

# Rudern für die Wissenschaft

Das Römerboot „F.A.N.“ lockte Experten zu einer Fachtagung an den Altmühlsee – wo es seinen **HEIMATHAFEN** bekommen soll.

**GUNZENHAUSEN.** Seit vielen Jahren kreuzt die MS Altmühlsee über das gleichnamige Gewässer, ist eine der Attraktionen dort und ein begehrtes Fotomotiv. Doch seit 16 Monaten hat das schneeweiße Passagierschiff in Sachen Publikumsgunst ernsthafte Konkurrenz bekommen. Und die könnte zu einem Dauerzustand werden.

Im Frühsommer vergangenen Jahres nämlich kreuzte Professor Boris Dreyer erstmals mit einem höchst ungewöhnlichen Wasserfahrzeug zwischen Schlungenhof, Wald und Muhr am See: einem 15 Meter langen, von rund 20 Ruderern angetriebenen Holzboot namens „Fridericiana Alexandrina Navis“, dem Nachbau eines römischen Patrouillenbootes, von dem Teile in den 1980er-Jahren nahe Manching entdeckt worden waren.

Noch hat die „F.A.N.“, benannt nach der Erlanger Friedrich-Alexander-Universität, keinen echten Heimathafen – doch es mehren sich die Anzeichen dafür, dass sie in Gunzenhausen-Schlungenhof vor Anker gehen und einen Großteil des Jahres dort zubringen wird.

## „Historischer Kontext“

„Wir hoffen, dass wir hierbleiben können“, sagte Dreyer am Rande der Fachtagung „Die Römer zu Wasser“, die am Samstag im Altmühlsee-Informationszentrum stattfand. Wobei ein Argument, das für den Standort spreche, der „historische Kontext“ sei: Nur wenige hundert Meter entfernt verlief einst der Limes, nutzten die Römer zudem eine Furt, um die Altmühl zu queren.

Derzeit liefen mehrere Anträge auf finanzielle Unterstützung, mögliche Geldgeber seien die Stadt, der Bezirk, das Land, Kulturfonds der Banken –

„und natürlich meine Uni“, so Dreyer. Das wichtigste – und wohl auch teuerste – Projekt ist eine stabile Unterstellmöglichkeit für das Boot, wo man immer mal wieder anfallende Reparaturen erledigen und wo man die „F.A.N.“ überwintern kann. „Momentan haben wir eine vorläufige Unterstellmöglichkeit in Arberg gefunden“, sagt Dreyer, aber das könne keine Dauerlösung sein.

Den Gunzenhäuser Bürgermeister Karl-Heinz Fitz jedenfalls weiß Dreyer voll an seiner Seite. Er sähe es – auch in seiner Funktion als Vorsitzender des Zweckverbands Altmühlsee – natürlich gerne, wenn das Gewässer vor den Toren der Stadt eine weitere Attraktion bekäme. Zumal Dreyer „sein Boot“ beileibe nicht im Elfenbeinturm der Geschichtswissenschaft versteckt, sondern es unter dem Motto „Geschichte zum Anfassen“ auch für Schulklassen und sogar Firmen-Events anbietet.



Historie trifft auf Handy: Auch einer der als Römer verkleideten Schaulustigen hielt das Bild des Patrouillenbootes digital fest.



Rudern im Dienste der Wissenschaft: Fachleute und interessierte Laien bestiegen im Anschluss an eine Tagung in Muhr am See das Römerboot „F.A.N.“ und ruderten nach Schlungenhof bzw. von dort zurück nach Muhr.

Rathaus-Chef Fitz jedenfalls wirft einen begehrliehen Blick auf einen Sonderfördertopf des Bezirks Mittelfranken für Investitionen der drei Seenland-Zweckverbände. Der ist mit jährlich 300 000 Euro ausgestattet – ein Teil davon käme dem Gunzenhäuser Stadtoberhaupt für die

„Operation Römerboot“ ganz sicher recht.

Nun baut ein leibhaftiger Professor der Alten Geschichte ein solches Boot natürlich nicht, um lediglich ein schönes Fotomotiv für Seenland-Urlauber zu liefern oder Schülerscharen übers Wasser zu schippern. Vielmehr ist dem Erlanger Historiker daran gelegen, mit Hilfe der „experimentellen Archäologie“ Erkenntnisse über die Schifffahrt der Antike zu gewinnen.

