

Was uns zusammenschmiedet: Identität und Bewusstsein



Antje Hinz
Maszkreativ – Labor
für gesellschaftliche Wertschöpfung, Beratung und
Begleitung im Projekt
„Kulturregionen in
Rheinland-Pfalz“ sowie
Medienproduzentin und
Wissensdesignerin (Trakt,
Ausflugsguide, Podcasts,
Hörbücher, Film-Interviews,
Dokumentationen,
Ausstellungen), Moderatorin,
Workshopleiterin,
Prozessbegleiterin

*„Ein Image und ein Mensch sind zwei verschiedene Dinge. Es ist sehr schwer, einem Image gerecht zu werden.“
Elvis Presley¹*

Wie sehen wir uns selbst? Wie sehen uns andere? Vor dieser Frage steht die Regionalentwicklung im Spannungsfeld zwischen Eigen- und Fremdbild, zwischen Identität und Image. Ein Image wird künstlich geschaffen, bedient nicht selten Stereotype und leistet Schubladendenken Vorschub. Es weckt Erwartungen, die nicht erfüllt werden können oder nur unter Einsatz weitaus mehr Energie, die an anderer Stelle besser investiert wäre. Über Werbekampagnen nach außen getragen mag Imagebildung kurzzeitig für Wiederhall sorgen, nachhaltig wirkt sie selten.

Die deutlich bessere Wahl ist die Erkundung der eigenen regionalen Identität. Sie entsteht aus sich selbst, spielt sich aus der Gesamtheit historischer Prägungen, aus politischen sowie wirtschaftlichen Gegebenheiten, Auktageschichten und Menschen, ihren Werten und Mentalitäten. Identität ist lebendig und flexibel, sie verändert sich durch äußere Umstände, durch neue Bewohnerinnen und Bewohner, durch Interaktion zwischen Alleingesessenen und Neubürgern, durch den Umgang miteinander und in Reaktion auf Neues. Regionale Identität ist agil und authentisch.

Identitätsfindung ist ein kommunikativer Prozess. Er ist aufwändig, aber zugleich lohnenswert. Wenn Bewohner zu ihren Wurzeln befragt werden, fühlen sie sich ernst genommen und wertschätzt. Wenn „Be-Achtung“ gegeben wird, der gibt gerne etwas zurück. Dies sorgt für Akzeptanz und Unterstützung im Verfahren regionaler Profilbildung – zunächst nach Innen und später nach Außen. Identität beruht auf Unterscheidung und Vergleich. Was haben andere Menschen oder Orte, was gibt es nur bei uns? Bewusstwerdung und Bewusstseinsbildung sollten daher der Profilbildung und Innersetzung regionaler Identität vorausgehen. Wer sich der eigenen Werte und Stärken, aber auch seiner Schwächen bewusst ist, kann sich weiterentwickeln und an sich selbst wachsen.

Der kulturellen Identität auf der Spur

2019 hat die Zukunftsinitiative Rheinland-Pfalz (ZIRP) das Projekt „Kulturregionen in Rheinland-Pfalz“ gestartet und die Frage gestellt, inwiefern kulturelle Identitäten die regionale Entwicklung vorantreiben können. Eine Kulturregion als Motor zu nutzen, setzt voraus, dass man sie gut kennt. Nachdem von 2014 bis 2017 die kulturelle Prägung von Rheinland-Pfalz insgesamt unter die Lupe genommen wurde und die Ergebnisse in der Publikation „Kultur prägt“ veröffentlicht wurden, folgte bis 2019 die Bestandsanalyse kreativer Siedle in Rheinland-Pfalz („Medienstadt Mainz“, „Stadtlandschaft Koblenz“, „Digitale Stadt Kaiserslautern“, „Multimediasiedle Trier“, „Stadt der freien Räume Ludwigshafen“) und die ZIRP gab den Sammelband „fünf“ heraus. Das auf zwei Jahre angelegte Projekt „Kulturregionen“ hat nun nochmals zwei Regionen modellhaft herausgegriffen: Rheinhessen und das Obere Mittelrheintal, wo 2029 die Bundesgartenschau stattfinden und ein Konjunkturprogramm für die gesamte Region anstoßen soll.

