriedenheit führt zu einer Loyalität gegenüber der Einkaufsstätte sowie zu einer Bereitschaft für Zusatzkäufe und zur Weiterempfehlung des Unternehmens (HOMBURG, KROHMER 2009. 43ff.). *Werte* umfassen die Ansichten, die bestimmen, welches Verhalten als wünschenswert, nützlich und gut erachtet wird (HOMBURG, KROHMER 2009. 47). Sie wirken auf Einstellungen und Motive der Konsumenten. Während gesellschaftliche Werte einen kulturellen Orientierungsrahmen bilden, gelten persönliche Werte als individuelle Handlungsmaßstäbe. Zudem können Konsummuster Ausdruck eines *Lebensstils* sein (vgl. Kap. 2.2.3.3). Ein bestimmtes Konsumverhalten erzeugt ein Image und schafft bzw. erhält eine Identität (HOMBURG, KROHMER 2009. 48ff.). Neben psychologischen Faktoren wirkt das *Umfeld* auf das Konsumverhalten. Das physische Umfeld (Natur, Klima, Infrastruktur etc.) schafft durch seine Rahmenbedingungen, z.B. Einzelhandelsausstattung oder ÖPNV, die Voraussetzungen für das Einkaufsverhalten. Gleichzeitig wirkt der Konsument durch sein Verhalten auf die physische Umwelt und verändert sie, z.B. durch den Bau von Discountern auf der „Grünen Wiese“ (KROEBER-RIEL ET AL. 2009. 561f.). Das nähere (Familie, Freunde, Kollegen etc.) und das weitere (soziale Schicht, religiöse

Vereinigungen etc.) soziale Umfeld prägen das Konsumverhalten ebenfalls. Der Einfluss kann direkt (eine Großfamilie kauft bevorzugt ein Familienauto) oder indirekt sein. Dies ist der Fall, wenn das soziale Umfeld Erwartungen an den Konsumenten stellt, welcher zu deren Erfüllung ein spezifisches Konsumverhalten zeigt. Ebenso steuert die kulturelle Umwelt das Konsumentenverhalten. Die Kultur einer Region oder eines Landes sowie die Subkultur sozialer Gruppen (z.B. Jugendkultur) umfassen Werte, Normen oder Verhaltensweisen und implizieren spezielle Konsummuster, z.B. den Verzicht auf Schweinefleisch in muslimischen Ländern (HOMBURG, KROHMER 2009. 52; EVANS ET AL. 2010. 317f.).

2.2.3.2 Einzelhandelsausstattung in ländlichen Räumen

Die Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs stellt mittlerweile selbst in größeren Dörfern ein Problem dar (KUHLCHE ET AL. 2005a. 2). Laut Handelsverband Sachsen verfügten 2008 50 % aller sächsischen Kommunen über keine ausreichende Nahversorgung mit Waren und Dienstleistungen (MÜLLER 2008. 2). In Bayern bestehen ebenfalls teilweise erhebliche Defizite in der Versorgungsinfrastruktur. In vielen ländlichen Regionen schließen kleine Läden, was auf die Dominanz von Supermärkten und Discountern zurückzuführen ist (STEFFEN, WEEBER 2001. 1). Wie BENZEL (2006. 47) darstellt, ist für die Standortwahl dieser Betriebsformen die Größe der Gemeinde und des Einzugsgebietes ausschlaggebend. Kleine Gemeinden werden als nicht rentabel identifiziert, die Betriebe siedeln sich überwiegend in höherstufigen Zentren an und entziehen den Dörfern mögliche Käufer (KUHLCHE ET AL. 2005a. 35). Kommunen mit Standortnachteilen sind von einem „Ladensterben“ betroffen, da die kleinen Nahversorger mit den günstigen Preisen und dem großen Angebot der Supermärkte und Discounter nicht mithalten können, letztere aber eine Ansiedlung in kleineren Orten kaum in Erwägung ziehen (KUHLCHE ET AL. 2005a. 2). Die Folge ist eine Unterversorgung mancher Regionen. Aus Bewohnersicht liegen die Defizite in ländlichen Gemeinden überwiegend in einem mangelnden Angebot und hohen Preisen sowie in der Marktmacht der Supermärkte und Discounter (vgl. Abb. 5).

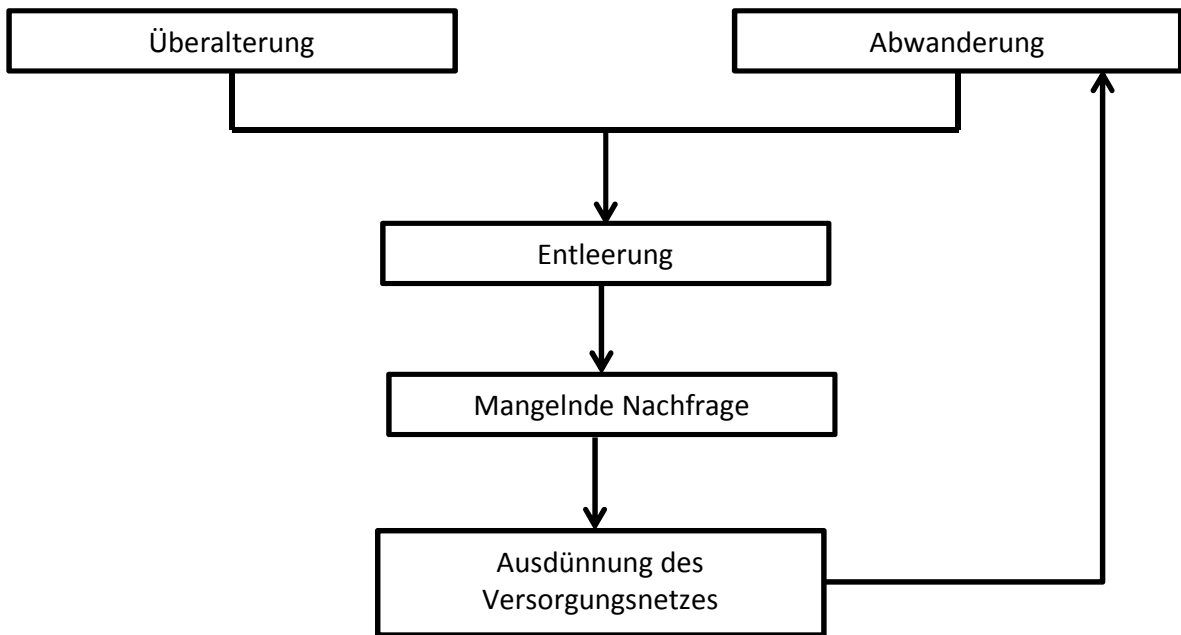
Abbildung 5 Defizite der Nahversorgung ländlicher Räume



Quelle: Eigene Darstellung nach KUHLLICKE ET AL. (2005a. 16ff.).

Der Verlust kleiner Läden hat Auswirkungen auf die gesamte Kommune. Neben dem Rückgang von Gewerbeeinnahmen und Arbeitsplätzen wirkt sich das Ladensterben negativ auf das Ortsbild aus. Die Gemeinde verliert wichtige Bestandteile ihrer Identität und den Bürgern werden soziale Treffpunkte und Kommunikationsmöglichkeiten genommen (MAIER 1994. 21). Zudem führt eine unzureichende Ausstattung mit Nahversorgern zu einem Attraktivitätsverlust, was zu einer verstärkten Abwanderungsbereitschaft führt (KOCH 1996. 73f.). Vor allem junge, qualifizierte Menschen hält kaum etwas in einer Gemeinde, in der die Versorgung nicht gesichert ist, was überspitzt formuliert eine fortschreitende Entleerung bzw. Verödung dieser Regionen zur Folge hat (vgl. SCHMIDT 2010; PLEININGER ET AL. 2005. 13). Dies führt zu mangelnder Nachfrage und einer kontinuierlichen Ausdünnung des Versorgungsnetzes (vgl. Abb. 6).

Abbildung 6 „Teufelskreis“ demographischer Wandel und Nahversorgung



Quelle: Eigener Entwurf.

Der Kreislauf betrifft viele ländliche Gemeinden, welche vor die Herausforderung gestellt werden, auf die Entwicklungen zu reagieren und ihren Bewohnern ein angemessenes Versorgungsnetz zu bieten (vgl. KUHLCHE ET AL. 2005a). Der Wandel im Lebensmitteleinzelhandel (Konzentration und Rückzug aus der Fläche) wirkt sich asymmetrisch auf die Bevölkerung aus. Mobile Personen können bei erhöhtem Verkehrsaufwand die Preis- und Qualitätsvorteile des großflächigen Einzelhandels nutzen, die weniger mobilen werden ausgeschlossen (KUHLCHE ET AL. 2005b. 4).

2.2.3.3 Strukturwandel im Einzelhandel

Der Einzelhandel hat in den letzten Jahrzehnten gravierende Veränderungen erfahren. Seit den 1960er Jahren entstanden immer neue Betriebsformen. Kleine Lebensmittelläden wurden durch Supermärkte, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser ersetzt, später gewannen die Discounter an Bedeutung. Ein Anstieg der durchschnittlichen Verkaufsfläche, bei einer gleichzeitig rückläufigen Zahl an Einzelhandelsbetrieben war die Folge (STEFFEN, WEEBER 2001. 4). Eine weitere Ursache der beschriebenen Entwicklungen ist die Konzentration, welche eine Ausdünnung des Versorgungsnetzes bedingt (BENZEL 2006. 43).

Handelsendogene Ursachen

Die Ursachen des Strukturwandels liegen unter anderem in internen Veränderungen des Handels. Zu den endogenen Faktoren zählen organisatorische und technische Innovationen wie die Einführung des Selbstbedienungsprinzips (SB), die Ausweitung der Sortimente und die Rationalisierung der Arbeitsabläufe. Folgen sind eine Vergrößerung der Verkaufsfläche und ein höherer Kapitaleinsatz, welcher auf die Einsparung von Arbeitskräften und damit verbundenen Modernisierungsmaßnahmen, wie der Inbetriebnahme moderner Kassensysteme, zurückzuführen ist. Betriebe, die nicht über ausreichend Kapital verfügen, sind nicht konkurrenzfähig. Großunternehmen können sich auf dem Markt durchsetzen, während kleine Läden benachteiligt werden, was Betriebsaufgaben zur Folge hat (HEINRITZ ET AL. 2003. 42f.). Neben den handelsendogenen Faktoren, die hier nur kurz angesprochen wurden, stehen die Konsumenten, welche letztendlich die Entscheidungsmacht haben, im Zentrum der Veränderungen.

Der Konsument als Triebfeder des Wandels

„Früher brauchten die Leute die Produkte zum Überleben, heute sind es die Produkte, die die Leute zum Überleben brauchen“ (Nicholas Johnson, zit. nach NOEL 2010. 12).

Die Bedeutung des Konsums zur Selbstinszenierung, als Ausdruck von Individualität sowie zur Darstellung eines sozialen Status ist keineswegs eine reine Neuheit, sondern hat seinen Ursprung bereits im 16. Jahrhundert. Adelige und Aristokraten wollten durch Kleidung und andere Luxusgüter ihre politische Macht demonstrieren. Der Konsum wurde im 18. Jahrhundert auch in den anderen Schichten als Möglichkeit zur Selbstdarstellung entdeckt. Individualität wurde zum angestrebten Ziel, um sich von der anonymen Masse in den Städten abzuheben. Im 19. Jahrhundert entwickelte sich eine Gesellschaft, die durch den Konsum eine soziale Identität schaffen wollte. Dieser wurde zunehmend Ausdruck von Werthaltungen und sozialen Zugehörigkeiten. Verschiedene Konsumstile entstanden. Eine Fortentwicklung dieser Tendenzen war im 20. Jahrhundert zu beobachten. Die Konsumenten konnten von dem Ausbau von Warenhäusern, der Einführung von Werbung, der Angebotserweiterung günstiger Waren sowie der Rationalisierung profitieren. Produkte, die ehemals der Mittelschicht vorbehalten waren, wurden der Arbeiterschicht zugänglich. Der Grundstein für den Massenkonsum wurde gelegt (ANZENGRUBER 2008. 34f.).

In den Nachkriegsjahren stand noch die Befriedigung der Grundbedürfnisse im Vordergrund. Doch schon ab den 1960er Jahren beschränkten sich die Konsumenten nicht mehr nur auf das Nötigste, sondern es wurde konsumiert, um zu konsumieren. Die „Überflussgesellschaft“ entstand. Der Anstieg der Realeinkommen führte zu einem polarisierten Ausgabeverhalten: Bei Waren, welche die Grundbedürfnisse befriedigen, steht der Kostenvorteil im Vordergrund. Die Bereitschaft, Geld auszugeben steigt bei Waren, die Zusatznutzen versprechen (KUHLCHE ET AL. 2005a. 62). Diese Tendenz beobachtete der Statistiker ERNST ENGEL (1821-1896) bereits im 19. Jahrhundert¹² (KLEINSCHMIDT 2008. 22). Es besteht ein Trend zum Bequemlichkeitseinkauf auf der einen und der Stilisierung des Einkaufens zu einem Erlebnis auf der anderen Seite. Mit wachsender Freizeit wird das Einkaufen bestimmter Waren (shopping goods) immer mehr zu einem Freizeitvergnügen. Insbesondere Lebensmitteleinkäufe (convenience goods) werden hingegen als lästige Notwendigkeit betrachtet (HEINRITZ ET AL. 2003. 155ff.). Die Verbraucher wollen den Einkauf dieser Waren mit möglichst geringem Aufwand und in einer möglichst kurzen Zeit tätigen. FRITZ (2003. 1) verwendet in diesem Zusammenhang den Begriff der „Aldisierung“, womit die Suche des Konsumenten nach billigerem Angebot gemeint ist. Die Gewinner dieser Entwicklungen sind Discounter und preisgünstige Verbrauchermärkte, während kleine Läden und Nahversorger auf der Verliererseite stehen (KUHLCHE ET AL. 2005a. 60f.). Es entwickelte sich der hybride Verbraucher, der beim Einkaufen einerseits Wert auf Lifestyle und Erlebnis legt und den Konsum als Möglichkeit zur Selbstverwirklichung sieht, andererseits gerade im Lebensmittelbereich sehr rational und ökonomisch konsumiert.

Der hybride Verbraucher ist nur ein Ausdruck des postmodernen Konsumenten. Die Pluralisierung der Lebensstile hat zu einer weiteren Zunahme der Konsummuster geführt, welche nicht mehr alleine durch die soziale Stellung begründet sind (DROZIG 2005. 86). *Schnäppchenjäger* legen Wert auf günstige Preise, während *Smart Shopper* auf ein gutes Preis-Leistungsverhältnis achten. *Qualitätskäufer* vertrauen auf Herstellermarken und fordern eine hohe Qualität, sowie einen umweltbewussten oder nachhaltigen Einkauf, was sich in einem verstärkten Fokus auf regionale Produkte und Biowaren äußert. Während der rationale Einkauf gut geplant ist, erfolgt der spontane Einkauf eher impulsiv (HEINRITZ ET AL. 2003. 155ff.). Konsum dient vermehrt als ein Mittel der Distinktion und der Integration. Es können Einstellungen und Werte demonstriert werden – man kann zeigen, wohin man gehört (KUHLCHE ET AL. 2005a. 61). Es wird konsumiert, um ein bestimmtes Image zu vermitteln, sich von anderen abzugrenzen oder

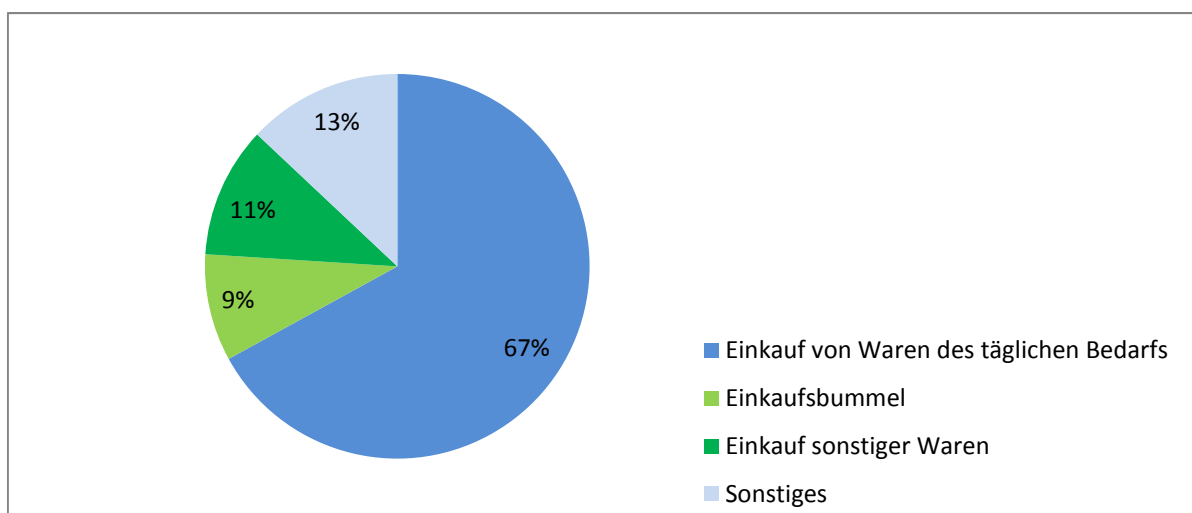
¹² Das Engel'sche Gesetz besagt, dass der Anteil des Einkommens, den ein Privathaushalt für den Einkauf von Nahrungsmitteln aufwendet, mit steigendem Einkommen sinkt (KLEINSCHMIDT 2008. 22).

seine Zugehörigkeit zu einer Gruppe zu demonstrieren. Konsumententscheidungen sind häufig nicht rational, sondern von Emotionen gesteuert. Nicht der Nutzen des Produktes, sondern dessen Inszenierung steht im Mittelpunkt. Ein Beispiel sind I-Phones, die häufig aufgrund der Marke und dem damit verbundenen Image und weniger aufgrund ihres Nutzens gekauft werden (NOEL 2010. 11). Dies lässt sich auf das räumliche Konsumverhalten übertragen. Nicht nur was man kauft, auch wo man kauft ist von Bedeutung: Wird Wert auf Exklusivität gelegt, soll der lokale Handel unterstützt werden oder kauft man preisbewusst ein? Konsum kann für den Einzelnen einen unterschiedlichen Stellenwert haben: Wird er als lästige Notwendigkeit betrachtet oder ist er vielmehr eine Art Freizeitbeschäftigung (FELGENHAUER 2007. 48; RICHTER 2005. 43f.; FEATHERSTONE 2012. 81ff.)? Personen eines Lebensstils weisen ähnliche Konsummuster auf (RICHTER 2005. 43), was sich vor allem bei Gütern des periodischen Bedarfs wie Möbeln oder Kleidung, aber auch an präferierten Urlaubszielen bzw. Reisearten oder der bevorzugten Zeitung zeigt (BECHER 1990. 108ff., 221ff.; KLEINSCHMIDT 2008. 44ff.).

Ebenso wirkt sich der demographische Wandel auf das Konsumverhalten aus. „*Deutschland schrumpft und altert*“ (KRÖHNERT ET AL. 2004. 14). Dieses Zitat bringt die derzeitigen und zukünftigen Veränderungen auf den Punkt. Grund ist eine steigende Lebenserwartung bei rückläufigen Geburtenraten (BENZEL 2006. 13). Es wird erwartet, dass der ländliche Raum in Zukunft weiter schrumpfen, sich der Altersquotient weiter verschieben und der Anteil der Alten den der Jungen bei weitem überschreiten wird. Das Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) stellt heraus, dass sich die Nachfrage nach Lebensmitteln aufgrund der demographischen Entwicklung verändern wird. Ältere Menschen weisen andere Konsumpräferenzen auf als jüngere. Sie geben weniger Geld für Lebensmittel aus, stattdessen erhöhen sich die Ausgaben im Gesundheitsbereich (KUHLCHE ET AL. 2005a. 56). Jüngere Konsumenten legen weniger Wert auf Service und Qualität, wichtiger sind günstige Preise und ein geringer Zeitaufwand. Demgegenüber messen ältere Konsumenten fachkundiger Beratung, Qualität und umweltfreundlichen Produkten eine große Bedeutung bei (GEBHARDT 1996. 34). In diesem Zusammenhang ist der Wandel der Haushaltsformen zu nennen. Die Zahl der Single-Haushalte nimmt zu und die Normalfamilie verliert an Bedeutung. Dies wirkt sich auf das Konsumverhalten aus: Alleinstehende haben andere Einkaufsgewohnheiten als große Familien (STEFFEN; WEEBER 2001. 64). Ein älteres Ehepaar bevorzugt z.B. einen kleinen Nahversorger in Wohnortnähe, während eine Großfamilie zu einem Einkauf in einem SB-Warenhaus oder Verbrauchermarkt tendiert (HEINRITZ ET AL. 2003. 138).

Die Studie „*Mobilität in Deutschland 2008*“¹³ untersucht das Mobilitätsverhalten der Deutschen von 1982 bis 2008, wobei die Wegezwecke Freizeit, Einkauf, Begleitung, Dienstlich, Ausbildung und Beruf unterschieden werden. Insgesamt haben sich die Wegelängen und das Verkehrsaufkommen erhöht. Dies gilt insbesondere für den motorisierten Individualverkehr, wobei seit 2002 eine leicht rückläufige Tendenz zu beobachten ist (FOLLMER ET AL. 2010. 25). In ländlichen und weniger verdichteten Räumen wird der PKW häufiger genutzt (sechs von zehn Wegen und acht von zehn Kilometern), als in Kernstädten, wo fünf von zehn Wegen und sieben von zehn Kilometern auf den motorisierten Individualverkehr entfallen (FOLLMER ET AL. 2010. 44). Vor allem der Einkaufsverkehr hat deutschlandweit ein Wachstum erfahren (FOLLMER ET AL. 2010. 28). Die Wegezwecke Einkauf und Erledigungen machten 2008 37 % aller Wege aus. 1982 waren es nur 30 % (FOLLMER ET AL. 2010. 118). Der Großteil der Einkaufswege wird für den Einkauf von Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs zurückgelegt (vgl. Abb. 7). Die Wahl einer Einkaufsstätte ist distanzunabhängiger geworden und Einkaufsreichweiten haben sich ausgedehnt (HEINRITZ ET AL. 2003. 41).

Abbildung 7 Differenzierung der Einkaufswege in Deutschland



Quelle: Eigene Darstellung nach FOLLMER ET AL. (2010. 120).

Der Wandel der Einzelhandelsstruktur ist demzufolge in großem Maße auf ein verändertes Konsumverhalten zurückzuführen. Die Ausdifferenzierung von Lebensstilen, der demographische Wandel, zunehmender Wohlstand und Motorisierung haben einen Wandel der Konsummuster bewirkt. Der homogene Nachfragemarkt ist Vergangenheit.

¹³ Die Studie wurde vom Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung in Auftrag gegeben und vom infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH sowie dem Institut für Verkehrsforschung am Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt e.V. (DLR) von 2008 bis 2009 durchgeführt. Sie ergänzt eine Studie aus dem Jahr 2002 und umfasst eine Befragung von 50.000 Haushalten zu ihrem Verkehrsverhalten (FOLLMER ET AL. 2010. 8ff.).

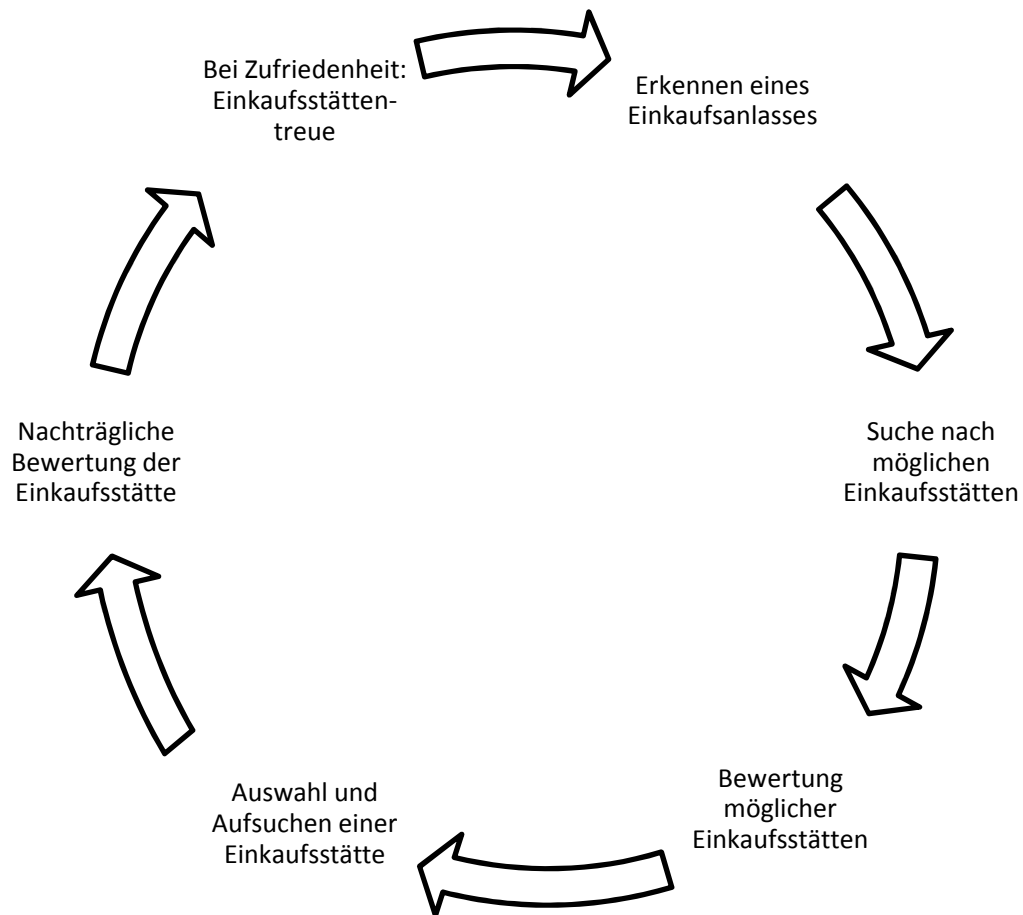
2.2.3.4 Grundlagen des (räumlichen) Konsumverhaltens

Verschiedene Ansätze erklären, nach welchen Kriterien Einkaufsstätten ausgewählt werden. An Aktualität verloren hat der zentralörtliche Ansatz, der die Wahl einer Einkaufsstätte alleine durch vorgegebene Standorte erklärt. Für Waren des kurzfristigen und täglichen Bedarfs wird jedoch noch immer bevorzugt der nächstmögliche Einkaufsort aufgesucht (nearest-center-Hypothese) (HEINRITZ ET AL. 2003. 135; KAGERMEIER 1991. 32). Der aktionsräumliche Ansatz berücksichtigt individuelle Lebensumstände bzw. Einschränkungen (*constraints*), die einen begrenzten Aktionsraum bedingen. Zu diesen Handlungsbeschränkungen zählen *capability constraints*, wie die Verfügbarkeit von Verkehrsmitteln, *coupling constraints*, z.B. Ladenöffnungszeiten oder *authority constraints*, die es z.B. Werksangehörigen verbieten einen Fabrikverkauf zu nutzen (HEINRITZ ET AL. 2003. 136f.). Sozial-psychologische Einstellungsansätze berücksichtigen individuelle und subjektive Kriterien, die Einfluss auf die Wahl einer Einkaufsstätte haben und von Einstellungen, Werten, Erfahrungen und Ansprüchen abhängen. Der Konsument hat Erwartungen, welche als Bewertungsgrundlage für Alternativen dienen. Dies kann durch die in Kap. 2.2.3.1 formulierten Konstrukte *Motivation, Einstellungen, Werte* und *Lebensstile* beschrieben werden. Analog zum Prozess der Kaufentscheidung¹⁴ kann ein Modell des Prozesses der Einkaufsstättenwahl gebildet werden (vgl. Abb. 8). Entsteht ein konkreter Bedarf nach einem Produkt oder das Bedürfnis nach einem Erlebniseinkauf, wird anhand des persönlichen Kontakt- (bisherige Einkaufsstätten) oder Informationsfeldes (Einkaufsstätten, die durch Gespräche, Werbung, Zeitung oder den persönlichen Aktionsraum z.B. den Arbeitsweg, bekannt sind) nach möglichen Einkaufsstätten gesucht (HEINRITZ ET AL. 2005 125f.). Daran schließt ein Vergleich der Alternativen an und eine Einkaufsstätte wird aufgesucht. Nachdem der Einkauf abgeschlossen ist, wird die Einkaufsstätte bewertet: Ist der Konsument zufrieden mit der Wahl, besteht die Chance auf einen wiederholten Einkauf (HEINRITZ ET AL. 2005 137ff.; NOEL 2010. 150). Überwiegt jedoch eine Dissonanz (z.B. Bedauern oder Unzufriedenheit), wird nach Alternativen gesucht (TROMMSDORF, TEICHERT 2011. 313f.).

¹⁴ Der Prozess der Kaufentscheidung wird in folgende Phasen unterteilt (HEINRITZ ET AL. 2003. 125):

- Erkennen eines Bedürfnisses
- Informationssuche
- Alternativbewertung
- Kauf
- Zufriedenheit

Abbildung 8 Prozess der Einkaufsstättenwahl



Quelle: Eigene Darstellung nach HEINRITZ ET AL. (2003. 125).

Verschiedene Studien identifizieren Kriterien zur Einkaufsstättenwahl (HEINRITZ ET AL. 2005. 138; FINCK 1990. 123f.; STEFFEN, WEEBER 2001. 71ff.; BENZEL 2006. 27), wobei deren Bedeutung je nach individuellen Einstellungen und Betriebsformen variiert. Von einem Spezialgeschäft werden Beratung und Qualität, von einem Discounter billige Preise erwartet. Eine große Bedeutung hat die Möglichkeit zum *One-Stop-Shopping*¹⁵ (FINCK 1990. 123f.), was vor allem bei Vollsortimentern oder bei Shop-in-Shop-Lösungen gewährleistet ist (STEFFEN, WEEBER 2001. 71ff.) BENZEL (2006. 27) konstatiert, dass Konsumenten örtliche Vollsortimenter oder Discounter in meisten Fällen auch nutzen. Damit einhergehend wird die Möglichkeit, aus einem großen Angebot an Waren wählen und die gewünschte Menge einkaufen zu können, geschätzt (FINCK 1990. 123f.). Daneben spielt die Auswahl an Geschäften eine Rolle. Konsumenten legen Wert auf eine große Auswahl an Läden der gleichen Betriebsform sowie auf eine Vielfalt von Betriebsformen. Die Zufriedenheit mit dem Einzelhandelsangebot in einem Ort ist am größten, wenn ein Vollsortimenter (mind. 400 m²) und zusätzlich kleinere Läden vorhanden sind (STEFFEN, WEEBER 2001. 71). Je besser die

¹⁵ One-Stop-Shopping beschreibt die Möglichkeit, alle Waren in einem Geschäft einkaufen zu können.

Ausstattung eines Ortes mit Einzelhandelseinrichtungen ist, desto zufriedener sind die Bewohner (GEISCHER 1998. 126). Eine große Bedeutung wird der Erreichbarkeit, sowohl mit als auch ohne PKW sowie einem ausreichendem Parkplatzangebot zugeschrieben (FINCK 1990. 123f.). Gerade im Bereich der Nahversorgung legen Verbraucher Wert darauf, günstig einkaufen zu können. Daher hat z.B. ein Discounter einen positiven Einfluss auf die Versorgungszufriedenheit (STEFFEN, WEEBER 2001. 71ff.) Neben quantitativen gibt es qualitative Vorzüge, wie eine angenehme Einkaufsatmosphäre und ein qualifiziertes Verkaufspersonal. Auf Freundlichkeit und Beratung wird auch beim Einkauf von Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs Wert gelegt. Außerdem besteht ein Anspruch an qualitativ hochwertige Waren (FINCK 1990. 123f.). Darüber hinaus werden Kopplungsmöglichkeiten geschätzt, die eine Zeitersparnis bedeuten (GEBHARDT 1996. 30ff.). Deren Fehlen stellt häufig einen Hinderungsgrund für den Einkauf am Wohnort dar (HEINRITZ ET AL. 2003. 147).

Nicht nur die objektiven, sondern auch die subjektiv wahrgenommenen Einkaufsbedingungen prägen das Konsumverhalten (OTT 1995. 46). Jeder Mensch hat aufgrund individueller Voraussetzungen andere Ansprüche an eine Einkaufsstätte (HEINRITZ ET AL. 2003. 140). Ältere Menschen bevorzugen kleine, übersichtliche Geschäfte mit freundlicher Bedienung, die in der Nähe ihres Wohnortes liegen (FEDERSEL-LIEB 1992. 55f.), was darauf zurückzuführen sein kann, dass sie oftmals immobil sind und keinen PKW besitzen. Sie sind verstärkt auf ein vielfältiges Angebot in Wohnortnähe angewiesen (KUHLCHE ET AL. 2005a. 56). KAGERMEIER (1991. 16) weist nach, dass Menschen mit hohem sozioökonomischem Status vor allem in zentralen Orten höherer Stufen einkaufen. Dennoch sind Personen mit höherem Einkommen zufriedener mit dem Angebot an ihrem Wohnort, da sie keine zeitintensiven Preisvergleiche tätigen müssen (FINCK 1990. 290). Konsumenten stellen oftmals andere Ansprüche an ihren Wohnort, als an einen anderen Ort. Während Gründe für einen Einkauf vor Ort vor allem die Nähe zur Wohnung und allgemein die Erreichbarkeit und die damit verbundene Zeitersparnis sind, wird an anderen Einkaufsorten vor allem die größere Auswahl an Geschäften und Waren geschätzt. Bemängelt werden der Einkaufsstress sowie fehlende Parkmöglichkeiten. Großstädte werden häufig mit Anonymität und Hektik assoziiert (STEFFEN, WEEBER 2001. 60f.).

2.3 Hypothesen

Die grundlegende Fragestellung der Arbeit lautet: Wie können die Dorfbewohner des 21. Jahrhunderts charakterisiert werden? Im vorherigen Kapitel wurden die theoretischen Grundlagen der Bedeutung des Ländlichen in der Postmoderne, ländlicher Lebensstile und Konsummuster erläutert. Anhand dieser Erkenntnisse werden vier Forschungshypothesen abgeleitet.

1. Postmoderne Entwicklungen bewirken eine Renaissance des Ländlichen

Das Landleben hat sich verändert und in vielerlei Hinsicht nicht mehr viel mit der Idylle, die in den Vorstellungen vieler Menschen besteht, gemein. Das ehemals bäuerliche Leben hat sich mit modernen städtischen Einflüssen vermengt. Der Stadt-Land-Gegensatz wurde zu einem Stadt-Land-Kontinuum. Nichtsdestotrotz erfährt das Ländliche in mancherlei Hinsicht eine Renaissance. In Zeiten des sozialen Wandels, fortschreitender Individualisierung und scheinbar unzähliger Wahlmöglichkeiten streben die Menschen nach Stabilität. Das RURALE ist in den Vorstellungen vieler geprägt von Langsamkeit, Traditionen sowie einer bodenständigen Lebensweise. Es kann einen Anker darstellen, der ein Gefühl der Beständigkeit in Zeiten kontinuierlicher Veränderungen vermittelt und es einfacher macht, die Schnelllebigkeit zu ertragen. Er schafft Übersichtlichkeit, wenn Internet und andere moderne Kommunikationstechniken Raum (Distanzen) und Zeit unbedeutend machen. Anhand zweier ländlicher Untersuchungsgemeinden im Einzugsbereich von Großstädten (vgl. Kap. 3.1) wird analysiert, ob und inwiefern das Ländliche im Zuge von Homogenisierung und Globalisierung eine Renaissance erfährt.

2. Das Dorfleben wird von Einheimischen und Zuzüglern unterschiedlich bewertet

Die ehemals solidarische, abhängige und homogene Dorfgemeinschaft hat sich zu einer ausdifferenzierten Gesellschaft entwickelt. Die Zuwanderung vor allem junger Familien bringt neue Impulse in die Dörfer. Gleichzeitig entsteht Konfliktpotential, wenn die divergierenden Interessen von Einheimischen und Zuzüglern aufeinandertreffen. Trotz vieler Veränderungen birgt das Dorfleben noch Besonderheiten, welche unterschiedlich wahrgenommen werden. Während die Einen es als positiv und erstrebenswert betrachten, bedeutet es für die Anderen Einschränkungen und ist sehr negativ besetzt. Ähnlich verhält es sich mit der Stadt: Manche schätzen das urbane Leben und stehen der Stadt positiv gegenüber, andere fliehen vor städtischen Einflüssen oder können sich ein Leben in Großstädten kaum vorstellen. Häufig unterscheidet sich diese Wahrnehmung bei Einheimischen und Zuzüglern. Letztere haben

verschiedene Motive für einen Umzug in ländliche Räume, die mit Erwartungen verbunden sind, welche zuweilen nicht erfüllt werden können. Die Untersuchungsgemeinden weisen hohe Zuzugsraten auf und sind gleichzeitig ländlich geprägt (vgl. Kap. 3.1; 3.2). Inwiefern dies auf das Zusammenleben in der Dorfgemeinschaft wirkt und welches Bild die Bewohner der Gemeinden von ihrem Wohnort haben, stellt einen weiteren Aspekt der Untersuchung dar.

3. In ländlichen Räumen haben sich unterschiedliche Lebensstile herausgebildet, die spezifische Konsummuster bedingen

Der soziale Wandel hat die Dörfer erreicht und die ländliche Gesellschaft ist keine homogene Masse mehr. In ruralen Räumen besteht eine freie Wahl unter verschiedensten Lebensformen und Lebensstilen, die sich in Werten, Normen, Einstellungen, Geschmack und Verhaltensdispositionen unterscheiden. Trotz der Wahlmöglichkeiten können Lebensstile nie völlig unabhängig von der unmittelbaren Umgebung sein. Ländliche Räume weisen von Städten divergierende Lebensbedingungen auf und bringen daher spezifische Lebensstile hervor. Zwar kann nicht mehr strikt zwischen städtischen und ländlichen Lebensstilen unterschieden werden, doch stützen bisherige Studien die These, dass der ländliche Raum durch seine Eigenheiten durchaus spezifische Lebensstile birgt. Es besteht zwar eine Annäherung zwischen städtischen und ländlichen Lebensstilen, doch zeigen sich nach wie vor Unterschiede. In der vorliegenden Arbeit wird untersucht, welche Lebensstile in den Untersuchungsgemeinden vorzufinden sind, wobei sie anhand soziodemographischer Merkmale, Werten, Geschmack und insbesondere der Beziehung zum Wohnort unterschieden werden.

Einen bedeutenden Stellenwert bei Lebensstiluntersuchungen hat der Konsum. Das Konsumverhalten der Menschen lässt sich nicht nur ökonomisch erklären. Vielmehr dient der Konsum als Mittel der Distinktion und kann Werte, Einstellungen und Geschmack nach außen tragen. Nicht der Nutzen eines Produktes steht im Vordergrund, sondern seine Inszenierung: Will man sparsam wahrgenommen werden, steht die Exklusivität der Produkte im Vordergrund, möchte man ein Umweltbewusstsein vermitteln oder wird Wert auf Marken gelegt? Dies zeigt sich möglicherweise auch bei Gütern des täglichen Bedarfs: Brot ist nicht mehr nur Brot, sondern bietet eine schier unendliche Anzahl an Sorten. Es kann z.B. zwischen dunklem Bauernbrot, Vollkornbrot oder sogar Low Carb Brot gewählt werden. Milch kann im Discounter gekauft werden oder direkt beim Bauern, um den regionalen Handel zu unterstützen und das ökologische Gewissen zu erleichtern (KLEINSCHMIDT 2008. 41ff.). *„In der Mahlzeit spiegeln sich Einstellungen und Werthaltungen der Essenden, und was sie für Wert*

halten, das sagt etwas über die Gesellschaft aus, in der sie leben“ (BECHER 1990. 108). Entscheidend ist was und wo gekauft wird. Insgesamt zeigt sich, dass sich durch Lebensstile Charakteristika ergeben, die auf spezifische ländliche Konsummuster schließen lassen. Inwiefern diese im Untersuchungsgebiet bestehen, wird in der vorliegenden Studie analysiert.

4. Das ländliche Umfeld impliziert spezifisch ländliche Konsummuster

Das Konsumverhalten wird durch das physische, soziale und kulturelle Umfeld geprägt. Die Besonderheiten des Dorflebens, ländliche Lebensstile sowie die spezielle Situation des ländlichen Einzelhandels bewirken daher möglicherweise spezifische Konsummuster. Im Gegensatz zur Hektik in Städten wird am Landleben die Ruhe geschätzt, was sich auch im Bereich des Einkaufens zeigen kann, wenn z.B. die Übersichtlichkeit kleiner, örtlicher Läden dem hektischen Treiben des großstädtischen Einzelhandels vorgezogen wird. In kleineren Gemeinden herrschen vor allem konservative, traditionsbewusste, bewahrende Lebensstile vor. Damit einhergehend wird davon ausgegangen, dass ein starkes Wir-Gefühl besteht, was sich möglicherweise in einer Solidarität gegenüber dem örtlichen Handel und dem Bestreben, diesen zu unterstützen zeigt (vgl. Involvement-These, Kap. 2.2.3.1). Die Nutzung und Akzeptanz des örtlichen Einzelhandels hängt mit der Teilnahme am (sozialen) Leben zusammen, das in ländlichen Kommunen oftmals aktiver ist als in Städten. Ebenso ist die Verbundenheit mit örtlichen Einrichtungen höher, was zu einer vergleichsweise höheren Akzeptanz des örtlichen Handels führen kann (BENZEL 2006. 53). In seiner Lebensstilstudie stellt GROTHUES (2006. 128.) fest, dass für Bewohner ländlicher Räume „sich beim Einkaufen treffen“ ein wichtiger Faktor für ein funktionierendes gemeinschaftliches Zusammenleben ist. Einkaufen wird als Kommunikationsmöglichkeit genutzt und impliziert die Chance Kontakte zu knüpfen und „unter Leute“ zu kommen. Die örtlichen Läden sind wichtig für das Fortbestehen der Gemeinschaft. Soziale Kontrolle kann die Konsummuster ebenso prägen. Die Angst „ins Gerede zu kommen“ kann die Konsequenz haben, dass Personen aus Pflichtgefühl am Wohnort einkaufen, obwohl ein Einkauf außerhalb billiger und praktischer wäre (BRÜGGEMANN, RIEHLE 1986. 194). Wie FINCK (1990. 279) herausstellt, besteht darüber hinaus ein Zusammenhang zwischen dem Einkauf am Wohnort und der Zufriedenheit mit der Wohnsituation. In der vorliegenden Studie wird untersucht, inwiefern die Ländlichkeit beim Einkauf angestrebt wird bzw. wie sich die Charakteristika der ruralen Lebensweise auf das Konsumverhalten auswirken.

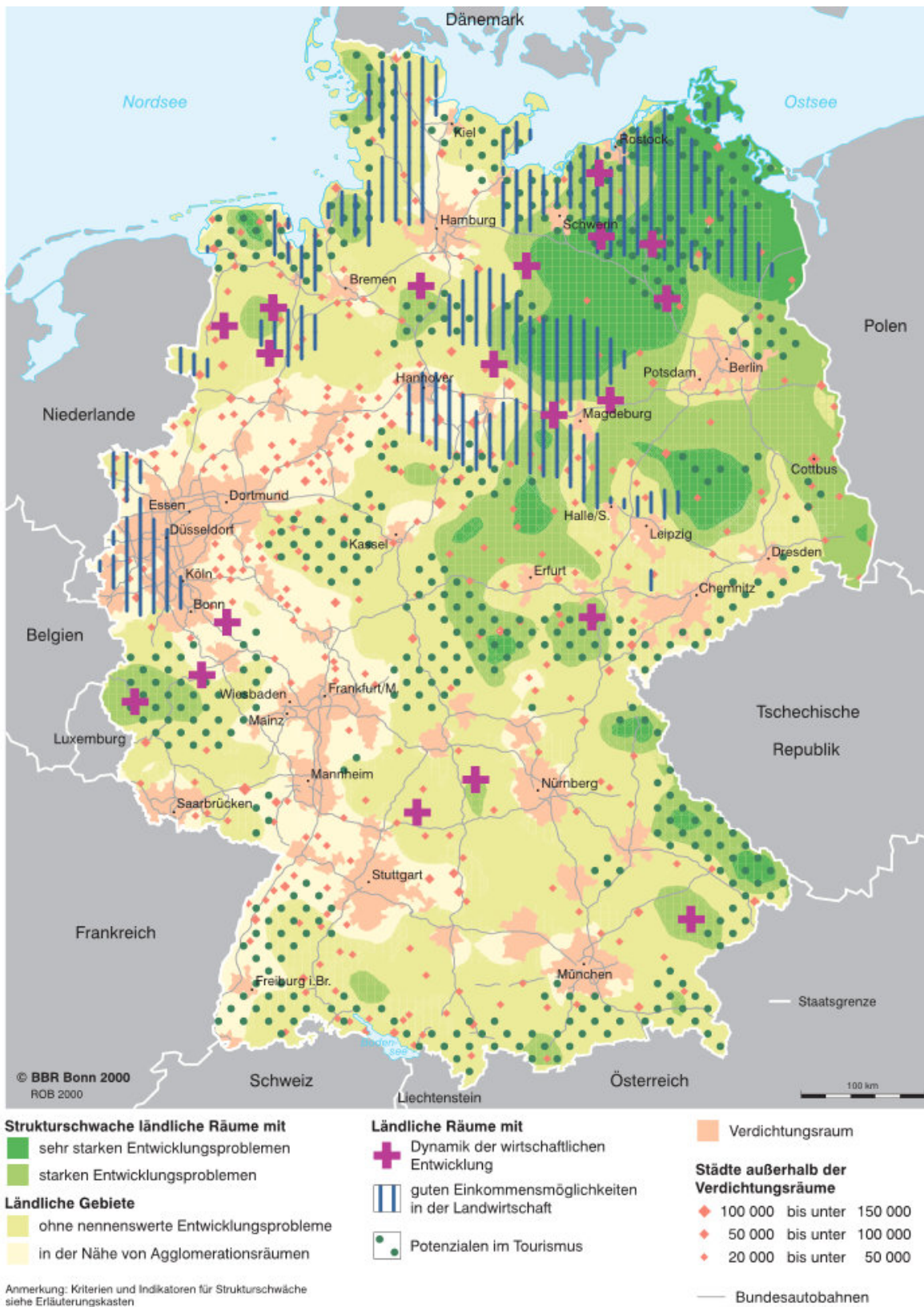
Die Zufriedenheit stellt einen wichtigen Aspekt des Konsumverhaltens dar (vgl. Kap. 2.2.3.1). Vor allem im Bereich der Grundversorgung werden billige Preise und ein großes Angebot

sowie Qualität geschätzt. Die unzureichende Ausstattung mit Einzelhandelsbetrieben führt zu einem erschwerten Zugang, sowohl zu Billiganbietern als auch zu Qualitätsgeschäften (BECKER ET AL. 1996. 13). Dies führt möglicherweise zu einer geringeren Zufriedenheit mit der Versorgungslage. Zudem stellt sich die Frage, inwiefern der Wohnort noch eine Rolle beim Einkaufen spielt. Dabei müssen soziodemographische Unterschiede berücksichtigt werden. Je nach Alter und sozioökonomischem Status variieren die Ansprüche an einen Einkauf bzw. an eine Einkaufsstätte und somit die Zufriedenheit mit dem örtlichen Handel. Die jeweiligen Ansprüche der sozialen Gruppen führen zu einem differenzierten Konsumverhalten, was sich in der Betriebsformenwahl sowie in den bevorzugten Einkaufsstätten zeigt. Anhand der Untersuchungsgemeinden, die eine sehr unterschiedliche Ausstattung mit Einzelhandelsbetrieben aufweisen (vgl. Kap. 3.3), wird die These zum Zusammenhang zwischen Einzelhandelsangebot und Konsumverhalten weitergehend untersucht.

3 Auswahl und Beschreibung der Untersuchungsgemeinden

Ländliche Räume sind keine einheitliche Raumkategorie. Es gibt verschiedene Typen und Abgrenzungen (vgl. Abb. 9). In vielen Regionen bestehen strukturschwache ländliche Räume, die eine geringe Bevölkerungsdichte, eine defizitäre Infrastruktur und hohe Abwanderungsraten aufweisen. Dem stehen ländliche Räume mit Potential im Tourismus und in der Landwirtschaft gegenüber, die an landschaftlich reizvollen Gebieten (Flüsse, Seen, Küsten, Gebirge) zu finden sind. Weiterhin werden rurale Regionen außerhalb der großen Verdichtungsräume, aber mit wirtschaftlicher Entwicklungsdynamik unterschieden, in welchen der Rückgang des Agrarsektors durch den sekundären Sektor auffangen werden kann. Anhand der theoretischen Vorüberlegungen sowie der Fragestellung wurden für die vorliegende Studie ländliche Räume ohne nennenswerte Entwicklungsprobleme in der Nähe von Agglomerationsräumen ausgewählt (vgl. Kap. 1.1; BBR 2000. 63ff.; MILBERT 2002. 18f.; GROTHUES 2006. 8). Der soziale Wandel in ländlichen Räumen ist u.a. auf städtische Einflüsse zurückzuführen, die durch Pendlerbeziehungen und Wanderungsbewegungen in die Dörfer transportiert werden. Diese Einflüsse sind in ländlichen Räumen mit Wechselbeziehungen zu Großstädten in besonderem Maße zu beobachten. Sie weisen eine besondere Dynamik auf und haben sich teilweise den Städten angenähert. Dennoch sind sie ländlich geprägt und durch eine rurale Siedlungsstruktur gekennzeichnet (vgl. Kap. 2.2.1.2). Es besteht ein starker Siedlungsdruck, da sie durch die Nähe zu den Großstädten sowie ihr Potential für Erholung und Freizeit attraktiv für Zuwanderer sind. Zuzüge bedingen eine durchmischte Bevölkerung, welche einen wichtigen Aspekt für die Lebensstilbildung darstellt. Zudem soll in der Studie die Raumwahrnehmung von Einheimischen und Zuwanderern vergleichend dargestellt werden, weswegen ländliche Gemeinden mit vergleichsweise hohen Zuzugsraten ausgewählt wurden. Die Untersuchung kann weiterhin darlegen, inwiefern trotz der Nähe zu den Verdichtungsräumen eine ländliche Lebensweise besteht bzw. ob gerade in diesen Räumen eine Rückbesinnung auf das Ländliche zu beobachten ist. Im Zuge dieser Überlegungen wurden zwei Gemeinden im Einzugsbereich der Städte München und Augsburg ausgewählt. Sie unterscheiden sich in ihrer Einwohnerzahl und der Einzelhandelsausstattung (vgl. Kap. 3.3). Dies ermöglicht die Analyse ländlicher Konsummuster bei unterschiedlichen Voraussetzungen.

Abbildung 9 Typen ländlicher Räume in Deutschland (nach BBR 2000)

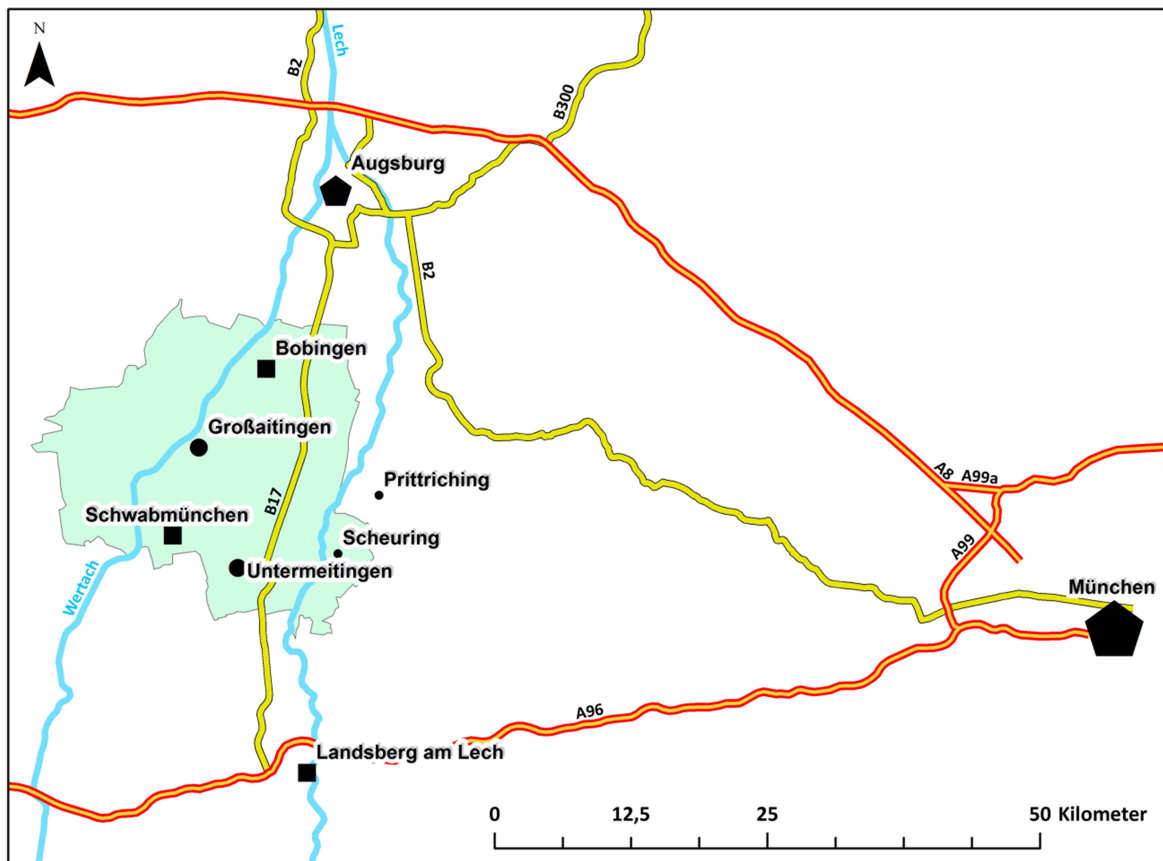


Quelle: BBR (2000, 63).

3.1 Lage und historische Entwicklung der Untersuchungsgemeinden

Die Untersuchungsgemeinden gehören dem Verein Begegnungsland Lech Wertach e.V. an, der 2008 als LEADER-Aktionsgruppe (LAG)¹⁶ gegründet wurde. Das Gebiet (vgl. Abb. 10) liegt zwischen den Städten Landsberg am Lech und Augsburg.

Abbildung 10 Lage der Untersuchungsregion



Orte

- unter 3.000 Einwohner
- 3.000 bis unter 10.000 Einwohner
- 10.000 bis unter 100.000 Einwohner
- ⬠ 100.000 bis unter 1.000.000 Einwohner
- ⬠ über 1.000.000 Einwohner

Straßen

- Autobahn
- Bundesstraße

Sonstige

- Flüsse
- Begegnungsland Lech Wertach

Quelle: Eigener Entwurf.

¹⁶ Gemäß Art. 62 der Verordnung über die Förderung der Entwicklung des ländlichen Raums durch den Europäischen Fonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER) sind die LAGs für die Erstellung eines „Regionalen Entwicklungskonzepts“ verantwortlich, das u.a. die Auswahl eines Leader-Gebietes umfasst (BAYERISCHES STAATSMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG, LANDWIRTSCHAFT UND FORSTEN 2009, 20).

Die Region weist trotz der Nähe zu den Agglomerationsräumen eine agrarisch geprägte Wirtschaftsstruktur auf, ist jedoch gleichzeitig vom Bedeutungsverlust des Agrarsektors betroffen. Es bestehen hohe Zuwanderungsraten mit gleichzeitig negativem Wanderungssaldo der jungen Erwachsenen (LOKALE ARBEITSGRUPPE BEGEGNUNGSLAND LECH WERTACH E.V. 2008. 1ff.). In Absprache mit dem LAG-Management wurden die Kommunen Großaitingen und Scheuring ausgewählt. Sie stellen typische Vertreter für die oben genannte Raumkategorie dar. Die Verflechtungen mit den Großstädten zeigen sich an Pendlerbewegungen sowie einer verkehrlichen Anbindung durch die Bundesstraße B 17 und Autobahnen. Beide Gemeinden sind Zuwanderungsgemeinden, was eine sozial durchmischte Bevölkerung zur Folge hat (vgl. Kap. 3.2). Die ländliche Prägung zeigt sich an der Siedlungsstruktur (überwiegend Ein- und Zwei-Familienhäuser, geringe Bebauungsdichte, viele Flächen der Land- und Forstwirtschaft) sowie am Erholungspotential, welches kennzeichnend für diesen Typ ländlicher Räume ist (vgl. Abb. 11).

Abbildung 11 Siedlungsstruktur der Untersuchungsgemeinden



Quelle: Eigene Aufnahmen (von links oben nach rechts unten: landwirtschaftliche Nutzfläche in Großaitingen; Erholungsraum Naturpark Westliche Wälder im Gemeindegebiet Großaitingen; Neubaugebiet am Ortsrand von Scheuring; landwirtschaftlicher Betrieb in der Ortsmitte von Scheuring).

Großaitingen

Großaitingen (vgl. Abb. 12) liegt im schwäbischen Landkreis Augsburg, ca.19 Kilometer südwestlich der Bezirkshauptstadt und 100 Kilometer westlich der Landeshauptstadt München. Die nahegelegene Bundesstraße B 17, welche die Gemeinde mit den Autobahnen A 8 und A 96 verbindet, bedingt eine gute Erreichbarkeit mit dem PKW. Großaitingen ist durch eine Regionalbuslinie mit Augsburg verbunden, die Fahrzeit beträgt 41 Minuten. Es bestehen weitere Buslinien in Richtung der Kreisstadt, wobei in Bobingen oder Schwabmünchen umgestiegen werden muss (Fahrzeit 30 bis 40 Minuten). Aufgrund der relativ geringen Frequenz ist die Erreichbarkeit durch den ÖPNV ausbaufähig (AUGSBURGER VERKEHRSVERBUND GMBH 2013). Das frühere Straßendorf liegt zwischen den etwa fünf Kilometer entfernten Städten Schwabmünchen und Bobingen. Großaitingen ist Verwaltungssitz der gleichnamigen Verwaltungsgemeinschaft. Im Regionalplan der Region Augsburg (Region 9) ist die Kommune als Kleinzentrum ausgewiesen und hat die Aufgabe, die Bevölkerung ihres Nahbereiches mit Gütern und Dienstleistungen des Grundbedarfs zu versorgen. Die Gemeinde liegt im ländlichen Teilraum im Umfeld des großen Verdichtungsraumes Augsburg (REGION AUGSBURG 1996a). Es bestehen Wechselbeziehungen mit dem Oberzentrum, die sich an starken Pendlerbewegungen in Richtung des Verdichtungsraumes zeigen (Pendlersaldo 2011 -1.270). Handlungsziel für die ländlichen Teilräume im Umfeld des großen Verdichtungsraumes Augsburg ist die Bewahrung ihrer Eigenständigkeit und regionsspezifischer Eigenheiten, die Stärkung der Wirtschafts- und Arbeitsmarktstruktur sowie die Vermeidung von Abwanderung in die Verdichtungsräume (BAYERISCHES STAATSMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, INFRASTRUKTUR, VERKEHR UND TECHNOLOGIE 2006. 23; REGION AUGSBURG 1996b. 3).

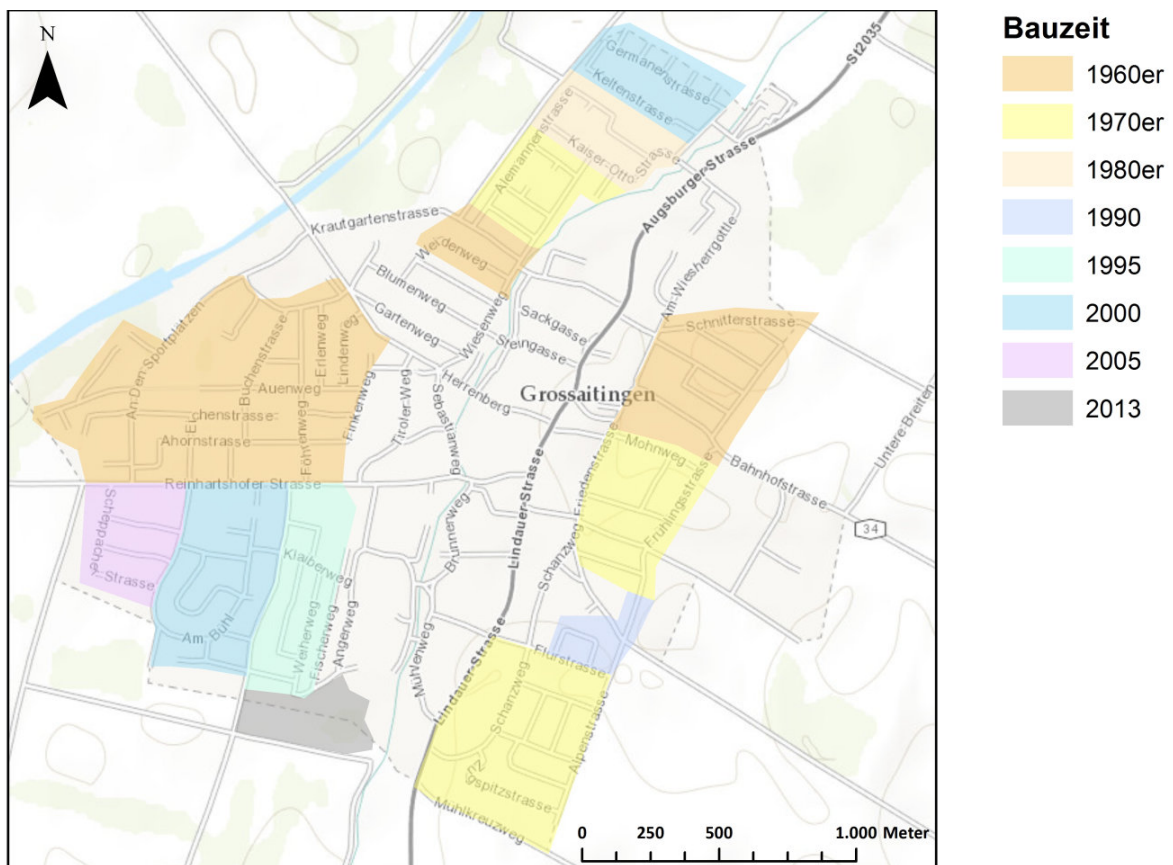
Abbildung 12 Großaitingen



Quelle: Eigene Aufnahmen (von oben nach rechts unten: Blick auf Großaitingen; Ortsmitte; alter Dorfkern; erstes Neubaugebiet (1960); jüngstes Neubaugebiet (2005).

Großaitingen ist eine ursprünglich alemannisch-germanische Siedlung, die um das Jahr 500 gegründet wurde. Die erste schriftliche Erwähnung fand sich in der Biographie des Hl. Bischof Ulrich von Augsburg, die von Domprobst Gerhard zwischen 983 und 993 niedergeschrieben wurde. Der Ortsname entwickelte sich im Lauf der Jahrhunderte über „Etigga“ „Etinga“ zu „Aitingen“. Im 15. Jahrhundert tauchte erstmals die Form „Großaitingen“ auf, die später in den bis heute bestehenden Namen „Großaitingen“ geändert wurde. Das Gemeindegebiet gehörte zum Domstift Augsburg und kam 1803 im Zuge der Säkularisation zu Bayern. Nach dem 2. Weltkrieg fanden Vertriebene und Flüchtlinge Unterkunft in Großaitingen. Durch infrastrukturelle Maßnahmen, wie den Ausbau einer zentralen Wasserversorgung, der Wasseranlage sowie der Dorfstraßen und die Ausweisung von Neubaugebieten (vgl. Abb. 13) stiegen sowohl die Größe als auch die Einwohnerzahl des Dorfes an (1950: 2.662; 2000: 4.654).

Abbildung 13 Neubaugebiete in Großaitingen



Quelle: Eigener Entwurf.

Das einst sehr agrarisch strukturierte Dorf hat sich in den letzten Jahren zu einem beliebten Wohnort für Pendler in die Stadt Augsburg gewandelt (siehe oben). Die landwirtschaftliche Prägung ist stark rückgehend. Nur 1 % der Beschäftigten war 2010 im Agrarsektor tätig¹⁷. Statt im primären arbeiten viele Erwerbstätige im sekundären (47 %) und tertiären Sektor (52 %). Der agrarstrukturelle Wandel zeigt sich an einem Rückgang der Betriebe bei gleichzeitig steigender Größe. Im Jahr 1991 gab es in Großaitingen 65 und 2007 35 landwirtschaftliche Betriebe¹⁸, wovon 17 größer waren als 30 ha (BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG 2012a. 9, 13; 2013; VERWALTUNGSGEMEINSCHAFT GROßAITINGEN 2012; ZOTT 2013).

Scheuring

Scheuring (vgl. Abb. 14) liegt im Landkreis Landsberg am Lech (Oberbayern) und gehört zur Verwaltungsgemeinschaft Prittriching. Von der Kreisstadt ist die Kommune ca. 15 Kilometer entfernt, die Distanz zu Augsburg beträgt etwa 30 Kilometer. Es kann in ca. 30 Minuten über die nahegelegene Bundesstraße B 17 erreicht werden. Die Landeshauptstadt München liegt in einer Distanz von ca. 65 Kilometer, was über die Autobahn A 96 etwa eine Stunde Fahrzeit bedeutet. Scheuring verfügt über eine Buslinie Richtung Landsberg am Lech (Fahrzeit ca. 20 Minuten). Die Takte der Buslinie sind jedoch stark begrenzt (LANDSBERGER VERKEHRSGEMEINSCHAFT 2013). Die Gemeinde ist somit überwiegend durch den motorisierten Individualverkehr erreichbar. Die Kommune, die am westlichen Rand der Region München (Region 14) liegt, wird im Regionalplan nicht als zentraler Ort ausgewiesen und gehört zum Nahbereich des Kleinzentrums Prittriching. Sie wird dem ländlichen Teilraum im Umfeld der großen Verdichtungsräume zugeordnet. Zielvorstellung ist die Weiterentwicklung des ländlichen Raumes als eigenständiger Lebensraum, insbesondere der Wirtschaftsstruktur, des Arbeitsplatzangebotes, der Verkehrsinfrastruktur und des ÖPNVs sowie der Erhalt typischer Siedlungsstrukturen und Ortsbilder (REGIONALER PLANUNGSVERBAND MÜNCHEN 2001a,b.).

¹⁷ Familienbetriebe blieben dabei möglicherweise unberücksichtigt.

¹⁸ In der amtlichen Statistik wurden nur Betriebe mit einer Größe von mindestens 2 ha erhoben (BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG 2012a. 13).

Abbildung 14 Scheuring

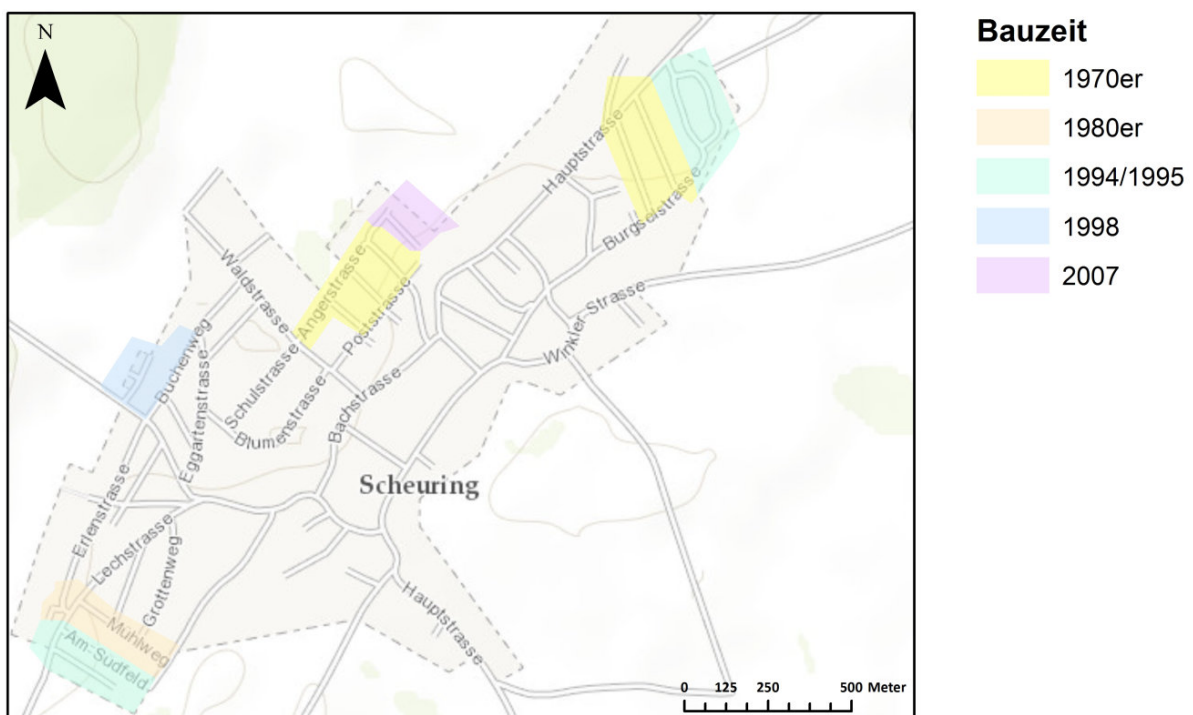


Quelle: Eigene Aufnahmen (von oben nach rechts unten: Blick auf Scheuring; Ortskern; Neubaugebiet (2007)).

Die Gemeinde wurde 1130 unter den Namen Sciringen (Schyringen) erstmals urkundlich erwähnt. Grabhügel südwestlich des Dorfes lassen darauf schließen, dass bereits 750-450 v. Chr. eine Besiedlung stattfand, was 1904 entdeckte Artefakte belegen (Tonschüsseln, Waffen, Pferdegeschirr). Das Gebiet um Scheuring war im Besitz der Welfen bis es 1169 an die Hohenstauffer ging. Die bayerischen Herzöge Stephan und Johann besaßen das Gemeindegebiet bis 1387 und verschenkten den Zehnten an das Kloster Schäftlarn, das die

Pfarrei mit einigen bedeutenden Äbten besetzte. Nach dem zweiten Weltkrieg stieg die Bevölkerungszahl rapide an, da die Gemeinde Flüchtlingen und Evakuierten billiges Bauland zur Verfügung stellte. Diese Entwicklung setzte sich fort und nach 1948 wurde eine große Aufbauleistung erbracht. In der Gebietsreform blieb die Gemeinde erhalten und 1978 wurde die Verwaltungsgemeinschaft gegründet. Im Laufe der Zeit entstanden viele Neubaugebiete (vgl. Abb. 15) und die Gemeinde wurde aufgrund der vergleichsweise günstigen Grundstückspreise zu einem beliebten Wohnstandort für Bewohner der Stadtregionen München und Augsburg (MENHARD 2013).

Abbildung 15 Neubaugebiete Scheuring



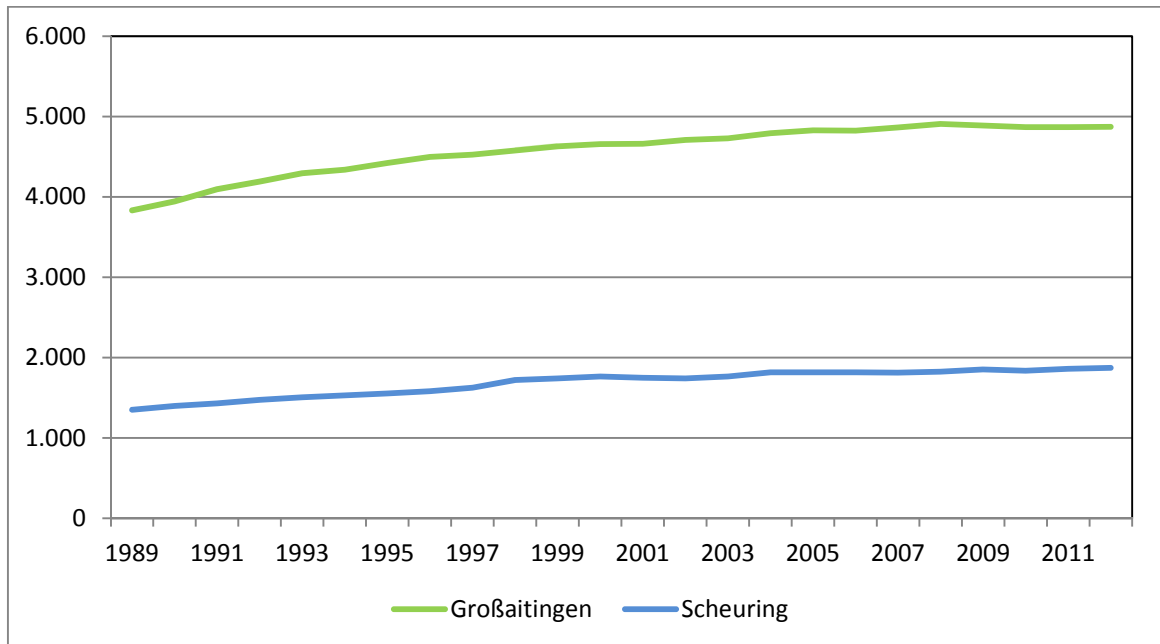
Quelle: Eigener Entwurf.