Wie wenig auf diesem Gebiet gesichertes Wissen ist – und wie viel immer noch Spekulation –, davon vermittelte die (auch von Laien) gut besuchte Fachtagung samt Ruder-tour in Muhr am See einen Eindruck. Form und Länge der Ruder und Steuerruder, Art und Material der Segel, Länge und Positionierung des Mastes, das Einsatzgebiet der Boote und auch die Aufhängung der Ruder – da ist noch vieles unklar und in der Historikerzunft umstritten.

Die wenigen vorhandenen Funde überliefern nur den Boden der Boote, vieles von dem, was sich über der Wasseroberfläche befindet, habe man

sich erschließen müssen. Historische Abbildungen – etwa auf Grabsteinen, Bodenmosaiken oder auf Reliefs der berühmten Trajan-Säule – seien „nicht naturalistisch“, wie der Historiker Dr. Timm Weski bedauernd erläuterte. Sprich: Sie seien allesamt „zweifelhafte Quellen“.

Genau deshalb gibt es aber die experimentelle Archäologie, mit deren Hilfe man sich neue Erkenntnisse zu den antiken Fluss- und Seefahrern erhofft. Dazu bauen und testen Dreyer und seine Studenten unterschiedliche Ruder und Segel, mischen Farben, mit denen die Römer einst vermutlich ihre Schiffe bemalten und testen diverse Riemen-aufhängungen in der Praxis. Heuer unter anderem bei einer Fahrt auf den Donau bis zum Schwarzen Meer.

Dreyer jedenfalls würde sich wünschen, solche Tests auch künftig am Altmühlsee zu fahren, denn: Der vor den Toren Erlangens gelegene Dechsendorfer Weiher sei zwar deutlich besser zu erreichen, aber: „Für wissenschaftliche Tests ist er zu klein, dafür brauchen wir den Altmühlsee.“ **JÜRGEN EISENBRAND**

# „Digitaler Leerstand, der bekämpft werden muss“

Eine Untersuchung ergab große Defizite in Sachen **ONLINE-PRÄSENZ** bei Unternehmen in Altmühlfranken.

**GUNZENHAUSEN.** Das von der Zukunftsinitiative Altmühlfranken und einer Reihe von engagierten regionalen Händlern vorangetriebene Online-Portal in-almuehlfranken.de geht mit großen Schritten in die Umsetzung. Wie das Landratsamt mitteilt, gibt es dazu einen öffentlichen Informationsabend am Donnerstag, 10. Oktober 19 Uhr im Kunststoffcampus in Weißenburg.

Bis dahin wird bereits der technisch-konzeptionelle Partner des regionalen Online-Marktplatzes feststehen. Zwischenzeitlich fanden Bürgerbefragungen und ein „Online-Präsenz-Check“ durch die Beratungsagentur CIMA statt. Die Ergebnisse zeigen: Es wird Zeit für lokale Gewerbetreibende, online mehr Gesicht zu zeigen. Mit dem Projekt sollen die Online-Kompetenzen von Geschäften und Betrieben in der Region nachhaltig gestärkt und digitaler Leerstand vermieden werden.

## Daten- und Bildqualität

960 Unternehmen aus Altmühlfranken wurden im Rahmen des Projektes hinsichtlich ihrer Online-Sichtbarkeit und Internet-Kommunikation untersucht, die Mehrheit davon inhabergeführt. Abgefragt wurde nicht nur, ob eine eigene Homepage vorliegt, sondern auch, mit welcher Daten- und Bildqualität das Unternehmen in Google Maps gefunden

wird. Darüber hinaus wurden die Aktivitäten der Gewerbetreibenden in sozialen Netzwerken wie Facebook, Instagram und Co. unter die Lupe genommen. Auch Punkte wie das Vorhandensein eines mobil-optimierten Internetauftritts, der Betrieb eines eigenen Online-Shops oder die Möglichkeit für Kunden, über WhatsApp mit einem Betreiber Kontakt aufzunehmen, wurden abgefragt.

