

BMBF-Fördermaßnahme „Transdisziplinäre Innovationsgruppen zur Entwicklung und Umsetzung neuer Systemlösungen im Nachhaltigen Landmanagement“

Regiobranding

Branding von Stadt-Land-Regionen durch Kulturlandschaftscharakteristika



D. Kempa



C. Löser



J. Bartels



U. Kühn



J. Howaldt

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



Regiobranding

Projektpartner

Leibniz Universität Hannover

- Institut für Umweltplanung (Abt. Landschaftsplanung und Naturschutz, Abt. Raumordnung und Regionalentwicklung)
- Institut für Entwerfen und Städtebau (Abt. Regionales Bauen und Siedlungsplanung)
- Geodätisches Institut (Abt. Flächen- und Immobilienmanagement)



Universität Hamburg

- Archäologisches Institut (Abt. für Vor- und Frühgeschichtliche Archäologie)



Vor- und
Frühgeschichtliche
Archäologie



Niedersächsisches Institut für Wirtschaftsforschung e.V. (NIW)

mensch und region Birgit Böhm, Wolfgang Kleine-Limberg GbR



Hansestadt Lübeck, Bereich Umwelt-, Natur- und Verbraucherschutz



Landschaftspflegeverein Dummersdorfer Ufer e.V.



Archäologisches Landesamt Schleswig-Holstein



Landkreis Ludwigslust-Parchim, Fachdienst Regionalmanagement und Europa



Weitere Partner



Geschäftsstelle der Metropolregion Hamburg
Oliver Mau



Kreis Steinburg, Bauamt - Regionalentwicklung
Peter Huusmann



Stadt Glückstadt, Fachbereich Stadtentwicklung
Lüder Busch



Landkreis Lüchow-Dannenberg, Fachdienst Jugend, Familie, Bildung
Dagmar Schulz



Museum für Natur und Umwelt Lübeck
Dr. Susanne Fütting



Stadt Ludwigslust, Wirtschaftsförderung
Henrik Wegner

Fördermaßnahme des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF)



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



- Förderung von **INNOVATIONSGRUPPEN** im nachhaltigen Landmanagement
- Entwicklung innovativer Konzepte und Strategien
- Einbeziehung lokaler und regionaler Akteure = gemeinsames Lernen und Qualifizierung von Wissenschaft und Praxisakteuren
- Nachhaltiger Umgang mit endlichen Ressourcen (Wasser, Boden, Biodiversität)
- Integrierte Stadt-Land-Entwicklungen und regionale Wertschöpfung
- Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit von Regionen

Hintergrund

Landschaftsqualität ist ein regionaler Wert, der...

- eng mit der Lebensqualität verknüpft ist,
- zu einem immer wichtigeren Standortfaktor im Wettbewerb der (europäischen) Regionen wird,
- wichtige Leistungen für die Gesellschaft bereitstellt
- nicht nur von der ländlichen sondern auch von der städtischen Bevölkerung genutzt wird,
- eine wichtige Rolle beim Aufbau regionaler Identitäten spielt.



Wie nutzen Menschen die Kulturlandschaft und wie nehmen sie sie wahr?

Wie kann Landschaftsqualität auf eine systematische und glaubwürdige Weise erfasst und gemessen werden?

Wie kann die erfasste und gemessene Landschaftsqualität kommuniziert werden, um ihre Wahrnehmung zu erhöhen und regionale Identitätsbildung zu unterstützen?

Wie kann durch regionales Branding Nachhaltigkeit verbessert werden?