Während die Landwirtschaft früher sehr vielen Bewohnern Beschäftigung verschaffte, pendeln mittlerweile die meisten Erwerbstätigen nach Landsberg am Lech, Augsburg oder München (Pendlersaldo 2011 -496). Scheuring ist wie Großaitingen vom agrarstrukturellen Wandel betroffen. Die Zahl der landwirtschaftlichen Betriebe ist von 1991 (52 Betriebe) bis 2007 auf 35 zurückgegangen. Davon sind sieben größer als 30 ha. Gab es vor 40 Jahren noch über 100 milcherzeugende Betriebe, so sind es heute noch acht, mit abnehmender Tendenz (GEMEINDE SCHEURING 2012; BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG 2012b. 9, 13; 2013)

3.2 Sozialstruktur der Untersuchungsgemeinden

Der demographische Wandel stellt eine der großen Herausforderungen für ländliche Räume dar. Um die Situation in den Untersuchungsgemeinden zu analysieren, werden sowohl ihre vergangene als auch die zukünftig prognostizierte Entwicklung dargestellt. Beide Gemeinden weisen seit 1989 eine positive Bevölkerungsentwicklung auf (vgl. Abb. 16) und können auch in Zukunft mit einem Einwohneranstieg rechnen.

Abbildung 16 Bevölkerungsentwicklung in den Untersuchungsgemeinden

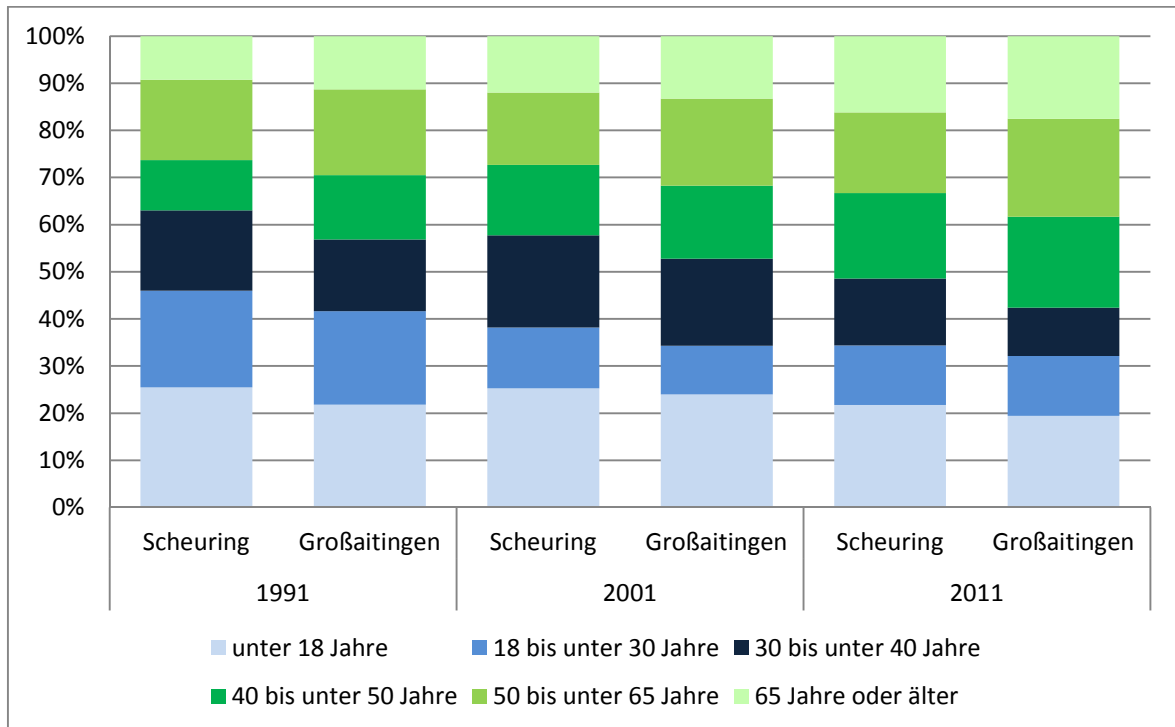


Quelle: Eigene Darstellung nach BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG (2013).

Die Bevölkerungszahl in Großaitingen ist zwischen 1989 und 2012 von 3.883 um 27 % auf 4.871 gewachsen. Die positive Bevölkerungsentwicklung ist vorwiegend auf Wanderungsgewinne zurückzuführen, während das natürliche Bevölkerungswachstum in den letzten Jahren mit leichten Schwankungen rückgängig war. Der Wanderungssaldo zeigt zwar eine leicht abnehmende Tendenz, hat sich jedoch in den letzten Jahrzehnten im leicht positiven Bereich eingependelt, wobei naturgemäß Schwankungen vorkamen (BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG 2012a. 6f.; 2013). Die Einwohnerzahl Scheurings ist in den vergangenen 20 Jahren von 1.348 (1989) um 39 % auf 1.872 (2012) Einwohner gewachsen. Seit 1999 hat sich das Wachstum verlangsamt, was hauptsächlich in rückläufigen Geburtenzahlen begründet ist. Der Wanderungssaldo ist auch in Scheuring großen Schwankungen ausgesetzt. Er weist eine positive Bilanz auf, wobei ein Trend zu rückläufigen Wanderungsbilanzen besteht (BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG 2012b. 6f.; 2013).

Der demographische Wandel bedeutet, neben einem Rückgang, auch eine Überalterung der Bevölkerung. In den Untersuchungsgemeinden hat die Verschiebung der Altersstruktur bereits eingesetzt (vgl. Abb. 17). Der Anteil der über 40-Jährigen ist im Vergleich zu 1991 angestiegen, während die unter 30-Jährigen verloren haben. Dies zeigt, dass das Bevölkerungswachstum überwiegend auf ältere Bewohner zurückzuführen ist und die unter Jüngeren die Gemeinden verlassen.

Abbildung 17 Altersverteilung in den Untersuchungsgemeinden (1991, 2001, 2011)



Quelle: Eigene Darstellung nach BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG (2013).

Das bayerische Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung prognostiziert einen Rückgang der Bevölkerung im ländlichen Raum bis 2031. Im bundesdeutschen Vergleich verzeichnet Bayern einen gemäßigten Bevölkerungsrückgang, der ab 2021 einsetzen wird. Während man in Verdichtungsräumen mit einem Wachstum rechnet, weisen ländliche Räume Schrumpfungstendenzen auf. Sie sind dennoch erheblich geringer als in ruralen Räumen außerhalb Bayerns (BAYERISCHES STAATSMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, INFRASTRUKTUR, VERKEHR UND TECHNOLOGIE 2013). Die Untersuchungsgemeinden liegen im zentralen Südbayern, wo aufgrund von Wanderungsgewinnen in ländlichen Räumen eine leicht positive Einwohnerentwicklung erwartet wird. In der Hauptvariante der Berechnung des Statistischen Landesamtes Bayern wird für Großaitingen 2009 bis 2021 ein Bevölkerungszuwachs von 1,7 % berechnet (Landkreis Augsburg -1,1 %). Die Prognose für Scheuring ist mit einem Wachstum von 6,5 %

zwar positiv, weist jedoch einen niedrigeren Zuwachs auf als der Landkreis Landsberg am Lech (+9,7 %). Der Anstieg wird in beiden Gemeinden ab 2015 stagnieren und ist sehr altersspezifisch. Vor allem der Anteil der über 65-Jährigen wird steigen, die Erwerbsbevölkerung vergleichsweise konstant bleiben (vgl. Tab. 10). In Zukunft werden die Erwerbspersonen diejenigen, welche nicht mehr bzw. noch nicht im Erwerbsleben stehen, nicht tragen können. Das Durchschnittsalter wird bis 2021 in beiden Gemeinden ansteigen, wobei die Scheuringer (2009: 39 Jahre, 2021: 42 Jahre) insgesamt jünger sind als die Großaitinger (2009: 41 Jahre, 2021: 45 Jahre). In Großaitingen wird die junge Bevölkerung besonders stark schrumpfen. Scheuring wird ein größeres Wachstum der Älteren verzeichnen (BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG 2011a. 7, 15; 2011b. 5, 7, 14).

Tabelle 10 Bevölkerungsveränderung der Untersuchungsgemeinden 2009 bis 2021 in %

	Großaitingen	Scheuring
unter 18 Jahre	-16,3	-3,7
18 bis unter 65 Jahre	+1,9	+5,2
65 Jahre oder älter	+22,6	+27,2
Insgesamt	+1,7	+6,5

Quelle: Eigene Darstellung nach BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG (2011a. 7; 2011b. 7).

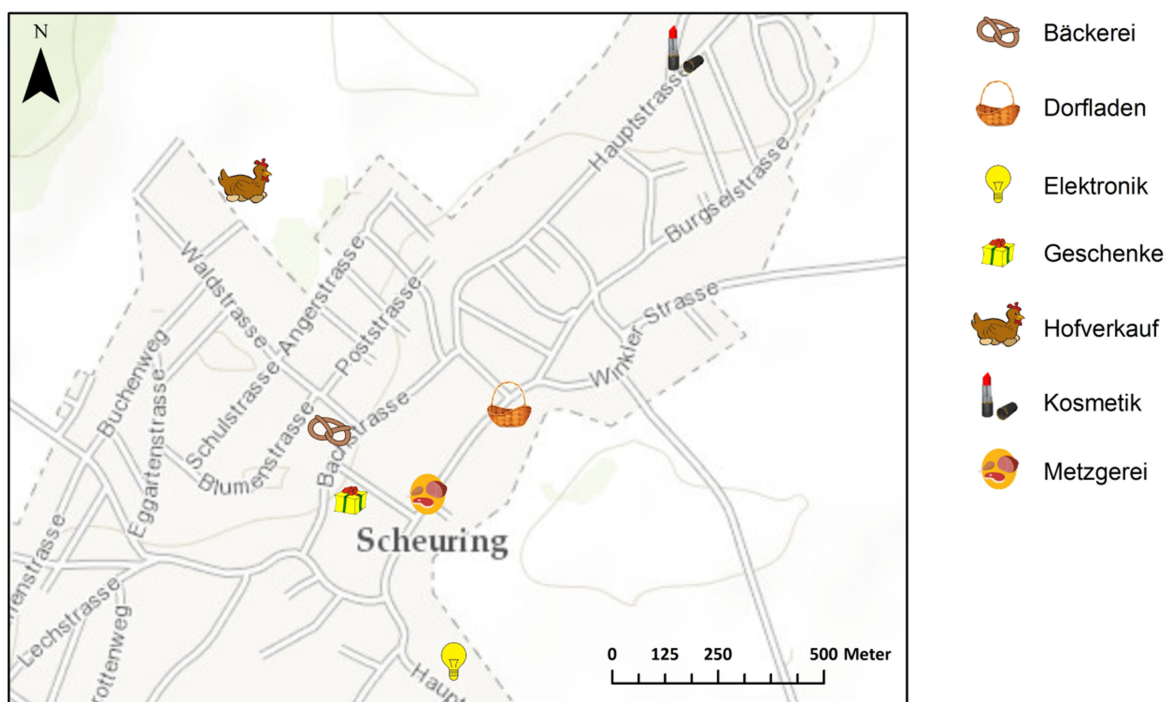
Beide Gemeinden müssen darauf vorbereitet sein, in Zukunft für viele ältere Menschen zu sorgen. Sie sind zwar im bayern- und bundesweiten Vergleich in einer guten Position, aber dennoch vom demographischen Wandel betroffen. Obgleich Bevölkerungsvorausrechnungen aufgrund von unvorhersehbaren äußeren Einflüssen nie die exakte Zukunft prognostizieren können, stellen sie eine Methode dar, zukünftige demographische Trends zu bewerten.

3.3 Einzelhandelsstruktur der Untersuchungsgemeinden

Um die Einzelhandelsausstattung der Untersuchungsgemeinden zu vergleichen, wurde eine Bestandsaufnahme des örtlichen Einzelhandels durchgeführt (vgl. Kap. 4.1). Dabei wurden Namen, Adressen, Branchen, Betriebsformen, Bedarfsstufen sowie Filialisierungsgrad und Öffnungszeiten erhoben (vgl. Anhang I). Weiterhin wurden die nächstgelegenen Einkaufsmöglichkeiten für Lebensmittel, Kleidung, Schuhe, CDs, DVDs und Bücher ermittelt. Ziel ist es, die Einkaufsgewohnheiten der befragten Dorfbewohner (vgl. Kap. 5.2.1.1) besser interpretieren zu können.

Die Untersuchungsgemeinden weisen große Unterschiede hinsichtlich ihrer Einzelhandelsausstattung auf. Die Auswahl in Scheuring (vgl. Abb. 18) ist vergleichsweise beschränkt.

Abbildung 18 Einzelhandel in der Gemeinde Scheuring



Quelle: Eigener Entwurf.

Waren des täglichen Bedarfs werden in einer Bäckerei, einer Metzgerei sowie einem Dorfladen angeboten, der eine kleine Auswahl an Lebensmitteln, Getränken und Schreibwaren bietet. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit zu einem Direktkauf in einem Hofladen, der sich auf Ziegenprodukte spezialisiert hat. Für die höheren Bedarfsstufen existieren ein kleiner Geschenkeladen sowie ein Kosmetik- und ein Elektroladen, mit Schwerpunkt auf Computer und Digitalkameras. Der Filialisierungsgrad ist sehr niedrig, mit

Ausnahme des Kosmetikladens (Avon) bestehen lediglich lokale Anbieter. Die Öffnungszeiten der Läden sind sehr beschränkt. Samstags schließen alle Geschäfte bereits um 12.30 bzw. 13.00 Uhr (Dorfladen). Wochentags sind sie bis 18.00 Uhr geöffnet. Im Hofladen kann einmal wöchentlich nach Vereinbarung eingekauft werden.

Die nächsten Einkaufsmöglichkeiten (vgl. Abb. 19) sind Prittriching (5 km), Untermeitingen (8 km) und Landsberg am Lech (15 km) sowie das Oberzentrum Augsburg (30 km). Während das nahegelegene Kleinzentrum Prittriching nur einen Supermarkt anbietet, verfügt das Unterzentrum Untermeitingen über drei Lebensmitteldiscounter und zwei Supermärkte. Darüber hinaus gibt es einen Bekleidungsdiscounter. Ein umfassendes Angebot an Waren sämtlicher Bedarfsstufen bietet die Kreisstadt Landsberg am Lech. Es existieren im Lebensmittelbereich mehrere Discounter, Supermärkte sowie Verbrauchermärkte. Für Kleidung bestehen Fachmärkte, Kaufhäuser und Discounter sowie mehrere Fach- und Spezialgeschäfte. Schuhe können in einem Fachmarkt und diversen Fachgeschäften erworben werden. Daneben bestehen zwei Fachgeschäfte für Bücher sowie ein Elektrofachmarkt der u.a. CDs und DVDs führt. Diese sind weiterhin in einem Drogeriemarkt erhältlich. Weiterhin besteht die Möglichkeit zu einem Einkauf in Schwabmünchen (siehe unten).

Auf Grund der sehr schlechten Anbindung an den ÖPNV sind sämtliche Städte am besten mit dem PKW zu erreichen. Die Gemeinde reagierte auf die prekäre Versorgungslage und die schlechte Verkehrsanbindung und bietet seit Februar 2013 einen Fahrdienst für immobile Personen an. Einmal wöchentlich besteht für einen Unkostenbeitrag von zwei Euro die Möglichkeit, zum Supermarkt der Gemeinde Prittriching gefahren zu werden (GEMEINDE SCHEURING 2013).

Abbildung 19 Nahegelegene Einkaufsangebote der Untersuchungsgemeinden

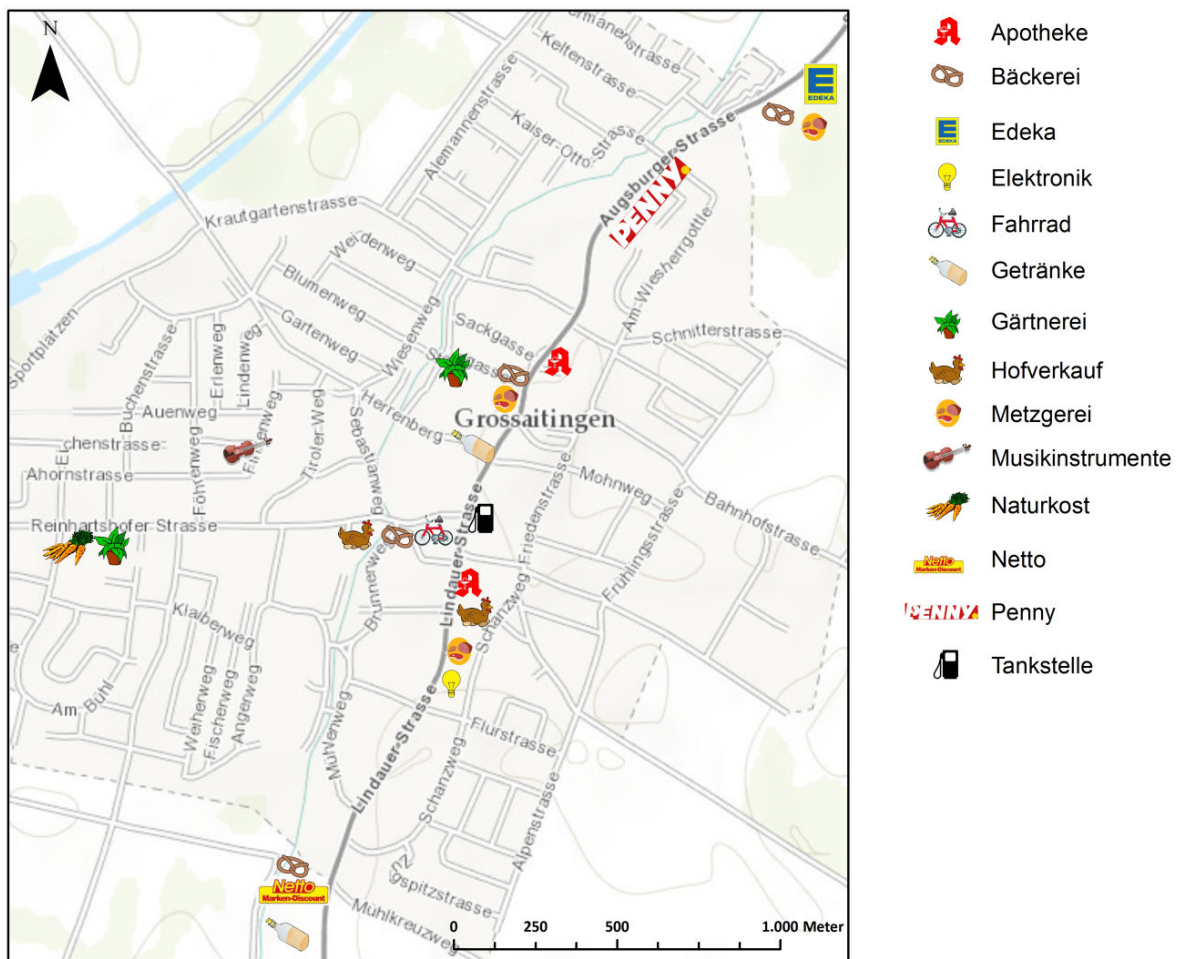


Quelle: Eigener Entwurf.

Großaitingen (vgl. Abb. 20) bietet insbesondere für Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs ein großes Angebot. Neben einem Supermarkt und zwei Discountern verfügt die Gemeinde über vier Bäckereien, davon zwei Shop-In-Shop-Lösungen, sowie drei Metzgereien, wovon ebenfalls eine in den Supermarkt integriert ist. Darüber hinaus gibt es zwei Getränkemarkte. Frische Lebensmittel sind weiterhin in zwei Gärtnereien erhältlich. Daneben sind zwei Apotheken, ein Naturkostladen sowie zwei Hofläden, die Eier, Geflügel sowie Imkerhonig anbieten, vorhanden. Großaitingen verfügt über eine OMV-Tankstelle mit Shop, der Tabakwaren, Zeitschriften, Schreibwaren, Nahrungs- und Genussmittel sowie ein kleines Angebot an Kleidung und Büchern führt. Für die höheren Bedarfsstufen bestehen ein lokaler

Elektroladen, ein Kunsthandwerksladen, ein Fahrradverkauf sowie ein Spezialgeschäft für Musikinstrumente (Didgeridoo). Filialbetriebe sind die Discounter und der Supermarkt sowie der angeschlossenen Getränkemarkt und die Shop-In-Shop-Bäckereien und -Metzgerei. Der Supermarkt bzw. die Discounter haben jeweils von 7.00 Uhr bis 20.00 Uhr geöffnet, während die Lebensmittelhandwerksgeschäfte bereits um 18.00 Uhr (Montag bis Freitag) bzw. 12.30 Uhr (Samstag) schließen. Die Fach- bzw. Spezialgeschäfte der höheren Bedarfsstufen weisen unterschiedliche Öffnungszeiten auf. Die Tankstelle öffnet bereits um 6.00 Uhr.

Abbildung 20 Einzelhandel in der Gemeinde Großaitingen



Quelle: Eigener Entwurf.

Ein noch weit umfassenderes Angebot bietet das Mittelzentrum Schwabmünchen (5 km), wo Lebensmittel in zwei Supermärkten, drei Discountern sowie einem Verbrauchermarkt eingekauft werden können. In einem Drogeriemarkt werden CDs und DVDs angeboten. Darüber hinaus gibt es, neben mehreren Fachgeschäften für Bekleidung bzw. Schuhe, einen Bekleidungs- sowie einen Schuhfachmarkt. Bücher können in einem vergleichsweise großen Fachgeschäft erworben werden. Das 9 km entfernte Bobingen bietet drei

Lebensmitteldiscounter sowie einen Supermarkt und einen Verbrauchermarkt. Weiterhin existiert ein Bekleidungsdiscounter. Das Oberzentrum Augsburg (ca. 19 km) bietet eine sehr große Auswahl an Betriebsformen für Kleidung, Schuhe und Bücher sowie CDs und DVDs (vgl. Abb. 19). Zwar werden Busse zu den Einkaufsorten angeboten, doch aufgrund der niedrigen Frequenz wird für den Einkauf zumeist ein PKW benötigt.

Es zeigt sich, dass die Gemeinden eine sehr unterschiedliche Einzelhandelsausstattung aufweisen. Während Großaitingen vor allem im Lebensmittelbereich ein umfassendes Angebot bietet, ist es für die Bewohner Scheurings zumeist notwendig, einen anderen Einkaufsort aufzusuchen. Weiterhin wird deutlich, dass im Umfeld der Gemeinde Großaitingen sowohl Schwabmünchen als auch Bobingen eine größere Auswahl an Geschäften bieten. Beide Gemeinden liegen in weniger als 10 km Entfernung. Insbesondere das 5 km entfernte Mittelzentrum Schwabmünchen verfügt über ein umfassendes Angebot an Geschäften und bietet Kopplungsmöglichkeiten. Der nächstgelegene Einkaufsort für die Gemeinde Scheuring ist das Kleinzentrum Prittriching, welches jedoch nur einen Supermarkt bietet. Kopplungsmöglichkeiten bestehen kaum. Daher bildet möglicherweise das Unterzentrum Untermeitingen eine Alternative.

Inwiefern das unterschiedliche Einzelhandelsangebot auf das Einkaufsverhalten, die Einkaufsreichweiten sowie die Zufriedenheit mit dem örtlichen Handel wirkt, wird in Kap. 5.2.1 untersucht.

4 Untersuchungsdesign

Zur Analyse der Dorfbewohner des 21. Jahrhunderts, ihrer Konsummuster und Lebensstile, wurde ein Mix qualitativer und quantitativer Methoden angewandt. In der ersten Phase wurden quantitative Daten erhoben und ausgewertet, die in der zweiten Phase durch qualitative Interviews ergänzt wurden. Die Methodentriangulation¹⁹ in der empirischen Sozialforschung ermöglicht Erkenntnisgewinne sowie eine ganzheitliche Sichtweise und kann eine Kompensation der Schwächen der einzelnen Methoden bewirken (FINDL 2005. 1). Der Schwerpunkt der Untersuchung liegt in der quantitativen Analyse, da die Arbeit theoriegeleitet ist, ein Vorwissen über den Forschungsgegenstand besteht und die Bildung von Lebensstilen quantitative Daten erfordert. Neben der Erfassung der Einzelhandelsstruktur durch eine standardisierte Kartierung, wurde auf Basis der theoretischen Grundlagen ein Fragebogen für eine schriftliche Haushaltsbefragung konzipiert. Die Ergebnisse wurden durch statistische Methoden ausgewertet und liefern die Voraussetzung für eine Annäherung an die Dorfbewohner des 21. Jahrhunderts und deren Konsummuster sowie für die Bildung von Lebensstilen. Das Handeln und Denken der Menschen lässt sich nur unzureichend in einer rein quantitativen Beschreibung erklären, weswegen qualitative Methoden ergänzend verwendet wurden, um tieferliegende Gedanken, Handlungsmuster und Interpretationen der Akteure zu erforschen sowie zusätzliche Blickwinkel auf den Untersuchungsgegenstand zu erreichen (ROSENTHAL 2011. 18ff.; KELLE, ERZBERGER 2008. 308). Daher wurden leitfadengestützte Interviews mit Bewohnern ländlicher Gemeinden geführt, welche die Beziehung zum (ländlichen) Raum thematisieren.

4.1 Empirische Vorarbeiten

Den ersten Arbeitsschritt stellte eine umfassende Literaturrecherche zur Thematik dar (vgl. Kap. 2). Nach der eingehenden Auseinandersetzung mit den theoretischen Grundlagen erfolgte die Darstellung des Untersuchungsraumes durch die Analyse regionaler Entwicklungskonzepte. Mittels Sekundäranalysen der Daten des statistischen Landesamtes Bayern sowie des statistischen Bundesamtes wurde die sozioökonomische Struktur der Untersuchungsgemeinden beschrieben (vgl. Kap. 3.2).

¹⁹ Mit Triangulation wird die Einnahme verschiedener Perspektiven auf den Untersuchungsgegenstand beschrieben. Die methodologische Triangulation bezeichnet die Verwendung von verschiedenen Methoden (between-method) oder die Anwendung einer Methode auf unterschiedliche Art und Weise (within-method) (FLICK 2011. 323).

Für die Untersuchung von Konsummustern ist eine Kenntnis der vorhandenen Einzelhandelsstruktur nötig. Zur Beschreibung der Einzelhandelsausstattung der Untersuchungsgemeinden wurde eine Vollerhebung des Bestandes durchgeführt. Vor der Erhebung wurden durch eine Internetrecherche Filialisten in den Gemeinden identifiziert, um einen Überblick über die Versorgungslage zu erhalten. In der Feldphase wurden die Gemeinden Straße für Straße abgegangen und Geschäfte anhand eines Kartierbogens (siehe Anhang I) aufgenommen. Die Ergebnisse mit wurden ArcGIS 10 kartographisch dargestellt und die Versorgungslagen der Gemeinden beschrieben (vgl. Kap. 3.3). Darüber hinaus erfolgte eine Erhebung der nächstgelegenen Einkaufsmöglichkeiten. Dabei wurden die großflächigen Betriebsformen für Lebensmittel (Supermarkt, Discounter, Verbrauchermarkt, SB-Warenhaus), Kleidung (Fachkaufhaus, Fachmarkt), Schuhe (Fachkaufhaus, Fachmarkt), Bücher (Fachkaufhaus, Fachmarkt) sowie CDs/DVDs (Fachmarkt) identifiziert (vgl. Kap. 3.3).

4.2 Standardisierte schriftliche Haushaltsbefragung

Die Befragung stellt die zentrale Methode der Untersuchung dar. Sie gilt als „*Standardinstrument bei der Ermittlung von Fakten, Wissen, Meinungen, Einstellungen und Bewertungen*“ (SCHNELL ET AL. 2005. 321). Da der Fragebogen aufgrund der Komplexität der Fragestellung sehr ausführlich und die Stichprobe umfassend ist (vgl. Kap. 0), wurde eine schriftliche Befragung präferiert. Weitere Vorteile sind die Vermeidung von reaktivem Antwortverhalten und eine glaubwürdigere Zusicherung der Anonymität, was in der vorliegenden Untersuchung aufgrund der kleinen Gemeindegrößen und der daraus resultierenden gegenseitigen Kenntnis einen wichtigen Aspekt darstellt. Des Weiteren wird den Probanden der Druck genommen, den Fragebogen zu einer bestimmten Zeit auszufüllen und die Antwortbereitschaft erhöht (SCHNELL ET AL. 2005. 359).

Jeder Fragebogen muss vor Beginn der eigentlichen Datenerhebung durch einen Pretest empirisch überprüft werden (SCHNELL ET AL. 2005. 347). Vor dem Start der Befragung wurde der Fragebogen bei 25 nach Alter, Geschlecht und sozioökonomischem Status heterogenen Personen getestet, die in ländlichen Gemeinden mit ähnlicher Struktur wie die Untersuchungsgemeinden leben. Kleinere Unverständlichkeiten wurden nach dem Pretest verändert und der Fragebogen angepasst. Die Fragebögen wurden mit einem frankierten Rückumschlag versehen vom 27.06. bis 03.07.2011 an alle Haushalte in den Untersuchungsgemeinden verteilt und um Rücksendung gebeten. Die Befragung war zuvor durch Aushänge bzw. in der Lokalpresse angekündigt worden (vgl. Anhang II).

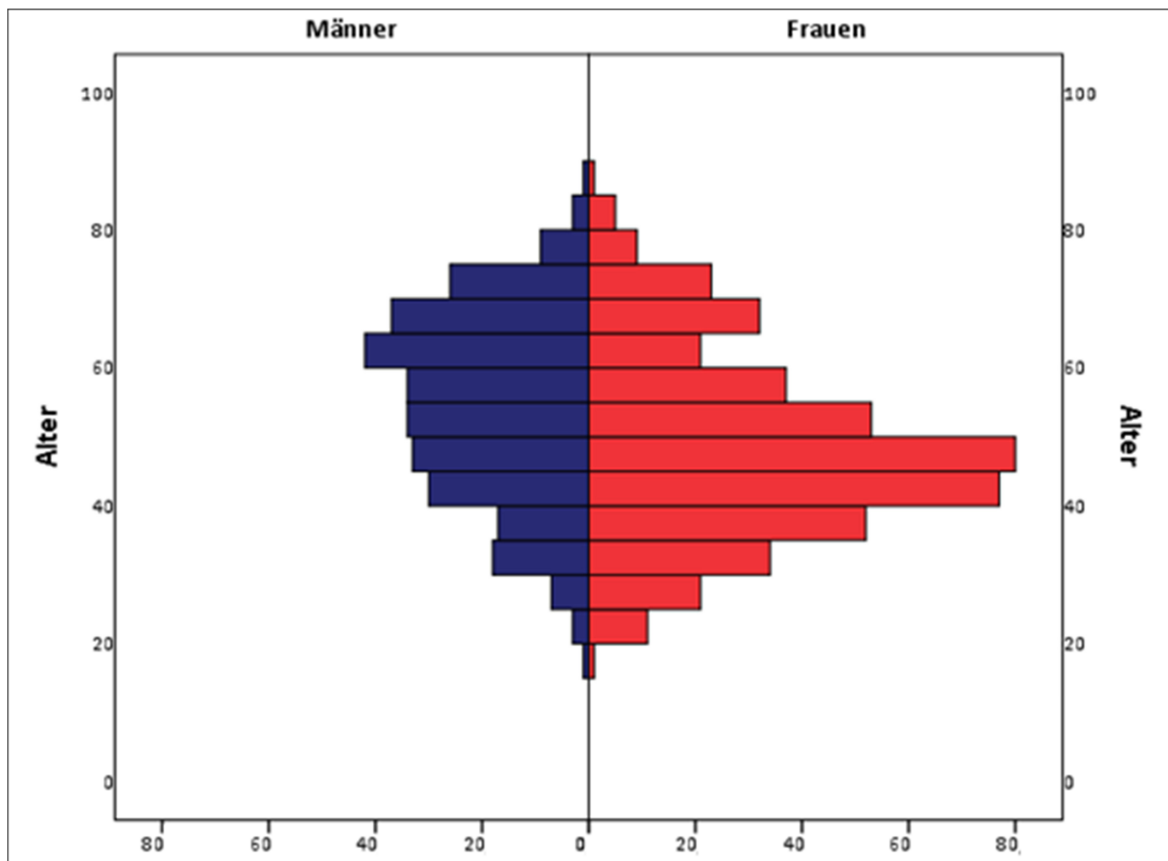
4.2.1 Grundgesamtheit und Stichprobenbeschreibung

Die zu untersuchende Grundgesamtheit bilden alle Haushalte der Untersuchungsgemeinden. Die Bezugsgröße wurde gewählt, da Mitglieder eines Haushaltes einander oft in ihren Konsummustern und Lebensstilen ähneln. Jugendliche unter 16 Jahren wurden von der Befragung ausgeschlossen, weil Kinder in ihren Einkaufsgewohnheiten, Werten und Einstellungen oft von den Eltern abhängig sind bzw. geprägt werden. Mittels der last-birthday-Methode²⁰ wurde diejenige Person eines Haushaltes ermittelt, die den Fragebogen ausfüllen sollte. Insgesamt wurden 2.480 Fragebögen verteilt (98 % der Haushalte). Die letzten ausgefüllten Fragebögen trafen am 29.08.2011 ein. Der Rücklauf betrug 796 Fragebögen, was eine Rücklaufquote von 32 % bedeutet (Großaitingen 27 %, Scheuring 45 %).

Die Stichprobe weist eine ungleiche Verteilung der Geschlechter auf (vgl. Abb. 21). 61 % der Probanden sind Frauen und nur 39 % Männer, was darauf zurückzuführen sein kann, dass Einkaufen nach wie vor als „Frauenangelegenheit“ betrachtet wird. Da pro Haushalt ein Fragebogen ausgefüllt werden sollte, füllte womöglich trotz des Hinweises auf die last-birthday-Methode die für den Einkauf zuständige Person den Bogen aus. Bei der Altersverteilung zeigt sich für beide Gemeinden eine hinreichende Normalverteilung, wobei tendenzielle Unterschiede auffallen. In Großaitingen ist der Anteil der über 50-jährigen höher als der der unter 50-Jährigen, während die Verteilung in Scheuring umgekehrt ist. Die 40 bis 49-Jährigen bilden in beiden Gemeinden die größte Gruppe. Das mittlere Alter der Befragten beträgt 50,5 Jahre, wobei die befragten Großaitinger mit durchschnittlich 51,1 Jahren älter sind als die teilnehmenden Scheuringer (49,4 Jahre). Die Probanden beider Gemeinden sind deutlich älter als der Durchschnitt der am Ort lebenden Personen (Großaitingen 41,2 Jahre, Scheuring 39,1 Jahre), was sich durch den Ausschluss Jugendlicher unter 16 Jahren an der Befragung erklärt (BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG 2012a, b).

²⁰ Bei der last-birthday-Methode wird diejenige Person, welche als letztes Geburtstag hatte, gebeten den Fragebogen auszufüllen (SCHNELL ET AL. 2008. 366).

Abbildung 21 Alters- und Geschlechterstruktur der Stichprobe (N=784)



Quelle: Eigene Berechnungen.

Die Analyse des monatlichen Nettoeinkommens der Befragten ergibt, dass dem überwiegenden Anteil der Haushalte zwischen 2.000 und 3.000 Euro zur Verfügung stehen, was in etwa dem bundesdeutschen Durchschnitt entspricht²¹. Die Untersuchung des höchsten Schulabschlusses zeigt, dass die meisten Befragten einen Volks- bzw. Hauptschulabschluss (41 % der Scheuringer und 35 % der Großaitinger) oder Mittlere Reife bzw. einen Realschulabschluss (38 % Scheuring und 33 % Großaitingen) haben. 10 % der Scheuringer und 12 % der Großaitinger erlangten Abitur oder Fachhochschulreife. Einen Hochschulabschluss erreichten 12 % der Scheuringer und 20 % der Großaitinger. Das Bildungsniveau der befragten Großaitinger ist höher als das der Scheuringer. Insgesamt entsprechen die Bildungsabschlüsse größtenteils dem deutschlandweiten Durchschnitt (STATISTISCHES BUNDESAMT 2012. 78). Der Vergleich soziodemographischer Merkmale der Stichprobe mit Daten der amtlichen Statistik ist jedoch nur eingeschränkt aussagekräftig, da Kinder und Jugendliche von der Befragung ausgeschlossen wurden und die Struktur der Grundgesamtheit nicht der Sozialstruktur der Gemeinden entspricht.

²¹ 2010 verfügte jeder deutsche Haushalt monatlich über rund 2.922 Euro (STATISTISCHES BUNDESAMT 2012. 170).

4.2.2 Aufbau des Fragebogens

Der Fragebogen (vgl. Anhang III) besteht aus drei Themenbereichen. Der erste Teil umfasst wohnortbezogene Aspekte: die Frage nach einem Umzug, die Wohndauer, den vorherigen Wohnort, Zuzugsmotive, den Gedanken an einen Fortzug, mögliche Fortzugsmotive sowie Aussagen zum Wohnort, die durch eine vier-stufige Likertskala nach dem Grad der Zustimmung oder Ablehnung gemessen wurden. Wanderungsmotive sind vielschichtig, nur selten ist lediglich ein Grund für einen Umzug ausschlaggebend (GROTHUES 2006. 94), weswegen den Befragten die Möglichkeit zu Mehrfachnennungen gegeben wurde.

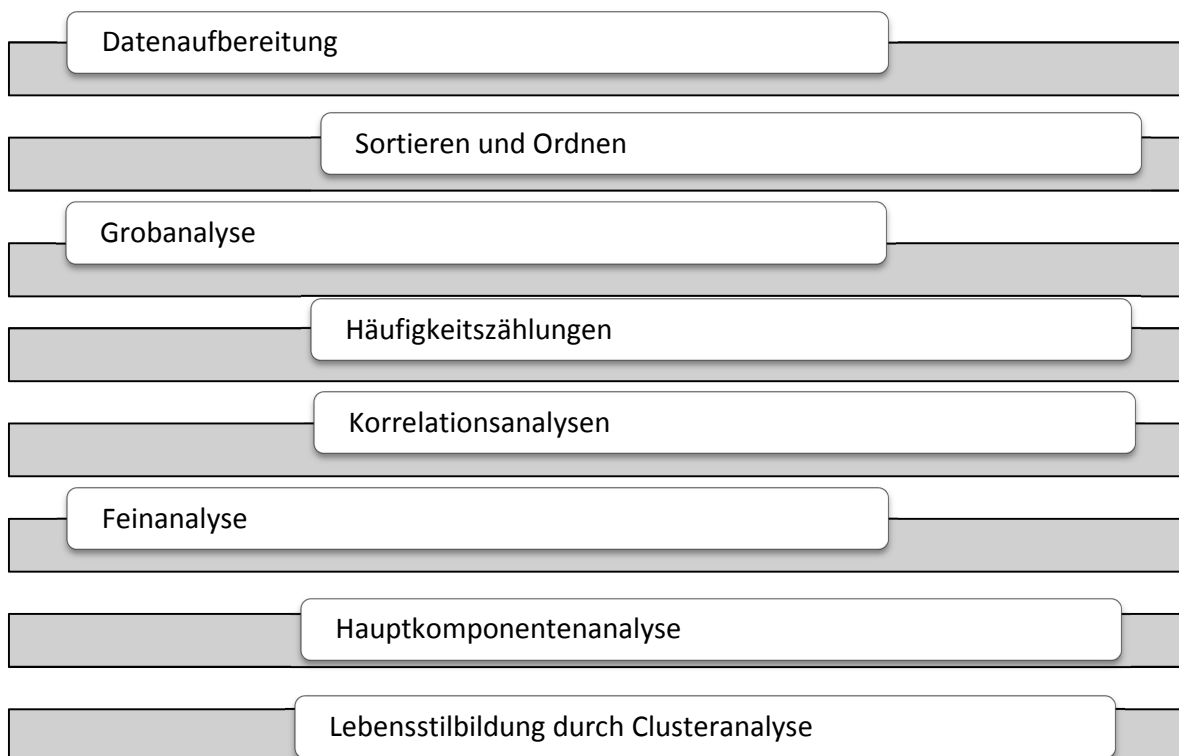
Den zweiten Teilbereich bildet der Konsum. Zunächst wurden durch offene Fragen die Haupteinkaufsorte (Gemeinden) für Waren verschiedener Bedarfsstufen ermittelt, wodurch bevorzugte Zentralitätsstufen, zurückgelegte Entfernungen sowie die Rolle des Wohnortes bei einem Einkauf erfasst werden konnten. Ergänzend wurde die Zufriedenheit mit dem örtlichen Handel untersucht. Die Probanden konnten das Einzelhandelsangebot ihres Wohnortes anhand von Faktoren, die in der Literatur als relevant eingestuft werden, benoten. Anschließend erfolgte mittels einer vier-stufigen Likertskala die Beurteilung, wie wichtig diese Faktoren für die Befragten sind. Dies ermöglicht erste Erkenntnisse über Einkaufsvorlieben. Schließlich wurde die Häufigkeit des Einkaufs in verschiedenen Betriebsformen für Lebensmittel und Kleidung erfragt, um zu erarbeiten, worauf bei einem Einkauf Wert gelegt wird, wie z.B. günstige Preise (Discounter) oder gute Beratung (Fachgeschäft). Neben dem faktischen Konsumverhalten wurden Konsumeinstellungen anhand einer vier-stufigen Likertskala ermittelt.

Der dritte Teil besteht aus personenbezogenen Fragen. Neben soziodemographischen Fakten wurden Geschmack und Werteinstellungen erfragt. Aus jeweils vier verschiedenen Bildern (Kleidung, Zeitung, Urlaub) sollten die Probanden spontan ihren Favoriten auswählen. Ergänzend wurden verschiedene Aspekte des Lebens (Familie, beruflicher Erfolg, abwechslungsreiches Leben, soziale Anerkennung, naturverbundenes Leben, Tradition und Religion) vorgelegt, die nach ihrer Bedeutung ebenfalls durch eine vier-stufige Likertskala bewertet werden sollten.

4.2.3 Aufbereitung und Auswertung der Ergebnisse

Die Daten wurden zunächst aufbereitet und durch Häufigkeitszählungen und Korrelationsanalysen ausgewertet. Einige Variablen wurden mittels einer Faktorenanalyse bzw. Hauptkomponentenanalyse zusammengefasst. Abschließend wurden mittels Clusteranalysen Lebensstile gebildet (vgl. Abb. 22). Die grafische Aufbereitung erfolgte mit Microsoft Excel 2007 und SPSS Statistics 20.

Abbildung 22 Aufbereitungs- und Auswertungsprozess



Quelle: Eigener Entwurf.

4.2.3.1 Datenaufbereitung

Im ersten Schritt wurden die nicht verwertbaren Bögen aussortiert, die restlichen Fragebögen durchnummeriert und anschließend durch vorab festgelegte Codes in das Statistikprogramm SPSS Statistics 20 eingelesen. Einige Variablen wurden zusammengefasst und neue Variablen erstellt. Anhand der Geburtsjahre wurden Alterskategorien gebildet; mittels der Postleitzahl des vorherigen Wohnortes wurden die Variablen „Größe des vorherigen Wohnortes“ und „Lage des vorherigen Wohnortes“ erarbeitet. Die Wohndauer konnte unter Verwendung des Zuzugsjahres berechnet werden. Die Haupteinkaufsorte wurden nach der Entfernung zum Wohnort sowie den Zentralitätsstufen differenziert. Die Variablen Einkommen und Schulabschluss wurden zusammengefasst, da die vorhandenen Unterteilungen eine zu

geringe Differenzierung aufwiesen. Hinsichtlich der Wanderungsmotive ist für die vorliegende Arbeit weniger der konkrete Anlass von Interesse, als der Bezug zum Wohnort bzw. zum Landleben, weswegen die Motive in vier Kategorien eingeteilt wurden.

- *Ortsunabhängige Gründe*: Der Zuzug oder Fortzug ist nicht durch Charakteristika des Ortes begründet, sondern durch ortsunabhängige Motive (Familie, Partnerschaft, Beruf, Ausbildung).
- *Ortsabhängige Gründe*: Der Zuzug oder Fortzug ist in den spezifischen Eigenheiten des Wohnortes begründet, weil dieser Vorteile aufweist die andere Orte möglicherweise nicht haben (Freizeitmöglichkeiten, Verkehrsinfrastruktur, Lebenshaltungskosten, Ruhe, Nähe zur Natur, Dorfgemeinschaft, Ruhestandwohnsitz).
- *Wohnen*: Der Zuzug oder Fortzug erfolgt aufgrund einer Erbschaft, günstigem Wohnraum oder dem Erwerb einer Immobilie (Baugrund, Immobilien). Es kann nicht zwingend vorausgesetzt werden, dass die Charakteristika des Wohnortes ausschlaggebend waren.
- *Sonstige Gründe* lassen sich nicht in oben genannte Kategorien einteilen.

4.2.3.2 Datenauswertung

Zur Ermittlung der soziodemographischen Struktur der Stichprobe und ersten Annäherung an die Dorfbewohner wurden Häufigkeitstabellen erstellt. Anschließend erfolgten Korrelationsanalysen mit dem Rangkorrelationskoeffizienten nach Spearman zur Berechnung von Zusammenhängen zwischen ordinalskalierten Daten. Der Vorteil des Korrelationsmaßes liegt darin, dass keine Linearität zwischen den Variablen vorausgesetzt wird und es robust gegenüber Ausreißern ist (ZÖFEL 2002. 126). Für nominalskalierte Variablen wurde der Kontingenzkoeffizient Cramer V angewandt, der nicht vom Stichprobenumfang abhängt und für größere Tabellen verwendet werden kann (JANSSEN; LAATZ 1997. 225; KÜHNEL; KREBS 2001. 255f.). Zusammenhänge mit einer Irrtumswahrscheinlichkeit (p) von weniger als 5 % lassen Rückschlüsse auf die Grundgesamtheit zu. Es gilt: $p < 0,05$ ist ein signifikanter, $p < 0,01$ ein stark signifikanter Zusammenhang (DIEKMANN 2005. 585; KÜHNEL; KREBS 2001. 256). Einige Merkmale weisen Zusammenhänge bzw. Wechselbeziehungen untereinander auf. Ein Grund kann der Einfluss einer unbekanntes, nicht gemessenen oder nicht messbaren Größe sein (ACKER 2010. 157). Die Einstellungen zum Wohnort, die Bedeutung der Lebensbereiche sowie die Konsumeinstellungen und die gewählten Betriebsformen wurden mittels einer Faktoren-

bzw. Hauptkomponentenanalyse zusammengefasst, um die Datenmenge zu reduzieren und zugrundeliegende Strukturen zu ermitteln (BACKHAUS ET AL. 2008. 330).

Die Faktorenanalyse reduziert eine größere Anzahl miteinander korrelierender Variablen bzw. Indikatoren auf eine kleinere Menge an Faktoren (Komponenten, Typen, Dimensionen). Insbesondere große Datensätze zeichnen sich oftmals dadurch aus, dass Variablen miteinander korrelieren. Mittels der Faktorenanalyse können diese Variablen zusammengefasst und von Gruppen weniger stark korrelierenden Variablen getrennt werden. Ziele sind die Aufdeckung der hinter den Variablen stehenden Größe, die Reduktion der Daten sowie eine Typenbildung (BACKHAUS ET AL. 2008. 324; 330; JANSSEN, LAATZ 2010. 555; SCHENDERA 2010. 180ff.), wobei ein möglichst geringer Informationsverlust sowie eine eindeutige Interpretierbarkeit der Faktoren angestrebt wird (RUDOLF, MÜLLER 2004. 125). In der vorliegenden Arbeit erfolgte die Typisierungen von Dorfbewohnern anhand ihrer Beziehungen zum Raum, ihren Konsumeinstellungen und bevorzugten Betriebsformen sowie der Bedeutung verschiedener Lebensbereiche. Die Typen dienen als Grundlage für eine nachfolgende Clusteranalyse zur Bildung von Lebensstilen, da für diese wenige unkorrelierte Faktoren brauchbarer sind als eine große Anzahl an Einzelvariablen (SCHENDERA 2010. 19).

Abschließend wurden mittels Clusteranalysen anhand von, aus den theoretischen Vorüberlegungen hervorgehenden, Indikatoren Lebensstile gebildet. Die Clusteranalyse ist ein exploratives Verfahren, welches untersucht, ob Ähnlichkeiten bzw. Unähnlichkeiten zwischen Untersuchungsobjekten bestehen. Das Ziel ist die Zusammenfassung von Objekten bzw. Personen (Fälle), die verschiedene Merkmale (Variablen) umfassen, zu Gruppen (Cluster). Wichtig sind eine interne Homogenität sowie eine Heterogenität zu anderen Clustern. Im Gegensatz zur Faktorenanalyse, die Gruppen von Variablen bildet, bündelt sie Fälle zu Clustern (BACKHAUS ET AL. 2008. 391; BÜHL 2012. 627; JANSSEN, LAATZ 2010. 483).

4.3 Qualitative, leitfadengestützte Interviews

Zur Ergänzung der standardisierten Befragung wurden leitfadengestützte Interviews mit zwölf Dorfbewohnern durchgeführt. Die Interviewform entspricht dem problemzentrierten Interview, das nach MAYRING (2002. 68f.) die Aufdeckung subjektiver Bedeutungen von gesellschaftlichen Phänomenen, deren objektive Aspekte vom Forscher zuvor erarbeitet wurden, zum Ziel hat. Die Interviews beziehen sich auf einen konkreten Gegenstand, der durch einen Leitfaden untersucht wird. Das Grundprinzip ist die Offenheit: Zwar werden die Fragen anhand eines Leitfadens gestellt, doch werden keine Antworten vorgegeben, um eine

Vertrauensbeziehung zwischen Befragter und Interviewten zu gewährleisten. Durch die offene Gestaltung, können Sichtweisen, Denkmuster und Meinungen der Gesprächspartner besser untersucht werden als durch standardisierte Befragungen (FLICK 2009. 194; MAYRING 2002. 68). Die Differenzierung der Gesellschaft ergibt vielfältige Rahmenbedingungen, in deren Kontext das Handeln, die Wahrnehmung und die Einstellungen der Menschen eingebettet werden (REUBER, PFAFFENBACH 2005. 107). Insbesondere emotionale Einstellungen sowie Werthaltungen und deren zugrundeliegende Motive können durch ein offenes Gespräch verstanden und Aspekte, die durch die quantitative Befragung ungeklärt blieben, weitergehend untersucht werden (KLEEMANN ET AL. 2009. 208).

4.3.1 Leitfaden

Die Interviews wurden auf Basis eines Leitfadens durchgeführt, da bereits theoretisches Vorwissen über die Thematik vorhanden war und die Ergebnisse der schriftlichen Befragung ergänzt werden sollten. Sie sind nicht rein hypothesengenerierend, sondern weisen hypothesentestende Elemente auf (ROSENTHAL 2011. 141). Sie konzentrieren sich auf eine bestimmte Problemstellung: die Beziehung der Menschen zum Raum in der Postmoderne (ihrem Wohnort, ländlichen Räumen, Städten). Der Konsum wurde durch die standardisierten Interviews bereits ausreichend abgedeckt. Es wurden Themenbereiche in Form von Fragen niedergeschrieben, wobei der Leitfaden nicht streng vorgegeben war, sondern lediglich als Anhaltspunkt bzw. Checkliste diente. Fragen wurden teilweise weggelassen, neue Fragen ergänzt und die Reihenfolge variabel gestaltet, um sich auf den jeweiligen Gesprächskontext einzustellen (KLEEMANN ET AL. 2009. 208). Der Leitfaden besteht aus wohnortspezifischen Fragen, die an die schriftliche Befragung angelehnt sind, sowie Fragen zur Bedeutung von Religion und Tradition. Er kann in sechs Blöcke gegliedert werden.

1. Wanderungsbewegungen, Wanderungsmotive
2. Stadt und Land aus Bewohnersicht
3. Teilnahme am Dorfleben
4. Wahrnehmung postmoderner Veränderungen
5. Die Dorfgemeinschaft
6. Bedeutung von Tradition und Religion

Der vollständige Leitfaden befindet sich im Anhang IV. Ergänzend wurde ein Kurzfragebogen vorgelegt, um soziodemographische Daten zu ermitteln. Die Dauer der Interviews variierte zwischen 25 und 90 Minuten.

4.3.2 Auswahl und Vorstellung der Interviewpartner

Eine Beschränkung der Interviewpartner auf die Untersuchungsgemeinden war nicht möglich, da die Anonymität aufgrund relativ konkreter Angaben (z.B. Tankstellenbesitzerin, Vereinsvorstand) nicht gewährleistet werden konnte. Daher wurden auch Bewohner umliegender Gemeinden mit vergleichbarer Struktur interviewt. Die Auswahl der Interviewpartner erfolgte auf unterschiedliche Art und Weise. Einige der Gesprächspartner wurden aufgrund ihrer Aktivität in Vereinen oder Organisationen angeschrieben. Außerdem wurden an Schulen und Kindergärten Aushänge angebracht, worauf sich zwei der Interviewpartner meldeten. In einem dritten Schritt wurden zufällig ausgewählte Dorfbewohner direkt angesprochen und um ein Gespräch gebeten, um Personen zu interviewen, die zurückgezogen leben bzw. kaum aktiv am Gemeindeleben teilnehmen. Dabei ist anzumerken, dass sich der Zugang zu diesen als sehr schwierig gestaltete. Hieraus ergaben sich neun Interviews mit insgesamt zwölf Gesprächspartnern. Der Grund für diese divergierende Anzahl ist, dass die Vorstände eines örtlichen Vereins gerne zusammen an einem Interview teilnehmen wollten. Insgesamt hat die qualitative Vorgehensweise keinerlei Anspruch auf Repräsentativität. Im Folgenden werden die Interviewpartner kurz vorgestellt.

Annika²² ist 33 Jahre alt, verheiratet und Mutter eines sechsjährigen Sohnes. Sie arbeitet halbtags als Bürokauffrau in München. Aufgewachsen ist sie in einem kleinen Dorf und lebte einige Jahre in München. Um ihrem Sohn eine unbeschwertere Kindheit auf dem Lande zu ermöglichen, zogen sie und ihr Mann vor vier Jahren in eine Doppelhaushälfte mit Garten.

Anton ist 62 Jahre alt, in Altersteilzeit und wohnt mit seiner Ehefrau seit dem Auszug der Kinder alleine. Er hat sein Leben lang am Wohnort gelebt und verbrachte dort sein Arbeitsleben. Ein Umzug kommt für ihn nicht in Frage. Stolz ist er auf sein Haus, das er vor 30 Jahren baute.

Claudia ist 40 Jahre alt und lebt mit ihrem Ehemann und den zwei Kindern (12 und 14 Jahre) in einem eigenen Haus. Sie wuchs in Augsburg auf und zog vor zehn Jahren aufs Land, wo aufgrund von verfügbarem und bezahlbarem Baugrund der Wunsch nach einem Eigenheim erfüllbar war.

²² Die Namen wurden jeweils verändert.

Erika (45 Jahre, verheiratet, zwei erwachsene Kinder) zog vor 25 Jahren von einer benachbarten Kleinstadt zu ihrem Mann. Eine ihrer Töchter lebt mit ihrem Sohn im gleichen Haus. Sie ist Inhaberin der örtlichen Tankstelle.

Hilde ist 58 Jahre alt, verheiratet und hat eine erwachsene Tochter. Sie zog vor 30 Jahren zu ihrem Ehemann, der vor Ort aufgewachsen war. Da sie selbst in einem kleinen Dorf aufwuchs, war das Landleben keine große Umstellung für sie, obwohl sie zuvor einige Jahre in München gelebt hatte. Sie ist mittlerweile in Frührente, pendelte aber jahrelang in die Stadt.

Johannes (21), Markus (19) und Florian (23) sind Vorstandsmitglieder des örtlichen Burschenvereins²³. Sie leben seit ihrer Geburt an ihrem Wohnort, wo ihre Familien seit vielen Jahren ansässig sind. Johannes' Eltern führen seit einigen Generationen eine Gärtnerei im Ort. Florian pendelt täglich nach Augsburg und lebte während seiner Ausbildung zeitweise in München. Johannes und Markus arbeiten am Wohnort.

Michael (39 Jahre, verheiratet, zwei kleine Kinder) pendelt täglich nach Augsburg. Vor fünf Jahren zog er mit seiner Familie aus einer noch kleineren Gemeinde an seinen Wohnort, wo sie ein renovierungsbedürftiges Haus kauften. Er ist in seinem Leben bislang häufig umgezogen und lebte z.B. in Berlin, Nürnberg und München. Michael legt Wert auf eine naturnahe und nachhaltige Lebensweise.

Richard (68 Jahre) ist Vorsitzender des örtlichen Trachtenvereins. Nachdem er zehn Jahre in Augsburg gelebt hatte, zog er vor 17 Jahren zurück an seinen Geburtsort, wo er zusammen mit seiner Ehefrau und seinem erwachsenen Sohn in einem Neubaugebiet wohnt.

Roswitha (49 Jahre, Hausfrau) lebt seit 25 Jahren am Wohnort und zog aus familiären Gründen aus München in das Dorf. Sie ist ein Gemeinderatsmitglied, war im Landtag aktiv und ist politisch engagiert.

²³ „Der Burschenverein ist, wie der Name schon sagt, ein Verein für Burschen. Es gibt nur männliche Mitglieder und der Verein ist praktisch da für die Gemeinschaft der Jungs im Ort und, dass man so traditionelle Sachen wie der Maibaum, dass jemand da ist der des macht. Um solche Sachen kümmern wir uns“ (Markus).

4.3.3 Auswertung der Interviews

Die Interviews wurden durch ein Diktiergerät aufgezeichnet. Ergänzend wurden schriftliche Notizen angefertigt. Im Anschluss wurde jeweils ein Postskriptum erstellt, das Details zur Gesprächssituation und Gesprächsführung enthielt. Die Gespräche fanden überwiegend in den Wohnungen der Interviewpartner statt. Ein Interview wurde im örtlichen Vereinsheim, das Interview mit Erika in der Tankstelle, ihrem Arbeitsplatz, durchgeführt. Im ersten Auswertungsschritt wurden die Interviews wortgenau transkribiert, wobei Dialekte und andere Besonderheiten wie sprachliche Unsicherheiten beibehalten wurden. Im Anschluss erfolgte eine sequentielle Analyse der Einzelfälle durch eine strukturierende qualitative Inhaltsanalyse nach MAYRING (2002. 114ff.; 2008. 468ff.). Die Wahl der Auswertungsmethode begründet sich darin, dass die Fragestellung keinen explorativen Charakter aufweist, sondern theoriegeleitet ist. Die thematischen Blöcke des Leitfadens, der auf Basis des theoretischen Vorwissens entstand, bildeten die Strukturierungsdimensionen, die herausgefiltert und analysiert wurden. Die Zuordnung von Textpassagen zu den jeweiligen Dimensionen erfolgte anhand eines Kategoriensystems. Im ersten Schritt wurde definiert, welche Textbestandteile zu den Kategorien gehören. Im zweiten Schritt wurden konkrete Textstellen als Ankerbeispiele aufgeführt, die als Muster für die Kategorie gelten. Im dritten Schritt wurden Kodierregeln formuliert, die eine eindeutige Zuordnung zu den Kategorien ermöglichten (MAYRING 2002. 118f.). Die Interviews wurden schließlich anhand der Kategorien analysiert, wichtige Aussagen markiert, Schlüsselsätze angestrichen und die Kategorien teilweise modifiziert. Im letzten Schritt wurden die Interviews anhand der Kategorien, die sich am Leitfaden orientieren, zusammengefasst und interpretiert. Daraus entstanden Einzelfallanalysen, welche die Fälle beschrieben und mit der Forschungsfrage in Beziehung setzten (Längsschnittanalyse). Anschließend wurden durch eine fallübergreifende Analyse Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Interviews ermittelt (Querschnittsanalyse). Die Kategorien wurden über alle Interviews hinweg betrachtet und interpretiert (MENZL 2007. 56f.). In einem letzten Schritt wurden Fälle, die in den Kategorien ähnliche Antwortmuster zeigten, zusammengefasst und drei Typen von Dorfbewohnern gebildet, die eine interne Homogenität sowie eine externe Heterogenität aufweisen. Dabei ist zu beachten, dass fließende Übergänge zwischen den Typen bestehen und die einzelnen Personen innerhalb eines Typs niemals identische Merkmalsausprägungen aufweisen (KLUGE 1999. 23; 42).

5 Empirische Ergebnisse

5.1 Raumbeziehungen und Raumwahrnehmungen

Das Landleben unterscheidet sich nach wie vor vom Leben in Städten. Das Ländliche kann einen Gegenpol zu Entwicklungen der Postmoderne wie Schnelllebigkeit und Hektik darstellen. Trotzdem hat sich das Dorfleben verändert, was unter anderem auf einen verstärkten Zuzug in den letzten Jahrzehnten zurückzuführen ist. Vor allem Familien mit Kindern streben immer häufiger ein Leben außerhalb der Großstädte an und bringen städtische Lebensweisen in ländliche Räume. Die Dorfgemeinschaft ist nicht mehr homogen, sondern weist wie die städtische Gesellschaft eine starke Differenzierung auf (vgl. Kap. 2.2.1). Die Auswertung der schriftlichen Haushaltsbefragung sowie die Interpretation leitfadengestützter Interviews ermöglichen eine Annäherung an die Dorfbewohner des 21. Jahrhunderts. Im Zentrum der Betrachtung stehen die Beziehungen zum Wohnort bzw. die Bedeutung des Ländlichen.

5.1.1 Raumbeziehungen in Zahlen – Ein quantitativer Zugang

Die Ergebnisse der schriftlichen Haushaltsbefragung zeichnen ein erstes Bild der Dorfbewohner von heute. Zum einen werden Wanderungsbewegungen durch die Beschreibung der Lage und Größenordnung vorheriger Wohnorte, der Wohndauer und der Wanderungsmotive analysiert. Zum anderen wird die Beziehung der Dorfbewohner zu ihrem Wohnort anhand einer Hauptkomponentenanalyse der Einstellungsfragen erforscht. Durch deskriptive Häufigkeitszählungen werden erste Vermutungen angestellt, die durch die Berechnung von Zusammenhängen mit soziodemographischen Merkmalen (Alter, höchster Schulabschluss, monatliches Nettoeinkommen) sowie der Wohndauer ergänzt werden. Als Korrelationskoeffizienten werden, je nach Skalierung der Variablen, das Zusammenhangsmaß Cramer V (nominale Variablen) oder der Rangkorrelationskoeffizient nach Spearman (ordinale Variablen) verwendet. Die Werte bei Cramer V liegen zwischen 0 (kein Zusammenhang) und 1 (perfekter Zusammenhang). Da keine negativen Werte vorkommen, ist keine Aussage über die Richtung des Zusammenhangs möglich (KÜHNEL, KREBS 2001. 355f.). Es werden jedoch Thesen diesbezüglich aufgestellt. Der Korrelationskoeffizient nach Spearman nimmt einen Wert zwischen -1 (perfekter negativer Zusammenhang) und 1 (perfekter positiver Zusammenhang) an. Die Werte der Korrelationskoeffizienten werden je nach Signifikanz mit *($p < 0,05$) oder **($p < 0,01$) gekennzeichnet. Die Ergebnisse werden anhand des theoretischen Vorwissens interpretiert.

5.1.1.1 Wanderungsbewegungen und -motive

Fast drei Viertel der Befragten sind Zuzügler, die alteingesessenen Dorfbewohner bilden eine Minderheit. Beide Untersuchungsgemeinden scheinen demnach Zuwanderungsgemeinden zu sein, die durch die Nähe zu den Agglomerationsräumen attraktiv für Neubürger sind. Zur Beschreibung der Wanderungsbewegungen werden die vorherigen Wohnorte nach ihrer Lage zum jetzigen Wohnort (vgl. Tab. 11) und ihrer Größenordnung differenziert. Die jeweiligen Zuzugsjahre geben Hinweise auf die Wohndauer und das Alter beim Zuzug.

Tabelle 11 Lage des vorherigen Wohnortes in % (N=553)

	Scheuring	Großaitingen	Gesamt
Nachbarort	15,5	19,8	18,2
gleicher Landkreis	27,0	52,4	42,8
Nachbarlandkreis	33,5	11,7	19,9
gleicher Regierungsbezirk	1,5	2,7	2,3
gleiches Bundesland	6,0	6,7	6,4
Deutschland	14,5	5,5	8,9
Ausland	2,0	1,2	1,5

Quelle: Eigene Berechnungen.

Fast ein Fünftel der Befragten aus Großaitingen und 15 % der befragten Scheuringer lebten zuvor in einem Nachbarort. Mehr als die Hälfte der befragten Großaitinger, jedoch nur ein gutes Viertel der Scheuringer zog innerhalb der Landkreisgrenzen um. Beinahe gegenteilig stellt sich die Situation bei Zuzüglern aus angrenzenden Landkreisen dar, was darauf zurückzuführen ist, dass die meisten aus dem Landkreis Augsburg stammen, was für Großaitingen einen Umzug innerhalb des Landkreises und für Scheuring einen Zuzug in einen anderen Landkreis (Landsberg am Lech) bedeutet. Eine sehr geringe Rolle spielt die Zuwanderung aus dem Ausland. Die meisten Zuzügler sind Nahwanderer, deren Eingewöhnungszeit in den neuen Wohnort möglicherweise geringer war als bei Fernwanderern. Sie kannten den aktuellen Wohnort vermutlich schon vor dem Umzug, wodurch dieser keinen kompletten Neuanfang darstellte. Alte Freundschaften und Freizeitbeschäftigungen mussten nicht zwingend aufgegeben werden.

Die Korrelationsanalyse der Lage vorheriger Wohnorte mit soziodemographischen Merkmalen ergibt kaum signifikante Zusammenhänge. Eine schwache Korrelation besteht lediglich mit dem höchsten Schulabschluss (Spearman 0,088*), was bedeutet, dass mit

steigendem Bildungsniveau die Wanderungsdistanzen zunehmen. Möglicherweise lebten Personen mit hohem Bildungsstand zuvor in weiter entfernten Großstädten.

Die Größenordnungen der ehemaligen Wohnorte entsprechen in den meisten Fällen denen der aktuellen (vgl. Tab. 12). 45 % der Zuzügler aus Scheuring lebten zuvor in einem Dorf oder einer Landstadt und beinahe ein Drittel der Großaitinger zog aus einer Kleinstadt um. Zuzügler aus Großstädten, in den meisten Fällen Augsburg, bevorzugten Großaitingen als Wohnstandort, da sie möglicherweise nicht bereit sind völlig auf städtische Annehmlichkeiten zu verzichten. Daher wird das Kleinzentrum Großaitingen dem sehr ländlich strukturierten Scheuring vorgezogen. Ein weiterer Grund kann die räumliche Nähe Großaitingens zu Augsburg sein.

Tabelle 12 Größenordnung des vorherigen Wohnortes in % (N=553)

	Scheuring	Großaitingen	Gesamt
Dorf (< 2.000 Einwohner)	16,1	7,1	10,6
Landstadt (2.000 bis < 5.000 EW)	29,4	17,8	22,3
Kleinstadt (5.000 bis < 20.000 EW)	19,0	32,9	27,6
Mittelstadt (20.000 bis < 100.000 EW)	15,2	14,5	14,8
Großstadt (100.000 bis < 1 Mio. EW)	15,2	24,0	20,6
Millionenstadt (< 1 Mio. EW)	5,2	3,6	4,2

Quelle: Eigene Berechnungen.

Aus der Korrelationsanalyse ergeben sich höchst signifikante Zusammenhänge zwischen der Größenordnung des vorherigen Wohnortes und dem höchsten Schulabschluss (Spearman 0,194**) bzw. dem Einkommen (Spearman 0,120**). Personen mit hohem sozioökonomischem Status lebten zuvor in Großstädten und entschlossen sich vermutlich, nach abgeschlossenem Studium oder dem Einstieg in den Beruf, für ein Leben in ländlicher Umgebung. Durch die relative Nähe und gute Erreichbarkeit der Agglomerationsräume bieten die Untersuchungsgemeinden ideale Voraussetzungen für Pendler. Für die Familiengründung entschließen sich gut Ausgebildete häufig zu einem Umzug in eine ländliche Umgebung (siehe unten).

15 % der Zuwanderer zogen in den letzten fünf Jahren um. 14 % leben bereits mehr als 30 Jahre an ihrem derzeitigen Wohnort. Letztere sind wahrscheinlich stärker integriert und weisen eine höhere Ortsidentität auf als die „Neu-Dörfler“, da die Bindung an den Wohnort mit zunehmender Wohndauer steigt (vgl. Kap. 2.2.1.5). Die Korrelationsanalysen ergeben höchst signifikante und starke Zusammenhänge zwischen der Wohndauer und

soziodemographischen Merkmalen, wobei die Korrelation mit dem Alter (Spearman 0,371**) selbsterklärend ist. Als interessant erweisen sich die Zusammenhänge mit dem höchstem Schulabschluss (Spearman -0,265**) bzw. dem Einkommen (Spearman -0,211**). Zuzügler mit höherem sozioökonomischem Status leben erst seit kürzerer Zeit an ihrem aktuellen Wohnort. Möglicherweise haben die Untersuchungsgemeinden in den letzten Jahren an Attraktivität für Berufspendler gewonnen.

Die Ortsbindung wird vom Alter zum Zeitpunkt des Zuzugs beeinflusst (vgl. Tab. 13). Erinnerungen und Erlebnisse der Kindheit prägen die Menschen und können zu einer stabilen Bindung an den Wohnort führen (vgl. Kap. 2.2.1.5). Nur knapp 7 % der Zuwanderer leben bereits seit ihrer Kindheit in den Untersuchungsgemeinden und konnten in dieser prägenden Lebensphase eine tiefe Beziehung zu ihrem Wohnort entwickeln.

Tabelle 13 Alter beim Zuzug in % (N=557)

	Scheuring	Großaitingen	Gesamt
0 bis 5 Jahre	4,2	2,6	3,2
6 bis 17 Jahre	2,8	4,1	3,6
18 bis 24 Jahre	20,7	9,6	13,8
25 bis 34 Jahre	39,9	42,2	41,3
35 bis 44 Jahre	14,6	26,7	22,1
45 bis 59 Jahre	12,2	12,2	12,2
60 Jahre oder älter	5,6	2,6	3,8

Quelle: Eigene Berechnungen.

Vom Alter der Zuzügler kann auf die Attraktivität des Ortes für bestimmte Altersgruppen geschlossen werden. Das Durchschnittsalter beim Zuzug war 32,7 Jahre, der älteste Zuwanderer wechselte den Wohnort im Alter von 74 Jahren. Die meisten Zuzügler waren beim Umzug zwischen 25 und 34 Jahre alt. Bei vielen Menschen ist dies die Lebensphase, in der eine Familie gegründet und eine feste Arbeitsstelle gesucht wird. Während junge Menschen, Singles und kinderlose Paare häufig zentrumsnahe Wohnungen nahe ihrer Arbeits- und Ausbildungsstätten bevorzugen, verschieben sich die Ansprüche mit der Geburt der Kinder und es wird Wert auf eine Vergrößerung des Wohnraumes, einen Garten oder eine ruhige, kinderfreundliche Umgebung gelegt. In Städten können diese Wünsche schwer verwirklicht werden. Vor allem einkommensstarke Familien ziehen häufig in ein eigenes Haus in ländlicher Umgebung (vgl. Kap. 2.2.1.4). Die Altersgruppe der 35- bis 44-Jährigen ist ebenfalls stark vertreten, was ein Hinweis auf die Verschiebung der Familiengründungsphase

sein kann. Unterschiede zwischen den Untersuchungsgemeinden zeigen sich bei der Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen, die in Scheuring mehr als ein Fünftel, in Großaitingen lediglich 10 % ausmacht. Dies überrascht angesichts der sehr ländlichen Struktur Scheurings. Gründe können sein, dass diese aus familiären Motiven nach Scheuring zogen oder die Gemeinde attraktiv für Auszubildende ist. Nur 4 % der Zuzügler waren 60 Jahre oder älter. Die Untersuchungsgemeinden scheinen für Ältere keine besonderen Annehmlichkeiten zu bieten und durch die defizitäre Infrastruktur nicht als Ruhestandswohnsitz attraktiv zu sein. Zudem sind ältere Menschen weniger mobil als jüngere.