„Nun haben wir ein gutes Bild von der ‚digitalen Aufenthaltsqualität‘ im Landkreis“, erläutert der Projektverantwortliche Andreas Haderlein. Gemeinsam mit dem Kommunalberatungsunternehmen CIMA ist er für die Umsetzung des Online-Portals und die Prozessmoderation samt Ist-Analyse, Qualifizierung und Evaluation verantwortlich. „Mit den eruierten Zahlen können wir nicht nur die Funktionstiefe des geplanten Online-Marktplatzes besser bestimmen“, so der Experte für Digitalisierung von Gewerbestandorten, „sondern wir können Ende 2021 auch bewerten, ob unsere nächstjährigen Schulungen, Coaching-Angebote und Veranstaltungen gefruchtet haben.“

Denn letztlich sind die einzelbetrieblichen Digitalmaßnahmen sowie der Erwerb und die Steigerung von Online-Kompetenzen elementar für die Zukunftssicherung von Betrieben und damit auch für den Erhalt von Nahversorgung und Innenstadt-

attraktivität. Dem Online-Präsenz-Check zufolge ist insbesondere die Nutzung von „Google My Business“ ausbaufähig.

Auch Direktvermarkter aus der Region, wie Hofläden, Imker oder Fischzüchter, wurden untersucht. Sie machen rund zehn Prozent der untersuchten Betriebe aus und hinken mit nur 25 Prozent an Google-Maps-Einträgen dem Gastgewerbe (83 Prozent), Einzelhandel (87 Prozent) oder Handwerk (89 Prozent) hinterher.



Online shoppen – aber im Landkreis: Das soll das Portal in-almuehlfranken.de ermöglichen.

Von den untersuchten Handwerksbetrieben allerdings haben nur rund 55 Prozent eine eigene Website. Und auch die Gastronomen, Hotels und Gasthäuser liegen mit 62 Prozent „Homepage-Anteil“ unter dem Schnitt. Acht Prozent der Einzelhändler inklusive der Handwerksbetriebe betreiben einen eigenen Online-Shop.

Betrachtet man die drei großen Städte des Landkreises, so sind in Weißenburg 29 Prozent, in Gunzenhausen 31 Prozent und in Treuchtlingen gar 35 Prozent der Unternehmen ohne eigene Webpräsenz unterwegs. CIMA-Geschäftsführer Roland Wölfel fand dafür in einer der Sitzungen der regelmäßig tagenden Lenkungsgruppe der Digital-Initiative klare Worte: „Keine Stadt würde über zehn Prozent Leerstand in den Geschäftsstraßen tatenlos zusehen, im Netz aber sind drei von zehn Unternehmen nicht mit einer eigenen Website präsent. 20 Prozent weisen noch nicht einmal einen Google-Maps-Eintrag auf – das ist ‚digitaler Leerstand‘, der mit adäquaten Mitteln bekämpft werden muss.“

Welche Mittel das im Rahmen von in-almuehlfranken.de sein können und welche Kosten auf teilnehmende Unternehmen, insbesondere auf Einzelhändler, zukommen werden, erfahren die Besucher des Informationsabends. Eine Anmeldung dazu

ist unter [www.almuehlfranken.de/](http://www.almuehlfranken.de/) anmeldung erforderlich.

Neben weiteren Statistiken zum Online-Präsenz-Check wird das Team der Umsetzungsbegleitung auch die Ergebnisse einer Bürgerbefragung präsentieren, die on- und offline im Sommer durchgeführt wurde.

## Sichtbarkeit im Internet

Als Gastredner konnten die Veranstalter Markus Kuhnke vom Wuppertaler „Naschkatzenparadies“ gewinnen. Der Süßwaren- und Delikatessladenbesitzer aus der Schwebebahnstadt gilt hierzulande als Paradebeispiel für eine gelungene digitale Transformation des inhabergeführten Handels. Auf einem lokalen Online-Marktplatz listet er über 1300 Produkte, die er mittlerweile auch deutschlandweit vertreibt. Seine im Rahmen der „Online City Wuppertal“ gesteigerte Sichtbarkeit im Internet hat ihm in den letzten Jahren aber vor allem eines gebracht: mehr Kunden im Laden.

Das Online-Portal in-almuehlfranken.de wird bis 2021 über Regionalmanagement-Fördermittel des bayerischen Wirtschaftsministeriums gefördert. Projektträger ist der Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen. Alle Informationen sind unter [www.in-almuehlfranken.de](http://www.in-almuehlfranken.de/) zu finden. **ab**