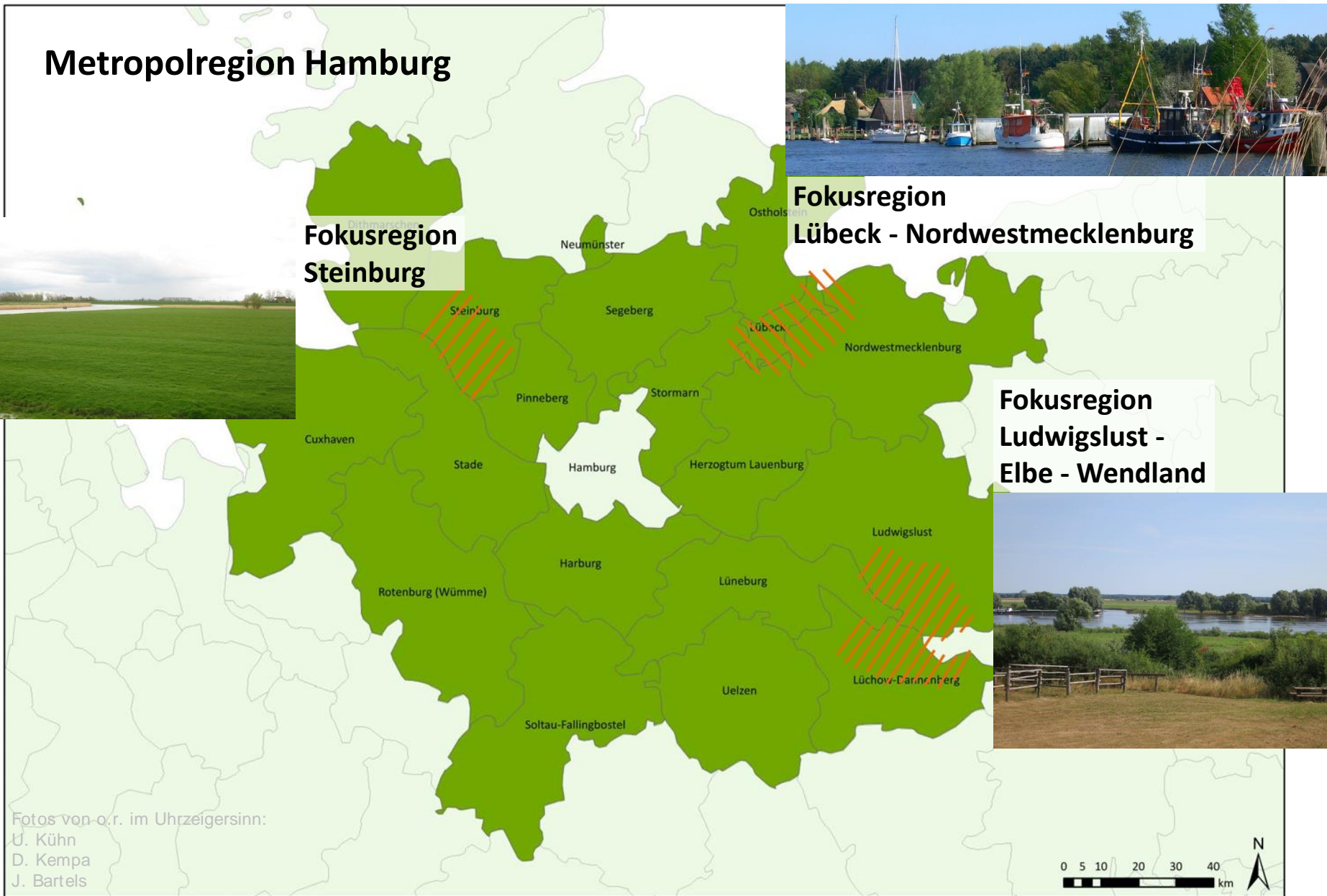
Ziele

- Inwertsetzung von Kulturlandschaftscharakteristika als Grundlage für das Selbstverständnis und die Selbstbewertung der ländlichen Regionen