Eine Analyse der Wanderungsmotive ergibt, dass die ortsunabhängigen Gründe überwiegen (vgl. Tab. 14).

Tabelle 14 Zuzugsmotive in %* (N=552)

Zuzugsgrund	Scheuring	Großaitingen	Gesamt
Ortsunabhängige Gründe			
Familie, Partnerschaft	46,6	51,8	48,2
Beruf, Ausbildung	20,7	13,9	16,6
Ortsabhängige Gründe			
Ruhe, Nähe zur Natur	10,8	17,8	14,3
Lebenshaltungskosten	9,5	5,9	7,1
Dorfgemeinschaft	2,3	3,1	2,7
Ruhestandswohnsitz	3,6	4,8	4,0
Verkehrsanbindung	1,8	5,4	2,8
Freizeitmöglichkeiten	1,8	2,5	2,2
Wohnen			
Immobilien, Baugrund	14,4	18,1	15,2
Sonstiges			
Sonstiges	3,2	2,8	3,5

Quelle: Eigene Berechnungen.

* es wird jeweils angegeben, welcher Anteil der Zuzügler den jeweiligen Grund nennt.

Vor allem Familie und Partnerschaft sind häufige Motive für einen Wohnortwechsel. Berufliche Gründe spielen vor allem in Scheuring eine nicht unerhebliche Rolle. Da die Zahl der Arbeitsplätze gering ist, liegt es nahe, dass die meisten dieser Zuzügler Pendler sind, die von der Nähe zu Augsburg, der relativen Nähe zu München und der Lage nahe der Bundesstraße B 17 profitieren. Bei den ortsabhängigen Gründen wird der Wohnort bewusst gewählt, um die Vorzüge einer ländlichen Umgebung zu genießen, wobei vor allem Ruhe und Nähe zur Natur eine Motivation für einen Umzug in einen ländlichen Ort darstellen. Die

vergleichsweise geringen Lebenshaltungskosten waren für 7 % ausschlaggebend für einen Umzug. Der Wunsch nach einem Eigenheim ist auf dem Lande wegen der niedrigeren Grundstückspreise leichter zu verwirklichen als in der Stadt.

Hinsichtlich der soziodemographischen Merkmale ergibt sich ein höchst signifikanter Zusammenhang zwischen dem *Alter* und den Zuzugsmotiven Ruhestandswohnsitz (Cramer V 0,261**) und Dorfgemeinschaft (Cramer V 0,164**). Möglicherweise legen ältere Personen verstärkt Wert auf eine funktionierende Gemeinschaft, in der sie sich auf gegenseitige Hilfestellung verlassen können. Ein solides soziales Netzwerk erleichtert den Alltag und kann eine große Unterstützung bieten.

Besteht eine latente Unzufriedenheit mit der Wohnsituation oder passt der derzeitige Wohnort nicht mehr in die aktuellen Lebensverhältnisse, wird über einen Fortzug nachgedacht. 19 % der befragten Scheuringer und 16 % der Großaitinger dachten bereits über einen Wohnortwechsel nach, wobei die Fortzugsmotive variierten (vgl. Tab. 15).

Tabelle 15 Mögliche Fortzugsmotive in %* (N=130)

Fortzugsgrund	Scheuring	Großaitingen	Gesamt
Ortsunabhängige Gründe			
Familie, Partnerschaft	17,5	23,0	20,6
Beruf, Ausbildung	14,0	12,2	13,0
Ortsabhängige Gründe			
Verkehrsanbindung	40,4	10,8	23,7
Ruhestandswohnsitz	19,3	20,3	19,8
Freizeitmöglichkeiten	15,8	14,9	15,3
Ruhe, Nähe zur Natur	14,0	9,5	11,5
Dorfgemeinschaft	14,0	8,1	10,7
Lebenshaltungskosten	12,3	5,4	8,4
Wohnen			
Immobilien, Baugrund	1,2	2,3	1,8
Sonstiges			
Sonstiges	5,3	13,5	9,9

Quelle: Eigene Berechnungen.

* es wird jeweils angegeben, welcher Anteil der Befragten den jeweiligen Grund nennt

Während bei den Zuzugsmotiven ortsabhängige Gründe eine untergeordnete Rolle spielen, sind sie beim Gedanken um einen Fortzug häufig genannte Faktoren. In Scheuring stellt vor allem die Verkehrsanbindung ein erhebliches Defizit dar. Dies liegt wahrscheinlich im defizitären ÖPNV begründet, was im Hinblick auf den demographischen Wandel kritisch zu

betrachten ist. Viele ältere Menschen besitzen kein Auto und sind auf öffentliche Verkehrsmittel angewiesen. Allgemein scheinen die Lebensbedingungen für Ältere problematisch zu sein, was sich an der großen Bereitschaft zeigt, im Ruhestand andernorts zu leben. Ruhe und Nähe zur Natur sind nicht nur Gründe in ländliche Räume zu ziehen, sondern, ebenso wie das mangelnde Freizeitangebot, Motive sie zu verlassen. Ein weiterer Faktor, der zur Unzufriedenheit beiträgt, ist die Dorfgemeinschaft, wobei soziale Kontrolle und Dorfklatsch Ursachen sein können. Immobilien oder Baugrund spielen kaum eine Rolle.

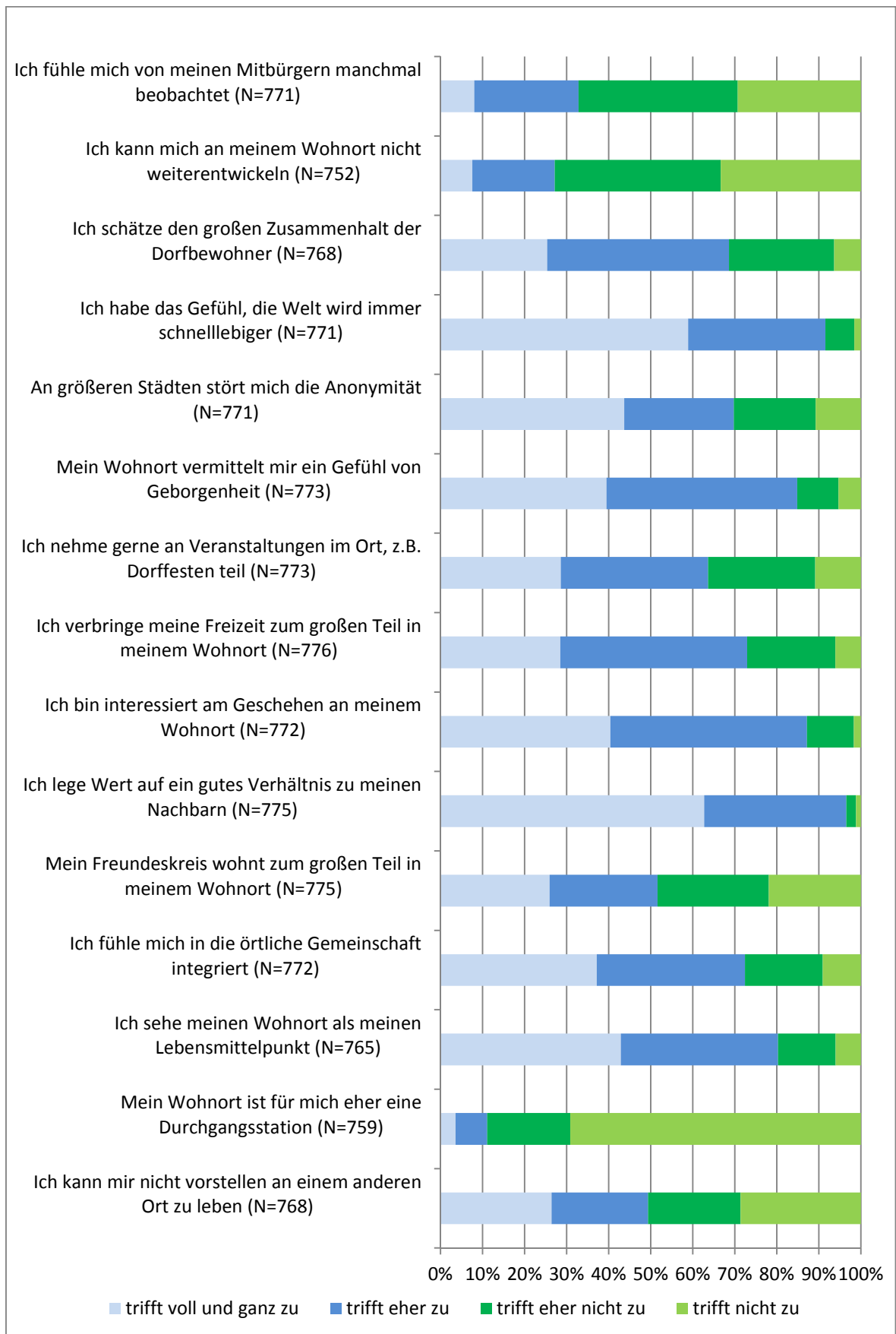
Die Signifikanztests mit soziodemographischen Merkmalen ergeben Zusammenhänge zwischen Alter und Ruhestandswohnsitz (Cramer V 0,332**) sowie dem höchsten Bildungsabschluss und Ruhe, Nähe zur Natur (Cramer V 0,121**). Letzterer kann dahingehend interpretiert werden, dass das Dorf für gut Ausgebildete zu ruhig und dadurch langweilig ist bzw. wenig Abwechslung bietet. Die Wohndauer und der Gedanke an einen Fortzug weisen einen starken Zusammenhang auf (Cramer V 0,249**), was zeigt, dass mit zunehmender Wohndauer die Zufriedenheit mit dem Wohnort und die Ortsbindung steigen. Während nur 7 % der Einheimischen bereits an einen Fortzug dachten, spielten 36 % der Befragten, die weniger als 5 Jahre am Wohnort leben, bereits mit dem Gedanken.

5.1.1.2 Raumbeziehungen

Das Verhältnis der Dorfbewohner zum Raum ist so unterschiedlich wie die Dorfbewohner selbst. Um die grundsätzliche Haltung zu ermitteln, werden die Einstellungsfragen der schriftlichen Haushaltsbefragung ausgewertet und durch eine Faktoren- bzw. Hauptkomponentenanalyse in fünf Kategorien unterteilt. Anschließend erfolgt eine tiefergehende Analyse durch Korrelationsanalysen mit dem Rangkorrelationskoeffizienten nach Spearman.

Zunächst werden die Antworttendenzen zu den einzelnen Aussagen zusammengefasst (vgl. Abb. 23). Der Wohnort wird von vielen Befragten als Lebensmittelpunkt betrachtet, der mehr ist als eine Durchgangsstation. Sie haben eine starke emotionale Bindung an ihre Gemeinde, die für viele wahrscheinlich Heimat bedeutet. Sie wird nicht als Übergangslösung wahrgenommen, sondern als der Ort, an dem die Zukunft stattfinden wird. Nichtsdestotrotz kann sich immerhin knapp die Hälfte der Befragten vorstellen, an einem anderen Wohnort zu leben. Es scheinen also Defizite vorhanden zu sein, die den eigenen Wohnort nicht nur positiv erscheinen lassen. Die meisten Probanden fühlen sich gut in die dörfliche Gemeinschaft integriert und legen Wert auf ein gutes Verhältnis zu den Nachbarn. Durch die räumliche Nähe kann einander kaum ausgewichen werden und Streit würde Einschränkungen im Alltag bzw. eine Verminderung der Lebensqualität bedeuten. Nachbarschaftliche Beziehungen bieten außerdem Chancen, wie gegenseitige Unterstützung in kleinen und großen Notsituationen (vgl. Kap. 2.2.1.4). Die dörflichen Bindungen haben für die meisten Befragten zwar einen hohen Stellenwert, dennoch bestehen viele Freundschaften außerhalb des Wohnortes, der nur einen sozialen Lebensbereich darstellt. Die meisten befragten Dorfbewohner interessieren sich dafür, was in ihrem Wohnort geschieht und der Besuch örtlicher Veranstaltungen scheint für ca. 62 % einen Teil des Dorflebens auszumachen. Bei der Freizeitgestaltung wird dem Wohnort eine große Bedeutung zugesprochen, wobei vermutlich innerhäusliche Aktivitäten überwiegen. In der von den Befragten als immer schnelllebiger wahrgenommenen Welt scheint das Dorfleben Stabilität zu bieten und eine Möglichkeit darzustellen, dem Stress und der Hektik zu entgehen. Demgegenüber wird die Anonymität in den Städten negativ bewertet. Womöglich bietet der Wohnort durch die engen Sozialbeziehungen Beständigkeit. Soziale Kontrolle verursacht ein gewisses Unbehagen. Das Dorfleben behindert die persönliche Weiterentwicklung kaum. Das Klischee des starren und konservativen Dorfbewohners scheint überholt.

Abbildung 23 Einstellungen zum Wohnort



Quelle: Eigene Berechnungen.

Typisierung der Dorfbewohner anhand ihrer Raumbeziehungen mittels einer Faktoren- bzw. Hauptkomponentenanalyse

Das Grundkonzept der Faktorenanalyse ist die Standardisierung einer Ausgangsmatrix mit n Zeilen (Fallzahl) und p Spalten (Variablen). Dabei ergeben sich beobachtbare Merkmale p durch Linearkombinationen unbekannter Faktoren. Voraussetzung für die Anwendung ist, dass $n > p$, was in der vorliegenden Untersuchung erfüllt wird, da die Fallzahl ($n=519^{24}$) größer ist als die Variablenzahl ($p=15$) (ACKER 2010. 158). Eine weitere Bedingung für die Faktorenanalyse ist die Intervallskalierung der Daten (JANSSEN, LAATZ 2010. 556). Wie BROSIUS (2006. 475) und ACKER (2010. 159) ausführen, kann die vorliegende Likertskala als Intervallskala interpretiert werden, da die Befragten gleichmäßige Abstände zwischen den Antwortvorgaben annehmen. Die Variablen sind normalverteilt, was die Eignung für die Faktorenanalyse weiterhin bestätigt.

Die Faktorenanalyse umfasst verschiedene Methoden, wie die Hauptachsen-Faktorenanalyse, die Alpha-Faktorisierung oder die Hauptkomponentenanalyse (JANSSEN, LAATZ 2010. 555; SCHENDERA 2010. 180). Letztere stellt eine variablenorientierte Methode dar, welche die große Anzahl an Variablen durch eine kleinere Anzahl von Faktoren (latente Variablen) ersetzt. Die Hauptachsen-Faktorenanalyse untersucht die zugrundeliegende Ursache für eine hohe Ladung bestimmter Variablen auf einen Faktor. Dagegen hat die Hauptkomponentenanalyse das Ziel, die Datenstruktur zu verdichten und die Variablen auf wenige Dimensionen zu verringern bzw. einen Sammelbegriff für Variablen, die auf einen Faktor hoch laden, zu ermitteln (Komponenten). Diese Methode wird in der vorliegenden Untersuchung angewandt, da weniger die Aufdeckung zugrundeliegender Muster, als mehr die Systematisierung der Merkmale im Vordergrund steht. Ziel ist die Extraktion von Hauptkomponenten (Faktoren), die Linearkombinationen der Variablen darstellen. Die erste Komponente umfasst die Linearkombination mit der größtmöglichen Varianz, die nachfolgenden Hauptkomponenten sind Linearkombinationen aus Variablen, die einen möglichst großen Anteil der Restvarianz erklären und nicht von der vorherigen Komponente erfasst wurden. Sie sind unkorreliert zur und unabhängig von der vorangehenden Komponente (SCHENDERA 2010. 194f.; 218).

Die Hauptkomponentenanalyse durch SPSS verläuft in vier Schritten. Zunächst werden die Daten auf ihre Durchführbarkeit für eine Hauptkomponentenanalyse untersucht, indem die

²⁴ Der Datensatz hat sich reduziert, da fehlende Werte listenweise ausgeschlossen wurden.

Ausgangsmatrix standardisiert und in eine Korrelationsmatrix transformiert wird. Diese enthält die Korrelationskoeffizienten sowie die Signifikanz der Variablen (vgl. Anhang V.1 und V.2). Dabei weisen hohe Korrelationen auf Gemeinsamkeiten bzw. einen gemeinsamen Faktor hin, niedrige Korrelationen lassen unterschiedliche Faktoren vermuten. Bestehen ausschließlich niedrige Korrelationen, wird eine Eignung für eine Hauptkomponentenanalyse ausgeschlossen (SCHENDERA 2010. 183). Beispielhaft sei im vorliegenden Datensatz auf hohe Korrelationen zwischen den Variablen *Ich fühle mich in die örtliche Gemeinschaft integriert* und *Mein Freundeskreis wohnt zum großen Teil in meinem Wohnort* (0,610) verwiesen. Der Datensatz weist weitere starke und signifikante Korrelationen auf, was einen Hinweis auf die Eignung für die Faktorenanalyse gibt. Andere Methoden zur Überprüfung auf die Anwendbarkeit sind der Bartlett-Test auf Sphärizität und das Kaiser-Meyer-Olkin-Kriterium (KMO) (vgl. Tab. 16).

Tabelle 16 KMO- und Bartlett-Test Raumbeziehungen (N=519)

Maß der Stichprobeneignung nach Kaiser-Meyer-Olkin		0,887
Bartlett-Test auf Sphärizität	Ungefähres Chi-Quadrat	2518,763
	Df	105
	Signifikanz nach Bartlett	0,000

Quelle: Eigene Berechnungen.

Ersterer untersucht, ob die Korrelationen in der Stichprobe zufällig bestehen und in der Grundgesamtheit den Wert Null annehmen (Nullhypothese). Im vorliegenden Datensatz kann mit einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 0,000 davon ausgegangen werden, dass die Nullhypothese abgelehnt werden kann (BÜHL 2008. 540). Das KMO-Kriterium beurteilt sowohl die gesamte Korrelationsmatrix als auch einzelne Variablen. Die Werte können zwischen 0 und 1 variieren. Dabei gilt: Eine Korrelationsmatrix mit $KMO < 0,5$ ist ungeeignet für eine Hauptkomponentenanalyse, Werte ab 0,6 gelten als mittelmäßig, ab 0,7 als ziemlich gut, ab 0,8 als gut und ab 0,9 als sehr gut. Der KMO-Wert des vorliegenden Datensatzes beträgt 0,887 und deutet auf eine gute Eignung für eine Hauptkomponentenanalyse hin (BACKHAUS 2008. 336f.). Ebenso zeigt sich, dass sämtliche Variablen für eine Hauptkomponentenanalyse geeignet sind²⁵ (vgl. Anhang V.3). Eine weitere Möglichkeit zur Überprüfung des Datensatzes sind Kommunalitäten (vgl. Tab. 17), die zeigen, inwiefern die Komponenten die Varianz der Variablen erklären. Hintergrund ist, dass durch die Reduktion der Variablen nicht die gesamte

²⁵ Die KMO-Werte der Variablen werden in der Diagonale der Anti-Image-Korrelationsmatrix dargestellt (BACKHAUS ET AL. 2008. 337).

Varianz durch die Faktoren bestimmt wird, sondern sich ein Teil der Varianz durch andere Faktoren oder Messfehler ergibt. Eine geringe Kommunalität deutet darauf hin, dass die Varianz einer Variablen stark von anderen Variablen im Faktor abweicht. Die Kommunalitäten vor der Extraktion (Anfänglich) sind stets 1. Je höher die Kommunalität nach der Extraktion ist, desto besser kann die Varianz der Variablen durch die Komponente erklärt werden. Der Maximalwert 1 wird in der Realität kaum erreicht. Kommunalitäten ab 0,8 gelten als hoch und Werte unter 0,4 deuten darauf hin, dass eine Variable entweder nicht mit anderen Variablen korreliert und aus der Hauptkomponentenanalyse ausgeschlossen werden sollte oder weitere Komponenten bestehen. Im vorliegenden Datensatz eignen sich sämtliche Variablen für eine Hauptkomponentenanalyse (SCHENDERA 2010. 225; BACKHAUS ET AL. 2008. 327; 48).

Tabelle 17 Kommunalitäten Raumbeziehungen (N=519)

	Anfänglich	Extraktion
Ich kann mir nicht vorstellen an einem anderen Ort zu leben	1,000	0,618
Mein Wohnort ist für mich eher eine Durchgangsstation	1,000	0,667
Ich sehe meinen Wohnort als meinen Lebensmittelpunkt	1,000	0,645
Ich fühle mich in die örtliche Gemeinschaft integriert	1,000	0,704
Mein Freundeskreis wohnt zum großen Teil in meinem Wohnort	1,000	0,666
Ich lege Wert auf ein gutes Verhältnis zu meinen Nachbarn	1,000	0,801
Ich bin interessiert am Geschehen an meinem Wohnort	1,000	0,712
Ich verbringe meine Freizeit zum großen Teil an meinem Wohnort	1,000	0,427
Ich nehme gerne an Veranstaltungen im Ort, z.B. Dorffesten teil	1,000	0,731
Mein Wohnort vermittelt mir ein Gefühl von Geborgenheit	1,000	0,606
An größeren Städten stört mich die Anonymität	1,000	0,608
Ich habe das Gefühl, die Welt wird immer schneller	1,000	0,697
Ich schätze den großen Zusammenhalt der Dorfbewohner	1,000	0,598
Ich kann mich an meinem Wohnort nicht weiterentwickeln	1,000	0,555
Ich fühle mich von meinen Mitbürgern manchmal beobachtet	1,000	0,797

Quelle: Eigene Berechnungen.

Den nächsten Schritt bildet die Bestimmung der Anzahl der zu extrahierenden Komponenten. Eine Methode stellt das Kaiser-Kriterium dar, wobei die Komponenten zu extrahieren sind, deren Eigenwerte²⁶ größer als 1 sind (vgl. Tab. 18). In der vorliegenden Analyse ergeben sich daraus fünf Komponenten (SCHENDERA 2010. 210).

²⁶ Der Eigenwert gibt an, welcher Anteil der Gesamtvarianz sämtlicher Variablen durch den Faktor aufgeklärt wird (RUDOLF, MÜLLER 2004. 129). Der Eigenwert von Faktoren bei n Variablen kann maximal n*1 betragen, da jede Variable einen Eigenwert (Varianz) = 1 aufweist (SCHENDERA 2010. 210).

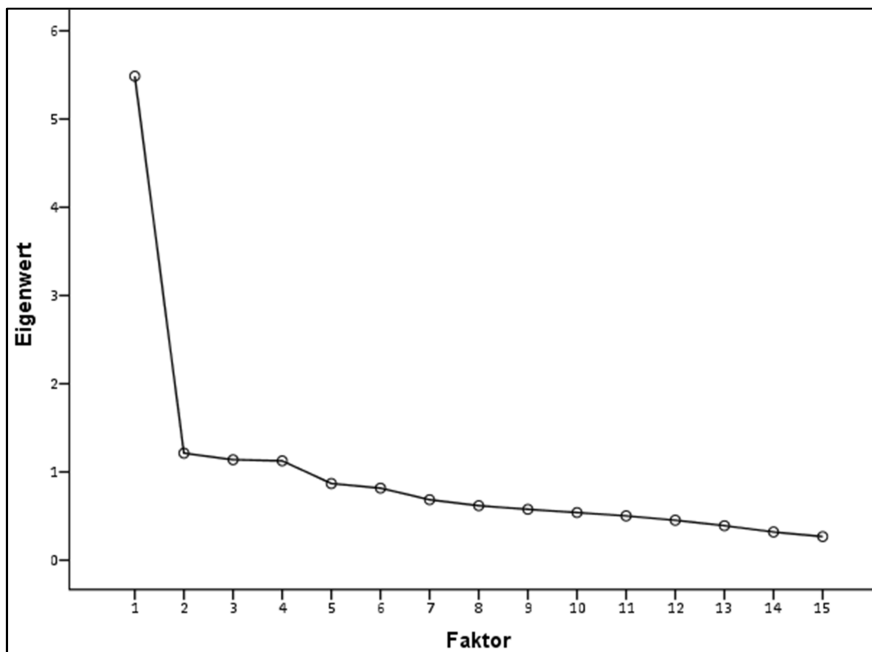
Tabelle 18 Erklärte Gesamtvarianz Raumbeziehungen (N=519)

Komponente	Anfängliche Eigenwerte		
	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %
1	5,286	36,570	36,570
2	1,213	8,086	44,656
3	1,139	7,592	52,248
4	1,126	7,505	59,752
5	1,069	5,794	65,546
6	0,817	5,445	70,991
7	0,685	4,566	75,557
8	0,617	4,117	79,674
9	0,576	3,842	83,516
10	0,540	3,597	87,113
11	0,502	3,347	90,460
12	0,453	3,019	93,479
13	0,391	2,607	96,086
14	0,319	2,129	98,215
15	0,268	1,785	100,000

Quelle: Eigene Berechnungen.

RUDOLF, MÜLLER (2004. 131) konstatieren, dass das Kaiser-Kriterium nicht hinreichend ist und weitere Methoden angewandt werden sollten. Eine Möglichkeit ist der der Scree-Test, der die Eigenwerte und die Anzahl der Faktoren grafisch darstellt. Dabei werden die Eigenwerte der Variablen in abfallender Reihenfolge in einem Diagramm angeordnet. Es ergibt sich eine Kurve, die einen Knick aufweist und in eine Gerade übergeht. Ausgehend von der Scree-Regel werden alle Faktoren berücksichtigt, die oberhalb des Knicks liegen (Bühl 2010. 211; SCHENDERA 2010. 211). Der Scree-Test im vorliegenden Datensatz (vgl. Abb. 24) liefert keine eindeutige Lösung.

Abbildung 24 Scree-Plot Raumbeziehungen (N=519)



Quelle: Eigene Berechnungen.

Er deutet auf eine Lösung mit vier oder sechs Komponenten hin (BÜHL 2010. 573). Anhand theoretischer Vorüberlegungen zur Beziehung zum Raum sowie des Kaiser-Kriteriums wird eine Lösung mit fünf Komponenten präferiert (SCHENDERA 2010. 210f.).

Den nächsten Schritt der Hauptkomponentenanalyse bildet die Interpretation der Faktorladungen, welche die Korrelation der Variablen mit einem Faktor darstellen (RUDOLF, MÜLLER 2004. 129). Die sukzessive Extraktion der Faktoren erschwert eine inhaltliche Interpretation der Faktorladungen, da der erste Faktor auf jede Variable signifikant lädt und einen maximalen Anteil der Varianz der Ausgangsvariablen erklärt. Zur inhaltlichen Interpretation sollen Variablen jedoch möglichst auf einen Faktor hoch und auf andere Faktoren niedrig laden. Eine Lösung bilden Rotationsverfahren, welche die Ergebnisse der Faktorenanalyse schrittweise (iterativ) verbessern. Dabei werden die Faktoren in einem Koordinatensystem dargestellt und das Koordinatenkreuz in seinem Ursprung gedreht. Die Varimax-Rotation ist die gebräuchlichste Methode und stellt ein orthogonales (rechtwinkliges) Rotationsverfahren dar. Es erfüllt die Annahme, dass die Faktoren nicht miteinander korrelieren und wird auf den vorliegenden Datensatz angewandt (JANSSEN, LAATZ 2010. 566ff.; BACKHAUS 2008. 357). Zur Interpretation der Hauptkomponentenanalyse wird die rotierte Komponentenmatrix beschrieben (vgl. Tab. 19), wobei Faktorladungen unter 0,5 unterdrückt werden (BACKHAUS 2008. 356). Die Komponenten werden anhand des theoretischen Vorwissens analysiert.

Tabelle 19 Rotierte Komponentenmatrix Raumbeziehungen (N=519)

	Komponente				
	1	2	3	4	5
Ich nehme gerne an Veranstaltungen im Ort, z.B. Dorffesten teil	0,845				
Ich bin interessiert am Geschehen an meinem Wohnort	0,738				
Ich verbringe meine Freizeit zum großen Teil an meinem Wohnort	0,547				
Ich lege Wert auf ein gutes Verhältnis zu meinen Nachbarn		0,834			
Ich fühle mich in die örtliche Gemeinschaft integriert		0,736			
Mein Freundeskreis wohnt zum großen Teil in meinem Wohnort		0,689			
Ich schätze den großen Zusammenhalt der Dorfbewohner		0,531			
Mein Wohnort ist für mich eher eine Durchgangsstation			-0,789		
Ich kann mir nicht vorstellen an einem anderen Ort zu leben			0,714		
Ich sehe meinen Wohnort als meinen Lebensmittelpunkt			0,598		
Ich fühle mich von meinen Mitbürgern manchmal beobachtet				0,880	
Ich kann mich an meinem Wohnort nicht weiterentwickeln				0,631	
Ich habe das Gefühl, die Welt wird immer schneller					0,820
An größeren Städten stört mich die Anonymität					0,673
Mein Wohnort vermittelt mir ein Gefühl von Geborgenheit					0,584

Quelle: Eigene Berechnungen.

Die erste Komponente (23,5 %) umfasst Variablen, welche das aktive Gemeindeleben wiedergeben und wird als **Teilnahme am Dorfleben** beschrieben. Personen mit einer emotionalen Ortsbindung zeichnen sich häufig durch eine aktive Teilnahme am Gemeindeleben aus. Sie interessieren sich für das aktuelle Geschehen, nehmen an Veranstaltungen teil und verbringen ihre Freizeit am Wohnort, während Personen mit einer geringeren Ortsbindung oft einen größeren Aktionsraum aufweisen (vgl. Kap. 2.2.1.5).

Komponente 2 (14,3 %) sammelt Items, welche die Beziehungen zu anderen Dorfbewohnern beschreiben. Wie MENZL (2007. 340) darstellt, ist eine soziale Bindung an den Wohnort eine Voraussetzung für eine emotionale Bindung. Soziale Kontakte und Netzwerke sowie

Integration bedingen eine große Zufriedenheit. Sie sind zunächst häufig auf die Nachbarschaft begrenzt, weiten sich jedoch immer mehr aus. Die Komponente wird mit **dörfliche Beziehungen** bezeichnet und aus vier Variablen gebildet, die eine Fokussierung auf die Dorfgemeinschaft sowie einen gewissen Grad an Integration implizieren. Die starke Ladung der Variable *Ich lege Wert auf ein gutes Verhältnis zu meinen Nachbarn* lässt auf eine große Bedeutung des nachbarschaftlichen Verhältnis für dörfliche Beziehungen schließen.

In Komponente 3 (10,3 %) laden Variablen, welche die emotionale Bindung an den Wohnort beschreiben. Die Variable *Mein Wohnort ist für mich eher eine Durchgangsstation* weist eine negative Faktorladung auf. Die Komponente wird benannt mit **dörfliche Identität**. Dorfbewohner bilden oftmals eine starke emotionale Bindung an ihren Wohnort heraus (vgl. Kap. 2.2.1.5). Diese impliziert eine Fokussierung auf den Wohnort, die einen Umzug unvorstellbar erscheinen lässt. Für Personen mit einer hohen dörflichen Identität bildet der Wohnort häufig den Lebensmittelpunkt.

Die Variablen der vierte Komponente (9,0 %) beschreiben die **Wahrnehmung der Nachteile des Landlebens**. Dieses wird von vielen mit deiner Rückständigkeit in Verbindung gebracht, welche die eigenen Entwicklungsmöglichkeiten mindert. Der Zusammenhalt der Dorfbewohner wird mitunter negativ, als soziale Kontrolle, gewertet (vgl. Kap. 2.2.1.5).

Die 5. Komponente (8,6 %) umfasst Variablen, welche die die Wahrnehmung der **postmodernen Veränderungen** beschreiben. In Kap. 2.2.1.3 wurde dargestellt, dass in Zeiten der Schnelllebigkeit in Folge der Postmoderne das Ländliche einen Bedeutungsgewinn verzeichnet. Städte hingegen werden oftmals als „Zentren“ der Veränderungen kritisiert.

In einem letzten Schritt werden die Faktorwerte der erzeugten neuen Variablen berechnet, um zu untersuchen, welche Ausprägungen die Faktoren bei den Objekten (Probanden) aufweisen (BACKHAUS ET AL. 2008. 359). Dafür werden durch multiple Regressionsrechnungen neue Variablen generiert. Deren Werte (Faktorwerte) haben einen standardisierten Mittelwert von 0 und eine Standardabweichung von 1. Negative Werte weisen darauf hin, dass ein Objekt in diesem Faktor im Vergleich zu anderen Faktoren unterrepräsentiert ist, positive Werte deuten eine überdurchschnittliche Ausprägung eines Objektes bezüglich eines Faktors an (BÜHL 2012. 595; BACKHAUS ET AL. 2008. 359,376).

Korrelationsanalysen

Die Dorfbewohner werden anhand ihrer Faktorwerte im folgenden Schritt durch Korrelationsanalysen weitergehend analysiert und differenziert (vgl. Tab. 20 bis 24). Da sich die Untersuchungsgemeinden kaum in ihren Antworten unterscheiden, wird auf eine Differenzierung verzichtet. Neben soziodemographischen Merkmalen wird die Variable *Wohndauer* in die Korrelationsanalysen aufgenommen. Sie wird der Variable *Zuzug* vorgezogen, weil zwischen den vor kurzem Zugewanderten und denjenigen, welche schon mehrere Jahre oder Jahrzehnte am Wohnort leben, unterschieden werden muss. Ein weiterer Vorteil ist die Ordinalskalierung, da der Koeffizient nach Spearman angewandt werden kann und Aussagen über Stärke und Richtung des Zusammenhangs möglich sind.

Tabelle 20 Korrelation (Spearman) dörfliche Identität – Soziodemographie, Wohndauer (N=519)

	Kein anderer Wohnort (1)	Durchgangs- station (2)	Lebensmittel- punkt (3)	dörfliche Identität
Alter	-	0,123**	-0,159**	-
Schulabschluss²⁷	0,231**	-0,156**	0,101**	0,156**
Einkommen²⁸	0,173**	-	-	0,089*
Wohndauer	-0,338**	0,301**	-0,316**	-0,293**

Quelle: Eigene Berechnungen.

- (1) Ich kann mir nicht vorstellen, an einem anderen Ort zu leben.
- (2) Mein Wohnort ist für mich eher eine Durchgangsstation.
- (3) Ich sehe meinen Wohnort als meinen Lebensmittelpunkt.

Die **dörfliche Identität** korreliert mit dem höchsten Schulabschluss (vgl. Tab. 20). Während höhergebildete Personen ihren Wohnort eher als vorübergehende Durchgangsstation sehen, können sich Bewohner mit niedrigerem Bildungsstand kaum vorstellen, an einem anderen Ort als dem Wohnort, der ihren Lebensmittelpunkt bildet, zu leben. Möglicherweise genügt er den Anforderungen gut ausgebildeter Menschen nicht, da das Arbeitsplatzangebot überwiegend auf Landwirtschaft und Handwerk begrenzt ist. Somit besteht der Zwang zu pendeln, der für viele eine solche Belastung darstellt, dass sie einen Umzug in Erwägung ziehen. Die Abwanderung gut Ausgebildeter betrifft viele ländliche Gemeinden, die kaum Perspektiven zum beruflichen Aufstieg bieten. Personen mit niedrigerem Bildungsabschluss haben vermutlich die Chance, an ihrem Wohnort oder in der näheren Umgebung zu arbeiten. Ein schwacher Zusammenhang besteht zwischen Einkommen und dörflicher Identität, wobei

²⁷ Die Variable *höchster Schulabschluss* wird im Folgenden mit „Schulabschluss“ abgekürzt.

²⁸ Die Variable *monatliches Haushaltsnettoeinkommen* wird im Folgenden mit „Einkommen“ abgekürzt.

vor allem die Bereitschaft an einem anderen Ort zu leben mit höherem Einkommen steigt. Der Grund kann in wachsenden Ansprüchen liegen, die in einem ländlichen Dorf nicht erfüllt werden können, wie nach einem vielfältigen kulturellen Angebot. Personen mit guter finanzieller Basis haben möglicherweise bereits „einiges von der Welt gesehen“ und stehen daher einer räumlichen Veränderung offener gegenüber als diejenigen, welche aufgrund eingeschränkter finanzieller Mittel ihr Leben überwiegend am derzeitigen Wohnort verbracht haben. Die Lebenshaltungskosten in ländlichen Gemeinden sind oft niedriger als in Städten, weswegen finanzschwächere Personen einer Abwanderung aus finanziellen Gründen ablehnend gegenüberstehen. Das Alter der Befragten hat ebenso Einfluss auf deren Ortsbindung. Die Mobilitätsbereitschaft sinkt mit zunehmendem Alter, da der Wohnort den Lebensmittelpunkt bildet, während er von Jüngeren als vorübergehend betrachtet wird. Die Ursache liegt möglicherweise in mangelnden Perspektiven für junge Menschen in ländlichen Räumen. Ausbildungsplätze sind rar und zum Studium ist ein Umzug in die Stadt unumgänglich. Junge Menschen sind häufig offener und wissen nicht, wo sie in einigen Jahren stehen bzw. welche Ansprüche sie haben werden. Ein weiterer Grund für die geringere Ortsbindung Jüngerer kann der fehlende Freizeitwert ländlicher Räume im Gegensatz zur Stadt sein. Das städtische Leben wirkt aufregend und bietet ein vielfältiges Freizeitangebot, die Untersuchungsgemeinden weisen demgegenüber, abgesehen von Vereinen, nur wenige Möglichkeiten zur Freizeitgestaltung auf. Mit zunehmender Wohndauer wächst die Bindung an den Wohnort. Zuzügler sind emotional möglicherweise noch mit ihrem früheren Wohnort verbunden und benötigen Zeit, eine Beziehung zu ihrer neuen Heimat aufzubauen. Wie in Kap. 2.2.1.5 dargestellt, ist die emotionale Ortsbindung bei v.a. Einheimischen hoch, da viele Erlebnisse und Erinnerungen mit dem Heimatort verbunden werden. Je länger die Zuwanderer an ihrem Wohnort leben, desto stärker wird die gefühlsmäßige Bindung. Freundeskreise und Freizeitaktivitäten verlagern sich mit zunehmender Wohndauer meist an den Wohnort, der somit immer mehr zum Lebensmittelpunkt wird. Zuzügler sind generell mobiler als diejenigen, welche ihr ganzes Leben am selben Ort verbracht haben, weswegen der Gedanke an einen Umzug weniger abschreckend ist.

Tabelle 21 Korrelation (Spearman) dörfliche Beziehungen – Soziodemographie, Wohndauer (N=519)

	Integration (4)	Nachbarn (5)	Freundeskreis (6)	Zusammenhalt (7)	dörfliche Beziehungen
Alter	-0,138**	-0,124**	-0,145**	-0,188**	-0,130**
Schulabschluss	0,170**	-	0,252**	0,208**	0,197**
Einkommen	0,087*	-	0,183**	0,230**	0,130**
Wohndauer	-0,416**	-0,096*	-0,522**	-0,246**	-0,435**

Quelle: Eigene Berechnungen.

- (4) Ich fühle mich in die örtliche Gemeinschaft integriert.
- (5) Ich lege Wert auf ein gutes Verhältnis zu meinen Nachbarn.
- (6) Mein Freundeskreis wohnt zum großen Teil in meinem Wohnort.
- (7) Ich schätze den großen Zusammenhalt der Dorfbewohner.

Die Korrelationsanalysen ergeben soziodemographische Unterschiede hinsichtlich der **dörflichen Beziehungen** (vgl. Tab. 21). Je jünger die Befragten sind, desto weniger fühlen sie sich in die Gemeinschaft integriert. Der Freundeskreis befindet sich außerhalb des Wohnortes, nachbarschaftliche Beziehungen spielen eine geringere Rolle und der Zusammenhalt wird weniger geschätzt als von Älteren. Die geringere Bedeutung dörflicher Beziehungen ist in einer Erweiterung des Referenzsystems begründet: Junge Menschen sind aktiver als ältere und haben durch Schule, Ausbildung oder Beruf Kontakte, die über das Dorf hinausgehen. Die Dorfgemeinschaft bildet für viele Ältere den Kern des Soziallebens, insbesondere wenn familiäre Bindungen fehlen. Die enge Gemeinschaft bietet zudem Hilfestellung und Unterstützung, was eine Erleichterung im Alltag bedeuten kann. Ein weiterer Grund ist die vermutlich längere Wohndauer der älteren Befragten, was der starke Zusammenhang zwischen der Wohndauer und der Bedeutung dörflicher Beziehungen verdeutlicht. Freundeskreise von „Altbürgern“ befinden sich überwiegend am Wohnort, während „Neudörfler“ möglicherweise noch ein soziales Netz in ihrer früheren Heimat haben. Scheinbar brauchen Zuzügler Zeit, um sich in der Gemeinschaft aufgenommen zu fühlen. Mit zunehmendem sozioökonomischem Status nimmt die Bedeutung dörflicher Beziehungen ab. Der Freundeskreis liegt außerhalb des Wohnortes und der Zusammenhalt der Dorfbewohner wird weniger geschätzt. Die geringere dörfliche Identität (siehe oben) geht offenbar mit einer niedrigeren Wertschätzung des sozialen Lebens einher. Auf eine funktionierende Nachbarschaft wird in allen sozioökonomischen Schichten Wert gelegt, was die Bedeutung nachbarschaftlicher Beziehungen im Dorfleben bestätigt (vgl. Kap. 2.2.1.4).

Tabelle 22 Korrelation (Spearman) Teilnahme am Dorfleben – Soziodemographie, Wohndauer (N=519)

	Örtliches Geschehen (8)	Freizeit (9)	Veranstaltungen (10)	Teilnahme am Dorfleben
Alter	-0,141**	-0,195**	-0,119**	-0,154**
Schulabschluss	-	0,181**	0,176**	0,167**
Einkommen	-	0,161**	0,079*	0,087*
Wohndauer	-0,244**	-0,275**	-0,314**	-0,284**

Quelle: Eigene Berechnungen.

(8) Ich bin interessiert am Geschehen in meinem Wohnort.

(9) Ich verbringe meine Freizeit zum großen Teil an meinem Wohnort.

(10) Ich nehme gerne an Veranstaltungen im Ort, z.B. Dorffesten, teil.

Die Korrelationsanalyse zeigt soziodemographische Unterschiede hinsichtlich der **Teilnahme am Dorfleben** (vgl. Tab. 22). Mit zunehmendem Alter steigt das Interesse am örtlichen Geschehen, was auf die stärkere Ortsbindung und Integration der Älteren zurückzuführen sein kann. Durch die große Bedeutung dörflicher Beziehung und den stärkeren Bezug zum Wohnort, spielt sich das Leben mit zunehmendem Alter hauptsächlich dort ab. Jüngere verbringen ihre Freizeit überwiegend außerhalb. Eine weitere Ursache kann die eingeschränkte Mobilität mit zunehmendem Alter sein. Viele Ältere besitzen keinen PKW und haben kaum Alternativen, während sich Jüngeren durch einen größeren Aktionsraum vielfältige Möglichkeiten bieten. Die Variablen höchster Schulabschluss und Einkommen korrelieren ebenfalls mit der am Wohnort verbrachten Freizeit und der Teilnahme an Veranstaltungen. Mit höherem sozioökonomischem Status steigen die Ansprüche an das Freizeit- und Kulturangebot, die am Wohnort möglicherweise nicht mehr erfüllt werden können. Das Interesse am örtlichen Geschehen ist unabhängig von Bildung und Einkommen, was zeigt, dass die dörflichen Belange für alle Bevölkerungsschichten gleichermaßen interessant sind. Ein starker Zusammenhang besteht zwischen der Wohndauer und der Teilnahme am Dorfleben. Dem örtlichen Geschehen wird von länger vor Ort Lebenden eine weitaus größere Bedeutung beigemessen als von Neubürgern, denen der Wohnort möglicherweise noch fremd ist und deren Interesse nach wie vor der alten Heimat gilt. Zuzügler haben oft einen größeren Aktionsraum als Einheimische und verbringen ihre Freizeit weitestgehend außerhalb des Wohnortes. Ein Grund für die Korrelation zwischen Wohndauer und dem Besuch von Veranstaltungen kann die soziale Komponente sein. Auf Festen oder ähnlichen Ereignissen können Bekannte getroffen und Neuigkeiten ausgetauscht werden. Mit längerer Wohndauer und damit einhergehender besserer Integration steigt die Zahl der

Kontakte und somit die Freude an derartigen Veranstaltungen. Eine starke Bindung an den Wohnort impliziert häufig den Wunsch, den Ort zu unterstützen, was durch die Teilnahme am dörflichen Leben geschehen kann. Da sich die Bindung mit zunehmender Wohndauer verstärkt, werden Festivitäten häufiger besucht.

Tabelle 23 Korrelation (Spearman) postmod. Veränderungen – Soziodemographie, Wohndauer (N=519)

	Geborgenheit (11)	Anonymität (12)	Schnelllebigkeit (13)	postmoderne Veränderungen
Alter	-0,127**	-	-0,077*	-
Schulabschluss	0,149**	0,140**	0,088*	0,108**
Einkommen	0,095**	0,110**	0,102**	-0,841*
Wohndauer	-0,300**	-0,167**	-	-0,206**

Quelle: Eigene Berechnungen.

(11) Mein Wohnort vermittelt mir ein Gefühl von Geborgenheit.

(12) An größeren Städten stört mich die Anonymität.

(13) Ich habe das Gefühl, dass die Welt immer schnelllebiger wird.

Die **postmodernen Veränderungen** werden je nach soziodemographischen Merkmalen unterschiedlich beobachtet (vgl. Tab.23). Ältere spüren die zunehmende Schnelllebigkeit deutlich stärker als Jüngere. Mit fortschreitendem Alter besteht eventuell eine gewisse Überforderung aufgrund der genannten Tendenzen, da der Lebensrhythmus nicht mit dem Bekannten einhergeht. Je älter die Befragten sind, desto häufiger suchen und finden sie Geborgenheit am Wohnort, der vermutlich eine Art Insel darstellt, die bekannt ist und auf der mit keinen gravierenden Veränderungen gerechnet werden muss. Die engen sozialen Kontakte verstärken womöglich das Gefühl der Sicherheit. Die Entwicklungen der Postmoderne werden mit steigendem sozioökonomischem Status weniger stark wahrgenommen. Die städtische Anonymität stellt vor allem für die Befragten mit geringerem Einkommen bzw. Bildungsstand ein Problem dar. Ein Grund kann sein, dass Personen mit hohem sozioökonomischem Status häufiger in der Stadt arbeiten, die für sie daher keine unbekannte Größe ist. Dagegen beschränkt sich der Aktionsraum bei den Befragten mit niedrigerem Einkommen oft auf den Wohnort (siehe oben), der daher einen vertrauten Raum darstellt und Geborgenheit vermittelt. Ein starker Zusammenhang besteht zwischen der Wohndauer und der Wahrnehmung postmoderner Veränderungen. Je länger die Befragten am Wohnort leben, desto stärker wird dieser als Rückzugsort betrachtet, was auf die stärkere Bindung an den Heimatort zurückzuführen ist. Zuzügler lebten vielleicht zuvor in größeren Städten, weswegen die Anonymität weniger abschreckend wirkt.

Tabelle 24 Korrelation (Spearman) Wahrnehmung d. Nachteile – Soziodemographie, Wohndauer (N=519)

	Entwicklungshemmnis (14)	Soziale Kontrolle (15)	Wahrnehmung der Nachteile
Alter	0,175**	0,230**	-0,226**
Schulabschluss	-	-0,116**	0,127**
Einkommen	-	-0,078*	0,091*
Wohndauer	0,169**	0,148**	-0,205**

Quelle: Eigene Berechnungen.

(14) Ich kann mich an meinem Wohnort nicht weiterentwickeln.

(15) Ich fühle mich von meinen Mitbürgern manchmal beobachtet.

Die Wahrnehmung der Nachteile des Dorflebens ist von den soziodemographischen Merkmalen der Befragten abhängig (vgl. Tab. 24). Den Jüngeren sind sie stärker bewusst als den Älteren und die enge Gemeinschaft wird von ihnen als soziale Kontrolle wahrgenommen. Die Beobachtung durch Mitbürger kann vor allem für junge Menschen zur Belastung werden. Sie stehen unter dem Druck sich anpassen und regelkonform verhalten zu müssen. Ältere haben diese Beobachtungsstruktur möglicherweise tief verinnerlicht und stören sich nicht daran. Für die Jüngeren ist das Dorfleben ein Entwicklungshemmnis, was auf mangelnde berufliche Perspektiven oder auf die genannten Einschränkungen durch soziale Kontrolle zurückzuführen sein kann. Ein höherer sozioökonomischer Status geht einher mit einer kritischeren Sichtweise auf das Landleben. Soziale Kontrolle wird verstärkt wahrgenommen, was durch die geringere Bindung an den Wohnort und die schwächere Integration in die Gemeinschaft begründet werden kann. Mit zunehmender Wohndauer werden die Eigenheiten des Landlebens positiver bewertet, während sich Neubürger mit sozialer Kontrolle und fehlenden Entwicklungsmöglichkeiten konfrontiert sehen. Eine Erklärung kann sein, dass mit längerer Wohndauer die Ortsbindung und die Integration zunehmen, was zu einer positiveren Bewertung des Wohnortes führt.

5.1.1.3 Bedeutung verschiedener Lebensbereiche

Dorfbewohnern haftet oft ein konservatives Bild an, das Tradition und Religion als zentrale Werte darstellt. Inwiefern dies in der heutigen Zeit zutrifft, wird durch die Analyse wichtiger Lebensbereiche untersucht. Zunächst werden Häufigkeitszählungen durchgeführt: Wird ein Bereich mit *sehr wichtig* bewertet, wird die Zahl der Nennungen mit 4 multipliziert, ist er *wichtig* erfolgt die Multiplikation mit 3, *weniger wichtig* wird mit dem Faktor 2 verrechnet und *unwichtig* mit 1. Die dabei entstehenden Werte werden in eine Rangfolge gebracht (vgl. Tab. 25).

Tabelle 25 Rangfolge der Bedeutung der Lebensbereiche (N=519)

Rang	Lebensbereich
1	Familie
2	naturverbundenes Leben
3	soziale Anerkennung
4	beruflicher Erfolg
5	abwechslungsreiches Leben
6	Tradition
7	Religion

Quelle: Eigene Berechnungen.

Da sich die Untersuchungsgemeinden in diesem Bereich nur unwesentlich unterscheiden, wird auf eine Differenzierung verzichtet. Die größte Bedeutung hat die Familie, während Religion und Tradition unwichtiger sind, was zeigt, dass sich ländliche Lebensweisen nicht mehr einfach durch Religiosität und Traditionsbewusstsein erklären lassen. Der geringe Stellenwert des abwechslungsreichen Lebens lässt sich durch eine beständigere Lebensweise auf dem Land im Vergleich zur Stadt erklären. Wie beschrieben dient die Ländlichkeit häufig als Anker in Zeiten der Schnellebigkeit. Statt nach Abwechslung wird nach Ruhe und Geborgenheit gestrebt, was sich in der hohen Wertschätzung des naturverbundenen Lebens zeigt. Im Gegensatz dazu hat der berufliche Erfolg einen geringeren Stellenwert. Die große Bedeutung der sozialen Anerkennung liegt wahrscheinlich in den engen Sozialbeziehungen begründet. Durch das Ansehen bei den Mitbürgern wird man seltener Opfer von Dorfklatsch und kann von Unterstützung bzw. Hilfestellung profitieren. Hinsichtlich der Wichtigkeit verschiedener Lebensbereiche zeigen sich altersspezifische Unterschiede. Mit zunehmendem Alter gewinnen Religion (Spearman $-0,217^{**}$) und Tradition (Spearman $-0,139^{**}$) an Bedeutung, während weniger Wert auf ein abwechslungsreiches Leben gelegt wird

(Spearman 0,166**). Dies ist auf eine beständigere Lebensweise der Älteren zurückzuführen. Sie wuchsen größtenteils in einer Zeit auf, in der Religion im Dorfleben einen großen Stellenwert hatte. Ähnliches gilt für Traditionen, deren Bedeutung immer geringer wurde. Viele ältere Dorfbewohner legen Wert darauf, Traditionen aus ihrer Kindheit und Jugend zu bewahren. Je höher der Bildungsstand der Befragten ist, desto geringer ist die Bedeutung von Religion (Spearman 0,113**) und Tradition (Spearman 0,245**). Eine ähnliche Tendenz ist bei steigendem Einkommen zu beobachten (Religion: Spearman 0,134**, Tradition: Spearman 0,245**). Der Stellenwert von Religion und Tradition geht somit nicht allgemein zurück, sondern zeigt sich abhängig von soziodemographischen Merkmalen. Im Gegensatz dazu wird ein abwechslungsreiches Leben wichtiger, je höher das Einkommen der Befragten ist (Spearman -0,100**). Ein Grund können höhere Ansprüche sein.

Analog zu den Raumbeziehungen wird eine Hauptkomponentenanalyse²⁹ der Variablen zur Bedeutung der Lebensbereiche durchgeführt. Ziel ist es, unkorrelierte und unabhängige Variablen zu erhalten, die in der nachfolgenden Clusteranalyse (vgl. Kap. 5.3.2) benötigt werden. Die Eignung sämtlicher Variablen für die Hauptkomponentenanalyse ergibt sich aus der Korrelationsmatrix (vgl. Anhang V.7; V.8). sowie der. Der KMO-Wert der Daten liegt bei 0,663, was die Anwendbarkeit der Hauptkomponentenanalyse bestätigt. Die Anti-Image-Korrelationsmatrix (vgl. Anhang V.9) zeigt für alle Variablen eine ausreichend hohen KMO-Wert, was die Eignung für die Hauptkomponentenanalyse weiterhin verdeutlicht. Der Bartlett-Test auf Sphärizität beweist mit einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 0,000, dass die Korrelationen signifikant sind und somit in der Grundgesamtheit bestehen. Die Kommunalitäten (vgl. Tab. 26), zeigen, dass die Varianz der Variablen durch die Komponenten erklärt wird und keine weiteren Faktoren oder Störvariablen bestehen.

²⁹ Die mathematischen und statistischen Grundlagen sowie die explizite statistische Vorgehensweise der Hauptkomponentenanalyse werden in Kap. 5.1.1.2 dargestellt. Die Voraussetzung für die Faktorenanalyse, die Intervallskalierung (analog wie bei den Raumbeziehungen wird die Likertskala als Intervallskala interpretiert), die Normalverteilung sowie die Bedingung $n(519) > p(7)$ werden erfüllt

Tabelle 26 Kommunalitäten Bedeutung der Lebensbereiche (N=519)

	Anfänglich	Extraktion
Familie, Partnerschaft	1,000	0,954
beruflicher Erfolg	1,000	0,421
abwechslungsreiches Leben	1,000	0,623
naturverbundenes Leben	1,000	0,493
soziale Anerkennung	1,000	0,531
Religion	1,000	0,741
Tradition	1,000	0,652

Quelle: Eigene Berechnungen.

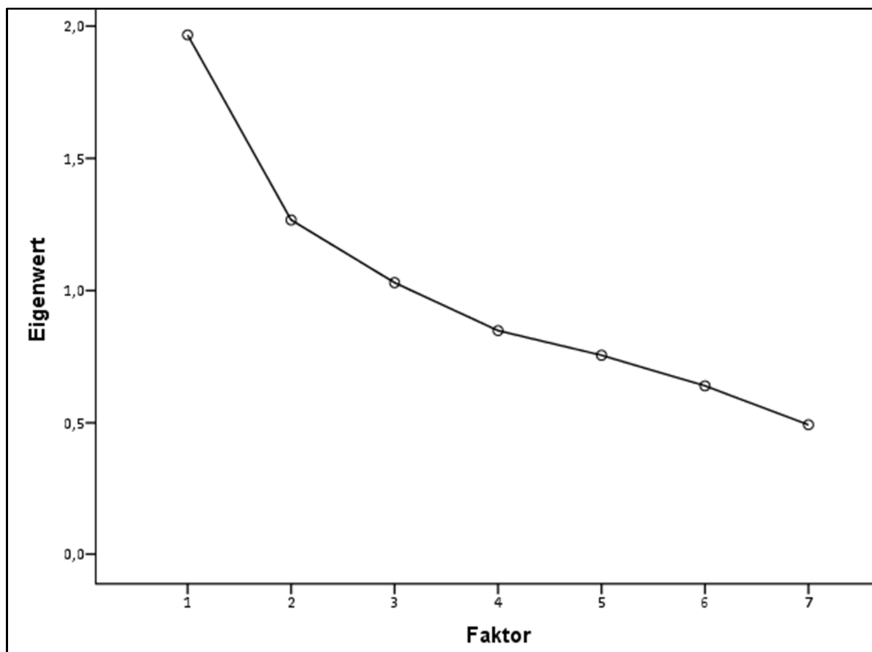
Anhand des Kaiser-Kriteriums (vgl. Tab. 27) ergeben sich drei Komponenten, deren Eigenwerte größer als 1 sind. Sie erklären 61 % der Gesamtvarianz. Zur Überprüfung des Kaiser-Kriteriums wird der Scree-Test durchgeführt (vgl. Abb. 25). Es lässt sich ein „Knick“ feststellen, der eine 3-Komponenten-Lösung nahelegt und die Ergebnisse des Kaiser-Kriteriums bestätigt.

Tabelle 27 Erklärte Gesamtvarianz Bedeutung der Lebensbereiche (N=519)

Komponente	Anfängliche Eigenwerte		
	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %
1	1,967	28,097	28,097
2	1,267	18,100	46,197
3	1,030	14,713	60,910
4	0,849	12,123	73,033
5	0,755	10,791	83,824
6	0,640	9,139	92,963
7	0,493	7,037	100,000

Quelle: Eigene Berechnungen.

Abbildung 25 Scree-Plot Bedeutung der Lebensbereiche (N=519)



Quelle: Eigene Berechnungen.

Es ergeben sich drei Komponenten, die nach der Varimax-Rotation durch eine rotierte Komponentenmatrix (vgl. Tab. 28) dargestellt werden. Komponente 1 zeichnet sich durch eine hohe Ladung der Variablen Religion und Tradition aus. Beide Lebensbereiche deuten auf eine bewahrende Grundhaltung hin. Sie wird mit **konservativ** bezeichnet. Bei Komponente 2 laden Variablen stark, die eine außengerichtete und aktive Lebensweise beschreiben. Sie ist gekennzeichnet von Aufstiegsdenken und der Meinung anderer wird ein großer Stellenwert zugeschrieben. Die Komponente wird mit dem Index **außenorientiert** benannt. Die letzte Komponente beschreibt Lebensbereiche, die sich mit **zurückgezogen** zusammenfassen lassen.

Tabelle 28 Rotierte Komponentenmatrix Bedeutung der Lebensbereiche (N=519)

	Komponente		
	1	2	3
Religion	0,818		
Tradition	0,748		
abwechslungsreiches Leben		0,696	
beruflicher Erfolg		0,613	
soziale Anerkennung		0,555	
Familie			0,843
naturverbundenes Leben			0,508

Quelle: Eigene Berechnungen.

5.1.1.4 Zusammenfassung

Insgesamt zeigt die quantitative Analyse einige Besonderheiten. Die Bindungen zum Wohnort sind allgemein sehr eng. Das Dorf bildet den Lebensmittelpunkt und bietet Rückzug und Geborgenheit. Die Mitbürger sind keine anonyme Masse, sondern eine enge Gemeinschaft, die Unterstützung und Hilfe verspricht. Negative Aspekte des Landlebens, wie soziale Kontrolle und mangelnde Entwicklungsmöglichkeiten, stören die Meisten kaum. Es bestehen jedoch soziodemographische Unterschiede. Ältere fühlen sich stark mit ihrem Wohnort, der ihren Lebensmittelpunkt darstellt, verbunden. Sie schätzen die enge, solidarische Gemeinschaft und fühlen sich gut integriert. Jüngere und Personen mit hohem sozioökonomischem Status weisen hingegen eine schwächere Ortsbindung auf, die mit geringerer Teilnahme am Dorfleben einhergeht. Der Dorfgemeinschaft wird kritischer begegnet, das soziale Netzwerk beschränkt sich nicht auf den Wohnort. Die distanzierte Sichtweise vieler Neubürger scheint sich im Laufe der Zeit zu wandeln, die Integration in die Gemeinschaft wird erleichtert und der Wohnort immer mehr zum Lebensmittelpunkt. Religion und Tradition scheinen eine rückgehende Bedeutung zu haben, wobei sich soziodemographische Unterschiede zeigen.

5.1.2 Raumbeziehungen interpretativ – Ein qualitativer Zugang

Die Analyse der schriftlichen Befragung stellte eine erste Annäherung an die Dorfbewohner von heute her. Tieferliegende Beweggründe, Denkmuster und Zusammenhänge blieben jedoch ungeklärt. Vor allem die Einstellung zum Wohnort ist sehr emotional geprägt und wird durch eine statistische Auswertung nur oberflächlich erfasst. Daher werden die leitfadengestützten Interviews interpretativ ausgewertet. Individuelle Besonderheiten der Dorfbewohner treten stärker in den Fokus. Im Gegensatz zu den quantitativen Ergebnissen erfolgt keine Differenzierung nach Wohnorten, da das Hauptaugenmerk auf den Menschen und nicht auf den Orten liegt. Repräsentativität kann durch eine interpretative Auswertung nicht erreicht werden.

5.1.2.1 Wanderungsbewegungen und -motive

Die meisten Interviewpartner (vgl. Kap. 4.3.2) sind Zuzügler, viele lebten zuvor in einer größeren Stadt. Die Zuzugsmotive unterscheiden sich, wobei gruppenspezifische Gemeinsamkeiten bestehen. Die jungen Familien sahen in erster Linie Vorteile für die Kinder, wie die behütete ländliche Struktur, den kurzen und ungefährlichen Kindergarten- bzw. Schulweg oder die Möglichkeit die Natur kennenzulernen und ein naturnahes Leben zu führen. Eine kleine Wohnung in der Stadt schien kein angemessener Ort, um Kinder aufzuziehen. Der Umzug aufs Land war eine bewusste Entscheidung, die von beiden Partnern getroffen wurde und dem Wohl der Kinder dienen sollte. Die älteren Frauen, die vor über 25 Jahren an den Wohnort kamen, waren weniger frei in ihrer Entscheidung. Sie zogen zu ihren Ehemännern, die dort aufgewachsen waren und ein Haus bzw. Baugrund besaßen. Familiäre Bindungen in ländlichen Gemeinden sind oft eng, was sich unter anderem an Mehrgenerationenhaushalten zeigt (vgl. Kap. 2.2.1.4). Erikas Tochter z.B. lebt mit dem Enkelkind im gleichen Haus, die Schwiegermutter wohnt direkt nebenan und kommt täglich zum gemeinsamen Mittagessen. Hilde sorgte lange Jahre für die Schwiegermutter, die auf demselben Grundstück lebte. In keinem Fall war der Mann zur Frau gezogen, was die traditionellen Geschlechterrollen auf dem Land in der damaligen Zeit widerspiegelt. Den Söhnen wurde der Baugrund überlassen, während die Töchter zu ihren Ehemännern zogen. Zudem gelten Frauen noch heute als mobiler und eher bereit umzuziehen, selbst wenn dies einen enormen Einschnitt bedeutet, wie für Roswitha, die in der Großstadt aufgewachsen und mit dem Landleben zunächst überfordert war. Der Wunsch nach einem eigenen Haus kann in der Stadt schwer erfüllt werden, da Wohnraum knapp und Baugrund teuer ist.

Richard und Claudia mussten zur Verwirklichung dieses Traumes umziehen und Einschränkungen, wie eine defizitäre Verkehrsinfrastruktur, in Kauf nehmen. Unter den Interviewpartnern finden sich einige Personen, die selbst auf dem Lande aufgewachsen waren, später in der Stadt lebten und schließlich wieder zurückzogen. Die Rückwanderer vermissten in der Stadt die Vorzüge des Landlebens, wie Ruhe, mehr Wohnraum oder die ländliche Gesellschaft. Für Richard spielte darüber hinaus der Trachtenverein, den er als Vorstand aktiv mitgestalten wollte, eine große Rolle.

Keiner der Interviewpartner hat bislang einen Umzug in Erwägung gezogen. Das Landleben scheint allgemein die beste Wahl zu sein, wobei sich einige nicht vorstellen können, in einem noch kleineren Ort mit einem sehr begrenzten Dienstleistungsangebot und defizitärem ÖPNV zu leben, da dies eine zu große Einschränkung im Alltag bedeuten würde. Für Michael war dies der Grund aus dem vorherigen Wohnort wegzuziehen, wo er gezwungen war, alle Wege mit dem PKW zurückzulegen.

5.1.2.2 Stadt und Land aus Bewohnersicht

Alle Interviewpartner genießen das Landleben und vor allem für diejenigen, welche schon länger an ihrem Wohnort leben, ist er mittlerweile zur Heimat geworden, die Geborgenheit, ein gewohntes Umfeld und bekannte Menschen bedeutet. Sie ist ein „Ort, an dem man ‚man selbst‘ sein kann“ (Florian) und zu dem ein intensiver gefühlsmäßiger Bezug besteht. Mentalitäten und Traditionen vermitteln ebenfalls ein Gefühl der Heimat. Im Gegensatz dazu bedeutet Heimat für Erika und Michael nichts. Sie sehen sich als „Weltmenschen“, die keinen spezifischen Ort benötigen, um sich wohlfühlen.

Vorteile ländlicher Räume im Vergleich zur Stadt³⁰ werden in der Nähe zur Natur, der Ruhe und dem gesellschaftlichen Umgang gesehen. Das Zusammenleben im Dorf wird im Gegensatz zur Stadt als enger empfunden. Die Menschen sind miteinander verbunden und kennen sich oft schon sehr lange. Die gegenseitige Kenntnis und Unterstützung sowie das Persönliche und die beständige Lebensweise vermitteln Ruhe und Geborgenheit. Trotz der engen Gemeinschaft scheint das Leben auf dem Lande freier zu sein als in Städten. Das Eigenheim schafft Unabhängigkeit, da keinem Vermieter Rechenschaft abgelegt werden muss. Man hat einen ausreichenden Abstand zu den Nachbarn und kann sich, anders als in Stadtwohnungen, wo der nächste Nachbar in unmittelbarer Nähe lebt, freier entfalten.

³⁰ Es wurde explizit keine Definition von Stadt vorgegeben, um die subjektive Einschätzung der Interviewpartner zum Unterschied zwischen Stadt und Land nicht einzuschränken.

„Deshalb mag ich auch Häuser wo man außen rumgehen kann. Wo nicht direkt daneben noch eins dranklatscht. Weil des hat dann irgendwie so was von ‚Ich kann mich frei bewegen‘ und hab nicht irgendwie gleich nebenan irgendjemand anders der da wohnt wo man dann die Musik wieder leise machen muss oder vielleicht auch gar nicht muss aber denkt man muss“ (Michael).

Die Nachteile des Landlebens werden von einigen Interviewpartnern kaum wahrgenommen. Sie sehen das ländliche Leben durchweg positiv und bewerten eventuelle Einschränkungen wie soziale Kontrolle oder unzureichende Infrastruktur, nicht als solche. Andere sind sich den Beeinträchtigungen des Landlebens bewusst, wobei die positiven Aspekte überwiegen. Sie nehmen vor allem strukturelle Mängel wahr wie fehlendes Freizeitangebot, schlecht ausgebauten ÖPNV und die Angewiesenheit auf das Auto. Die Folgen der mangelnden Freizeitmöglichkeiten werden ebenfalls angesprochen, vor allem die Unzufriedenheit der Jugendlichen, die laut Michael und Erika zu Abwanderung oder Alkoholmissbrauch führen kann. Alle befragten Dorfbewohner sind sich der sozialen Kontrolle und des Dorfklatsches bewusst. Es werden Gerüchte verbreitet, das Leben der Anderen scheint oftmals interessanter als das eigene. Die Dorfbewohner wissen, dass sie jederzeit im Fokus des Interesses stehen könnten. Nicht regelkonformes Verhalten zieht die Aufmerksamkeit auf sich und macht einen zur Zielscheibe.

„Bei uns aufm Land geht kein Café. Da geht keiner rein, da heißt es ‚Na hat die keine andere Arbeit net, sitzt bloß im Café zum Kaffeetrinken drin‘, des is in der Stadt net. Da geh ich halt nei, da fragt keiner ‚Hey hast du keine Arbeit daheim?‘. Des ist halt schon noch der Unterschied“ (Erika).

Trotzdem wünscht sich keiner der Interviewten eine anonyme Gemeinschaft. Der Klatsch wird mitunter sogar mit Humor genommen und als typische Eigenheit der Dorfbewohner akzeptiert. Dennoch betonen alle Befragten, sich nicht an Klatsch und Tratsch zu beteiligen. Sie scheinen sich bewusst zu sein, dass der Dorfklatsch eine „Unsitte“ darstellt und distanzieren sich davon, wobei Michael, Erika und Roswitha die kritischste Sichtweise haben: Die gegenseitige Kontrolle, das starre Regelwerk und die strenge Überwachung bedeuten einen Anpassungsdruck für den Einzelnen. Der Zwang sich regelkonform zu verhalten beschränkt die Entfaltungsmöglichkeiten, was eine große Belastung sein kann.

„Vorteil ist der, die Menschen nehmen Anteil an einem, kümmern sich sozusagen, was macht jemand. Nachteil ist, man ist gezwungen in dieser Norm zu bleiben. Also der Rasen muss sein

wie ihn die anderen haben und der Garten und so weiter, wie man des so sieht, da ist ein gewisser Zwang, da ist man in der Großstadt viel freier“ (Roswitha).

Das Leben in einer Großstadt wird von den Interviewpartnern häufig mit Hochhäusern, Mietshäusern und dicht befahrenen Straßen verbunden. Weitere Assoziationen sind anonym, hektisch, schnell, laut, eng, stressig und gefährlich. In der Stadt scheinen die Leute Einzelkämpfer zu sein, die nur auf ihr eigenes Wohl bedacht sind, während man sich auf dem Lande kennt und unterstützt. Selbst bei den ehemaligen Stadtbewohnern, die in einer großen Wohnung und einer funktionierenden Nachbarschaft lebten, bestehen diese stereotypen Vorstellungen. Sie sehen sich selbst möglicherweise als Ausnahme, deren Erfahrungen nicht das tatsächliche Leben in Städten widerspiegeln: *„Es ist einfach persönlicher, nicht so anonym wie die Großstadt. Wobei des bei uns im Viertel auch nie so war“ (Annika).*

Die Erfahrungen mit der Großstadt sind unterschiedlich. Einige lebten noch nie in einer größeren Stadt, weswegen ihre Haltung auf Vorurteilen beruht. Sie haben die kritischste Einstellung und können sich kaum vorstellen dort zu wohnen. Andere lebten bereits in der Stadt, machten negative Erfahrungen und waren froh als sie wieder in eine ländliche Region ziehen konnten. Sie wurden sich durch die Episode bewusst, dass das Landleben das Richtige für sie ist, sind aber froh um die Erfahrungen die sie sammeln konnten.

„Ich denk bei uns kann jeder froh sein, dass er dort leben darf. Jeder sollt mal die Erfahrung machen und in der Stadt leben, wenn er die Möglichkeit hat und mal hingehen. Ich hab meine Erfahrung gemacht in den drei Jahren wo ich in München war und ich find's hier am schönsten“ (Florian).

Ein kleiner Teil der Interviewpartner lebte eine gewisse Zeit in der Großstadt und machte überwiegend positive Erfahrungen. Die Stadt wird nicht verurteilt, sondern ihre Vorzüge werden wahrgenommen bzw. vermisst, wobei keiner ein Leben in der Stadt dem Landleben vorziehen würde. Die Zeit in der Stadt war zum damaligen Zeitpunkt das Richtige, ist mit den derzeitigen Lebensumständen jedoch nicht mehr vereinbar bzw. nicht mehr nötig. Mit dem urbanen Leben wurde abgeschlossen.

„Des ist auch der Grund warum ich nicht mehr so oft weggehen muss, weil ich hab so viele Konzerte gesehen, ich war so oft weg. Und irgendwann hat man es dann ja auch mal durch. Aber die Sachen, die man dann natürlich als Jugendlicher so ausprobiert, die brauch ich dann natürlich nicht mehr, ist ja ganz klar. Ja deswegen ist es ja auch so. Weil, wenn ich des Urbane nicht unbedingt brauche, muss ich da auch nicht wohnen“ (Michael).