Identitätsstiftende Merkmale in Rheinland-Pfalz sind vielfältig: naturgegeben durch die Flüsse Mosel und Rhein, kulturell durch den Wein, historisch gewachsen durch Burgen, Schlösser, Festungen und Militärgeschichte, narrativ durch die Mundart, durch Legenden, Sagen und Märchen, kulturell durch ein vielfältiges Angebot an Festivals und Veranstaltungen. Die ursprüngliche Identität kann durch Neues bereichert werden, z. B. durch interkulturelle und innovative Impulse. So wie sich Kaiserslautern als „Digitale Stadt“ bzw. „Smart City“ etabliert, kann sich auch der ländliche Raum positionieren. Durch neue agile Arbeitsformen wie Coworking oder FabLabs entstehen in ländlich geprägten Regionen „Digitale Dörfer“ für

Kopfarbeiter und digitale Nomaden. Mit kreativen Ideen und im Austausch mit alleingesessenen Bewohnerinnen und Bewohnern geben sie dem traditionellen Handwerk neue technologische Hilfsmittel (z. B. Smart Farming im Weinbau) und eine stärkere überregionale Sichtbarkeit (z. B. Bloggen, Online-Marketing/-Vertrieb). Kulturschaffende entfalten sich innovativ, indem sie leerstehende Flächen und Gebäude „bespielen“ und ihnen einen neuen Sinn geben. Diese Aktivitäten besitzen reizvolle Strahlkraft und sorgen regional und überregional für Aufmerksamkeit. Diese Impulse sollten identitätsstiftend nach Innen und öffentlichkeitswirksam nach Außen getragen werden.

Das partizipative Gemeinschaftsprojekt

Enge Partner der ZIRP im Kulturregionen-Projekt sind die Generaldirektion Kulturelles Erbe Rheinland-Pfalz (GDKE) und die Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz (EA). Sie sehen für das materielle und immaterielle Erbe und ihre zeitgemäße Wahrnehmung sowie für kommunale und Regionalentwicklung. Sie agieren als Magnet und Impulsgeber, die viele weitere Kulturtäger und Institutionen aus beiden Modellregionen co-kreativ und auf Augenhöhe ansprechen und integrieren. So luden die drei Hauptpartner zwischen 2019 und 2021 zu vier Fachtagungen ein. Dabei ging es um den Mehrwert von Kultur für die Regionalentwicklung, um regionale Netzwerkbildung, um die Finanzierung von Kulturregionen und um Kultur als Bewegende in Kooperation mit Tourismus, Wirtschaft und Kommunen. Parallel dazu unterstützten partizipative Workshops die Profilbildung. Auch sie dienen der Netzwerkbildung, dem Informationstransfer, dem Wissens- und Erfahrungsaustausch, der Professionalisierung und Selbstermächtigung, der gegenseitigen Ermutigung und Motivation aller Akteure.

Im Auftaktworkshop trafen sich die Projektpartner im Sommer 2019 mit wichtigen Akteuren der beiden Modellregionen auf der Festung Ehrenbreitstein in Koblenz. In einem konstruktiven Austausch ging es unter anderem um Erwartungen sowie Bedarfe der Projektpartner: Wie und unter welchen Rahmenbedingungen arbeiten die Partner aktuell? Welche organisatorischen Strukturen nutzen sie? Wie können Kooperationen und Synergien entstehen? Wie könnten gemeinsame Interessen und Projektziele gebündelt werden? Welche weiteren Interessierten sollten angesprochen werden? Wie kann das Projekt publik gemacht werden? Im Sinne der Vielfalt gelang es der ZIRP, viele Akteure und Institutionen frühzeitig einzubinden.

Ikonografisch für Rheinhessen: der Trullo

Wie regional passende und identitätsstiftende Bürgerbeteiligung aussehen kann, zeigt das kreative Ausstellungs- und Begegnungsvorhaben „Trullo on Tour“. Eine von der ZIRP einberufene Jury hatte es im Rahmen einer öffentlichen Ausschreibung unter Kunst- und Kulturschaffenden als Gewinnerprojekt ausgewählt. Ein Trullo ist in Rheinhessen ein Symbol für Tradition, andererseits ein authentischer Ort des Austauschs. In Anlehnung an die runden seihernen Weinberghäuschen konzipierte das Künstlerduo Bernadette Boos (Theatermacherin) und Tobias Boos (Kommunikationsdesigner) einen mobilen Trullo-Pavillon. Damit zogen sie 2019 über öffentliche Plätze auf der Suche nach typischen, realen und erfundenen Geschichten über Rheinhessen, nach Narrativen über die Region: Was liegt den Bewohnerinnen und Bewohnern am Herzen? Was verbindet sie mit ihrer Region, was bewegt sie? Das Künstlerduo fragte nach Erinnerungen, Lebenswelten und Zugehörigkeiten, nach Gemeinsamkeiten und Prägungen, nach materiellem und immateriellem Kulturerbe sowie nach Möglichkeiten bzw. For-