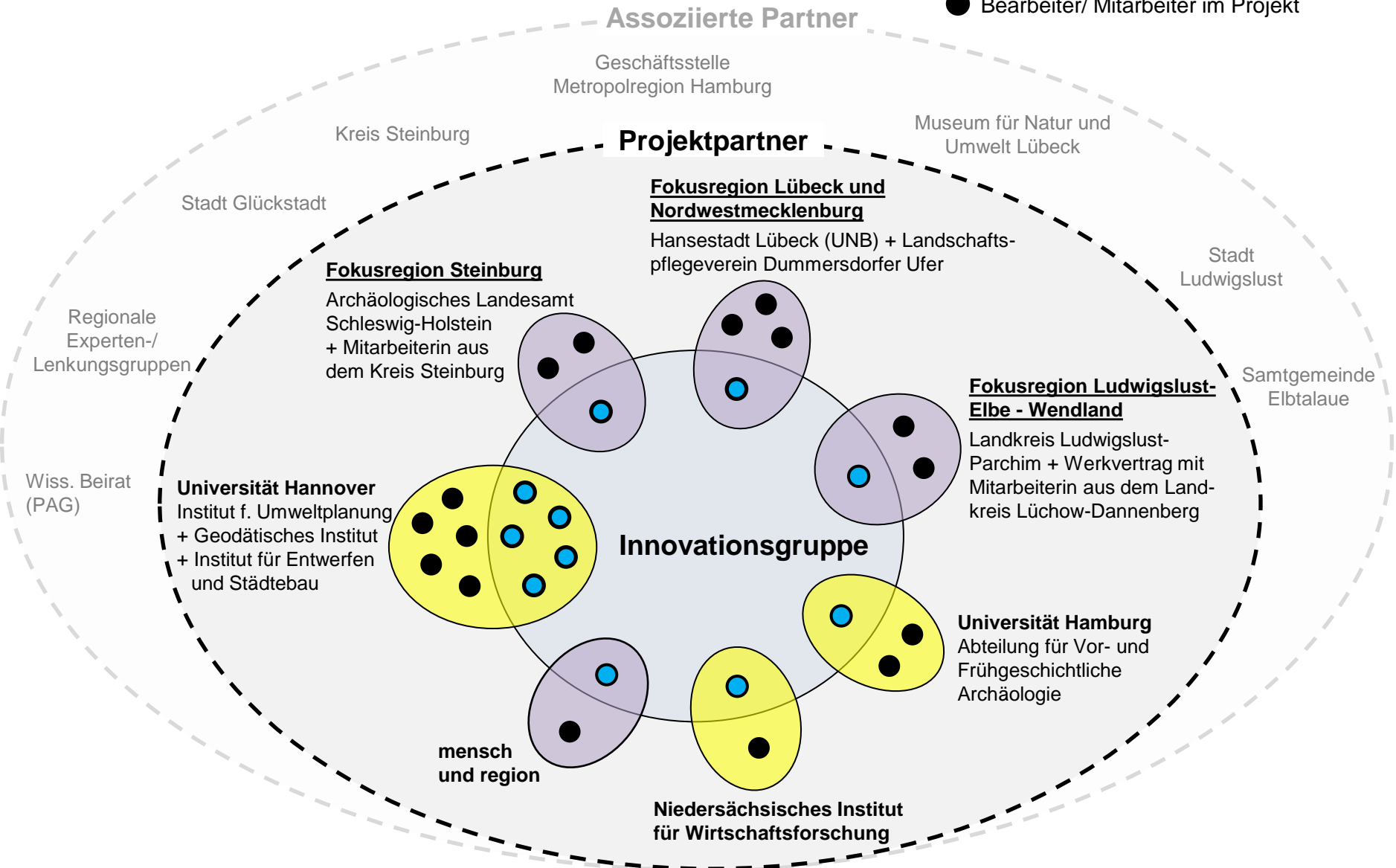
- Gemeinsame Erarbeitung, Umsetzung und Evaluation von innovativen Brandingkonzepten durch Wissenschaftler und Praxispartner in und für die Regionen
- Umsetzung von umfassenden Kommunikationsprozessen und kooperativen Lernmethoden in den Regionen
- Entwicklung neuer Herangehensweisen (Strukturen, Prozesse, Produkte) für ein regionales bottom-up Branding

Untersuchungsgebiet



Projektstruktur

-  Wiss. Einrichtung
-  Praxispartner
-  Innovationsgruppenmitglied
-  Bearbeiter/ Mitarbeiter im Projekt



Arbeitspakete im Projekt



AP 1 Innovationsgruppe

AP 1.1 Interdisziplinäre Zusammenarbeit

AP 1.2 Transdisziplinäre Zusammenarbeit und Innovationslernen

AP 2 Kulturlandschaft aus unterschiedlichen Perspektiven

AP 2.1 Grundlagenerhebungen in den Fokusregionen

- Governancessstrukturen und Akteurskonstellationen
- Kulturlandschaftselemente, Ökosystemleistungen und Kulturerbe
- Siedlungsentwicklung und bauliche Strukturen
- Sozioökonomische Einflüsse und Flächenmonitoring

AP 2.2 Brandingpotenziale

AP 3 Produkte

AP 3.1 Innovationsplan

AP 3.2 Regionales Wissen und Modellprojekte

AP 3.3 Langfristige Innovationskomponenten

Gesamtkonzept des Projektes