Ein Leben in der Großstadt scheint für alle Befragten im Moment keine Option und insbesondere für die Einheimischen eine Horrorvorstellung zu bedeuten. Vorteile des städtischen Lebens, z.B. das kulturelle Angebot, Einkaufsmöglichkeiten und Kneipen bzw. Discotheken, werden zwar wahrgenommen, sind aber entweder nicht wichtig oder können durch einen kurzen Besuch in der Stadt, die aufgrund der guten Verkehrsanbindung schnell erreichbar ist, genutzt werden, ohne auf das ruhige Landleben verzichten zu müssen. Wenige der Befragten können sich vorstellen unter bestimmten Bedingungen in der Stadt zu leben, wie in Form einer Zweitwohnung oder in der Stadtperipherie, die eine ländliche Struktur hat und nicht die Nachteile der Innenstadt aufweist. Sie scheinen sich zwar nicht komplett gegen ein Leben in der Stadt zu sträuben, wollen das dörfliche Leben aber nicht aufgeben und die Vorzüge beider Lebensräume genießen.

Die befragten Dorfbewohner sind insgesamt sehr zufrieden mit dem Landleben. Nachteile und Einschränkungen werden kaum wahrgenommen und nur wenige bemängeln die unzureichende Versorgungslage, die defizitäre Infrastruktur und mangelnde Freizeitmöglichkeiten, die als Grundprobleme ländlicher Räume gelten. Die Landbewohner haben sich entweder mit der Lage arrangiert oder legen keinen Wert auf ein größeres Angebot. Die positive Bewertung des eigenen Wohnortes bestätigt die unterschiedliche Wahrnehmung ländlicher Räume durch deren Bewohner und Außenstehende (vgl. Kap. 2.2.1.5).

5.1.2.3 Wahrnehmung postmoderner Veränderungen

Alle Interviewpartner nehmen Veränderungen im Lebenstempo wahr. Viele sehen neue Medien, Computer und Internet als Ursachen von Schnellebigkeit, Hektik und Bedeutungsverlust des sozialen Miteinanders. Der Druck, immer und überall erreichbar und in sämtlichen sozialen Netzwerken angemeldet zu sein, führt zu Überforderung und Abnahme persönlicher Kontakte. Informationen, die zu jeder Zeit und immer schneller zur Verfügung stehen, setzen den Einzelnen unter Druck, möglichst viel in möglichst kurzer Zeit aufzunehmen. Vor allem Kinder werden als Opfer dieser Entwicklungen wahrgenommen, da ihnen die Möglichkeit genommen wird, „*richtig Kind zu sein*“ (Richard). Das Landleben wird von vielen als entschleunigter, beständiger, harmonischer und einfacher wahrgenommen. Es ist gemütlich und die Menschen nehmen sich Zeit füreinander. Der ländliche Raum dient als Gegenpol zur hektischen Stadt, an dem man zur Ruhe kommen kann. Der Wohnort bildet für alle Interviewpartner einen Rückzugsort, wobei vor allem das eigene Haus ein „Nest“ ist, das

durch seine persönliche Prägung ein Gefühl der Sicherheit vermittelt. Der Garten ist ein Ort der Entspannung, an dem man zur Ruhe kommen kann. Die Vorstellung, dass am Wohnort etwas Schlimmes passieren könnte, scheint absurd. Durch den sozialen Umgang und die gegenseitige Kenntnis fühlen sich die Dorfbewohner einer Gemeinschaft zugehörig und wissen, dass sie nicht alleine sind, wenn es einmal ein Problem gibt.

„Wie gesagt wenn man selber mal ein Problem hat sagt man, ‚du komm mal her, hilf mir schnell‘. Ja also mein Gott das ist wenn mal ein Problem ist, wenn irgendwas ist, wie gesagt du kennst fast jeden und dir würde eigentlich immer geholfen. Sei es Kleinigkeiten wie ‚Du leih mir mal schnell deinen Hänger‘ oder sowas. Also das ist wie gesagt, so Kleinigkeiten sind das dann meistens. Man fühlt sich nicht im Stich gelassen wenn es mal ein Problem gibt“ (Markus).

Der ländlich geprägte Wohnort vermittelt durch die vertraute Umgebung und die engen Sozialbeziehungen Geborgenheit und Sicherheit. Nichtsdestotrotz beobachten einige der Befragten Angleichungen an das städtische Leben und sehen die Zuwanderung von Stadtbewohnern, welche städtische Lebensweisen auf das Land transportieren, als Ursache.

„Dass die Leute nicht mehr so aufeinander zugehen. Es sind so viele Fremde da, die du nicht mehr kennst und die, wie sagt man, die Grüßen nimmer, die sind eher so anonym. Früher hast du jeden gekannt im Umkreis von 10 km heut kennst das übernächste Haus nimmer“ (Anton).

Die älteren Dorfbewohner stehen dem verstärkten Zuzug, der zu einer veränderten Sozialstruktur des Dorfes führt, besonders kritisch gegenüber. Die Zuwanderer bringen Fremdheit in die Dörfer, was wachsende Anonymität und den Verlust der Gemeinschaft zur Folge hat. Das Dorf wird unüberschaubarer, unpersönlicher und gleicht sich in Hektik und Stress immer mehr der Stadt an. Umgangsformen wie das gegenseitige Grüßen verlieren an Bedeutung. Die Zuzügler möchten die Annehmlichkeiten des Landlebens genießen ohne Einschränkungen in Kauf zu nehmen. Der Wohnort wird als reine Schlafstadt betrachtet, was das Dorfleben ebenso kaputt machen kann, wie der mangelnde Wille zur Integration.

„Bei den meisten ist es, die jammern weil das und das nicht ist, aber das muss ich halt in Kauf nehmen, wenn ich aufs Land zieh. So wie wenn der Hahn in der früh um Sechse kräht und das ist nicht richtig. Die sich am Landleben stören aber hier draußen leben möchten. Da sollen sich praktisch die Bauern umstellen und die Tiere umstellen, damit die ihr Leben wie in der Stadt haben, aber auf dem Land sind“ (Hilde).

Vor allem diejenigen Interviewpartner, welche vor weniger als fünf Jahren selbst zugezogenen sind, werten die Zuwanderung junger Familien und Paare überwiegend als Vorteil: Abwanderung und Überalterung können vermindert und der Siedlungsdruck der Städte aufgefangen werden. Ein gemäßigtes Wachstum verhindert, dass die Gemeinde zu einer reinen Schlafstadt wird. Die Zuzügler geben neue Impulse und machen das Landleben moderner, offener und bunter. Ursache dieser positiven Sichtweise ist vermutlich, dass die vor kurzem Zugewanderten selbst vor wenigen Jahren zu den jungen Zuzüglern gehörten und der Großstadt und deren Bewohnern weniger ablehnend gegenüberstehen. Roswitha sieht die Entwicklungen möglicherweise positiver, weil sie sich selbst mit einer sehr verschlossenen Dorfgemeinschaft konfrontiert sah, die mit verstärktem Zuzug offener wurde. Hilde und Erika haben eine sehr ablehnende Haltung gegenüber Zuwanderern, obwohl sie selbst einmal Zuzügler waren. Sie scheinen sich mittlerweile voll und ganz als Einheimische zu sehen und in die Gemeinschaft integriert zu fühlen.

Freundschaften beschränken sich bei sehr ortsgebundenen Personen überwiegend auf Einheimische, zu Zuwanderern bestehen kaum engere Kontakte. Die Folge ist eine Trennung zwischen dem alten Kern und den „Neuzugezogenen“. Neubürger haben ihren Freundeskreis weitestgehend außerhalb des Wohnortes und beklagen die Schwierigkeit, auf dem Dorf Bekanntschaften zu knüpfen. Dafür bewerten sie die Freundschaften auf dem Lande als tiefer und beständiger im Vergleich zur Stadt, wo Kontakte oft oberflächlich bleiben. Insgesamt scheinen Alteingesessene und Zuzügler nebeneinanderher zu leben und wenig Kontakt zueinander pflegen.

5.1.2.4 Teilnahme am Dorfleben

Eine gefühlsmäßige Bindung an den Wohnort geht mit einem Interesse am örtlichen Geschehen einher. Diejenigen Interviewpartner, welche sich stark mit ihrem Wohnort verbunden fühlen, interessieren sich für beinahe alle Belange des dörflichen Lebens, wie politische Beschlüsse, Baugebiete oder Sport. Die Informationen erhalten sie im Lokalteil der Tageszeitung, dem örtlichen Mitteilungsblatt und vor allem durch mündliche Kommunikation. Einige Interviewpartner zeigen zwar Interesse am Wohnort, dieses beschränkt sich allerdings auf Themen, die das eigene Leben betreffen, wie den Bau eines Kindergartens, Politik oder das Vereinsleben, und umfasst nicht das gesamte Dorfgeschehen.

Die starke Bindung und der damit einhergehende Stolz auf die Heimat zeigen sich in einigen Fällen in einem starken Engagement für die Gemeinde, z.B. durch die Aktivität in einem

Verein. Der Trachtenverein bietet für Richard die Möglichkeit seine bayerischen Wurzeln auszuleben und wichtige Traditionen und Brauchtümer zu pflegen. Johannes, Florian und Markus wollen das kulturelle Erbe bewahren und ihre Gemeinde durch Veranstaltungen unterstützen bzw. lebenswert gestalten. Vereine bieten die Möglichkeit Freundschaften zu knüpfen und verschaffen ein Zusammengehörigkeitsgefühl, was durch die Motive des Vereinszutritts bestätigt wird. Die Jüngeren wollten Teil der Gemeinschaft sein, da alle Freunde dabei waren. Die Vereinsmitgliedschaft hat außerdem eine Tradition in den Familien; Väter und Brüder sind ebenfalls Mitglieder des Burschenvereins. In einer bestimmten sozialen oder beruflichen Position scheint eine Vereinsaktivität üblich zu sein, was jedoch nicht als soziale Kontrolle bzw. Zwang wahrgenommen wird, sondern einen normalen Bestandteil des Dorflebens darstellt.

„Bei mir war des so, nachdem mein Vater von der Gärtnerei her anstandshalber bei jedem Verein dabei ist, war halt früher so. Als so kleiner Zwerg ist halt so ‚ja komm bist im Fußballverein‘, dann warst im Schützenverein dann ist der Burschenverein noch gekommen“ (Johannes).

Neben aktiven gibt es passive Vereinsmitglieder, die den Vereinen ebenfalls eine zentrale Bedeutung im Dorfleben zusprechen und sie unterstützen, entweder in finanzieller Hinsicht durch die Jahresbeiträge oder durch den Besuch von Veranstaltungen. Eine weitere Gruppe der Befragten steht Vereinen neutral gegenüber. Sie sind zwar selbst nicht aktiv, sehen jedoch nichts Negatives am Vereinsleben, während andere sich stark von diesem distanzieren. Vor allem traditionelle Trachten- und Schützenvereine werden von ihnen extrem abgelehnt, da sie nicht zu ihrer moderne Lebensweise passen und ein Relikt des alten Obrigkeitsdenkens darstellen.

„Ich bin jetzt in keinem Verein, ob Schützenverein oder was für einen Schmarrn es alles gibt“ (Erika).

„Ist aber auch ganz klar, dieses Nord-Südgefälle was es ja nicht nur in Deutschland gibt, sondern generell. Der Süden sehr konservativ, sehr obrigkeitshörig, die Leute alle bei der Stange. Deswegen gibt’s ja hier auch so viele Vereine und so ein Zeug“ (Michael).

Örtliche Veranstaltungen werden gerne besucht, da sie die Möglichkeit bieten, Bekannte zu treffen sowie in Gesellschaft zu sein und eine Abwechslung im Alltag darstellen. Personen, die eine starke Bindung an ihren Wohnort haben, sehen sich in der Pflicht durch die Teilnahme an den Festivitäten die Veranstalter, die Vereine oder die Gemeinde bzw. das Dorfleben zu

unterstützen. Dies kann dazu führen, dass sie Veranstaltungen besuchen, die sie eigentlich nicht interessieren: *„Manchmal kommt’s dann wirklich vor dass man, selten, dass man sich denkt, ach anstandshalber solltest fast mal raufschauen“* (Markus).

Erika und Michael legen keinen Wert auf dörfliche Veranstaltungen, da sie die Zeit lieber im privaten Rahmen verbringen und kein Interesse am örtlichen Geschehen haben: *„Is ja bloß Krampf, Umzüge und Scheiß und Markt und Klump. Geschehen sind ja net großartig in die Dörfer“* (Erika). Erikas Sichtweise auf das Dorfgeschehen ist sehr negativ und sie kann sich kaum mit dörflichen Festivitäten identifizieren. Das Angebot wird als unzureichend wahrgenommen und die Veranstaltungen liegen nicht in ihrem Interessensbereich. Markus hingegen scheint das Bedürfnis zu haben, den Wohnort in gewisser Weise zu verteidigen und widersetzt sich den Vorwürfen des langweiligen Dorflebens:

„Wobei ich auch sagen muss wenn man sagt aufm Dorf ist nix los, des stimmt gar net. Also viele sagen, mei was willst denn da, geh doch da hin, viele sagen was ist denn da. Also bei uns ist eigentlich jedes Wochenende was und auch unter der Woche, gut unter der Woche jetzt weniger aber am Wochenende ist immer was“ (Markus).

Die Wahrnehmung der Qualität und Quantität örtlicher Veranstaltungen geht mit dem allgemeinen Interesse am Wohnort einher. Diejenigen, welche eine insgesamt kritische Einstellung haben und der Gemeinde auf distanzierte, wenig emotionale Art und Weise gegenüberstehen, bewerten die örtlichen Veranstaltungen negativ und legen keinen Wert darauf sie zu besuchen. Die sehr ortsbezogenen Dorfbewohner nehmen gerne teil und beurteilen das Angebot sehr positiv.

Die Freizeit wird mehrheitlich am Wohnort verbracht, wobei häusliche Aktivitäten überwiegen. Der Garten bereitet vor allem den älteren Interviewpartnern viel Freude. Außerhäusliche Aktivitäten beschränken sich auf gelegentliche Besuche in einem Eiscafé oder sportlichen Tätigkeiten in der näheren Umgebung. Die interviewten Frauen verbringen gerne Zeit beim Einkaufen in größeren Städten, während die jüngeren Befragten diese vor allem am Wochenende zur Abendgestaltung aufsuchen.

5.1.2.5 Die Dorfgemeinschaft

Soziale Kontakte und die Einbindung in die Gemeinschaft stellen eine wichtige Voraussetzung für die Zufriedenheit mit den Wohnverhältnissen dar und sind Basis für eine soziale Ortsbindung (vgl. Kap. 2.2.1.5). Die Interviewpartner, welche der dörflichen Gesellschaft positiv gegenüberstehen und den sozialen Umgang schätzen, fühlen sich in ihrer Wohnumgebung sehr wohl. Eine kritische Einstellung zur Dorfgemeinschaft impliziert dagegen eine geringere Bindung an den Wohnort. Eine soziale Ortsbindung ist häufig die Vorstufe zu einer emotionalen Ortsbindung. Hilde z.B. wuchs nicht am Wohnort auf, fühlt sich aber gut in die Gemeinschaft integriert, hat einen großen Freundeskreis vor Ort und zeigt eine starke und sehr intensive Bindung an ihren Wohnort. Besteht eine starke Identifikation mit dem Wohnort, wird die Dorfgesellschaft sehr offen wahrgenommen, vorausgesetzt es besteht ein Wille zur Anpassung und Integration.

„Man kann sich intergieren wenn man will. Es gibt auch welche, die kommen von auswärts und meinen sie haben jetzt das Sagen. Das geht nicht. Also man muss sich schon einfügen können ein bisschen und ein bisschen angleichen. Man kann nicht kommen und sagen... Dann ist es keine offene Gemeinschaft“ (Hilde).

Um integriert zu werden, muss der „Neuling“ den Willen zeigen, Teil der Dorfgemeinschaft zu sein, sich einzufügen und anzugleichen und darf nicht versuchen, der Gemeinschaft etwas vorzuschreiben. Dies impliziert eine gewisse Kritik an Zuzüglern und suggeriert, dass viele sich nicht wirklich bemühen. Scheinbar muss man sich seinen Platz in der Gemeinschaft erst verdienen. Die Erfahrungen der Zuwanderer mit der Dorfgemeinschaft sind sehr unterschiedlich. Während einige offen und herzlich empfangen wurden und sich schnell integriert fühlten, stellte das soziale Leben im Dorf für andere eine große Herausforderung dar. Diejenigen, welche sich selbst als „Abweichler“ bezeichnen, wurden mit Ablehnung und Skepsis, abschätzigen Blicken und Bemerkungen konfrontiert.

„Und dann war es schon schwierig. Also was ich zunächst gesagt hab, dass man in so, dass ich mich in die Gemeinschaft so reingepresst hab, ich als Grüne, also eine die einen Biogarten machen will und sich Enten her tut und solche Sachen. Und ja, die Hecke nicht so geschnitten hat, die Kinder net geimpft hat, alles Sachen, da hab ich mir gedacht ja, aus dem Rahmen fallen, des ist mir nicht leicht gefallen. Wollt ich auch nicht. Also einerseits wollte ich es weil ich es richtig fand und andererseits hab ich drunter gelitten, eigentlich so dass die anderen nicht so sind wie ich“ (Roswitha).

Roswitha litt sehr unter dieser Situation, da sie zwar auf der einen Seite gerne Teil der Gemeinschaft gewesen wäre, auf der anderen Seite ihre Ideale nicht aufgeben wollte. Während sie sich mittlerweile integriert fühlt und mit den Eigenheiten der Dorfbewohner arrangiert hat, haben Erika und Michael ihre kritische Haltung gegenüber den Mitbürgern behalten. Sie scheinen sich den anderen Dörflern überlegen zu fühlen, beschreiben diese als starr und abweisend, materialistisch und teilweise dumm. Sie selbst sehen sich als modern und weltoffen. Die Rolle als „Exoten“ scheinen sie zu genießen und verstoßen bewusst gegen bestimmte Regeln, um zu provozieren und sich abzugrenzen.

„Ich natürlich, a bisserl moderner eingestellt, hab Shisha aufgenommen und dann ist eine gekommen ‚Ja des versaut unser Jugend da, die Shisha, die müssen raus vom Fenster‘. Bin ich gleich hergekommen und hab’s noch größer gemacht“ (Erika).

Ein gutes nachbarschaftliches Verhältnis ist für alle Befragten von großer Bedeutung. Selbst Erika und Michael, die sich von der Dorfgemeinschaft distanzieren, legen Wert auf eine funktionierende Nachbarschaft, die häufig als „Kern“ der Dorfgemeinschaft betrachtet wird. Es wäre ein sehr befremdliches Gefühl, die Nachbarn nicht zu kennen. Gegenseitige Unterstützung und Hilfestellung sorgen für ein gutes Miteinander.

„Also Vorteil ist einfach darin, dass man auch gegenseitig auf sich schaut, des fängt schon damit an, dass meine Nachbarin sieht bei mir geht morgens das Licht net an dann würd sie anrufen und würd sagen ‚Was ist mit dir los‘ und umgekehrt. Wie gesagt man achtet einfach aufeinander“ (Claudia).

Die engen Nachbarschaften werden zwar durchwegs positiv bewertet, können jedoch eine Belastung darstellen, da beinahe ein Zwang besteht, sich mit den Nachbarn gut zu stellen. Streit oder Unfrieden mit den Nachbarn ist eine schlimme Vorstellung und würde die Wohnzufriedenheit stark einschränken bzw. wäre sogar ein Fortzugsgrund.

„Also ein Streit, des wär für mich ein Grund glaube ich, wenn ich mit den Nachbarn im Streit bin, dass ich sage, jetzt geh ich weg. Im Streit könnt ich nicht leben. Also des ist sehr wichtig“ (Hilde).

Bis auf wenige Ausnahmen bestehen keine engen Freundschaften in der Nachbarschaft. Obwohl alle Befragten Wert auf ein gutes nachbarschaftliches Verhältnis legen, soll ein gewisser Abstand bestehen bleiben. Es ist allen bewusst, dass die enge Nachbarschaft eine Zweckgemeinschaft bedeutet, in der man sich arrangieren muss. Durch die Vermeidung enger

Kontakte kann verhindert werden, dass die gegenseitige Unterstützung verpflichtend wird. Das Verhältnis zwischen Anonymität und Nähe, zwischen Oberflächlichkeit und Tiefgründigkeit scheint ideal zu sein, da keiner der Befragten eine anonymere Nachbarschaft bevorzugen würde.

5.1.2.6 Bedeutung von Tradition und Religion

In Kap. 5.1.1.3 wurden wichtige Lebensbereiche der Dorfbewohner thematisiert und Tradition bzw. Religion eine sehr geringe Bedeutung beigemessen. Tradition ist ein sehr individuell geprägter Begriff und Religion wird häufig mit Kirche gleichgesetzt, was eine Bewertung dieser Ergebnisse erschwert. Daher soll der Stellenwert von Tradition und Religion durch eine tiefergehende Analyse erfasst werden. Familiäre Rituale, Feste, Speisen oder festliche Dekorationen haben vor allem für die interviewten Frauen einen hohen Stellenwert, da sie eine Struktur geben, ein Gefühl von Geborgenheit und Sicherheit vermitteln sowie *„Beziehungen und Bindungen aufrechterhalten“* (Annika). Dörfliche Feste und Bräuche, wie Maibaumaufstellen oder Wallfahrten, sind insbesondere für die ortsbezogenen Dorfbewohner sehr wichtig. Zum Teil beteiligen sie sich selbst aktiv daran, Traditionen zu bewahren. Die Aufrechterhaltung von Heimatkultur kann den Willen zur Pflege alter Traditionen zeigen sowie den Versuch darstellen, eine Ländlichkeit zu bewahren, die es eigentlich nicht mehr gibt (vgl. Kap. X). Trachten werden von manchen stark abgelehnt und scheinen für sie keine Identifikationsmöglichkeit zu bieten, da sie oft karnevalisiert und inszeniert werden und somit nicht mehr authentisch sind. Für andere stellen sie einen bedeutenden Bestandteil der Kultur und eine Möglichkeit dar, den Stolz auf die Heimat zu zeigen.

„Da gibt’s ja so Brauchtum des sollen wir erhalten. Ja sollte man, weil des die Wurzeln sind. Weil bei uns is auch die Lederhosn Tracht und des Dirndl und des vermittelt ja auch die Heimat“ (Richard).

Sprache und Dialekt sind wichtige Traditionen, die Beständigkeit vermitteln und zur Geborgenheit des Wohnortes beitragen. Für Roswitha bedeutet Tradition weniger Essen und Kleidung, sondern ein Bewahren der Landschaft. Sie meint damit *„nicht ein Zurückschauen und die Vergangenheit verklären, sondern ein Fortentwickeln aus dem Bestehenden“*: Land, Natur und Leute schützen, schätzen und weiterentwickeln. Erika und Michael sind Traditionen unwichtig. Sie weigern sich Dinge zu machen, nur *„weil sie schon immer so waren“* (Michael). Im Gegensatz dazu bedeuten ihnen Veränderung und ein stetes Weiterentwickeln viel. Die

vermeintlich starren Dorfbewohner stehen Veränderungen ebenso durchaus offen gegenüber, wobei große Neuerungen gemieden werden. Zu Beginn besteht eine gewisse Skepsis, nach einer gewissen Zeit werden Veränderungen jedoch akzeptiert und für gut befunden. Annika zitierte in diesem Zusammenhang Hermann Hesse: *„Jedem Zauber wohnt ein Anfang inne und jedem Anfang wohnt ein Zauber inne“*.

Zu Kirche und Glaube haben alle Interviewpartner eine ambivalente Einstellung. Der Glaube hat allgemein eine große Bedeutung, während die Haltung zur Kirche durchweg kritisch ist. Aus Pflichtgefühl besuchen einige trotzdem die Kirche, z.B. bei Messen für Angehörige. Kirchliche Feste hingegen sind wichtig und sorgen, wenn sie gemeinsam im Dorf gefeiert werden, für ein Gefühl von Gemeinschaft. Eine sehr distanzierte Haltung weisen Erika und Michael auf.

„Und ich kann das gut verstehen, dass Leute an Gott glauben weil ich finde das auch ein gutes Instrument um sich selber auch eine gewisse Richtlinie aufzuzuktroieren, wenn man selber nicht den Biss hat sich sein Leben selber zu organisieren auch jetzt ethisch und seelisch“ (Michael).

Diese Aussage impliziert, dass Kirche und Religion für die Schwachen sind. Michael hat gegen die Kirche eine extreme Abneigung, er sieht sie als *„Angstmacherin und von Verboten geprägt“*. Damit distanziert er sich nicht nur von der Kirche bzw. Religion, sondern vor allem von den gläubigen Menschen, wobei unklar ist, inwieweit er tatsächlich Erfahrungen mit konservativen, gläubigen Personen im Wohnort gemacht hat. Insgesamt lässt sich feststellen, dass die Bedeutung der Religion und insbesondere die der Kirche auf dem Lande abgenommen hat.

5.1.2.7 Drei Typen von Dorfbewohnern

Die Analyse der qualitativen Interviews ergibt drei Typen von Dorfbewohnern, die zwar in sich nicht komplett homogen sind, im Großen und Ganzen jedoch eine ähnliche Einstellung zum Landleben aufweisen. Dorfbewohner aus Überzeugung (Anton, Florian, Hilde, Johannes, Markus), Großstadtflüchtlinge (Annika, Claudia, Richard, Roswitha) und kritische Dorfbewohner (Erika, Michael).

Dorfbewohner aus Überzeugung

„Mei ich denk als Bayer oder Schwabe sehen wir uns net, wir sehen uns als Großaitinger“
(Florian).

Die Dorfbewohner aus Überzeugung sind Einheimische oder wohnen seit mehr als 30 Jahren am Wohnort. Florian und Hilde lebten zwar zwischenzeitlich in der Großstadt, fühlten sich dort aber nie sehr wohl. Der Wohnort bedeutet Heimat durch das Vertraute, die gewohnte Umgebung und die bekannten Gesichter. Sie haben eine sehr hohe emotionale Ortsbindung und richten ihr Leben stark auf den Wohnort aus, was sich in einem großen Interesse an allen Belangen des dörflichen Geschehens, Teilnahme an örtlichen Veranstaltungen oder einem Engagement in Vereinen zeigt. Die rege Teilhabe am Dorfleben wird als wichtiger Aspekt zur Aufrechterhaltung der dörflichen Lebensqualität erachtet. Durch die Investition von Zeit und Geld können der Wohnort unterstützt und dörfliche Feste und Bräuche, denen eine große Bedeutung beigemessen wird, bewahrt werden. Örtliche Veranstaltungen werden als Möglichkeit wahrgenommen soziale Beziehungen und Freundschaften, die sich überwiegend auf den Wohnort beschränken, aufrechtzuhalten. Ein Umzug kommt nicht in Frage und ein Leben in der Stadt ist unvorstellbar. Sie scheint ein anonymer, hektischer und stressiger Ort zu sein, während das Landleben durch tiefe Sozialbeziehungen, gegenseitige Unterstützung sowie Kenntnis geprägt ist und nahezu keine Nachteile hat. Soziale Kontrolle wird zwar erkannt, stört aber nicht und ihr wird mit Humor begegnet. Die Dorfbewohner aus Überzeugung sind stark in die Dorfgemeinschaft integriert. Vor allem ein gutes nachbarschaftliches Verhältnis ist unabdingbar für ein positives Lebensgefühl. Die im verstärkten Zuzug begründeten Veränderungen des Landlebens in den letzten Jahren werden sehr negativ bewertet. Der Glaube hat einen hohen Stellenwert für die Dorfbewohner aus Überzeugung, wohingegen der Kirche selbst sehr kritisch begegnet wird.

Großstadtflüchtlinge

Mein Traum wäre, hier zu wohnen und eine kleine Wohnung in der Stadt zu haben (Roswitha).

Die Großstadtflüchtlinge leben zwar sehr gerne auf dem Lande, sind sich aber der Nachteile bewusst. Die Großstadt wird nicht per se verurteilt, sondern war für einen gewissen Zeitraum ein durchaus adäquater Wohnort. Die Vorteile der Stadt sind struktureller Art, wie der besser ausgebaute ÖPNV, Einkaufsmöglichkeiten und Kultureinrichtungen, während die Vorzüge des Landlebens im persönlichen Umgang, wie der gegenseitigen Unterstützung, liegen. Obwohl sie andere Erfahrungen machten, wird das Leben in der Stadt mit einer engen Wohnung in einer anonymen Nachbarschaft verbunden. Der Zuzug aufs Land erfolgte häufig aus pragmatischen Gründen (Baugrund, Vergrößerung des Wohnraumes, kinderfreundliche Umgebung). Mittlerweile fühlen sie sich in die Gesellschaft integriert, obwohl es teilweise Startschwierigkeiten gab. Kontakte innerhalb der Dorfgemeinschaft beschränken sich überwiegend auf die Nachbarschaft. Ein gutes Verhältnis zu den Nachbarn und gegenseitige Hilfestellung ist ihnen sehr wichtig, wobei zu große Nähe nicht erwünscht ist. Das Interesse am örtlichen Geschehen bezieht sich auf Aspekte, die ihr eigenes Leben betreffen, z.B. den Kindergarten oder politische Entscheidungen. Das Vereinsleben hat für die Großstadtflüchtlinge, mit Ausnahme von Richard, kaum eine Bedeutung. Dörfliche Bräuche und Traditionen spielen eine untergeordnete Rolle, vielmehr wird Wert auf eigene familiäre Rituale gelegt. Insgesamt wird weniger die Gemeinde, als das eigene Heim als Rückzugsort betrachtet. Der Kirche wird kritisch gegenübergestellt und der Glaube spielt, mit Ausnahme von kirchlichen Festen, kaum eine Rolle. Der Wohnort bedeutet für zwar Heimat, hat jedoch eine geringere Bedeutung als für die Dorfbewohner aus Überzeugung und wird nicht nur rein positiv wahrgenommen. Roswitha stellt einen Übergangstyp zum kritischen Dorfbewohner dar, da sie zu Beginn eine negative Haltung aufwies, die sich mittlerweile umkehrte. Richard hat viele Gemeinsamkeiten mit den Dorfbewohnern aus Überzeugung. Aufgrund seiner teilweise kritischen Haltung wird er allerdings den Großstadtflüchtlingen zugeordnet.

Kritische Dorfbewohner

Für mich gibt's keine Heimat. Ich kann überall leben (Erika).

Die kritischen Dorfbewohner genießen zwar einige Vorzüge des Landlebens, haben aber insgesamt eine reservierte Einstellung dem Wohnort und insbesondere der Dorfgemeinschaft gegenüber. Sie sehen sich in der Rolle der Exoten, die anders sind und sich nicht anpassen wollen. Den anderen Dörflern, die als rückständig und starr beschrieben werden, fühlen sie sich überlegen. Sie sehen sich selbst als modern und weltoffen. Dementsprechend fühlen sie sich von Dorfklatsch betroffen, stören sich aber nicht daran. Soziale Kontrolle wird im Gegensatz zu den anderen Typen kritisch betrachtet und als Einschränkung der Lebensqualität und der Entwicklungsmöglichkeiten eingeschätzt. Enge Freundschaften bestehen keine am Wohnort. Eine gute Nachbarschaft ist auch den kritischen Dorfbewohnern wichtig, wobei kein Interesse an übermäßigem Kontakt besteht. Das örtliche Geschehen wird nicht verfolgt und speziell traditionelle Vereine werden stark abgelehnt. Ein Heimatbezug und eine lokale oder regionale Identifikation bestehen nicht, da sie sich als heimatlose Weltmenschen, die keinen bestimmten Ort brauchen, um sich wohlfühlen, sehen. Ihr Leben spielt sich vor allem im häuslichen Bereich ab. Das eigene Heim bildet einen Rückzugsort und die Familie hat einen hohen Stellenwert. Trotz alledem leben sie gerne am Wohnort, der eine ideale Mischung zwischen kleinem Dorf und anonymer Stadt darstellt. Ein urbanes Leben ist nicht vorstellbar. Die Einstellung gegenüber der Stadt ist zwar positiver als bei den anderen Gruppen, trotzdem überwiegen die Nachteile. Traditionen und Religion werden abgelehnt und als rückständig empfunden.

5.1.3 Fazit: Raumbeziehungen und Raumwahrnehmungen

Die Ergebnisse der qualitativen Interviews ergänzen die quantitative Auswertung und verdeutlichen, dass Bewohner ländlicher Räume nicht als homogene Einheit betrachtet werden können. Somit ergeben sich bei den befragten und interviewten Dorfbewohnern Differenzen hinsichtlich ihrer Beziehungen zum Wohnort sowie ihren Werthaltungen. Früher galt Religion als zentraler Wert auf dem Lande und die Kirche hatte maßgeblichen Einfluss auf das Dorfleben. Die Ergebnisse der quantitativen Befragung zeigen, dass dieser hohe Stellenwert mittlerweile nicht mehr gegeben ist. Lediglich für ältere Dorfbewohner hat Religion nach wie vor eine große Bedeutung. Die qualitativen Interviews ergeben, dass zwischen Kirche und Glaube unterschieden werden muss. Vor allem die Kirche hat ihre Machtposition eingebüßt und im Leben der Interviewpartner kaum eine Relevanz. Der Glaube

wiederum stellt für einige nach wie vor einen wichtigen Lebensbereich dar. Tradition scheint ebenso an Einfluss verloren zu haben, wobei die qualitativen Interviews zeigen, dass der Begriff sehr individuell geprägt ist und somit nicht von einem allgemeinen Bedeutungsrückgang ausgegangen werden kann. Familiäre Traditionen, Rituale und Feste haben insbesondere für die interviewten Frauen einen hohen Stellenwert. Dörfliche Traditionen werden von den sehr ortsbezogenen Menschen geschätzt.

Die Bindung an den Wohnort ist allgemein hoch, wobei soziodemographische Unterschiede bestehen. Ältere und Personen, die lange an ihrem Wohnort leben, fühlen sich ihm stärker verbunden als Jüngere und Neubürger. Gemeinsam scheint den meisten Dorfbewohnern die Wahrnehmung postmoderner Veränderungen wie Schnelllebigkeit und Hektik, was sich sowohl aus der quantitativen Befragung als auch aus den qualitativen Interviews ergibt. Der Wohnort und insbesondere der eigene Garten stellen eine Rückzugsmöglichkeit in der unüberschaubar werdenden Welt dar. Die Fortzugsmotive geben einen ersten Hinweis auf die Bewertung der Nachteile des Landlebens. Insbesondere strukturelle Merkmale wie eine schlechte Verkehrsanbindung sind Gründe, über einen Umzug nachzudenken. Diese Aspekte werden auch von einigen Interviewpartnern als einschränkend bewertet. Soziale Kontrolle wird im Rahmen der quantitativen Auswertung nicht als Problem erachtet. Die tiefere Analyse der Dorfbewohner ergibt jedoch, dass sie durchaus mit sozialer Kontrolle konfrontiert werden. Die Bewertung dieses Aspektes des dörflichen Zusammenlebens unterscheidet sich jedoch bei den Interviewpartnern. Sowohl die quantitative als auch die qualitative Auswertung verdeutlichen einen zumeist hohen Stellenwert der Dorfgemeinschaft. Es zeigt sich, dass die Integration in die Gemeinschaft eine Voraussetzung für die Zufriedenheit mit den Lebensverhältnissen ist. Analog verhält es sich bei der Teilnahme am Dorfleben. Die Ergebnisse der Haushaltsbefragung verdeutlichen, dass die Dorfbewohner sich überwiegend dafür interessieren, was an ihrem Wohnort geschieht und gerne an örtlichen Veranstaltungen teilnehmen. Wie die Interviews ergeben, ist das Interesse am örtlichen Geschehen stark von der Bindung an den Wohnort abhängig.

5.2 Die Dorfbewohner als Konsumenten

Das menschliche Konsumverhalten kann nicht durch rein ökonomische Faktoren begründet werden, sondern ist von vielzähligen Einflüssen abhängig – DEN Konsumenten gibt es nicht. Einkaufen ist ein von Werten und Einstellungen gesteuerter Prozess. Vor dem Hintergrund der Ausdifferenzierung verschiedener Lebensstile haben sich unterschiedliche Konsummuster gebildet (vgl. Kap. 2.2.3.3). Daher werden, neben dem faktischen Einkaufsverhalten, die zugrundeliegenden Konsumeinstellungen bzw. -ansprüche der Dorfbewohner untersucht. Die deskriptive Beschreibung der Ergebnisse der schriftlichen Haushaltsbefragung anhand von Häufigkeitszählungen ermöglicht eine erste Annäherung an ländliche Konsumenten. Diese werden durch Korrelationsanalysen mit soziodemographischen Merkmalen bzw. den Beziehungen zum Wohnort tiefergehend analysiert. Als Korrelationskoeffizienten werden, je nach Skalierung der Variablen, das Zusammenhangsmaß Cramer V (nominale Variablen) oder der Rangkorrelationskoeffizient nach Spearman (ordinale Variablen) verwendet und anhand des theoretischen Vorwissens interpretiert (vgl. Kap. 5.1.1). Die Werte der Korrelationskoeffizienten werden je nach Signifikanz mit $*(p < 0,05)$ oder $** (p < 0,01)$ gekennzeichnet. Einige Variablen werden mittels Hauptkomponentenanalysen zusammengefasst.

5.2.1 Faktisches Konsumverhalten

Die Einzelhandelsstruktur ländlicher Räume stellt die Dorfbewohner mitunter vor Herausforderungen (vgl. Kap. 2.2.3.2), was sich in ihrem Konsumverhalten niederschlägt. In einem ersten Schritt werden die Haupteinkaufsorte der Bewohner der Untersuchungsgemeinden vor dem Hintergrund der defizitären Einzelhandelsstruktur untersucht und interpretiert. Die Wahl einer Einkaufsstätte wird nicht nur von deren Lage, sondern auch von den Ansprüchen der Konsumenten bzw. deren Zufriedenheit mit dem Angebot bestimmt, welche im zweiten Analyseschritt untersucht werden. Neben den Orten (Städte bzw. Gemeinden) an denen konsumiert wird, gibt die Wahl der Betriebsformen Hinweise auf die Anforderungen der Dorfbewohner und wird im dritten Schritt beschrieben.

5.2.1.1 Haupteinkaufsorte

Die Analyse der Haupteinkaufsorte für Lebensmittel (täglicher Bedarf und Vorratseinkäufe), Kleidung und Schuhe sowie DVDs, CDs und Bücher zeigt, welche Zentralitätsstufen bei einem Einkauf präferiert werden (vgl. Tab. 29) und welche Entfernung die Befragten zurückzulegen bereit sind. Darüber hinaus wird die Rolle des Wohnortes für den Einkauf bestimmt, wobei die unterschiedliche Zentralität und damit einhergehend die Unterschiede der Einzelhandelsausstattung der Untersuchungsgemeinden bedacht werden müssen (vgl. Kap. 3.3).

Tabelle 29 Zentralitätsstufe der Haupteinkaufsorte in %

	Lebensmittel täglicher Bedarf (N=779)	Lebensmittel Vorratseinkäufe (N=767)	Kleidung, Schuhe (N=765)	Bücher, CDs, DVDs (N=764)
Wohnort	68,5	27,0	0,3	0,3
Kleinzentrum	14,5	19,7	2,1	1,0
Unterkzentrum	2,2	6,4	2,6	1,3
Mittelzentrum	14,1	43,5	40,5	44,8
Oberzentrum	0,7	3,4	51,9	35,4
Internet	-	-	2,6	17,2

Quelle: Eigene Berechnungen.

Lebensmittel des täglichen Bedarfs

Die Bereitschaft, weite Wege zurückzulegen ist für Waren des täglichen Bedarfs sehr gering. 69 % der Befragten kaufen Lebensmittel des täglichen Bedarfs am Wohnort, wobei sich Unterschiede zwischen den Untersuchungsgemeinden ergeben. Die Bewohner Großaitingens nutzen dafür das örtliche Einkaufsangebot (85 %) sowie das umfassendere Angebot der nahegelegenen Mittelzentren Bobingen und Schwabmünchen (13 %). Von den befragten Scheuringern kaufen immerhin 43 % Lebensmittel des täglichen Bedarfs am Wohnort. Es besteht die Möglichkeit, sich vor Ort mit dem Grundbedarf zu versorgen, was eine erfreuliche Tatsache für einen nicht-zentralen Ort darstellt. Das Kleinzentrum Untermeitingen bildet für 38 % der befragten Scheuringer den Haupteinkaufsort. 7 % tätigen ihre täglichen Einkäufe in einem Mittelzentrum (Landsberg am Lech, Schwabmünchen). Die Scheuringer legen vergleichsweise große Entfernungen (bis zu 20 km) für den Einkauf von Waren des täglichen Bedarfs zurück, während kaum ein Großaitinger mehr als 10 km für den Einkauf aufwendet (vgl. Abb. 19).

Lebensmittel - Vorratseinkauf

Die Bereitschaft weitere Wege zurückzulegen nimmt bei Vorratseinkäufen zu, da diese seltener erfolgen und Wert auf ein großes Angebot sowie Kopplungsmöglichkeiten gelegt wird. In kleinen Gemeinden können diese Ansprüche häufig nicht erfüllt werden. Nichtsdestotrotz liegt unter den befragten Großaitingern der Wohnort auf Platz 1 (42 %), wobei die Mittelzentren an Bedeutung gewinnen (30 % bzw. 24 %). Sie verfügen über ein weitaus umfassenderes Angebot als Großaitingen. Für die Scheuringer ist der Wohnort kaum von Belang (3 %). Mehr als die Hälfte der Befragten präferiert das Kleinzentrum Untermeitingen. Das Mittelzentrum Landsberg am Lech gewinnt ebenso an Bedeutung (25 %). Insbesondere in Hinblick auf den demographischen Wandel scheint es erstrebenswert, den Scheuringern die Möglichkeit zu bieten, sämtliche Lebensmittel am Wohnort zu erwerben. Ältere Personen verfügen oftmals nicht über einen PKW und haben keine Möglichkeit, weiter entfernt liegende Orte aufzusuchen. Auf diese prekäre Lage reagierte die Gemeinde durch den Busservice ins nahegelegene Prittriching. Hinsichtlich der zurückgelegten Entfernung zeigt sich, dass für Vorratseinkäufe auch die Bewohner Großaitingens weitere Strecken in Kauf nehmen (vgl. Abb. 19). Dies überrascht insbesondere vor dem Hintergrund der guten Einzelhandelsversorgung in Großaitingen (vgl. Abb. 20).

Kleidung, Schuhe

Der Einkauf von Waren höherer Bedarfsstufen wie Kleidung und Schuhe folgt einem anderen Muster. Es zeigt sich das Bild des hybriden Konsumenten, der einerseits den Einkauf von Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs schnell und kostengünstig hinter sich bringen will (siehe oben), andererseits den Kauf von Kleidung und Schuhen als Erlebnis zelebriert. „Shopping“ soll Spaß und Freude bringen. Zudem wird in diesem Branchenzweig Wert auf ein umfassenderes Angebot gelegt, wofür weitere Wege in Kauf genommen werden (vgl. Kap. 2.2.3.3). Der Wohnort spielt keine Rolle, während mehr als die Hälfte der Befragten einen Einkauf in den Oberzentren Augsburg und München bevorzugt. Das Angebot der nahegelegenen Mittelzentren Schwabmünchen bzw. Landsberg am Lech ist für ein Drittel der Befragten ausreichend. Die Bereitschaft, für den Einkauf von Kleidung weitere Wege in Kauf zu nehmen, ist in einer Ausweitung des Angebots und der Möglichkeit, den Einkauf mit anderen Aktivitäten zu verbinden, begründet. Für den Kauf von Kleidung und Schuhen sind die Probanden aus Scheuring mobiler und legen weitere Wege zurück. Nur 1,6 % der befragten

Großaitinger, aber 40 % der Scheuringer kaufen Kleidung und Schuhe in 20 bis 50 km Entfernung, was auf die Distanz des Oberzentrums Augsburg zurückzuführen ist (vgl. Abb. 19).

Bücher, CDs, DVDs

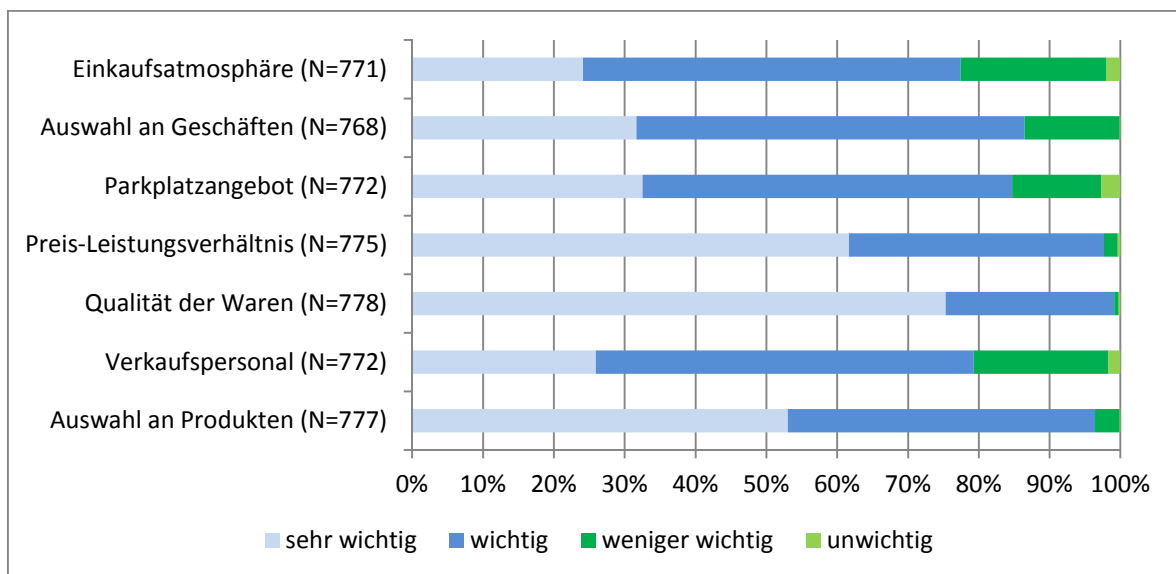
Der Konsum von Büchern, CDs und DVDs folgt einem ähnlichen Muster wie der Einkauf von Kleidung und Schuhen. Die Konsumenten legen Wert auf eine große Auswahl und die Möglichkeit, den Einkauf mit anderen Tätigkeiten zu koppeln. In den letzten Jahren hat sich das Internet zu einem wichtigen Einkaufsmedium für diesen Branchenzweig entwickelt, was sich an den Einkaufsorientierungen der Befragten zeigt. Der Wohnort spielt eine vernachlässigbare Rolle und Mittel- bzw. Oberzentren gewinnen an Bedeutung. Die befragten Großaitinger bevorzugen Augsburg und Schwabmünchen, die Scheuringer kaufen verstärkt im Mittelzentrum Landsberg am Lech ein. Die Distanzen, die für die Einkäufe zurückgelegt werden müssen, sind bei den Konsumenten aus Scheuring weitaus größer. Können 41 % der Großaitinger Bücher, CDs und DVDs in einem Umkreis von weniger als 10 km erwerben (Schwabmünchen), ist dies nur für 3 % der Scheuringer möglich. Knapp ein Viertel kauft diese Waren in 25 bis 50 km Entfernung (vgl. Abb. 19).

Insgesamt zeigt sich, dass die Gemeinde Großaitingen ihre Aufgabe als Kleinzentrum erfüllt und die Versorgung der Bevölkerung mit dem Grundbedarf sicherstellt. Es obliegt den Mittel- bzw. Oberzentren den darüber hinausgehenden Bedarf zu decken. Scheuring spielt lediglich für den Einkauf von Waren des täglichen Bedarfs eine kleine Rolle. Möglicherweise könnte dies durch eine Ausdehnung des Angebots erhöht werden, wozu bei den anderen Bedarfsstufen aufgrund der geringen Größe und Zentralität Scheurings keine Notwendigkeit besteht.

5.2.1.2 Der Kaufentscheidungsprozess

Der Entscheidungsprozess für die Wahl einer Einkaufsstätte wurde in Kap. 2.2.3.4 dargestellt. Entsteht ein konkreter Bedarf nach einem Produkt oder einem Erlebniseinkauf, wird nach Alternativen gesucht, die anhand der individuellen Ansprüche bewertet werden (HEINRITZ ET AL. 2005. 125f.). Im Folgenden wird hinterfragt, welche Dimensionen den Probanden beim Einkauf besonders wichtig sind (vgl. Abb. 26). Dabei werden quantitative (die Auswahl an Geschäften und Produkten, das Preis-Leistungsverhältnis, das Parkplatzangebot) und qualitative Aspekte (die Einkaufsatmosphäre, die Qualität der Waren, das Einkaufspersonal) unterschieden. Mittels Korrelationsanalysen wird der Einfluss soziodemographischer Merkmale auf den Kaufentscheidungsprozess untersucht. Die Probanden der Untersuchungsgemeinden weisen ähnliche Antwortmuster auf, weswegen auf eine Differenzierung verzichtet wird.

Abbildung 26 Anforderungen an einen Einkaufsort



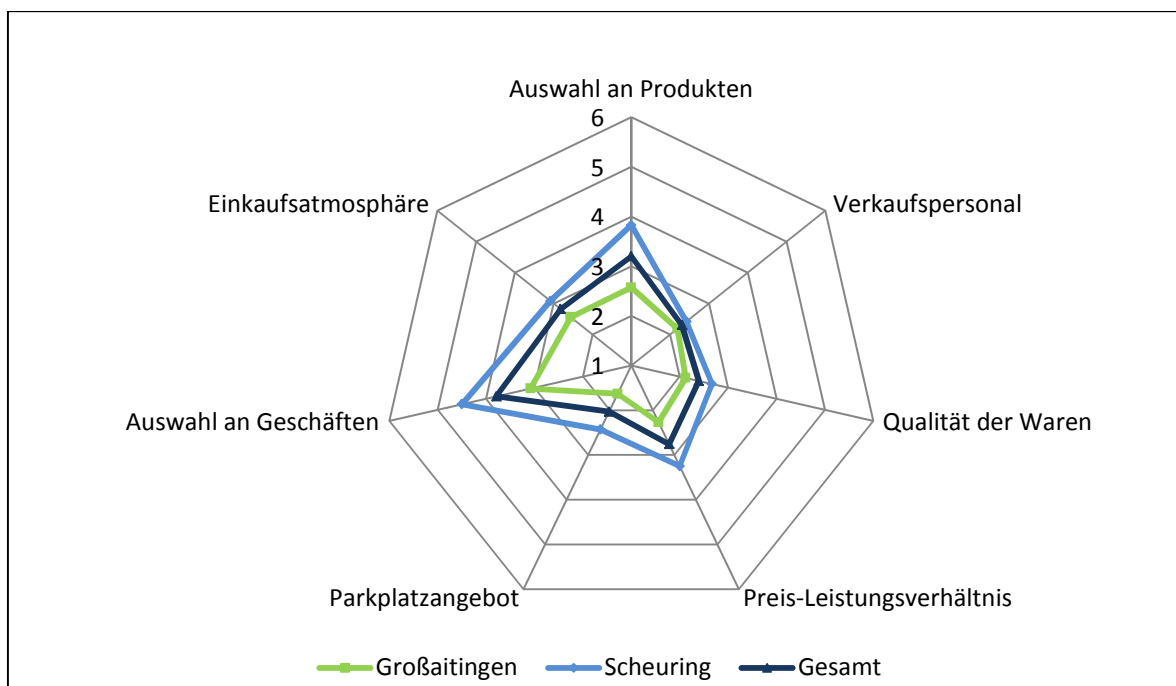
Quelle: Eigene Berechnungen.

Besonderer Wert wird auf die Qualität der Waren sowie das Preis-Leistungsverhältnis und die Auswahl an Produkten gelegt. Am unwichtigsten sind das Verkaufspersonal sowie die Einkaufsatmosphäre. Daraus folgt, dass die Befragten vor allem quantitative Faktoren, wie ein ausreichendes Angebot oder eine große, qualitativ hochwertige, aber dennoch preiswerte Auswahl, berücksichtigen. Weniger Wert wird auf das „Drumherum“ gelegt. Eine Einkaufsstätte wird seltener aufgrund der freundlichen Verkäufer oder des angenehmen Ambientes gewählt, als aufgrund des ausreichenden Warenangebots.

Es ergeben sich soziodemographische Unterschiede hinsichtlich der Bedeutung verschiedener Aspekte. Mit zunehmendem Alter legen die Befragten Wert auf qualitativ hochwertige Waren (Spearman 0,176**), während Jüngere preis-leistungsorientiert sind (Spearman -0,163**). Mit höherem Schulabschluss verliert das Preis-Leistungsverhältnis an Bedeutung (Spearman -0,094*), was vermutlich auf größere finanzielle Mittel zurückzuführen ist. Befragte mit einem höheren Einkommen schätzen eine umfassende Auswahl an Produkten (Spearman 0,125**) und eine angenehme Einkaufsatmosphäre (Spearman 0,114**). Die Ansprüche an die Waren wachsen und neben quantitativen gewinnen qualitative Kriterien an Bedeutung.

An den Einkauf anschließend folgt die Evaluierung der Einkaufsstätte. Die Bewertung entscheidet, ob diese erneut aufgesucht wird. Daher ist es für eine Analyse des Einzelhandelsangebotes in den Untersuchungsgemeinden wichtig, wie dieses von den Bewohnern eingeschätzt wird. Um die Zufriedenheit mit dem vorhandenen Angebot zu ermitteln, konnten die Befragten die zuvor genannten Faktoren mit Schulnoten bewerten. In Abb. 27 werden jeweils die Durchschnittswerte angegeben. Je näher der Faktor am Mittelpunkt liegt, desto positiver wird er eingeschätzt.

Abbildung 27 Bewertung des örtlichen Einzelhandels (N=779)



Quelle: Eigene Berechnungen.

Die befragten Großaitinger bewerten den örtlichen Handel insgesamt besser als die Scheuringer, da Großaitingen als Kleinzentrum über ein größeres Angebot verfügt als ein nicht-zentraler Ort wie Scheuring. Besonders im Hinblick auf die Auswahl an Geschäften

schneidet Scheuring deutlich schlechter ab (Note 4,4) als Großaitingen (Note 3,1). Dieser Faktor wird bei beiden Gemeinden am schlechtesten bewertet, was einen Handlungsbedarf nahelegt. Gemeinsam sind beiden Kommunen die positiven Bewertungen des Parkplatzangebotes und des Verkaufspersonals. Die Qualität der Waren scheint den Ansprüchen im Großen und Ganzen zu genügen, nicht jedoch die Auswahl an Produkten. Es zeigt sich, dass in Scheuring aus Sicht der Bürger durchaus Defizite im Einzelhandelsangebot bestehen. Für Großaitingen ergibt sich ein positiveres Bild und es bestätigt sich, dass die Gemeinde ihre Aufgabe, die Grundversorgung der Bevölkerung zu sichern, erfüllt.

Wie in Kap. 2.2.3.4 dargestellt, ist die Bewertung des Wohnortes als Einkaufsort nicht nur von objektiven Kriterien geprägt, sondern auch vom subjektiven Empfinden beeinflusst. Neben soziodemographischen Unterschieden können Raumbeziehungen sowie die Wohndauer (vgl. Tab. 30) die Zufriedenheit und die Bedeutung des Wohnortes als Einkaufsort beeinflussen.

Die Qualität der Waren wird mit steigendem Einkommen (Spearman -0,133**) und höherem Schulabschluss (Spearman -0,127**) schlechter bewertet. Das örtliche Angebot kann den Ansprüchen scheinbar nicht genügen. Demgegenüber steht eine negative Bewertung des Preis-Leistungsverhältnisses bei Personen mit niedrigerem Schulabschluss (Spearman 0,090*). Es wird mit zunehmendem Alter positiver betrachtet (Spearman 0,172**). Jüngere und Personen mit niedrigerem sozioökonomischem Status legen zwar größeren Wert auf günstige Preise, scheinen diesen Anspruch jedoch nicht am Wohnort erfüllen zu können, was ein zu hohes Preisniveau des örtlichen Handels nahelegt.

Tabelle 30 Korrelation Wohnortbindungen – Bedeutung des Wohnortes als Einkaufsort (N=519)

	Wohnort ist Haupteinkaufsort (Lebensmittel täglicher Bedarf) (Cramer V)	Bewertung Wohnort Gesamt (Spearman)
dörfliche Identität	0,126**	0,182**
Teilnahme am Dorfleben	0,225**	0,250**
dörfliche Beziehungen	0,230**	0,283**
postmoderne Veränderungen	0,104*	0,149**
Wahrnehmung der Nachteile des Landlebens	0,235**	0,305**
Wohndauer	0,262**	-0,214**

Quelle: Eigene Berechnungen.

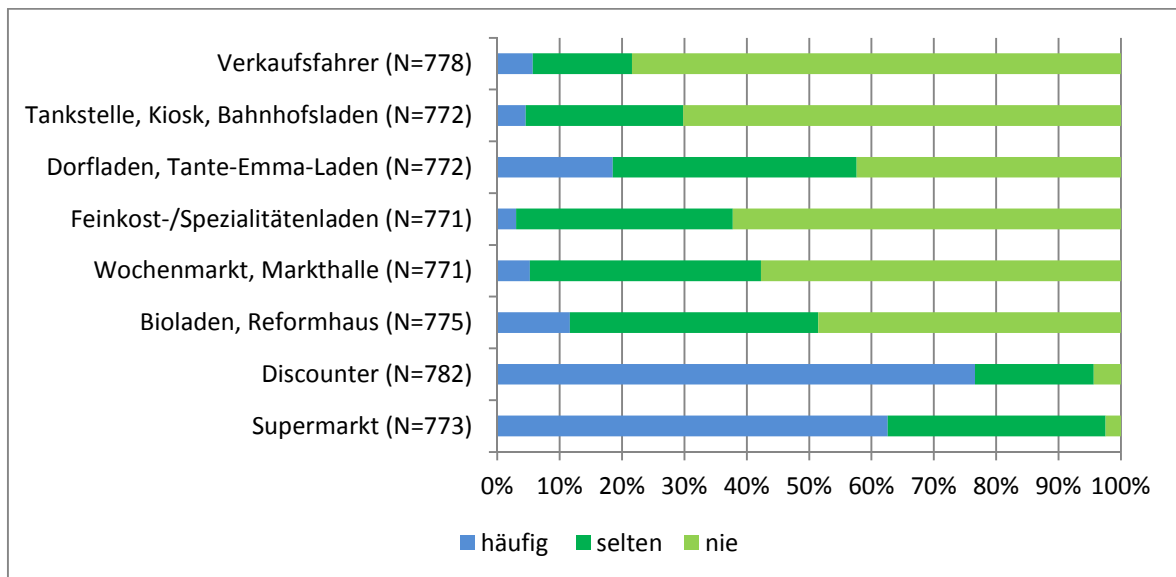
Die Bewertung des Wohnortes als Einkaufsort korreliert stark mit der Wahrnehmung der Nachteile des Dorflebens. Eine allgemein negative Grundhaltung gegenüber dem Dorf geht

mit einer negativen Wahrnehmung der Einzelhandelsausstattung einher. Personen, die gut in die Gemeinschaft integriert sind bzw. einen großen Freundeskreis am Wohnort haben, sind dem örtlichen Einkaufsangebot ebenso positiv eingestellt, wie diejenigen, welche am Dorfleben teilhaben bzw. sich für das aktuelle Geschehen am Wohnort interessieren. Insgesamt zeigt sich, dass eine starke dörfliche Identität eine positive Sichtweise auf den örtlichen Handel zur Folge hat. Eine emotionale Bindung an den Wohnort lässt dessen Vorteile überwiegen, während mögliche Defizite weniger wahrgenommen werden. Die emotionale Bindung führt zu einem bevorzugten Einkauf am Heimatort. Insbesondere die Teilnahme am Dorfleben und starke dörfliche Beziehungen implizieren eine Fokussierung auf den Wohnort hinsichtlich des Konsums. Befragte, welche die postmodernen Veränderungen wahrnehmen und den Wohnort als möglichen Rückzugsort vor der hektischen Welt betrachten, sind in ihren Einkaufsgewohnheiten stark auf diesen fokussiert. Möglicherweise bietet der Wohnort auch im Konsumbereich eine gewisse Vertrautheit und Stabilität. Der Einfluss der Wohndauer auf die Zufriedenheit mit dem Einzelhandel vor Ort kann durch eine zunehmende Verbundenheit erklärt werden. Zudem sind Neubürger möglicherweise mit einem schlechteren Einzelhandelsangebot konfrontiert, als sie es gewohnt sind. Dies wird durch den Zusammenhang zwischen der Größe des vorherigen Wohnortes und der Zufriedenheit mit dem örtlichen Einzelhandel deutlich (Spearman $-0,120^*$). Vor allem Befragte, die vormalig in größeren Städten lebten, sind mit der Handelsstruktur unzufrieden.

5.2.1.3 Betriebsformenwahl

Zur Analyse des Einkaufsverhaltens, werden nicht nur die bevorzugten Städte und Gemeinden, sondern auch die konkreten Betriebsformen identifiziert, die bei einem Einkauf von Lebensmitteln (vgl. Abb. 28) bzw. Kleidung (vgl. Abb. 29) aufgesucht werden. Dadurch ergeben sich erste Hinweise, worauf bei einem Einkauf Wert gelegt wird, z.B. eine große Auswahl (Supermarkt), günstige Preise (Discounter), „Nachhaltigkeit“, Umweltbewusstsein, Gesundheit (Bioladen, Reformhaus), Frische (Wochenmarkt, Markthalle), Spezialität, Exklusivität (Feinkost-/Spezialitätenladen), Übersichtlichkeit, Soziales, dörflicher Charakter (Tante-Emma-Laden, Dorfladen) oder Schnelligkeit, Bequemlichkeit (Tankstelle, Kiosk, Bahnhofsladen, Verkaufsfahrer). Selbstverständlich kann allein durch die Wahl der Betriebsformen keine sichere Aussage gemacht werden, welche Motive zugrunde liegen. Die Ausführungen beruhen auf der Grundlage des theoretischen Vorwissens.

Abbildung 28 Bevorzugte Betriebsformen für den Einkauf von Lebensmitteln



Quelle: Eigene Berechnungen.

Der Discounter wird am häufigsten genutzt, gefolgt vom Supermarkt, was verdeutlicht, dass die Befragten Wert auf günstige Preise sowie eine große Auswahl legen. Eine gesunde, nachhaltige Lebensweise und frische Produkte scheinen beinahe der Hälfte der Probanden wichtig zu sein. Sie kaufen zumindest gelegentlich in einem Bioladen, Reformhaus oder am Wochenmarkt bzw. einer Markthalle ein. Tankstelle, Kiosk und Bahnhofsladen spielen kaum eine Rolle beim Einkauf von Lebensmitteln, was zeigt, dass Schnelligkeit bzw. Bequemlichkeit eine untergeordnete Bedeutung haben. Übersichtlichkeit und dörflicher Charakter (Dorfladen, Tante-Emma-Laden) scheinen für knapp 60 % der Befragten einen wichtigen Aspekt beim Einkaufen darzustellen. Immerhin ein Drittel kauft gelegentlich in einem Feinkost- oder Spezialitätenladen ein und scheint hohe Qualitätsansprüche an Lebensmittel zu haben.

Die Differenzen im Einkaufsverhalten bei den Befragten der Untersuchungsgemeinden sind überwiegend in dem unterschiedlichen Angebot begründet. Einen Verkaufsfahrer nehmen die Scheuringer häufiger in Anspruch, was an den geringeren Einkaufsmöglichkeiten in der Gemeinde liegen kann. Den schnellen Einkauf an einer Tankstelle, einem Kiosk oder in einem Bahnhofsladen tätigen nur wenige der befragten Scheuringer, aber 40 % der Großaitinger gelegentlich. Ein Grund kann sein, dass in Scheuring keine dieser Betriebsformen besteht, während die Tankstelle in Großaitingen ein relativ großes Angebot bietet. Der größte Unterschied zeigt sich beim Einkauf in kleinen Läden und Dorfläden. Sie stellen für über 80 % der Scheuringer, aber nur für 40 % der Großaitinger eine Option dar, was darin begründet

sein kann, dass in Großaitingen kein Laden dieser Größenordnung existiert. Besteht die Möglichkeit in kleinen Läden bzw. Dorfläden einzukaufen, scheint sie genutzt zu werden.

Die Korrelationsanalysen mit dem Rangkorrelationskoeffizienten nach Spearman ergeben soziodemographische Unterschiede hinsichtlich der Betriebsformenwahl (vgl. Tab. 31).

Tabelle 31 Korrelation (Spearman) Soziodemographie – Betriebsformen Lebensmittel

	Einkommen (N=776)	Schulabschluss (N=778)	Alter (N=778)
Supermarkt	-	-	-0,086*
Discounter	-	-	0,178**
Bioladen, Reformhaus	-0,140**	-0,160**	-0,089*
Wochenmarkt, Markthalle	-0,118**	-0,094**	-
Feinkostladen, Spezialitätenladen	-0,141**	-0,121**	-0,120**
Dorfladen, Tante-Emma-Laden	-	0,099**	-0,260**
Tankstelle, Kiosk, Bahnhofsladen	0,083*	-	-
Verkaufsfahrer	-	-	-0,100**

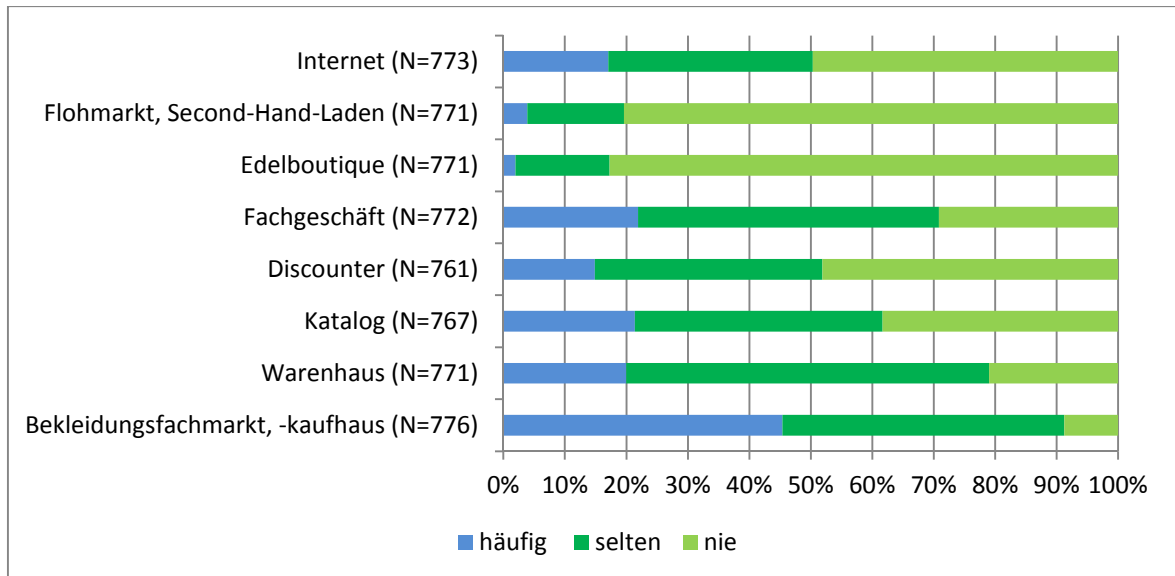
Quelle: Eigene Berechnungen.

Mit steigendem sozioökonomischem Status scheint das Bewusstsein für gesunde, frische, nachhaltige und exklusive Lebensmittel zuzunehmen, was in einem größeren Wissen um eine gesunde Lebensweise begründet sein kann. Der Einkauf in Bio- und Feinkostläden bzw. auf dem Wochenmarkt ist mit relativ hohen Kosten verbunden, weswegen sich ihn finanziell schwächere Personen womöglich nicht leisten können. Vor allem Ältere legen Wert auf eine dörfliche Atmosphäre und Übersichtlichkeit, während Jüngere und Personen mit höherem Schulabschluss selten in Dorf- und Tante-Emma-Läden einkaufen. Dies kann durch eine Ausweitung des Aktionsraums erklärt werden. Feinkost- und Spezialitätenläden bieten Qualität, Exklusivität sowie ein qualifiziertes Verkaufspersonal und gewinnen mit zunehmendem Alter der Konsumenten an Bedeutung. Jüngere scheinen v.a. die niedrigen Preise in Discountern zu schätzen. Ältere Personen legen mehr Wert auf eine gesunde und umweltbewusste Lebensweise als jüngere, was sich an der Häufigkeit des Einkaufs in Bioläden oder Reformhäusern zeigt. Die eingeschränkte Mobilität vieler Älterer kann der Grund für den häufigeren Einkauf bei Verkaufsfahrern sein.

Die Wahl der Betriebsformen beim Einkauf von Kleidung kann ebenso einen Anhaltspunkt darstellen, worauf die Befragten Wert legen: Große Auswahl (Bekleidungsfachmarkt, -kaufhaus), Kopplungsmöglichkeiten (Warenhaus), günstige Preise (Discounter), Schnelligkeit,

Bequemlichkeit (Internet, Katalog), Marken, Qualität, Exklusivität (Edelboutique), Übersichtlichkeit, Beratung (Fachgeschäft) oder Nachhaltigkeit (Flohmarkt, Second-Hand-Laden).

Abbildung 29 Bevorzugte Betriebsformen für den Einkauf von Kleidung



Quelle: Eigene Berechnungen.

Es zeigt sich, dass ein Großteil der Befragten (90 %) den Einkauf in einem Bekleidungsfachmarkt bzw. -kaufhaus schätzt. Warenhäuser bieten, neben einer großen Auswahl, die Möglichkeit verschiedene Produkte unter einem Dach zu erwerben und stellen für 80 % der Probanden eine Option dar. 70 % kaufen zumindest gelegentlich in Fachgeschäften ein, die häufig eine gute Beratung und eine angenehme Einkaufsatmosphäre bieten. Discounter, die von mehr als der Hälfte der Befragten vereinzelt besucht werden, sprechen besonders die preisbewussten Kunden an. Flohmärkte bzw. Second-Hand-Läden sowie Edelboutiquen scheinen hingegen für den Großteil der Befragten keine Alternative zu sein. Den bequemen Einkauf von Zuhause durch Katalog bzw. Internet erledigen hingegen viele der Befragten zumindest ab und zu. Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass in der Bekleidungsbranche eine große Auswahl am wichtigsten scheint, da tendenziell die größeren Betriebsformen bevorzugt werden. Auf Nachhaltigkeit und Exklusivität wird kaum Wert gelegt. Es ergeben sich sozioökonomische Unterschiede hinsichtlich der gewählten Betriebsformen (vgl. Tab. 32).

Tabelle 32 Korrelation (Spearman) Soziodemographie – Betriebsformen Bekleidung

	Einkommen (N=776)	Schulabschluss (N=778)	Alter (N=778)
Bekleidungsfachmarkt, -kaufhaus	-0,085*	-0,081*	0,192**
Warenhaus	-0,162**	-0,097**	-
Katalog	-	-	0,201**
Discounter	0,079*	-	0,207**
Fachgeschäft	-0,136**	-	-0,093*
Edelboutique	-0,147**	-0,100**	-0,072*
Flohmarkt, Second-Hand-Laden	0,093*	-	0,137**
Internet	-0,229**	-0,186**	0,443**

Quelle: Eigene Berechnungen.

Je niedriger das Einkommen der Befragten ist, desto stärker werden preisgünstige Betriebsformen wie Discounter, Flohmärkte oder Second-Hand-Läden bevorzugt. Mit zunehmender finanzieller Ausstattung wird verstärkt Wert auf ein großes Angebot (Bekleidungsfachmarkt, -kaufhaus, Warenhäuser) sowie Beratung, Exklusivität sowie Qualität (Fachgeschäft, Boutiquen) gelegt. Der Einkauf im Internet ist ebenfalls stark an Alter sowie Einkommen und Bildung gekoppelt, was womöglich in einem höheren Erfahrungswert mit diesem Medium begründet liegt. Mit zunehmendem Alter werden kleine Betriebsformen, die qualifiziertes Verkaufspersonal und hohe Qualität bieten, präferiert. Jüngere legen Wert auf eine große Auswahl, günstige Preise und einen schnellen, bequemen Einkauf. Diese Tendenzen bestätigen die Ansprüche an einen Einkauf, die in Kap. 0 dargestellt wurden.