men Ihrer Weitergabe, womit im Trullo-Projekt beispielhaft Nachhaltigkeit gesichert werden konnte. Die gesammelten Geschichten werden als Audiobeiträge ausgewertet, gehen in der Region auf Reisen, werden für andere Bewohnerinnen und Bewohner hör- und erlebbar und mit sympathischer Medienberichterstattung begleitet. Die Geschichten flossen auch in einen Storytelling-Workshop in Rheinhessen im Frühjahr 2021 ein. Akteure aus Tourismus und Kultur, Marketing und Wein, Ortsbürgermeister sowie Kultur- und Weinbeschaffer suchten nach Helden, Geschichten und gemeinsamen narrativen Schnittstellen.

Blick nach Norden: Elbe505

Welcher enorme Gewinn darin liegt, mit Bürgerinnen und Bürgern ins Gespräch zu kommen, sie bei der regionalen Profilbildung mitzunehmen und einzubinden, zeigt ein Praxisprojekt aus dem Norden. Mit den Bewohnerinnen, Grafikdesignern, Programmiererinnen und Comiczeichnern habe ich das Bürgerwissensportal „Elbe505.de“ aufgebaut, für Aiteingesessene und Zugezogene, für Neubürgerinnen und Rückkehrer, für Touristen und Gäste. Menschen vom östlichen und westlichen Elbufer, das als ehemaliges Grenzgebiet Leben und Alltag auf vielschichtige Weise geprägt hat, stellen Ihre Regionen vor – das niedersächsische Wendland und die mecklenburgische Griese Gegend.

Zu Beginn des Projektes ging es darum, kennnisreiche und ineresistente Wissensräger ausfindig zu machen, sie auf Augenhöhe eng an das Projekt zu binden und eine „Community“ aufzubauen. Wir starteten den Prozess mit Bürgerworkshops, die über die regionale Presse, über Gemeindegästen und über kommunikationsstarke Multiplikatoren angekündigt wurden. Ihre Mund-zu-Mund-Propaganda erwies sich als besonders wertvoll. Mit kre-

ativen Verfahren wie Worldcafé, Fishbowl, Brainwriting, Kopfstandmethode und Comiczeichnen ermittelten wir Alleinstellungsmerkmale und Besonderheiten zu Landschaft und Natur, Orten und Kultur, Märchen, Sprache und Dialekten sowie zu Lieblingsorten. Zusätzlich führten wir individuelle Audio-Interviews und waren über die „Wurzelspitzen-Intelligenz“² der Bürgerinnen und Bürger beeindruckt. Im Redaktionsteam bereiteten wir das enorm vielfältige Wissen für das Online-Portal auf, gestalteten gemeinsam Blogartikel, Fotosrecken, Audios, Podcasts und Filme.

Im Rahmen von Storytelling- und Medienworkshops an Schulen konnten wir auch jüngere Zielgruppen erreichen. Schülerinnen und Schüler recherchieren, führen Interviews, produzieren Audio-Slideshows und Filme über Themen, die mit Ihrer eigenen Lebensrealität verbunden sind, z. B. über Lieblingsorte, Freizeitaktivitäten, regionale Festivals, Geschichte und Vorfahren. Mit eigenen Medienbeiträgen wurden die Schüler zum Sprachrohr und Botschafer Ihrer Region. Sie können mitbestimmen und haben direkten Einfluss darauf, welche Identität(en) nach außen getragen werden. Über die mediale Reflexion erkennen sie, was Ihre Heimat einzigartig und unverwechselbar macht. Wertschätzung für das eigene Umfeld verstärkt Ihre Bindung an die Region und die Motivation, sich vor Ort einzubringen und das Alltagsleben aktiv mitzugestalten.

Schon nach kurzer Zeit wurde „Elbe505.de“ regional und überregional als wertvolles, authentisches Informationsmedium wahrgenommen. Sowohl Einheimische und Touristen als auch Tourismus- und Reiseanbieter schätzen, wie kennnisreich und leidenschaftlich die Bewohnerinnen und Bewohner Ihr Umfeld präsentieren; ein gutes Beispiel für glaubwürdiges Empfehlungsmarketing.

