

Welchen Wert hat die Landschaft?

Projekt Regio-Branding soll die Identifikation der Bürger mit ihrer Region intensivieren

by Dömitz/Lüchow. Wie nutzen Sie ihre Region? Wie nehmen Sie sie wahr? Was schätzen Sie? Fragen wie diese stehen auf einem zehneitigen Fragebogen, den rund 1500 Lüchow-Dannenberg im September erhalten werden. Diese repräsentative Bürgerbefragung ist Teil des Forschungsprojektes „Regio-Branding“ der Universitäten Hannover und Hamburg mit zahlreichen Partnern. Die Forscher verschiedener Disziplinen – Geografie, Archäologie, Naturschutz, Geoinformatik, Ökonomie, Planung und Akteursforschung – wollen herausfinden, welche speziellen Qualitäten Kulturlandschaften für ein erfolgreiches Regionalmarketing zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit ländlicher Regionen bieten. Es geht um Nachhaltiges Landmanagement – die Landkreise Lüchow-Dannenberg und Ludwigslust-Parchim bilden einen von drei Untersuchungsräumen in der Metropolregion Hamburg.

Am Donnerstag gab es im Pulverkeller der Dömitzer Festung für Interessierte aus beiden Landkreisen einen ersten Einblick in das bis 2019 laufende Forschungsprojekt. Das versteht sich ausdrücklich nicht als Regionalentwicklungsprojekt, sondern will herausfinden, welche, so wörtlich, „Kulturlandschaftscharakteristika“, von den dort lebenden Menschen getragen werden, um die Region In-Wert zu setzen. Die Forscher, so die Projektleiterin Dr. Daniela Kempa von der Leibniz Universität Hannover, wollen herausfinden, wie



Die Elbe und die Auenlandschaft an beiden Ufern sind ganz gewiss Kulturlandschaftscharakteristika, das von der Bevölkerung in beiden angrenzenden Landkreisen mit Sicherheit geschätzt wird.

Aufn.: Ch. Beyer

Landschaftsqualitäten erfasst, gemessen und kommuniziert werden können. Sie wollen wissen, wie Menschen ihre Kulturlandschaft nutzen und wie sie sie wahrnehmen, was ihnen auffällt, was sie übersehen. Und schließlich wollen sie herausfinden, wie diese Wahrnehmung genutzt werden kann, um Identität und daraus dann letztlich auch Wertschöpfung für die Region zu generieren. Das Wort Kulturlandschaft verstehen die Wissenschaftler dabei sehr weit,

es umfasst nicht nur die natürliche und vom Menschen gestaltete Landschaft, sondern auch die bauliche Struktur sowie die regionale Kultur wie „Kunst, Handwerk, Sprache, Bräuche, Speisen, Produkte, gemeinsame Erfahrungen und Geschichte“.

Die Offiziellen beider Landkreise haben an das Projekt durchaus hohe Erwartungen. Im Landkreis Lüchow-Dannenberg zeige sich bereits in Ansätzen, dass Kulturlandschaften identitätsstiftend sein können,

sagt Maria Schaaf, Baurätin im Lüchower Kreishaus. Durch den unparteiischen Blick der Wissenschaftler erhoffe man sich Antworten und neue Impulse für die eigene Entwicklung. Und die Kooperation der beiden Regionen biete auch eine Chance, die Kontakte zu intensivieren. Man sei zwar benachbart, aber doch noch „seltsam entfernt“. Die interessierte Bevölkerung ist aufgefordert, Ideen einzubringen. So wurden die Wissenschaftler

am Donnerstag daran erinnert, das Thema Gesundheit nicht zu vernachlässigen und auch die in beiden Regionen stark vertretenen Kreativen und Kunstschaffenden einzubeziehen, denn „die haben ein Gespür für die Identität einer Region“. Zusätzlich zur Fragebogenaktion werden längere Interviews geführt, es gibt Bürgerwerkstätten und regelmäßige Informationsveranstaltungen.

Projektkoordinatorin Daniela Kempa verwies mehrmals da-

rauf, dass das Forschungsprojekt „keine Marketing-Firma“ sei, dass man die alten Wege und Herangehensweisen verlassen wolle und sich immer wieder frage, „was man anders machen müsse, um konkrete Modellideen zu finden, die zukunftsweisend sind und das Branding ermöglichen“. Die Forschungsgruppe ist unter der E-Mail: kempa@uni-hannover.de sowie unter www.umwelt.uni-hannover.de/regiobranding zu erreichen.