Um unkorrelierte Variablen zu erhalten und somit die Eignung der Daten für eine Clusteranalyse zu verbessern, werden die Betriebsformen einer Hauptkomponentenanalyse³¹ unterzogen. Die Korrelationsmatrix der Betriebsformen für Lebensmittel (vgl. Anhang V.10, V.11) zeigt, dass hohe Korrelationen zwischen einigen Variablen bestehen, was eine Eignung zur Hauptkomponentenanalyse vermuten lässt. Dies wird durch die KMO-Werte in der Anti-Image Korrelationsmatrix (vgl. V.13) bestätigt.

³¹ Die Voraussetzung für die Faktorenanalyse, die Intervallskalierung (analog wie bei den Raumbeziehungen wird die Likertskala als Intervallskala interpretiert), die Normalverteilung sowie die Bedingung $n(519) > p(8)$ werden erfüllt.

Der KMO-Wert des vorliegenden Datensatzes (0,668) zeigt, dass die Methode anwendbar ist. Anhand des Bartlett-Tests auf Sphärizität wird deutlich, dass die Korrelationen mit einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 0,000 signifikant und auf die Grundgesamtheit übertragbar sind. Es kommen keine Kommunalitäten unter 0,4 vor (vgl. Tab. 33). Sämtliche Variablen sind somit für eine Hauptkomponentenanalyse geeignet.

Tabelle 33 Kommunalitäten Betriebsformen Lebensmittel (N=519)

	Anfänglich	Extraktion
Supermarkt	1,000	0,754
Discounter	1,000	0,674
Bioladen, Reformhaus	1,000	0,627
Wochenmarkt, Markthalle	1,000	0,643
Feinkostladen, Spezialitätenladen	1,000	0,583
Dorfladen, Tante-Emma-Laden	1,000	0,755
Tankstelle, Kiosk, Bahnhofsladen	1,000	0,896
Verkaufsfahrer	1,000	0,546

Quelle: Eigene Berechnungen.

Vier Komponenten weisen einen Eigenwert von größer 1 auf, was nach dem Kaiser-Kriterium eine Komponentenzahl von 4 ergibt (vgl. Tab. 34). Die Komponenten beschreiben 65 % der Gesamtvarianz und weisen einen Anteil von 25 % bis 13 % der Varianz auf.

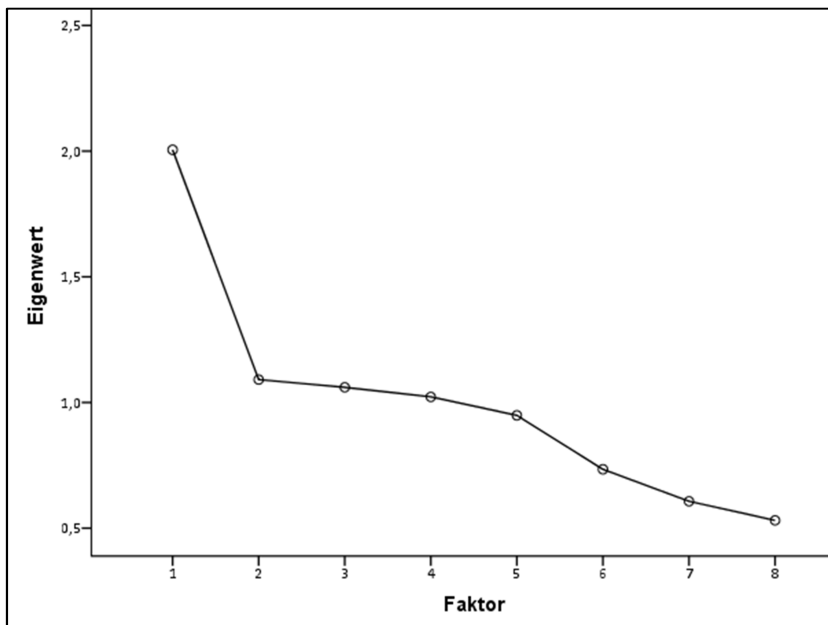
Tabelle 34 Erklärte Gesamtvarianz Betriebsformen Lebensmittel (N=519)

Komponente	Anfängliche Eigenwerte		
	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %
1	2,005	25,067	25,067
2	1,091	13,638	38,705
3	1,060	13,254	51,959
4	1,022	12,779	64,738
5	0,949	11,859	76,598
6	0,734	9,177	85,775
7	0,607	7,588	93,363
8	0,531	6,637	100,000

Quelle: Eigene Berechnungen.

Der Scree-Test legt jedoch eine Lösung mit fünf Komponenten nahe (vgl. Abb. 30). Aufgrund theoretischer Vorüberlegungen sowie der Vergleichbarkeit mit den Komponenten der Betriebsformen für Kleidung (siehe unten) werden vier Komponenten extrahiert.

Abbildung 30 Scree-Plot Betriebsformen Lebensmittel (N=519)



Quelle: Eigene Berechnungen.

Mittels der Varimax-Rotation wird eine rotierte Komponentenmatrix mit vier Komponenten erstellt (vgl. Tab. 35). Komponente 1 bündelt Betriebsformen, die Frische, Exklusivität und eine hohe Qualität versprechen und wird mit **qualitätsorientiert** betitelt. Komponente 2 beschreibt Betriebsformen, die vergleichsweise günstige Preise und eine große Auswahl bieten. Sie wird mit **preis- und Auswahlorientiert** bezeichnet. Komponente 3 umfasst lediglich die Variable *Dorfladen, Tante-Emma-Laden*, die eine gewisse Übersichtlichkeit und einen dörflichen Charakter sowie Bedienung verspricht. Sie wird mit **bedienungsintensiv** benannt. Komponente 4 beschreibt Betriebsformen, die auf die Präferenz eines schnellen und bequemen Einkaufs schließen lassen und erlangt das Etikett **bequemlichkeitsorientiert**.

Tabelle 35 Rotierte Komponentenmatrix Betriebsformen Lebensmittel (N=519)

	Komponente			
	1	2	3	4
Wochenmarkt, Markthalle	0,796			
Bioladen, Reformhaus	0,782			
Feinkostladen, Spezialitätenladen	0,719			
Discounter		-0,793		
Supermarkt		0,619		
Dorfladen, Tante-Emma-Laden			0,836	
Tankstelle, Kiosk, Bahnhofsladen				0,943
Verkaufsfahrer				0,789

Quelle: Eigene Berechnungen.

Die Korrelationsmatrix der Betriebsformen für Kleidung (vgl. Anhang V.13 und V.14) lässt ebenso eine Eignung sämtlicher Variablen zur Hauptkomponentenanalyse vermuten. Dies wird durch die KMO-Werte der Variablen in der Anti-Image Korrelationsmatrix (vgl. Anhang V.15) bestätigt. Der Bartlett-Test auf Sphärizität zeigt, dass die Nullhypothese mit einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 0,000 abgelehnt werden kann und die Korrelationen somit signifikant sind. Der KMO-Wert liegt bei 0,682 und bestätigt die Eignung für eine Hauptkomponentenanalyse weiterhin. Nach der Extraktion kommen keine Kommunalitäten unter 0,4 vor. Die Varianz der Variablen kann durch die Komponenten ausreichend erklärt werden. Somit sind sämtliche Variablen für die Hauptkomponentenanalyse geeignet (vgl. Tab. 36).

Tabelle 36 Kommunalitäten Betriebsformen Kleidung (N=519)

	Anfänglich	Extraktion
Bekleidungsfachmarkt, -kaufhaus	1,000	0,668
Warenhaus	1,000	0,745
Katalog	1,000	0,706
Discounter	1,000	0,537
Fachgeschäft	1,000	0,611
Edelboutique	1,000	0,622
Flohmarkt, Second-Hand-Laden	1,000	0,798
Internet	1,000	0,657

Quelle: Eigene Berechnungen.

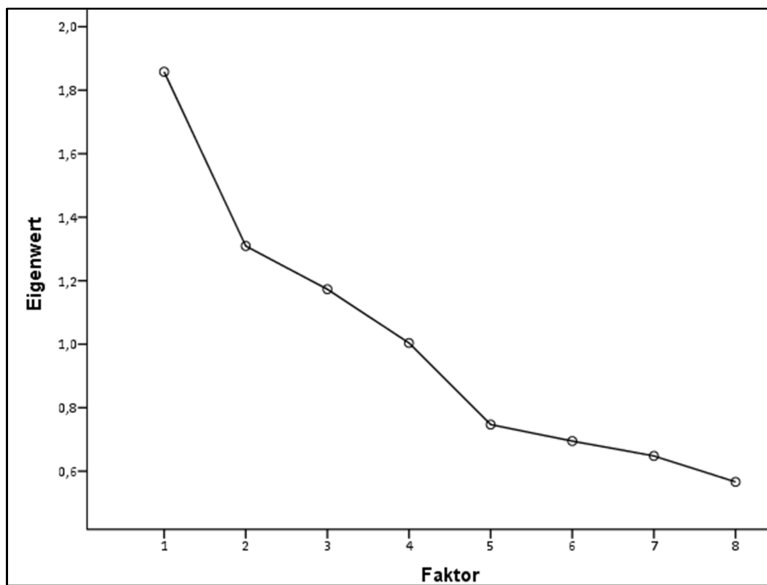
Anhand des Kaiser-Kriteriums zeigt sich, dass vier Komponenten einen Eigenwert größer 1 haben. Sie beschreiben 67 % und weisen einen Anteil von 23 % bis 13 % an der Gesamtvarianz auf (vgl. Tab. 37). Die Komponentenzahl wird durch den Scree-Test bestätigt (vgl. Abb. 31).

Tabelle 37 Erklärte Gesamtvarianz Betriebsformen Kleidung (N=519)

Komponente	Anfängliche Eigenwerte		
	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %
1	1,858	23,224	23,224
2	1,309	16,367	39,591
3	1,173	14,663	54,254
4	1,004	12,547	66,801
5	0,747	9,335	76,137
6	0,695	8,686	84,823
7	0,648	8,100	92,922
8	0,566	7,078	100,000

Quelle: Eigene Berechnungen.

Abbildung 31 Scree-Plot Betriebsformen Kleidung (N=519)



Quelle: Eigene Berechnungen.

Für die Betriebsformen beim Einkauf von Kleidung ergibt sich nach der Varimax-Rotation eine rotierte Komponentenmatrix mit vier Komponenten (vgl. Tab. 38). Komponente 1 wird von Variablen gekennzeichnet, die kleine und übersichtliche Betriebsformen umfassen. Fachgeschäfte und Edelboutiquen zeichnen sich durch eine gute fachliche Beratung und ein tiefes Sortiment aus. Die Komponente wird als **serviceorientiert** bezeichnet. Komponente 2 bündelt Variablen, die auf die Bevorzugung eines schnellen, bequemen und einfachen Einkaufs von zuhause schließen lassen und wird mit **Home-Shopping** zusammengefasst. Komponente 3 beinhaltet Betriebsformen, die sich durch günstige Preise auszeichnen und wird als **preisorientiert** bezeichnet. In Komponente 4 dominieren Betriebe, die eine große Auswahl und ein breites Sortiment bieten. Sie wird als **angebotsorientiert** beschrieben.

Tabelle 38 Rotierte Komponentenmatrix Betriebsformen Kleidung (N=519)

	Komponente			
	1	2	3	4
Edelboutique	0,776			
Fachgeschäft	0,749			
Katalog		0,821		
Internet		0,769		
Flohmarkt, Second Hand Laden			0,888	
Discounter			0,613	
Warenhaus				0,825
Bekleidungsfachmarkt, -kaufhaus				0,731

Quelle: Eigene Berechnungen.

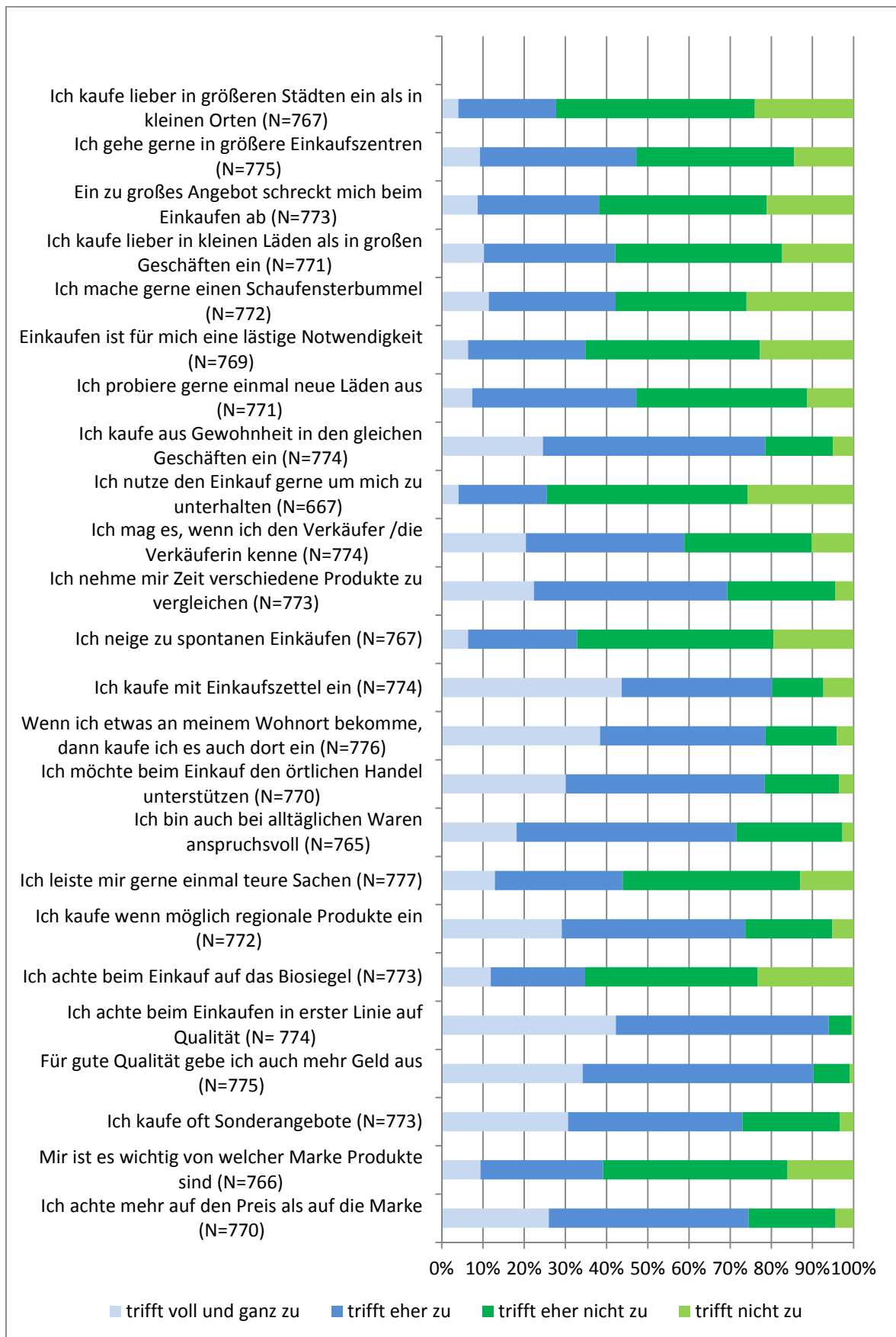
5.2.2 Konsumeinstellungen

Wie in Kap. 2.2.3.4 dargestellt handelt der Konsument nie nach rein ökonomischen Gesichtspunkten. Vielmehr unterscheiden sich die Ansprüche der Menschen, die im nachfolgenden Abschnitt untersucht werden, voneinander. Mittels einer Hauptkomponentenanalyse werden sechs Komponenten ermittelt, die unterschiedliche Konsummuster wiedergeben. Diese werden im Anschluss durch Korrelationsanalysen weitergehend analysiert. Zunächst werden die Antworttendenzen zu den einzelnen Aussagen zusammengefasst, um einen ersten Einblick in die Konsummuster der Dorfbewohner zu erlangen (vgl. Abb. 32).

5.2.2.1 Allgemeine Tendenzen des Konsumverhaltens

Die Probanden zeichnen sich insgesamt durch ein hohes Preisbewusstsein aus. Dennoch wird viel Wert auf gute Qualität gelegt und auch alltägliche Waren müssen den Ansprüchen genügen. Die Marke hingegen spielt eine geringere Rolle. Es besteht der Wunsch regionale Produkte einzukaufen, was jedoch nicht auf Bioprodukte übertragbar ist. Die Scheuringer und Großaitinger scheinen „Gewohnheitstiere“ zu sein. Hat sich ein Geschäft bewährt, wird weiterhin in diesem eingekauft. Das sozial orientierte Einkaufsverhalten ist in dem Sinne ausgeprägt, als dass Wert darauf gelegt wird, den örtlichen Handel zu unterstützen. Der Einkauf ist meist gut durchdacht, spontane Einkäufe kommen seltener vor. Es wird Wert auf eine vorherige Planung durch einen Einkaufszettel sowie den Vergleich verschiedener Produkte gelegt. Eher ambivalent zeigt sich das Bild der Befragten was die Einstellungen zum Einkaufen angeht. Es wird weder als lästige Notwendigkeit, noch als Freizeitbeschäftigung gesehen. Hinsichtlich der Frage nach den Größendimensionen, ist die Antwort ebenfalls nicht ganz eindeutig: Mehr als die Hälfte der Probanden legt Wert auf ein umfassendes Angebot und bevorzugt größere Läden. Sie sind dabei aber nicht auf größere Städte beschränkt.

Abbildung 32 Überblick Konsumeinstellungen



Quelle: Eigene Berechnungen.

5.2.2.2 Typisierung der Dorfbewohner mittels einer Hauptkomponentenanalyse

Analog zu den Einstellungen zum Wohnort wird eine Hauptkomponentenanalyse zu den Konsumeinstellungen durchgeführt³². Ziel der Extraktion ist eine erste Annäherung an Konsumtypen sowie deren Beschreibung. Die Korrelationsmatrix (vgl. Anhang V.4, V.5) ergibt hohe Korrelationen zwischen einigen Variablen, was die Eignung zur Hauptkomponentenanalyse nahelegt. Bestätigt wird dies durch den KMO-Wert des vorliegenden Datensatzes (0,753) sowie den Bartlett-Test auf Sphärizität der zeigt, dass mit einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 0,000 davon ausgegangen werden kann, dass die Korrelationen signifikant sind. Die Anti-Image Korrelationsmatrix (vgl. Anhang V.6) bestätigt, dass alle 24 Variablen für eine Hauptkomponentenanalyse geeignet sind. Die Analyse der Kommunalitäten ergibt, dass die Varianz der Variablen durch die Komponenten erklärt werden kann, da keine Werte unter 0,4 vorkommen (vgl. Tab. 39). Dies verdeutlicht, dass die Hauptkomponentenanalyse bei allen Variablen durchgeführt werden kann.

³² Aus Gründen der Übersichtlichkeit wurde auf eine detailgetreue Beschreibung verzichtet. Einen Überblick über die mathematischen Grundlagen sowie die statistische Vorgehensweise liefert Kap. 5.1.1.2. Die Voraussetzung für die Hauptkomponentenanalyse, die Intervallskalierung (analog wie bei den Raumbeziehungen wird die Likertskala als Intervallskala interpretiert), die Normalverteilung sowie die Bedingung $n (519) > p (24)$ werden erfüllt.

Tabelle 39 Kommunalitäten Konsumeinstellungen (N=519)

	Anfänglich	Extraktion
Ich achte mehr auf den Preis als auf die Marke	1	0,507
Für gute Qualität gebe ich auch mehr Geld aus	1	0,508
Ich bin auch bei alltäglichen Waren anspruchsvoll	1	0,542
Ich kaufe oft Sonderangebote	1	0,553
Ich achte beim Einkauf auf das Biosiegel	1	0,463
Ich kaufe wenn möglich regionale Produkte ein	1	0,544
Mir ist es wichtig, von welcher Marke Produkte sind	1	0,469
Ich achte beim Einkaufen in erster Linie auf Qualität	1	0,573
Ich möchte beim Einkauf den örtlichen Handel unterstützen	1	0,413
Ich kaufe mit Einkaufszettel ein	1	0,455
Ich nehme mir Zeit verschiedene Produkte zu vergleichen	1	0,554
Wenn ich etwas an meinem Wohnort bekomme, dann kaufe ich es auch dort ein	1	0,515
Ich neige zu spontanen Einkäufen	1	0,517
Ich kaufe aus Gewohnheit in den gleichen Geschäften ein	1	0,436
Ich leiste mir gerne einmal teure Sachen	1	0,543
Ich mag es, wenn ich den Verkäufer/die Verkäuferin kenne	1	0,539
Ich nutze den Einkauf gerne, um mich zu unterhalten	1	0,501
Ich kaufe lieber in kleinen Läden als in großen Geschäften ein	1	0,662
Ich gehe gerne in größere Einkaufszentren	1	0,652
Ich kaufe lieber in größeren Städten ein als in kleinen Orten	1	0,526
Ich mache gerne einen Schaufensterbummel	1	0,510
Ein zu großes Angebot schreckt mich beim Einkaufen ab	1	0,445

Quelle: Eigene Berechnungen.

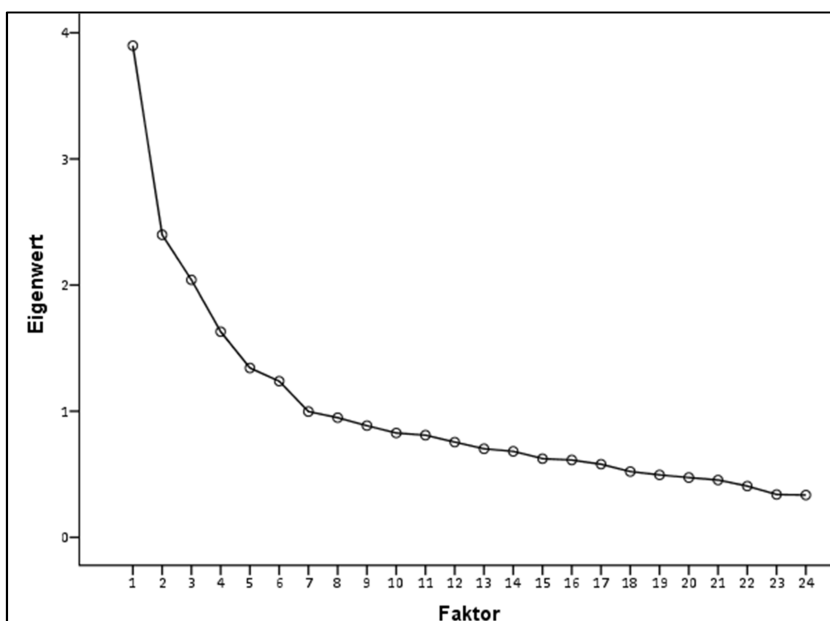
Sechs Komponenten haben Eigenwerte größer 1 und gelten anhand des Kaiser-Kriteriums als geeignet. Sie beschreiben 53 % der Gesamtvarianz und weisen einen Anteil zwischen 16 % und 5 % auf (vgl. Tab. 40). Die Annahmen des Kaiser-Kriteriums werden durch den Scree-Test (vgl. Abb. 33) bestätigt und die Komponentenzahl auf sechs festgesetzt.

Tabelle 40 Erklärte Gesamtvarianz Konsumeinstellungen (N=519)

Komponente	Anfängliche Eigenwerte		
	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %
1	3,898	16,242	16,242
2	2,398	9,994	26,236
3	2,041	8,506	34,741
4	1,631	6,795	41,536
5	1,343	5,594	47,130
6	1,238	5,160	52,290
7	0,997	4,155	56,445
8	0,949	3,953	60,398
9	0,886	3,690	64,087
10	0,827	3,445	67,532
11	0,810	3,374	70,907
12	0,755	3,146	74,052
13	0,702	2,925	76,978
14	0,682	2,840	79,818
15	0,624	2,600	82,418
16	0,613	2,555	84,973
17	0,580	2,416	87,389
18	0,522	2,173	89,562
19	0,495	2,062	91,624
20	0,474	1,976	93,600
21	0,454	1,894	95,494
22	0,406	1,693	97,186
23	0,340	1,416	98,602
24	0,335	1,398	100,000

Quelle: Eigene Berechnungen.

Abbildung 33 Scree-Plot Konsumeinstellungen (N=519)



Quelle: Eigene Berechnungen.

Mittels der Varimax-Rotation wird eine rotierte Komponentenmatrix (vgl. Tab. 41) erstellt. Zwei Variablen (*Mir ist es wichtig von welcher Marke Produkte sind* und *Ich leiste mir gerne einmal teure Sachen*) weisen Faktorladungen unter 0,5 auf und werden daher keiner Komponente zugeordnet.

Tabelle 41 Rotierte Komponentenmatrix Konsumeinstellungen (N=519)

	Komponente					
	1	2	3	4	5	6
Ich bin auch bei alltäglichen Waren anspruchsvoll	0,734					
Ich achte beim Einkaufen in erster Linie auf Qualität	0,733					
Für gute Qualität gebe ich auch mehr Geld aus	0,686					
Ich achte beim Einkauf auf das Biosiegel	0,589					
Ich kaufe wenn möglich regionale Produkte ein	0,585					
Mir ist es wichtig von welcher Marke Produkte sind	0,344					
Ich mag es, wenn ich den Verkäufer/die Verkäuferin kenne		0,674				
Ich kaufe lieber in kleinen Läden als in großen Geschäften ein		0,638				
Wenn ich etwas an meinem Wohnort bekomme, dann kaufe ich es auch dort ein		0,601				
Ich möchte beim Einkauf den örtlichen Handel unterstützen		0,529				
Ich nutze den Einkauf gerne, um mich zu unterhalten		0,525				
Ich kaufe lieber in größeren Städten ein als in kleinen Orten		-0,511				
Ich gehe gerne in größere Einkaufszentren		-0,509				
Ich kaufe oft Sonderangebote			0,672			
Ich achte mehr auf den Preis als auf die Marke			0,636			
Ich nehme mir Zeit verschiedene Produkte zu vergleichen			0,561			
Ich kaufe mit Einkaufszettel ein			0,534			
Ich leiste mir gerne einmal teure Sachen			0,345			
Ich mache gerne einen Schaufensterbummel				0,693		
Ich probiere gerne einmal neue Läden aus				0,618		
Ich neige zu spontanen Einkäufen					0,687	
Ich kaufe aus Gewohnheit in den gleichen Geschäften ein					0,591	
Einkaufen ist für mich eine lästige Notwendigkeit						0,722
Ein zu großes Angebot schreckt mich beim Einkaufen ab						0,626

Quelle: Eigene Berechnungen.

Nach der Berechnung der Faktorwerte, werden die Komponenten und auffällige Variablen³³ mit dem Rangkorrelationskoeffizienten nach Spearman tiefergehend untersucht und anhand des theoretischen Vorwissens interpretiert. Im Interesse steht der Einfluss soziodemographischer sowie wohnortbezogener Merkmale (vgl. Tab. 42).

Tabelle 42 Korrelationsanalysen der Komponenten

	1	2	3	4	5	6
Einkommen (N=519)	-0,225**	0,087*	0,112*	-	-0,114**	-
Schulabschluss (N=519)	-0,263**	0,181**	-	-	-	-
Alter (N=519)	-	-0,163**	0,118**	-	-	0,145**
Wohndauer (M=516)	-	-0,152**	-	0,141**	-	-
dörfliche Identität (N=513)	-	0,179**	-	-0,163**	-	0,103*
Teilnahme am Dorfleben (N=517)	-	0,284**	-	-0,089*	-	-
dörfliche Beziehungen (N=516)	-	0,252**	-	-0,121**	-	-
postmoderne Veränderungen (N=512)	-	0,205**	-	-0,123**	-	-
Nachteile d. Landlebens (N=512)	-	0,264**	-	-0,103*	-	-

Quelle: Eigene Berechnungen.

Komponente 1 (12,9 %)

Komponente 1 ist gekennzeichnet durch eine hohe Ladung an Variablen, die eine Wertschätzung von Qualität implizieren. Sie zeugt von einem überdurchschnittlichen Anspruch an den Konsum, was sich auch bei Waren des täglichen Bedarfs ausdrückt. Geld scheint eine untergeordnete Rolle zu spielen. Zudem dominieren Kriterien, die Umweltbewusstsein und ein Gefühl für Nachhaltigkeit implizieren. Es wird Wert auf Regionalität und Biowaren gelegt. Die Wertschätzung von Marken ist auf dieser Komponente ebenfalls geladen, sollte aufgrund der geringen Ladungshöhe jedoch nicht übermäßig interpretiert werden. Die Komponente wird mit **Qualitätsbewusstsein** benannt.

Sie korreliert mit soziodemographischen Merkmalen. Je höher der Schulabschluss bzw. das Einkommen ist, desto mehr wird Wert auf qualitativ hochwertige sowie umweltfreundliche Produkte gelegt, was vermutlich auf die bessere finanzielle Ausstattung zurückzuführen ist.

³³ Variablen, welche die beschriebenen Tendenzen verdeutlichen bzw. hohe Korrelationen aufweisen, werden exemplarisch interpretiert, um den Informationsverlust der Hauptkomponentenanalyse zu verringern. Für die nachfolgende Clusteranalyse spielen die jeweiligen Variablen keine Rolle.

Personen mit niedrigerem Einkommen sind auf günstigere Preise angewiesen und müssen womöglich Abstriche bei der Qualität in Kauf nehmen.

Die Analyse der einzelnen Variablen ergibt weiterhin altersspezifische Unterschiede. Ältere legen mehr Wert auf eine gute Qualität (Spearman $-0,079^*$) als Jüngere und sind bereit, dafür mehr Geld auszugeben (Spearman $-0,124^*$). Je länger die Befragten an ihrem Wohnort leben, desto wichtiger ist ihnen Qualität (Spearman $-0,125^{**}$), was mit dem höheren Alter begründet sein kann. Vor allem Personen mit hohem sozioökonomischem Status legen Wert auf Bioprodukte (Spearman Einkommen $-0,134^*$, höchster Schulabschluss $-0,145^{**}$) bzw. regionale Waren (Spearman Einkommen $-0,087^*$, höchster Schulabschluss $-0,136^{**}$). Gründe können höhere Preise sowie besseres Wissen über eine nachhaltige und gesunde Lebensweise sein. Ältere legen mehr Wert auf biologische (Spearman $0,134^{**}$) und regionale Produkte (Spearman $-0,143^{**}$) als Jüngere, was durch die höhere Wertschätzung von Qualität sowie eine bessere finanzielle Ausstattung erklärt werden kann. Die Befragten, welche die Nachteile des Landlebens kaum wahrnehmen, unterstützen den Einkauf regionsspezifischer Waren (Spearman $0,090^*$). Selbiges gilt für Personen, welche sich von den Veränderungen der Postmoderne betroffen fühlen (Spearman $0,091^*$). Womöglich schätzen sie die Naturnähe der ländlichen Umgebung und führen bewusst eine nachhaltige Lebensweise, um die Umwelt zu bewahren oder dem hektischen, konsumorientierten Treiben zu entgehen.

Komponente 2 (12,5 %)

Komponente 2 kann durch **Wertschätzung kleiner Dimensionen** bezeichnet werden. Es dominieren Variablen, welche die Bedeutung von sozialen und wohnortbezogenen Aspekten sowie Übersichtlichkeit zeigen. Die negative Ladung der Variablen *Ich kaufe lieber in größeren Städten ein als in kleinen Orten* und *Ich gehe gerne in größere Einkaufszentren* zeugt von einer ablehnenden Haltung gegenüber großen Dimensionen. Insgesamt zeichnet sich die Komponente in Bezug auf das Einkaufen durch eine Tendenz zu einer bewahrenden Grundhaltung aus.

Die Wertschätzung kleiner Dimensionen korreliert mit soziodemographischen und sozioökonomischen Merkmalen. Während Jüngere sowie Personen mit höherem Einkommen und Schulabschluss kleinen Dimensionen eher ablehnend gegenüberstehen, legen insbesondere Ältere viel Wert auf Übersichtlichkeit sowie einen sozialen Charakter beim Einkaufen. Sie verspüren den Wunsch den örtlichen Handel bei einem Einkauf zu unterstützen. Zudem wirken sich die Raumbeziehungen der Befragten auf deren

Wertschätzung von kleinen Dimensionen aus. Je größer die Bindung an den sowie das Interesse am Wohnort, desto mehr Wert wird auf Übersichtlichkeit, Soziales und wohnortorientierten Einkauf gelegt. Soziale Kontakte am Wohnort bedingen ebenso eine Bevorzugung kleiner Dimensionen, wie eine lange Wohndauer. Neubürger legen Wert auf eine größere Auswahl.

Die Analyse einzelner Variablen zeigt, dass mit einer zunehmenden Wohndauer der Wunsch den örtlichen Handel zu unterstützen (Spearman 0,172**) bzw. die Bereitschaft am Wohnort einzukaufen (Spearman 0,135**) ausgeprägt ist, was in einer zunehmenden Ortsbindung begründet sein kann. Eine starke dörfliche Identität führt zu einer Ablehnung größerer Städte (*Ich kaufe lieber in größeren Städten ein als in kleinen Orten*, Spearman -0,182**), was womöglich in einer allgemeinen Aversion gegen Städte begründet ist. Der wohnortorientierte Einkauf (*Wenn ich etwas an meinem Wohnort bekomme, dann kaufe ich es auch dort ein*) korreliert mit der Teilhabe am Dorfleben (Spearman 0,264**), den dörflichen Beziehungen (Spearman 0,206**) und der Wahrnehmung der Nachteile des Landlebens (Spearman 0,185**). Je enger die Bindungen an den Wohnort sind, desto stärker wird der Konsum auf ihn fokussiert. Zudem kann der wohnortorientierte Einkauf eine Flucht vor den postmodernen Veränderungen bedeuteten (Spearman 0,069**). Die bekannte Umgebung und die ruhige dörfliche Atmosphäre bieten womöglich eine Zuflucht vor der unüberschaubaren Welt. Stark ausgeprägt ist der wohnortorientierte Einkauf mit zunehmendem Alter. Möglicherweise sind Ältere mehr auf den örtlichen Handel angewiesen oder haben eine stärkere Bindung an ihren Wohnort.

Der sozialorientierte Einkauf (*Ich mag es, wenn ich den Verkäufer/die Verkäuferin kenne*) korreliert mit soziodemographischen Merkmalen und der Wohndauer. Personen mit höherem sozioökonomischem Status legen wenig Wert auf gesellschaftliche Aspekte. Personen mit niedrigerem Einkommen (Spearman 0,124**) und Schulabschluss (Spearman 0,182**) schätzen es, beim Einkaufen bekannte Gesichter zu treffen. Für ältere Menschen spielen soziale Aspekte beim Einkaufen eine weitaus größere Rolle als für jüngere (Spearman -0,140**). Ein Grund kann die höhere Ortsbindung sein. Außerdem geht der Aktionsradius mit steigendem sozioökonomischem Status über den Wohnort hinaus, weswegen sich soziale Kreise außerhalb befinden. Auch Jüngere weisen ein weites soziales Kontaktfeld auf, während sich das Leben Älterer überwiegend am Wohnort abspielt. Gerade alleinstehende Ältere haben womöglich keine anderen Kontaktmöglichkeiten als das Einkaufen. Sie legen großen

Wert darauf, das Ladenpersonal zu kennen, womöglich weil sie das Vertraute, Sicherheit sowie Routine schätzen und die Verkäufer als Gesprächspartner wahrnehmen. Personen, die aufgrund ihrer Wohndauer (Spearman $-0,140^{**}$), ihrer dörflichen Identität (Spearman $0,125^{**}$) und ihrer Teilhabe am Dorfleben (Spearman $0,123^{**}$) eine starke Ortsbindung aufweisen, legen Wert auf einen sozialorientierten Einkauf. Die Integration in die Gemeinschaft impliziert eine starke Bindung an die Mitmenschen. Der Einkauf kann womöglich eine Chance darstellen, soziale Kontakte bzw. Freundschaften zu führen. Eine soziale Ortsbindung resultiert häufig in einer emotionalen Ortsbindung, die zu einer Fokussierung auf den Wohnort führen kann. Daher korrelieren dörfliche Beziehungen ebenfalls mit dem sozialorientierten Einkauf (Spearman $0,145^{**}$).

Komponente 3 (8,4 %)

Komponente 3 gibt eine Preisorientierung wieder, die sich in einem **rationalen Konsumverhalten** ausdrückt. Variablen, die eine Fokussierung auf preisgünstigen und rationalen Einkauf zeigen, laden in dieser Komponente stark. Weniger die Marke als der Preis spielt für die Kaufentscheidung eine Rolle. Der Einkauf wird geplant und häufig mit Einkaufszettel getätigt.

Das rationale Konsumbewusstsein erweist sich als einkommens- und altersabhängig. Insbesondere Sonderangebote werden überwiegend von finanzschwächeren Personen gekauft (Spearman $0,211^{**}$). Je höher das Einkommen der Probanden ist, desto weniger achten sie auf günstige Preise (Spearman $0,086^*$) sondern mehr auf die Marke. Dies ist vermutlich in der fehlenden Notwendigkeit begründet, auf die Ausgaben zu achten. Jüngere Personen sind stärker preisorientiert als Ältere. Mit zunehmendem Alter gewinnt die Planung des Einkaufes an Bedeutung (Spearman $0,097^{**}$).

Komponente 4 (7,7 %)

Die Variablen *Ich mache gerne einen Schaufensterbummel* und *Ich probiere gerne einmal neue Läden aus* dominieren Komponente 4. Sie weisen auf eine positive Bewertung des Einkaufens hin, die sich in einer Freude am Einkaufen widerspiegelt. Der Wille, Neues auszuprobieren zeugt von einer Innovationsbereitschaft und Offenheit. Die Komponente wird durch **Einkaufen als Erlebnis** beschrieben. Sie weist keine signifikanten Zusammenhänge mit soziodemographischen und -ökonomischen Merkmalen auf, korreliert jedoch mit Raumbeziehungen. Insbesondere die dörfliche Identität sowie örtliche Beziehungen wirken sich negativ auf die Wahrnehmung des Einkaufes als Erlebnis aus. Werden die postmodernen

Veränderungen als „bedrohlich“ wahrgenommen, scheint auch der Einkauf einen Stressfaktor zu bilden. Personen, welche die Eigenheiten des Landlebens als negativ bewerten, zeichnen sich wiederum durch eine positive Einstellung gegenüber dem Einkaufen aus. Die einzelnen Variablen ergeben keine nennenswerten Korrelationen.

Komponente 5 (6,9 %)

Komponente 5 umfasst Variablen, die auf eine geringe Bedeutung des Einkaufens schließen lassen und kann mit **schneller Einkauf** benannt werden. Dieser scheint reine Gewohnheit zu sein und wird nicht geplant, was darauf schließen lässt, dass er in möglichst kurzer Zeit stattfinden soll. Die Bereitschaft, sich intensiv mit dem Einkaufen zu beschäftigen, besteht kaum.

Die Komponente korreliert lediglich mit dem monatlichen Nettoeinkommen. Jedoch ergibt die Analyse einzelner Variablen Besonderheiten. Personen, die bereits länger an ihrem Wohnort leben (Spearman $-0,140^{**}$), kaufen aus Gewohnheit in den gleichen Geschäften ein. Dies kann darin begründet sein, dass sie bereits eine ideale Einkaufsstätte gefunden haben. Neubürger sind möglicherweise noch auf der Suche und ihr Einkaufsverhalten ist noch nicht habitualisiert. Der gewohnheitsorientierte Einkauf geht mit einer starken dörflichen Identität (Spearman $0,235^{**}$) und stabilen dörflichen Beziehungen (Spearman $0,188^{**}$) einher. Personen, die sich emotional und sozial mit dem Wohnort identifizieren, sind treuer hinsichtlich des Einkaufsortes, da bereits eine Bindung zu den jeweiligen Einkaufsstätten besteht. Je stärker die Befragten die postmodernen Veränderungen wahrnehmen und den Wohnort als Rückzugsort schätzen, desto seltener kommen spontane Einkäufe vor (Spearman $-0,560^{**}$). Möglicherweise wird in der Planung des Einkaufes Stabilität gesucht.

Komponente 6 (5,3 %)

Komponente 6 beschreibt Variablen, die eine negative Einstellung zum Einkaufen implizieren und wird mit **Einkaufen als Stressfaktor** bezeichnet. Insbesondere Ältere sowie Personen mit starker dörflicher Identität zeichnen sich durch eine ablehnende Haltung gegenüber dem Einkaufen aus. Die Variable *Einkaufen ist für mich eine lästige Notwendigkeit* korreliert mit der Wahrnehmung der postmodernen Veränderungen (Spearman $-0,101^*$), woraus sich schließen lässt, dass der Einkauf einen weiteren Stressfaktor darstellt und „lästig“ wirkt. Begrenzte finanzielle Mittel sind ein Faktor, der den Einkauf zu einem notwendigen Übel macht. Er bringt vermutlich kaum Freude, wenn dabei stets auf das Geld geachtet werden muss.

5.2.3 Fazit: Ländliche Konsummuster

Die Ausführungen verdeutlichen, dass in ländlichen Räumen unterschiedliche Konsumtypen vorkommen, die sich in ihren Anforderungen, Einstellungen und ihrem Verhalten unterscheiden. Es besteht weiterhin ein Zusammenhang zwischen der Einzelhandelsausstattung und dem Einkaufsverhalten, was der nearest-center-These eine gewisse Aktualität zuspricht. Dennoch wird das Konsumverhalten von der Umwelt beeinflusst. Dies impliziert spezifische Konsummuster, die wiederum von Werten sowie soziodemographischen und biographischen Eigenschaften der Dorfbewohner geprägt werden. Das unterschiedliche Konsumverhalten verschiedener sozialer Gruppen zeigt sich in der Wahl der Haupteinkaufsorte, der bevorzugten Betriebsformen, den Ansprüchen und Bewertungen sowie in Konsumeinstellungen. Tendenziell wird deutlich, dass Ältere Wert auf eine gute Qualität legen und sozialen sowie wohnortbezogenen Aspekten eine große Bedeutung beimessen. Jüngere Personen schätzen Preis- und Markenaspekte. Ein höherer sozioökonomischer Status bedingt eine Wertschätzung von Umwelt- und Nachhaltigkeitsbewusstsein. Darüber hinaus bewirken eine soziale und emotionale Ortsbindung einen wohnortorientierten Einkauf. Es wird deutlich, dass nicht von DEM dörflichen Konsumenten gesprochen werden kann. Zu viele Differenzierungen sind nötig. Einen Versuch, die Konsumenten zu gruppieren und Zusammenhänge zwischen Werten, Geschmack, Image und dem Konsumverhalten darzustellen ist die Lebensstilanalyse (vgl. Kap. 5.3).

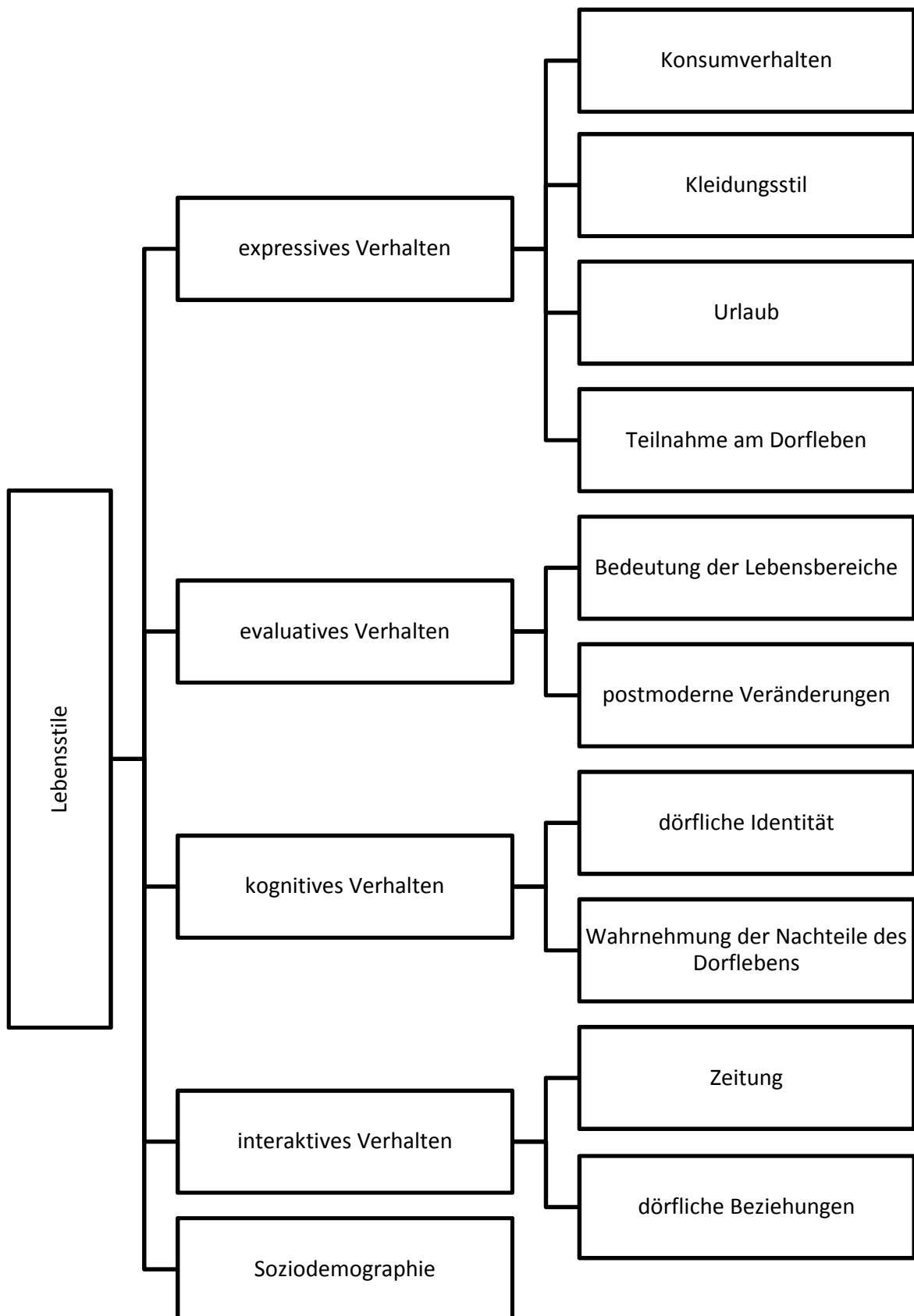
5.3 Ländliche Lebensstile – raumbezogene Lebensstile und Konsummuster

Dorfbewohner bilden heute keine homogene Gruppe mehr. Wie in der Stadt sind unterschiedliche Lebensformen und Lebensstile entstanden, die sich in Werten, Normen, Einstellungen, Geschmack und Verhaltensdispositionen unterscheiden. Aus den spezifischen Eigenschaften ländlicher Räume und den daraus resultierenden Lebensbedingungen ergeben sich individuelle Lebensstile (vgl. Kap. 2.2.2). Dabei interessieren für die vorliegende Studie insbesondere die Beziehungen zum Raum, die Konsummuster sowie Werteinstellungen und Imageaspekte. Die Lebensstilbildung kann eine Ordnung in die scheinbare Unübersichtlichkeit der Typen von Dorfbewohnern bringen. Die ausgewählten Variablen werden dabei zunächst mittels einer Clusteranalyse zu Lebensstilen zusammengefasst, um diese anschließend durch Korrelationsanalysen mit weiteren Merkmalen tiefergehend zu untersuchen.

5.3.1 Auswahl der Indikatoren

Es existiert bislang kein einheitliches Schema zur Auswahl von Indikatoren der Lebensstilbildung. In einigen Studien werden Bilder von Wohnungseinrichtungen vorgelegt (vgl. u.a. SCHULZE 2005; BOURDIEU 1987; RICHTER 2005), andere Autoren untersuchen bevorzugte Fernsehserien (vgl. u.a. LÜDTKE 2000a; KRÄUSSLICH 2008), Parteipräferenzen (vgl. u.a. OTTE 2008) oder Freizeitbeschäftigungen (vgl. u.a. GROTHUES 2006). Es ist unmöglich, sämtliche gesellschaftlich relevanten Faktoren einzubeziehen (KRÄUSSLICH 2008. 97f.). Lebensstilstudien lassen sich in eine bedürfnis-werttheoretische (Werte, Einstellungen und Lebenspläne) und eine auf expressiven Verhaltensweisen basierende (z.B. Freizeit- oder Konsumverhalten) Richtung unterteilen (SPELLERBERG 1996. 77). Die vorliegende Untersuchung betrachtet beide Blickwinkel und differenziert Lebensstile anhand von soziodemographischen Merkmalen, Werten und Vorlieben sowie Raumbeziehungen und Konsummustern. Während viele Studien das Freizeitverhalten als einen bedeutenden Aspekt der Lebensstilbildung darstellen, wird es in dieser Studie bewusst vernachlässigt, da nicht die Freizeitgestaltung, sondern die räumlichen Beziehungen der Lebensstile sowie das Konsumverhalten im Mittelpunkt stehen. Die Auswahl der Indikatoren (vgl. Abb. 34) basiert auf MÜLLERS Einteilung in expressives, interaktives, evaluatives und kognitives Verhalten (vgl. Kap. 2.2.2.2).

Abbildung 34 Indikatoren für Lebensstile



Quelle: Eigener Entwurf in Anlehnung an MÜLLER (1992. 377f.).

Das **expressive Verhalten** wird durch Konsummuster sowie die Alltagsästhetik bzw. den Geschmack in Bezug auf Kleidung und Urlaub erfasst. Geschmacksindikatoren haben aufgrund ihrer Bezugnahme zur symbolischen Ebene von Zugehörigkeiten eine besondere Bedeutung in der Lebensstilforschung (SPELLERBERG 1996. 80). Den Probanden wurden Bilder vorgelegt, aus denen spontan der Favorit ausgewählt werden sollte. Der bevorzugte Kleidungsstil kann einen Hinweis darauf geben, wie die Menschen sich wahrnehmen und darstellen wollen. Er vermittelt stets ein gewisses Image (vgl. Kap. 2.2.3.3). Daher wurden vier Kleidungsstile ausgewählt, die unterschiedliche Geschmäcker implizieren (vgl. Abb. 35). Die Tracht stellt einen traditionellen Kleidungsstil dar, während die Abendkleidung auf eine gewisse Eleganz hindeutet. Demgegenüber stehen die Jeans als legere Alltagskleidung und der Anzug bzw. das Kostüm als formelle Businesskleidung.

Abbildung 35 Auswahlmöglichkeiten bevorzugter Kleidungsstil im Fragebogen



Tracht



Jeans



Anzug/Kostüm



Abendkleidung

Quelle: Eigener Entwurf.

Die präferierte Urlaubsform wird in Lebensstilstudien häufig abgefragt, da der Urlaub für viele Menschen der Inbegriff von Freizeit ist. Das Reisen kann eine Flucht aus dem alltäglichen Leben bedeuten und die Wahl einer Urlaubsart die Sehnsüchte der Menschen sowie zugrundeliegende Werte und Einstellungen wiedergeben. Zudem hat der Urlaub eine symbolische Bedeutung und wird mit einer gewissen sozialen Wertschätzung verbunden (BECHER 1990. 196f.; OTTE 2008. 308). Die gewählten Urlaubsarten (vgl. Abb. 36) deuten an, welche Ansprüche die Befragten hinsichtlich der Urlaubsaktivitäten haben. Der Aktivurlaub wird vermutlich insbesondere von natur- bzw. bewegungsliebenden Personen gewählt, während der Strandurlaub von Erholungssuchenden, die eine Sehnsucht nach Wärme und Sonne verspüren, bevorzugt wird. Der Kultururlaub vermittelt ein gewisses Prestige und zeugt von Interesse an anderen Kulturen, Ländern, Regionen oder Städten. Der Campingurlaub verspricht Unabhängigkeit und Naturnähe (OPASCHOWSKI 2002. 91ff., 177ff.; WOLF, JURCZEK 1986. 77)

Abbildung 36 Auswahlmöglichkeiten bevorzugte Urlaubsart im Fragebogen



Aktivurlaub



Strandurlaub



Kultururlaub



Campingurlaub

Quelle: Eigener Entwurf.

Weiterhin soll der Raumbezug des expressiven Verhaltens untersucht werden. Daher wird der Faktor *Teilnahme am Dorfleben* einbezogen. Er umfasst die Variablen *Ich nehme gerne an Veranstaltungen am Ort, z.B. Dorffesten teil, Ich bin interessiert am Geschehen in meinem Wohnort* und *Ich verbringe meine Freizeit zum großen Teil am Wohnort* und beschreibt die aktive Bindung an den Wohnort.

Den Hauptaspekt des expressiven Verhaltens bildet das Konsumverhalten. Der Konsum stellt eine zentrale Dimension von Lebensstilen dar, da er nicht nur dem reinen Nutzen dient, sondern ein Symbol für Werthaltungen ist (vgl. Kap. 2.2.2.3; KLOCKE 1993. 191). In der vorliegenden Studie werden bevorzugte Betriebsformen für den Einkauf von Kleidung und Lebensmitteln sowie Konsumeinstellungen anhand der durch die Hauptkomponentenanalyse gewonnenen Komponenten untersucht (vgl. Kap. 5.2.2). Die gewählten Betriebsformen können Hinweise auf Ansprüche und Bedürfnisse der Konsumenten geben (vgl. Kap. 5.2.1.2) und anhand der Konsumeinstellungen lassen sich verschiedene Typen unterscheiden (vgl. Kap. 5.2.2.2).

Eine Analyse von Verhaltensdimensionen stellt keine ausreichende Grundlage für Lebensstile dar, weil die zugrundeliegenden Motive unbekannt sind. Um die subjektive Perspektive zu erläutern ist das **evaluative Verhalten** von Bedeutung. Es wird in vielen Lebensstilstudien anhand von Werthaltungen beschrieben (vgl. u.a. SPELLERBERG 2004; RICHTER 1994; KLOCKE 1993), was in der vorliegenden Untersuchung aufgegriffen wird. Die Probanden sollten verschiedene Lebensbereiche anhand ihrer Bedeutung bewerten (vgl. Abb. 37). Die Hauptkomponentenanalyse ergab drei Komponente für die Bedeutung der Lebensbereiche: konservativ, außengerichtet und zurückgezogen (vgl. Kap. 5.1.1.3).

Abbildung 37 Bedeutung verschiedener Lebensbereiche im Fragebogen

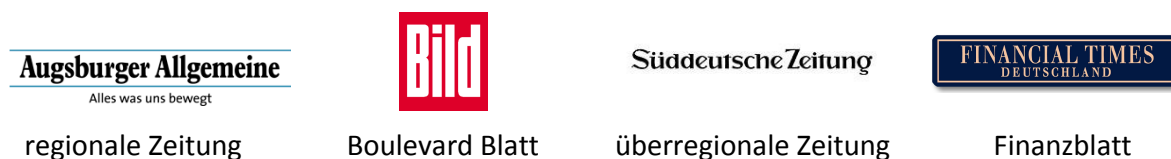
	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	unwichtig
Familie, Partnerschaft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
beruflicher Erfolg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
abwechslungsreiches Leben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
naturverbundenes Leben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
soziale Anerkennung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Religion	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tradition	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Quelle: Eigener Entwurf.

Der Raumbezug des evaluativen Verhaltens wird durch den Faktor *postmoderne Veränderungen* untersucht, der die Variablen *Mein Wohnort vermittelt mir ein Gefühl von Geborgenheit*, *An größeren Städten stört mich die Anonymität* und *Ich habe das Gefühl, dass die Welt immer schneller wird* umfasst.

Das **interaktive Verhalten** umfasst Formen der Geselligkeit bzw. des Sozialverhaltens der Menschen sowie ihres Informationsverhaltens. Letzteres wurde durch die Wahl der Zeitung erhoben (vgl. Abb. 38). Die Augsburger Allgemeine Zeitung deutet ein Interesse an regionalen Themen an und die Bild als Boulevard Blatt behandelt v.a. gesellschaftliche Themen. Als überregionaler Vertreter vermittelt die Süddeutsche Zeitung ein seriöses Image. Einen Spezialfall stellt die Financial Times Deutschland³⁴ dar, die sich an eine spezielle Zielgruppe (ökonomisch Interessierte) wandte.

Abbildung 38 Auswahlmöglichkeiten bevorzugte Zeitung im Fragebogen



Quelle: Eigener Entwurf.

Die Geselligkeit wird durch den Faktor *dörfliche Beziehungen* untersucht, der die Variablen *Ich fühle mich in die örtliche Gemeinschaft integriert*, *Mein Freundeskreis wohnt zum großen Teil in meinem Wohnort*, *Ich schätze den Zusammenhalt der Dorfbewohner* und *Ich lege Wert auf ein gutes Verhältnis zu meinen Nachbarn* umfasst. Er ermöglicht eine Differenzierung von

³⁴ Zum Zeitpunkt der Befragung (Juli 2011) erschien die Zeitung noch regelmäßig. Sie wurde Ende 2012 vom Markt genommen.

Lebensstilen hinsichtlich ihrer sozialen Ortsbindung und Integration, die zentrale Aspekte der emotionalen Ortsbindung darstellen (vgl. Kap. 2.2.1.5; 5.2.1.5).

Das **kognitive Verhalten** ist, wie MÜLLER (1992. 378) selbst betont, sehr schwer operationalisierbar. Es umfasst Selbstidentifikation, Zugehörigkeiten und die Wahrnehmung der sozialen Welt. In der vorliegenden Studie wird das kognitive Verhalten bzw. die Selbstwahrnehmung anhand der Komponente *dörfliche Identität* untersucht, welche die Variablen *Ich kann mir nicht vorstellen an einem anderen Ort zu leben*, *Mein Wohnort ist für mich eher eine Durchgangsstation* und *Ich sehe meinen Wohnort als meinen Lebensmittelpunkt an* umfasst. Die Beziehung zum Wohnort zeigt, inwiefern der Raum eine Bedeutung für die eigene Identität hat. Zudem wird der Faktor *Wahrnehmung der Nachteile des Landlebens* der kognitiven Komponente zugeordnet. Die unterschiedliche Bewertung der Wohnumgebung bzw. des Ländlichen impliziert eine bestimmte Art der Umweltwahrnehmung. Die Komponente besteht aus zwei Variablen:

- *Ich kann mich an meinem Wohnort nicht weiterentwickeln*
- *Ich fühle mich von meinen Mitbürgern manchmal beobachtet*

Soziodemographische Merkmale sind trotz der Ablehnung der Klassen- und Schichtenmodelle von großer Bedeutung für die Lebensstilbildung. Vor allem Alter und Bildung sind Indikatoren, die Grenzen zwischen Lebensstilen zeichnen (KRÄUSSLICH 2008. 101). Folgende Merkmale werden in die Untersuchung einbezogen:

- Alter
- höchster Bildungsabschluss
- monatliches Haushaltsnettoeinkommen

5.3.2 Lebensstilbildung mittels Clusteranalyse

Zur Bestimmung von Lebensstilen wurden in der Vergangenheit multivariate Auswertungsverfahren eingesetzt, v.a. Cluster-, Faktoren- oder Hauptkomponentenanalysen. In der vorliegenden Untersuchung wird die Clusteranalyse und speziell die Two-Step-Clusteranalyse gewählt. Der Grund für diese Wahl ist das Vorkommen kategorialer Daten, welche die Möglichkeiten der Auswertungsmethode einschränken. Eine weitere Methode zur Lebensstilbildung mit kategorialen Daten wäre die Korrespondenzanalyse als strukturentdeckendes, exploratives Auswertungsverfahren zur graphischen und numerischen Darstellung von Gruppen qualitativer Merkmale (BACKHAUS ET AL. 2011. 150; BLASIUS 2001. 6). Aufgrund der Gefahr von Fehlinterpretationen durch die grafische Darstellung sowie gewissen Unschärfen und Uneindeutigkeiten der Korrespondenzanalyse wird die Clusteranalyse vorgezogen (KRÄUBLICH 2008. 105).

Die Clusteranalyse umfasst unterschiedliche Verfahren wie die hierarchische Clusteranalyse, die Clusterzentrenanalyse und die Two-Step-Clusteranalyse. Die hohe Fallzahl ($N=519$)³⁵ und das gleichzeitige Vorkommen kategorialer und intervallskalierter Variablen lässt für den vorliegenden Datensatz lediglich die Two-Step-Clusteranalyse zu. Die hierarchische Clusteranalyse setzt kleine Fallzahlen ($N < 250$) voraus und behandelt die unterschiedlichen Skalenniveaus getrennt. Die Clusterzentrenanalyse erfordert intervallskalierte Daten. Die Two-Step-Clusteranalyse wurde für große Fallzahlen entwickelt und ermöglicht die gleichzeitige Verwendung von metrischen und kategorialen Variablen (BÜHL 2008. 628; JANSSEN, LAATZ 2010. 484ff.). Die Clusterbildung erfolgt in zwei Schritten. Im ersten Schritt werden die Fälle zu Pre- oder Sub-Clustern zusammengefasst. Dabei werden sie nacheinander gescannt und auf Basis eines Distanzkriteriums entweder zum vorangehenden Pre-Cluster hinzugefügt oder ein neuer Pre-Cluster gebildet. Das Ergebnis ist ein Clusterbaum, der eine Knotenebene an der Wurzel, eine Zwischenknotenebene und eine Endknotenebene („Blätter“) umfasst. Die Fälle durchlaufen den Clusterbaum von der Wurzel bis in die Blätter, wo ähnliche Fälle zu einem Pre-Cluster zusammengefasst werden. Es bestehen maximal drei Ebenen mit maximal acht Knoten (Einträgen) woraus sich eine maximale Anzahl von 512 ($8*8*8$) Pre-Clustern ergibt. Die Pre-Cluster mit der geringsten Distanz werden in einem zweiten Schritt durch eine hierarchisch-agglomerative Methode anhand eines Distanzmaßes

³⁵ Fehlende Werte wurden ausgeschlossen.

zusammengefasst, bis sämtliche Pre-Cluster zur gewünschten oder optimalen Clusteranzahl aggregiert wurden (SCHENDERA 2010. 96f.; JANSSEN, LAATZ 2010. 486ff.).

Die Clusterbildung erfolgt anhand der Ähnlichkeit der Befragten, wobei verschiedene Maßzahlen zur statistischen Quantifizierung bestehen (Proximitätsmaße). Unterschieden werden Ähnlichkeits- und Distanzmaße, deren Auswahl Einfluss auf die Ergebnisse hat. Da Ähnlichkeitsmaße in SPSS für nominale Daten nicht verfügbar sind, wird auf Distanzmaße zurückgegriffen. Dabei gilt: Die Distanz nimmt zu, je unähnlicher die Objekte sind (ACKER 2010. 168; BACKHAUS 2008. 303ff.). Für die Clusterbildung stehen zwei Distanzmaße zur Verfügung: Die Euklidische Distanz kann nur für stetige Variablen eingesetzt werden, während die Log-Likelihood-Distanz, die auf einem wahrscheinlichkeitstheoretischen Modellansatz basiert, für gemischtskalierte Datensätze geeignet ist. Sie wird in der vorliegenden Untersuchung angewandt. Das Ziel ist die Maximierung der Wahrscheinlichkeit (Likelihood), dass die Daten ein Clustermodell ergeben. Die Wahrscheinlichkeit wird durch die logarithmierte Wahrscheinlichkeit (Log-Likelihood) gemessen. Maximale Log-Likelihood bedeutet, dass gemessen am Grad der Wahrscheinlichkeit keine andere Zuordnung der Fälle zu den Clustern vorteilhafter ist (JANSSEN, LAATZ 2010. 490).

Die Clusteranalyse setzt unabhängige multivariate Variablenverteilungen voraus, was bei metrischen Daten eine Normalverteilung und bei nominalen Variablen eine multinominale Verteilung bedeutet. Der Vorteil der Two-Step-Clusteranalyse ist, dass sie sehr robust gegenüber Verletzungen der Verteilungs- und Unabhängigkeitsregel ist und daher zuverlässige Clusterlösungen liefert. Die vorgeschaltete Hauptkomponentenanalyse brachte unkorrelierte Faktoren hervor, weswegen auf die Normalverteilungs- und Unabhängigkeitstests verzichtet wird (JANSSEN, LAATZ 2010. 489ff.; SCHENDERA 2010. 115f.).

5.3.3 Ergebnisse der Clusteranalyse – raumbezogene Lebensstile und Konsummuster

Das Ziel der Clusteranalyse ist die Identifizierung von Teilgruppen der Dorfbewohner, die hinsichtlich der vier Verhaltensdispositionen (vgl. Kap. 5.3.1) eine interne Homogenität aufweisen und sich von anderen Teilgruppen unterscheiden. Die Two-Step Clusteranalyse bietet die Möglichkeit, die Clusteranzahl von SPSS automatisch berechnen zu lassen. Wie BÜHL (2010: 659) und BROSIUS (2011: 779f.) betonen, liefert die automatische Ermittlung oftmals nicht die beste Lösung und stellt nur eine Variante für mögliche Clusterlösungen dar. In SPSS wird, wie für den vorliegenden Datensatz, häufig eine 2-Cluster-Lösung voreingestellt. Daher wird die Clusteranalyse als exploratives Verfahren eingesetzt und durch den Vergleich verschiedener Alternativen die geeignete Anzahl an Clustern ermittelt. Diese wird aufgrund inhaltlicher Kriterien auf sechs festgesetzt. Die sechs Cluster weisen eine relativ ausgewogene Verteilung der Fälle auf (vgl. Tab. 43). Der größte Cluster umfasst 100 Fälle, der kleinste 66. Die Größenanteile schwanken zwischen 20 % und 13 %, wobei 19 Fälle ausgeschlossen wurden und die Clusteranalyse mit 500 Fällen berechnet wurde.

Tabelle 43 Clusterverteilung (N=500)

	Anzahl der Personen im Cluster	Größenanteil des Clusters in %
Cluster 1	100	20,0
Cluster 2	91	18,2
Cluster 3	78	15,6
Cluster 4	66	13,2
Cluster 5	88	17,6
Cluster 6	77	15,4
Gesamt	500	100,00

Quelle: Eigene Berechnungen.

Bei der Beschreibung der Clusterprofile wird zwischen Außen- und Binnenprofil unterschieden. Das Außenprofil vergleicht die Cluster untereinander und zeigt auf, durch welche Eigenschaften ein Cluster von den anderen abweicht (horizontale Sichtweise). Das Binnenprofil betrachtet jeden Cluster für sich und untersucht, wie die Merkmale in diesem verteilt sind (vertikale Sichtweise). Anhand kreuztabellarischer Analysen werden weitere Besonderheiten und Feinheiten der Gruppen berechnet und in einem abschließenden Clustervergleich ländliche Lebensstile beschrieben und etikettiert.

5.3.3.1 Außenprofile der Cluster

Zur Analyse der Außenprofile wird basierend auf der deskriptiven Statistik³⁶ eine Tabelle (vgl. Tab. 44) erstellt, welche die Mittelwerte der metrischen Variablen (Alter, Komponenten der Raumbeziehungen, Konsumeinstellungen, Betriebsformen und Lebensbereiche) sowie die Prozentangaben der Merkmale der kategorialen Variablen (Kleidung, Urlaub, Zeitung, Nettoeinkommen, Schulabschluss) beinhaltet (BÜHL 2012. 663). Für die Komponenten, die sich aus der vorgeschalteten Hauptkomponentenanalyse ergaben, liegt der Mittelwert insgesamt bei 0. Beim Clustervergleich ist zu überprüfen, wie stark die Werte im positiven oder negativen Bereich von diesem Wert abweichen. Auf Basis dieser Clusterprofile erfolgt eine erste inhaltliche Beschreibung der Cluster, die durch die Binnenprofile konkretisiert und relativiert wird.

Tabelle 44 Außenprofile der Cluster (N=500)

		Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Cluster 5	Cluster 6
Kleidung	Tracht	66,7 %	7,6 %	17,9 %	2,6 %	2,6 %	2,6 %
	Jeans	8,8 %	20,5 %	22,3 %	5,5 %	28,6 %	14,3 %
	Anzug, Kostüm	28,1 %	18,6 %	3,0 %	29,9 %	0,6 %	19,8 %
	Abendkleidung	14,3 %	4,8 %	23,8 %	0,0 %	38,1 %	19,0 %
Zeitung	Augsburger Allgemeine Zeitung	24,8 %	20,9 %	13,5 %	8,8 %	21,5 %	10,5 %
	BILD	10,0 %	12,0 %	52,0 %	6,0 %	12,0 %	8,0 %
	Süddeutsche Zeitung	3,8 %	11,6 %	3,9 %	35,9 %	5,1 %	39,7 %
	Financial Times Deutschland	22,2 %	0,0 %	0,0 %	33,3 %	0,0 %	44,5 %
Urlaub	Aktiv	30,0 %	0,0 %	8,0 %	19,0 %	25,5 %	17,5 %
	Strand	9,2 %	49,5 %	25,0 %	5,4 %	0,0 %	10,9 %
	Kultur	24,3 %	0,0 %	4,1 %	20,3 %	25,7 %	25,7 %
	Camping	11,9 %	0,0 %	31,0 %	7,1 %	42,9 %	7,1 %
Ein- kommen	< 2.000 €	51,8 %	14,3 %	17,0 %	4,5 %	10,7 %	1,8 %
	2.000 - 3.000 €	25,7 %	22,3 %	23,6 %	4,1 %	18,9 %	5,4 %
	3.000 - 4.000 €	2,2 %	23,2 %	17,1 %	18,5 %	25,9 %	13,3 %
	4.000 - 5.000 €	1,4 %	15,9 %	1,4 %	20,3 %	18,8 %	42,0 %
	> 5.000 €	0,0 %	0,0 %	0,0 %	44,4 %	0,0 %	55,6 %

³⁶ Die Two-Step-Clusteranalyse liefert für die deskriptive Statistik eine nach Clustern getrennte Tabelle mit Clusterprofilen (Mittelwerte und Standardabweichung der stetigen Variablen) und je eine Häufigkeitstabelle der kategorialen Variablen (BÜHL 2012. 660).

Empirische Ergebnisse

Höchster Schulabschluss	Volks-/Hauptschule	45,9 %	1,3 %	43,9 %	5,1 %	3,8 %	0,0 %
	Mittlere Reife	11,2 %	29,9 %	4,6 %	18,8 %	35,5 %	0,0 %
	Abitur	3,7 %	37,0 %	0,0 %	38,9 %	20,4 %	0,0 %
	Hochschulabschluss	4,3 %	10,9 %	0,0 %	0,0 %	1,1 %	83,7 %
Alter in Jahren (MW 48,1)		59,32	41,09	45,67	47,65	44,45	49,23
Wert-haltungen	konservativ	0,691	-0,019	-0,202	-0,175	-0,036	0,114
	außengerichtet	-0,734	0,276	0,228	0,292	0,164	-0,002
	zurückgezogen	0,925	0,127	-0,840	0,388	-0,036	1,567
Raum-beziehung	Teilnahme am Dorfleben	-0,366	-0,234	-0,001	0,287	0,012	0,167
	dörfliche Identität	0,218	-0,086	-0,125	0,075	0,001	0,243
	Nachteile des Landlebens	-0,418	0,316	-0,182	0,275	-0,098	-0,109
	postmoderne Veränderungen	-0,266	-0,157	-0,015	0,567	-0,109	0,184
	dörfliche Beziehungen	-0,188	0,097	-0,143	-0,069	0,153	-0,168
Konsum-einstellung	Qualitätsbewusstsein	-0,013	0,011	-0,771	0,242	-0,138	-0,350
	Wertschätzung kleiner Dimensionen	0,349	0,219	-0,262	0,062	0,102	0,235
	rationales Konsumbewusstsein	0,118	-0,193	-0,282	0,629	-0,226	0,100
	Einkaufen als Erlebnis	0,212	-0,114	-0,054	-0,263	0,138	-0,026
	schneller Einkauf	0,050	-0,003	0,255	0,075	0,039	0,048
	Einkaufen als Stressfaktor	0,247	0,112	0,070	-0,105	-0,209	-0,145
Betriebs-formen Kleidung	serviceorientiert	0,157	-0,117	-0,352	-0,720	0,147	-0,249
	Home-Shopping	0,385	-0,267	-0,039	-0,087	-0,143	0,121
	preisorientiert	0,269	-0,369	0,450	0,377	-0,032	0,184
	angebotsorientiert	0,083	-0,162	0,114	-0,080	-0,003	-0,175
Betriebs-formen Lebensmittel	qualitätsorientiert	-0,450	0,004	-0,652	0,228	0,233	-0,238
	preis- und auswahlorientiert	0,211	0,123	0,212	-0,092	-0,133	0,056
	bedienungsintensiv	0,567	-0,253	-0,234	-0,044	0,123	0,206
	bequemlichkeitsorientiert	-0,245	-0,186	0,211	-0,016	-0,134	-0,062

Quelle: Eigene Berechnungen.