Menschen ziehen Menschen an

Eine Kulturregion sollte sich die Frage stellen, was die Menschen vor Ort zusammenschließt. In Rheinhessen war es 2016 die Planung des Jubiläums „200 Jahre Rheinhessen“. Im Wendland ist es der Widerstand gegen das Atomendlager, der im überregional bekannten Festival „Kulturelle Landpartie“ Beachtung findet. Gerade entsteht mit „Elbe Valley“ ein neues gemeinsames Dachvorhaben im Vierländereck der Elbe. Die BUGA 2029 ist nun Anstoß für das Obere Mittelrheinal, gemeinsame Ziele und Botschaften zu verfolgen. Eine wichtige kommunikative und zugleich identitätsstiftende Rolle in diesem Prozess soll ein neues Online- und Printmagazin einnehmen. In zwei praxishen Medien-Workshops entwickelten wir, im Zuge des Projektes „Kulturregionen in Rheinland-Pfalz“, mit Akteuren aus Kultur und Tourismus, Wirtschaft, Politik und Verwaltung, Wissenschaft und Zivilgesellschaft ein Kommunikationskonzept, das Bedürfnisse und Wünsche konkreter Nutzerinnen und Nutzer (Personas) unter die Lupe nahm. Wollten sie Information, Umerhaltung, Überraschung? Was motiviert sie, sich mit dem Obere Mittelrheinal zu befassen? Welche Rubriken und Themen sollen Erwähnung finden: Kunst und Kultur, Feste und Bräuche, Kulinarik und Lifestyle, Geschichte und Zukunft, Erbe und Innovation? Welche interaktiven Formate eignen sich, um die Öffentlichkeit zu erreichen und zu aktivieren: kreative Wettbewerbe und Aufrufe? Die Diversität der Workshop-Teilnehmenden in Interessen und Hintergründe sorgte dafür, den Fokus auf vielfältige Zielgruppen zu richten. Mit Design-Thinking-Methoden entstanden Prototypen mit passenden journalistischen Formaten für Print, Online und Social Media. Wir diskutierten über Botschaften und deren Wirkung bei den Zielgruppen – nach innen gegenüber Bewohnerinnen und Bewohnern, nach außen gegenüber Touristen.

Eine gute Mischung aus analog und digital, aus kulturellen und touristischen Vor-Ort-Aktivitäten, medialer Präsenz und Empfehlungsmarketing sichern den „Kulturregionen in Rheinland-Pfalz“ Öffentlichkeit und Sichtbarkeit. Die Erkenntnis „Menschen ziehen Menschen an“ befähigt die Netzwerkbildung und das Storytelling: Geschichten über charismatische und charmante Protagonistinnen, innovative Vordenker, über kreative Aktionen und Vorhaben. Die Bewohnerinnen und Bewohner und Ihr Lebensalltag sind authentisch und wirken Türöffner zu den Herzen der Öffentlichkeit.

² Mancuso, Stefano/Viola, Alessandra (2015): Die Intelligenz der Pflanzen. Verlag Anja Kunstmann.



Geschichten für die Zukunft

KULTUR
REGIONEN
in Rheinland-Pfalz

Die Mitglieder der ZIRP:

