Umfrage-Start: Was macht die Marsch attraktiv?

Die Meinung von 3000 Einwohnern ist für wissenschaftliches Forschungsprojekt interessant

WILSTERMARSCH Bis Ende September sollen 3000 zufällig ausgewählte Bewohner der Steinburger Elbmarschen Post bekommen. Die Haushaltsbefragung ist Teil eines groß angelegten Forschungsprojekts mit dem Namen Regiobranding. "Wenn man genau dahinter schaut, ist das ein spannendes Thema", meint der stellvertretende Amtsvorsteher Volker Bolten. Er erhofft sich wertvolle Erkenntnisse, wie die Zukunft im südlichen Kreisgebiet aussehen kann und soll. Neugier und Erwartungen bei Politik, Vereinen, Verbänden und Institutionen sind groß, wie ein volles Haus bei einer ersten Info-Veranstaltung im Amt Wilstermarsch belegte.

"Es geht um die nachhaltige Weiterentwicklung einer Kulturlandschaft, die erstmals sehr breit erfasst wird", erläuterte Daniela Kempa (Uni Hannover). Eigenarten und Besonderheiten sollen dabei ebenso in den Fokus rücken wie regionale Kunst, Handwerk, Sprache, einheimische Produkte und Traditionen. Der entscheidende Unterschied zu allen früheren Untersuchungen: Erstmals werden nicht nur "die üblichen Verdächtigen", sondern weite Teile der Bevölkerung gehört. Bereits seit Sommer sind Doktoranden unterwegs, um hier lebende Menschen zu interviewen. Wichtige Erkenntnisse soll auch die groß angelegte Haushaltsbefragung bringen. "35 Fragen auf zehn Seiten: Das dauert nur 20 bis 30 Minuten", ermuntert Daniel Schiller (Infür Wirtschaftsforstitut schung) zum Mitmachen. Mit



Sie stellten das Projekt vor: Ulf Ickerodt, Birgit Böhm, Daniel Schiller, Daniela Kempa, Peter Huusmann und Beate von Malottky (v.li).

den Ergebnissen erhofft man sich einen repräsentativen Querschnitt der Meinungen vor Ort. Das alles soll dann in Bürgerwerkstätten, Workshops und Info-Treffen diskutiert werden.

Peter Huusmann, beim Kreis Steinburg zuständig für die Kreisentwicklung und gemeinsam mit Beate von Malottky Praxispartner vor Ort, sagt: "Es geht um eine Standortbestimmung - und um die Chance für die Region und ihre Menschen, sich neu kennen zu lernen." Es geht aber auch um ganz praktische Dinge wie Bauleitplanung, Windkraft-Standorte und den Trassenverlauf für neue Stromnetze. Huusmann: "Unser Ziel ist es, Lebensqualität zu erhalten und dazu zu gewinnen." Gerade mit Blick auf das Potenzial der Metropole Hamburg sei es zudem von Bedeutung, dass die Elbmarschen Instrumente in die Hand bekommen, um mehr Aufmerksamkeit zu erzielen. Denkmalschützerin von Malottky nennt weitere wichtige Blickfelder: Bevölkerungsschwund und Strukturwandel in der Landwirtschaft.

"Erstmals ist eine große Bürgerbeteiligung möglich. Jeder kann dabei mitmachen", hofft Ulf Ickerodt (archäologisches Landesamt) auf breite Resonanz. Als ein Teil des Projekt stellte er "Kuladig" vor. Ähnlich wie bei Wikipedia sollen hier alle Daten aus einer Region erhoben und zur Verfügung gestellt werden. Ziel sei am Ende eine "Kulturlandschaftswandelkarte", die die Veränderungen in der Region so genau wie nie zuvor abbilden könne.

Am Ende geht es um regionale Wertschöpfung und die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit. Besondere kreative Ideen werden belohnt. Ab Mitte 2017 werden konkrete Projekte herausgearbeitet. Für die besten Modellvorhaben – das Regiobranding spricht hier von den "Perlen" – gibt es Fördergelder, was die im Amt versammelten lokalen Akteure natürlich aufhorchen ließ. Volker Mehmel

> Weitere Infoveranstaltungen am 22. September im Amt Horst-Herzhorn und am 23. September im Amt Krempermarsch jeweils um 19 Uhr. Infos auch im Internet unter www.umwelt.uni-hannover.de/regiobranding-fokusregionen

Standpunkt

Zukunft mitgestalten

VON VOLKER MEHMEL

Auf den ersten Blick kommt das Forschungsprojekt recht wissenschaftlich daher: Regiobranding, Fokusgruppen, Evaluierung und – als Krönung – Kulturland-

schaftswandelkarte. An dieser Stelle könnte der eher praktisch veranlagte und an handfesten Ergebnissen orientierte Marschbewohner zum Abschalten neigen. Das aber wäre voreilig und vielleicht sogar leichtfertig.

Erstmals nämlich wird eine von Menschenhand geschaffene Kulturlandschaft ganzheitlich unter die Lupe genommen. Bislang gab es nur Untersuchungen und Programme, die sich auf bestimmte Interessen bezogen. Die Palette reicht hier vom Einzelhandel über Verkehrsinfrastruktur Windräder bis hin zum Tourismus. Ob die Ergebnisse am Ende zueinander passten, war zweitrangig. Beim Regiobranding ist das anders. Hier wird erstmals auch berücksichtigt, wie eigentlich die Menschen über die Region denken, in der sie leben. Das hat etwas mit Heimat, Lebensqualität und Zukunft zu tun. Da sollte man sich einbringen.

REGIOBRANDING WER STECKT DAHINTER?

Die Initiative geht vom Bundesministerium für Bildung und Forschung aus. Untersucht werden Stadt-Land-Regionen, wobei das Augenmerk auf den Besonderheiten der jeweiligen Kulturlandschaften liegt. Hinter dem Begriff Branding verbirgt sich die Suche nach Alleinstellungsmerkmalen.

Im Unterschied zum herkömmlichen Marketing werden dabei auch ökonomische, soziale und kulturelle Qualitäten herausgearbeitet. Die Akteure kommen von der Leibniz-Universität Hannover, dem archäologischen Institut der Uni Hamburg und dem niedersächsischen Institut für Wirtschaftsforschung. Weiterer

Kooperationspartner ist das archäologische Landesamt. Als eine von drei Fokusregionen innerhalb der Metropolregion Hamburg sind die Steinburger Elbmarschen mit den Ämtern Wilstermarsch, Krempermarsch, Horst-Herzhorn sowie den Städten Wilster und Glückstadt auserkoren worden.

Norddeutsche Rundschau, Sep. 2015