Cluster 1

Soziodemographie: Cluster 1 umfasst Personen, die mit durchschnittlich 59 Jahren deutlich am ältesten sind und über ein geringes Einkommen verfügen. Zudem überwiegen Personen mit Volks- bzw. Hauptschulabschluss, was den niedrigen sozioökonomischen Status verdeutlicht.

Das **expressive Verhalten** wird durch die Indikatoren Konsumverhalten, Kleidungsstil, Urlaub und Teilnahme am Dorfleben beschrieben. Der bevorzugte Kleidungsstil ist die Tracht, was auf Traditionsbewusstsein schließen lässt. Im Urlaub wird der Aktivurlaub präferiert, der, neben der sportlichen Betätigung, Natur und Entspannung verspricht. Kultururlaub findet ebenso Anklang. Die Personen in Cluster 1 zeichnen sich durch eine unterdurchschnittliche Teilnahme am Dorfleben aus, Veranstaltungen werden selten besucht. Die Konsummuster sind durch eine Wertschätzung kleiner Dimensionen gekennzeichnet. Dorfläden und Tante-Emma-Läden werden großen Geschäften und Einkaufszentren vorgezogen, der örtliche Handel hat einen hohen Stellenwert und der soziale Aspekt beim Einkaufen spielt eine große Rolle. Interessanterweise scheint der Einkauf gleichermaßen Stressfaktor wie Erlebnis zu sein. Ein Grund für die Wertschätzung des Einkaufens ist eventuell seine Funktion als Kommunikationsmöglichkeit. Die Betriebsformenwahl weist eine Tendenz zu kleinen, serviceintensiven Angeboten auf. Insbesondere im Lebensmittelbereich werden übersichtliche Betriebsformen geschätzt. Während der Internet- bzw. Katalogkauf (Home-Shopping) für Kleidung eine relativ große Rolle spielt, kommen Lebensmitteleinkäufe in bequemlichkeitsorientierten Betriebsformen (Tankstelle, Kiosk, Bahnhofsladen und Verkaufsfahrer) kaum vor. Es wird weniger Wert auf Qualität als auf günstige Preise gelegt, was in dem relativ geringen Einkommen begründet sein kann.

Evaluatives Verhalten (postmoderne Veränderungen, Bedeutung der Lebensbereiche): Die Personen in Cluster 1 sind sehr traditionsbewusst und messen konservativen Lebensbereichen eine große Bedeutung bei. Sie lehnen Aufstiegsstreben ab und die Meinung anderer spielt eine untergeordnete Rolle. Einen großen Stellenwert wird der Familie eingeräumt. Die Veränderungen in Folge der Postmoderne werden kaum wahrgenommen, was in der Besinnung auf den familiären und häuslichen Bereich begründet sein kann, wo diese Entwicklungen ausgeblendet werden können.

Kognitives Verhalten (dörfliche Identität, Wahrnehmung der Nachteile des Landlebens): Cluster 1 zeichnet sich durch eine vergleichsweise starke dörfliche Identität aus. Die Personen

identifizieren sich mit ihrem Wohnort und erachten keinen anderen Wohnort als Alternative. Die Nachteile des Landlebens werden kaum wahrgenommen bzw. als nicht störend empfunden. Es scheinen weder Probleme der persönlichen Weiterentwicklung noch das Gefühl von sozialer Kontrolle zu bestehen.

Das **interaktive Verhalten** wird durch das Informationsverhalten (Zeitung) sowie die Komponente *dörfliche Beziehungen* beschrieben. Die Personen in Cluster 1 haben großes Interesse an lokalen bzw. regionalen Themen, was sich in der Wahl der bevorzugten Zeitung in Form der Regionalzeitung ausdrückt. Trotz der hohen Bindung an den Wohnort bestehen wenige Kontakte zur Dorfgemeinschaft. Dörfliche Beziehungen spielen eine untergeordnete Rolle, was in der innengerichteten, auf den häuslichen Bereich bezogenen Lebensweise begründet sein kann.

Cluster 2

Die Personen in Cluster 2 sind im Clustervergleich mit durchschnittlich 41 Jahren am jüngsten. Sie verfügen über ein durchschnittliches bis leicht überdurchschnittliches Einkommen und haben zumeist Abitur.

Der bevorzugte Kleidungsstil bildet einen Indikator für das **expressive Verhalten**. In Cluster 2 wird die legere Jeansmode bevorzugt, die am ehesten dem Etikett „Freizeit- oder Standardmode“ entspricht. Stark auffallend ist die Wahl der Urlaubsart (Strandurlaub), die Entspannung, Sonne und Erholung verspricht. Kultur, Natur und sportliche Aktivität spielen im Urlaub kaum eine Rolle. Die Teilnahme am Dorfleben ist in Cluster 2 unterdurchschnittlich ausgeprägt. Der Einkauf scheint von geringer Bedeutung zu sein. Er wird als Stressfaktor wahrgenommen und weniger als Erlebnis, wird nicht geplant oder vorbereitet, was sich an der unterdurchschnittlichen Bewertung des Faktors *rationales Konsumbewusstsein* zeigt. Die Konsumeinstellungen spiegeln sich in der Betriebsformenwahl wider. Beinahe alle Faktorenwerte weisen negative Mittelwerte auf, was bedeutet, dass sämtliche Betriebsformen eine vergleichsweise geringe Rolle spielen und der Einkauf selbst einen niedrigen Stellenwert hat. Lediglich preis- und angebotsorientierte Betriebsformen für Lebensmittel (Discounter und Supermarkt) haben positive Werte. Sie zeichnen sich durch ein preisgünstiges und ausreichendes Angebot aus, der Einkauf kann schnell und relativ unkompliziert erfolgen.

Das **evaluative Verhalten** unterscheidet sich stark von Cluster 1. Während konservative Lebensbereiche unterdurchschnittlich repräsentiert sind, nehmen Aufstiegsorientierung,

Abwechslung und soziale Anerkennung einen besonders hohen Stellenwert ein. In Cluster 2 werden die postmodernen Veränderungen kaum wahrgenommen bzw. der Wohnort als Rückzugsort wenig geschätzt, was womöglich in der relativ geringen Bedeutung des Wohnortes an sich begründet ist.

Kognitives Verhalten: Die Nachteile des Landlebens werden stark wahrgenommen. Es stellt eine Einschränkung der eigenen Entwicklung dar und ist durch soziale Kontrolle geprägt. Die negative Wahrnehmung impliziert gleichermaßen eine unterdurchschnittliche dörfliche Identität. An den Wohnort besteht keine emotionale Bindung, er ist mehr Durchgangsstation als Lebensmittelpunkt.

Das **interaktive Verhalten** der Personen in Cluster 2 zeugt von einem Interesse an lokalen bzw. regionalen Themen (Augsburger Allgemeine Zeitung). Soziale Beziehungen spielen eine vergleichsweise große Rolle. Obwohl kaum Interesse an der Teilnahme am Dorfleben besteht und die Ortsidentität sehr gering ist, scheinen soziale Kontakte gepflegt und die Integration in die Gemeinschaft angestrebt zu werden. Dies bestätigt die hohe Wertschätzung der Meinung anderer (z.B. Nachbarn), die im evaluativen Verhalten angedeutet wurde.

Cluster 3

Die Personen in Cluster 3 sind mit 46 Jahren etwas jünger als der Durchschnitt. Sie verfügen über ein vergleichsweise geringes Einkommen und einen niedrigen Schulabschluss.

Expressives Verhalten: Der bevorzugte Kleidungsstil ist nicht eindeutig. Sowohl Jeans als auch Abendkleidung scheinen zu gefallen. Eindeutiger ist die Wahl der bevorzugten Urlaubsart, bei der Camping im Vergleich zu den anderen Clustern dominiert. Strandurlaub stellt ebenfalls eine Option dar, während Kulturreisen abgelehnt werden. Im Urlaub wird scheinbar Wert auf einen günstigen Preis sowie Erholung und Natur gelegt. Der Faktor *Teilnahme am Dorfleben* ist unauffällig. Die Konsumgewohnheiten zeigen einige Besonderheiten: Der Einkauf soll schnell gehen, wird aber nicht geplant und verläuft kaum rational. Er bereitet keine Freude, sondern bedeutet Stress. Der Cluster zeichnet sich durch eine ablehnende Haltung zu kleinen Dimensionen und Qualitätsbewusstsein aus. Es wird weder Wert auf einen Einkauf am Wohnort gelegt, noch spielen soziale Aspekte beim Einkaufen eine Rolle. Große Städte und Einkaufszentren werden kleinen, örtlichen Läden vorgezogen. Bei der Betriebsformenwahl (Kleidung) wird Wert auf günstige Preise gelegt (Discounter, Flohmarkt). Service, Übersichtlichkeit und Qualität (Fachgeschäft, Edelboutique) sind unbedeutender. Im Lebensmittelbereich spielt Qualität eine sehr geringe Rolle und die Geschäfte sollen in erster

Linie preisgünstig sein sowie eine große Auswahl bieten (Supermärkte und Discounter). Beim Einkauf von Lebensmitteln stellt sich zudem ein Hang zur Bequemlichkeit heraus.

Evaluatives Verhalten: Die Personen in Cluster 3 weisen konservativen Lebensbereichen eine unterdurchschnittliche Bedeutung zu. Stark abgelehnt werden Familie sowie ein naturverbundenes Leben, während Außendarstellung, ein abwechslungsreiches Leben sowie berufliche Erfolge wichtig erscheinen. Die Wahrnehmung der postmodernen Tendenzen entspricht dem Durchschnitt.

Kognitives Verhalten: Es besteht kaum eine Identifikation mit dem Wohnort, der keine besondere Bedeutung hat und vielmehr eine Durchgangsstation bildet. Trotz dieser ablehnenden Haltung werden kaum negative Aspekte des Landlebens wahrgenommen. Womöglich besteht ein so geringes Interesse am Wohnort, dass nicht einmal die Nachteile stören oder die Clustermitglieder haben sich mit dem Landleben „abgefunden“.

Interaktives Verhalten: Die Mitglieder der Gruppe interessieren sich überwiegend für Boulevardpresse und triviale Themen sowie in geringem Maße für Lokales bzw. Regionales. Überregionales und Wirtschaftsthemen sind kaum von Bedeutung. Dörfliche Beziehungen spielen eine stark unterdurchschnittliche Rolle. Die Clustermitglieder sind kaum in die örtliche Gemeinschaft integriert, verfügen über wenige innerörtliche Freundschaften und messen nachbarschaftlichen Kontakten einen geringen Stellenwert bei.

Cluster 4

Die Personen in Cluster 4 liegen mit durchschnittlich 48 Jahren nur knapp unter dem Mittelwert. Sie verfügen über einen sehr hohen sozioökonomischen Status, was sich im höchsten Einkommen aller Cluster und in vergleichsweise hohen Bildungsabschlüssen zeigt.

Expressives Verhalten: Als bevorzugten Kleidungsstil geben Personen in diesem Cluster Anzug bzw. Kostüm an. Im Urlaub wird Wert auf Bildung und Kultur gelegt, es scheint ein Interesse zu bestehen, Neues zu erlernen sowie sich als gebildet und interessiert darzustellen. Die Clustermitglieder sind interessiert am örtlichen Geschehen und nehmen an örtlichen Veranstaltungen teil, was sich an dem hohen Mittelwert der Komponente *Teilnahme am Dorfleben* zeigt. Sie verfügen über ein ausgeprägtes Qualitäts- und Umweltbewusstsein und weisen das rationalste Konsumverhalten sämtlicher Cluster auf. Einkäufe werden geplant, Angebote durchgesehen und überwiegend mit Einkaufszettel eingekauft. Konsum wird weder als Freizeitbeschäftigung, noch als besonders stressig wahrgenommen. Er scheint eine

Notwendigkeit darzustellen, die zwar keine besondere Freude bereitet, aber auch nicht völlig abgelehnt wird. Hinsichtlich der bevorzugten Betriebsformen fällt auf, dass für Kleidung trotz des hohen Einkommens preisgünstige Betriebsformen bevorzugt werden. Nur selten werden angebotsorientierte Betriebsformen oder Home-Shopping genutzt. Das Qualitätsbewusstsein gilt v.a. für Lebensmittel, bei denen günstige Preise und ein großes Angebot eine geringere Rolle spielen als qualitative Aspekte.

Evaluatives Verhalten: Der Cluster zeichnet sich durch eine große Bedeutung außenorientierter Lebensbereiche (soziale Anerkennung, abwechslungsreiches Leben, beruflicher Erfolg) aus. Gleichermaßen sind die Personen des Clusters zurückgezogen und legen Wert auf Familie und Naturverbundenheit. Konservative Lebensbereiche haben einen geringen Stellenwert. Die postmodernen Tendenzen werden in großem Maße wahrgenommen. Möglicherweise sind die Clustermitglieder durch ihren Beruf stetigem Stress ausgesetzt und können diesem an ihrem Wohnort entkommen.

Kognitives Verhalten: Die Gruppenmitglieder zeichnen sich durch eine leicht überdurchschnittliche dörfliche Identität aus, wobei die Nachteile des Landlebens relativ stark wahrgenommen werden. Sie scheinen sich an ihrem Wohnort sehr wohlfühlen und ihn als Rückzugsort zu schätzen. Dafür werden die Einschränkungen, die ihnen sehr wohl bewusst sind, in Kauf genommen. Der Wohnort kann nicht in allen Bereichen den Ansprüchen genügen und mangelnde Weiterentwicklungsmöglichkeiten sowie soziale Kontrolle werden kritisch beurteilt.

Interaktives Verhalten: Cluster 4 verfügt trotz der hohen dörflichen Identität über unterdurchschnittliche dörfliche Beziehungen. Der Wohnort scheint nur einen Lebensbereich darzustellen, das soziale Leben spielt sich andernorts ab. Die bevorzugten Zeitungen (Süddeutsche Zeitung und Financial Times Deutschland) zeugen von einem Interesse an überregionalen, nicht trivialen Themen und einer Wertschätzung umfassender Informationen sowie wirtschaftlicher Themen.

Cluster 5

Cluster 5 verfügt über ein mittleres bis hohes Einkommen sowie mittlere Bildungsabschlüsse. Soziodemographisch spiegelt er den Durchschnitt wider. Er bildet den zweitjüngsten Cluster.

Das **expressive Verhalten** wirkt „uneinheitlich“. Während hinsichtlich des Kleidungsstils die elegante Abendkleidung präferiert wird, ist die bevorzugte Urlaubsart Camping. Dies deutet auf naturverbundene Personen hin, die Wert auf die äußere Erscheinung legen. Die Teilnahme am Dorfleben entspricht in etwa dem Durchschnitt. Hinsichtlich der Konsummuster werden ebenfalls Ambivalenzen deutlich. Zwar bevorzugen die Clustermitglieder kleine Dimensionen sowie einen wohnort- und sozialorientierten Einkauf, doch spielen qualitative Aspekte kaum eine Rolle. Der Einkauf erfolgt selten geplant und rational, sondern eher spontan und schnell. Er wird mehr als Erlebnis, denn als Stressfaktor wahrgenommen. Bei Betriebsformen für Kleidung wird Wert auf Service und Übersichtlichkeit gelegt (Fachgeschäft, Edelboutique), Preis und Auswahl spielen eine geringe Rolle. Ein ähnliches Muster zeigt sich bei der Betriebsformenwahl für Lebensmittel, bei der Bedienung und Übersichtlichkeit in einem Dorfladen den günstigen Preisen und der großen Auswahl in größeren Betriebsformen vorgezogen werden.

Evaluatives Verhalten: Die bedeutendsten Lebensbereiche sind diejenigen, welche auf Aufstiegsorientierung und Außendarstellung sowie eine Wertschätzung abwechslungsreichen Lebens hindeuten. Konservative Werte und eine innengerichtete Lebensweise sind unwichtig. Postmoderne Tendenzen werden kaum wahrgenommen bzw. scheinen nicht zu stören, der Wohnort dient nicht als Rückzugsort.

Kognitives Verhalten: Die Haltung gegenüber dem Wohnort ist neutral, er wird weder als Lebensmittelpunkt, noch als Durchgangsstation betrachtet. Die Nachteile des Landlebens stören kaum, was die wenig emotionale Beziehung zum Wohnort bestätigt.

Interaktives Verhalten: Dörfliche Beziehungen spielen eine geringe Rolle. Der Freundeskreis befindet sich außerhalb des Wohnortes und dem Verhältnis zu den Nachbarn wird wenig Bedeutung beigemessen. Dennoch weist die Wahl der bevorzugten Zeitung auf ein gewisses Interesse an lokalen und regionalen Themen hin.

Cluster 6

Cluster 6 ist etwas älter als der Durchschnitt und besteht vorwiegend aus Hochschulabsolventen mit sehr hohem Einkommen. Er bildet demnach die Gruppe mit dem höchsten sozioökonomischen Status.

Der hohe sozioökonomische Status spiegelt sich im **expressiven Verhalten** wider. Als Kleidung werden die elegante Abendgarderobe sowie Anzug und Kostüm bevorzugt. Im Urlaub spielen Kultur und Bildung eine große Rolle. Der Cluster weist Ähnlichkeiten zu Cluster 4 auf, die sich jedoch im Konsumverhalten nicht wiederfinden. Es besteht ein unterdurchschnittliches Qualitätsbewusstsein bei gleichzeitiger Wertschätzung kleiner Dimensionen. Der Einkauf stellt weder ein besonderes Erlebnis noch einen Stressfaktor dar. Das rationale Konsumbewusstsein ist leicht überdurchschnittlich. Für den Einkauf von Kleidung werden preisorientierte Betriebsformen bevorzugt (Discounter, Flohmarkt, Second-Hand-Laden). Home-Shopping spielt ebenso eine große Rolle. Während für Kleidung Service und großes Angebot unwichtig sind, gewinnen diese Aspekte bei Lebensmitteln an Bedeutung. Es wird Wert auf Übersichtlichkeit und Bedienung (Dorfladen, Tante-Emma-Laden) gelegt. Die Teilnahme am Dorfleben ist Personen dieses Clusters relativ wichtig. Es ist Interesse an lokalen Themen vorhanden, örtliche Veranstaltungen werden gerne und häufig besucht.

Evaluatives Verhalten: Die Personen in Cluster 6 schätzen konservative und insbesondere zurückgezogene Lebensbereiche (Familie und naturverbundenes Leben), während Aufstiegsorientierung, Abwechslung und soziale Anerkennung lediglich eine durchschnittliche Bedeutung haben. Möglicherweise sind sie nicht mehr aktiv im Beruf und es dominiert das Privatleben. Eine andere Erklärung ist, dass der Beruf einen Stressfaktor bildet, dem durch eine Rückbesinnung auf traditionelle Werte entkommen werden kann. Diese These stützt die überdurchschnittliche Wahrnehmung postmoderner Tendenzen. Der Wohnort scheint eine Möglichkeit darzustellen, sich zurückzuziehen und ein ruhiges Leben zu führen.

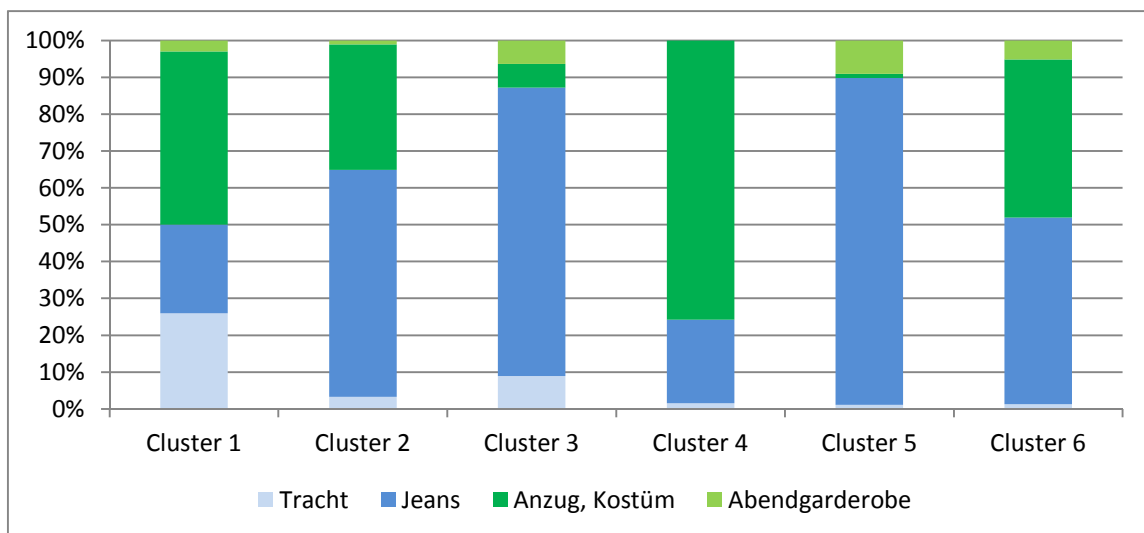
Kognitives Verhalten: Die Personen in Cluster 6 haben die höchste dörfliche Identität von allen Clustern. Nachteile des Landlebens werden wenig wahrgenommen. Der Wohnort bildet den Lebensmittelpunkt, der eine Bereicherung darzustellen scheint. Entwicklungsmöglichkeiten fehlen nicht, was darin begründet sein kann, dass in beruflicher Hinsicht bereits alles vorgenommene erreicht wurde und keine weiteren Ambitionen bestehen. Die geringe Wahrnehmung sozialer Kontrolle kann in den wenigen Kontakten zur Dorfgemeinschaft begründet sein (siehe unten).

Interaktives Verhalten: Trotz der hohen dörflichen Identität bestehen kaum dörfliche Beziehungen. Freundeskreise befinden sich außerhalb des Dorfes, was eine geringe Integration impliziert. Das Leben auf dem Lande scheint zwar genossen zu werden, es sind jedoch keine engen Kontakte nötig. Der hohe sozioökonomische Status spiegelt sich im Informationsverhalten wider. Es interessieren überwiegend Wirtschaftsnachrichten sowie überregionale Themen.

5.3.3.2 Binnenprofile der Cluster

Die Analyse der Binnenprofile kann eine weitere Profilierung der Cluster bewirken. Sie verdeutlicht die Bedeutung verschiedener Merkmale (kategoriale Variablen) innerhalb der Gruppen. Dafür werden für die kategorialen Variablen Balkendiagramme erstellt, welche die Häufigkeiten pro Cluster darstellen. Im Unterschied zu den Prozentangaben in Tab. 44 werden die Prozentwerte innerhalb der Cluster berechnet. Während für die Außenprofile die Kategorien über alle Cluster hinweg zu 100 % aufaddiert werden, erfolgt die Berechnung der Binnenprofile anhand der Ausprägung der Kategorien im Cluster (BÜHL 2012. 666ff.). Häufig werden Tendenzen der Außenprofile durch die Binnenbetrachtung relativiert, was sich am Beispiel der bevorzugten Kleidungsform (vgl. Abb. 39) zeigt.

Abbildung 39 Prozentwerte der Kategorien innerhalb der Cluster bei Kleidung (N=500)



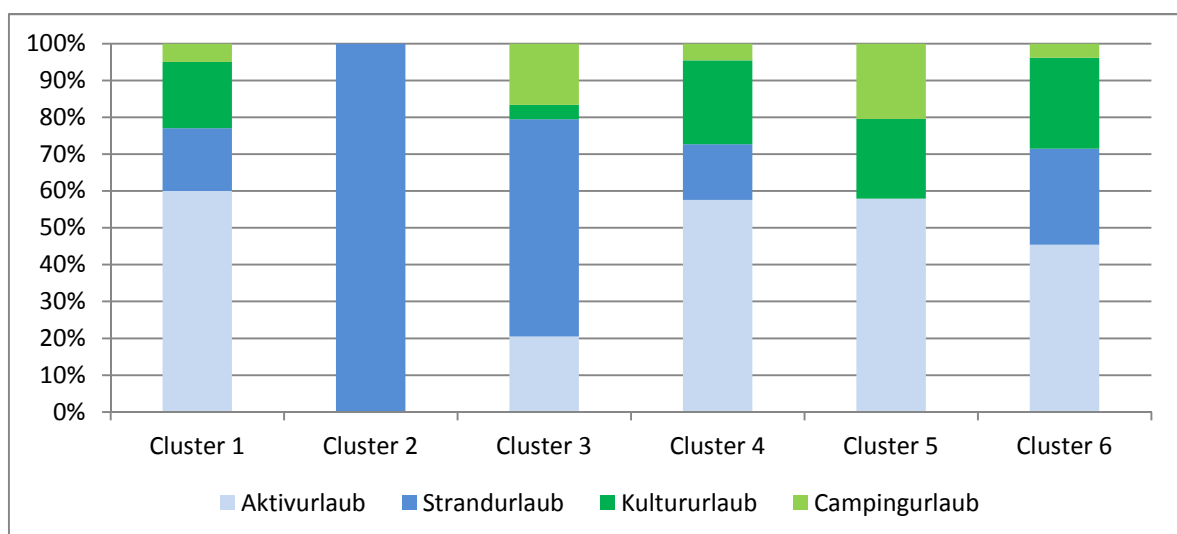
Quelle: Eigene Berechnungen.

Tracht und Abendgarderobe werden nur von einem sehr kleinen Personenanteil gewählt (Abendgarderobe 21, Tracht 39), weswegen eine relativ geringe Anzahl von Nennungen eine große Bedeutung im Außenprofil mit sich bringt. Dies führt zu einer Überbewertung beider Kategorien in den Außenprofilen, die durch die Betrachtung der Binnenprofile relativiert wird.

Während Cluster 1 im Clustervergleich eine starke Präferenz für Tracht aufweist, wird deutlich, dass innerhalb des Clusters lediglich 26 % diese Kleidungsform wählen und 47 % sich für Anzug/Kostüm entscheiden. Dennoch kann die Tracht als Abgrenzungskriterium zu den übrigen Clustern angeführt werden, da sie in keiner anderen Lebensstilgruppe mehr als 10 % der Nennungen aufweist. In Cluster 5 entscheiden sich beinahe 90 % für die Jeans, obwohl im Clustervergleich die Abendgarderobe den Topwert erreicht. Diese Tendenzen müssen in der letztendlichen Clusterbeschreibung berücksichtigt werden. Jeans, die als typische Alltags- bzw. Freizeitkleidung gelten, stellen für beinahe alle Cluster die bevorzugte Kleidungsform dar. Lediglich Cluster 4 und 1 weisen andere Präferenzen auf. Cluster 4 zeichnet sich durch die hohe Wertschätzung von Businesskleidung aus. Die Personen in den Clustern 2 und 6 zeigen relativ ausgeglichene Präferenzen hinsichtlich Jeans und Anzug bzw. Kostüm.

Betrachtet man die bevorzugte Urlaubsart (vgl. Abb. 40) sticht in erster Linie Cluster 2 hervor, in dem 100 % den Strandurlaub wählen. In Cluster 1 überwiegt, wie die Außenprofile andeuten, der Aktivurlaub, kaum eine Bedeutung hat der Campingurlaub. Die Außenprofile für Cluster 3 und 5 lassen auf eine große Wertschätzung des Campingurlaubs schließen, die durch die Binnenprofile nicht bestätigt wird. Vielmehr wird der Strandurlaub präferiert. Insgesamt bevorzugen nur ca. 8 % den Campingurlaub, weswegen die Werte in den Außenprofilen überinterpretiert werden können. Die Cluster 4 und 6 weichen ebenso etwas von den Außenprofilen ab, die Bedeutung des Kultururlaubs wird relativiert und es ergibt sich eine Präferenz für den Aktivurlaub.

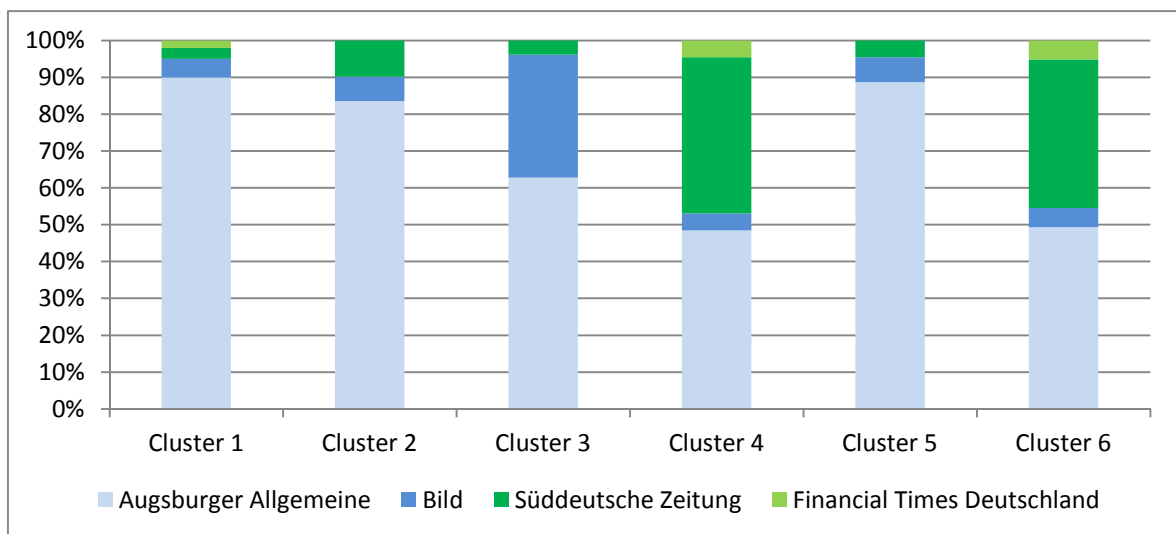
Abbildung 40 Prozentwerte der Kategorien innerhalb der Cluster bei Urlaub (N=500)



Quelle: Eigene Berechnungen.

Die Auswahl der Zeitung (vgl. Abb. 41) zeigt, dass für sämtliche Cluster die Augsburger Allgemeine Zeitung die größte Bedeutung hat, insbesondere für Cluster 1, 2 und 5, was die Ergebnisse der Außenprofile bestätigt. Cluster 3 weist zwar den größten Anteil der Bild-Leser auf, dennoch dominiert auch hier die Regionalzeitung. Dies zeigt, dass regionale Themen für sämtliche Lebensstilgruppen von Interesse sind. Cluster 4 zeichnet sich ebenso wie Cluster 6 durch eine auffallend hohe Bedeutung der Süddeutschen Zeitung aus. Aufgrund der insgesamt sehr geringen Anzahl von Nennungen (9) spielt die Financial Times Deutschland kaum eine Rolle.

Abbildung 41 Prozentwerte der Kategorien innerhalb der Cluster bei Zeitung (N=500)



Quelle: Eigene Berechnungen

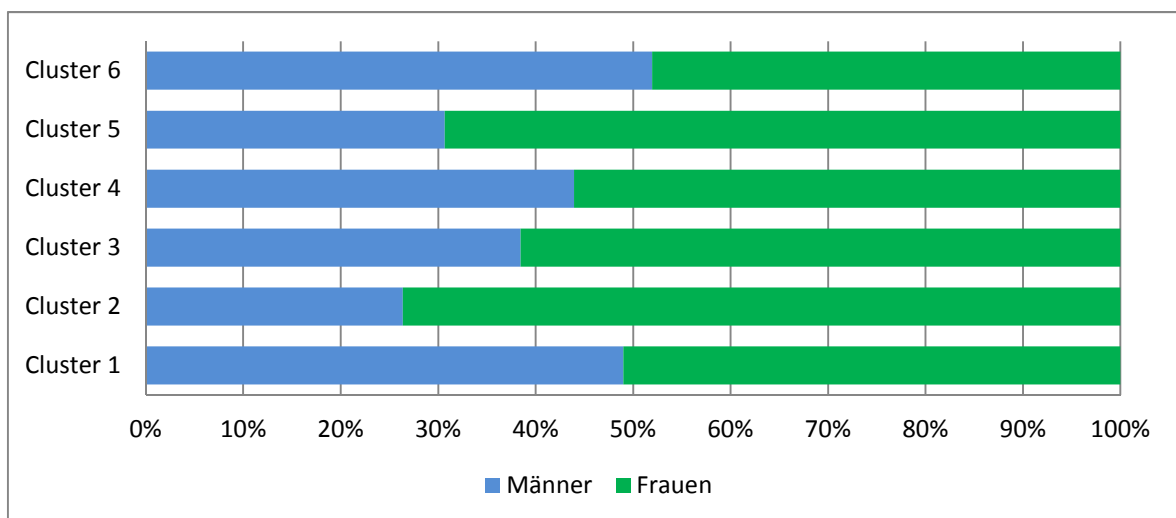
Die Binnenprofile der Variablen höchster Schulabschluss und monatliches Nettoeinkommen entsprechen im Wesentlichen den Außenprofilen, weswegen auf eine graphische Darstellung verzichtet wird. Eine Besonderheit stellt Cluster 6 dar, der zu 100 % Hochschulabsolventen umfasst.

5.3.3.3 Tieferegehende Analyse der Cluster

Im nächsten Schritt werden durch Kreuztabellen und Signifikanztests mit Cramer V weitere Merkmale der Cluster beschrieben, um die Gruppen stärker voneinander abzugrenzen bzw. die Charakteristika einzelner Cluster umfassend zu beschreiben. Die Werte von Cramer V stehen in Klammern und werden je nach Signifikanz mit $*(p < 0,05)$ oder $** (p < 0,01)$ gekennzeichnet. Die Korrelationen werden anhand des theoretischen Vorwissens interpretiert. Untersucht werden geschlechtsspezifische Unterschiede, Differenzen zwischen Einheimischen und Zuzüglern sowie die Zentralitätsstufen der Haupteinkaufsorte und die Bewertung des örtlichen Einzelhandelsangebotes.

Zunächst fällt ein signifikanter Zusammenhang zwischen Clustern und dem Geschlecht auf (0,192*). Insgesamt sind 60 % der Befragten Frauen, weswegen der Frauenanteil in allen Clustern größer ist als der Männeranteil. Am meisten überwiegen Frauen in den Clustern 2, 3 und 5, während der Männeranteil in den Clustern 4 und 6 vergleichsweise hoch ist. Männer sind häufiger in Clustern mit hohem sozioökonomischem Status vertreten (vgl. Abb. 42).

Abbildung 42 Geschlechteranteile in den Clustern in % (N=500)

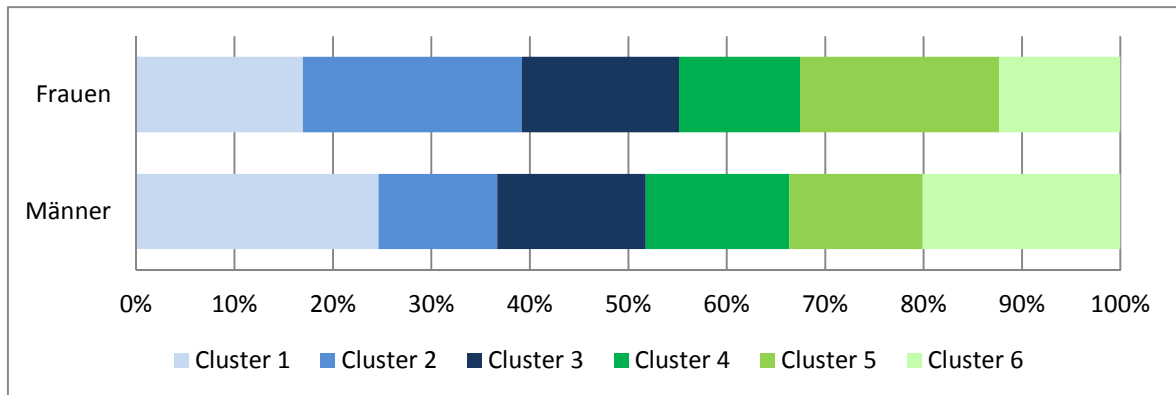


Quelle: Eigene Berechnungen.

Aufgrund der ungleichen Geschlechterverteilung in der Stichprobe werden die Clusterpräferenzen der Geschlechter verglichen (vgl. Abb. 43). Es zeigt sich, dass Männer stärker in traditionsbewussten, konservativen und innengerichteten Clustern vertreten sind, die sich durch eine starke dörfliche Identität bei geringeren dörflichen Beziehungen auszeichnen (Cluster 1 und 6). Beide Cluster fallen zudem durch eine Preissensibilität sowie das relativ hohe Alter auf. Frauen dominieren Cluster, die jüngere Personen umfassen und in denen Lebensbereiche, die sich durch soziale Anerkennung, Aufstiegsdenken sowie

Abwechslung kennzeichnen, geschätzt werden. Die dörfliche Identität ist geringer ausgeprägt und die Einstellung zum Wohnort wirkt neutral bis ablehnend.

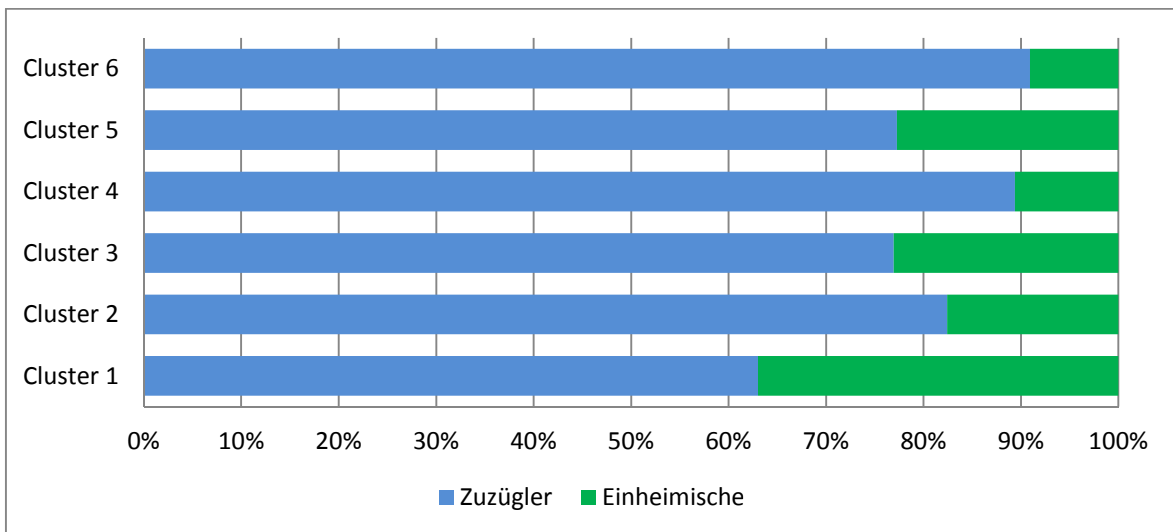
Abbildung 43 Clusterpräferenzen der Geschlechter (N=500)



Quelle: Eigene Berechnungen.

Keine signifikanten Zusammenhänge ergeben sich zwischen den Clustern und dem Wohnort. Es fällt jedoch auf, dass sich die Bewohner Großaitingens häufiger Clustern zuordnen lassen, die einen hohen sozioökonomischen Status aufweisen (Cluster 4 und 6), während die Scheuringer vor allem in statusniedrigeren Clustern vorherrschen (Cluster 1 und 3). Ein Grund kann sein, dass Scheuring den Ansprüchen der statushöheren Personen nicht genügt und daher nicht als Wohnstandort in Erwägung gezogen wurde.

Höchst signifikante Unterschiede zeigen sich zwischen Einheimischen und Zuzüglern (0,234**). Insgesamt sind beinahe 80 % der Befragten Zuzügler, nur 20 % verbrachten ihr komplettes Leben am Wohnort. Der Anteil der Einheimischen ist in Cluster 1 mit 37 % am größten, wohingegen in Cluster 4 und 6 die Zuwanderer jeweils etwa 90 % ausmachen. Zuzügler dominieren demnach in Clustern mit hohem sozioökonomischen Status. Einheimische scheinen eine stärkere dörfliche Identität auszubilden und konservativer zu sein, was sich an der Dominanz in Cluster 1 zeigt (vgl. Abb. 44).

Abbildung 44 Anteile Einheimischer und Zuzügler in den Clustern (N=500)

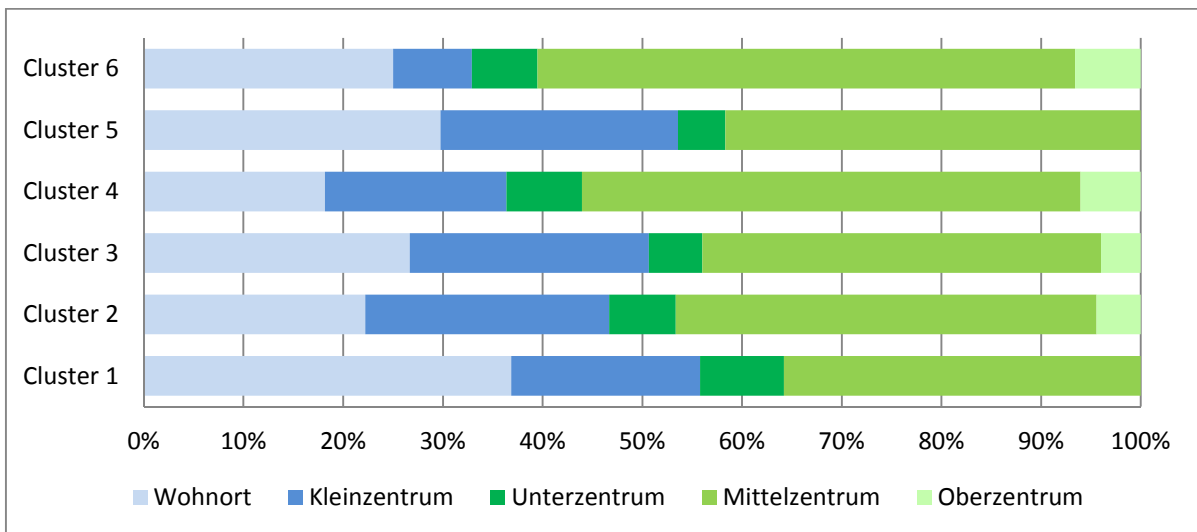
Quelle: Eigene Berechnungen.

Je länger die Zuzügler am Wohnort leben, desto häufiger sind sie in Cluster 1 vertreten. Cluster 2 und 3, die sich durch eine geringe dörfliche Identität auszeichnen, verlieren an Bedeutung. Scheinbar steigt die emotionale Ortsbindung mit zunehmender Wohndauer und die Nachteile des Landlebens werden weniger stark wahrgenommen.

Die Korrelationsanalyse der Cluster mit den Zuzugsmotiven ergibt keine signifikanten Unterschiede. Ebenso zeigen sich keine signifikanten Zusammenhänge zwischen den Clustern und dem Gedanken an einen Fortzug, wobei dennoch einige Besonderheiten auffallen. Insgesamt dachten 18 % bereits daran, aus dem Wohnort wegzuziehen. Am seltensten bestand der Gedanke in Cluster 1 (9 %), während 25 % der Personen in Cluster 6 einen Wohnortwechsel bereits in Erwägung gezogen haben, was eine gewisse Unzufriedenheit vermuten lässt.

Abschließend wird das clusterspezifische Konsumverhalten analysiert. Während sich die Haupteinkaufsorte bei Waren des täglichen Bedarfs sowie Büchern, CDs und DVDS ähneln, stellen sich die Unterschiede bei der Ortswahl für Vorratseinkäufe (0,280*) sowie für Kleidung und Schuhe (0,387*) als signifikant heraus. Bei den Vorratseinkäufen fällt auf, dass für Personen in den Clustern 1, 3 und 5 der Wohnort vergleichsweise die größte Rolle spielt. Die Konsumenten aus Cluster 2, 4 und 6 kaufen seltener am Wohnort ein und bevorzugen Orte höherer Zentralität. Mit steigendem sozioökonomischem Status nimmt die Bedeutung der Mittel- und Oberzentren zu, da der Wohnort womöglich nicht den Ansprüchen genügen kann (vgl. Abb. 45).

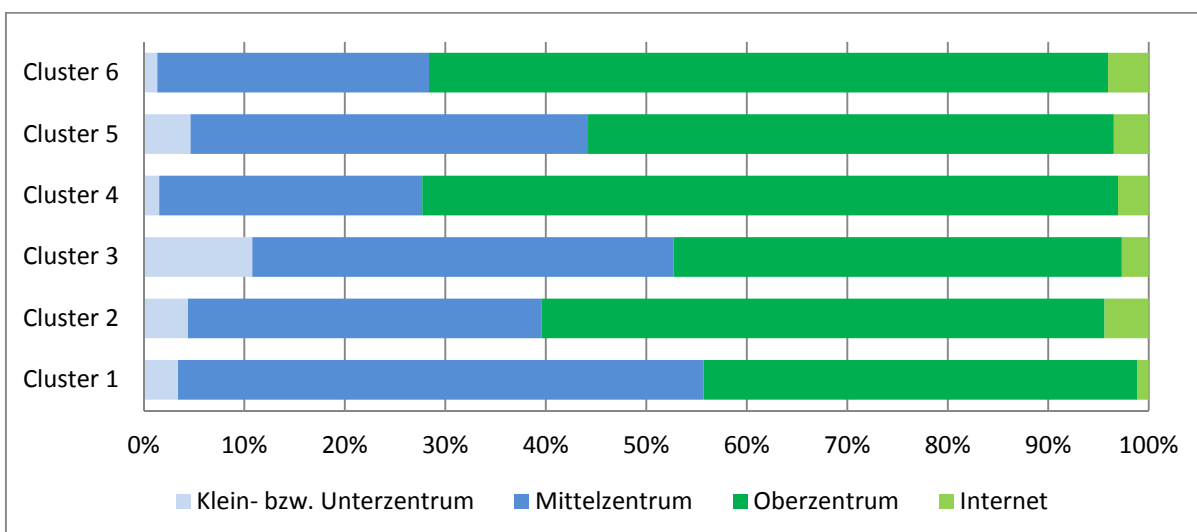
Abbildung 45 Anteile Haupteinkaufsorte Lebensmittel Vorrat in den Clustern (N=500)



Quelle: Eigene Berechnungen.

Für Kleidung zeigt sich, dass das Internet insgesamt und vor allem in Cluster 1, der den ältesten Cluster darstellt, nur selten genutzt wird. Am wichtigsten ist es für den jüngsten Cluster (2) und Cluster 6, der den höchsten sozioökonomischen Status aufweist. Während Personen in Cluster 1 häufig in Mittelzentren einkaufen und Oberzentren eine geringere Rolle spielen, gewinnen diese bei den Clustern 4 und 6 an Bedeutung. Cluster 1 legt Wert auf kleine Dimensionen und begegnet größeren Städten mit Skepsis. Die beiden Cluster mit dem höchsten sozioökonomischen Status haben womöglich Ansprüche an die Waren, die im Angebot der Mittelzentren nicht erfüllt werden können (vgl. Abb. 46).

Abbildung 46 Anteile Haupteinkaufsorte Kleidung und Schuhe in den Clustern (N=500)



Quelle: Eigene Berechnungen.

Abschließend wird untersucht, wie das örtliche Einzelhandelsangebot von den Clustern beurteilt wird. Signifikante Unterschiede ergeben sich bei der Bewertung des Verkaufspersonals (0,145**), des Preis-Leistungsverhältnisses (0,133**) sowie der Einkaufsatmosphäre (0,124**). Die Analyse der Durchschnittsnoten (vgl. Tab. 45) zeigt, dass Cluster 1, 5 und 6 den Wohnort insgesamt besser bewerten als die anderen Cluster. Die schlechteste Benotung erfolgt in Cluster 4. Das Verkaufspersonal wird von Cluster 3 und 4 am schlechtesten und von Cluster 1 und 5 am besten benotet. Cluster 6 beurteilt das Preis-Leistungsverhältnis am positivsten. Möglicherweise sind die Gruppenmitglieder nicht von hohen Preisen betroffen, da sie über einen größeren finanziellen Spielraum verfügen. Cluster 3 bewertet das Preis-Leistungsverhältnis am negativsten, was durch das relativ niedrige Einkommen begründet werden kann, das die Abhängigkeit von preisgünstigen Waren erhöht. Die Einkaufsatmosphäre wird insbesondere von Cluster 1 und 5 geschätzt, während sie von Personen in Cluster 4 extrem schlecht benotet wird. Sie suchen möglicherweise nach Abwechslung bzw. Aufregung beim Einkaufen. „Shopping“ ist in ländlichen Gemeinden kaum möglich.

Tabelle 45 Durchschnittsnoten für den Wohnort als Einkaufsort in den Clustern (N=500)

	Verkaufspersonal	Preis-Leistungsverhältnis	Einkaufsatmosphäre	Note gesamt
Cluster 1	2,2	2,6	2,5	2,5
Cluster 2	2,4	2,8	3,0	2,8
Cluster 3	2,6	2,8	2,8	2,8
Cluster 4	2,6	2,8	3,3	2,9
Cluster 5	2,0	2,7	2,5	2,6
Cluster 6	2,4	2,2	2,8	2,6
Gesamt	2,3	2,7	2,8	2,7

Quelle: Eigene Berechnungen.

5.3.3.4 Clustervergleich – Die Lebensstilgruppen

Die Außenprofile geben zwar häufig nicht die Verteilungen innerhalb der Cluster wieder, doch können sie Tendenzen erklären. Geringe Anzahlen an Nennungen können jedoch Verzerrungen bedingen. Die Binnenprofile untersuchen jeden Cluster für sich und zeigen die tatsächlichen Verteilungen innerhalb des Clusters an. Für eine in sich stimmige Clusteranalyse müssen sowohl Binnen- als auch Außenprofile bestimmt und interpretiert werden. Darüber hinaus werden die Ergebnisse der kreuztabellarischen Untersuchungen in die Lebensstilbeschreibung einbezogen.

Die Lebensstilgruppen

Cluster 1 bildet den ältesten Cluster und wird durch einen niedrigen sozioökonomischen Status sowie einen relativ hohen Männeranteil gekennzeichnet. Er bildet die Gruppe mit dem größten Anteil an Einheimischen und gewinnt mit zunehmender Wohndauer an Bedeutung. Die Mitglieder denken nur selten an einen Fortzug. Sie schätzen konservative Lebensbereiche wie Tradition und Religion sowie Zurückgezogenheit (Familie und Natur). Aufstiegsdenken, Abwechslung und eine positive Außendarstellung sind kaum von Belang. Das Traditionsbewusstsein drückt sich in der Kleidungswahl der Tracht aus, die jedoch durch die Betrachtung der Binnenprofile relativiert werden muss. Im Urlaub wird Wert auf Natur, Entspannung sowie Bewegung gelegt. Hinsichtlich des Informationsverhaltens zeichnet sich ein großes Interesse an lokalen und regionalen Themen ab. Trotz einer ausgeprägten dörflichen Identität, sind die Teilnahme am Dorfleben gering und die sozialen Beziehungen schwach. Die postmodernen Tendenzen werden kaum wahrgenommen, was durch die zurückgezogene Lebensweise erklärt werden kann. Die Konsummuster zeichnen sich durch eine Wertschätzung von Übersichtlichkeit und Service sowie ein hohes Preisbewusstsein aus. Der Einkauf scheint eine Chance darzustellen „herauszukommen“ und ermöglicht soziale Kommunikation und Kontakte. Er ist auf den Wohnort fixiert und sowohl für Vorrats- als auch für Kleidungseinkäufe werden niedrige Zentralitätsstufen bevorzugt. Das vergleichsweise hohe Alter bedingt möglicherweise eine eingeschränkte Mobilität, weswegen Home-Shopping eine Alternative darstellt. Wie die Analyse der Haupteinkaufsorte für Kleidung ergibt, spielt das Internet kaum eine Rolle, was auf eine große Bedeutung des Katalogeinkaufs schließen lässt. Der örtliche Handel wird insgesamt sehr positiv bewertet und vor allem mit dem Verkaufspersonal scheinen die Personen sehr zufrieden zu sein, was die Bedeutung des

Einkaufes als Kommunikationsmöglichkeit bestätigt. Die Lebensstilgruppe wird als **ortsbezogene Traditionalisten** bezeichnet.

Die Personen in Cluster 2 sind jung und verfügen über ein durchschnittliches Einkommen und zumeist Mittlere Reife oder Abitur. Auffallend sind ein relativ großer Anteil an Frauen und Zuzüglern. Die alternativlose Urlaubsform ist der Strandurlaub. Die Wahl von Jeans als bevorzugte Kleidung, die als „Durchschnittsfreizeitkleidung“ bezeichnet werden kann und die hohe Bedeutung aufstiegs- und außenorientierter Lebensbereiche deuten auf eine starke Wertschätzung der Meinung anderer bzw. auf ein Bestreben, nicht aufzufallen hin. Obwohl kaum Interesse an der Teilnahme am Dorfleben besteht und die dörfliche Identität unterdurchschnittlich ist, wird sozialen Beziehungen eine große Bedeutung beigemessen und auf die Meinung anderer (z.B. der Nachbarn) viel Wert gelegt. Die Mitglieder der Lebensstilgruppe bemühen sich um ein positives Image, wollen jedoch nicht durch Außergewöhnlichkeit auffallen. Der Konsum spielt eine untergeordnete Rolle, Betriebsformen werden nach der Möglichkeit eines schnellen und unkomplizierten Einkaufs gewählt. Der Wohnort ist beim Einkaufen kaum von Bedeutung, vielmehr werden Orte hoher Zentralitätsstufen bevorzugt. Ein Grund können Kopplungsmöglichkeiten sein, die eine Erleichterung und Beschleunigung des Einkaufs darstellen. Kleidung wird relativ häufig im Internet gekauft, was die Tendenz des „schnellen“ Konsumenten bestätigt. Cluster 2 bildet die zweitgrößte Lebensstilgruppe und wird als **angepasste Einkaufsmuffel** bezeichnet.

Cluster 3 besteht aus jungen Menschen mit relativ niedrigem sozioökonomischem Status. Im Urlaub wird überwiegend Wert auf Erholung und Sonne (Strand) gelegt. Es interessieren eher triviale Themen bzw. die Boulevardpresse (Bild). Die Werthaltungen sind aufstiegs- und außenorientiert; konservative Lebensbereiche haben eine sehr geringe Bedeutung. Auffallend ist die stark unterdurchschnittliche Wertschätzung von Familie und Naturverbundenheit (zurückgezogene Werthaltung). Das Interesse an und die Identifikation mit dem Wohnort erweisen sich als sehr gering, was durch die unterdurchschnittliche Bedeutung sozialer Beziehungen unterstrichen wird. Beim Einkaufen ist der Lebensstil stark preisfixiert, Qualitätsaspekte werden vernachlässigt. Wichtig sind günstige Preise und ein geringer Aufwand. Obwohl die Gruppe sehr unzufrieden mit dem örtlichen Handel ist und insbesondere das Preis-Leistungsverhältnis schlecht bewertet, werden am Wohnort häufig Vorratseinkäufe getätigt. Beim Kleidungseinkauf werden ebenso Orte geringer Zentralität bevorzugt. Cluster 3 wird mit **ortskritische Billigkäufer** benannt.

Die Mitglieder von Cluster 4, überwiegend Zuzügler, haben einen sehr hohen sozioökonomischen Status, der sich in einer Präferenz für Businesskleidung und einer umfassenden Informationssuche, die sich nicht auf regionale Themen beschränkt, ausdrückt. Im Urlaub werden ebenfalls Bildung und Kultur bevorzugt. Zwar wird sozialer Anerkennung sowie beruflichem Erfolg eine große Bedeutung beigemessen, doch sind innengerichtete Werte wie Familie und Naturverbundenheit wichtiger. Konservative Werte werden abgelehnt. Der Wohnort hat für den Lebensstil zwar eine große Bedeutung und scheint eine Art Rückzugsort im schnelllebigen und hektischen Alltag darzustellen, bildet jedoch nur einen Lebensbereich. Das soziale Leben spielt sich überwiegend außerhalb ab. Die Gruppe umfasst rationale Einkäufer, die Wert auf Qualität sowie ein gutes Preis-Leistungsverhältnis legen. Der Wohnort hat keine Bedeutung beim Einkaufen, vielmehr werden hohe Zentralitätsstufen bevorzugt. Der Lebensstil ist extrem unzufrieden mit dem örtlichen Handel, vor allem die Einkaufsatmosphäre wird als sehr negativ empfunden. Er wird mit **qualitätsbewusste Kosmopoliten** bezeichnet.

Cluster 5, der einen hohen Frauenanteil aufweist, wirkt insgesamt etwas ambivalent. Einerseits wird Wert auf eine elegante Erscheinung gelegt, andererseits wird im Urlaub auf eine naturverbundene Lebensweise geachtet, was sich jedoch nicht in den wichtigsten Lebensbereichen widerspiegelt. Aufstiegsorientierung, Abwechslung und Außendarstellung haben die größte Bedeutung. Die Gruppenmitglieder kaufen gerne ein und legen dabei Wert auf Übersichtlichkeit und eine angenehme, ruhige Einkaufsatmosphäre, wobei der Einkauf selten geplant wird. Der Wohnort spielt vor allem bei Lebensmitteleinkäufen eine relativ große Rolle, während für Kleidung Mittelzentren bevorzugt werden. Personen dieses Clusters sind relativ zufrieden mit dem örtlichen Handel, lediglich das Preis-Leistungsverhältnis scheint verbesserungswürdig. Das Verkaufspersonal wird sehr positiv bewertet. Es bestehen kaum Kontakte innerhalb der Dorfgemeinschaft und die Teilnahme am Dorfleben sowie das Interesse am Wohnort sind durchschnittlich. Er stellt keinen Zufluchtsort für postmoderne Tendenzen dar. Insgesamt wirkt die Einstellung gegenüber dem Wohnort neutral und wenig emotional. Die Lebensstilgruppe wird als **neutrale Unentschlossene** bezeichnet.

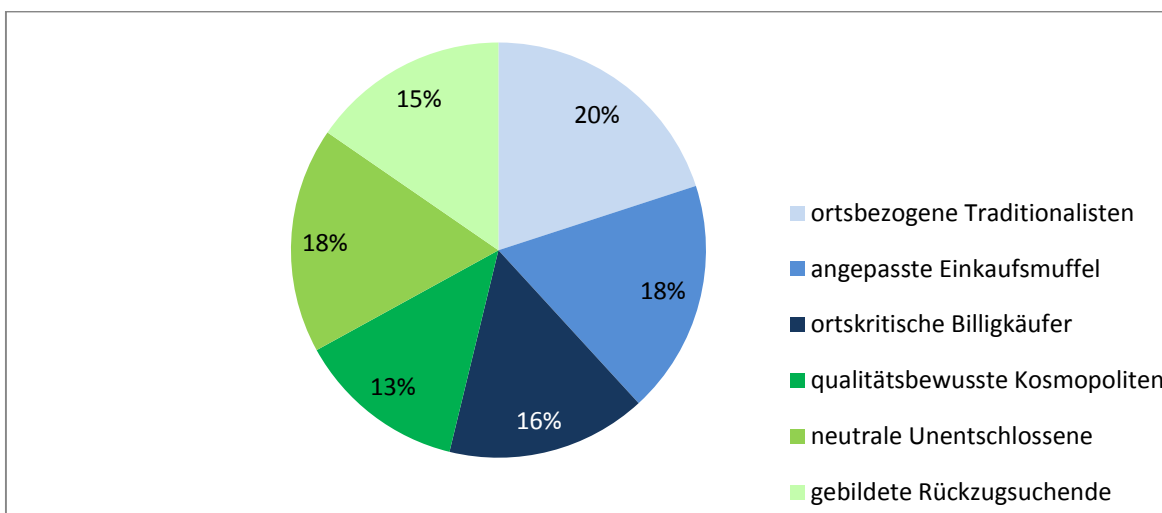
Der hohe sozioökonomische Status von Cluster 6, der von Männern sowie Zuzüglern dominiert wird, zeigt sich im expressiven Verhalten sowie im Informationsverhalten. Die Personen sind vielseitig interessiert und messen Bildung eine große Bedeutung bei. Businesskleidung unterstreicht den hohen Stellenwert des Berufes. Im Urlaub wird Wert auf

Kultur gelegt, wobei Erholung und Aktivität ebenso wichtig sind. Obwohl wenig dörfliche Beziehungen bestehen und ein Fortzug bereits in Erwägung gezogen wurde, bildet der Wohnort den Lebensmittelpunkt und es herrscht Interesse am örtlichen Geschehen vor. Er scheint eine Rückzugsmöglichkeit darzustellen in einer Welt, die immer unübersichtlicher, hektischer und stressiger wird. Der berufliche Erfolg hat womöglich an Bedeutung verloren und Ruhe und Natur sowie die Familie bilden die wichtigsten Lebensbereiche. Das Konsumverhalten differiert bei Lebensmitteln und Kleidung. Während für Kleidung Service und großes Angebot eine untergeordnete Rolle spielen, gewinnen diese Aspekte bei Lebensmitteln an Bedeutung. Trotz des hohen Einkommens wird mehr Wert auf günstige Preise als auf Qualität und Marken gelegt. Obwohl sich die Wertschätzung kleiner Dimensionen im Konsumverhalten widerspiegelt, wird selten am Wohnort eingekauft. Vorräte werden vor allem in Mittelzentren, Kleidung in Oberzentren erworben. Der Lebensstil ist zufrieden mit dem örtlichen Handel und bewertet insbesondere das Preis-Leistungsverhältnis gut, was darin begründet sein kann, dass er nicht auf günstige Preise angewiesen ist. Er wird mit **gebildete Rückzugssuchende** beschrieben.

Zusammenfassung

Es wurden sechs Lebensstile ermittelt, die in ihren Größenverhältnissen relativ ausgeglichen sind (vgl. Abb. 47).

Abbildung 47 Größenvergleich der Lebensstile (N=500)



Quelle: Eigene Berechnungen.

Die *ortsbezogenen Traditionalisten* bilden die größte Lebensstilgruppe, was eine interessante Tendenz darstellt, da traditionelle und konservative Werte im Allgemeinen an Bedeutung verlieren. In den ländlichen Untersuchungsgemeinden scheinen sie jedoch insbesondere bei

älteren Menschen nach wie vor einen hohen Stellenwert einzunehmen. Die *angepassten Einkaufsmuffel* sowie die *neutralen Unentschlossenen* bilden die für Lebensstilforschungen typischen „Mittelschichtcluster“ und ergeben mit je 18 % die zweitgrößten Gruppen. Die Lebensstile mit dem höchsten sozioökonomischen Status stellen mit 15 % bzw. 13 % die kleinsten Gruppen dar. Die *ortskritischen Billigkäufer*, die sich durch eine geringe Wertschätzung des dörflichen Lebens sowie ein großes Interesse an Boulevardthemen auszeichnen, machen 16 % der Befragten aus. Die beschriebenen Lebensstile bestätigen, dass sich die ländliche Gesellschaft ausdifferenziert hat und unterschiedliche Gruppen nebeneinander bestehen. Eine homogene Dorfgemeinschaft gehört endgültig der Vergangenheit an. Zudem finden sich immer mehr „städtische“ Lebensweisen in den Dörfern (siehe unten).

Vergleich mit anderen Studien zu ländlichen Lebensstilen

Trotz unterschiedlichem methodischem Vorgehen, einer abweichenden Anzahl an Lebensstilen und verschiedenen räumlichen Rahmenbedingungen ergeben sich Parallelen im Vergleich mit anderen Studien zu ländlichen Lebensstilen (vgl. Kap. 2.2.2.3). Dabei muss beachtet werden, dass die genannten Gründe die Vergleichbarkeit erschweren, weswegen lediglich auffallende Ähnlichkeiten und Unterschiede beschrieben werden.

Während RICHTER (2006: 118ff.) zehn Lebensstile identifiziert, wovon vier dem ländlichen Raum zugeordnet werden (*die Angepassten, die Erlebnisorientierten, die Prinzipienorientierten* und *die Religionsorientierten*), ergeben sich in der vorliegenden Studie sechs ländliche Lebensstilgruppen. Ähnlichkeiten zeigen sich zwischen RICHTERS *Angepassten* und den *angepassten Einkaufsmuffeln*. Beide legen Wert auf eine positive Wahrnehmung durch die Umwelt und vermeiden es aufzufallen. Die *ortsbezogenen Traditionalisten* entsprechen den *Prinzipienorientierten* sowie den *Religionsorientierten*, die Wert auf eine innengerichtete Lebensweise legen und Tradition sowie Religion schätzen. RICHTERS *Erlebnisorientierte* lassen sich mit den *gebildeten Rückzugsuchenden* vergleichen, die auf der einen Seite außenorientiert und beruflich erfolgreich sind und auf der anderen Seite traditionelle und konservative Werte schätzen. SPELLERBERG bildet acht Lebensstile, die in Stadt und Land unterschiedlich häufig vorkommen. Während in ländlichen Gemeinden (< 5.000 Einwohner) vor allem der *Harmonietyp, der aufgeschlossene Integrationstyp, der zurückgezogene, traditionelle Typ* und der *politisch-ehrenamtliche Typ* bestehen, finden sich in Großstädten (> 100.000 Einwohner) insbesondere die *passiven, medienorientierten*

Jüngeren, der Erlebnis- und Unterhaltungstyp, der aufgeschlossene Integrationstyp sowie der moderne Selbstverwirklichungstyp. In Städten überwiegen hochkulturell Interessierte, jüngere und aktive Lebensstilgruppen, im ländlichen Raum dominieren traditionsbewusste und ortsgebundene Lebensstile. Dennoch kommen alle Lebensstile sowohl in der Stadt als auch auf dem Lande vor (SPELLERBERG 2004. 48). Die *neutralen Unentschlossenen*, die *ortskritischen Billigkäufer* sowie die *qualitätsbewussten Kosmopoliten* finden keine Gegenstücke in den von RICHTER identifizierten ländlichen Lebensstilen und ähneln den von SPELLERBERG als städtisch beschriebenen Gruppen. RICHTER und SPELLERBERG betonen, dass sämtliche Lebensstile in Städten und Dörfern vorkommen und sich lediglich in ihrer Anzahl unterscheiden. Daher bestehen Lebensstile, die „städtische“ Eigenschaften aufweisen und von RICHTER und SPELLERBERG der Stadt zugeordnet wurden, auch auf dem Lande. Zu einem vergleichbaren Ergebnis kommt GROTHUES (2006), der sechs ländliche Lebensstile identifiziert: *häuslich Passive, vereins- und kirchlich Aktive, bürgerlich Aktive, Postmaterialisten, freizeitorientierte Aktive* und *kulturelle Traditionalisten*. Sie unterscheiden sich vor allem in sozioökonomischem Status, Alter, Aktivität und Interessen und weisen einige Eigenschaften auf, die von RICHTER und SPELLERBERG städtischen Lebensstilen zugeordnet werden (GROTHUES 2006. 179ff.).

Während RICHTER und SPELLERBERG das unterschiedliche Vorkommen von Lebensstilen in Stadt und Land untersuchen, beschäftigt sich die vorliegende Studie lediglich mit Lebensstilen in ländlichen Räumen und kann einige Aussagen der beiden Autoren ergänzen. Der Wertkonservatismus, den RICHTER als typisch für ländliche Lebensstile anspricht, findet sich hier in Form der Bedeutung von Religion und Tradition lediglich bei zwei Lebensstilen. Es handelt sich dabei um die ältesten Gruppen, die sich im sozioökonomischen Status erheblich unterscheiden. Gleichzeitig zeichnen sie sich durch eine ablehnende Haltung gegenüber außenorientierten Lebensbereichen (beruflicher Erfolg, abwechslungsreiches Leben und soziale Anerkennung) aus, die für die anderen Lebensstile eine große Bedeutung haben. SPELLERBERG und RICHTER ordnen diese Werte den städtischen Lebensstilen zu. Wie RICHTER darstellt, können ländliche Lebensstile häufig als Reaktion auf die Postmoderne und deren Konsequenzen gesehen werden. Dies zeigt sich für die vorliegende Arbeit insbesondere bei Lebensstilen, die einen hohen sozioökonomischen Status aufweisen und von Zuzüglern dominiert sind. Kultur und Bildung spielen auch auf dem Lande eine Rolle: Es gibt zwei Lebensstile, die sich durch Wertschätzung von Kultur kennzeichnen. Gleichzeitig kommt eine Gruppe vor, die triviale Themen bevorzugt. Die Unterschiede ergeben sich u.a. durch den sozioökonomischen Status.

5.4 Evaluation der Hypothesen

Anhand der empirischen Erkenntnisse können die vier eingangs vorgestellten Forschungshypothesen (vgl. Kap. 2.3) bewertet werden. Dabei werden die deskriptiven und analytischen Ergebnisse der schriftlichen Haushaltsbefragung und der qualitativen Interviews sowie die sechs Lebensstile einbezogen. Die Ergebnisse der Interviews sind nicht verallgemeinbar. Sie beschreiben Tendenzen, anhand derer einige Aspekte vertieft werden.

1. Postmoderne Entwicklungen bewirken eine Renaissance des Ländlichen

Eine ländliche Lebensweise ist häufig die Reaktion auf postmoderne Entwicklungen (vgl. Kap. 2.2.1.3). Die Ergebnisse der schriftlichen Haushaltsbefragung bestätigen diese Hypothese, wobei die Tendenzen je nach soziodemographischen Merkmalen unterschiedlich wahrgenommen werden. Ältere spüren sie stärker und schätzen ihren Wohnort als eine Rückzugsmöglichkeit, Jüngere nehmen die Entwicklungen weniger wahr. Der Grund kann sein, dass mit fortschreitendem Alter eine Überforderung auftritt, die durch verschiedene Neuerungen ausgelöst wird. Zusammenhänge ergeben sich zudem mit der Wohndauer. Je länger die Befragten am Wohnort leben, desto stärker wird dieser als Rückzugsort betrachtet, was auf eine stärkere emotionale Ortsbindung zurückzuführen ist. Die Lebensstiluntersuchung konkretisiert diese Ergebnisse. Die Entwicklungen werden vor allem von Lebensstilen mit hohem sozioökonomischem Status wahrgenommen, die möglicherweise durch ihren Beruf stetigem Stress ausgesetzt sind und an ihrem Wohnort Entspannung und Ruhe suchen. Am schwächsten werden sie von den *ortsbezogenen Traditionalisten* empfunden, was durch eine starke Fokussierung auf den Wohnort und eine Ausblendung der Entwicklungen erklärt werden kann. Anhand der qualitativen Interviews können die Folgerungen ergänzt werden: Alle Interviewpartner nehmen Veränderungen im Lebenstempo wahr und sehen neue Medien als Ursachen. Das Landleben wird als entschleunigt wahrgenommen und dient als Gegenpol zur hektischen Stadt. Der Wohnort, insbesondere der Garten und das eigene Haus bilden einen Rückzugspol. Dennoch werden Veränderungen am Landleben wahrgenommen, was vor allem von den sehr ortsbezogenen Interviewpartnern durch den Zuzug von Stadtbewohnern erklärt wird. Die Ergebnisse der Haushaltsbefragung, die Interviews und die Lebensstile verdeutlichen, dass Veränderungen wahrgenommen werden und der Wohnort einen Rückzugsort bildet, der sich durch Ruhe, Naturnähe sowie eine enge Gemeinschaft auszeichnet. Die Stärke der Wahrnehmung unterscheidet sich nach sozioökonomischen Status, Alter und Wohndauer.

2. Das Dorfleben wird von Einheimischen und Zuzüglern unterschiedlich bewertet

Obwohl das Landleben viele Vorteile bietet, sind die Dorfbewohner Einschränkungen wie sozialer Kontrolle oder fehlenden Entwicklungsmöglichkeiten ausgesetzt. Diese werden nicht von allen gleichermaßen wahrgenommen und bewertet. Indikatoren für die Zufriedenheit bzw. Unzufriedenheit mit dem Landleben sind der Gedanke an einen Fortzug sowie mögliche Fortzugsmotive. Insgesamt dachte weniger als ein Fünftel der Befragten bereits über einen Umzug nach, wobei ortsabhängige Gründe überwiegen. Der Gedanke an einen Fortzug ist insbesondere bei Neubürgern verbreitet, mit längerer Wohndauer scheint ein Umzug keine Option darzustellen.