AOK Rheinland-Pfalz/
Saarland • Architektenkammer
Rheinland-Pfalz • AREND Prozess-
automation GmbH • Barmherzige Brüder Trier
gGmbH • BASF SE • Bauern- und Winzerverband
Rheinland-Pfalz Süd e.V. • Bauwirtschaft Rheinland-
Pfalz e.V. • Bernd Hummel Holding GmbH • Bitburger Braugruppe
GmbH • Boehringer Ingelheim Pharma GmbH & Co. KG •
Bundesagentur für Arbeit, Regionaldirektion Rheinland-Pfalz-
Saarland • Caritasverband für die Diözese Speyer e.V. • Continental
Teves AG & Co. oHG • DB Cargo AG • Debeka Versicherungsgruppe •
Deutsche Bank AG • Deutsche Bundesbank, Hauptverwaltung in
Rheinland-Pfalz und dem Saarland • Deutsche Fertighausholding AG •
Deutsche Telekom AG • Deutsche Universität für Verwaltungswissenschaften
Speyer • DGB Rheinland-Pfalz/Saarland • Digital Devotion Group GmbH •
Duale Hochschule Rheinland-Pfalz • Eckes-Granini Deutschland GmbH •
ECREF European Center for Refractories gGmbH • Empolis Information
Management GmbH • ENTEGA PLUS GmbH • Entwicklungsagentur
Rheinland-Pfalz e.V. • Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft •
Evangelische Kirche der Pfalz • Fachingen Heil-
und Mineralbrunnen GmbH • Gerolsteiner Brunnen GmbH &
Co. KG • Gienanth GmbH • Globus SB-Warenhaus Holding
GmbH & Co. KG • Handwerkskammern Rheinland-Pfalz •
Heberger GmbH • Hochschule Kaiserslautern • Hochschule
Koblenz • Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft
Ludwigshafen • Hochschule Mainz • Hochschule Trier •
Hochschule Worms • IKK Südwest • Ingenieurkammer Rheinland-Pfalz •
Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz (ISB) • ITK Engineering GmbH • ITSM
Consulting GmbH • Johannes Gutenberg-Universität Mainz • Joseph Vögele AG • juwi AG • Karl
Gemünden GmbH & Co. KG • Kassenzahnärztliche Vereinigung Rheinland-Pfalz • Kassenzahnärztliche
Vereinigung Rheinland-Pfalz • Katholische Hochschule Mainz • KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft •
KSB AG • Landesärztekammer Rheinland-Pfalz • Landesbank Baden-Württemberg • Landespsychotherapeutenkammer
Rheinland-Pfalz • Landkreistag Rheinland-Pfalz • LOTTO Rheinland-Pfalz GmbH • LÖWEN ENTERTAINMENT GmbH •
LQ-M Marktforschung GmbH • Mainzer Stadtwerke AG • Michelin Reifenwerke AG & Co. KGaA • Ministerium für
Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau • PFAFF Industriesysteme und Maschinen GmbH •
Pfalzwerke AG • Philosophisch-Theologische Hochschule Vallendar • Pricewaterhouse-Coopers
GmbH • Provinzial Rheinland Versicherungen • RPR.1 • SCHOTT AG • Schuler Service
GmbH & Co. KG • SIMONA AG • Sparkassenverband Rheinland-Pfalz • Staats-
kanzlei des Landes Rheinland-Pfalz • Städtetag Rheinland-Pfalz • Steuerberaterkammer Rheinland-Pfalz •
SWR – Südwestrundfunk • Techniker Krankenkasse • Technische Hochschule Bingen •
Technische Universität Kaiserslautern • Technologie-Initiative SmartFactory^{4.0} e.V. • Thinking Circular, Sustainability and Circular Economy Consulting • Transdev SE & Co. KG • TÜV Pfalz GmbH •
TÜV Rheinland-Berlin-Brandenburg-Pfalz e.V. • Universität Koblenz-Landau • Universität Trier • Vereinigte VR Bank
Kur- und Rheinpfalz eG • vero – Verband der Bau- und Rohstoffindustrie e.V. • Villa Musica Rheinland-Pfalz •
Westenergie AG • WHU – Otto Beisheim School of Management • Wilhelm Faber GmbH • ZDF – Zweites
Deutsches Fernsehen

(Stand: Juni 2021)

Geschichten für die Zukunft

KULTUR
REGIONEN
in Rheinland-Pfalz

Eine Kooperation von:

Zukunftsinitiative Rheinland-Pfalz

Netzwerk, Impulsgeber, Standortinitiative

Die Zukunftsinitiative Rheinland-Pfalz (ZIRP) e. V. ist das Netzwerk aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Kultur in Rheinland-Pfalz. Wir stärken das Land als internationalen Wirtschaftsstandort, attraktiven Ort zum Leben und Arbeiten und als lebendigen Ort europäischer Kultur. Wir fördern den Dialog unterschiedlicher gesellschaftlicher Gruppen und geben Impulse für zukunftsweisende Themen und Projekte.

Die ZIRP besteht seit 1992. Unsere Arbeit wird ermöglicht durch einen Trägerverein: Rund 95 Persönlichkeiten, Unternehmen und Institutionen aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft, Kultur und Kirche tragen diese bundesweit einmalige Form der öffentlich-privaten Zusammenarbeit.

Unseren Mitgliedern liegt die Zukunft des Landes Rheinland-Pfalz besonders am Herzen. Sie setzen auf ein gemeinsames, langfristig orientiertes Handeln in den Kernfragen der wirtschaftlichen Entwicklung und bringen sich mit ihren Erfahrungen und ihrer Expertise in die Denkfabrik ZIRP ein.

Diese Publikation wird ermöglicht durch unsere Mitglieder.

