

Einladung zum offiziellen Start des BMBF-geförderten Projektes

Regio branding

„Branding von Stadt-Land-Regionen durch Kulturlandschaftscharakteristika“

Save-the-Date

Auftaktveranstaltung am 20. Februar 2015 in Hamburg

Eine Einladung mit der Bitte um Anmeldung und das Veranstaltungsprogramm erhalten Sie im Januar.

Kontakt:

- Koordination Projekt Regio branding -

Dr. Daniela Kempa
Leibniz Universität Hannover
Institut für Umweltplanung
Herrenhäuser Straße 2
30419 Hannover

Tel. 0511 762 3162
Fax: 0511 762 3791

kempa@umwelt.uni-hannover.de

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Projektpartner



Leibniz Universität Hannover
Institut für Umweltplanung
Institut für Entwerfen und Städtebau
Geodätisches Institut



Universität Hamburg
Archäologisches Institut



Niedersächsisches Institut für
Wirtschaftsforschung e.V.



mensch und region
Böhm, Kleine-Limberg GbR



Archäologisches Landesamt
Schleswig-Holstein



Hansestadt Lübeck, Bereich Umwelt-, Natur-
und Verbraucherschutz



Landschaftspflegeverein Dummersdorfer
Ufer e.V.



Landkreis Ludwigslust-Parchim
Fachdienst Regionalmanagement u. Europa



D. Kempa



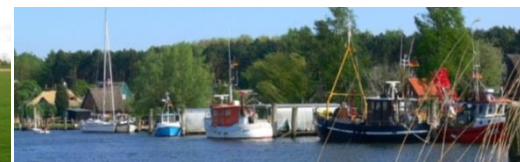
Brudersohn



C. Löser



J. Bartels



U. Kühn



J. Howaldt

Zum Projekt:

Jede Kulturlandschaft hat individuelle Qualitäten und erzählt mit ihren prägenden Landschaftselementen und Nutzungen eine eigene Geschichte. Damit trägt Kulturlandschaft zur Lebensqualität bei und hat wesentlichen Einfluss auf das Image der Region. Dennoch werden die Potenziale, die Landschaften für die Bildung von regionaler Identität haben noch nicht ausgeschöpft. Vor allem in Metropolregionen mit einem starken städtischen Zentrum definieren sich die Bürger häufig weit mehr über urbane Infrastruktur und kulturelle Angebote als über Landschafts- und Umweltqualitäten. Dabei spielen letztere eine ebenso große Rolle für das Wohlbefinden und die Attraktivität einer Region. Umweltqualitäten, wie saubere Luft und sauberes Wasser, schöne Landschaften für Erholung und Freizeitaktivitäten sowie Orte für Natur- und Geschichtserlebnis werden sowohl von der ländlichen als auch der Stadtbevölkerung ausgiebig genutzt. Hier stellt sich die Aufgabe, diese Qualitäten als Kapital einer Region in Wert zu setzen, die Bevölkerung für diese Werte zu sensibilisieren und damit auch ein besseres Gleichgewicht der ländlichen Räume zu den städtischen Zentren herzustellen. Diese „In-Wert-Setzung“ von Landschafts- oder Umweltqualitäten muss sich nicht auf die ideelle Ebene (in den Köpfen) beschränken. Vielmehr kann damit auch eine Wertsteigerung für die Region in ökonomischer Hinsicht verbunden sein, wenn zum Beispiel der Wert von Grundstücken steigt oder spezielle lokale Produkte vermarktet werden.

Vor diesem Hintergrund wurde das Projekt Regiobranding initiiert, das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert wird. Im Projekt soll untersucht werden, wie Kulturlandschaften und ihre Qualitäten herausgestellt und kommuniziert werden können, um sie für das Image und Selbstverständnis der ländlichen Regionen einzusetzen.

Aufbauend auf den Ergebnissen werden für drei Beispielregionen Konzepte erarbeitet, die aufzeigen sollen, wie die jeweiligen kulturlandschaftlichen Besonderheiten systematisch und glaubwürdig für die Entwicklung und Imagebildung der Regionen genutzt werden können. Mit diesem Kulturlandschafts-Branding sollen die Identifikation der Bürger und Bürgerinnen mit der Region intensiviert und gefestigt sowie ihr Engagement für die Erhaltung der entsprechenden Landschaftsqualitäten gefördert werden.

Das Projekt umfasst drei Phasen von der Wissenserhebung und Wissensproduktion über die Wissensverarbeitung und Entwicklung regionaler Branding- Konzepte bis zur modellhaften Umsetzung der Konzepte und deren Evaluation. Durch diese Verknüpfung von Entwicklung und Erprobung werden positive Effekte auf mehreren Ebenen erwartet. Einerseits soll die praktische Umsetzung für die Regionen einen Mehrwert erzeugen. Andererseits bietet die Möglichkeit, solche Maßnahmen zu begleiten und zu evaluieren, für die Wissenschaftler einen Erkenntnisgewinn, der nicht nur in die Forschungstheorie zurückfließt, sondern auch in Umsetzungsempfehlungen für andere Regionen münden soll. Ziel ist hier übertragbare Innovationskonzepte und Handlungsanweisungen für die Durchführung derartiger Prozesse in weiteren Regionen zu erstellen.

Weitere Informationen zu den Projektpartnern erhalten Sie auf unserer Webseite: www.umwelt.uni-hannover.de/regiobranding

Das Regiobranding-Projektteam wünscht Ihnen eine besinnliche Weihnachtszeit und einen guten Start ins Neue Jahr!



D. Kempa



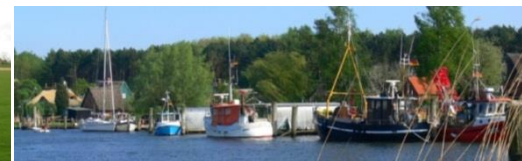
Brudersohn



C. Löser



J. Bartels



U. Kühn



J. Howaldt