Die schriftliche Haushaltsbefragung deutet weitere Unterschiede zwischen Einheimischen und Zuzüglern an. Einheimische bewerten das Landleben positiver. Neubürger sehen sich mit den Problemen sozialer Kontrolle und fehlender Entwicklungsmöglichkeiten konfrontiert. Mit zunehmender Wohndauer nimmt die negative Bewertung ab, was auf eine steigende Ortsbindung und Integration zurückzuführen ist. Die qualitativen Interviews verdeutlichen, dass der Wohnort für Dorfbewohner, die schon lange dort leben, zur Heimat geworden ist und positiv bewertet wird. Vorteile werden in der Naturnähe, der Ruhe sowie im gesellschaftlichen Umgang gesehen. Als Nachteile werden von einigen strukturelle Mängel erachtet (Freizeitangebot, ÖPNV, PKW-Abhängigkeit). Obwohl soziale Kontrolle wahrgenommen wird, besteht kein Wunsch nach einer anonymen Gesellschaft. Die Großstadt wird als hektisch, schnell, laut, eng, stressig und gefährlich beschrieben. Diese Stereotypen bestehen selbst bei ehemaligen Stadtbewohnern, deren persönlichen Erfahrungen sich nicht mit diesen Aussagen decken. Diejenigen, die noch nie in einer größeren Stadt gelebt haben, weisen die kritischste Einstellung auf. Manche Zuzügler vermissen hingegen einige Aspekte des Stadtlebens. Die Interviews zeigen weiterhin, dass Konflikte zwischen Einheimischen und Zuzüglern bestehen und die Einstellung gegenüber Neubürgern häufig kritisch ist. Insgesamt leben Alteingesessene und Zuzügler nebeneinanderher und pflegen wenig Kontakt zueinander. Es zeigt sich, dass die in 2.2.1.5 dargestellte positive Wahrnehmung der Dörfer durch ihre Bewohner in den Untersuchungsgemeinden zutrifft. Zwar werden negative Aspekte bemerkt, diese scheinen jedoch nicht zu stören. Ebenso werden Städte von den Dorfbewohnern insgesamt negativer wahrgenommen als ländliche Räume.

3. In ländlichen Räumen haben sich unterschiedliche Lebensstile herausgebildet, die spezifische Konsummuster bedingen

Verschiedene Studien (vgl. Kap. 2.2.2.3) bestätigen, dass der soziale Wandel die Dörfer erreicht hat und sich in ländlichen Räumen Lebensstile entwickelt haben. Dennoch haben sich Stadt und Land nicht völlig angeglichen, sondern weisen nach wie vor Unterschiede auf. Wie einige Autoren (vgl. z.B. SPELLERBERG 2004; RICHTER 1994; GROTHUES 2006) betonen, existieren sämtliche Lebensstile in Stadt und Land, unterscheiden sich jedoch in ihrer Verteilung. Diese Tendenz kann durch die vorliegende Untersuchung bestätigt werden. Mittels einer Clusteranalyse wurden sechs Lebensstile gebildet, die sich in sozioökonomischem Status, Werthaltungen, Geschmack/Image, Konsumverhalten und Raumbeziehungen unterscheiden. Zwar zeichnen sich die Lebensstile insgesamt durch eine relativ hohe Ortsbindung aus, doch finden sich mit den *ortskritischen Billigkäufern* und den *angepassten Einkaufsmuffeln* Lebensstile, die kaum eine Bindung an den Wohnort vorweisen. In den Untersuchungsgemeinden gibt es z.B. traditionsbewusste Ältere mit starker Bindung an den Wohnort, Zuzügler, die den ländlichen Raum als Erholungsraum schätzen, kritische Dorfbewohner sowie gebildete, anspruchsvolle Personen. Während einige im Urlaub Natur und Ruhe genießen möchten, legen andere Wert auf Kultur und Bildung und wiederum andere suchen vor allem Erholung. Das Informationsverhalten reicht von regionalen Themen, über umfassende und überregionale Informationen bis zur Boulevardpresse. Die Lebensstile sind zwar relativ gleichmäßig verteilt, unterscheiden sich aber in ihrer Größe. Die größte Gruppe wird von den ortbezogenen Traditionalisten gebildet. Lebensstile, die sich durch ein Interesse an Kultur und Bildung kennzeichnen, stellen die kleinsten Gruppen dar. Dies bestätigt, dass sich von anderen Autoren als „städtisch“ identifizierte Lebensstile auf dem Lande seltener finden, während der konservative, traditionsbewusste Lebensstil am häufigsten vorkommt.

Es bestehen lebensstilspezifische Unterschiede hinsichtlich des Konsums. Dabei wird deutlich, dass nicht mehr nur der Konsum von *shopping goods* (Kleidung), sondern auch der Einkauf von *convenience goods* (Lebensmittel) ein Unterscheidungsmerkmal für Lebensstile ist. Die sechs Lebensstile weisen ein divergierendes Konsumverhalten auf. Während sehr ortsbezogene Lebensstile beim Einkaufen kleine Dimensionen bevorzugen und den Wohnort als Einkaufsort schätzen, sehen Lebensstile mit niedriger Wertschätzung des Wohnortes, welche die Nachteile des Landlebens deutlich wahrnehmen, den örtlichen Einzelhandel

erheblich kritischer. Diese Zusammenhänge stellen jedoch nur Tendenzen dar und es zeigen sich Ausnahmen: Die *neutralen Unentschlossenen* sind zwar durch eine emotionslose Haltung gegenüber dem Wohnort gekennzeichnet, in ihrem Einkaufsverhalten jedoch sehr ortsbezogen. Die *gebildeten Rückzugsuchenden* weisen eine starke dörfliche Identität aus, nutzen den Wohnort jedoch kaum als Einkaufsort.

4. Das ländliche Umfeld impliziert spezifisch ländliche Konsummuster

Eine Frage der Studie ist, welche Konsummuster in den ländlichen Untersuchungsgemeinden vorherrschen, was anhand der Analyse der deskriptiven Ergebnisse der schriftlichen Haushaltsbefragung sowie der identifizierten Lebensstilgruppen untersucht wird. Es wird verdeutlicht, dass das soziale (Dorfgemeinschaft), das physische (Einzelhandelsausstattung) sowie das kulturelle Umfeld (Ländlichkeit) besondere Konsummuster implizieren, wobei weiterhin Unterschiede nach Soziodemographie, Werten und Biographie bestehen. Der Einfluss des physischen Umfelds zeigt sich daran, dass die Bewohner Scheurings, das eine defizitäre Einzelhandelsausstattung aufweist, den Wohnort kaum als Einkaufsort wahrnehmen. Das soziale Umfeld kann den Einkauf ebenso beeinflussen: Personen, die enge soziale Beziehungen innerhalb der Dorfgemeinschaft aufweisen, sind bei ihrem Einkaufsverhalten stärker auf den Wohnort gerichtet als diejenigen, die ein weitläufigeres soziales Netz haben. Zudem messen sie sozialen Aspekten beim Einkaufen eine stärkere Bedeutung zu. Mitunter kann der Einkauf am Wohnort aufgrund von sozialer Kontrolle eine „Tortur“ darstellen, weswegen insbesondere Personen, die sich am Wohnort beobachtet fühlen, einen Einkauf in diesem vermeiden. Weiterhin wirkt sich das kulturelle Umfeld, in diesem Fall die Ländlichkeit, auf das Konsumverhalten aus. Insbesondere Menschen, welche die postmodernen Tendenzen wahrnehmen bzw. an ihrem Wohnort Ländlichkeit suchen, sind interessiert daran, den Einkauf wenig hektisch zu halten und bevorzugen kleine Dimensionen bzw. einen wohnortbezogenen Einkauf.

6 Fazit

6.1 Zusammenfassung der Ergebnisse

Der ländliche Raum hat sich verändert und die ländliche Gesellschaft ausdifferenziert. Neue Kommunikationsformen, Innovationen im Verkehrswesen, zunehmende Verflechtungen mit den Städten sowie der soziale Wandel haben die Idee einer homogenen, bäuerlichen Gemeinschaft obsolet gemacht. Den Dorfbewohner gibt es nicht, vielmehr haben sich verschiedene Einflüsse vermischt und die Bewohner ländlicher Räume zu einer vielschichtigen Gruppe gemacht. Das Ziel der vorliegenden Arbeit war die Annäherung an die Dorfbewohner des 21. Jahrhunderts, ihrer Raumwahrnehmung und -bewertung sowie die Beschreibung ländlicher Lebensstile und Konsummuster. Es wurde ein Mix qualitativer und quantitativer Methoden angewandt. Qualitative Leitfadeninterviews mit Bewohnern ländlicher Gemeinden ergänzten eine quantitative schriftliche Haushaltsbefragung. Zusätzlich wurde eine standardisierte Einzelhandelskartierung durchgeführt, um den Einzelhandelsbestand der Gemeinden zu erheben, zu vergleichen und Einzelhandelsprofile zu erstellen. Die Untersuchung wurde in zwei Gemeinden der Leader-Aktionsgruppe Begegnungsland Lech Wertach durchgeführt, das zwischen den Städten Augsburg und Landsberg am Lech sowie im Einzugsbereich der bayerischen Landeshauptstadt München liegt. Die Untersuchungsgemeinden Großaitingen und Scheuring unterscheiden sich in ihrer Einzelhandelsausstattung. Großaitingen bietet sowohl ein ausreichendes Angebot an Betriebsformen des täglichen und kurzfristigen Bedarfs (Lebensmittelhandwerksbetriebe, Discounter, Supermarkt, Hofverkauf) als auch eine kleine Auswahl an Betrieben höherer Bedarfsstufen. Demgegenüber bietet Scheuring lediglich einen Dorfladen, zwei Lebensmittelhandwerksbetriebe, einen Hofladen sowie je ein Geschäft für Geschenkartikel, Kosmetikprodukte und Elektrowaren. Die unterschiedliche Einzelhandelsausstattung resultiert aus einer differierenden Einwohnerzahl (Großaitingen 4.854 Einwohner, Scheuring 1.855 Einwohner) sowie aus der Zentralitätsstufe der Orte. Großaitingen als Kleinzentrum hat die Aufgabe, die Versorgung der Bevölkerung sicherzustellen, während Scheuring als nicht-zentraler Ort diese Ansprüche nicht erfüllen kann und muss. Der demographische Wandel betrifft trotz leichter Einwohnerzuwächse beide Gemeinden, da das Bevölkerungswachstum überwiegend auf ältere Menschen zurückzuführen ist. Unter 30-Jährige verlassen die Gemeinden tendenziell. Das bayerische Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung prognostiziert, dass beide Gemeinden zukünftig einen vergleichsweise geringen

Schrumpfungsgrad aufweisen und bis 2015 mit einem Wachstum rechnen können. Dieses wird jedoch sehr altersspezifisch sein. Langfristig können die Gemeinden, die im deutschlandweiten Vergleich eine gute Ausgangslage bieten, dem demographischen Wandel und den daraus resultierenden Folgen nicht entgehen (BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG 2011a, b).

Eine zentrale Thematik der Untersuchung stellte die Rolle des Raumes in Zeiten postmoderner Veränderungen dar. Konkret wurde die Frage beantwortet, inwieweit die Ländlichkeit bzw. der Rückbezug auf eine ländliche Lebensweise als Reaktion auf die Lebensbedingungen der Postmoderne gelten können. Eine These ist, dass die Homogenisierung der Lebensverhältnisse in Folge der Globalisierung zu einem Bedeutungsverlust des Räumlichen sowie einem Schwinden raumbezogener bzw. räumlicher Lebensstile führt. Dem steht die Theorie eines Bedeutungsgewinnes des Räumlichen in Folge dieser Vereinheitlichung gegenüber, da es einen Anker in der schnelllebigen und unübersichtlichen Welt darstellen kann. Insbesondere das Ländliche erlebt eine Renaissance, nachdem es über Jahre einen Bedeutungsverlust zu verzeichnen hatte. Ländliche Räume gelten als Orte, an denen der hektischen Welt entgangen werden kann, wo stabile Sozialbeziehungen und traditionelle Werte bestehen. Das Bewahren einer ländlichen Lebensweise kann einen Versuch darstellen, den Globalisierungsprozess zu kompensieren. Beispiele für diese neue Ländlichkeit sind Landmagazine, „Neue Volksmusik“ sowie die Wiederentdeckung von Tracht und Dialekt. Beschrieben werden diese Tendenzen mit dem Begriff der Ruralisierung, der den Bedeutungsgewinn von ländlichen, bäuerlichen Lebensweisen, Subsistenz, Nachhaltigkeit und geregelten Lebensläufen umschreibt. Die schriftliche Haushaltsbefragung und die qualitativen Interviews verdeutlichen, dass die Dorfbewohner die genannten Entwicklungen wahrnehmen. Schnelllebigkeit und Hektik scheinen Probleme darzustellen, die das Leben erschweren. Die Haushaltsbefragung ergab eine hohe Wertschätzung eines naturverbundenen sowie eine geringe Bedeutung eines abwechslungsreichen Lebens, was nahelegt, dass das ruhige, naturnahe Landleben einem hektischen Leben voller Überraschungen vorgezogen wird. Eine weitere Tendenz zeigt sich bei der Auswertung der Komponente *postmoderne Veränderungen*, die verdeutlicht, dass der Wohnort einen Rückzugsort darstellt und die Welt als immer schnelllebiger wahrgenommen wird. Ähnliches ergeben die Interviews, die auf die Bedeutung des eigenen Hauses bzw. des Gartens als Möglichkeit der Entschleunigung hinweisen. Am Wohnort bzw. am Landleben wird die Ruhe geschätzt, die im Gegensatz zum hektischen Leben in den Städten steht.

Dennoch scheinen die postmodernen Tendenzen vor dem Ländlichen nicht halt zu machen. Vor allem diejenigen, welche bereits länger an ihrem Wohnort leben, machen städtische Zuzügler für diese Entwicklungen verantwortlich. Zuzügler bewerten das Wachstum der Dörfer überwiegend positiv und nehmen kaum Veränderungen im Landleben wahr. Ein Grund kann das (noch) idealisierte Bild vom Ländlichen sein, das häufig ein Motiv für einen Zuzug in ländliche Räume darstellt.

Einen wichtigen Faktor zum „Wohlfühlen“ bildet die Dorfgemeinschaft. Das enge Sozialgefüge kann sich jedoch bis hin zur sozialen Kontrolle entwickeln und wird häufig als Hemmnis für eine Modernisierung angesehen. Sowohl die quantitative als auch die qualitative Auswertung weisen auf einen nach wie vor hohen Stellenwert der Dorfgemeinschaft hin. Die Integration in die Gemeinschaft stellt eine Voraussetzung für die Zufriedenheit mit den Lebensverhältnissen dar. Soziale Kontrolle wird im Rahmen der quantitativen Auswertung zwar nicht als problematisch identifiziert, die tiefergehende Analyse der Dorfbewohner ergibt jedoch, dass sie durchaus präsent ist. Während die Nähe und die enge Gemeinschaft von vielen geschätzt werden, stellen sie insbesondere für Neubürger eine Herausforderung dar. Es wird deutlich, dass die Dorfgemeinschaft zwar weniger eng als früher und offener geworden, doch nach wie vor nicht mit der städtischen Gesellschaft vergleichbar ist. Insgesamt werden die Ländlichkeit bzw. ländliche Räume häufig als Gegenpol zur Stadt betrachtet, welche für die befragten Dorfbewohner ein Ort ist, an dem sich negative Begleiterscheinungen unserer Zeit bündeln. Die Sehnsucht der Stadtbewohner nach einem ruhigen Landleben zeigt sich an den Zuzugsmotiven. Ruhe und Nähe zur Natur stellen bei den Probanden der schriftlichen Befragung mit die häufigsten Zuzugsmotive dar. Die Interviews bestätigen dies und zeigen, dass gerade Eltern sich für ihre Kinder eine ruhige Umgebung wünschen. Den Vorteilen stehen v.a. strukturelle Nachteile gegenüber wie ein mangelndes Kultur- und Freizeitangebot, eine unzureichende Infra- sowie eine defizitäre Versorgungsstruktur. Die Bewertung von Nachteilen des Landlebens zeigt sich bei der quantitativen Analyse anhand der möglichen Fortzugsmotive, wobei insbesondere die schlechte Verkehrsanbindung und ein mangelndes Freizeitangebot als Gründe genannt werden. Ruhe bzw. Nähe zur Natur ist nicht nur ein Zuzugsmotiv, sondern stellt auch einen Push-Faktor des Landlebens dar. Möglicherweise sehnen sich manche Dorfbewohner nach einem abwechslungsreichen Leben in der Stadt bzw. kommen nicht mit der Ruhe und Zurückgezogenheit zurecht. Sehr ortsbezogene Dorfbewohner sind sich hingegen keinerlei Nachteilen bewusst und sehen das Landleben rein positiv.

Eine weitere Thematik der Arbeit bilden ländliche Konsummuster. Viele rurale Gemeinden sind von einem rapiden Ladensterben betroffen, da größere Betriebe wie Discounter oder Supermärkte zentrale Standorte wählen und kleine Läden dem Konkurrenzdruck nicht standhalten können. Die Folge ist eine Unterversorgung vieler Kommunen, die zu sinkenden Gewerbesteuereinnahmen, Arbeitsplatzverlusten, Identitäts- und Attraktivitätsverlust sowie zur Abwanderung insbesondere junger Bewohner führt. Dies wiederum zieht eine Überalterung und einen erneuten Nachfrageverlust nach sich. Der Wandel im Einzelhandel wird durch exogene und endogene Faktoren beeinflusst, wobei die Konsumenten häufig als „Triebfedern“ bezeichnet werden. Ihr Konsumverhalten prägt die Strukturen im Einzelhandel maßgeblich. Um eine nachhaltige Entwicklung in ländlichen Räumen zu sichern bzw. ein zielgruppenorientiertes Angebot zu bereiten, ist eine intensive Beschäftigung mit den ländlichen Konsumenten essentiell. Dabei interessiert insbesondere das räumliche Konsumverhalten, da die Einkaufsstättenwahl auf die räumliche Verteilung von Einzelhandelsbetrieben wirkt. Es wird im Allgemeinen von verschiedenen Faktoren beeinflusst: Neben quantitativen Kriterien (Auswahl an Produkten, Auswahl an Geschäften, Preis-Leistungsverhältnis, Parkplatzangebot) gelten qualitative Faktoren (Verkaufspersonal, Qualität der Waren, Einkaufsatmosphäre) als entscheidend für die Wahl einer Einkaufsstätte. Die Ergebnisse der Haushaltsbefragung zeigen, dass den quantitativen Aspekten eine größere Bedeutung beigemessen wird. Die Bedeutung der Faktoren korreliert mit Soziodemographie und Raumbeziehungen. Insbesondere Alter sowie sozioökonomische Merkmale wirken differenzierend. Während Ältere qualitätsbewusster sind, treten für Jüngere Preis- und Marken Aspekte in den Vordergrund. Ältere Personen bevorzugen kleine, übersichtliche Betriebsformen und stehen großen Städten als Einkaufsorte ablehnend gegenüber. Mit steigendem Einkommen und höherer Bildung gewinnen Aspekte der Nachhaltigkeit und des Umweltbewusstseins an Wert. Neben den relativ offensichtlichen soziodemographischen Gesichtspunkten wirken die Raumbeziehungen der Befragten auf ihr Konsumverhalten. Personen, die emotional und sozial an ihren Wohnort gebunden sind bzw. Veränderungen in Folge der Postmoderne wahrnehmen, sind in ihrem Einkaufsverhalten häufig auf den Wohnort beschränkt und messen sozialen Aspekten eine große Bedeutung beim Einkauf bei. Dieser kann als Kommunikationsmedium dienen und bietet eine Möglichkeit soziale Kontakte zu wahren. Je weiter sich das Referenzsystem ausweitet bzw. je mehr Kontakt außerhalb des Dorfes besteht, desto weniger stark ist der Einkauf wohnortbezogen. Der Wohnort scheint den Ansprüchen nicht zu genügen, was sich an einer Ausweitung der Einkaufsreichweiten

sowie an einer Bevorzugung großer Dimensionen zeigt. Die nearest-center-These besitzt insofern Aktualität, als dass die unterschiedliche Einzelhandelsausstattung der Untersuchungsgemeinden ein differierendes räumliches Einkaufsverhalten bedingt. Bewohner der Gemeinde Scheuring mit schlechter bzw. ungenügender Einzelhandelsausstattung legen für einen Einkauf über alle Bedarfsstufen hinweg weitere Wege zurück als Einwohner Großaitingens, welches eine höhere Zentralitätsstufe und damit einhergehend eine bessere Einzelhandelsausstattung aufweist. Somit kann bestätigt werden, dass die Grundzüge des Einkaufsverhaltens distanzabhängig sind.

In einem weiteren Schritt wurden die Raumbeziehungen und Konsummuster zusammengefasst und Lebensstile gebildet. Die vorliegende Arbeit untersuchte als bislang erste Lebensstilstudie soziökonomische Merkmale, Geschmack, Image und Werteinstellungen sowie die Raumbeziehungen und Konsummuster von Bewohnern ländlicher Gemeinden. Die Lebensstile können einen Ansatz darstellen, die Dorfbewohner zu verstehen und zu charakterisieren. Die Verknüpfung des Konsumverhaltens mit den Raumbeziehungen kann neue Typen von Dorfbewohnern bzw. Zielgruppen aufdecken und eine Grundlage für ein nachfrageorientiertes Angebot darstellen. Die Strukturierungstheorie besagt, dass Lebensstile von der unmittelbaren Umwelt geprägt werden. Der Raum bzw. die räumliche Umwelt bedingen Werthaltungen, Einstellungen und daraus resultierende Verhaltensmuster. Die These einer Homogenisierung der Lebensverhältnisse und Lebensstile kann in der Realität nicht bestehen. Dies gilt auch für Stadt und Land: Kulturelles Angebot, infrastrukturelle Ausstattung und Mentalitäten unterscheiden ländliche und städtische Räume in zu großem Maße, als dass sie vergleichbare Lebensbedingungen aufweisen und daraus resultierend identische Lebensstile hervorbringen könnten. Die Erforschung ländlicher Lebensstile stellt in der Sozialforschung ein Randgebiet dar. Es bestehen nur wenige Studien, deren Ergebnisse teilweise widersprüchlich sind. Dennoch zeigen sie, dass der ländliche Raum durch seine Eigenheiten spezifische Lebensstile hervorbringt, obgleich sämtliche Lebensstile in Städten und ländlichen Gemeinden vorkommen, jedoch in einem unterschiedlichen Ausmaß. Ländliche Lebensstile sind gekennzeichnet durch eine große Bedeutung der Familie, konservative Werthaltungen und einer Wertschätzung von Fleiß, Ordnungsliebe und Sparsamkeit. MÜLLER (1992. 376) definiert Lebensstile als *„raumzeitlich strukturierte Muster der Lebensführung, die von materiellen und kulturellen Ressourcen, der Familien- und Haushaltsform und den Werthaltungen abhängen“* und beschreibt vier grundlegende Dimensionen zur Analyse von Lebensstilen (MÜLLER 1992. 377f.). Diese bilden zusammen mit

soziodemographischen Merkmalen die Grundlage der Lebensstiloperationalisierung in der vorliegenden Studie.

Expressives Verhalten: Freizeitaktivitäten und Konsummuster

- Konsummuster (Betriebsformenwahl Kleidung/Schuhe, Lebensmittel Vorratseinkäufe), Konsumeinstellungen
- Kleidungsstil
- Urlaubsform
- Teilnahme am Dorfleben

Evaluatives Verhalten: Werte, Einstellungen, kulturelle Traditionen, Lebensziele

- Bedeutung der Lebensbereiche
- postmoderne Tendenzen

Interaktives Verhalten: Geselligkeit, Verkehrskreise, Zugehörigkeiten, Interaktionsmuster

- Zeitung
- dörfliche Beziehungen

Kognitives Verhalten: Selbstwahrnehmung und Wahrnehmung der sozialen Welt

- Dörfliche Identität
- Wahrnehmung der Nachteile des Landlebens

Soziodemographie

- Einkommen
- höchster Schulabschluss
- Alter

Die Variablen wurden anhand einer Two-Step-Clusteranalyse zu sechs Lebensstilen zusammengefasst, die durch Korrelationsanalysen mit weiteren Merkmalen tiefergehend untersucht wurden (vgl. Tab. 46).

Tabelle 46 Vergleich der Lebensstile

Lebensstil	Auffälligste Merkmale
ortsbezogene Traditionalisten	niedriger sozioökonomischer Status, relativ alt; Einheimische; konservative Werthaltungen, Traditionsbewusstsein, kaum Außenorientierung; Tracht, Aktivurlaub, Regionalzeitung; hohe emotionale Ortsbindung, aber geringe Teilnahme am Dorfleben und wenig soziale Beziehungen; Konsummuster an kleinen Dimensionen orientiert, wohnortorientiertes Einkaufsverhalten
angepasste Einkaufsmuffel	relativ jung; Zuzügler; Strandurlaub, Jeans; stark außenorientiert; geringe dörfliche Identität, große Bedeutung dörflicher Beziehungen; geringe Bedeutung des Konsums, Einkaufsverhalten an Schnelligkeit orientiert
ortskritische Billigkäufer	niedriger sozioökonomischer Status; keine emotionale und soziale Ortsbindung; Strandurlaub, BILD; geringe Bedeutung konservativer Werte bzw. zurückgezogener Lebensbereiche, aufstiegs- und außenorientiert; geringe Identifikation mit dem Wohnort; stark preisbewusster Konsument, sehr unzufrieden mit örtlichem Handel
qualitätsbewusste Kosmopoliten	hoher sozioökonomischer Status; Zuzügler; Businesskleidung, Kultururlaub, Aktivurlaub; überregionale Zeitung; große Bedeutung von Familie und Naturverbundenheit, Ablehnung konservativer Werte; relativ große Ortsbindung, Wohnort als Rückzugsort, aber weiteres Aktionsfeld; rationale, qualitätsbewusste Einkäufer, unzufrieden mit örtlichem Handel
neutrale Unentschlossene	hoher Frauenanteil; Abendkleidung, Jeans, Strandurlaub, Campingurlaub; außenorientierte Werthaltungen; neutrale, emotionslose Einstellung zum Wohnort, aber wohnortbezogener Konsum, zufrieden mit örtlichem Handel
gebildete Rückzugsuchende	hoher sozioökonomischer Status, relativ alt; Zuzügler; Businesskleidung, Kultururlaub, Aktivurlaub; überregionale Zeitung; konservative und zurückgezogene Werthaltungen; wenig dörfliche Beziehungen, aber hohe Identifikation mit Wohnort, Wohnort als Rückzugsort; Wertschätzung kleiner Dimensionen beim Einkaufen, Zufrieden mit örtlichem Handel

Quelle: Eigener Entwurf.

Die Lebensstile unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Raumbeziehungen. Alteingesessenen, traditionsbewussten Dorfbewohnern mit starker dörflicher Identität stehen Zuzügler, die das Landleben als Rückzug schätzen sowie Personen, die eine geringe Bindung an den Wohnort aufweisen und sich nicht für das örtliche Geschehen interessieren, gegenüber. Es fällt auf, dass Einheimische häufiger in Lebensstilen vorkommen, die durch eine starke dörfliche

Identität und stabile soziale Beziehungen gekennzeichnet sind. Die *angepassten Einkaufsmuffel*, die einen hohen Anteil an Zuzüglern aufweisen, fallen durch eine relativ geringe dörfliche Identität und ein unterdurchschnittliches Interesse am Wohnort auf, was einen Zusammenhang zwischen Zuzug und Ortsbindung nahelegt. Dennoch werden die *gebildeten Rückzugsuchenden*, die sich durch eine starke Bindung an den Wohnort kennzeichnen, von Zuzüglern dominiert. Weder Einheimische noch Zuzügler können als homogene Gruppe betrachtet werden. Zuwanderer können eine hohe emotionale Ortsbindung aufweisen und manche Einheimische sind dem Dorf gegenüber kritisch eingestellt. Der Zuzug allein reicht als Unterscheidungsmerkmal demnach nicht aus, obwohl sich unterschiedliche Motive für die Ortsbindung herausstellen. Während Zuzügler den ländlichen Raum bzw. das Dorf häufig als Rückzugsmöglichkeit sehen, bietet er für die Einheimischen möglicherweise Stabilität und einen festen Bestandteil im Leben. Dies zeigt sich an der Wahrnehmung postmoderner Tendenzen sowie an den Gedanken an einen Fortzug, der bei von Einheimischen dominierten Lebensstilen kaum besteht. Die höchste dörfliche Identität bilden die älteren Lebensstile aus. Jüngere pflegen zwar soziale Beziehungen am Wohnort, weisen jedoch insgesamt eine geringe Ortsbindung auf. Unterschiede hinsichtlich des sozioökonomischen Status werden nicht deutlich.

Lebensstile und Konsum stehen in einer Wechselwirkung. Auf der einen Seite kann das Konsumverhalten als Unterscheidungsmerkmal für Lebensstile gelten, auf der anderen Seite führte die Ausdifferenzierung von Lebensstilen zu einem veränderten Konsumverhalten. Standen nach dem 2. Weltkrieg der Massenkonsum sowie die Befriedigung der Grundbedürfnisse im Vordergrund, bedingten der Freizeit- und Einkommensanstieg eine Polarisierung des Konsumverhaltens. Der hybride Konsument entstand, der einerseits Wert auf Lifestyle und Erlebnis legt und den Konsum als Möglichkeit zur Selbstverwirklichung sieht, andererseits gerade beim Einkauf von *convenience goods* rational und ökonomisch handelt. Der Konsum dient der Selbstinszenierung, der Distinktion und der Integration; Konsumententscheidungen sind häufig von Emotionen gesteuert, was gleichermaßen für die Produkte, wie für die Orte des Konsums gilt. Die Wahl einer Einkaufsstätte kann eine symbolische Bedeutung haben und eine Inszenierung der eigenen (Konsum)Identität implizieren. Die Betriebsformenwahl für Lebensmittel und Kleidung der sechs Lebensstile zeigt, dass die Grenzen zwischen *convenience goods* und *shopping goods* verschwimmen. Qualitätsbewusste Lebensstile legen beim Einkauf von Lebensmitteln mehr Wert auf Qualität und Service als bei Kleidung. Lebensmittel gewinnen an Bedeutung und ein neues

Qualitätsbewusstsein wird erkennbar. Sie haben eine integrative und distinktive Funktion und werden zu einem Unterscheidungsmerkmal für Lebensstile. Diese können nicht mehr nur nach ihrem „shopping“-Verhalten differenziert werden, sondern auch nach ihrem „convenience“-Einkauf. Eine Konsequenz kann eine weitere Ausdifferenzierung bzw. Weiterentwicklung des Modells des hybriden Konsumenten sein. Aufgrund der Fragestellung konnte die vorliegende Studie diese Thematik nicht weiter vertiefen.

Die Lebensstile weisen insgesamt ein vielseitiges Konsumverhalten auf. Lebensstile mit geringem Einkommen sind stärker preisorientiert und mit zunehmendem sozioökonomischem Status gewinnen Qualitätsaspekte an Bedeutung, wobei sich unterschiedliche Ansprüche für Lebensmittel und Kleidung ergeben. „Ältere“ Lebensstile legen Wert auf Übersichtlichkeit, schätzen kleine Dimensionen und konzentrieren ihren Einkauf häufig am Wohnort, während die jüngste Gruppe Städte höherer Zentralitätsstufen bevorzugt. Der Zusammenhang zwischen Konsummustern und Raumbeziehungen bei den Lebensstilen ist weniger eindeutig. Es besteht eine Tendenz, dass Lebensstile, die eine starke Ortsbindung aufweisen bzw. sich in der dörflichen Umgebung einen Rückzug vor postmodernen Tendenzen erhoffen, häufig am Wohnort einkaufen und den örtlichen Handel positiv bewerten. Die Bedeutung des Wohnortes als Einkaufsort ist bei den Lebensstilen, die kaum am Dorfleben teilnehmen und eine unterdurchschnittliche dörfliche Identität aufweisen gering und der örtliche Handel wird sehr negativ bewertet. Dennoch bestehen gegenteilige Tendenzen. Die *neutralen Unentschlossenen* weisen keine auffallende Bindung an den Wohnort auf, sind in ihrem Einkaufsverhalten dennoch auf diesen fixiert. Die *qualitätsbewussten Kosmopoliten* wiederum nehmen die postmodernen Veränderungen stark wahr, suchen beim Einkaufen jedoch scheinbar keinen Rückzug am Wohnort.

Es wird deutlich, dass sich in ländlichen Räumen Lebensstile herausgebildet haben, die vielfältige Konsummuster bzw. Konsumanforderungen aufweisen. Zudem wird betont, dass der Raum im Zuge der Homogenisierung und Globalisierung nicht an Bedeutung verliert. Im Gegenteil profitieren gerade rurale Räume von einem neuen Trend zur Ländlichkeit. Inwiefern diese Rückbesinnung auf das Lokale bzw. das Ländliche eine dauerhafte Erscheinung ist, bleibt abzuwarten. Der Trend zur Ländlichkeit als Begleiterscheinung zur Postmoderne bietet viele Facetten und die vorliegende Studie konnte nur einen kleinen Ausschnitt dieser Entwicklungen erfassen.

6.2 Ausblick

Der demographische Wandel wird in den nächsten Jahrzehnten gravierende Auswirkungen auf ländliche Räume haben und zu einer Verschärfung der bereits vorhandenen Versorgungsproblematik führen. Diese bedingt wiederum die Abwanderung von jungen Menschen und Familien. Eine zielgruppenorientierte Anpassung des örtlichen Handels wird insbesondere im Hinblick auf die Bindung älterer Menschen an den lokalen Einzelhandel nötig. Die Analyse der Zufriedenheit mit dem örtlichen Handel zeigt, dass vor allem hohe Preise und eine geringe Auswahl an Geschäften kritisiert werden. Dennoch besteht eine Solidarität, was in dem Bestreben ihn zu unterstützen und in der Bevorzugung eines wohnortnahen Einkaufs deutlich wird. Gerade in der Gemeinde Großaitingen, die über ein ausreichendes Einkaufsangebot verfügt, wird der Wohnort als Einkaufsort für Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs geschätzt, was zeigt, dass ein zufriedenstellendes Angebot an Einzelhandelseinrichtungen Konsumenten an den Ort binden kann. Scheuring hingegen, verfügt über ein sehr geringes Angebot und bietet kaum Voraussetzungen für Neuansiedlungen großer Nahversorger.

Es wird deutlich, dass die Problematik im Einzelhandel und die Gewährleistung der Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse v.a. durch eine Angebotsausdehnung verbessert werden kann. Die Erweiterung der Einkaufsmöglichkeiten kann den Kommunen nutzen, da durch die Gewerbesteuer die kommunalen Einnahmen erhöht werden, die Kaufkraft an den Ort gebunden wird und neue Arbeits- und Ausbildungsplätze entstehen. Die räumliche Planung hat nur einen geringen Handlungsspielraum für die Bewahrung des kleinflächigen Handels. Eine Möglichkeit ist die Begrenzung der Flächen für großflächigen Einzelhandel auf der „grünen Wiese“, was aber nur eine indirekte Hilfestellung bietet. Die Landes- und Regionalplanung kann Problemlagen benennen und unverbindliche Lösungsvorschläge geben (z.B. die Forderung nach Nachbarschaftsläden), jedoch keine konkreten Möglichkeiten zur Steuerung beitragen (KUHLCHE ET AL. 2005b. 3ff.). KUHLCHE ET AL. (2005b. 7ff.) identifizieren Maßnahmen, welche die Versorgungsproblematik verringern können. Neben finanzielle Anreize, z.B. die Förderung innovativer Geschäftsmodelle oder des mobilen Handels, treten neue Formate großer Einzelhandelsunternehmen, die sich an kleine Einzugsgebiete richten. Diese können durch Unterstützung aus der Bürgerschaft in Form von Nachbarschaftsläden erfolgreich sein und eine Belebung des örtlichen Handels darstellen. Wichtig ist eine Kommunikation mit den Bürgern, die neuen Geschäften skeptisch gegenüberstehen. Dabei

kann die emotionale Bindung an den Wohnort ausgenutzt werden, die gleichermaßen ein gewisses Interesse an dessen Entwicklung impliziert. Dieses kann durch Bottom-Up-Ansätze genutzt werden und eine intensive Zusammenarbeit kann bürgernahe Maßnahmen ermöglichen. Es muss vermittelt werden, dass nur durch zusätzlichen Handel weitere Einkaufsmöglichkeiten geschaffen werden können und der örtliche Handel durch einen klugen Branchenmix nicht geschwächt wird. Die Kombination eines Vollsortimenters und mehrerer kleiner Läden trägt wesentlich zur Zufriedenheit der Konsumenten bei (BENZEL 2006. 27). Bestehende Händler und Dienstleistungsbetriebe können von Neuansiedlungen profitieren, da Kopplungsaktivitäten in der Gemeinde getätigt werden können.

Neben der Schaffung neuer Einzelhandelseinrichtungen ist es für das Ortsbild, die Attraktivität und die Identität der Gemeinde wichtig, bestehende Läden zu erhalten. Ermöglicht wird dies z.B. durch die Angliederung zusätzlicher Dienstleistungsfunktionen an Dorfläden, was deren Angebotsspektrum und somit die Attraktivität erhöht. Mögliche Zusatzfunktionen sind eine Lotto-Toto-Annahmestelle, ein Copy-Shop, eine Reinigung oder die Übernahme von Postdienst-Funktionen. Ein solches Konzept bietet der Dorfladen in Scheuring, der, wie die schriftliche Haushaltsbefragung zeigt, relativ häufig aufgesucht wird. In diesem Zusammenhang muss das Problembewusstsein der Konsumenten geschärft werden. Den Bewohnern einer ländlichen Gemeinde muss deutlich werden, dass für einen Erhalt der Nahversorgungseinrichtungen eine Mindest-Kundenfrequenz nötig ist (BECKER ET AL. 1996. 31f.). Eine Möglichkeit, die Einwohner bei einem Einkauf an den Ort zu binden ist die Ansiedlung von Freizeiteinrichtungen, Cafés, Kultur- oder Sportmöglichkeiten. Zum einen weisen Personen, welche diese Aktivitäten innerhalb der Gemeinde ausüben, eine große Zufriedenheit mit dem örtlichen Handel auf, zum anderen werden manche Freizeitaktivitäten wie der Besuch von Cafés gerne mit dem Einkauf von Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs gekoppelt. Allgemein impliziert eine emotionale Bindung an den Wohnort eine Fokussierung der Einkaufstätigkeiten auf diesen. Ein Ziel sollte daher sein, Neubürgern Möglichkeiten zu geben, eine solche Bindung aufzubauen. Feste z.B. bieten eine gute Chance, Kontakte zu knüpfen, die Integration zu erleichtern und eine soziale Ortsbindung aufzubauen, welche häufig eine emotionale Bindung bedingt. Der Trend zur Ländlichkeit kann als Chance genutzt werden. Gerade Personen, die im ländlichen Leben eine gewisse Stabilität suchen, können durch gezielte Aktionen (z.B. Feste, Umzüge, Veranstaltungen für Neubürger) an den Ort gebunden werden.

Für die Sicherung der Versorgung benötigen die Gemeinden Unterstützung von übergeordneten Ebenen, welche die Verantwortung für die Nahversorgung bislang auf die einzelnen Kommunen übertragen haben (KUHLCHE ET AL. 2005a. 178). Es bestehen mittlerweile Bemühungen des Staates, die Nahversorgung in ländlichen Regionen zu sichern, z.B. durch Konzepte für den Erhalt bestehender Handelseinrichtungen und zur Erhöhung der Attraktivität für neue Ansiedlungen. Eine Lösung ist die interkommunale Zusammenarbeit, z.B. in Form von regionalen Nahversorgungskooperationen, die eine ausreichende Versorgung für alle Teilräume gewährleisten können, wenn die gegenseitige Abstimmung und die Verbesserung der Kommunikation zwischen den einzelnen Kommunen erreicht werden kann. Dies setzt die Festlegung gemeinsamer Zielvorstellungen voraus (KUHLCHE ET AL. 2005a. 179). Es ist wichtig, dass die Problematik der Nahversorgung in den Fokus der öffentlichen und politischen Diskussion gerät und auf allen Ebenen Lösungsmöglichkeiten gefunden werden.

Für eine nachhaltige Entwicklung ländlicher Räume sollte ein Ziel sein, ein weitgefächertes, den Bedürfnissen der Konsumenten angepasstes Angebot zur Verfügung zu stellen. Um dies verwirklichen zu können, müssen Kommunen, Bund und Länder zusammenarbeiten und die Bewohner ländlicher Räume in Diskussionen und Entscheidungen miteinbeziehen. Die Annäherung an die Dorfbewohner und ihrer lebensstilspezifischen Konsummuster bietet eine Grundlage für die Planung, auf die ländliche Versorgungsproblematik zu reagieren. Dabei muss beachtet werden, dass die Untersuchung sich mit einem speziellen ländlichen Raum befasst und die Ergebnisse nicht zwingend auf andere Regionen übertragen werden können. Es darf nicht vergessen werden, dass sich ländliche Räume stark unterscheiden und weder der Dorfbewohner, noch der ländliche Raum existiert. Es müssen stets die spezifischen räumlichen Bedingungen beachtet werden, die jeden ländlichen Raum und dessen Bewohner einzigartig machen.

7 Verzeichnis der verwendeten Quellen

- ACKER, KRISTIN (2010): Die US-Expansion des deutschen Discounters Aldi. Eine Fallstudie zur Internationalisierung im Einzelhandel (= Geographische Handelsforschung, 16). Passau.
- ALISCH, MONIKA (2008): Von der Gemeinde zur Großstadt und zurück. Methodologische und systematische Traditionen der Analyse sozialer Räume. In: MAY, MICHAEL, ALISCH, MONIKA [Hrsg.]: Praxisforschung im Sozialraum. Fallstudien in ländlichen und urbanen sozialen Räumen. Leverkusen, S. 21-44.
- ALTROCK, UWE; GÜNTHER, SIMON; HUNIG, SANDRA; NUISSL, HENNING; PETERS, DEIKE [Hrsg.] (2005): Landliebe – Landleben. Ländlicher Raum im Spiegel von Sozialwissenschaften und Planungstheorie (= Reihe Planungsrundschau, 12). Cottbus.
- ALTROCK, UWE; GÜNTHER, SIMON; HUNIG, SANDRA; NUISSL, HENNING; PETERS, DEIKE (2005): Landliebe und Landleben. In: ALTROCK, UWE; GÜNTHER, SIMON; HUNIG, SANDRA; NUISSL, HENNING; PETERS, DEIKE [Hrsg.]: Landliebe – Landleben. Ländlicher Raum im Spiegel von Sozialwissenschaften und Planungstheorie (= Reihe Planungsrundschau, 12). Cottbus, S. 7-12.
- ANZENGRUBER, ANDREAS (2008): Sozial orientiertes Konsumentenverhalten im Lebensmittelhandel. Ein Vergleich junger Deutscher mit gleichartigen Deutschtürken. Wiesbaden.
- AUGE, MARC (1994): Orte und Nicht-Orte. Vorüberlegungen zu einer Ethnologie der Einsamkeit. 2. Auflage, Frankfurt am Main.
- BACKHAUS, KLAUS; ERICHSON, BERND; PLINKE, WULFF; WEIBER, ROLF (2008): Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung. 12. Auflage, Heidelberg.
- BACKHAUS, KLAUS; ERICHSON, BERND; PLINKE; WULFF; WEIBER; ROLF (2011): Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung. 13. Auflage, Berlin, Heidelberg.
- BAHRENBERG, GERHARD (2003): Suburbanisierung. Die Abschaffung der Stadt/Land-Differenz in der modernen Gesellschaft. In: KRÄMER-BADONI, THOMAS; KUHM, KLAUS [Hrsg.]: Die Gesellschaft und ihr Raum. Raum als Gegenstand der Soziologie (= Stadt, Raum und Gesellschaft, 21). Wiesbaden, S. 215-232.
- BALDENHOFER, KURT (2000): Lexikon des Agrarraums. Gotha, Stuttgart.
- BAURIEDL, SYBILLE; SCHIER, MICHAELA; STRÜVER, ANKE [Hrsg.] (2010): Geschlechterverhältnisse, Raumstrukturen, Ortsbeziehungen. Erkundungen von Vielfalt und Differenz im spatial turn (= Forum Frauen- und Geschlechterforschung, 27). Münster.
- BECHER, URSULA A.J. (1990): Geschichte des modernen Lebensstils. Essen – Wohnen – Freizeit – Reisen. München.

- BECKER, HANS; BEYER, RÜDIGER; GÖLER, DANIEL (1996): Versorgung im ländlichen Raum. Ausgewählte demographische Probleme des Einzelhandels im dörflichen Umfeld. In: INSTITUT FÜR ENTWICKLUNGSFORSCHUNG IM LÄNDLICHEN RAUM OBER- UND MITTELFRANKENS E.V. [Hrsg.] 1996: Versorgung im ländlichen Raum. Probleme des Einzelhandels im dörflichen Umfeld (= Kommunal- und Regionalstudien, 24). Kronach, München, Bonn, S. 13-72.
- BECKER, HEINRICH (1997): Dörfer heute. Ländliche Lebensverhältnisse im Wandel: 1952, 1972 und 1993/95 (= Schriftenreihe der Forschungsgesellschaft für Agrarpolitik und Agrarsoziologie e.V., 305). Bonn.
- BECKMANN, KLAUS J.; HESSE, MARKUS; HOLZ-RAU, CHRISTIAN; HUNECKE, MARCEL [Hrsg.] (2006): StadtLeben – Wohnen, Mobilität und Lebensstil. Neue Perspektiven für Raum- und Verkehrsentwicklung. Wiesbaden.
- BEETZ, STEPHAN (2004): Dörfer in Bewegung. Ein Jahrhundert sozialer Wandel und räumliche Mobilität in einer ostdeutschen ländlichen Region (= Beiträge zur Osteuropaforschung, 9). Hamburg.
- BEETZ, STEFAN (2008): Die Natur der Peripherien. In: REHBERG, KARL-SIEGBERT [Hrsg.]: Die Natur der Gesellschaft: Verhandlungen des 33. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Kassel 2006. Teilband 1. Frankfurt am Main, S. 562-577.
- BEETZ, STEPHAN (2009): Regionale Dimensionen des Alterns und der Umbau der kommunalen Daseinsvorsorge. Entwicklungen am Beispiel ländlicher Räume. In: NEU, CLAUDIA [Hrsg.]: Daseinsvorsorge. Eine gesellschaftswissenschaftliche Annäherung. Wiesbaden, S. 114-132.
- BEETZ, STEPHAN; BRAUER, KAI; NEU, CLAUDIA [Hrsg.] (2005): Handwörterbuch zur ländlichen Gesellschaft in Deutschland. Wiesbaden.
- BEHNEN, TOBIAS; KÜHNE, TOBIAS (2006): Gibt es eine Rhöner Identität? Empirische Untersuchung des Regionalbewusstseins. In: Beiträge Region und Nachhaltigkeit (3), S. 82-88.
- BELINA, BERND; MICHEL, BORIS [Hrsg.] (2008): Raumproduktionen. Beiträge der Radical Geography. Eine Zwischenbilanz. 2. Auflage (= Raumproduktionen: Theorie und gesellschaftliche Praxis, 1). Münster.
- BELINA, BERND; MICHEL, BORIS (2008): Raumproduktionen. Zu diesem Band. In: : BELINA, BERND; MICHEL, BORIS [Hrsg.]: Raumproduktionen. Beiträge der Radical Geography. Eine Zwischenbilanz. 2. Auflage (= Raumproduktionen: Theorie und gesellschaftliche Praxis, 1). Münster, S. 7-34.
- BENZEL, LOTHAR (2006): Lebensmittelnahversorgung im ländlichen Raum unter geänderten Rahmenbedingungen. Dargestellt am Beispiel von Einzelhandelsbetrieben im Landkreis Reutlingen. Kaiserslautern.

- BETZ, ROLF (1988): Wanderungen in peripheren ländlichen Räumen. Voraussetzungen, Abläufe, Motive. Dargestellt am Beispiel dreier niedersächsischer Nahbereiche (= Abhandlungen des Geographischen Institutes Anthropogeographie, 42). Berlin.
- BLASIUS, JÖRG (2001). Korrespondenzanalyse. München, Wien, Oldenbourg.
- BLASIUS, JÖRG; FRIEDRICHS, JÜRGEN (2011): Die Bedeutung von Lebensstilen für die Erklärung von sozial-räumlichen Prozessen. In: RÖSSEL, JÖRG; OTTE, GUNNAR [Hrsg.]: Lebensstilforschung (= Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 51). Köln, S. 399-423.
- BORSODORF, AXEL; BENDER, OLIVER (2010): Allgemeine Siedlungsgeographie. Wien, Köln, Weimar.
- BOSSUET, LUC (2006): Peri-rural populations in search of territory. In: Sociologia Ruralis (46) 3, S. 214-228.
- BOURDIEU, PIERRE (1987): Die feinen Unterschiede. Kritik der Gesellschaftlichen Urteilkraft. Frankfurt am Main.
- BRÖCKLING, FRANK (2006): Integrierte Ländliche Regionalentwicklung und Kulturlandschaftspflege. Beiträge regionaler Planungsinstrumente zur Kulturlandschaftspflege. Münster.
- BRÖCKLING, FRANK; GRABSKI-KIERON, ULRIKE; KRAJEWSKI, CHRISTIAN [Hrsg.] (2004): Stand und Perspektiven der deutschsprachigen Geographie des ländlichen Raumes: Vorträge und Ergebnisse eines Workshops am 27. Und 28. Mai 2004 in Münster. Münster.
- BRÖCKLING, FRANK; GRABSKI-KIERON, ULRIKE; KRAJEWSKI, CHRISTIAN (2004): Vorwort der Herausgeber. In: BRÖCKLING, FRANK; GRABSKI-KIERON, ULRIKE; KRAJEWSKI, CHRISTIAN [Hrsg.]: Stand und Perspektiven der deutschsprachigen Geographie des ländlichen Raumes: Vorträge und Ergebnisse eines Workshops am 27. Und 28. Mai 2004 in Münster. Münster, S. 1-6.
- BROSIUS, FELIX (2006): SPSS 14 - das mitp-Standardwerk. Fundierte Einführung in SPSS und die Statistik. Heidelberg.
- BROSIUS, FELIX (2011): SPSS 19. Heidelberg, München.
- BRÜGGEMANN, BEATE; RIEHLE, RAINER (1986): Das Dorf. Über die Modernisierung einer Idylle. Frankfurt am Main.
- BÜHL, ACHIM (2008): SPSS 16. Einführung in die moderne Datenanalyse. 11. Auflage, München.
- BÜHL, ACHIM (2010): PASW 18. Einführung in die moderne Datenanalyse. 12. Auflage, München.
- BÜHL, ACHIM (2012): SPSS 20. Einführung in die moderne Datenanalyse. 13. Auflage, München.

- BÜHLMANN, MARC (2010): Kommunale Identität: eine Mehrebenenanalyse der Determinanten individueller Verbundenheit mit der Gemeinde. In: Zeitschrift für Vergleichende Politikwissenschaft (4) 2, S.203-231.
- BUNDESINSTITUT FÜR BAU-, STADT- UND RAUMFORSCHUNG BBSR [Hrsg.] (2010): Landleben – Landlust? Wie Menschen in Kleinstädten und Landgemeinden über ihr Lebensumfeld urteilen (= BBSR-Berichte Kompakt, 10). Bonn.
- BÜRKNER HANS-JOACHIM (1999): Rezension: Benno Werlen: Sozialgeographie alltäglicher Regionalisierungen. Band 2: Globalisierung, Region und Regionalisierung. In: Geographische Revue 1 (1), S. 352-353.
- BURZAN, NICOLE (2007): Soziale Ungleichheit: Eine Einführung in die zentralen Theorien. 3. Auflage, Wiesbaden.
- CASTELLS, MANUEL (2002): Das Informationszeitalter. Band 2: Die Macht der Identität. Opladen.
- CASTREE, NOEL (2004): David Harvey. In: HUBBARD, PHIL J; KITCHIN, ROB; VALENTINE, GILL (Hrsg.: Key Thinkers on Space and Place. London, S. 235-241.
- CHILLA, TOBIAS; MORHARDT, TOBIAS; BRAUN, BORIS (2008): Jenseits der Speckgürtel - Wanderungsabsichten von Schulabsolventen und der demographische Wandel im ländlichen Raum: das Beispiel des Landkreises Haßberge in Unterfranken. In: Raumforschung und Raumordnung (66) 3, S. 260-270.
- DANGSCHAT, JENS (2007): Soziale Ungleichheit, gesellschaftlicher Raum und Segregation. In: DANGSCHAT, JENS; HAMEDINGER, ALEXANDER [Hrsg.]: Lebensstile, soziale Lagen und Siedlungsstrukturen (= Forschungs- und Sitzungsberichte der ARL, 230). Hannover, S. 21-50.
- DANGSCHAT, JENS; BLASIUS, JÖRG [Hrsg.] (1994): Lebensstile in den Städten. Konzepte und Methoden. Opladen.
- DANGSCHAT, JENS; HAMEDINGER, ALEXANDER [Hrsg.] (2007): Lebensstile, soziale Lagen und Siedlungsstrukturen (= Forschungs- und Sitzungsberichte der ARL, 230). Hannover.
- DANGSCHAT, JENS; HAMEDINGER, ALEXANDER (2007): Lebensstile, soziale Lagen und Siedlungsstrukturen – Eine Einführung. In: DANGSCHAT, JENS; HAMEDINGER, ALEXANDER [Hrsg.] 2007: Lebensstile, soziale Lagen und Siedlungsstrukturen (= Forschungs- und Sitzungsberichte der ARL, 230). Hannover, S. 2-20.
- DIEKMANN, ANDREAS (2005): Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. 13. Auflage, Reinbek bei Hamburg.
- DIRKSMEIER, PETER (2006): Habituelle Urbanität. In: Erdkunde 60 (3), S. 221-230.

- DIRKSMEIER, PETER (2008): Strife in the rural idyll? The relationship between autochthons and in-migrants in scenic regions of south Bavaria. In: *Erdkunde* 62 (2), S. 159-171.
- DIRKSMEIER, PETER (2009): Urbanität als Habitus. Zur Sozialgeographie städtischen Lebens auf dem Land. Bielefeld.
- DITTRICH, ECKHARD; OSWALD, INGRID [Hrsg.] (2010): Jenseits der Städte: Postsozialistische Lebensweisen in ländlichen Regionen Mittel- und Osteuropas (= Gesellschaftliche Transformationen - societal transformations, 16). Berlin.
- DROZIG, VLADIMIR (2005): Versorgung im ländlichen Raum am Beispiel der weiteren Umgebung der Siedlung Lenart in NO (Slowenien). In: ZSILINCSAR, WALTER [Hrsg.]: Neue Einzelhandelsstrukturen am Rande von Kleinstädten. Beiträge zum 14. Internationalen Symposium des Forschungssecksecks der Universitäten Bayreuth, Bratislava, Graz, Maribor, Pécs, und Plzen vom 15. Bis 16. Oktober 2004 in Hartberg (Österreich). Graz, S. 77-88.
- EHALT, HUBERT CH. (2000): Wandel der ländlichen Lebenswelt – Entwicklungslinien und Perspektiven. In: EHALT, HUBERT CH.; SCHULZ, WOLFGANG [Hrsg.]: Ländliche Lebenswelten im Wandel. Historisch-soziologische Studien in St. Georgen/Lavanttal (= Historisch-anthropologische Studien. Schriftenreihe des Ludwig Boltzmann-Instituts für Historische Anthropologie Wien, 13). Frankfurt am Main, S. 9-14.
- EHALT, HUBERT CH.; SCHULZ, WOLFGANG [Hrsg.] (2000): Ländliche Lebenswelten im Wandel. Historisch-soziologische Studien in St. Georgen/Lavanttal (= Historisch-anthropologische Studien. Schriftenreihe des Ludwig Boltzmann-Instituts für Historische Anthropologie Wien, 13), Frankfurt am Main.
- EVANS, MARTIN; JAMAL, AHMAD; FOXALL; GORDON (2010): *Consumer Behaviour*. Second Edition. Chichester.
- FABER, WERNER (1996): „Ich lebe gerne auf dem Lande“ – Dorf – Ländliche Lebenswelt – Dorfkultur. In: SCHMIDT, KONRAD [Hrsg.]: *Laßt die Kirche im Dorf. Vergangenheit, Strukturwandel und Zukunft des ländlichen Raumes als Chance lebensraumorientierten Bildungsauftrags* (= Veröffentlichungen zur Geschichte der mitteldeutschen Kirchenprovinz, 9). Paderborn, S. 56-70.
- FEATHERSTONE, MIKE (2012): *Consumer Culture and Postmodernism*. Second Edition. London, Los Angeles, Neu Dehli, Singapur, Washington.
- FEDERSEL-LIEB, CORNELIA (1992): *Kommunikationspolitik im Seniorenmarkt*. Bayreuth.

- FELGENHAUER, TILO (2007): „Ich bin Thüringer, ... und was ißt du?“ Regionsbezogene Konsumtion und Marketingkommunikation am Beispiel „Original Thüringer Qualität“. In: WERLEN, BENNO [Hrsg.]: Sozialgeographie alltäglicher Regionalisierungen. Band 3: Ausgangspunkte und Befunde empirischer Forschung (= Erdkundliches Wissen - Schriftenreihe für Forschung und Praxis, 121). Stuttgart, S. 47-68.
- FINCK, GERHARD (1990): Versorgungsattraktivität. Ein Beitrag zur empfängerorientierten Versorgungsforschung. Berlin.
- FINDL, RENATE (2005): Ein Schritt auf dem Weg zu einem verbesserten Methodenmix in der empirischen Sozialforschung. Regensburg.
- FLICK, UWE (2009). Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. 2. Auflage, Reinbek bei Hamburg.
- FLICK, UWE (2011). Triangulation. In: OELERICH, GERTRUD; OTTO HANS U.: Empirische Forschung und soziale Arbeit. Ein Studienbuch. Wiesbaden, S. 323-328.
- FLICK, UWE; VON KARDORFF, ERNST; STEINKE, INES (2008) [Hrsg.]: Qualitative Forschung. Ein Handbuch. 6. Auflage, Reinbek bei Hamburg.
- FLIEGE, THOMAS (1998): Bauernfamilien zwischen Tradition und Moderne. Eine Ethnographie bäuerlicher Lebensstile. Frankfurt a. Main.
- FOLLMER, ROBERT; GRUSCHWITZ, DANA; JESKE, BIRGIT; QUANDT, SYLVIA; LENZ, BARBARA; NOBIS, CLAUDIA; KÖHLER, KATJA; MEHLIN, MARKUS (2010): Mobilität in Deutschland. Ergebnisbericht. Struktur – Aufkommen – Emissionen – Trends. Bonn, Berlin.
- FRANZEN, NATHALIE; HAHNE, ULF; HARTZ, ANDREA; KÜHNE, OLAF; SCHAFRANSKI, FRANZ; SPELLERBERG, ANNETTE; ZECK, HOLGER (2008): Herausforderung und Vielfalt – Ländliche Räume im Struktur- und Politikwandel. E-Paper der ARL. Nr. 4. Internet: http://shop.arl-net.de/media/direct/pdf/e-paper_der_arl_nr4.pdf.
- FRITZ, WOLFGANG (2003): DIE Aldisierung der Gesellschaft. Ein Kurzbeitrag. Internet: www.econbiz.de/archiv/bs/tubs/marketing/aldisierung.pdf.
- FÜHR, EDUARD (2005): Eigenheim und Eigenheimat. In: ALTROCK, UWE; GÜNTHER, SIMON; HUNIG, SANDRA; NUISSL, HENNING; PETERS, DEIKE [Hrsg.]: Landliebe – Landleben. Ländlicher Raum im Spiegel von Sozialwissenschaften und Planungstheorie (= Reihe Planungsrundschau, 12). S. 31-42.
- GEBHARDT, HANS (1996): Einkaufsattraktivität und Konsumentenverhalten bei Zentralen Orten im nördlichen Regierungsbezirk Tübingen. Stuttgart.
- GEBHARDT, WINFRIED; KAMPHAUSEN, GEORG (1994): Zwei Dörfer in Ostdeutschland. Mentalitätsunterschiede nach der Wiedervereinigung. Opladen.

- GEISCHER, DOROTHEE (1998): Einkaufsorientierungen und Einkaufsstrategien von Konsumenten im ländlichen Raum. In: GANS, PETER; LUKHAUP, RAINER (Hrsg): Einzelhandelsentwicklung – Innenstadt versus periphere Standorte (= Mannheimer Geographische Arbeiten, 47). Mannheim.
- GEORG, WERNER (1998): Soziale Lage und Lebensstil. Eine Typologie. Opladen.
- GIDDENS, ANTHONY (1984): The constitution of society. Outline of the theory of structuration. Cambridge.
- GROTHUES, RUDOLF (2006): Lebensverhältnisse und Lebensstile im urbanisierten ländlichen Raum. Analyse anhand ausgewählter Ortsteile im münsterländischen Kreis Steinfurt (= Westfälische Geographische Studien, 55). Münster.
- HAHN, ACHIM (2000): Das „post-suburbane Dorf, Reflexion, Wertung und Nutzbarmachung der Zwischenstadt-Diskussion für das Dorf. In: HENKEL GERHARD [HRSG.]: Das Dorf im Einflussbereich von Großstädten (= Essener Geographische Arbeiten, 31). Essen, S. 33-49.
- HAHN, ACHIM (2005): Stadt – Land, Zwischenstadt. In: BEETZ, STEPHAN; BRAUER, KAI; NEU, CLAUDIA. [HRSG.]: Handwörterbuch zur ländlichen Gesellschaft in Deutschland. Wiesbaden, S. 233-239.
- HAHN, ACHIM (2009): Aspekte neuer Lebensformen im "regionalen" Raum. In: Zeitschrift für Agrargeschichte und Agrarsoziologie (57) 2, S. 57-73.
- HAINZ, MICHAEL (1999): Dörfliches Sozialleben im Spannungsfeld der Individualisierung (= Schriftenreihe der Forschungsgesellschaft für Agrarpolitik und Agrarsoziologie, 311). Bonn.
- HALFACREE, KEITH H. (1996): Out of place in the country: Travellers and the „rural idyll“. In: Antipode (28) 1, S. 42-72.
- HARVEY, DAVID (1989): The Condition of Postmodernity. An Enquiry into the Origins of Cultural Change. Cambridge.
- HARVEY, DAVID (2008): Zwischen Raum und Zeit: Reflektionen zur Geographischen Imagination. In: BELINA, BERND; MICHEL, BORIS [Hrsg.]: Raumproduktionen. Beiträge der Radical Geography. Eine Zwischenbilanz. 2. Auflage (= Raumproduktionen: Theorie und gesellschaftliche Praxis, 1). Münster, S. 36-60.
- HAUPTMEYER, CARL-HAND; HENKEL, GERHARD (2005): Ländliche Lebensstile. In: ALTROCK, UWE; GÜNTHER, SIMON; HUNIG, SANDRA; NUISSL, HENNING; PETERS, DEIKE [Hrsg.]: Landleibe – Landleben. Ländlicher Raum im Spiegel von Sozialwissenschaften und Planungstheorie (= Reihe Planungsrundschau, 12). Cottbus, S. 43-50.

- HAUPTMEYER, CARL-HANS; HENCKEL, HEINAR (1983): Das alte Dorf – Gemeinschaft und Zwang. In: HAUPTMEYER, CARL-HEINZ; HENCKEL, HEINAR; JLIEN, ALBERT; REINECKE, KARSTEN; WÖNSE, HANS HERMANN [Hrsg.]: Annäherungen an das Dorf. Geschichte, Veränderung und Zukunft. Hannover, S. 148-163.
- HAUPTMEYER, CARL-HANS; HENCKEL, HEINAR; JLIEN, ALBERT; REINECKE, KARSTEN; WÖNSE, HANS HERMANN [Hrsg.] (1983): Annäherungen an das Dorf. Geschichte, Veränderung und Zukunft. Hannover.
- HEINEBERG, HEINZ (2006): Stadtgeographie. 3. Auflage, Paderborn, München.
- HEINRITZ, GÜNTER; KLEIN, KURT E.; POPP, MONIKA (2003): Geographische Handelsforschung. Berlin.
- HENKEL, GERHARD (1996): Der ländliche Raum auf dem Weg ins 3. Jahrtausend – Wandel durch Fremdbestimmung oder endogene Entwicklung. In: SCHMIDT, KONRAD [Hrsg.]: Laßt die Kirche im Dorf. Vergangenheit, Strukturwandel und Zukunft des ländlichen Raumes als Chance lebensraumorientierten Bildungsauftrags (= Veröffentlichungen zur Geschichte der mitteldeutschen Kirchenprovinz, 9). Paderborn, S. 14-34.
- HENKEL GERHARD [HRSG.] (2000): Das Dorf im Einflussbereich von Großstädten (= Essener Geographische Arbeiten, 31). Essen.
- HENKEL, GERHARD [Hrsg.] (2004): Dörfliche Lebensstile. Mythos, Chance oder Hemmschuh der ländlichen Entwicklung (= Essener Geographische Arbeiten, 36). Essen.
- HENKEL, GERHARD (2012): Das Dorf. Landleben in Deutschland – gestern und heute. Stuttgart.
- HENSELER, ANDREAS (2009): Ländliches Siedlungswesen im deutschniederländischen Grenzraum unter dem Einfluss agrarstruktureller Transformationen – Strategien zur Einbindung landwirtschaftlicher Altgebäude in die Kommunalentwicklung. Münster.
- HERRENKNECHT, ALBERT (2004): Lebensentwürfe und Lebensstile im (heutigen) Dorf. Teilnehmer-Materialien zum Workshop im Rahmen einer Tagung des Rabanus-Maurus-Tag 2004. Frankfurt.
- HILLMANN, KARL-HEINZ (1994): Wörterbuch der Soziologie. Stuttgart.
- HILPERT, MARKUS; STEINHÜBL, DANIEL (1998): Lebensstile in der Stadt. Eine empirische Studie am Beispiel Augsburgs (= Praxis Sozialforschung, 2). München.
- HOMBURG, CHRISTIAN; KROHMER, HARLEY (2009): Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmen. 3. Auflage, Wiesbaden.
- HOPPE, TIMON (2010): Der ländliche Raum im 21. Jahrhundert – Neubewertung einer unterschätzten Raumkategorie. Ein methodischer und regionaler Beitrag zur Kulturlandschaftsforschung und Raumplanung am Beispiel Schleswig-Holstein. Norderstedt.

- HUBBARD, PHIL J.; KITCHIN, ROB; VALENTINE, GILL [Hrsg.] (2004): Key Thinkers on Space and Place. London.
- HUBER, ANDREAS (2009): Heimat in der Postmoderne. Zürich.
- HUNING, SANDRA (2005): Tagungsbericht: Das Ende der Gemütlichkeit? Wege zu einer neuen Dorfkultur. In: ALTROCK, UWE; GÜNTHER, SIMON; HUNIG, SANDRA; NUISSL, HENNING; PETERS, DEIKE [Hrsg.]: Landliebe – Landleben. Ländlicher Raum im Spiegel von Sozialwissenschaften und Planungstheorie (= Reihe Planungsrundschau, 12). Cottbus, S.169-171.
- JÄCKEL, MICHAEL (2011): Einführung in die Konsumsoziologie. Fragestellungen – Kontroversen – Beispieltex-te. 4. durchgesehene und aktualisierte. Wiesbaden.
- JANSSEN, JÜRGEN; LAATZ; WILFRIED (1997): Statistische Datenanalyse mit SPSS für Windows. Eine anwendungsorientierte Einführung in das Basissystem und das Modul Exakte Tests. 2. Auflage, Berlin, Heidelberg, New York.
- JANSSEN, JÜRGEN; LAATZ; WILFRIED (2010): Statistische Datenanalyse mit SPSS für Windows. Eine anwendungsorientierte Einführung in das Basissystem und das Modul Exakte Tests. 7. Auflage, Berlin, Heidelberg, New York.
- JOHAENTGES, ANDREAS (1996): Das Dorf als Wohnstandort. Eine Analyse von Wanderungsbewegungen in ländliche Räume (= Schriftenreihe der Forschungsgesellschaft für Agrarpolitik und Agrarsoziologie, 306). Bonn.
- KAGERMEIER, ANDREAS (1991): Versorgungsorientierung und Einkaufsattraktivität. Empirische Untersuchungen zum Konsumentenverhalten im Umland von Passau (= Passauer Schriften zur Geographie, 8). Passau.
- KASPAR, H.; BÜHLER, E. (2006): Räume und Orte als soziale Konstrukte. Plädoyer für einen verstärkten Einbezug sozialer Aspekte in die Gestaltung städtischer Parkanlagen In: RaumPlanung 125, S. 91-95.
- KELLE, UDO; ERZBERGER, CHRISTIAN (2008): . Qualitative und quantitative Methoden: kein Gegensatz. In: FLICK, UWE; VON KARDORFF, ERNST; STEINKE, INES [Hrsg.]: Qualitative Forschung. Ein Handbuch. 6. Auflage, Reinbek bei Hamburg, S. 299-309.
- KLEE, ANDREAS (2001): Der Raumbezug von Lebensstilen in der Stadt. Ein Diskurs über eine schwierige Beziehung mit empirischen Befunden aus der Stadt Nürnberg (= Münchner Geographische Hefte, 83). Passau.
- KLEEMANN, FRANK; KRÄHNKE, UWE; MATUSCHEK, INGO (2009): Interpretative Sozialforschung: Eine praxisorientierte Einführung. Wiesbaden.
- KLEINSCHMIDT, CHRISTIAN (2008): Konsumgesellschaft. Göttingen.

- KLOCKE, ANDREAS (1993): Sozialer Wandel, Sozialstruktur und Lebensstile in der Bundesrepublik Deutschland. Frankfurt a. Main.
- KLOCKE, ANDREAS LÜCK, DETLEV; SPELLERBERG ANNETTE (2002): Lebensstile im Haushalts- und Familienkontext. In: Zeitschrift für Familienforschung 14(1), S. 70-87.
- KLUGE, SUSANNE (1999): Empirisch begründete Typenbildung. Zur Konstruktion von Typen und Typologien in der qualitativen Sozialforschung. Opladen.
- KNAPPE, E.; MÜLLER, E. [Hrsg.] (2007): Ländliche Gesellschaft europäischer Peripherien. Rural Society of European Peripheries (= Leibniz-Institut für Länderkunde, 7). Leipzig.
- KOCH, HARALD (1996): Nachbarschaftsladen 2000 als Dienstleistungszentrum für den ländlichen Raum. In: Institut für Entwicklungsforschung im ländlichen Raum Ober- und Mittelfrankens e.V. [Hrsg.]: Versorgung im ländlichen Raum – Probleme des Einzelhandels im dörflichen Umfeld (= Kommunal- und Regionalstudien, 24). Kronach, München, Bonn. S. 73-102.
- KÖCK, CHRISTOPH (2001): Modernisiert und musealisiert. Das Dorf als territoriale Kategorie des Fortschritts. In: HALLE, UTE; HUISMANN, FRANK; LINDE, ROLAND [Hrsg.]: Dörfliche Gesellschaft und ländliche Siedlung. Lippe und das Hochstift Paderborn in überregionaler Perspektive. Bielefeld, S. 326-340.
- KÖHLE-Heinzinger, CHRISTEL (2004): Dorfkultur heute – im Spiegel von Heimat und Tradition. In: Henkel, Gerhard [Hrsg.]: Dörfliche Lebensstile. Mythos, Chance oder Hemmschuh der ländlichen Entwicklung (= Essener Geographische Arbeiten, 36). Essen, S. 19-25.
- KRÄMER-BADONI, THOMAS; KUHM, KLAUS [Hrsg.] (2003): Die Gesellschaft und ihr Raum: Raum als Gegenstand der Soziologie (= Stadt, Raum und Gesellschaft, 21).
- KRÄUBLICH, BERNHARD (2008): Lebensstile und Raumpräferenzen älterer Menschen. Dissertation an der Fakultät für Angewandte Informatik der Universität Augsburg. Augsburg.
- KRICKEL, FRIEDRIKE (2010): Die Bedeutung des Naschmarktes für das städtische Zusammenleben in Doron Rabinovicis Roman „Ohnehin“. Analyse anhand neuerer soziologischer Theorien zur Stadt. Norderstedt.
- KROEBER-RIEL, WERNER; WEINBERG, PETER; GRÖPPEL-KLEIN, ANDREA (2009): Konsumentenverhalten. 9. Auflage, München.
- KRÖHNERT, STEFFEN; VAN OLST, NIENKE; KLINGHOLZ, RAINER (2004): Deutschland 2020. Die demographische Zukunft der Nation. 2. Auflage, Berlin.
- KUHLICKE, CHRISTIAN; PETSCHOW, ULRICH; ZORN, HENNING (2005a): Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs im ländlichen Raum. Studie für den Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. Endbericht. Berlin.