ZIRP. Zukunftsinitiative
Rheinland-Pfalz

Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz

Die Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz e.V. (EA) wurde im Jahre 2003 vom Ministerium des Innern und für Sport Rheinland-Pfalz und der Technischen Universität Kaiserslautern gegründet. Die Mitglieder arbeiten in Wissenschaft, Verwaltung, Landes- und Kommunalpolitik oder in der Planungspraxis. Die Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz e.V. befasst sich mit den Wirkungen von gesellschaftlichen, technologischen oder wirtschaftlichen Veränderungen auf Kommunen.

Sie arbeitet mit zahlreichen Partnern aus Verwaltungen, Forschung, Privatwirtschaft und Zivilgesellschaft zusammen. Zu ihren wichtigsten Zielen gehören praktische, übertragbare Lösungsansätze: Die neuen Lösungsansätze sollen innovativ und finanziell für Kommunen in Eigenregie umsetzbar sein und in bestehenden Strukturen funktionieren.

Aus den theoretischen Überlegungen und den Erkenntnissen der praktischen Modellprojekte entwickelt die EA übertragbare, d.h. ortsunabhängige und für andere nutzbare, Handlungsempfehlungen, u. a. für Kommunen oder die Landesverwaltung.

 Entwicklungsagentur
Rheinland-Pfalz e.V.

Generaldirektion Kulturelles Erbe Rheinland-Pfalz

Viele landeseigene Kulturgüter in Rheinland-Pfalz werden durch die Generaldirektion Kulturelles Erbe (GDKE) betreut. Unter dem Dach der GDKE finden sich neben der Direktion Burgen, Schlösser, Altertümer auch die drei bedeutenden Landesmuseen in Koblenz, Mainz und Trier sowie die Direktionen Landesdenkmalpflege und Landesarchäologie. Dazu gehören auch das Zentrum der Antike in Trier und das Kulturzentrum Festung Ehrenbreitstein in Koblenz. Zahlreiche Ausstellungen, Veranstaltungen und Vermittlungsangebote der GDKE machen Geschichte lebendig. Im Vordergrund steht dabei immer das Ziel, allen interessierten Bürgerinnen und Bürger sowie den Besucherinnen und Besuchern aus aller Welt das große kulturelle Erbe des Landes zu öffnen und erlebbar zu machen.



Unser Begriff von Kulturregion

Kulturregion wird von den Projektpartnern verstanden als die Gesamtheit regionaler Identifikationsfaktoren, mit dem materiellen und immateriellen kulturellen Erbe als Basis, mit Einflüssen und Akteuren aus Gesellschaft, Wirtschaft, Medien, Kultur, Politik und Verwaltung, ihren gemeinsamen Zukunftsvorstellungen und der-gestaltung.

<p>8 Grußwort <i>Helke Arend/ Rainer Zelmentz/ Dr. Helke Otto</i></p> <p>10 Editorial <i>Helke Arend Geschäftsführerin der ZIRP</i></p> <p>13 Sehnsucht nach Berührung und Reflexion <i>Im Gespräch mit Dr. Patrick S. Röhl</i></p> <p>16 Was uns zusammen- schmiedet <i>Anja Hinz</i></p> <p>20 Kakteenzucht im ländlichen Raum <i>Prof. Dr. Oliver Scheytt</i></p> <p>25 TRAFQ: Neue Wege regionaler Kulturarbeit <i>Hartmut Völker</i></p>	<p>Profil und Narrativ</p> <p>33 Mittelheimer entdecken sich neu <i>Berthold Stäcker</i></p> <p>34 REGIOBRANDING – Werte-Check für die Heimat <i>Birgit Böhm</i></p> <p>38 Kultur als Gemeingut. Pädagogen für einen neuen Ansatz <i>Davide Brocchi</i></p> <p>41 „Wir sind Rheinhesen.“ Zugänge zu regionalen Narrativen über Oral History <i>Dr. Sarah Scholl-Schnelder</i></p>	<p>Regionale Vernetzung und Organisation</p> <p>47 Kultur als lernendes System <i>Roderick Haas</i></p> <p>48 Über das Netzwerk zur KREATIVITÄT <i>Dr. Swantje Graeber/ Dr. Kirsten Mangels/ Mark D. Schlick</i></p> <p>51 Postulat und Programm der Partnerschaft <i>Robert Manago</i></p> <p>54 Organisation und Eigeninitiative in der Kulturregion Westpfalz <i>Im Gespräch mit Dr. Hans-Günther Clev/ Dr. Christoph Dammann</i></p> <p>58 Die Seele der Marke <i>Landrätin Dorothea Schäfer</i></p> <p>62 Virtuelle Hausgemeinschaft der Kultur <i>Dr. Margit Thels-Scholz</i></p>
---	--	--

KULTUR REGIONEN in Rheinland-Pfalz

<p>Finanzierung und Förderung regionaler Kultur</p> <p>67 Kultur-Mehr-Wert <i>Bartel Meyer</i></p> <p>68 Regionale Kulturförderung in Rheinland-Pfalz <i>Volker Gallé</i></p> <p>71 Kultur ohne Grenze <i>Dietmar Müller</i></p> <p>74 Heimat der Wander- musikanten <i>Im Gespräch mit Landrat Ralf Lehmelsler/ Landrat Otto Rubly</i></p> <p>77 Attraktiv, alternativ und anders <i>Dr. Karin Dräke-Köhn</i></p> <p>81 Miteinander erleben, gestalten, sprechen <i>Sozialsekretär Prof. Dr. Jürgen Hardeck</i></p> <p>84 Digital und zukunftsfähig <i>Christian Kleinhand</i></p>	<p>Kultur als Bewegerin</p> <p>89 Kultur ist nicht die Kür <i>Harald Pitzer</i></p> <p>90 Sag's deinen Freunden <i>Jasmin Koch</i></p> <p>93 Genuss mit allen Sinnen <i>Rudolf Feigler</i></p> <p>96 Gestaltungswille, Mut, Entschlossenheit <i>Dorine Wolf</i></p> <p>100 Skulpturen für das Wir-Gefühl <i>Im Gespräch mit Carlo Schuff/ Simon Gelb</i></p> <p>103 Verantwortung und Verständigung <i>Rainerd Kauer</i></p> <p>106 Gestern und heute aus einem Guss <i>Steffi Zurrühnen</i></p>	<p>Die Modellregionen: Oberes Mittelrheintal und Rheinhesen</p> <p>112 Kulturregion Oberes Mittel- rheintal. Kulturelle Identität als Generationenprojekt <i>Andreas Jöckel</i></p> <p>115 Netzwerkanalyse der Kultur im Oberen Mittelrheintal <i>Univ.-Prof. Dr. habil. Gabi Troeger-Weiß</i></p> <p>121 Gemeinsam Heimat gestalten <i>Frank Puchler</i></p> <p>123 Kulturregion Rheinhesen: Botschafter des guten Geschmacks <i>Tamina Müller/ Lina Sarah</i></p> <p>125 Horsch emmo: Trullo on Tour <i>Bernadette B. Boos/ Tobias Boos</i></p> <p>128 Vielfalt als Herausforderung <i>Dr. Herrad Krenkel</i></p> <p>130 Stationen des Projekts</p> <p>132 Auf dem Weg zur Kultur- region</p> <p>134 Impressum</p> <p>135 Bild- und Fotonachweise</p>
---	--	--

Grußwort

Rheinland-Pfalz ist reich an kulturellen Zeugnissen und Überlieferungen aus über zwei Jahrtausenden bis in die Gegenwart. Kultur trägt zur Identifikation der Menschen mit der Region bei, in der sie aufwachsen und leben. Kultur ist nicht statisch, sie entwickelt und verändert sich. Kulturelle Güter verschwinden und prägen gleichwohl die Nachwelt. Neben manifesten Zeugnissen der Kunst und Kultur sind auch immaterielle Kulturgüter wie Sprache, Gebräuche und Traditionen wichtiger Bezug für die kulturelle Verortung und Heimat von Menschen. Sie sind zugleich ein enormer Schatz, um die Region für die Bewohnerinnen und Bewohner, für Touristen und Gäste im wahrsten Sinn wertzuschätzen – mit wirtschaftlichen Werten zu hinterlegen. Regionale kulturelle Profile können einen Beitrag zur Standortentwicklung leisten, die touristische Attraktivität erhöhen und einen Identifikations- und Orientierungsrahmen für Einwohnerinnen und Einwohner bieten. Das gemeinsame Projekt „Kulturregionen in Rheinland-Pfalz“ der Zukunftsinitiative Rheinland-Pfalz (ZIRP) e. V., der Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz (EA) und der Generaldirektion Kulturelles Erbe Rheinland-Pfalz (GDKE) hatte daher das Ziel, die Regionen in Rheinland-Pfalz bei der Profilierung über kulturelle Prägungen, Besonderheiten und Alleinstellungsmerkmale zu unterstützen und einen Beitrag zu leisten zu ihrer Inwertsetzung für Tourismus, Wohn- und Lebensqualität sowie Wirtschaftsförderung.