- KUHLICKE, CHRISTIAN; PETSCHOW, ULRICH; ZORN, HENNING (2005b): Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs im ländlichen Raum. Studie für den Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. Zusammenfassung und Fazit. Berlin.
- KÜHNE, OLAF (2006): Landschaft in der Postmoderne. Das Beispiel des Saarlandes. Wiesbaden.
- KÜHNE, OLAF; SPELLERBERG, ANNETTE (2010): Heimat in Zeiten erhöhter Flexibilitätsanforderungen. Empirische Studien im Saarland. Wiesbaden.
- KÜHNEL, STEFFEN-M; KREBS, DAGMAR (2001): Statistik für Sozialwissenschaften. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Reinbek bei Hamburg.
- KUß, ALFRED; TOMCZAK, TORSTEN (2007): Käuferverhalten. Eine marketingorientierte Einführung. 4. Auflage, Stuttgart.
- KÜSTENMACHER, WERNER (2006): Simplify your Life. Einfacher und glücklicher Leben. 2. Auflage, München.
- LIEBL, FRANZ; NICOLAI, CLAUDIA (2008): Posttraditionale Gemeinschaften in ländlichen Gebieten. In: HITZLER, ROLAND; HONER, ANNE; PFADENHAUER, MICHAELA [Hrsg.]: Posttraditionale Gemeinschaften. Theoretische und ethnografische Erkundungen. Wiesbaden, S. 251-269.
- LIENAU, CAY DIEDERICH (2000): Die Siedlungen des ländlichen Raumes. 4. Auflage, Braunschweig.
- LINNENBRINK, ULRIKE (2013): Landleben. Das Landleben-Portal seit dem Jahr 2000. Internet: www.landleben.ulinne.de (aufgerufen am 10.04.2013).
- LOKALE ARBEITSGRUPPE BEGEGNUNGSLAND LECH WERTACH E.V. (2008): Regionales Entwicklungskonzept der Lokalen Arbeitsgruppe Begegnungsland Lech Wertach e.V. für das Auswahlverfahren nach Leader in ELER (2007 – 2013). Königsbrunn.
- LÖW, MARTINA (2001): Raumsoziologie. Frankfurt am Main.
- LÜDTKE, HARTMUT (2000a): Zeitverwendung und Lebensstile. Empirische Analysen zu Freizeitverhalten, expressiver Ungleichheit und Lebensqualität in Westdeutschland (= Marburger Beiträge zur sozialwissenschaftlichen Forschung, 5). Münster.
- LÜDTKE, HARTMUT (2000b): Konsum und Lebensstile. In: Rosenkranz, Doris; Schneider, Norbert F. [Hrsg.] : Konsum: Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven. Opladen, S. 117 - 132
- LÜDTKE, HARTMUT (2001): Freizeitsoziologie. Arbeiten über temporale Muster, Sport, Musik, Bildung und soziale Probleme. Münster.
- MACHOLD, INGRID; TAMME, OLIVER (2009): Land am Rand? Soziale und wirtschaftliche Infrastrukturentwicklung im ländlichen Raum in Österreich. In: NEU, CLAUDIA [Hrsg.]: Daseinsvorsorge: eine gesellschaftswissenschaftliche Annäherung. Wiesbaden, S. 154-169.

- MAIER, HUGO (1991): Zusammenleben im Dorf. Probleme und Unterstützungsformen erwachsener Dorfbewohner. Eine exemplarische Untersuchung. Münster.
- MAIER, JÖRG [HRSG.] (1994): Einzelhandel im ländlichen Raum – zur Versorgungssituation in den Landkreisen Bayreuth und Kulmbach (= Arbeitsmaterialien zur Raumordnung und Raumplanung, 133). Dortmund.
- MARX, KARL; ENGELS, FRIEDRICH (1848): Manifest der Kommunistischen Partei. Internet: <http://www.dkpbrandenburg.de/old/manifest.pdf>.
- MAY, MICHAEL, ALISCH, MONIKA [Hrsg.] (2008): Praxisforschung im Sozialraum: Fallstudien in ländlichen und urbanen sozialen Räumen. Leverkusen.
- MAYRING, PHILIPP (2002): Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken. 5. Auflage, Weinheim, Basel.
- MAYRING, PHILIPP (2008): Qualitative Inhaltsanalyse. IN: FLICK, UWE; VON KARDORFF, ERNST; STEINKE, INES [Hrsg.]: Qualitative Forschung. Ein Handbuch. 6. Auflage, Reinbek bei Hamburg, S. 468-475.
- MENZL, MARCUS (2007): Leben in Suburbia. Raumstrukturen und Alltagspraktiken am Rand von Hamburg. Frankfurt am Main.
- MEUSBURGER, PETER [Hrsg.] (1999): Handlungszentrierte Sozialgeographie. Benno Werlens Entwurf in kritischer Diskussion (= Erdkundliches Wissen - Schriftenreihe für Forschung und Praxis, 130). Stuttgart.
- MEUSBURGER, PETER (1999): Subjekt – Organisation – Region. Fragen an die subjektzentrierte Handlungstheorie. In: MEUSBURGER, PETER [Hrsg.]: Handlungszentrierte Sozialgeographie. Benno Werlens Entwurf in kritischer Diskussion (= Erdkundliches Wissen - Schriftenreihe für Forschung und Praxis, 130). Stuttgart, S. 95-132.
- MILBERT, ANTONIA (2002): Was ist der ländliche Raum? In: LEADERforum 3, 2002, S.18-19.
- MOSE, INGO; ROBINSON, GUY M.; SCHMIED, DORIS; WILSON, GEOFF A. [Hrsg.] (2010): Globalization and rural transition in Germany and the UK. Göttingen.
- MÜHLBÖCK, ARMIN; NEUNHERZ, ALEXANDER (2008): Die Zukunft der Gemeinden im ländlichen Raum. In: DIRNINGER, CHRISTIAN; MÜHLBÖCK, ARMIN; NEUNHERZ, ALEXANDER [Hrsg.]: Salzburger Regionenforum. Der demografische Wandel im ländlichen Raum. Hamburg, S. 9-20.
- MÜLLER, HANS-PETER (1992): Sozialstruktur und Lebensstile. Der neuere theoretische Diskurs über soziale Ungleichheit. Frankfurt am Main.

- MÜLLER, JUTTA (2008): Rückzug des Handels im ländlichen Raum - Kann der Trend gestoppt werden? Vortrag zum Fachkolloquium Nahversorgung im Dorf. Internet: www.smul.sachsen.de/laendlicher_raum/download/05_Jutta_Mueller_Handelsverband.pdf.
- NEU, CLAUDIA [Hrsg.] (2009): Daseinsvorsorge: eine gesellschaftswissenschaftliche Annäherung. Wiesbaden.
- NIEDERMEIER, STEPHAN (1999): Über Benno Werlens Sozialgeographie alltäglicher Regionalisierungen. Aus dem wissenschaftlichen Kolloquium des SFB. In: ZHS/SFB-Info 3/1999, S.12-13. Internet: www.uni-leipzig.de (aufgerufen am 10.04.2013).
- NOEL, HAYDEN (2010): Konsumverhalten. München.
- OKON, ALEXANDER (2005): Vom Dorf zur Stadt? Anmerkungen zu Risiken und Nebenwirkungen des dörflichen Bevölkerungswachstums. In: ALTROCK, UWE; GÜNTHER, SIMON; HUNIG, SANDRA; NUISSL, HENNING; PETERS, DEIKE [Hrsg.]: Landliebe – Landleben. Ländlicher Raum im Spiegel von Sozialwissenschaften und Planungstheorie (= Reihe Planungsrundschau, 12). Cottbus, S. 123-130.
- OPASCHOWSKI, HORST W. (1990): Freizeit, Konsum und Lebensstil. Köln.
- OPASCHOWSKI, HORST W. (2002): Tourismus: Eine systematische Einführung, Analysen und Prognosen. 3. Auflage, (= Freizeit- und Tourismusstudien, 3). Opladen.
- OßENBRÜGGE, JÜRGEN (1999): Total entankert, normal verstrickt. Anmerkungen zur Situation der Geographie und ihrer Reformulierung durch Benno Werlen. In: MEUSBURGER, PETER [Hrsg.]: Handlungszentrierte Sozialgeographie. Benno Werlens Entwurf in kritischer Diskussion (= Erdkundliches Wissen - Schriftenreihe für Forschung und Praxis, 130). Stuttgart, S. 35-42.
- OTT, WILHELM (1995): Konsumverhalten in Ein-Personen- Haushalten. Eine empirische Untersuchung zum Konsumverhalten von "Singles" auf Lebensmittelmärkten. Witterschlick, Bonn.
- OTTE, GUNNAR (2008): Sozialstrukturanalyse mit Lebensstilen. Eine Studie zur theoretischen und methodischen Neuorientierung der Lebensstilforschung (= Sozialstrukturanalyse, 2). 2. Auflage, Wiesbaden.
- OTTE, GUNNAR; RÖSSEL, JÖRG (2011): Lebensstile in der Soziologie. In: Rössel, Jörg; Otte, Gunnar [Hrsg.]: Lebensstilforschung (= Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Sonderheft 51/2011). Köln, S. 7-34.

- PELZER, MICHAEL; ZEITLER, KLAUS (2004): Ländliche Lebensstile – kommunale Herausforderungen einer Gemeinde im Umland von München. In: Henkel, Gerhard [Hrsg.]: Dörfliche Lebensstile. Mythos, Chance oder Hemmschuh der ländlichen Entwicklung (= Essener Geographische Arbeiten, 36). Essen, S. 71-82.
- PEVETZ, WERNER; RICHTER, RUDOLF (1993): Haushaltstrukturen und Lebensstile in österreichischen Landgemeinden. Unter besonderer Berücksichtigung bäuerlicher Haushalte (= Schriftenreihe der Bundesanstalt für Agrarwissenschaft, 74). Wien.
- PISCZEK, ELWIRA (2008): Ländlichkeit als wissenschaftlich nützlicher Begriff. In: LASCHEWSKI, LUTZ; KALETA, ANDRZEJ, GORLACH, KRZYSZTOF [Hrsg.]: Neue Landsoziologie in Polen und Deutschland : eine Bestandsaufnahme. Aachen, S. 105-116.
- PLIENINGER, TOBIAS; BENS, OLIVER ; HÜTTL, REINHARD F. (2005): Zukunftsorientierte Nutzung ländlicher Räume. Sozioökonomischer und naturräumlicher Wandel, Innovationspotenziale und politische Steuerung am Beispiel des Landes Brandenburg (= Materialien der Interdisziplinären Arbeitsgruppe, 2). Berlin.
- RAUPRICH, DANIEL (2008): Alltagsmobilität älterer Menschen im suburbanen Raum. Möglichkeiten und Grenzen einer ökologisch nachhaltigen Gestaltung durch eine geänderte Verkehrsmittelnutzung (= Bonner geographische Abhandlungen, 121), Sankt Augustin.
- REDEPENNING, MARC (2009): Die Komplexität des Landes. Neue Bedeutungen des Ländlichen im Zuge der Counterurbanisierung. In: Zeitschrift für Agrargeschichte und Agrarsoziologie (57) 2, S. 46-56.
- REHBERG, KARL-SIEGBERT [Hrsg.] (2008): Die Natur der Gesellschaft: Verhandlungen des 33. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Kassel 2006. Teilband 1. Frankfurt am Main.
- REICHENWALLER, MARTINA (2000): Lebensstile zwischen Struktur und Entkopplung. Beziehungen zwischen Lebensweisen und sozialen Lagen. Wiesbaden.
- REINECKE, KARSTEN (1983): Vom Dorf zur Ortschaft – das Beispiel Barneberg. In: HAUPTMEYER, CARL-HEINZ; HENCKEL, HEINAR, ILIEN, ALBERT; REINECKE, KARSTEN; WÖNSE, HANS HERMANN [Hrsg.]: Annäherungen an das Dorf. Geschichte, Veränderung und Zukunft. Hannover, S. 113-147.
- REUBER, PAUL; PFAFFENBACH, CARMELLA (2005): Methoden der empirischen Humangeographie. Beobachtung und Befragung. Braunschweig.
- RICHTER, RUDOLF (1994): Der Habitus von Lebensstilen in Stadt und Land. In: DANGSCHAT, JENS; BLASIUS, JÖRG [Hrsg.] 1994: Lebensstile in den Städten. Konzepte und Methoden. Opladen, S. 355-365.

- RICHTER, RUDOLF (2004): Dörfliche Lebensstile – Chance oder Hemmschuh der ländlichen Entwicklung. In: HENKEL, GERHARD [Hrsg.]: Dörfliche Lebensstile. Mythos, Chance oder Hemmschuh der ländlichen Entwicklung (= Essener Geographische Arbeiten, 36). Essen.
- RICHTER, RUDOLF (2005): Die Lebensstilgesellschaft. Wiesbaden.
- RICHTER, RUDOLF (2006): Österreichische Lebensstile. Wien.
- ROHRBACH, CHRISTIAN (1999): Regionale Identität im Global Village – Chance oder Handicap für die Regionalentwicklung (= Veröffentlichungen der Gesellschaft für regionalwissenschaftliche Forschung Rhein-Main, 12). Frankfurt a. Main.
- ROSA, HARTMUT (2007): Heimat im Zeitalter der Globalisierung. In: Der Blaue Reiter. Journal für Philosophie 23: S. 13-19.
- ROSENTHAL, GABRIELE (2011): Interpretative Sozialforschung. Eine Einführung. 3. Auflage, Weinheim, München.
- ROSSBACHER, EVA (2000): Religion und Kirche in St. Georgen im Lavanttal. Eine empirische Untersuchung. In: EHALT, HUBERT CH.; SCHULZ, WOLFGANG [Hrsg.]: Ländliche Lebenswelten im Wandel. Historisch-soziologische Studien in St. Georgen/Lavanttal (= Historisch-anthropologische Studien. Schriftenreihe des Ludwig Boltzmann-Instituts für Historische Anthropologie Wien, 13). Frankfurt am Main, S. 185-193.
- RÖSSEL, JÖRG; OTTE, GUNNAR [Hrsg.] (2011): Lebensstilforschung (= Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 51/2011). Köln.
- RUDOLF, MATTHIAS; MÜLLER, JOHANNES (2004): Multivariate Verfahren. Eine praxisorientierte Einführung mit Anwendungsbeispielen in SPSS. Göttingen.
- SCHENDERA, CHRISTIAN (2010): Clusteranalyse mit SPSS. Mit Faktorenanalyse. München.
- SCHMIDT, HEIKE (2010): Entwicklung und Altersstruktur der Bevölkerung in Baden-Württemberg. In: Statistisches Monatsheft Baden-Württemberg, S. 10-14.
- SCHMIDT, KONRAD (1996) [Hrsg.]: Laßt die Kirche im Dorf. Vergangenheit, Strukturwandel und Zukunft des ländlichen Raumes als Chance lebensraumorientierten Bildungsauftrags (= Veröffentlichungen zur Geschichte der mitteldeutschen Kirchenprovinz, 9). Paderborn.
- SCHMIDT-THOMÉ, KAISA (2005): Europäische Perspektiven auf die Beziehungen zwischen Stadt und Land. In: ALTROCK, UWE; GÜNTHER, SIMON; HUNIG, SANDRA; NUISSL, HENNING; PETERS, DEIKE. [Hrsg.]: Landliebe – Landleben. Ländlicher Raum im Spiegel von Sozialwissenschaften und Planungstheorie (= Reihe Planungsrundschau, 12). Cottbus, S. 13-30.

- SCHNEIDER, KARL-HEINZ (2004): Dörfliche Lebensstile – Die „Wende“ der 1950er Jahre im Kontext der Dorfgeschichte. In: HENKEL, GERHARD [Hrsg.]: Dörfliche Lebensstile. Mythos, Chance oder Hemmschuh der ländlichen Entwicklung (= Essener Geographische Arbeiten, 36). Essen, S. 3-18.
- SCHNELL, RAINER (1994): Grafisch gestützte Datenanalyse. München.
- SCHNELL, RAINER; HILL, PAUL; ESSER, ELKE (2005): Methoden der empirischen Sozialforschung. 7. Auflage, Oldenburg.
- SCHNELL, RAINER; HILL, PAUL; ESSER, ELKE (2008): Methoden der empirischen Sozialforschung. 8. Auflage, Oldenburg.
- SCHROER, MARKUS (2005): Räume, Orte, Grenzen: Auf dem Weg zu einer Soziologie des Raums. Frankfurt am Main.
- SCHULZE, GERHARD (2005): Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. 2. Auflage, Frankfurt a. Main.
- SIEVERTS, THOMAS (1998): Zwischenstadt zwischen Ort und Welt, Raum und Zeit, Stadt und Land. 2.Auflage, Braunschweig, Wiesbaden.
- SIMMEL, GEORG (1903): Die Großstädte und das Geistesleben. Internet: <http://socio.ch> (aufgerufen am 12.09.2012).
- SIMMEL, GEORG (1984): Das Individuum und die Freiheit. Essais. Berlin.
- SIMMEL, GEORG (1984): Die Großstadt und das Geistesleben. In: SIMMEL, GEORG: Das Individuum und die Freiheit. Essais, Berlin S. 192–204.
- SINUS MARKT- UND SOZIALFORSCHUNG GMBH (2011): Informationen zu den Sinus-Milieus 2011. Internet: www.sinus-institut.de/uploads/tx_mpdownloadcenter/Informationen_Sinus-Milieus_042011.pdf.
- SPELLERBERG, ANNETTE (1992): Freizeitverhalten - Werte - Orientierungen: empirische Analysen zu Elementen von Lebensstilen. Berlin.
- SPELLERBERG, ANNETTE (1996): Soziale Differenzierung durch Lebensstile. Eine empirische Untersuchung zur Lebensqualität in West- und Ostdeutschland. Berlin.
- SPELLERBERG, ANNETTE (2004): Ländliche Lebensstile – ein praxisnaher Forschungsüberblick. In: HENKEL, GERHARD [Hrsg.]: Dörfliche Lebensstile. Mythos, Chance oder Hemmschuh der ländlichen Entwicklung (= Essener Geographische Arbeiten, 36). Essen.

- SPELLERBERG, ANNETTE (2011a): Kultur in der Stadt – Autopflege auf dem Land? Eine Analyse sozialräumlicher Differenzierungen des Freizeitverhaltens auf Basis des SOEP 1998-2008. In: RÖSSEL, JÖRG; OTTE, GUNNAR [Hrsg.]: Lebensstilforschung (= Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 51/2011). Köln, S. 316-338.
- SPELLERBERG, ANNETTE (2011b): Städtische und ländliche Lebensstile im demografischen Wandel. Internet: www.wohnforum.arch.ethz.ch/forum/tagungsbericht_11/20110727%2062-69%20Spellerberg.pdf
- SPELLERBERG, ANNETTE; BERGER-SCHMITT, REGINA (1998): Lebensstile im Zeitvergleich: Typologien für West- und Ostdeutschland 1993 und 1996. Berlin.
- SPRINGER, JÖRN; ZENS, MARIA (2012): Aktuelle Forschungen zum ländlichen Raum (= Recherche spezial 2012/2). Köln.
- STEFFEN, GABRIELE; WEEBER, ROTRAUT (2001): Das Ende der Nahversorgung? Studie zur wohnungsnahen Versorgung (= Schriftenreihe Verband Region Stuttgart, 17). Stuttgart.
- STEINBRINK, MALTE (2009): Leben zwischen Stadt und Land. Migration, Translokalität und Verwundbarkeit in Südafrika. Wiesbaden.
- STEINRÜCK, BARBARA; KÜPPER, PATRICK (2010). Mobilität in ländlichen Räumen unter besonderer Berücksichtigung bedarfsgesteuerter Bedienformen des ÖPNV (= Arbeitsberichte aus der vTI-Agrarökonomie, 2/2010). Braunschweig.
- STERNBERG, MECHTHILD (2010): Alter(n) in ländlichen Räumen und demographischer Wandel. Eine Analyse in vier deutschen Gemeinden (= Studien zur Demographie und Bevölkerungsentwicklung, 3). Hamburg.
- TEMPEL, GÜNTHER (1993): Die Stadt als Einkaufsort für die Bevölkerung im städtischen Umland. Eine Untersuchung von Einkaufsorientierungen in einer Umlandgemeinde der Region Bremen. Bremen.
- TÖNNIES, FERDINAND (1887): Gemeinschaft und Gesellschaft. Abhandlung des Communismus und des Socialismus als empirischer Culturformen. Berlin.
- TROMMSDORFF, VOLKER; TEICHERT, THORSTEN (2011): Konsumentenverhalten. 8. Auflage, Stuttgart.
- VALENTINE, GILL (2001): Social Geographies. Space and Society. Harlow.
- VONDERACH, GERD [HRSG.] (1990): Sozialforschung und ländliche Lebensweisen. Beiträge aus der neueren europäischen Landsoziologie (= Texte zur Sozialforschung, 2). Bamberg.
- WEBER, MAX (1972): Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriß der verstehenden Soziologie. 5. Auflage, Tübingen.

- WEICHHART, PETER (1990): Raumbezogene Identität. Bausteine zu einer Theorie räumlich-sozialer Kognition und Identifikation (= Erdkundliches Wissen - Schriftenreihe für Forschung und Praxis, 102). Stuttgart.
- WEICHHART, PETER (2008): Entwicklungslinien der Sozialgeographie. Von Hans Bobek bis Benno Werlen (= Sozialgeographie kompakt, 1). Stuttgart.
- WEICHHART, PETER; WEISKE, CHRISTINE; WERLEN, BENNO (2006): Place Identity and Images. Das Beispiel Eisenhüttenstadt (= Abhandlungen zur Geographie und Regionalforschung, 9). Wien.
- WERLEN, BENNO (1995): Sozialgeographie alltäglicher Regionalisierungen Band 1. Zur Ontologie von Gesellschaft und Raum (= Erdkundliches Wissen - Schriftenreihe für Forschung und Praxis, 116). Stuttgart.
- WERLEN, BENNO (1997): Sozialgeographie alltäglicher Regionalisierungen Band 2. Globalisierung, Region und Regionalisierung (= Erdkundliches Wissen - Schriftenreihe für Forschung und Praxis, 119). Stuttgart.
- WERLEN, BENNO (2000a): Alltägliche Regionalisierungen unter räumlich-zeitlich entankerten Lebensbedingungen. In: Informationen zur Raumentwicklung 9/10, S. 611-622.
- WERLEN, BENNO (2000b): Die Geographie der Globalisierung. Perspektiven der Sozialgeographie. In: Geographische Revue (2) 1, S. 5-20.
- WERLEN, BENNO (2002): Handlungsorientierte Sozialgeographie. Eine neue geographische Ordnung der Dinge In: Geographie heute (23) 200, S. 12-15.
- WERLEN, BENNO (2004): Sozialgeographie. Eine Einführung. 2. Auflage, Bern, Stuttgart, Wien.
- WERLEN, BENNO (2007): Sozialgeographie alltäglicher Regionalisierungen Band 3. Ausgangspunkte und Befunde empirischer Forschung (= Erdkundliches Wissen - Schriftenreihe für Forschung und Praxis, 121). Stuttgart.
- WERLEN, BENNO (2008): Sozialgeographie. Eine Einführung. 3. Auflage, Bern, Stuttgart, Wien.
- WERLEN, BENNO (2010): Gesellschaftliche Räumlichkeit 1. Orte der Geographie. Stuttgart.
- WERLEN, BENNO, LIPPUNER, ROLAND (2007): Regionale Kulturen und globalisierte Lebensstile. In: Geographische Rundschau (59) 7/8 S. 22-27.
- WIESE, BERND; ZILS, NORBERT (1987): Deutsche Kulturgeographie. Werden, Wandel und Bewahrung deutscher Kulturlandschaften. Herford.
- WIßMANN, THORSTEN (2004): Arbeitsblätter für die Einführungsübung Humangeographie I: Siedlungsgeographie.

- WODERICH, RUDOLF [Hrsg.] (2007): Im Osten nichts Neues? Struktureller Wandel in peripheren Räumen. Hamburg.
- WOLF, KLAUS; JURCZEK, PETER (1986). Geographie der Freizeit und des Tourismus. Stuttgart.
- ZEITLER, KLAUS (2001): Raumbezogene Identität – ein Entwicklungsfaktor für den ländlichen Raum? Eine soziologische Analyse der Determinanten und Inhalte ländlicher Raumentwicklung (= Angewandte Sozialgeographie, 42). Augsburg.
- ZÖFEL, PETER (2002): Statistik verstehen: Ein Begleitbuch zur computergestützten Anwendung. München.
- ZSILINCSAR, WALTER [Hrsg.] (2005): Neue Einzelhandelsstrukturen am Rande von Kleinstädten. Beiträge zum 14. Internationalen Symposium des Forschungssecksecks der Universitäten Bayreuth, Bratislava, Graz, Maribor, Pécs, und Plzen vom 15. Bis 16. Oktober 2004 in Hartberg (Österreich). Graz.

Daten und Statistiken

- AUGSBURGER VERKEHRSVERBUND GMBH (2013): Fahrplanauskunft. Internet: www.avv-augsburg.de (aufgerufen am 18.04.2013).
- BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG (2011a): Demographie-Spiegel für Bayern. Berechnungen für Gemeinden mit weniger als 5.000 Einwohnern bis 2021. Gemeinde Großaitingen. München.
- BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG (2011b): Demographie-Spiegel für Bayern. Berechnungen für Gemeinden mit weniger als 5.000 Einwohnern bis 2021. Gemeinde Scheuring. München
- BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG (2012a): Statistik Kommunal 2011. Eine Auswahl wichtiger statistischer Daten für die Gemeinde Großaitingen. München.
- BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG (2012b): Statistik Kommunal 2011. Eine Auswahl wichtiger statistischer Daten für die Gemeinde Scheuring. München.
- BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG (2013): Online-Statistiken zu Bevölkerungszahlen. Internet: www.statistikdaten.bayern.de (aufgerufen am 10.04.2013).
- BAYERISCHES STAATSMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG, LANDWIRTSCHAFT UND FORSTEN (2009): Leader-Förderrichtlinie zur Umsetzung der Entwicklungsstrategie außerhalb der Hauptmaßnahmen im Rahmen der Maßnahmenbeschreibung Leader gem. Art. 61–65 der VO (EG) Nr. 1698/2005 des Rates und Art. 37–39 der VO (EG) Nr. 1974/2006 der Kommission für den Zeitraum 2007-2013. München.
- BAYERISCHES STAATSMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, INFRASTRUKTUR, VERKEHR UND TECHNOLOGIE (2006): Landesentwicklungsprogramm Bayern. München.
- BAYERISCHES STAATSMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, INFRASTRUKTUR, VERKEHR UND TECHNOLOGIE (2013): Ländlicher Raum – Entwicklung der Einwohnerzahlen. Internet: www.laendlicherraum.bayern.de (aufgerufen am 17.03.2013).
- BUNDESAMT FÜR BAUWESEN UND RAUMORDNUNG BBR (2000): Raumordnungsbericht 2000 (= BBSR Berichte, 7). Bonn.
- BUNDESAMT FÜR BAUWESEN UND RAUMORDNUNG BBR; BUNDESMINISTERIUM FÜR VERKEHR, BAU- UND WOHNUNGSWESEN BMVBW (Hrsg) (2004): Herausforderungen des demographischen Wandels für die Raumentwicklung in Deutschland, 9. September 2004. Internet: www.baufachinformation.de (aufgerufen am 10.4.2013).
- BUNDESINSTITUT FÜR BAU-, STADT- UND RAUMFORSCHUNG BBSR (2009): Ländliche Räume im demographischen Wandel. BBSR Online-Publikation, Nr. 34/2009. Internet: www.bbsr.bund.de (aufgerufen am 09.02.2011).

BUNDESINSTITUT FÜR BAU-, STADT- UND RAUMFORSCHUNG BBSR (2013): Laufende Raumb Beobachtung – Raumabgrenzungen. Raumtypen 2010. Internet: www.bbsr.bund.de (aufgerufen am 20.03.2013).

GEMEINDE SCHEURING (2012): Geschichte. Internet: www.gemeinde-scheuring.de (aufgerufen am 17.03.2012).

GEMEINDE SCHEURING (2013): Busverkehr. Internet: www.gemeinde-scheuring.de (aufgerufen am 17.07.2013).

LANDSBERGER VERKEHRSGEMEINSCHAFT (2013): Fahrplan. Internet: www.lvg-bus.de (aufgerufen am 18.04.2013).

Raumordnungsgesetz (ROG) vom 18. August 1997. In: Baugesetzbuch mit Verordnungen über die Grundsätze für die Verwirklichung der Verkehrswerte von Grundstücken, Baunutzungsverordnung, Planzeichenverordnung, Raumordnungsgesetz, Raumordnungsverordnung. Textausgabe mit ausführlichem Sachverzeichnis und einer Einführung von Professor Dr. Wilhelm Söfker, Ministerialdirigent. 36. Auflage, 2006. München, S. 276-288.

REGION AUGSBURG (1996a): Regionalplan Region Augsburg (9). Karte 1: Raumstruktur. Internet: www.rpv-augsburg.de/downloads/karte1_raumstruktur.pdf.

REGION AUGSBURG (1996b): Regionalplan Region Augsburg (9). Teil A, Überfachliche Ziele (Z) und Grundsätze (G). Internet: www.rpv-augsburg.de/downloads/ziele_grundsaeetze.pdf.

REGIONALER PLANUNGSVERBAND MÜNCHEN (2001a): Der Regionalplan der Region München. Karte 1: Raumstruktur. Internet: www.region-muenchen.com (aufgerufen am 16.07.2013).

REGIONALER PLANUNGSVERBAND MÜNCHEN (2001b): Der Regionalplan der Region München. München. Ländlicher Raum. Internet: www.region-muenchen.com (aufgerufen am 16.07.2013).

STATISTISCHES BUNDESAMT (2012): Statistisches Jahrbuch 2012. Wiesbaden.

VERWALTUNGSGEMEINSCHAFT GROßAITINGEN (2012): Geschichte und Wappenbeschreibung. Internet: www.grossaitingen.de (aufgerufen am 20.04.2012)

Experteninterviews

MENHARD, MANFRED (Bürgermeister der Gemeinde Scheuring) am 19.07.2013

ZOTT, HELMUT (Mitarbeiter der Gemeindeverwaltung Großaitingen) am 19.07.2013

8 Anhang

- I. Kartierbogen
- II. Vorankündigung der Befragung in der Gemeinde Großaitingen
- III. Fragebogen
- IV. Leitfaden
- V. Hauptkomponentenanalyse
- VI. Erklärung

I. Kartierbogen

Name	Adresse	Branche	Bedarfsstufe	Betriebsform	Filialisierung

II. Vorankündigung der Befragung in der Gemeinde Großaitingen



**Gemeinde
Großaitingen**

Amtliche Bekanntmachung

**Befragung
der Großaitinger Bürgerinnen und Bürger**

Im Rahmen einer wissenschaftlichen Studie über das „Leben und Einkaufen im ländlichen Raum“ wird im Gemeindegebiet Großaitingen ab Mitte Juni 2011 eine Umfrage durchgeführt.

Die Ergebnisse dieser Umfrage sollen der Gemeindeentwicklung dienen und werden nur zu wissenschaftlichen Zwecken genutzt.

Die Bürgerinnen und Bürger werden um Unterstützung für diese Umfrage gebeten.

Großaitingen, den 23.05.2011

Franz Stellingner, 1. Bürgermeister

III. Fragebogen Gemeinde Großaitingen³⁷



Haushaltsbefragung

Leben und Einkaufen auf dem Lande – Entwicklungsperspektiven der Gemeinde Großaitingen

Wie Sie vielleicht der Bekanntmachung Ihres Bürgermeisters entnommen haben, führe ich in Großaitingen eine Umfrage durch, um eine Studie über Leben und Einkaufen im ländlichen Raum zu erarbeiten.

Mit ihrer Teilnahme an der Befragung tragen Sie dazu bei, Empfehlungen für den Einzelhandel von Großaitingen zu erarbeiten. Die Ergebnisse der Untersuchung können also auch der weiteren Entwicklung von Großaitingen dienen.

Sie können sicher sein, dass Ihre Angaben völlig anonym behandelt und ausschließlich zu wissenschaftlichen und statistischen Zwecken verwendet werden. Beachten Sie außerdem, dass es keine richtigen oder falschen Antworten gibt. Wichtig ist nur, dass Sie den Fragebogen möglichst vollständig ausfüllen. Sie benötigen dafür nicht mehr als 10 bis 15 Minuten.

Wenn Sie den Fragebogen ausgefüllt haben, stecken Sie ihn bitte in das beiliegende Kuvert und senden Sie ihn bis **13.07.2011** kostenfrei zurück.

Es ist von großer Bedeutung, dass sich möglichst viele Großaitinger an der Befragung beteiligen. Bitte nutzen Sie die Gelegenheit aktiv an der Zukunft von Großaitingen mitzuwirken!

Falls Sie Fragen oder Anmerkungen haben, können Sie sich jederzeit an mich wenden!

Brigitte Mitterer
Institut für Geographie und Geologie
Am Hubland
97074 Würzburg
Email: brigitte.mitterer@uni-wuerzburg.de
Telefon: 0931 / 31 85582

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!
Brigitte Mitterer

³⁷ Der Fragebogen der Gemeinde Scheuring ist inhaltlich identisch

Teil 1: Zunächst einige Fragen zu Ihrem Wohnort

1. Nennen Sie bitte Ihren Wohnort _____

2. Sind Sie in Ihrem Leben bereits umgezogen?

- ja => weiter mit **Frage 2.1** nein => weiter mit **Frage 3**

2.1 Seit welchem Jahr leben Sie an Ihrem Wohnort? _____

2.2 Bitte geben Sie Ihren letzten Wohnort an (wenn möglich die Postleitzahl) _____

2.3 Was war der Hauptgrund für Ihren Zuzug?

<input type="checkbox"/> Familie, Partnerschaft	<input type="checkbox"/> Freizeitmöglichkeiten	<input type="checkbox"/> Berufliche Gründe, Ausbildung, Studium
<input type="checkbox"/> Lebenshaltungskosten	<input type="checkbox"/> Ruhe, Nähe zur Natur	<input type="checkbox"/> Dorfgemeinschaft
<input type="checkbox"/> Verkehrsanbindung	<input type="checkbox"/> Ruhestandwohnsitz	<input type="checkbox"/> Immobilien, Baugrund
<input type="checkbox"/> Sonstiges _____		

3. Haben Sie vor aus Ihrem derzeitigen Wohnort wegzuziehen oder hatten Sie diese Überlegung früher einmal?

- ja => weiter mit Frage 3.1 nein => weiter mit **Frage 4**

3.1 Was ist bzw. war der Hauptgrund für Ihren geplanten Fortzug bzw. die Überlegung fortzuziehen?

<input type="checkbox"/> Familie, Partnerschaft	<input type="checkbox"/> Freizeitmöglichkeiten	<input type="checkbox"/> Berufliche Gründe, Ausbildung, Studium
<input type="checkbox"/> Lebenshaltungskosten	<input type="checkbox"/> Ruhe, Nähe zur Natur	<input type="checkbox"/> Dorfgemeinschaft
<input type="checkbox"/> Verkehrsanbindung	<input type="checkbox"/> Ruhestandwohnsitz	<input type="checkbox"/> Immobilien, Baugrund
<input type="checkbox"/> Sonstiges _____		

4. Bitte lesen Sie die folgenden Aussagen durch, und kreuzen Sie an, inwiefern diese auf Sie zutreffen

	<i>Trifft voll und ganz zu</i>	<i>Trifft eher zu</i>	<i>Trifft eher nicht zu</i>	<i>Trifft nicht zu</i>
Ich kann mir nicht vorstellen an einem anderen Ort zu leben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mein Wohnort ist für mich eher eine Durchgangsstation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich sehe meinen Wohnort als meinen Lebensmittelpunkt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich fühle mich in die örtliche Gemeinschaft integriert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mein Freundeskreis wohnt zum großen Teil in Großaitingen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich lege Wert auf ein gutes Verhältnis zu meinen Nachbarn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich bin interessiert am Geschehen an meinem Wohnort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich verbringe meine Freizeit zum großen Teil in Großaitingen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich nehme gerne an Veranstaltungen im Ort z.B. Dorffesten teil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mein Wohnort vermittelt mir ein Gefühl der Geborgenheit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
An größeren Städten stört mich die Anonymität	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich habe das Gefühl, die Welt wird immer schnellerlebiger	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich schätze den großen Zusammenhalt der Dorfbewohner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kann mich an meinem Wohnort nicht weiterentwickeln	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich fühle mich von meinen Mitbürgern manchmal beobachtet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Teil 2: Im folgenden Teil geht es um das Einkaufen

5. Bitte geben Sie an, an welchem Ort Sie diese Waren überwiegend einkaufen. Bitte geben Sie nur EINEN Ort an

Lebensmittel (täglicher Gebrauch)	<input type="checkbox"/>	Großaitingen	<input type="checkbox"/>	Anderer Ort und zwar _____
Lebensmittel (Vorratseinkauf)	<input type="checkbox"/>	Großaitingen	<input type="checkbox"/>	Anderer Ort und zwar _____
Kleidung, Schuhe	<input type="checkbox"/>	Großaitingen	<input type="checkbox"/>	Anderer Ort und zwar _____
CDs, DVDs, Bücher	<input type="checkbox"/>	Großaitingen	<input type="checkbox"/>	Anderer Ort und zwar _____

6. Bewerten Sie bitte das Einkaufsangebot in Großaitingen hinsichtlich der folgenden Kriterien mit Schulnoten

1 = sehr gut 2 = gut 3 = befriedigend 4 = ausreichend 5 = mangelhaft 6 = ungenügend

	<i>Schulnote</i>		<i>Schulnote</i>
Auswahl an Produkten	_____	Parkangebot	_____
Verkaufspersonal	_____	Auswahl an Geschäften	_____
Qualität der Waren	_____	Einkaufsatmosphäre	_____
Preis- Leistungsverhältnis	_____		

7. Bitte geben Sie an, wie wichtig Ihnen die folgenden Kriterien beim Einkaufen sind

	<i>Sehr wichtig</i>	<i>wichtig</i>	<i>Weniger wichtig</i>	<i>unwichtig</i>
Auswahl an Produkten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verkaufspersonal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Qualität der Waren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Preis- Leistungsverhältnis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Parkangebot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Auswahl an Geschäften	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Einkaufsatmosphäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. Bitte geben Sie an, wie häufig Sie Lebensmittel in den folgenden Geschäften einkaufen

	<i>häufig</i>	<i>selten</i>	<i>nie</i>
Supermarkt (z.B. REWE, EDEKA, Tengelmann)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Discounter (z.B. Aldi, Norma, Lidl, Netto)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bioladen, Reformhaus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wochenmarkt / Markthalle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Feinkostladen, Spezialitätenladen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dorfladen, Tante-Emma-Laden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tankstelle, Kiosk, Bahnhofsladen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verkaufsfahrer (z.B. Bofrost)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. Bitte geben Sie an, wie häufig Sie Kleidung in den folgenden Geschäften einkaufen.

	<i>häufig</i>	<i>selten</i>	<i>nie</i>
Größere Bekleidungshäuser (z.B. C&A, Adler, H&M)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Warenhaus (z.B. Kaufhof, Karstadt)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Katalog (z.B. Otto)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Discounter (z.B. Kik, Takko)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kleine Bekleidungsgeschäfte (Fachgeschäfte)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Edelboutique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Flohmarkt, Second Hand Laden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Bitte lesen Sie die folgenden Aussagen durch und kreuzen Sie an, in wie weit diese auf Sie zutreffen.

	<i>Trifft voll und ganz zu</i>	<i>Trifft eher zu</i>	<i>Trifft eher nicht zu</i>	<i>Trifft nicht zu</i>
Ich achte mehr auf den Preis als auf die Marke	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Für gute Qualität gebe ich auch mehr Geld aus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich bin auch bei alltäglichen Waren anspruchsvoll	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kaufe oft Sonderangebote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich achte beim Einkauf auf das Biosiegel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kaufe wenn möglich regionale Produkte ein	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mir ist es wichtig, von welcher Marke Produkte sind	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich achte beim Einkaufen an erster Stelle auf gute Qualität	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich möchte beim Einkauf den örtlichen Handel unterstützen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kaufe mit Einkaufszettel ein	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich nehme mir Zeit, verschiedene Produkte zu vergleichen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wenn in ich etwas in G. bekomme, kaufe ich es hier ein	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich neige zu spontanen Einkäufen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kaufe aus Gewohnheit in den gleichen Geschäften ein	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich leiste mir gerne auch einmal teure Sachen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich mag es, wenn ich den Verkäufer /die Verkäuferin kenne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Einkaufen ist für mich eine lästige Notwendigkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich nutze den Einkauf gerne um mich zu unterhalten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kaufe lieber in kleinen Läden als in großen Geschäften ein	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich gehe gerne in größere Einkaufszentren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich probiere gerne einmal neue Läden aus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kaufe lieber in größeren Städten ein als in kleinen Orten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich mache gerne einen Schaufensterbummel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ein zu großes Angebot schreckt mich beim Einkaufen ab	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Teil 3: Noch einige Fragen zu Ihrer Person

11. Bitte wählen Sie aus den folgenden Bilderreihen das Bild aus, was Ihnen am meisten zusagt.

Kleidung









Zeitung

Augsburger Allgemeine

Alles was uns beweist



Süddeutsche Zeitung

FINANCIAL TIMES
DEUTSCHLAND

Urlaub









12. Bitte geben Sie an, wie wichtig Ihnen die folgenden Bereiche des Lebens sind.

	<i>sehr wichtig</i>	<i>wichtig</i>	<i>weniger wichtig</i>	<i>unwichtig</i>
Familie, Partnerschaft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beruflicher Erfolg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Abwechslungsreiches Leben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naturverbundenes Leben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Soziale Anerkennung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Religion	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tradition	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15 Wenn Sie alles zusammen rechnen, wie hoch ist das monatliche Nettoeinkommen des Haushalts?

(Also Lohn/Gehalt, Rente, Kindergeld oder andere Einkünfte nach Abzug von Steuern und Sozialversicherung)

<input type="checkbox"/> Unter 1.000 €	<input type="checkbox"/> 1.000 bis unter 2.000 €	<input type="checkbox"/> 2.000 bis unter 3.000 €
<input type="checkbox"/> 3.000 bis unter 4.000 €	<input type="checkbox"/> 4.000 bis unter 5.000 €	<input type="checkbox"/> 5.000 € oder mehr

13. Welchen (höchsten) Schulabschluss haben Sie?

<input type="checkbox"/> Volks- /Hauptschulabschluss	<input type="checkbox"/> Abitur / Fachhochschulreife	<input type="checkbox"/> Kein Schulabschluss
<input type="checkbox"/> Mittlere Reife / Realschulabschluss	<input type="checkbox"/> Hochschulabschluss/ Fachhochschulabschluss	

16 In welchem Jahr sind Sie geboren?

17 Bitte geben Sie Ihr Geschlecht an

männlich weiblich

Ich bedanke mich herzlich für Ihre Mithilfe und Ihren Zeitaufwand!

IV. Leitfaden

- Wie lange leben Sie schon am Wohnort?
- Bei Zuzüglern:
 - Wo haben Sie denn zuvor gelebt?
 - Aus welchem Grund sind Sie zugezogen?
 - Inwiefern wurden ihre Erwartungen erfüllt?
 - Wie war es ins Dorf zu kommen?
- Haben Sie schon einmal überlegt wegzuziehen?
 - Wenn ja, aus welchen Gründen?
- Leben Sie gerne an ihrem Wohnort?
 - Was schätzen Sie besonders, was stört Sie?
- Welche Bedeutung hat der Wohnort für Sie?
- Können Sie sich ein Leben in der Stadt vorstellen?
 - Welche Vor- und welche Nachteile sehen Sie?
- Interessieren Sie sich für aktuelles Geschehen am Wohnort?
 - Wenn nein: Warum nicht?
 - Wenn ja: Was interessiert Sie daran besonders? Mit welchen Medien informieren Sie sich?
- Verbringen Sie gerne viel Zeit am Wohnort?
 - Was machen Sie?
 - Wo verbringen Sie ansonsten die Zeit?
- Wenn Veranstaltungen stattfinden, nehmen Sie an diesen Teil?
 - Aus welchen Gründen (nicht)?
- Sind Sie in örtlichen Vereinen aktiv?
 - Wenn ja: aktiv oder passiv? Gibt es bestimmte Gründe für die Vereinstätigkeiten?
 - Wenn nein: Warum nicht?
- Inwiefern denken Sie dass sich das Leben auf dem Lande in den letzten Jahren verändert hat? (z.B.: *Fanden Angleichungen an die Stadt statt?*)
- Wie bewerten Sie diese Veränderungen?
- Haben Sie das Gefühl, dass das Leben allgemein immer schnelllebiger wird?
- Fühlen Sie sich am Wohnort sicher und geborgen? Auf welche Art und Weise?
- Was bedeutet für Sie Heimat? (*ist der Wohnort für Sie Heimat?*)

- Wenn Sie jemand fragt, sehen Sie sich als... (Bayer, Schwabe etc?)
- Wie sehen Sie die Dorfgemeinschaft?
 - *z.B. Ist die Dorfgemeinschaft eine offene Gemeinschaft?*
 - *Können Sie auf gegenseitige Unterstützung zählen?*
 - *Vor- und Nachteile der (engen) Gemeinschaft?*
 - *Würden Sie sich manchmal eine eher lockere Gemeinschaft wünschen, mehr Anonymität?*
 - *Inwiefern sind Sie von sozialer Kontrolle bzw. Dorfklatsch betroffen?*
 - *Gibt es überhaupt noch so etwas wie Dorfgemeinschaft?*
- Denken Sie, dass Sie in die Gemeinschaft integriert sind?
 - Wollen Sie überhaupt in die Gemeinschaft integriert sein?
 - Bei Zuzüglern: Wie wurden Sie in die Gemeinschaft aufgenommen?
- Denken Sie, dass der gesellschaftliche Umgang in der Stadt sich vom Land unterscheidet? Inwiefern?
- Haben Sie einen großen Freundeskreis am Wohnort? Wenn nein, wo dann?
- Wie wichtig ist Ihnen ein gutes nachbarschaftliches Verhältnis?
- Halten Sie sich gerne an Traditionen?
 - Wenn ja, welche und wie leben sie sie?
 - Wenn nein: warum nicht?
- Welche Bedeutung hat Religion in Ihrem Leben?
- Wie wichtig sind Ihnen Veränderungen im Leben?

V. Hauptkomponentenanalyse

V.1 Korrelationsmatrix Raumbeziehungen (Korrelationen)³⁸

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	1,000	-,406	,430	,349	,369	,147	,266	,270	,299	,402	,371	,063	,337	-,222	-,131
2	-,406	1,000	-,466	-,433	-,383	-,153	-,226	-,297	-,246	-,369	-,192	-,020	-,229	,266	,143
3	,430	-,466	1,000	,500	,413	,336	,403	,455	,413	,552	,232	,027	,359	-,321	-,247
4	,349	-,433	,500	1,000	,610	,275	,514	,417	,580	,570	,274	,023	,525	-,293	-,289
5	,369	-,383	,413	,610	1,000	,149	,372	,457	,495	,472	,243	,030	,325	-,200	-,169
6	,147	-,153	,336	,275	,149	1,000	,384	,233	,220	,319	,166	,112	,358	-,237	-,143
7	,266	-,226	,403	,514	,372	,384	1,000	,413	,636	,489	,190	,074	,424	-,287	-,113
8	,270	-,297	,455	,417	,457	,233	,413	1,000	,392	,431	,224	,170	,363	-,262	-,171
9	,299	-,246	,413	,580	,495	,220	,636	,392	1,000	,485	,245	,072	,474	-,234	-,140
10	,402	-,369	,552	,570	,472	,319	,489	,431	,485	1,000	,312	,065	,547	-,329	-,270
11	,371	-,192	,232	,274	,243	,166	,190	,224	,245	,312	1,000	,236	,331	-,188	-,106
12	,063	-,020	,027	,023	,030	,112	,074	,170	,072	,065	,236	1,000	,170	-,047	,000
13	,337	-,229	,359	,525	,325	,358	,424	,363	,474	,547	,331	,170	1,000	-,350	-,272
14	-,222	,266	-,321	-,293	-,200	-,237	-,287	-,262	-,234	-,329	-,188	-,047	-,350	1,000	,325
15	-,131	,143	-,247	-,289	-,169	-,143	-,113	-,171	-,140	-,270	-,106	,000	-,272	,325	1,000

Quelle: Eigene Berechnungen.

V.2 Korrelationsmatrix Raumbeziehungen (Signifikanz)³⁸

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,080	,000	,000	,002
2	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,326	,000	,000	,001
3	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,274	,000	,000	,000
4	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,304	,000	,000	,000
5	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,250	,000	,000	,000
6	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,006	,000	,000	,001
7	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,050	,000	,000	,006
8	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
9	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,054	,000	,000	,001
10	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,074	,000	,000	,000
11	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,009
12	,080	,326	,274	,304	,250	,006	,050	,000	,054	,074	,000		,000	,147	,496
13	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
14	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,147	,000		,000
15	,002	,001	,000	,000	,000	,001	,006	,000	,001	,000	,009	,496	,000	,000	

Quelle: Eigene Berechnungen.

³⁸ Bedeutung der Nummerierung siehe V. 3.

V.3 Anti-Image-Korrelationen Raumbeziehungen

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	,885 ^a	,207	-,179	,060	-,123	,062	-,028	,038	,001	-,067	-,241	,020	-,110	,008	-,022
2	,207	,885 ^a	,212	,192	,086	-,013	-,052	,032	-,066	,040	-,013	,008	-,074	-,118	,047
3	-,179	,212	,903 ^a	-,089	,018	-,173	3,063E-	-,195	-,082	-,223	,024	,051	,089	,062	,073
4	,060	,192	-,089	,898 ^a	-,342	-,008	-,135	,023	-,170	-,096	-,038	,074	-,218	-,028	,140
5	-,123	,086	,018	-,342	,880 ^a	,045	,064	-,230	-,181	-,108	-,025	,026	,108	-,029	-,012
6	,062	-,013	-,173	-,008	,045	,851 ^a	-,245	,007	,122	-,030	-,033	-,060	-,172	,051	,010
7	-,028	-,052	3,063E-	-,135	,064	-,245	,855 ^a	-,138	-,433	-,129	,056	,002	,019	,097	-,101
8	,038	,032	-,195	,023	-,230	,007	-,138	,918 ^a	-,007	-,051	-,014	-,148	-,071	,049	,014
9	,001	-,066	-,082	-,170	-,181	,122	-,433	-,007	,873 ^a	-,022	-,037	-,010	-,166	-,025	-,043
10	-,067	,040	-,223	-,096	-,108	-,030	-,129	-,051	-,022	,937 ^a	-,074	,035	-,241	,027	,070
11	-,241	-,013	,024	-,038	-,025	-,033	,056	-,014	-,037	-,074	,872 ^a	-,202	-,096	,045	-,017
12	,020	,008	,051	,074	,026	-,060	,002	-,148	-,010	,035	-,202	,623 ^a	-,112	-,019	-,027
13	-,110	-,074	,089	-,218	,108	-,172	,019	-,071	-,166	-,241	-,096	-,112	,887 ^a	,132	,087
14	,008	-,118	,062	-,028	-,029	,051	,097	,049	-,025	,027	,045	-,019	,132	,901 ^a	-,231
15	-,022	,047	,073	,140	-,012	,010	-,101	,014	-,043	,070	-,017	-,027	,087	-,231	,839 ^a

Quelle: Eigene Berechnungen.

- 1 Ich kann mir nicht vorstellen an einem anderen Ort zu leben
- 2 Mein Wohnort ist für mich eher eine Durchgangsstation
- 3 Ich sehe meinen Wohnort als meinen Lebensmittelpunkt
- 4 Ich fühle mich in die örtliche Gemeinschaft integriert
- 5 Mein Freundeskreis wohnt zum großen Teil in meinem Wohnort
- 6 Ich lege Wert auf ein gutes Verhältnis zu meinen Nachbarn
- 7 Ich bin interessiert am Geschehen an meinem Wohnort
- 8 Ich verbringe meine Freizeit zum großen Teil an meinem Wohnort
- 9 Ich nehme gerne an Veranstaltungen im Ort, z.B. Dorffesten teil
- 10 Mein Wohnort vermittelt mir ein Gefühl von Geborgenheit
- 11 An größeren Städten stört mich die Anonymität
- 12 Ich habe das Gefühl, die Welt wird immer schnelllebiger
- 13 Ich schätze den großen Zusammenhalt der Dorfbewohner
- 14 Ich kann mich an meinem Wohnort nicht weiterentwickeln
- 15 Ich fühle mich von meinen Mitbürgern manchmal beobachtet

V.4 Korrelationsmatrix Konsumeinstellungen (Korrelationen)³⁹

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
1	1,000	-,139	-,191	,342	-,181	-,186	-,382	-,118	,006	,055	,081	,043	,047	,060	-,335	-,046	,053	-,167	,118	,025	-,049
2	-,139	1,000	,428	-,105	,263	,259	,196	,428	,094	-,015	,063	,013	-,082	,033	,308	,020	-,072	,109	,045	,079	,053
3	-,191	,428	1,000	-,040	,366	,307	,337	,483	,036	,049	,133	,134	-,012	-,021	,274	,075	-,017	,159	-,139	-,004	-,024
4	,342	-,105	-,040	1,000	-,187	-,163	-,143	-,106	,049	,075	,304	,097	,152	,054	-,188	,033	,042	-,186	,177	-,034	,042
5	-,181	,263	,366	-,187	1,000	,534	,295	,292	,016	,106	,121	,093	-,035	,056	,151	,104	,002	,268	-,190	-,062	,063
6	-,186	,259	,307	-,163	,534	1,000	,284	,348	-,022	,095	,047	,240	-,058	,002	,127	,187	,043	,355	-,276	-,139	,011
7	-,382	,196	,337	-,143	,295	,284	1,000	,298	,037	,027	,041	,094	,055	,022	,350	,150	,087	,134	-,028	,046	,098
8	-,118	,428	,483	-,106	,292	,348	,298	1,000	,042	-,002	,042	,203	-,018	,058	,279	,087	-,025	,124	-,088	-,042	,027
9	,006	,094	,036	,049	,016	-,022	,037	,042	1,000	,072	,166	-,022	,142	-,028	,115	,026	,061	-,010	,253	,212	,247
10	,055	-,015	,049	,075	,106	,095	,027	-,002	,072	1,000	,271	,100	-,101	,010	-,059	-,016	,032	,040	,002	-,075	,141
11	,081	,063	,133	,304	,121	,047	,041	,042	,166	,271	1,000	,226	-,004	-,046	-,077	,047	,027	,004	,085	-,008	,113
12	,043	,013	,134	,097	,093	,240	,094	,203	-,022	,100	,226	1,000	,067	,064	-,029	,306	,133	,308	-,242	-,295	-,009
13	,047	-,082	-,012	,152	-,035	-,058	,055	-,018	,142	-,101	-,004	,067	1,000	,203	,174	,124	,151	-,026	,127	,059	,060
14	,060	,033	-,021	,054	,056	,002	,022	,058	-,028	,010	-,046	,064	,203	1,000	,042	,124	,100	,035	-,005	-,038	-,068
15	-,335	,308	,274	-,188	,151	,127	,350	,279	,115	-,059	-,077	-,029	,174	,042	1,000	,119	,055	,051	,078	,137	,103
16	-,046	,020	,075	,033	,104	,187	,150	,087	,026	-,016	,047	,306	,124	,124	,119	1,000	,347	,358	-,196	-,179	,068
17	,053	-,072	-,017	,042	,002	,043	,087	-,025	,061	,032	,027	,133	,151	,100	,055	,347	1,000	,264	,008	-,035	,147
18	-,167	,109	,159	-,186	,268	,355	,134	,124	-,010	,040	,004	,308	-,026	,035	,051	,358	,264	1,000	-,498	-,230	,024
19	,118	,045	-,139	,177	-,190	-,276	-,028	-,088	,253	,002	,085	-,242	,127	-,005	,078	-,196	,008	-,498	1,000	,417	,195
20	,025	,079	-,004	-,034	-,062	-,139	,046	-,042	,212	-,075	-,008	-,295	,059	-,038	,137	-,179	-,035	-,230	,417	1,000	,182
21	-,049	,053	-,024	,042	,063	,011	,098	,027	,247	,141	,113	-,009	,060	-,068	,103	,068	,147	,024	,195	,182	1,000

Quelle: Eigene Berechnungen.

³⁹ Bedeutung der Nummerierung siehe V.6

V.5 Korrelationsmatrix KonsumEinstellungen (Signifikanz)³⁹

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
1		,001	,000	,000	,000	,000	,000	,004	,445	,105	,032	,166	,142	,085	,000	,148	,116	,000	,004	,283	,131
2	,001		,000	,009	,000	,000	,000	,000	,017	,363	,074	,382	,030	,228	,000	,324	,050	,006	,153	,037	,114
3	,000	,000		,181	,000	,000	,000	,000	,207	,132	,001	,001	,389	,320	,000	,044	,348	,000	,001	,466	,293
4	,000	,009	,181		,000	,000	,001	,008	,130	,044	,000	,013	,000	,108	,000	,230	,168	,000	,000	,223	,171
5	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,357	,008	,003	,017	,213	,100	,000	,009	,481	,000	,000	,078	,075
6	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,309	,016	,142	,000	,092	,485	,002	,000	,162	,000	,000	,001	,402
7	,000	,000	,000	,001	,000	,000		,000	,201	,268	,177	,016	,105	,312	,000	,000	,024	,001	,265	,148	,012
8	,004	,000	,000	,008	,000	,000	,000		,167	,479	,168	,000	,343	,094	,000	,024	,288	,002	,023	,171	,273
9	,445	,017	,207	,130	,357	,309	,201	,167		,252	,051	,000	,311	,001	,259	,004	,278	,084	,413	,000	,000
10	,105	,363	,132	,044	,008	,016	,268	,479	,051		,000	,012	,011	,411	,089	,361	,232	,181	,485	,043	,001
11	,032	,074	,001	,000	,003	,142	,177	,168	,000	,000		,000	,460	,146	,040	,141	,272	,461	,027	,427	,005
12	,166	,382	,001	,013	,017	,000	,016	,000	,311	,012	,000		,064	,073	,256	,000	,001	,000	,000	,000	,423
13	,142	,030	,389	,000	,213	,092	,105	,343	,001	,011	,460	,064		,000	,000	,002	,000	,275	,002	,091	,085
14	,085	,228	,320	,108	,100	,485	,312	,094	,259	,411	,146	,073	,000		,167	,002	,011	,214	,451	,193	,062
15	,000	,000	,000	,000	,000	,002	,000	,000	,004	,089	,040	,256	,000	,167		,003	,104	,124	,038	,001	,009
16	,148	,324	,044	,230	,009	,000	,000	,024	,278	,361	,141	,000	,002	,002	,003		,000	,000	,000	,000	,060
17	,116	,050	,348	,168	,481	,162	,024	,288	,084	,232	,272	,001	,000	,011	,104	,000		,000	,432	,210	,000
18	,000	,006	,000	,000	,000	,000	,001	,002	,413	,181	,461	,000	,275	,214	,124	,000	,000		,000	,000	,296
19	,004	,153	,001	,000	,000	,000	,265	,023	,000	,485	,027	,000	,002	,451	,038	,000	,432	,000		,000	,000
20	,283	,037	,466	,223	,078	,001	,148	,171	,000	,043	,427	,000	,091	,193	,001	,000	,210	,000	,000		,000
21	,131	,114	,293	,171	,075	,402	,012	,273	,000	,001	,005	,423	,085	,062	,009	,060	,000	,296	,000	,000	

Quelle: Eigene Berechnungen.

V.6 Anti-Image-Korrelationen Konsumeinstellungen

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
1	,714 ^a	-,023	,061	-,239	-,017	,024	,276	-,084	-,007	-,065	,027	-,082	-,044	-,046	,216	-,009	-,094	,071	-,016	-,086	,063
2	-,023	,766 ^a	-,240	,026	-,046	-,041	,057	-,205	-,033	,065	-,047	,090	,139	-,049	-,182	,019	,088	-,095	-,148	-,024	-,024
3	,061	-,240	,804 ^a	-,108	-,169	,006	-,136	-,281	-,007	-,040	-,070	-,025	-,022	,077	-,081	,019	-,009	-,003	,121	-,062	,104
4	-,239	,026	-,108	,674 ^a	,128	,019	,005	,056	,019	,008	-,272	-,033	-,126	-,038	,089	-,066	-,001	,106	-,090	,091	-,051
5	-,017	-,046	-,169	,128	,777 ^a	-,401	-,109	-,026	,005	-,034	-,139	,075	-,023	-,095	,017	,001	,040	-,070	,034	,035	-,076
6	,024	-,041	,006	,019	-,401	,805 ^a	-,047	-,089	,012	-,053	,052	-,028	,048	,086	,002	-,015	,009	-,100	,047	-,026	,030
7	,276	,057	-,136	,005	-,109	-,047	,826 ^a	-,085	,033	-,027	-,005	-,016	-,018	-,008	-,158	-,048	-,059	,015	-,050	-,079	-,023
8	-,084	-,205	-,281	,056	-,026	-,089	-,085	,829 ^a	-,024	,048	,039	-,115	,044	-,050	-,117	,031	,039	,057	-,003	,026	-,027
9	-,007	-,033	-,007	,019	,005	,012	,033	-,024	,710 ^a	-,041	-,121	,016	-,112	,041	-,041	-,027	,009	-,088	-,166	-,104	-,151
10	-,065	,065	-,040	,008	-,034	-,053	-,027	,048	-,041	,564 ^a	-,223	-,020	,123	-,048	-,001	,066	-,025	,006	-,024	,097	-,142
11	,027	-,047	-,070	-,272	-,139	,052	-,005	,039	-,121	-,223	,598 ^a	-,188	,034	,061	,074	,003	,019	-,009	-,059	-,042	-,008
12	-,082	,090	-,025	-,033	,075	-,028	-,016	-,115	,016	-,020	-,188	,799 ^a	-,046	,000	,014	-,133	,007	-,136	,029	,150	,004
13	-,044	,139	-,022	-,126	-,023	,048	-,018	,044	-,112	,123	,034	-,046	,567 ^a	-,170	-,194	-,034	-,073	,015	-,070	-,015	-,017
14	-,046	-,049	,077	-,038	-,095	,086	-,008	-,050	,041	-,048	,061	,000	-,170	,547 ^a	-,013	-,072	-,060	,017	-,012	,005	,085
15	,216	-,182	-,081	,089	,017	,002	-,158	-,117	-,041	-,001	,074	,014	-,194	-,013	,767 ^a	-,101	-,031	,027	-,047	-,063	-,032
16	-,009	,019	,019	-,066	,001	-,015	-,048	,031	-,027	,066	,003	-,133	-,034	-,072	-,101	,808 ^a	-,237	-,169	,048	,061	-,036
17	-,094	,088	-,009	-,001	,040	,009	-,059	,039	,009	-,025	,019	,007	-,073	-,060	-,031	-,237	,631 ^a	-,246	-,131	,004	-,091
18	,071	-,095	-,003	,106	-,070	-,100	,015	,057	-,088	,006	-,009	-,136	,015	,017	,027	-,169	-,246	,755 ^a	,391	,013	-,067
19	-,016	-,148	,121	-,090	,034	,047	-,050	-,003	-,166	-,024	-,059	,029	-,070	-,012	-,047	,048	-,131	,391	,725 ^a	-,262	-,103
20	-,086	-,024	-,062	,091	,035	-,026	-,079	,026	-,104	,097	-,042	,150	-,015	,005	-,063	,061	,004	,013	-,262	,742 ^a	-,133
21	,063	-,024	,104	-,051	-,076	,030	-,023	-,027	-,151	-,142	-,008	,004	-,017	,085	-,032	-,036	-,091	-,067	-,103	-,133	,647 ^a

Quelle: Eigene Berechnungen.

1	Ich achte mehr auf den Preis als auf die Marke	12	Wenn ich etwas an meinem Wohnort bekomme, dann kaufe ich es auch dort ein
2	Für gute Qualität gebe ich auch mehr Geld aus	13	Ich neige zu spontanen Einkäufen
3	Ich bin auch bei alltäglichen Waren anspruchsvoll	14	Ich kaufe aus Gewohnheit in den gleichen Geschäften ein
4	Ich kaufe oft Sonderangebote	15	Ich leiste mir gerne einmal teure Sachen
5	Ich achte beim Einkauf auf das Biosiegel	16	Ich mag es, wenn ich den Verkäufer/die Verkäuferin kenne
6	Ich kaufe wenn möglich regionale Produkte ein	17	Ich nutze den Einkauf gerne um mich zu unterhalten
7	Mir ist es wichtig von welcher Marke Produkte sind	18	Ich kaufe lieber in kleinen Läden als in großen Geschäften ein
8	Ich achte beim Einkaufen in erster Linie auf Qualität	19	Ich gehe gerne in größere Einkaufszentren
9	Ich möchte beim Einkauf den örtlichen Handel unterstützen	20	Ich kaufe lieber in größeren Städten ein als in kleinen Orten
10	Ich kaufe mit Einkaufszettel ein	21	Ich mache gerne einen Schaufensterbummel
11	Ich nehme mir Zeit verschiedene Produkte zu vergleichen		

V.7 Korrelationsmatrix Bedeutung der Lebensbereiche (Korrelationen)⁴⁰

	1	2	3	4	5	6	7
1	1,000	,090	,046	,072	,119	,057	,116
2	,090	1,000	,250	,110	,320	,140	,170
3	,046	,250	1,000	,225	,221	-,011	,074
4	,072	,110	,225	1,000	,324	,217	,169
5	,119	,320	,221	,324	1,000	,279	,253
6	,057	,140	-,011	,217	,279	1,000	,485
7	,116	,170	,074	,169	,253	,485	1,000

Quelle: Eigene Berechnungen.

V.8 Korrelationsmatrix Bedeutung der Lebensbereiche (Signifikanz)

	1	2	3	4	5	6	7
1	1,000	,090	,046	,072	,119	,057	,116
2	,090	1,000	,250	,110	,320	,140	,170
3	,046	,250	1,000	,225	,221	-,011	,074
4	,072	,110	,225	1,000	,324	,217	,169
5	,119	,320	,221	,324	1,000	,279	,253
6	,057	,140	-,011	,217	,279	1,000	,485
7	,116	,170	,074	,169	,253	,485	1,000

Quelle: Eigene Berechnungen.

V.9 Anti-Image-Korrelationen Bedeutung der Lebensbereiche

	1	2	3	4	5	6	7
1	,762 ^a	-,045	-,003	-,029	-,067	,020	-,082
2	-,045	,686 ^a	-,199	,041	-,240	-,038	-,068
3	-,003	-,199	,625 ^a	-,181	-,115	,121	-,038
4	-,029	,041	-,181	,698 ^a	-,235	-,128	-,028
5	-,067	-,240	-,115	-,235	,720 ^a	-,151	-,085
6	,020	-,038	,121	-,128	-,151	,608 ^a	-,437
7	-,082	-,068	-,038	-,028	-,085	-,437	,639 ^a

Quelle: Eigene Berechnungen.

- 1 Familie, Partnerschaft
- 2 Beruflicher Erfolg
- 3 Abwechslungsreiches Leben
- 4 Naturverbundenes Leben
- 5 Soziale Anerkennung
- 6 Religion
- 7 Tradition

⁴⁰ Bedeutung der Nummerierung siehe V.9

V.10 Korrelationsmatrix Betriebsformen Lebensmittel (Korrelationen)⁴¹

	1	2	3	4	5	6	7	8
1	1,000	-,136	,060	,086	,156	,145	-,040	,071
2	-,136	1,000	-,128	-,083	-,112	,065	-,039	-,045
3	,060	-,128	1,000	,438	,364	,058	-,035	,125
4	,086	-,083	,438	1,000	,430	,128	,018	,093
5	,156	-,112	,364	,430	1,000	,139	,032	,180
6	,145	,065	,058	,128	,139	1,000	,022	-,006
7	-,040	-,039	-,035	,018	,032	,022	1,000	,036
8	,071	-,045	,125	,093	,180	-,006	,036	1,000

Quelle: Eigene Berechnungen.

V.11 Korrelationsmatrix Betriebsformen Lebensmittel (Signifikanz)

	1	2	3	4	5	6	7	8
1		,001	,085	,025	,000	,000	,180	,052
2	,001		,002	,029	,005	,069	,188	,153
3	,085	,002		,000	,000	,093	,210	,002
4	,025	,029	,000		,000	,002	,341	,017
5	,000	,005	,000	,000		,001	,234	,000
6	,000	,069	,093	,002	,001		,307	,446
7	,180	,188	,210	,341	,234	,307		,207
8	,052	,153	,002	,017	,000	,446	,207	

Quelle: Eigene Berechnungen.

V.12 Anti-Image-Korrelationen Betriebsformen Lebensmittel

	1	2	3	4	5	6	7	8
1		,127	,016	-,009	-,087	-,131	,054	-,046
2	,127		,075	,010	,044	-,096	,047	,008
3	,016	,075		-,245	-,151	,004	,053	-,054
4	-,009	,010	-,245		-,223	-,063	-,018	,003
5	-,087	,044	-,151	-,223		-,073	-,029	-,112
6	-,131	-,096	,004	-,063	-,073		-,028	,036
7	,054	,047	,053	-,018	-,029	-,028		-,036
8	-,046	,008	-,054	,003	-,112	,036	-,036	

Quelle: Eigene Berechnungen.

- 1 Supermarkt
- 2 Discounter
- 3 Bioladen, Reformhaus
- 4 Wochenmarkt, Markthalle
- 5 Feinkostladen, Spezialitätenladen
- 6 Dorfladen, Tante-Emma-Laden
- 7 Tankstelle, Kiosk, Bahnhofsladen
- 8 Verkaufsfahrer

⁴¹ Bedeutung der Nummerierung siehe V.12

V.13 Korrelationsmatrix Betriebsformen Kleidung (Korrelationen)⁴²

	1	2	3	4	5	6	7	8
1	1,000	,234	,036	,131	-,150	-,209	,008	,030
2	,234	1,000	-,027	-,134	,121	,028	-,061	-,118
3	,036	-,027	1,000	,107	-,137	-,062	-,076	,302
4	,131	-,134	,107	1,000	-,247	-,181	,254	,142
5	-,150	,121	-,137	-,247	1,000	,317	-,042	-,195
6	-,209	,028	-,062	-,181	,317	1,000	-,067	-,052
7	,008	-,061	-,076	,254	-,042	-,067	1,000	,128
8	,030	-,118	,302	,142	-,195	-,052	,128	1,000

Quelle: Eigene Berechnungen.

V.14 Korrelationsmatrix Betriebsformen Kleidung (Signifikanz)

	1	2	3	4	5	6	7	8
1		,000	,204	,001	,000	,000	,431	,250
2	,000		,268	,001	,003	,264	,082	,004
3	,204	,268		,007	,001	,078	,041	,000
4	,001	,001	,007		,000	,000	,000	,001
5	,000	,003	,001	,000		,000	,172	,000
6	,000	,264	,078	,000	,000		,063	,119
7	,431	,082	,041	,000	,172	,063		,002
8	,250	,004	,000	,001	,000	,119	,002	

Quelle: Eigene Berechnungen.

V.15 Anti-Image-Korrelationen Betriebsformen Kleidung

	1	2	3	4	5	6	7	8
1	,872	-,239	,000	-,098	,081	,142	,021	-,017
2	-,239	,895	-,016	,105	-,088	-,021	,012	,077
3	,000	-,016	,882	-,070	,048	,020	,125	-,254
4	-,098	,105	-,070	,842	,134	,069	-,213	-,030
5	,081	-,088	,048	,134	,821	-,223	-,032	,114
6	,142	-,021	,020	,069	-,223	,862	,035	-,027
7	,021	,012	,125	-,213	-,032	,035	,906	-,119
8	-,017	,077	-,254	-,030	,114	-,027	-,119	,855

Quelle: Eigene Berechnungen.

- 1 Bekleidungsfachmarkt, -kaufhaus
- 2 Warenhaus
- 3 Katalog
- 4 Discounter
- 5 Fachgeschäft
- 6 Edelboutique
- 7 Flohmarkt, Second-Hand-Laden
- 8 Internet

⁴² Bedeutung der Nummerierung siehe V.15

VI. Erklärung

Ehrenwörtliche Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Dissertation selbständig verfasst und keine anderen als die von mir angegebenen Quellen und Hilfsmittel verwendet habe.

Würzburg, 26.07.2013

Brigitte Mitterer