Kulturregion ist nicht zwingend eine Verwaltungseinheit, noch ist die heutige politische Gliederung von Bedeutung; vielmehr sind es bewusste oder unbewusste Zugehörigkeiten und Gemeinsamkeiten. Eine Kulturregion wird im Projekt daher verstanden als die Gesamtheit regionaler Identifikationsfaktoren, mit dem materiellen und immateriellen kulturellen Erbe als Basis, mit Einflüssen und Akteuren aus Gesellschaft, Wirtschaft, Medien, Kultur, Tourismus, Politik und Verwaltung, ihren gemeinsamen Zukunftsvorstellungen und der Gestaltung.

Landesweite Fachtagungen definierten die Idee der „Kulturregion“ für Rheinland-Pfalz mit Vertreterinnen und Vertretern aus Kultur, Wirtschaft, Wissenschaft, Verwaltung und Tourismus unter wechselnden inhaltlichen und organisatorischen Blickwinkeln. In den für das Projekt gewählten Modellregionen „Oberes Mittelrheintal“ und „Rheinhessen“ wurden praktische Themen auf dem Weg zur Kulturregion behandelt. Beide Regionen zeichneten sich dadurch aus, dass sie sich durch bewusste Entscheidungen das Ziel gesetzt haben, sich als Kulturregion zu definieren und zu profilieren: Das Obere Mittelrheintal ist UNESCO-Welterbe und 2029 Ausrichter der Bundesgartenschau (Buga). Welterbestatus und Buga, zudem der Rhein als verbindendes Element, sind eine gute Voraussetzung, um das Profil einer Kulturregion zu entwickeln. Besonders der Buga-Prozess schafft Gemeinsamkeiten für die Region und kann für eine nachhaltige kulturelle Entwicklung genutzt werden. Rheinhessen rückte durch die Feierlichkeiten zum 200-jährigen Bestehen der Region erneut enger zusammen. Elf Verbandsgemeinden aus drei Landkreisen (Alzey-Worms, Mainz-Bingen, Bad Kreuznach) sowie der Stadt Alzey haben sich unter dem Leitbild „Zukunftsregion Rheinhessen – authentisch, genussvoll, nachhaltig“ für die Profilierung als Kulturregion Rheinhessen entschieden. Während der knapp zweijährigen Projektlaufzeit haben wir – ZIRP, EA und GDKE – die beiden Modellregionen auf dem Weg zur Kulturregion begleitet. In Schwerpunkt-Workshops wurden im Dialog aller relevanter Akteure gemeinsame Themen, tragfähige Strukturen sowie Aktivitäten und Alleinstellungsmerkmale entwickelt. Dies wurde ergänzt durch jeweils zur Region passende Aktivitäten wie eine Netzwerkanalyse für das Obere Mittelrheintal oder eine Kultur-Aktion für Rheinhessen. Wir sind stolz, dass wir in den Modellregionen Impulse setzen konnten. Dies wäre ohne die Bereitschaft der vielen lokalen Akteurinnen und Akteure nicht möglich gewesen. Wir danken deshalb allen Beteiligten für die Offenheit und konstruktive Zusammenarbeit.

Ein besonderer Dank gilt auch Antje Hinz, Massiv-Kreativ, die als Projektbegleitung erheblich zur Umsetzung und Mitgestaltung des Projekts beigetragen hat.

Mit dieser Publikation wollen wir Verantwortlichen in Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Tourismus und Kultur Impulse geben, wie sich Regionen aus eigener Kraft auf den Weg zu einer Kulturregion machen und wie bereits begonnene Prozesse weitergeführt werden können. Die Publikation ist über die Dokumentation des Projektgeschehens hinaus als Handreichung zu verstehen, die Ideen gibt, was für den Entwicklungsprozess zu einer Kulturregion wichtig ist und wie man mit Kultur das Profil einer Region schärfen kann.

Der Weg zur Kulturregion ist ein langer Prozess mit nachhaltiger Wirkung. Wo sich Kulturregionen erfolgreich entwickelt haben, entfalten sie neue gesellschaftliche und wirtschaftliche Dynamiken, bauen Verbundenheit und Identität auf. Die Frage nach Kulturregionen ist – gerade bedingt durch die Corona-Pandemie und die mit ihr einhergehenden Einschränkungen, die eine besondere Herausforderung für die Kultur und das kulturelle Leben in ländlichen Regionen darstellen – eine Zukunftsfrage.



Heike Arend




Rainer Zeimentz




Dr. Heike Otto

